



STYLEGUIDE

Der Styleguide – zu Deutsch »Gestaltungsrichtlinie« – regelt die Darstellung einer Marke oder eines Produkts mit dem Ziel, ein einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Design) zu erreichen, bzw. zu gewährleisten.

STAND | 10.2023

EINS



CORPORATE LOGOVARIATIONS MAINBRAND.



Primäre Ausführung

Standard Ausführung der Wort - Bildmarke. Diese Ausführung wird verwendet, wenn auf dem Werbeträger genügend Platz vorhanden ist. Sie dient als primäre Version für den Außenauftritt des Unternehmens.



Sekundäre Ausführung

Diese Ausführung wird verwendet, wenn auf dem Werbeträger der Platz in der Höhe beschränkt ist.



Tertiäre Ausführung

Standard-Ausführung der Bild-Marke verwendet man, wenn der Platz in Höhe und Breite eingeschränkt ist. Sie dient auch als grafisches Element welche auf Drucksorten oder Grafiken ihren Einsatz findet, aber auch als Wiedererkennungsmerkmal der Marke fungiert.

ZWEI



CORPORATE LOGOVARIATIONS SUBBRAND.



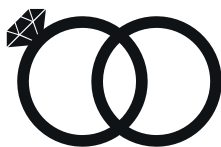
Primäre Ausführung

Standard Ausführung der Wort - Bildmarke. Diese Ausführung wird verwendet, wenn auf dem Werbeträger genügend Platz vorhanden ist. Sie dient als primäre Version für den Außenauftritt des Unternehmens.



Sekundäre Ausführung

Diese Ausführung wird verwendet, wenn auf dem Werbeträger der Platz in der Höhe beschränkt ist.



Tertiäre Ausführung

Standard-Ausführung der Bild-Marke verwendet man, wenn der Platz in Höhe und Breite eingeschränkt ist. Sie dient auch als grafisches Element welche auf Drucksorten oder Grafiken ihren Einsatz findet, aber auch als Wiedererkennungsmerkmal der Marke fungiert.

DREI



CORPORATE COLOR VARIATIONS.



Standard

Standard Farbausführung
auf hellem Background



Invertiert

Helle Farbausführung
auf dunklem Background



Single Color Dark

Dunkle Farbausführung
auf hellem Background.



Single Color light

Weißer Farbausführung
auf dunklem Background.

CORPORATE TYPOGRAPHY HEADLINES.

Die Schriftarten im Unternehmen finden sich auf allen Drucksorten, Aussendungen, digitalen Werbemaßnahmen sowie der Webseite wieder. Es kommen diverse Schriftarten zum Einsatz, wobei jede Schriftart das Gesamtkonzept unterstreicht und als Wiedererkennungsmerkmal dient.

ALLGEMEIN

CHEDDAR GOTHIC ROUGH REGULAR
ZUR VERWENDUNG FÜR ÜBERSCHRIFTEN UND SUBLINES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Ä Ö Ü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Ä Ö Ü SS
0123456789!.,\$\$%&/()=?<>.,;:-_^°|²³{[]}\`'+*~'#@€

FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN TAXI QUER DURCH BAYERN
FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN TAXI QUER DURCH

HOCHZEIT

Tangier Black / Bold
Zur Verwendung für Überschriften und Sublines

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Ä Ö Ü
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ä ö ü ß
0123456789!.,\$\$%&/()=?<>.,;:-_^°|²³{[]}\`'+*~'#@€

Franz jagt im komplett verwaehrlosten Taxi quer durch Bayern

WEIHNACHTEN

Christmas Holiday
Zur Verwendung für Überschriften

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Ä Ö Ü
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ä ö ü
0123456789!.,\$\$%&/()=?<>.,;:-_^°|²³{[]}\`'+*~'#@€

Franz jagt im komplett verwaehrlosten Taxi quer durch Bayern
FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN TAXI QUER DURCH

CORPORATE TYPOGRAPHY COPY.

Die Schriftarten im Unternehmen finden sich auf allen Drucksorten, Aussendungen, digitalen Werbemaßnahmen sowie der Webseite wieder. Es kommen diverse Schriftarten zum Einsatz, wobei jede Schriftart das Gesamtkonzept unterstreicht und als Wiedererkennungsmerkmal dient.

ON- & OFFLINE

Frutiger LT Std 57 Condensed
Zur Verwendung für Fließtexte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß
0123456789!„§\$%&/()=?<>.,;:-_^°|²³{[]}\`'+*~'#@€

Franz jagt im komplett verwehrlosten Taxi quer durch Bayern
FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN TAXI QUER DURCH BAYERN

Frutiger LT Std 47 Light Condensed
Zur Verwendung für Fließtexte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß
0123456789!„§\$%&/()=?<>.,;:-_^°|²³{[]}\`'+*~'#@€

Franz jagt im komplett verwehrlosten Taxi quer durch Bayern
FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN TAXI QUER DURCH BAYERN

ONLINE

Arial - Regular
Zur Verwendung im Schriftverkehr für E-Mails und Word-Dokumente

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß
0123456789!„§\$%&/()=?<>.,;:-_^°|²³{[]}\`'+*~'#@€

Franz jagt im komplett verwehrlosten Taxi quer durch Bayern
FRANZ JAGT IM KOMPLETT VERWAHRLOSTEN TAXI QUER DURCH BAYERN

CORPORATE COLOR SYSTEM.

Die Farbgebung beschränkt sich primär auf die Farben des Logos und kann sekundär durch eine erweiterte Farbpalette ergänzt werden um das Corporate Design zu unterstützen.

Die Sekundärfarben (Transparenzstufen der Primären Farbgebung) werden subtil für Hintergründe, Markierungen, Akzente als auch Hintergründe und Hervorhebungen von Zitaten, Textpassagen und ähnlichem verwendet.

Primäre Farbgebung

HEX 1d1d1b
RGB 29 29 27
CMYK 0 0 0 100

HEX E20613
RGB 226 6 19
CMYK 1 100 98 0

HEX ffffff
RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0

HEX 713e1e
RGB 113 62 30
CMYK 39 72 90 45
(HOCHZEIT)

Sekundäre Farbgebung

HEX bfa279
RGB 191 162 121
CMYK 24 32 53 10

HEX 1d1d1b
RGB 29 29 27
CMYK 0 0 0 100
80 % Transparenz

HEX 713e1e
RGB 113 62 30
CMYK 39 72 90 45
80 % Transparenz
(HOCHZEIT)

CORPORATE ELEMENT POSITIONING.

Definierter Weißraum

Ausgehend von der jeweiligen Logovariante ist die Höhe des „F“ der Abstand, der jeweils links und rechts sowie einmal darüber und darunter anzusetzen ist.

Der daraus resultierende Weißraum um das Logo darf nicht unterschritten werden und gilt bei allen Logovarianten, egal ob Offline oder Online.

