

CD-Manual

Sehr geehrte Mitarbeiterinnen,
sehr geehrter Mitarbeiter,

jede erfolgreiche Firma, jedes Unternehmen hat ein einheitliches Logo und auch klar definierte Farben, sprich ein einheitliches Erscheinungsbild nach innen und außen.

Im Sinne unseres Wachstums ist es nunmehr notwendig und sinnvoll, dieses visuelle Erscheinungsbild auch schriftlich festzuhalten.

Die vorliegende Broschüre soll Hilfestellung und Anleitung zum richtigen Umgang mit dem optischen Erscheinungsbild von Geil-Druck sein.

Es ist als Hilfsmittel zu betrachten, das anhand konkreter Beispiele den Umgang mit den Gestaltungselementen zeigt.

Durch seine Anwendung ist es möglich, auch künftig ein lebendiges, selbstbewusstest und vor allem unverwechselbares Erscheinungsbild zu bewahren.

Herzlichst,



Zusammenstellung



1. Bildmarke

Das Chamäleon welches mit 4 Farben als Zunge dargestellt ist, stellt den Kern des Logos dar.

2. Wortmarke

In diesen Falle wird alles in den Hauptbegriff (Firmenname) groß geschrieben, um darauf hinzuweisen das dies der Name der Firma ist. An letzter Stelle ist ein „.de“ gesetzt worauf von den Logo aus auf die Website hingewiesen wird.

GEIL-DRUCK.de
WENN'S PROFESSIONELL SEIN SOLL



3. Logo

Aus der Bildmarke und Wortmarke ergibt sich das endgültige Logo, welches das Augenmerk der Firma darstellt.

Wiedererkennung



2. Wortidentity

Es wird groß und deutlich der Firmenname hervorgehoben, der natürlich eine große Rolle in der Wiedererkennung spielt.



1. Bildidentity

Das Logo bezweckt, dass die Firma darin wiederzuerkennen ist. Seit der Gründung stellt das Chamäleon eine Art „Maskottchen“ dar, welches auf ein „G“ gesetzt wurde um damit den Anfangsbuchstaben von der Firma klar darzustellen. Die Zunge, welche die 4 Komplementärfarben (CMYK) darstellt, bedeuten das es sich in dieser Firma um eine „Werbefirma“ handelt.

GEIL-DRUCK.de
WENN'S PROFESSIONELL SEIN SOLL

3. Logoidentity

Um guten Wiedererkennungswert zu erreichen, wurde Bildmarke und Wortmarke farblich voneinander getrennt. Somit wurde erreicht das sich die 2 Hauptteile des Logos gut einzuprägen sind. Diese Farben stellen die Identität der Firma dar.

Farben



1. Bildmarke

Für die Bildmarke wurden ausschließlich die Komplementärfarben CMYK verwendet,

- ① Chamäleon + unterer Teil der „Zunge“
CMYK: 100;0;0;0
RGB: 0;147;221
Cyan
- ② zweite Teil der „Zunge“
CMYK: 0;100;0;0
RGB: 221;19;123
Magenta
- ③ dritte Teil der „Zunge“
CMYK: 0;0;100;0
RGB: 225;245;0
Yellow
- ④ letzte Teil der „Zunge“
CMYK: 0;0;0;100
RGB: 31;26;23
Black

2. Wortmarke

Da es sich hierbei um eine Wortmarke handelt, wurde dies nicht farblich hervorgehoben, sondern in der Komplementärfarben K gehalten. Dies sorgt dafür das bei den Logo klar zu unterscheiden ist was Bildmarke und Wortmarke ist.

- ① Typographie
CMYK: 0;0;0;100
RGB: 31;26;23
Black

GEIL-DRUCK.de
WENN'S PROFESSIONELL SEIN SOLL

Logo



Größensystem

Das Logo ist das Hauptattribut auf jeder Werbefläche. Aus diesen Grund gibt es verschiedene Größenanordnung für das Logo, speziell für bestimmte Werbeartikel, welche hier aufgelistet sind.

Briefpapier - 7 cm breite
Flyer Din A5 - 6 cm breite
Flyer Din A6 - 4,5 cm breite
Visitenkarten - 2,5 cm breite

Graustufen

Das Logo in Graustufen sowie schwarz -weiß ist anwendbar in der Bürokommunikation, falls technische Gegebenheiten dies erforderlich machen.



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz [äöüåæœçà]
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
{AÖÜÅÆÇÀ} 1234567890
(@%\$&\$£®©.,;:!?-*)

Typographie

Nicht jedes Logo besitzt Typographie, aber die meisten.

Jedes Logo (welch Typographie eingebunden hat), hat sein eigenen „Style“. Das wichtigste an der Typographie ist, dass sie gut lesbar ist, und man nicht zu viel in ein Logo verwendet, ansonsten sind alle Spielereien möglich. In diesen Falle wird die Schriftart Expletus Sans verwendet.