



CD Manual

Inhalt

1. Einleitung	5
2. Das Logo	9
Elemente & Aufbau	11
Symbol Area	13
Die Farben - CMYK	15
Die Farben - Pantone	17
Die Farben - RGB	19
Die Farben - Hex	21
Die Farben - Strich	23
Raum zum Entfalten	25
Die optimale Grösse	27
Untergrund	29
Klare Verhältnisse	31
3. Typografie	33
Die Hausschrift	37



1. Einleitung

CORPORATE DESIGN

Mehr als nur ein Logo

Eine klare und strukturierte Kommunikation unterstützt den regionalen und überregionalen Dialog sowie die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit. Der Einsatz des Corporate Design ist Teil einer behutsam gewählten und wohl überlegten Gesamtstrategie des Unternehmens. Das Corporate Design positioniert **Koder Personal GmbH** eindeutig durch eine immer wiederkehrende, einheitliche und unverwechselbare Gestaltungsform gegenüber Kunden, Mitarbeitern, Geschäftspartnern und der gesamten Öffentlichkeit.

Um das optische Erscheinungsbild von **Koder Personal GmbH** konsequent zu verfolgen, steht dieses Manual als Hilfsmittel zur Verfügung. Das Corporate Design Manual enthält Richtlinien für die Verwendung der wesentlichen Kennzeichen der Marke **Koder Personal GmbH** und ist verbindlich für alle Auftritte einzusetzen.

Dieses CD Manual richtet sich an alle, die mit der Umsetzung des Corporate Designs von **Koder Personal GmbH** betraut werden.



2. Das Logo



DAS LOGO

Elemente & Aufbau

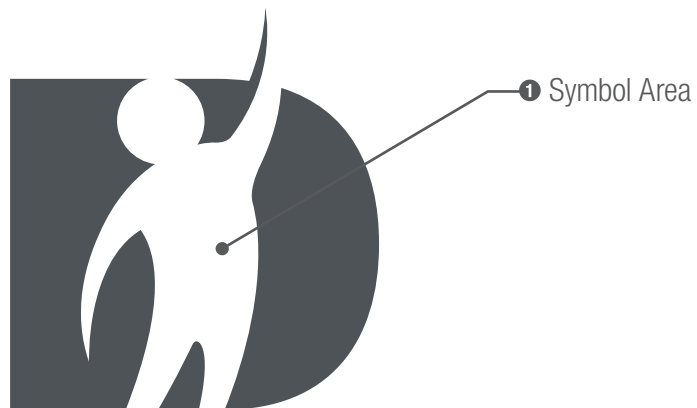
Das Logo ist die visuelle Umsetzung von **Koder Personal GmbH**, das die Wahrnehmung als authentische Marke gewährleistet und steuert. Es repräsentiert die Markenwerte und muss bei jeder Kommunikationsmassnahme in stimmigem Zusammenhang mit den Markenkomponenten verwendet werden. Kontinuität und Wiedererkennung sind die zentralen Faktoren bei der Etablierung der Marke **Koder Personal GmbH**.

Das Logo besteht aus mehreren Elementen, deren Anordnung und Verhältnisse fix definiert sind: Das visuelle Zentrum bildet das Wortbild „KODER“ (Brand Header) mit der in den Buchstaben D - negativ abgesetzten -integrierten Figur (Symbol Area). Der Claim „Arbeit & Leidenschaft“ wurde darunter platziert, mit 2 farbigen Balken bündig abschließend.



DAS LOGO Symbol

Die Symbol Area ist der visuelle Botschafter der Grundwerte von **Koder Personal GmbH**. Der zentrale Buchstabe des Markennamens wurde hierbei als Untergrund für den personifizierten „Markenbotschafter“ herangezogen.



DAS LOGO

Die Farben - CMYK

Farben in CMYK sind standardmässig für den Offset- und Digitaldruck zu verwenden, wenn der Druck mit einer Schmuckfarbe (Pantone) nicht möglich oder nicht wirtschaftlich ist.



060 / 050 / 047 / 040

055 / 000 / 100 / 000

073 / 080 / 000 / 000

INFO

Das CMYK-Farbmodell ist ein subtraktives Farbmodell, das die technische Grundlage für den modernen Vierfarbdruck bildet. Die Abkürzung CMYK steht für Cyan, Magenta, Yellow und Key als Farbtiefe durch Schwarz.

DAS LOGO

Die Farben - Pantone

Das Logo in Pantone ist für den Offset- und den Siebdruck zu verwenden.

Schmuckfarben werden vollflächig gedruckt und bringen im Vergleich zum Vierfarbdruck (Rasterung) ein leuchtenderes und satteres Farbergebnis. Vor allem für Geschäftsausstattung, Plakate, etc. ist daher auf jeden Fall die Pantone-Version vorzuziehen.



Pantone 425 C

Pantone 376 C

Pantone 266 C

INFO

Das Pantone Matching System erweitert den im herkömmlichen Vierfarbdruck erreichbaren Farbraum um Sonderfarben / Schmuckfarben. Die Verwendung des Pantone-Farbfächers ermöglicht es, unabhängig vom verwendeten Papier immer den gleichen gewünschten Farbton zu erzielen. Farben werden flächig als Volltöne gedruckt, indem die gewünschte Sonderfarbe als eigenständige Druckfarbe verwendet wird. Das Pantone Matching System hat sich als weltweiter Standard in der Design- und Druckbranche durchgesetzt.

DAS LOGO

Die Farben - RGB

Farben in RGB sind für die Bildschirmansicht (Web, TV, Email) zu verwenden.



089 / 088 / 090

134 / 188 / 037

101 / 071 / 150

INFO

Ein RGB-Farbraum ist ein additiver Farbraum, der Farbwahrnehmungen durch das additive Mischen dreier Grundfarben (Rot, Grün und Blau) nachbildet. RGB-Farbräume dienen als Grundlage zur Darstellung von Farbbildern mittels Bildwiedergabegeräten.

DAS LOGO

Die Farben - HEX

Alternativ zum RGB-Modus werden die Farbwerte fallweise im Hexadezimalsystem angegeben.
Diese Art der Notation wird häufig für Webfarben zur farblichen Gestaltung von Internetseiten verwendet.



#59585A

#86BC25

#654796

INFO

Das System der hexadezimalen Farbdefinition findet in vielen Bereichen des computergestützten Designs, sowie auch bei der Darstellung von Farben im Web seine Anwendung. Bei diesem System wird eine Farbe durch drei aufeinander folgende Hexadezimalzahlen dargestellt, die jeweils für eine Farbe des RGB-Farbraums stehen. Üblich ist die hexadezimale Farbdefinition in sechsstelliger Form nach dem Schema: #RRGGBB. Die drei zweistelligen Hexadezimalzahlen geben den Anteil der jeweiligen Farbe an der Mischung an.

DAS LOGO

Die Farben - Strich

Das Logo in der Strichvariante wird im Offset- und Siebdruck verwendet, wenn das Logo nur einfarbig sein soll. Es dient z.B. für die Fax-Anwendung oder zur Erstellung von Stempeln, Prägungen, Gravuren, etc.

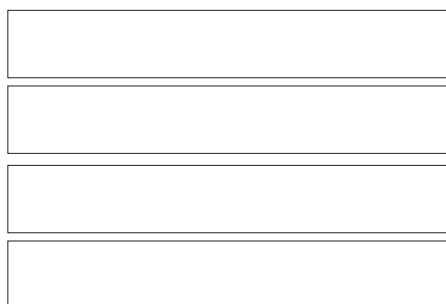


Pantone Black

CMYK: 000 / 000 / 000 / 100

RGB: 000 / 000 / 000

Hex: #000000



Pantone White

CMYK: 000 / 000 / 000 / 000

RGB: 255 / 255 / 255

Hex: #FFFFFF



DAS LOGO

Raum zum Entfalten

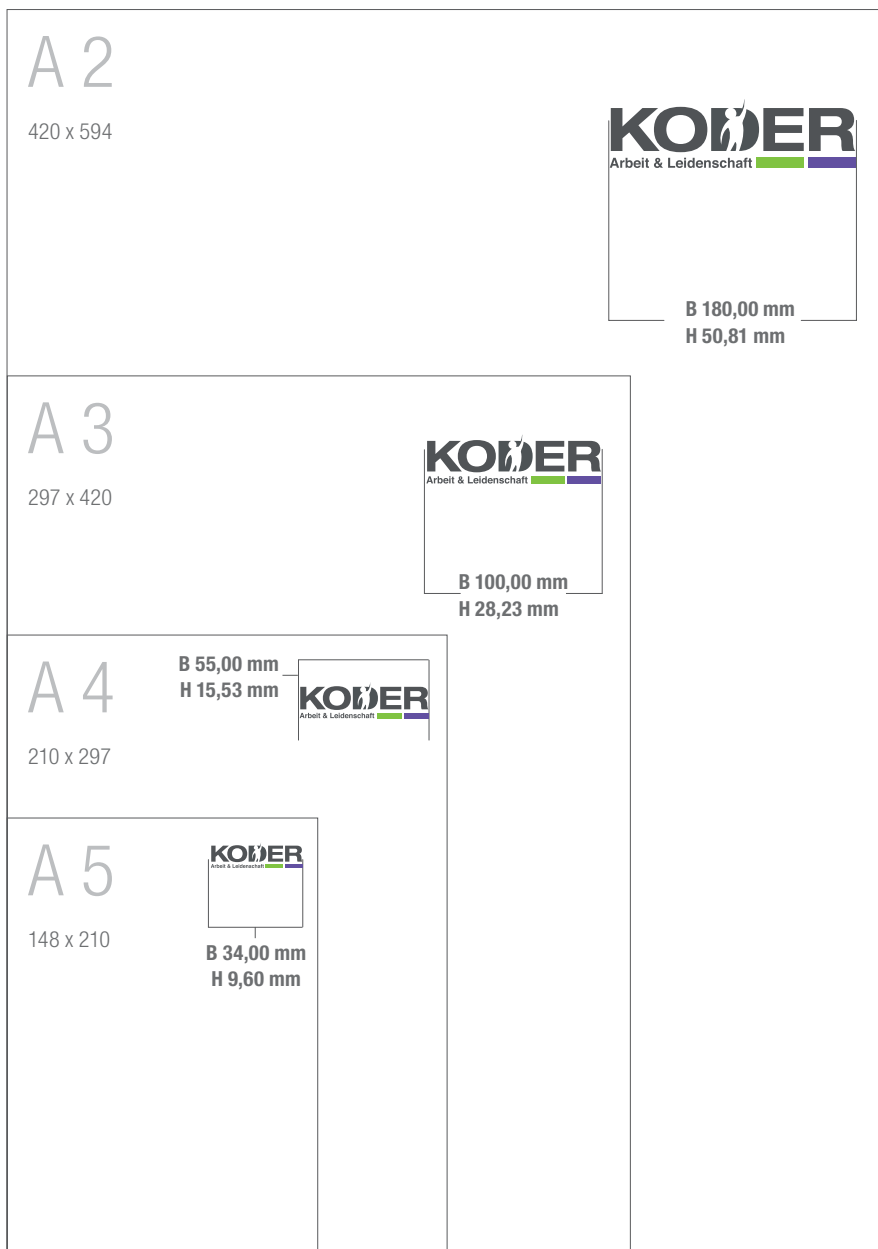
Das Logo ist das Kernstück der Markenidentität, ein Ausdruck der Persönlichkeit, der Tonalität und der grundlegenden Werte. Als einer der Grundbausteine der Marke muss das **Koder Personal GmbH** Logo durch angemessene Anwendung geschützt werden. Daher sollte ein minimaler Umraum geschaffen werden, der frei von Text, Bildern, Symbolen, Logos, und anderen grafischen Elementen gehalten werden muss.

Der minimale Umraum soll nach eigenem Ermessen gewählt werden. Dabei darf das Logo auf keinen Fall zu sehr beschnitten werden.



DAS LOGO

Die optimale Grösse



KLEINSTE DARSTELLUNG DES LOGOS

Als Regel gilt, dass nach Berücksichtigung der Drucktechnik und dem zu erwartenden Druckergebnis, eine Darstellungsgröße des Logos von 30 mm Breite als Grenze zu sehen ist. Insbesondere für die Abbildung in Tageszeitungen sowie auf ungestrichenen Papieren ist selbst diese Darstellungsgrenze zu klein. Für die Bildschirmdarstellung gilt eine minimale Breite von 100 px.



DAS LOGO Untergrund

Das Logo der Marke **Koder Personal GmbH** steht auf weißem (in seltenen Fällen auf sehr hellem, ruhigem) Untergrund. Die Positionierung in weißer, klar ausgestalteter Fläche und das ausbalancierte Verhältnis der weißen Fläche zu Bildern, Farbflächen oder Textfeldern bringen den Markencharakter von **Koder Personal GmbH** am besten zum Ausdruck.



DAS LOGO Klare Verhältnisse

Das Verhältnis der einzelnen Elemente zueinander ist fix definiert und darf in keiner Weise verändert werden. Ebenso sind beim Claim Verhältnis und Schreibweise festgelegt und gelten als fixer Bestandteil des Markenauftrittes.





3. Typografie

TYPOGRAFIE

Die Hausschrift

Die **Koder Personal GmbH** verwendet überall dort, wo es technisch möglich ist, die Helvetica Neue als Hausschrift. Die Vielfalt der Schriftstärken der Schriftfamilie gibt Gestaltungsfreiraum und spiegelt die Identität der Marke **Koder Personal GmbH** wider.

Die Helvetica Neue eignet sich gut für Broschüren, Folder, Flyer, Plakate, Transparente, Schilder ... kurz und gut: für alles Druckbare. Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Anwendungsbeispiele.

Die Schrift für Texte im Internetauftritt (als generisch dargestellte Schrift) ist die Helvetica. Der elektronische Auftritt in E-Mails soll in jedem Fall in einer serifenlosen Schrift erfolgen. Bestmöglich in der Helvetica, als nächste Option in der Arial.

INFO

Schriften, die auf Computerarbeitsplätzen, auf Bildschirmen und in Ausdrucken verwendet werden sind rechtlich gesehen Programme. Als Programme/Software bleiben Schriften geistiges Eigentum ihrer Erzeuger. Dem Käufer wird bei Kauf einer Schrift ein Nutzungsrecht eingeräumt. Diese Nutzungsrechte sind nicht übertragbar, d.h. Nutzungsrechte werden auf unbestimmte Zeit für eine bestimmte und begrenzte Zahl an Computerarbeitsplätzen eingeräumt. Schriften dürfen wie Programme nicht einfach kopiert und weitergegeben werden.

TYPOGRAFIE

Die Hausschrift

HEADLINE = Helvetica Neue Bold - Größe nach eigenem Ermessen

abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890
[äöußåøæœáâãäåçéêëèíîïñóôöòõšúùýÿž]
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
[ÄÖÜßÅØÆŒÁÂÃÄÅÇÉÊËÈÍÎÏÑÓÔÖÒÕŠÚÙÝŸŽ]

SUBLINE = Helvetica Neue Bold - Größe 70% von der Headline

abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890
[äöußåøæœáâãäåçéêëèíîïñóôöòõšúùýÿž]
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
[ÄÖÜßÅØÆŒÁÂÃÄÅÇÉÊËÈÍÎÏÑÓÔÖÒÕŠÚÙÝŸŽ]

FLIESSTEXT = Helvetica Neue Regular - Größe 70% von der Subline

abcdefghijklmnopqrstuvwxy 1234567890
[äöußåøæœáâãäåçéêëèíîïñóôöòõšúùýÿž]
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ
[ÄÖÜßÅØÆŒÁÂÃÄÅÇÉÊËÈÍÎÏÑÓÔÖÒÕŠÚÙÝŸŽ]

TYPOGRAFIE

veranschaulicht

Ich bin eine klassische Headline

Ga. Id quo quam, occum, odi bearum quo bla volut aceri bea aut eos doloren ihillit verum ipsa ea dolum excerferis mod quo voloribea pra doluptaes iliciat acepeli squiat experferi dolessin nis dolorit volore reribus dolo omnisimus quiam voluptiis a none mi, ipitinv enducius conse volenec tatur?

Erumquati beatem aliaeprae voluptatur, que post, ut rectum auta se corem quiat voluptatur, ut volut fugia sum cuptatibus, se aut incil ius moluptas dis re aut re nisquodit liquam exerisim fuga. Ibus, sit recturepro tem eatius ea vel in re nim quodi re dolorum ullatius maionsequi ommolup tiatus reribus dolo omnisimus quiam cupidelia quiaepr ecaerrunt acias quodigenis unte latem exces et ute dollesente volestem fuga. Ceperum aliaepro optaspi deriosa mentus eum volenihiciam exped qui seceatem cor audi quibus, et int volupta vit et ommolest, ipsapel lectotatiam, sam faccusa ntotature, od mint voluptatem et odipsante vit, tem et rereseruptas recatem exceat porrum autaquid que nobistis dolum ea debis dolore eum debis res sitam inctur re vendaere dolorep elliati onecto tem et prae consent.

Seque volor reped quam veribusdae eatatem quam fugit lam eiust ut hilloreri voles voluptatur, con nonsequia sus, utae et, quibuscil ipsam quaerferio totae num hario. Ut experum sim ut quam derorum volor aut aliquaecto venihil luptati bustin eos iume sam ene nobitam, offic tem et quia assi con pore et es et hillanti nobitiu stature nonesto magnihillam qui occum ipsuntibus dolorendi dolorit que plaut pora vent duscima iorerferro eossum sinullo rectis dis eossit, aborumquam, cuscias aut vel molorem hillo quamusciis iuntiunt ea estiis vendipsam que rem expe cust, ventio debitiis, que eatectur alia vendio vellabor sequatur, tem et est, commodi de sum fugiatur, cullitaes nient laccaest mi consequat.



BRANDWORKSTUDIOS

Europaplatz 3, 9220 Velden
AUSTRIA