

**CORPORATE-DESIGN-KONZEPT**

**FÜR**

**JUNE RANDALL DRESSMAKER**

**VERSION 1.0**

# INHALT

Allgemein

Logo

Claim

Farben

Typographie

Sekundäre Stilelemente

Ordnungsprinzip

## ALLGEMEIN

June Wiggins ist professionelle Schneiderin in England (Hemel Hempstead, nahe London) mit jahrzehntelanger Erfahrung. Ihr Leistungsspektrum umfasst das Nähen und Abändern von Kleidungsstücken jeder Art, inkl. Brautkleider, und das Arbeiten mit Stoff im Allgemeinen (zB Stoffbezüge für Polstermöbel, Vorhänge, Kissen usw.). Die Kernzielgruppe sind Frauen jeden Alters, die Wert auf individuelle Produkte legen. Die erweiterte Zielgruppe sind deren Ehemänner, weitere Familienmitglieder und Freunde. Die Kundschaft ist hauptsächlich rund um Hemel Hempstead angesiedelt, kann jedoch, vor allem in Hinblick auf Geschenkartikel aus Stoff, auch international sein. Unter dem Synonym „June Randall Dressmaker“ hebt June Wiggins ihr Geschäftsmodell auf ein professionelles Level um Umsätze anzukurbeln. Das Corporate Design soll für Top-Qualität, Handarbeit, „die gute alte Zeit“, verlässlichen Service, Eleganz und individuelle Produkte, die man nicht von der Stange kaufen kann, stehen.

Die Vermarktung erfolgt hauptsächlich durch persönliche Kontakte, Auflegen von Visitenkarten im lokalen Standesamt und Weiterempfehlung durch Bestandskunden.

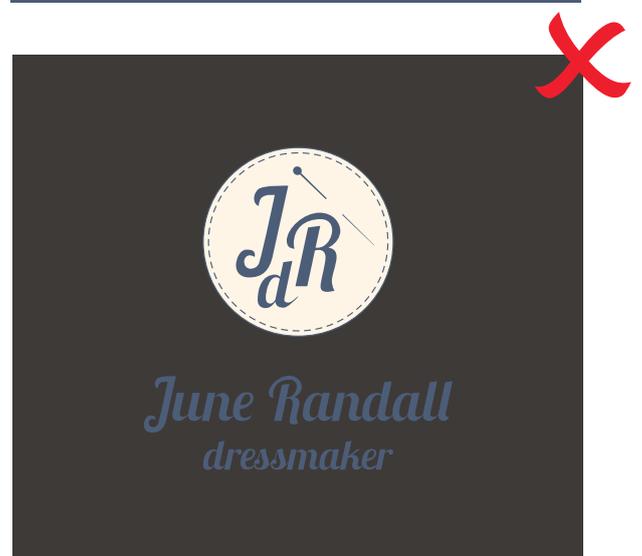
Für Drucksachen sollen generell Naturpapiere (zB Recyclingpapier oder Büttenpapier) zum Einsatz kommen, da sie Handarbeit, Eleganz und Ruhe perfekt transportieren.

## LOGO

Im Logo sind die Initialen von June Randall Dressmaker in einen genähten Kreis eingebaut, der durch die Stecknadel an einen Schneider erinnert. Anzumerken ist, dass die Stecknadel leicht oberhalb der ersten Initiative beginnt, sodass dies im Lesefluss als erstes Element wahrgenommen wird. Dadurch erkennt der Betrachter sofort, dass es sich um einen Schneider handelt. Die Wiederholung „dressmaker“ am Ende des Logoschriftzugs verdeutlicht dies ein weiteres Mal. Zusätzlich erinnert der gestickte Kreis an eine Art Qualitätssiegel.

Die Logoschrift ist Lobster 1.3 mit einem leicht nach innen verschobenen Pfad. Darüber hinaus wurden die J- und R-Majuskeln, die e- und r-Minuskeln und das Kerning manuell optimiert.





Das Logo muss in anthrazit auf creme (positiv) oder creme auf anthrazit (negativ) dargestellt werden. Eine Platzierung auf rein-schwarzem oder rein-weißem Hintergrund ist zu vermeiden. Ein farbiges Logo ist ebenfalls nicht erlaubt.



*Alterations for your perfect fit.*



*Alterations for your perfect fit.*

Der Claim „Alterations for your perfect fit.“ wird mit einem Punkt beendet, um die Aussage des Claims zu verstärken und sowohl Ruhe als auch Bestimmtheit hineinzubringen. Der Claim wird bewusst in der Logoschrift Lobster 1.3 dargestellt, um eine optische Verbindung zwischen Claim und Logo herzustellen.

*Alterations for your perfect fit.*



*Alterations for your perfect fit.*



*Alterations for your perfect fit.*



*Alterations for your perfect fit.*



Der Claim muss in anthrazit auf creme (positiv) oder creme auf anthrazit (negativ) dargestellt werden. Eine Platzierung auf rein-schwarzem oder rein-weißem Hintergrund sowie die Darstellung des Claims auf farbigen Hintergründen ist auszuschließen.



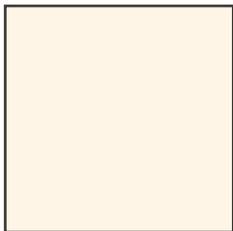
Der Claim darf niemals zu nahe zum Logo platziert werden, sondern in entgegengesetzter Richtung. Beispiel: Logo oben mittig, Claim unten mittig. Claim und Logoschrift müssen stets in gleicher Farbe und - sofern möglich - auf gleichem Hintergrund platziert werden. Darüber hinaus muss der Claim gleich breit sein wie das Logo um die optische Verbindung zu untermauern.

# FARBEN - PRINT

Dumpfe Farben transportieren Eleganz und Ruhe. Die Farben sollen nicht „schreien“, der Kunde und die Dienstleistung von June Randall Dressmaker stehen im Vordergrund. Deshalb werden ein dumpfes Vintage-Himbeerpink und ein zurückhaltendes Dunkelblau-Anthrazit („wet asphalt“) verwendet. Vintage-Himbeerpink erinnert zudem an die „gute alte Zeit“ und spricht hauptsächlich Frauen an, die Zielgruppe besteht zum Großteil aus Frauen. Das Wet Asphalt Blau generiert einen harmonischen Kontrast, öffnet die Türen für männliche Kundschaft und steht für eine dezente Eleganz. Außerdem steht blau für Vertrauen und stärkt somit die Identity von June Randall Dressmaker. Denn vor allem bei individuell angefertigten Kleidungsstücken spielt Vertrauen eine große Rolle. Schwarz und weiß kommen generell nicht zum Einsatz, sondern creme und dunkelanthrazit, um das Gesamtbild harmonisch abzurunden.

## CREME

HAUPTFARBE



CMYK: 0 4 9 0

NEBENFARBE



CMYK: 0 4 9 15

## ANTHRAZIT

HAUPTFARBE



CMYK: 0 4 9 90

NEBENFARBE

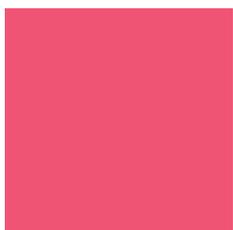


CMYK: 0 4 9 80

Logo, Claim, Kontakt, Firmenbeschreibung ...

## VINTAGE RASPBERRY PINK

HAUPTFARBE



CMYK: 0 82 37 0

NEBENFARBE



CMYK: 0 82 37 18

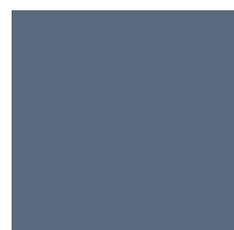
## WET ASPHALT

HAUPTFARBE



CMYK: 43 26 0 56

NEBENFARBE



CMYK: 43 26 0 46

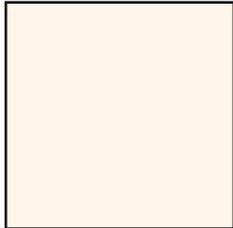
Leistungen, Produkte ...

Preise, Kundenfeedbacks ...

# FARBEN - DIGITAL

## CREME

HAUPTFARBE



RGB: 255 245 232  
HTML: #FFF5E8

NEBENFARBE

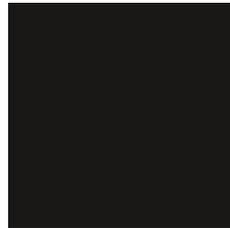


RGB: 229 220 209  
HTML: #E5DCD1

Logo, Claim, Kontakt, Firmenbeschreibung ...

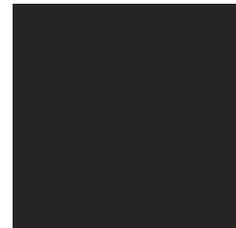
## ANTHRAZIT

HAUPTFARBE



RGB: 25 24 23  
HTML: #191817

NEBENFARBE



RGB: 38 37 35  
HTML: #262523

## VINTAGE RASPBERRY PINK

HAUPTFARBE



RGB: 204 78 129  
HTML: #CC4E81

NEBENFARBE



RGB: 217 82 137  
HTML: #D95289

Leistungen, Produkte ...

## WET ASPHALT

HAUPTFARBE



RGB: 63 82 111  
HTML: #3F526F

NEBENFARBE



RGB: 71 92 125  
HTML: #475C7D

Preise, Kundenfeedbacks ...

Achtung: Farbcodes für Digital und Print müssen unbedingt eingehalten werden, denn die Schattierungen der Nebenfärben zu den Hauptfärben sind entsprechend unterschiedlich!

# TYPOGRAPHIE SCHRIFTENSHEMA PRINT

SEMANTIK	TYPOGRAPHIE	SCHRIFT	FARBE	GR. PT	ZA PT	SATZ	SLBTRG.
Fließtext	Antiqua regular	Josefin Slab Regular	anthrazit 0-0-0-90	13	16,5	Blocksatz	ohne
Header 1	Antiqua bold	Josefin Slab Bold, Majuskeln, Spez. +10	anthrazit 0-0-0-90	20	23	linksb.	ohne
Header 2	Antiqua regular	Josefin Slab Reg., Majuskeln, Spez. +10	anthrazit 0-0-0-90	15	18,5	linksb.	ohne
laute Auszeichnung	Antiqua bold	Josefin Slab Bold	anthrazit 0-0-0-90	13	16,5	Blocksatz	ohne
leise Auszeichnung	Antiqua semi-bold	Josefin Slab SemiBold	anthrazit 0-0-0-90	13	16,5	Blocksatz	ohne
Konsultationstext	Antiqua regular	Josefin Slab Regular	anthrazit 0-0-0-90	11	13,5	Blocksatz	ohne
Zitate « xxx »	Antiqua semi-bold	Josefin Slab SemiBold	anthrazit 0-0-0-90	13	16,5	Blocksatz	ohne
Rubrikittel (zB Broschüre)		Lobster 1.3	Rubrikfarbe			gleich groß wie „June Randall“ in Logo	

Zwischen Headern bzw. Header und Fließtext muss eine Leerzeile eingefügt werden, um dem Text genügend Raum zum Atmen zu geben.

Josefin Slab verwendet Tabellenziffern. Josefin Slab unterstützt das GBP-Zeichen, allerdings kein EUR-Zeichen. Sollte ein EUR-Zeichen benötigt werden, kann dafür die Schriftart Josefin Sans verwendet werden, die ein EUR-Zeichen unterstützt.

Französische Anführungszeichen für Zitate: Guillemets mit den Pfeilen nach außen (üblich in romanisch-sprachigen Ländern) und Leerräumen zwischen Text und Guillemets. Dies vermittelt einen romantischen Charme. Tastenkombination auf Mac: Alt+Q (+Umschalttaste)

Da keine otf-Version der Josefin Slab verfügbar ist, wird eine ttf-Version dieser Schrift für Print als auch Web verwendet.

Da es kaum Printprodukte gibt (nur Visitenkarte und evtl. Briefpapier), ist eine Umwandlung in Pfade der Schrift für den Druck vertretbar. Für die Website wird Josefin Slab als Wix-Font verwendet, um die Website SEO-fit zu machen.

Für das Logo wird die Schrift Lobster 1.3 mit einem leicht nach innen verschobenen Pfad verwendet. Darüber hinaus wurden die J- und R-Majuskeln, sowie die e- und r-Minuskeln und das Kerning manuell optimiert.

Auch für den Claim wird Lobster 1.3 verwendet, mit einem leicht optimierten Kerning.

Schriftenhersteller Lobster 1.3: Impallari Type

Schriftformat: OpenType

Schriftschnitte: nur 1 S

Schriftenhersteller Josefin Slab: Typemade

Schriftformat: TrueType

Schriftschnitte: regular, italic, bold, semi-bold, bold italic, semi-bold italic, light, light italic, thin, thin italic

## TYPOGRAPHIE MUSTERTEXT PRINT

Hier ein Mustertext über die ganze Seite.....Olo blam volupta que omnis ipsum que esciandae dit, cus reiunt magnam suntus mi, et liquamentum, quam, omnienit entus. Equis el exereni hicipsapidem voluptit mossi sed mos ate oditata spellabor aut laut hilicid quatemo luptaque is repediÖ rerecae providelibus es dollaut facea alignih icilignimus rae landa a dolore, eos et res as aut aut moles accabo. Re labor ad undam quat quiatquae num verferr ovidisquam, ima natin enimi, omnissunt, simil ium sam,

## I AM A BIG HEADER AND I LOOK GREAT

sed quam, officitem faci restiis inveliquam facculp arunt, quas maio bereptas dempore idunt occulpa pori num quo ilit venemporiat estempo rectem. Namus. Nos idem volum exeritatus dio offic tem. Res ilit ea volut vent quia cum doloresseque vendebition recat omnimi, ut lam, ipsum id quam voluptat volupta tquati bereptas et ipsam que cora ipsam ut rem raepre et etur mi, venisti ossunt quiaae. Tur aut voluptati unt accum ut eum quibus, omni nullamus derum earume niam dolum aut occum escipidus recus voluptur, odis eveless imollorat quid mos maio. Ihitation conet vel minulla uditaquia quid exped ut ea doluptatur accae non explaut aut anda et quiaess equuÖnt rem suntur remporu ntiusciis digenda ndanden istibusande conem quas exped quo quas eatibero occus doluptatur, consequas doluptat que non conserios imaximustium libusam sequi conet acerci acesent millesto ex est optas autatur ad ex ea dignihicium eum fugiti dolest, quosanimus magnam consequae pa dolorep rerchil moloratur, sent.

Que coriatius, offic toreped quo ium vit, tem etur, ape quam, qui del molupta tionse 1234567890 ? ! ( ) = . : , ; - \_ @ \$ € £ dolut am eum assim explabo. Con excearume niet, quatiam derum aut post quam eiciisquam, ea nient, corum acium que plabo. Solum lab ides enis et assit, officit optas eribus voluptati quae. Ut enia dolupti dolupta spediti orerspe **laute Auszeichnung** que niendis as ressenia dis aute sae. Sed modi beatur repudipiet ilicaepre intur? Mendit, sam, tore voluptatur adigni cusdae. Ximende nonsedi sam fuga. **leise Auszeichnung** evene alicipist rernam magnat voluptas magnam volorita qui apiet untur? Moluptam, volectem « **I have known June for more than 30 years, she is great.** »

## I AM A SMALL HEADER AND I LOOK GREAT

reperspisque dolupta tiorum remporum antempos volorem fugit, voluptat et quate rere nobis mi, inctus explitatem. Nem dipsandus vel ent quam enda Bor ratur, cone dem. Nem eatiunda pratuscim exceribus. Natet por aut eos sectem est, sed quatem ut voles maximus eos quia nit labo. Bitatectusci sundiora vendus dest, quam

estemquid et ulparupti untiae occaturem erum re volupta erciur sed quunt eum fugitatis sandips umendae esecerum quas delit labpprer atempnam fugita dolorum incillendit, nullupt atincip icienectio. Apis ex eosapit pel in clllÖa dolorepudae vellam, aut el et ut officitur?

## TYPOGRAPHIE SCHRIFTENSHEMA DIGITAL

SEMANTIK	TYPOGRAPHIE	SCHRIFT	FARBE	GR.	PT	ZA	PT	SATZ	SLBTRG.
Fließtext	Antiqua regular	Josefin Slab Regular	anthrazit #191817	20		WIX def.	Blocksatz	ohne	
Header 1	Antiqua bold	J.S. Bold, Majuskeln, WIX-Spaz. +0,05	anthrazit #191817	36		WIX +0,8	lilinksb.	ohne	
Header 2	Antiqua regular	J.S. Regular, Majuskeln, WIX-Spaz. +0,05	anthrazit #191817	30		WIX def.	linksb.	ohne	
laute Auszeichnung	Antiqua bold	Josefin Slab Bold	anthrazit #191817	20		WIX def.	Blocksatz	ohne	
leise Auszeichnung	Antiqua italic	Josefin Slab Italic	anthrazit #191817	20		WIX def.	Blocksatz	ohne	
Konsultationstext	Antiqua regular	Josefin Slab Regular	anthrazit #191817	15		WIX def.	Blocksatz	ohne	
Zitate « xxx »	Antiqua italic	Josefin Slab Italic	anthrazit #191817	20		WIX def.	Blocksatz	ohne	
Verlinkungen	Antiqua regular	J.S. Regular, unterstrichen	d.-braun #262523	20		WIX def.	Blocksatz	ohne	

Zwischen Headern bzw. Header und Fließtext muss eine Leerzeile eingefügt werden, um dem Text genügend Raum zum Atmen zu geben.

Josefin Slab verwendet Tabellenziffern.

Josefin Slab unterstützt das GBP-Zeichen, allerdings kein EUR-Zeichen. Sollte ein EUR-Zeichen auf der Website benötigt werden, kann dafür die Schriftart Kelly Slab (WIX) verwendet werden, die ein EUR-Zeichen unterstützt (ansonsten Josefin Sans).

Französische Anführungszeichen für Zitate: Guillemets mit den Pfeilen nach außen (üblich in romanisch-sprachigen Ländern) und Leerräumen zwischen Text und Guillemets. Dies vermittelt einen romantischen Charme. Tastenkombination auf Mac: Alt+Q (+Umschalttaste)

Für die Website wird Josefin Slab als Wix-Font verwendet, um die Website SEO-fit zu machen.

Schriftenhersteller Josefin Slab: Typemade

Schriftformat: TrueType

Schriftschnitte: regular, italic, bold, semi-bold, bold italic, semi-bold italic, light, light italic, thin, thin italic

# TYPOGRAPHIE MUSTERTEXT DIGITAL

## I AM A BIG HEADER AND I LOOK GREAT

sed quam, officitem faci restiis inveliquam facculp arunt, quas maio bereptas dempore idunt occulpa porum quo ilit venemporiat estempo rectem. Namus. Nos idem volum exeritatus dio offic tem. Res ilit ea volut vent quia cum [link-internal](#) vendebition recat omnimi, ut lam, ipsum id quam voluptat volupta tquati bereptas et ipsam que cora ipsam ut rem raepra et etur mi, venisti ossunt quiae. Tur aut voluptati unt accum ut eum quibus, omni nullamus derum earume niam dolum aut occum escipidus recus voluptur, odis eveless [website address](#) mollorat quid mos maio. Ihitation copet vel minulla uditaquia quid exped ut ea doluptatur accae non explaut aut anda et quiaess equilllÖnt rem suntur remporu ntiusciis digenda ndanden istibusande conem quas exped quo quas eatibero occus doluptatur, consequas doluptat que non conserios imaximustium libusam sequi conet acerci acesent millesto ex est optas autatur ad ex ea dignihicium eum fugiti dolest, quosanimus magnam consequa dolorep rerschil moloratur, sent.

## I AM A SMALL HEADER AND I LOOK GREAT

Que coriatus, offic toreped quo ium vit, tem etur, ape quam, qui del molupta tionse 1234567890 ? ! ( ) = . : , ; - \_ @ \$ % & £ € dolut am eum assim explabo. Con excearume niet, quatiam derum aut post quam eiciisquam, ea nient, corum acium que plabo. Solum lab ides enis et assit, officit optas eribus voluptati quae. Ut enia dolupti dolupta spediti orerspe **laute Auszeichnung** que niendis as ressenia dis aute sae. Sed modi beatur repudipiet ilicaepra intur? Mendit, weblink internal sam, tore voluptatur adigni cusdae. Ximende nonsedi sam fuga. « *leise Auszeichnung* » evene alicipist rernam magnat voluptas magnam volorita qui apiet untur? Moluptam, volectem

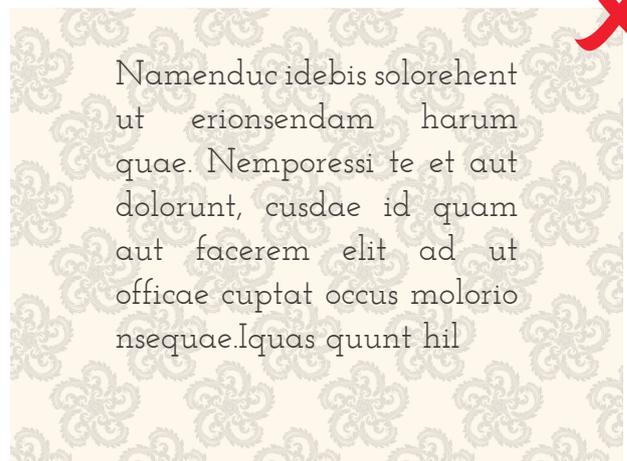
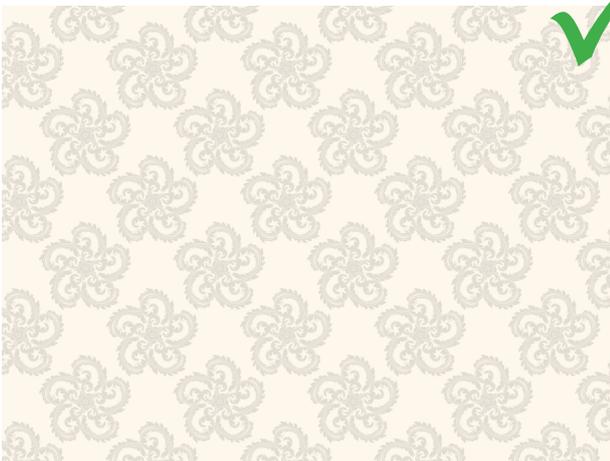
estemquid et ulparupti untiae occaturem erum re volupta erciur sed quunt eum fugitatis sandips umendae esecerum quas delit labpprer atempnam fugita dolorum incillendit, nullupt atincip icienectio. Apis ex eosapit pel in elllÖa dolorepudae vellam, aut el et ut officitur? Ehendis nonsequia

## SEKUNDÄRE STILELEMENTE (SSE)

Als sekundäres Stilelement dient eine Anordnung von blumenartigen, runden Vektormustern, die in einer Nebenfarbe auf der zugehörigen Hauptfarbe platziert werden (keine Verwendung des Symbols alleine!). Dieses Muster erinnert an eine Tapete in einem klassischen englischen Haus und vermittelt ein Vintage-Feeling, Eleganz und Romantik.



Das SSE darf nicht von Text überdruckt werden, sondern muss alleine für sich wirken.



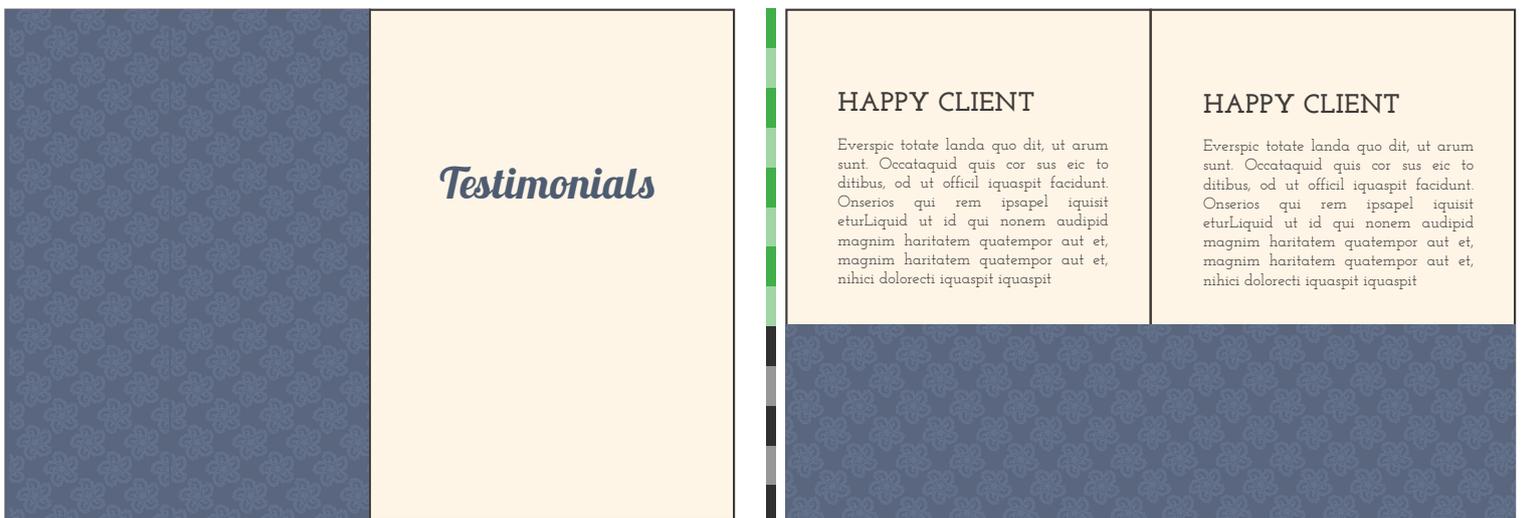
Es ist darauf zu achten, dass sich das SSE dezent wiederholt. Die Farbe des SSEs muss der Farbe der entsprechenden Thematik bzw. der Überschriftenfarbe entsprechen.

Das SSE wird entweder vollflächig oder aber im „goldenen Schnitt“ entsprechend der Längsseite des Formats platziert. Der „goldene Schnitt“ bezeichnet ein Größenverhältnis von 5:8. Beispiel Visitenkarte: 5/13 der Visitenkartelänge (85 mm) sind vom SSE bedeckt, 8/13 sind vom SSE unbedeckt. Beispiel Broschüre Hochformat: 5/13 der Seite sind vom SSE bedeckt, 8/13 sind vom SSE unbedeckt.

Beispiel Visitenkarte:



Beispiel Broschüre:



# ORDNUNGSPRINZIP

## GRÖSSE UND PLATZIERUNG EINZELNER STILELEMENTE

Schutzzone des Logos:



Schutzzone des Claims:



Logo und Claim sind, sofern möglich, immer vertikal mittig zu platzieren. Außerdem dürfen sie nicht unmittelbar zusammen platziert werden, sondern „entgegengesetzt“.

Logobreite auf A4 Hochformat:  $\frac{1}{4}$  der Seitenbreite (ohne Schutzzone) = 52,5 mm

Generell soll die Logobreite  $\frac{1}{4}$  der Seitenbreite entsprechen. Bei abweichenden Formaten können Sie sich analog dieses Verhältnisses orientieren.

Mindestgröße des Logos: 20 mm Breite (ohne Schutzzone)

Mindestgröße des Claims: 30 mm Breite (ohne Schutzzone)

**Achtung: Slogan und Claim müssen, sofern auf der selben Seite platziert, eine identische Breite aufweisen!**



Größe und Platzierung des Logos in digitalen Medien: Das Größenverhältnis ist - wo möglich - an die oben erwähnten Print-Regeln anzupassen, wobei eine gute Lesbarkeit gewährleistet sein muss.

Das SSE wird entweder vollflächig oder aber im „goldenen Schnitt“ entsprechend der Längsseite des Formats platziert (wie auf S. 15 beschrieben).

Das Symbol im SSE soll grundsätzlich in einer angemessenen Größe platziert werden, sodass es harmonisch mit dem Logo und dem restlichen Content aussieht. Innerhalb eines Designproduktes muss die Größe der Symbole im SSE jedoch identisch sein! Beispiel: Das Symbol im SSE darf auf Seite 2 einer Broschüre nicht größer oder kleiner sein als auf Seite 4 einer Broschüre!

Dieses Ordnungsprinzip ist anwendbar auf sämtliche Flächengestaltungen (zB Bürodruksorten, Broschüren, Leitsysteme, Powerpoint-Folien, Fahrzeugbeschriftungen usw.).