

# **CORPORATE DESIGN FÜR BAD UND HEIZUNG INSTALLATIONS-GMBH**

**VERSION 1**

DATUM: 27.8.2018

# INHALT

Einführung 3

Logo 4

Schutzzone und Mindestgrößen 5

DO's und DONT's 6

Farben 7

Typographie 8

Schriften 8

Semantik: Einsatz der Schriften 9

Mustertext 11

Sekundäre Stilelemente 14

Ordnungsprinzip 17

Einsatz von Fotos 19

# EINFÜHRUNG

Die BAD UND HEIZUNG Installations GmbH aus Innsbruck bietet professionelle Komplettlösungen für Bäder/Sanitär und Heizungen/Wärmesysteme. Dabei gibt es vom Abfluss bis zum Quietsche-Entchen alles aus einer Hand. Typische Anfragen sind Badsanierung/-umbau, Reparatur von Boiler, Rohrbruch, tropfender Wasserhahn, Gasthermen-/Heizgeräteaustausch. Bodenständige, ehrliche Handschlag-Qualität und der Fokus auf Tirol bzw. Österreich (Materialien kommen aus Tirol/Österreich/Europa, keine billige „China-Ware“) liegen dem Inhaber Paul Plattner dabei besonders am Herzen.

Der typische Kunde findet sich im Mittelstand, kein Luxus-Klientel, kein Low-Budget-Klientel. Die Zielgruppe ist 50/50 männlich/weiblich, ab 30 Jahre alt (Kernzielgruppe ca. 30 bis 50 Jahre) und ist bereit für Spitzen-Qualität einen fairen Preis zu bezahlen, der nicht übersteuert, sondern leistbar ist.

Seit 12 Jahren am Markt, waren die größten Einnahmen bislang im Innsbrucker Wohnungsbau, bei Hausverwaltungen und im Reparaturservice zu lukrieren. Paul Plattner und sein Team wollen sich breiter aufstellen, einen neuen, frischen Wind nach innen und außen hin sichtbar machen und etwas polarisieren bzw. markanter erscheinen („3/4 Geschäftsmann + 1/4 verrückt“). Ziel ist es, bestehende Kunden zu halten und neue Kunden (Häuslbauer!) dazuzugewinnen. Dabei soll die Gesamtberatung und der Ansatz der Komplettlösung („alles aus 1 Hand“) stärker - und vor allem an Häuslbauer - kommuniziert werden.

Annemarie Zobernig von „Duftklang“ erarbeitete mit Paul Plattner die richtungsweisende Kernbotschaft „baden - heizen - wohlfühlen“. Diese Kernbotschaft soll mit dem neuen Corporate Design an die Zielgruppe transportiert werden.

## LOGO

Das Logo vereint den Schriftzug „BUH Bad und Heizung“ mit einem Symbol, das eine Wasserwelle und eine Hitzewelle darstellt. Die beiden Wellen sind nicht verbunden, da es sich um zwei unterschiedliche Themenbereiche handelt. Dies ermöglicht einen separaten Einsatz beider Wellen in weiterer Folge.

# BUH

## Bad und Heizung



# BUH

## Bad und Heizung

Hauptlogo (*oben*) und Alternativ-Logo (*unten*), jeweils in 4c (4 colour)

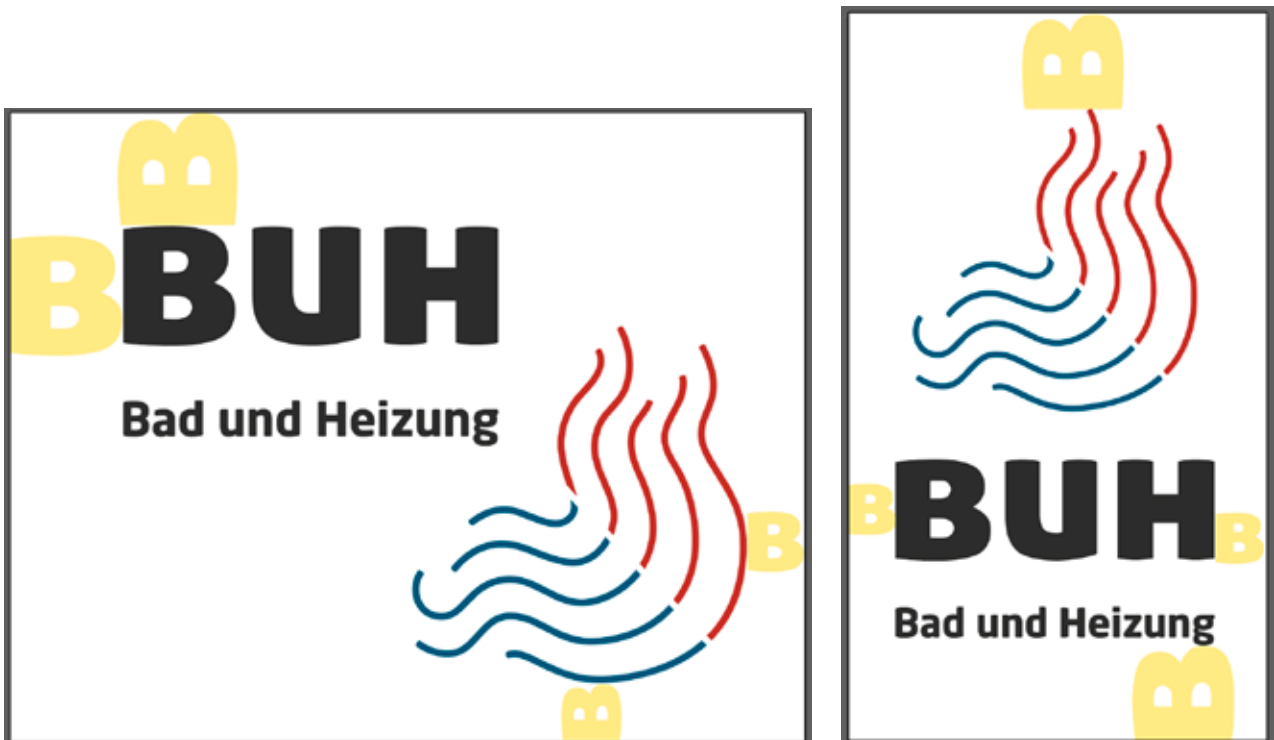
Schriftarten: Aller Display für „BUH“ (alle Buchstaben manuell verbreitert)  
Neo Sans Pro Bold für „Bad und Heizung“ (manuell optimierte Laufweite)  
Textfarbe: 95 % schwarz (Druck) bzw. #2d2d2d (HEX-Code für den digitalen Einsatz)

Die Linienenden beider Wellen wurden manuell abgerundet um eine einheitliche Optik mit den Enden der Schrift Aller Display in „BUH“ herzustellen.

(Logos werden in Vektor- und Pixelformat in 4c, 1c weiß und 1c schwarz an den Kunden mitgeliefert.)

## SCHUTZZONE UND MINDESTGRÖSSEN

Die minimale Schutzzone des Logos entspricht 100% bzw. 50% der Breite der B-Majuskel von „BUH“:



Das Logo ist immer so groß zu platzieren, dass die Breite des „BUH“-Schriftzuges  $\frac{1}{7}$  der Seitenbreite der zu gestaltenden Fläche einnimmt. Bei einer Hochformat-Seite A4 entspricht dies 30 mm für „BUH“.

Der Randabstand auf allen Seiten der zu gestaltenden Fläche soll der Breite der B-Majuskel von „BUH“ entsprechen (dies ergibt bei einer Hochformat-Seite A4 einen Rand von 9 mm).

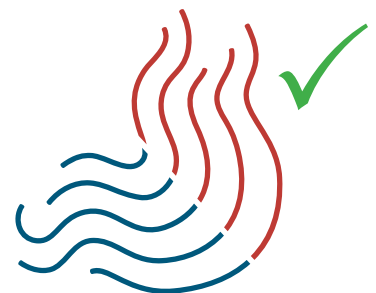
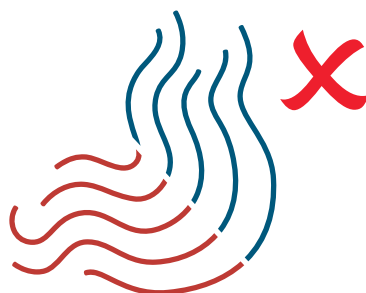
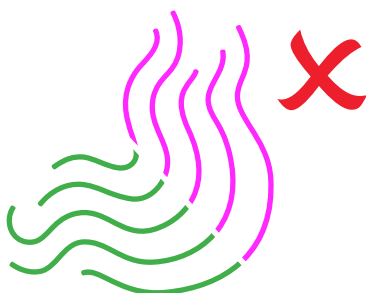
Mindestgröße des Logos: die Breite des „BUH“-Schriftzuges muss mind. 15 mm sein.

Dieses Größenverhältnis „Logo - zu gestaltende Fläche“ ist auf alle anderen Größenformate (A5, A6, Poster usw.) anzuwenden. In keinem Fall darf jedoch die Mindestgröße des Logos unterschritten werden (15 mm Breite „BUH“) um eine einwandfreie Lesbarkeit über alle Kommunikationsmittel hinweg zu gewährleisten.

Die Schutzzone sowie Mindestgrößen sind auch in digitalen Kommunikationsmitteln (Website) entsprechend zu beachten.

## DO'S UND DON'TS

Das Logo darf nur in original 4c (wie auf Seite 4 dargestellt) auf weißem Hintergrund, in 1c schwarz bzw. in 1c weiß auf allen Primär- und Sekundärfarbfeldern (siehe Seite 7) eingesetzt werden. Der Logoschriftzug darf nur in absoluten Ausnahmefällen alleine (ohne Symbol) verwendet werden. Das Logosymbol hingegen darf hingegen durchaus alleine eingesetzt werden (auch ohne Schriftzug). Das vollständige Logo (Schrift + Symbol) darf in keiner anderen Farbe verwendet werden. Das Logosymbol darf in 1c schwarz, 1c weiß oder in 4c dargestellt werden wie im Originallogo. Wenn das Logosymbol in Farbe dargestellt wird, darf die Wasserwelle ausschließlich in der Primärfarbe „Wasserblau“ und die Hitzewelle ausschließlich in der Primärfarbe „Kaminrot“ dargestellt werden. Andere Farben für die Wellen sind nicht zulässig.



# FARBEN

Eine warme „Wohlfühl“-Farbwelt kommt im Corporate Design von BUH Bad und Heizung zum Einsatz. Folgende Primär- und Sekundärfarben unterstützen den „heimeligen Wohlfühl“-Charakter der Marke:

## PRIMÄRFARBEN



	Wasserblau	Kaminrot	Latte-Macchiato-Beige
CMYK	100-18-8-50	3-91-86-12	13-42-43-31
RGB	0-88-124	190-58-52	174-138-121
HEX	00587c	be3a34	ae8a79

## SEKUNDÄRFARBEN



	dunkles Kaminrot	Aubergine	Moosgrün	Himbeere	Petrolblau
CMYK	8-92-100-33	44-74-21-58	77-0-82-65	16-88-24-34	89-42-29-50
RGB	154-51-36	102-67-90	40-97-64	151-57-97	42-91-108
HEX	9a3324	66435a	286140	973961	2a5b6c

Als Textfarbe wird kein reines Schwarz, sondern dunkles Anthrazit verwendet um nicht mit der Wohlfühl-Farbwelt zu konkurrieren: 90% schwarz im Druck und 45-45-45 (RGB) bzw. #2d2d2d (HEX) im digitalen Einsatz.

Die Textfarbe im Logo ist 95% schwarz im Druck und #2d2d2d im digitalen Einsatz.

Ansonsten wird Grau bzw. Anthrazit nicht als Akzentfarbe oder gar Hintergrundfarbe für Gestaltungselemente verwendet, sondern immer Latte-Macchiato-Beige für einen „warmen“ Look and Feel.

# TYPOGRAPHIE (AUSSEER LOGO)

Noyh

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜSS  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß  
1234567890 , ; . : ! ? „x“ \$ £ ¥ € \$ % & / (x) = @

*Hersteller: Chatnarong Jingsuphatada (veröffentlicht durch Typesketchbook)*  
*Format: OpenType*  
*verfügbare Schnitte: 18 Schnitte (von thin bis zu heavy in diversen Ausführungen)*  
*Darüber hinaus gibt es „Noyh R“ mit stark abgerundeten Enden.*

Noyh Slim

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜSS  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß  
1234567890 , ; . : ! ? „x“ \$ £ ¥ € \$ % & / (x) = @

*Hersteller: Chatnarong Jingsuphatada (veröffentlicht durch Typesketchbook)*  
*Format: OpenType*  
*verfügbare Schnitte: 18 Schnitte (von thin bis zu heavy in diversen Ausführungen)*  
*Darüber hinaus gibt es „Noyh R“ mit stark abgerundeten Enden.*

Noto Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜSS  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß  
1234567890 , ; . : ! ? „x“ \$ £ ¥ € \$ % & / (x) = @

*Hersteller: Monotype Design team*  
*Format: TrueType*  
*verfügbare Schnitte: regular, italic, bold, bold italic*

Caraban

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜSS  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß  
1234567890 , ; . : ! ? „x“ \$ £ ¥ € \$ % & / (x) = @

*Hersteller: 128bit Technologies*  
*Format: OpenType*  
*verfügbare Schnitte: 13 (von condensed bis expanded in diversen Ausführungen)*



## SEMANTIK: EINSATZ DER SCHRIFTEN (TYPOGRAPHIE-MATRIX NACH BEINERT)

Semantik Schrift-Klassifizierung	Schrift	Schnitt	Farbe Druck ( <i>Digital</i> )	Größe Druck ( <i>Digital</i> )	Zeilen- abstand Druck ( <i>Digital</i> )	Spatio- nierung	Schriftsatz Druck ( <i>Digital</i> )
Mengentext Standard Grotesk regular	Noyh	SemiLight	90 % schwarz (#2d2d2d)	12 pt (20pt)	15 pt (1.25)	-	Blocksatz (linksbündig)
Mengentext klein (wenn Mengentext Standard keinen Platz hat, zB Visitenkarte, Briefpapier usw.) Grotesk regular	Noyh	Regular	90 % schwarz (#2d2d2d)	10 pt (17pt)	12,5 pt (1.25)	-	Blocksatz (linksbündig)
Konsultationstext (AGB, Rechtliches usw.) Grotesk regular	Noyh Slim	SemiLight	90 % schwarz (#2d2d2d)	9 pt (15pt)	10 pt (1.11)	-	Blocksatz (linksbündig)
großer Header 1 Antiqua fett, Majuskeln, möglichst 1-zeilig	Noto Serif	Bold	90 % schwarz (#2d2d2d)	30 pt (50pt)	33 pt (1.11)	+15 (0.02)	zentriert
Sub-Header zu 1 Grotesk kursiv, Majus- keln, möglichst 1-zeilig	Noyh	Italic	90 % schwarz (#2d2d2d)	18 pt (30pt)	15 pt (1.11)	+5 (0.01)	zentriert
Header 2 Antiqua fett, Majuskeln	Noto Serif	Bold	90 % schwarz (#2d2d2d)	22,5 pt (38pt)	25 pt (1.25)	+15 (0.02)	zentriert
Zwischen-Header im Mengentext Antiqua fett, Majuskeln	Noto Serif	Bold	90 % schwarz (#2d2d2d)	15 pt (25pt)	16,5 pt (1.25)	+15 (0.02)	zentriert
„Mach's glei gscheit“ (allein-stehend) Handwriting	Caraban	Bold	90 % schwarz (#2d2d2d)	12 pt (mit Mengentext klein) 14,5 pt (mit Mengentext Standard) (25pt --> nur Richtwert, gilt nicht für Startseite)			
laute Auszeichnung fett	Noyh	Medium	-	-	-	-	-
leise Auszeichnung kursiv	Noyh	SemiLight Italic	-	-	-	-	-
Aufzählungszeichen Glyphe „Multiplikator“	Noyh	SemiLight	90 % schwarz (#2d2d2d)	12 pt	15 pt	(mit x-Mi- nuskel manuell arbeiten)	linksbündig

Semantik Schrift-Klassifizierung	Schrift	Schnitt	Farbe Druck (Digital)	Größe Druck (Digital)	Zeilen- abstand Druck (Digital)	Spatio- nierung	Schriftsatz Druck (Digital)
Nummerierungszeichen Grotesk regular	gleich wie Mengentext						
Zitat Antiqua regular, mit 0,5 mm breitem 90%-Schwarz-Streifen links in Zitat-Höhe	Noto Serif	Regular	90% schwarz (#2d2d2d)	9 pt (15pt)	15 pt (1.6)	-	linksbündig
Zitat Person Grotesk regular, mit Gedankenstrich davor	Noyh Slim	SemiLight	90% schwarz (#2d2d2d)	12 pt (20pt)	15 pt (1.25)	-	linksbündig
Verlinkung auf Website Grotesk regular	(wie restlicher Text)		(Latte-Macchiato-Beige mit Unterstreichung)				

Einen Blocksatz gibt es **ausschließlich** in gedruckten Mengen- und Konsultationstexten, die mind. vier Zeilen lang sind und/oder in der Nähe von anderen längeren Textpassagen platziert werden (thematisch sollten diese Textpassagen zusammengehören).

**Wichtig:** Wenn ein Blocksatz zum Einsatz kommt, muss auch eine Silbentrennung angewandt werden! Da es auf der Website allerdings keine Silbentrennung gibt, muss der Mengen- bzw. Konsultationstext auf der Website linksbündig gehalten werden, um „Sturzbäche“ (vor allem auf der mobilen Website) zu vermeiden.

Sämtliche Header sowie Sub-Header sollten nach Möglichkeit 1-zeilig gehalten werden.

Die Schriftfamilie „Noyh“ wurde 2015 designt, ist modern und basiert auf einer geometrischen Struktur. Die geometrische Struktur soll klare Linien in Planungen im Installateurbereich repräsentieren. Dennoch wirkt „Noyh“ durch minimal abgerundete Enden freundlich, sympathisch und „edgy“ bzw. markant (hier sind vor allem die a-Minuskel sowie die N-Majuskel zu erwähnen).

Die Antiqua-Schrift „Noto Serif“, in Majuskeln gesetzt, verleiht dem Header 1, dem Header 2 sowie den Zwischenheadern im Mengentext einen eleganten und seriösen Touch und bildet einen interessanten Kontrast zum Mengentext.

Der Claim „Mach’s glei gscheit“ ist in Handwriting gesetzt, sodass eine dezente Brücke zum früheren Claim geschlagen wird.

# NASSZELLEN UND WÄRME

## DAS IST SUPER FÜR ANSPRUCHSVOLLE KUNDEN

Nullest, quo event harum nis debisqui quam fugiasi mporeicabo. Nequi cus cus doluptatatem quassin nonsequam qui ad quaecti consedi sus conseditem si dolenderest exerum rehenih ilitist iatiis disquo tem int eaqui ut et lam ex expelissit laceate mpossinctor soluptatem arciistem abor moluptaquis serionsed quaspel estrum explatempor minvend aeperror aut acerae ea id ut eate es aut laborem im nonsequame nient minulpa vendemporro iduntis sitin conecatia quos dem et volesti quiduci endaectemo blam et in et, te si res nonem quiberor apicipictate in es nat. Ceptatur? Eres cullupt umendig entur? Fuga. Heniet, qui unt ipid moluptaturit vel iducipsum fugiae si beatiae sedignis maximoluptae pro dunt rehenda ndandunt dolumet officipic tem. Itatur?

Muscium nectem sunto officipsum quuntiate re resti dolupta quo beatint doluptibus min restorum ne et dolut od quo volorep udaerro ipicatibus. *leise Auszeichnung SemiLight Italic* Xerferibusam nost veriorepudae eos corempo restistem. Nusa eossi dit laboreted evendia ectatat iatempo remquis ciasped magnam, alis ma excestrum quati volupta si cusaessincid mod quam fuga. Ipit, sed qui aliquam, volorum **laute Auszeichnung medium** nonsequam, occulpari doloribus molut ellestiis accaepel isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatu utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat.

## WASSER SOWIE HITZE

Quam eic te quaturio quid mossit omnos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perezudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatu utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat.

- × Quam eic te quaturio quid mossit omnos moloritibus vent.
- × Utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perezudi nist.
- × Consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat.
- × Quam eic te quaturio quid mossit omnos moloritibus vent, utae premollupta abo.

Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perezudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit,

aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat.

2 Leerzeilen

1 Leerzeile

## WASSER SOWIE HITZE

Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo.

1. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent.
2. Utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist.
3. Consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat.
4. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo.

Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat.

2 Leerzeilen

Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo.

Sinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat.

## WASSER SOWIE HITZE

Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo.

„Nullest, quo event harum nis debisqui quam fugiasi mporeicabo. Nequi cus cus doluptatatem quassin nonsequam qui ad quaecti consedi sus conseditem si dolenderest exerum rehenih ilitist iatiis disquo tem int eaqui ut et lam ex expeli sit laceate mpossinctor soluptatem arciistem abor moluptaquis serionsed quaspel estrum explatempor minvend aeperror aut acerae ea id ut eate es aut laborem im nonsequame nient minulpa vendemporro iduntis sitin conecatia quos dem et volesti quiduci endaectemo blam et in et, te si res nonem quiberor apicippictate in es nat. Ceptatur? Eres cullupt umendig entur? Fuga. Heniet, qui unt ipid moluptaturit vel ÄÄÄÄiducipsum fugiae si beatiae sedignis maximoluptae pro dunt rehenda ndandunt dolumet officipic tem. Itatur?“

- Max Mustermann Kunde

Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat isciis susae explaut velis quas doluptus ipsaerum vendenia possumquam, et im debist ium et enis eatus utemped ea consequia velibus ut et ad et exercienimus dendus commodi gendandest am voluptiatis rem volut aut lis nate doloriate consequam, idusam nempori bustecat. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Quam eic te quaturio quid mossit ommos moloritibus vent, utae premollupta abo. Ut eturi occaborupta dolut ad que lat esequi ducimin eum que velestius ea ipis simin nesciet quiduntis nonsed explita il modit quia perepudi nist, consequature volorpos am illuptatin pro tempor assinvenia cusa aut qui bero corempor sitatis ea ium et alit rest lacimilla duci voluptatiam, sim faccusa ne nonsed modi idit, aspeliq uisquia dunt, occat.

# SEKUNDÄRE STILELEMENTE

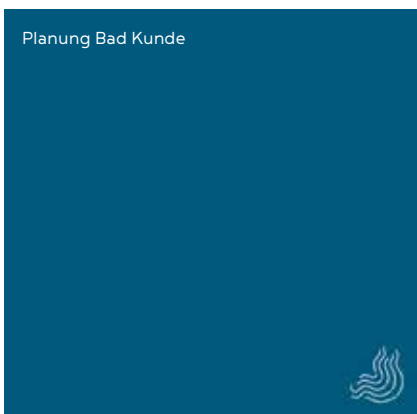
Die Wasser- und Hitzewelle aus dem Logo dienen als sekundäre Stilelemente, um als visuelle Konstante durch den gesamten Firmenauftritt (online + offline) zu führen. (In weiterer Folge sowie in der Ordnerstruktur wird „sekundäre Stilelemente“ mit „sSe“ abgekürzt.)



Auf eine durchgängige Logik ist zu achten: Die Wasserwelle darf nur mit Wasser-/Bad-/Sanitärthemen verwendet werden. Die Hitzewelle darf nur mit Heizungs-/Wärmethemen verwendet werden. Das ganze Logosymbol (Wasser- und Hitzewelle als 1 Symbol) kann für allgemeine Themen verwendet werden. Bei der sSe-Platzierung ist auf Größen und Schutzzonen zu achten (wie auf Seite 5 beschrieben).

Auf zu gestaltenden Flächen (zB Rückseite Briefpapier, diverse Deckblätter, Trennblätter usw.) gibt es zwei Möglichkeiten das sSe optimal einzusetzen:

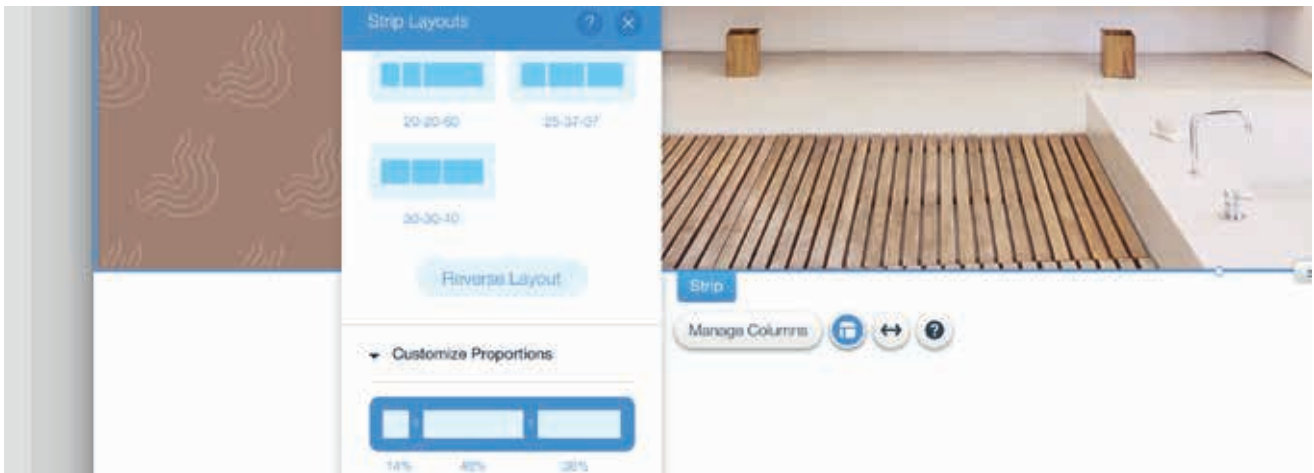
1. **Wenn auf der gleichen Fläche Text verwendet wird:** Ganzes Logosymbol in 1c weiß mit 100 % Deckkraft rechts unten auf einfarbigem Hintergrund. Textelemente werden links oben platziert. Auf den logischen Farbeinsatz ist zu achten (Badthemen = wasserblau, Heizungsthemen = kaminrot).



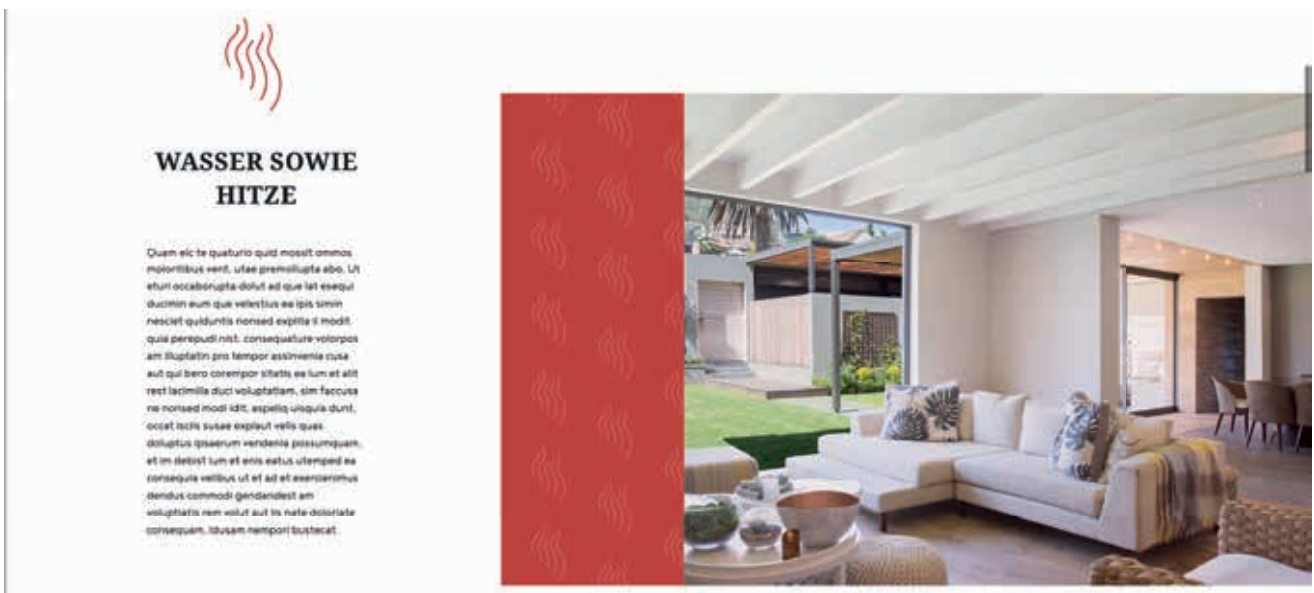
2. **Wenn Flächen als Gestaltungselement dienen (kein Text!) - Option 1:** Ganzes Logosymbol in 1c weiß (für Allgemeines) oder Hitzewelle in 1c weiß (für Heizungsthemen) oder Wasserwelle in 1c weiß (für Badthemen) mit 20% Deckkraft vollflächig auf farbigem Hintergrund. Auf dieser Fläche darf kein Text platziert werden. Hintergründe können in allen Primär- und Sekundärfarben eingefärbt werden (siehe Seite 7).



Die auf der vorigen Seite dargestellten Flächengestaltungen mit 20% Deckkraft des sSe bzw. Logosymbols können sich auf der Website als „Strips“ wiederholen. Hierbei ist auf den „goldenen Schnitt“ zu achten, der dem menschlichen Auge die beste Harmonie bietet. („Goldener Schnitt“ = Größenverhältnis 8:5)

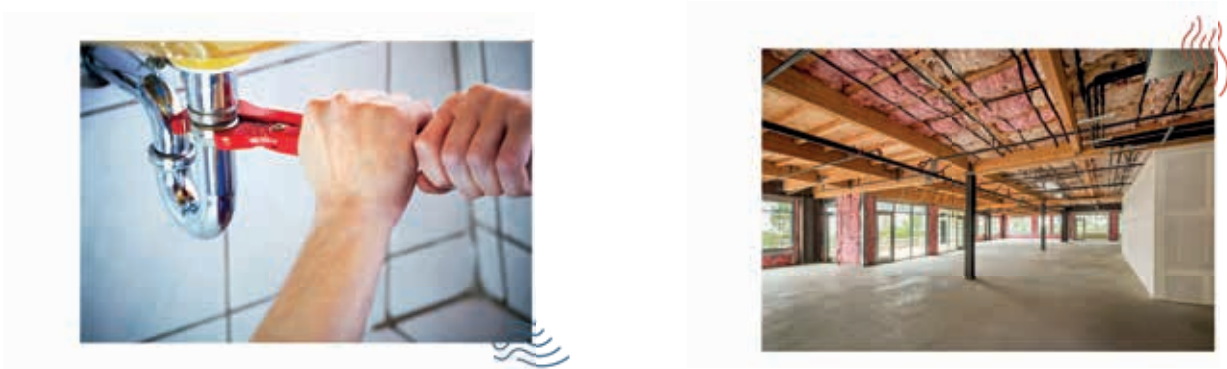


„Goldener Schnitt“ 8:5: Bildelemente (sSe-Fläche + Foto) bilden 8 Teile (14% + 48%) und die Textspalte bildet 5 Teile (38%) von insgesamt 13 Teilen im „goldenen Schnitt“.

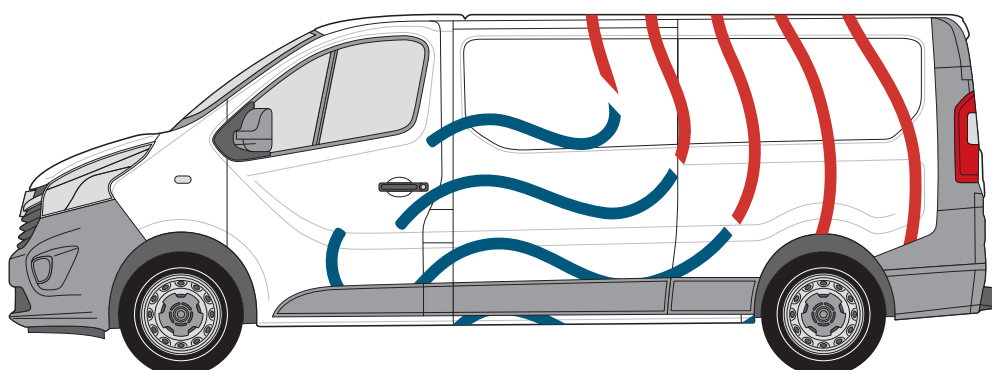




Das sSe kann auch einzeln in Farbe verwendet werden (Wasserwelle nur in „Wasserblau“, Hitzewelle nur in „Kaminrot“) um zB Textpassagen hervorzuheben bzw. bei Fotos als eine Art Pinn-Nadel zu dienen. Als Pinn-Nadel verwendet, ist auf eine logische Platzierung zu achten: Die Wasserwelle muss unten rechts beim Foto und die Hitzewelle oben rechts beim Foto platziert werden. Auf der Website kann die Wasserwelle mit „reveal in“ von rechts nach links animiert werden. Dazu passend, kann die Hitzewelle auf der Website mit „reveal in“ von unten nach oben animiert werden.



3. Wenn Flächen als Gestaltungselement dienen (kein Text!) - Option 2: Ganzes Logosymbol, stark vergrößert, in 4c auf weißem Hintergrund. So kommt das Logosymbol vor allem in Drucksorten und bei Autobeklebungen zum Einsatz: in Farbe auf weißem Hintergrund, stark vergrößert und über alle 4 Ränder hinausragend. Dabei ist darauf zu achten, dass beide Wellen (Wasserwelle in „Wasserblau“ und Hitzewelle in „Kaminrot“) zu gleichen Teilen sichtbar sind, die weiße Trennung zwischen beiden Wellen deutlich erkennbar ist und keine oberen und linken Wellen-Enden zu sehen sind.





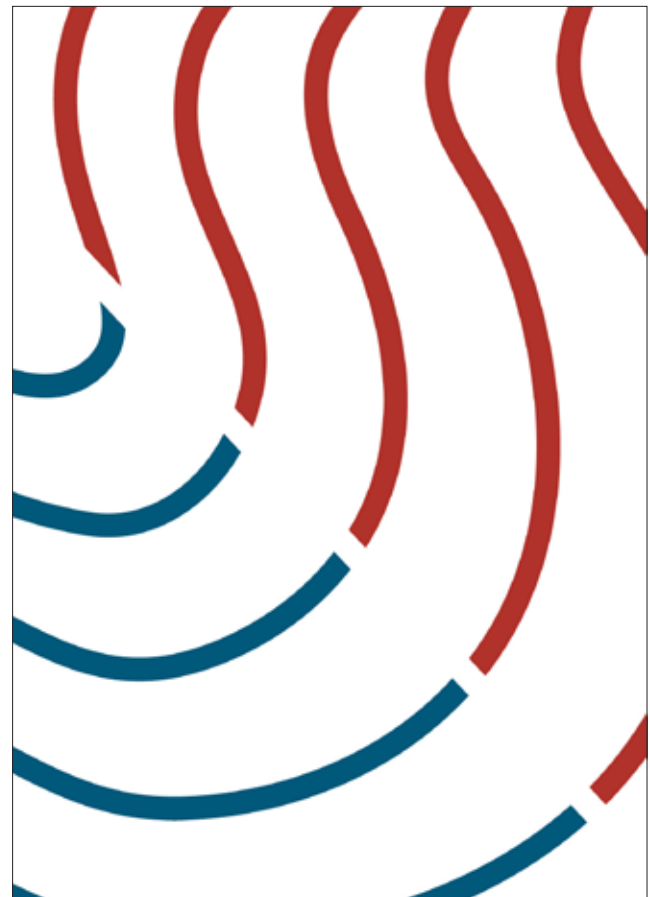
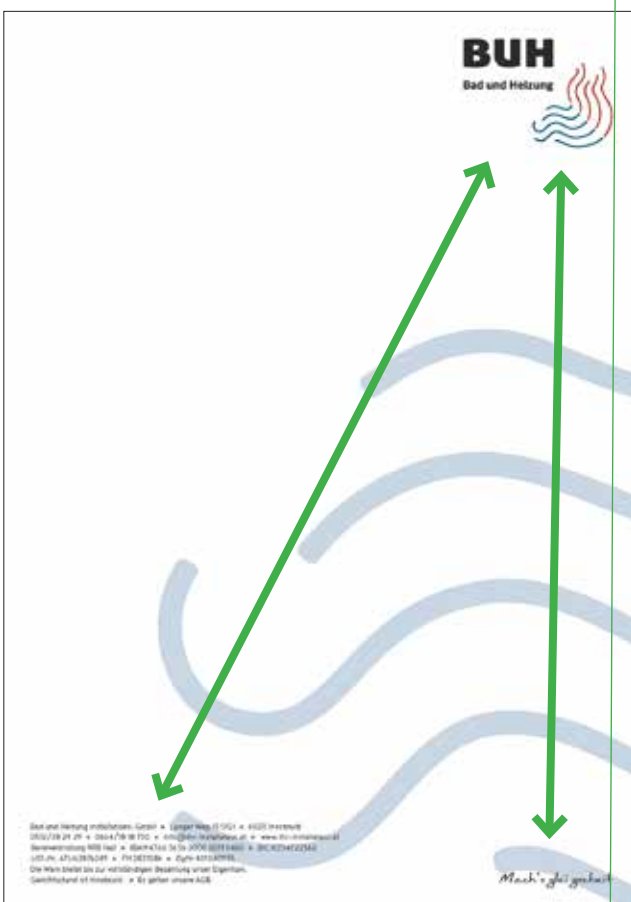
# ORDNUNGSPRINZIP

Texte/Bilder/Grafiken sollen in rechteckiger und diagonaler bzw. „gegenüberliegender“ Stellung zueinander platziert werden. Siehe Beispiele:

*Anwendungsbeispiele Deckblätter Planungsunterlagen:*



*Briefpapier vorne/hinten:*



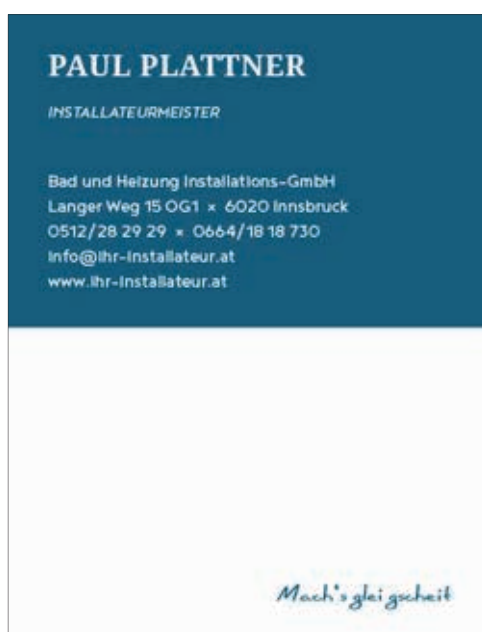
Grundsätzlich ist das Logo bzw. Teile davon (Logosymbol, sSe) rechts zu platzieren, Texte sind links zu platzieren. Dies betrifft vor allem gedruckte Kommunikationsmittel, digital kann es je nach Sinnhaftigkeit und Optik zu Abweichungen kommen.

Um die gewünschte Ruhe („Wohlfühlfaktor“) in der Kommunikation beizubehalten, ist darauf zu achten mit großzügigen Farb- bzw. Weißflächen zu arbeiten, um Texten/Stilelementen „Raum zum Atmen“ zu geben und ihm auch so subtil mehr Gewichtung zu verleihen.

Der Claim „Mach’s glei gscheit“ wird rechts unten (Print) oder rechts unten bzw. mittig unten (Digital/ Website) platziert. Logo bzw. Logosymbol und Claim dürfen nie in unmittelbarer Nähe zueinander stehen. Der Claim muss möglichst alleine für sich stehen um Kraft zu haben und wirken zu können. Dabei kann der Claim entweder in 90% schwarz, weiß oder Latte-Macchiato-Beige eingesetzt werden.



Klapp-Visitenkarte außen und 2 x innen (2 Varianten):



# EINSATZ VON FOTOS

Eingesetzt werden Fotos vom Inhaber Paul Plattner und seinem Team, gekonnt in Szene gesetzt („Band-Optik“) von Fred Einkemmer. Die Fotos können in 4c oder schwarz/weiß verwendet werden.

Ansonsten wird mit Bildern von Fotoagenturen (zB iStockphoto, fotolia usw.) gearbeitet. Fotos müssen perfekt ausgeleuchtet, freundlich und einladend sein und einen Wohlfühlfaktor transportieren. Je nach Notwendigkeit können Primär- und Sekundärfarben als dezente Filter über die Fotos gelegt werden (zB mit 5 bis 10% Deckkraft) um eine einheitliche Farbstimmung zu erzeugen.

Beispiele/Inspirationen:

