

Corporate Design Manual

Juni 2009

Architektur ohne Grenzen



1 Logo

Charakteristisch für das ALU-FENSTER-Logo ist die gestanzte Form aus dem Material Aluminium auf gelbem Hintergrund. Design und Farbgebung strahlen Signifikanz, Eigenständigkeit und Modernität aus.

Das Logo steht generell auf einer gelben, rechteckigen Fläche. Vorzugsweise ist das Logo in der 4c-Version mit ® einzusetzen.

Abstände

Die Logoschutzzone definiert den Bereich, der frei von anderen grafischen Elementen bleiben muss. Die gelbe Fläche, die das Logo umgibt, ist rechts oder links abfallend.

Sonderfälle

Bei eingeschränkten Druckmöglichkeiten ist das Logo auch als Eigenfarben-, S/W- und Strichumsetzung vorhanden.

Im Ausnahmefall ist eine Abbildung ohne gelben Hintergrund außerhalb von S/W-Umsetzungen zulässig (z. B. kaum steuerbarer Einsatz durch Journalisten). Abhängig von der Helligkeit des Hintergrundes ist das ® schwarz oder weiß.

Download unter:

www.alufenster.at/ALUFENSTER-Logo

x = Abstand Logokante zu Logoschrift

$2x$ = **Logoschutzzone:** dieser Bereich bleibt frei von anderen grafischen Elementen

Mindestbreite des Logos: $y = 23 \text{ mm}$

Mindestbreite des Logos ohne ® = 11 mm

Mindestmaß der gelben Fläche, rechts abfallend angewendet

Mindestmaß der gelben Fläche, links abfallend angewendet



Logo in Eigenfarben:
Pantone Process Yellow C,
7545 C, Process Black C



S/W-Umsetzung



Strichvorlage



Ausnahmefall: Logo ohne gelbe Fläche,
das ® schwarz oder negativ weiß

1.1 Logoanwendung



Richtig: Logo auf Gelb, ausreichend Abstand zu weiteren grafischen Elementen, die Logoschutzzone ist eingehalten



Richtig: Logo auf Gelb, Mindestmaß der gelben Fläche ist eingehalten



Richtig: Logo auf Gelb, Mindestmaß der gelben Fläche ist eingehalten, das ® entfällt bei Logogrößen < 23 mm.

Beispiele für richtige Logoanwendungen

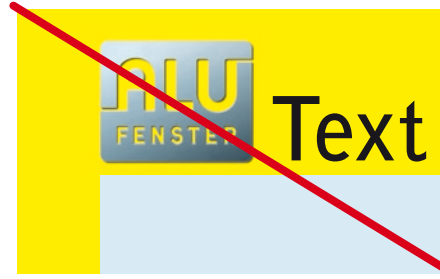
Die konsequente Einhaltung in der Anwendung des ALU-FENSTER-Logos gewährleistet einen starken und unverwechselbaren Markenauftritt.



Falsch: Logo ist nicht in 4c dargestellt



Falsch: die Ecken bzw. Ränder des Logos sind sichtbar



Falsch: die Logoschutzzone ist nicht eingehalten



Falsch: Mindestmaß der gelben Fläche ist nicht eingehalten



Falsch: die Form der gelben Fläche ist nicht rechteckig und nicht abfallend



Falsch: das ® des Logos ohne gelbe Fläche ist nicht sichtbar

Beispiele für falsche Logoanwendungen

Farbe, Formen, Schutzbereich und Mindestmaße müssen eingehalten werden.

1.2 Logo mit Slogan

Der Slogan kann sowohl zweizeilig als auch einzeilig horizontal zum Logo eingesetzt werden. Die Anordnung ist entweder rechts oder links vom Logo. Die Versalhöhe des Slogans ist mit der Versalhöhe des Logoschriftzuges „Fenster“ identisch.

Der Slogan ist in Bell Gothic Black gesetzt. Zeilenabstand: 110 % von der Schriftgröße. Laufweite InDesign: -25. Generell steht der Slogan auf Gelb und wird vorzugsweise einzeilig eingesetzt.

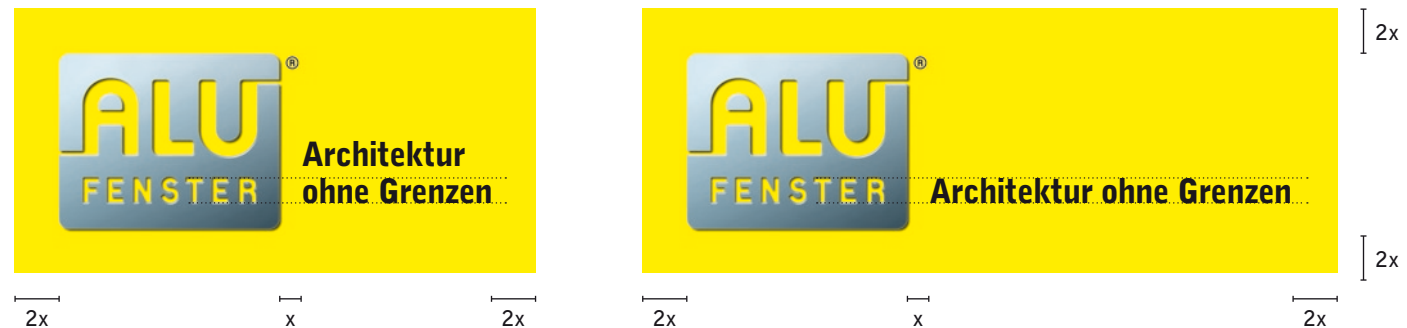
Abstände

Auch hier gilt: die Logoschutzzone definiert den Bereich, der frei von anderen grafischen Elementen bleiben muss. Dieser Bereich legt auch das Mindestmaß der gelben Fläche fest, die das Logo mit Slogan umgibt. Die gelbe Fläche wird generell rechts (bevorzugt) oder links abfallend eingesetzt.

Im Ausnahmefall ist eine Abbildung ohne gelben Hintergrund außerhalb von S/W-Umsetzungen zulässig (z. B. kaum steuerbarer Einsatz durch Journalisten). Abhängig von der Helligkeit des Hintergrundes ist der Slogan schwarz oder weiß.

Download unter:

www.alufenster.at/ALUFENSTER-Logo



Logoschutzzone bei Logo mit Slogan = Mindestmaß der gelben Fläche, rechts abfallend angewendet

2 Typografie

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXY
12345678(äöüß.,;:!?\$§%*)

Bell Gothic Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXY
12345678(äöüß.,;:!?\$§%*)

Bell Gothic Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXY
12345678(äöüß.,;:!?\$§%*)

Bell Gothic Roman bzw. Light

Headline Bell Gothic Black 10 Pt.

Fließtext Bell Gothic Bold. An velisl do er sisit volore dolorper init voloreetum quat velit diat augiat dio dolese quam nulluptat. Dolesse quatem dolobore conse vel. Dolore minit volobortie ea.

Beispieltext mit Bell Gothic Bold im Fließtext, Schriftgröße 10 Punkt, Zeilenabstand 14 Punkt

Headline Bell Gothic Black 10 Pt.

Fließtext Bell Gothic Roman bzw. Light. An velisl do er sisit volore dolorper init voloreetu augiat dio dolesequa kisuahelinim uam nulluptat. Dolesse quatem dolobore conse vel. Lendre tat la consectem.

Beispieltext mit Bell Gothic Roman bzw. Light im Fließtext, Schriftgröße 10,5 Punkt, Zeilenabstand 14 Punkt

Die ALU-FENSTER-Schrift ist die Bell Gothic, eine klassische serifenlose Schrift. Sie enthält alle typischen Merkmale, die die Lesbarkeit einer Schrift optimieren. Die Mittellänge ist extrem hoch, die Buchstabeninnerräume sind sehr offen gestaltet, die Buchstabenumrisse unterscheiden sich durch prägnante Details deutlich voneinander. So bleibt die Bell Gothic auch in kleinen Schriftgraden gut lesbar.

Anwendung

Die Schrift ist grundsätzlich schwarz.

Für Hervorhebungen kann die Schrift auch in allen Primär- und Sekundärfarben der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER gesetzt werden.

Bell Gothic Black: Headlines, Subheadlines, Slogan, Fließtext-Hervorhebungen.

Laufweitenempfehlung InDesign: -25

Bell Gothic Bold: für Fließtext,

Laufweitenempfehlung InDesign: +10

Bell Gothic Roman bzw. Light:

Fließtext-Alternative zur Bell Gothic Bold, Laufweitenempfehlung InDesign: +5

Generell wird linksbündig gesetzt. Das Schriftbild soll aufgelockert und aufgeräumt wirken. Texte in Versalien sind bevorzugt in Bell Gothic Bold abzusetzen.

3 Farben

Die Identität der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER wird durch die Farbe Gelb in Kombination mit einer blauen Bildwelt charakterisiert und ist ausschlaggebend für die Wiedererkennung der Marke. Markant erfolgt diese gelb-blaue Prägung in der klassischen Kampagne, in den übrigen Werbemitteln soll dieser Charakter (Folder, Homepage, PR usw.) aufgegriffen werden.

Für grafische Flächen und Elemente sind sowohl Primär- als auch Sekundärfarben einsetzbar. Der Farbe Blaugrau ist insbesondere dann der Vorzug gegenüber Alugrau zu geben, wenn der Blaucharakter in den Bildern nicht ausreichend unterstützt wird bzw. Bilder auf dem Werbemittel gänzlich fehlen.

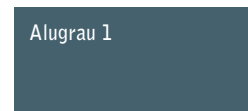
Primärfarbe: die Primärfarbe Gelb kommt in sämtlichen Bereichen zur Anwendung: gelbe Flächen korrespondieren mit in cyan-blau gehaltenen Bildern, grauen oder weißen Flächen und schwarzer Schrift.

Sekundärfarben: zum Strukturieren von Flächen, Gestalten von Tabellen und Diagrammen dienen die hier definierten Grauwerte. Alugrau: ist dem Werkstoff Aluminium nachempfunden. Blaugrau: wirkt durch den höheren Blauanteil noch lebendiger.

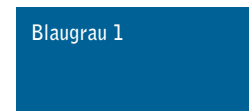


CMYK:	0 0 100 0
Pantone:	Process Yellow C
RGB:	255 237 0
RAL:	1023 Verkehrsgelb

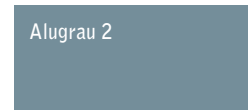
Primärfarbe



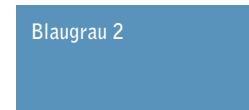
CMYK:	40 0 0 70
Pantone:	7545 C
RGB:	69 97 110



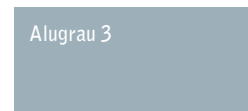
CMYK:	90 40 0 30
Pantone:	647 C
RGB:	0 96 150



CMYK:	30 0 0 50
Pantone:	7544 C
RGB:	114 141 153



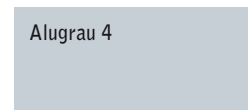
CMYK:	60 20 0 20
Pantone:	646 C
RGB:	89 147 187



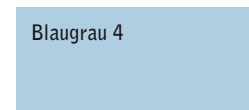
CMYK:	20 0 0 35
Pantone:	7543 C
RGB:	157 176 186



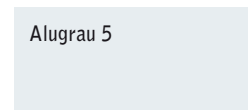
CMYK:	50 15 0 15
Pantone:	645 C
RGB:	121 168 202



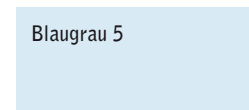
CMYK:	10 0 0 22
Pantone:	7542 C
RGB:	197 207 213



CMYK:	30 5 0 10
Pantone:	644 C
RGB:	175 205 224



CMYK:	5 0 0 8
Pantone:	7541 C
RGB:	231 236 240



CMYK:	15 0 0 5
Pantone:	643 C
RGB:	216 233 242

Sekundärfarben: Alugrau und Blaugrau

4 Bildcharakteristik

Für das Corporate Design der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER ist die Bildcharakteristik ebenso wichtig wie der konsequente Einsatz von Logo, Slogan, Schrift und Farbe.

Die Bilder sind generell in einem Cyan-Blauton gehalten. Dieser Farbton ist Teil des Farbschemas und trägt wesentlich zum Gesamterscheinungsbild bei.

Die Bilder der Werbekampagne haben eine besondere Signifikanz durch die Überhöhung der Blau-Tönung. Das Blau des Himmels reflektiert gleichsam in allen Elementen des Bildmotivs.

Außerhalb der Werbekampagne ist bei der Bildauswahl für Folder, PR, Homepage usw. Bildern mit hohem Blauanteil (Himmel, Reflexion des Himmels im Gebäude usw.) der Vorzug zu geben.



Bild aus der Werbekampagne mit überhöhter Blautönung



Bilder außerhalb der Werbekampagne mit signifikantem Blauanteil

5 Anschauungsbeispiele

Die Beispiele „perfekte Lösungen“ veranschaulichen in unterschiedlichen Formaten den Anspruch der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER.

Nach Möglichkeit wird www.alufenster.at in die Werbemittel aufgenommen.



Großformatige Anzeige



Poster



Kleinanzeigen

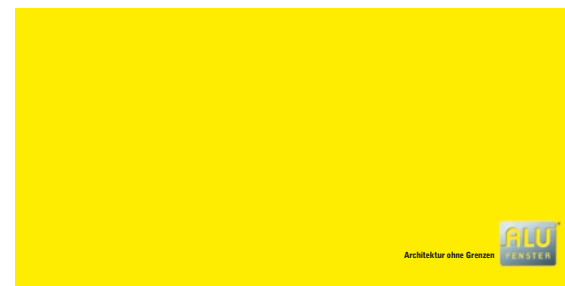
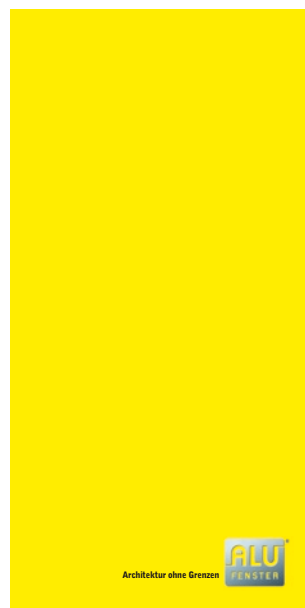
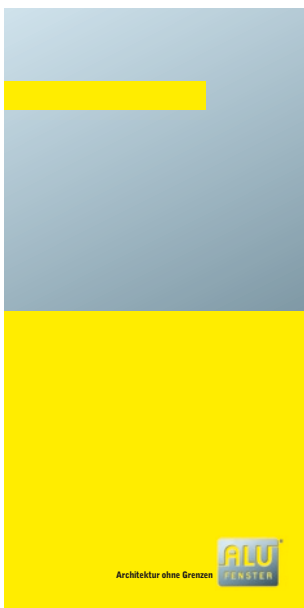
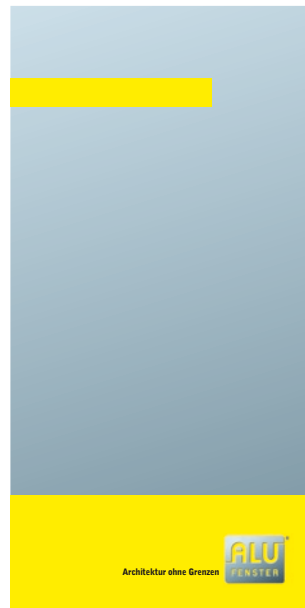
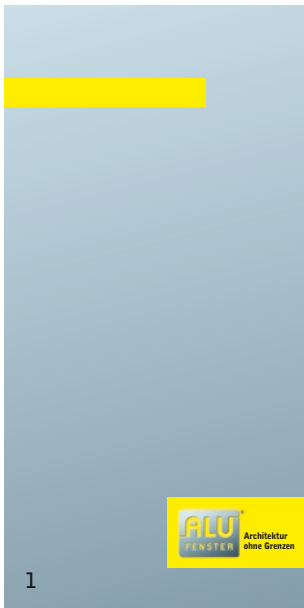
6 Gestaltungsrichtlinien

Das Corporate Design der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER ist einfach, klar und strukturiert.

Der Anteil von Bild und gelber Fläche ist bei Covers und Werbemittel variabel – von dem Mindestmaß der Gelbfläche bis zu formatfüllendem Gelb. Aufmerksamkeitsstarke, werbliche Produktionen haben einen hohen Gelbanteil. Kommunikationsmittel, die verstärkt der Information dienen, einen geringeren.

Die gelbe Fläche ist generell mindestens nach 3 Seiten abfallend. Das Logo wird in allen Formaten rechts unten positioniert, in Ausnahmen ist jedoch auch rechts oben möglich (Bsp. 2). Bei schmalen gelben Flächen, wo der einzeilige Slogan keinen Platz findet, werden Logo und Slogan linksbündig gesetzt (Bsp. 3).

Hat die gelbe Fläche nur die Abmessungen des Mindestmaßes, so ist diese generell rechts abfallend (Bsp. 1 und 2). Sollte diese Fläche ausnahmsweise links abfallend positioniert werden, steht auch der Slogan links vom Logo.



7 Kontakt

Wir sind Ihnen bei der bestmöglichen Umsetzung des Corporate Designs der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER gerne behilflich.

Aluminium-Fenster-Institut

Johnstraße 4
A-1150 Wien
office@alufenster.at
www.alufenster.at



Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK

Die Beziehung zur Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER

Das Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK ordnet sich der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER und deren Gestaltungsrichtlinien unter.

Als grafisches Element wird dem Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK eine breitere Gestaltungsfreiheit zugestanden, insbesondere wenn es nicht in unmittelbarer Nähe mit dem ALU-FENSTER-Logo zum Einsatz kommt.

8 Aktionselement

Das Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK (IM) bringt die Präzision des Metallbaus zum Ausdruck. Seine Charakteristik ist eigenständig, steht aber nicht in Konkurrenz mit der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER. Im Gegenteil, als Ausdruck der Zugehörigkeit wird auf die gleiche Farbcodierung zurückgegriffen.

Das Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK steht generell auf Gelb, insbesondere, wenn das Aktionselement der einzige Absender der Botschaft ist.

Bei eingeschränkten Druckmöglichkeiten ist das Aktionselement auch als Eigenfarben-, S/W- und Strichumsetzung vorhanden. Auf dunklen Hintergründen druckt das Aktionselement weiß.

Im Ausnahmefall steht das Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK vorzugsweise auf hellem oder weißem Hintergrund (z. B. kaum steuerbarer Einsatz durch Journalisten usw.).

Download unter:
www.initiative-metallbautechnik.at/
IM-Aktionselement



x **Schutzzone** = Mindestmaß der gelben Fläche

Die Schutzzone definiert den Bereich, der frei von anderen grafischen Elementen bleiben muss.



Aktionselement in
Eigenfarbe: Pantone 7545 C



S/W-Umsetzung



Strichvorlage
in Schwarz



Strichvorlage
in Weiß

8.1 Anwendungen

Auf Bildern druckt das Aktionselement auf dunklem Hintergrund weiß bzw. auf hellem schwarz. Ist der Bildhintergrund sehr hell und ruhig, kann das Aktionselement in 4c eingesetzt werden.



Richtig: Aktionselement auf Gelb, Logoschutzzone ist eingehalten



Richtig: Aktionselement auf Gelb, Mindestmaß der gelben Fläche ist eingehalten



Ausnahme: Aktionselement auf hellem Grund



Ausnahme: Weißes Aktionselement auf dunklem, ruhigen Hintergrund



Ausnahme: Aktionselement in 4c auf hellem, ruhigen Hintergrund; Beispiel mit weiß-transparenter Fläche unterlegt



Falsch: das Aktionselement ist auf unruhigem Hintergrund nicht mehr sichtbar



Falsch: das Aktionselement in 4c ist auf dunklem Hintergrund nicht mehr sichtbar



Falsch: die Schutzzone ist nicht eingehalten



Falsch: die Neigung von 7° ist nicht eingehalten

8.2 Kombinationen

Das ALU-FENSTER-Logo (mit gelbem Hintergrund) übernimmt die Absenderfunktion. Somit kann das Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK als freies grafisches Element auch auf Weiß oder anderem sehr hellem Hintergrund eingesetzt werden.

Zwischen den beiden grafischen Elementen sollte immer ausreichend Abstand gehalten werden, Mindestabstand sind die Logo-schutzzonen.

Auf kleinformatischen Werbemitteln bzw. wo zum ALU-FENSTER-Logo (und Slogan) und dem Aktionselement INITIATIVE METALLBAUTECHNIK keine weiteren essentiellen Gestaltungselemente bzw. -flächen hinzukommen, steht das Aktionselement auf jeden Fall auf Gelb.

Kommt neben dem ALU-FENSTER-Logo noch ein weiteres Logo z. B. AMFT als Absenderkennung hinzu, so steht dieses unter Einhaltung der Schutzzone ebenso auf Gelb. Das ALU-FENSTER-Logo steht dabei immer zuletzt an rechter Stelle; vorzugsweise ohne Slogan.



Kombination mit **maximaler Größe des ALU-FENSTER-Logos** in Bezug zum IM-Aktionselement



Kombination mit **maximaler Größe mehrerer Absender**

8.3 Anschauungsbeispiele

Anwendungsbeispiele für Kombinationen des Aktionselementes INITIATIVE METALLBAUTECHNIK in Verbindung mit dem ALU-FENSTER-Logo und eventuellen weiteren Logos unter Berücksichtigung der Corporate-Design-Bestimmungen.



Kombinationen auf gelber Fläche



Kombinationen auf weißer oder heller Fläche: Das ALU-FENSTER-Logo auf gelber Fläche übernimmt die Absenderfunktion



Kombination auf dunklem Hintergrund



Kombination auf hellem Hintergrund

Zum Inhalt

Die Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER repräsentiert die führenden Anbieter von Aluminium-Profilsystemen und ALU-FENSTER-Fachbetriebe, die höchsten Ansprüchen gerecht werden.

Ein wesentlicher Wert der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER liegt in der Kontinuität des visuellen Erscheinungsbildes. Die konsistente und kontinuierliche Verwendung der Gestaltungsrichtlinien ist Grundlage für eine wirkungsvolle und effiziente Markenkommunikation, damit sämtliche Produktionen eindeutig und unverwechselbar als der Gemeinschaftsmarke ALU-FENSTER zugehörig empfunden werden.

Inhaltsverzeichnis

ALU-FENSTER

1 Logo

1.1 Logoanwendung

1.2 Logo mit Slogan

2 Typografie

3 Farben

4 Bildcharakteristik

5 Anschauungsbeispiele

6 Gestaltungsrichtlinien

7 Kontakt

INITIATIVE METALLBAUTECHNIK

8 Aktionselement

8.1 Anwendungen

8.2 Kombinationen

8.3 Anschauungsbeispiele

Architektur ohne Grenzen

