

conactor

greenX · Logo-Entwicklung und Gestaltungsrichtlinien · 05.08.2009



Corporate Design und Kommunikation

Bert Binnig	Dipl. Des. (FH)	Oberlohnstr. 3	Fon: +49(0) 7531 - 80 74 06	Sparkasse Bodensee
Tobias Klein	Dipl. Des. (FH)	D-78467 Konstanz	Fax: +49(0) 7531 - 80 74 38	Konto: 24029753
Ralph J. Schiel	Dipl. Des. (FH)	www.conactor.com	contact@conactor.com	BLZ: 690 500 01

SEITE	3	1. LOGOENTWICKLUNG
	4	1.1 LOGOPERSÖNLICHKEIT UND - WERTE
	5	1.2 ZUSATZ - CLAIM
	6	1.2 ZUSAMMENFASSUNG
	7	2. LOGO
	8	2.1 ELEMENTE
	9	2.2 GRÖSSEN
	10	2.3 VERMASSUNG
	11	2.4 FARBDEFINITION
	12	2.5 SCHRIFT
	13	2.6 CLAIM
	14	3. ANWENDUNGSBEISPIELE
	15	3.1 DARSTELLUNGSARTEN MIT CLAIM
	16	3.2 DARSTELLUNGSARTEN OHNE CLAIM
	17	3.3 ANWENDUNGSBEISPIELE UND VERBOTE
	18	3.4 ANWENDUNGSBEISPIELE MIT GESTALTUNGSELEMENTEN
	19	3.5 DARSTELLUNGSMÖGLICHKEITEN & ANWENDUNG IN MEDIEN
	20	3.6 ANWENDUNG IM FLIESSTEXT

1. LOGOENTWICKLUNG

1.1 LOGOPERSÖNLICHKEIT UND -WERTE

Die Marke und deren Werte spiegeln sich in der Logopersönlichkeit und der visuellen Umsetzung wider.

Gesamtanmutung und -persönlichkeit:

- Umwelt, Natur
- wachsend und lebendig
- Zeitgeist bezogen
- international
- „X“ als tragendes Element, Architektur
- „X“ als Schnittpunkt, der die Gruppe der Architekten, der Ideen, der Philosophie zeigt
- Zwei- bzw. Ein-Klang (das „x“ wird bei der Aussprache zum „green“ gezogen)

Werte - Für was das Markenzeichen „greenX“ steht:

- Umwelt und Natur (green)
- wachsend und lebendig (Faktor X)
- Zusammenschluß/Verbund

Gestalterische Faktoren:

- „X“ besitzt einen hoher Wiedererkennungswert und Identität
- „X“ ist gut und leicht memorierbar („die mit dem X“)
- „X“ besitzt Potenzial zur Weiterentwicklung in einer individuellen Bildsprache

green X
DIE PASSIVHAUS ARCHITEKTEN

green X

1.2 ZUSATZ - CLAIM

Der Zusatz (Claim) unterstützt die Wort- und die Bildmarke. Er erklärt, was „greenX“ ist und zeigt die Tätigkeit der Gruppe auf. Der Claim ist so gewählt, dass das Logo auch als Verbundkennzeichen und/oder als Qualitätssiegel fungieren kann. Eine internationalen Anwendung ist - durch die Verwendung des Wortes „Passivhaus“ (eine Art Qualitätssiegel) auch im Englischen - unproblematisch.

Sprachlich und Gestalterisch:

- Großbuchstaben um die Stärke des Verbunds zu repräsentieren
- Der Begriff „Passivhaus“- funktioniert international
- „Die Passivhaus Architekten“ - wirkt nach Außen als Garantemarke oder Qualitätssiegel (automatisch werden hiermit Eigenschaften wie Qualität etc. verbunden). Es entsteht der Eindruck einer Art übergreifenden und führenden Institution („Platzhirsch“)



1.2 ZUSAMMENFASSUNG

Was soll die Logo-Kommunikation erreichen?

Ziel ist es, „greenX“ bei Kunden und Partnern, national und international als starken, zuverlässigen, modernen Verband mit ökologischen Richtlinien zu positionieren.

Was sagt die Logo-Kommunikation?

Inhalte der Kommunikation sind Architektur, Umwelt, Natur, wachsendes und lebendiges. „X“ als tragendes Element mit gemeinsamem Schnittpunkt. Der gemeinsame Faktor ist grün, d.h. umweltverträglich. Eine Nachhaltige Beziehung zwischen Mensch und Natur in der Architektur ist angestrebt.

green X
DIE PASSIVHAUS ARCHITEKTEN

green X

2. LOGO

2.1 ELEMENTE

Das Logo besteht aus drei Elementen:

Bildmarke:
„X“

Wortmarke:
„green“

Claim (Zusatz):
„Die Passivhaus Architekten“



Die Wort- und die Bildmarke des Logos dürfen nicht voneinander getrennt werden.
Das Logo ist wahlweise mit und ohne Claim einsetzbar.

Die Bildmarke „X“ und Teile davon, dürfen unter bestimmten Voraussetzungen
als Gestaltungselemente eingesetzt werden.



2.2 GRÖSSEN

Die Wort und die Bildmarke des Logos dürfen nicht voneinander getrennt werden. Es ist beliebig skalierbar, allerdings darf die Minimalgröße nicht unterschritten werden.

Wahlweise kann das Logo mit und ohne Claim eingesetzt werden.

Wenn die Minimalgröße unterschritten werden muss, fällt der Claim weg.



Minimalgröße mit claim:



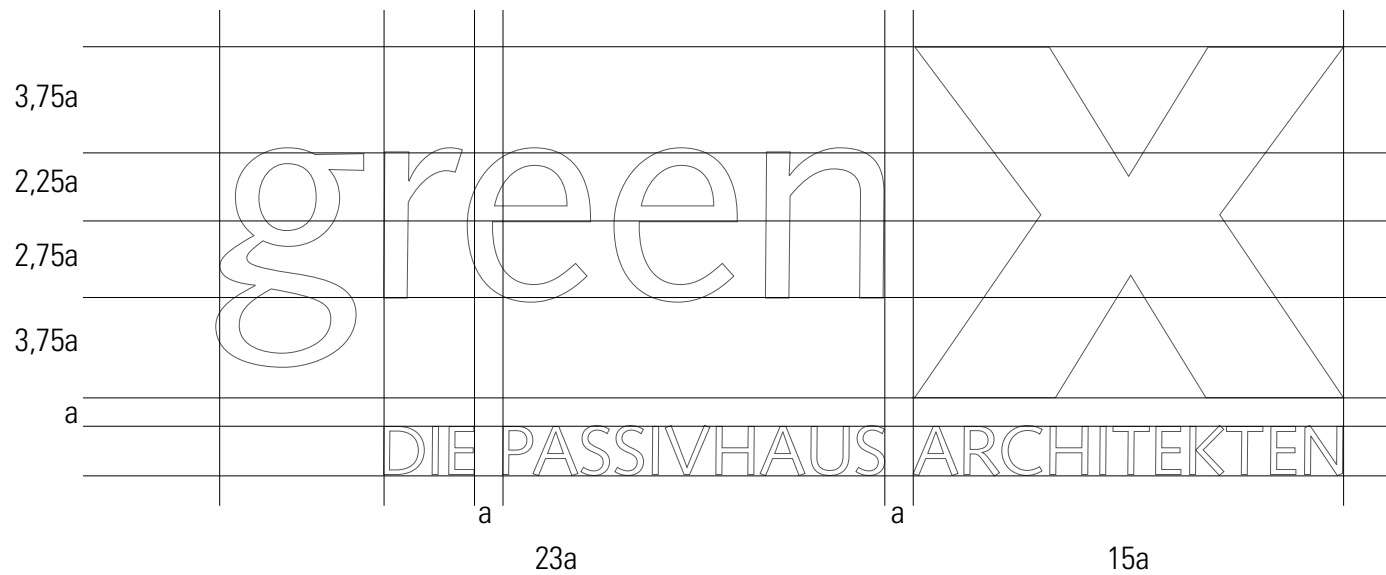
17 x 6,6 mm

Ohne Claim:



2.3 VERMASSUNG

Die Vermaßungen den Logos und die Abstände der einzelnen Elemente zueinander sind unverändert anzuwenden. Die Vermaßung bildet die Basis für eine klare und ästhetisch Ausgewogene Visualisierung. Dadurch wird ein einheitliches Erscheinungsbild in allen Medien garantiert.



2.4 FARBDEFINITION

Primärfarben sind Grün und Grau.

Farbwahl und Assoziationen:

- Grün: Umwelt, natur, positive Farbe
- Grau: seriös, unaufdringlich, elegant

Logo ist, auch durch die Farbwahl, problemlos auch einfarbig, schwarz und invers einsetzbar (siehe Seite 15ff)



Grün:

Pantone 369

cmk 73, 0, 100, 0

rgb 88, 166, 24

HKS 66 (Näherungswert)

HTML 5B8F22



Grau:

Pantone: cool Gray 10 xy

cmk: 40, 31, 20, 70

rgb: 97, 99, 101

HKS 92

HTML 616365

2.5 SCHRIFT

Die Logo-Schrift von „greenX“ ist die Syntax Roman (Linotype Library)
Charakteristische Eigenschaften sind das ausgewogene Schriftbild, ein dynamisches Formprinzip, optimale Lesbarkeit und Vielfalt der Schriftschnitte.

Bei der Gestaltung des Logos wurde darauf geachtet dass:

- Ein Spannungsfeld zwischen Groß- und Kleinbuchstaben erreicht wird
- Es klar und einfach gehalten ist
- „X“ als konstruktives, tragendes Element betont wird
- Durch bewusste Betonung vom typographisch anspruchsvollen Buchstaben „g“ wird als ausgleichender Gegenpol zum „X“ gesetzt.
- Es eine hohe Identität, Memrierbarkeit und Einzigartigkeit aufweist
- Die gedachte rechtsweisende Pfeilbildung zwischen „n“ und „X“ sichtbar wird.

Syntax Roman (Linotype Library):

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 !"\$\$%&/()=?-*#'

green X
DIE PASSIVHAUS ARCHITEKTEN

green X

2.6 CLAIM

Der Zusatz (Claim) unterstützt die Wort- und die Bildmarke.

Er darf als Schriftbild nur in Zusammenhang mit dem Logo verwendet werden.



~~DIE PASSIVHAUS ARCHITEKTEN~~

3. ANWENDUNGSBEISPIELE

3.1 DARSTELLUNGSARTEN MIT CLAIM



schwarz/weiss



1-farbig



auf dunklem Hintergrund



weiss



3.2 DARSTELLUNGSARTEN OHNE CLAIM

green X

schwarz/weiss

green X

1-farbig

green X

auf dunklem Hintergrund

green X

weiss

green X

3.3 ANWENDUNGSBEISPIELE UND VERBOTE

Weitere Anwendungsbeispiele:

Auf Bildern:

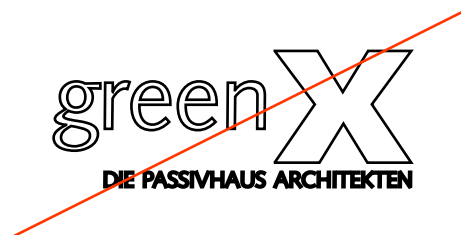


Nein!



Nicht möglich:

Schlagschatten, Schein nach aussen/innen, outlines, neigen, kippen, drehen, andere Farben, Transparenzen etc.



3.4 ANWENDUNGSBEISPIELE MIT GESTALTUNGSELEMENTEN

Logofreiraum

Zur eindeutigen Abbildung des Logos soll ein definierter Raum frei von allen anderen Gestaltungselementen bleiben. Dieser Logofreiraum beträgt rundum an jeder Seite mindestens die Kegelhöhe des Buchstabens „n“ (=5a) im Logo.

Abfallende, angeschnittene oder anliegende Gestaltungsmöglichkeiten sind nicht erlaubt.



Ja:



Nein!



3.5 DARSTELLUNGSMÖGLICHKEITEN & ANWENDUNG IN MEDIEN

Darstellungsmöglichkeiten:

Zu bevorzugende Variante:

Mehrfarbig



Verwendung im CMYK-farbraum:

(Euroskala Vierfarbdruck)

· mehrfarbige Druckerzeugnisse im digital- und Offsetdruck

Verwendung im RGB farbraum:

- Bildschirmpräsentationen
- Office-Dokumente (Word/Powerpoint ...)
- Internet

Alternativen:

1) Graustufen



Verwendung:

· einfarbige Druckerzeugnisse

2) Strichdarstellung



Verwendung:

- einfarbige Druckerzeugnisse
- Fax. Dokumente
- Kopiervorlagen
- Siebdruck
- Druck in Sonderfarbe (z.B. Pantone)
- Prägungen

3.6 ANWENDUNGEN UND VERBOTE IM FLIESSTEXT

Darstellungsmöglichkeiten in Fließtexten, eMails und Anwendungen, wo Text nicht formatiert werden kann.

Anzuwendende Varianten:

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnt **greenX** in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnt **greenX** in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnt greenX in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

Nein!

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnt **green X** in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnt **GREENX** in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnt **greenx** in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.