

Corporate Design Manual

Logoguide > Schrift

Logoguide

Schrift

Die Wortbildmarke besteht aus einem von Hand gezeichneten Kreis. Die Schrift heißt Hannah und wurde moduliert.



Hannah

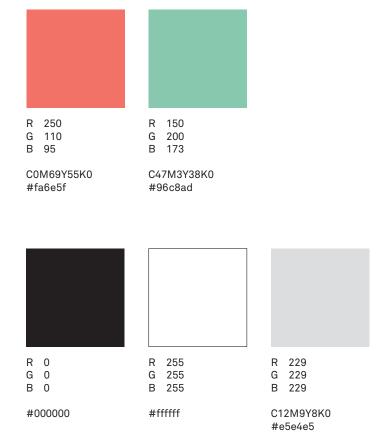
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER +HE LAZY DOG.
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Farbwelten > Allgemein

Farbwelten

Allgemein

Folgende Farben kommen sowohl in Print als auch im Web zum Einsatz.



Papier > Allgemein

Papier

Allgemein

Folgendes Papier kommt zum Einsatz: Munken, hochwertiges ungestrichenes und FSCTM-zertifiziertes Feinpapier, reinweiß.

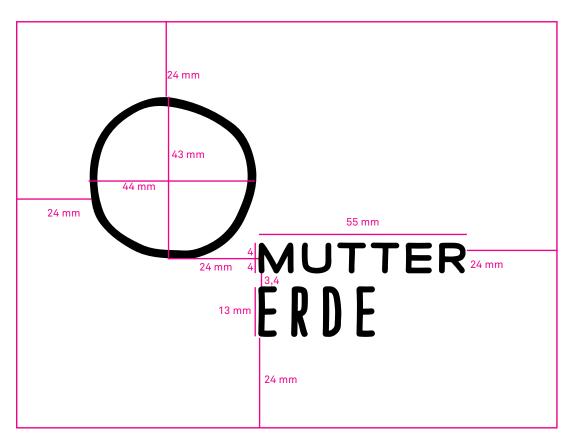
Papierstärken: Briefpapier: 120 g Visitenkarten: 300 g

Logoguide > Größe und Abstandsreglement

Logoguide

Größe und Abstandsreglement

Das Mutter Erde-Logo ist eine Wortbildmarke, die von ihrem Weißraum lebt. Diesbezüglich sind folgende Abstände einzuhalten: (Ausgangssituation 100 mm breit)



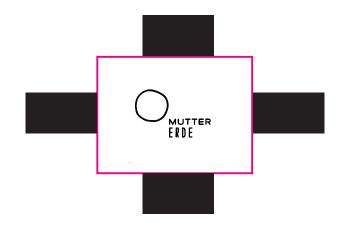
^{*} Der Kreis hat eine organische Form und ist in seinem Durchmesser nicht homogen. Achtung: Nicht nachzeichnen.

Anwendungsbeispiel

Kleinstmögliche Größe



Umgang mit anderen Logos. Schutzzone unbedingt einhalten.



Logoguide > No-Gos

Logoguide

Die No-Gos

Das Logo darf nur in Schwarz und in Weiß verwendet werden. Dementsprechend müssen die Hintergrundbilder und -farben gewählt werden.



Invertiert

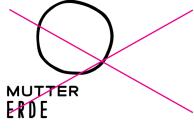


Schwarz

Anwendungsbeispiel



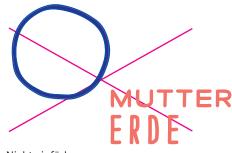
Nicht zerren



Kreis nicht willkürlich setzen



nicht durch einen linearen Kreis ersetzen



Nicht einfärben



Nicht in das Größenverhältnis innerhalb des Logos eingreifen.

Bildwelten > Natur

Bildwelten

Natur

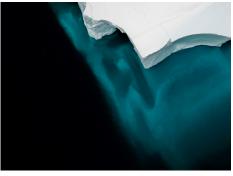
Die großflächigen Momentaufnahmen bestechen durch die Schönheit der Natur. Essentiell für die Bildsprache sind natürliche Farbwelten. Das bedeutet, keine knalligen, extrem gesättigten Fotos. In der Farbwelt dominieren grüne, blaue, braune und weiße Farben. Der Schlüssel zu emotional aufgeladenen Naturaufnahmen sind malerische Landschaften. Oft von erhöhten Plattformen fotografiert, um eine gewisse Aussicht und Weite zu erzielen. Keine gekünstelten und keine konstruierten Welten.

Nichts desto trotz werden professionelle Fotos und keine Amateurfotos verwendet. Merkmale dafür sind folgende: Die Objekte in der Ferne sind auch scharf fokussiert. Verschwommene Fotos wirken unprofessionell. Ausnahmen bei der Tiefenschärfe der Fotos sind dann möglich, wenn ein bestimmtes Objekt im Vordergrund steht. Zum Beispiel der Seeadler, Mohnblume, etc). Extreme Makroaufnahmen sollen vermieden werden, da ein gewisser Zoomeffekt auf der Website automatisch passiert.

Tonalität: harmonisch, mächtig, emotional, bewegend, malerisch, spannend, mitreißend, klare Sicht, realistisch, positiv, hell, in sich farbreich (sprich Himmel, Berge, Wälder, Wasser auf einem Bild vereint ist optimal)

No-Go: Keine Menschen in den Naturaufnahmen, Kein Fish-Eye, keine Schwarz-Weiß-Bilder, kein Nebel, nicht düster, keine Gewitterwolken, keine verletzten Tiere, gerodeten Wälder;













Bildwelten > Portraits

Bildwelten

Portraits

Menschen werden in einer natürlichen Umgebung dargestellt. Sei es z.B. in ihrer Wohnung, beim Spazierengehen etc. Der Blick richtet sich in die Kamera, dieser sollte natürlich und ungezwungen sein – freundlich und unaufgesetzt.

Die Person steht mittig und gelassen.











Logo> Logo im Print

Logoguide

Logo im Print 1/2 Anzeige

In den folgenden Beispielen werden die Richtlinien für die korrekte Platzierung demonstriert:

Das Logo steht immer am rechten Fleck. Beim Herzen.

Vertikal gemessen entspircht das Logo einem Fünftel des Printsujets. (Logogröße 40mm breit 26mm hoch)

Mindestabstand des Logos zum Text:







Schrift > Print und Web

Schrift

Print und Web

Für Print und für Web ist ausschließlich die Akkurat Mono Pro vorgesehen.

Gedichttext: Schriftgröße 9pt

Abstand: 15 pt

Ausrichtung: zentriert

1) Abstand 14mm

Headline: Schriftgtöße: 20pt

Abstand: 30pt

Ausrichtung: zentriert

2) Abstand 6mm

Zusatz URL: Schriftgröße: 9pt

Headline:

Schriftgtöße: 20pt

Abstand: 30pt

Ausrichtung: zentriert

1) Abstand 10mm

Fließtext

(Spenden): Schriftgtöße: 7pt

Abstand: 14 pt

Ausrichtung: zentriert

2) Abstand 6mm

Zusatz URL: Schriftgröße: 7pt





Anwendungsbeispiele im Print

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

1234567890 !"§\$%%&/()=?`,.;:<>*+#

Logo> Logo im Print

Logoguide

Logo im Print 1/2 Anzeige

In den folgenden Beispielen werden die Richtlinien für die korrekte Platzierung demonstriert:

Das Logo steht immer am rechten Fleck. Beim Herzen.

Vertikal gemessen entspircht das Logo einem Fünftel des Printsujets. Logogröße (64mm breit und 40 mm hoch)

Mindestabstand des Logos zum Text:







Schrift > Print und Web > Schriftgröße

Schrift

Print und Web

Für Print und für Web ist ausschließlich die Akkurat Mono Pro vorgesehen.

Gedichttext: Schriftgröße 12 pt

Abstand: 24 pt

Ausrichtung: zentriert

1) Abstand 28mm 1) Abstand 17mm

Headline: Schriftgtöße: 25pt

Abstand: 42pt

Ausrichtung: zentriert

Fließtext

Headline:

(Spenden): Schriftgtöße: 10pt

Abstand: 18 pt

Ausrichtung: zentriert

Schriftgtöße: 25pt

Ausrichtung: zentriert

Abstand: 42pt

2) Abstand 10mm

Zusatz URL: Schriftgröße: 12pt

2) Abstand 10mm

Zusatz URL: Schriftgröße: 10pt





Schrift > Print und Web > Schriftgröße

Schrift

Printsujets Typo

Wir lassen die Möglichkeit für Typografie-Plakate offen. Die Headline kann auch auf weißem Hintergrund stehen. Eine Subline und Copy kann unterhalb beigefügt werden. Der Text ist mittig ausgerichtet und darf die seitlichen Mindestabstände von 12 mm nicht überschreiten. Die Headline soll sich auf ca. 2/3 der Seite ausgehen.

Das Logo wird folglich auch mittig platziert und soll den obigen Mindestabstand ebenfalls nicht überschreiten. Die Größe des Logos ergibt sich aus 1/3 der Sujet-Breite.

Die Option eines Störers ist ebenfalls möglich. Wenn Bedarf besteht, muss er mittig ausgerichtet werden und unten stehen.

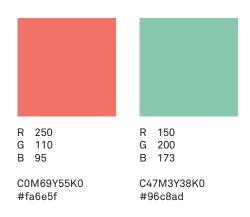


Farbwelten > Störer

Farbwelten

Störer

Das Logo wird ausschließlich in Schwarz oder Weiß verwendet. Die Schrift Akkurat Mono wird ebenso in Schwarz oder Weiß verwendet. Auf der Website wird dies anders behandelt. Ausgewählte Bereiche und Mouse-Overs werden durch folgende Farben signalisiert:



Anwendungsbeispiele im Print und Web





Drucksorten > Briefpapier

Briefpapier

Beim Briefpapier gibt es zwei Varianten:

- 1. abfallendes Bild (Naturaufnahmen) und Logo (Rückseite)
- 2. plane Version, Rückseite unbedruckt

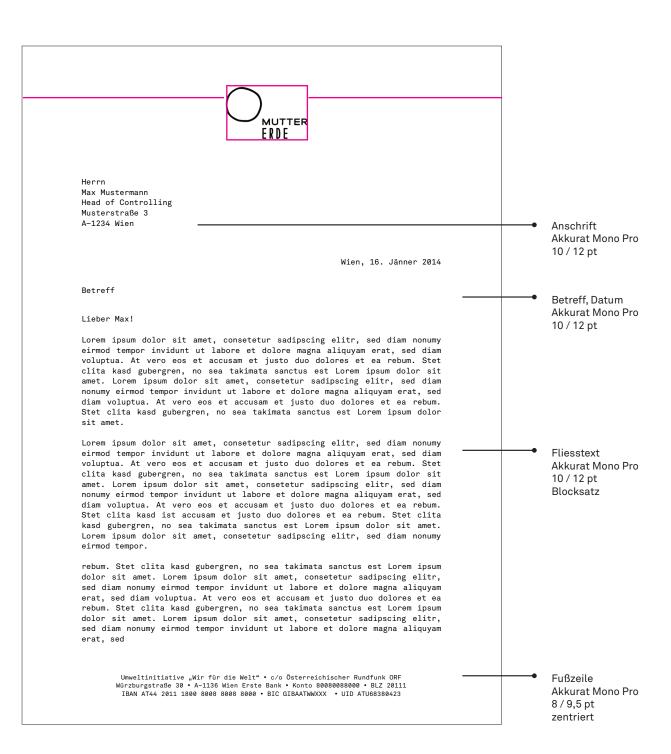




Variante A





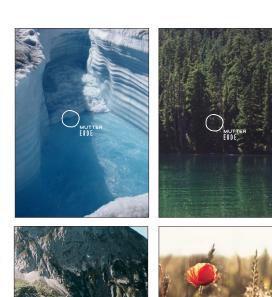


Drucksorten > Briefpapier

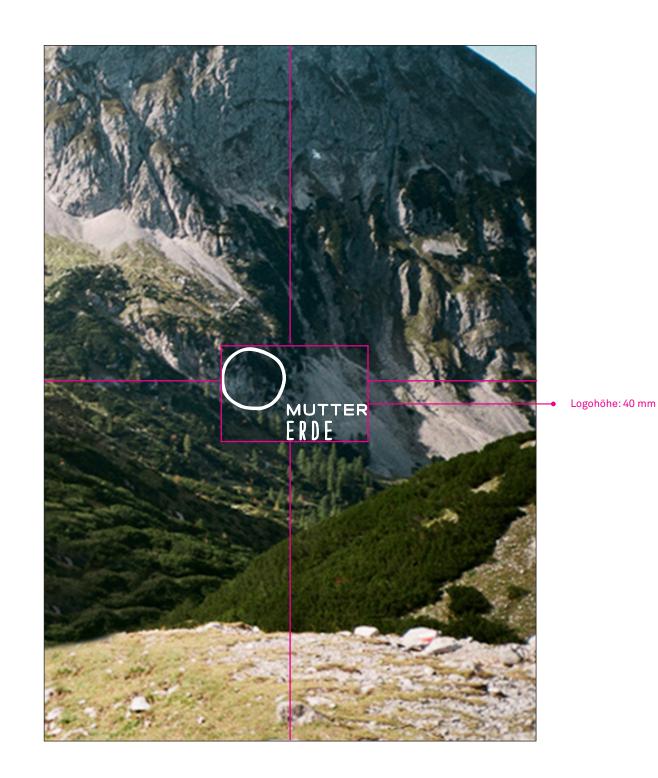
Briefpapier Rückseite

Bild: abfallend, meist wird ein spannender Ausschnitt verwendet.

Logo: in Weiß und zentriert







Drucksorten > Visitenkarte

Visitenkarte

Wie beim Briefpapier gibt es bei den Visitenkarten zwei Varianten:

- 1. abfallendes Bild (Naturaufnahmen) und Logo
- 2. plane Version, mit Logo

Die Reihenfolge der Daten ist einzuhalten.

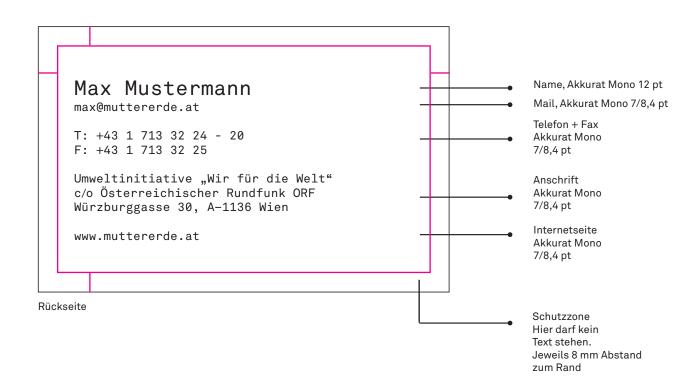


Variante A



Max Mustermann
max@muttererde.at
T: 443 173 32 24 - 20
F: 443 173 32 25
Umweltinitiative_Wir für die Welt*
C/o Osterreichischer Rundfunk ORF
Würzburggase 30, A-1136 Wien

Variante B

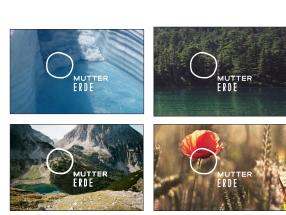


Drucksorten > Visitenkarte

Visitenkarte (Vorderseite mit Bild)

Bild: abfallend, meist wird ein spannender Ausschnitt verwendet.

Logo: in weiß und zentriert







Logohöhe: 25 mm

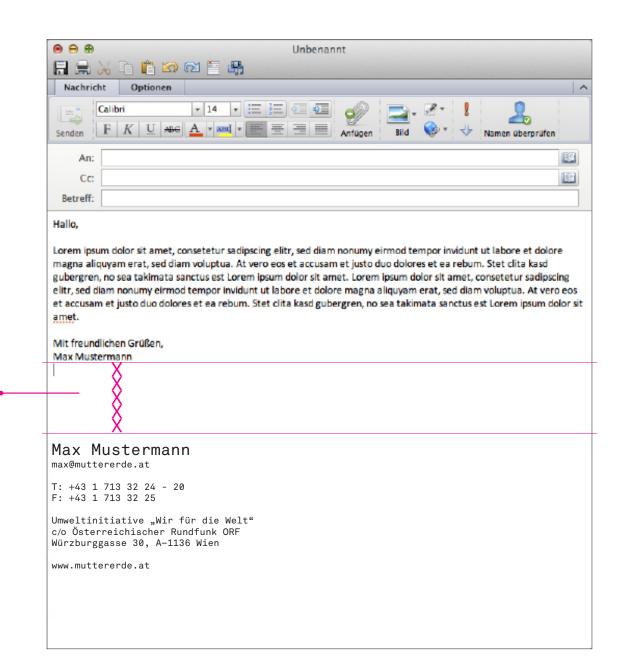
Online > E-Mail Signatur

E-Mail Signatur

Schrift: Courier Größe: 12 pt

Zeilenabstand: Auto

linksbündig



Abstand Signatur zu Fliesstext: 5 x Enter

Werbemittel > Anzeige mit Partnerlogos

Werbemittel

Anzeige mit Partnerlogos

HL:

Claim, Url, PSK

SL:

Zitat der jeweiligen Person.

Die Partnerlogos werden in einem unteren, weißen Rand platziert. (Um die Ästhetik zu erhalten, wird darauf hingewiesen die Logos in schwarz einzufärben.)

