

**Tischler Schreiner
Deutschland**

**Corporate Design
Gestaltungshandbuch
Landesverbände**

Corporate Design

Tischler Schreiner Deutschland | Landesverbände

Inhaltsverzeichnis

Corporate Design	3
Vorwort	12
Die Marke	17
Tischler Schreiner Deutschland – eine neue Marke.....	18
Bund, Land, Innung und Betrieb in einer Marke.....	20
Visueller Auftritt und Kommunikation unserer Werte.....	22
Das Tischler-/Schreinerhandwerk und seine Werte.....	24
Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Bundesebene.....	26
Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Landesebene.....	27
Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Innungsebene.....	28
Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Betriebsebene.....	29
Der Landesverband	31
Visuelle Komponenten	33
Das Logo der Landesverbände.....	34
Anwendungsformen.....	36
Schutzzone.....	37
Logogrößen.....	38
Technische Hinweise zur Anwendung des Logos.....	40
Die Hausschrift.....	42
Textsatz und Stile.....	43
Schrifthierarchien und Auszeichnungen.....	44
Mikrotypografie.....	46
Hausfarben.....	48
TSD-Verlauf.....	52
Textfarben.....	53
Prinzip des Titellayouts.....	54

Geschäftsausstattung	59
Visitenkarte	60
Briefpapier.....	61
Briefpapier 2. Seite.....	62
Fax.....	63
Briefumschlag DIN lang – Freistempler.....	64
Briefumschlag C4 – Freistempler.....	65
Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung.....	66
Briefumschlag C4 – Standardfrankierung.....	67
Versandtaschen B5	68
Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster.....	69
Poststempel für die Frankiermaschine.....	70
Stempel.....	71
Aufkleber.....	72
Paketklebeband.....	74
Mappe	75
Glückwunsch-, Einladungs- und Dankeskarten.....	77
Grußkarte.....	78
Kondolenzkarten.....	79
Urkunden und Formulare	81
Urkunden – normal.....	82
Urkunden – Sonderurkunde.....	83
Auszeichnungen.....	84
Urkundenmappe.....	85
Zertifikat.....	86
Formular.....	87

Corporate Design

Inhaltsverzeichnis

Digitale Medien	89
PowerPoint.....	90
Website.....	93
Werbebanner im Web.....	94
E-Mail-Signatur.....	95
Film/Animationen.....	96
Druckerzeugnisse	99
Kundenmagazin.....	100
Kundenmagazin – Innenseiten.....	101
Mitgliederzeitschrift.....	102
Mitgliederzeitschrift – Innenseiten.....	103
Flyer.....	104
Broschüren DIN A4.....	106
Plakat DIN A3.....	109
Plakat DIN A2.....	114
Plakat DIN A1.....	119
Plakat DIN A0.....	124
Großflächenplakate.....	129
Störer.....	133
Drucksachen und Werbemittel	137
Zeitungsanzeigen groß.....	138
Personalanzeigen.....	140
Traueranzeigen.....	141
Werbefahnen.....	142
Rollups.....	143
Banner.....	144
Beschilderung.....	145

Bürobedarf.....	147
Schreibblöcke.....	148
Notizblöcke.....	149
Telefonnotizen.....	150
Gesprächsnotizen.....	152
Memo.....	154
Protokolle.....	156
Ordnerrücken.....	157
Service-GmbHs.....	159
Service-GmbHs – Visuelle Komponenten.....	161
Das Signet der Service-GmbHs.....	162
Signetvarianten.....	163
Schutzzone.....	164
Signetgrößen.....	165
Die Hausschrift.....	166
Die Hausfarbe.....	167
Textfarben.....	169
Service-GmbHs – Geschäftsausstattung.....	171
Visitenkarte.....	172
Briefpapier.....	173
Briefpapier 2. Seite.....	174
Fax.....	175
Briefumschlag DIN lang (mit/ohne Fenster).....	176
Briefumschlag C4 (mit/ohne Fenster).....	177
Versandtaschen B5 (mit/ohne Fenster).....	179

Corporate Design

Inhaltsverzeichnis

Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster.....	180
Stempel.....	181
Aufkleber.....	182
Bestatter Deutschland.....	185
Bestatter Deutschland – Visuelle Komponenten.....	187
Das neue Logo von Bestatter Deutschland.....	188
Logovarianten.....	189
Schutzzone.....	190
Logogrößen.....	191
Die Hausschrift.....	193
Textsatz und Stile.....	194
Schrifthierarchien und Auszeichnungen.....	195
Hausfarben.....	197
BD-Verlauf.....	200
Textfarben.....	201
Bestatter Deutschland – Geschäftsausstattung.....	203
Visitenkarte	204
Briefpapier.....	205
Briefpapier 2. Seite.....	206
Fax.....	207
Briefumschlag DIN lang – Freistempler.....	208
Briefumschlag C4 – Freistempler.....	209
Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung.....	210
Briefumschlag C4 – Standardfrankierung.....	211
Versandtaschen B5	212

Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster.....	213
Poststempel für die Frankiermaschine.....	214
Stempel.....	215
Aufkleber.....	216
Karten.....	218
Grußkarte.....	219
Kondolenzkarten.....	220
Montage Deutschland.....	223
Montage Deutschland – Visuelle Komponenten.....	225
Das neue Logo von Montage Deutschland.....	226
Logovarianten.....	227
Schutzzone.....	228
Logogrößen.....	229
Die Hausschrift.....	231
Textsatz und Stile.....	232
Schrifthierarchien und Auszeichnungen.....	233
Hausfarben.....	235
Montage-Verlauf.....	238
Textfarben.....	239
Montage Deutschland – Geschäftsausstattung.....	241
Visitenkarte.....	242
Briefpapier.....	243
Briefpapier 2. Seite.....	244
Fax.....	245
Briefumschlag DIN lang – Freistempler.....	246

Corporate Design
Inhaltsverzeichnis

Briefumschlag C4 – Freistempler.....	247
Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung.....	248
Briefumschlag C4 – Standardfrankierung.....	249
Versandtaschen B5 (mit/ohne Fenster).....	250
Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster.....	251
Poststempel für die Frankiermaschine.....	252
Stempel.....	253
Aufkleber.....	254
Glückwunsch-, Einladungs- und Dankeskarten.....	256
Grußkarte.....	257
Kondolenzkarten.....	258
Zusatzinfos.....	261
Corporate Picture.....	262
Bildqualität und Farbräume.....	267
Papier.....	268
Verzeichnisse.....	273
Abkürzungsverzeichnis.....	274
Glossar.....	275

Vorwort von Konrad Steininger

Präsident Tischler Schreiner Deutschland



Vorwort



Konrad Steininger
Präsident
Tischler Schreiner Deutschland

Dieses Gestaltungshandbuch stellt einen Meilenstein für das deutsche Tischler- und Schreinerhandwerk dar. Denn es bildet den Grundstein dafür, dass erstmals alle deutschen Tischler- und Schreinerbetriebe, alle Innungen, alle Fachverbände und natürlich der Bundesinnungsverband Tischler Schreiner Deutschland mit einem gemeinsamen Logo bzw. Erscheinungsbild auftreten können. Auch die Bereiche „Bestatter“ und „Montage“ sind dabei berücksichtigt. Somit rückt in greifbare Nähe, was für andere Branchen – man denke nur an die Apotheker – eine Selbstverständlichkeit ist. Und davon werden alle Mitgliedsbetriebe profitieren.

Das Gestaltungshandbuch soll die gesamte visuelle Kommunikation im Tischler- und Schreinerhandwerk regeln. Es ist ein umfassendes und praxisorientiertes Werkzeug bei der Gestaltung von Kampagnen, Geschäftspapieren, Image- oder Lobbymaßnahmen, Ausbildungsunterlagen, Werbemitteln und öffentlichen Auftritten. Daraus ergibt sich die

große Chance, alle Produkte, Organe und Mitglieder zu einer gemeinsamen Kraft zu vereinen – mit dem Ziel, gemeinsam die Marktdurchdringung und die Marktpräsenz einer großen Marke zu schaffen.

Zu den Aufgaben unseres Verbandes gehört die Darstellung der Kompetenz, der Vielfalt und des Leistungsvermögens unserer Mitglieder ebenso wie deren wirtschaftspolitische Repräsentation im Markt und in der Politik. Darum ist diese Harmonisierung und Systematisierung aller Kommunikationswerkzeuge aus wirtschafts- und verbandspolitischer Sicht ein großer Erfolg. Denn sie folgt einer durchgängigen Strategie, die auch die Marketing- und Brandingwerkzeuge unserer Mitgliedsbetriebe berücksichtigt. Sie bringt so unserem Gewerk im Ganzen einen großen Mehrwert. Wir haben die Chance, ein Qualitätslabel zu schaffen mit dem Potenzial, die Arbeit und Leistung unserer Mitglieder angemessen zu repräsentieren und nachhaltig von Produkten der Mitbewerber abzugrenzen. Davon profitiert letztlich jeder einzelne Betrieb.

Die durchgängige Gestaltung aller Kommunikationswerkzeuge wird Synergien herbeiführen, die auf allen Ebenen der Anwendung neue Perspektiven eröffnen: von einer bundesweiten Imagekampagne bis zum optischen Bekenntnis der Zusammengehörigkeit von Betrieben, Produkten und Mitarbeitern – durch die Verwendung eines gemeinsamen Logos und Erscheinungsbildes. Sämtliche Aktionen können nun professionell und technisch sauber gestaltet werden – um letztlich unsere gemeinsame Marke „Tischler Schreiner Deutschland“ zu stärken.

Dieses im wahrsten Sinne des Wortes sichtbare Bekenntnis zum Miteinander kommt jedem einzelnen Mitglied zugute. Deshalb fordern wir Sie auf: Nutzen Sie dieses Gestaltungswerkzeug, nutzen Sie unser neues gemeinsames Logo. Damit die viel beschworene „Kraft der Marke“ sich ungehemmt entfalten kann – zum Wohle des Tischler- und Schreinerhandwerks und zum Vorteil für den einzelnen Betrieb.

Corporate Design

Vorwort

Tischler Schreiner Deutschland ist der Bundesinnungsverband der deutschen Tischler und Schreiner. Als Dachorganisation von 15 Landesverbänden und den angeschlossenen Innungen fördert er Innungsmitglieder in ihrer betrieblichen Praxis. Der Verband vertritt sie nach außen, insbesondere in den Bereichen: Sozial- und Tarifpolitik, Arbeitsrecht, Betriebsführung, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Technik, Normung und Berufsbildung. Als „Bestatter Deutschland“ und als „Montage Deutschland“ sind wir zudem Bundesinnungsverband der Bestatter und der Baufertigteilmonteur.

Unser Regionalitätsprinzip greift die historisch gewachsenen Berufsbezeichnungen auf und verbindet sie im Begriffspaar des „Logowürfels“ mit der jeweiligen Region. Für jede Hierarchie der Berufsorganisation wurde ein eigener Textbaustein für die gemeinsame Marke vorgesehen. So werden unsere starken lokalen und regionalen Verwurzelungen ebenso wie das Zeichen der bundesweiten Zusammengehörigkeit (Tischler NRW oder Schreiner Bayern) sichtbar gemacht.

Wir unterstützen Sie bei der Umsetzung des neuen Erscheinungsbildes nicht nur mit den Hilfen in diesem Regelwerk. Bitte beachten Sie auch unseren Downloadbereich auf www.tischler-schreiner.de und zögern Sie nicht, mit weiteren Fragen auf unsere Geschäftsstelle zuzukommen.

Viel Spaß bei der Anwendung und viel Erfolg in Ihrer Arbeit.

Berlin, März 2011



Konrad Steinger

Gestaltungshandbuch

Tischler Schreiner Deutschland | Landesverbände



Die Marke

Die Marke

Tischler Schreiner Deutschland – eine neue Marke

Tischler Schreiner Deutschland – eine neue Marke

Wir haben mit diesem Regelwerk ein Handbuch geschaffen, welches das Fundament einer erfolgreichen Positionierung und Pflege der Marke „Tischler Schreiner Deutschland“ sein wird. Ein Regelwerk kann eine Marke allein nicht prägen.

Die Marke schaffen und leben wir gemeinsam: Verbandsorgane, Vorstand, Mitglieder, Betriebe, Innungen, Fachverbände und das Präsidium von Tischler Schreiner Deutschland. Unsere gemeinsame Aufgabe ist nun die Arbeit für diese Marke – wir sind für sie verantwortlich.

Mit der Marke, die als Repräsentant, als Qualitätsnachweis, als Imageträger und Leitmotiv gleichermaßen fungiert, haben wir im Bereich des Handwerks ein Vermarktungsinstrument geschaffen, das seiner Einsatzfähigkeit ein beispiellos breites Spektrum anbietet.

Damit kann uns diese Marke an besonders vielen Stellen helfen, unsere Interessen im Sinne aller Mitglieder zu vertreten und zu realisieren.



Die Marke

Bund, Land, Innung und Betrieb in einer Marke

Bund, Land, Innung und Betrieb in einer Marke

Die Marke funktioniert als unmittelbarer Repräsentant aller Ebenen des Verbandes: Deutschland, Bundesländer, Bezirke, Innungen und Betriebe.

So können regionale Bestrebungen gebündelt, großräumig angelegte Aktionen individualisiert werden und alle Aktionen strahlen durch die gemeinsame Markenzugehörigkeit auf die Betriebe ab. Eine gemeinsame Werbeaktion ist durch diese Marke direkt mit den Mitgliedsbetrieben verknüpft und dort beheimatet:

Das Logo im Kampagnenauftritt ist dasselbe, das als Mitgliedsschild, auf Arbeitskleidung und als Label auf Firmenkorrespondenz oder auf Produkten zu sehen ist. Es ist dasselbe Logo, das auch die politischen und fachlichen Repräsentanzen von Innungen und Fachverbänden als Marke tragen.

Unsere neue Marke ist modular wie ein Baukasten – individuell modifizierbar durch eine Begriffswahl im Logo, die der regionalen Bezeichnung der jeweiligen Organisation folgt. Dabei ist darauf zu achten, dass der Name des Verbands/der Innung, der Name im Logo und die Benennung der Domain einheitlich sind.



Bund



Land



Innung



Betrieb

Die Marke

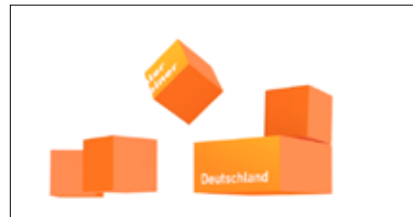
Visueller Auftritt und Kommunikation unserer Werte

Visueller Auftritt und Kommunikation unserer Werte

In einer von Marken definierten Wertewelt ist bekannt, dass ein Produkt einer bestimmten Marke nicht nur ein festgelegtes Aussehen hat, ein bekanntes Preissegment besetzt, sondern vor allem als ein Versprechen vor dem Erwerb des Produktes gilt: Qualität, Funktionalität und produktspezifische Attribute sind wesentliche Faktoren einer Kaufentscheidung.

Unser Ziel ist es, die bestehenden Werte auszubauen, zu verfestigen und weiter zu etablieren, indem sie als Attribute des visuellen Auftritts aller Tischler-/Schreineraktivitäten präsent werden. Sie werden als Teil jeder Kommunikation die Botschaft verbreiten helfen, die Mitarbeiter, Produkte und Betriebe der Innungsverbände besser positioniert und qualitativ von anderen Anbietern abgrenzt.

Damit wird das hier erläuterte Kommunikationswerkzeug zum wesentlichen marken- und wertebildenden Faktor. Dessen korrekte gemeinsame Anwendung wird zur zentralen Bedeutung für die Marktdurchdringung der zu kommunizierenden Werte.



Die Marke
Visueller Auftritt und Kommunikation unserer Werte



Die Marke

Das Tischler-/Schreinerhandwerk und seine Werte

Das Tischler-/Schreinerhandwerk und seine Werte

Positive Werterfahrungen der Kunden unserer Mitglieder, historisch gewachsene Werte und die Assoziation bestimmter Wertevorstellungen im Zusammenhang mit dem Tischler- und Schreinerhandwerk sind Kernpunkte einer nachhaltig guten Position am Markt und damit Kernfaktor aller betrieblichen Erfolge.

Unsere Ausgangsbasis ist bereits gut: Es gibt in Deutschland kein positiver besetztes Handwerk. Schreiner/Tischler arbeiten mit Holz, einem in der Natur wachsenden, ökologisch positiv besetzten Rohstoff. Sie gestalten Wohnräume, schmücken Immobilien, werten diese auf, haben einen gemeinhin als „schön“ empfundenen Beruf, arbeiten in kleinen, oft familiären Strukturen, haben persönliche Bindungen zu vielen Kunden und helfen diesen, ihre Lebensqualität zu steigern. Einige Werte sehen wir als gemeinsames Leitbild:

Tischler und Schreiner produzieren ab Werk. Ihre Arbeit ist immer ihren Preis wert.

Tischler-/Schreinerleistung ist preiswert.

Tischler und Schreiner produzieren individuell und persönlich. Produkt, Beratung und Arbeit sind individuell und vertrauensvoll. **Tischler-/Schreinerleistung ist persönlich.**

Tischler und Schreiner sind in den meisten Arbeitsprozessen als finalisierendes Gewerk, als Veredler und Wertsteigerer tätig. Ihre Arbeit optimiert die vorgefundene Situation.

Tischler-/Schreinerleistung macht Dinge besser.

Die Arbeiten von Tischlern und Schreibern lösen bestehende Anwendungsfragen, führen Teile zusammen, schaffen neue Situationen. **Tischler-/Schreinerleistung ist kreativ.**

Die Arbeiten von Tischlern und Schreibern bestehen aus hochwertigen Materialien, bieten lokale Lösungen und fördern die regionale Wirtschaft. **Tischler-/Schreinerleistung ist in jeder Beziehung nachhaltig.**

Die Marke

Das Tischler-/Schreinerhandwerk und seine Werte

Tischler-/Schreinerleistung ist
nachhaltig



Tischler-/Schreinerleistung ist
individuell



Tischler-/Schreinerleistung ist
kompetent



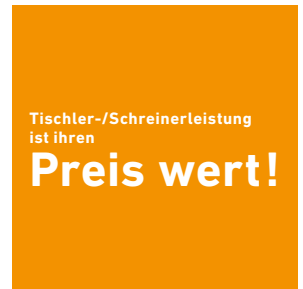
Tischler-/Schreinerleistung ist
persönlich



Tischler-/Schreinerleistung ist
kreativ



Tischler-/Schreinerleistung
ist ihren
Preis wert!



Die Marke

Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Bundesebene

Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Bundesebene

Der Bundesverband agiert als Dachorganisation der in Landesverbänden organisierten Tischler und Schreiner. Kampagnen und Lobbyarbeit erreichen durch den überregionalen Bezug eine breite Öffentlichkeit. Dadurch ergibt sich ein besonderer Bedarf, die Marke und ihre Werte angemessen und konsistent zu kommunizieren.

Ein homogenes Corporate Design verleiht sowohl dem Bundesverband als auch den Landesverbänden, Innungen, Tischlern/Schreinern eine einzigartige und einprägsame Identität und führt so zu einer geschärften Wahrnehmung im öffentlichen Raum.

Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Landesebene

Die Landesverbände agieren ebenfalls mit einem hohen Allgemeinanspruch für einen Teil ihrer Kommunikationsaufgaben. Sie haben eine direkte Verantwortung gegenüber Betrieben und den lokalen Innungen. Die Kampagnen, die Lobbyarbeit und die Veröffentlichungen erreichen ein großes Publikum. Deshalb ist es von besonderer Bedeutung, dass die Summe aller Unternehmungen eindeutig die Marke und ihre Werte kommuniziert. Länderübergreifende Fachzusammenschlüsse, Forschungsprojekte, Qualitätsgemeinschaften und die Aktivität der Service + Produkt GmbH bieten in ihrer Summe die Chance, die Marke in breiter Streuung einer sehr großen Zielgruppe zu präsentieren.

Die abstrakte, allgemeine Kommunikation auf Bundesebene – die unser Handwerk an sich kommuniziert –, die über grundsätzliche Aufgaben, Werte und Qualitäten informiert, generiert aus dem Umstand der bundesweiten Gültigkeit dieser Aussagen an sich schon sehr große Glaubwürdigkeit, wie sie auf lokaler Ebene oder durch betriebliche Werbung nie erreicht werden kann.

Die Öffentlichkeitsarbeit und die Wirkung der Aktivitäten von Landesverbänden strahlt auf alle weiteren Mitglieder ab. Deshalb sind hier die Inhalte leicht verständlich, allgemeingültig und deutlich zu präsentieren. Die kommunizierten Werte und Attribute werden bei lokalen Aktivitäten durch die Fortführung von Design- und Markenstrategie, aber auch durch Aufgreifen von Leitmotiven, Botschaften und Slogans verfestigt und auf individuelle Aktionen übertragen werden.

Die Marke

Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Innungsebene

Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Innungsebene

Der Beitrag der Innungen für ein Gelingen der Tischler-/Schreiner-Öffentlichkeitsarbeit ist insofern von sehr großer Bedeutung für die Verbandsstruktur, als dass über die Innungen alle Mitglieder geworben und im Verband gehalten werden.

Damit die Innungen also attraktive Verbandsarbeit leisten können, müssen die Vorarbeiten und die Kampagnenstrukturen so konzipiert sein, dass die verhältnismäßig kleinen und finanzschwachen Strukturen sinnvoll in der Öffentlichkeit agieren können.

Das hat besondere Bedeutung, da den Innungen in der Regel keine Kommunikationsexperten zur Verfügung stehen, sondern an dieser Stelle die lokale fachliche und politische Repräsentation von Tischlern/Schreibern ehrenamtlich geleistet wird.

Die Partner der Innungen sind die Mitgliedsbetriebe, lokale Presse und der zuständige Landesverband. In der Regel werden dessen Aktivitäten aufgegriffen. Die Aufgabe der Umsetzung vieler Aktivitäten fällt dann den Innungen zu: Sie veranstalten, organisieren und tragen sinngemäß die Botschaft ins Ziel.

Deshalb schafft eine professionelle Kommunikation Mehrwerte vor Ort, wenn die Werbematerialien für Innungen Verwendung finden und die Pressearbeit mit den korrekten Brandingelementen geleistet wird: Den Zeitungen müssen korrekte Verbandsinformationen und den Radiosendern korrekte Bezeichnungen vorliegen.

Zu den sehr wichtigen Aufgaben der Innungen gehört auch, potenzielle Mitglieder zu informieren und die Mitgliedschaft attraktiv zu machen. Dies ist natürlich dann einfacher, wenn durch die optische Zusammengehörigkeit der Mitglieder, Innungen und Fachverbände die Größe des Verbands und die Relevanz der überregionalen Aktionen für Mitgliedsbetriebe spürbar wird.

Das Tischler-/Schreinerhandwerk auf Betriebsebene

Die Betriebe tragen die Innungen und den Verband. Der Zusammenschluss zu Innungen und deren weitere Zugehörigkeit zu den Fachverbänden und dem Bundesverband hat das Ziel der Interessenbündelung – nach Synergien und politischem Gewicht.

Umso wichtiger ist das optische Bekenntnis zu Innung, Landes- und Bundesverband: Die gemeinsame Kennzeichnung aller Ebenen bis hin zum Betrieb ist die Voraussetzung für einen nachhaltigen Erfolg der gemeinsamen Aktivität. Nur dann können gemeinsam vermittelte Werte auf einzelne Mitglieder abstrahlen, wenn diese sich sichtbar zugehörig zeigen.

Die Werte von Kompetenz, Materialgerechtigkeit, individueller Fertigung, von nachhaltiger Produktion, Vertrauen und persönlicher Betreuung können zentral kommuniziert werden – gelebt werden sie von den Mitgliedern. Deshalb ist im Sinne gemeinsamer Werte das gemeinsame Design ein unverzichtbares Werkzeug. So werden unmittelbare Kundenerfahrungen übertragbar und schaffen eine gemeinsame Werteentwicklung.

Im Umkehrschluss sollten diese gemeinsamen Werte auch zu Maximen des Handelns aller Mitglieder werden.

Ein „Corporate Behaviour“, auch „Verhaltenskodex“ genannt, ist eigentlich überflüssig, wenn die Berufsauffassung und deren Werte im täglichen Miteinander im Betrieb und mit Kunden gelebt wird.

Der Landesverband

Visuelle Komponenten

Das Logo der Landesverbände

Das Logo der Landesverbände

Der Bundesverband Tischler Schreiner Deutschland untergliedert sich in 15 Landesverbände. Im Zuge der Überarbeitung des Erscheinungsbildes von TSD wurde auch das Corporate Design der Landesverbände überarbeitet.

Diese Harmonisierung und Vereinfachung der Benennung spiegelt sich gleichzeitig auch in der Bildmarke, dem neuen Logo, wider. Es ist die ungewöhnliche, markante Form einer perspektivischen Würfeldarstellung entstanden. Neue Grundfarbe ist Orange.

Bei den Landesverbänden wird zwischen Tischler (Norddeutschland) und Schreiner (Süddeutschland) unterschieden. Im Nachfolgenden werden sämtliche Ausarbeitungen zur Anwendung des Logos am Beispiel eines Tischler- und Schreiner-Landesverbandes (in der Folge mit SLV bezeichnet) visualisiert. Die entsprechenden Angaben gelten analog für alle anderen Landesverbände.

Die Geschäftsausstattung und alle weiteren Marketing-Produkte werden anhand des Landesverbandes „Schreiner Bayern“ bzw. „Tischler NRW“ dargestellt.

Logo des Landesverbandes



Hinweis

Das Logo des jeweiligen Landesverbandes steht im Downloadbereich bereit. Eigenhändiges Nachbauen, Verzerren oder Verändern ist in jeglicher Form untersagt.

Anmerkung

Ein Logo definiert sich nicht nur durch Form, Farbe und Schrift sondern auch durch den ihm zugeordneten Schutzraum.

Schutzzone auf Seite 37



Das Logo besteht aus einer dreidimensionalen Grundform („Würfel“), der Bildmarke, aus einem Schriftzug, der Wortmarke, und einer charakteristischen Farbe. Alle drei Bestandteile bilden das Logo, das in seiner Form, Farbe, Schrift und Schreibweise nicht verändert oder ergänzt werden darf. Eine Veränderung oder Ergänzung hätte eine Schwächung der Marke zur Folge.

Logo des Landesverbands mit Claim

Für den Fall, dass ein Claim in Verbindung mit dem Logo des SLV auftreten soll, gibt es eine vorgefertigte Logoversion mit Claim. Je nach Anwendungsfall kann das Logo mit dem Claim unterhalb (vertikale Variante) oder links vom Logo (horizontale Variante) verwendet werden.

Claim unterhalb des Logos
(vertikale Variante)



Claim links vom Logo
(horizontale Variante)

**Fachverband
Schreinerhandwerk
Bayern**

Starke Vertretung.
Starker Service.



**Fachverband
Schreinerhandwerk
Bayern**

Starke Vertretung.
Starker Service.

Die vertikale Variante darf nie am Fuß eines Formats stehen. Hier wird stattdessen die horizontale Variante verwendet.

Die horizontale Variante darf nie linksbündig im Format stehen. Sie steht stets rechtsbündig im Format.

Anwendungsformen

Das Logo gibt es in verschiedenen Varianten für unterschiedliche Einsatzgebiete.

Landesebene (Norddeutschland/Süddeutschland)

Standardversion

Verwendung auf weißem Grund



Hausfarben auf
Seite 48

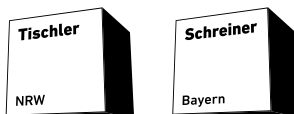
Standardversion

Verwendung auf farbigem Grund



Schwarz-Weiß-Version

Fax, Stempel, Kondolenzkarte



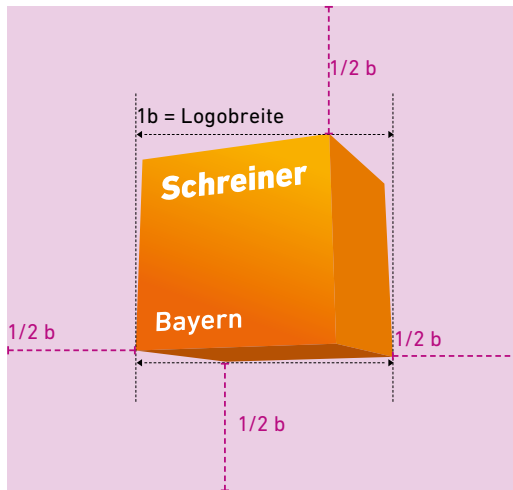
Schutzzone

Um seine Wirkung zu erzielen und nicht durch andere Objekte gestört zu werden, benötigt jedes Logo eine sogenannte Schutzzone. Innerhalb dieser Schutzzone dürfen keine anderen Objekte platziert werden. So hat auch das SLV-Logo eine Schutzzone. Diese entspricht einer halben Logobreite.

Die Schutzzone ist wesentlich für Erkennbarkeit, Lesefreundlichkeit und grafische Wirkung des Markenzeichens.

Die Platzierung des Logos auf einem Bild ist unter Einhaltung der Schutzzone zu den jeweiligen Seitenrändern zulässig.

Der hier gezeigte Schutzraum gilt analog für die Logoverversionen mit Claim.



Die Schutzzone bildet ein gedachtes Quadrat um das Logo
Die Schutzzone entspricht immer der Hälfte der tatsächlichen Logobreite ($1/2 b$).

Logogrößen auf Seite 38

Visuelle Komponenten

Logogrößen

Logogrößen

Unterschiedliche Formate fordern unterschiedliche Logogrößen. Es ist zu beachten, dass einfaches Skalieren des Layouts und des Logos nicht zur korrekten Logogröße für das größere oder kleinere Format führt.

Die Größen sind so gewählt, dass sie auf dem jeweiligen Format gut lesbar sind und den Anforderungen entsprechen. Sie sind kein mathematisch exaktes Vielfaches eines Ausgangsformates. Bitte orientieren Sie sich an den hier angegebenen Größen. Die Größe des Logos definiert sich immer durch dessen Breite.

Das erlaubte Mindestmaß entspricht $b = 10$ mm.

DIN A6, Visitenkarten
b = 15 mm



**DIN A5, DIN lang
(hoch o. quer)**
b = 20 mm



DIN A4
b = 30 mm





DIN A3
b = 40 mm

Maße für weitere Formate

DIN A2	b = 50 mm
DIN A1	b = 70 mm
DIN A0	b = 120 mm
Größflächenplakat	b = 300 mm

Logo

Das Logo darf nur wie abgebildet verwendet werden. Veränderungen und Ergänzungen im Wortlaut oder in der Schreibweise sind verboten.

Visuelle Komponenten

Technische Hinweise zur Anwendung des Logos

Technische Hinweise zur Anwendung des Logos

Je nach Produktionsverfahren sind unterschiedliche Dateiformate und Farbräume des Logos zu verwenden.

Digitaldruck

Officedrucker, Kleinauflagen



CMYK

Offsetdruck

Großauflagen



CMYK

Bildschirmdarstellungen

Web, Präsentationen



RGB

Hausfarben auf
Seite 48**Digitaldruck**

Der Digitaldruck ist ein Druckverfahren, bei dem das Druckbild direkt von einem Computer in eine Druckmaschine übertragen wird, ohne dass dafür eine statische Druckform benutzt wird.

Offsetdruck

Der Offsetdruck ist ein qualitativ hochwertiges Flachdruckverfahren, bei dem von einer Druckplatte über ein Gummituch als Zwischenträger auf den Bedruckstoff (bspw. Papier) indirekt gedruckt wird. Dieses Druckverfahren ist heute am weitesten verbreitet.

Siebdruck, Folien, Stickung



Pantone, RAL, HKS
(ohne Verlauf)



Hinweis

Im Gegensatz zu den anderen Produktionsverfahren wird hier die Front des Würfels nur mit einem Vollfarbton dargestellt.

Siebdruck

Der Siebdruck beruht auf dem Prinzip der Schablone. Im Druck wird die Farbe mit einer Gummileiste (auch Rakel genannt) durch die Maschen eines feinen, in einen Rahmen gespannten Gewebes – das „Sieb“ – gedrückt. Dies ergibt gleichmäßige Farbflächen. Werden Teilbereiche des Siebs durch das Belegen mit Schablonen, durch Bemalen oder durch fototechnische Belichtung verschlossen, sodass an diesen Stellen keine Farbe durch das Sieb gedrückt werden kann, entstehen die unterschiedlichsten Formen. Der Siebdruck gilt daher als „Durchdruck-Verfahren“.

Visuelle Komponenten

Die Hausschrift

Die Hausschrift

Textfarben auf
Seite 53



Hinweis

In Ausnahmefällen darf die Arial als Ersatzschrift der DIN Next LT Pro verwendet werden.

Die DIN Next LT Pro ist die Hausschrift von SLV und allen anderen Landesverbänden. Sie wurde erst im Jahr 2009 neu entwickelt: Die Schriftfamilie DIN Next™ wird durch die klassischen deutschen Industriefonts DIN 1451 Engschrift und DIN 1451 Mittelschrift inspiriert. Bereits seit 1980 sind die zwei Schriften DIN 1451 bei Linotype erhältlich. In letzter Zeit wurden sie populärer denn je und Designer fragten immer häufiger nach zusätzlichen Schnitten.

So veranlasste der künstlerische Leiter von Linotype, Akira Kobayashi, die Schaffung einer neuen Schriftfamilie, die auf dem klassischen Stil aufbaut.

DIN Next LT Pro
Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*,,"=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*,,"=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*,,"=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*,,"=?!§\$%&/()

Textsatz und Stile

Einheitlicher Textsatz ist ein wichtiger Baustein für ein durchgängiges Erscheinungsbild und findet bei Flyern, Broschüren und allen Druckerzeugnissen Anwendung. Das Corporate Design der SLV verwendet ausschließlich Block- und Flattersatz (1 + 2). Mittelachsensatz, rechtsbündiger Satz und erzwungener Blocksatz sind nicht zulässig (3–5). Beim Blocksatz ist besonders in schmalen Spalten darauf zu achten, dass sich keine zu großen Lücken bilden, da der Text sonst löchrig wirkt. Tipp: Gegebenenfalls an einer geeigneten Stelle einen Absatz einfügen.

1

Aquiaest, quantis quatis qui ommodissit alitatie
rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibe-
aque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idi-
cati culparum rendunt, occus ex eos as solupta ti-
bus, am ex et aute ipidem eos nectur?

2

Aquiaest, quantis quatis qui ommodissit alitatie
rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et
quibeaque volecto taspide ntemodis et ut
faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos
as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?

**Korrekt im Sinne des
Corporate Designs:**

- 1 Blocksatz, letzte Zeile linksbündig
- 2 Flattersatz linksbündig

3

~~Aquiaest, quantis quatis qui ommodissit alitatie
rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et
quibeaque volecto taspide ntemodis et ut
faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos
as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?
Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestiam restiss
edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.~~

4

~~Aquiaest, quantis quatis qui ommodissit alitatie
rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et
quibeaque volecto taspide ntemodis et ut
faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos
as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?
Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestiam restiss
edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.~~

5

~~Aquiaest, quantis quatis qui ommodissit alitatie
rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibe-
aque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idi-
cati culparum rendunt, occus ex eos as solupta ti-
bus, am ex et aute ipidem eos nectur?
Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestiam restiss edi-
picit labo. Ur, simoluptam quam volupta.~~

FALSCH!

- 3 Mittelachsensatz
- 4 Flattersatz rechtsbündig
- 5 erzwungener Blocksatz

Visuelle Komponenten

Schrifthierarchien und Auszeichnungen

Schrifthierarchien und Auszeichnungen

Die Schriftgrößen können, sofern nicht anders definiert, grundsätzlich frei gewählt werden. Es müssen jedoch die hier dargestellten Hierarchien eingehalten werden. Das heißt: Überschriften heben sich grundsätzlich durch Größe oder Farbe vom Fließtext ab. Verwenden Sie Überschriften zur Untergliederung und inhaltlichen Strukturierung von Texten. Hervorhebungen sollten so sparsam wie möglich angewandt werden.

Es ist wichtig, dass innerhalb eines Dokuments eine einheitliche Schrifthierarchie verwendet wird, das heißt Überschriften und Fließtexte haben innerhalb eines Dokumentes stets die gleiche Größe und Farbe. So kann das Auge und damit der Leser Textbotschaften schneller erfassen und hierarchisieren.

RUBRIK

Überschrift Ebene 1

Überschrift Ebene 2

Introtext. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan dignihicium faccus ipsumquis ditibusam cus dolum assiminverum quatis re ligenis re sinim laut quunt as moluptur ad magnam faccupatquo esto volupis eariati corporum fuga.

Überschrift Ebene 3

Fließtext. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan dignihicium faccus ipsumquis.

Überschrift Ebene 4

Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan.

Bildunterschrift

Fließtext BU. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga.

Rubrik

DIN Next LT Pro, Regular, Versalien

Unterstrichen

Verhältnis von Kontur zu Versatz = 1 : 2

Ebene 1

DIN Next LT Pro, Heavy, Fw 8

Ebene 2

DIN Next LT Pro, Bold, Fw 8

Introtext

DIN Next LT Pro, Italic

Ebene 3

DIN Next LT Pro, Bold, Fw 8

Fließtext

DIN Next LT Pro, Light

Ebene 4

DIN Next LT Pro, Regular

Fließtext

s. o.

Bildunterschrift

DIN Next LT Pro, Bold

Fließtext BU

DIN Next LT Pro, Light

Visuelle Komponenten

Mikrotypografie

Mikrotypografie

Ausgleichen von Buchstabenabständen

Je nach Anforderungen an die Lesbarkeit müssen die Abstände zwischen Buchstaben und Satzzeichen ausgeglichen werden. Je größer die Schrift, desto ungleicher wirken die Abstände zwischen den Buchstaben und erschweren damit die Lesbarkeit. Aber auch bei kleinen Schriften ist oft ein Ausgleichen zwischen den Buchstaben zur Verbesserung der Lesbarkeit notwendig. Ziel ist es, optisch scheinbar gleiche Abstände zwischen den Buchstaben zu erreichen.

Vorher

Hier wurde nur der Text ohne jegliche Anpassung eingegeben. Es wird deutlich, dass die Abstände ungleichmäßig sind.

Vorher

Das Wort

Metrisch, Laufweite 0

Nachher

Das Wort

Optisch, Laufweite 10

Nachher

Hier wurden die Abstände zwischen den Buchstaben ausgeglichen. Es entsteht ein harmonisches und gleichmäßiges Schriftbild.

Ausgleichen bei E-Mail-Adressen und Telefonnummern

Bevor E-Mail-Adressen und Telefonnummern gedruckt werden, sollten im Sinne der Lesbarkeit die Abstände bearbeitet werden. So sollen vor und nach Schrägstrichen, zwischen Ziffern und Buchstaben und vor und nach dem @-Zeichen die Abstände kontrolliert und ausgeglichen werden, denn meistens sind die automatischen Abstände ungleichmäßig oder zu eng.

E-Mail-Adressen und Telefonnummern

In den Beispielen sieht man, dass ein fehlendes Ausgleichen der Abstände ein unruhiges und schlecht lesbares Schriftbild ergibt. Daher wird vor und nach Schrägstrichen ein 1/24-Geviert eingefügt. So auch vor und nach dem @-Zeichen der E-Mail-Adresse. Auch bei den Telefonnummern wird mit ganzen Leerzeichen bzw. mit 1/24-Gevierten ausgeglichen.

Vorher

+49(0)89-5458280

München/Deutschland

info@schreiner.de

Ausgleichen

+ 49 (0) 89 – 54 58 28 0

München/Deutschland

info@schreiner.de

Nachher

+ 49 (0) 89 – 54 58 28 0

München/Deutschland

info@schreiner.de

Generieren von Sinneinheiten

Bei Adressen kommt es häufiger vor, dass diese einzeilig gesetzt werden müssen (bspw. im Brieffenster). Um die einzelnen Elemente einer Adresse in einer Zeile verständlich aufzubereiten, bedarf es einheitlicher Abstände zwischen den inhaltlichen Blöcken. Wird der Text ohne jegliche Anpassung nur eingegeben, ist ein schnelles Erfassen der einzelnen Bestandteile nicht möglich. Aus diesem Grund werden mithilfe einer vertikalen Linie Sinneinheiten generiert.

Fachverband Schreinerhandwerk Bayern Fürstenrieder Str. 250 81377 München

Vorher

Fachverband Schreinerhandwerk Bayern | Fürstenrieder Str. 250 | 81377 München

Ausgleichen

Fachverband Schreinerhandwerk Bayern | Fürstenrieder Str. 250 | 81377 München

Nachher

Ausrichten von Zahlen in Tabellen

In Tabellen ist es wichtig, dass die Zahlen untereinander stehen. So werden zum Beispiel mit Komma getrennte Zahlen an diesem Komma untereinander ausgerichtet, während mehrstellige Zahlen mit Tausender-Punkt am Punkt ausgerichtet werden. Es muss dazu eine einheitliche Laufweite der Schrift verwendet werden.

Vorher	Nachher	Vorher	Nachher
12,5	12,5	1.789,50	1.789,50
4,75	4,75	52.054,00	52.054,00
134,89	134,89	988.000,08	988.000,08
2,0	2,0		

Visuelle Komponenten

Hausfarben

Hausfarben

Farben wirken in hohem Maße identitätsstiftend. Die neue Marke orientiert sich an dem traditionsreichsten und wichtigsten Werkstoff „Holz“ – ein Rohstoff, der ausschließlich mit positiven Werten besetzt ist.

Grundfarbe

Die Grundfarbe bildet die Basis aller Farben des Erscheinungsbildes. Sie findet neben der Farbe Schwarz hauptsächlich bei Schriftelementen und Farbflächen Anwendung.

Fw 1



60 %

Pantone

138

CMYK

0/50/100/0

RGB

223/122/0

HEX

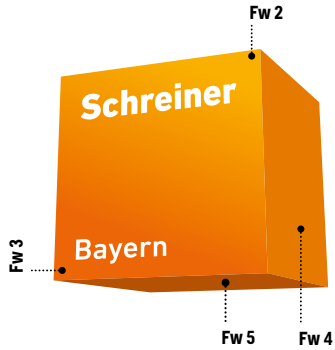
DF7A

RAL

2008

Logofarben

Die Logofarben 2 bis 5 sind den Logos und dem TSD-Verlauf vorbehalten und werden auch nur hier angewendet. Im Falle der Anwendung eines Orangetons außerhalb des Logos wird auf die Grundfarbe zurückgegriffen.



Fw 2



130
0/35/100/0
240/171/0
F0AB00



Fw 3



158
0/70/100/0
227/114/34
E37222



Fw 4



7413
0/60/100/5
225/119/30
E1771E



Fw 5



167
0/70/100/30
189/79/25
BD4F19



Pantone
CMYK
RGB
HEX

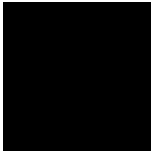

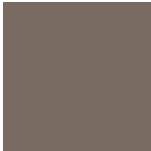





80%
60%
40%
20%

Visuelle Komponenten

Hausfarben

Zusatzfarben

Die Zusatzfarben sind für Typografieelemente (zur Auszeichnung von Schrift) vorgesehen. Sie sollen gezielt und nach klaren Regeln eingesetzt werden, damit ein einheitliches Erscheinungsbild entsteht. Nur so kommt es zu einem Wiedererkennungswert, der sich dauerhaft im Sinne der Marke einprägt.

	Fw 6	Fw 7	Fw 8	Fw 1
				
60%				
Pantone	Process Black	–	Warm Grey 9	138
CMYK	0/0/0/100	0/0/0/0	23/32/34/53	0/50/100/0
RGB	30/30/30	255/255/255	130/120/111	223/122/0
HEX	1E1E1E	FFFFFF	82786F	DF7A00
RAL	9005	9003/9016	7006	2008

Die nachfolgenden Farben können zur zusätzlichen Kategorisierung bei Druckerzeugnissen eingesetzt werden, beispielsweise zur Kennzeichnung eines Sonderthemas. Sie treten jedoch nur vereinzelt und in geringem Maße auf. Sie werden niemals großflächig, formatfüllend oder als Hintergrundfarbe eingesetzt.

Fw 9



179
0/90/85/0
222/56/49
DE3831
3020

Fw 10



1805
5/95/75/20
170/39/47
AA272F
3002

Fw 11



208
15/100/35/45
136/35/69
882345
4002

Fw 12



229
25/100/17/63
102/32/70
662046
4004

60%

Pantone
CMYK
RGB
HEX
RAL

Visuelle Komponenten

TSD-Verlauf

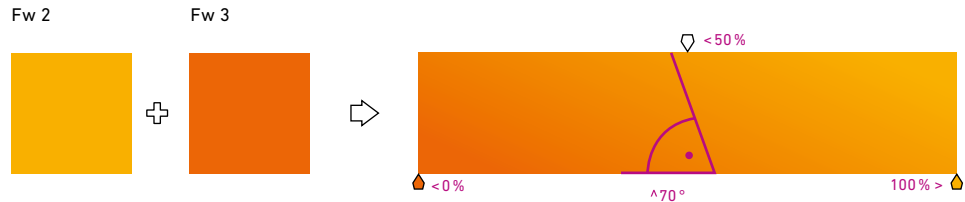
TSD-Verlauf

Aus den Logofarben 2 und 3 entsteht eine Farbwelt, die zusätzlich zum Logo einen Wiedererkennungswert stellt. Der markenspezifische Farbverlauf findet auch hier Anwendung. Zu beachten ist, dass die Verlaufsrichtung strengen Vorgaben folgt, die unbedingt einzuhalten sind.

In Ausnahmefällen, wie beispielsweise für das Web, darf der Verlauf leicht modifiziert werden. Dabei darf sich jedoch der Gesamteindruck nicht verändern.

TSD-Verlauf ohne Logo

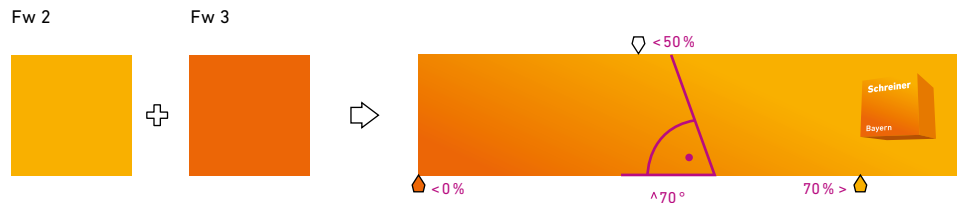
TSD-Verlauf
linearer Verlauf
Winkel = 70°



TSD-Verlauf mit Logo

TSD-Verlauf
linearer Verlauf
Winkel = 70°

TSD-Verlauf mit Logo
Wird das Logo auf dem TSD-Verlauf positioniert, endet die helle orange-farbene Fläche (Fw 1) rechts schon früher, dadurch erhält das Logo einen besseren Kontrast.



Textfarben

Überschriften auf weißem Grund werden in den Farbwerten 6 und 1 gesetzt. In Ausnahmefällen können die Farbwerte 6 und 1 in einer Aufrasterung von 60 % verwendet werden. Bei Überschriften mit Verlaufshintergrund ist die Textfarbe ausschließlich Weiß.

Fw 6



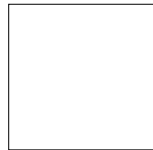
Process Black

0/0/0/100

30/30/30

1E1E1E

Fw 7



–

0/0/0/0

255/255/255

FFFFFF

Fw 1



138

0/50/100/0

223/122/0

DF7A00



Hinweis

60 % des Tones bedeutet nicht, dass eine Transparenz verwendet wird! Stellen Sie die Farben auf keinen Fall auf 60 % transparent, sondern verwenden Sie den tatsächlichen 60%-Wert der Farben.

60 %

Pantone

CMYK

RGB

HEX

Als Hintergrundfarbe dient in der Regel der TSD-Verlauf. In Ausnahmefällen darf auf Hintergrundfarben 6 und 1 zurückgegriffen werden – je nach Anwendung auch in der entsprechenden Aufrasterung (beispielsweise bei Text- bzw. Infoboxen).

Zusatzfarbe Grau

Fw 8



Warm Grey 9

23/32/34/53

130/120/111

82786F

Zusatzfarbe Grau

dient als Schriftfarbe, wenn eine zusätzliche Hierarchisierung im Text notwendig ist, die durch das Schwarz allein nicht ermöglicht werden kann.

Pantone

CMYK

RGB

HEX

Visuelle Komponenten

Prinzip des Titellayouts

Prinzip des Titellayouts

(am Beispiel DIN lang Flyer)

Wenn eine Organisation in der Öffentlichkeit erkannt werden will, muss sie einen gewissen Wiedererkennungswert besitzen. Dieser generiert sich meist über Farben, Logo und Schrift sowie über die immer gleichbleibenden Gestaltungselemente.

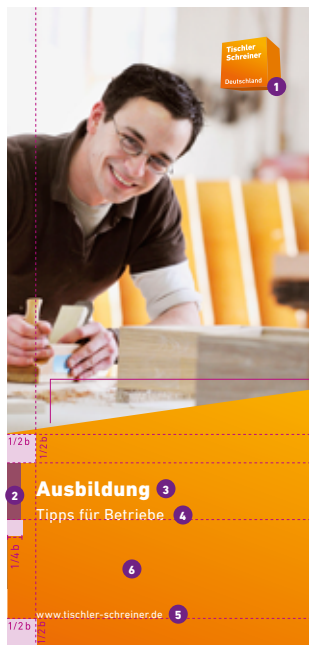
Die neue Marke bringt einzigartige Wiedererkennungselemente durch die ungewöhnliche Perspektive des Würfels mit sich. Diese Perspektive findet über alle Printprodukte hinweg ihre Anwendung.

So wird die Front des Würfels ohne Schrift verwendet (Logo blind) und entsprechend auf dem Titel von Broschüren, Flyern oder auch auf Plakaten platziert. Die entstehende orangefarbene Fläche bietet Platz für Text.

Nachfolgend wird das Layoutprinzip am Beispiel eines Flyers gezeigt. Die Regeln gelten für alle weiteren Formate. Werden bei einzelnen Formaten Abweichungen aufgeführt, so tritt die Hauptregel dahinter zurück. Genaue Anleitungen und Vermaßungen finden Sie im Kapitel Druckerzeugnisse ab **Seite 270**.

Visuelle Komponenten
Prinzip des Titellayouts

1



< \sphericalangle 10°

< 1/3 Seitenhöhe

Abstände

Die Abstände von Bild zu Text oder Seitenrand zu Text betragen stets 1/2 b.

Balken Rubriken

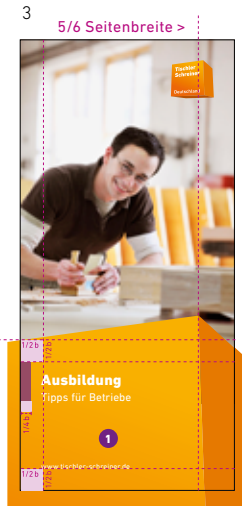
Die Breite des Balkens beträgt stets 1/4 b.

Format
DIN lang Flyer
(210 x 100 mm)

- 1 Logo**
hier: b = 20 mm
- 2 Farbe Rubriken**
hier: Fw 11
> je nach Kategorie
frei wählbar
(Fw 9 – 12)
- 3 Zeile 1**
DIN Next LT Pro,
Heavy,
Schriftgröße 20 pt,
Laufweite 25 pt,
ZAB auto
- 4 Zeile 2**
DIN Next LT Pro,
Regular,
Schriftgröße 15 pt,
Laufweite 15 pt,
ZAB 16 pt,
Abstand vor 2 mm
- 5 Zeile 3**
DIN Next LT Pro,
Regular,
Schriftgröße 10 pt,
Laufweite 10 pt,
ZAB auto
- 6 TSD-Verlauf auf Seite 52**

Visuelle Komponenten
Prinzip des Titellayouts

1 TSD-Verlauf auf Seite 52



⚠
Würfel als Maske für Bilder

Die Maske steht als Datei (TSD_Logo_blind.eps) im Downloadbereich zur Verfügung. Bitte nicht eigenhändig nachbauen.

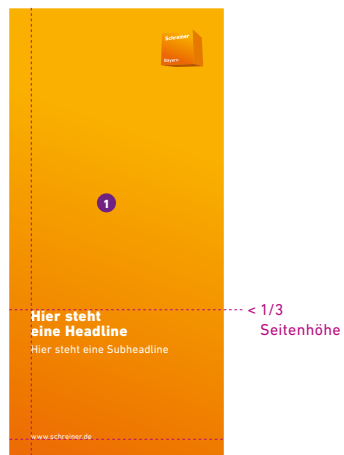


Visuelle Komponenten
Prinzip des Titellayouts

6



7



8



Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftung

Geschäftsausstattung

stattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

stattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

sausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftung

Geschäftsausstattung

Visitenkarte

Visitenkarte

(85 mm x 55 mm)

Visitenkarten stellen oftmals den ersten Kontakt oder auch einen Erinnerungskontakt her, den Außenstehende mit Vertretern des Landesverbands haben. Deshalb ist es unerlässlich, dass die wichtigsten grafischen Elemente des Corporate Designs schon auf der Visitenkarte erscheinen.

Das SLV-Logo steht oben rechts auf der Vorderseite der Visitenkarte. Hier sind auch Name, Adresse und alle weiteren Daten zu finden. Die Rückseite kann optional vollflächig im TSD-Verlauf gehalten werden.

Abbildung in 60 %
der Originalgröße

Format
85 mm x 55 mm

1 Logobreite
b = 15 mm

Textelemente

2 DIN Next LT Pro, Bold,
9 pt/7–8 pt, Laufweite
15, ZAB 10 pt, Fw 6

3 DIN Next LT Pro, Bold,
7–8 pt, Laufweite 10,
ZAB auto, GLR 3 pt,
Fw 6

4 DIN Next LT Pro,
Regular, 7–8 pt,
Laufweite 10, ZAB
auto, GLR 3 pt, Fw 6

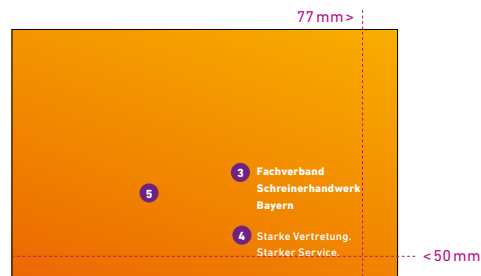
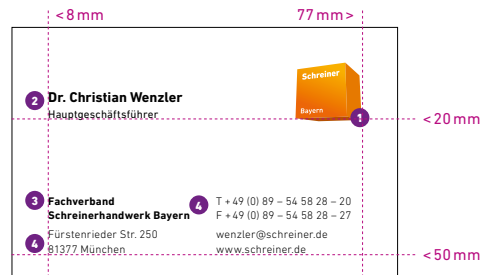
**5 TSD-Verlauf auf
Seite 52**

Produktion

Bedrucken der Rückseite
optional

> 4/4 (4/1) Druck: Rück-
seite mit TSD-Verlauf
und/oder Text

> 4/0 Druck: Rückseite
kann frei bleiben

**Hinweis**

Das Logo steht im
Downloadbereich zur
Verfügung. Reproduktio-
nen des Logos, Verzer-
rungen in der Form oder
Veränderungen in der
Farbe sind nicht zulässig.

Briefpapier

DIN A4

Der Brief ist neben der E-Mail das häufigste Kontaktmittel innerhalb und außerhalb eines Verbandes. So muss auch hier das einheitliche Gestaltungsbild des Tischler Schreiner Deutschland Bundesinnungsverbandes erkennbar sein. Das SLV-Logo steht oben rechts. Platzierung und Größe des Logos entnehmen Sie nachfolgender Beschreibung. Die Randspalte beinhaltet individuelle Informationen zum Absender. Art und Inhalt dieser Informationen wählt jeder Landesverband selbst.

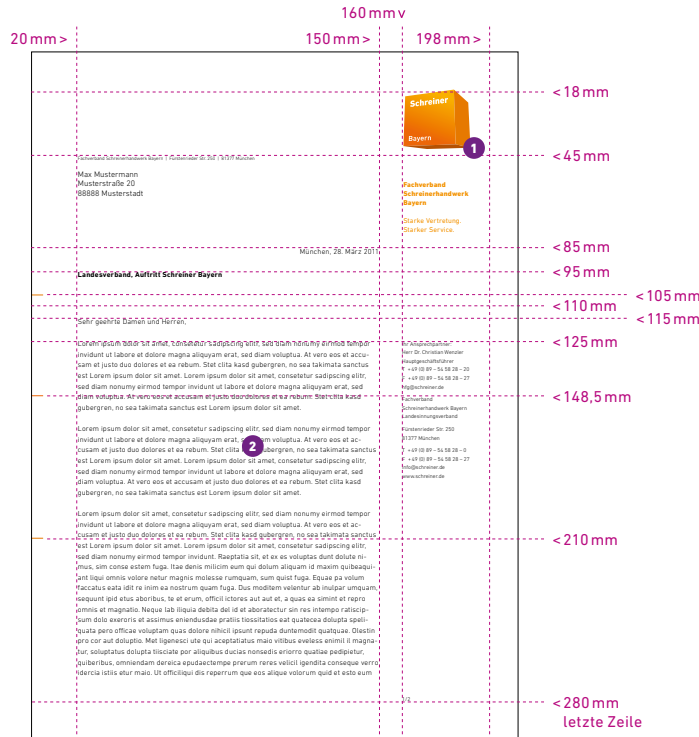


Abbildung in 30 %
der Originalgröße

Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

Logobreite (vertikale
Variante mit Claim)
b = 30 mm

Der Claim ist hier
optional. Je nach
Landesverband kann
das Logo mit oder
ohne Claim verwendet
werden.

Schriftgröße
10–11 pt



Hinweis

Das Logo steht im
Downloadbereich zur
Verfügung. Reproduktionen
des Logos, Verzerrungen
in der Form oder
Veränderungen in der
Farbe sind nicht zulässig.

Geschäftsausstattung

Briefpapier 2. Seite

Briefpapier 2. Seite

DIN A4

Für besonders lange Briefe gibt es auch Vorgaben für eine 2. Briefbogenenseite. Die Ver-
messung entspricht im Wesentlichen der der 1. Seite.

Abbildung in 30 %
der Originalgröße

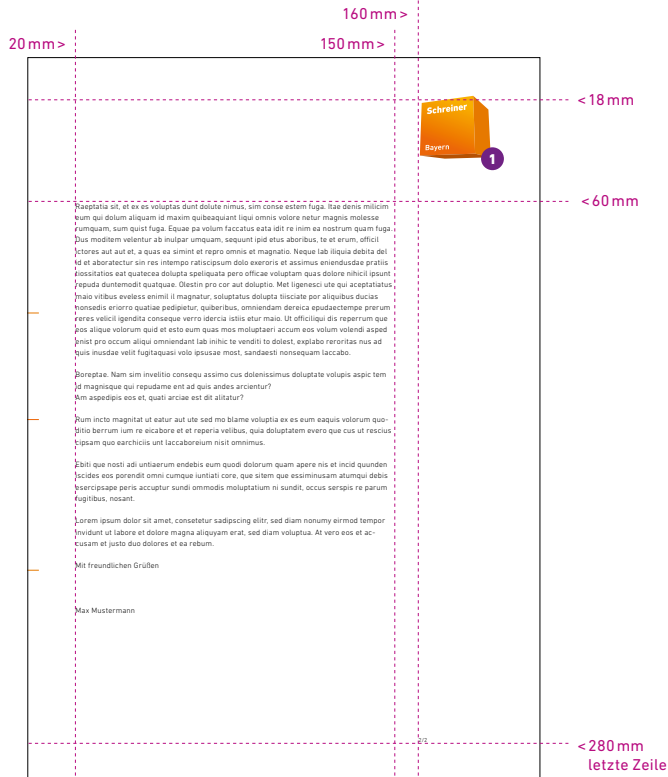
Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

1 **Logobreite**
hier: b = 30 mm

Auf Seite 2 wird das
Logo stets ohne den
Claim verwendet.

**Hinweis**

Das Logo steht im
Downloadbereich zur
Verfügung. Reproduktio-
nen des Logos, Verzer-
rungen in der Form oder
Veränderungen in der
Farbe sind nicht zulässig.



Geschäftsausstattung
Fax

Fax

Zu den Druckerzeugnissen vom SLV gehört neben der Visitenkarte, dem Briefpapier und dem Briefumschlag auch die Faxvorlage. Es gilt auch hier, ein einheitliches Gesamtbild zu schaffen, das den Landesverband repräsentiert. Aus diesem Grunde sind Faxvorlage und Briefpapier ähnlich gestaltet. Grundraster, Schrift und Schriftgrößen bleiben gleich, doch kommt in der Faxvorlage anstelle des orangefarbenen das schwarze SLV-Logo zum Einsatz.

Abbildung in 27 % der Originalgröße

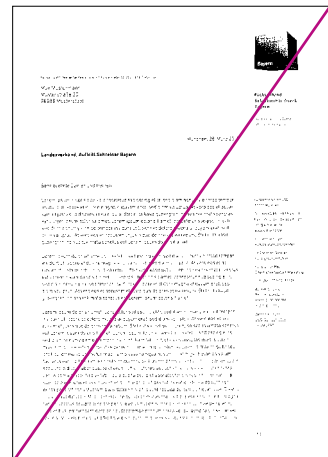
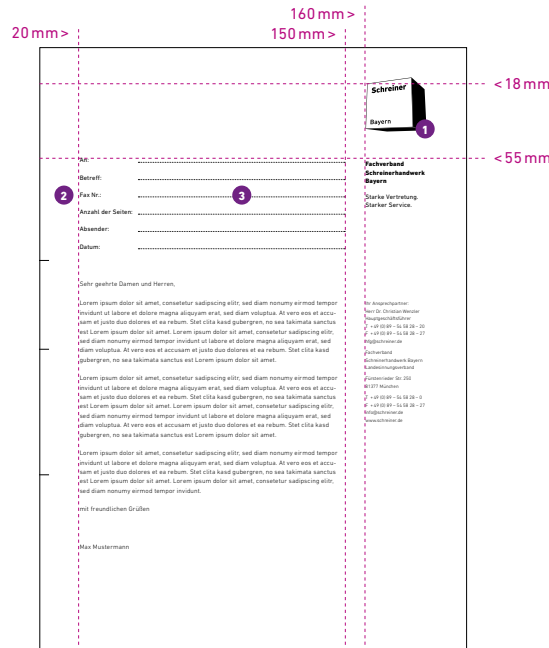
Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

1 Logobreite (vertikale Variante mit Claim)
b = 30 mm

Das Logo mit Claim zu verwenden, ist hier optional.

2 Zeilenbeschriftung
DIN Next LT Pro,
Regular, 10–11 pt,
Laufweite 15, ZAB 24 pt

3 Linien
japan. Punkte, 1 pt,
Versatz 0



Faxabbild eines farbigen Briefkopfes
Die meisten Faxgeräte arbeiten einfarbig nur mit Schwarz. Folglich wird der TSD-Verlauf verfälscht. Es empfiehlt sich daher, stets die vorgefertigte Faxversion (links) des Briefkopfes zu wählen.

Hinweis
Das Logo steht im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Geschäftsausstattung

Briefumschlag DIN lang – Freistempler

Briefumschlag DIN lang – Freistempler

(mit/ohne Fenster)

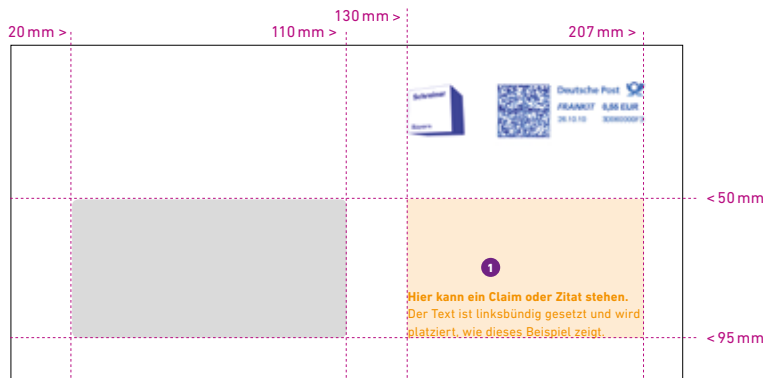
Wichtig: Um eine Dopplung des SLV-Logos zu vermeiden, wird auf dem Umschlag von Standardbriefen auf eine Platzierung des Logos verzichtet. Das Logo wird beim Freistemplern aufgebracht!

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

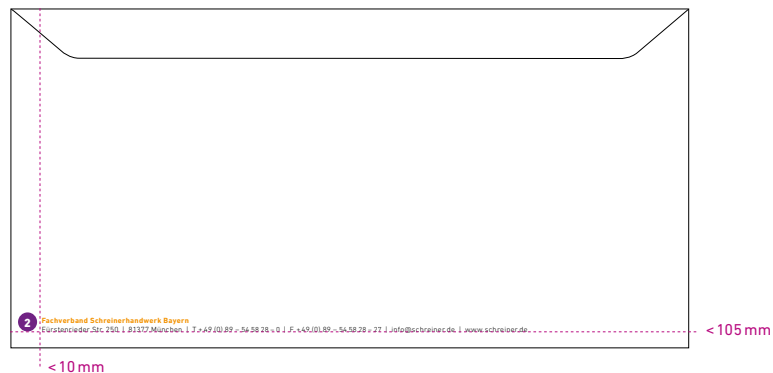
1 Feld für Claims (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 12 pt, ZAB
16 pt, Laufweite 15,
Fw 1/6



Rückseite

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Lautweite 10, ZAB
9 pt, Fw 1/5

Bedrucken der Umschlagsrückseite
optional



Geschäftsausstattung

Briefumschlag C4 – Freistempler

Briefumschlag C4 – Freistempler

(mit/ohne Fenster)

Auch beim C4-Umschlag wird auf das Logo verzichtet. Es wird durch Freistemplern aufgebracht.

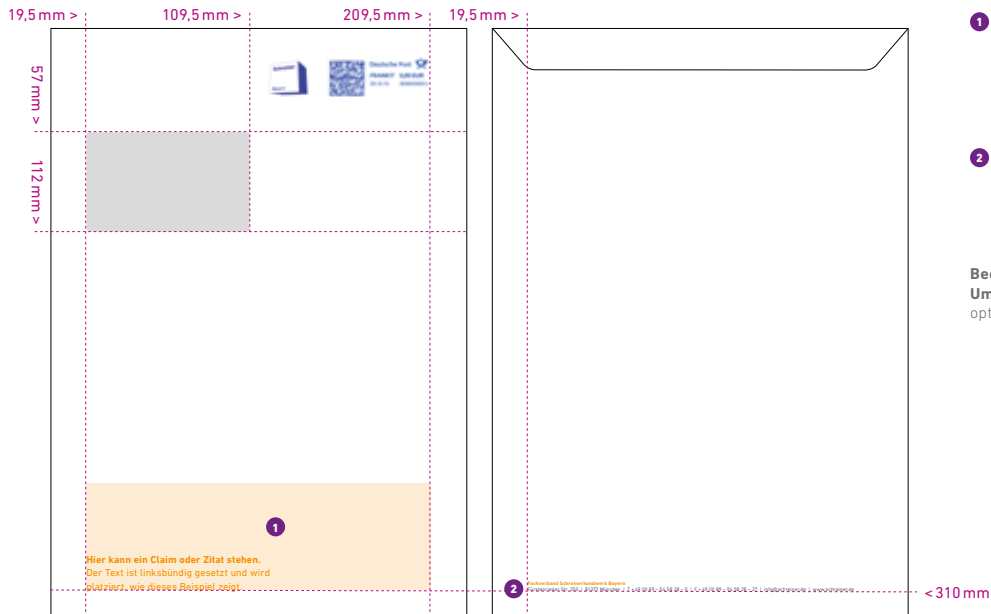


Abbildung in 25 %
der Originalgröße

Format
C4 Umschlag
(229 x 324 mm)

1 **Feld für Claims (optional)**
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 16 pt, ZAB
21 pt, Laufweite 15,
Fw 1/6

2 **Text**
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Laufweite 10, ZAB
10 pt, Fw 1/6

Bedrucken der
Umschlagsrückseite
optional

Geschäftsausstattung

Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung

Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung

(mit Fenster)

Wird eine Standardfrankierung (Briefmarke) gewählt, so gibt es dafür Briefumschläge mit vorgedrucktem Logo.

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

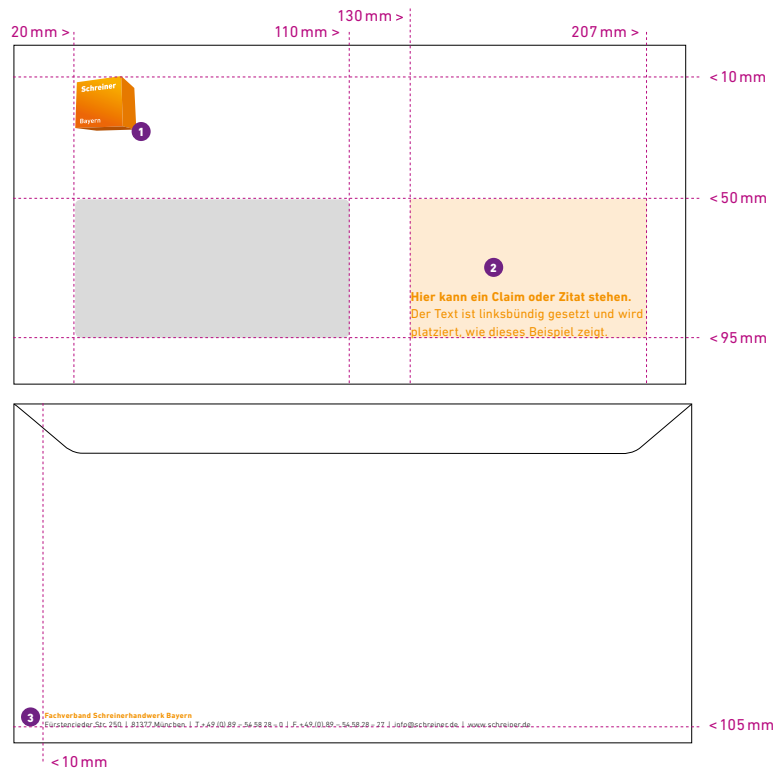
1 Logo
b = 20 mm

2 Feld für Claims (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 12 pt, ZAB
16 pt, Laufweite 15,
Fw 1/6

Rückseite

3 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 1/6

Bedrucken der Umschlagsrückseite
optional



4 Fachverband Schreinerhandwerk Bayern
Fürstenecker Str. 250, 1. 81337 München, 1.7.-A9 (0)89 / 54 98 26-0 | F: +49 (0)89 - 54 98 28 | 27 | info@schreiner.de | www.schreiner.de

Briefumschlag C4 – Standardfrankierung

(mit/ohne Fenster)

Wird eine Standardfrankierung (Briefmarke) gewählt, so gibt es dafür Briefumschläge mit vorgedrucktem Logo. Für die Platzierung des Logos gibt es zwei Möglichkeiten. Soll die Rückseite des Umschlags mit Absenderadresse bedruckt werden, ist dies wie auf Seite 65 zu gestalten.

Variante 1

Variante 2

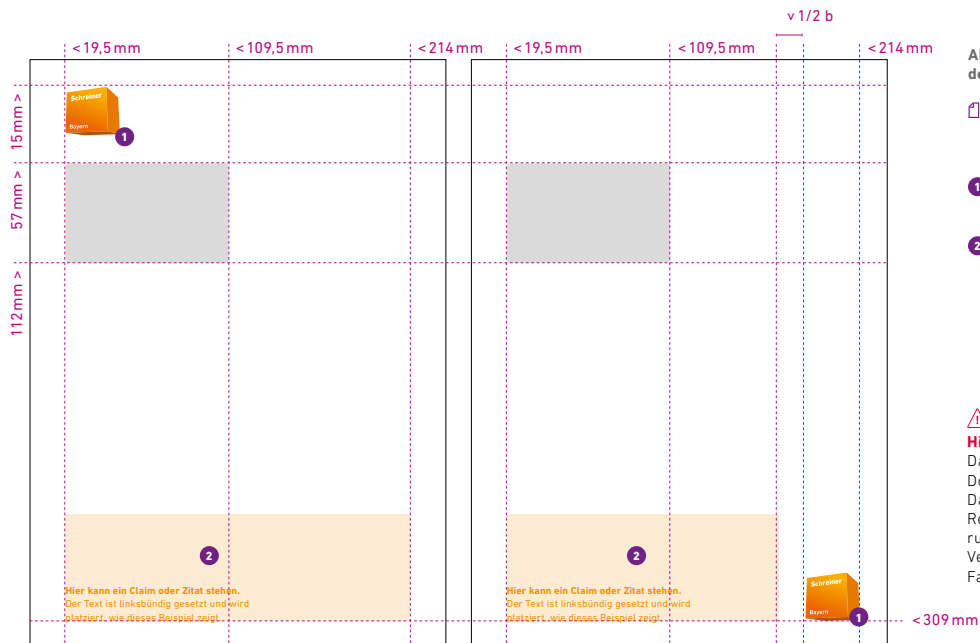


Abbildung in 25%
der Originalgröße

Format
C4 Umschlag
(229 x 324 mm)

1 Logobreite
 $b = 30\text{ mm}$

2 Feld für Claims
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 16 pt, ZAB
21 pt, Laufweite 15,
Fw 1/6



Hinweis

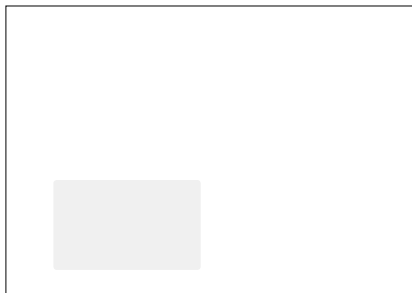
Das Logo steht im Downloadbereich als Datei zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Versandtaschen B5

(mit/ohne Fenster)

Versandtaschen mit und ohne Fenster werden nicht bedruckt. Hier finden die Adress-etiketten ihre Anwendung (siehe dazu nebenstehende Seite).

 **Format B5**
176 mm x 250 mm

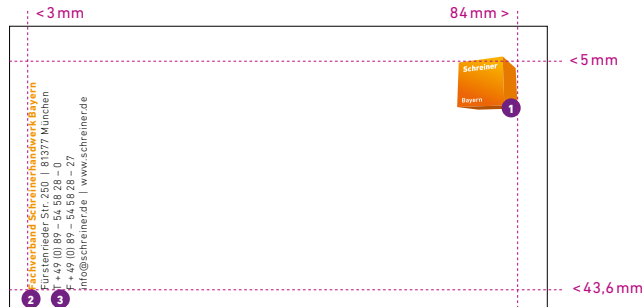


Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster

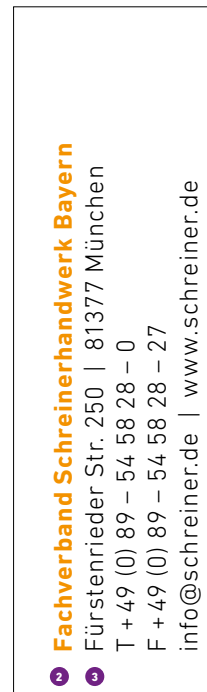
für Versandtaschen

Für Standardbriefumschläge ohne Fenster gibt es Adressetiketten mit Absender und wahlweise mit Logo.

Umschläge ohne Vordruck + ohne Fenster



Umschläge mit Vordruck + ohne Fenster



Adressetikett mit Logo

Das Adressetikett mit Logo wird nur dann auf einem Umschlag ohne Fenster verwendet, sofern dieser keinen Logo-Vordruck hat.

Format
88,9 x 46,6 mm

1 Logobreite
b = 10 mm

2 Text
DIN Next LT Pro, Bold,
5 pt, ZAB 6 pt,
Laufweite 20 pt, Fw 1

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 5 pt, ZAB 6 pt,
Laufweite 20 pt, Fw 6

Adressetikett ohne Logo

Das Adressetikett ohne Logo wird nur auf vorgedruckten Umschlägen ohne Fenster verwendet.



Hinweis

Das Logo steht im Downloadbereich als Datei zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Geschäftsausstattung

Poststempel für die Frankiermaschine

Poststempel für die Frankiermaschine

Für den Freistempler wird das Logo analog zur Schwarz-Version verwendet. Da Poststempel und Datumsstempel oben rechts stehen, wird das SLV-Logo links daneben gesetzt.



Stempel

Gerade Stempel, die häufig auf Postsachen nach außen und innerhalb eines Landesverbandes Verwendung finden, sollen zum einheitlichen Erscheinungsbild beitragen. Der SLV-Stempel wird ausschließlich in der Schwarz-Version verwendet. Als Stempelfarbe ist demnach auch nur Schwarz zulässig.

Logo ohne Adresszusatz



Logo mit Adresszusatz
(Kurzversion)



**Fachverband
Schreinerhandwerk
Bayern**
Fürstenrieder Str. 250
81377 München

Logo mit Adresszusatz
(Langversion)



**Fachverband
Schreinerhandwerk
Bayern**
Fürstenrieder Str. 250
81377 München
T +49 (0) 89 – 54 58 28 0
F +49 (0) 89 – 54 58 28 27
E info@schreiner.de

Abbildung in 100 %
der Originalgröße
gemessen am Beispiel
eines Stempels für
DIN-A4-Format



Hinweis

Das Stempelmotiv steht für die jeweiligen Anwendungen (DIN A4, DIN lang) als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen oder Veränderungen sind nicht zulässig.



Stempelfarbe immer Schwarz (!)

Das Logo wird ausschließlich in Schwarz gestempelt. Stempelfarben wie Blau, Rot, Orange, Grün oder jede andere Farbe sind nicht zulässig.

Geschäftsausstattung

Aufkleber

Aufkleber

Aufkleber als Werbemittel oder zur Kennzeichnung von SLV-Produkten können mit und ohne Adresszusatz verwendet werden. Das Logo wird hier in der Standardversion aufgebracht.

Aufkleber mit quadratischer Grundform

Abbildung in 100 %
der Originalgröße

Format

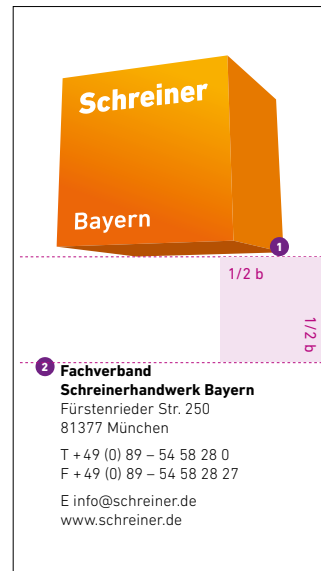
links: 40 x 40 mm
rechts: 40 x 75 mm

1 Logobreite

b = 30 mm
links: horizontal-
vertikal zentriert
rechts: horizontal
zentriert

2 Text

DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 7 pt, Laufweite
5 pt, ZAB auto,
Abstand nach 1 mm



Aufkleber: Zuschnitt auf Logoform



- 3 **Logobreite**
je nach
Anwendungsfall



Hinweis

Dieser Logoaufkleber kann auch zur Kennzeichnung von SLV-Briefen ohne Logovordruck verwendet werden. Bitte beachten Sie hier jedoch die bei den jeweiligen Briefumschlägen angegebenen Logogrößen.

Paketklebeband

Für den Versand größerer Pakete bietet sich ein passendes SLV-Klebeband an. Auch hier wird das Logo in der Standardversion verwendet – jedoch aufgrund des Druckverfahrens für Paketklebebänder in Volltonfarben.

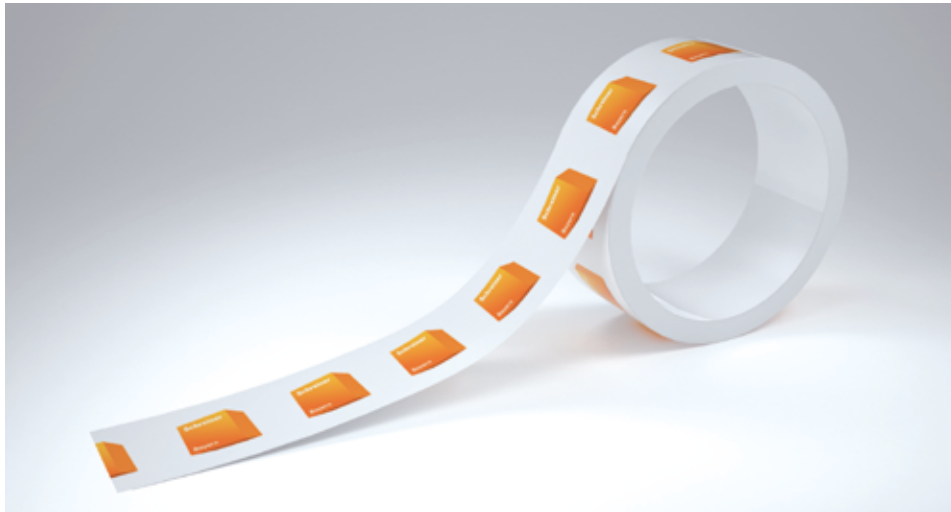
 **Format**
75 x 6.600 mm

Logobreite
b = 50 mm



Hinweis zum Logo

Für das Bedrucken von Paketklebebändern wird das Logo in reduzierter Form benötigt, d. h. die Front hat keinen Verlauf. Bitte stellen Sie dieses Logo nicht nach, sondern verwenden Sie die entsprechende Datei im Downloadbereich.



Mappe

Mappen, die für Informationsmaterial und Dokumente benutzt werden, sollen durch eine reduzierte Gestaltung und Klarheit hochwertig wirken und dabei nicht vom Inhalt ablenken.

Ohne Bild

Die Mappe ohne Bild ist sowohl für den internen als auch den externen Gebrauch wie bspw. für Kongresse geeignet. Sie kennzeichnet sich durch den charakteristischen TSD-Verlauf und das Logo.

Wichtig: Auch hier steht das SLV-Logo immer oben rechts.



Abbildung in 20%
der Originalgröße

Format
geschlossen: DIN A4
Überformat

1 Logobreite
b = 30 mm

2 TSD-Verlauf auf
Seite 52

3 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 6

Geschäftsausstattung

Mappe

Mit Bild

Für Veranstaltungen mit starker Öffentlichkeitswirkung empfiehlt es sich, eine Mappe mit Bild zu verwenden. Die Gestaltung der Mappe erfolgt über drei Bestandteile: das Logo, ein Würfelanschnitt und ein Bild.

Wichtig: Auch hier steht das SLV-Logo immer oben rechts.

Abbildung in 20 %
der Originalgröße

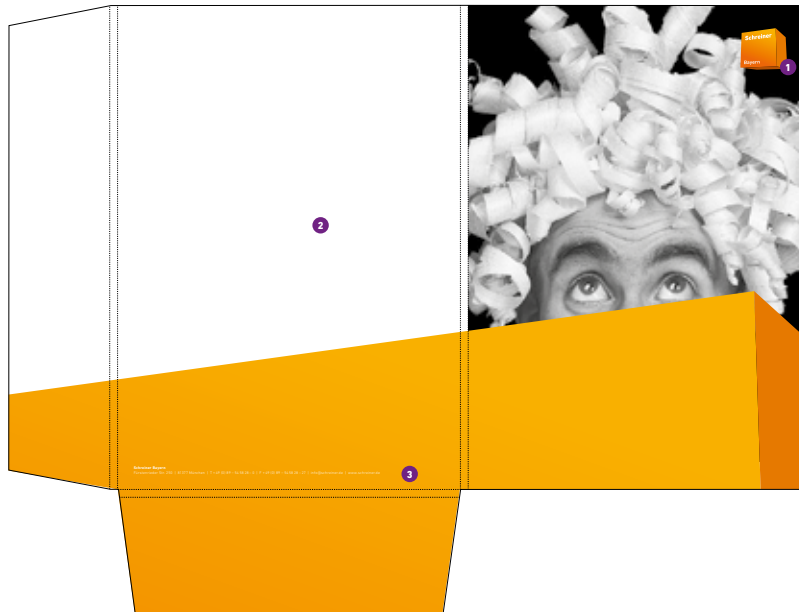
Format
geschlossen:
DIN A4 Überformat

1 Logobreite
b = 30 mm

**2 TSD-Verlauf auf
Seite 52**

3 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 6

Würfelanschnitte
Je nach Wunsch sind
weitere Anschnitte
möglich. Platzierung und
Vermaßung finden Sie auf
Seite 54.

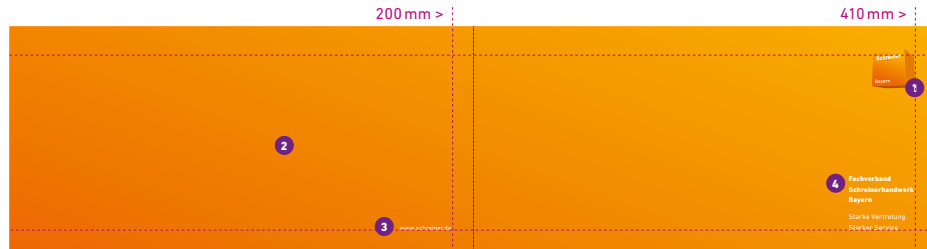


Glückwunsch-, Einladungs- und Dankeskarten

Da die Einsatzbereiche von Karten sehr unterschiedlich sind, gibt es eine Standardkarte, die individuell bedruckt oder von Hand beschriftet werden kann.

Eine hochwertige Anmutung der Karten wird durch die Verwendung des bereits für die Geschäftsausstattung empfohlenen Feinstpapier (Seite 268) in hoher Grammaturn ermöglicht.

Abbildung in 50%
der Originalgröße



Format
420 x 100 mm (offen)
210 x 100 mm (geschlossen)

1 Logobreite
b = 20 mm

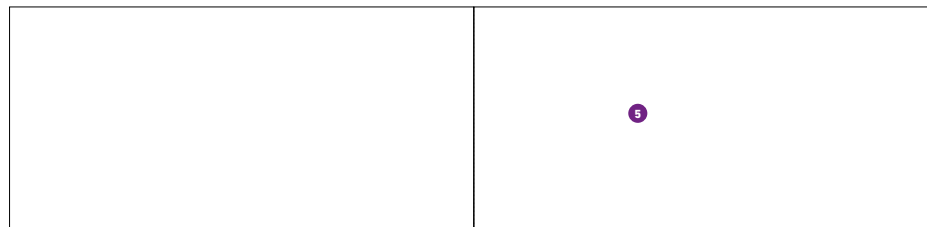
2 TSD-Verlauf auf Seite 52

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 8–9 pt,
ZAB auto,
Laufweite 15 pt, Fw 7

4 Text
DIN Next LT Pro,
Heavy/Regular,
9–10 pt, Laufweite 10,
ZAB 13 pt, Fw 7



5 Innenseite
blanko



Geschäftsausstattung

Grüßkarte

Grüßkarte

Die DIN-lang-Grüßkarte wird auf 350 Gramm starkem Feinstpapier gedruckt. Die Rückseite wird vollflächig mit dem TSD-Farbverlauf und wahlweise mit Claim bedruckt, die Vorderseite mit dem Logo in der Standardversion. Die Karte kann per Hand beschriftet werden.

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
200 mm x 100 mm

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 1/5



Rückseite

**3 TSD-Verlauf auf
Seite 52**

4 Text
DIN Next LT Pro,
Heavy/Regular,
9–10 pt, Laufweite 10,
ZAB 13 pt, Fw 7



Kondolenzkarten

Bei Kondolenzkarten kommt das SLV-Logo ausschließlich in der Schwarz-Version zum Einsatz.

200 mm >

408 mm >

< 12 mm

< 93,5 mm

1 Fachverband Schreinerhandwerk Bayern

1 **Format**
420 x 100 mm (offen)
210 x 100 mm (geschlossen)

1 **Text**
DIN Next LT Pro,
Regular, 8–9 pt,
ZAB auto, Laufweite
15 pt, Fw 6

Umlaufender Rand
5 pt

2 **Innenseite**
blanko

2 **Beschriftung**
Es wird empfohlen,
Kondolenzkarten grund-
sätzlich handschriftlich
zu verfassen.



Urkunden und Formulare

Urkunden und Formulare

Urkunden – normal

Urkunden – normal

Vergabe durch den Landesverband

Klassische, direkt vom Landesverband vergebene Urkunden fügen sich nahtlos in das Corporate Design von SLV ein. Auch hier ist Mittelsatz nicht zulässig.

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 90 pt,
Laufweite 25,
ZAB 80 pt, Fw 1

3 Fließtext
DIN Next LT Pro, Light,
14 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Abstand
vor 3 mm, Fw 6

4 Name
DIN Next LT Pro, Bold,
25 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6

5 Funktion/Titel
DIN Next LT Pro,
Light/Bold, 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, Fw 6



Abbildung in 30 %
der Originalgröße

Urkunden – Sonderurkunde

Vergabe durch den Landesverband – Sonderurkunden

Sonderurkunden, wie zum Beispiel eine Goldene Urkunde, werden mit einer hochwertigen Druckveredelung (z. B. einer Goldfolienprägung) versehen. Diese verleiht der Urkunde, dem Inhalt entsprechend, mehr Wertigkeit.



Abbildung in 30 %
der Originalgröße

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

- 1 **Logobreite**
b = 30 mm
 - 2 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 90 pt,
Laufweite 25,
ZAB 80 pt, Fw 8,5
- Veredelung: Heiß-
folienprägung hoch**
- 3 **Fließtext**
DIN Next LT Pro, Light,
14 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Abstand
vor 3 mm, Fw 6
 - 4 **Name**
DIN Next LT Pro, Bold,
25 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6
 - 5 **Funktion/Titel**
DIN Next LT Pro,
Light/Bold, 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, Fw 6

Urkunden und Formulare Auszeichnungen

Auszeichnungen

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

Urkunde mit Logo des Wettbewerbs/der Ausschreibung

1 Logobreite

b = 25 mm
(siehe auch Hinweis unten)

2 Platz für Logo des Wettbewerbs/der Ausschreibung

3 Headline

DIN Next LT Pro,
Heavy, 90 pt,
Laufweite 25,
ZAB 80 pt, Fw 6

4 Fließtext

DIN Next LT Pro, Light,
14 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Abstand
vor 3 mm, Fw 6

5 Name

DIN Next LT Pro, Bold,
25 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6

6 Funktion/Titel

DIN Next LT Pro,
Light/Bold, 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, Fw 6



Abbildung in 30 %
der Originalgröße

Urkundenmappe

Alle Urkunden werden in einer gefalteten, reinweißen und geprägten Urkundenmappe überreicht. Der durch die Prägung entstehende hochwertige Charakter wird durch das empfohlene Feinstpapier (Seite 268) unterstützt.



Abbildung in 25%
der Originalgröße

1 **Format**
geschlossen:
DIN A4 Überformat

1 **Logobreite**
b = 30 mm

2 **Papier**
Die Urkunde wird auf
hochwertigem
FSC-zertifiziertem
Papier gedruckt.

3 **Text**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 200 pt,
ZAB 15 pt, Laufweite
50, Fw 6

4 **Druckveredelung**
Blindprägung hoch

5 **Text (optional)**
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 1/6

Urkunden und Formulare

Zertifikat

Zertifikat

Abbildung in 40 %
der Originalgröße

 **Format DIN A4**
(210 x 297 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 90 pt, Lauf-
weite 15, Fw 6

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 12 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9,5 mm,
Fw 6

4 Linien
1 pt, japan. Punkte,
Versatz 0, Fw 6

5 Linienbeschriftung
DIN Next LT Pro, Light,
11 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6

6 Absenderfeld
DIN Next LT Pro,
Light/Bold, 11 pt,
Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6



20 mm >

190 mm >

3 GL >

6 GL >

2 GL >

< 18 mm

Schreiner
Bayern

1

2 **Zertifikat**

3 Die Schreinerakademie Bayern bescheinigt hiermit

Herrn/Frau

4

die Teilnahme am Seminar

.....

5 Ort/Datum

.....

Stempel/Unterschrift Lehrgangisleiter

6 **Fachverband**
Schreinerhandwerk
Bayern
Fürstendstraße 250
81377 München
T +49 (0) 89 - 54 58 28 0
F +49 (0) 89 - 54 58 28 27
info@schreiner.de
www.schreiner.de

Formular

Anwesenheitsliste

The form is a rectangular sheet with a white background and a black border. It features a header section and a table. The header section contains the title 'Anwesenheitsliste' and two fields: 'Sitzung Nr.' and 'Ort, Datum'. The table has four columns: 'Lfd. Nr.', 'Name', 'Innung', and 'Unterschrift'. The table rows are numbered 1 to 15. A logo for 'Schreiner Bayern' is located in the top right corner. Dimensions are indicated by dashed lines and numbers: 20 mm for the left margin, 190 mm for the top margin, and 18 mm for the right margin. The table columns are 20 mm, 48 mm, 48 mm, and 48 mm wide. The table rows are 20 mm high. A 1.8 mm gap is shown between the table rows.

Abbildung in 40 %
der Originalgröße

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

- 1 **Logobreite**
b = 30 mm
- 2 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 22 pt, Laufwei-
te 25, ZAB auto,
Abstand
nach 5 mm, Fw 6
- 3 **Text**
DIN Next LT Pro,
Regular, 12 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9,5 mm,
Fw 6
- 4 **Tabellenkopf**
DIN Next LT Pro, Bold,
12 pt, Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6
- 5 **Tabellentext**
DIN Next LT Pro,
Regular, 12 pt,
Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 6
- 6 **Linien Kopf-/Fußzeile**
1 pt, durchgezogen,
Versatz 0, Fw 6
- 7 **Linien Tabellenzeile**
1 pt, japan. Punkte,
Versatz 0, Fw 6



Digitale Medien

PowerPoint

PowerPoint-Präsentationen stellen neben gängigen Druckunterlagen ein wichtiges Kommunikationsmedium dar. Gleichzeitig sind sie auch Aushängeschild für einen Verband. Da es sich bei PowerPoint-Vorlagen in der Regel um offene Dokumente handelt, wurde die Hausschrift DIN Next LT Pro durch eine systemunabhängige Schrift wie die Arial ersetzt.

- 1 **Format**
Bildschirm-
präsentation 4:3
(254 x 190,5 mm)

- 1 **Logobreite**
b = 30 mm

- 2 **TSD-Verlauf**
auf Seite 52

- 3 **Arial Bold, 32 pt**
Arial Bold, 24 pt
Arial Bold, 20 pt

- 4 **Ebene 3**
Arial Bold, 28 pt

- 5 **Ebene 4**
Arial Bold, 20 pt

- 6 **Fließtext**
Arial Regular, 20 pt

- 7 **Aufzählungen**
Arial Regular, 18 pt

- 8 **Fußzeile**
Arial Regular, 14 pt
Arial Bold, 14 pt

- 9 **TSD-Verlauf**
auf Seite 52

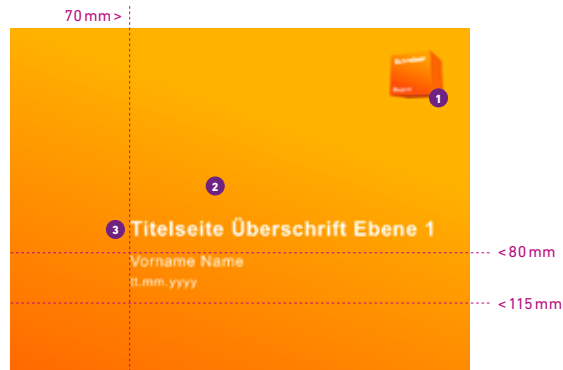


Abbildung in 25 %
der Originalgröße

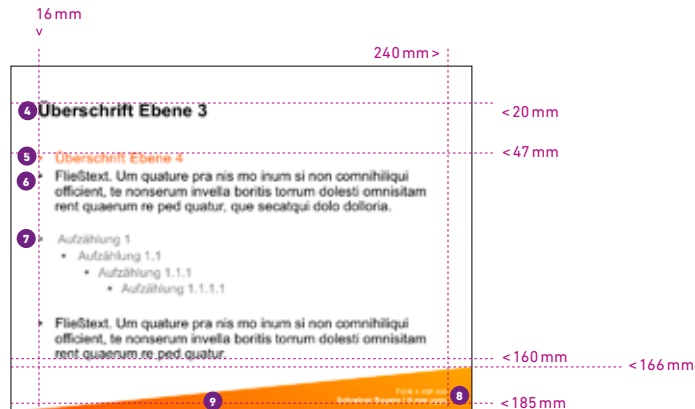
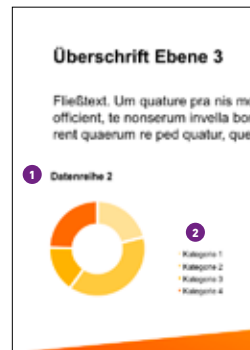
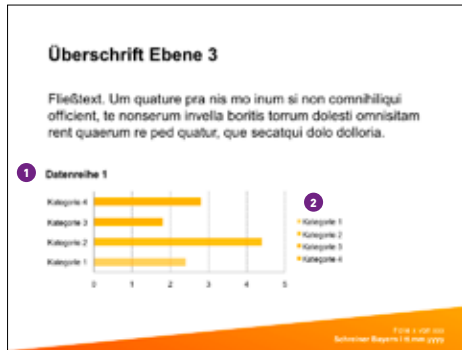


Abbildung in 25 %
der Originalgröße



1 **Überschrift**
Datenreihe
Arial Bold, 16 pt

2 **Beschriftung Grafik**
Arial Regular, 12 pt



3 **Bildunterschrift**
Arial Bold, 14 pt
Arial Regular, 14 pt

Abbildung in 30 %
der Originalgröße

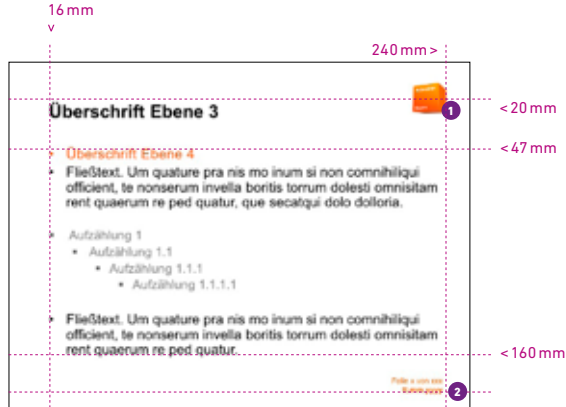
Digitale Medien

PowerPoint

PowerPoint-Präsentation mit Logo auf Inhaltsfolien

1 **Logobreite**
b = 20 mm

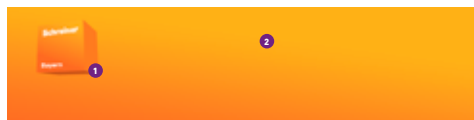
2 **Fußzeile**
Arial Regular, 14 pt
Arial Bold, 14 pt



Website

Auch die Websites der Landesverbände schließen sich den Regeln des neuen Corporate Designs entsprechend an. Auf eine genaue Vermaßung der Webseite wird aufgrund der Schnelllebigkeit des Mediums verzichtet. Es gelten die Regeln des Corporate Designs und dessen Komponenten.

Platzierung links im Header



Verkleinerte Darstellung

- 1 **Logobreite**
b = mind. 100px
- 2 **TSD-Verlauf**
auf Seite 52

Platzierung rechts im Header



Verkleinerte Darstellung

- 1 **Logobreite**
b = mind. 100px
- 2 **TSD-Verlauf**
auf Seite 52

Werbebanner im Web

Mit Werbebannern kann an entsprechender Stelle prominent und markenwirksam im Web für den Landesverband allgemein oder für bestimmte Aktionen oder Events geworben werden. Werbebanner obliegen – wie auch die Website – den gleichen Gestaltungsregeln wie der Rest des Corporate Designs. Nachfolgend finden Sie hier einige Beispiele für die korrekte Gestaltung von Bannern.

Abbildung in 40 %
der Originalgröße



300 x 250 px



468 x 60 px



234 x 60 px

160 x 600 px

E-Mail-Signatur

Eine korrekte E-Mail-Signatur dient der Transparenz, ist aber auch rechtlich verbindlich. Das Unternehmen und der Verfasser der E-Mail müssen klar aus jeder Nachricht hervorgehen. Zugunsten der reinen Informationsübermittlung wird auf detaillierte Formatierung von Schrift verzichtet.

1 --
 2 **Fachverband Schreinerhandwerk Bayern**
 Max Mustermann
 Musterposition

 Fürstenrieder Str. 250
 81377 München

 T +49 (0) 89 - 54 58 28 0
 F +49 (0) 89 - 54 58 28 27

 m.mustermann@schreiner.de
 www.schreiner.de

Ohne Formatierung/ reiner Text

- 1 **Trennzeichen**
 Durch den doppelten Bindestrich können E-Mail-Programme die Signatur vom eigentlichen Inhalt trennen und bei Antwort und Weiterleitung entfernen.

--
 2 **Fachverband Schreinerhandwerk Bayern**
 Max Mustermann
 Musterposition

 Fürstenrieder Str. 250
 81377 München

 T +49 (0) 89 - 54 58 28 0
 F +49 (0) 89 - 54 58 28 27

 m.mustermann@schreiner.de
 www.schreiner.de

Mit Formatierung (HTML)

- 2 **Text**
 Arial Bold/Regular,
 11 pt, Fw 8

Film/Animationen

Bewegte Medien (Film, Flash-Animation) folgen den gleichen Gestaltungsregeln wie im Printbereich. Lediglich die Angaben zu Farben und Positionen variieren – statt CMYK-Farbwerten verwendet man RGB-Farbwerte und die bekannten Millimetermaße werden in Pixel angegeben. Ausnahmsweise ist hier auch eine Transparenz in den Farbwerten erlaubt, um so nicht vom eigentlichen Inhalt des Filmes abzulenken.

Screen mit Untertitel

Format
16:9

1 **Logobreite**
b = 100 px
in RGB

2 **Text**
DIN Next LT Pro,
Heavy/Bold,
Fw 6 (RGB)



Screen mit Ladebalken



Anzeige Ladebalken

- 3** **Geladener Bereich**
Fw 8 (RGB), 80 %
Transparenz
- 4** **Hintergrund Ladebalken**
Fw 6 (RGB), 80 %
Transparenz

nisse

Druckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

uckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

kerzeugnisse

Druckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

isse

Druckerzeugnisse

uckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

e

zeugnisse

Druckerzeugnisse

uckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

ckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

kerzeugnisse

Druckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

Druckerzeugnisse

Kundenmagazin

Format
(220 x 297 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

Typografieempfehlungen

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 38 pt,
Laufweite 25, ZAB
32 pt

3 Subheadline
DIN Next LT Pro,
Regular, 20 pt,
Laufweite 15, ZAB
20 pt, Abstand vor
5 mm

4 Rubriken Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 12 pt, Laufwei-
te 15, ZAB 14 pt

5 Rubriken Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
14 pt

6 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 50 pt, Laufwei-
te 15, ZAB auto,
Abstand
nach 10 mm

7 Introtex
DIN Next LT Pro, Italic,
11 pt, Laufweite 15,
ZAB 16 pt

8 Fließtext
DIN Next LT Pro, Light,
9 pt, Laufweite 15,
ZAB 13 pt, GLR 13 pt,
Fw 6

9 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 50 pt, Lauf-
weite 15, ZAB 52 pt,
GLR 13 pt, Fw 1

Kundenmagazin

Die Gestaltung eines Kundenmagazins fügt sich in das Corporate Design ein. Auch hier greifen die Gestaltungsregeln, insbesondere für Positionierung des Logos, Seitenaufbau, Titellayout und Typografie.



Abbildung in 32% / 8%
der Originalgröße



Kundenmagazin – Innenseiten

Der Satzspiegel ist flexibel gehalten, so können Texte und Bilder in ein-, zwei- oder dreispaltigen Rastern gesetzt werden. Damit wird ein größerer Gestaltungsspielraum ermöglicht.

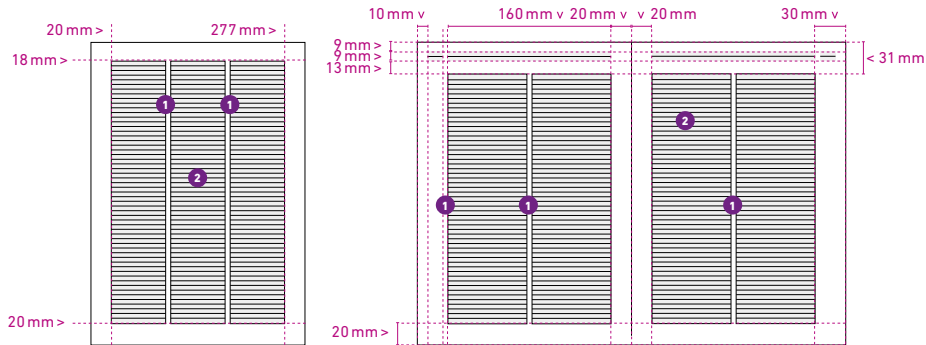
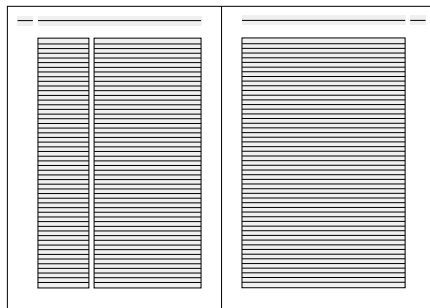


Abbildung in 13%
der Originalgröße

Satzspiegel Titel (links)
und Innenseiten (rechts)

- 1 Spaltenabstand
5 mm
- 2 GLR
13 pt



Satzspiegel Innenseiten
weiteres Beispiel

Druckerzeugnisse

Mitgliederzeitschrift

Mitgliederzeitschrift

Format
(210 x 297 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

Typografieempfehlungen

2 Titeltitel
DIN Next LT Pro,
Heavy, 38 pt,
Laufweite 25, ZAB
32 pt

3 Titeltitel
Subheadline
DIN Next LT Pro,
Regular, 20 pt,
Laufweite 15, ZAB
20 pt, Abstand vor
5 mm

4 Rubrik/Kategorie
DIN Next LT Pro,
Heavy, 12 pt, Laufweite
15, ZAB 14 pt, Fw
1/6

5 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 36 pt,
Laufweite 15, ZAB
40 pt, Fw 1/6

6 Introtext
DIN Next LT Pro, Italic,
11 pt, Laufweite 15,
ZAB 16 pt, Fw 6

7 Fließtext
DIN Next LT Pro, Light,
9 pt, Laufweite 15,
ZAB 13 pt, GLR 13 pt,
Fw 6

8 Headline klein
DIN Next LT Pro,
Heavy, 22 pt, Laufweite
15, ZAB 28 pt,
Fw 1/6



Abbildung in 32 %/8 %
der Originalgröße

Die Gestaltung von Mitgliederzeitschriften fügt sich ebenfalls in das Corporate Design ein. Auch hier greifen die Gestaltungsregeln, insbesondere für Positionierung des Logos, Seitenaufbau, Titellayout und Typografie.



1 Titelalternativen

2 Verband aktuell
Titelstory

3 Verband aktuell
Alternative
Gestaltung zu 2

4 Innungen
und Bezirke

Mitgliederzeitschrift – Innenseiten

Der Satzspiegel ist flexibel gehalten, so können Texte und Bilder in ein-, zwei- oder dreispaltigen Rastern gesetzt werden. Damit wird ein größerer Gestaltungsspielraum ermöglicht.

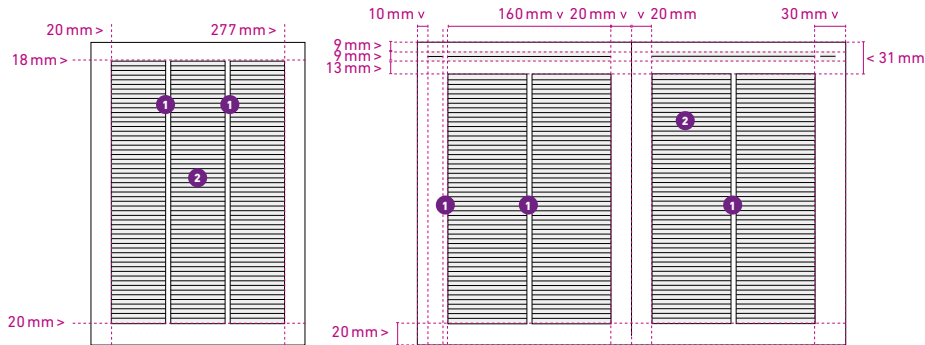
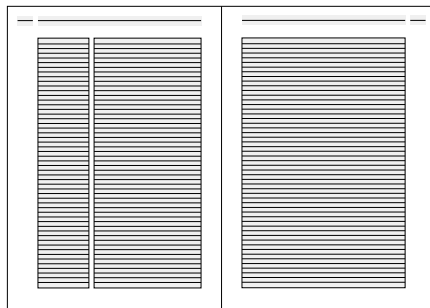


Abbildung in 13%
der Originalgröße

Satzspiegel Titel (links)
und Innenseiten (rechts)

- 1 Spaltenabstand
5 mm
- 2 GLR
13 pt



Satzspiegel Innenseiten
weiteres Beispiel

Druckerzeugnisse

Flyer

Flyer

DIN-lang-Flyer können vor allem für Kurzinformationen, aber auch für Einladungen verwendet werden. Zu beachten ist, dass die Textmengen entsprechend kurz zu halten sind, da das schmal-hohe Format sonst schnell überfüllt wirkt. Vorteil dieses Formats ist, dass Portogebühren für den Versand relativ gering ausfallen im Gegensatz zu größeren Formaten.

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

Format
DIN lang hoch
(210 x 110 mm)

1 Logobreite
b = 20 mm

2 TSD-Verlauf auf Seite 52

3 Farbe Rubriken
hier: Fw 11
> je nach Kategorie frei wählbar
(Fw 1 – 16)

4 Zeile 1
DIN Next LT Pro, Heavy, 20pt, Laufweite 25, ZAB auto, Fw 6

5 Zeile 2
DIN Next LT Pro, Regular, 15pt, Laufweite 15, ZAB 16pt, Fw 6

6 Zeile 3
DIN Next LT Pro, Regular, 10pt, Laufweite 10, ZAB auto, Fw 6



Abbildung in 35 %
der Originalgröße

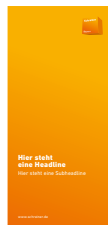
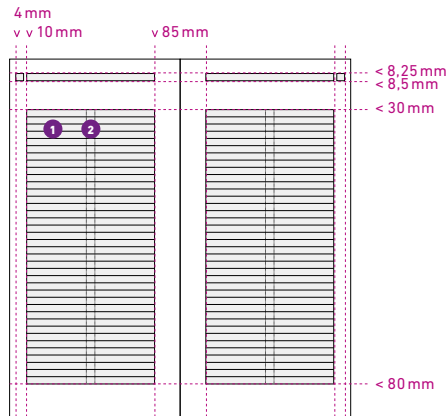


Abbildung in 14 %
der Originalgröße

Beispielhafte Gestaltung von Innenseiten eines Flyers

Die Gestaltung der Innenseiten folgt den bereits angegebenen Schrifthierarchien. Auch die Anmutung der Bilder sollte bestmöglich den Corporate Gedanken folgen. Für den Einsatz von Bild und Text gibt es einen Satzspiel, der zwingend einzuhalten ist.



Satzspiel

Flyer (exemplarische Gestaltung)



- 1 GLR 12pt
- 2 Spaltenabstand 5 mm

Proportion
je nach Umfang: Falzung
mit/ohne Klammerrück-
stichheftung



Druckerzeugnisse

Broschüren DIN A4

Broschüren DIN A4

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

Die klassische DIN-A4-Broschüre eignet sich besonders für umfangreiche Inhalte mit hohem Informationswert. Auch hier stehen je nach Anwendungsfall verschiedene Würfelanschnitte zur Verfügung.

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

- 1 Logobreite
b = 30 mm
- 2 TSD-Verlauf auf
Seite 52
- 3 Zeile 1
DIN Next LT Pro,
Heavy, 35 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 7
- 4 Zeile 2
DIN Next LT Pro,
Regular, 25 pt,
Laufweite 15,
ZAB 35 pt, Fw 7
- 5 Zeile 3
DIN Next LT Pro,
Regular, 15 pt,
Laufweite 10,
ZAB auto, Fw 7



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exem-
plarisches Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.



Abbildung in 24 %
der Originalgröße

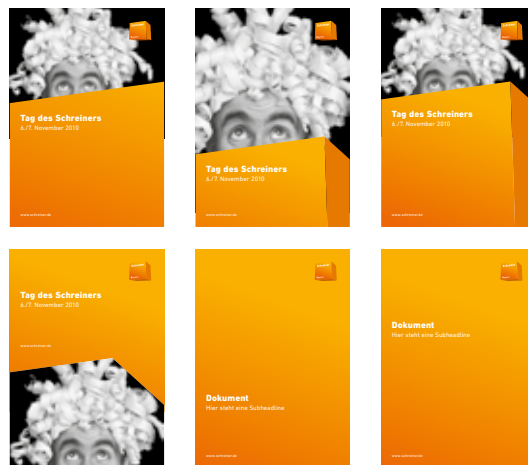


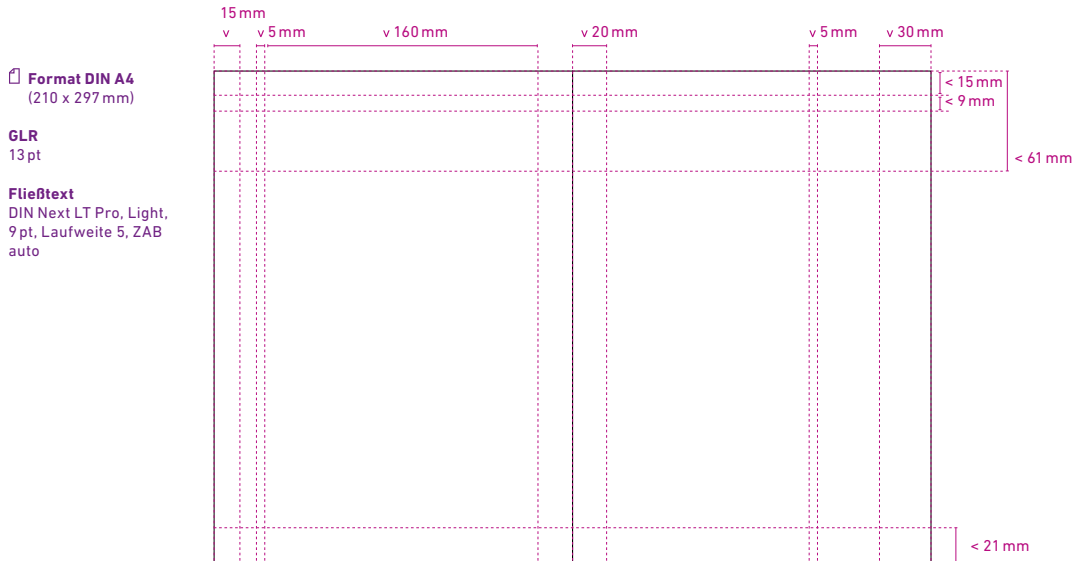
Abbildung in 9 %
der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Broschüren DIN A4

Satzspiegel Innenseiten

Der Satzspiegel ist flexibel gehalten, so können Texte und Bilder in ein-, zwei-, drei- oder vierspaltigen Rastern gesetzt werden.



Variabler, modularer
Satzspiegel

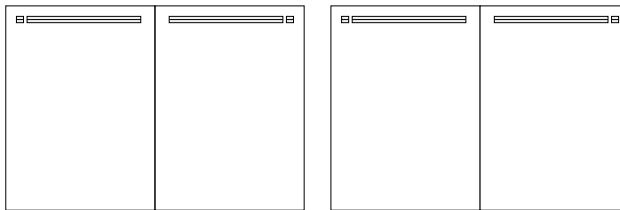


Abbildung in 22%/9 %
der Originalgröße

Plakat DIN A3

Veranstaltungsplakate (DIN A3) dienen der Vorankündigung. Die Verweildauer des Betrachters ist kurz. Die wesentlichen Botschaften sind übersichtlich und knapp darzustellen: „Was?“, „Wann?“ und „Wo?“.

In der Ausführung wird ein glänzendes Bilderdruckpapier mit ggf. einer Zellophanierung empfohlen.



Abbildung in 18%/7%
der Originalgröße



Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

Format DIN A3
(297 x 420 mm)

1 Logobreite
b = 40 mm

2 TSD-Verlauf auf
Seite 52

3 Zeile 1
DIN Next LT Pro,
Heavy, 55 pt, Laufweite 25, ZAB auto, Fw 6

4 Zeile 2
DIN Next LT Pro,
Regular, 35 pt, Laufweite 15, ZAB 55 pt, Fw 7

5 Zeile 3
DIN Next LT Pro,
Regular, 25 pt, Laufweite 10, ZAB auto, Fw 7

△ Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A3

Plakat DIN A3 ohne Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

1 Logobreite
b = 40 mm

**Hinweis zu Bildern**

Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exem-
plarische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.

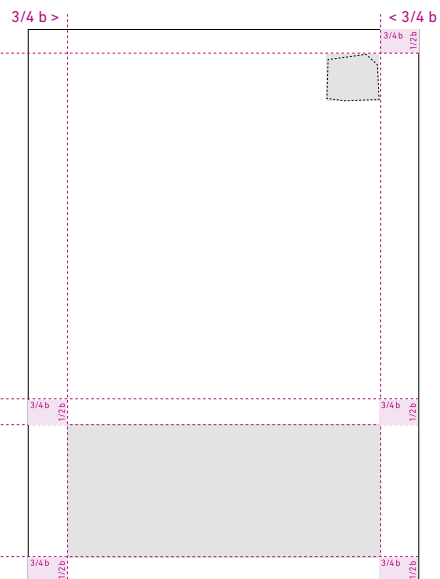
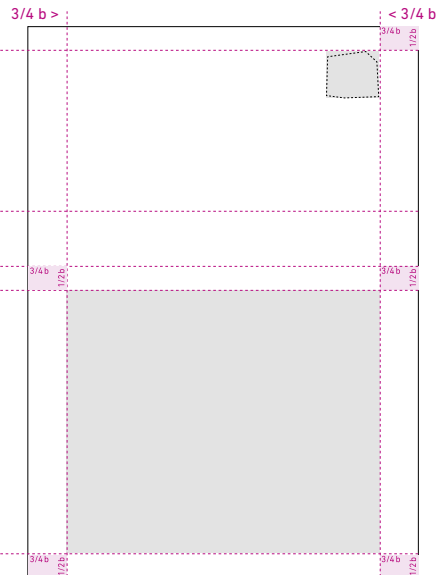


Abbildung in 18%
der Originalgröße

Plakat DIN A3 mit wenig Fließtext, mit Bild



Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

- 1 **Logobreite**
b = 40 mm
- 2 **1. Absatz**
DIN Next LT Pro, Bold, 25 pt, Laufweite 10, ZAB 30 pt, Abstand vor 20 mm, Fw 7
- 3 **2. Absatz**
DIN Next LT Pro, Regular, 25 pt, Laufweite 10, ZAB 30 pt, Abstand vor 10 mm, Fw 7

Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

Abbildung in 18 % der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A3

Plakat DIN A3 mit wenig Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

1 **Logobreite**
b = 40 mm

2 **1. Absatz**
DIN Next LT Pro, Bold,
25 pt, Laufweite 10,
ZAB 30 pt, Abstand vor
20 mm, Fw 7

3 **2. Absatz**
DIN Next LT Pro,
Regular, 25 pt,
Laufweite 10,
ZAB 30 pt, Abstand vor
10 mm, Fw 7



2/3 Seitenhöhe
v

190 mm
v

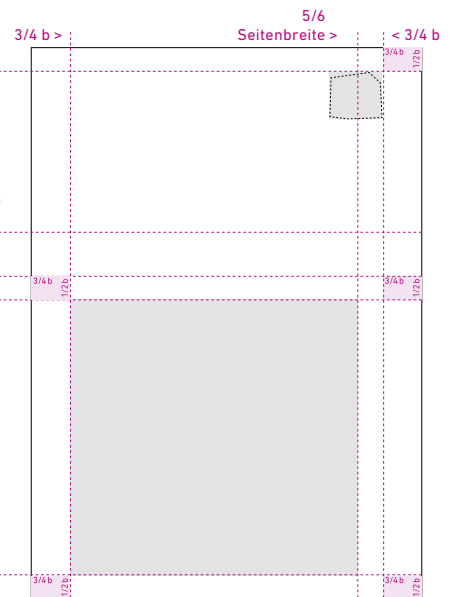
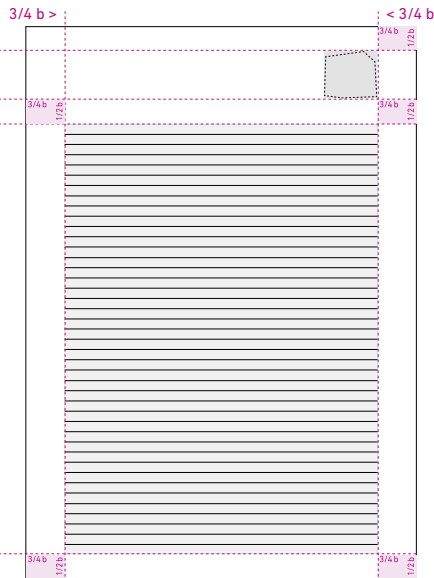


Abbildung in 18%
der Originalgröße

Plakat DIN A3 mit viel Fließtext, ohne Bild



- 1 Logobreite
b = 40 mm
- 2 Datum und Name der
Veranstaltung
DIN Next LT Pro, Bold,
15 pt, Laufweite 10,
ZAB auto, GLR 22 pt,
Abstand vor 8 mm,
Fw 7
- 3 Veranstaltungsdaten
DIN Next LT Pro,
Regular, 15 pt,
Laufweite 10,
ZAB auto, GLR 22 pt,
Fw 7

Abbildung in 18 %
der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A2

Plakat DIN A2

In der Ausführung wird ein Bilderdruckpapier in Matt mit ggf. einer Glanz-Zellophanierung empfohlen.

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

1 **Format DIN A2**
(420 x 594 mm)

2 **Logobreite**
b = 50 mm

3 **TSD-Verlauf auf Seite 52**

4 **Zeile 1**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 75 pt, Laufweite 25, ZAB auto, Fw 7

5 **Zeile 2**
DIN Next LT Pro,
Regular, 55 pt, Laufweite 15, ZAB 75 pt, Fw 7

6 **Zeile 3**
DIN Next LT Pro,
Regular, 35 pt, Laufweite 10, ZAB auto, Fw 7



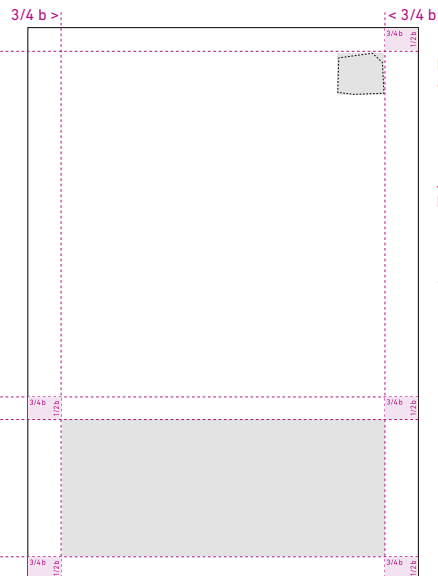
Abbildung in 12%/5 %
der Originalgröße



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

Plakat DIN A2 ohne Fließtext, mit Bild



Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

1 Logobreite
 $b = 50\text{ mm}$



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

Abbildung in 12%/5%
der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A2

Plakat DIN A2 mit wenig Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

1 Logobreite
b = 50 mm

2 1. Absatz
DIN Next LT Pro, Bold,
35 pt, Laufweite 10,
ZAB 40 pt, Abstand vor
20 mm, Fw 7

3 2. Absatz
DIN Next LT Pro,
Regular, 35 pt,
Laufweite 10,
ZAB 40 pt, Abstand vor
10 mm, Fw 7



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exem-
plarische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.

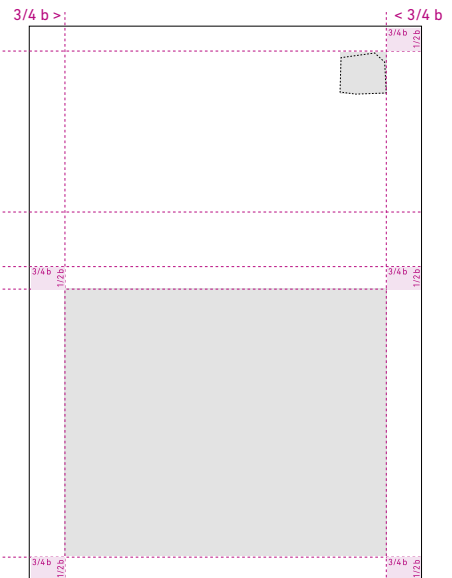


Abbildung in 12%
der Originalgröße

Plakat DIN A2 mit wenig Fließtext, mit Bild

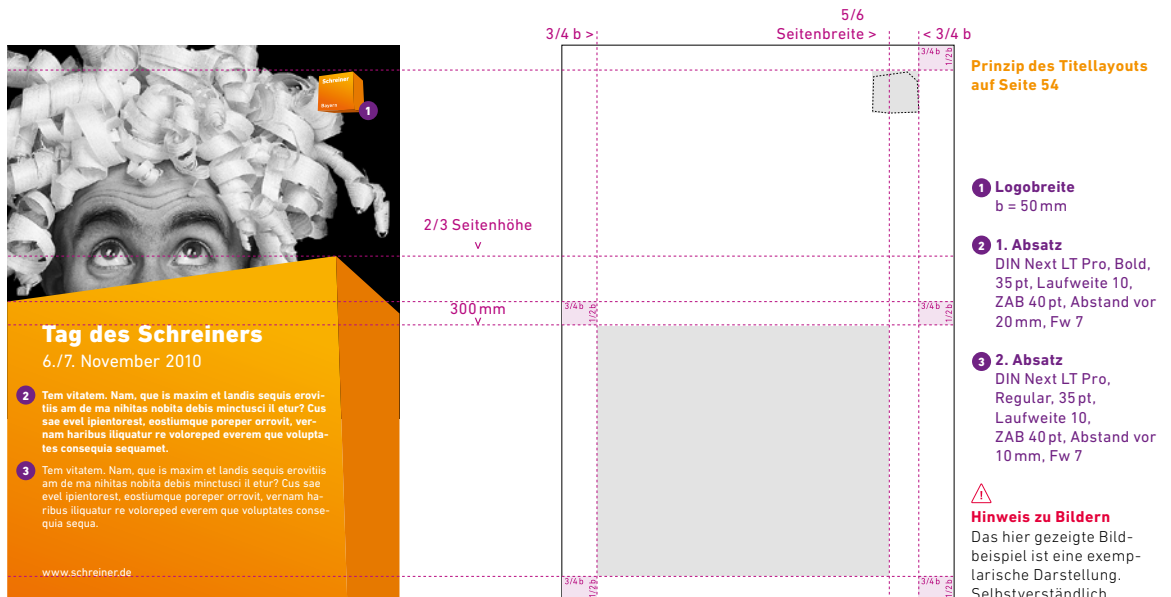


Abbildung in 18 %
der Originalgröße

Druckerzeugnisse
Plakat DIN A2

Plakat DIN A2 mit viel Fließtext, ohne Bild

1 Logobreite
b = 50 mm

2 Datum und Name der Veranstaltung
DIN Next LT Pro, Bold,
35 pt, Laufweite 10,
ZAB auto, GL 45 pt,
Fw 7

3 Veranstaltungsdaten
DIN Next LT Pro,
Regular, 35 pt,
Laufweite 10, ZAB
auto, GL 45 pt, Fw 7

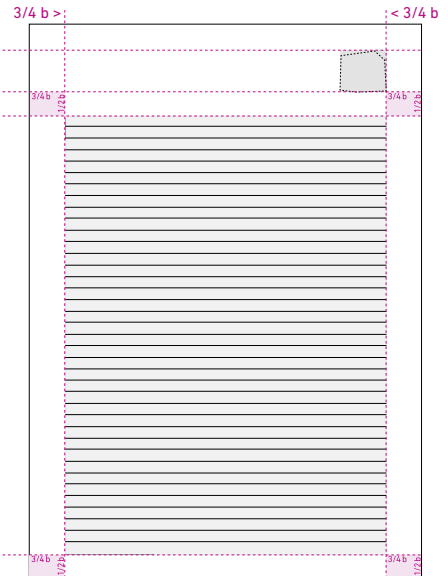


Abbildung in 12%
der Originalgröße

Plakat DIN A1

In der Ausführung wird ein Bilderdruckpapier in Matt mit ggf. einer Glanz-Zellophanierung empfohlen.

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54



Abbildung in 9%/4%
der Originalgröße



Format DIN A1
(594 x 841 mm)

1 Logobreite
b = 70 mm

2 TSD-Verlauf auf
Seite 52

3 Zeile 1
DIN Next LT Pro,
Heavy, 105 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 7

4 Zeile 2
DIN Next LT Pro,
Regular, 85 pt,
Laufweite 15,
ZAB 105 pt, Fw 7

5 Zeile 3
DIN Next LT Pro,
Regular, 55 pt,
Laufweite 10,
ZAB auto, Fw 7



Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exemp-
larische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A1

Plakat DIN A1 ohne Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

1 Logobreite
 $b = 70 \text{ mm}$



Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exemp-
larische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.

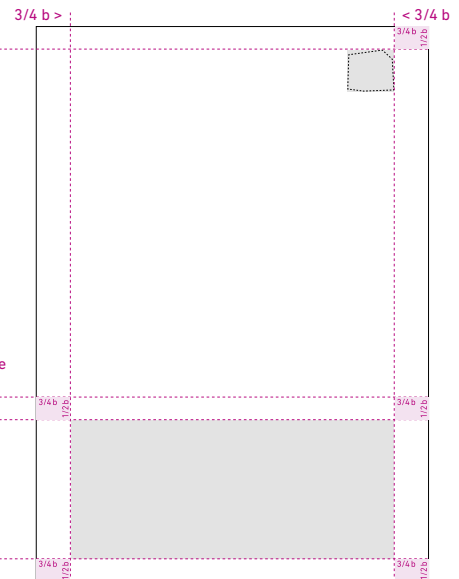


Abbildung in 9 %
der Originalgröße

Plakat DIN A1 mit wenig Fließtext, mit Bild

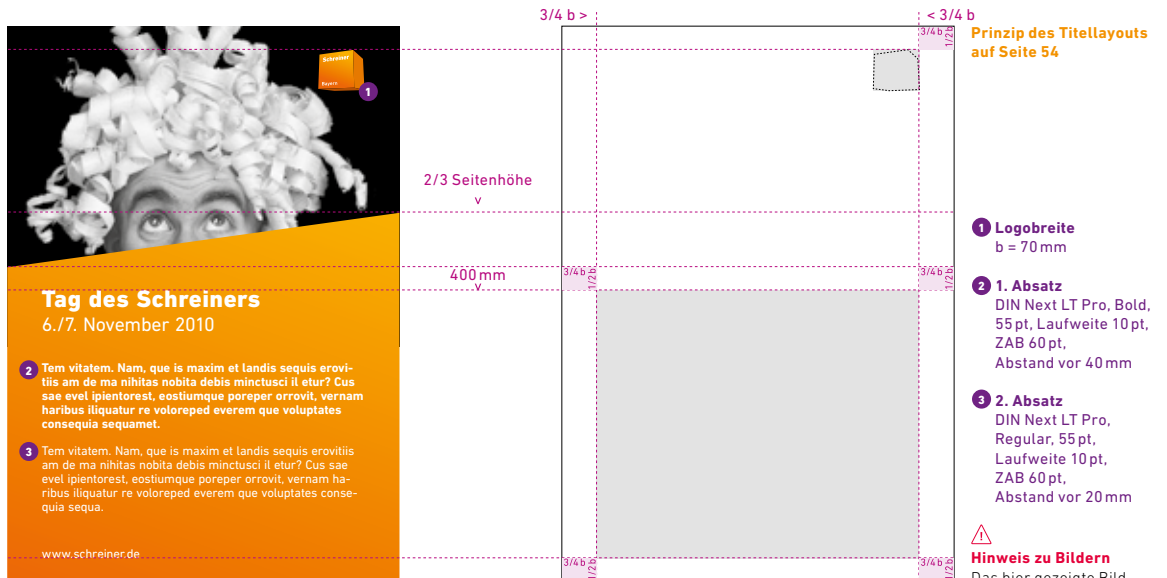


Abbildung in 9 % der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A1

Plakat DIN A1 mit wenig Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

- 1 **Logobreite**
b = 70 mm
- 2 **1. Absatz**
DIN Next LT Pro, Bold,
55 pt, Laufweite 10,
ZAB 60 pt, Abstand vor
40 mm, Fw 7
- 3 **2. Absatz**
DIN Next LT Pro,
Regular, 55 pt,
Laufweite 10,
ZAB 60 pt, Abstand vor
20 mm, Fw 7

⚠ Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

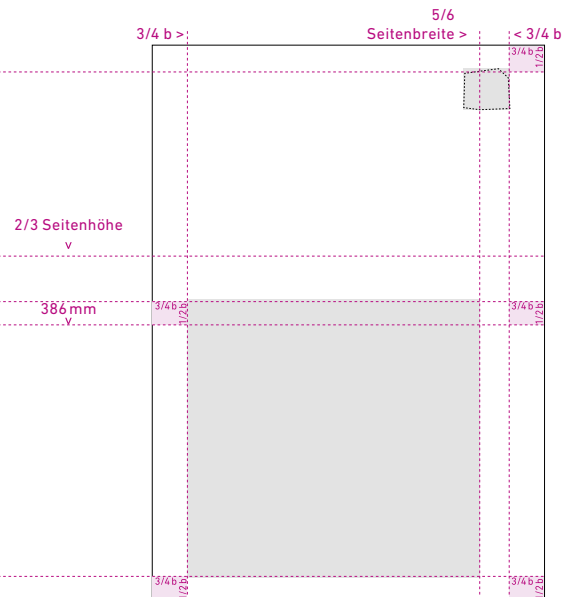


Abbildung in 9 %
der Originalgröße

Plakat DIN A1 mit viel Fließtext, ohne Bild

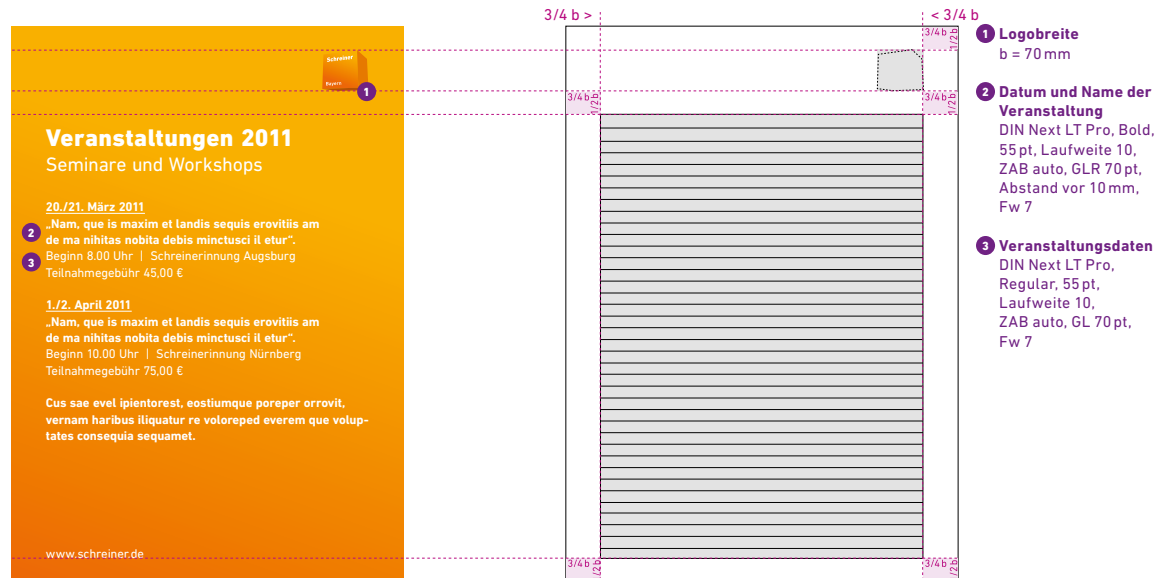


Abbildung in 9 %
der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A0

Plakat DIN A0

Das DIN-A0-Plakat ist das größte Format der DIN-Reihe, ist jedoch dank seiner gängigen Maße günstig herzustellen. In der Ausführung wird ein Bilderdruckpapier in Matt mit ggf. einer Glanz-Zellophanierung empfohlen.

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

Format DIN A0
(841 x 1189 mm)

1 Logobreite
b = 120 mm

2 TSD-Verlauf auf
Seite 52

3 Zeile 1
DIN Next LT Pro,
Heavy, 155 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 7

4 Zeile 2
DIN Next LT Pro,
Regular, 125 pt,
Laufweite 15,
ZAB 155 pt, Fw 7

5 Zeile 3
DIN Next LT Pro,
Regular, 75 pt,
Laufweite 20,
ZAB auto, Fw 7



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exem-
plarische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.



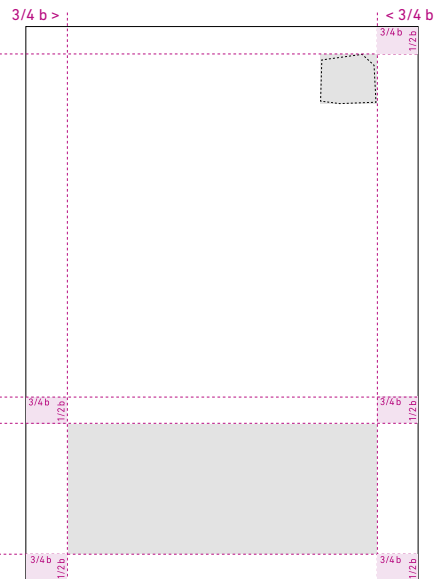
Abbildung in 6 % / 2 %
der Originalgröße



Plakat DIN A0 ohne Fließtext, mit Bild



1/3 Seitenhöhe
v



Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

1 Logobreite
b = 120 mm



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exem-
plarische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.

Abbildung in 6 %
der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A0

Plakat DIN A0 mit wenig Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

1 Logobreite b = 120 mm

2 1. Absatz DIN Next LT Pro, Bold, 75 pt, Laufweite 10, ZAB 90 pt, Abstand vor 50 mm, Fw 7

3 2. Absatz DIN Next LT Pro, Regular, 75 pt, Laufweite 10, ZAB 90 pt, Abstand vor 30 mm, Fw 7



Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

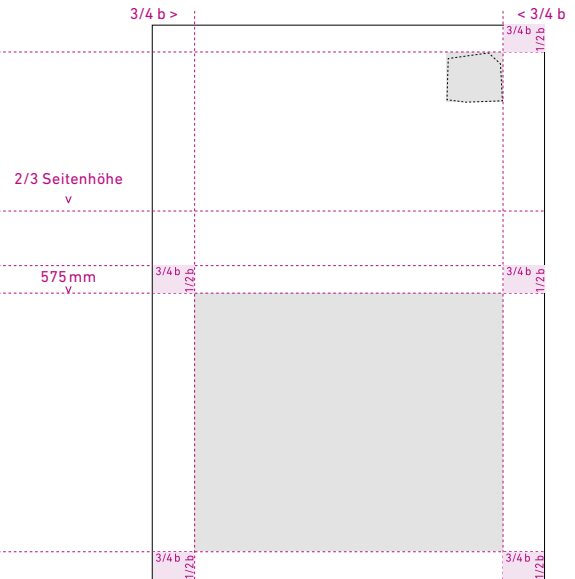
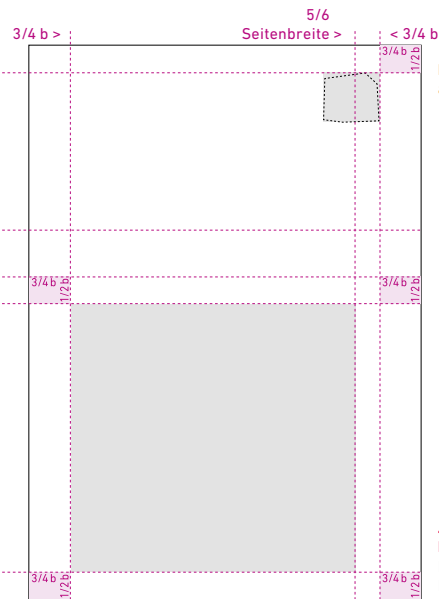


Abbildung in 6 %
der Originalgröße

Plakat DIN A0 mit wenig Fließtext, mit Bild



Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

- 1 **Logobreite**
b = 120 mm
- 2 **1. Absatz**
DIN Next LT Pro, Bold, 75 pt, Laufweite 10, ZAB 90 pt, Abstand vor 50 mm, Fw 7
- 3 **2. Absatz**
DIN Next LT Pro, Regular, 75 pt, Laufweite 10, ZAB 90 pt, Abstand vor 30 mm, Fw 7

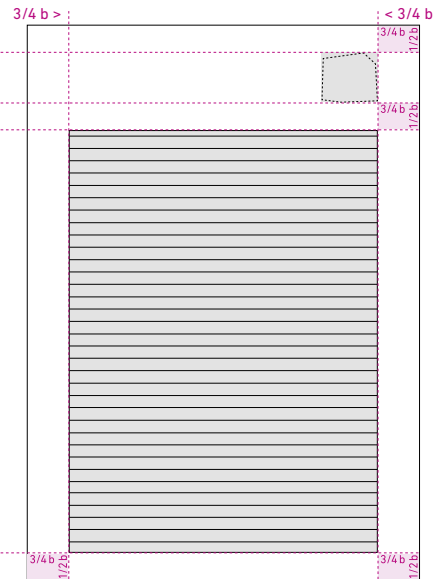
Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

Abbildung in 6% der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Plakat DIN A0

Plakat DIN A0 mit viel Fließtext, ohne Bild

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 541 Logobreite
b = 120mm2 Datum und Name der
Veranstaltung
DIN Next LT Pro, Bold,
75 pt, Laufweite 10,
ZAB auto, GL 90 pt,
Abstand vor 10 mm,
Fw 73 Veranstaltungsdaten
DIN Next LT Pro,
Regular, 75 pt,
Laufweite 10,
ZAB auto, GLR 90 pt,
Fw 7Abbildung in 6 %
der Originalgröße

Großflächenplakate

Unter dem Begriff Großflächenplakat versteht man Formate in der Breite von über drei Metern. Da die Abmessungen je nach Anwendungsfall und Aufteilung abweichen können, werden hier vorrangig Layoutprinzip und Seitenaufteilung erläutert. Die unten stehenden Beispiele beziehen sich auf das klassische Großflächenplakat im Format 3.560 x 2.520 Millimeter.



Abbildung in 2 %
der Originalgröße



Abbildung in 1 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

1 **Format Großfläche**
(hier: 3.560 x
2.520 mm)
> weitere Formate
möglich

1 **Logobreite**
b = 300 mm

2 **TSD-Verlauf auf
Seite 52**

3 **Zeile 1**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 600 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 7

4 **Zeile 2**
DIN Next LT Pro,
Regular, 350 pt,
Laufweite 15,
ZAB 500 pt, Fw 7

5 **Zeile 3**
DIN Next LT Pro,
Regular, 200 pt,
Laufweite 20,
ZAB auto, Fw 7



Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exemp-
larische Darstellung.
Selbstverständlich
können auch farbige
Bilder verwendet werden.

Druckerzeugnisse

Großflächenplakate

Großflächenplakat ohne Fließtext, mit Bild

Das hier gezeigte Beispiel eignet sich besonders für werbewirksame Maßnahmen mit kurzem Text und einem aussagekräftigen Bildmotiv oder Foto. Es gilt das gleiche Layoutprinzip wie bei den übrigen Titelgestaltungen. Auf den folgenden Seiten finden Sie alternative Anschnitte der orangefarbenen Fläche.

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

i Logobreite
b = 300 mm



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

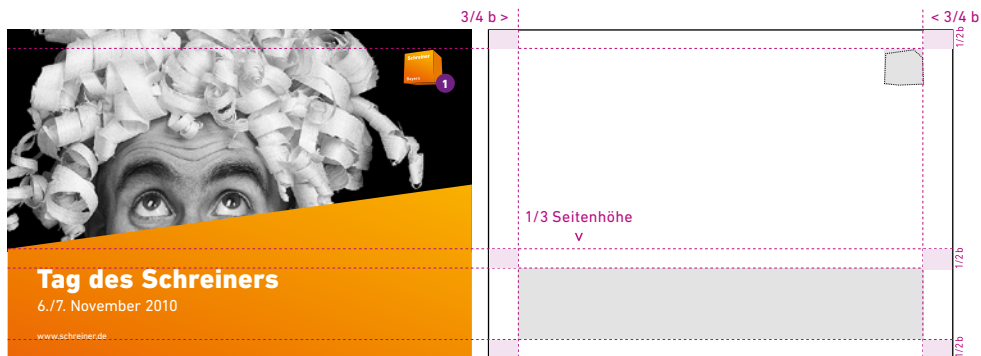


Abbildung in 1,5 % der
Originalgröße

Großflächenplakat ohne Fließtext, mit Bild

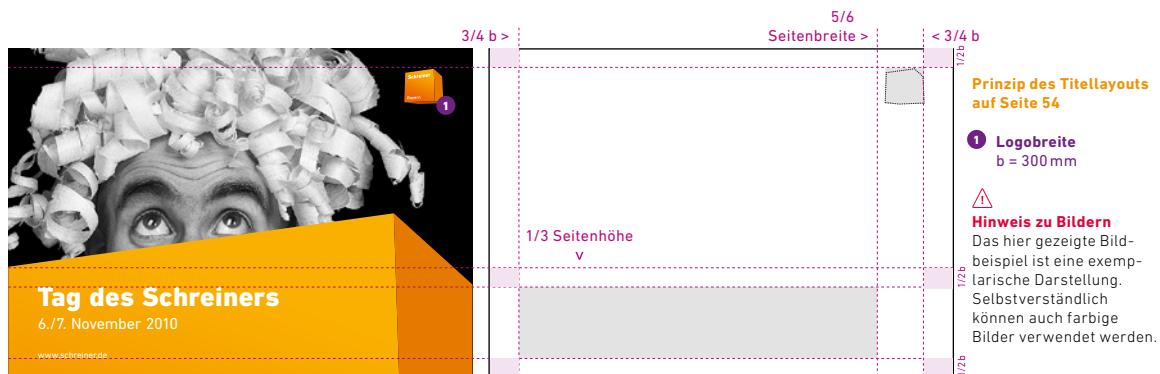


Abbildung in 1,5 % der Originalgröße

Druckerzeugnisse

Großflächenplakate

Großflächenplakat mit wenig Fließtext, mit Bild

Prinzip des Titellayouts auf Seite 54

- 1 **Logobreite**
b = 300 mm
- 2 **Fließtext**
DIN Next LT Pro,
Regular, 200pt,
Laufweite 15,
ZAB auto, Abstand vor
200 mm, Fw 7
- 3 **Headlines**
DIN Next LT Pro,
Regular, Versalien,
200pt, Laufweite 20,
ZAB auto, Abstand vor
100 mm, Fw 7



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bildbeispiel ist eine exemplarische Darstellung. Selbstverständlich können auch farbige Bilder verwendet werden.

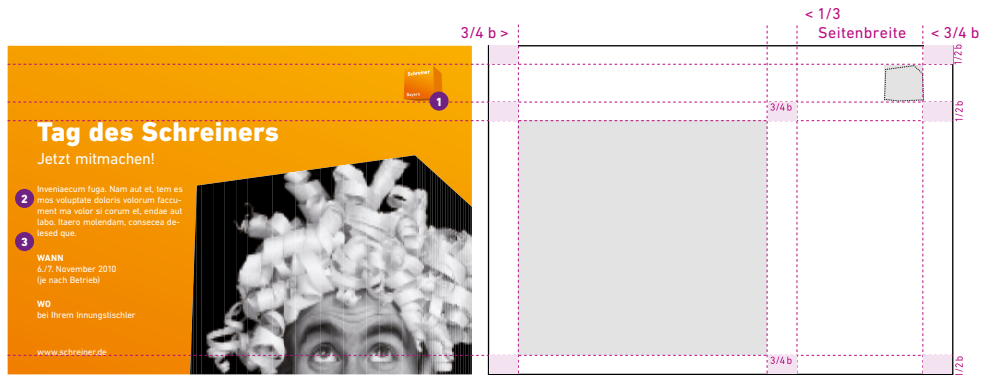


Abbildung in 1,5 %
der Originalgröße

Störer

Als Störer bezeichnet man ein grafisches Element, das sich klar von seiner Umgebung abhebt. Ein Störer eignet sich dazu, die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und so auf besonders wichtige Informationen hinzuweisen. Störer können sowohl auf Druckprodukten als auch im Web verwendet werden. Die folgenden Seiten erklären die Anwendung am Beispiel Plakat.

Störer-Verlauf



Störer (am Beispiel DIN A3)



Abbildung in 50 %
der Originalgröße

☐ hier: 160 x 40 mm
ergibt sich wie folgt:
H = 1 x b (Logobreite)
B = 4 x b (Logobreite)

① **Schriftgröße**
gemäß Zeile 2 des
jeweiligen Formates

Schriftschnitt
Bold

Druckerzeugnisse

Störer

Erlaubte Platzierung (am Beispiel DIN A3)

Der Störer kann beliebig platziert werden, jedoch dürfen dadurch keine Schutzzonen durchbrochen oder wesentliche Teile des Layout verdeckt werden. Mehr dazu auch auf der nebenstehenden Seite.

Bei der Platzierung ist darauf zu achten, dass der Störer immer an einer Seite angeschnitten ist.



Hinweis

Der Störer darf selbstverständlich auch auf Layouts mit anderen Würfelschnitten und auf farbigen Bildern platziert werden. Jedoch müssen die Platzierungsregeln eingehalten werden.



Abbildung in 13 %
der Originalgröße

Verbotene Platzierung (am Beispiel DIN A3)

Es ist nicht erlaubt, den Störer so zu setzen, dass wesentliche Bestandteile des Layouts (Hauptbotschaft oder Logo) verdeckt werden. Auch Textelemente dürfen nicht verdeckt werden (auch nicht durch Anwendung von Transparenzen).

Des Weiteren darf das Logo nicht durch den Störer beeinträchtigt werden – die Schutzzone muss eingehalten werden und das Logo muss in seiner ganzen Form sichtbar sein.

Sämtliche Anmerkungen gelten ebenfalls für weitere, durch andere Würfelfanschnitte entstehende Layouts.



Abbildung in 10 %
der Originalgröße



**Drucksachen
und Werbemittel**

Drucksachen und Werbemittel
Zeitungsanzeigen groß

Zeitungsanzeigen groß

DIN A4 (210 x 297 mm)

Die Gestaltungsvorgaben variieren meist von Zeitung zu Zeitung. Aus diesem Grund werden nachfolgend nur Angaben zur Schrift, jedoch nicht zur Spaltenbreite und zur Abmessung der Seitenränder gemacht.

Ganzseitige vierfarbige Anzeige

Anzeige mit Slogan

Anzeige mit wenig Text

Anzeige mit viel Text

Abbildung in 20 %
der Originalgröße

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

Logobreite
b = 30 mm



Abbildung in 5 %
der Originalgröße
Alternativlayouts für die
jeweiligen Anforderungen
sind in Miniatur darge-
stellt.



Drucksachen und Werbemittel
Zeitungsanzeigen groß



Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

- 1 **Logobreite**
b = 30 mm
- 2 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 26 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto
- 3 **Subheadline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 18 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, Abstand nach
10 mm
- 4 **Introtext**
DIN Next LT Pro,
Bold Italic, 12 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, Abstand nach
7 mm, GLR 15 pt

Ganzseitige einfarbige Anzeige



△ Hinweis
Die einfarbige Anzeige ist nach dem gleichen Prinzip wie die vierfarbige Anzeige aufgebaut. Es wird lediglich das Logo in der Schwarz-Version verwendet.


- 5 **Fließtext**
DIN Next LT Pro,
Regular, 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, GLR 15 pt
- 6 **Fußzeile**
DIN Next LT Pro,
Regular, 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
auto, Abstand vor
10 mm

Traueranzeigen

Traueranzeigen müssen in der Regel nach den Vorgaben der jeweils herausgebenden Zeitung gestaltet werden. Daher finden Sie nachfolgend nur die wichtigsten Vorgaben.





Traueranzeige klein
ohne Logo

 **Format**
150 x 80 mm



Traueranzeige groß
mit Logo

 **Format**
150 x 80 mm

 **Logobreite**
b = 10 mm



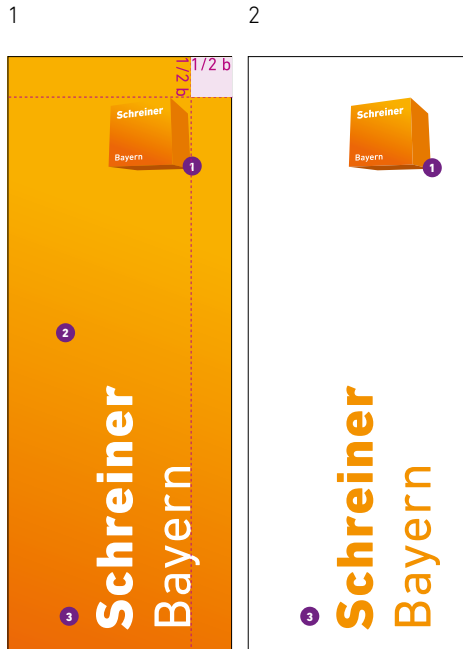
Hinweis zur Schrift

Auch die Schriften werden in der Regel von der jeweiligen Zeitung vorgegeben. Oft hat man aber die Wahl zwischen einer Serifenschrift und einer serifenlosen Schrift. Da die Hausschrift von TSD in der Regel nicht zu den wählbaren Schriften gehört, empfehlen wir als Kontrast eine Serifenschrift, wie hier bspw. die Adobe Caslon Pro. Ähnliche Serifen-Schriftarten sind auch möglich.

Abbildung in 50 %
der Originalgröße

Werbefahnen

Werbefahnen am Haupteingang eines Verbandsgebäudes haben große Öffentlichkeits- und Fernwirkung. Entsprechend reduziert und klar sollte die Gestaltung sein. Werbefahnen sollten sich daher auf die wesentlichen Elemente des Corporate Designs beziehen – Logo, Form und Farbe.



Format
1.500 x 4.000 mm

1 Logobreite
b = 550 mm

2 TSD-Verlauf
auf Seite 52

3 Text
DIN Next LT Pro,
Heavy/Regular,
700 – 1.200 pt,
ZAB auto, Laufweite
50, Fw 7/1

Abbildung in 2%
der Originalgröße

Rollups

Rollups finden häufig bei Messen Anwendung und dienen sowohl als Werbe- als auch als Informationsträger. Da Rollups auf dem Boden stehen, muss eine Mindesthöhe für die Schrift festgelegt und eingehalten werden, da sich sonst die wichtigsten Informationen außerhalb des Blickwinkels des Betrachters befinden.

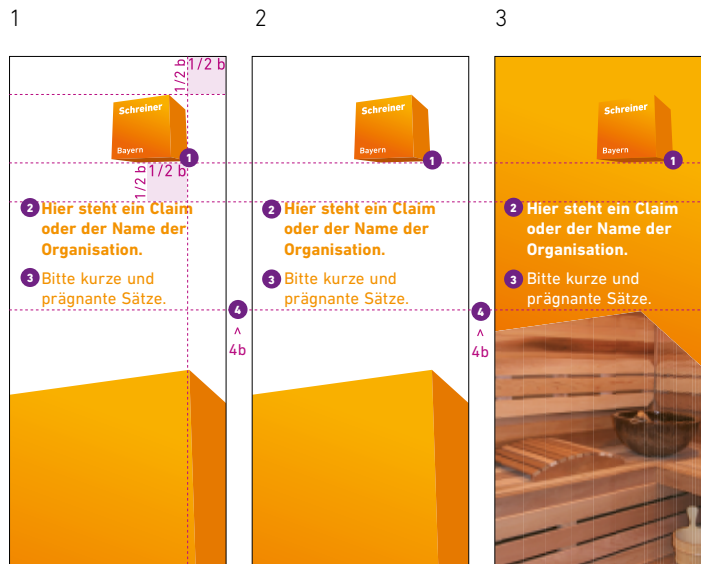


Abbildung in 4 %
der Originalgröße

Format
850 x 2.000 mm

- 1 Logobreite**
b = 300 mm
- 2 Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 190 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Abstand nach 50 mm,
Fw 1/7
- 3 Subheadline**
DIN Next LT Pro,
Regular, 190 pt,
Laufweite 25, ZAB
auto, Fw 1/7
- 4 Letzte Zeile**
Schrift sollte nicht
tiefer als 4b (= 4 x
Logobreite) über dem
unteren Formatende
platziert werden.



TSD-Layout

Folgende Würfelan-
schnitte sind weiter
möglich:
nur Text: 1 und 8
Text + Bild: 2, 4, 5, 6

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54

Drucksachen und Werbemittel

Banner

Banner

Große Banner dienen als Werbemittel, aber auch zur Verdeckung von sich in der Restauration befindlichen Gebäuden. Entsprechend sollte hier auf eine präzise und sehr knappe Textmenge geachtet werden.

Format
3.000 x 2.000 mm

1 Logobreite
b = 300 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 350 pt, Lauf-
weite 35, ZAB auto, Fw
7

3 Subheadline
DIN Next LT Pro,
Regular, 300 pt,
Laufweite 35,
ZAB 350 pt, Abstand
nach 80 mm, Fw 7

4 Fußzeile
DIN Next LT Pro,
Regular, 175 pt,
Laufweite 25, ZAB
auto, Fw 7

5 TSD-Verlauf
auf Seite 52



TSD-Layout

Auch hier sind weitere Würfelanschnitte möglich.

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 54



Abbildung in 3 %
der Originalgröße

Beschilderung

Das SLV-Schild bietet ebenso wie Visitenkarten und Geschäftspapier die Möglichkeit, einen ersten positiven Eindruck zu hinterlassen. Es kann im Eingangsbereich aufgehängt werden. Es verdeutlicht die Zugehörigkeit zur Branche und zur Berufsorganisation.

Schild
für Mitglieder beim
Landesverband



Format
b = 300 mm

Material
Alu Dibond Weiß



Bürobedarf

Bürobedarf

Schreibblöcke

Schreibblöcke

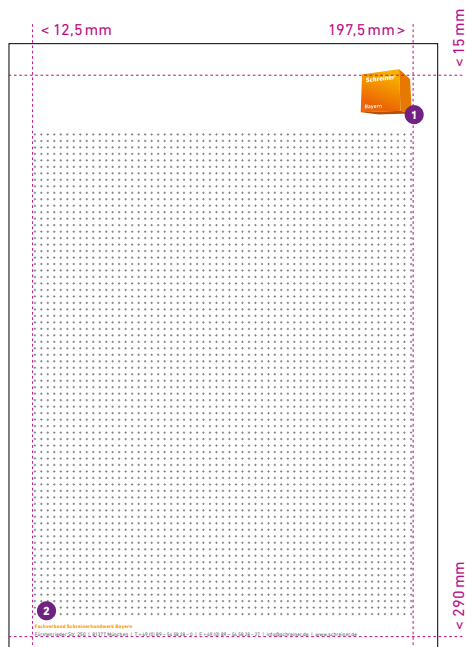
Der SLV-Schreibblock ist aus reinweißem Papier und hat das Format DIN A4. Das SLV-Logo steht oben rechts in der Standardversion und wird wahlweise am Fuß des Schreibblockes durch einen Adresszusatz ergänzt.

Schreibblock kariert

 **Format DIN A4**
(210 x 297 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

2 Text (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 7 pt, ZAB 9 pt,
Laufweite 20 pt,
Fw 1/6



Schreibblock blanko

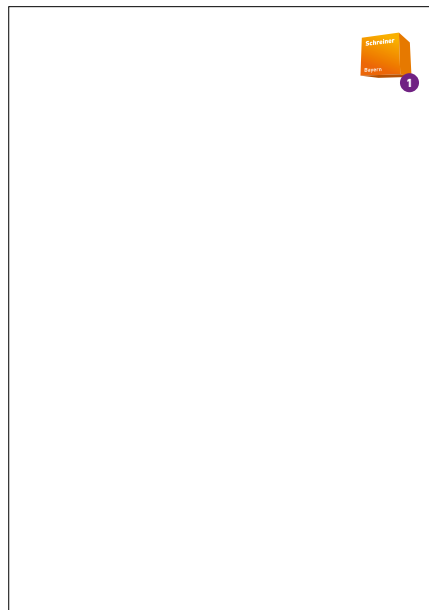


Abbildung in 27 %
der Originalgröße

Bürobedarf

Telefonnotizen

Telefonnotizen

Mit Lochung

Format
DIN A5 quer
(210 x 148 mm)

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 16 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9 mm,
Fw 6

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt, Lauf-
weite 5, ZAB 22 pt,
Abstand nach 6 mm,
Fw 6

4 Linien
0,25 pt, Versatz 0,
Fw 6

5 Fußzeile (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Fw 6

6 Rahmen
1 pt, japan, Punkte

The diagram shows a telephone note form with the following dimensions and layout details:

- Dimensions:**
 - Top margin: 20 mm
 - Right margin: 205 mm
 - Bottom margin: 15 mm
 - Left margin: 15 mm
 - Internal margin: 5 mm
- Layout Elements:**
 - 1 Logo:** Schreiner Bayern logo, width 20 mm.
 - 2 Headline:** "Telefonnotiz"
 - 3 Name des Anrufers:** Input field.
 - 4 Linien:** Input fields for "Organisation | Betrieb", "Telefonnummer", "angenommen von", and "Datum | Uhrzeit".
 - 6 Rückruf erwünscht / ruft wieder an:** Two checkboxes.
 - 3 Text:** "Betreff" followed by three horizontal lines.
 - 5 Fußzeile (optional):** "Fachverband Schreinerhandwerk Bayern, L. Europaplatz 50, 250, L. 41277, Mischdorf, L. 10857-54 54 20, D, J, F, AB 8 u. 54, 59 28 u. 27, L. info@schreinerhandwerk.de, www.schreiner.de"
- Vertical Spacing (from top):**
 - < 5 mm
 - < 12 mm
 - < 15 mm
 - < 34 mm
 - < 88 mm
 - < 138 mm
 - < 143 mm

Abbildung in 45 %
der Originalgröße

Ohne Lochung

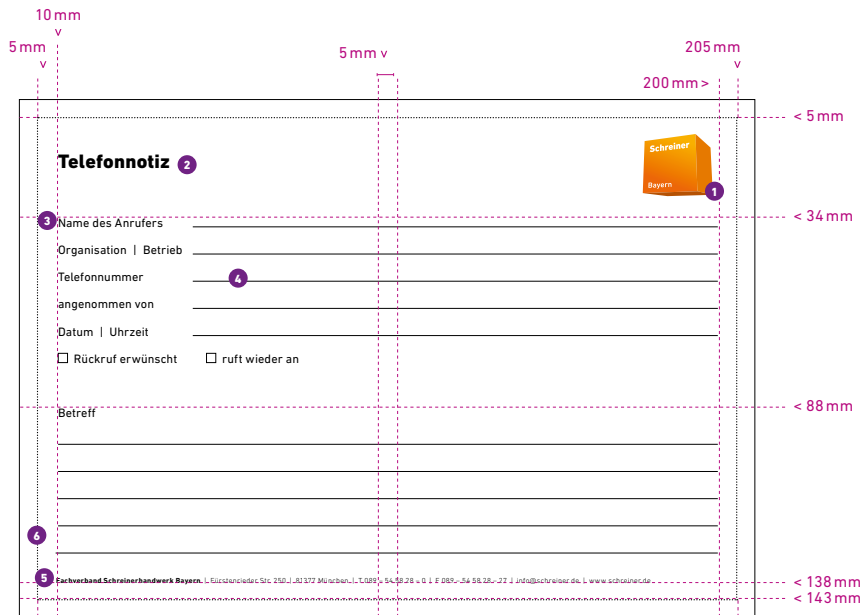


Abbildung in 45 %
der Originalgröße

- Format
DIN A5 quer
(210 x 148 mm)
- 1 Logobreite
b = 20 mm
- 2 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 16 pt, Laufwei-
te 15, ZAB auto,
Abstand nach 9 mm,
Fw 6
- 3 **Text**
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt, Lauf-
weite 5, ZAB 22 pt,
Abstand nach 6 mm,
Fw 6
- 4 **Linien**
0,25 pt, Versatz 0,
Fw 6
- 5 **Fußzeile (optional)**
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Fw 6
- 6 **Rahmen**
1 pt, japan. Punkte

Bürobedarf

Gesprächsnotizen

Gesprächsnotizen

Mit Lochung

Format
DIN A5 quer
(210 x 148 mm)

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 16 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9 mm,
Fw 6

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt, Lauf-
weite 5, ZAB 22 pt,
Abstand nach 6 mm,
Fw 6

4 Linien
0,25 pt, Versatz 0,
Fw 6

5 Fußzeile (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Fw 6

6 Rahmen
1 pt, japan. Punkte

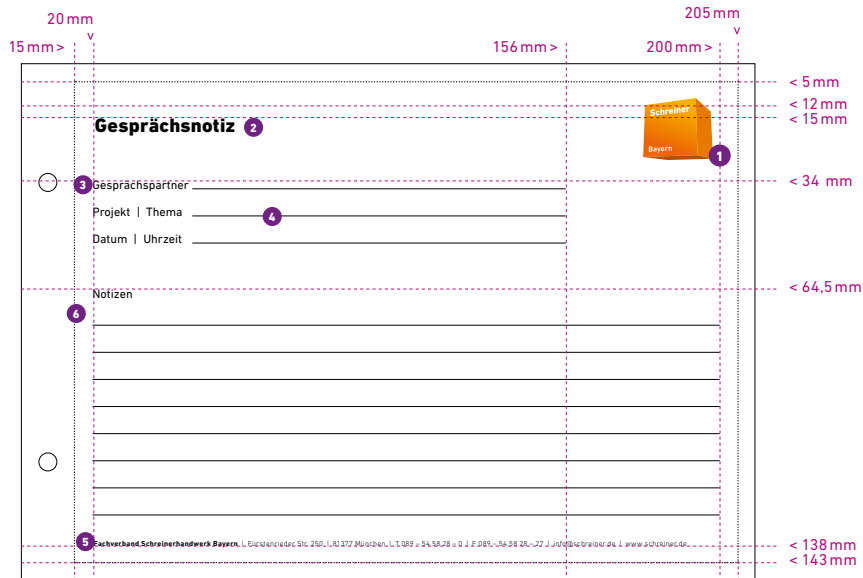


Abbildung in 45 %
der Originalgröße

Ohne Lochung

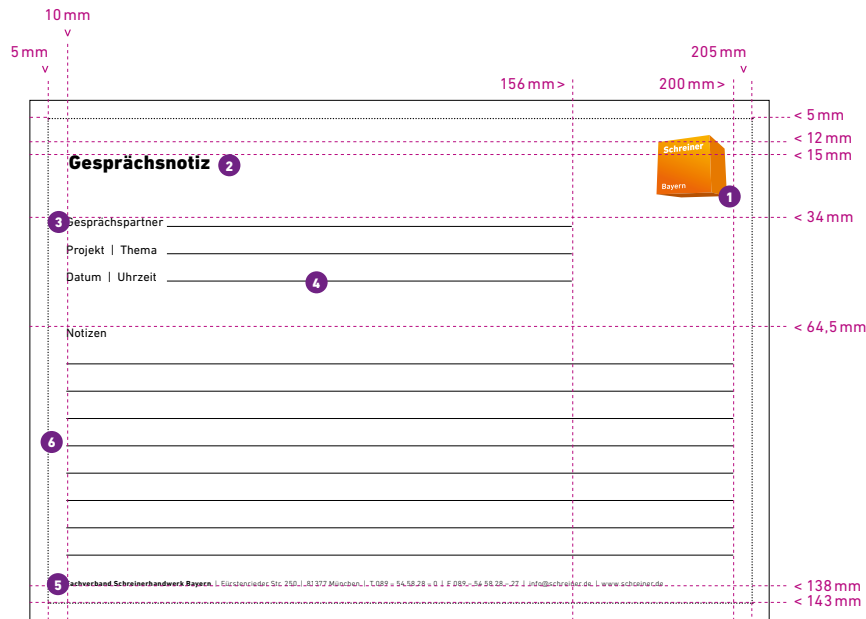


Abbildung in 45 %
der Originalgröße

- Format**
DIN A5 quer
(210 x 148 mm)
- 1 Logobreite**
b = 20 mm
- 2 Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 16 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9 mm,
Fw 6
- 3 Text**
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt, Lauf-
weite 5, ZAB 22 pt,
Abstand nach 6 mm,
Fw 6
- 4 Linien**
0,25 pt, Versatz 0,
Fw 6
- 5 Fußzeile (optional)**
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Fw 6
- 6 Rahmen**
1 pt, japan. Punkte

Bürobedarf

Memo

Memo

Mit Lochung

Format
DIN A5 quer
(210 x 148 mm)

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 16 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9 mm,
Fw 6

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt, Lauf-
weite 5, ZAB 22 pt,
Abstand nach 3 mm,
Fw 6

4 Linien
0,25 pt, Versatz 0,
Fw 6

5 Fußzeile (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Fw 6

6 Rahmen
1 pt, japan. Punkte

20 mm
5 mm
205 mm
15 mm >
200 mm >

< 5 mm
< 12 mm
< 15 mm
< 34 mm
< 60,5 mm
< 96,5 mm
< 124 mm
< 138 mm
< 143 mm

Memo

An _____ Datum _____
Von _____ Kopie _____
Priorität höchste hoch normal niedrig Handlungsbedarf _____

Sachverhalt _____

Handlungsempfehlung des Absenders _____

Anlagen nein ja _____

Schreinerhandwerk Bayern, L Eurlstehende Str. 250, L 81377 München, L 089-54 8839-0 J.F.888-545826-27, L info@schreiner.de J www.schreiner.de

Abbildung in 45 %
der Originalgröße

Bürobedarf

Memo

Ohne Lochung

The diagram shows a memo form layout with the following dimensions and callouts:

- Top margin: 10 mm
- Left margin: 5 mm
- Right margin: 5 mm
- Form width: 205 mm
- Form height: 200 mm
- Callout 1: Logo width (b = 20 mm)
- Callout 2: Headline height (< 5 mm)
- Callout 3: Text height (< 12 mm)
- Callout 4: Text height (< 15 mm)
- Callout 5: Form height (< 34 mm)
- Callout 6: Text height (< 60,5 mm)
- Callout 7: Text height (< 96,5 mm)
- Callout 8: Form height (< 124 mm)
- Callout 9: Form height (< 138 mm)
- Callout 10: Form height (< 143 mm)

The form content includes:

- Memo** (Callout 2)
- Schreiner** logo (Callout 1)
- An** _____ **Datum** _____
- Von** _____ **Kopie** _____
- Priorität höchste hoch normal niedrig **Handlungsbedarf** _____
- Sachverhalt** _____ (Callout 4)
- _____
- Handlungsempfehlung des Absenders** _____ (Callout 7)
- _____
- Anlagen** nein ja _____ (Callout 8)
- Fachverband Schreinerhandwerk Bayern** | Finkenstraße 50, 100 | 81371 München | T 089 26 26 26 26 | E 089 26 26 26 26 | info@schreiner.de | www.schreiner.de (Callout 9)

Abbildung in 45 %
der Originalgröße

Format
DIN A5 quer
(210 x 148 mm)

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 16 pt, Lauf-
weite 15, ZAB auto,
Abstand nach 9 mm,
Fw 6

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt, Lauf-
weite 5, ZAB 22 pt,
Abstand nach 3 mm,
Fw 6

4 Linien
0,25 pt, Versatz 0,
Fw 6

5 Fußzeile (optional)
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Fw 6

6 Rahmen
1 pt, japan. Punkte

Bürobedarf

Protokolle

Protokolle

 **Format DIN A4**
(210 x 297 mm)

1 Logobreite
b = 25 mm

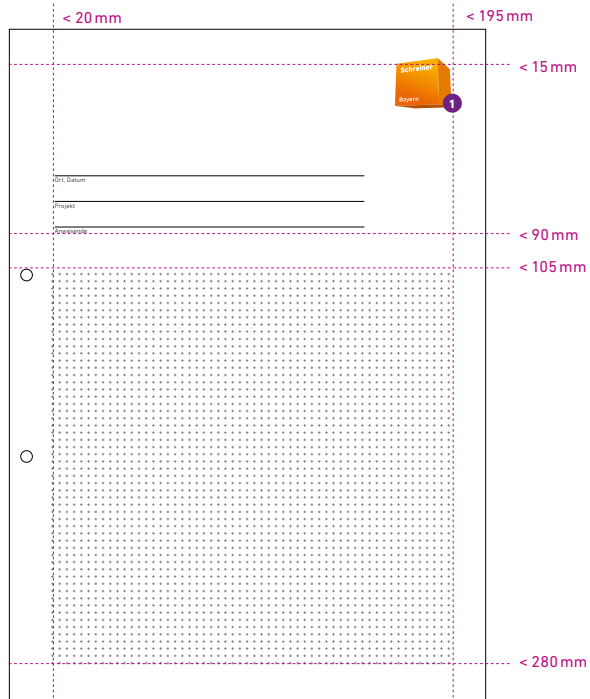
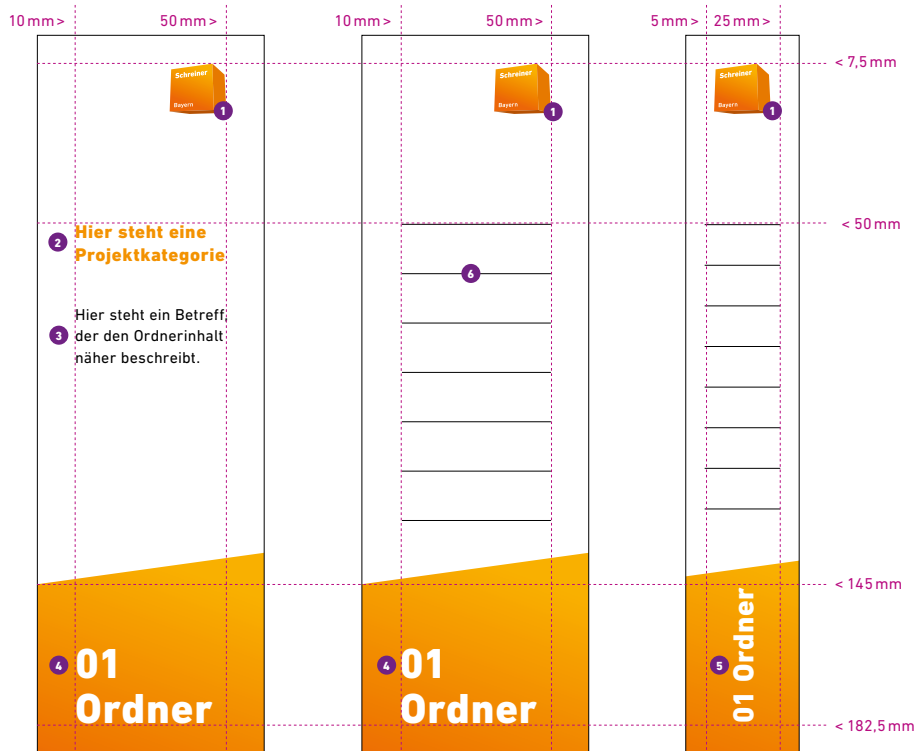


Abbildung in 30 %
der Originalgröße

Orderrücken



Format (v. l. n. r.)

60 x 190 mm
60 x 190 mm
30 x 190 mm

1 Logobreite
b = 15 mm

2 Projekt-kategorie
DIN Next LT Pro,
Heavy, 14 pt, Lauf-
weite 35, ZAB auto,
Abstand nach 10 mm,
Fw 1

3 Beschreibungstext
DIN Next LT Pro,
Regular, 12 pt, Lauf-
weite 20, ZAB 16 pt,
Fw 6

4 Ordner-nummer groß
DIN Next LT Pro,
Heavy, 32 pt, Lauf-
weite 25, ZAB 32 pt,
Fw 7

5 Ordner-nummer klein
DIN Next LT Pro,
Heavy, 22 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 7

6 Linien
0,5 pt, Fw 6

Service-GmbHs

**Service-GmbHs –
Visuelle Komponenten**

Service-GmbHs

Das Signet der Service-GmbHs

Das Signet der Service-GmbHs

Die Service-GmbHs sind Unternehmen der Landesverbände, versorgen alle Innungsmitglieder mit Bedarfsartikeln wie z. B. Berufskleidung und stellen zahlreiche weitere Leistungen zur Verfügung. Somit schließt sich auch das Corporate Design den Grundprinzipien des Landesverbandes an und hat ein eigenes Signet. Dieses setzt sich aus zwei Bestandteilen zusammen – der Wort- und der Bildmarke – und darf nur in den angegebenen Ausführungen verwendet werden.

Das Signet und der Umgang damit werden hier am Beispiel der „Schreinerservice Bayern GmbH“ (SG) dargestellt. Entsprechendes gilt für alle anderen Service GmbHs der Landesverbände.

Anmerkung

Ein Signet definiert sich nicht nur durch Form, Farbe und Schrift, sondern auch durch den ihm zugeordneten Schutzraum.

Schutzzone
auf Seite 164

Schreinerservice Bayern GmbH

Das Logo besteht aus einem horizontalen Balken – der Bildmarke – und aus einem Schriftzug – der Wortmarke. Beide Bestandteile bilden das Signet, das in seiner Form, Farbe, Schrift und Schreibweise nicht verändert oder ergänzt werden darf. Eine Veränderung oder Ergänzung hätte eine Schwächung der Marke zur Folge.

Signetvarianten

Das Signet gibt es in verschiedenen Varianten für unterschiedliche Einsatzgebiete. Entsprechendes gilt für alle weiteren Service GmbHs anderer Landesverbände.

Die Hausfarbe
auf Seite 167

Landesebene (Norddeutschland/Süddeutschland)

Standardversion

Verwendung auf weißem Grund



Schreinerservice Bayern GmbH

Standardversion

Verwendung auf orangefarbenem Grund (TSD-Verlauf) [siehe Seite 52](#)



Schwarz-Weiß-Version

Fax, Stempel, Kondolenzkarte

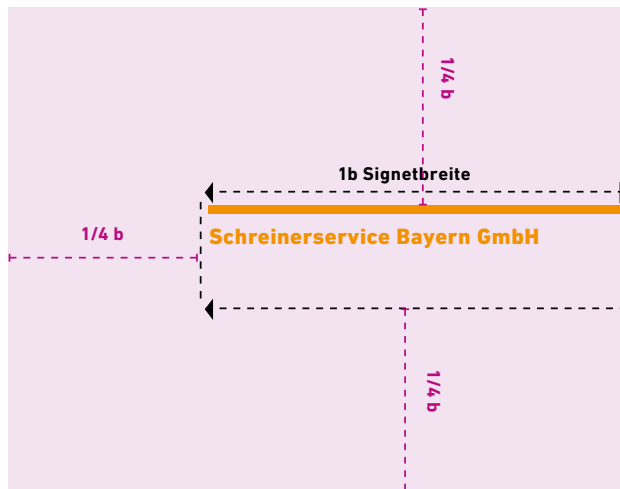


Schreinerservice Bayern GmbH

Schutzzone

Jedes Signet benötigt, um seine Wirkung zu erzielen, eine sogenannte Schutzzone. So hat auch das SG-Signet eine Schutzzone. Diese entspricht einer viertel Signetbreite. Die Schutzzone ist wesentlich für Erkennbarkeit, Lesefreundlichkeit und grafische Wirkung des Markenzeichens.

Die Platzierung des Signets auf einem Bild ist unter Einhaltung der Schutzzone zu den jeweiligen Seitenrändern zulässig.



Signetgrößen

Schreinerservice Bayern GmbH

Visitenkarte
b = 40 mm

Schreinerservice Bayern GmbH

DIN lang, DIN A6
b = 60 mm

Schreinerservice Bayern GmbH

DIN A4
b = 80 mm

Schreinerservice Bayern GmbH

DIN A3
b = 100 mm

Die Hausschrift

Die Hausschrift
auf Seite 42

Die DIN Next LT Pro ist die Hausschrift des Tischler Schreiner Deutschland Bundesverbandes und somit auch von den Service GmbHs.

In Ausnahmefällen kann alternativ die Systemschrift Arial verwendet werden.

Textsatz, Stile und Überschriften

Einheitlicher Textsatz ist ein wichtiger Baustein für ein durchgängiges Erscheinungsbild. Alle Angaben dazu finden Sie auf [Seite 43](#).

Signet

Das Signet darf nur wie abgebildet verwendet werden. Veränderungen und Ergänzungen im Wortlaut oder in der Schreibweise sind verboten.

Die Hausfarbe

Als Submarke des Landesverbands orientiert sich die Farbwelt der Service-GmbHs an der Dachmarke. Sowohl Bild- als auch Wortmarke sind im Farbwert 1 gestaltet.

Grundfarbe

Die Grundfarbe bildet die Basis des Erscheinungsbildes. Sie findet im Signet und neben der Farbe Schwarz hauptsächlich bei Schriftelementen und Farbflächen Anwendung.

Fw 1-SG



138
0/50/100/0
223/122/0
DF7A00
2008

Pantone
CMYK
RGB
HEX
RAL



80 %



60 %



40 %



20 %

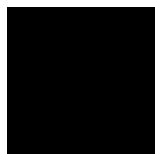
Service-GmbHs

Die Hausfarbe

Zusatzfarben

Die Zusatzfarben sind für Typografieelemente (zur Auszeichnung von Schrift) vorgesehen. Sie sollen gezielt und nach klaren Regeln eingesetzt werden, damit ein einheitliches Erscheinungsbild entsteht. Nur so kann ein Wiedererkennungswert garantiert werden, der sich dauerhaft im Sinne der Marke einprägt.

Fw 2-SG



Fw 3-SG



Fw 4-SG



60%

Pantone

CMYK

RGB

HEX

RAL

Process Black

0/0/0/100

30/30/30

1E1E1E

9005

–

0/0/0/0

255/255/255

FFFFFF

9003/9016

Warm Grey 9

23/32/34/53

130/120/111

82786F

7006

Textfarben

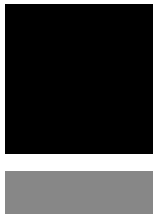
Überschriften auf weißem Grund sind in den Farbwerten 2 und 1 zu gestalten. In Ausnahmefällen können die Farbwerte 2 und 1 in einer Aufrasterung von 60 % verwendet werden. Bei Überschriften mit Verlaufshintergrund ist die Textfarbe ausschließlich Weiß.



Hinweis

60 % des Tones bedeutet nicht, dass eine Transparenz verwendet wird! Stellen Sie die Farben auf keinen Fall auf 60 % transparent, sondern verwenden Sie den tatsächlichen 60%-Wert der Farben.

Fw 2-SG



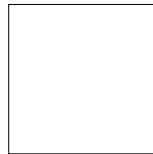
Process Black

0/0/0/100

30/30/30

1E1E1E

Fw 3-SG



–

0/0/0/0

255/255/255

FFFFFF

Fw 1-SG



138

0/50/100/0

223/122/0

DF7A00

60 %

Pantone

CMYK

RGB

HEX

Als Hintergrundfarbe dient in der Regel der TSD-Verlauf. In Ausnahmefällen darf auf Hintergrundfarben 2 und 1 zurückgegriffen werden – je nach Anwendung auch in der entsprechenden Aufrasterung (bspw. bei Text- bzw. Infoboxen).

Zusatzfarbe Grau

Fw 4-SG



Warm Grey 9

23/32/34/53

130/120/111

82786F

Zusatzfarbe Grau

dient als Schriftfarbe, wenn eine zusätzliche Hierarchisierung im Text notwendig ist, die durch das Schwarz allein nicht ermöglicht werden kann.

Pantone

CMYK

RGB

HEX

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Service-GmbHs –

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Service-GmbHs – Geschäftsausstattung

Visitenkarte

Visitenkarte

(85 mm x 55 mm)

Visitenkarten stellen oftmals den ersten Kontakt oder auch einen Erinnerungskontakt her, den Außenstehende mit Mitgliedern der Service-GmbHs (SG) haben. Deshalb ist es unerlässlich, dass die wichtigsten grafischen Elemente des Corporate Designs schon auf der Visitenkarte erscheinen.

Das Logo steht frei oben rechts auf der Vorderseite der Visitenkarte. Hier sind auch Name, Adresse und alle weiteren Daten zu finden. Auf der Rückseite ist der TSD-Verlauf vollflächig zu sehen.

Abbildung in 60 %
der Originalgröße

Format
85 mm x 55 mm

1 Logobreite
b = 40 mm

Textelemente

2 DIN Next LT Pro, Bold,
9 pt/7–8 pt
ZAB 10 pt, Fw 2-SG

3 DIN Next LT Pro, Bold,
7–8 pt
GLR 3 pt, Fw 2-SG

4 DIN Next LT Pro,
Regular, 7–8 pt,
GLR 3 pt, Fw 2-SG

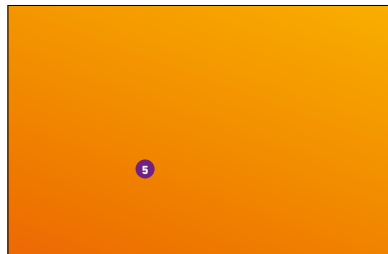
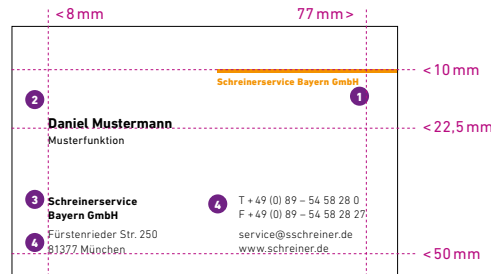
5 TSD-Verlauf
auf Seite 52

Produktion

Bedrucken der Rückseite
optional

> 4/4 (4/1) Druck: Rück-
seite mit TSD-Verlauf
und/oder Text

> 4/0 Druck: Rückseite
kann frei bleiben



Briefpapier

DIN A4

Der Brief ist neben der E-Mail das häufigste Kontaktmittel innerhalb und außerhalb eines Verbandes. So muss auch hier das einheitliche Gestaltungsbild der Tochter „Schreiner Service Bayern“ erkennbar sein. Das Logo steht oben rechts und bildet eine gedachte Höhe mit der Absenderzeile des Adressfensters. Platzierung und Größe des Logos entnehmen Sie nachfolgender Beschreibung. Die Randspalte beinhaltet individuelle Informationen zum Absender. Art und Inhalt dieser Informationen wählt jede Service GmbH selbst.

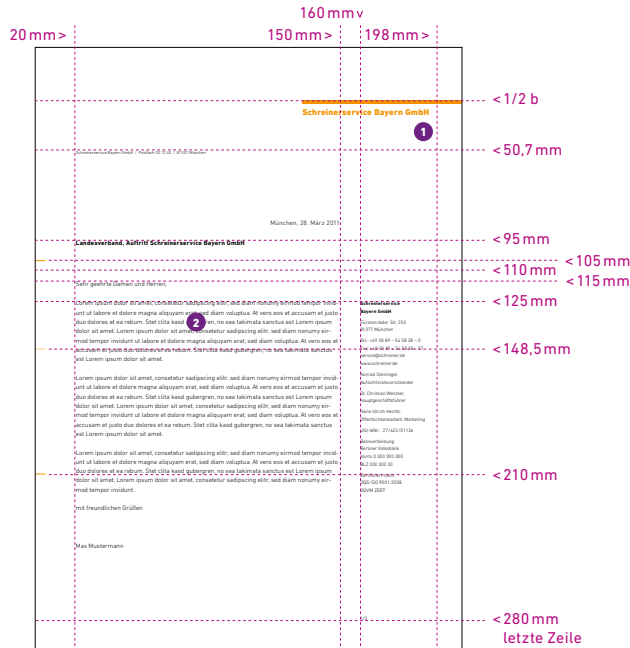


Abbildung in 27 % der Originalgröße

Format DIN A4 (210 mm x 297 mm)

1 Logobreite b = 80 mm

2 Schriftgröße 10 – 11 pt

Service-GmbHs – Geschäftsausstattung
Briefumschlag DIN lang (mit/ohne Fenster)

Briefumschlag DIN lang (mit/ohne Fenster)

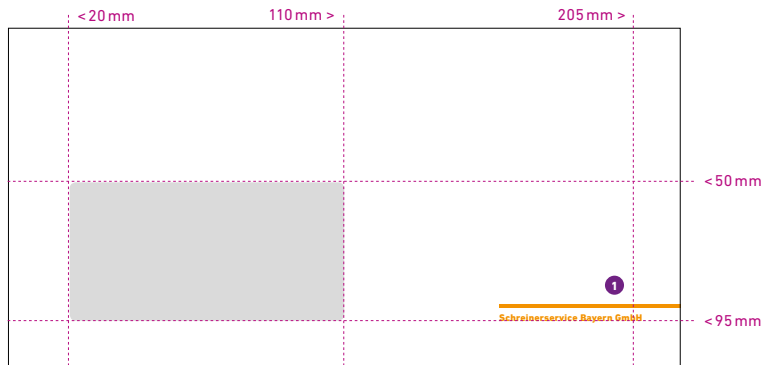
Das Logo wird auf DIN-lang-Standardumschläge vorgedruckt. Der Freistempler arbeitet in diesem Fall ohne das SG-Logo.

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

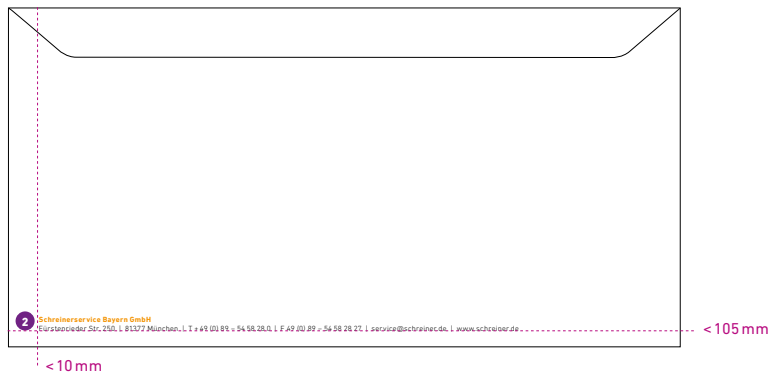
1 Logobreite
b = 60 mm



Rückseite

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7–9 pt,
ZAB 9 pt,
Fw 1-SG/ Fw 2-SG

**Bedrucken der
Umschlagsrückseite**
optional



Briefumschlag C4 (mit/ohne Fenster)

Auch hier wird das Logo vorab aufgedruckt und wird nicht mehr durch einen Freistempler aufgebracht.

C4 Umschlag weiß

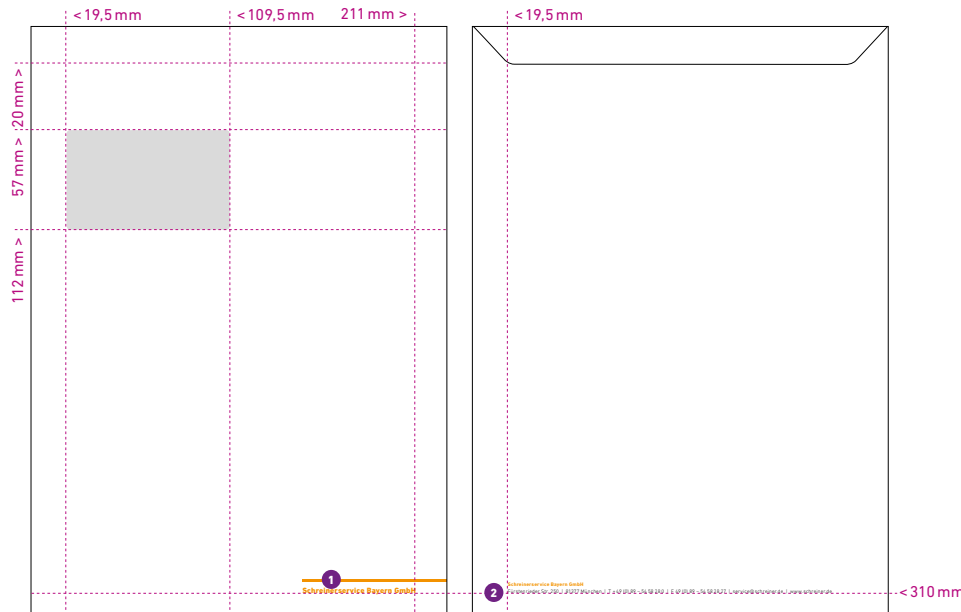


Abbildung in 25%
der Originalgröße

Format
C4 Umschlag
(229 x 324 mm)

1 Logobreite
b = 50 mm

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 8–9 pt,
ZAB 10 pt, Fw 1-SG/
Fw 2-SG

**Bedrucken der
Umschlagsrückseite**
optional



Hinweis

Das Logo steht als Datei
im Downloadbereich zur
Verfügung. Reproduktionen,
Verzerrungen in der
Form oder Veränderungen
in der Farbe sind
nicht zulässig.

Service-GmbHs – Geschäftsausstattung
Briefumschlag C4 (mit/ohne Fenster)

C4 Umschlag farbig (optional)

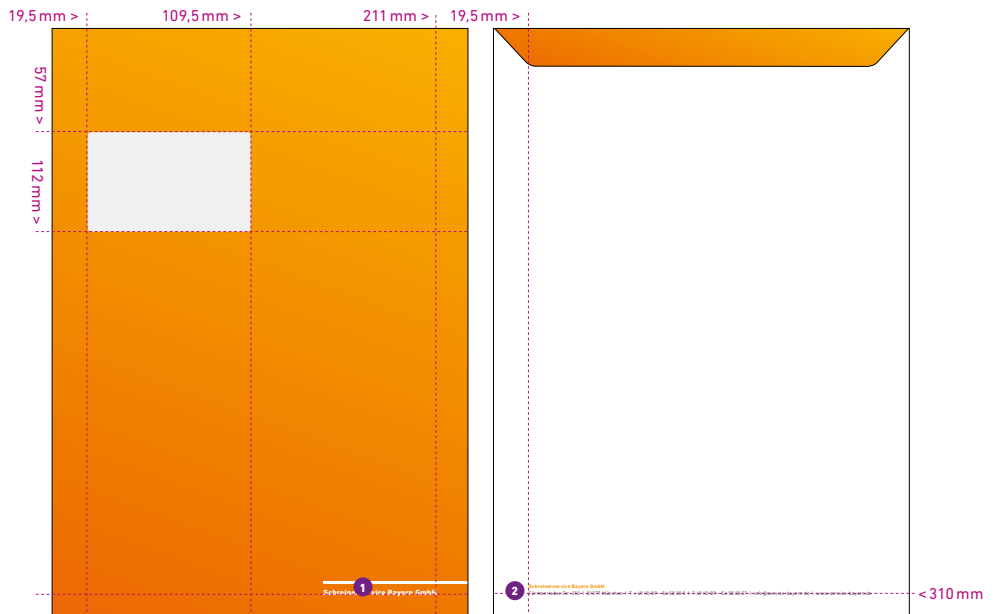
Format
C4 Umschlag
(229 x 324 mm)

1 Logobreite
b = 80 mm

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 8–9 pt,
ZAB 10 pt, Fw 1-SG/
Fw 2-SG

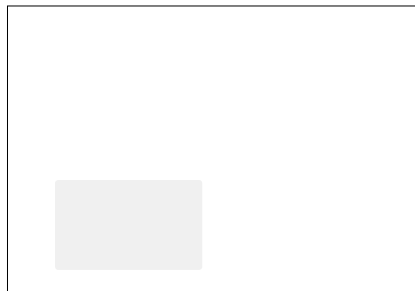
Bedrucken der Umschlagsrückseite
optional

TSD-Verlauf
auf Seite 52



Versandtaschen B5 (mit/ohne Fenster)

Versandtaschen mit und ohne Fenster werden nicht bedruckt. Hier finden die Adress-etiketten ihre Anwendung (siehe dazu nachfolgende Seite).



Format B5
176 mm x 250 mm



Service-GmbHs – Geschäftsausstattung

Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster

Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster

Abbildung in 80 %
der Originalgröße

Adressetikett mit Logo

Das Adressetikett mit Logo wird nur dann auf einem Umschlag ohne Fenster verwendet, sofern dieser keinen Logo-Vordruck hat.

Format
88,9 x 46,6 mm

1 Logobreite
b = 40 mm

2 Text
DIN Next LT Pro, Bold,
5 pt, ZAB 7 pt,
Laufweite 20 pt,
Fw 1-SG

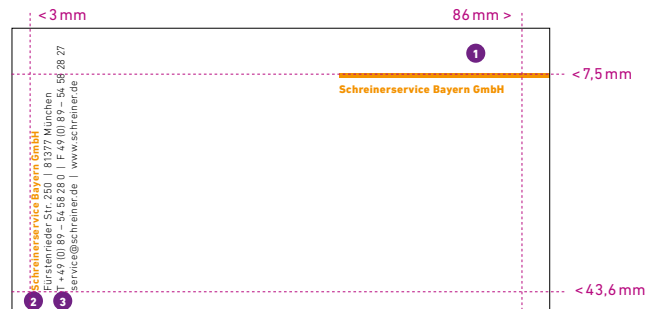
3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 5 pt, ZAB 7 pt,
Laufweite 20 pt, Fw
2-SG

Adressetikett ohne Logo

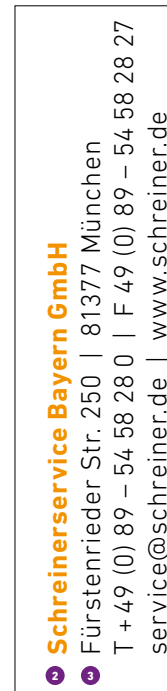
Das Adressetikett ohne Logo wird nur auf vorgedruckten Umschlägen ohne Fenster verwendet.

Für Standardbriefumschläge ohne Fenster gibt es Adressetiketten mit Absender und wahlweise mit Logo.

Umschläge ohne Vordruck + ohne Fenster



Umschläge mit Vordruck + ohne Fenster



Stempel

Vor allem Stempel, die häufig auf Postsachen nach außen und innerhalb der SG Verwendung finden, sollen zum einheitlichen Erscheinungsbild beitragen. Der SG-Stempel wird ausschließlich in der Schwarz-Version verwendet. Als Stempelfarbe ist demnach auch nur Schwarz zulässig.

Abbildung in 70% der Originalgröße
gemessen am Beispiel eines Stempels für DIN-A4-Format

Logo ohne Adresszusatz

Logo mit Adresszusatz
(Kurzversion)

Schreinerservice Bayern GmbH

Schreinerservice Bayern GmbH

Fürstenrieder Str. 250 | 81377 München



Hinweis

Das Stempelmotiv steht für die jeweiligen Anwendungen (DIN A4, DIN lang) als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen oder Veränderungen sind nicht zulässig.

Logo mit Adresszusatz
(Langversion)

Schreinerservice Bayern GmbH

Fürstenrieder Str. 250
81377 München

T + 49 (0) 89 – 54 58 28 0
F + 49 (0) 89 – 54 58 28 27
E service@schreiner.de



Stempelfarbe immer Schwarz (!)

Das Logo wird ausschließlich in Schwarz gestempelt. Stempelfarben wie Blau, Rot, Orange, Grün oder jede andere Farbe sind nicht zulässig.

Aufkleber

Aufkleber als Werbemittel oder zur Kennzeichnung von SG-Produkten können mit und ohne Adresszusatz verwendet werden. Das Logo wird hier in der Standardversion aufgebracht.

Abbildung in 100 %
der Originalgröße

Format

oben: 75 x 15 mm
unten: 75 x 35 mm

1 Logobreite

b = 60 mm

2 Text

DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 6–8 pt, Lauf-
weite 5 pt, ZAB auto,
Abstand nach 1 mm,
Fw 2-SG



Bestatter Deutschland

Bestatter Deutschland

Das neue Logo von Bestatter Deutschland

Das neue Logo von Bestatter Deutschland

**Hinweis**

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Eigenhändiges Nachbauen, Verzerren oder Verändern ist in jeglicher Form untersagt.

Anmerkung

Ein Logo definiert sich nicht nur durch Form, Farbe und Schrift, sondern auch durch den ihm zugedachten Schutzraum.

Schutzzone
auf Seite 190

Bestatter Deutschland (BD) als Vereinigung aller Innungsbestatter erhält ebenfalls ein neues Logo, das sich in der Grundform und im Grundaufbau dem des Dachverbandes annähert.



Das Logo besteht aus einer kubischen Grundform mit Bildsymbol, der Bildmarke, aus einem Schriftzug, der Wortmarke, und einer charakteristischen Farbe. Alle drei Bestandteile bilden das Logo, das in seiner Form, Farbe, Schrift und Schreibweise nicht verändert oder ergänzt werden darf. Eine Veränderung oder Ergänzung hätte eine Schwächung der Marke zur Folge.

Logovarianten

Das Logo gibt es in verschiedenen Varianten für unterschiedliche Einsatzgebiete.

Landesebene

Auf Landesebene gibt es hier keine Unterscheidung nach Bundesländern. Das Logo bleibt immer gleich.

Standardversion

Verwendung auf weißem Grund



Standardversion

Verwendung auf farbigem Grund



Schwarz-Weiß-Version

Geschäftsausstattung:
Fax, Stempel, Kondolenzkarte



Hausfarben
auf Seite 197

Schutzzone

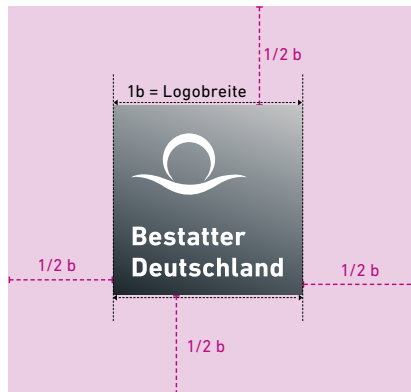
Jedes Logo benötigt, um seine Wirkung zu erzielen, eine sogenannte Schutzzone. So hat auch das BD-Logo eine Schutzzone. Diese entspricht einer halben Logobreite. Die Schutzzone ist wesentlich für Erkennbarkeit, Lesefreundlichkeit und grafische Wirkung des Markenzeichens.

Die Platzierung des Logos auf einem Bild ist unter Einhaltung der Schutzzone zu den jeweiligen Seitenrändern zulässig.

Die Schutzzone bildet ein gedachtes Quadrat um das Logo

Die Schutzzone entspricht immer der Hälfte der tatsächlichen Logobreite ($1/2 b$).

Logogrößen auf Seite 191



Logogrößen

Unterschiedliche Formate fordern unterschiedliche Logogrößen. Es ist zu beachten, dass das einfache Skalieren des Layouts und des Logos nicht zur korrekten Logogröße für das größere oder kleinere Format führt.

Die Größen sind so gewählt, dass sie auf dem jeweiligen Format gut lesbar sind und den Anforderungen entsprechen. Sie sind kein mathematisch exaktes Vielfaches eines Ausgangsformates. Bitte orientieren Sie sich an den hier angegebenen Größen. Die Größe des Logos definiert sich durch dessen Breite.



DIN A6, Visitenkarten
b = 15 mm



DIN A5
DIN lang hoch und quer
b = 20 mm



DIN A4
b = 25 mm

Bestatter Deutschland

Logogrößen

DIN A3

b = 35 mm



Maße für weitere Formate

DIN A2	b = 45 mm
DIN A1	b = 65 mm
DIN A0	b = 110 mm
Größflächenplakat	b = 275 mm

Logo

Das Logo darf nur wie abgebildet verwendet werden. Veränderungen und Ergänzungen im Wortlaut oder in der Schreibweise sind verboten.

Die Hausschrift

Die DIN Next LT Pro ist die Hausschrift des Tischler Schreiner Deutschland Bundesverbandes und somit auch von Bestatter Deutschland. Sie wurde erst im Jahr 2009 neu entwickelt: Die Schriftfamilie DIN Next™ wird durch die klassischen deutschen Industriefonts DIN 1451 Engschrift und DIN 1451 Mittelschrift inspiriert. Bereits seit 1980 sind die zwei Schriften DIN 1451 bei Linotype erhältlich. In letzter Zeit wurden sie populärer denn je und Designer fragten immer häufiger nach zusätzlichen Schnitten. So veranlasste der künstlerische Leiter von Linotype, Akira Kobayashi, die Schaffung einer neuen Schriftfamilie, die auf dem klassischen Stil aufbaut.

Textfarben
auf Seite 201



Hinweis

In Ausnahmefällen kann alternativ die System-schrift Arial verwendet werden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Heavy

Bestatter Deutschland

Textsatz und Stile

Textsatz und Stile

Einheitlicher Textsatz ist ein wichtiger Baustein für ein durchgängiges Erscheinungsbild. Das Corporate Design von BD verwendet ausschließlich Block- und Flattersatz (1 + 2). Mittelachsensatz, rechtsbündiger Satz und erzwungener Blocksatz sind nicht zulässig (3–5). Beim Blocksatz ist besonders in schmalen Spalten darauf zu achten, dass sich keine zu großen Lücken bilden, da der Text sonst löchrig wirkt. Tipp: Gegebenenfalls an einer geeigneten Stelle einen Absatz einfügen.

Korrekt im Sinne des Corporate Designs:

- 1 Blocksatz, letzte Zeile linksbündig
- 2 Flattersatz linksbündig

1
Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?

2
Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?

FALSCH !

- 3 Mittelachsensatz
- 4 Flattersatz rechtsbündig
- 5 erzwungener Blocksatz

3
~~Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur? Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestim restiss edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.~~

4
~~Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur? Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestim restiss edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.~~

5
~~Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatus. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur? Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestim restiss edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.~~

Schrifthierarchien und Auszeichnungen

Die Schriftgrößen können, sofern nicht anders definiert, grundsätzlich frei gewählt werden, es müssen jedoch die hier dargestellten Hierarchien eingehalten werden. Das heißt: Überschriften heben sich grundsätzlich durch Größe oder Farbe vom Fließtext ab. Verwenden Sie Überschriften zur Untergliederung und inhaltlichen Strukturierung von Texten. Hervorhebungen sollten so sparsam wie möglich angewandt werden.

Es ist wichtig, dass innerhalb eines Dokuments eine einheitliche Schrifthierarchie verwendet wird, das heißt Überschriften und Fließtexte haben innerhalb eines Dokumentes stets die gleiche Größe und Farbe. So kann das Auge und damit der Leser Textbotschaften schneller erfassen und hierarchisieren.

Bestatter Deutschland

Schrifthierarchien und Auszeichnungen

RubrikDIN Next LT Pro, Regular,
Versalien**Unterstrichen**Verhältnis von Kontur
zu Versatz = 1 : 2**Ebene 1**DIN Next LT Pro, Heavy,
Fw 8**Ebene 2**DIN Next LT Pro, Bold,
Fw 8**Introtex**

DIN Next LT Pro, Italic

Ebene 3DIN Next LT Pro, Bold,
Fw 8**Fließtext**

DIN Next LT Pro, Light

Ebene 4

DIN Next LT Pro, Regular

Fließtext

s. o.

Bildunterschrift

DIN Next LT Pro, Bold

Fließtext BU

DIN Next LT Pro, Light

RUBRIK**Überschrift Ebene 1****Überschrift Ebene 2**

Introtex. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan dignihicium faccus ipsumquis ditibusam cus dolum assiminverum quatis re ligenis re sinim laut quunt as moluptur ad magnam faccupatquo esto voluptis eariati corporum fuga.

Überschrift Ebene 3

Fließtext. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan dignihicium faccus ipsumquis.

Überschrift Ebene 4

Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan.

Bildunterschrift

Fließtext BU. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga.

Hausfarben

Farben wirken in hohem Maße identitätsstiftend. Das Logo der Bestatter-Branche orientiert sich am Berufsbild der Bestatter und der traditionsreichen Farbe für Trauer.

Grundfarbe

Die Grundfarbe bildet die Basis aller Farben des Erscheinungsbildes. Sie findet neben der Farbe Schwarz hauptsächlich bei Schriftelementen und Farbflächen Anwendung.

Fw 1-BD



431
20/0/0/70
94/106/113
5E6A71
7031

60 %
Pantone
CMYK
RGB
HEX
RAL

Bestatter Deutschland

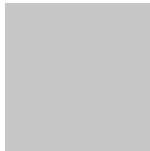
Hausfarben

Logofarben

Die Logofarben 2 und 3 sind den Logos und dem BD-Verlauf vorbehalten und werden auch nur hier angewendet. Im Falle der Anwendung eines Grautons außerhalb des Logos wird auf die Grundfarbe zurückgegriffen.

Fw 2-BD**Fw 3-BD**

Fw 2-BD



Fw 3-BD



Pantone

Cool Gray 4

432

CMYK

0/0/0/30

33/3/0/95

RGB

188/189/188

55/66/73

HEX

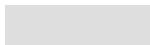
BCBDBC

37424A

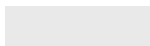
80%



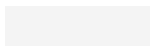
60%



40%



20%



Zusatzfarben

Die Zusatzfarben sind für Typografieelemente vorgesehen. Sie sollen gezielt und nach klaren Regeln eingesetzt werden, damit ein einheitliches Erscheinungsbild entsteht. Nur so kommt es zu einem Wiedererkennungswert, der sich dauerhaft im Sinne der Marke einprägt.

Farbwert 1 findet unter anderem im BD-Signet Anwendung.

Fw 4-BD



Process Black
0/0/0/100
30/30/30
1E1E1E
9005

Fw 5-BD



–
0/0/0/0
255/255/255
FFFFFF
9003/9016

Fw 6-BD



Cool Grey 6
16/11/10/26
173/175/175
ADAFAF
7042

Fw 1-BD



431
20/0/0/70
94/106/113
5E6A71
7031

60%

Pantone
CMYK
RGB
HEX
RAL

Bestatter Deutschland
BD-Verlauf

BD-Verlauf

Aus den Logofarben 2 und 3 entsteht eine Farbwelt, die zusätzlich zum Logo einen Wiedererkennungswert stellt. Die Verwendung des Farbverlaufs, v. a. die der Verlaufsrichtung, folgt strengen Vorgaben, die unbedingt einzuhalten sind. In Ausnahmefällen, wie beispielsweise für das Web, darf der Verlauf leicht modifiziert werden. Dabei darf sich jedoch der Gesamteindruck nicht verändern.

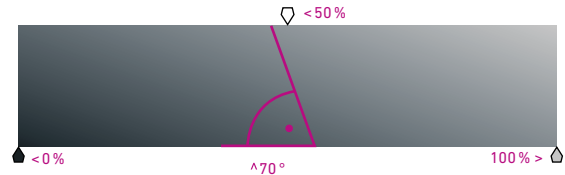
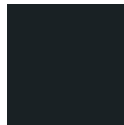
Bestatter-Verlauf ohne Logo

Bestatter-Verlauf
linearer Verlauf
Winkel = 70°

Fw 2-BD

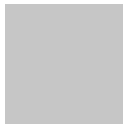


Fw 3-BD

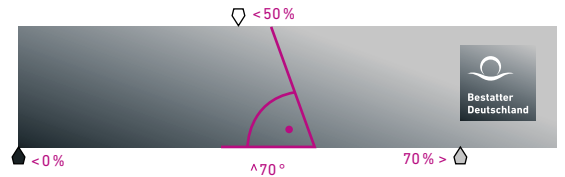
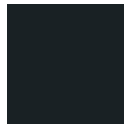


Bestatter-Verlauf mit Logo

Fw 2-BD



Fw 3-BD



Textfarben

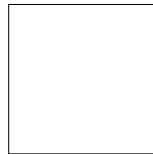
Überschriften auf weißem Grund sind in den Farbwerten 4 und 1 zu gestalten. In Ausnahmefällen können die Farbwerte 4 und 1 in einer Aufrasterung von 60 % verwendet werden. Bei Überschriften mit Verlaufshintergrund ist die Textfarbe ausschließlich Weiß.

Fw 4-BD



Process Black
0/0/0/100
30/30/30
1E1E1E
9005

Fw 5-BD



–
0/0/0/0
255/255/255
FFFFFF
9003/9016

Fw 1-BD



431
20/0/0/70
94/106/113
5E6A71
7031



Hinweis

60 % des Tones bedeutet nicht, dass eine Transparenz verwendet wird! Stellen Sie die Farben auf keinen Fall auf 60 % transparent, sondern verwenden Sie den tatsächlichen 60%- Wert der Farben.

60 %

Pantone

CMYK

RGB

HEX

RAL

Als Hintergrundfarbe dient in der Regel der Bestatter-Verlauf. In Ausnahmefällen, wie beispielsweise als Hintergrundfarbe für Text- bzw. Infoboxen, darf auf Hintergrundfarben 4 und 1 zurückgegriffen werden – je nach Anwendung auch in der entsprechenden Aufrasterung.

Zusatzfarbe Grau

Fw 6-BD



Cool Gray 6
16/11/10/26
173/175/175
ADAF AF
7042

Zusatzfarbe Grau

Die Zusatzfarbe Hellgrau dient als Schriftfarbe, wenn eine zusätzliche Hierarchisierung in der Schrift notwendig ist, die durch das Schwarz allein nicht ermöglicht werden kann.

Pantone

CMYK

RGB

HEX

RAL

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftung

Geschäftsausstattung

stattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftsausstattung

Geschäftsausstattung

Bestatter Deutschland –

ftung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

sausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

ftung

Visitenkarte

(85 mm x 55 mm)

Visitenkarten stellen oftmals den ersten Kontakt oder auch einen Erinnerungskontakt her, den Außenstehende mit Mitgliedern von Bestatter Deutschland haben. Deshalb ist es unerlässlich, dass die wichtigsten grafischen Elemente des Corporate Designs schon auf der Visitenkarte erscheinen.

Das BD-Logo steht oben rechts auf der Vorderseite der Visitenkarte. Hier sind auch Name, Adresse und alle weiteren Daten zu finden. Die Rückseite kann optional vollflächig mit dem BD-Verlauf gestaltet sein.

Abbildung 60 %
der Originalgröße

Format
85 mm x 55 mm

1 Logobreite
b = 15 mm

Textelemente

2 DIN Next LT Pro, Bold,
9 pt/7–8 pt, Laufweite
5, ZAB 10 pt, Fw 3-BD

3 DIN Next LT Pro, Bold,
7–8 pt, Laufweite 5,
GLR 3 pt, Fw 3-BD

4 DIN Next LT Pro,
Regular, 7–8 pt,
Laufweite 5, GLR 3 pt,
Fw 3-BD

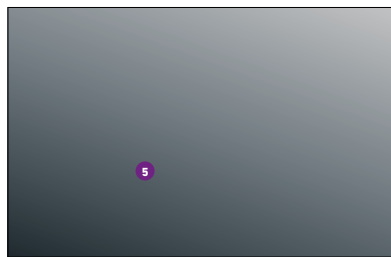
5 **BD-Verlauf**
auf Seite 200

Produktion

Bedrucken der Rückseite
optional

> 4/4 (4/1) Druck: Rück-
seite mit BD-Verlauf
und/oder Text

> 4/0 Druck: Rückseite
kann frei bleiben



Hinweis

Das Logo steht als Datei
im Downloadbereich zur
Verfügung. Reproduktio-
nen des Logos, Verzer-
rungen in der Form oder
Veränderungen in der
Farbe sind nicht zulässig.

Briefpapier

DIN A4

Der Brief ist neben der E-Mail das häufigste Kontaktmittel innerhalb und außerhalb eines Verbandes. So muss auch hier das einheitliche Gestaltungsbild von Bestatter Deutschland erkennbar sein. Das Logo steht oben rechts und bildet eine gedachte Höhe mit der Versalhöhe des Signets am linken Seitenrand des Briefpapiers. Platzierung und Größe des Logos entnehmen Sie nachfolgender Beschreibung.

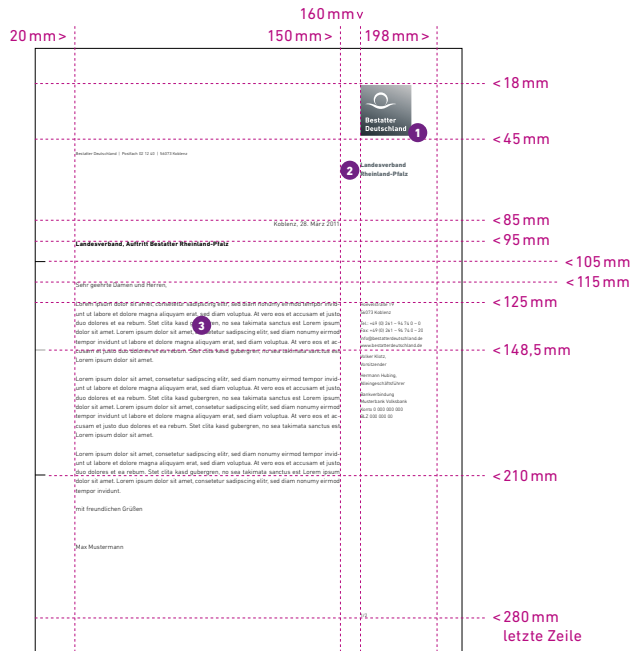


Abbildung in 27 % der Originalgröße

Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

1 Logobreite
b = 25 mm

2 Name Landesverband
10 – 11 pt
(jedoch wie Fließtext)

3 Schriftgröße
10 – 11 pt

Hinweis

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Fax

Zu den Druckerzeugnissen von BD gehört neben der Visitenkarte, dem Briefpapier und dem Briefumschlag auch die Faxvorlage. Es gilt auch hier, ein einheitliches Gesamtbild zu schaffen, das den Verband repräsentiert.

Aus diesem Grunde sind Faxvorlage und Briefpapier ähnlich gestaltet. Grundraster, Schrift und Schriftgrößen bleiben gleich, doch kommt in der Faxvorlage anstelle des grauen das schwarze BD-Logo zum Einsatz.

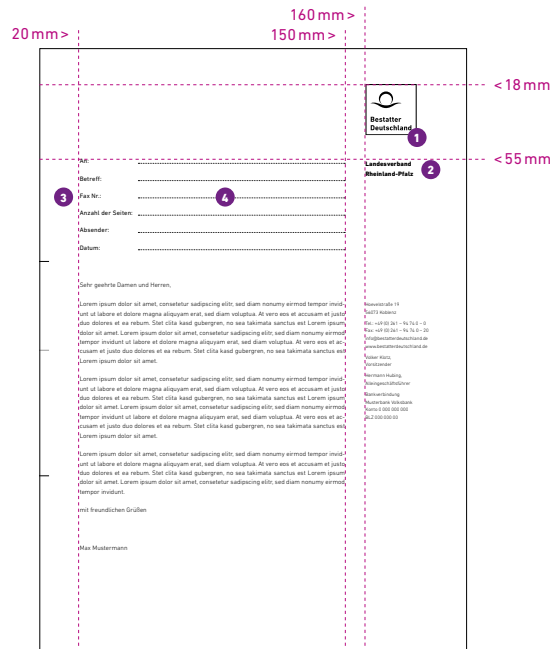


Abbildung in 27 % der Originalgröße

1 Format DIN A4 (210 mm x 297 mm)

2 Logobreite b = 25 mm

3 Name Landesverband 10 – 11 pt (jedoch wie Fließtext)

4 Zeilenbeschriftung DIN Next LT Pro, Regular, 9 – 11 pt, Laufweite 15, ZAB 24 pt

5 Linien japan. Punkte, 1 pt, Versatz 0

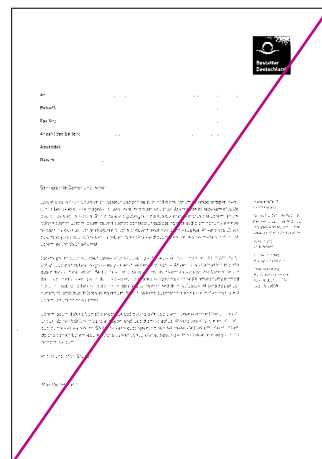
Faxabbild eines farbigen Briefkopfes

Die meisten Faxgeräte arbeiten einfarbig nur mit Schwarz. Folglich wird der Bestatter-Verlauf verfälscht. Es empfiehlt sich daher, stets die vorgefertigte Faxversion (links) des Briefkopfes zu wählen.



Hinweis

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.



Briefumschlag DIN lang – Freistempler

(mit/ohne Fenster)

Wichtig: Um eine Dopplung des BD-Logos zu vermeiden, wird auf dem Umschlag von Standardbriefen auf eine Platzierung des Logos verzichtet. Das Logo wird beim Freistempeln aufgebracht!

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

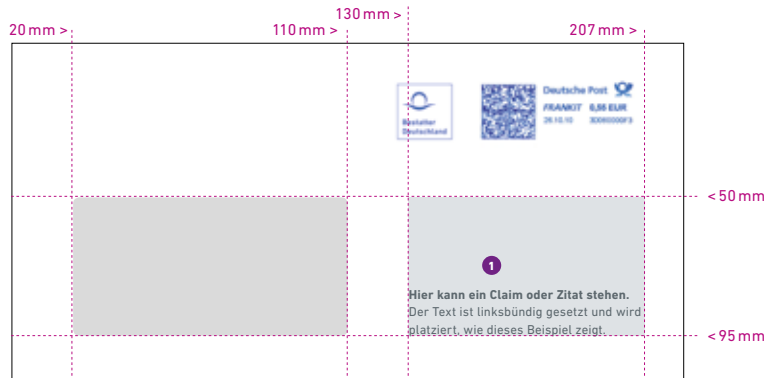
Vorderseite

Format

DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

1 Feld für Claims

DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 12 pt, ZAB
16 pt, Laufweite 15,
Fw 4-BD/1-BD



Rückseite

2 Text

DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7 pt,
Laufweite 5, ZAB 9 pt,
Fw 4-BD/1-BD

Bedrucken der
Umschlagsrückseite
optional



Briefumschlag C4 – Freistempler

(mit/ohne Fenster)

Auch beim C4-Umschlag wird auf das Logo verzichtet. Es wird durch Freistempelein aufgebracht.

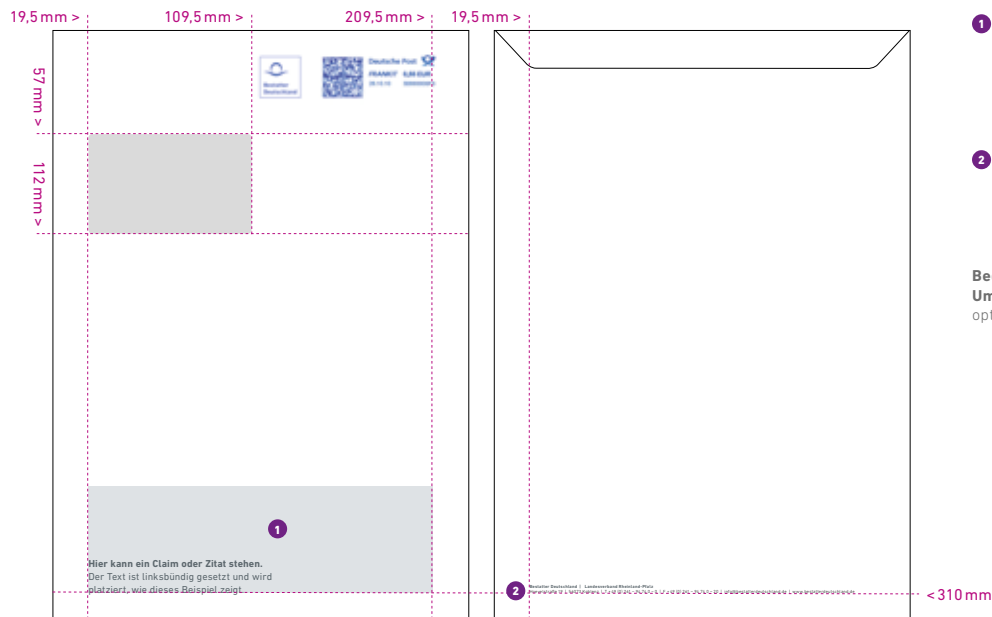


Abbildung in 25 %
 der Originalgröße

Format
 C4 Umschlag
 (229 x 324 mm)

- 1 **Feld für Claims (optional)**
 DIN Next LT Pro, Bold/
 Regular, 16 pt, ZAB
 21 pt, Laufweite 15,
 Fw 4-BD/1-BD
- 2 **Text**
 DIN Next LT Pro,
 Bold/Regular, 7–9 pt,
 Laufweite 10, ZAB
 10 pt, Fw 4-BD/1-BD

Bedrucken der
 Umschlagsrückseite
 optional

Bestatter Deutschland – Geschäftsausstattung

Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung

Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung

(mit Fenster)

Wird eine Standardfrankierung (Briefmarke) gewählt, so gibt es dafür Briefumschläge mit vorgedrucktem Logo.

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

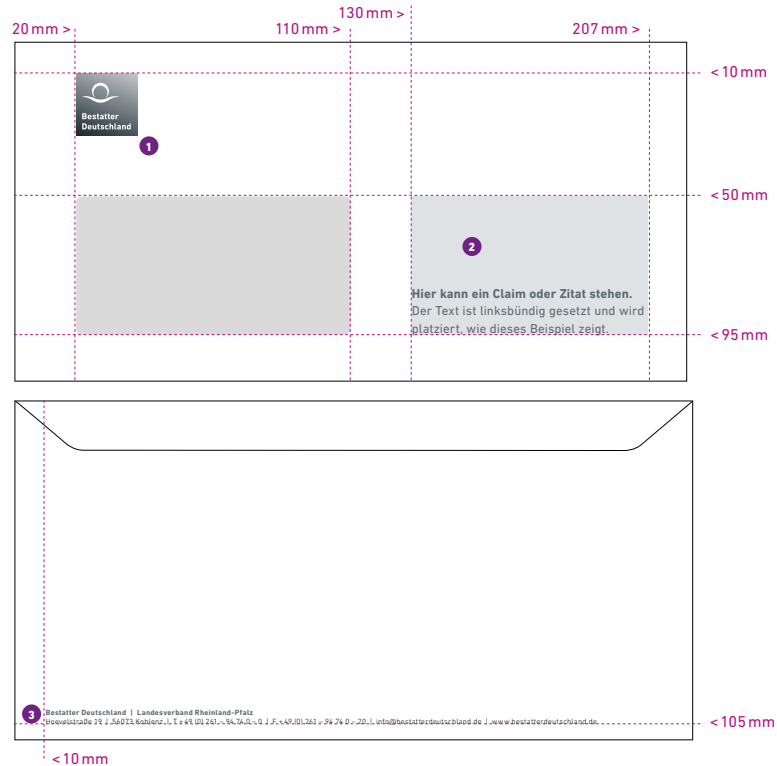
1 Logobreite
b = 20 mm

2 Feld für Claims
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 12 pt, ZAB
16 pt, Laufweite 15,
Fw 4-BD/1-BD

Rückseite

3 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 4-BD/1-BD

**Bedrucken der
Umschlagsrückseite**
optional



Briefumschlag C4 – Standardfrankierung

(mit/ohne Fenster)

Wird eine Standardfrankierung (Briefmarke) gewählt, so gibt es dafür Briefumschläge mit vorgedrucktem Logo. Für die Platzierung des Logos gibt es zwei Möglichkeiten. Soll die Rückseite des Umschlags mit Absenderadresse bedruckt werden, ist dies wie auf **Seite 209** zu gestalten.

Variante 1

Variante 2

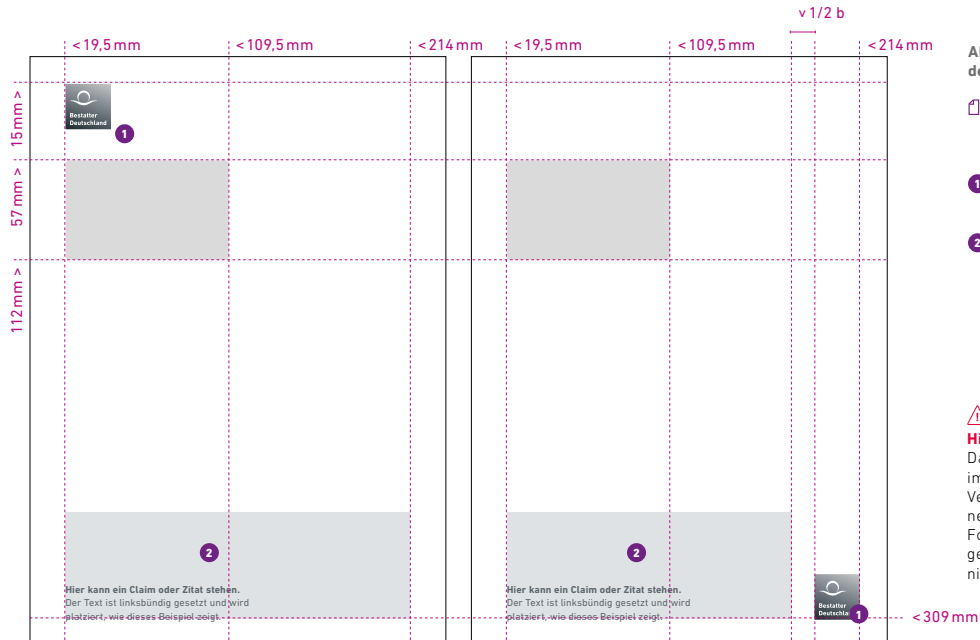


Abbildung in 25 %
der Originalgröße

Format
C4 Umschlag
(229 x 324 mm)

1 Logobreite
 $b = 25 \text{ mm}$

2 Feld für Claims
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 16 pt, ZAB
21 pt, Laufweite 15,
Fw 4-BD/1-BD



Hinweis

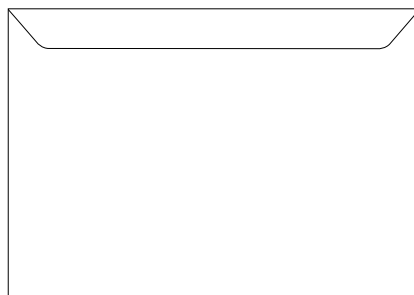
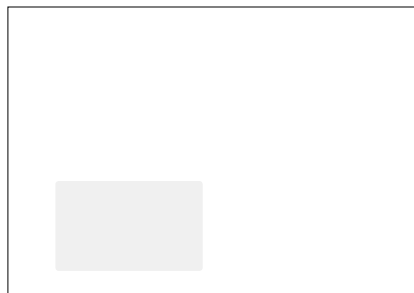
Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Versandtaschen B5

(mit/ohne Fenster)

Versandtaschen mit und ohne Fenster werden nicht bedruckt. Hier finden die Adress-etiketten ihre Anwendung (siehe dazu nebenstehende Seite).

 **Format B5**
176 mm x 250 mm



Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster

Für Standardbriefumschläge ohne Fenster gibt es Adressetiketten mit Absender und wahlweise mit Logo.

Umschläge ohne Vordruck + ohne Fenster



Umschläge mit Vordruck + ohne Fenster

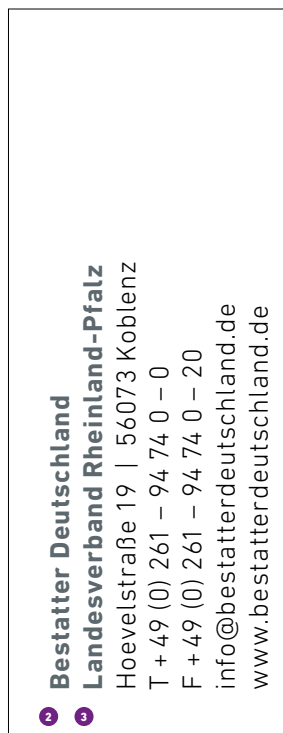
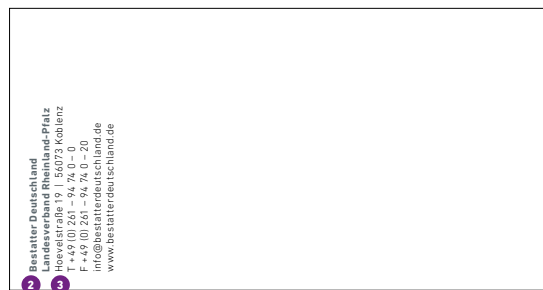


Abbildung in 80 %
der Originalgröße

Adressetikett mit Logo
Das Adressetikett mit Logo wird nur dann auf einem Umschlag ohne Fenster verwendet, sofern dieser keinen Logo-Vordruck hat.

Format
88,9 x 46,6 mm

1 Logobreite
b = 10 mm

2 Text
DIN Next LT Pro, Bold,
4 pt, ZAB 6 pt,
Laufweite 20, Fw 6-BD

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 4 pt, ZAB 6 pt,
Laufweite 20, Fw 3-BD

Adressetikett ohne Logo
Das Adressetikett ohne Logo wird nur auf vorgedruckten Umschlägen ohne Fenster verwendet.



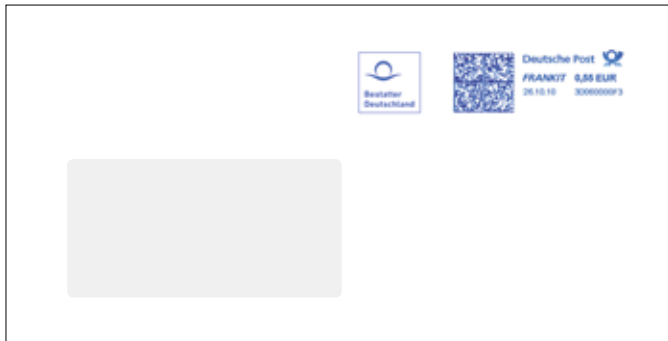
Hinweis
Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Poststempel für die Frankiermaschine

Für den Freistempel wird das Logo analog zur Schwarz-Version verwendet. Da Poststempel und Datumsstempel oben rechts stehen, wird das BD-Logo links daneben gesetzt.



Deutsche Post 
FRANKIT 0,55 EUR
26.10.10 30060000F3



Stempel

Gerade Stempel, die häufig auf Postsachen nach außen und innerhalb des BD Bundesin-nungsverbandes Verwendung finden, sollen zum einheitlichen Erscheinungsbild beitragen. Der BD-Stempel wird ausschließlich in der Schwarz-Version verwendet. Als Stempelfarbe ist demnach auch nur Schwarz zulässig.

Logo ohne Adresszusatz



Logo mit Adresszusatz
(Kurzversion)



**Bestatter Deutschland
Landesverband
Rheinland-Pfalz**
Hoevelstraße 19
56073 Koblenz

Logo mit Adresszusatz
(Langversion)



**Bestatter Deutschland
Landesverband
Rheinland-Pfalz**
Hoevelstraße 19
56073 Koblenz
T +49 (0) 261 – 94 74 0 – 0
F +49 (0) 261 – 94 74 0 – 20
E info@bestatterdeutschland.de

Abbildung in 100 %
der Originalgröße
gemessen am Beispiel
eines Stempels für
DIN-A4-Format



Hinweis

Das Stempelmotiv steht als Datei für die jeweiligen Anwendungen (DIN A4, DIN lang) im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen oder Veränderungen sind nicht zulässig.



Stempelfarbe immer Schwarz (!)

Das Logo wird ausschließlich in Schwarz gestempelt. Stempelfarben wie Blau, Rot, Orange, Grün oder jede andere Farbe sind nicht zulässig.

Aufkleber

Aufkleber als Werbemittel oder zur Kennzeichnung von BD-Produkten können mit und ohne Adresszusatz verwendet werden. Das Logo wird hier in der Standardversion aufgebracht.

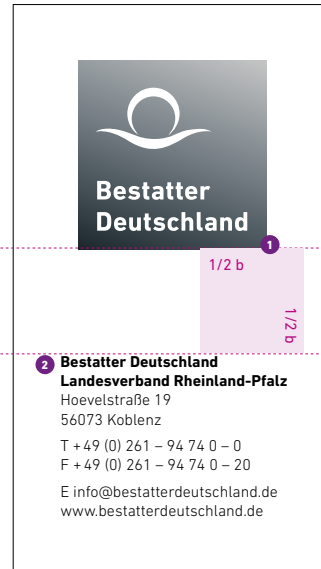
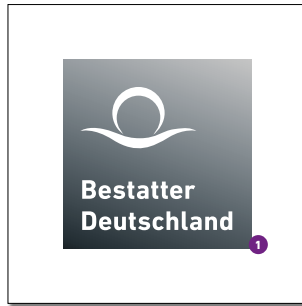
Aufkleber mit quadratischer Grundform

Abbildung in 100 %
der Originalgröße

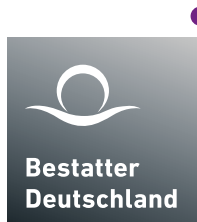
Format
links: 40 x 40 mm
rechts: 40 x 75 mm

1 Logobreite
b = 25 mm
links: horizontal-
vertikal zentriert
rechts: horizontal
zentriert

2 Text
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 7 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Abstand
nach 1 mm, Fw 3-BD



Aufkleber: Zuschnitt auf Würfelform



1 Logobreite
je nach
Anwendungsfall



Hinweis

Dieser Logoaufkleber kann auch zur Kennzeichnung von BD-Briefen ohne Logovordruck verwendet werden. Bitte beachten Sie hier jedoch die bei den jeweiligen Briefumschlägen angegebenen Logogrößen.

Karten

Da die Einsatzbereiche von Karten sehr unterschiedlich sind, gibt es eine Standardkarte, die individuell bedruckt oder von Hand beschriftet werden kann.

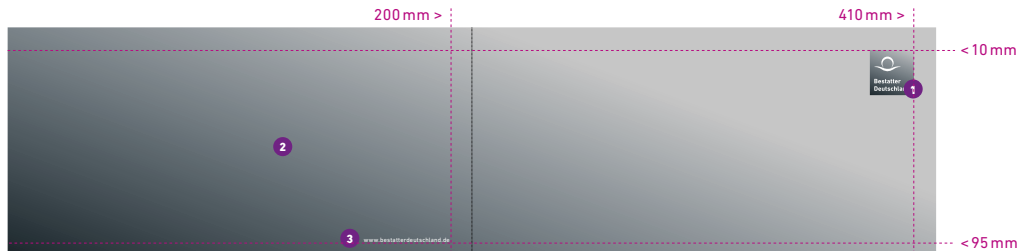
Eine hochwertige Anmutung der Karten wird durch die Verwendung des bereits für die Geschäftsausstattung empfohlenen Feinstpapiers (Seite 268) in hoher Grammatatur ermöglicht.

Wichtig: Diese Karte wird nicht als Kondolenzkarte verwendet. Bitte nutzen Sie für diese Zwecke die entsprechende Kondolenzkarte.

Abbildung in 30 %
der Originalgröße

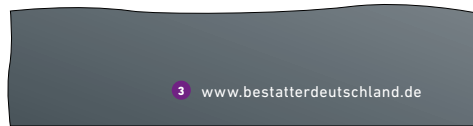
Format
420 x 100 mm (offen)
210 x 100 mm
(geschlossen)

1 Logobreite
b = 20 mm

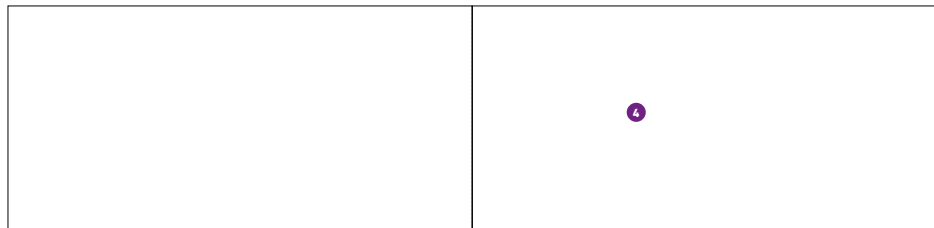


2 BD-Verlauf
auf Seite 200

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 8 pt,
ZAB auto,
Laufweite 15, Fw 4-BD



4 Innenseite
blanko



Grüßkarte

Die DIN-lang-Grüßkarte wird auf 350 Gramm starkem Offset-Papier gedruckt. Die Rückseite wird vollflächig mit dem BD-Farbverlauf bedruckt, die Vorderseite mit dem Logo und dem Signet in der Standardversion. Die Karte wird per Hand beschriftet.

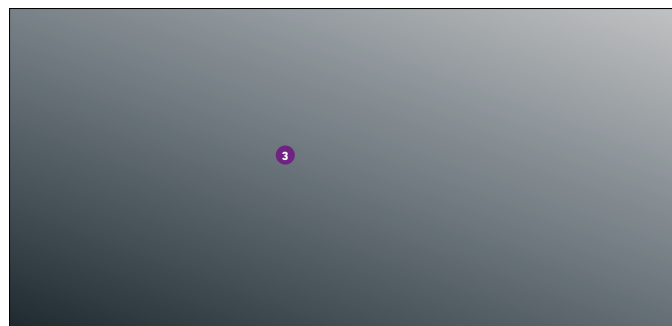


Abbildung in 42%
der Originalgröße

Vorderseite

Format
200 mm x 100 mm

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7 pt,
ZAB 9 pt, Laufweite 5,
Fw 6-BD/Fw 3-BD

Rückseite

3 BD-Verlauf
auf Seite 200

Bestatter Deutschland – Geschäftsausstattung

Kondolenzkarten

Kondolenzkarten

Format
420 x 100 mm (offen)
210 x 100 mm
(geschlossen)

1 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 8pt,
ZAB auto, Laufweite
15, Fw 3-BD

Umlaufender Rand
5pt

2 Innenseite
blanko

Beschriftung
Es wird empfohlen,
Kondolenzkarten grund-
sätzlich handschriftlich
zu verfassen.

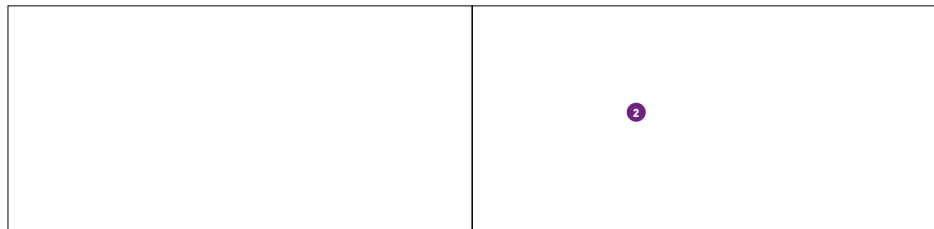
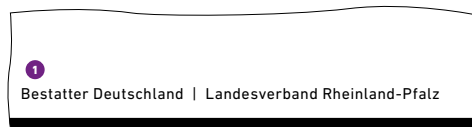
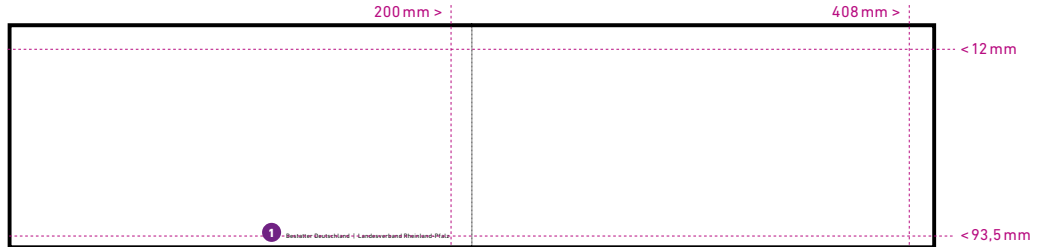


Abbildung in 50 %
der Originalgröße

Montage Deutschland



**Montage Deutschland –
Visuelle Komponenten**

Montage Deutschland

Das neue Logo von Montage Deutschland

Das neue Logo von Montage Deutschland

Montage Deutschland (MD) als Vereinigung aller Monteure erhält ebenfalls ein neues Logo, das sich in der Grundform und im Grundaufbau dem des Dachverbandes annähert.

**Hinweis**

Das Logo steht im Downloadbereich zur Verfügung. Eigenhändiges Nachbauen, Verzerren oder Verändern ist in jeglicher Form untersagt.

Anmerkung

Ein Logo definiert sich nicht nur durch Form, Farbe und Schrift, sondern auch durch den ihm zugeordneten Schutzraum.

Schutzzone
auf Seite 228



Das Logo besteht aus einer kubischen Grundform mit Bildsymbol, der Bildmarke, aus einem Schriftzug, der Wortmarke, und einer charakteristischen Farbe. Alle drei Bestandteile bilden das Logo, das in seiner Form, Farbe, Schrift und Schreibweise nicht verändert oder ergänzt werden darf. Eine Veränderung oder Ergänzung hätte eine Schwächung der Marke zur Folge.

Logovarianten

Das Logo gibt es in verschiedenen Varianten für unterschiedliche Einsatzgebiete.

Landesebene

Auf Landesebene gibt es hier keine Unterscheidung nach Bundesländern. Das Logo bleibt immer gleich.

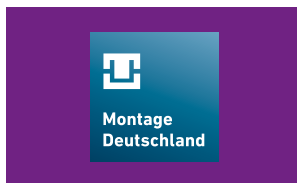
Standardversion

Verwendung auf weißem Grund



Standardversion

Verwendung auf farbigem Grund



Schwarz-Weiß-Version

Geschäftsausstattung:
Fax, Stempel, Kondolenzkarte



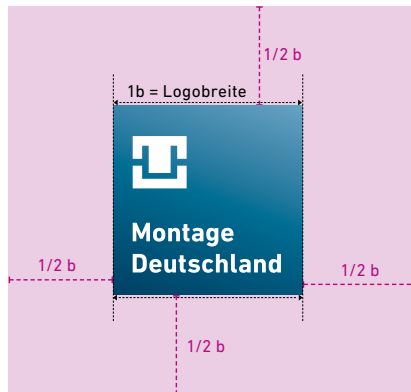
Schutzzone

Jedes Logo benötigt, um seine Wirkung zu erzielen, eine sogenannte Schutzzone. So hat auch das MD-Logo eine Schutzzone. Diese entspricht einer halben Logobreite. Die Schutzzone ist wesentlich für Erkennbarkeit, Lesefreundlichkeit und grafische Wirkung des Markenzeichens.

Die Platzierung des Logos auf einem Bild ist unter Einhaltung der Schutzzone zu den jeweiligen Seitenrändern zulässig.

Die Schutzzone bildet ein gedachtes Quadrat um das Logo
Die Schutzzone entspricht immer der Hälfte der tatsächlichen Logobreite ($1/2 b$).

Logogrößen auf Seite 229



Logogrößen

Unterschiedliche Formate fordern unterschiedliche Logogrößen. Es ist zu beachten, dass das einfache Skalieren des Layouts und des Logos nicht zur korrekten Logogröße für das größere oder kleinere Format führt.

Die Größen sind so gewählt, dass sie auf dem jeweiligen Format gut lesbar sind und den Anforderungen entsprechen. Sie sind kein mathematisch exaktes Vielfaches eines Ausgangsformates. Bitte orientieren Sie sich an den hier angegebenen Größen. Die Größe des Logos definiert sich immer durch dessen Breite.



DIN A6, Visitenkarten
b = 15 mm



DIN A5
DIN lang hoch und quer
b = 20 mm



DIN A4
b = 25 mm

Montage Deutschland

Logogrößen

DIN A3

b = 35 mm



Maße für weitere Formate

DIN A2	b = 45 mm
DIN A1	b = 65 mm
DIN A0	b = 110 mm
Größflächenplakat	b = 275 mm

Logo

Das Logo darf nur wie abgebildet verwendet werden. Veränderungen und Ergänzungen im Wortlaut oder in der Schreibweise sind verboten.

Die Hausschrift

Die DIN Next LT Pro ist die Hausschrift von Schreiner Bayern und somit auch von Montage Deutschland. Sie wurde erst im Jahr 2009 neu entwickelt: Die Schriftfamilie DIN Next™ wird durch die klassischen deutschen Industriefonts DIN 1451 Engschrift und DIN 1451 Mittelschrift inspiriert. Bereits seit 1980 sind die zwei Schriften DIN 1451 bei Linotype erhältlich. In letzter Zeit wurden sie populärer denn je und Designer fragten immer häufiger nach zusätzlichen Schnitten.

So veranlasste der künstlerische Leiter von Linotype, Akira Kobayashi, die Schaffung einer neuen Schriftfamilie, die auf dem klassischen Stil aufbaut.

Textfarben
auf Seite 239



Hinweis

In Ausnahmefällen kann alternativ die System-schrift Arial verwendet werden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;:--β´`+*„“=?!§\$%&/()

DIN Next LT Pro
Heavy

Montage Deutschland

Textsatz und Stile

Textsatz und Stile

Einheitlicher Textsatz ist ein wichtiger Baustein für ein durchgängiges Erscheinungsbild. Das Corporate Design von MD verwendet ausschließlich Block- und Flattersatz (1 + 2). Mittelachsensatz, rechtsbündiger Satz und erzwungener Blocksatz sind nicht zulässig (3–5). Beim Blocksatz ist besonders in schmalen Spalten darauf zu achten, dass sich keine zu großen Lücken bilden, da der Text sonst löchrig wirkt. Tipp: Gegebenenfalls an einer geeigneten Stelle einen Absatz einfügen.

Korrekt im Sinne des**Corporate Designs:**

- 1 Blocksatz, letzte Zeile linksbündig
- 2 Flattersatz linksbündig

1

Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatu. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?

2

Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatu. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur?

FALSCH !

- 3 Mittelachsensatz
- 4 Flattersatz rechtsbündig
- 5 erzwungener Blocksatz

3

Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatu. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur? Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestiam restiss edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.

4

Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatu. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur? Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestiam restiss edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.

5

Aquiaest, quontis quatis qui ommodissit alitatie rehent. Ab im iducil magnam quis ad mo et quibeaque volecto taspide ntemodis et ut faccatu. Idicati culparum rendunt, occus ex eos as solupta tibus, am ex et aute ipidem eos nectur? Ucium fuga. Orunt ea vellanda nestiam restiss edipicit labo. Ur, simoluptam quam volupta.

Schrift Hierarchien und Auszeichnungen

Die Schriftgrößen können, sofern nicht anders definiert, grundsätzlich frei gewählt werden, es müssen jedoch die hier dargestellten Hierarchien eingehalten werden. Das heißt: Überschriften heben sich grundsätzlich durch Größe oder Farbe vom Fließtext ab. Verwenden Sie Überschriften zur Untergliederung und inhaltlichen Strukturierung von Texten. Hervorhebungen sollten so sparsam wie möglich angewandt werden.

Es ist wichtig, dass innerhalb eines Dokuments eine einheitliche Schrift Hierarchie verwendet wird, das heißt Überschriften und Fließtexte haben innerhalb eines Dokumentes stets die gleiche Größe und Farbe. So kann das Auge und damit der Leser Textbotschaften schneller erfassen und hierarchisieren.

Montage Deutschland

Schrifthierarchien und Auszeichnungen

RubrikDIN Next LT Pro, Regular,
Versalien**RUBRIK****Unterstrichen**Verhältnis von Kontur
zu Versatz = 1 : 2**Ebene 1**DIN Next LT Pro, Heavy,
Fw 8**Überschrift Ebene 1****Ebene 2**DIN Next LT Pro, Bold,
Fw 8**Überschrift Ebene 2****Introtex**

DIN Next LT Pro, Italic

Introtex. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan dignihicium faccus ipsumquis ditibusam cus dolum assiminverum quatis re ligenis re sinim laut quunt as moluptur ad magnam faccupatquo esto voluptus eariati corporum fuga.

Ebene 3DIN Next LT Pro, Bold,
Fw 8**Überschrift Ebene 3****Fließtext**

DIN Next LT Pro, Light

Fließtext. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan dignihicium faccus ipsumquis.

Ebene 4

DIN Next LT Pro, Regular

Überschrift Ebene 4**Fließtext**

s. o.

Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga. Nemolo tem idi opti derferum, adiat. Aximusa pre suntem. Et prestionem. Et pellandae molor autem fugias eos eum repudan.

Bildunterschrift

DIN Next LT Pro, Bold

Bildunterschrift**Fließtext BU**

DIN Next LT Pro, Light

Fließtext BU. Hit expedis doloribus eiumquo earum quae periasperum nulluptatem solum fuga.

Hausfarben

Farben wirken in hohem Maße identitätsstiftend. Das Logo der Montage-Branche orientiert sich am Berufsbild der Monteure und am traditionsreichen und wichtigen Werkstoff „Metall“.

Grundfarbe

Die Grundfarbe bildet die Basis aller Farben des Erscheinungsbildes. Sie findet neben der Farbe Schwarz hauptsächlich bei Schriftelementen und Farbflächen Anwendung.

Fw 1-MD



7468

90/18/7/29

0/117/154

00759A

5015

60 %

Pantone

CMYK

RGB

HEX

RAL

Montage Deutschland

Hausfarben

Logofarben

Die Logofarben 2 und 3 sind den Logos und dem MD-Verlauf vorbehalten und werden auch nur hier angewendet. Im Falle der Anwendung eines Blautons außerhalb des Logos wird auf die Grundfarbe zurückgegriffen.



Fw 2-MD



Fw 3-MD



Pantone

549

302

CMYK

52/5/0/25

100/25/0/65

RGB

94/156/174

0/65/101

HEX

5E9CAE

004165

80%



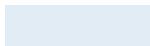
60%



40%



20%



Zusatzfarben

Die Zusatzfarben sind für Typografieelemente vorgesehen. Sie sollen gezielt und nach klaren Regeln eingesetzt werden, damit ein einheitliches Erscheinungsbild entsteht. Nur so kommt es zu einem Wiedererkennungswert, der sich dauerhaft im Sinne der Marke einprägt.

Fw 4-MD



Process Black

0/0/0/100

30/30/30

1E1E1E

9005

Fw 5-MD



–

0/0/0/0

255/255/255

FFFFFF

9003/9016

Fw 6-MD



Cool Grey 6

16/11/10/26

173/175/175

ADAFAF

7042

Fw 1-MD



7468

90/18/7/29

0/117/154

00759A

5015

60%

Pantone

CMYK

RGB

HEX

RAL

Montage Deutschland Montage-Verlauf

Montage-Verlauf

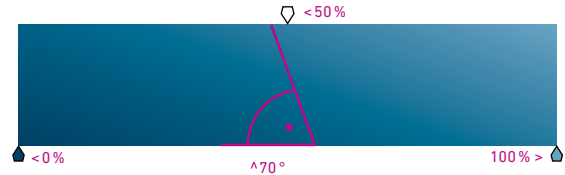
Aus den Logofarben 2 und 3 entsteht eine Farbwelt, die zusätzlich zum Logo einen Wiedererkennungswert darstellt. Die Verwendung des Farbverlaufs, v. a. die der Verlaufsrichtung, folgt strengen Vorgaben, die unbedingt einzuhalten sind. In Ausnahmefällen, wie beispielsweise für das Web, darf der Verlauf leicht modifiziert werden. Dabei darf sich jedoch der Gesamteindruck nicht verändern.

Montage-Verlauf ohne Logo

Montage-Verlauf
linearer Verlauf
Winkel = 70°

Fw 2-MD

Fw 3-MD

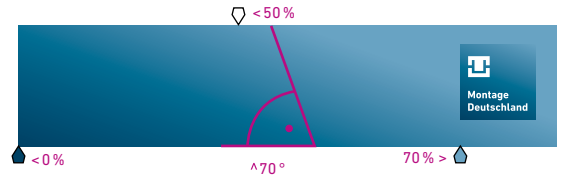


Montage-Verlauf mit Logo

Montage-Verlauf
linearer Verlauf
Winkel = 70°

Fw 2-MD

Fw 3-MD

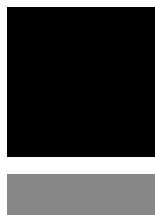


Wird das Logo auf dem MD-Verlauf positioniert, endet die helle Fläche rechts schon früher, dadurch erhält das Logo einen besseren Kontrast.

Textfarben

Überschriften auf weißem Grund werden in den Farbwerten 4 und 1 gesetzt. In Ausnahmefällen können die Farbwerte 4 und 1 in einer Aufrasterung von 60 % verwendet werden. Bei Überschriften mit Verlaufshintergrund ist die Textfarbe ausschließlich Weiß.

Fw 4-MD



Process Black
0/0/0/100
30/30/30
1E1E1E
9005

Fw 5-MD



–
0/0/0/0
255/255/255
FFFFFF
9003/9016

Fw 1-MD



7468
90/18/7/29
0/117/154
00759A
5015



Hinweis

60 % des Tones bedeutet nicht, dass eine Transparenz verwendet wird! Stellen Sie die Farben auf keinen Fall auf 60 % transparent, sondern verwenden Sie den tatsächlichen 60%-Wert der Farben.

60 %

Pantone

CMYK

RGB

HEX

RAL

Als Hintergrundfarbe dient in der Regel der MD-Verlauf. In Ausnahmefällen darf auf Hintergründfarben 4 und 1 zurückgegriffen werden – je nach Anwendung auch in der entsprechenden Aufrasterung (bspw. bei Text- bzw. Infoboxen).

Zusatzfarbe Grau

Fw 6-MD



Cool Gray 6
16/11/10/26
173/175/175
ADAFAF
7042

Pantone
CMYK
RGB
HEX
RAL

Zusatzfarbe Grau

dient als Schriftfarbe, wenn eine zusätzliche Hierarchisierung im Text notwendig ist, die durch das Schwarz allein nicht ermöglicht werden kann.

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Montage Deutschland –

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Montage Deutschland – Geschäftsausstattung

Visitenkarte

Visitenkarte

(85 mm x 55 mm)

Visitenkarten stellen oftmals den ersten Kontakt oder auch einen Erinnerungskontakt her, den Außenstehende mit Mitgliedern von Montage Deutschland haben. Deshalb ist es unerlässlich, dass die wichtigsten grafischen Elemente des Corporate Designs schon auf der Visitenkarte erscheinen.

Das MD-Logo steht oben rechts auf der Vorderseite der Visitenkarte. Hier sind auch Name, Adresse und alle weiteren Daten zu finden. Die Rückseite kann optional vollflächig mit dem MD-Verlauf gestaltet sein.

Abbildung in 60 %
der Originalgröße

Format
85 mm x 55 mm

1 Logobreite
b = 15 mm

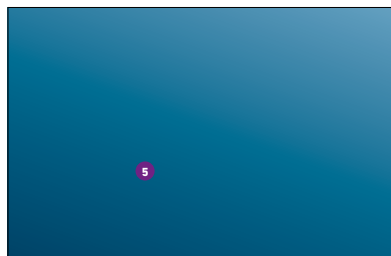
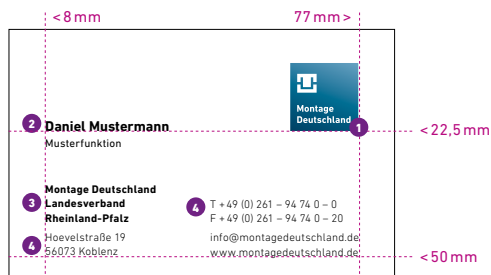
Textelemente

2 DIN Next LT Pro, Bold,
9 pt/7–8 pt, Laufweite
5, ZAB 10 pt, Fw 4-MD

3 DIN Next LT Pro, Bold,
7–8 pt, Laufweite 5,
GLR 3 pt, Fw 4-MD

4 DIN Next LT Pro,
Regular, 7–8 pt,
Laufweite 5, GLR 3 pt,
Fw 4-MD

5 Montage-Verlauf
auf Seite 238



Hinweis

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Briefpapier

DIN A4

Der Brief ist neben der E-Mail das häufigste Kontaktmittel innerhalb und außerhalb eines Verbandes. So muss auch hier das einheitliche Gestaltungsbild von Montage Deutschland erkennbar sein. Das Logo steht oben rechts und bildet eine gedachte Höhe mit der Versalhöhe des Signets am linken Seitenrand des Briefpapiers. Platzierung und Größe des Logos entnehmen Sie nachfolgender Beschreibung.

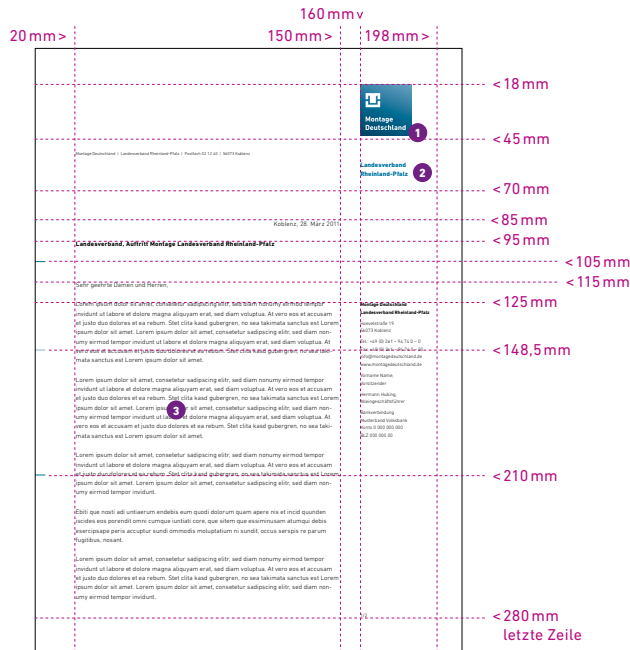


Abbildung in 27 % der Originalgröße

Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

2 Name Landesverband
10 – 11 pt
(jedoch wie Fließtext)

3 Schriftgröße
10 – 11 pt

Hinweis

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Montage Deutschland – Geschäftsausstattung

Briefpapier 2. Seite

Briefpapier 2. Seite

DIN A4

Für längere Briefe gibt es auch Vorgaben für eine 2. Briefbogenseite. Die Vermaßung entspricht im Wesentlichen der der 1. Seite.

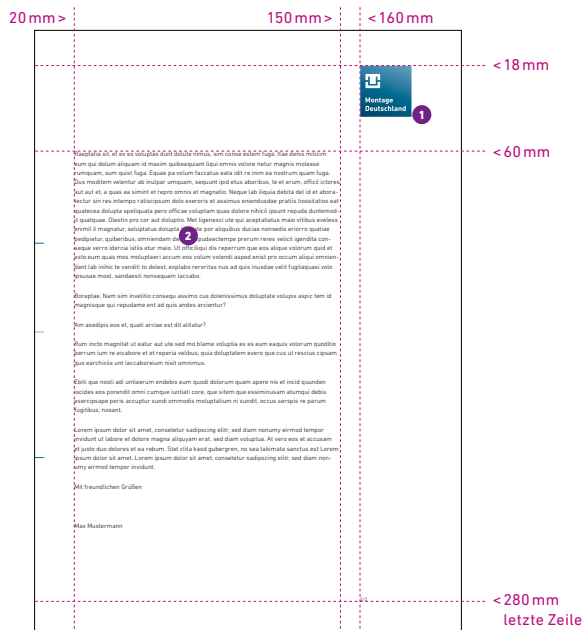
Abbildung in 27 %
der Originalgröße

Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

1 Logobreite
b = 25 mm

2 Text
10 – 11 pt

⚠
Hinweis
Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.



Fax

Zu den Druckerzeugnissen von MD gehört neben der Visitenkarte, dem Briefpapier und dem Briefumschlag auch die Faxvorlage. Es gilt auch hier, ein einheitliches Gesamtbild zu schaffen, das den Bundesinnungsverband repräsentiert. Aus diesem Grunde sind Faxvorlage und Briefpapier ähnlich gestaltet. Grundraster, Schrift und Schriftgrößen bleiben gleich, doch kommt in der Faxvorlage anstelle des grauen das schwarze MD-Logo zum Einsatz.

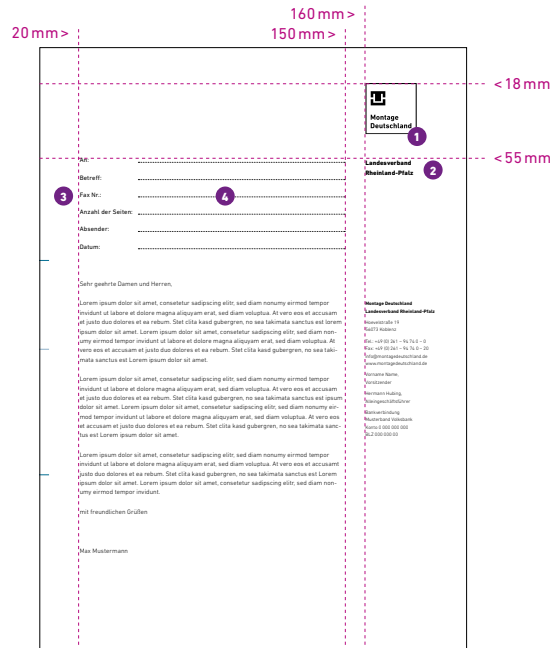


Abbildung in 27 %
der Originalgröße

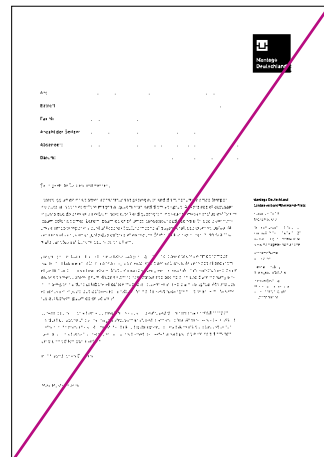
1 Format DIN A4
(210 mm x 297 mm)

1 Logobreite
b = 25 mm

2 Name Landesverband
10 – 11 pt
(jedoch wie Fließtext)

3 Zeilenbeschriftung
DIN Next LT Pro,
Regular, 9 – 11 pt,
Laufweite 15, ZAB
24 pt

4 Linien
japan. Punkte, 1 pt,
Versatz 0



Faxabbild eines farbigen Briefkopfes

Die meisten Faxgeräte arbeiten einfarbig nur mit Schwarz. Folglich wird der Montage-Verlauf verfälscht. Es empfiehlt sich daher, stets die vorgefertigte Faxversion (links) des Briefkopfes zu wählen.



Hinweis

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen des Logos, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Montage Deutschland – Geschäftsausstattung

Briefumschlag DIN lang – Freistempler

Briefumschlag DIN lang – Freistempler

(mit/ohne Fenster)

Wichtig: Um eine Dopplung des MD-Logos zu vermeiden, wird auf dem Umschlag von Standardbriefen auf eine Platzierung des Logos verzichtet. Das Logo wird beim Freistempeln aufgebracht!

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format

DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

1 Feld für Claims

DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 12 pt, ZAB
16 pt, Laufweite 15,
Fw 4-MD/1-MD



Rückseite

2 Text

DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7 – 9 pt,
ZAB 9 pt, Fw 1-MD/
Fw 4-MD

**Bedrucken der
Umschlagsrückseite**

optional



Montage Deutschland – Geschäftsausstattung

Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung

Briefumschlag DIN lang – Standardfrankierung

(mit Fenster)

Wird eine Standardfrankierung (Briefmarke) gewählt, so gibt es dafür Briefumschläge mit vorgedrucktem Logo.

Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
DL Umschlag
(220 mm x 110 mm)

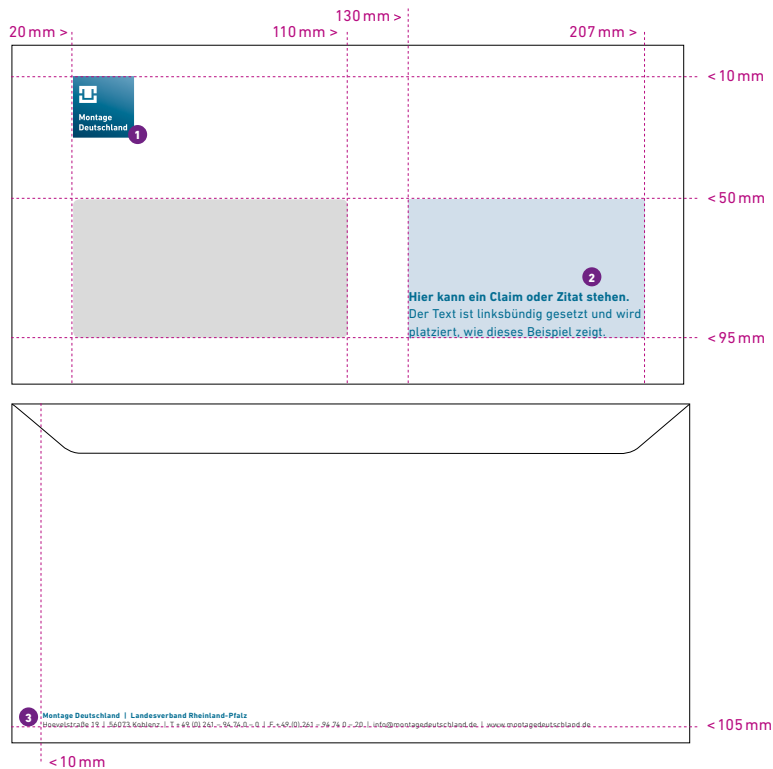
1 Logobreite
b = 20 mm

2 Feld für Claims
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 12 pt, ZAB
16 pt, Laufweite 15,
Fw 4-MD/1-MD

Rückseite

3 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7 pt,
Laufweite 10, ZAB
9 pt, Fw 4-MD/1-MD

**Bedrucken der
Umschlagsrückseite**
optional



Briefumschlag C4 – Standardfrankierung

(mit/ohne Fenster)

Wird eine Standardfrankierung (Briefmarke) gewählt, so gibt es dafür Briefumschläge mit vorgedrucktem Logo. Für die Platzierung des Logos gibt es zwei Möglichkeiten. Soll die Rückseite des Umschlags mit Absenderadresse bedruckt werden, ist dies wie auf **Seite 247** zu gestalten.

Variante 1

Variante 2

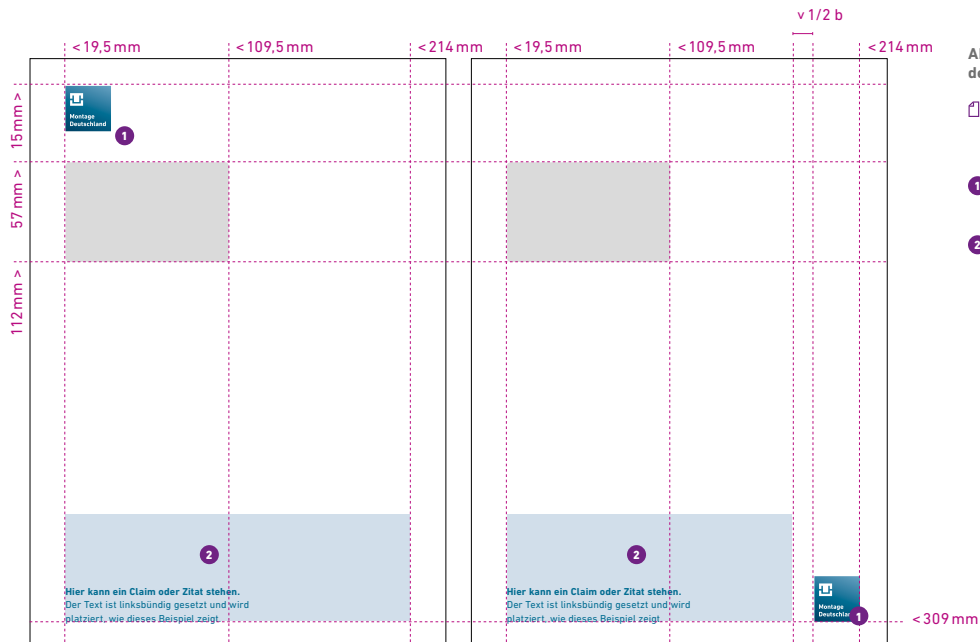


Abbildung in 25%
der Originalgröße

Format
C4 Umschlag
(229 x 324 mm)

1 Logobreite
b = 30 mm

2 Feld für Claims
DIN Next LT Pro, Bold/
Regular, 16 pt, ZAB
21 pt, Laufweite 15,
Fw 4-MD/1-MD

Versandtaschen B5 (mit/ohne Fenster)

B5

Versandtaschen mit und ohne Fenster werden nicht bedruckt. Hier finden die Adress-etiketten ihre Anwendung (siehe dazu nebenstehende Seite).

 **Format B5**
176 mm x 250 mm



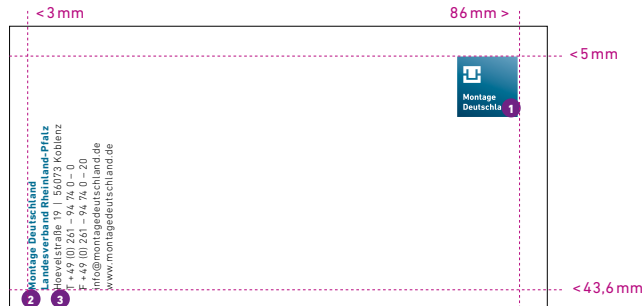
Adressetiketten für Umschläge ohne Fenster

für Versandtaschen

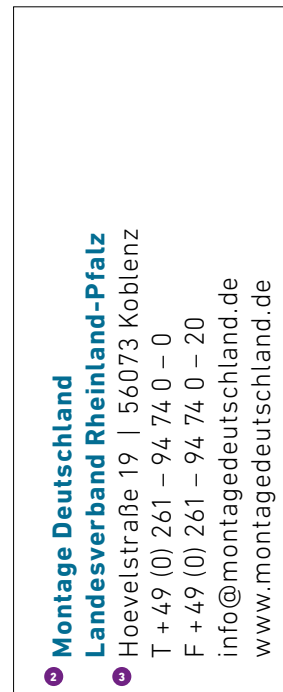
Für Standardbriefumschläge ohne Fenster gibt es Adressetiketten mit Absender und wahlweise mit Logo.

Abbildung in 80%
der Originalgröße

Umschläge ohne Vordruck + ohne Fenster



Umschläge mit Vordruck + ohne Fenster



Adressetikett mit Logo
Das Adressetikett mit Logo wird nur dann auf einem Umschlag ohne Fenster verwendet, sofern dieser keinen Logo-Vordruck hat.

Format
88,9 x 46,6 mm

1 Logobreite
b = 10 mm

2 Text
DIN Next LT Pro, Bold,
4 pt, ZAB 6 pt, Laufweite 20, Fw 1-MD

3 Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 4 pt, ZAB 6 pt,
Laufweite 20, Fw 4-MD

Adressetikett ohne Logo
Das Adressetikett ohne Logo wird nur auf vorgedruckten Umschlägen ohne Fenster verwendet.



Hinweis

Das Logo steht als Datei im Downloadbereich zur Verfügung. Reproduktionen, Verzerrungen in der Form oder Veränderungen in der Farbe sind nicht zulässig.

Montage Deutschland – Geschäftsausstattung

Poststempel für die Frankiermaschine

Poststempel für die Frankiermaschine

Für den Freistempel wird das Logo analog zur Schwarz-Version verwendet. Da Poststempel und Datumsstempel oben rechts stehen, wird das MD-Logo links daneben gesetzt.



Deutsche Post 
FRANKIT 0,55 EUR
26.10.10 30060000F3



Stempel

Gerade Stempel, die häufig auf Postsachen nach außen und innerhalb des MD-Bundesinventionsverbandes Verwendung finden, sollen zum einheitlichen Erscheinungsbild beitragen. Der MD-Stempel wird ausschließlich in der Schwarz-Version verwendet. Als Stempelfarbe ist demnach auch nur Schwarz zulässig.

Logo ohne Adresszusatz



Logo mit Adresszusatz
(Kurzversion)



**Montage Deutschland
Landesverband
Rheinland-Pfalz**
Hoevelstraße 19
56073 Koblenz

Logo mit Adresszusatz
(Langversion)



**Montage Deutschland
Landesverband
Rheinland-Pfalz**
Hoevelstraße 19
56073 Koblenz
T +49 (0) 261 – 94 74 0 – 0
F +49 (0) 261 – 94 74 0 – 20
E info@montagedeutschland.de

Abbildung in 100 %
der Originalgröße
gemessen am Beispiel
eines Stempels für
DIN-A4-Format



Hinweis

Das Stempelmotiv steht
als Datei für die jeweili-
gen Anwendungen (DIN
A4, DIN lang) im Down-
loadbereich zur Verfü-
gung. Reproduktionen,
Verzerrungen oder
Veränderungen sind nicht
zulässig.



Stempelfarbe

immer Schwarz (!)
Das Logo wird aus-
schließlich in Schwarz
gestempelt. Stempel-
farben wie Blau, Rot,
Orange, Grün oder jede
andere Farbe sind nicht
zulässig.

Montage Deutschland – Geschäftsausstattung Aufkleber

Aufkleber

Aufkleber als Werbegeschenk oder zur Kennzeichnung von MD-Produkten können mit und ohne Adresszusatz verwendet werden. Das Logo wird hier in der Standardversion aufgebracht.

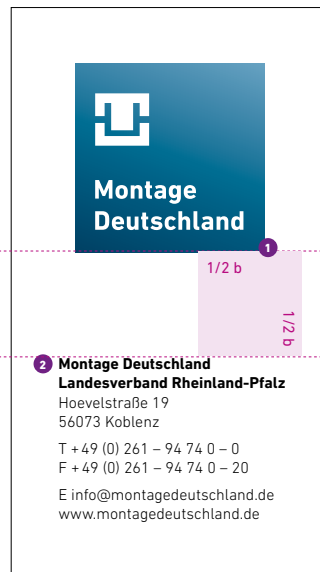
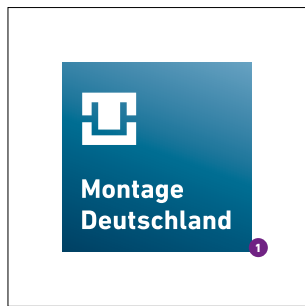
Aufkleber mit quadratischer Grundform

Abbildung in 100 %
der Originalgröße

Format
links: 40 x 40 mm
rechts: 40 x 75 mm

1 Logobreite
b = 25 mm
links: horizontal-
vertikal zentriert
rechts: horizontal
zentriert

2 Text
DIN Next LT Pro, Bold/
Light, 7 pt, Laufweite
5, ZAB auto, Abstand
nach 1 mm, Fw 4-MD



Aufkleber: Zuschnitt auf Logoform



3 Logobreite
je nach
Anwendungsfall



Hinweis

Dieser Logoaufkleber kann auch zur Kennzeichnung von MD-Briefen ohne Logovordruck verwendet werden. Bitte beachten Sie hier jedoch die bei den jeweiligen Briefumschlägen angegebenen Logogrößen.

Montage Deutschland – Geschäftsausstattung

Glückwunsch-, Einladungs- und Dankeskarten

Glückwunsch-, Einladungs- und Dankeskarten

Da die Einsatzbereiche von Karten sehr unterschiedlich sind, gibt es eine Standardkarte, die individuell bedruckt oder von Hand beschriftet werden kann.

Eine hochwertige Anmutung der Karten wird durch die Verwendung des bereits für die Geschäftsausstattung empfohlenen Feinstpapiers (Seite 268) in hoher Grammatatur ermöglicht.

Format

420 x 100 mm (offen)
210 x 100 mm
(geschlossen)

1 Logobreite

b = 20 mm

2 Montage-Verlauf

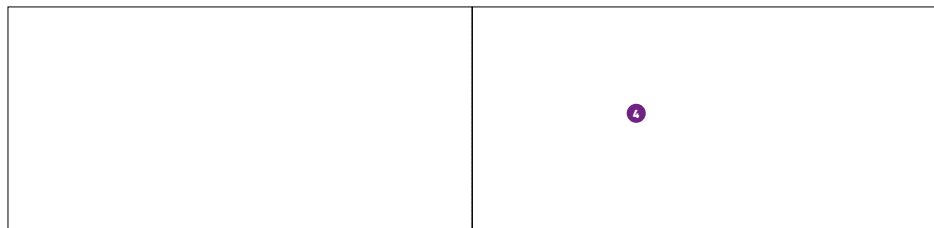
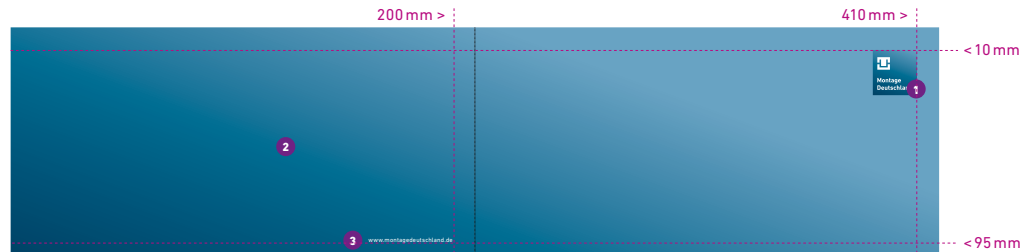
auf Seite 238

3 Text

DIN Next LT Pro,
Regular, 8 pt,
ZAB auto,
Laufweite 15,
Fw 4-MD

4 Innenseite

blanko



Grußkarte

Die DIN-lang-Grußkarte wird auf 350 Gramm starkem Offset-Papier gedruckt. Die Rückseite wird vollflächig mit dem MD-Farbverlauf bedruckt, die Vorderseite mit dem Logo und dem Signet in der Standardversion. Die Karte kann per Hand beschriftet werden.

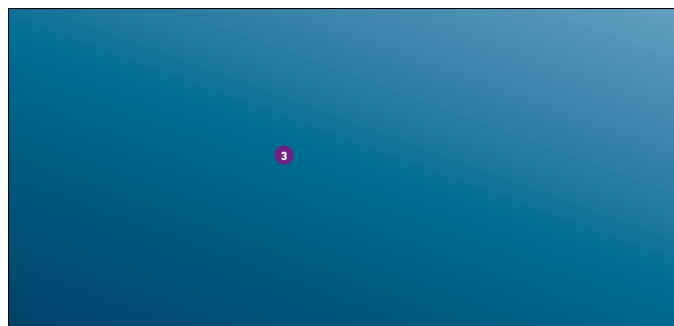


Abbildung in 42 %
der Originalgröße

Vorderseite

Format
200 mm x 100 mm

1 Logobreite
b = 20 mm

2 Text
DIN Next LT Pro,
Bold/Regular, 7 pt,
ZAB 9 pt, Laufweite
20, Fw 1-MD/
Fw 4-MD

Rückseite

3 Montage-Verlauf
auf Seite 238

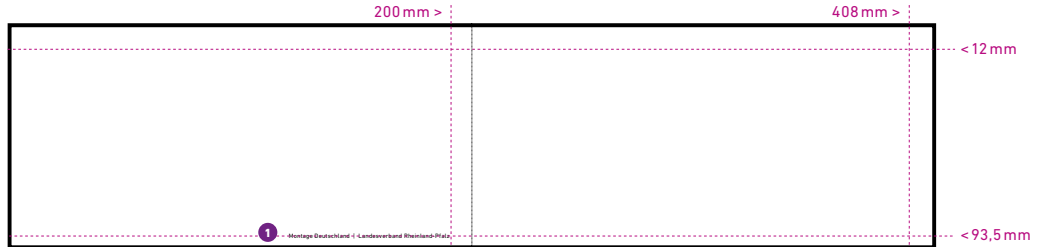
Montage Deutschland – Geschäftsausstattung Kondolenzkarten

Kondolenzkarten

Format
420 x 100 mm (offen)
210 x 100 mm
(geschlossen)

Text
DIN Next LT Pro,
Regular, 8 pt,
ZAB auto, Laufweite
15, Fw 4-MD

Umlaufender Rand
5 pt



Innenseite
blanko

Beschriftung
Es wird empfohlen,
Kondolenzkarten grund-
sätzlich handschriftlich
zu verfassen.

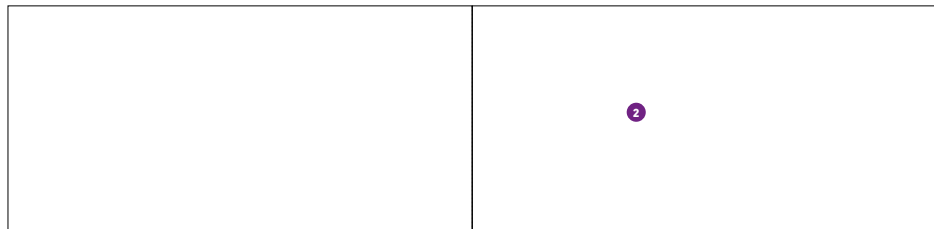


Abbildung in 50 %
der Originalgröße

Zusatzinfos

Corporate Picture





Corporate Picture

Holzoberflächen und -strukturen



Holzoberflächen dienen der Identifikation mit dem Beruf Tischler/Schreiner und stellen gleichzeitig eine Projektionsfläche für Textelemente dar.

Der Blick ins Detail



Der Blick ins Detail schafft Klarheit und Verständnis, soll aber auch Faszination beim Leser initiieren. Der Beruf Tischler/Schreiner wird dadurch erleb- und greifbar.

Spannende Perspektiven



Ungewöhnliche Perspektiven sorgen für Spannung und schaffen Aufmerksamkeit. Zusätzlich bieten sie die Möglichkeit, interessante Eigenschaften hervorzuheben.

Produktdarstellung



Die Darstellung der Produkte erfolgt über viel Weißraum – als Freisteller oder auf hellgrauem Grund. So lassen sich diese perfekt in Szene setzen und erzielen damit die beste Wirkung.

Menschen bei der Arbeit – Spiel mit Schärfe und Unschärfe

Das Spiel mit Schärfe und Unschärfe im Bereich „People“ stellt die Nähe zum Produkt dar. Gleichzeitig soll dadurch das Qualitätsbewusstsein der Tischler/Schreiner kommuniziert werden, aber auch die Liebe zum Medium „Holz“.

Arbeitsumfeld – Überblick verschaffen

Das Arbeitsumfeld der Tischler und Schreiner wird stets aus einem Blickwinkel dargestellt, der einen Überblick zulässt.

Bildqualität und Farbräume

Ein professioneller Umgang mit Bildern ist wichtig, um ein qualitativ hochwertiges und ansprechendes Ergebnis zu erhalten. Dies meint den Umgang mit dem Bild an sich, aber auch mit der Bildauflösung und den richtigen Farbräumen. Horizontale oder vertikale Verzerrungen sind nicht zulässig. Stattdessen sollte ein ansprechender und inhaltlich sinnvoller Bildausschnitt gewählt werden.

Corporate Picture
auf Seite 262

Bildauflösung

Die Bilder müssen je nach produktionstechnischen Anforderungen eine ausreichende Qualität aufweisen.

Für Printmedien wird grundsätzlich eine höhere Auflösung benötigt als für digitale Medien:

Druck (Offset)	mind. 300 dpi, besser 600 dpi
Druck (Laser-/Tintenstrahldruck)	mind. 300 dpi
PowerPoint, Web-PDF	120 – 150 dpi
Bildschirmdarstellung, Internet	72 dpi

Farbneutralität

Vor allem in der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Gestaltern ist darauf zu achten, dass Bilder mit verschiedenen Farbstimmungen (rotstichig, gelbstichig o. ä.) in eine neutrale Farbstimmung gebracht und untereinander angeglichen werden. Nur so können ein einheitlicher Auftritt und eine gleichbleibende Qualität garantiert werden.

Farbräume

Neben der Bildauflösung ist vor allem auch der Farbraum je nach produktionstechnischer Anforderung zu beachten. Grundsätzlich gilt:

sämtliche Druckerzeugnisse	CMYK
sämtliche digitalen Erzeugnisse	RGB

Papier

Der Wert einer Marke definiert sich nicht nur über Form, Farbe und Schrift. Im Gegenteil, der Wert einer Marke entsteht aus weitaus mehr. So kann die Marke erst dann zum ganzheitlichen „Erlebnis“ werden, wenn die kommunizierten Werte durch alle Sinne wahrnehmbar werden. Gemeint ist hiermit also auch das haptische Erlebnis vor allem bei Printprodukten.

Die haptische Wahrnehmung bezeichnet das aktive Erfühlen von Größe, Kontur, Oberflächentextur, Gewicht usw. eines Objekts durch Integration aller Hautsinne und der Tiefensensibilität. Die Gesamtheit der haptischen Wahrnehmungen erlaubt es dem Gehirn, mechanische Reize und Temperaturreize zu lokalisieren und zu bewerten. So kann ein Papier Werte allein durch Haptik transportieren.

Um auch die Werte der Marke Tischler Schreiner Deutschland auf diesem Weg zu transportieren, werden im Nachfolgenden für unterschiedliche Anwendungsbereiche Papiere empfohlen:

Geschäftspapiere

Für die Geschäftsausstattung, die nicht nur einen ersten guten Eindruck machen, sondern auch nachhaltig wirken soll, wird das samtig matt-weiße Papier „Conqueror CX 22“ von Arjowiggins empfohlen:

Papiervertreiber: Arjowiggins über Papier Union

Oberfläche: Glatt

Farbe: diamantweiß

Grammaturen: 100/120/160/250/320/350/400 g/m²

Umschläge: DIN C4, DIN lang

Besonderheit: FSC-zertifiziert, CO₂-neutral produziert

Grammatur-Empfehlungen:

Briefpapier 100 g/m²

Visitenkarte: 320/350 g/m²

Anwendungsgebiete

Ausstattungspapier, Briefbogen, Briefhülle, Chroniken, Einladungen, Geschäftsausstattungen, Gruß- und Trauerkarten, Gästebücher, Korrespondenz, Mailings, Office, Prägungen

Bedruckbarkeit

Buchdruck, Digitaldruck, Durchdruck, Flachdruck, Flexodruck, Hochdruck, Inkjet, Laserdruck, Offset, Siebdruck, Tiefdruck

Veredelung

Blindprägungen, hoch, tief, modelliert, Original-Stahlstichdruck, glänzend oder matt, Prägefoliendruck, flach, Struktur, Relief, Reliefdruck Thermoverfahren, Stanzungen, Ausstanzungen

Zusatzinfos**Papier****Bilderdruckpapier**

Die Wirkung von Bildern in Druckerzeugnissen kann schnell getrübt werden, wenn ein falsches Papier verwendet wird, das die Farbe nicht richtig wiedergibt. Aus diesem Grund empfiehlt es sich, stets auf spezielle Bilderdruckpapiere zurückzugreifen, da diese Eigenschaften an sich haben, die die Farben der Bilder zum Strahlen bringen.

Je nach Anwendungsgebiet empfehlen wir unterschiedliche Oberflächenstrukturen:

Bilderdruck matt

Informationsbroschüren, Unternehmens-/Kundenmagazine, Berichte, hochwertige Druckerzeugnisse

Papier:	<u>Profisilk</u>
Papiervertreiber:	Igepa
Oberfläche:	seidenmatt vollgestrichen
Eigenschaften:	edle und homogene Oberfläche
Farbe:	weiß
Grammaturen:	Umschläge (Empfehlung): 200 – 350 g/m ² Innenseiten (Empfehlung): 135/150 g/m ² weitere Grammaturen lieferbar
Besonderheit:	brillante Farbwiedergabe, hoher Farbglanz, reflexionsfreie Oberfläche, hohe Steifigkeit
Veredelung:	zum Schutz gegen Gebrauchsspuren auf Umschlägen wird eine Zellophanierung (vollflächig oder partiell) empfohlen. Zellophanierungen gibt es in Glänzend und Matt.

Bilderdruck glänzend

Flyer, Werbebroschüren, Plakate

Papier:	<u>Profigloss</u>
Papiervertreiber:	Igepa
Oberfläche:	glänzend vollgestrichen
Eigenschaften:	auffällig hohe Weiße
Farbe:	weiß
Grammaturen:	Umschläge/Flyer/Plakate (Empfehlung): 150 – 250 g/m ² Innenseiten (Empfehlung): 135/150 g/m ² weitere Grammaturen lieferbar
Besonderheit:	exzellente Laufeigenschaften, hervorragende Farbbrillanz

Für besondere Broschüren und Druckerzeugnisse, die speziell auf das Thema Nachhaltigkeit hinweisen sollen, empfehlen wir ein passendes Naturpapier, welches auch mit dem bereits empfohlenen Bilderdruckpapier Profisilk sehr gut harmoniert und kombiniert werden kann:

Naturpapier

Broschüren, Flyer, Berichte, hochwertige Druckerzeugnisse, die das Thema Nachhaltigkeit behandeln

Papier:	<u>Maxioffset</u>
Papiervertreiber:	Igepa
Oberfläche:	matt, holzfrei
Eigenschaften:	angenehme Weiße, mit Volumen, alterungsbeständig
Farbe:	weiß
Grammaturen:	Umschläge/Flyer/Plakate (Empfehlung): 150 – 250 g/m ² Innenseiten (Empfehlung): 135/150 g/m ² weitere Grammaturen lieferbar
Besonderheit:	Dieses Papier ist FSC-zertifiziert und genügt somit den Ansprüchen der Nachhaltigkeit.

Verzeichnisse

Verzeichnisse

Abkürzungsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis

B

BD

Bestatter Deutschland

C

CMYK

steht für Cyan, Magenta, Yellow, Black und entspricht dem Farbraum für den Vierfarbdruck (siehe Seite 267)

D

DL

DIN lang: 210 x 100/110 mm

dpi

dots per inch = Punkte pro Zoll. Angabe zur relativen Größe einer Rastergrafik oder auch Angabe zur Dichte der Bildpunkte auf einem Ein- oder Ausgabegerät. Ein Inch entspricht 2,54 cm.

F

FSC

Forest Stewardship Council = Die Förderung einer umweltfreundlichen, sozialförderlichen und ökonomisch tragfähigen Bewirtschaftung von Wäldern. Das FSC-Label auf einem Holz- oder Papierprodukt ist ein eindeutiger Indikator dafür, dass das Produkt aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft stammt und auf seinem Weg zum

Konsumenten über die gesamte Verarbeitungs- und Handelskette nicht mit nicht-zertifiziertem, also nicht kontrolliertem Holz oder Papier vermischt wurde. Produkte mit FSC-Label sichern die Nutzung der Wälder gemäß den sozialen, ökonomischen und ökologischen Bedürfnissen heutiger und zukünftiger Generationen.

Fw

Farbwerte

G

GLR

Grundlinienraster

g/m²

Maßeinheit für Papiergrammatur

M

MD

Montage Deutschland

P

pt

Abkürzung für Punkt = normierte Schriftgrößeneinheit

R

RGB

steht für Rot, Grün und Blau und entspricht dem Farbraum für Bildschirmwendungen (siehe Seite 267)

S

SB

Schreiner Bayern

SG

Service-GmbHs (steht exemplarisch für alle Service-GmbHs)

SLV

Schreiner Landesverband (steht exemplarisch für alle Landesverbände)

T

TSD

Tischler Schreiner Deutschland

Z

ZAB

Zeilenabstand, definiert den Abstand zwischen den Grundlinien

Glossar

A

Auflösung

Die Anzahl der Pixel (Bildpunkte), aus denen eine Rastergrafik besteht. In der Regel wird sie als relative Auflösung in **dpi** angegeben.

B

Bildmarke

ergibt zusammen mit der **Wortmarke** das Firmenlogo. Es gibt aber auch Logos, die nur aus einer Bild- oder einer Wortmarke bestehen.

Blindprägung

= Reliefprägung. Eine Reliefprägung ist sowohl in die Tiefe als auch in die Höhe möglich.

Diese Art der Prägung erfordert ein Papier mit hoher **Grammatur**.

Blocksatz

Satzform, bei der alle Zeilenanfänge und -enden senkrecht bündig sind.

Bold

Fetter Schriftschnitt einer **Schriftfamilie**.

Bold Italic

Fett-kursiver Schriftschnitt einer **Schriftfamilie**.

C

Claim

Ein fest mit dem Markennamen verbundener Spruch, der zum integralen Bestandteil des Firmenauftretens wird. Er ist in der Regel zeitlich befristet.

CMYK

Siehe Abkürzungsverzeichnis.

Corporate Behaviour

Verhaltenskodex mit Regeln und Richtlinien, die den Werten der Marke entsprechen und nach außen kommuniziert werden. Corporate Behaviour ist ein Teil der Corporate Identity.

Corporate Communication

stellt den strategischen Einsatz aller Kommunikationsmedien einer Unternehmung dar. Corporate Communication ist ein Teil der Corporate Identity. In der Corporate Communication sollen die gefassten Normen und Werte einer Unternehmung vermittelt und fassbar werden. Sie zeigt in ihrer Außenwirkung, inwiefern die gesetzten Ziele einer Unternehmenskultur gelebt und praktiziert werden.

Corporate Design (CD)

beinhaltet das gesamte visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Dazu gehören sowohl die Gestaltung der Kommunikationsmittel als auch das Produktdesign.

Corporate Identity (CI) –

auch Unternehmensidentität genannt. Die CI ist die Persönlichkeit/der Charakter einer Organisation, die trotz der gegebenen Vielfalt als einheitlicher Akteur handelt und so auch wahrgenommen wird.

D

Digitaldruck

Digitaldruck bezeichnet eine Gruppe von Druckverfahren, bei denen das Druckbild direkt von einem Computer in eine Druckmaschine übertragen wird, ohne dass eine statische Druckform benutzt wird. Vgl. auch **Offsetdruck**.

dpi

Siehe Abkürzungsverzeichnis.

Verzeichnisse

Glossar

F**Farbraum**

Ein Farbraum ist eine Menge von Farben, die von einem Ein- oder Ausgabegerät (Scanner, Bildschirm, Drucker, Beamer etc. oder auch von einem Auge) oder unter spezifischen Bedingungen erkannt bzw. dargestellt werden kann.

Flattersatz

Satzform, bei der alle Zeilenanfänge senkrecht bündig untereinander stehen, die Zeilenenden hingegen frei auslaufen. Der Flattersatz ist der Gegensatz zum Blocksatz.

Freistellen/Freisteller

Freistellen bedeutet, einen bestimmten Bildanteil eines Bildes von seinem Hintergrund/seiner Umgebung zu lösen. Als Freisteller bezeichnet man das freigestellte Objekt ohne seinen Hintergrund.

G**Grammatur**

bezeichnet das Flächengewicht eines Papierbogens. Die Maßeinheit dazu ist g/m^2 .

H**Headline**

Kopfbereich oder auch Kopfzeile eines beginnenden Textes. Auch Überschrift genannt.

Heavy

Extra fetter Schriftschnitt einer Schriftfamilie.

Hedonische Qualität

Ein Produkt besitzt hedonische Qualität, wenn es dem Nutzer mehr als nur nützlich ist – ihm Freude und Spaß bereitet, z. B. wenn ein Produkt besonders stimulierend wirkt oder durch sein Design ein bestimmtes Image kommuniziert.

I**Italic**

Normal-kursiver (schräggestellter) Schriftschnitt einer Schriftfamilie.

K**Kerning –**

auch Laufweite genannt. Beschreibt die Abstände der einzelnen Buchstaben zueinander.

Kursiv

Vgl. **Italic**.

L**Layout**

Anordnung von Text/Bild/Grafik auf einer Seite/in einem Dokument.

Light

Feiner Schriftschnitt einer Schriftfamilie.

linksbündig

Satzrichtung. Alle Zeilenanfänge sind an der gleichen linken senkrechten Kante ausgerichtet. Man spricht auch von linksbündigem/rechtsbündigem Flattersatz.

Logo

Das Logo ist Teil eines visuellen Erscheinungsbildes eines Unternehmens. Es besteht meist aus einer Wort- sowie einer Bildmarke – teilweise beinhaltet ein Logo aber auch nur eine Wortmarke. Das Logo prägt die Identität eines Unternehmens und ist maßgeblich für die Wiedererkennbarkeit verantwortlich.

M**Mittellachsensatz**

Satzform. Alle Zeilen sind an einer gedacht-senkrechten, mittig ausgerichteten Linie ausgerichtet.

O**Offsetdruck**

ist ein indirektes Flachdruckverfahren, das im Buch, Zeitungs-, Akzidenz- und Verpackungsdruck weit verbreitet ist. Physikalische Grundlage ist die Druckplatte. Die Daten werden also nicht direkt vom Computer an den Drucker weitergeleitet (siehe auch Digitaldruck), sondern es wird zuerst eine Druckplatte belichtet, die wie ein Negativ als Basis für das Druckergebnis dient.

R**rechtsbündig**

Vgl. linksbündig.

Regular

Normaler Schriftschnitt einer Schriftfamilie.

RGB

Siehe Abkürzungsverzeichnis.

S

Satzspiegel

Als Satzspiegel wird in der Typografie die Nutzfläche auf der Seite eines Druckdokumentes bezeichnet. Der Satzspiegel ist durch vorgegebene Seitenränder begrenzt.

Schriftfamilie

Mit dem Begriff Schriftfamilie bezeichnet man alle Varianten des Schriftbildes einer Schrift. Eine Schriftfamilie wird nochmals in verschiedene **Schriftschnitte** unterteilt.

Schriftschnitt

Erscheinungsform einer Schriftart. Schriftarten werden durch Veränderung von Stärke, Laufweite und Lage der Zeichen generiert, z. B.: Light, Regular, Italic, Bold, Heavy.

Signet

Das Signet ist ein dem Logo übergeordnetes visuelles Zeichen.

T

Typografie

Griechisch *typografia* = *Schlag, Abdruck, Figur, Typ* und *gráphein* = *malen, schreiben, ritzen*. Im engeren Sinne das Gestalten mit reproduzierbarer Schrift. Genauso zählt klassischerweise das Gestalten von Schrift zur Typografie. Im weiteren Sinne wird Typografie als Gestaltung mittels Schrift, Bildern, Linien, Flächen und typografischem Raum (optisch wirksamem Abstand) in einem visuellen Medium verstanden.

V

Versatz

Der Versatz bestimmt die horizontale und vertikale Abweichung von der Standardposition eines Satzelements.

W

Wortmarke

Die Wortmarke ist der typografische Bestandteil eines Logos. Sie ist unveränderlich gesetzt, d. h. Schriftart, Gewicht, Buchstabenabstände sind wie vorgegeben zu verwenden. Die Wortmarke bildet meist zusammen mit der **Bildmarke** das Firmenlogo.

Z

ZAB

Siehe Abkürzungsverzeichnis.

Tischler Schreiner Deutschland

Littenstraße 10

10179 Berlin

www.tischler-schreiner.de