



# Brand Guidelines

PRESSEKIT



# 01. Logo

Der Begrenzungsrahmen ist der minimale Platz um das Logo herum, den es braucht, damit es zur Geltung kommen kann.



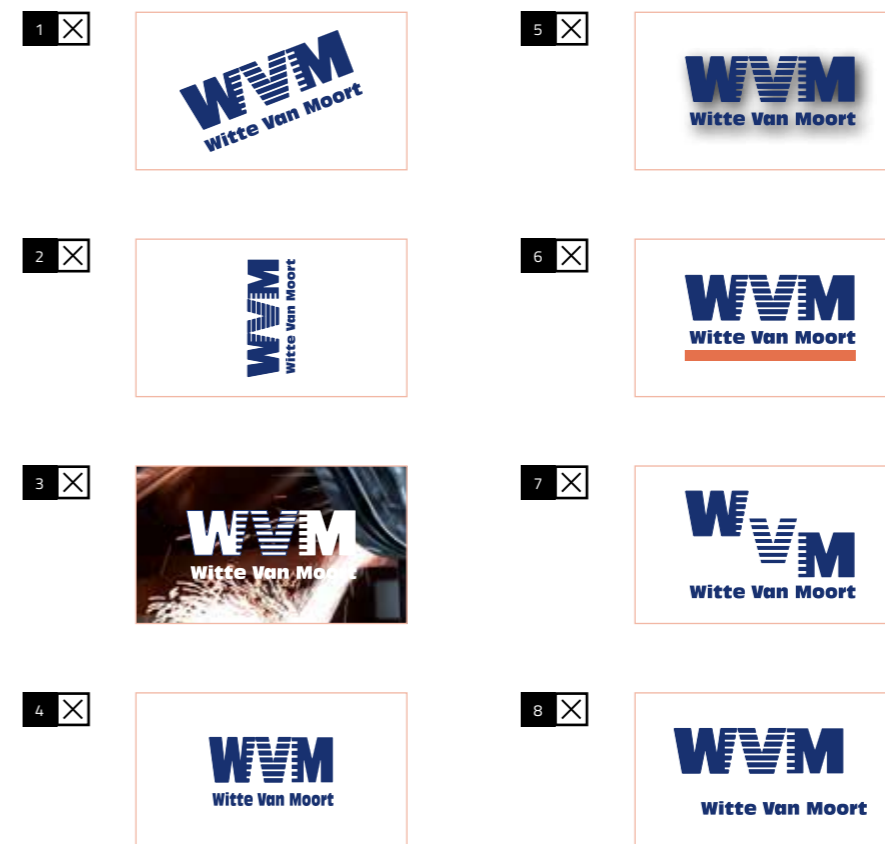
## 1.1 Begrenzungsrahmen

Das „W“ von WvM wird mit 1x bezeichnet, der minimale weiße Raum um das Logo herum beträgt 1/2x.



# 01. Logo

Um die Integrität der Marke WvM zu wahren, gibt es eine Reihe von Regeln. Achten Sie darauf, dass das Erscheinungsbild des Logos nicht durch Verdrehen, Zusammendrücken oder andere Verzerrungen beeinträchtigt wird. Auf der rechten Seite finden Sie einige Regeln, die Sie bei der Verwendung des Logos beachten sollten.

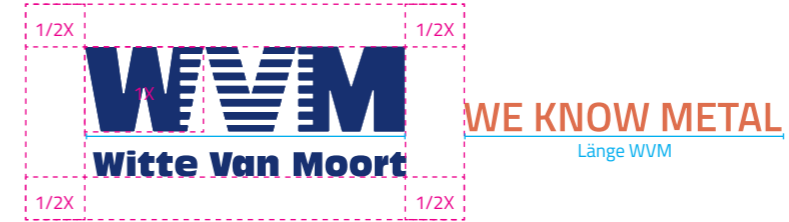


## 1.2 Do's und Don'ts

1. Platzieren Sie das Logo niemals schräg.
2. Das Logo darf nicht vertikal verwendet werden
3. Das Logo darf auf einem farbigen oder Foto-Hintergrund platziert werden. Vorausgesetzt, der Kontrast ist hoch genug.
4. Das Logo darf nicht gestreckt oder zusammengedrückt werden.
5. Verwenden Sie keine Effekte wie Schlagschatten, Transparenz usw.
6. Platzieren Sie keine Elemente in den Begrenzungsrahmen.
7. Ordnen Sie Elemente des Logos nicht neu an oder erstellen Sie keine anderen Kompositionen.
8. Das Format oder die Position des Descriptors darf nicht verändert werden.



# 01. Logo



## 1.3 Werbelogo

Neben dem Standard-WVM-Logo kann auch das „Werbe“-Logo verwendet werden. Dieses Logo kann ausnahmsweise bei Werbemitteln verwendet werden, bei denen keine Gestaltung möglich ist und nur das Logo platziert werden kann. Beispiele hierfür sind Merchandising-Artikel, Werbegeschenke, Kleidung usw.

Dieses Logo ist in 2 Varianten erhältlich: im Hoch- und im Querformat.

**Achtung:** wenn ein WVM-Logo zwischen Logos anderer Unternehmen, wie z. B. einer Sponsorentafel, platziert wird, wird das Standard-Logo verwendet. So kann das Logo größer platziert werden und sticht stärker ins Auge.



# 01. Logo



## 1.4 Logo-Nutzung

Die Nutzung von Logos kann in drei Kategorien unterteilt werden:

1. **Werbe-Logo Werbemittel, bei denen nur ein Logo platziert werden kann**  
Beispielweise Merchandising-Artikel, Werbegeschenke, Kleidung usw.
2. **Standard-Logo Werbemittel mit nur Logo + Layout**  
Das sind Mittel, bei denen eine eingeschränkte Gestaltung möglich oder wünschenswert ist, bei denen das Logo eine große Rolle spielt. Dazu gehören Tafeln, Banner, Flaggen usw.
3. **Standard-Logo Werbemittel mit vollständiger Gestaltung**  
Das sind Mittel, bei denen völlige Freiheit in Sachen Gestaltung/Layout besteht und bei denen eine Nachricht und/oder andere Inhalte wichtig sind. Dazu gehören Websites, Broschüren, Prospekte, Online-Marketing usw.

1. Beispiel nur Logo
2. Beispiel für begrenzte Gestaltung
3. Beispiel für vollumfängliche Gestaltung



## 02. Farbe

Eine Farbcodierung ist eine Möglichkeit, viele der Farben im Farbraum in einen Satz von Zahlen umzuwandeln. Für diese Farbdefinitionen gibt es verschiedene Systeme. Ein Corporate Design wird bei verschiedenen Werbemitteln wie Druck, Websites, Fassadenbeschriftungen und Autos verwendet.



### 2.1 Primär- und Sekundärfarben

Die Farben von WvM wurden bewusst gewählt – das geschäftlich aussehende, aber doch frische Blau sorgt für ein ruhiges und vertrauenswürdiges Erscheinungsbild. Die helle Kupferfarbe spiegelt einen einzigartigen Charakter und die besonderen Fähigkeiten von WvM wider. Dunkelblau ist die Primärfarbe und macht den größten Anteil aller Ausdrücke aus. Kupfer ist die Sekundärfarbe und wird für Details, Call to Actions und um bestimmten Elementen mehr Aufmerksamkeit zu schenken, verwendet. Hellgrau wird zusätzlich verwendet, um die große Menge an Blau aufzulockern.

Wann welche Farbcodierung zu verwenden ist:

Druck	CMYK / PMS-Druck
Digitales	RGB / HEX (Website/Powerpoint, etc.)
Anstrich/Lackierung	RAL
Klebefolie	Folie (Auto-Fassadenbeschriftung)

1.	CMYK	C 100 / M 100 / Y 0 / K 0
	RGB	R 24 / G 49 / B 112
	HEX	#183170
	Pantone	2738
	RAL	5002 Ultramarine Blue
	Foil	Avery 968 / 3m 903
2.	CMYK	C 10 / M 70 / Y 75 / K 10
	RGB	R 229 / G 113 / B 76
	HEX	#E5714C
	PMS	Pantone 7417
	RAL	2012 Salmon Orange
	Foil	Avery 926 / 3m 70-41
3.	CMYK	C 0 / M 0 / Y 0 / K 15
	RGB	R 220 / G 221 B / 221
	HEX	#dcdde
	PMS	Pantone 427
	RAL	7040 Window Grey
	Foil	Avery 428 / 3m 70-93

## 03. Typografie

Die Typografie ist die Gesamtheit der Buchstaben- und Zahlentypen der Unternehmensidentität. Wenn die typografischen Richtlinien konsequent angewendet werden, trägt das zu einer klaren Informationsvermittlung bei und stärkt die Identität Ihrer Marke.

Titillium Web

**AaBb1234**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+-***

### 3.1 Offline-Werbemittel

Titillium Web ist eine vielseitige serifenlose Schriftart mit dünnen langen Linien und charakteristischen Kurven, was insgesamt für einen einladenden Charakter sorgt. Die geraden, harten Linien der Schriftart schaffen einen geschäftlichen Look.

Titillium Web Bold wird für Überschriften und Regular für Fließtext verwendet. Die anderen Varianten können frei verwendet werden.



## 03. Typografie

Nicht immer kann die für den Druck gewählte Schriftart auch für digitale Werbemittel verwendet werden. Hier müssen technische Einschränkungen berücksichtigt werden. Daher verwenden wir Web- und Systemschriftarten. Für ein einheitliches Erscheinungsbild versuchen wir, weitestgehend die gleichen oder ähnliche Schriftarten zu wählen.

### Calibri

**AaBb1234**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+*

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz 0123456789 !@#%&\*~+***

### 3.2 Digitale Werbemittel

Titillium Web ist, wie der Name schon sagt, eine Webschriftart und daher perfekt für die Nutzung auf Websites geeignet.

Für die Büroautomatisierung (Outlook, Word, Excel, PowerPoint usw.) ist die Systemschriftart Calibri zu verwenden. Diese Systemschriftart ist auf den meisten Computern standardmäßig verfügbar.



