

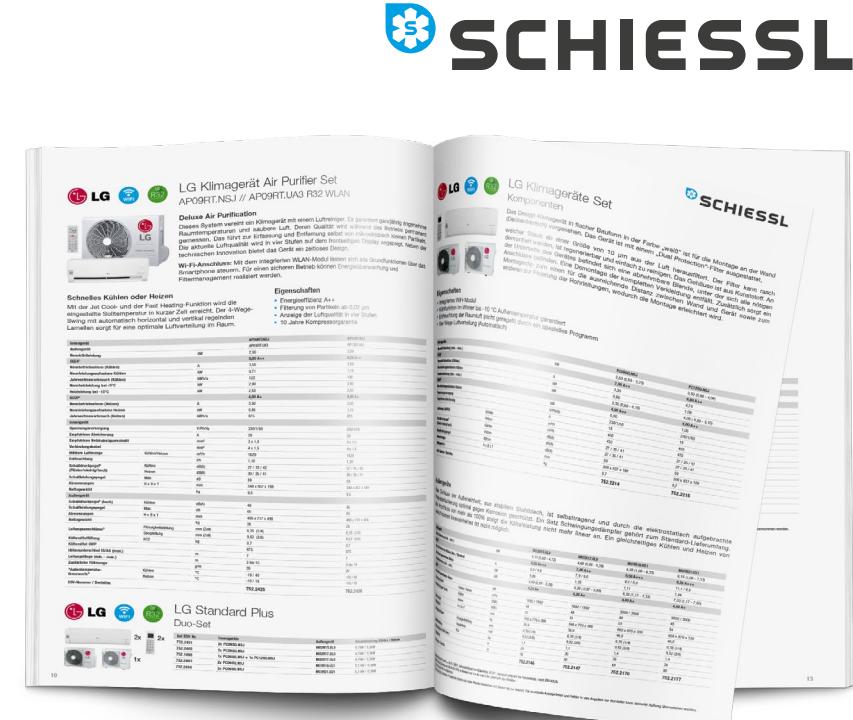


SCHIESSL

Styleguide

INHALT

Die Einführung	3
Das Vorwort	
Die Kernwerte	
Das Logo	4
Die Grundversion	
Die Proportion	
Der Freiraum	
Einsatz des Logos	5
Die Farben	6
Die Farbdefinition	
Typografie	7
Schriftarten	
Die Schreibweise von SCHIESSL	
Tabellen	8
Aufzählungspunkte	8
Icons	9
Der Briefbogen	10
Kuvert	11
Das C5/6 Kuvert	
Das C4 Kuvert	
Visitenkarten	12
Gesprächsnotiz	13
Notizblock Din A5	14
Hintergrund	15
Beton Hintergrund	



Ihr Profi im Bereich Kälte und Klima

DIE EINFÜHRUNG

DAS VORWORT

Der internationale Wettstreit, die Aufmerksamkeit der Kunden zu erregen, rückt das Erscheinungsbild unseres Unternehmens in eine zentrale Rolle. Unser Corporate Image ist die Basis für Unverwechselbarkeit. Es gründet in einer konsequenten strategischen Kommunikation und erlaubt Schiessl aus der Masse herauszutreten, um als erkennbar etablierte und starke Marke am Markt aufzutreten.

Die Werte hinter Schiessl, die konsequente Haltung und die Ausrichtung an den hohen selbst gesteckten Zielen haben das Unternehmen zur unverwechselbaren Marke avancieren lassen. Dieses CD-Manual spiegelt unsere Ansprüche, Grundsätze und visuellen Richtlinien auf dem internationalen Parkett wider. Es ist wie eine Spielanleitung zur Effektivitätssteigerung aller Unternehmensaktivitäten. Es schafft eine einheitliche Identität, Glaubwürdigkeit und Kontinuität. Logo, Schrift, Farbe und Bild verschmelzen zu einer Einheit, einem großen Ganzen mit hohem Wiedererkennungswert – widerspruchsfrei und visuell verständlich.

Die Grundlage für den einheitlichen Unternehmensauftritt von Schiessl auf dem Weltmarkt ist die Anwendung der hier dargestellten Richtlinien. Sie sind verbindlich für alle Kommunikationsmaßnahmen anzuwenden.

Ich wünsche uns allen damit viel Erfolg.

Sabine Schießl



DIE KERNWERTE

Unternehmen sind wie Menschen: Sie wachsen, entwickeln eine Persönlichkeit, eine Haltung, definieren für sich Werte und Ziele. Das Zusammenspiel all dieser Faktoren macht ihre Grundwerte aus. Und damit die Art und Weise, wie sie kommunizieren und wie sie als „Persönlichkeit“ unter vielen anderen wahrgenommen und geschätzt werden.

Je einheitlicher dieser Auftritt, je souveräner und kontinuierlicher er ist, umso größer ist auch das Vertrauen, das das Gegenüber in das Unternehmen setzt. Und dieses Vertrauen der Kunden ist es, das Schiessl unterm Strich zur starken Marke macht.

Das vorliegende Corporate Design ist so angelegt, dass es verbindliche Grundlagen festlegt, die genug Raum lassen, um alle Kommunikationswege zu bedienen. Es soll eine Grundintention festlegen, die Spielraum lässt, die Freiheiten lässt – und die genau deshalb unverrückbar dafür sorgt, dass wir weltweit eine kommunikative Sprache sprechen.

DAS LOGO

DIE GRUNDVERSION

Das Logo bildet das Herzstück unseres neuen Auftritts. Es besteht aus zwei Elementen, die zusammen eine Einheit bilden: dem Schriftzug „SCHIESSL“ und dem „Tropfen“ mit integriertem Eiskristall sowie dem Buchstaben „S“. In Kombination der „SCHIESSL-Drop“.

Das Logo wird als grafisches Symbol nur in der vorgegebenen Form als Wort-Bild-Marke verwendet. Es ist nicht zulässig, die beiden Logobestandteile einzeln zu verwenden. Das SCHIESSL-Logo darf nicht verzerrt, angeschnitten, gedreht, schräg gestellt oder auf andere Art verfremdet werden.

Weitere Arten das Logo abzubilden, ist die Darstellung in schwarz-weiß bzw. als Vollton in schwarz.

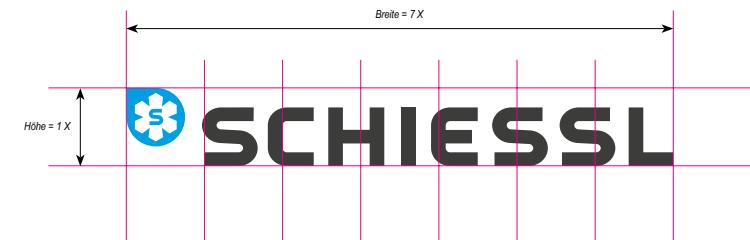
Das SCHIESSL-Logo steht immer auf weiß.



DIE PROPORTION

Das SCHIESSL-Logo ist in einem klaren Verhältnis aufgebaut. Die Maßeinheit X leitet sich aus der Höhe des gesamten Logos ab. Die gesamte Breite nimmt $7 \times X$ ein. Das Verhältnis ist also 7 zu 1 (Länge zu Höhe).

Sowohl die Schrifthöhe als auch die Höhe des Signets lassen sich aus dem Wert X ermitteln und nehmen $\frac{3}{4} X$ dessen ein. Abstand und Versatz des Signets vom Schriftzug betragen $\frac{1}{4} X$.

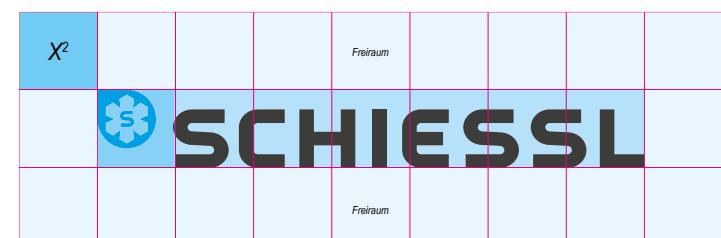


DER FREIRAUM

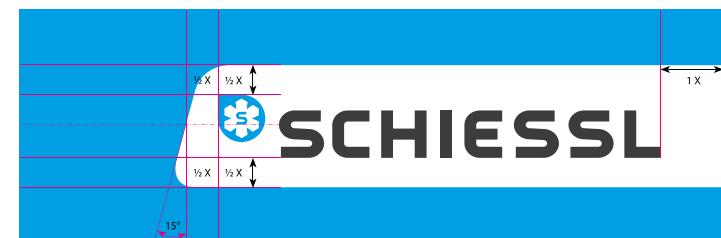
Damit das Logo wirken kann, muss ein fest definierter Freiraum um das Logo eingehalten werden. In diesem Freiraum dürfen keine anderen Bild- oder Textelemente stehen.

Der Freiraum ist der definierte Mindestabstand und entspricht der Maßeinheit $X2$.

Der Abstand zum Rand entspricht ebenfalls dem vorgeschriebenen Leerraum.



Das Logo mit dem Swosh darf nur vom Marketing platziert werden.

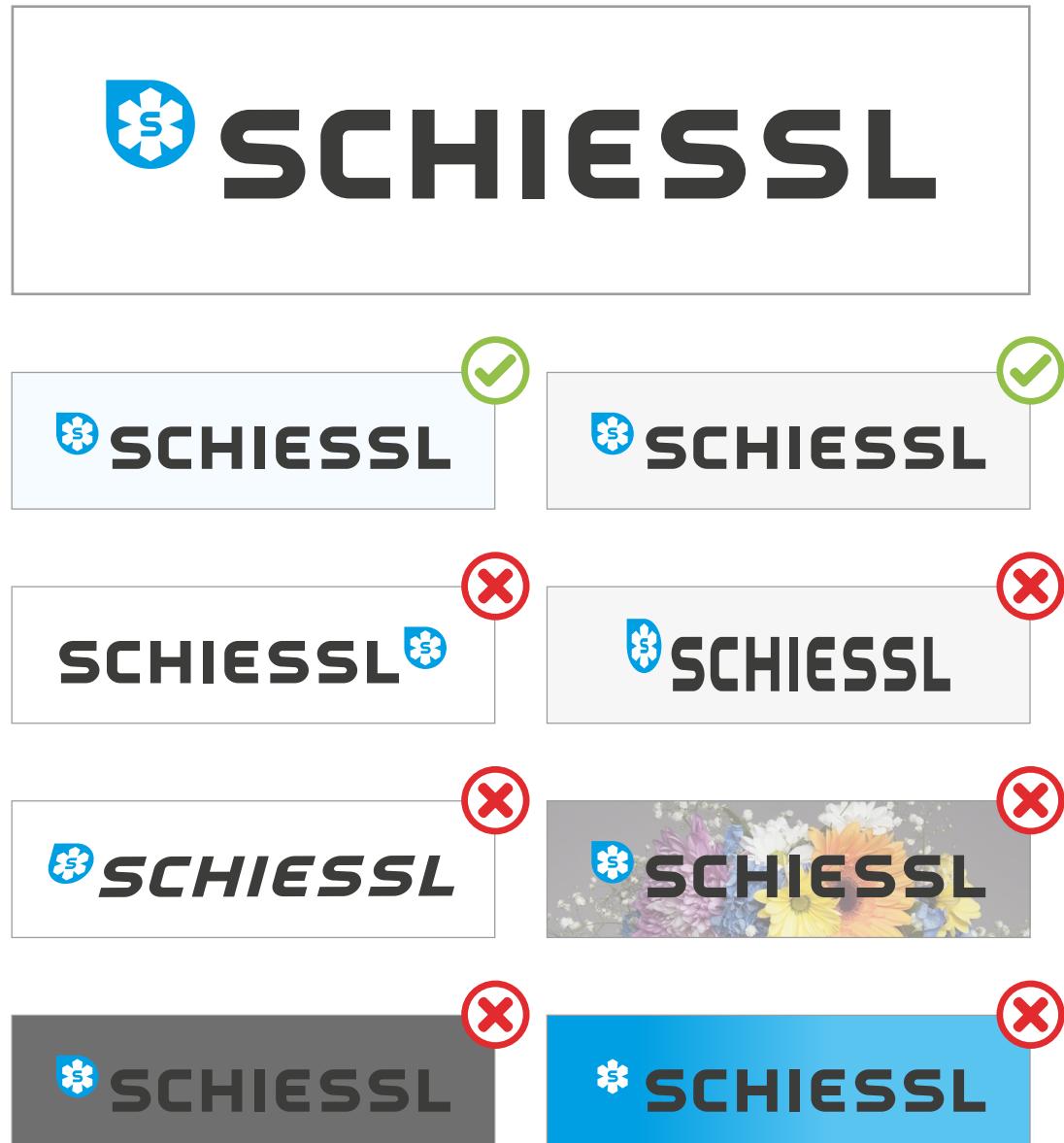


EINSATZ DES LOGOS

Grundsätzlich wird das Logo auf weißem Hintergrund abgebildet. In Ausnahmefällen darf das Logo auch auf einem sehr hellen Hintergrund stehen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass der Innenraum des Tropfens grundsätzlich in weiß gehalten ist.

Auf keinen Fall darf das SCHISSL-Logo auf einen dunklen oder farbigen Hintergrund gestellt oder der Schriftzug in weiß dargestellt werden.

Auch das Tauschen der Elemente untereinander und das Verzerren des Logos sind nicht zulässig!



DIE FARBEN

DIE FARBDEFINITION

Die Farben von SCHISSL sind ein kraftvolles blau und ein technisches grau. In allen farbigen Drucksachen von SCHISSL müssen diese Farben verwendet werden.

BLAU

Steht für das Kerngeschäft von SCHISSL, die Kältetechnik. Blau ist eine kühle, frische Farbe. Es vermittelt ein kühles, aber persönliches Raumklima. Blau steht ebenfalls für geistige Offenheit, Freiheit und Ehrlichkeit. Die Farbe kommt vorwiegend im Markenzeichen (Signet), in Titeln und in Headlines vor. Zusammen mit ihren Tonwerten bildet sie aber auch den Grundton in der Gestaltung.

GRAU

Ist eine neutrale unauffällige Farbe. Es steht für Reife, technische Erfahrung, Sachlichkeit, Kompromissbereitschaft und Weisheit. Grau wirkt elegant, seriös und schafft Distanz. Das technische Grau kommt nur im Schriftzug vor. Es kann aber auch als Gestaltungsfarbe eingesetzt werden, dann jedoch sehr sparsam und nie flächig.



SCHISSL

FARBE	CMYK	HKS	RGB	WEB	RAL**	PANTONE C/U*
	100 0 0 0	HKS 47 K	0 159 227	#009fe3	220 60 40	Pantone Process Cyan Coated Pantone Process Cyan Uncoated
	0 0 0 90	HKS 93 K	61 61 61	#3d3d3d	140 30 05	Pantone 425 C Pantone 426 U

* Für gestrichene (C) und ungestrichene (U) Papiere

** RAL-Design-Fächer

TYPOGRAPHIE



SCHRIFTARTEN

Texte aller Art werden grundsätzlich immer in HTML-formatierter Systemschrift geschrieben und nicht als Grafik eingesetzt.

Mit der @font-face-Regel in CSS3 kann nun jede beliebige Schrift auf Websites eingesetzt werden.

Bei SCHIESSL ist die Hausschrift Arial Regular bzw. **Arial Bold**.

Helvetica Neue LT Pro (Family)
Gut geeignet für Printmedien wie Nettopreisliste und Kataloge.

Die Marke „**SCHIESSL**“ wird immer als ein Wort in Großbuchstaben geschrieben.

DIE SCHREIBWEISE VON SCHIESSL

Die Schreibweise von SCHIESSL sollte wie folgt geschrieben werden:

SCHIESSL (im Text)

mySCHIESSL

mySCHIESSL Card

mySCHIESSL TOP 12

Schiessl (nur für die Adresse: Robert Schiessl GmbH)

Schießl (nur als Nachname)

Arial (Family)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜß
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß
1234567890!-?%€@

Helvetica Neue LT Prorow (Family)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜß
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüß
1234567890!-?%€@

TABELLEN

Tabellen können auf unterschiedliche Art dargestellt werden. Generell sollte dabei die Übersichtlichkeit der zu übermittelnden Informationen immer im Vordergrund stehen.

Die einzelnen Zeilen oder Spalten sollten nur Konturen haben. Hierbei sollten ausschließlich Farben aus der SCHIESSL-Farbpalette verwendet werden.

Als zusätzliches Trennelement können graue: **#878787** bzw. **0/0/0/50** CMYK mit **0,5** Pixel-Linien genutzt werden.

Für die Inhalte der Tabellen gelten die gleichen Vorgaben wie für normalen Copy-Text (Fließtext).

AUFZÄHLUNGSPUNKTE

Die Aufzählungspunkte sind quadratisch und farbig dargestellt. Farbwert: **#009de0** bzw. **100/0/0/0** CMYK.



FARBE	CMYK	HKS	RGB	WEB	RAL**	PANTONE C/U*
	100 0 0 0	HKS 47 K	0 159 227	#009fe3	220 60 40	Pantone Process Cyan Coated Pantone Process Cyan Uncoated
	0 0 0 90	HKS 93 K	61 61 61	#3d3d3d	140 30 05	Pantone 425 C Pantone 426 U

Eigenschaften

- Kühlen
- Heizen
- Ventilieren 3 Stufen
- Trocknerfunktion
- Natürliches Kühlmittel R290
- Memory
- Zeit- /Komfortmodus
- Fernbedienung
- Motorisierte Klappe
- Geprüfte Sicherheit

ICONS

Diese Icons werden für alle SCHIESSL Medien verwendet.



DER BRIEFBOGEN

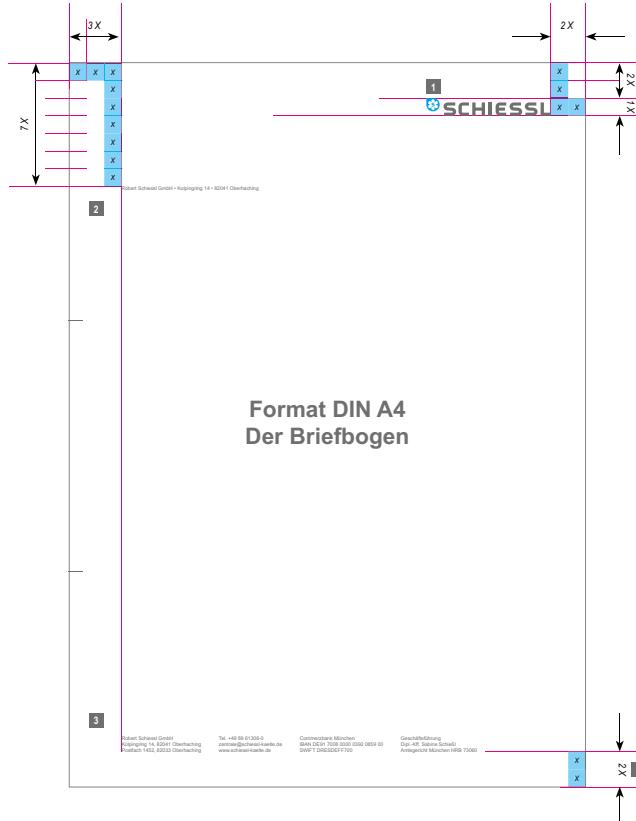
Für ein einheitliches Erscheinungsbild hat der Briefbogen eine besondere Bedeutung. Denn Briefe informieren nicht nur, sondern sie repräsentieren mit charakteristischem Schriftbild und dem Logo die Marke Schiessl und tragen so wesentlich zur Wiedererkennung bei.

Die stets gleiche Positionierung des Logos und die eindeutige Struktur des Aufbaus sorgen für das einheitliche Auftreten auch im Schriftverkehr.

- 1** Logo: Platzierung rechts oben, Größe 52 x 7 mm
- 2** Absender: Platzierung rechtsbündig Arial Regular und Arial Bold, Schriftgröße 6 pt
- 3** Die Fußzeile: Platzierung rechts unten; Arial Regular und Arial Bold, Schriftgröße 6 pt, Durchschuss 7,2 pt, Textblöcke linksbündig

Das Folgeblatt

- 4** Das Folgeblatt schließt nahtlos an das Briefpapier an, jedoch ohne Adresszeile unten und Absender oben
- 5** Logo: Platzierung rechts oben, Größe 52 x 7 mm



Format DIN A4
Der Briefbogen

Format DIN A4
Das Folgeblatt

KUVERT

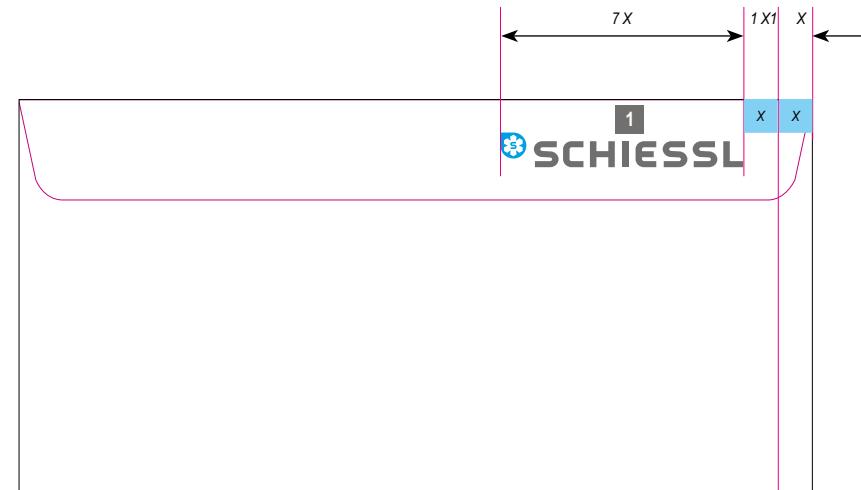


DAS C5/6 KUVERT

Auch bei den Kuverts gelten eindeutige Regeln. Denn auch hier führt die stets gleiche Positionierung des Logos und die eindeutige Struktur des Aufbaus zu einem einheitlichen und wiedererkennbaren Auftritt.

Aus postalischen Gründen wird auf eine Gestaltung der Vorderseite verzichtet. Statt dessen findet das Branding auf der Rückseite des Kuverts statt.

Logogröße: 70 x 10 mm

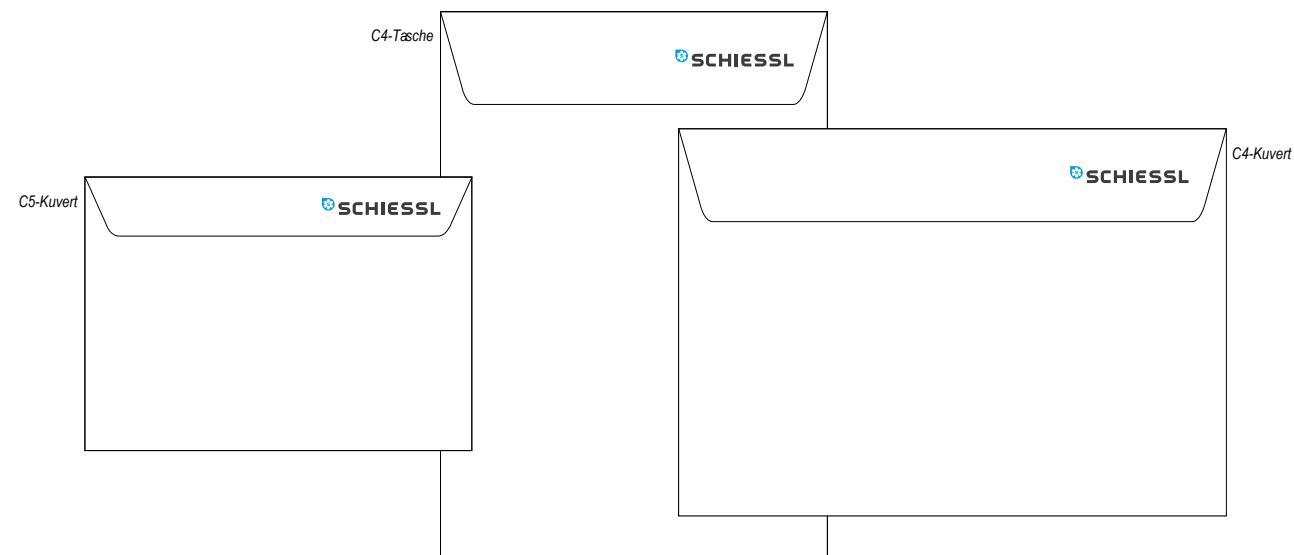


DAS C4 KUVERT

Logogröße: 70 x 10 mm

- 1** Logo: Platzierung rechts oben auf der Lasche, Abstand vom rechten Rand kann der Lasche angepasst werden.

Anmerkung: Sämtliche anderen DIN-Formate werden nach demselben Prinzip gestaltet.



VISITENKARTEN

Das Werbemittel, das vielleicht am häufigsten Verwendung finden wird, und meist auch der erste persönliche Kontakt zum Unternehmen ist.

Mit dieser Sonderstellung gehen wir daher auch mit einer etwas anderen Gestaltung auf dieses Medium ein und führen sie hier gesondert auf.

Gedruckt auf Karton 400 g Bilderdruck matt

Format: Querformat 8,5 x 5,5 cm

Veredelung: Soft-Feel beidseitig folienkaschiert matt

Farbigkeit: 4/4-farbig

Vorderseite

- 1** Logo: Platzierung links oben in weißem Feld, Logo-Größe 40 mm breit
- 2** Die Namenszeile: Platzierung links, Name: Arial Bold, 11 pt
Funktionsbezeichnung: Arial Regular, 7 pt
- 3** Die Adresszeile: Platzierung links, Arial Regular, 7 pt, Durchschuss 9 pt, linksbündig

Rückseite

- 4** Logo: Platzierung Mitte oben, Größe 54 mm breit
- 5** QR-Code: Platzierung Mitte, Größe 18,5 x 18,5 mm



GESPRÄCHSNOTIZ

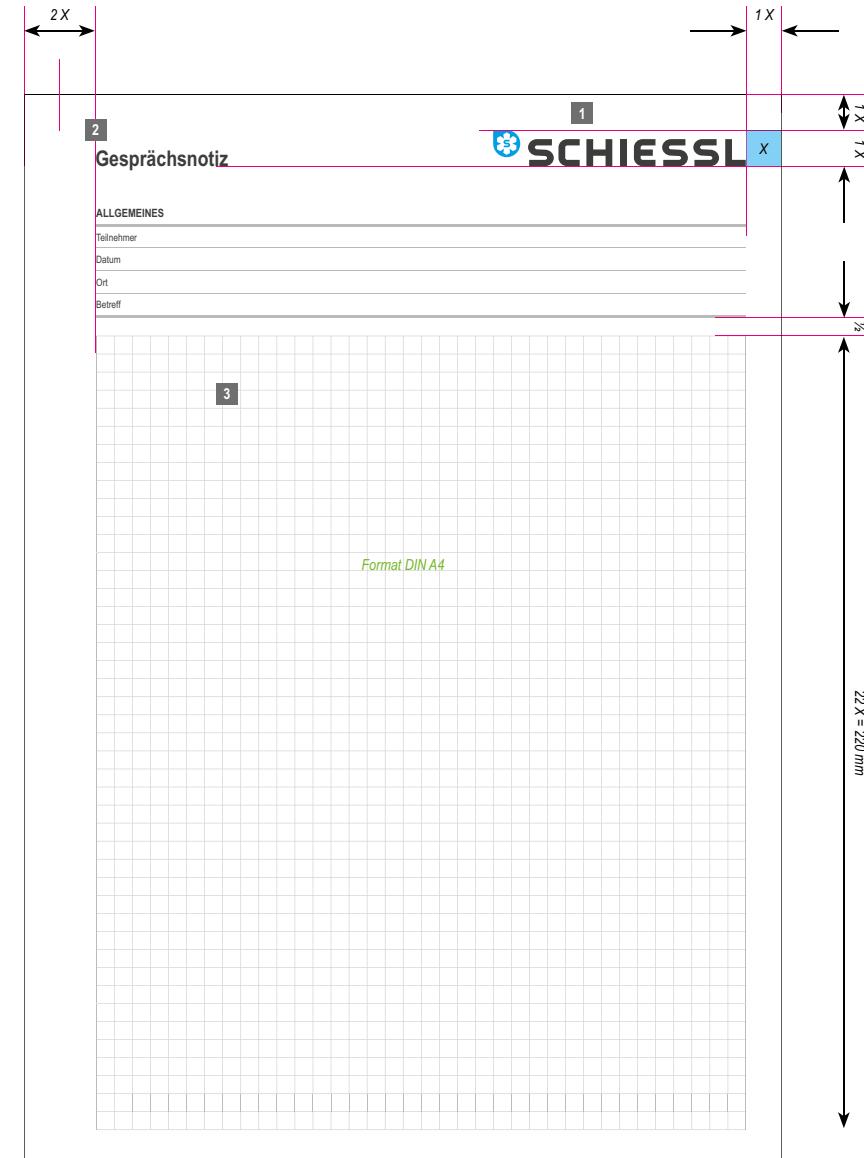
Die Gesprächsnotiz im Format DIN A4 folgt in der Gestaltung denselben einfachen Grundregeln wie die Basisausstattung.

1 Logo: Platzierung rechts oben,
Größe 70 x 10 mm

2 Der Titel steht linksbündig auf derselben
Grundlinie wie das Logo,
Arial Narrow Bold, 17 pt

Die darunter folgende Beschriftung wird in 9 pt Arial
Barrow Bold bzw. 8 pt Arial Narrow Regular gesetzt

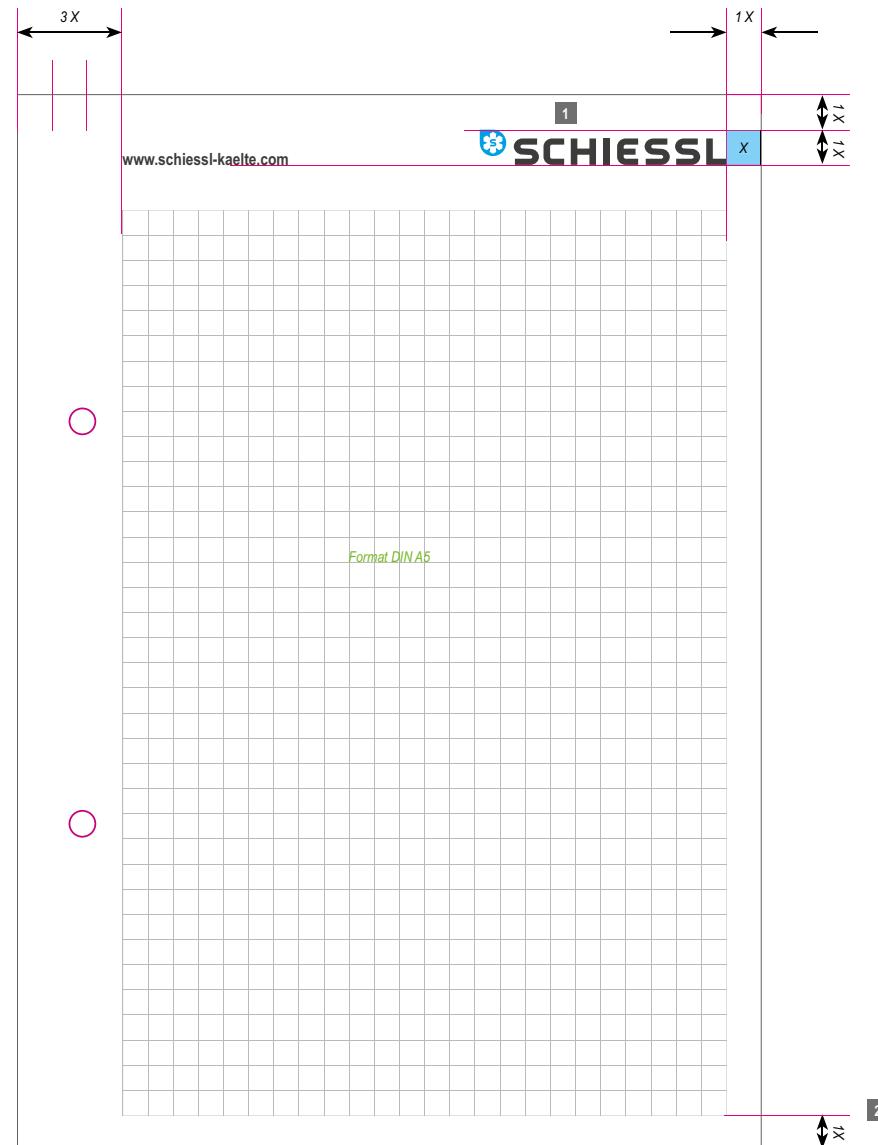
3 Das Feld für Notizen richtet sich am unteren
Balken aus. Die Größe des Karo-Rasters entspricht der
halben Logo-Höhe,
also $\frac{1}{2} X = 5 \text{ mm}$



NOTIZBLOCK DIN A5

Der Notizblock im Format DIN A5 folgt ebenfalls den schon beschriebenen Prinzipien. Lediglich die Größe des Karos definiert sich hier nicht aus der Logo-Höhe, sondern entspricht dem gängigen Normraster von 5 mm

- 1** Logo: Platzierung rechts oben, Größe 49 x 7 mm
- 2** Der Abschluss: Platzierung des Balkens rechts unten, Höhe $\frac{1}{2} X$



HINTERGRUND

BETON HINTERGRUND

Kann als Hintergrund für Aktionen, News sowie Printmedien verwendet werden.





SCHIESSL

Styleguide