

Qualitäts- und Markengemeinschaften



**Qualitäts- und
Markengemeinschaften
– Visuelle Komponenten**

Das Logo der Qualitäts- und Markengemeinschaften

Mit den Qualitäts- und Markengemeinschaften (in der Folge mit QG bzw. MG bezeichnet) unterstützt der Fachverband die Mitgliedsbetriebe in hochinteressanten, zukunftssträchtigen Märkten. Unternehmen, die sich einer der Aktionen anschließen möchten, müssen dafür eine spezielle Fortbildung absolvieren sowie weitere Voraussetzungen erfüllen. Nur Mitgliedsbetriebe im Qualitäts- bzw. Markenverbund dürfen dann ein entsprechendes Gütesiegel verwenden.

Im Nachfolgenden werden sämtliche Ausarbeitungen zur Anwendung des Logos am Beispiel der Qualitätsgemeinschaft „Entspannt modernisieren“ visualisiert. Die entsprechenden Angaben gelten analog für alle anderen Qualitäts- und Markengemeinschaften. Alle Marketing-Produkte werden hier beispielhaft mit dem Landesverbandslogo „Schreiner Bayern“ dargestellt.

Logo der Qualitäts- und Markengemeinschaften



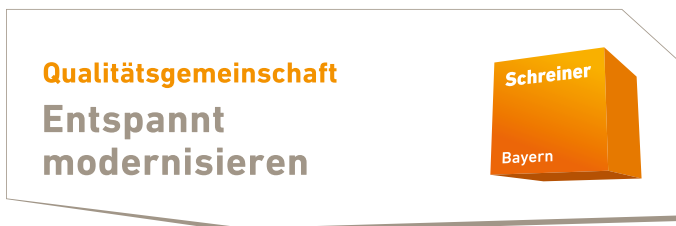
Hinweis

Das Logo der jeweiligen Qualitätsgemeinschaft ist über den Bundesverband erhältlich. 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 164



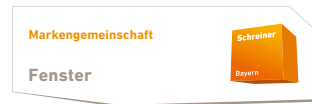
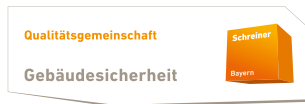
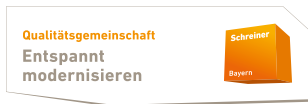
Das Logo besteht aus drei Elementen: (1) Der Marke des Landesverbands (Würfel), die eine Bildmarke ist, (2) aus einem Schriftzug, der eine Wortmarke darstellt, und (3) aus einer charakteristischen weißen Fläche, auf der die anderen Elemente platziert werden. Alle drei Bestandteile bilden das Logo, das in seiner Form, Farbe, Schrift und Schreibweise nicht verändert oder ergänzt werden darf (siehe S. 166). Eine Veränderung oder Ergänzung hätte eine Schwächung der Marke zur Folge.

Anwendungsformen

Das Logo gibt es in verschiedenen Varianten für unterschiedliche Einsatzgebiete.

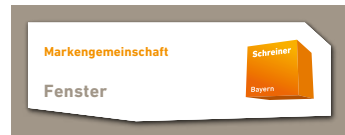
Standardversion (linearer Schatten)

Verwendung auf weißem Grund



Standardversion (Schlagschatten)

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 dürfen keine anderen Objekte platziert werden. So hat auch das QG- bzw. MG-Logo eine Schutzzone. Die Schutzzone bildet ein gedachtes Rechteck um das Logo. Sie ist bereits in der Logo-Datei angelegt und wird mit einem unsichtbaren Rahmen begrenzt. 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.

Logogrößen auf
Seite 165 – 166



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. Die Größe des Logos wird nachfolgend in Prozent angegeben und orientiert sich an der Logogröße auf einem A5-Format (Darstellung in 100 % siehe linke Seite). Das Logo ist hier in 150 % abgebildet.



Hinweis

Die Logogrößen für die gängigsten Formate sind auf der nächsten Seite aufgelistet.

Qualitätsgemeinschaft

**Entspannt
modernisieren**



DIN A4
150 %

Qualitäts- und Markengemeinschaften – Visuelle Komponenten

Nicht zulässige Anwendungsformen

Maße für weitere Formate

| | |
|-------------------|--------|
| DIN A5/DIN Lang | 100% |
| DIN A4 | 150% |
| DIN A3 | 200% |
| DIN A2 | 250% |
| DIN A1 | 350% |
| DIN A0 | 600% |
| Rollup | 850% |
| Großflächenplakat | 1.500% |

Auf Drucksachen in DIN A4 beträgt die Logogröße grundsätzlich 150%. Das Gesamtlayout ist dahingehend anzupassen. In Ausnahmefällen (z.B. Zertifikat – Seite 184) ist eine Verkleinerung auf 125% möglich. Dies stellt jedoch immer die Untergrenze dar.

Nicht zulässige Anwendungsformen

Das Logo darf nur wie auf **Seite 163** verwendet werden. Veränderungen und Ergänzungen sowohl grafisch als auch im Wortlaut oder in der Schreibweise, wie in folgenden Beispielen, sind verboten.



Stauchung



ohne weiße Fläche



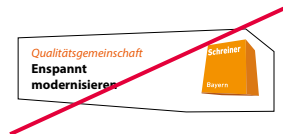
Farbliche Verfremdung



Verzerrung



Ergänzung



Eigenhändiges Nachbauen

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.

Aufzählungen ordnen sich den Schrifthierarchien unter und werden mit Schrägstrichen angeführt. Das Aufzählungszeichen wird mit einem Leerraum von einem halben Geviert vom Wort getrennt. Dies gilt auch für die Reihung einer Aufzählung. Der Schrägstrich hat immer die selben typografischen Eigenschaften wie die Aufzählungspunkte.

/ Aufzählungspunkt 1

/■ Aufzählungspunkt 2

/ Aufzählungspunkt 2.1

/■ Aufzählungspunkt 2.2

/ Punkt 2.1 / Punkt 2.2 / Punkt 2.3

/■ Punkt 2.1 ■/■ Punkt 2.2 ■/■ Punkt 2.3

Texthierarchien

Zu verwendende Schriftgrößen für alle Formate sind auf den Seiten 178-184 beschrieben.

Ebene 1
DIN Next LT Pro, Heavy,
Fw 8, Laufweite 8 (gilt für
alle Texthierarchien)

Überschrift Ebene 1

Ebene 2
DIN Next LT Pro, Bold,
Fw 8

Überschrift Ebene 2

Introtext
DIN Next LT Pro, Light

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 faccuptatquo esto volupis eariati corporum fuga.

Ebene 3
DIN Next LT Pro, Bold,
Laufweite 8, 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
Fließtext BU
DIN Next LT Pro, Light

Bildunterschrift

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

Textfarben

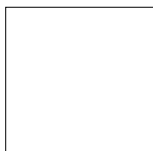
Als Hintergrundfarbe dient in der Regel Weiß. Überschriften werden im Farbwert 8 gesetzt. In Ausnahmefällen kann der Farbwert 8 in einer Aufrasterung von 60 % verwendet werden.

Fw 6



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

Fw 7



–
0/0/0/0
255/255/255
FFFFFF

Fw 8



Warm Grey 9
23/32/34/53
130/120/111
82786F



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

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.

Das neue QG- bzw. MG-Logo bringt ein einzigartiges Wiedererkennungselement durch die ungewöhnliche Grundfläche mit sich. Diese Grundfläche findet über alle Printprodukte hinweg ihre Anwendung.

So wird die Unterkante der Logoform mit der zugehörigen Fläche entsprechend auf dem Titel von Broschüren, Flyern oder auch auf Plakaten platziert. Die entstehende weiße 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 178**.

Das QG- bzw. MG-Logo wird im Layout grundsätzlich oben rechts platziert. Beim Format DIN lang führt dies automatisch dazu, dass das Logo mit Schutzzone die gesamte Layoutbreite ausfüllt.

1/3 Fläche weiß



< 1/3 Seitenhöhe

Abstände

Die Abstände von Bild zu Text oder Seitenrand zu Text entsprechen der doppelten Schutzzone des Logos.

Format
DIN lang Flyer
(210 x 100 mm)

1 **Logogröße**
100 %

2 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy,
Schriftgröße 20 pt,
Laufweite 25 pt,
ZAB auto

3 **Subheadline**
DIN Next LT Pro,
Regular,
Schriftgröße 15 pt,
Laufweite 15 pt,
ZAB 16 pt,
Abstand vor 2 mm

4 **URL**
DIN Next LT Pro,
Regular,
Schriftgröße 10 pt,
Laufweite 10 pt,
ZAB auto

⚠ **weiße Fläche**
Die Maske des weißen QG-Anschnitts ist beim Bundesverband erhältlich. Bitte nicht eigenhändig nachbauen.

⚠ **Motive**
Generell können Sie statt eines Bildmotives auch eine Fläche im Farbwert 8 als Motiv verwenden.

Qualitäts- und Markengemeinschaften – Visuelle Komponenten

Prinzip des Titellayouts

2/3 Fläche weiß



1/2 Fläche weiß



< 2/3
Seitenhöhe

1/2
Seitenhöhe >



Layout mit 2/3 Fläche

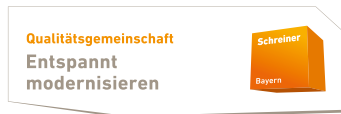
Da das Layout mit 2/3 der weißen Fläche wenig Platz für Bildinhalt bietet, muss darauf geachtet werden, dass das Motiv für den Anschnitt geeignet ist. Es kann auch auf eine Farbfläche als Motiv zurückgegriffen werden.

Technische Hinweise zur Anwendung des Logos

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

Digitaldruck | Offset

Officedrucker, Kleinauflagen | Großauflagen



CMYK

Bildschirmdarstellungen

Web, Präsentationen



RGB

Hausfarben ab
Seite 48

Digitaldruck

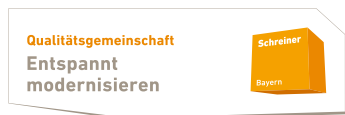
Der Digitaldruck ist ein Druckverfahren, bei dem das Druckbild direkt von einem Computer in eine Druckmaschine übertragen wird, ohne dass dafür eine statische Druckform benutzt wird.

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.

Qualitäts- und Markengemeinschaften – Visuelle Komponenten

Technische Hinweise zur Anwendung des Logos

Siebdruck, Folien, Sticking

Pantone, RAL, HKS

(ohne Verlauf)

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“.

Corporate Picture

Farbigkeit

Die Farbigkeit der Bilder soll monochromatisch und entsättigt sein. Es muss darauf geachtet werden, dass die Farben nicht mit dem QG- bzw. MG-Logo konkurrieren und damit dessen Wahrnehmbarkeit nicht einschränken.

Bildaufbau

Der Bildaufbau muss so gewählt werden, dass das QG- bzw. MG-Logo oder Gütesiegel nicht gestört wird. Es müssen entsprechend ruhige Fläche geschaffen werden.



✓ monochrom, entsättigt



✗ unpassende Farbwahl, konkurriert mit QG-Logo



✗ unruhige Fläche

**Qualitäts- und
Markengemeinschaften
– Druckerzeugnisse**

Qualitäts- und Markengemeinschaften – Druckerzeugnisse Flyer

Flyer

Abbildung in 35 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 170

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.

Format
DIN lang hoch
(210 x 110 mm)

1 Logogröße
100 %

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 20 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 8

3 Subheadline
DIN Next LT Pro,
Regular, 15 pt,
Laufweite 15,
ZAB 16 pt, Fw 6

4 URL
DIN Next LT Pro,
Regular, 10 pt,
Laufweite 10,
ZAB auto, Fw 8



Zur beispielhaften Gestaltung von Innen-
seiten eines Flyers siehe Kapitel Drucker-
zeugnisse Landesverband Seite 105

Broschüren DIN A4

Die klassische DIN-A4-Broschüre eignet sich besonders für umfangreiche Inhalte mit hohem Informationswert. Auch hier lässt sich je nach Anwendungsfall der weiße QG-Anschnitt auf 1/3, 1/2 oder 2/3 der Formathöhe platzieren.

Abbildung in 24 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 170



Format DIN A4
(210 x 297 mm)

- 1 **Logogröße**
150 %
- 2 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 35 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 8
- 3 **Subheadline**
DIN Next LT Pro,
Regular, 25 pt,
Laufweite 15,
ZAB 35 pt, Fw 8
- 4 **URL**
DIN Next LT Pro,
Regular, 15 pt,
Laufweite 10,
ZAB auto, Fw 8

Hinweis zu Bildern
Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exemp-
larische Darstellung.

Zur beispielhaften Gestaltung von Innen-
seiten eines Flyers siehe Kapitel Drucker-
zeugnisse Landesverband Seite 107/108

Großflächenplakate

Abbildung in 2 %/1 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 170

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.

Format Größfläche
(hier: 3.560 x
2.520 mm)
> weitere Formate
möglich

1 Logogröße
1.500 %

2 Headline
DIN Next LT Pro,
Heavy, 600 pt, Lauf-
weite 25, ZAB auto,
Fw 8

3 Subheadline
DIN Next LT Pro,
Regular, 350 pt,
Laufweite 15,
ZAB 500 pt, Fw 8

4 URL
DIN Next LT Pro,
Regular, 200 pt,
Laufweite 20,
ZAB auto, Fw 8



Hinweis zu Bildern

Das hier gezeigte Bild-
beispiel ist eine exem-
plarische Darstellung.

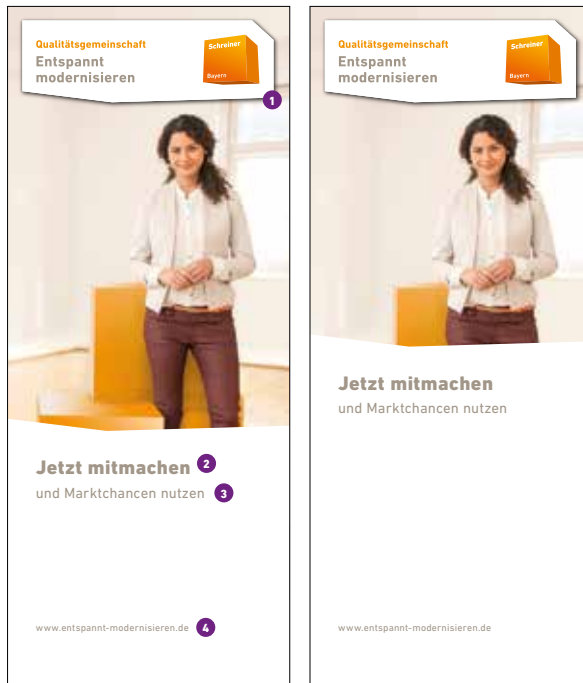


Rollup

Da die Abmessungen abweichen können, werden hier vorrangig Layoutprinzip und Seitenaufteilung erläutert. Die unten stehenden Beispiele beziehen sich auf das Format 850 x 2.050 Millimeter.

Abbildung in 2%/1% der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts auf Seite 170



1 **Format Größfläche**
(hier: 850 x 2.050 mm)
> weitere Formate möglich

2 **Logogröße**
850 %

3 **Headline**
DIN Next LT Pro,
Heavy, 170 pt, Laufweite 25, ZAB auto, Fw 8

4 **Subheadline**
DIN Next LT Pro,
Regular, 130 pt, Laufweite 15, ZAB 150 pt, Fw 8

5 **URL**
DIN Next LT Pro,
Regular, 85 pt, Laufweite 20, ZAB auto, Fw 8

Hinweis zur Individualisierung

Betriebe haben die Möglichkeit, Werbemittel auch individualisiert im Auftritt der Qualitäts- bzw. Markengemeinschaft zu erhalten. Für die Individualisierung sollen freie Bereiche in den weißen Anschnittflächen genutzt werden. Die Individualisierung auf dem Titel soll sich auf Logo und Webadresse des Betriebs beschränken.

Nicht alle Anschnittmöglichkeiten sind für Individualisierungen geeignet. Am besten eignen sich halbseitige Anschnitte.

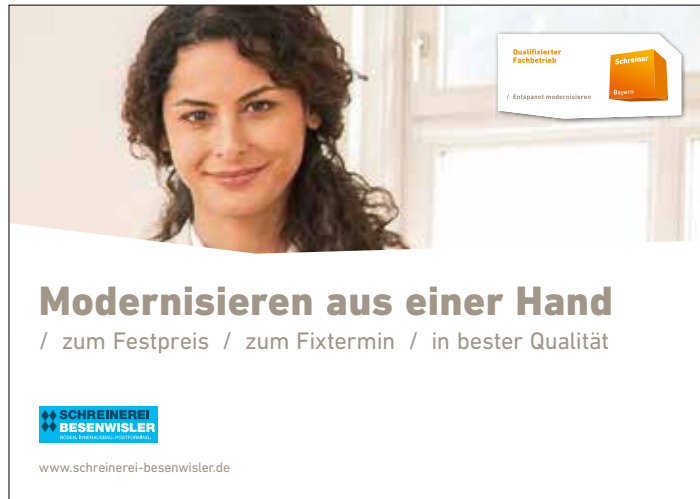
Abbildung in 3 %/23 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 170



Hinweis zum Logo

Bei der individuellen Lösung wird statt dem QG- bzw. MG-Logo das Gütesiegel in gleicher Größe und an gleicher Position verwendet. Siehe auch Gestaltungshandbuch der Betriebe, Kapitel Qualitätsgemeinschaften.



Großflächenplakat



Rollup



Plakat



Flyer

Abbildung in 13%/27 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 170

Qualitäts- und Markengemeinschaften – Druckerzeugnisse Zertifikat

Zertifikat

Abbildung in 36 %
der Originalgröße

Prinzip des Titellayouts
auf Seite 170

Format DIN A4
(210 x 297 mm)

1 Logogröße
125 %

2 Zertifikat
DIN Next LT Pro,
Heavy, 90 pt,
Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 7

3 Qualitätsgemeinschaft
DIN Next LT Pro,
Bold, 27 pt,
Laufweite 15,
ZAB auto, Fw 8

4 Zertifizierter Betrieb
DIN Next LT Pro,
Medium/Regular,
12 pt,
Laufweite 15,
ZAB 17, Fw 6

5 Fließtext
DIN Next LT Pro,
Light, 10 pt,
Laufweite 15,
ZAB 15, Fw 6

6 Unterschriften
DIN Next LT Pro,
Light, 8 pt,
Laufweite 11,
ZAB 15, Fw 6



Aufkleber

Aufkleber der Logos bzw. der Gütesiegel der QG und MG müssen konturgeschnitten sein – entlang ihrer charakteristischen weißen Fläche. Dabei wird auf eine grafische Umrandung mittels Linie oder Schlagschatten verzichtet. Das Trägermaterial muss immer reinweiß sein. Dies gilt für jede Art von Aufklebern, bspw. Autoaufkleber oder Etiketten für Briefpapier, Kuverts, Flyer und Plakate. Eine Aufbringung des Logos bzw. Gütesiegels mittels anderer Trägerformate, wie z.B. Standard-Etiketten, ist unzulässig. Dadurch würde der charakteristische Gesamteindruck des Logos bzw. Gütesiegels verfälscht.



Hinweis zum Logo

Die Mitglieder der QG bzw. MG erhalten die Gütesiegel neben der digitalen Version auch in Form von hochwertigen Aufklebern bei ihrem Fachverband.

**Qualitäts- und
Markengemeinschaften
– Digitale Medien**

Website

Auch die Websites der Qualitäts- bzw. Markengemeinschaften schließen sich den Regeln des Corporate Designs entsprechend an. Auf eine genaue Vermaßung der Webseite wird aufgrund der Schnellebigkeit des Mediums verzichtet. Es gelten die Regeln des Corporate Designs und dessen Komponenten.

Platzierung links im Header

Verkleinerte Darstellung

- 1 **Logobreite**
mind. 520 px



Platzierung rechts im Header

Verkleinerte Darstellung

- 1 **Logobreite**
mind. 520 px



