

Corporate Design Manual

Basiselemente und Gestaltungsrichtlinien

Das vorliegende Corporate Design Manual gibt einen umfassenden Einblick in das neue Erscheinungsbild der JES.GROUP und legt die Gestaltungsstandards und -variablen schriftlich nieder. Erst in ihrer Summe sorgen sie für ein durchgängiges und unverwechselbares Erscheinungsbild und somit für eine starke und erfolgreiche Marke.

Die Funktion des Corporate Design Manuals ist es, Richtlinien und Hilfen zur einheitlichen Gestaltung aller kommunikativen Maßnahmen zu geben. Es bedarf eines sensiblen Umganges mit den vorliegenden Gestaltungselementen, um bei der täglichen Anwendung den immer wieder neuen Anforderungen einzelner Medien gerecht zu werden. Der Prozess der Corporate Design Entwicklung gilt hiermit nicht als abgeschlossen sondern befindet sich in sukzessiver Fortsetzung.

Das Corporate Design Manual richtet sich an alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Es bildet zugleich die Arbeitsgrundlage für Grafiker und Drucker bei der Bearbeitung von Gestaltungsmedien.

LOGO

04 Logoverversionen 05 Schutzraum & Mindestgröße 06 Anwendungsgrößen 07 Unzulässige und zulässige Anwendungen

TYPOGRAFIE

08 Corporateschrift 09 Empfehlungen Text 10 Inhouse Schrift

FARBWELT

11 Primärfarben 12 Sekundärfarben

BILDWELT

13 Bild- und Fotostil

GESTALTUNGSELEMENTE

14 Logozitat 15 Farbvariationen 16 JES! Sprechblase

GESTALTUNGSRASTER

17 Layout-Prinzip Titelseiten 18 Titelseite alternativ 19/20 Beispiele

Logo

Logoverversionen



Standardversion

Bildmarke und Slogan **Grün** 85 / 18 / 100 / 5
Wortmarke **Dunkelgrau** 62 / 50 / 51 / 45



Graustufen

Bildmarke und Slogan 60% Schwarz
Wortmarke 82% Schwarz



S/W Positiv Version

Bildmarke und Slogan 100% Schwarz
Wortmarke 100% Schwarz



Weiß invertierte Version

Das Logo der JES.GROUP ist eines der gestalterischen Kernmerkmale des Corporate Designs. Es präsentiert sich mit der Ausgangsgröße (100 %) für eine A4-Anwendung im Format 50 x 11 mm und in den beiden Hausfarben Grün und Dunkelgrau. Wird das Logo größer benötigt, wird dieses proportional skaliert.

Das Logo besteht aus einer Bild- und Wortmarke. Die Logo-Elemente stehen in einem festen Größenverhältnis zueinander und dürfen nicht verändert werden. Die Wortmarke enthält die einzeilige Bezeichnung JES.GROUP. Bis zur gesetzten Mindestgröße folgt in der zweiten Zeile der Claim UNSERE ENERGIE.

Positionierung

Das Logo wird in jedes zu gestaltende Medium – Ausnahme bildet die Geschäftsausstattung – im Branding-Bereich integriert und links unten im Format positioniert. Wenn es das Motiv und/oder die Komposition erfordern, kann das Logo auch links oben platziert werden.

Dauerhaft richtig angewandt setzt das Logo ein kontinuierliches Zeichen und bildet einen homogenen Rahmen für das Gesamterscheinungsbild.

Das Logo wird bevorzugt als vectorbasierte eps-Datei eingesetzt.

Die passenden Formate sind bei Sebastian Janz erhältlich:

sebastian.janz@jes-group.com

Logo

Schutzraum und Mindestgröße



Schutzzone = Umlaufend eine Bildmarken-Breite



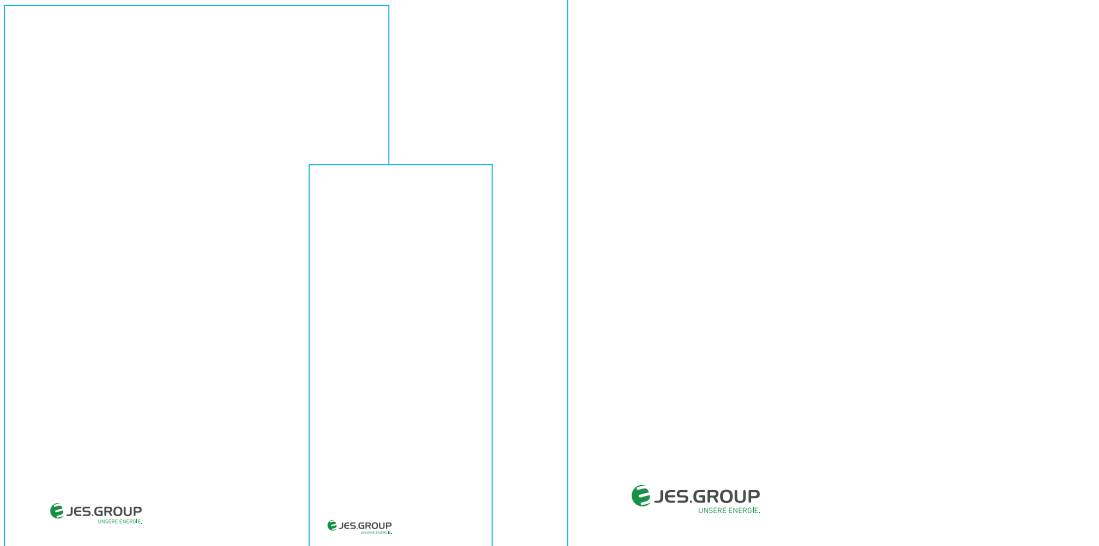
Schutzraum

Damit das Logo seiner repräsentativen Aufgabe gerecht werden kann, wird es von einer Schutzzone umgeben, in der keine anderen Elemente platziert werden dürfen.

Der umlaufende „Abstandshalter“ ergibt sich aus der Bildmarke des Logos.

Mindestgrößen

Das Logo mit Claim darf eine Mindestgröße von 25 Millimetern Breite nicht unterschreiten – die Variante ohne Claim hat eine definierte Mindestgröße von 20 Millimetern Breite.



Die gängigen DIN-Formate prägen die Printmedien der JES.GROUP. Die Größe des Logos ist für jedes DIN-Format wie folgt festgelegt:

Format	Skalierungsfaktor	
DIN lang	70%	35 mm Breite
DIN A5	80%	40 mm Breite
DIN A4	100%	50 mm Breite (Hauptversion)
DIN A3	140%	70 mm Breite

Größere Formate werden proportional von DIN A3 skaliert:

DIN A2 = 141% von DIN A3;

DIN A1 = 200% von DIN A3;

DIN A0 = 283% von DIN A3

Logo

Unzulässige Anwendungen



Keine Abänderung der Markenfarbigkeit



Keine andere Anordnung von Wort- und Bildmarke



Keine Alleinstellung der Wortmarke



Keine Proportionen ändern



Kein farbiges Logo auf Farbfläche



Kein farbiges Logo auf Foto

Eine Abänderung der Markenfarbigkeit ist unzulässig.

Die vorgegebenen Proportionen von Breite und Höhe müssen beim Skalieren beibehalten werden.

Verzerrungen, Verformungen, Stauchungen, Schattierungen oder sonstige Modifikationen am Logo sind unzulässig.

Zulässige Anwendungen



Logo auf sehr hellem Grund



Logo weiß auf Farbfläche



Logo einfarbig dunkelgrau – multipliziert mit dunkelgrauer Farbfläche (80%)

Das Logo erscheint vorzugsweise in der Standardversion auf weißem oder sehr hellem Grund. Zulässig ist auch ein weiß-invertiertes Logo auf farbigem Hintergrund sowie eine transparente Logo-Abdunklung auf dunkelgrauem Hintergrund.

Source Sans Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
rstuvwxyzäöüéß
1234567890?!.,“&@€

ExtraLight

ExtraLight Italic

Light

Light Italic

Regular*

*Italic**

Semibold*

Semibold Italic*

Bold*

Bold Italic*

Black

Black Italic

Als Corporateschrift für Web- und Printanwendungen wird die Open-Source**-Schriftfamilie **Source Sans Pro** des Designers Paul D. Hunt definiert.

Es handelt sich um eine serifenlose Schrift, die für Benutzeroberflächen sehr gut geeignet ist.

Die Source Sans Pro umfasst eine Vielzahl an Schriftschnitten, die optimal aufeinander abgestimmt und vielfältig kombinierbar sind.

* Empfohlene Schriftschnitte

** Open Source = frei verfügbare Quellen

A Curabitur ullamcorper ultr.
Etiam rhoncus nisi.

B Curabitur ullamcorper ultr.
Etiam rhoncus nisi.

C Rovit eatiorum sequam re si accabor iaernat emquia poria volupis estrum
alitaeperrae ne porro ereria nime am, ea voluptia debis quodi dolorro.

D Rovit eatiorum „sequam re si accabor iaernat emquia“ poria volupis estrum
et experrum alitaeperrae ne porro ereria nime am.

E Rovit eatiorum **sequam re si accabor iaernat emquia poria volupis** estrum
perrum alitaeperrae ea voluptia debis quodi dolorro vitatem ut omnihil.

Text	Schriftschnitt	Schriftfarbe
A Titel, Headlines	Regular	Schwarz, Grün oder Sekundär- farbe
B Sublines	Semibold	Adäquat zur Headline
C Fließtext, alle weiteren Informationen	Regular	Dunkelgrau
D Auszeichnungen, Zitate o. ä.	Italic	Dunkelgrau
E Hervorhebungen im Fließtext	Bold	Dunkelgrau

Ihrer Bedeutung und Funktion entsprechend lassen sich verschiedene Texteinheiten mit einem der empfohlenen Schriftschnitte (und Farben) belegen.

Ein sparsamer und kontinuierlicher Umgang mit Schriftschnitten und -größen stellt ein einheitliches Erscheinungsbild sicher.

Carnas

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
PQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
rstuvwxyzäöüéß
1234567890?!,"'&@€

Thin

Thin Italic

Light

Light Italic

Regular*

*Italic**

Medium*

*Medium Italic**

Bold*

*Bold Italic**

Extra Bold

Extra Bold Italic

Black

Black Italic

Für die gesamte Bürokommunikation wird die Carnas als Korrespondenzschrift verwendet. Somit wirkt sie als identitätsstiftendes Element auch ins Unternehmen hinein.

Die Lizenzen für die Nutzung der Schriften sind, sofern noch nicht vorhanden, bei www.linotype.com erhältlich.

* Empfohlene Schriftschnitte

Farbwelt

Primärfarben



Grün

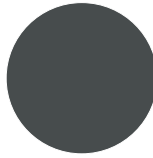
CMYK 85 / 18 / 100 / 5

RGB 0 / 139 / 55

HEX #008B37

Pantone 355 | 100%

HKS 57 | 100%



Dunkelgrau

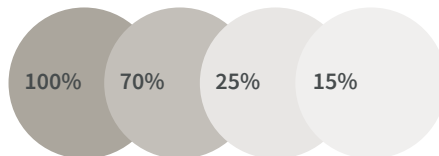
CMYK 62 / 50 / 51 / 45

RGB 79 / 82 / 80

HEX #4F5250

Pantone 426 | 82%

HKS 88 | 82%



Warmgrau

CMYK 0 / 4 / 10 / 38

RGB 181 / 177 / 168

HEX #B5B1A8

Die definierte Farbwelt verleiht dem Auftritt der JES.GROUP einen eigenen Charakter.

Die Farben werden in **Primär- und Sekundärfarben** unterteilt.

Die Leitfarben sind Grün und Dunkelgrau aus dem Logo. Hinzu kommt ein Warmgrau, welches sich besonders gut in prozentualen Abstufungen für den großflächigen Einsatz eignet (Seitenhintergrund). Durch den dezenten Gelbanteil bringt es mehr Wärme ins Gesamtbild.

Zusammen bilden diese Farben den typischen Farbkanon und variable Möglichkeiten der Gestaltung in den Kommunikationsmedien. Ihre Kombination fördert zudem die Wiedererkennung und Abgrenzung zu anderen Erscheinungsbildern. Sie sind die am häufigsten verwendeten Farben.

Farbwelt

Sekundärfarben



Gelborange

CMYK 1 / 42 / 88 / 0
RGB 244 / 163 / 43
HEX #F4A32B

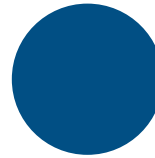
SOLAR



Hellgrün

CMYK 50 / 8 / 86 / 0
RGB 147 / 184 / 71
HEX #93B847

STROM



Blau

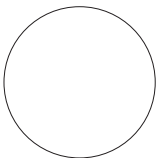
CMYK 100 / 75 / 23 / 7
RGB 0 / 70 / 128
HEX #004680

INVESTMENT



Schwarz

CMYK 0 / 0 / 0 / 100
RGB 0 / 0 / 0
HEX #000000



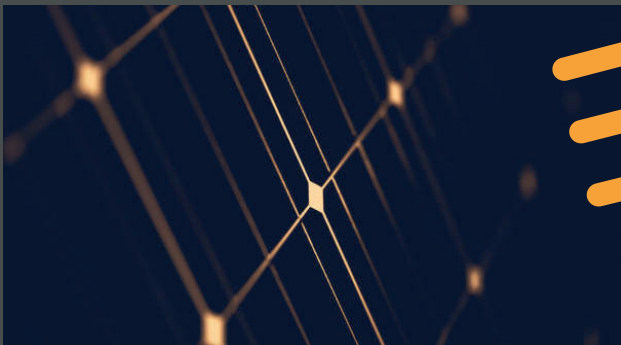
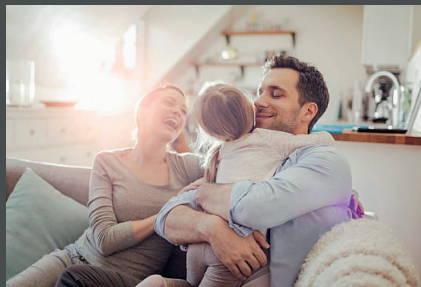
Weiß

CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 255 / 255 / 255
HEX #FFFFFF

Die bunten Sekundärfarben sollten nur in der thematischen Zuordnung der Bereiche – SOLAR, STROM, INVESTMENT – verwendet werden. Sie dürfen untereinander nicht gemischt werden und sind grundsätzlich nur im Vollton einsetzbar.

Sie harmonisieren mit den Primärfarben, geben Orientierung und pointieren Inhalte.

Die ergänzenden Farben sind bei Bedarf erweiterbar.



Die Bilderwelt der JES.GROUP besteht aus hellen, klaren und positiv konnotierten Aufnahmen rund um das globale Thema *Energiewende*. Sie sollen Aussagen umsetzen und unterstützen. Besonders Aufnahmen mit Personen vermitteln Stimmungen und erzeugen Gefühle beim Betrachter.

Bei der Einspiegelung von großformatigen Imagebildern z. B. auf Titeln ist darauf zu achten, dass interessante und spannende Kompositionen entstehen, die auch mit dem Logo zitat harmonisieren.

Wenn Themen nicht eindeutig dargestellt werden können oder keine passenden Abbildungen zur Verfügung stehen, können auch mono-chrome, thematisch interessante Strukturfotos verwendet werden.

Vorwiegend kommen Bilder im Querformat zum Einsatz. Gerade im Hinblick auf digitale Umsetzungen können es auch extreme Querformate (sog. Panoramafotos) sein.

Wichtige Aspekte der Bildsprache:

- Reduktion auf wesentliche Bildinhalte, die auf kleinem Raum konzentriert sind (ausreichend „Fleisch“ zu den Bildseiten hin)
- Hochwertige, zeitgemäß technische Stimmung
- Darstellung von Tätigkeiten, Erfolgen (mit Personen)
- Geringe Farb- und Tonwertkontraste (nicht zu bunt wirkend)
- Interessante Perspektiv- und Sonnenlicht-Aufnahmen
- Ruhige Flächen für Textplatzierungen im mittleren oberen Bereich der Aufnahmen (Ausnahmen redaktionelle Bilder)
- Authentische Motive (keine 3D Renderings)
- Verzicht auf Effekthaschereien (z. B. keine Bewegungsunschärfen, keine Filteranwendungen, keine Farbüberziehungen ...)

Unbedingt zu beachten:

- Hohe Bild-Qualität und -Auflösung
- Urheber-, Presse-, Bild- und Persönlichkeitsrechte

Gestaltungselement

Logozitat



Format	Logo Breite	Logozitat Höhe
DIN lang	35 mm Breite	42 mm Höhe
DIN A5	40 mm Breite	48 mm Höhe
DIN A4	50 mm Breite	60 mm Höhe
DIN A3	70 mm Breite	84 mm Höhe



1 Logolänge

plus 20%

Das Logozitat bildet die so genannte „optische Klammer“ – ein verbindliches Gestaltungselement, dass zusätzlich Akzente setzt und für Wiedererkennung sorgt. Es ist formal der Umkehrung der Bildmarke entlehnt.

Das Element findet sich vor allem auf Titeln in Printmedien sowie im Web wieder. Es steht immer – von rechts kommend – im Anschnitt.

Logo und Logozitat werden – abhängig vom DIN-Format – in einem fest definierten Verhältnis zueinander platziert. Die Höhe des Logozitats entspricht der Breite des eingesetzten Logos plus 20 Prozent.



Farbig auf hellem Hintergrund



Farbig auf farbigen Motiven



Transparente Abdunklung (30%) auf dunkelgrauem Hintergrund (l.) oder negativ Weiß auf hellem Hintergrund (r.)

Zwei Möglichkeiten der Farbvariationen

Entweder bildet das Logozitat optisch mit dem Hintergrund eine Einheit, dann ist der Hell-Dunkel-Kontrast zwischen diesen beiden Elementen eher gering. Oder es steht in einem starken Hell-Dunkel-Kontrast farbig auf hellem Hintergrund oder farbig auf farbigen Motiven.

Regeln im Umgang mit dem Element

- Element schmückt hauptsächlich Titelseiten
- Element kommt ausschließlich von rechts ins Layout (Logo positioniert sich links)
- Fest definiertes Verhältnis von Logo und Logozitat muss beachtet werden
- Element wird nicht durch andere Gestaltungselemente überlagert
- Proportionen müssen beim Skalieren beibehalten werden
- Verzerrungen, Verformungen, Stauchungen, Schattierungen oder sonstige Modifikationen sind unzulässig
- Sparsamer Einsatz

Gestaltungselement

JES! Sprechblase

Sag Ja! zu JES!



Sag Ja! zu JES.SOLAR



Sag Ja! zu JES.STROM



Sag Ja! zu JES.INVESTMENT

Die JES! Sprechblase ist ein zusätzliches Gestaltungselement, welche auf Innen- oder Folgeseiten – z. B. in Call-to-Action Bereichen – sehr behutsam eingesetzt wird.

Sie besteht aus einer leicht schräg gestellten, rechteckigen Fläche mit Eckradius und einer (Sprech)Ecke, die immer links unten an der Fläche platziert ist. Darauf erscheint der Schriftzug JES!.

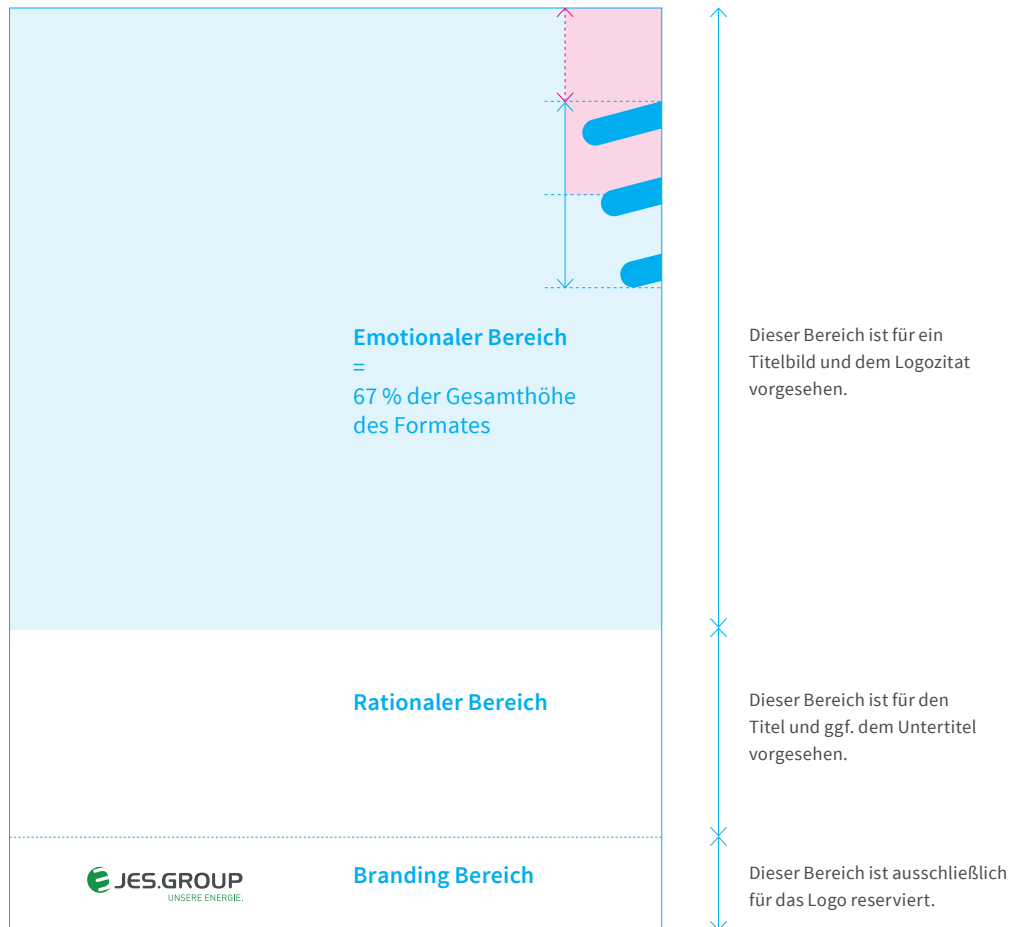
Die JES! Sprechblase wird nur als gefüllte Fläche – Farbvarianten laut Abbildung links – und mit weiß invertierter Schrift eingesetzt.

Das Element darf nicht nachgebaut werden, es steht als vektorbasierte Grafik zur Verfügung.

Die Form der Sprechblase samt Inhalt bleibt auch beim Skalieren unverändert. Fläche und Proportion der Sprechblase stehen immer in einem harmonischen Verhältnis zum jeweiligen Dokumentformat.

Gestaltungsraster

Layout-Prinzip von Titelseiten



Zu einem klaren Corporate Design gehört ein grundsätzliches Ordnungsprinzip. Die Festlegung bestimmter Flächen, ihre Aufteilung und Anordnung zueinander bestimmen optische Wirkung, Struktur und die Qualität der Informationsvermittlung. Neben einer optimalen Übersichtlichkeit wird parallel die eindeutige Zuordnung zum Absender visualisiert.

Flächenaufteilung

Bei der empfohlenen Aufteilung nimmt der emotionale Bereich eine Höhe von 67% der Gesamthöhe des Formates ein. In diesem Bereich werden ein aussagekräftiges Bild und das Logozitat in einer thematisch zugeordneten Sekundärfarbe eingespiegelt.

Der Abstand des Gestaltungselements zur oberen Bildkante beträgt (mindestens) die Hälfte der Höhe des Logozitats. Im A4 Format bedeutet das, dass bei einer Einsatzgröße von 60 mm Höhe beträgt der Abstand nach oben 30 mm.

Formate

Die Gestaltung der Printmedien der JES.GROUP erfolgen im Normalfall in den gängigen Standard DIN Formaten. Sonderformate für besondere Anwendungen sind möglich.

Gestaltungsraster

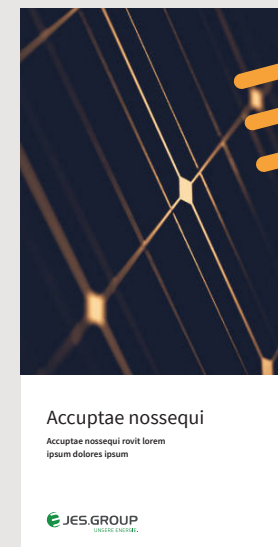
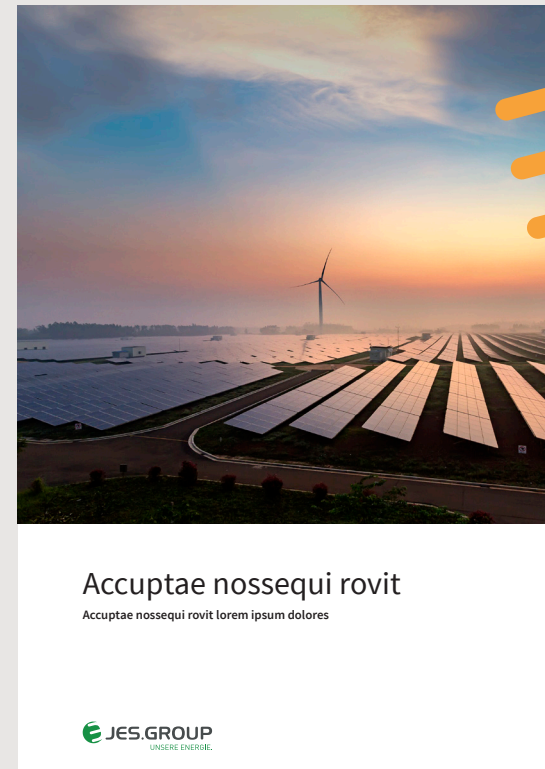
Titelseite alternativ



Alternativ können Logo und Logozitat in monochrom transparenter Abdunklung auf dunkelgrauem Hintergrund erscheinen. Das Logozitat wandert dabei in den kombinierten Bereich.

Das Logozitat wird in der Horizontalen mittig zur Hintergrundfläche gesetzt.

Es ist darauf zu achten, dass es nicht durch andere Elemente überlagert wird.





Alternative Titelbeispiele für spezielle
Produktbewerbung

Herausgeber

JES.GROUP GmbH
Gewerbestraße 1
18184 Broderstorf
OT Neu Roggentin

Tel. 038204 76 26 30
info@jes-group.com
www.jes-group.com

Konzeption und Gestaltung

Qbus Internetagentur GmbH
Richard-Wagner-Straße 1a
18055 Rostock

Tel. 0381 4 61 39 - 0
info@qbus.de
www.qbus.de

Bildernachweis: istockphoto.com