



WERBEGEMEINSCHAFT
HALLBERGMOOS IN AKTION

Corporate
Design

INHALT

4 | Einleitung

6 | 1.0 Kernwerte

1.1 Claim

8 | 2.0 Farbe

2.1 Farbkombinationen und Verwendung

11 | 3.0 Schrift

12 | 4.0 Logoaufbau

4.1 Finales Logo

4.2 Designelement

4.3 Logovarianten

25 | 5.0 Der Hallbär

26 | 6.0 Bildwelt

Einleitung

Im folgenden wird das neue Corporate Design der Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion erklärt.

Das alte besteht seit 15 Jahren (2001) und soll nun (2016) überarbeitet werden.

Gründe für dieses neue Konzept waren vor allem, dass es bis jetzt keine einheitliche Struktur im Erscheinungsbild der Werbegemeinschaft gab. Außerdem soll das Logo auf einen modernen Stand gebracht werden und den neu erarbeiteten Kernwerten der Werbegemeinschaft angepasst werden.

Es geht vor allem darum, eine einheitliche Struktur festzulegen, nach der sich künftige Auftritte richten sollen. Dafür werden bestimmte Designregeln festgelegt, wodurch der Wiedererkennungswert gestärkt werden soll.

1.0 Kernwerte

Die Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion ist ein Verein, bestehend aus vorwiegend mittelständischen Unternehmen. Ziel ist es, die Kaufkraft an den Ort zu binden. Daraus folgen Kernwerte (s. rechte Seite), welche die Aktionen und die Vorgehensweise des Vereins am besten verkörpern.

verbunden/vernetzt/kommunikativ, weil man sich innerhalb der Gemeinschaft ein Netzwerk aus Kontakten aufbaut.

dynamisch/aktiv, weil durch Veranstaltungen und Aktionen der Ort in Bewegung gebracht wird.

familiär/persönlich/unterstützend, weil man als Mitgliedsbetrieb nicht in der Menge untergeht, sondern man sich gegenseitig kennt und unterstützt.

seriös/vertraulich, weil man sich als Mitglied „gut aufgenommen“ fühlen soll und sämtliche Vorgänge der Werbegemeinschaft vertrauenswürdig und zuverlässig behandelt werden.

ortsnah, weil sich sämtliche Entscheidungen und Aktivitäten auf den Ort beziehen sollen und die meisten Mitglieder auch ortsansässig sind.

1.1 Claim

Aus den genannten Kernwerten ergibt sich der Satz **„Persönlichkeit schafft Vertrauen“**. Er gilt als Leitsatz der Werbegemeinschaft und fasst den Kerngedanken zusammen.

Gestalterisch darf er vor allem bei allgemeinen Auftritten (Website, Veranstaltungen, Anschreiben etc.) prägnant in den Vordergrund rücken.

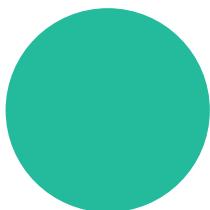
verbunden
vernetzt
kommunikativ
dynamisch
aktiv
familiär
unterstützend
persönlich
seriös
vertraulich
ortsnah

2.0 Farbe

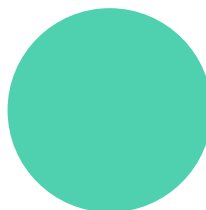
Die Primärfarbe der Werbegemeinschaft war schon immer Türkis. Deshalb wird diese auch im neuen Corporate Design übernommen, um den Wiedererkennungswert nicht zu schwächen. Das neue Türkis wird lediglich ein wenig aufgehellt, damit es freundlicher im Vergleich zum vorherigen leicht gräulichen Türkis wirkt.

Hinzu kommt nun ein Hellgrün als Sekundärfarbe um Mehr Dynamik und Frische in das Erscheinungsbild zu bringen.

Primärfarbe Türkis

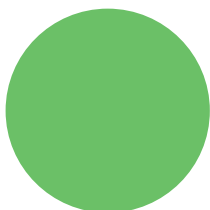


Print:
C:70 M:0 Y:50 K:0

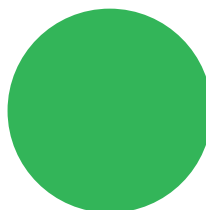


Digital:
#4fd1b1

Sekundärfarbe Hellgrün



Print:
C:60 M:0 Y:80 K:0



Digital:
#33b558

Ergänzende Farbe Schwarz/Grau



Print:
C:0 M:0 Y:0 K:100
Digital:
#000000



Print:
C:0 M:0 Y:0 K:15
Digital:
#f5f5f5

2.1 Farbkombinationen und Verwendung

Im Folgenden wird die Verwendung aller Farben in jeglicher Kombination erläutert.



Türkis als Akzentfarbe auf Weiß als Flächenfarbe

Dies ist die primäre Farbkombination. Jegliche primäre Elemente dürfen diese Kombination aufweisen.



Hellgrün als Akzentfarbe auf Weiß als Flächenfarbe

Diese Farbkombination sollte für untergeordnete Informationen verwendet werden.



Weiß als Akzentfarbe auf Türkis als Flächenfarbe

Wenn Türkis als Flächenfarbe verwendet wird, dürfen Elemente darauf nur in Weiß abgebildet werden.



Weiß als Akzentfarbe auf Hellgrün als Flächenfarbe

Wenn Hellgrün als Flächenfarbe verwendet wird, dürfen Elemente darauf nur in Weiß abgebildet werden.



Hellgrün als Akzentfarbe auf Türkis als Flächenfarbe

Diese Farbkombination darf nicht verwendet werden, da der Kontrast zu schwach ist und sich Elemente dadurch optisch nicht mehr eindeutig voneinander unterscheiden lassen.



Türkis als Akzentfarbe auf Hellgrün als Flächenfarbe

Diese Farbkombination darf nicht verwendet werden, da der Kontrast zu schwach ist und sich Elemente dadurch optisch nicht mehr eindeutig voneinander unterscheiden lassen.

WERBEGEMEINSCHAFT HALLBERGMOOS IN AKTION

Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion

Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion

Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion

Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion

Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion

Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion

3.0 Schrift

Da das Logo einen sehr minimalistischen und flachen Aufbau hat, ergibt sich eine vielleicht zu moderne Form. Um jedoch den familiären Kernwert nicht zu verlieren, wurde mit der „Amatic SC“ eine handgeschriebene Schrift gewählt. Sie wird vorrangig für das Logo sowie prägnante Hauptüberschriften verwendet.

Als Ergänzung dazu wurde die Schriftart „Roboto Condensed“ gewählt, welche für jegliche Mengentexte und sonstigen Schriftgebrauch verwendet wird. Der schlichte, serifenlose Schriftstil verkörpert die Seriösität des Designs.

4.0 Logoaufbau

Grundsätzlich besteht die Ursprungsform des Logos aus vier sich überschneidenden Kreisen (s. Abb.: 1). Nun wird aus dem innersten Ring 1/5 herausgeschnitten, aus dem mittleren 2/5 und aus dem äußersten 3/5. Die so entstandenen Segmente werden versetzt angeordnet um Dynamik innerhalb der Form zu erzeugen (s. Abb.: 2).

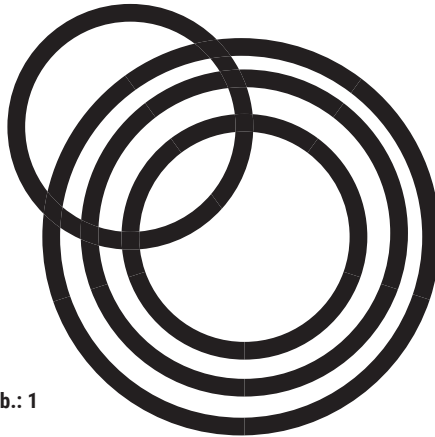


Abb.: 1

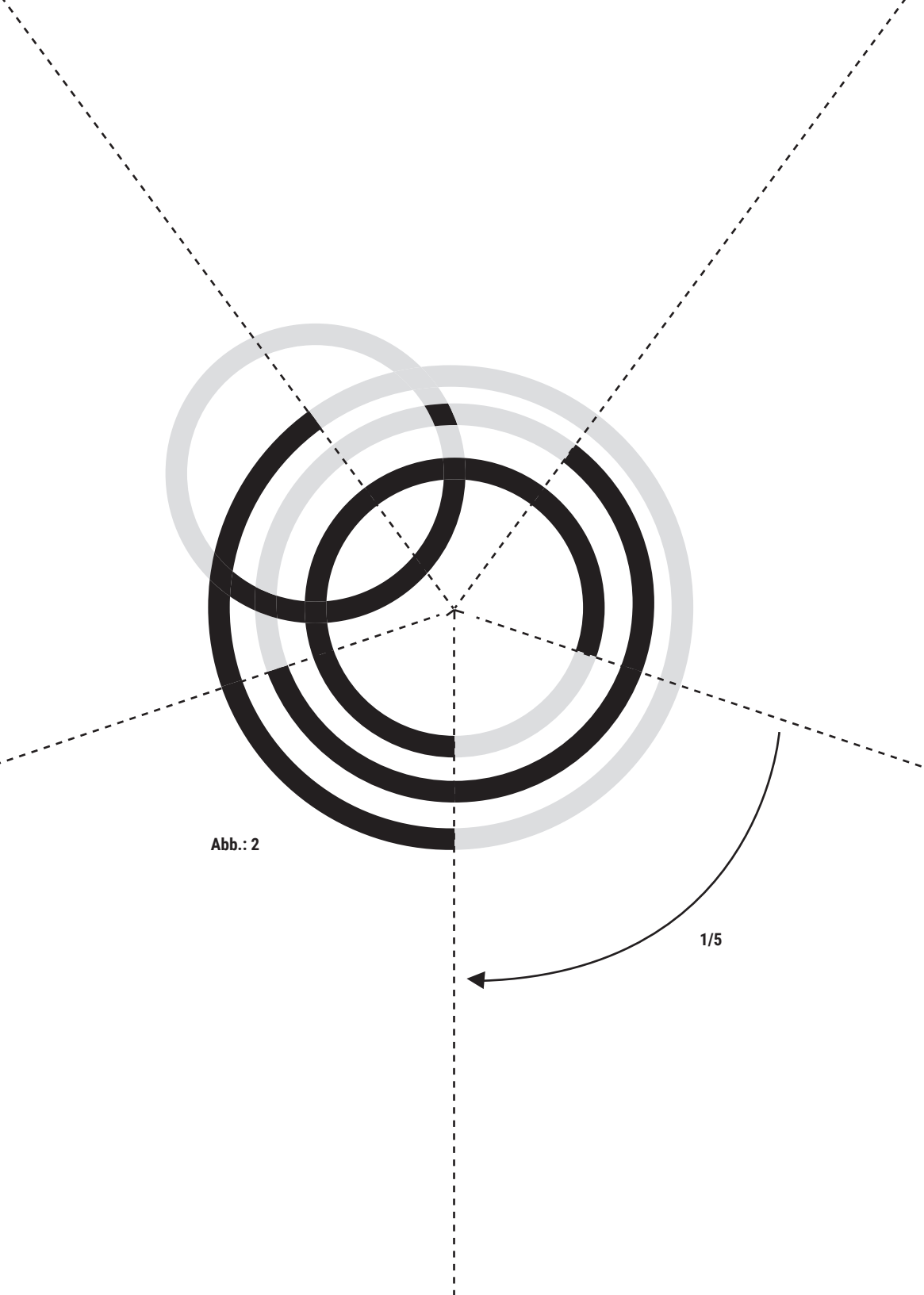


Abb.: 2

$1/5$

4.0 Logoaufbau

Der vierte seperierte Ring erzeugt an den Überschneidungen die Initialen von Hallbergmoos in Aktion. H (s. Abb.: 3) I (s. Abb.: 4) A (s. Abb.: 5). Diese drei Buchstaben fügen sich ebenso in die sich drehende Logoform ein.

Abb.: 3



Abb.: 4



Abb.: 5





4.1 Finales Logo

Das finale Logo verkörpert nun die Kernwerte der Werbegemeinschaft Hallbergmoos in Aktion. Das „Ineinandergreifen“ der einzelnen Elemente steht für die gegenseitige Unterstützung des Vereins und zwischen den Mitgliedern. Die kreisrunde 360° Form charakterisiert die Kommunikation, die innerhalb der Werbegemeinschaft stattfindet. Die sich ineinander zu drehen scheinenden Einzelelemente des Logos geben der Gesamtform eine starke Dynamik, welche das aktive Engagement und die Aktionen im Ort verkörpert. Zusätzlich fügen sich die Initialien von „Hallbergmoos in Aktion“ fließend in die Form ein. Der Farbeinsatz von Primär- und Sekundärfarbe soll dies zusätzlich verdeutlichen.

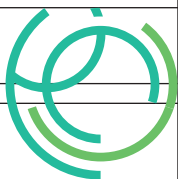


4.2 Designelement

Das Designelement baut sich in der Proportion genau wie das Logo auf, jedoch mit viel mehr Ringen und einer viel unregelmäßigeren Drehung, um noch mehr Dynamik zu erzeugen. Es darf vorrangig in Übergröße und angeschnitten abgebildet werden.



1/2



WERBEGEMEINSCHAFT
HALLBERGMOOS IN AKTION

4.3 Logovarianten

Grundsätzlich gibt es zwei Varianten des Logos, welche je nach gestalterischem Anspruch beliebig eingesetzt werden dürfen. Die Grundeinheit mit der Größe „1“ entspricht der Höhe der kleinen Buchstaben z.B. „A“. Daraus leiten sich die restlichen Abstände ab.

Bei der linksbündigen Variante sitzt das Logo mit halbem Abstand links neben der Schrift. Es ist mit $2 \frac{1}{4}$ Einheiten genau so groß wie die Schrifthöhen und der Zeilenabstand zusammen.

Bei der zentrierten Variante ordnet sich das Logo mit $\frac{1}{2}$ Abstand mittig über der zentrierten Schrift an. Es ist dabei $2 \frac{1}{2}$ mal so groß wie die Grundeinheit.

Die Farbvariationen orientieren sich an den Farbkombinationen (s.S. 9). Auf der folgenden Seite sind diese aufgeführt.



2 1/2

WERBEGEMEINSCHAFT

1/2

1

HALLBERGMOOS IN AKTION

1/4

1



WERBEGEMEINSCHAFT
HALLBERGMOOS IN AKTION



WERBEGEMEINSCHAFT
HALLBERGMOOS IN AKTION



WERBEGEMEINSCHAFT
HALLBERGMOOS IN AKTION



WERBEGEMEINSCHAFT
HALLBERGMOOS IN AKTION

5.0 Der Hallbär

Der Hallbär rückt im neuen Auftritt der Werbegemeinschaft in seiner Rolle als Maskottchen viel stärker in den Vordergrund. Mit einem eigenen Logo und einer eigenen Facebookseite ist er nun eine eigen feste Instanz der Werbegemeinschaft.





6.0 Bildwelt

Bilder, die im Design der Werbegemeinschaft vorkommen, sollten wenn möglich eine Unschärfe und eine asymmetrische Anordnung aufweisen (s. Beispiele auf der rechten Seite), damit im Gesamteindruck ein einheitlicher Bildstil entsteht.





2016
www.hallbergmoosinaktion.de
info@hallbergmoosinaktion.de

Find us on 