



Corporate Design Manual

Inhalt

1 • Logo	
Wort-Bildmarke	4
Richtiger Logoeinsatz	5
Falscher Logoeinsatz	6
Graustufen	7
Aktions-Logos im Erzbistum	8
2 • Farben	
Primärfarben / Sekundärfarben	10
3 • Schriften	
Printmedien	12
5 • Bildwelten	
Bildsprache	14
6 • Publikationen	
Flyer	15

1 • Logo

1 • Logo

Wort-Bildmarke

Das Logo der Aktion Neue Nachbarn ist eine Wort-Bildmarke. Das Bildelement stellt in stilisierter Form ein Herz mit einer offenen Tür in der Farbe Rot dar. Das rechts davon angeordnete, in Versalien geschriebene Wortelement „Aktion Neue Nachbarn“, besteht aus drei Teilen, die untereinander in der Farbe Grau angeordnet sind. Der Zusatz „im Erzbistum Köln“ bringt die Zugehörigkeit zum Ausdruck und ist auch in der Grauen Farbe abgebildet.



1 • Logo

Richtiger Logoeinsatz

Das Logo soll nur auf weißem Hintergrund mit einem Mindestabstand von 10 mm abgebildet werden, da dies eine gute Erkennbarkeit garantiert.

Beispiel Mindestabstand:



In Ausnahmefällen darf das Logo in negativ Weiß eingesetzt werden:



1 • Logo

Falscher Logoeinsatz

Eine gute (Wieder-)Erkennbarkeit des Logos ist sehr wichtig. Um diese zu gewährleisten, gelten folgende Abbildungsregeln:

Das Logo darf nicht verzerrt werden!



Das Logo darf nicht mit Schatten oder aufgerastert abgebildet werden!



Das Logo darf nicht auf unruhige oder dunkle Hintergründe gestellt werden!



1 • Logo

Graustufen

Wird das Logo in Graustufen benötigt, z.B. für Faxvorlagen oder andere Schwarz-Weiß-Drucksachen, so kommt es wie unten dargestellt zum Einsatz. Das Bildelement mit dem stilisierten Herz sind in 100% Schwarz und der Schriftzug „Aktion Neue Nachbarn“ in 80% Schwarz eingefärbt.

Als Beispiel für Anzeigen und Plakate in Graustufen wird das das Herz in 100% Schwarz und der Schriftzug in 80% Schwarz dargestellt:



In Ausnahmefällen, z.B. Fax, darf das Logo in 100 % Schwarz eingesetzt werden:



1 • Logo

Logo mit Erzbistum Köln

Als Aktion des Erzbistums Köln wird das Logo, speziell im digitalen Bereich (Web) und in Ausnahmen (Print), wie z.B. auf unruhigen oder dunklen Hintergründen, in Kombination mit dem Erzbistum Köln Logo abgebildet. Dabei entfällt der Zusatz „im Erzbistum“.

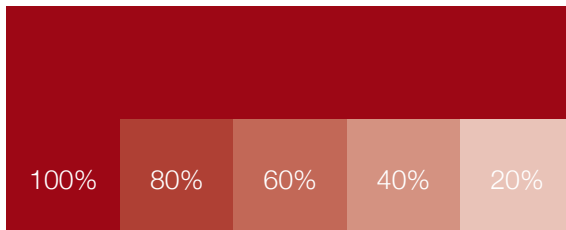


2 • Farben

2 • Farben

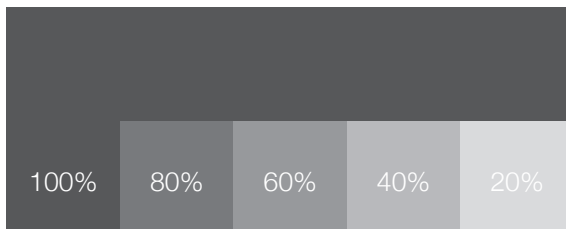
Primärfarben

Die Farben der Aktion Neue Nachbarn sind ein Rot und ein Grau. Die Farbe Rot beschreibt die Lebensfreude, die Energie, die Aktivität und viele weitere Eigenschaften. Die Primärfarben können in 100%, 80%, 60%, 40% und 20% verwendet werden.



Rot:

Sonderfarbe: Pantone Solid Coated 7427 C
CMYK: 0c 100m 90y 40k
RGB: 157r 15g 18b
9D0F12

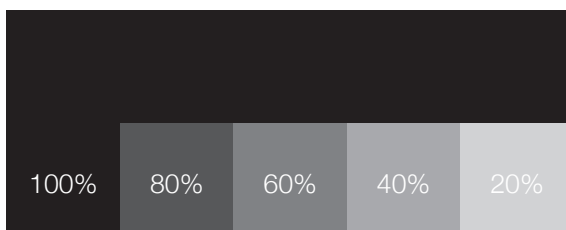


Grau:

Sonderfarbe: Pantone Solid Coated 425 C
CMYK: 0c 0m 0y 80k
RGB: 87r 87g 86b
575756

Sekundärfarbe

Sekundärfarben werden als Ergänzung zu den Primärfarben eingesetzt. Die Sekundärfarbe der „Aktion Neue Nachbarn“ ist Schwarz (in seiner Aufrasterung Grau). Schwarz wird aufgrund seiner guten Lesbarkeit als Schriftfarbe bei Fließtexten genutzt, Grau z.B. bei Flächen. Die Sekundärfarben können in 100%, 80%, 60%, 40% und 20% verwendet werden.



Schwarz:

Sonderfarbe: Pantone Process Black
CMYK: 0c 0m 0y 100k
RGB: 0r 0g 0b
000000

3 • Schriften

3 • Schriften

Printmedien

Die Hausschrift der „Aktion Neue Nachbarn“ ist die in 1983 entwickelte Schrift Neue Helvetica, die sich durch ein modernes, lesefreundliches Schriftbild und eine schnelle Erfassbarkeit in allen Medien auszeichnet. Die Neue Helvetica ist verbindlich für alle Drucksachen und wird in den Publikationen hauptsächlich in den Schriftschnitten „Light“, „Regular“, „Medium“ und „Bold“ verwendet.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 % (/) ?!

● Helvetica Neue Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 % (/) ?!

● Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 % (/) ?!

● Helvetica Neue Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 % (/) ?!

● Helvetica Neue Bold

4 • Bildsprache

4 • Bildsprache

Bildsprache

Ein wesentliches Element in der Gestaltung von Kommunikationsmitteln sind Bilder. Die verwendete Bildsprache ist klar, hell, freundlich, ruhig und auf das Wesentliche reduziert. Wenn möglich stehen Menschen im Vordergrund. Wichtig ist, dass alle Bilder eine natürliche, authentische Anmutung haben und eine positive Grundstimmung vermitteln.

Duplex:

Mit Duplexbildern werden besondere Akzente in der Gestaltung der Digital- und Printmedien gesetzt. Die Ergebnisse wirken edel. Beim Duplex-Verfahren wird nur mit zwei Farben gedruckt. Dabei werden Druckkosten für zwei Farbdurchgänge gespart und es wird auf den Aspekt der Nachhaltigkeit eingegangen.

Beispiel Duplex:



Personen:

- dem Betrachter zugewandt
- wenige Bildelemente
- helle Gesamtstimmung

5 • Publikationen

5 • Publikationen

Flyer

Für den Aufbau des Flyers gelten folgende Gestaltungsrichtlinien:

Beispiel Flyer:

