

Nachhaltig. Umfassend. Versorgt.

Stadtwerke
Langenfeld



Verbandswasserwerk
Langenfeld-Monheim

Corporate Design Manual

Inhalt

1. Basiselemente

4-6	Markenprinzip
5	Dachmarke & Submarken
6	Markenhierarchie
7-21	Dachmarkenlogo
10	Dachmarken-Icon
11	Wortmarke
12	Submarken
13	Logo mit Slogan
14	Produktmarken
16	Logogröße
18	Schutzbereich
19	Anwendung
21	Falsche Anwendung
22-25	Farben
23	Primärfarben
24	Produktfarben
25	Farbharmonie
26-31	Typografie
27	Hausschrift
28	Überschriften
29	Copytext
30	Schriftgrößen

2. Geschäftsausstattung

32-45	Analog
32	Briefbogen
36	Visitenkarte
38	Versandhüllen
42	Gratulationskarte
44	Vertragsmappe
45-46	Digital
45	PowerPoint & Word-Vorlagen
46	E-Mail-Fuß

3. Werbeausstattung

47-62	Digital und Print
48	Logoplatzierung
49	Gestaltungsraster
51	Bildweld
52	Icons
53	Gestaltungselemente
62	Gestaltungsbeispiele
63-69	Außenwerbung
63	Leuchtwerbun
64	Außenbeschriftung
65	Beschilderung
66	Fahrzeugbeschriftung
67	Mitarbeiterbekleidung
68	Messeausstattung
69	Banner
70-70	Präsente
70	Werbepräsente

Ein moderner Auftritt

In einem modernen, lokalen Marktraum ist der Wandel alltäglich. Auch die Stadtwerke Langenfeld und das Verbandswasserwerk Langenfeld-Monheim haben sich verändert. Durch Erweiterung und Modernisierung des Produkt- und Leistungsportfolios hat sich das Unternehmen weiterentwickelt. Diese Veränderung macht das Unternehmen stark für die Zukunft und lässt es selbstbewusst auftreten – mit einem modernen Corporate Design, das wir für Sie in diesem Handbuch dokumentiert haben.

Das Corporate Design ist die Visitenkarte des Unternehmens. Als Konstante in der sich schnell ändernden Welt prägt es das Bild, welches Unternehmen bei seinen Kunden und in der Öffentlichkeit hinterlässt. Der Anspruch, den das Unternehmen an die Qualität seiner Produkte und Leistungen stellt, muss sich daher auch in der Darstellung nach außen widerspiegeln. Um dies zu erreichen gilt es, die CD-Richtlinien zu beachten und einzuhalten.

Sollten sich bei der Anwendung des Corporate Designs Fragen ergeben, zögern Sie bitte nicht, uns direkt anzusprechen. **Wir helfen Ihnen gerne weiter.**

Direkte Ansprechpartner:

Sonja Scholl

markoon Werbeagentur

Telefon: 02173 49963-39

E-Mail: s.scholl@markoon.de

Markenprinzip

Die Dachmarke und die Submarken

Das Corporate Design begegnet Kunden in unterschiedlichen Ausprägungen. Das administrative Konzernlogo repräsentiert sowohl die Stadtwerke Langenfeld GmbH als auch das Verbandswasserwerk Langenfeld-Monheim GmbH + Co.KG und wird als Absender im Print- und Onlinebereich eingesetzt. Die beiden Untermarken Stadtwerke Langenfeld und Verbandswasserwerk Langenfeld-Monheim stehen jeweils für ihre gesamten Leistungsbereiche.

Um eine klare Kommunikation der Leistungsbereiche zu garantieren, wurde eine Farb-Text-Kombination als Orientierungsmerkmal entwickelt, bei der sich die Logos der jeweiligen Leistungsbereiche durch Farbe und Text unterscheiden.

Markenhierarchie

Dachmarke

Nachhaltig. Umfassend. Versorgt.
Stadtwerke  **Verbandswasserwerk**
Langenfeld Langenfeld-Monheim

Submarke

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Verbandswasserwerk**
Langenfeld-Monheim
Natürlich. Für die Region.

Produktmarken*

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Verbandswasserwerk**
Langenfeld-Monheim
Natürlich. Für die Region.

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

* Hinweis: In der Markenhierarchie können je nach Bedarf weitere Produktmarken integriert werden.

Dachmarkenlogo

Dachmarkenlogo

Das Dachmarkenlogo vereinigt die verschiedenen Unternehmen Stadtwerke Langenfeld GmbH und Verbandswasserwerke Langenfeld/Monheim GmbH + Co.KG zu einem einheitlichen Erscheinungsbild. Die Unternehmen treten in den meisten Fällen als Einheit auf, somit soll dieses Logo auch die dauerhafte Verbindung darstellen. Die Konzernstruktur wird so für jeden erkennbar, bietet aber weiterhin die Möglichkeit, auch einzeln und auch nur mit Produkten aufzutreten.

Es dient als Grundlage des Markensystems und stellt alle, auch für die weiterführende Markenarchitektur wichtigen Bestandteile, vor.

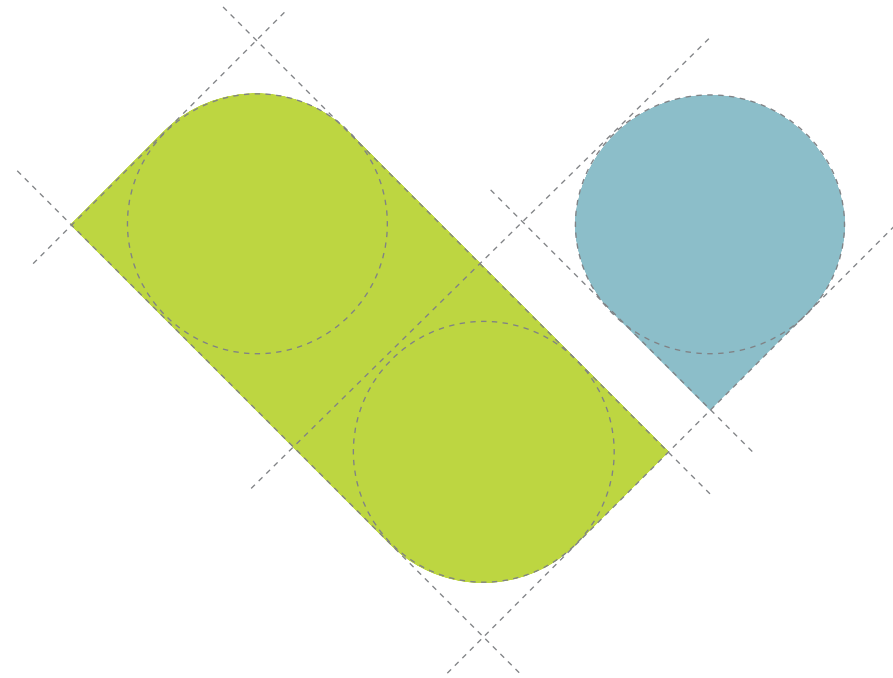
Das Dachmarkenlogo hat eine absolute Priorität.



Marken-Icon

Die Bildmarke wurde entwickelt aus drei abgewandelten Kreisen, wobei einer das Thema Wasser suggeriert und die zwei weiteren zu einem Element zusammengefasst sind welches im Weiteren für den Bereich der Stadtwerke steht. In Kombination ergibt sich ein Bild, das sowohl an ein um 45 Grad gedrehtes „L“ als auch an ein Häkchen erinnert.

Dabei werden die Farben Grün und Hellblau genutzt, welche die beiden Unternehmensbereiche symbolisieren.



Wortmarke

Die Wortmarke bildet sich aus dem Namen des jeweiligen Unternehmensbereichs, welcher in der Schrift Museo Sans Rounded 700 gesetzt wird.

Darunter steht ein Schriftzug der jeweiligen Stadt (Langenfeld oder Langenfeld-Monheim) in der Schrift Museo Sans Rounded 500 gesetzt.

Grundsätzlich wird in allen Logos eine gemischte Groß- und Kleinschreibung genutzt.

Stadtwerke
Langenfeld

Verbandswasserwerk
Langenfeld-Monheim

Submarken

Für das Dachmarkenlogo wurde das **Insel-Prinzip** genutzt, die Bildmarke steht frei in der Mitte der beiden Wortmarken. Dadurch werden die beiden Unternehmensbereiche „Stadtwerke“ und „Verbandswasserwerk“ miteinander verbunden.

Für die beiden Unternehmensbereiche wird jeweils die gleiche Bildmarke mit einem anderen Text genutzt. Hier wird das **Lok-Prinzip** genutzt, dadurch liegt der Fokus auf der Bildmarke, welche die beiden Unternehmensbereiche miteinander verbindet.



Logo mit Slogan

Für die Dachmarke wird der Slogan „Nachhaltig. Umfassend. Versorgt.“ genutzt. Dieser wird rechtsbündig oberhalb des Schriftzuges „Verbandswasserwerk“ in Grau (siehe Farbwerte) und der Schriftart Museo Sans 500 platziert.

Für beide Unternehmensbereiche wird für den Slogan die gleiche Schriftart und Größe genutzt, wie für die Dachmarke. Hier wird der Slogan linksbündig unter dem Unternehmensbereich und dem jeweiligen Ort positioniert. Der Slogan für die Stadtwerke lautet „mit Energie für die Zukunft“ und für das Verbandswasserwerk „Natürlich. Für die Region.“

Nachhaltig. Umfassend. Versorgt.

Stadtwerke
Langenfeld  **Verbandswasserwerk**
Langenfeld-Monheim

 **Stadtwerke**
Langenfeld
Mit Energie für die Zukunft

 **Verbandswasserwerk**
Langenfeld-Monheim
Natürlich. Für die Region.

Produktmarken

Es gibt sieben Produktbereiche, die als Produktmarken von den Stadtwerken Langenfeld und dem Verbandswasserwerk Langenfeld-Monheim auftreten (je nach Bedarf können weitere Produktmarken integriert werden): Strom, Wasser, Gas, Mobilität, Media, Solar, Services..

Um die Produktbereiche klar zu kommunizieren, werden hier für Produktlogos, die sich in Text und Farbe voneinander unterscheiden, genutzt.

Das jeweilige Produktlogo ist eine Wort-Bild-Marke und besteht aus einem Quadrat mit zwei abgerundeten Ecken, einem Marken-Icon sowie dem darunter gesetzten Schriftzug des Produktbereiches in negativ.



Produktlogos mit Slogan

Für die jeweiligen Leistungsbereiche werden die Slogans der Submarken im Inhalt und Aussehen übernommen.



Logogröße

In der Originalgröße hat das Logo eine Höhe von 19 mm. Es darf beliebig proportional kleiner oder größer skaliert werden.



Logo-Mindestgröße

Das Dachmarken-Logo mit Slogan kann stufenlos proportional bis zu einer Mindestgröße von 40 % skaliert werden. Um die Lesbarkeit und Erkennbarkeit des Logos zu gewährleisten ist die Skalierung unter 40% nicht erlaubt.

Die Mindestgröße des Logos ohne Slogan sollte 30 % der Originalgröße betragen.



Schutzbereich

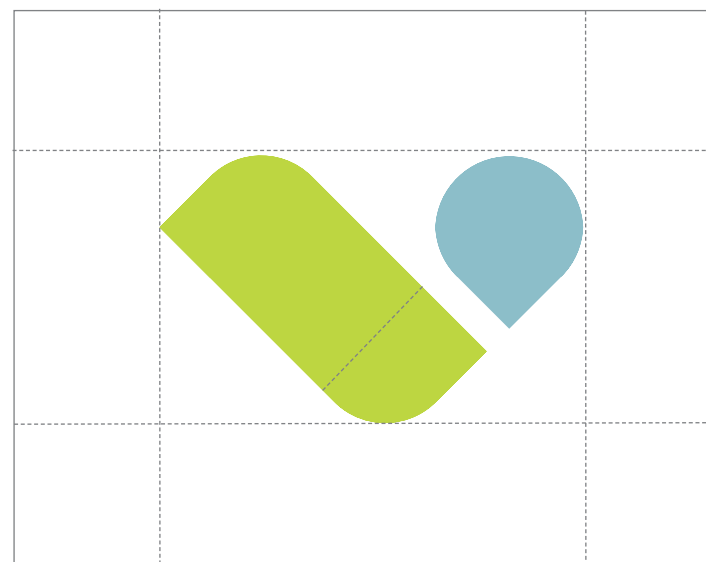
Wort-Bildmarke

Bei der Platzierung von Elementen, wie zum Beispiel Bildern, Texten oder Logos, ist der Schutzbereich des Logos einzuhalten. Der Schutzbereich des Logos mit und ohne Slogan wird rundherum in Höhe und Breite des „S“ aus dem Logo festgehalten und wird ebenfalls proportional zum Logo skaliert.



Bildmarke

Sollte die Bildmarke alleine verwendet werden, so ist sie in großzügigem Abstand zu anderen Elementen zu verwenden. Als Faustformel gilt die Breite des grünen Balkens (Dies gilt nicht für die Platzierung in Verbindung mit dem Logo).



Positive Logoanwendung

Die positive Darstellung des Logos auf weißem Hintergrund hat immer den Vorrang.



Die Schwarz-Weiß-Version kann zur besseren Lesbarkeit zum Beispiel auf Formularen und Faxpapieren eingesetzt werden.



Die farbige Bild-Icon darf alleine auch auf dunklen Hintergründen, zum Beispiel auf Promotionartikeln, stehen.



Negative Logoanwendung

Auf farbigen Untergründen wird das Logo in weiß angewendet.



Auf dunklen Untergründen wird das Logo mit weißer Schrift und dem farbigen Marken-Icon angewendet.



Falsche logoanwendung



Proportionen von Wort- und Bildmarke verändern



Drehung



Anordnung ändern



Einfärben



Wort- und Bildmarke stehen zu weit auseinander



Textergänzung