

DOELL

Corporate Design Guidelines

Version 1.0

2

Intro

NEUE KLEIDER?

frei nach D. Heine

Corporate Design wird weitgehend missverstanden. Wir kennen die Geschichte aus dem Märchen: Da marschiert ein Herrscher nackt auf der Straße und beansprucht für sich, ganz besondere Kleider zu tragen. Das Ergebnis ist der Absturz aus der vermeintlichen Trendführerschaft in die ganz normale Lächerlichkeit. So ungnädig geht offenbar das Schicksal mit denjenigen um, die sich mehr mit Ausdrucksqualitäten als mit notwendigen Inhalten auseinandersetzen.

Nichts scheint leichter und verlockender für eine Marke heutiger Prägung, als sich »in der Garderobe« statt »im Rat« aufzuhalten. Neue Kleider sind an der Tagesordnung. Unser Ansatz ist ein grundlegend anderer. Corporate Design für Dollbau ist nicht nur eine neue Kleiderordnung. Die Entwicklung eines einheitlichen Erscheinungsbildes ist vielmehr ein bedeutendes Element der Markenführung. Es dient der Darstellung und Stützung seiner Strategie und transportiert damit Innenliegendes, eigentlich Unsichtbares, aber Wesentliches, in visueller Form an die Oberfläche.

Corporate Design ist nicht nur Erscheinungsform (auch wenn wir in diesem Zusammenhang von Erscheinungsbild sprechen). Es ist visualisierte Haltung. Dollbau gewinnt nach außen ein klares Profil, kann im Markt besser und eindeutiger lokalisiert werden, gewinnt damit an Prägnanz und hebt sich von seinen Wettbewerbern deutlich ab. Das Corporate Design beendet die Heterogenität von Einzelmaßnahmen. Teilfunktionen, Teilbereiche und Teilausstattungen ergänzen sich zu einer Einheit. Der Ausgangspunkt bleibt stets spürbar. Dollbau ist wiedererkennbar. Einsparungen durch abgestimmte Gestaltung, höhere Effizienz und Akzeptanz sind die Garantie dafür, dass ein einheitliches Erscheinungsbild mehr einbringt, als es kostet. Wir wünschen Dollbau und seinem engagierten Team viel Erfolg!

Haben Sie Fragen zum Umgang mit der Dokumentation? Sind Sie bei bestimmten Anwendungen nicht sicher, wie Sie vorgehen sollen? Haben Sie Ergänzungs- oder Änderungsvorschläge?

Dann wenden Sie sich bitte an:

Freystil Content Agentur

Michael Frey
michael@freystil.cc

3

Intro

INHALT

DAS LOGO

04	Wortmarke
05	Varianten
07	Schutzzonen
08	Bitte vermeiden
09	Größe und Positionierung

GESTALTUNGS ELEMENTE

12	Gestaltungsraster
14	Blauer Fond
15	Typografie
16	Farben
17	Bildsprache

ANWENDUNGEN

18	Entwurf Geschäftssorten
19	Pylon
20	Website

Das Logo

4 DOLLBAU WORTMARKE

Das Dollbau Logo war stark und bleibt stark. Es ist buchstäblich das Fundament auf dem die Marke visuell aufbaut. Sofort ist klar, hier geht es um ein solides Bauunternehmen mit tiefen Wurzeln.

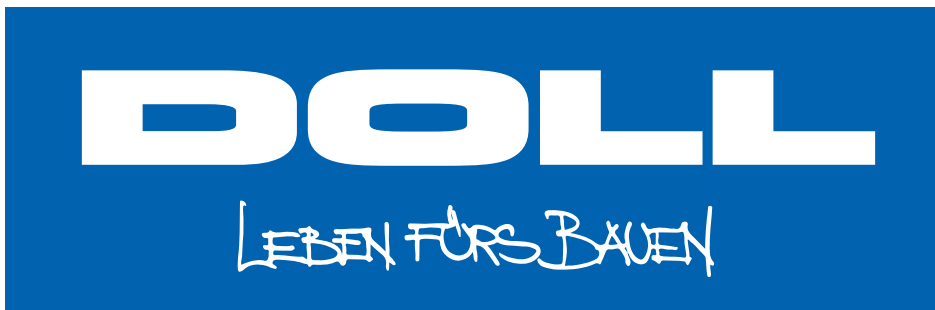
**HINWEIS**

Es gibt keine positiv Varianten des Logos. Weisse Schrift auf blauem Grund ist der einzige Aufbau der verwendet werden soll.

Das Logo

5 LOGO VARIANTEN MIT ZUSATZ TEXT

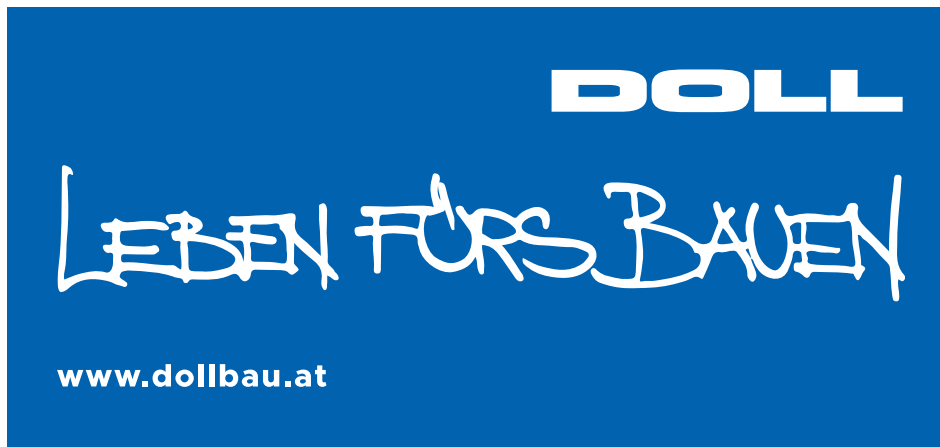
Auf Textzugaben direkt zum Logo soll zukünftig weitestgehend verzichtet werden. Dennoch gibt es zwei Logo-Varianten die zum Einsatz kommen können.



Das Logo

6 LOGO VARIANTEN MIT ZUSATZ TEXT

Auf Textzugaben direkt zum Logo soll zukünftig weitestgehend verzichtet werden. Dennoch gibt es zwei Logo-Varianten die zum Einsatz kommen können.



Das Logo

7 STENCIL LOGO VARIANTEN

Stencil-Schablonen Varianten des Logos sollen der negativ invertierten Variante des Logos treu bleiben.

**STENCIL 1**

für dunkle, im Idealfall blaue Hintergründe.

**STENCIL 2**

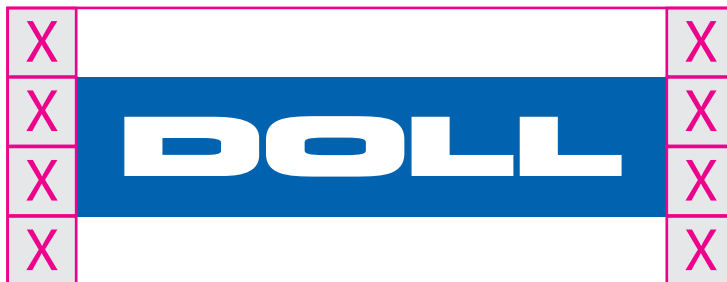
für helle, im Idealfall weisse Hintergründe.

8

Das Logo

SCHUTZZONEN

Um die Integrität des Logos zu wahren sollten die Schutzzonen zu anderen Elementen im Layout (z.B. Partnerlogos Texte etc.) stets eingehalten werden.

**DEFINITION DER SCHUTZZONE**

Der Mindestabstand zu anderen Elementen im Layout leitet sich aus der halben Höhe der Hauptlogo-variante ab.

Das Logo

9

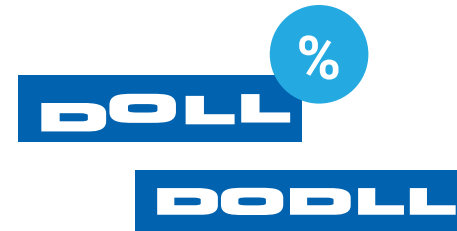
BITTE VERMEIDEN

Bei der Verwendung des Dollbau Logos ist unbedingt darauf zu achten, dass die Integrität des Logos gewahrt bleibt. Folgende Beispiele zeigen welche Szenarien vermieden werden sollen.

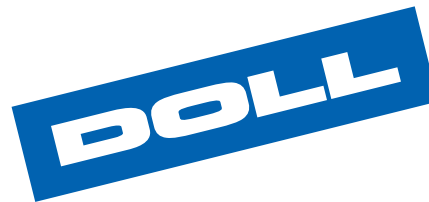
Bei Logo Animationen kann es ggf. zu Ausnahmen kommen.



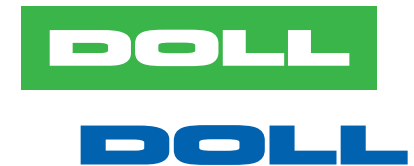
Das Logo soll nicht gestaucht, gestreckt oder in irgendeiner Form verzerrt werden.



Die Positionierung der Buchstaben zueinander darf nicht verändert werden. Es dürfen keine Buchstaben oder Elemente (z.B. Flummies oder Schatten) hinzugefügt werden.



Das Logo soll nicht gedreht oder schräg gestellt werden. (eine 90° Drehung gegen den Uhrzeigersinn kann bei manchen Anwendungen zum Einsatz kommen. z.B. Beachflag)



Das Logo darf nicht in anderen Farben, Mustern oder positiv dargestellt werden.

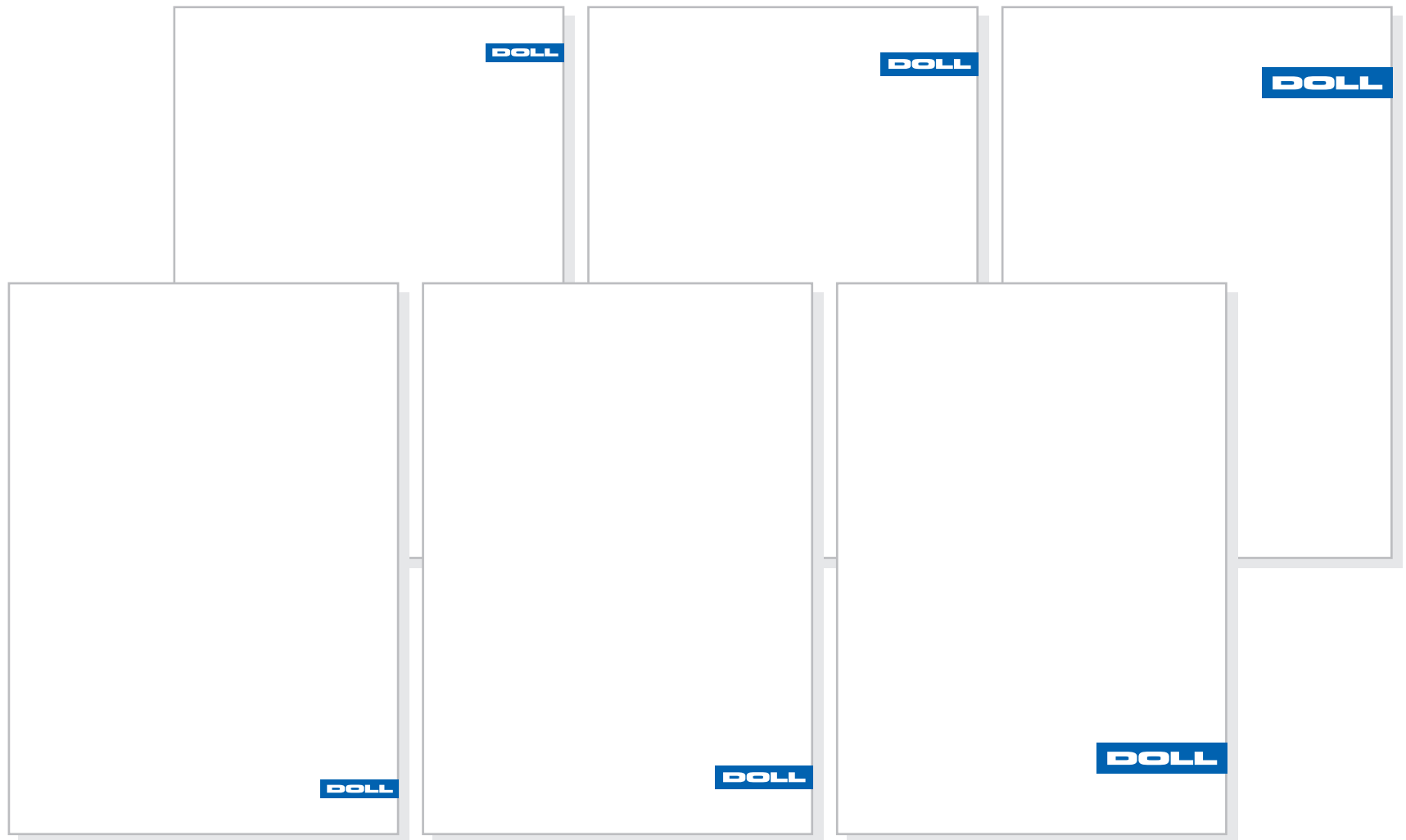
10

Das Logo

GRÖSSEN + POSITIONIERUNG

In hochformatigen DIN-Formaten kann das Logo folgende Breiten haben: 1/5, 1/4 oder 1/3 der Gesamtbreite des Formats.

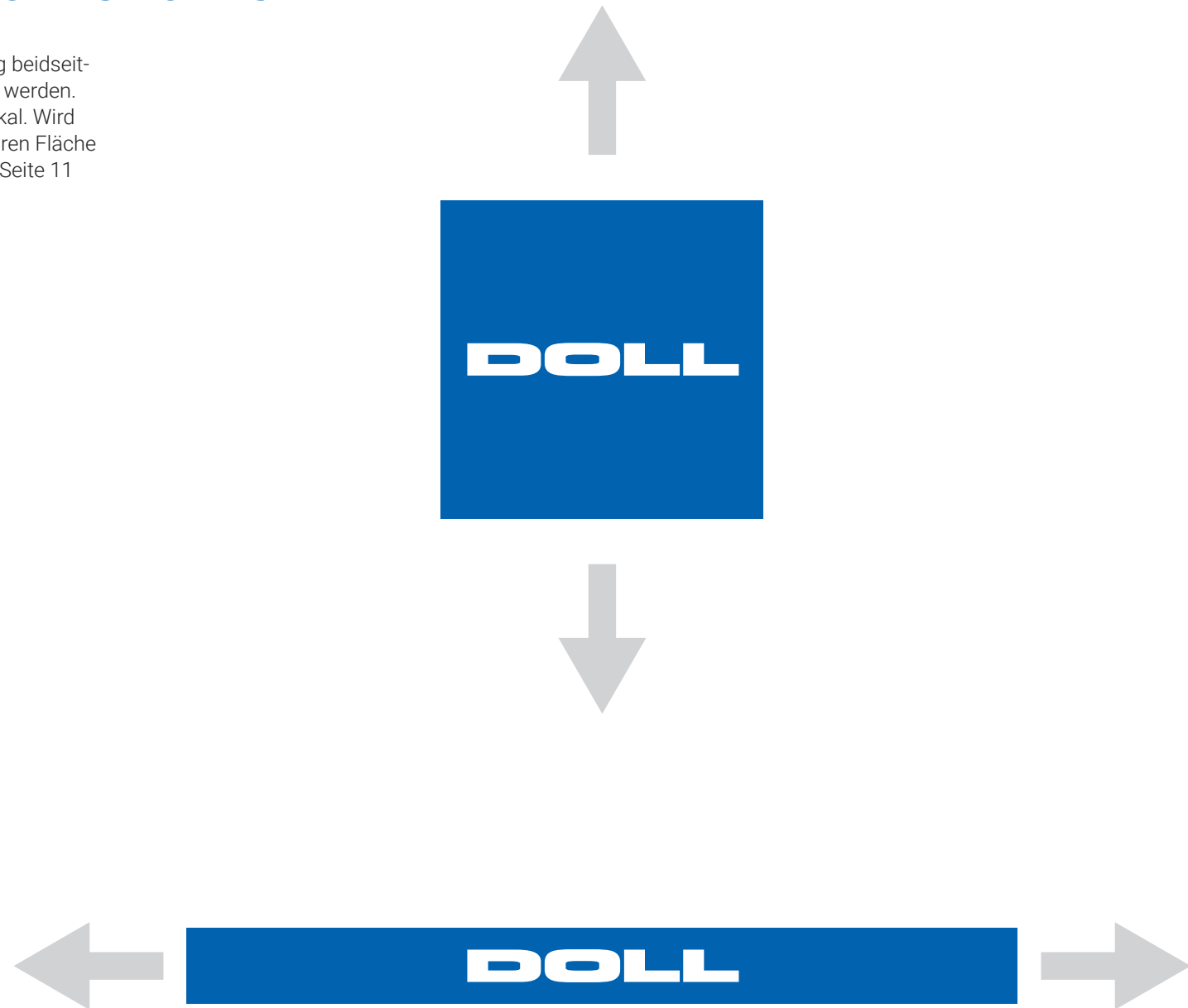
Die Positionierung erfolgt immer am rechten Rand. Der Abstand vom oberen oder unteren Rand beträgt 2 x die Höhe des jeweiligen Logos.



Das Logo

11**ERWEITERUNG DES FONDS**

Der Fond darf in einer Richtung beidseitig zu gleichen Teilen verändert werden. Entweder horizontal oder vertikal. Wird die Wortmarke auf einer größeren Fläche platziert finden die Regeln auf Seite 11 und 14 Anwendung.



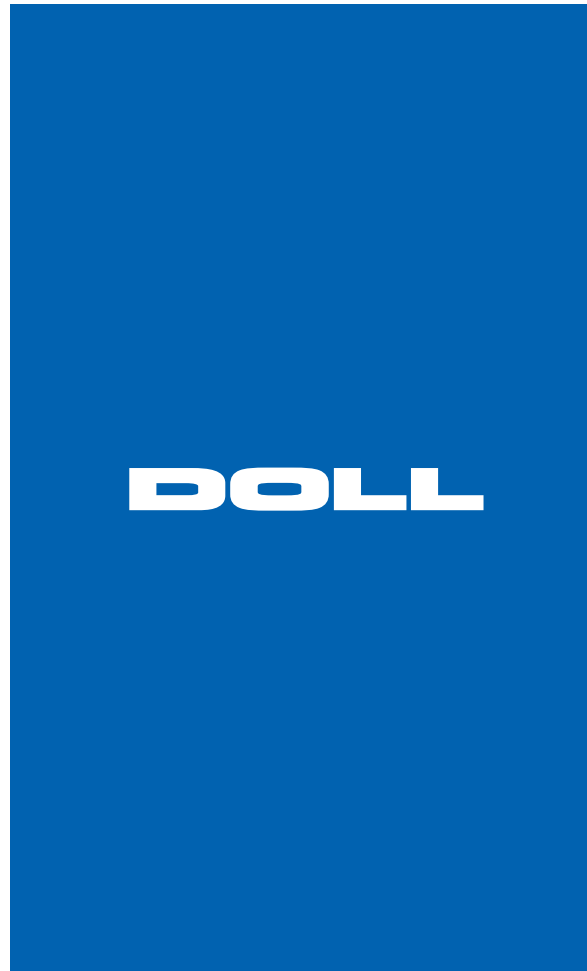
12

Das Logo

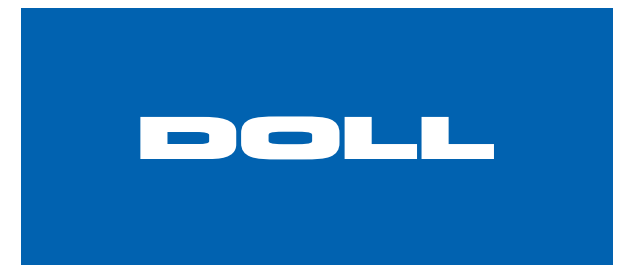
XL LOGO POSITIONIERUNGEN

Bei Hochformaten oder Quadratähnlichen Formaten entspricht die Breite des Schriftzuges der Wortmarke entweder $\frac{3}{5}$, $\frac{6}{8}$ oder $\frac{4}{6}$ der Breite des blauen Fonds.

Der Schriftzug wird so im Fond positioniert, dass er nach links, oben und rechts den gleichen Randabstand aufweist. Alternativ ist, wie bei schmalen Querformaten, auch eine vertikale Zentrierung gestattet.

**SCHMALE QUERFORMATE**

Bei schmalen Querformaten entspricht die Höhe des Schriftzuges der Wortmarke entweder $\frac{1}{6}$ oder $\frac{1}{5}$ der Höhe des blauen Fonds. Der Schriftzug wird zentriert im Fond positioniert.



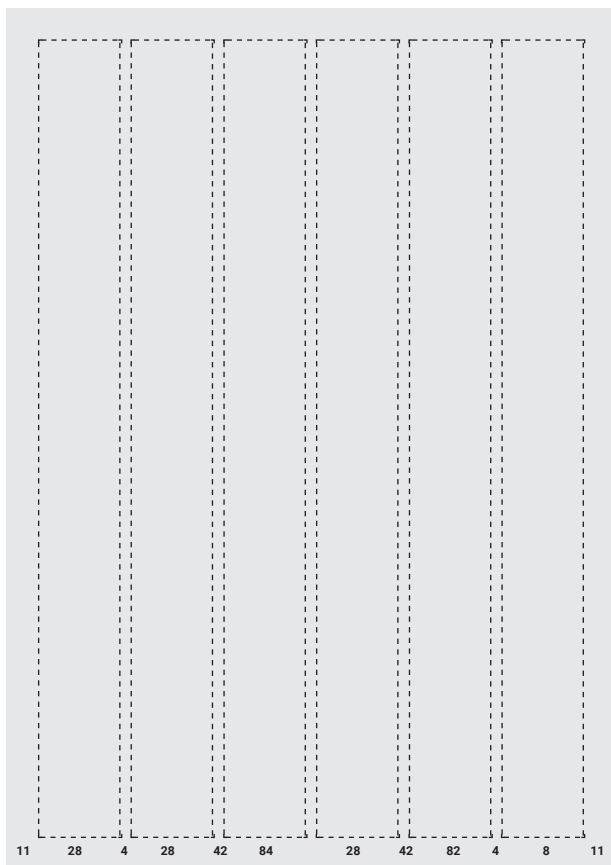
Gestaltungselemente

13

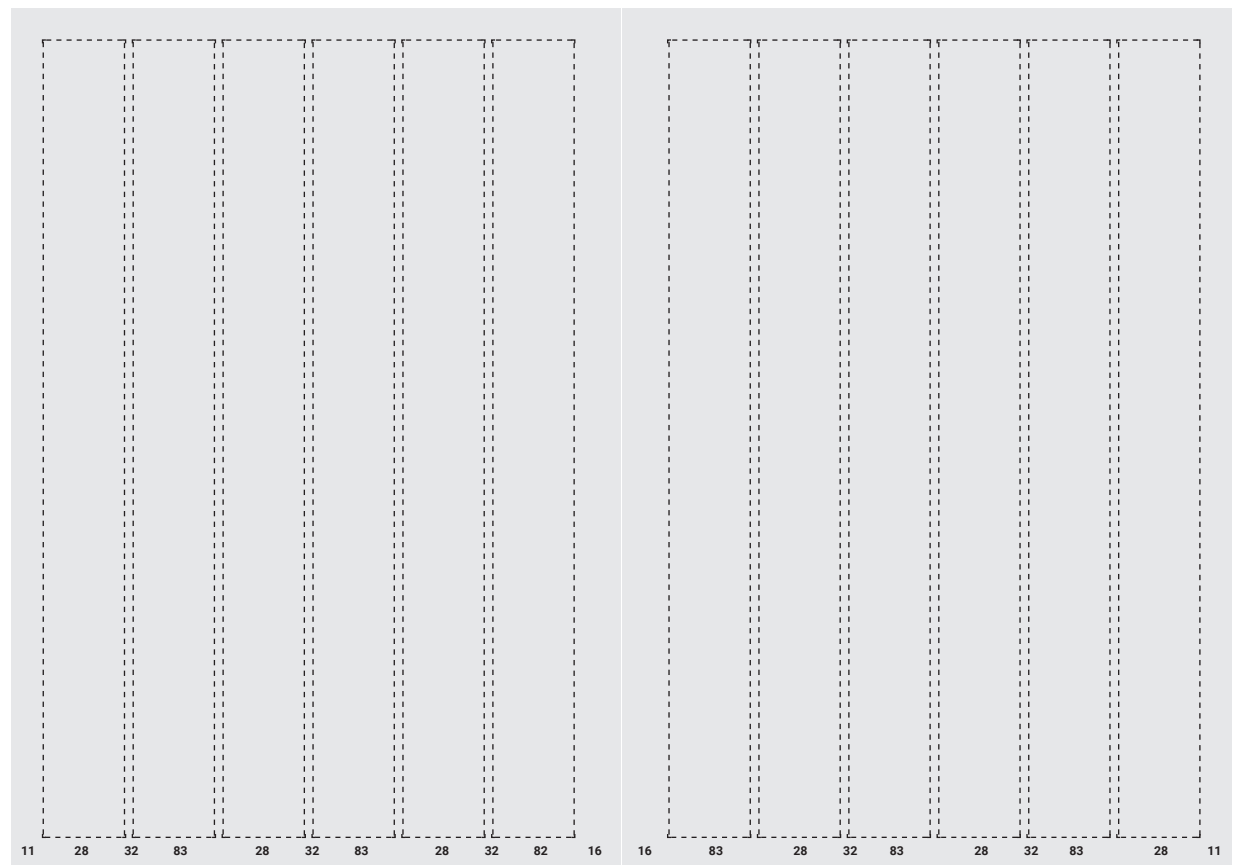
A4 GESTALTUNGSRASTER

Fotos, Illustrationen und Farbflächen werden am Gestaltungsraaster ausgerichtet. Ihre Maße korrespondieren mit den Maßen der Grundelemente und Units. Die Gestaltung orientiert sich an den Grundelementen und Units.

Bei größeren Formaten wird der Gestaltungsraaster proportional auf das jeweilige Format skaliert.



A4 RASTER 1
Für ungebundene Einzellayouts



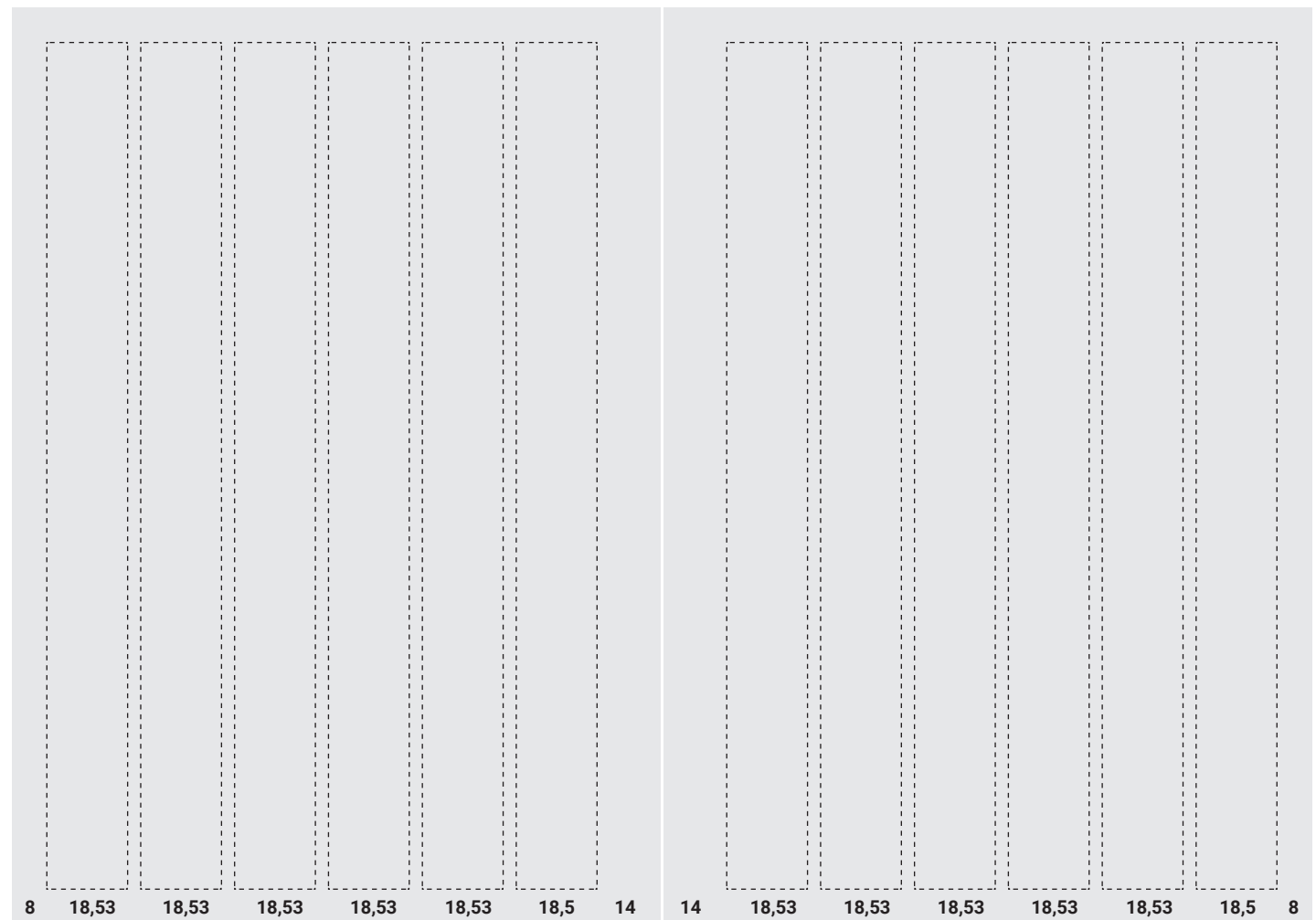
A4 RASTER 2
Für Doppelseiten

Gestaltungselemente

14

A5 GESTALTUNGSRASTER

Fotos, Illustrationen und Farbflächen werden am Gestaltungs raster ausgerichtet. Ihre Maße korrespondieren mit den Maßen der Grundelemente und Units. Die Gestaltung orientiert sich an den Grundelementen und Units.



A5 RASTER
Für Doppelseiten Layout

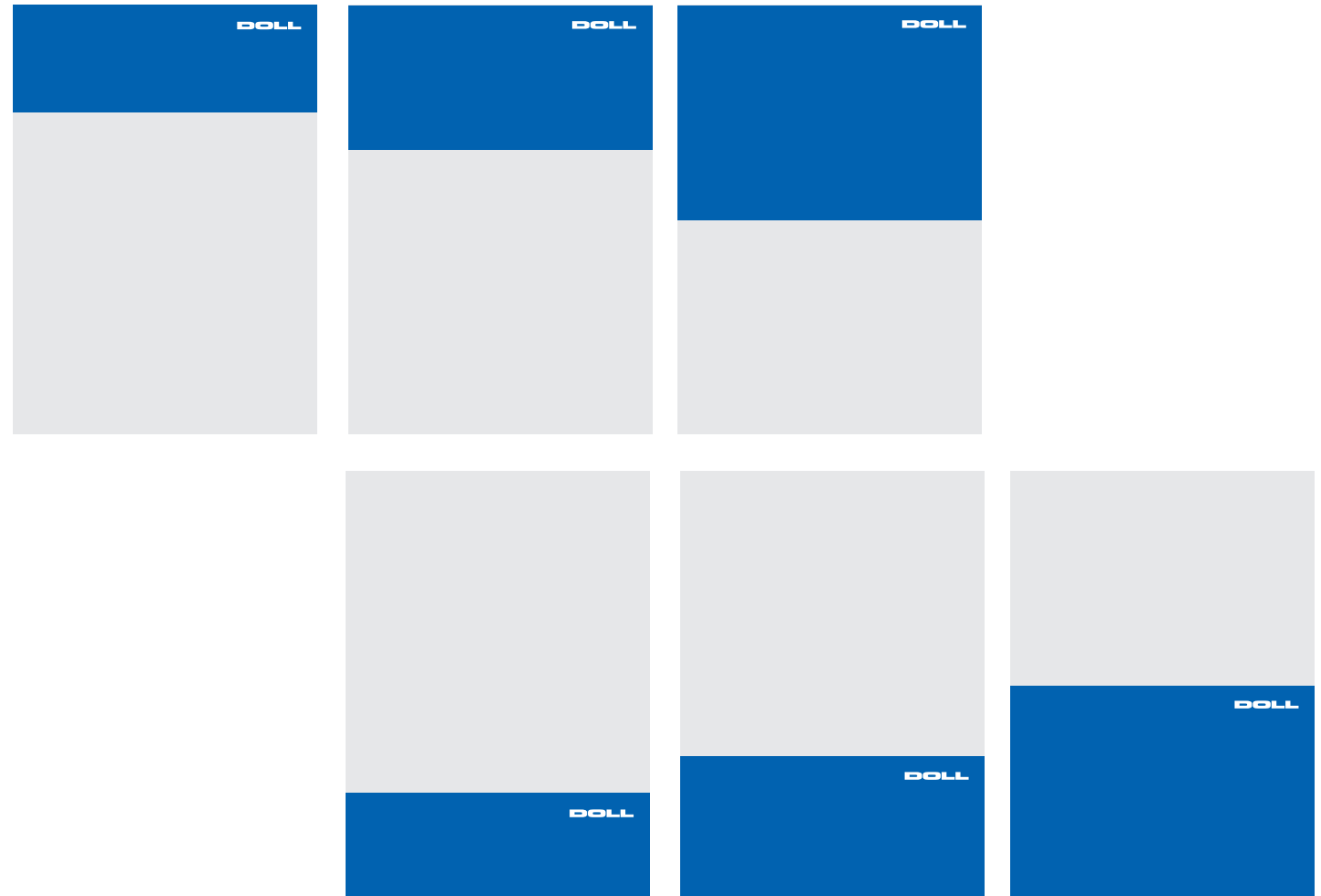
15

Gestaltungselemente

BLAUER FOND

Der blaue Fond ist ein wesentliches Gestaltungselement des Corporate Designs. Er ist üblicherweise an drei Seiten randablaufend und entspricht ca. 1/2, 1/3 oder 1/4 der Höhe des jeweiligen Formats.

Die Logo-Größen folgen den bereits definierten Regeln (siehe Seite 9). Die Positionierung erfolgt im rechten oberen Eck des jeweiligen Fonds unter Berücksichtigung der im Raster definierten Ränder.



16

Gestaltungselemente

TYPOGRAFIE

Folgende Schriften sind Teil des Dollbau Corporate Designs:

- DB-Extra Bold
- Heuristica (4 Schnitte)
- Roboto (10 Schnitte von thin bis Bold)

Kombinierte Schriftschnitte der Roboto Schriftfamilie müssen immer durch zwei weitere Schnitte voneinander getrennt werden (z.B. Light und Medium oder Regular und Bold)

**DB-EXTRA BOLD
PRIMÄR FÜR HEADLINES**

Custom Font für Dollbau.
Stark aber trotzdem freundlich,
breit aber nicht zu breit. Fett aber
nicht zu fett.

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
? ! % & . ; 1 2 3 4 5 6 7 8 9 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**HEURISTICA
PRIMÄR FÜR SUBLINES UND
ZITATE**

Betont die tiefen Wurzeln der
Marke ohne in der Vergangenheit
stecken zu bleiben.

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
? ! % & . ; 1 2 3 4 5 6 7 8 9 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**ROBOTO
PRIMÄR FÜR FLIESSTEXTE
UND MARGINALIEN.**

Flexibles Arbeitstier für alle
Bereiche. Neutral, professionell
und sauber.

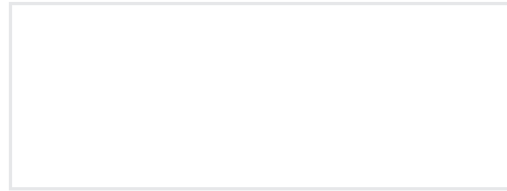
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
? ! % & . ; 1 2 3 4 5 6 7 8 9 1 2 3 4 5 6 7 8 9

17

Gestaltungselemente

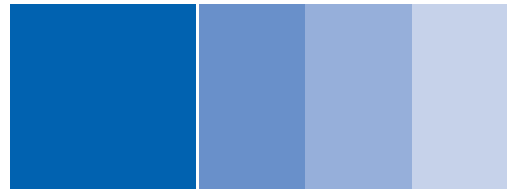
FARBEN**WEISS**

CMYK C0, M0, Y0, K0
RAL 9003 [Signalweiß]
RGB 248, 248, 248 / Hex: f8f8f8
Folie: Avery 800 PC White

**DOLLBLAU**

CMYK C100, M63, Y0, K0
RAL 5017 [Verkehrsblau]
RGB 0, 88, 149 / Hex: 005895
Pantone: 2945 C
Folie: Avery 875 PC Standard Blue
HSK 44

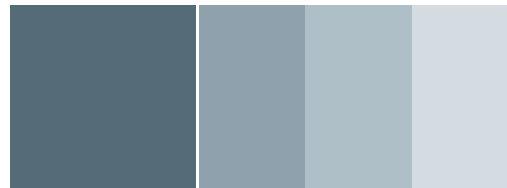
100% 60% 40% 20%

**ASPHALT SCHWARZ**

CMYK C0, M0, Y0, K100
RAL 9005 [Tiefschwarz]
RGB 30, 30, 30 / Hex: 1e1e1e
Folie: Avery 821 PC Black Matt

**NASS-BETON GRAU**

CMYK C25, M0, Y0, K65
RAL 7000 [Fehgrau]
RGB 98, 113, 121 / Hex: 627179
Folie: Avery 825 PC Medium Grey

**AKZENT FARBEN****KRANGELB**

CMYK C0, M25, Y95, K0
RAL 1003 [Signalgelb]
RGB 252, 194, 38 / Hex: fcc226
Folie: Avery 806-01 PC

TOOLS-ROT

CMYK C10, M100, Y90, K0
RAL 3020 [Verkehrsrot]
RGB 210, 23, 43 / Hex: d2172b
Folie: Avery 837-01 PC

100% 60% 40% 20%



18

Gestaltungselemente

BILDSPRACHE

Die Dollbau Bildsprache ist klar, direkt und unpretentiös. Blau wird betont, die Farben sind knackig und kontrastreich. Die Bilder bleiben trotz Blick in die Kamera authentisch. Auch ungewöhnliche und neue Blickwinkel sind mit von der Partie und wecken die Neugierde. Man spürt den Spass, den Stolz auf das Team und die gemeinsame Leistung.







