

Building a high-quality brand identity is just as important as providing your customer high-quality products.

Constaled DRAFT.REV3_240724__Arbeitsdokument



CD Manual

DEUTSCH

Die visuelle Erscheinung der Marke ConstaLED wird 2024 zur Weiterentwicklung modernisiert und dabei in ihrer Wiedererkennung bewahrt. Konstruktion, Farbe und Typografie sind in dieser erweiterten Dokumentation für die Verwendung in Print und Web optimiert.

Inhalt

- 1. Corporate Design
 - 1.1 Elemente der Wort- und Bildmarke
 - 1.2 Primär- und Sekundärfarben
 - 1.2.1 Farbgewichtung
 - 1.3 Verwendung der Wort- und Bildmarke
 - 1.4 Typographie
- 2. Anwendungsbeispiele
 - 2.1 Produktfotographie
 - 2.2 Produktdatenblatt
 - 2.3 Produktverpackung
- 3. Marketing
 - 3.1 Seriensystematik|Wording
 - 3.2 Byers_Personas

Einleitung

Wort und Bildmarke

Stand 10/2015 bis 07/2024



Folgende Kriterien rechtfertigen eine Überarbeitung der Wort und Bildmarke im Jahr 2024:

1. geschlossene Bereiche, produktionstechnisch unvorteilhaft
2. geringe Stärke besonders in kleinen Formaten, unvorteilhaft



Überarbeitungsanforderungen: Erhaltung der Wiedererkennbarkeit bei visueller Evolution | Verbesserung der Produzierbarkeit bei Steigerung der Einsatzmöglichkeiten

1. Corporate Design



2015

2024



1.1 Elemente der Wort- und Bildmarke

1.1.1 Querformat



1.1.2 Hochformat



1.1 Elemente der Wort- und Bildmarke

1.1.1 Querformat



1.1.2 Hochformat



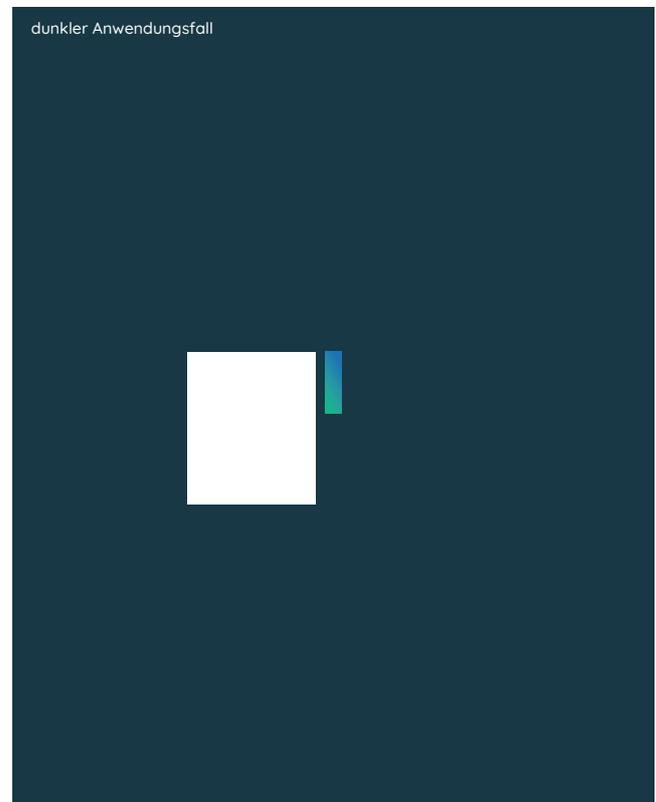
1.2 Primär- und Sekundärfarben

CL Green	CMYK: C75 M0 Y60 K0 RGB: R0 G210 C155 Hex: #66ac85	Ral: tbd. Pantone: tbd.
CL Blue	CMYK: C100 M25 Y0 K0 RGB: R0 G150 C205 Hex: #0085ca	Ral: tbd. Pantone: tbd.
CL DarkBlue:	CMYK: C90 M60 Y50 K50 RGB: R26 G60 C71 Hex: #1A3C47	Ral: tbd. Pantone: tbd.
White		
CL Gradient	Der Verlauf ist linear von ContaLED Green zu ConstaLED Blue im Winkel von 30°.	

In der Farbpalette von ConstaLED bilden die Farben CL Green, CL Blue sowie deren Kombination als Farbverlauf die Gruppe der Akzentfarben. Weiß und CL DarkBlue ergänzen sie in der Primärfarbpalette der Marke.

1.2.1 Farbgewichtung

Bei der Farbgewichtung innerhalb eines Objektes in seiner Gesamtheit gilt: Die Akzentfarbe sollte mit ca. 5% bis maximal 10% anteilig im Objekt sparsam eingesetzt sein. Die restliche Primärfarben unterstützen. Es gilt zwischen Hauptprimärfarbe, vertreten mit ca. 70% gesamtanteil und einer Nebenprimärfarbe mit ca. 20% Gesamtanteil eine harmonische Balance zu schaffen. Das gilt für helle, sowie dunkle Zusammenstellungen.





Anwendung

Beispiel

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat,

vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed diam nonumy nibh euismod tincidunt ut laoreet

Anwendungsbeispiel

1.3 Verwendung der Wort- und Bildmarke

1.3.1 Verwendung der Wort- und Bildmarke auf hellem Grund



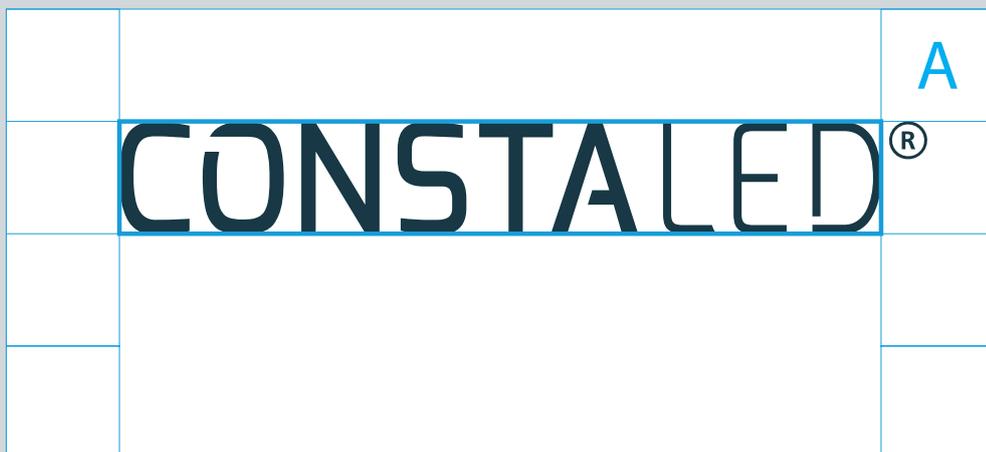
1.3 Verwendung der Wort- und Bildmarke

1.3.1 Verwendung der Wort- und Bildmarke auf dunklem Grund



1.3 Verwendung der Wort- und Bildmarke

1.3.2 Minimalabstand zu umliegenden Objekten



1.3 Verwendung der Wort- und Bildmarke

1.3.2 Minimalabstand zu umliegenden Objekten



1.4 Typographie

Schrift-Stile

Headline | Neo Sans Pro Medium Italic

Subheadline | Neo Sans Pro Italic

Der Neo Sans Pro Font, die Hausschrift von CMC Engineering, wurde bisher, jedoch ohne eindeutig definierte Reglementierung für die Marke ConstaLED eingesetzt -auch für Fließtext. Um die Wiedererkennung zu sichern, bleibt Neo Sans Pro bei Überschriften Stilen enthalten.

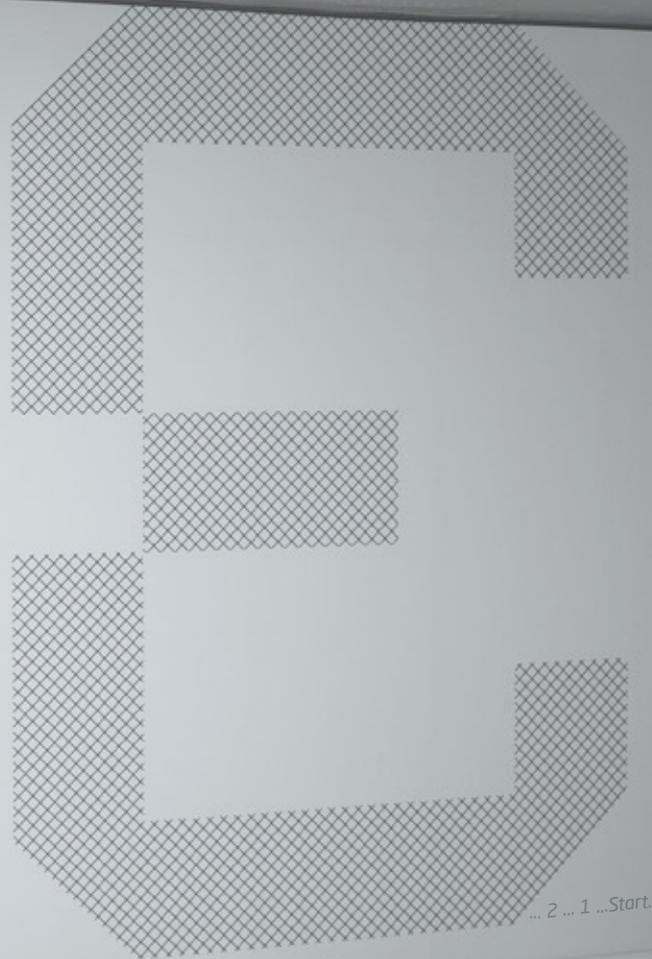
Hauptüberschriften werden im Schriftschnitt Medium gesetzt. Unterüberschriften werden im Schriftschnitt Normal gesetzt. Hauptüberschrift und Unterüberschrift werden in der gleichen Schriftgröße gesetzt. Beide Schriftstile werden in Ihrem jeweiligen Italic Schnitt verwendet um der Überschrift mehr Dynamik und Richtung nach Vorne zu verleihen.

Bei Fließtext etablieren wir zu diesem Zeitpunkt die Quicksand im Medium Schnitt. Die serifenlose Quicksand erleichtert die Lesbarkeit und unterstreicht den modernen technischen Charakter der Marke.

Um Professionalität und Seriösität zu unterstreichen, ist Blocksatz das bevorzugte Satzformat für Fließtext in der ConstaLED Welt.

Getting Started Checkliste zur Durchführung

- Steht unsere technische Exzellenz und unser visueller Anspruch im Mittelpunkt unserer Kommunikation?
- Zeigen wir das auf eine frische und ungewöhnliche Art und Weise, die positiv provoziert und anspricht?
- Ist eindeutig klar, wie das angebotene Produkt dem User nützen kann?
- Ist es visuell und tonal anspechend und charmant?
- Ist im formalen Aufbau/der Syntax Aufwertstrend erkennbar?



DIE ANTWORT AUF ALL DIESE FRAGEN SOLLTEN **JA** LAUTEN.

2. Anwendungsbeispiele

Produktfotographie

RAW IMAGE:

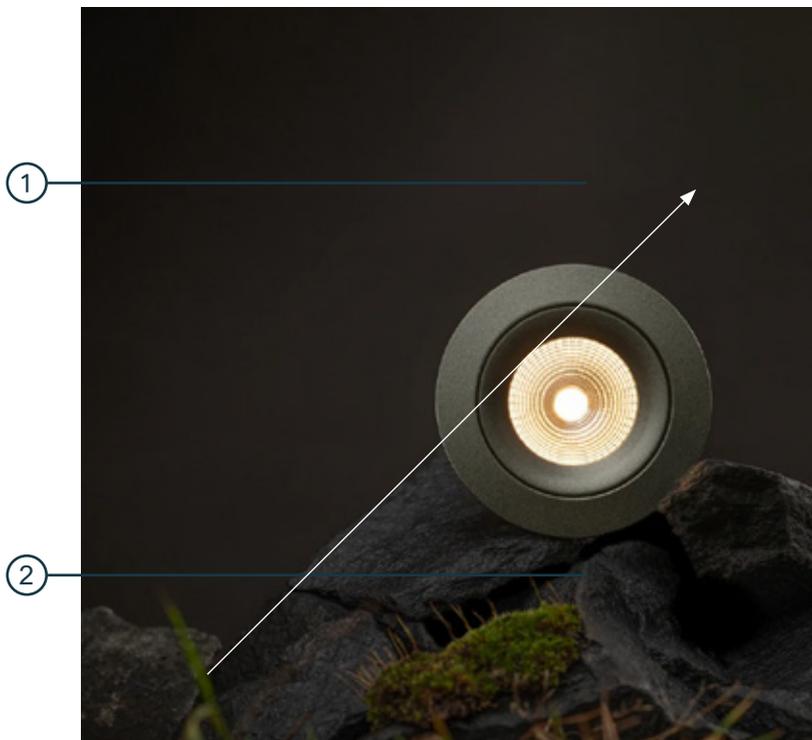
Dies ist das Rohbild von unserer Aufnahme.



Die wichtigsten Punkte, die für Sie zu beachten sind:

1. Ist der Bildausschnitt und der Bildaufbau passend? Ist ausreichend Platz für Überschrift und Textelemente vorhanden? Nehmen die Produkte den richtigen Prozentsatz (ein Drittel des Bildes) innerhalb des Bildausschnittes ein? Ist die Synthax aufsteigend? Wo soll das Logo positioniert werden.

2. Ist ausreichend natürliches Licht vorhanden? Achten Sie beim Erstellen der Rohaufnahme darauf, dass das Bild natürlich aussieht. Am Tag unserer Aufnahme haben wir Lichter, Reflektoren und Diffusoren, eingesetzt. Überlegen Sie, wo die Sonne steht, und nutzen Sie wenn möglich. Je weniger Nachbearbeitung nötig ist, desto besser das natürliche Licht.



Kapitel wird fortgesetzt.

Datenblatt

Verpackung MR16 LED Spot 2.0

