VERBAND DER METALL- UND ELEKTRO-UNTERNEHMEN HESSEN E.V.

CORPORATE DESIGN MANUAL

03 / 2025

HESSENMETALL

INHALT

Basiselemente

01 Logo

02 Typografie

03 Farbwelt

04 Bildsprache

05 Layoutprinzip

01 LOGO

1.1 Basislogo
1.2 Regionalisierung
1.3 Mindestschutzraum
1.4 Nicht erlaubt

1.1 Basislogo

Das Logo gibt es in den Varianten farbig, schwarz und negativ.
Bevorzugt wird Variante 1 eingesetzt.

1. Farbig positiv

3. Schwarz positiv

2. Farbig negativ

4. Weiß negativ

1.2 Logo Regionalisierung

Zur Stärkung der Regionalverbände wird das Logo auch mit dem jeweiligen **regionalen Namenszusatz** verwendet.

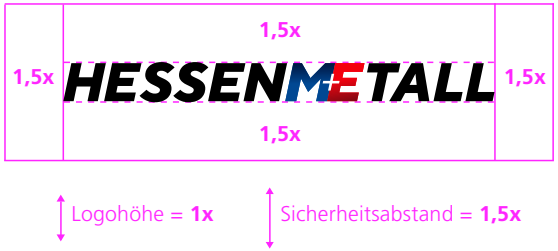
1.3 Logo Mindestschutzraum

Der **Schutzraum** beschreibt den notwendigen **Freiraum** um das Logo herum und ist proportional abhängig von der Logogröße.

Er muss mindestens den **Abstand von 1,5x der Logohöhe** zu allen Seiten betragen. Innerhalb dieser Fläche dürfen keine grafischen Elemente angelegt werden (siehe Abb. 1 und 2).

Dies gilt für alle Kommunikationsmedien und trägt dazu bei, den eigenständigen Charakter des Markenzeichens zu erhalten.

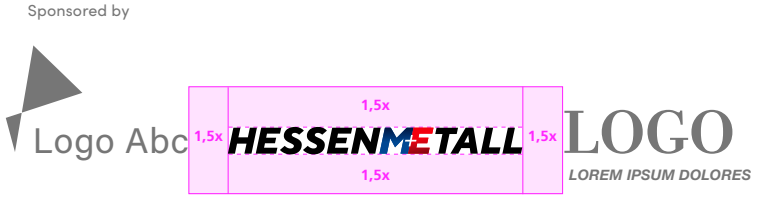
Tritt das Logo in Kombination mit anderen Logos auf, muss auch hier der Mindestschutzraum gewahrt werden (siehe Abb. 3 und 4).



1. Mindestschutzraum

2. Beispiel: DIN A4-Format

3. Abstand zu anderen Logos



4. Beispiel: Sponsorenlogos

1.3 Logo Mindestschutzraum

Bei spezifischen Anwendungen verwendet man das **Logo im Kasten** mit abgeschrägter Seite.

Der Kasten gibt dem Logo eine Bühne und lenkt den Blick darauf. Der Logoeinsatz mit Kasten ist selbstbewusst und plakativ.

1. Mindestschutzraum im Kasten

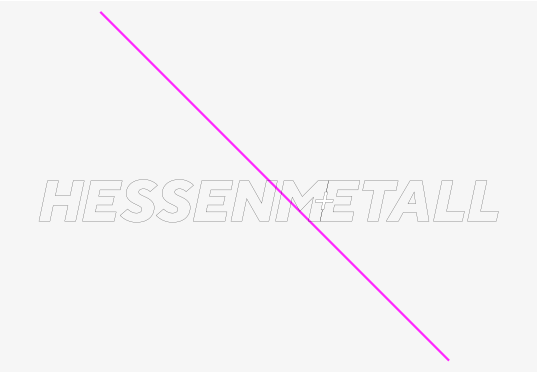
2. Logoanwendung im Kasten

1.4 Logo – nicht erlaubt

Nicht erlaubt ist die farbliche Veränderung des Logos.

Nicht erlaubt ist die Darstellung des Logos auf unruhigem Untergrund.

Nicht erlaubt ist die Verzerrung des Logos.



Nicht erlaubt ist die Darstellung des Logos in Outlines.

02 TYPOGRAFIE

2.1 Hausschrift Headline

2.2 Hausschrift Copytext

2.3 Zierschrift

2.4 Anwendungsbeispiele

2.1 Typografie Hausschrift Headline

Für Headlines wird die Schriftart **Montserrat** verwendet, entworfen von Julieta Ulanovsky. Bereitgestellt von Google Fonts.

LIZENZ

Für Besitzer eines kostenpflichtigen Creative Cloud-Abos ist die Nutzung der Adobe Fonts-Bibliothek inklusive.

Der Font ist verfügbar unter:
https://fonts.adobe.com/fonts/montserrat

Um die Schrift auf einem Windows PC zu nutzen, laden Sie den OpenType-Desktop-Font von Google herunter:
https://fonts.google.com/specimen/Montserrat

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 0
? ! ; . , & % ½ ß @

MONTSERRAT EXTRA LIGHT
MONTSERRAT LIGHT
MONTSERRAT REGULAR
MONTSERRAT MEDIUM
MONTSERRAT SEMI BOLD
MONTSERRAT BOLD
MONTSERRAT EXTRABOLD
MONTSERRAT BLACK

2.2 Typografie Hausschrift Copytext

Für den Copytext wird die Schriftart **Frutiger** verwendet, entworfen von Adrian Frutiger.

LIZENZ

Der Font ist verfügbar unter:
https://www.myfonts.com/de/collections/frutiger-tr-font-linotype

Um die Schrift auf einem Windows PC zu nutzen, laden Sie sich den OpenType-Desktop-Font von myfonts.com herunter.

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 0
? ! ; . , & % ½ ß @

Frutiger Light
Frutiger Light Italic
Frutiger Bold
Frutiger Bold Italic

2.3 Typografie Zierschrift

Die Zierschrift ist die Schriftart **TT Nooks Serif,** entworfen von Vika Usmanova. Bereitgestellt von TypeType.

Diese Schrift wird nur in besonderen Fällen, wie z.B. deutlichen Hervorhebungen oder Zitaten, als Gestaltungsmittel eingesetzt.

LIZENZ

Für Besitzer eines kostenpflichtigen Creative Cloud-Abos ist die Nutzung in der Adobe Fonts-Bibliothek inklusive.

Der Font ist verfügbar unter:
https://fonts.adobe.com/fonts/tt-nooks

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 0
? ! ; . , & % ½ ß @

TT NOOKS SERIF REGULAR
TT NOOKS SERIF BOLD

2.4 Typografie Anwendungen

HEADLINE
Font: **Montserrat semibold**
Montserrat black

SUBHEADLINE
Font: **Frutiger bold**

MARKENZONE

ZIERSCHRIFT
Font: **TT Nooks serif**

COPYTEXT
Font: Frutiger Light

CAPTION
Font: **Frutiger bold**

03 FARBWELT

3.1 Primärfarben

3.2 Sekundärfarben

3.3 Farbverläufe

3.1 Farbwelt Primärfarben

Die **Primärfarben** sind
Blau und Rot.

Als **Basisfarben** werden
Weiß und Schwarz genutzt.

Anmerkung:

Für das neue Logo sind die Rot- und Blautöne im Zusammenspiel mit dem Farbverlauf an digitale Anforderungen angepasst. Diese rein optische Anpassung fügt sich durch die Verwendung des Verlaufs nahtlos in die bestehende Farbwelt ein.

Primärfarben

BLAU
HKS 42
RAL 5002

CMYK **100 | 80 | 0 | 0**
RGB **0 | 68 | 148**
HEX **#004494**

ROT
HKS 15
RAL 3018

CMYK **10 | 100 | 80 | 0**
RGB **212 | 0 | 50**
HEX **#D40032**

Basisfarben

SCHWARZ

CMYK **0 | 0 | 0 | 100**
RGB **0 | 0 | 0**
HEX **#000000**

WEISS

CMYK **0 | 0 | 0 | 0**
RGB **255 | 255 | 255**
HEX **#FFFFFF**

3.2 Farbwelt Sekundärfarben

Die **Sekundärfarben** werden für Textauszeichnungen, Call-to-Action, Diagramme oder ähnliches verwendet.

Die Sekundärfarben werden nur reduziert eingesetzt.

Die Sekundärfarben können in Farbabstufungen eingesetzt werden.

Sekundärfarben

HKS 54

CMYK **100 | 0 | 80 | 10**
RGB **0 | 136 | 85**
HEX **#008855**

HKS 6

CMYK **0 | 45 | 100 | 0**
RGB **244 | 158 | 0**
HEX **#F49E00**

HKS 49

CMYK **100 | 20 | 10 | 0**
RGB **0 | 138 | 194**
HEX **#008AC2**

HKS 34

CMYK **70 | 100 | 0 | 0**
RGB **109 | 31 | 128**
HEX **#6D1F80**

3.3 Farbwelt Farbverläufe

Verläufe werden inhaltsbezogen eingesetzt.

Der Primärfarbverlauf findet z.B. als Titellayer der digitalen Flyer Anwendung und wird so zum Markenbotschafter.

Die Farbverläufe der Sekundärfarben finden sich z.B. im HESSENMETALL-Magazin als themenbezogene Layer der Kapiteltrenner.

1. Primärfarbverlauf

2. Farbverläufe in den Sekundärfarben

04 BILDSPRACHE

4.1 Fotografie 1

4.2 Fotografie 2

4.3 Illustration

4.1 Bildsprache Fotografie 1

KI generierte Bilder. Dieser Stil ist ideal für Themen wie Wissenschaft, Innovation, Technologie und Zukunftsvisionen, da er Präzision und Fortschrittlichkeit vermittelt. Er ist gekennzeichnet durch:

- Realismus mit futuristischen Elementen
- dramatische, aufgeladene Beleuchtungssituation
- inhaltliche Prägnanz

1. Realismus mit futuristischen Elementen:
Die Figuren und die Umgebung sind sehr detailliert und realistisch dargestellt, während holografische und digitale Effekte futuristische Technologien symbolisieren.

2. Fokus auf Technologie:
Die holografischen Überlagerungen, wie leuchtende Linien und transparente 3D-Modelle, betonen ein technologisches und wissenschaftliches Umfeld.

3. Klares Licht- und Farbspiel:
Die Beleuchtung ist dramatisch, mit einem kühlen, bläulichen Ton, der von warmen, leuchtenden Orange-Tönen der holografischen Elementen kontrastiert wird. Dies erzeugt eine High-Tech-Arbeitsumgebung.

4. Modernes Design der Arbeitsumgebung:
Die Laborumgebung ist organisiert und futuristisch, mit High-Tech-Geräten und strukturierten Details.

5. Dynamik durch Interaktion:
Die Figuren arbeiten aktiv mit der Technologie, was eine dynamische und immersive Atmosphäre schafft.

Bildbeispiele

4.2 Bildsprache Fotografie 2

Bei der Bildsuche ist eine sorgfältige und themenbezogene Auswahl der Bilder bei **Adobe Stock** vorzunehmen. Die Bildauswahl ist gekennzeichnet durch:

- eine eindeutige Aussage
- inhaltliche Prägnanz
- Addition von Verläufen

LIZENZ

Für die Bildauswahl steht die Nutzung der Adobe Stock-Bibliothek zur Verfügung.

Bilder sind verfügbar unter:
https://stock.adobe.com/de

VERLÄUFE

Um den Bildern eine eigenständige Visualität zu geben, können diese mit farblich passenden Verläufen der Sekundärfarben kombiniert werden.

Addition des Verlaufs mit dem darunterliegenden Bild.

4.3 Bildsprache Illustration

Dieser Stil wird häufig für Geschäftspräsentationen, Marketingmaterialien und modernen Webdesigns verwendet, da er Professionalität, Energie und Klarheit vermittelt. Er ist gekennzeichnet durch:

- Realismus mit futuristischen Elementen
- dramatische, aufgeladene Beleuchtungssituation
- inhaltliche Prägnanz

1. Flache Vektorgrafik (Flat Design):
Die Illustration verwendet klare, flächige Farben mit reduzierten Farbverläufen. Dies erzeugt einen modernen und minimalistischen Look.

2. Starke Kontraste und leuchtende Farben:
Die Farbpalette ist intensiv, ergänzt durch Akzentfarben. Dies sorgt für Aufmerksamkeit und einen klaren Fokus.

3. Dynamische Komposition:
Die Szenen zeigen Bewegung und Energie, dargestellt durch die dynamische Haltung von Figuren und deren Aktion.

4. Abstrakte Figuren:
Die dargestellten Personen sind stark stilisiert und ohne detaillierte Gesichtszüge, was den universellen Charakter der Darstellung unterstreicht.

5. Minimalistische Details:
Die Details sind reduziert und auf das Wesentliche beschränkt. Dies macht die Illustration leicht verständlich und professionell.

Bildbeispiele

05 DESIGN-ELEMENTE

5.1 Schräge

5.2 Bilderrahmen

5.1 Designelement Schräge

Das **Designelement „Schräge"** leitet sich aus der Schrägstellung des Logos ab.

Die Schräge wird durch den Winkel a beschrieben.

Der Einsatz der Schräge wird reduziert und pointiert umgesetzt. Hierbei gilt die Regel „Weniger ist mehr".
Die Schräge wird z.B. als plakativer Trenner von Texten oder als stilistisches Element bei einem Störer verwendet.

$a = 78°$

Beispiele für den Einsatz der Schräge als Designelement.

5.2 Designelement Bilderrahmen

Das **Designelement Bilderrahmen**
dient als dekoratives Gestaltungsmittel
z.B. bei Flyern, in Mailings oder Social Media.

Beispiel für den Einsatz des Bilderrahmens
als Designelement (Digitaler Flyer).

KONTAKT

ADRESSE
HESSENMETALL
Verband der Metall- und Elektro-Unternehmen Hessen e.V.

Emil-von-Behring-Straße 4
60439 Frankfurt

E-MAIL
info@hessenmetall.de

TELEFON
069 958080

HESSENMETALL

DESIGN nordisk-buero.com