

# **BASISELEMENTE**

## CORPORATE DESIGN



### Notwendigkeit eines Leitfadens zum Corporate Design

Das Corporate Design (CD) verkörpert unsere Markenidentität. Es sorgt für Wiedererkennbarkeit und beeinflusst, wie unser Unternehmen extern wahrgenommen wird. Die Sorgfalt, die wir in unsere Produkte und Leistungen investieren, sollte sich ebenso in unserer Außendarstellung zeigen. Deshalb ist es unerlässlich, die Vorgaben des CD einzuhalten.

Dazu zählen unter anderem die Gestaltung des Logos, die Verwendung der Hausschrift und die Definition der Farbwelt.

Die in diesem Leitfaden festgelegten Richtlinien sind für alle proWIN-Mitarbeitenden und proWIN-Vertriebsorganisationen verbindlich und haben grundsätzlich für jeden Auftritt (intern oder extern) Gültigkeit.

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

Direkte Ansprechpartner:

**Stefan Margenfeld**

Leitung Marketing & Kommunikation

E-Mail: stefan.margenfeld@prowin.net

**Peter Kerkrath**

Agenturleitung

E-Mail: peter.kerkrath@prowin.net

**Andrea Dechange**

Creative Director

E-Mail: andrea.dechange@prowin.net

Das Logo von proWIN besteht aus drei Elementen, die im Einsatz als Logo **nicht getrennt werden dürfen**:

1. Schriftzug proWIN
2. Schriftzug international
3. Bildzeichen

Das Blumen-Symbol ist als Markenzeichen unverwechselbar, schnell erfassbar und sehr einprägsam.

Wird das Bildzeichen als reines Gestaltungselement eingesetzt, kann es auch losgelöst von den Schriftzügen verwendet werden.



Farbauthentizität ist eine entscheidende Voraussetzung für ein permanent einheitliches Erscheinungsbild.

Damit die Farben immer möglichst original getreu erscheinen, geben Sie bei Druckvorgaben bitte immer die hier angegebenen Farbnummern an.

Die verschiedenen Farbsysteme (CMYK-Skala, Pantone) können miteinander kombiniert werden.

Das Logo ist grundsätzlich farbig in den vorgegebenen Farbwerten darzustellen.



**CMYK** C 78 / M 64 / Y 53 / K 44  
**Pantone** 432 C  
**RGB** R 57 / G 64 / B 73  
**Hex** #383f48



**CMYK** C 71 / M 6 / Y 0 / K 0  
**Pantone** 298 C  
**RGB** R 23 / G 179 / B 231  
**Hex** #19b4e9



**CMYK** C 77 / M 29 / Y 0 / K 0  
**Pantone** Hexachrome Cyan C  
**RGB** R 31 / G 146 / B 209  
**Hex** #2492d1



**CMYK** C 0 / M 41 / Y 95 / K 0  
**Pantone** 137 C  
**RGB** R 247 / G 164 / B 11  
**Hex** #f7a412



**CMYK** C 85 / M 15 / Y 96 / K 2  
**Pantone** 347 C  
**RGB** R 20 / G 146 / B 65  
**Hex** #0d9240



**CMYK** C 70 / M 0 / Y 87 / K 0  
**Pantone** 361 C  
**RGB** R 75 / G 176 / B 77  
**Hex** #4cb04d

Das farbige Logo muss **vorzugsweise** eingesetzt werden.



Für **dunkle Hintergründe** steht eine gesonderte Logo-Version zur Verfügung.

In **Sonderfällen** kann das Logo in Graustufen eingesetzt werden.



Einige Anwendungen im Schwarzweiß-Druck erfordern eine einfarbige Version. Hierfür stehen, je nach Hintergrund, eine vollfarbig-schwarze und -weiße Version zur Verfügung. Diese Versionen sind bitte gesondert unter [agentur@prowin.net](mailto:agentur@prowin.net) zu erfragen.



**Keine** anderen Farbigkeiten sind zulässig!

Der Schutzraum definiert den Abstand, den andere grafische Elemente und Schriften zum Logo mindestens einhalten müssen.

Logo und Schutzraum ändern sich proportional zur Größe des Mediums.

Der minimale Schutzraum nach allen Seiten bildet sich aus der definierten Höhe der Buchstaben der Wortmarke (x).

Der Schutzraum um das Logo sollte grundsätzlich so groß wie möglich sein, um die optische Wirkung nicht durch andere Elemente zu beeinträchtigen.



## 1.5. LOGO POSITIONIERUNG

Das Logo darf nur proportional skaliert werden.

Aufgrund seiner Gewichtung sollte das Logo auf einer Fläche nach Möglichkeit in der rechten, oberen Ecke positioniert werden.

(unter Berücksichtigung des Schutzraums, siehe 1.3.)



Nur durch den korrekten Einsatz des Logos gewährleisten wir die optimale Wirkung.

Das Logo darf in seinen Proportionen und Verhältnismäßigkeiten nicht verändert werden.

### Nicht erlaubt sind:

- Verzerrungen oder Stauchungen
- Das Wortzeichen ist eine speziell konstruierte Schrift - es darf nicht in anderen Schriften nachgesetzt werden.
- Farbliche Veränderungen
- Änderungen der Bestandteile des Logos
- Die Positionierung der Logo-Bestandteile darf nicht verändert werden.
- In den einfarbigen Versionen muss die Aussparung in der „Blume“ beachtet werden.
- Effekte (wie z.B. Schlagschatten oder Reliefe) sind nicht zulässig.

Es sind immer nur Originalvorlagen zu verwenden. Diese sind unter <http://www.prowin.net/cms/pressebox.htm> erhältlich.



Die drei Logos der proWIN-Sparten setzen sich jeweils aus dem Dunkelgrau des Standard-Logos und der jeweiligen Farbe der Sparte zusammen.



CMYK C 70 / M 0 / Y 87 / K 0  
Pantone 361 C  
RGB R 79 / G 175 / B 77  
Hex #4faf4d



CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44  
Pantone 432 C  
RGB R 56 / G 63 / B 72  
Hex #383f48



CMYK C 88 / M 55 / Y 15 / K 2  
Pantone 7462 C  
RGB R 15 / G 102 / B 158  
Hex #156f9d



CMYK C 0 / M 45 / Y 100 / K 0  
Pantone 137 C  
RGB R 226 / G 165 / B 40  
Hex #f7a412



CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44  
Pantone 432 C  
RGB R 56 / G 63 / B 72  
Hex #383f48



CMYK C 30 / M 56 / Y 100 / K 37  
Pantone 1395 C  
RGB R 137 / G 91 / B 18  
Hex #895b11



CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44  
Pantone 432 C  
RGB R 56 / G 63 / B 72  
Hex #383f48

Auch für die Spartenlogos sind, in Ausnahmefällen, Sonder-Versionen zulässig.



### Logo symbiologische Reinigung schwarz

Nur bei Schwarzweiß-Druck verwenden!

### Logo symbiologische Reinigung negativ (weiß) und teil-negativ

Nur bei Kontrastproblemen auf dunklem Grund verwenden!



### Logo new wellness schwarz

Nur bei Schwarzweiß-Druck verwenden!

### Logo new wellness negativ (weiß) und teil-negativ

Nur bei Kontrastproblemen auf dunklem Grund verwenden!



### Logo best friends schwarz

Nur bei Schwarzweiß-Druck verwenden!

### Logo best friends negativ (weiß) und teil-negativ

Nur bei Kontrastproblemen auf dunklem Grund verwenden!

**ALLE** anderen Verwendungen des proWIN international-Logos oder der Spartenlogos sind verboten oder benötigen der **ausdrücklichen Genehmigung** von Seiten der proWIN Winter GmbH!

Das Logo von proWIN pro nature symbolisiert unser Bestreben, uns aktiv für den Schutz von Natur und Umwelt einzusetzen.



Das Logo darf nur mit mindestens 25 mm Breite eingesetzt werden, um eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten.



Das Logo ist grundsätzlich farbig in den vorgegebenen Farbwerten darzustellen.

**CMYK** C 78 / M 64 / Y 53 / K 44  
**Pantone** 432 C  
**RGB** R 56 / G 63 / B 72  
**Hex** #383f48

**CMYK** C 62 / M 12 / Y 84 / K 0  
**Pantone** 7489 C  
**RGB** R 114 / G 169 / B 79  
**Hex** #4aa055

Das farbige Logo muss **vorzugsweise** eingesetzt werden.



In **Sonderfällen** kann das Logo in Graustufen eingesetzt werden.



Einige Anwendungen im Schwarzweiß-Druck erfordern eine einfarbige Version. Hierfür stehen, je nach Hintergrund, eine vollfarbig-schwarz und -weiße Version zur Verfügung.



**Logo proWIN pro nature schwarz**  
Nur bei Schwarzweiß-Druck verwenden!



**Logo proWIN pro nature negativ (weiß)**  
Nur bei Kontrastproblemen auf dunklem Grund verwenden!

**Keine** anderen Farbigkeiten sind zulässig!

Das Logo der proWIN Akademie setzt sich aus dem Dunkelgrau des Standard-Logos und einem warmen Grau zusammen.



**CMYK** C 0 / M 15 / Y 15 / K 60  
**Pantone** warm gray 9 C  
**RGB** R 132 / G 121 / B 115  
**Hex** #847973



**CMYK** C 78 / M 64 / Y 53 / K 44  
**Pantone** 432 C  
**RGB** R 56 / G 63 / B 72  
**Hex** #383f48

Das farbige Logo muss **vorzugsweise** eingesetzt werden.



Für **dunkle Hintergründe** steht eine gesonderte Logo-Version zur Verfügung.



**Logo proWIN Akademie**  
Nur bei Schwarzweiß-Druck verwenden!

**Logo proWIN Akademie (weiß)**  
Nur bei Kontrastproblemen auf dunklem Grund verwenden!

Schrift ist sichtbare Sprache und ein wichtiger Bestandteil des Erscheinungsbildes.

Sie trägt das Corporate Design mit jeder Publikation von proWIN entscheidend mit.

Die Anforderungen an die Schrift sind vielfältig:

Optimale Lesbarkeit in allen Schriftgrößen bei variierenden Textmengen sowie eine kontrastreiche und ausdrucksstarke Typografie für die Gestaltungsbandbreite von Broschüren bis hin zu Werbemitteln.

proWIN verwendet eine Serifen-Schrift und eine serifenlose Schrift zur Kommunikation.

Die offizielle serifenlose Schrift im Bereich Print von proWIN ist die DIN Next LT Pro.

### **Anwendung der DIN Next LT Pro:**

- Headline / Subheadline / Auszeichnungen
- plakative Texte
- Textschrift in plakativen Textebenen und in Mengentexten bei professionellen Anwendungen (z.B. Magazine, Flyer, Unternehmensunterlagen)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
DIN Next LT Pro Light

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**DIN Next LT Pro Medium**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**DIN Next LT Pro Black**

Die offizielle serifenlose Schrift von proWIN im Bereich Webanwendungen und Webseiten ist die Roboto.

### **Anwendung der Roboto:**

- Headline / Subheadline in Webanwendungen und auf Webseiten
- Mengentexte in Webanwendungen und auf Webseiten

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
Roboto Light

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**Roboto Medium**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**Roboto Black**

Die einzig zulässigen Alternativen sind Helvetica bzw. Arial als serifenlose Schrift und die Times New Roman oder Times als Serifenschrift.

<b>Hausschriftart</b>	<b>Mögliche Ersatzschriftarten</b>
<b>DIN Next LT Pro</b>	Arial oder Helvetica

Der zulässige Einsatz und die Schriftschnitte sind nachfolgend aufgeführt.



### **LIZENZHINWEISE BEI EIGENER VERWENDUNG:**

Zu beachten ist, dass generell alle Schriften, wenn sie gewerblich genutzt werden, immer lizenzpflichtig sind. Bei eigener Verwendung müssen daher die entsprechenden Lizenzen für jede Schrift eigenständig erworben werden.

Wenn Werbematerialien von proWIN international zur Verfügung gestellt werden, entfällt die Lizenzpflicht. Die Schrift Din Next LT Pro braucht speziell eine Lizenz von Monotype.

**Im Bereich Webanwendung und Webseiten gilt eine Ausnahme:**

Die Schriftart Roboto ist eine freie Google-Font und kann von jedem kostenlos verwendet werden.

Als Selbstständiger im Direktvertrieb ist man viel unterwegs. Werbung auf sich fortbewegenden Medien gilt als eine der effektivsten Werbemaßnahmen.

Hierbei gibt es einiges zu beachten. Hier sehen Sie die Standardbeschriftung, die bevorzugt zu verwenden ist. Es ist immer ein Kontrast zur Wagenfarbe herzustellen. Auch hier dürfen Logos weder verändert, neu angeordnet, noch in ihrer Farbgebung angepasst werden.



Folgende Komponenten sind zu verwenden. Ein ausreichender Kontrast zur Wagenfarbe ist herzustellen.

Logo inklusive Webadresse.



Der saubere Vertrieb!

*Der saubere  
Vertrieb!*

Heckscheibenbeschriftung individuell. Da durchscheinende Heckscheiben dunkel wirken, empfiehlt sich zur Beschriftung eine helle Farbe wie Weiß oder Silber.

**proWIN Beratung & Verkauf  
M. Mustermann  
Tel. 0 99 88 / 77 66 55  
m.musterman@online.de**

---

**6.3 FARBEN**

Für den Grauton sowie das hellblau kann man sich den Orafol Farbtönen bedienen.

Bei der Blume empfiehlt sich der Druck im Vierfarbmodell CMYK (s. Seite 4).



**Orafol** 720 komatsugrau



**Orafol** 053 hellblau

Für dunkle Fahrzeuge ist eine einfarbige Beschriftung zu wählen. Im Zweifel kontaktieren Sie die Grafikabteilung von proWIN.