

Corporate Design Handbuch

Pumpen-Service Wagner

Dokumentation des Corporate Designs der Firma Pumpen-Service Wagner GmbH

Schweinauer Straße 62 • 90439 Nürnberg • Tel. 0911 9653797 • Fax 0911 9653799
www.pumpen-service-wagner.de • info@pumpen-service-wagner.de

Stand:	Juni 2009	
Designer:	Ralph Lindner	
Kontakt:	Agentur Lindner	
	Schußleitenweg 77b	Tel. 0911 2879779
	90451 Nürnberg	Fax 0911 2879763
	www.agentur-lindner.de	info@agentur-lindner.de

Inhalt

**Hinweis zur Schreibweise: Pumpen-Service Wagner wird mit Bindestrich zwischen Pumpen und Service und mit Leerzeichen zwischen Service und Wagner geschrieben.
Der Zusatz „GmbH“ wird im Logo nur dann verwendet, wenn im entsprechenden Werk keine andere juristisch korrekte und ausreichende Bezeichnung der Firma erfolgt.**

Die Farben eines Ausdrucks dieses Dokumentes sind nicht farbverbindlich und dürfen nicht zur Farbbeurteilung/Farbvorgabe herangezogen werden!
Entscheidend sind die Farbangaben in La*b*.

Titel.....	Seite 1
Inhalt	Seite 2
Logo (Farbe).....	Seite 3
Logo (s/w-Ausführung)	Seite 4
Idee	Seite 5
Designkonzept	Seite 6
Farbwelt	Seite 7
Typografie	Seite 8
Umsetzung für Visitenkarten	Seite 9
Umsetzung für Briefpapier	Seite 10
Umsetzung für Firmenschild	Seite 11
Umsetzung für Webseite	Seite 12

Logo (Farbe)



Pumpen-Service

W a g n e r

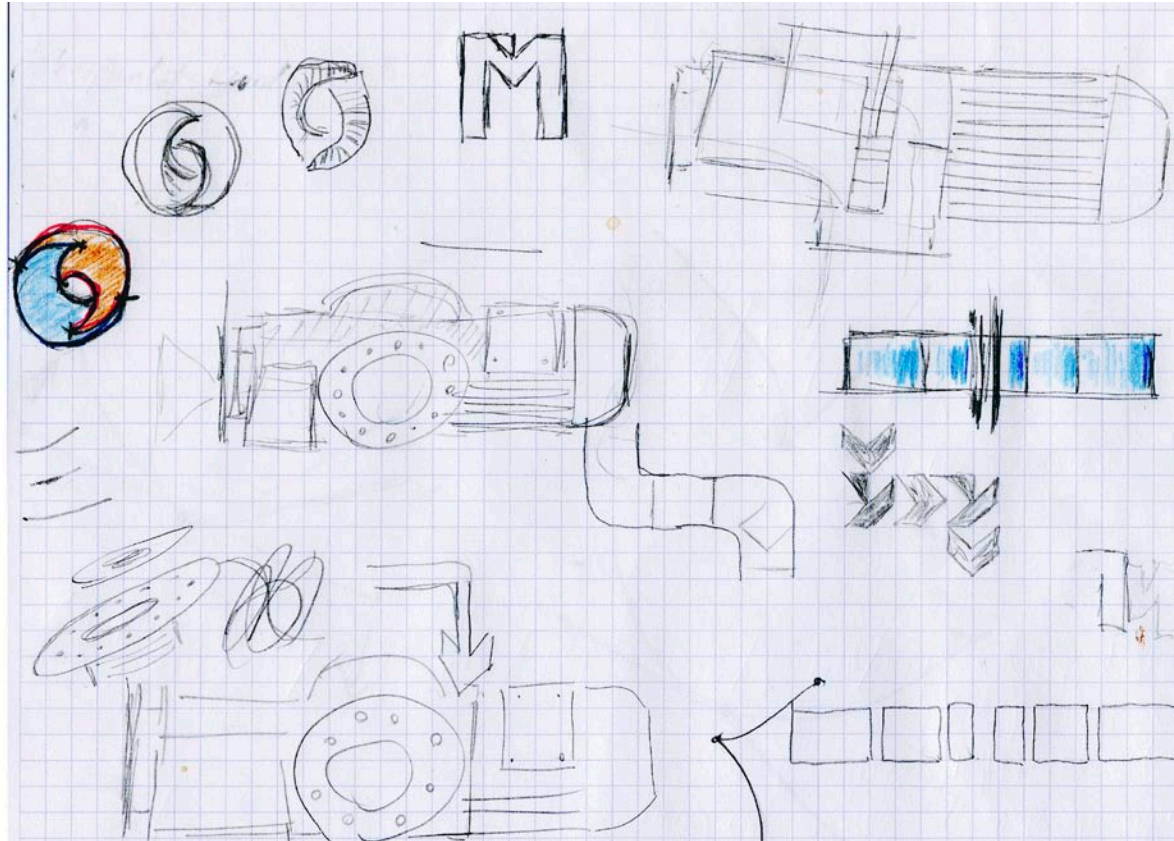
Logo (s/w)



Pumpen-Service

W a g n e r

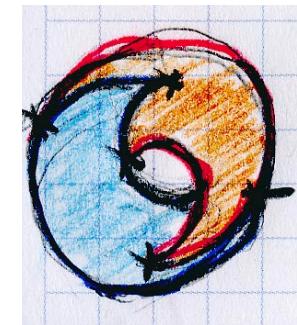
Die Idee



Das Logo soll einen Bezug zum Tätigkeitsbereich „Pumpe“ aufweisen. Dieser Bezug darf nicht zu gegenständlich an einer Ansicht oder einem Detail einer bestimmten Pumpe orientiert sein, da diese Darstellung zur zeitlosen Ansprache von Pumpenspezialisten ungeeignet ist.

Der Bezug wurde schließlich in zweierlei Hinsicht hergestellt:

Die Form: Spiralartig an Wellen erinnernd, eine Bewegung simulierend;



Die Farben: Pumpen befördern häufig Wasser oder Abwasser/andere Flüssigkeiten, oft warme und kalte Flüssigkeiten. Sowohl Substanz als auch Temperatur wird durch die Farbgebung angedeutet.

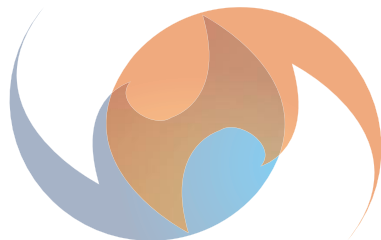
Designkonzept



◀ Logoelemente Grundform



◀ Logoelemente Grundform transparent



Designelemente (Variationen) ▼



Pumpen-Service-Wagner wird außer dem eigenen Firmenlogo immer auch Grundfos-Logos einsetzen. Hierdurch entsteht ein optisches „Ungleichgewicht“, mehrere schwere Logoelemente verschieben die Schwere der Seite aus der Mittelachse heraus.

Mit dem zusätzlichen Einsatz einer zusammengesetzten Form die aus den beiden Verlaufelementen des Logos erstellt wird, wird wieder ein optisches Gleichgewicht erzielt und gleichzeitig eine räumliche Tiefe simuliert.

Hierzu werden die beiden Elemente isoliert und transparent gemacht. Die Elemente werden nun horizontal verschoben um so Variationen an Designelementen zu erreichen.

Diese Designelemente werden angeschnitten – meist am unteren Rand – eingesetzt um eine harmonische Gewichtung der Seiten wiederherzustellen.

Farbwelt

Der Hintergrund:

Eine besondere Bedeutung für den Pumpen-Service-Wagner hat die Autorisierung durch GRUNDFOS. Die GRUNDFOS-Autorisierung muss aufgrund Ihrer Bedeutung bei jeder Kommunikation deutlich hervorgehoben werden. Die von GRUNDFOS bereit gestellten Logos müssen unverändert eingebunden werden und sollen das eigenständige Design von Pumpen-Service-Wagner schlüssig ergänzen.

Da „GRUNDFOS zertifizierter-Service-Partner“ in schwarzer Schrift vor weißem Grund erscheint, wurde entschieden alle Erscheinungsbilder von Pumpen-Service-Wagner immer und ausschließlich vor einem hellen Blauton darzustellen, um so ein deutlicheres Hervortreten der einzigen weißen Fläche, nämlich des „GRUNDFOS autorisierter Partner“-Logos zu erreichen.

Der Hintergrundfarbton ist

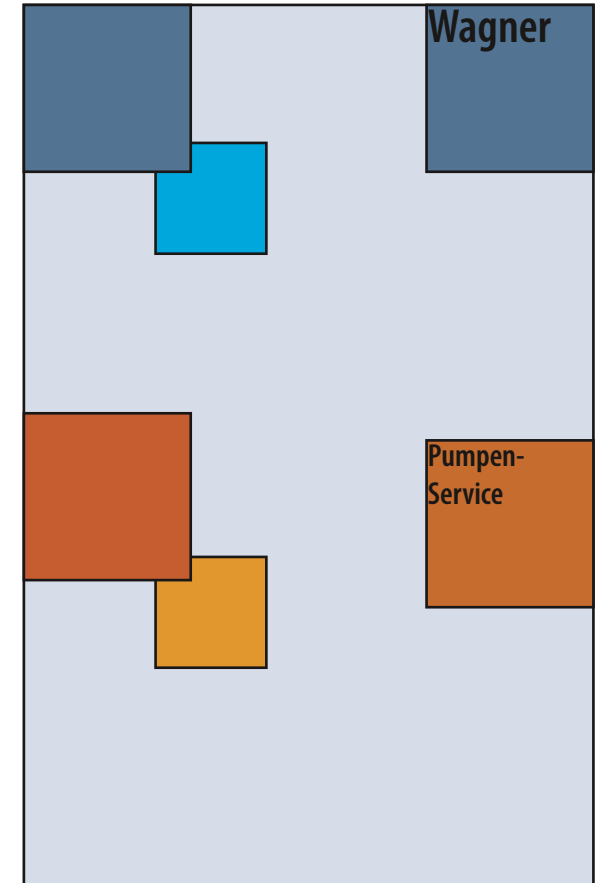
La*b* (88,37 -1,14 -6,51)
[ähnlich CMYK (5 0 0 5)]

Die Logofarben:

Das Logo weist zwei Farbverläufe auf.
Blauerlauf von
La*b* (47,26 -6,10 -20,07)
[ähnlich CMYK (80 50 30 0)]
(in dieser Farbe ist auch das Wort „Wagner“ im Logo)
nach
La*b* (62,29 -32,63 -41,49)
[ähnlich CMYK (100 0 0 0)]

Rotverlauf von
La*b* (52,95 39,72 43,74)
[ähnlich CMYK (0 80 100 5)]
nach
La*b* (68,88 21,88 61,90)
[ähnlich CMYK (0 50 100 0)]

„Pumpen-Service“ in Farbe
La*b* (55,65 33,23 47,82)
[ähnlich CMYK (0 66 100 7)]



Typografie

Es wird die Schriftart Myriad Pro verwendet.
Folgende Schriftschnitte kommen zum Einsatz:

Myriad Pro Regular

Uguer sum am aut dolore faci tat. Duis atumsan henis nisim vel ullaor sequisl iriliqu iscing er sequate erit lorem iure te do eriuscilis dunt dolorem dolenis ciliquatio diat.

Einsatz z. B.

- beim Namen in der Visitenkarte

Myriad Pro Light Condensed

Uguer sum am aut dolore faci tat. Duis atumsan henis nisim vel ullaor sequisl iriliqu iscing er sequate erit lorem iure te do eriuscilis dunt dolorem dolenis ciliquatio diat.

Einsatz z.B.

- Fußzeile des Briefpapier
- Visitenkarte

Myriad Pro Semibold Condensed

Uguer sum am aut dolore faci tat. Duis atumsan henis nisim vel ullaor sequisl iriliqu iscing er sequate erit lorem iure te do eriuscilis dunt dolorem dolenis ciliquatio diat.

Einsatz z. B.

- im Logo

Visitenkarten



Abbildung der Visitenkartenvorderseite

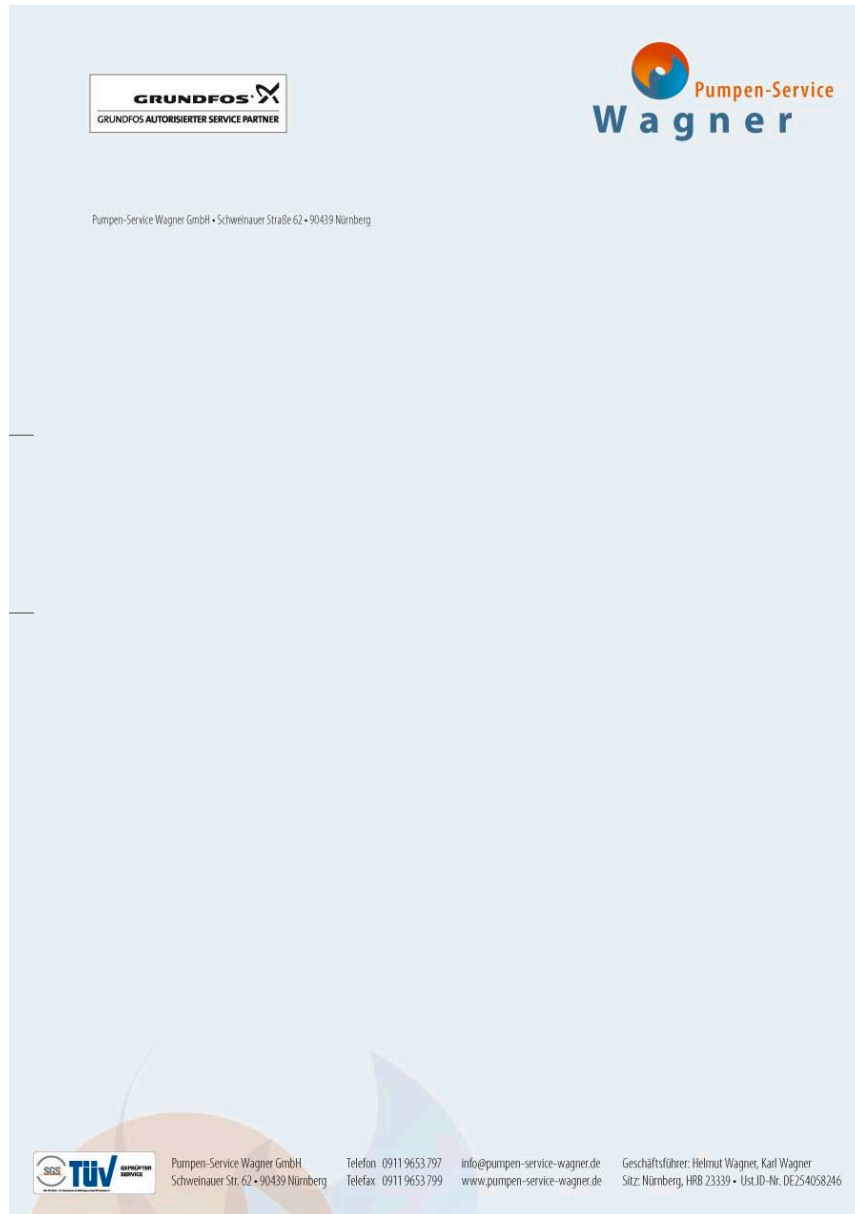
Die Visitenkarte enthält neben dem Logo und den üblichen Kommunikationsdaten das GRUNDFOS-Logo für autorisierte Servicepartner auf der Vorderseite.



Abbildung der Visitenkartenrückseite

Auf der Rückseite wird das QS-Logo sowie das Markenautorisierungslogo (Hilde) von GRUNDFOS eingesetzt.

Briefpapier



Nebenstehend Abbildung des Briefpapiers
(verkleinert).

Firmenschild



Es wurden zwei neue Firmenschilder für die Beschilderung des Firmengeländes hergestellt.

Die Schildgröße war vorgegeben.

Wichtig - auch hier wieder - die Kennzeichnung der GRUNDFOS-Autorisierung.

Webseite



Das gesamte grafische Konzept, Logo, Farbgebung, grafische Hintergrundelement umfassend, wurde für die neue Webseite umgesetzt.

Die Seite entspricht aktuellen Webstandards. Sie wurde auf die Kompatibilität mit aktuellen Browsern (Internet Explorer 6, 7, 8), Firefox 3, Safari, Opera, Chrome aber auch auf die Nutzbarkeit (und Aussagefähigkeit) für Textbrowser und Robots getestet und angepasst.

Grundlegende Richtlinien zur Barrierefreiheit von Webseiten wurden beachtet und umgesetzt.

Schon bei der Codierung der Webseite wurde großer Wert auf die Suchmaschinenoptimierbarkeit der Webseite gelegt. Inhalt, Meta-Tags, Seiten- und Linktitel wurden für die Auffindbarkeit in Suchmaschinen optimiert.