

Kleinunternehmen Judith Tieber-Gibbs

CD Manual Judith Tieber-Gibbs

von Klara Younes

Wien, 2024

Corporate Design Manual

Das Ziel des Corporate Designs ist es, einen erfrischenden, dynamischen und repräsentativen Auftritt zu gestalten. Es fungiert als wesentlicher Bestandteil der Unternehmensidentität und trägt dazu bei, die Wiedererkennung zu stärken. Die folgenden Seiten präsentieren die Struktur und den Einsatz dieses visuellen Erscheinungsbildes. Dieses Handbuch dient als Richtlinie für die Umsetzung und Verbreitung der Kommunikation.

- 1. Logoblatt**
- 2. Farbkonzept**
- 3. Typografie**

Das Logo



Kurzbeschreibung

Die grundlegende Intention des Logos ist es, eine klaren **Wiedererkennung** zu schaffen, wobei der **Name** bewusst eingesetzt wird, um eine leichtere Einprägsamkeit zu gewährleisten. Bei dem Logo handelt es sich um ein **Combo Mark Logo** im **Front-Prinzip**. Die einzelnen Symbole dürfen als Design Elemente verwendet werden.



Hauptlogo

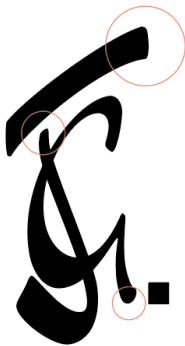


Symbole

Für den Namen wurde eine serifenlose Linear Antiqua eingesetzt. Das verleiht dem Logo eine freche, moderne aber auch geradlinige und sachliche Note. Das Symbol soll eine Unterschrift andeuten, um eine persönliche Nuance hinzuzufügen, für das eine Handschrift verwendet worden ist.

Konstruktion

Für das Logo wurden die ursprünglichen Fonts Dr Sugiyama Pro (Adobe Font) und League Gothic Regular (Google Font) bearbeitet, wobei die serifenlose Linear Antiqua der League Gothic Regular und die Handschrift der Dr Sugiyama Pro entsprechen.



Die Zeichen J,T,G wurden zusammengefügt. Der Grundstrich des Majuskel T wurde entfernt, der Arm verlängert und über das J gelegt. Am Majuskel G wurde der Schweif verkürzt. Abschließend der Punkt dazugelegt.

Anpassung der einzelnen Schriftzeichen in der Breite. Alle linken Ecken wurden um 0,2 mm gerundet. Die Laufweite wurde ebenfalls angepasst.



Raster & Schutzraum

Das Größenverhältnis des Symbols und der Word Mark befinden sich im **Goldenen Schnitt**.
Der Name ist dreiteilig angelegt und ebenfalls im G.S Gestaltungsgesetz: **Gesetz der Nähe**



Schutzraum 5 mm

Ein Schutzraum / Whitespace von mindestens 5 Millimeter muss immer vorhanden sein.

Die Varianten

Version Schwarz



Pantone Pro, Black PC
C:0 M:0 Y:0 K:100
R:14 G:w14 B9
#0e0e09

Version Rotorange



Pantone 7417 PC
C:0 M:82 Y:87 K:0
R: 217 G: 87 B: 61
#D9573D

Version Weiß



Whitespace
C:0 M:0 Y:0 K0
R:255 G:255 B:255
#ffffff



Größen & Anwendungen

Standardgröße



Logogröße 35 mm breit

Kleinste Druckgröße



Logogröße 25 mm breit

Geschäftsdrucksachen

RE & Briefpapier:	35 mm breit
Visitenkarte:	35 mm breit
Podcast Flyer:	25 mm breit

Typografie

Oswald

Extra Light

Light

Medium

Bold

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

0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, !, @, #, \$, %, ^, &, * () - _ + = { } [] \ | : ; , < > . ? /

Die Schrift Oswald ist eine **serifenlose**

linear Antiqua. Sie wirkt modern, bodenständig und stark.

Die Oswald ist eine **Open Google Font** die passend

für **Überschriften** und **Fließtext** geeignet ist

Sie wird in sämtlichen Medien des Unternehmens verwendet.

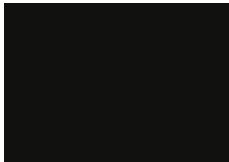
Die Farben

Primäre Farbe



WHITESPACE
C:0 M:0 Y:0 K0
R:255 G:255 B:255
#ffffff

Kontrast Farbe



PANTONE Pro, Black PC
C 0 M:0 Y:0 K:100
R:14 G:14 B9
#0e0e09

Akzentfarbe



PANTONE 7417 PC
C:0 M:82 Y:87 K:0
R: 217 G: 87 B: 61
#D9573D

Erklärung

Die Primären Farben sind, die **unbunten Grundfarben** Weiß & Schwarz. Sie sind neutrale Farben. Weiß nimmt den größeren Teil der Fläche in Anspruch. Schwarz wird als Kontrastfarbe eingesetzt.

Die Kombination von Schwarz und Weiß schafft nicht nur einen **Hell Dunkel Kontrast**, der die Aufmerksamkeit auf sich zieht, sondern unterstützt auch eine **zeitlose** und **professionelle** Ästhetik. Weiß wirkt minimalistisch und modern, Schwarz stark und seriös.

Die Ausnahme

Als Akzentfarbe wurde ein **Orange** gewählt, um die persönliche Note zu unterstreichen. Es ist eine **warme und aktive Farbe**, die ein wenig mehr Yellow Anteil besitzt. Orange ist eine Farbe die jung, dynamisch und optimistisch wirkt. Diese darf wirklich nur in geringen Mengen vorkommen.