

VERSION 1.0
UNIVERSUM GROUP
STYLEGUIDE
SEITE 1

JULI 2018

STYLEGUIDE

UNIVERSUM GROUP



UNIVERSUM GROUP LOGO

Der Aufbau | Das Logo der UNIVERSUM Group folgt einem zentralen Aufbau, basierend auf der geometrischen Mitte des Logos. Die UNIVERSUM Bildmarke steht immer zentral und prominent über der Wortmarke.

Die Elemente des Logos dürfen nur gemeinsam und proportional zueinander vergrößert oder verkleinert werden. Von Das Logo wurde in einer Negativ- und eine Positivvariante erstellt.



UNIVERSUM GROUP LOGO

Die Konstruktion des Logos

Die Höhe von der Grundlinie zur Oberkante der Wortmarke definiert das **Grundelement x**. Daraus ergeben sich die Breite und Höhe des Quadrates. Die Gesamthöhe des Logos insgesamt entspricht **(7x)**, Wortmarke, Claim und Bildmarke stehen immer in den gleichen Verhältnissen zueinander.

Die Schutzzone definiert den Mindestabstand zu anderen Designelementen und zum Formatrand. Es dürfen keine anderen Designelemente (z. B. Störer, Headlines oder Fließtexte) innerhalb dieser Schutzzone platziert werden. Die optimale Schutzzone von **(2x)** sollte nicht unterschritten werden.

Minimalgrößen:

Die Logobreite von 25 mm darf nicht unterschritten werden. In kleinen Größen kann das Symbol nicht mehr wahrgenommen werden und verliert seine Bedeutung. In minimalen Größen darf nur noch die Wortmarke ohne Bildmarke verwendet werden.



**Minimalgröße
(Logo)**
25 mm

HAUSFARBEN

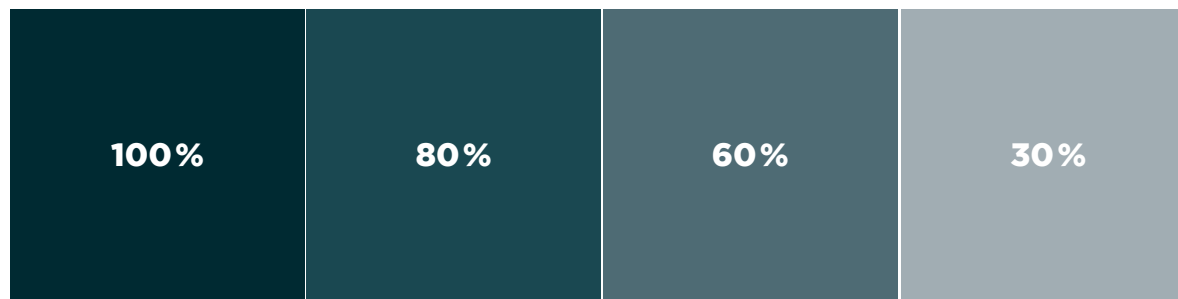
Die Hausfarben Petrol und Gelbgrün prägen in Kombination mit der Grundfarbe Group. Petrol steht für Vertrauen, Seriosität und Zuverlässigkeit, Gelbgrün für Frische, Klarheit, Sympathie und Partnerschaft.

Darüber hinaus steht Weiß als charakteristisches Element zur Verfügung und kann – immer in Kombination mit Gelbgrün und Petrol – die Kommunikation von Einfachheit, Klarheit und Transparenz verstärken.

Primärfarbe ist Petrol, das in 80 %, 60 %- und 30 %-Schritten aufgerastert werden kann.

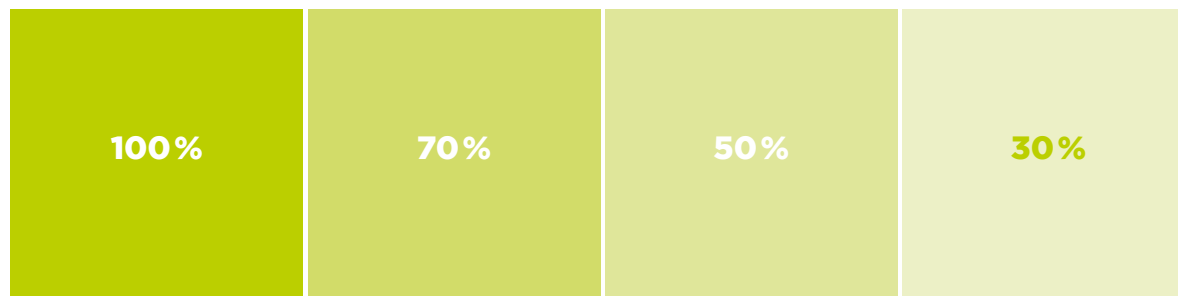
Gelbgrün wird als Akzentfarbe in 100 % eingesetzt und verfügt darüber hinaus über drei Abstufungen (70 %, 50 %, 30 %).

PRIMÄRFARBE UNIVERSUM PETROL



CMYK 100.50.50.70
RGB 0/43/51 #002b33
Pantone 546 C coated
Pantone 5463 U uncoated

AKZENTFARBE UNIVERSUM GELBGRÜN



CMYK 35.0.100.0
RGB 188/207/0 #bccf00
Pantone 390 C coated
Pantone 583 U uncoated

SEKUNDÄR- FARBEN

Die Sekundärfarben wurden ergänzend zu den beiden Hausfarben entwickelt.

Sie können für/in Infografiken, Tabellen oder Präsentationscharts verwendet werden. Sie dienen als zusätzliches Gliederungs- und Gestaltungselement.

Bei der Entwicklung des Farbsets wurde darauf geachtet, dass diese Farben gut mit den Hausfarben der UNIVERSUM Group kombiniert werden können, ohne dabei selbst zu dominant in den Vordergrund zu treten.

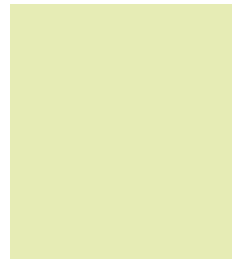
Zusätzlich zu dem auf dieser Seite angezeigten Farbsatz können die Hausfarben in bestimmten Abstufungen benutzt werden (siehe Seite 4).

Die Störfarbe Rot dient nur zur internen Verwendung, um Elemente besonders hervorzuheben.

SEKUNDÄRFARBEN



CMYK
68.36.30.12
RGB
70.111.132
#466f84



CMYK
15.0.38.0
RGB
213.230.160
#d5e6a0



CMYK
37.22.22.0
RGB
148.164.171
#94a4ab

STÖRFARBE



CMYK
0.100.100.0
RGB
225.000.010
#e1000a

1



1 Ein Beispiel für die Anwendung der Sekundärfarben in einer Infografik.

— TYPOGRAFIE —

Die Unternehmensschrift heißt „Gotham Grotesk“. Diese Schrift wird in allen gedruckten Medien eingesetzt.

1 Der Headlinefont:

Schriftart: Gotham Bold und Book oder Gotham Black und Medium. Die Schriftkontraste innerhalb der Headlines dienen zum Betonen einzelner Begriffe oder Textpassagen.

In Headlines und Zwischenüberschriften wird die Schrift nach Möglichkeit in Versalien gesetzt.

2 Der Bodyfont:

Schriftart: Gotham Book oder Light mit Hervorhebungen in Gotham Bold oder Medium.

3 Für Digitalanwendungen und MS-Office-Templates:

Ersatzschriften: Verdana und Verdana Bold.

1
GOTHAM BLACK SEQUATEM
CON PERUM SIT. ET NIMPOR.

GOTHAM BLACK SEQUATEM
CON PERUM SIT. ET NIMPOR.

2
Nequia porectem fugia sum hillita voluptaero mod evenihi tatemporis am, simin nobitat emquost as nobis exerchit que volupta tiorios eum hit, que ma sum unt, cusapiet lit voluptate voles sandan.

UT MOS ET IPSAM VOLUPTAT

offictat ex eictorerovid ut in cupta vit optataquos mo quundantios et mi, quam alis simpos eatatatio tem quos et rem anda doluptas reicae

Nequia porectem fugia sum hillita voluptaero mod evenihi tatemporis am, simin nobitat emquost as nobis exerchit que volupta tiorios eum hit, que ma sm quos et rem anda doluptasillanti coreprest et volorro od qui dolore sumuptat doleceatqui non corumqu aernatur rest, quo
www.universum-group.de

3
Nequia porectem fugia sum hillita voluptaero mod evenihi tatemporis am, simin nobitat emquost as nobis exerchit que volupta tiorios eum hit, que ma sum unt, cusapiet lit voluptate voles sandan.

UT MOS ET IPSAM VOLUPTAT

offictat ex eictorerovid ut in cupta vit optataquos mo quundantios et mi, quam alis simpos eatatatio tem quos et rem anda doluptas reicae non pereribus in repuda nonsequat officto eos moluptata naturibusae

FÜR WEITERE
INFORMATIONEN
UND FRAGEN:

Ansprechpartner:

Lena Zimmermann

Assistant to the Director of Sales & Marketing

UNIVERSUM Group

Hanauer Landstraße 164

60314 Frankfurt am Main

T +49 0 69 420 91-127

F +49 0 69 420 91-318

E lena.zimmermann@universum-group.de



UNIVERSUM GROUP LOGO

Die S/W-Umsetzung

Kann das Logo aus technischen Gründen nicht farbig eingesetzt werden, ist die abgebildete S/W-Version (positiv/negativ) zu verwenden.

