

// Einführung
// Logo-Verwendung
// Farbpalette
// Artwork
// Print-Marketing



PRINT-/ONLINE-MARKETING STYLEGUIDE

DER KÖNIG DER LÖWEN

THE MUSIC LIVE IN CONCERT

KURZE EINFÜHRUNG IN UNSEREN STYLEGUIDE.

DIE WICHTIGSTEN REGELN

Die hier aufgezeigten Richtlinien sollen dazu beitragen, in allen kommunikativen Ausdrucksformen ein einheitliches visuelles Gesamtbild zu erreichen.

Ziel des Styleguides ist es, die Zusammenarbeit mit externen Partnern, z.B. örtliche Veranstalter zu erleichtern.

Der Styleguide zeigt eine Richtung und dokumentiert die Elemente eines einheitlichen Corporate Designs. Verantwortungsvolle gestalterische Arbeit kann er allerdings nicht ersetzen. Der erfolgreiche Umgang mit den Guidelines setzt bei den damit arbeitenden Gestaltern Kreativität und Erfahrung voraus.

Für einen angemessenen Umgang mit den gestalterischen Grundelementen sind die nebenstehenden übergreifenden Gestaltungsregeln zu beachten.

NUR DAS RICHTIGE LOGO VERWENDEN

In allen Medien ist nur die von COFO Entertainment gelieferte und freigegebene Version des Logos einzusetzen. Formale Veränderungen oder die einzelne Verwendung von Logo-Bestandteilen sind nicht zulässig.

DER ZUSATZ „THE MUSIC LIVE IN CONCERT“

„THE MUSIC LIVE IN CONCERT“ ist fester Bestandteil des Logos und darf auf keinen Fall unterschlagen werden. Ohne diesen Zusatz kann kein gemeinsamer bzw. ein falscher Kontext zu unserer Veranstaltung hergestellt werden.

TYPOGRAFIE UND SCHRIFTARTEN

Die Typografie unserer Grafik-Vorlagen darf nicht verändert werden. Verwendete Schriften werden eingebettet, aber nicht mitgeliefert. Falls z.B. für eine Zeitungsanzeige ein Terminfeld vorgesehen ist, darf hier natürlich eine eigene Schriftart verwendet werden. Diese sollte aber mit dem eigentlichen Artwork harmonisieren. Im besten Fall klare und serifenlose Schriften verwenden.

ÄNDERUNGEN IM ARTWORK

Änderungen an den gelieferten Vorlagen sollten weitestgehend vermieden werden. Nachdem die Größenanforderungen in div. Medien teilweise sehr unterschiedlich sind, dürfen hier natürlich dementsprechende Anpassungen vorgenommen werden. Das allgemeine Erscheinungsbild darf nicht von unseren Vorlagen abweichen.

Größere Änderungen bedürfen der Freigabe!

DAS LOGO

UND SEINE VERWENDUNG.

DAS
LOGO



Standard-Version des Logos ist in Schwarz und Gelb mit einem gelben Schein nach außen. Dieses Logo muss in allen Print- und Online-Medien verwendet und darf nicht verändert werden.



Positive Version: Ausschließlich für PR-Zwecke.



Nicht zulässig:

Das Logo darf weder gestaucht, gestreckt, umgefärbt oder auf einzelne Elemente verzichtet werden.

PRIMÄRE FARBPALETTE

Farbe #1

Print: CMYK: 4/40/93/0

Web: RGB: 240/165/26
RGB Hex: #f0a51a



80 %

60 %

30 %

Farbe #2

Print: CMYK: 20/100/100/11

Web: RGB: 181/25/24
RGB Hex: #b51918



80 %

60 %

30 %

Farbe #3

Print: CMYK: 0/0/0/0

Web: RGB: 255/255/255
RGB Hex: #ffffff

Farbe #4

Print: CMYK: 0/0/0/100

Web: RGB: 0/0/0
RGB Hex: #000000

PRINT-MARKETING

Bitte bei Zeitungsanzeigen den Farbauftrag berücksichtigen.

DAS GRUNDLEGENDE **ARTWORK**

Auf diesem Artwork bauen alle von uns gelieferten Vorlagen für Print und Web auf.

Die Proportionen der einzelnen Elemente im Artwork sind bei allen Vorlagen weitestgehend erhalten geblieben.

Falls Sie bei unserer Vorlage eigenständig Anpassungen vornehmen müssen, z.B. bei Sondergrößen etc., muss die Gewichtung der Elemente mit dem von uns gelieferten Artwork übereinstimmen.



VORLAGEN **PRINT-MARKETING**



VARIANTEN - EINDRUCKFELD



Anlage 3: Style Guide

2-spaltig, 92 mm x 125 mm



2-spaltig, 92 mm x 53 mm



2-spaltig, 92 mm x 105 mm



1-spaltig, 45 mm x 45 mm



3-spaltig, 138 mm x 80 mm



1-spaltig, 45 mm x 60 mm

