



MARKEN REGELWERK

EXA AG

Vorwort

Das vorliegende Dokument ist ein Regelwerk, in dem schriftlich festgehalten ist, welche Maßgaben bezüglich Ihres Corporate Designs (Farbauswahl, Schriftarten, Logos, Werbesprüche, etc.) und welche Maßgaben bezüglich Ihrer Corporate Identity (Auf-treten, Kommunikation, etc.) getroffen wurden. Die Wahrung dieser Richtlinien ist essen-tiell, um von Ihren Kunden als professionell und vertrauenswürdig wahrgenommen zu werden. Durch die konsequente Einhaltung der beschriebenen Richtlinien verschaffen Sie Ihrem Unternehmen einen beständigen Wiedererkennungswert und steigern somit den Identifikationsgrad Ihrer Kunden und Mitarbeiter mit Ihrem Unternehmen. Bitte be-achten Sie, dass es sich bei den Markenrichtlinien um ein lebendiges Dokument han-delt, das in regelmäßigen Abständen hinterfragt und weiterentwickelt werden sollte.



IDENTITÄT (CI)

Corporate Identity

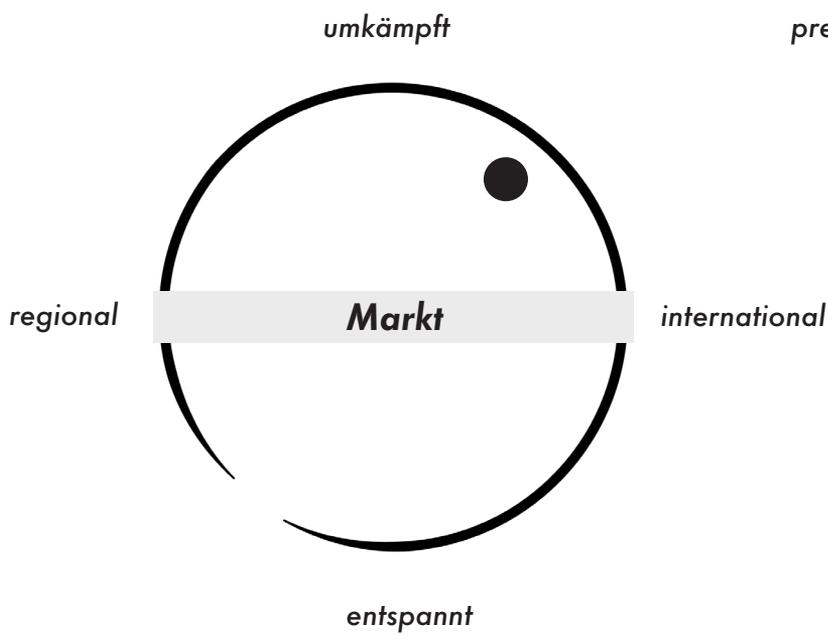
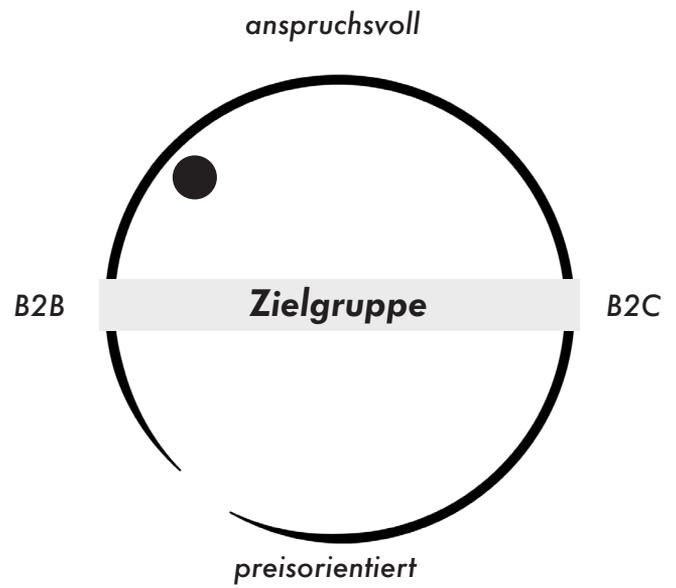
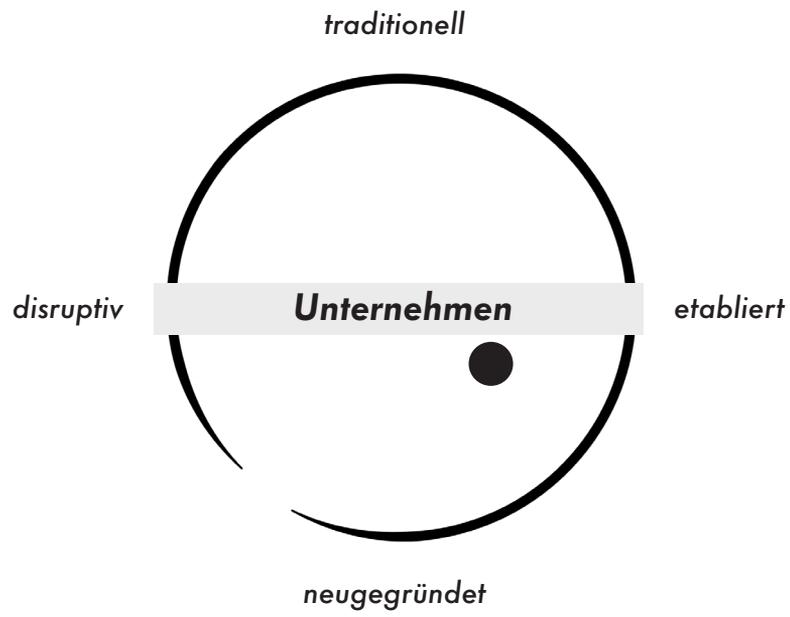
Unter dem Begriff Corporate Identity versteht man die Markenidentität eines Unternehmens. Hierbei werden die Werte des Unternehmens sowie dessen Selbstverständnis und Mission definiert. Diese Richtlinie dient zur grundlegenden Orientierung für mögliche Unternehmensentscheidungen. Insbesondere in Werbebotschaften, die sich an potentielle Kunden richten, müssen die Grundsätze des CI gewahrt bleiben um glaubwürdig und vertrauenswürdig zu erscheinen.

EXA AG

<i>Branche:</i>	Software Provider
<i>Zielmarkt:</i>	Global Companies
<i>Produkte:</i>	Software Add-ons & Services

ALLEINSTELLUNGSMERKMALE

1. German / Indian cooperation
2. Cutting edge technology solutions
3. Profound SAP DNA



Vision

Our vision is to help shape a sustainable future through digital innovation.

Mission: Our mission is to drive digital transformation by delivering innovative solutions and services to meet our customers' needs for greater compliance, efficiency, sustainability, and transparency.



Werte

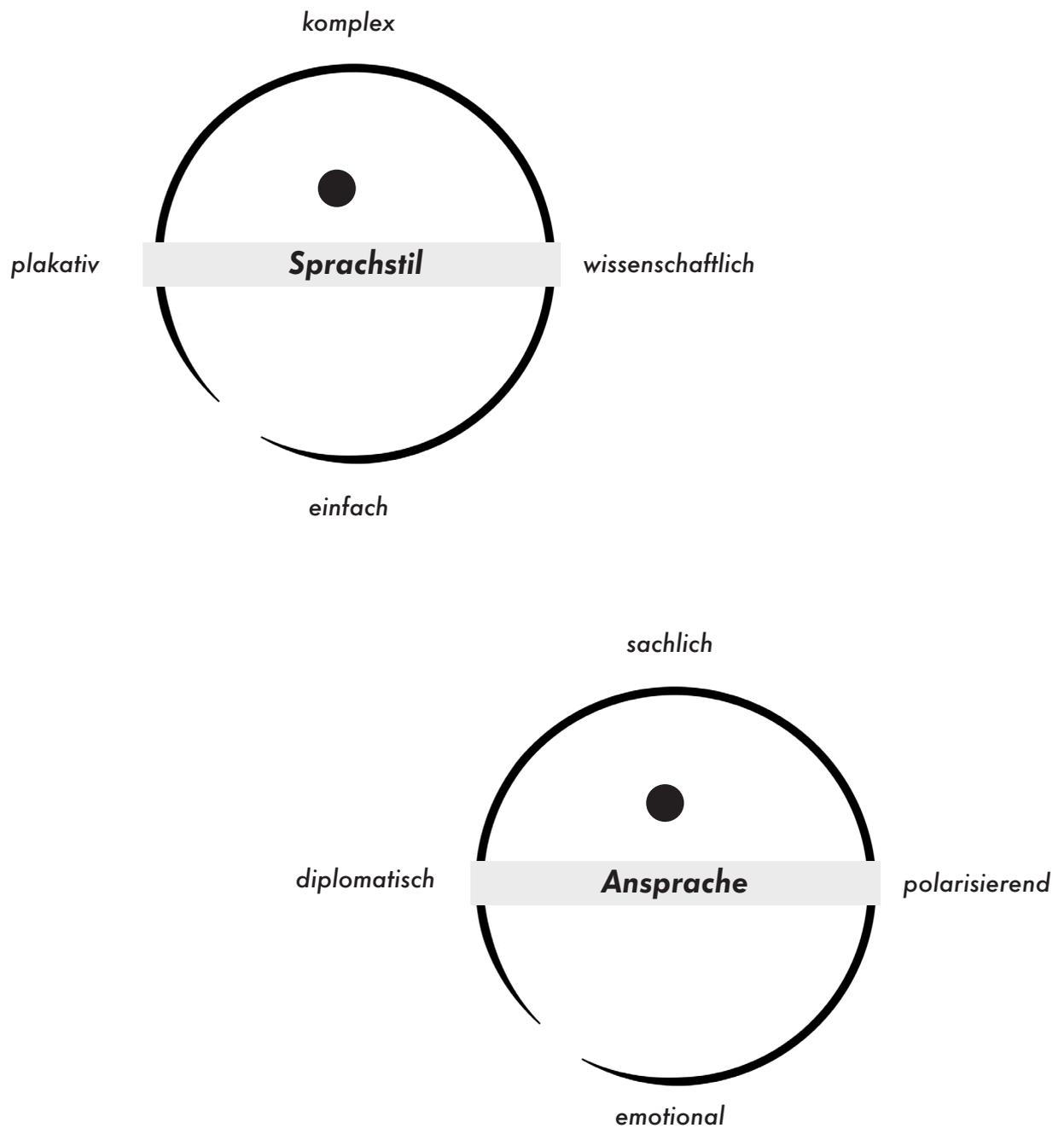
Die folgenden Adjektive beschreiben das Werteprofil Ihres Unternehmens.

seriös	hilfsbereit	technisch	jugendlich
gehoben	familiär	global	indisch
kreativ	abenteuerlich	hilfreich	ganzheitlich
modern	sympathisch	szenentreu	international
bodenständig	deutsch	gewissenhaft	vertrauensvoll
professionell	regional	prunkvoll	verantwortungsvoll
sozial	beruhigend	spannend	qualitätsbewusst
verführerisch	traditionell	historisch	authentisch
hip/auffällig	dynamisch	nachhaltig	ironisch
radikal	handwerklich	digital	provokativ
konservativ	spirituell	mysteriös	konform
sinnstiftend	disruptiv	solide	freiheitsliebend
erfrischend	transparent	profitabel	wissenschaftlich
innovativ	sportlich	höflich	analytisch
modisch	offen	religiös	langfristig

KOMMUNIKATIONSKONZEPT

Sprachen

Aufgrund der örtlichen Ausrichtung des Unternehmens wird in folgenden Sprachen kommuniziert:





„Du“ - Ansprache



neutrale Ansprache



„Sie“ - Ansprache



aktive - Ansprache



passive - Ansprache



moderne - Sprache



konservative Sprache

Design (CD)

Unternehmens-Logo

Die folgenden Grafiken stellen das Unternehmens-Logo dar. Zwecks eindeutiger Wiedererkennbarkeit sind sie auf sämtlichen Dokumenten (wie z.B. Rechnungen, Angeboten), Print-Werbemaßnahmen (wie z.B. Flyer, Visitenkarten, Tassen), Digital-Werbemaßnahmen (Social-Media, Google, Webseiten, Ads) sowie Produkten, die im Zusammenhang mit dem Unternehmen stehen, prominent abzubilden.



Logo Freiraum

Immer wenn das Logo verwendet wird, sollte ein gewisser Bereich frei bleiben, um so die Sichtbarkeit und Wirkung zu gewährleisten. Es sollten keine grafische Elemente jeglicher Art in diese Zone gelegt werden.



Light- & Darkmode



Helle Logo Version
wird auf dunklen Hintergründen verwendet



Dunkle Logo Version
wird auf hellen Hintergründen verwendet

Lesbarkeit

Bei der Anwendung auf verschiedenen Formaten sollten bestimmte Größenordnungen beim Einsatz des Logos eingehalten werden:

Bildmarke



Volles Logo

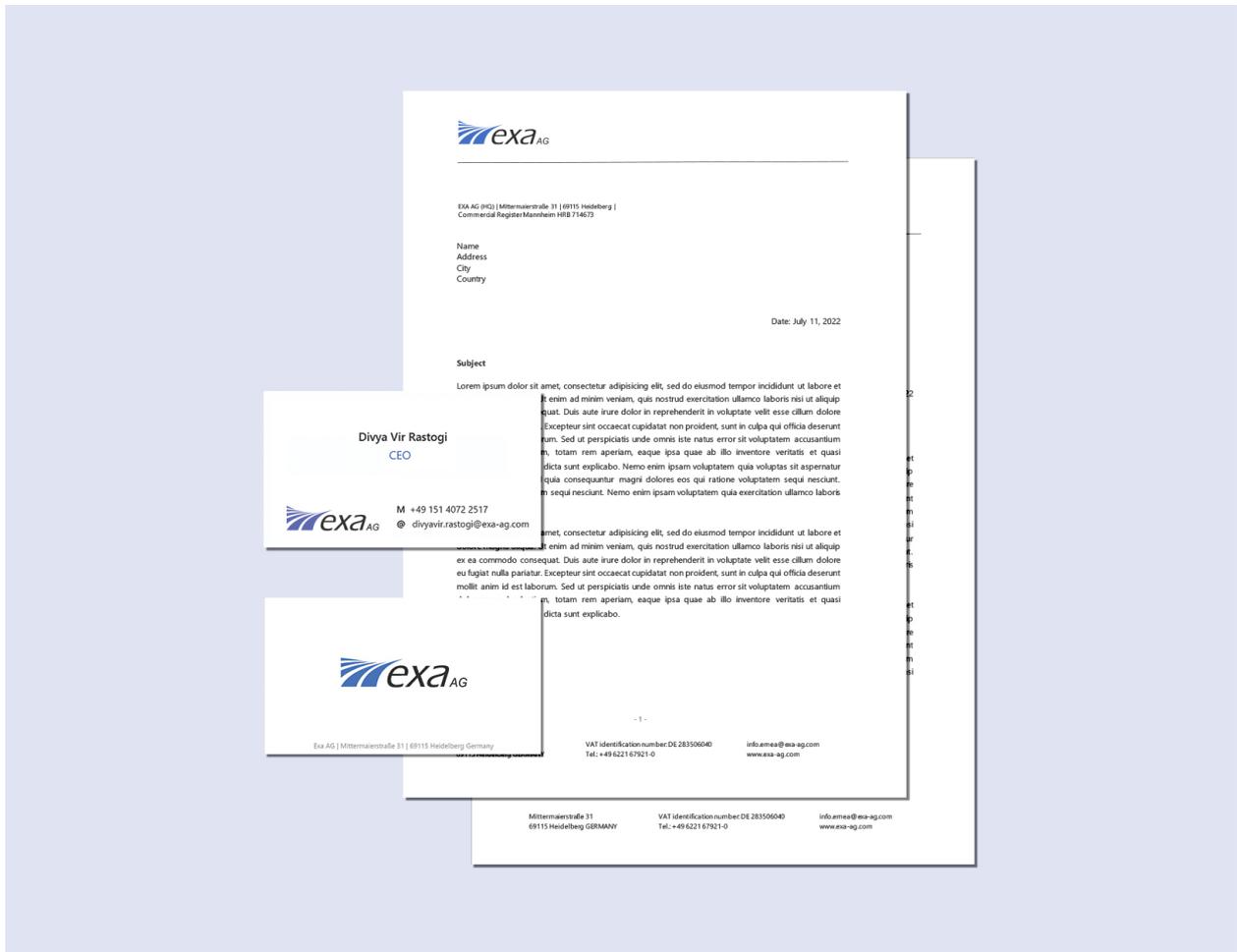
Minimale Größe:
X mm x X mm





Anwendungen

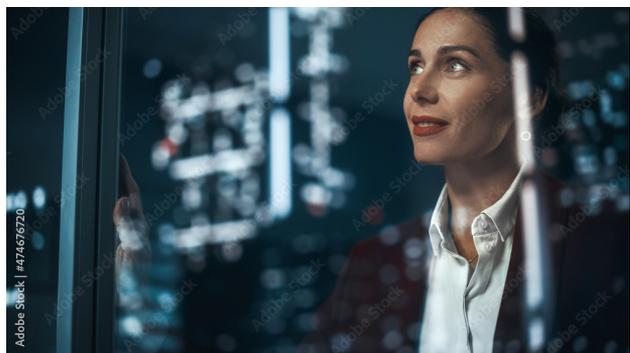
Das bestimmte CI muss in allen Anwendungen linear erkennbar bleiben um die Markenkonsistenz zu erhalten.



Grafik-Stilistiken

Folgende Stilbeispiele beschreiben exemplarisch grundlegende Richtlinien zur Erstellung von sämtlichen Grafiken zu Informations oder Werbezwecken.





Grafik-Stilistiken

Folgende Stilbeispiele beschreiben exemplarisch grundlegende Richtlinien zur Erstellung von sämtlichen Grafiken zu Informations oder Werbezwecken.





Corporate Fonts

Im Zusammenspiel mit Bildern, Farben und Layout prägen Schriften maßgeblich den gestalterischen Gesamteindruck Ihres Corporate Designs. Die konsequente Verwendung festgelegter Schriftarten ist daher notwendig um eine konsistente Gestaltung zu gewährleisten.

HAUSSCHRIFT SEOE UI

DESIGNER :
STEVE MATTESON

-

DIE SCHRIFT

Die Segoe UI ist eine Systemschrift von Microsoft, die seit Windows Vista und Office 12 als Interface-Schrift benutzt wird und dabei speziell auf das ClearType-Rendering zugeschnitten ist. Später wurde die Segoe auch die Hausschrift von Microsoft.

Ursprünglich war die Segoe eine im Jahr 2000 für Agfa Monotype entwickelte Schrift. Sie wurde 2003 von Microsoft übernommen und für die Bildschirmmanwendung ausgebaut.

SCHRIFT BEISPIELE SEGOE UI

SEGOE UI

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

Regular

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

Ziffern

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Zeichen

! " § \$ % & / () = ? ` ; :
i " ¶ ¢ [] | { } ≠ ¿ '
« ∑ € ® † Ω ¨ / ø π • ± '
æ œ @ Δ ° ª © ¢ ¢ , å ¥ ≈ ç
√ ~ μ ∞ ... - ≤ < > ≥ ~ > < ◇

Die typografische Hierarchie ist eine weitere Form der visuellen Hierarchie, eine Unterhierarchie in einem Gesamtdesignprojekt. Die typografische Hierarchie stellt die Schrift so dar, dass die wichtigsten Wörter mit der größten Wirkung angezeigt werden, so dass die Benutzer den Text nach wichtigen Informationen durchsuchen können. Typografische Hierarchie schafft Kontrast zwischen den Elementen. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, um eine Hierarchie zu schaffen. Hier sind einige der gängigsten Techniken für Layouts von EXA AG.

FLIESS TEXT UND SUB- HEADLINES

Sie möchten etwas im Detail erklären? Diese Schriftgröße ist geeignet für Bildunterschriften und Marginalien.

-
Segoe UI Regular
6 pt

Fließtext sollte in dieser Größe gesetzt werden.

-
Segoe UI Regular
12 pt

HEADLINES

Subtitle 2

-
Segoe UI Regular

Subtitle 1

-
Segoe UI Regular
16pt

Headline

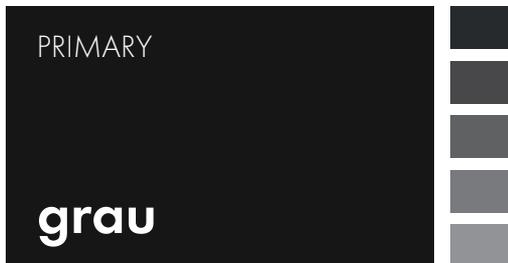
-
Segoe UI Regular
24 pt

Title

-
Segoe UI Regular
56 pt

Farbkonzept

Das Farbkonzept vereint verschiedene Aspekte der gewünschten Tonalität. Ein leuchtendes Gelborange dient als Akzentfarbe. Diese Farben nehmen zusammen einen Bezug auf die farbenfrohe Kultur Indiens. Die Farbprofile werden sparsam kombiniert und hauptsächlich im Zusammenhang mit ihren zugeordneten Produkten eingesetzt. Hintergründe werden hauptsächlich in weiß gehalten. Texte und Überschriften werden im Exa Grau und dessen Abstufungen gesetzt.



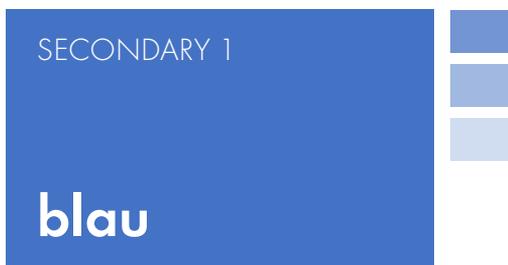
CMYK 78% 68% 61% 86%
RGB 22 22 22
HEX 161616



CMYK 0% 28% 93% 0%
RGB 221 238 17
HEX ddee11



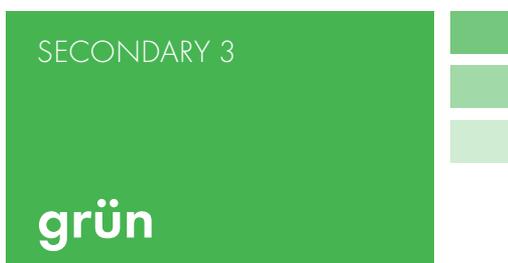
CMYK 0% 28% 93% 0%
RGB 255 192 0
HEX FFC000



CMYK 78% 53% 0% 0%
RGB 68 114 196
HEX 4472C4



CMYK 69% 9% 24% 0%
RGB 67 175 192
HEX 43AFC0



CMYK 71% 0% 85% 0%
RGB 116 199 125
HEX 45B451



CMYK 68% 0% 56% 0%
RGB 67 187 141
HEX 43BB8D

Icons

Folgende Grafiken beschreiben exemplarisch den Stil zur Gestaltung von Icons. Sämtliche Icons können Sie der schotschberger-Cloud entnehmen.



NUTZUNGSRECHTE

Übertragung von Nutzungsrechten

(1) schotschberger räumt dem Auftraggeber räumlich und sachlich unbeschränkte Rechte an sämtlichen im Rahmen dieses Werkvertrags erstellten, urheberrechtlich geschützten Leistungen ein und überträgt ihm sämtliche hieran bestehenden übertragbaren Rechte für einen Zeitraum von 5 Jahren. Hierzu zählt insbesondere das Logo. Nach Ablauf des genannten Zeitraums müssen die Konditionen der Nutzungsrechte neu verhandelt werden.

(2) Der Auftraggeber ist berechtigt, sämtliche, von schotschberger erstellten Grafiken und Logos auf bekannte und unbekanntete Nutzungsarten, in Printform (z.B. in Geschäftskorrespondenz, Werbeflyern, Anzeigen, etc.) sowie digital (z.B. im Internet, auf der Homepage, in Form von Bannerwerbung oder Ads) zu nutzen. Das Nutzungsrecht umfasst insbesondere jedwede Vervielfältigung, Verbreitung, öffentliche Zugänglichmachung und Sendung.

(3) Der Auftraggeber ist berechtigt, an dem Logo in eigenem Namen Schutzrechte anzumelden, insbesondere Designschutz und Markenschutz. schotschberger wird sämtliche dafür erforderlichen Informationen schriftlich übermitteln und ggf. erforderliche Erklärungen gegenüber dem Deutschen Patent- und Markenamt auf erstes Anfordern zur Verfügung stellen.

(4) Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, das Logo selbst oder durch Einschaltung Dritter zu bearbeiten, umzugestalten oder ein »Re-Design« durchzuführen bzw. durchführen zu lassen. Unzulässig sind insbesondere entstellende oder auf sonstige Weise die berechtigten geistigen oder persönlichen Interessen des Schöpfers gefährdende Beeinträchtigungen des Logos.

