



JENAKULTUR.

**CORPORATE
DESIGN
DOKUMENTATION**

CORPORATE DESIGN. DAS LOGO.

Schutzzone. Entspricht der unteren Länge des A – in Länge und Breite.
(Somit erfolgen keine Angaben in cm/mm, da diese nach Logogröße variiert.)



JENAKULTUR.

Schutzzone. Freiraum in dem Abstand Wortmarke.

ALLGEMEINE DEFINITION. Ein Corporate Design umfasst die visuelle Selbstdarstellung eines Unternehmens nach innen und nach außen und ist eine Komponente der Corporate Identity. Es ist Bestandteil der strategisch geplanten und operativ eingesetzten visuellen Kommunikation zum Markt und zur Belegschaft. Das Corporate Design transportiert Wertvorstellungen, Unternehmensstrategie und langfristige Innovationsfähigkeit in der Kombination von textueller und grafischer Gestaltung. Ziel des Corporate Designs ist die optische Positionierung und Profilierung eines Unternehmens bzw. Unternehmung zur besseren Erkennbarkeit für Kunden und Differenzierung von Wettbewerbern.

Das Corporate Design erschöpft sich nicht nur in Gestaltung und Nutzung eines Firmenzeichens (Signet, Wortbildmarke), sondern schließt die einheitliche Gestaltung aller visuellen Komponenten eines Unternehmens zu einem unverwechselbaren Erscheinungsbild ein.

DAS LOGO. Das Logo der Ernst-Abbe-Bücherei Jena ist eine Wortmarke, in Szene gesetzt in der Kombination zweier Fonts. Der Name der Marke wurde in der Neo Sans als Wortmarke kreiert, die jedoch durch die Verbindung der Buchstaben die Anmutung einer Bildmarke hat. Die Unterzeile und Zuordnung als Wortmarke wird in dem Googlefont Lato abgebildet. Diese wird auch zukünftig als Hauschrift genutzt. Die Verbindung der Buchstaben steht symbolisch für die Vereinigung der klassischen Bücherei mit dem Anspruch auch digital zu informieren und das an einem Erlebnis- und Wohlfühlort. „Vielfältigkeit“ als ein Markenattribut definiert, findet sich in der verschobenen Höhe der Buchstaben und deren Anordnung wieder. Die bewusst gewählte Kleinschreibung des Namens der Bücherei als auch die Kombination der Marke stehen für das Attribut „zeitgemäß“. Das dritte Attribut „Offenheit“ zeigen die Buchstabenräume, die sich sowohl im Corporate Design als auch in der Idee, das Logo als dreidimensionales Objekt vor der Bibliothek zu platzieren, wiederfinden werden.



DAS LOGO. ANWENDUNGSHINWEISE.

FARBIGE VERSION.

- **CMYK** (für den Vierfarbdruck wie beispielsweise in Broschüren, in denen aus Kostengründen keine Sonderfarbe gedruckt wird)
- **HKS** (in Ausnahmefällen für den Druck mit Sonderfarben, in denen ein Vierfarbdruck nicht nötig ist)
- **RGB** (für den Gebrauch im Internet)

EINFARBIGE VERSION (SCHWARZ, WEISS).

Für die Darstellung in einfarbigen Anzeigen (z.B. Zeitung) oder auch im Fax. Die einfarbige Version ist nur zu nutzen, wenn die farbige Version nicht umgesetzt werden kann. Die einfarbige Version ist 100% schwarz für die Bildmarke „eab“ und den Schriftzug in 70%, 100% für den Zusatz JenaKultur. Das Logo kann auch invers und somit in weiß auf farbige Flächen gesetzt werden.

DATEIARTEN UND IHRE VERWENDUNG. Die Logos liegen als Vektorgrafiken vor und können somit ohne Qualitätsverlust skaliert werden, wenn sie als **eps- oder pdf-Datei** genutzt werden. Diese Dateiformate eignen sich perfekt für den Druck. Die **jpg-Dateien** werden nur für das Internet bzw. die digitale Nutzung bereitgestellt. Sie sind an den Farbmodus RGB gekoppelt, der nicht im Druck umsetzbar ist.

NUTZUNG.

Das Logo ist immer in den Ecken, vorzugsweise rechts oben zu platzieren. Bitte beachten Sie außerdem die dem Logo vorgesehene Schutzzone und skalieren Sie immer proportional. Die kleinste zulässige Skalierung liegt bei 7 pt der Unterzeile (das entspricht rund 2 mm Höhe bei den Großbuchstaben). Die JenaKultur-Unterzeile gilt als obligatorisch und ist in der Schriftart ITC Officina Sans Book darzustellen. Verzerrungen und Farbveränderungen der Marke sind unzulässig.

DAS LOGO.
ANWENDUNGSBEISPIELE.



Farbige Abbildung auf Hintergrund ist nicht erlaubt!



CORPORATE DESIGN. DIE HAUSFARBEN.

BLAU. Blau wirkt beruhigend und entspannend. Diese Farbe eignet sich optimal, um inneren und äußeren Frieden zu finden, um Stress und Hektik abzubauen. Blau vermittelt die ausgleichende Energie, die unser Organismus benötigt, um den zunehmend hektischen Alltag ruhig und gelassen zu bewältigen. Als meditative Farbe gilt Blau auch als Farbe des Wissens.

CMYK. C 85 | M 43 | Y 16 | K 2

RGB. 0F78AA

Vollton. HKS 46

RAL. 5012

WEB. 0F78AA

GRÜN. Grün ist die Farbe der Pflanzen und damit des Lebens und Wachstums. Grün ist lebendig, anregend und kraftvoll und steht in enger Verbindung zur Natur und somit auch zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit. In seiner vollendeten Neutralität zwischen allen Extremen wirkt es beruhigend und harmonisierend, ohne zu ermüden. Die Farbe Grün fördert Eigenschaften wie Hilfsbereitschaft, Ausdauer, Toleranz und Zufriedenheit. Ein helles Grün, wie die gewählte HKS 67, wirkt frisch und vermittelt Freiheit.

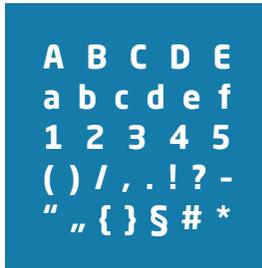
CMYK. C 81 | M 0 | Y 100 | K 0

RGB. 00A538

Vollton. HKS 65

RAL. 6018

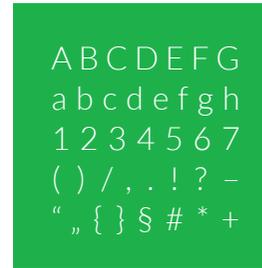
WEB. 00A538



Signet - Neo Sans Bold



Lato Bold



Lato Light

CORPORATE DESIGN. DIE HAUSSCHRIFTEN.

NEO SANS als Schrift für Bildmarke. Das Signet, das aus den zusammenfließenden Buchstaben e, a und b besteht, resultiert aus dem Adobefont Neo Sans Std. Die Buchstaben verschmelzen zu einer Einheit und stehen symbolisch für die unterschiedlichen Bereiche der Bibliothek, die sich verstärkt von einer klassischen Bücherei zu einem Ort des Wissenstransfers und aktiven Erlebens wandelt. Diese Schrift wird ausschließlich in der Logoversion verwendet und ist dort auch modifiziert. Eine weitere Nutzung und somit der Kauf der Schrift ist nicht notwendig.

Wird die Marke im Fließtext verwendet (ohne mögliche Abbildung des Logos), dann ist die klassische Schreibweise **Ernst-Abbe-Bücherei. JenaKultur** anzuwenden.

Als **Hausschrift** wird die Lato (www.google.com/fonts) in den Schriftschnitten Bold (Headlines, Sublines) und Light (Fließtext) festgelegt, die das Schriftenportfolio für alle Einsatzbereiche der eab abdeckt.

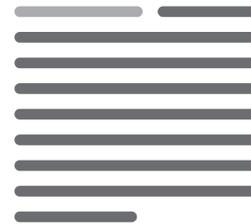
Historie. Die Lato ist eine serifenlose und freie Schriftart von Łukasz Dziedzić. Sie wurde im Sommer 2010 entwickelt und im Dezember 2010 unter der SIL Open Font License veröffentlicht. Die Schriftart hat ihren Namen von dem polnischen Wort Lato, welches für Sommer steht. Bei der Entwicklung wurde Łukasz Dziedzić von Google unterstützt. Lato ist daher auch in der Google Font Library zu finden, wo sie zu den beliebtesten Schriftarten gehört.



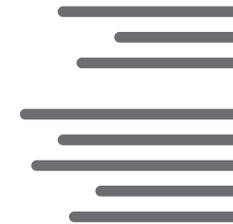
Blocksatz mit Head- und Subline (rechts- und linksbündig möglich)



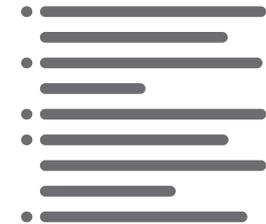
Blocksatz mit ausgerückter Head- und Subline



Blocksatz mit Subline im Text.



Rechtsbündiger Flattersatz



Aufzählungen

CORPORATE DESIGN. DIE HAUSSCHRIFTEN.

ANWENDUNGSHINWEISE. FLIESSTEXT. Generell werden die Fließtexte im Blocksatz mit der letzten Zeile linksbündig gesetzt. Bitte beachten Sie, dass auch Stichpunkte im linksbündigen Flattersatz gesetzt werden. Bei kurzen Aufzählungen entstehen schnell sehr große Weißräume zwischen den Worten – diese gilt es zwingend zu vermeiden.

HEADLINES. In Kombination mit Fließtext, kann die Headline sowohl rechts- als auch linksbündig gesetzt werden, generell in Versalien (Großbuchstaben). Wichtig

ist, ein einheitliches System für das gesamte Dokument – rechts- und linksbündig nicht zu mischen. Achtung: Im Internet und bei Aufzählungen wird die Headline linksbündig gesetzt.

SUBLINES. Sublines können direkt unter der Headline positioniert bzw. dem Fließtext vorangestellt werden (siehe dieses Dokument).

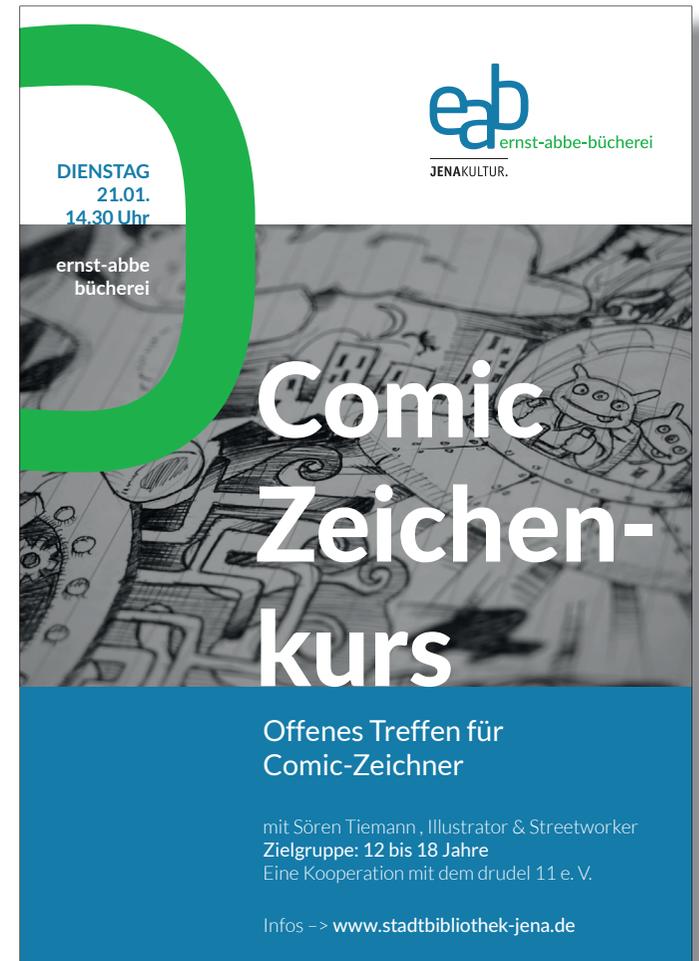
CORPORATE DESIGN. PLAKAT.

Zu den Bestandteilen unseres Corporate Designs gehören Plakate, Flyer, diverse Broschüren als auch die Website. Da sich das CD bei Erstellung des Handbuchs noch in Bearbeitung befindet, ist hier vorerst ein beispielhafter Entwurf für ein Plakat zu sehen. Dies stellt vorerst eine Art Ideenskizze dar.

PLAKAT. Das Plakat ist in drei Teile geteilt. Im oberen Bereich befindet sich mit der Schutzzone das Logo, im mittleren Bereich ist jeweils ein themenbezogenes Bild platziert – hier ist es wichtig, dass innerhalb des CDs eine Bildsprache festgelegt

wird. Das trägt zu einem stringenten Markenbild und somit zur Wiedererkennung bei. Im unteren Teil befindet sich der Ankündigungstext. Spielerisch als grafisches Element werden Teile des Signets verwendet, um relevante Informationen deutlich zu platzieren.

Plakat [Größe: A3 | vierfarbig]





eab – ernst-abbe-bücherei jena | Eine Einrichtung von JenaKultur.
Carl-Zeiß-Platz 10 | 07743 Jena
Tel. 03641 49-8160 | Fax 03641 49-8163 | eab@jena.de

LIEBSCHER. Brand building since 1955 | **Stand** 02/2020