

Corporate Design

Gestaltungselemente Anwendungsrichtlinien



Endress + Hauser

Unser Maßstab ist die Praxis





Der erste Eindruck prägt. Aus dem komplexesten, durch eine Vielzahl von Erfahrungen geprägten menschlichen Gefühl entscheidet unser Partner in jedem Falle zuerst einmal spontan. Durch den ersten Eindruck geprägt, steht er uns oder der uns repräsentierenden Leistung positiv oder negativ gegenüber. Wenn die Dokumentation bereits im Papierkorb gelandet ist, wird es uns schwerfallen, ihn durch Fakten gegen sein spontanes Gefühl umzustimmen. Auch wenn der Ablauf nicht immer so kraß sein muß, ist es einfacher, eine positive Grundeinstellung zu vertiefen, als unseren Partner aus der Ablehnung zur Zustimmung zu führen.

Der weitaus größte Teil aller menschlichen Wahrnehmungen geht über das Auge. Wenn unser Telefax, unsere Offerte, unsere Rechnung sauber präsentieren, werden sie spontan positiv aufgenommen.

Die Ausgangslage zum reibungslosen Ablauf ist gut. Wenn in unserem Umfeld die Dokumentation, die Eingangshalle, der Messestand den Eindruck bestätigen, sind wir unserem Ziel noch näher. Wenn alles nicht nur im Musterbetrieb, sondern auch weltweit stimmt, haben wir auf der emotionalen Ebene gewonnen.

Wir sprechen vom Erscheinungsbild des Unternehmens, vom Corporate Design, einem wichtigen Teil der Corporate Culture. Jeder von uns kommt damit täglich in Berührung, übernimmt durch seinen Umgang Verantwortung. Jeder entscheidet damit in der Hohen Schule des täglichen Erfolges über die positive oder negative Ausgangslage, für sich selbst und für das ganze Unternehmen.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit

Klaus Endress

Corporate Design in der Praxis

Die vorliegende Dokumentation mit entsprechender Compact Disk soll die Einhaltung der Corporate-Design-Linie erleichtern. Die Broschüre enthält alle wichtigen Unterlagen zum Thema. Die einzelnen Abschnitte beginnen jeweils mit einem Maßblatt. Es folgen 1:1-Beispiele der verschiedenen Gestaltungselemente, die in der nächsten Spalte technisch, in der letzten Spalte inhaltlich erläutert werden. Zur Illustration sind zudem auf der nächstfolgenden Doppelseite Beispiele angebracht.

Identität leicht gemacht

Die Compact Disk ist noch eine Stufe näher am praktischen Alltag. Mit den meisten gängigen Computerprogrammen, in der DOS- und für viele externe Partner in der Mac-Welt, führt die Compact Disk ohne Umwege direkt zu richtigen Platzierungen, Größen und Schriften. Zu diesem Zwecke wurde das generelle Copyright für die Endress+Hauser-Schriften Glypha und Helvetica-Light gekauft und in die Compact Disk eingebaut.

Kreativität im Grenzbereich

Rein zufällige, mangels besseren Wissens entstandene Abweichungen vom Corporate Design sind von nun an nicht mehr möglich. Freiheit braucht einen Rahmen – die Herausforderung ist es, in und an den immer gegebenen Grenzen kreative Höchstleistung zu erbringen. Verlangen wichtige Gründe klar gewollte Abweichungen, so sind diese kurz mit dem Corporate-Design-Beauftragten der E+H Consult abzusprechen und nur in diesen Fällen zugelassen. Nicht das lieblose Übergehen der gesteckten Grenzen, sondern die fortlaufende Diskussion von erforderlichen Ausnahmen wird die Corporate-Design-Hilfsmittel kontinuierlich verbessern, so und nur so am Leben erhalten.

Von Einzelleistungen zum System
Den qualitativ hochstehenden positiven Eindruck eines Unternehmens prägt keine einsame Spitzenleistung, sondern die Summe vieler Einzelschritte. Corporate Design kann daher nicht die Aufgabe eines Einzelnen sein, sondern muß von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Inhaltsübersicht

getragen werden. So will das Unternehmen aussehen.

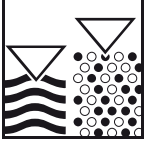

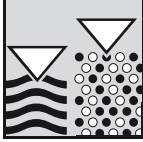





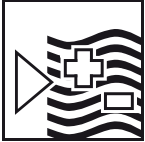



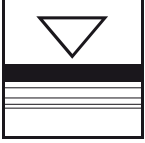
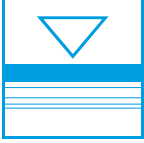
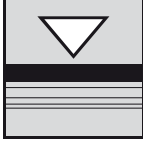

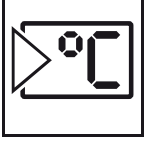

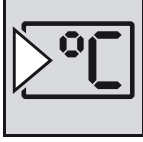





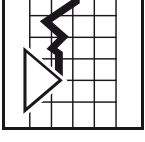

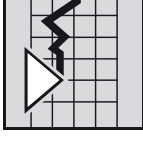

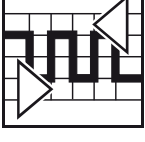
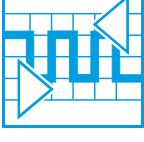
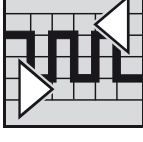
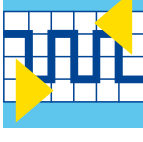




Der letztinstanzliche Garant für Qualität in einem Unternehmen ist der jeweilige Geschäftsführer. Es ist seine vornehme Aufgabe, immer wieder auf die Art der Präsentation zu achten, auf Lücken hinzuweisen, die erforderlichen Mittel bereitzustellen.

In jedem Unternehmen der Gruppe gibt es für Corporate Design entsprechende Ansprechpartner. Er führt den Ordner mit weiterreichenden Hilfs- und Kontrollmitteln. Er sammelt und dokumentiert Beispiele aus eigenem und fremdem Schaffen. Er steht zum Thema Corporate Design in engem Kontakt mit E+H Consult, holt und bringt dort alle wichtigen Informationen. Mit diesem Wissen ist er optimal dafür gewappnet, sowohl seinen Kollegen als auch der Geschäftsführung mit Rat und Tat zur Verfügung zu stellen.

Internationale Zusammenarbeit

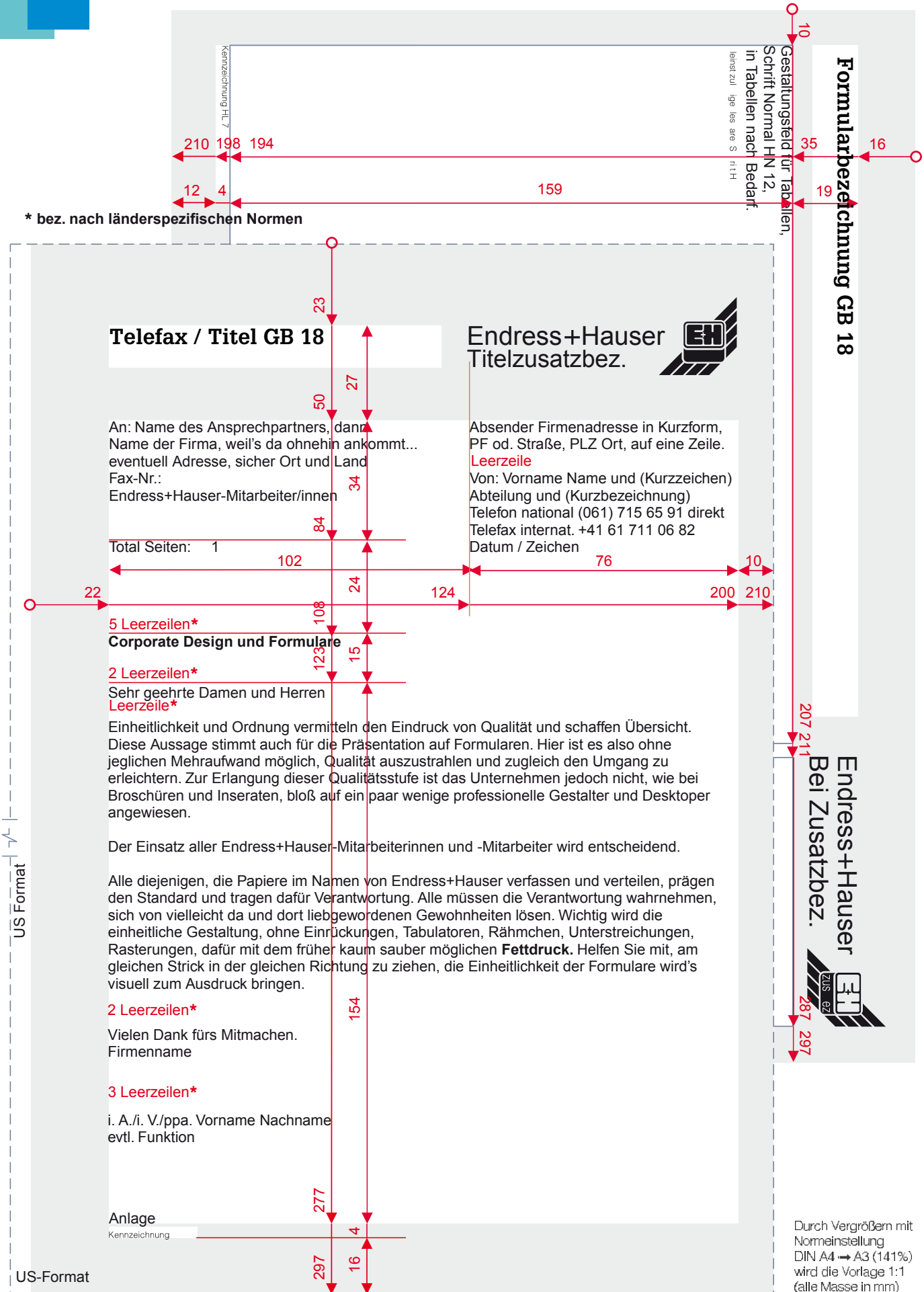
Gespräche über grössere Aktionen, wie Werbekampagnen, Messen, Seminarreihen bis hin zu neuen Angeboten mit entsprechenden Formen des Auftretes, werden mit E+H Consult abgesprochen. E+H Consult macht einmal ordentlich geschaffene Instrumente möglichst breit zugänglich. Damit werden Kraft und Kosten gespart und wird erst recht noch ein durch Wiederholung gegebener, niemals zu unterschätzender Synergieeffekt genutzt.

4		Schriftzug, Logo, Schriften und Piktogramme
8		Briefpapier, Folgeblatt, Visitenkarte, Adreßkleber
12		Formulare Computer- und Handversionen
16		Kleinplakate, Aushang, Namensschilder auf Tisch, Ansteckschilder
20		Hellraumfolien
24		Diplome, Zertifikate, Hand-outs
28		Dokumentation Titelseiten
32		Dokumentation Innenseiten
36		Dokumentation Rückseiten
40		Produktmailing
44		Personalanzeigen
48		Kleinanzeigen ½ Seite hoch und quer
52		Anzeige ganze Seite
Rückseite		Ihre Ansprechpartner

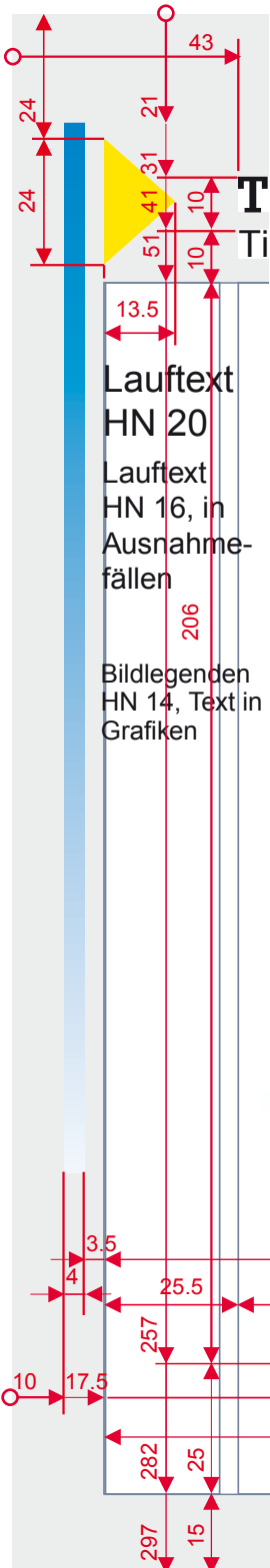
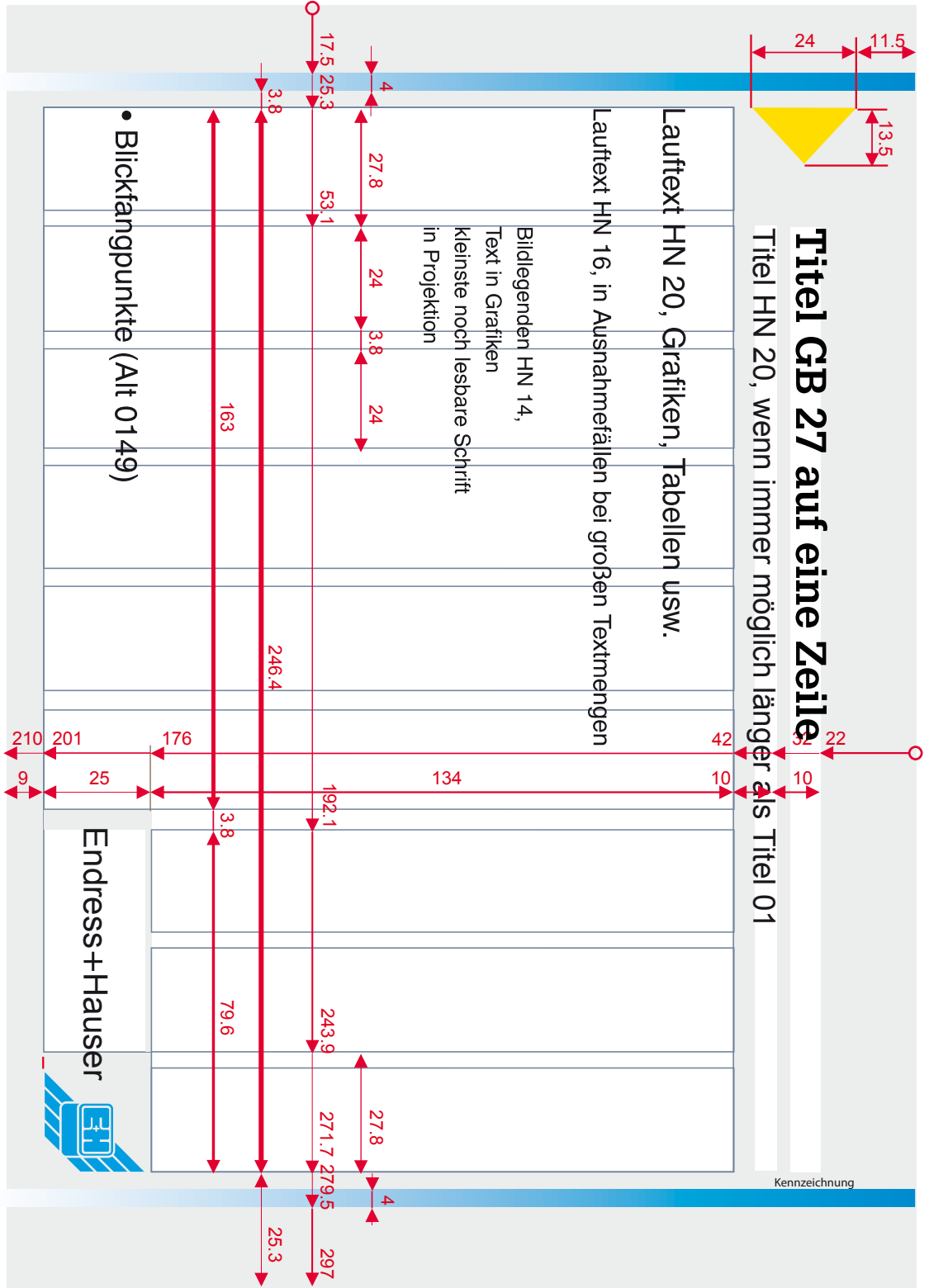
Füllstand				
Durchfluß				
Wasseranalyse				
Druck				
Temperatur				
Feuchte				
Registrierung				
Kommunikation				
Kundendienst	 Schwarzweiß-Grundversion	 Cyan-Version für die Hervorhebung der besprochenen Piktogramme in mehrfarbigen Dokumentationen	 Raster-Version für die Hervorhebung der besprochenen Piktogramme in einfarbigen Dokumentationen	 4-Farb-Version für die Kopf-Piktogramme innen und hinten auch für die horizontale Piktogrammeleiste bei Dokumentationen



Formulare Computer und Handversionen



	Die Computerformulare sind normalerweise fest auf System oder Server geladen und können so bedienergeführt ausgefüllt werden	vor Neukreationen bitte prüfen, ob nicht Bestehendes eingesetzt werden könnte. Formulare sind Organisationsmittel, müssen Abläufe regeln und immer in einem größeren Zusammenhang stehen
	Durch ein konsequentes Hinzufügen von Linien werden aus Computerformularen individualisierte Kopiervorlagen für Handformulare	individualisiert heißt, daß alle sonst repetitiv auszufüllenden, für den Empfänger eminent wichtigen Absender-Kenndaten vorgedruckt sind
Titel B	Glypha bold 18 P., Versalhöhe 4.5 mm, Zeilenabstand 22 P. oder 7mm, Flattersatz linksbündig, 100% schwarz, vorzugsweise auf einer Zeile, zwei Zeilen möglich, maximale Länge 90 mm	Formularbezeichnung in Form eines Stichwortes zu dessen Funktion
E+H Schriftzug / Logo 76 SS	Schriftzug und Logo 100% schwarz. Externe Anwendungen, Druck auf original Briefpapier oder Folgeblatt.	wo erforderlich mit Zusatzbezeichnung oder neutral ohne Kompetenzanspruch
Empfänger- und Absenderdaten sowie Lauftext	Helvetica oder Arial normal 12 P., Versalhöhe 3mm, Zeilenabstand 14.5 P. oder 5mm, Flattersatz linksbündig, 100% schwarz, Text normalerweise einspaltig ohne eingerückte Zeilen. Im Ausnahmefall kann auf dem ganzen Dokument von 12 P. auf 11 P. und/oder von Zeilenschaltung einfach auf genau umgeschaltet werden. Platzgewinn je drei Zeilen. Der Text auf Seite zwei beginnt auf der Höhe Empfänger- und Absenderdaten.	linke Seite: Empfängerdaten rechte Seite: Absenderdaten Kurzadresse, beim Einsatz auf Briefpapier weglassen. Leerzeile Vorname Name (in Klammer Kurzzeichen), Abteilung (in Klammer Kurzbezeichnung), Telefonnummer (komplette Durchwahl), Telefaxnummer, Datum / Zeichen
Haupt- und Zwischentitel	Helvetica bold 12 P., Versalhöhe 3mm, Zeilenabstand 14.5 P. oder 5mm, Flattersatz linksbündig, 100% schwarz.	kurze Inhaltsangabe als Überschrift. Inhaltsangabe als Fußnote auf den Folgeseiten wiederholt
• Blickfangpunkte	kleine Winword-Blickfangpunkte oder Alt 0149.	
<input type="checkbox"/> Ankreuzfelder	Winword-Schrift Wingdings einstellen, q drücken. Einen Leerschlag Abstand zum Text	anzukreuzende Felder in Multiple-Choice-Formularen werden der Erläuterung vorangestellt
Linien	Winword-Rahmen und -Schattierungen / Rahmenlinien innen ¾ P. punktiert, normale Zeilenschaltung, 100% schwarz	Linien weisen auf von Hand auszufüllende Teile. Die Linien laufen wenn möglich über die ganze Satzspiegelbreite. Infotext und Ankreuzfelder sind immer mit unterstrichen
Vertikale Linien	anstelle von beengenden vertikalen Linien werden die Senkrechten mit am Tabulator ausgerichteten Punkten, Ankreuzfeldern oder Texten dargestellt	
Kennzeichnung HL 7	Helvetica-Light 7 P., Versalhöhe 1.8 mm, Flattersatz linksbündig, 100% schwarz	nach Ablagesystem des Erstellers



Durch Vergrößern mit Normeinstellung DIN A4 → A3 (141%) wird die Vorlage 1:1 (alle Masse in mm)

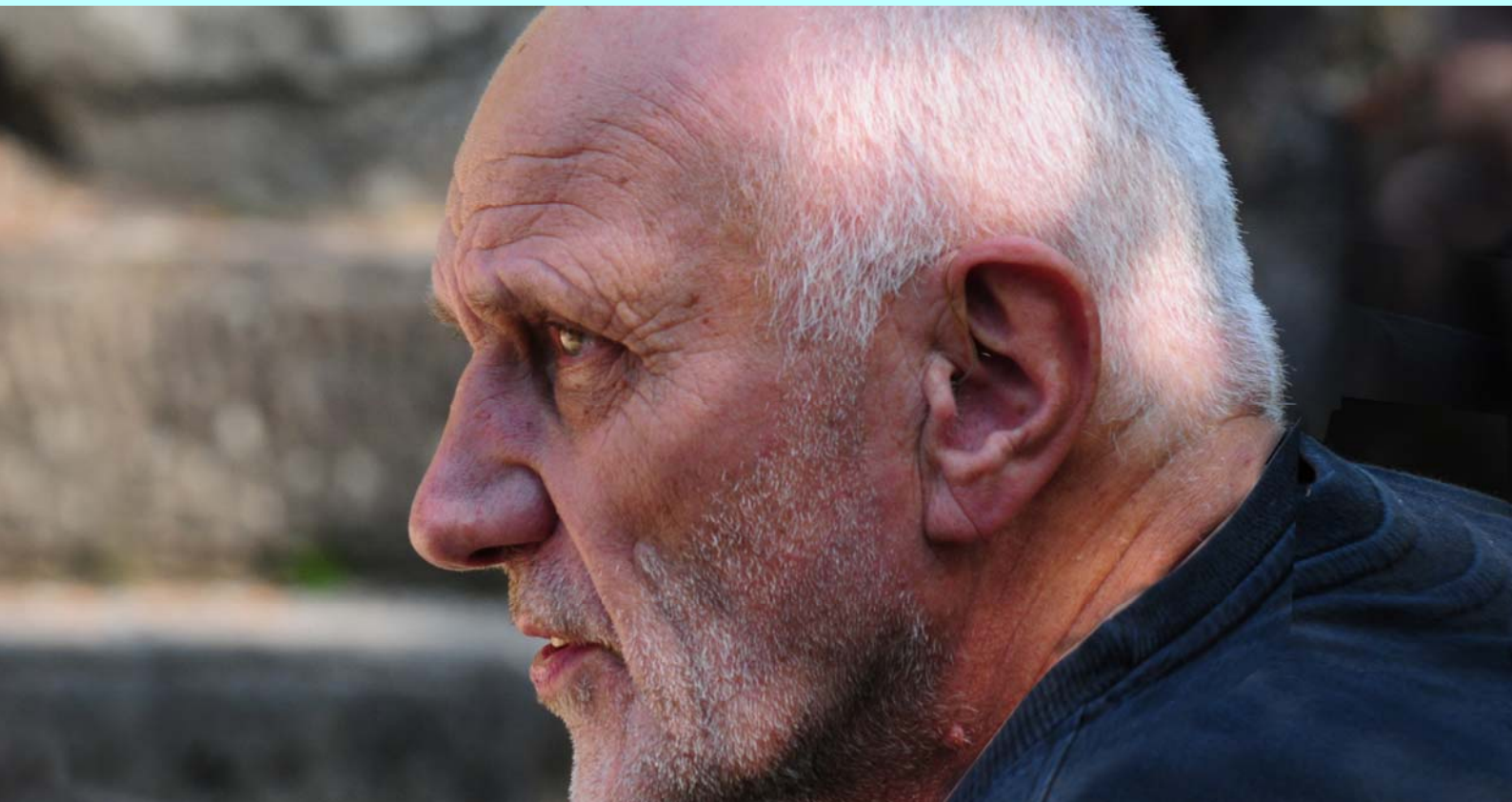
Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Noch mehr Infos finden Sie unter

www.fernandhofer.ch

viel besser jedoch unter +41 61 831 4265

Bis bald, ich freue mich auf Ihr Zeichen



Fernand Hofer

CH 3063 Rheinfelden