

Corporate Design Manual

➤ Richtlinien für die visuelle Kommunikation

Das Logo der hwp gGmbH verdichtet und visualisiert das Selbstverständnis des Unternehmens.

Es ist schnell erfassbar bei hohem Wiedererkennungswert.

Die Farbe Grün steht für Kraft, Wachstum und Ausgleich, das Rot für Tatkraft und zwischenmenschliche Nähe.

Mit der Kleinschreibung des Namens präsentiert sich hwp unpräzise und auf Augenhöhe zum Adressaten, die drei roten Punkte signalisieren Fortentwicklung und Angebotsvielfalt.

Die Unterzeile transportiert das konkrete Wirkungsfeld von hwp und bildet eine visuell ordnende Basis.



hwp...
Kinder-, Jugend- und Familienhilfe gGmbH



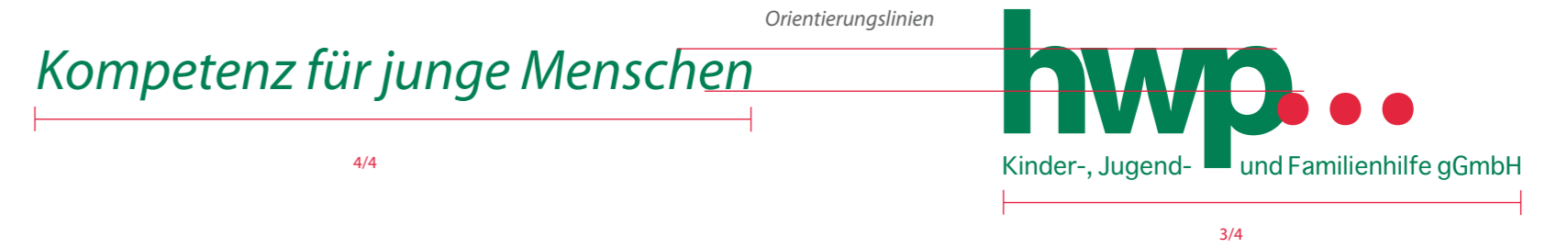
hwp...
Kinder-, Jugend- und Familienhilfe gGmbH

Für das Logo in der Farbvariante sind die Werte für die Hausfarben Grün und Rot im Kapitel Hausfarben aufgeführt.

In der s/w-Variante gelten die Werte 65% K für hwp, 84% K für die Punkte und 100% K für die Unterzeile.

In beiden Varianten steht das Logo immer auf weißem oder sehr hellem Grund

Der Claim von hwp steht in direkter Verbindung zum Logo.
Ausnahmen sind nur im Einzelfall für Anwendungen mit besonderen Eigenarten zu definieren.
(z.B. Werbemittel T-Shirt, hier kann der Claim getrennt auf dem Rücken stehen).



Ein Kreis in der Hausfarbe Rot mit einem stilisierten weißen Pfeil dient als flexibel einsetzbares Element zur besonderen Hervorhebung von Headlines und wichtigen Textaussagen.
Fast immer steht er mit weißer Kontur auf grünem Fond.



Der Kreis mit Pfeil

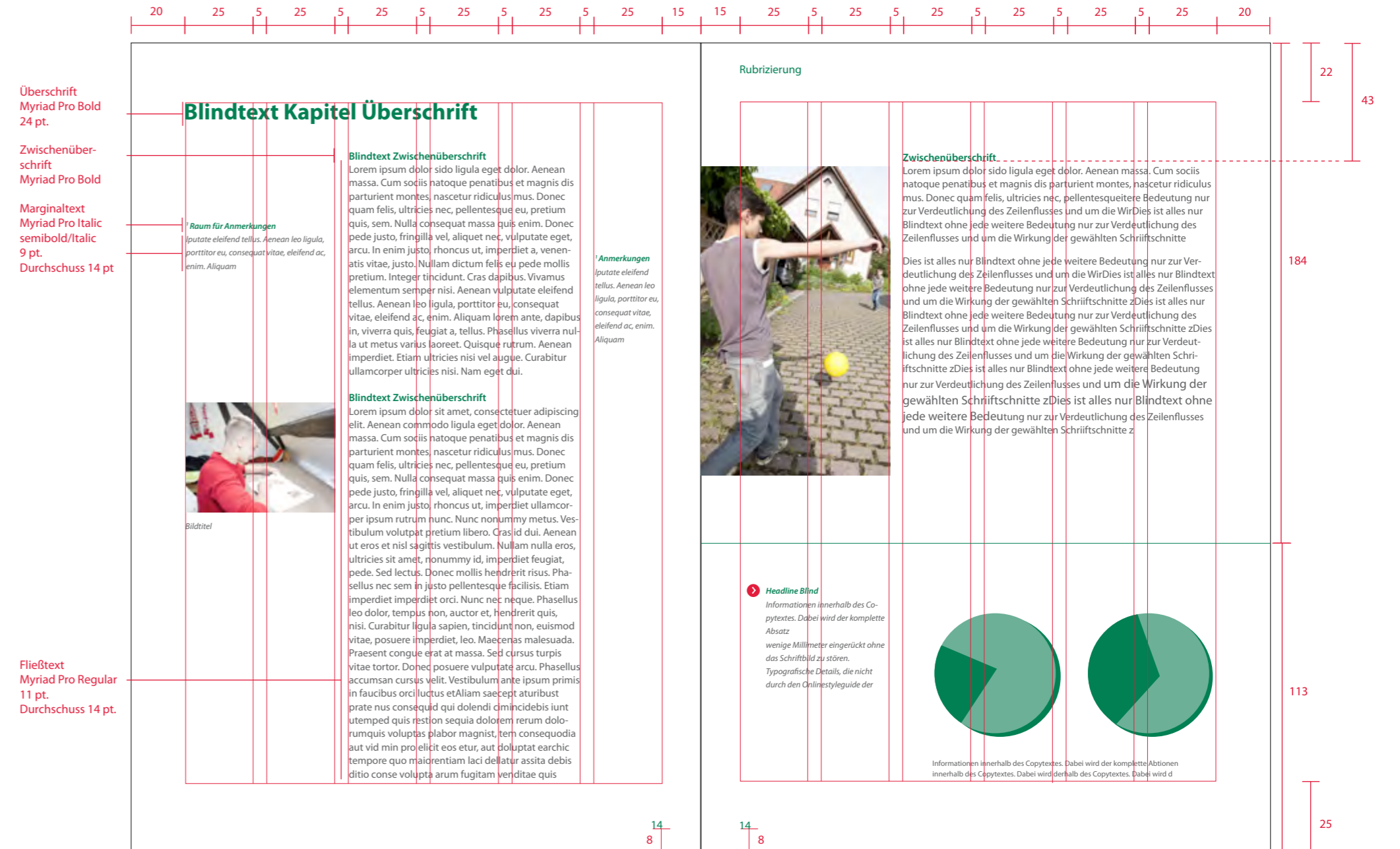
Das Rot entspricht der Hausfarbe, für einfarbige Drucke wird das Rot in 84% K gewandelt.



Die Anwendung des Kreispeils erfolgt immer gemäß den hier angegebenen Proportionen



Sämtliche Printmedien von hwp werden anhand eines vorgegebenen Satzspiegels aufgebaut. Bei DIN A4-Publikationen ist er 6-spaltig und gewährleistet so ein Maximum an Variationsmöglichkeiten. Rechts der beispielhafte Aufbau einer Seite mit einspaltigem Fließtext über drei Spalten Breite – je nach Medium können auch mehrere Spalten Fließtext gestaltet werden, die Überschriften sind in der Größe variabel.



DIN lang Flyer haben einen durchgängigen Standardaufbau. Immer wird der Farbfond mit Horizontlinie verwendet.

weitere Informationen s. Anwendungsbeispiele

13 73 11 11 78 11 14 73 13

9

130

4

80

Myriad Pro Regular 27 pt. Durchschuss 32 pt.

Myriad Pro Regular 27 pt. Durchschuss 32 pt.

Alle Angaben in Millimeter wenn nicht anders angegeben.

Die Imagebroschüre präsentiert alle wesentlichen Leistungsbereiche von hwp.

Die Titelseite setzt ganz auf den markanten Kreis mit Pfeil als Hauptgestaltungselement.

Kleine bereichsillustrierende Fotos weisen auf den Inhalt hin und machen neugierig.

Die Gestaltung im Innenteil ist bewusst luftig, die Einbeziehung großformatiger Fotos spricht emotional an und präsentiert HWP auf angenehme Weise als kompetenten Leistungsanbieter ganz nah am betreuten Menschen.

