

PRINT- / ONLINE- MARKETING STYLEGUIDE

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



Die **NACHT** der
Das Original!
MUSICALS

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 „DAS ORIGINAL!“

„Das Original!“ ist fester Bestandteil des Logos und darf auf keinen Fall unterschlagen werden. Ohne diesen Zusatz kann kein gemeinsamer 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!

TOUR-PRÄSENTATOREN

Die Logos der Tour-Präsentatoren müssen in sämtlichen Medien abgebildet werden. Lediglich in sehr kleinen Print- und bei allen Webvorlagen darf auf diese Logos verzichtet werden. (siehe Bereich Print- und Online-Marketing)

DAS LOGO

UND SEINE VERWENDUNG.

DAS
LOGO



Standard-Version des Logos.

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: 0/100/100/0

Web: RGB: 226/0/26
RGB Hex: #e2001a



80 %

60 %

30 %

Farbe #2

Print: CMYK: 73/9/2/0

Web: RGB: 0/174/227
RGB Hex: #00aee3



80 %

60 %

30 %

Farbe #3

Print: CMYK: 0/0/0/100

Web: RGB: 0/0/00
RGB Hex: #000000



80 %

60 %

30 %

Farbe #4

Print: CMYK: 0/0/0/0

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

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**



2-spaltig, 92 mm x 60 mm



2-spaltig, 92 mm x 100 mm



2-spaltig, 92 mm x 120 mm



1-spaltig, 45 mm x 60 mm



1-spaltig, 45 mm x 45 mm

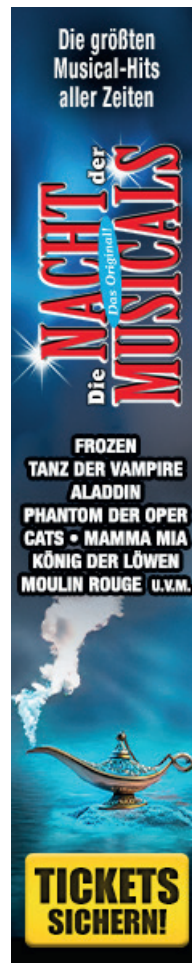


VORLAGEN ONLINE-MARKETING

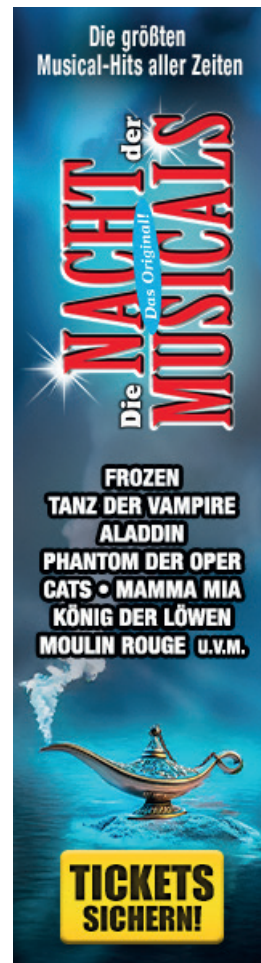
300 x 250 px



120 x 600 px



160 x 600 px



250 x 250 px



728 x 90 px



468 x 60 px

