

CORPORATE DESIGN MANUAL

W O W
W O R L D O F W O R K

VORWORT

WOW - das ist nicht nur der Name des zukünftigen Coworkingspaces. Nein. WOW ist auch der Anspruch an das Design. Das Design steht für klare Formen, einem klaren Statement und einem unverwechselbaren, innovativen Designansatz.

Die Marke „World Of Work“ steht für ein klares Markendesign mit einer stark definierten Farbsprache und einem luftigen, klaren Farbbild. Charme erhält die Marke durch die individuellen Standorteigenheiten: Je Standort wird eine Schlüsselfarbe zugeordnet. Diese wird bei den Standorteigenheiten vor Ort in das Markendesign der Hauptmarke eingearbeitet.

Der Design Leitfaden bietet neben Designrichtlinien auch eine Vielzahl an Anwendungsbeispielen. Die komplette Breite der Kommunikation - von digital bis analog - wird in diesem Design Manual für die Marke „World Of Work“ definiert. Mit den zusätzlichen Details in den beigefügten Anhängen kann die Marke WOW im Markenprozess komplett durchstarten.

Das vorliegende Design-Handbuch stellt die Richtlinien für die Gestaltung der visuellen Kommunikation dar. Der einheitliche Auftritt sorgt dafür, dass gerade bei der Vielzahl von möglichen Standorten der Coworkingspace stark und einprägsam wahrgenommen wird.

INHALT

1 GESTALTUNGSGRUNDLAGEN	04
1.1 LOGO	05
1.2 FARBEN	12
1.3 BILDSPRACHE	18
1.4 TYPOGRAFIE	21
1.5 GESTALTUNGSRASTER - UND LOGO-PLATZIERUNG	26
1.6 PARTNER-LOGOS	35
1.7 ANWEDNUNGEN DES LOGOS	37
1.8 ICONS	46
2 ANWENDUNGEN	53
2.1 PRÄSENTATIONEN	54
2.2 SOCIAL MEDIA	56
2.3 WEGELEITSYSTEM	58

GESTALTUNGSGRUNDLAGEN DES CORPORATE DESIGNS

1.1 **LOGO**



Weitere Details für die jeweiligen Logovarianten sind in dem Dokument *WOW_Logovarianten_Details.pdf* zu finden.

Das zentrale Element des Corporate Design des Coworking Spaces ist das Logo und die Namenspositionierung des Unternehmens. Mit WOW wird die World of Work in einem komplexen Raum konzipiert und umgesetzt. Das Logo besteht aus zwei Teilen: Dem Schriftzug „WOW“ (inkl. Zeichen „registrierte Marke“) und dem Claim „World of Work“. Beide Bestandteile stehen frei auf einem weißen bzw. schwarzen Farbraum. Diese Farbräume werden fortlaufend definiert.

Für jeden Anwendungsbereich steht das Logo immer im Zentrum. Falls das Logo nicht auf weißen bzw. schwarz definierten Hintergrund positionierbar ist, stehen noch einige weitere Möglichkeiten zur Verfügung. Diese sollten aber nur in Ausnahmefällen verwendet werden.

Der Logoaufbau, die Größenverhältnisse und die Positionierung der Logobestandteile dürfen nicht verändert werden. Zulässige Ausnahmen und Sonderformen sind in diesem Corporate Design Manual definiert.

Das Logo wird entweder eigenständig verwendet oder mit einem bzw. zwei Suptitels genutzt. Als Subtitel stehen „WORLD OF WORK“ - bzw. (und dann auch nur in Kombination mit der ersten Suptitle!) „COWORKING | BUSINESS | NETWORK“ zur Verfügung.

TYPOGRAFIE

LOGOTYPE: Gezeichnet

LOGOSCHRIFT: Futura

CLAIM: Futura Bold mit Zeichenabstand 50 Pt

SUBCLAIM: Futura Medium mit Zeichenabstand 50 Pt



WOW[®]
WORLD OF WORK
COWORKING | BUSINESS | NETWORK



WOW[®]
WORLD OF WORK

Um die Lesbarkeit und die richtige Darstellung der Unterclaims bzw. Subtitles zu gewährleisten, wurde sowohl für das Logo (Schriftzug WOW) eine Mindestgröße von 30 mm festgelegt, die nicht überschritten werden darf.

Eine Maximalgröße ist nicht definiert. Das Logo kann unbegrenzt vergrößert werden.

Für besondere Fälle, in denen die Mindestgröße des Logos unter keinen Umständen eingehalten werden kann, steht das Logo für kleinere Anwendungen zur Verfügung. (siehe Seite 10)

Die Schriftgröße der Claims bzw. Subclaims wird auf 8 PT festgelegt. Darunter wird empfohlen, dass die Claims nicht verwendet werden. So wird eine Lesequalität garantiert.

MINDESTGRÖSSE

WOW®

30 MM

WORLD OF WORK
COWORKING | BUSINESS | NETWORK

WOW®

WORLD OF WORK

WOW®

SCHUTZZONE

Die Schutzzone ist der Mindestabstand zwischen dem Logo und allen weiteren Elementen im Layout. Innerhalb dieses Bereichs dürfen keine weiteren grafischen Elemente oder Schriften stehen. Die Breite der Schutzzone wird durch die Höhe des Logos „H“ definiert.



SCHWARZ-WEISS-ANWENDUNG

Das Logo ist bevorzugt in Farbe auf einen weißen Hintergrund zu verwenden. Genauso wird eine Verwendung im negativen Farbsatz akzeptiert. Für diese Variante wird ein 1c-Logo genutzt.

Für die 1c-Variante gelten die gleiche Mindestgröße und Schutzzone des Logos wie bei der regulären Anwendung.



LOGO FÜR KLEINE ANWENDUNGEN

Für besondere Fälle, in denen die Mindestgröße des Logos unter keinen Umständen eingehalten werden kann, steht das Logo für kleine Anwendungen zur Verfügung, z.B. in kleinen Anzeigen.

Da Schriftzug und Claim für kleine Anwendungen optimiert sind, kann das Logo für kleinen Anwendung auf 40 mm verkleinert werden. Das Logo ohne Claims und Subtitles kann auf 25 mm verkleinert werden.

Diese Mindestgrößen dürfen nicht unterschritten werden, da sonst die Lesbarkeit des Claims und die richtige Darstellung nicht gewährleistet werden können.



WOW[®]
WORLD OF WORK

40 MM



WOW[®]

25 MM

Für die Logointegrationen gibt es für das Logo (inkl. Claim) verschiedene Varianten, wobei für die mediale Nutzung die Variante 1 (auf weißem Hintergrund) bevorzugt genutzt werden sollte. Sollte diese Anwendung aus technischen oder gestalterischen Gründen nicht möglich sein, kann Stufe 2 genutzt werden.

Stufe 1: Das Logo wird mit folgenden Farbstufen genutzt:

Logo (RGB | CMYK): Pantone Cool Grey 11C

Claim (RGB | CMYK): Pantone Neutral Black C

Subclaim (RGB | CMYK): Pantone Warm Red C

Hintergrund (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Stufe 2: Das Logo wird mit folgenden Farbstufen genutzt:

Logo (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Claim (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Subclaim (RGB | CMYK): Pantone Warm Red C

Hintergrund (RGB | CMYK): Pantone Neutral Black C

STUFE 1



STUFE 2



LOGODATEIEN - ANGEPASST

Falls es nicht möglich sein sollte die bisherigen Logos in ein Hintergrund einzupassen, werden mehrere Möglichkeiten für die Implementierung hier ergänzt.

Stufe 3: Das Logo wird mit folgenden Farbstufen genutzt:

Logo (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Claim (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Subclaim (RGB | CMYK): Pantone Warm Red C

Hintergrund (RGB | CMYK): Pantone Cool Grey 8 C

Stufe 4: Das Logo wird mit folgenden Farbstufen genutzt:

Logo (RGB | CMYK): Pantone Cool Grey 8 C

Claim (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Subclaim (RGB | CMYK): Pantone Warm Red C

Hintergrund (RGB | CMYK): Pantone Neutral Black C

STUFE 3



STUFE 4



Nach weiterer Entwicklung des ersten Markenstandortes können weitere Standorte und lokale Marken geplant werden. Für die einzelnen Standorte wird die Logotype mit einer individuellen Subtitle und individueller Farbgebung genutzt.

TYPOGRAFIE:

LOGOTYPE: Gezeichnet

LOGOSCHRIFT: Futura

CLAIM: Futura Bold mit Zeichenabstand 50 Pt

Für den ersten Standort - Roßmarkt 13a - werden ortsspezifische Faktoren im Corporate Design für die einzelnen Standorte (beispielhaft) erarbeitet:

Das Logo wird mit folgenden Farbstufen genutzt:

Logo (RGB | CMYK): Pantone Cool Grey 8 C

Claim (RGB | CMYK): Pantone 109 C

Hintergrund (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Das Logo wird mit folgenden Farbstufen genutzt:

Logo (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Claim (RGB | CMYK): Pantone 109 C

Hintergrund (RGB | CMYK): Pantone Neutral Black C



LOGODATEIEN - STANDORTE

Für weitere perspektivische Standorte werden jeweils individuelle Standortdesign angefertigt und erarbeitet. Dabei ist zu beachten, dass die Logotype nicht verändert werden darf.

Logo (RGB | CMYK): Pantone Neutral Black C
Logo (RGB | CMYK): 100 % Weiß

Die Standorte werden in individuellen Farben und ortsspezifischen Bezeichnungen als Subtitle in das Logo integriert. Hier einige Beispiele für weitere Standort-Logos.

Bei der Namensfindung der Subtitle ist zu beachten, dass die Subtitle eine gewisse Namenslänge hat. Empfohlen wird eine Zeichenanzahl von sechs Zeichen.



UNZULÄSSIGE ANWENDUNGEN

Das Logo darf weder gedreht noch verzerrt, gedehnt oder gestaucht werden. Die Mindestgröße muss eingehalten werden.

Das Logo darf nicht in gemischter Schreibweise oder mit anderen Schriftarten gesetzt werden. Die Farbgebungen sind unveränderlich. Die Farbdefinitionen und die Schriftdefinitionen finden Sie konkret auf Seite XXX und XXX.

Der Claim darf nur im vorgegebenen Größenverhältnis und Abstand zum Schriftzug „WOW“ und in keiner anderen Position stehen.

Das Verhältnis zum Mindestabstand muss eingehalten werden. Das ® ist ein Hinweis zum Markenschutz und gibt an, dass die Marke im Markenregister gelistet ist. Solange die Markeneintragung aktiv ist, muss das Symbol am Logoschriftzug angebunden sein. Daher darf das Symbol nicht weggelassen werden.

Diese unzulässigen Anwendungsbeispiele beziehen sich natürlich auch auf Standortlogos.



1.2

FARBEN



Weitere Details für die jeweiligen Logovarianten und den Farbwerten sind in dem Dokument *WOW_Logovarianten_Details.pdf* zu finden.

FARBEN

1.2 FARBEN

Mit den vier Markenfarben Grau, Schwarz, Weiß und Rot wird WOW von der Öffentlichkeit leicht wiedererkannt und einheitlich wahrgenommen. Die dezenten und klaren Farben präsentieren die Dachmarke in der Öffentlichkeit. Die einzelnen Standorte erhalten jeweils eine individuelle und wiedererkennbare Schmuckfarbe.

Mit einer klaren Schrift- und Farbsprache steht das Markenbild für ein elegantes und geschmackvolles Design. Die Markensprache hält sich generell im Hintergrund, denn die Menschen die im WOW arbeiten, sollen im Vordergrund stehen.

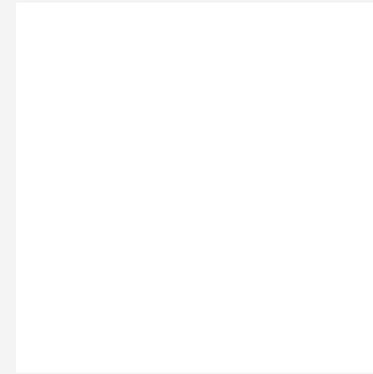
Weiß, Schwarz und ein dezentes Grau sind die zurückhaltenden „Pfeiler“ - Zeitlos, Elegant und gut mit den unterschiedlichen Schmuckfarben der jeweiligen Standorte kombinierbar.

Rot symbolisiert Energie und Stärke. Diese Energie soll auch später bei allen WOW-Spaces gefühlt werden. Positive Vibes, Hochqualitative und funktionale Arbeitsumgebungen und spannende Events werden im Coworkingspace stattfinden.

Die Schmuckfarbe des Rossmarktes 13a ist ein frisches, warmes Gelb.



C74 M64 Y59 K78
R34 G34 B34
Pantone Neutral Black C
#222222



C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
100 % Weiß
#ffffff



C0 M83 Y73 K0
R255 G68 B56
Pantone Warm Red C
#ff4438



C63 M52 Y46 K39
R84 G86 B90
Pantone Cool Grey 11C
#54565a



C0 M17 Y100 K0
R255 G209 B0
Pantone 109 C
#ffd100

1.3

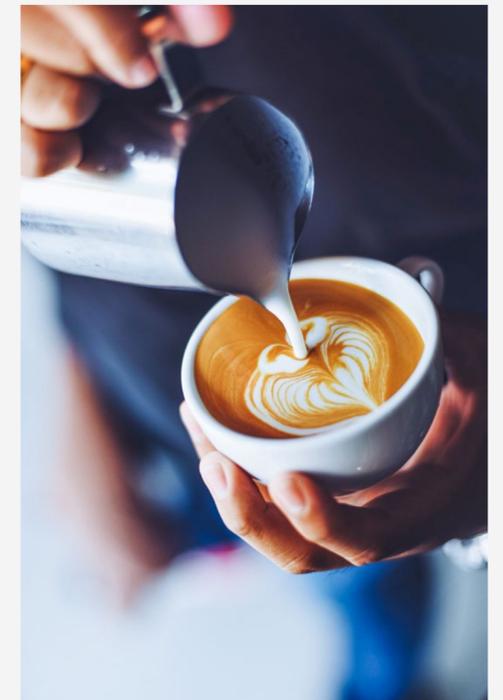
BILDSPRACHE

Alle Bildmotive sind geprägt von einer natürlichen Lichtstimmung mit hohem und trotzdem ungekünstelt wirkenden Blauanteil.

Die Motive werden so gewählt, dass sie reale Arbeitssituationen zeigen. Die Personen auf den Bildern werden aktiv präsentiert und direkt bei ihren Alltagssituationen im Coworking-Space begleitet. Mieter/Projektteilnehmer/Partner/Förderer werden direkt vorgestellt und mithilfe eines Portraits (in oder an den jeweiligen Standorten von WOW) präsentiert.

Die Bildsprache ist eine abwechslungsreiche Mischung aus alltäglichen Situationen in den Spaces, der Livingkomponente (Veranstaltungen, Aktionen, Morgenkaffee,...) und den Vorzügen eines Coworking-Spaces (Services, Dienstleistungen, Netzwerken).

Es muss angestrebt werden, dass nur wenige Stockbilder verwendet werden. Authentizität wird in der Bildsprache nur deutlich, wenn viele reale Bilder genutzt werden.



SCHWARZ-WEISS PORTRAIT - KAMPAGNE

Um die Initiatoren, Mieter, Projektförderer (o.ä) aktiv zu präsentieren werden die Menschen mit einem Portrait und einem Textbeitrag (Steckbrief,...) auf allen Kommunikationskanälen vorgestellt. Die Personen werden bewusst in Schwarz-Weiß abgebildet, da so die Persönlichkeiten noch stärker und interessanter wirken.

Dabei wird mit folgenden Bilder- und bearbeitungsmaßnahmen gearbeitet: SW-Modus, hohe Kontraste, Varianz der Posen, authentischer Modestil der Personen, ehrliche Aktion vor der Kamera und ein ungekünstelter Ausdruck. Die Bilder werden dabei nie gestellt aussehen, sondern immer authentisch, cool und lässig.



1.4

TYPOGRAFIE



In dem zugehörigen Ordner
WOW_CorporateManual ist die Hausschrift Futura
zu finden.

Um eine einheitliche Gestaltung der Marke zu gewährleisten, wird für Logo, Claim, Subtitle und Copytext immer die Hausschrift Futura verwendet.

Die serifenlose Schriftart wurde 1927 von Paul Renner im Umfeld des Neuen Frankfurt entworfen. Die Strichstärken sind wahnsinnig gleichmäßig, Buchstaben sind sehr geometrisch angelegt, was direkt im Schriftzug WOW sichtbar wird. Die Futura ist eine zeitlose, schnörkellose und elegante Schriftart, die im Print sowie in der Web-Ansicht sehr flexibel genutzt werden kann.

Bitte beachten: WOW nutzt den klassischen Futura Schriftsatz. Die Schrift Futura PT wird nicht von der Marke WOW verwendet.

Überschriften

Futura Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Text

Futura Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Links, Quellen

Futura Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Es gibt maximal vier verschiedene Schriftgrößen für die Marke: Überschrift, Absatzüberschrift, Text und Randnotizen (Quellenangaben o.ä.). Innerhalb von den Schriften kann zwischen Medium - Schrift und Bold - Schrift gewählt werden, um beispielsweise Überschriften oder Abschnitte zu highlighten.

Direkt Textunterschriften können ca. 10 - 25 % kleiner als die Überschrift selbst sein.

JETZT NEU IM WOW
VEGGIE MONDAY

Direkt vom Obstgut XY

Futura Medium (25 PT)

Futura Bold (25 PT)

Futura Medium (20 PT)

Entdecke Deinen
Coworking-Space in Zeitz

SCHNUPPERWOCHE FÜR
GRÜNDER*INNEN

Futura Medium (25 PT)

Futura Medium (25 PT)

Schrift:

Futura Medium + Futura Bold

Laufweite:

+50

Schriftgröße Headline:

Die Schriftgröße der Headline ist variabel und kann der Länge des Textes angepasst werden.

Zeilenabstand:

Der Zeilenabstand muss nicht unbedingt angepasst werden. Bei großen Abständen kann der Zeilenabstand individuell verringert werden.

Schriftgröße Subline:

Die Größe der Subline ist 10 - 25 % kleiner bzw. genauso groß wie die Headline.

Schriftgröße Text:

Die Größe von Textpassagen ist 45-55 % kleiner wie die Headline.

Schriftgröße Randnotiz/Quelle:

Die Größe der Randnotiz ist ca. 75 % kleiner wie die Headline.

Entdecke Deinen
Coworking-Space in Zeitz

Futura Medium (25 PT)

**SCHNUPPERWOCHE FÜR
GRÜNDER * INNEN**

Futura Medium (25 PT)

Intiosam, et apiciis quatas volorb
usciendelest, iusmos conemasolor
alis doles imus nim ime con escia-
tis pore voluptatet, odis et estibus
inum num nulloreiciet quidit officii
remporis ulparum remodic tetus
soluptaspiet ut maiorio nsectem es

Futura Medium (15 PT)

150,00 Euro *

Futura Medium (25 PT)

*Für Unternehmen bis 3 Jahre nach Gründung

Futura Medium (5 PT)

AUSRICHTUNG DER TYPOGRAFIE

Grundsätzlich werden Überschriften und Absätze (für z.B. Zitate, Highlights im Text,...) zentriert ausgerichtet.

Der klassische Fließtext wird linksbündig ausgerichtet.

Bei Informationshinweisen, Randnotizen kann der Text variabel rechts- bzw. linksbündig ausgerichtet werden.

Der zwölfte WOW-
Coworkingspace ist eröffnet.

Beispiel
Header, Plakat,
Überschrift

DAS IST WOW
15.09.2023

Und hier steht dann noch ganz viel
Interessantes über die Serviceangebote,
Preisen & Co.

Sehr geehrte Damen und Herren,
wir laden Sie herzlich zu unserem Netzwerktreffen ein.

Beispiel
Fließtext, Anschreiben

Herzliche Grüße,
Christin Baumert

* Teilnehmeranzahl ist begrenzt - Jetzt schon anmelden

Beispiel
Randnotizen, Hinweise

1.5

GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG

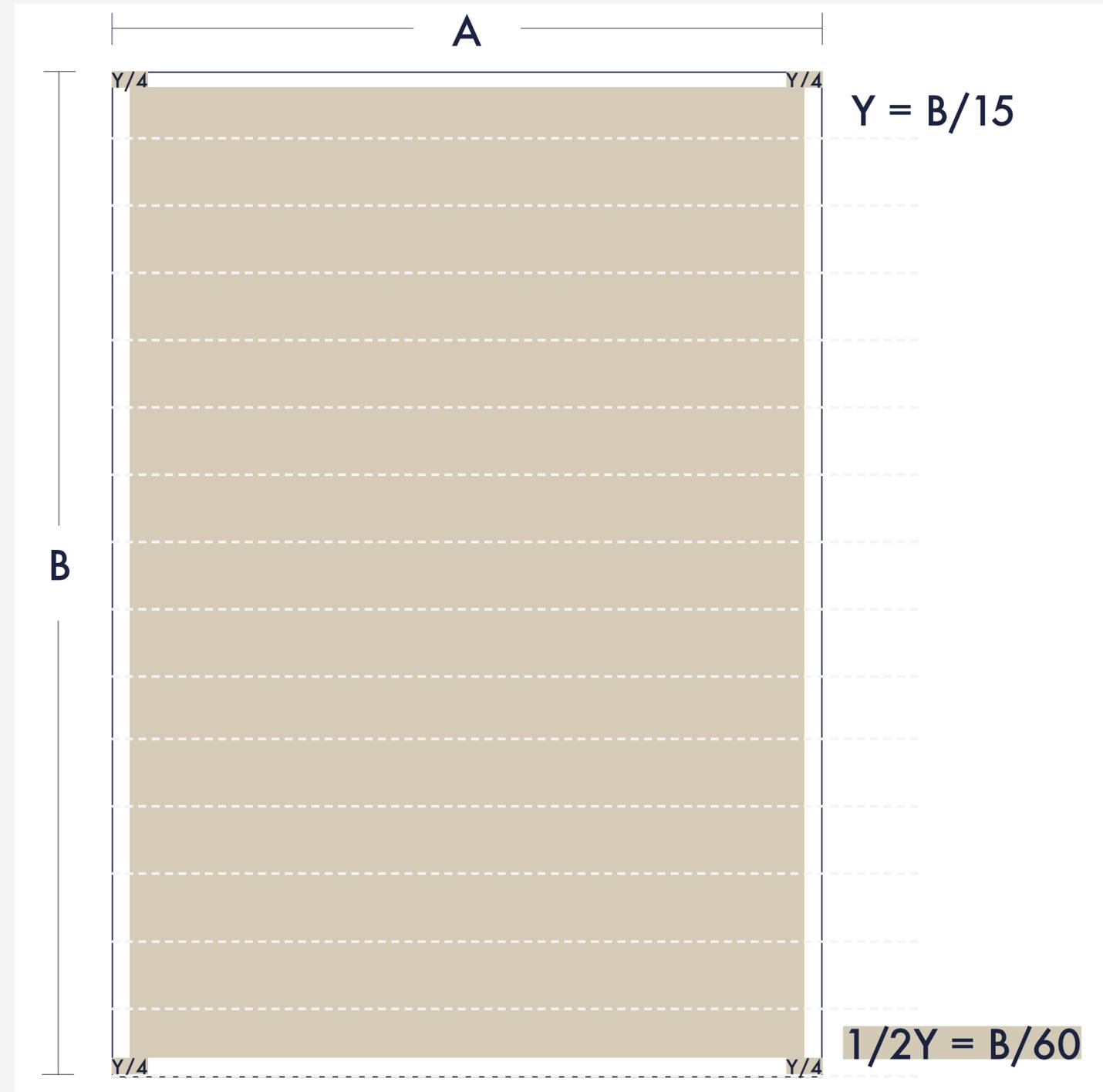
AUFBAU / HOCHFORMAT

1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / HOCHFORMAT

Hochformate werden in 15 Rasterzeilen (15 Y) eingeteilt. Die Größe Y wird in vier weitere Zeilen unterteilt, sodass 60 Rasterzeilen entstehen. (60 x 1/4 Y). Der weiße Rahmen hat eine Größe von 1/4 Y. Diese sollte nur für Plakat oder Werbeanzeigen genutzt werden. Bei bspw. Geschäftspapieren ist der Rahmen nicht erforderlich.

Nicht formatfüllende Anzeigen erhalten eine Kontur von 0,5 pt in 50 % Schwarz.

Dieses Raster ist die Basis, auf die sich alle weiteren in diesem Handbuch dargestellten Anwendungen beziehen. Die Maßeinheit $Y = B/15$ für Hochformate wird als feststehende Einheit verwendet.



POSITION UND GRÖSSE DES LOGOS & CO.

Die Grundlage für die Positionierung des Logos in Hochformaten bietet die Rasterdarstellung (S. 27), welche in 15 Rasterzeilen (15 Y) eingeteilt ist.

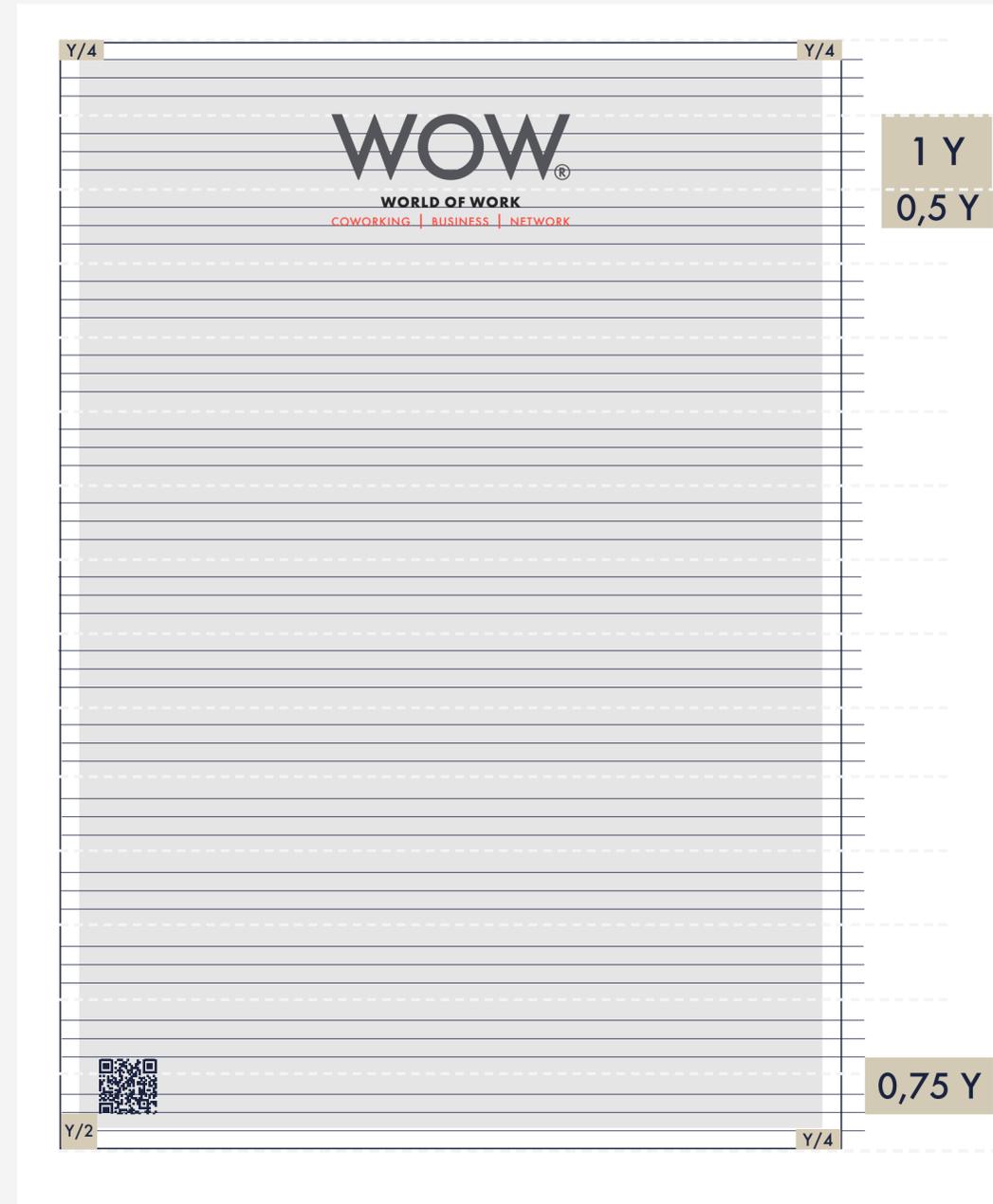
In hochformatigen Anzeigen beträgt die Logogröße 1,5 Rasterzeilen.

Auf hochformatigen Plakaten wird das Logo etwas größer dargestellt: Die Höhe beträgt 1,5 bzw. 2 Y. In beiden Fällen wird das Logo zentriert in das Format eingebunden. Dieser Abstand zur unteren bzw. oberen Kante beträgt genau 1 Y.

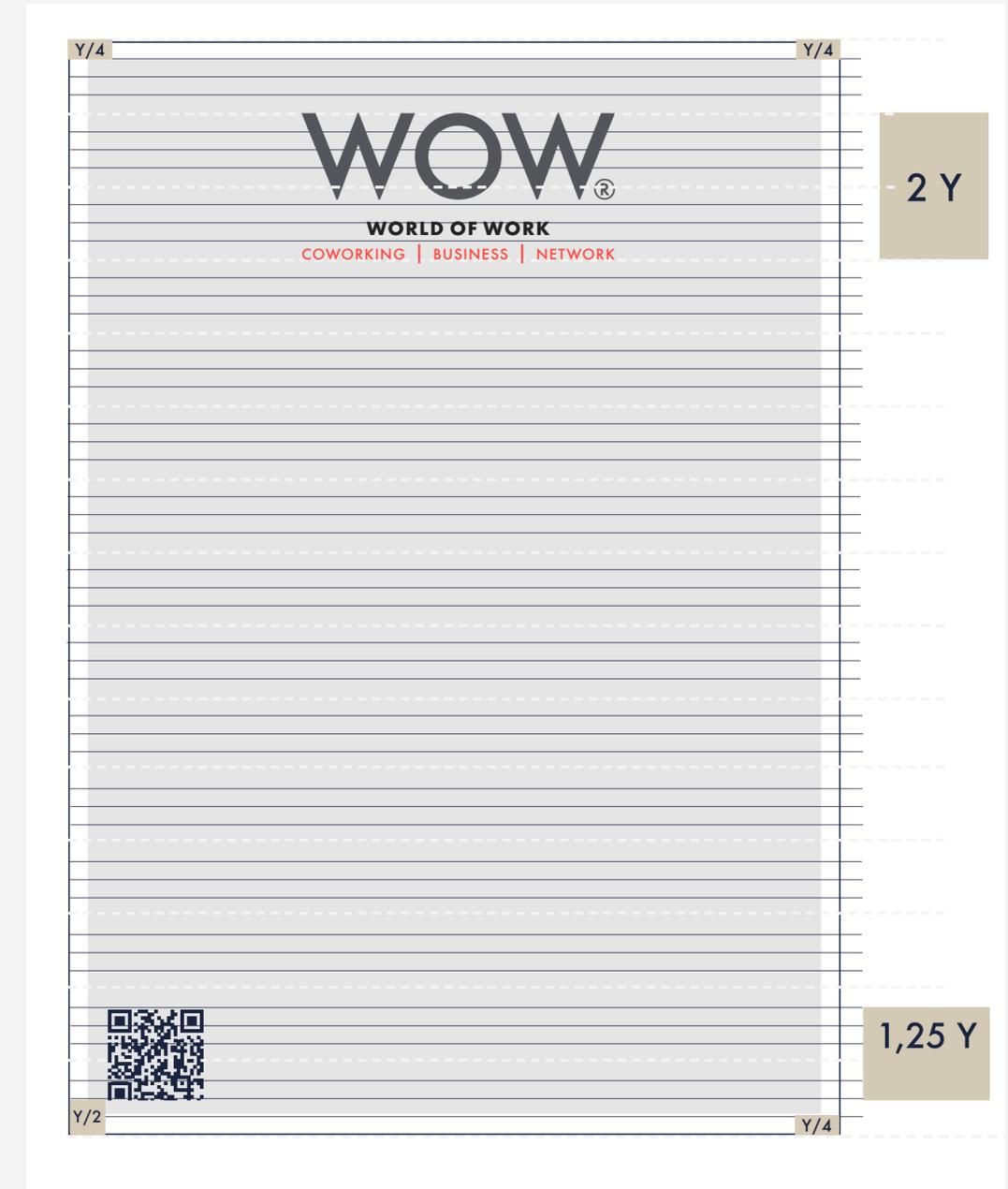
Eine Positionierung der URL und/oder eines QR-Codes kann in den rechten, unteren Abschnitt positioniert werden. Der Abstand zur unteren beträgt genau Y/2 zum Seitenrand.

1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / HOCHFORMAT

ANZEIGE



PLAKAT



POSITION UND GRÖSSE DES LOGOS & CO.

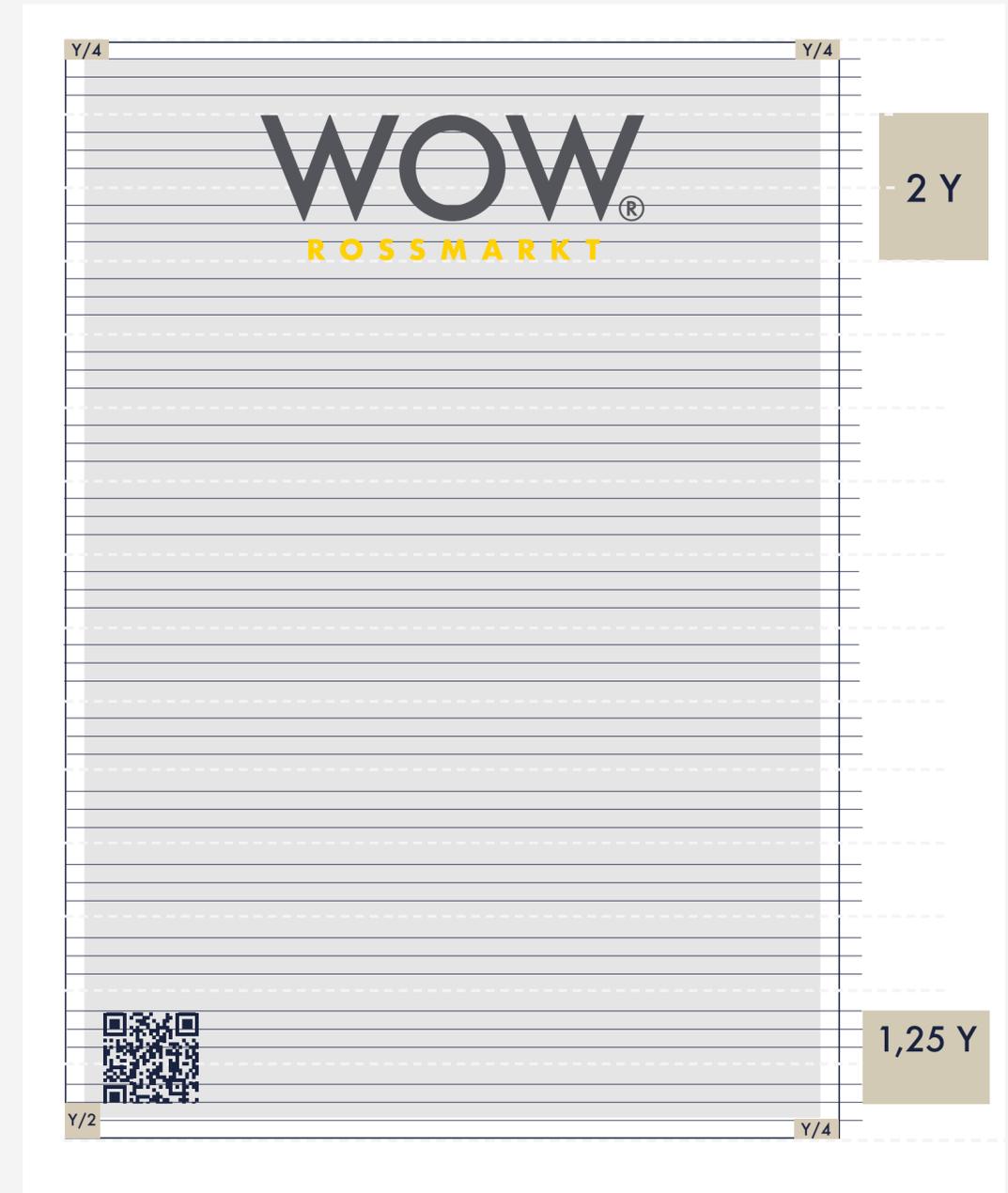
Zum Verständnis sind hier noch zwei weitere Beispiele zu finden:

1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / HOCHFORMAT

ANZEIGE



PLAKAT



ABSTÄNDE DER GRUNDELEMENTE

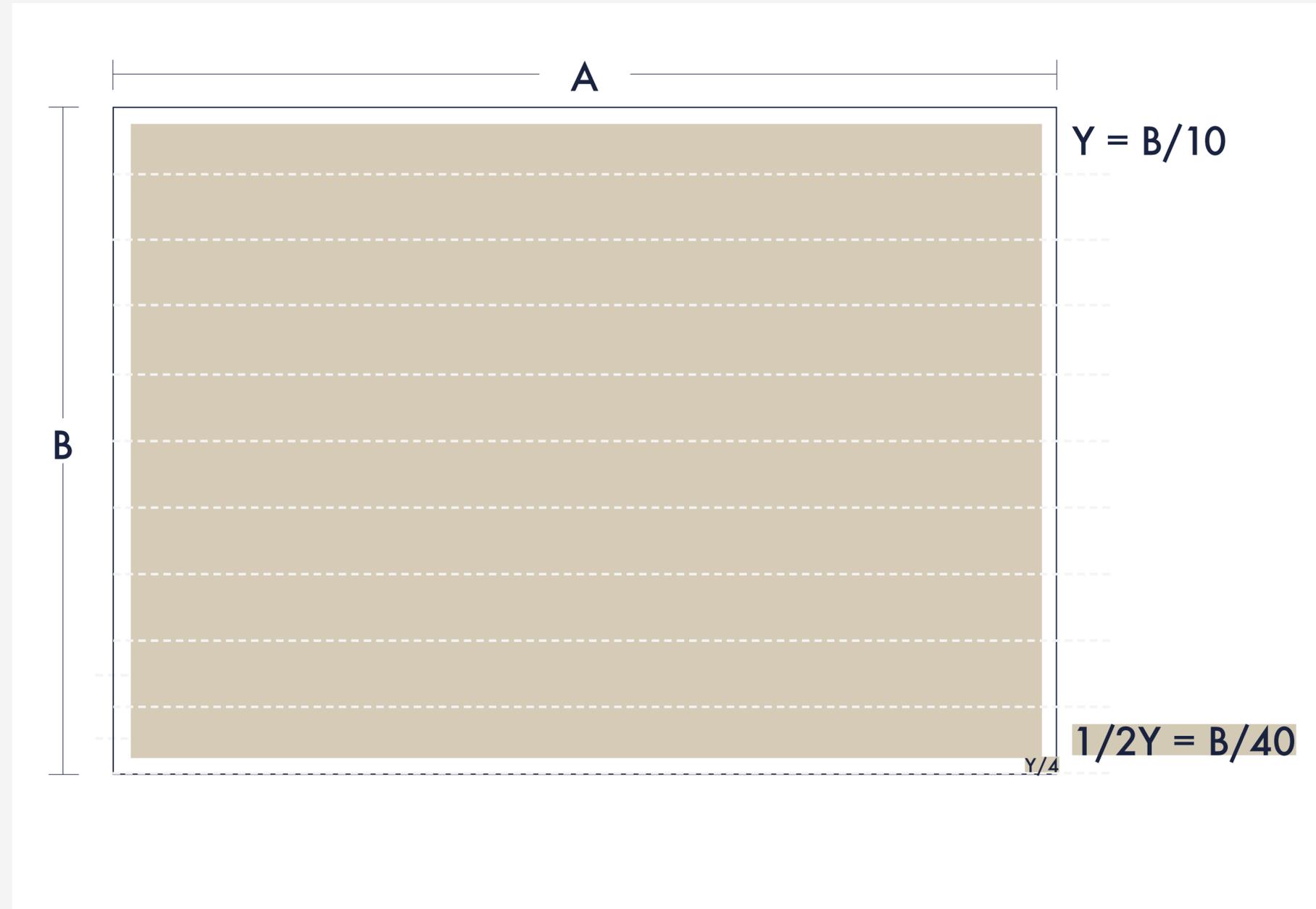
1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / HOCHFORMAT



Querformate werden in zehn Rasterzeilen (10 Y) eingeteilt. Die Größe Y wird in vier weitere Zeilen unterteilt, sodass 40 Rasterzeilen entstehen (40 x 1/4 Y). Der weiße Rahmen hat eine Größe von 1/4 Y.

Nicht formatfüllende Anzeigen erhalten eine Kontur von 0,5 pt in 50 % Schwarz.

Dieses Raster ist die Basis, auf die sich alle weiteren in diesem Handbuch dargestellten Anwendungen beziehen. Die Maßeinheit $Y = B/10$ für Hochformate wird als feststehende Einheit verwendet.



POSITION UND GRÖSSE DES LOGOS & CO.

Wie bei den Definitionen für das Hochformat gilt auch im Querformat das gleiche Rasterprinzip. Als Grundlage der Größendefinition des Logos dient das Raster, welches in zehn Rasterzeilen (10 Y) unterteilt ist. (S. 31)

Das Logo wird zentriert in das Querformat eingebunden. Der Abstand zur unteren bzw. oberen Kante beträgt genau 1 Y.

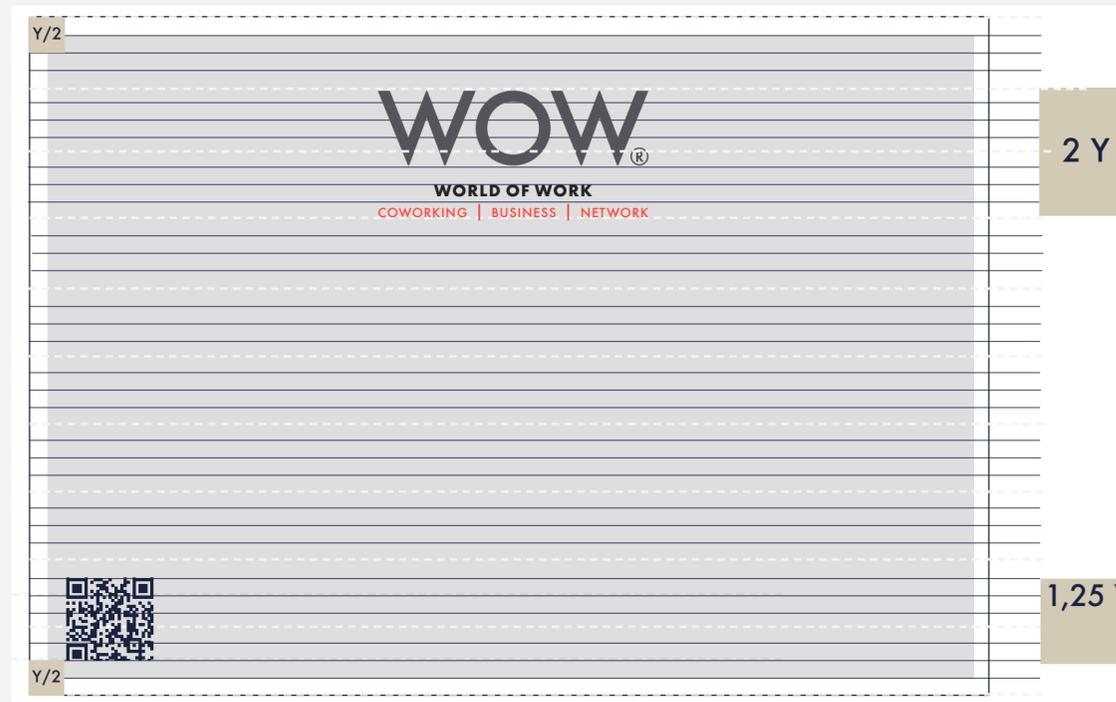
Eine Positionierung der URL und/oder eines QR-Codes kann in den rechten, unteren Abschnitt positioniert werden. Der Abstand zur unteren beträgt genau Y/2 zum Seitenrand.

1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / QUERFORMAT

ANZEIGE



PLAKAT



POSITION UND GRÖSSE DES LOGOS & CO.

Zum Verständnis sind hier noch zwei weitere Beispiele zu finden:

1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / QUERFORMAT

ANZEIGE



PLAKAT



ABSTÄNDE DER GRUNDELEMENTE

1.5 GESTALTUNGSRASTER UND LOGO-PLATZIERUNG / QUERFORMAT



1.6

PARTNER-LOGOS

POSITION VON PARTNER-LOGOS

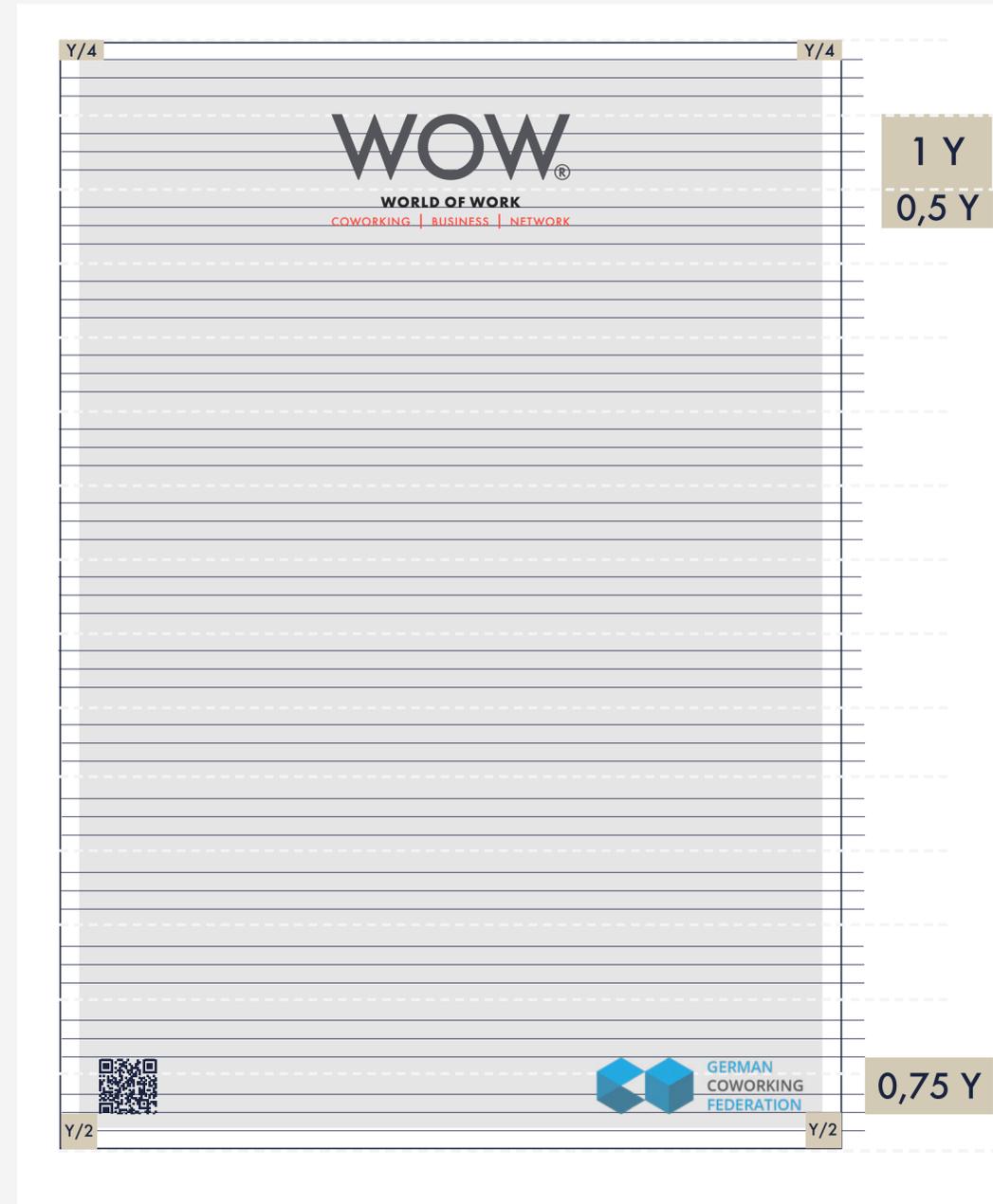
Zusätzliche Logos können in dem dafür vorgesehenen Feld platziert werden. Sie werden rechts- bzw. linksbündig ausgerichtet. Die Größe richtet sich nach der Maximalhöhe des QR-Codes o.ä. und sie werden immer auf 100% skaliert. Die Breite richtet sich nach der jeweiligen Logogröße.

Logos können in Farbe sowie Schwarz-Weiß genutzt werden. Im Besten Fall werden die Partner-Logos freigestellt in das Layout eingebunden.

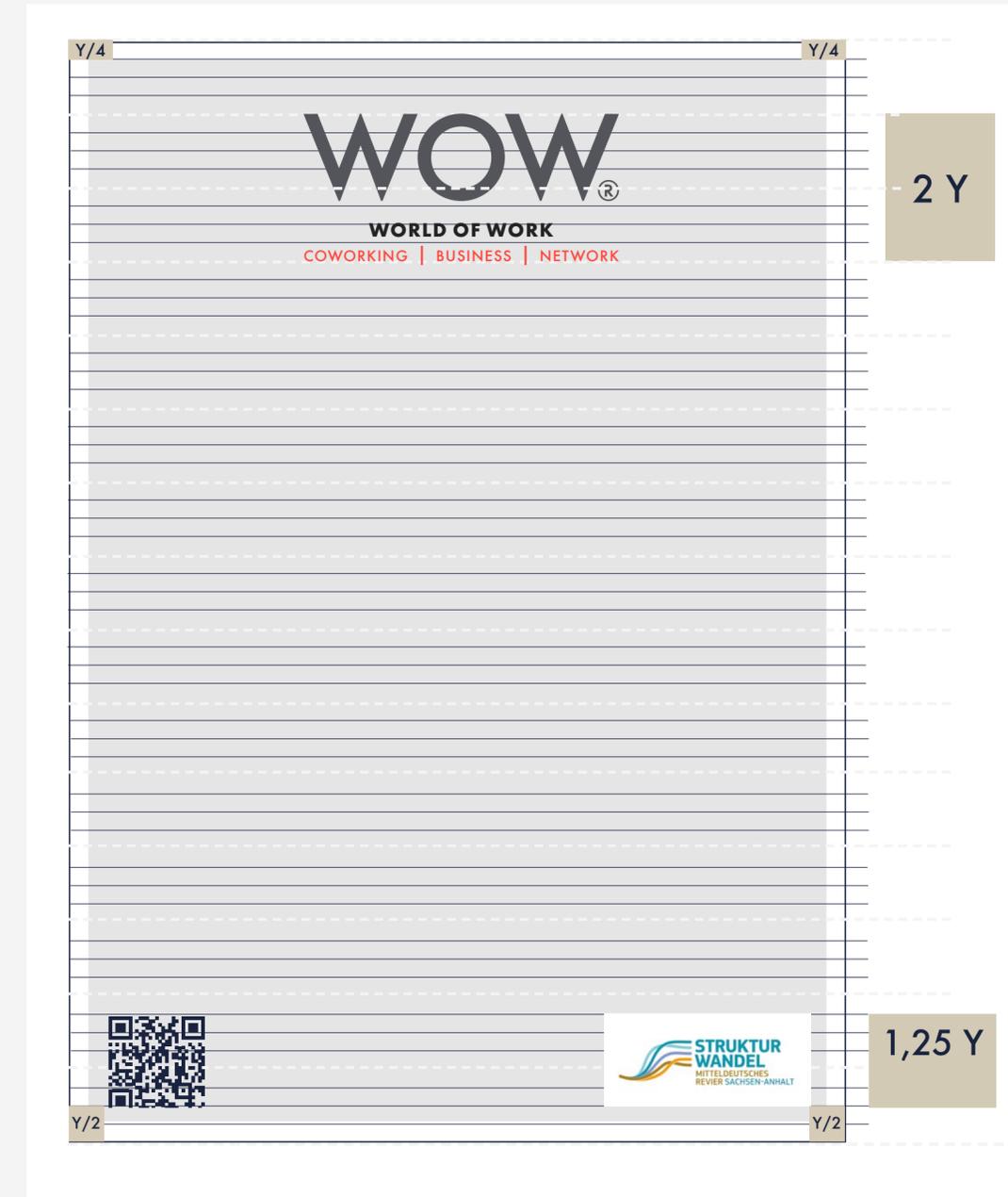
Im optimalen Fall sind Partner-Logos als PNG mit Transparenz einzubinden, sodass sie frei auf dem Bild stehen. Für den Fall, dass ein Logo sich nicht gut genug vom Hintergrundbild abhebt, sind folgende Maßnahmen erlaubt:

1. Logo mit weißem Feld hinterlegen
2. Logo mit schwarzem Feld hinterlegen

ANZEIGE



PLAKAT



POSITION VON PARTNER-LOGOS - HOCHFORMAT

Die Partner-Logos werden in Farbe bzw. in Schwarz-Weiß in den vorgegebenen Bereichen platziert. Hochformatige Partner-Logos dürfen folgende Höhen nicht überschreiten:

Bei Anzeigen: 0,75 Y

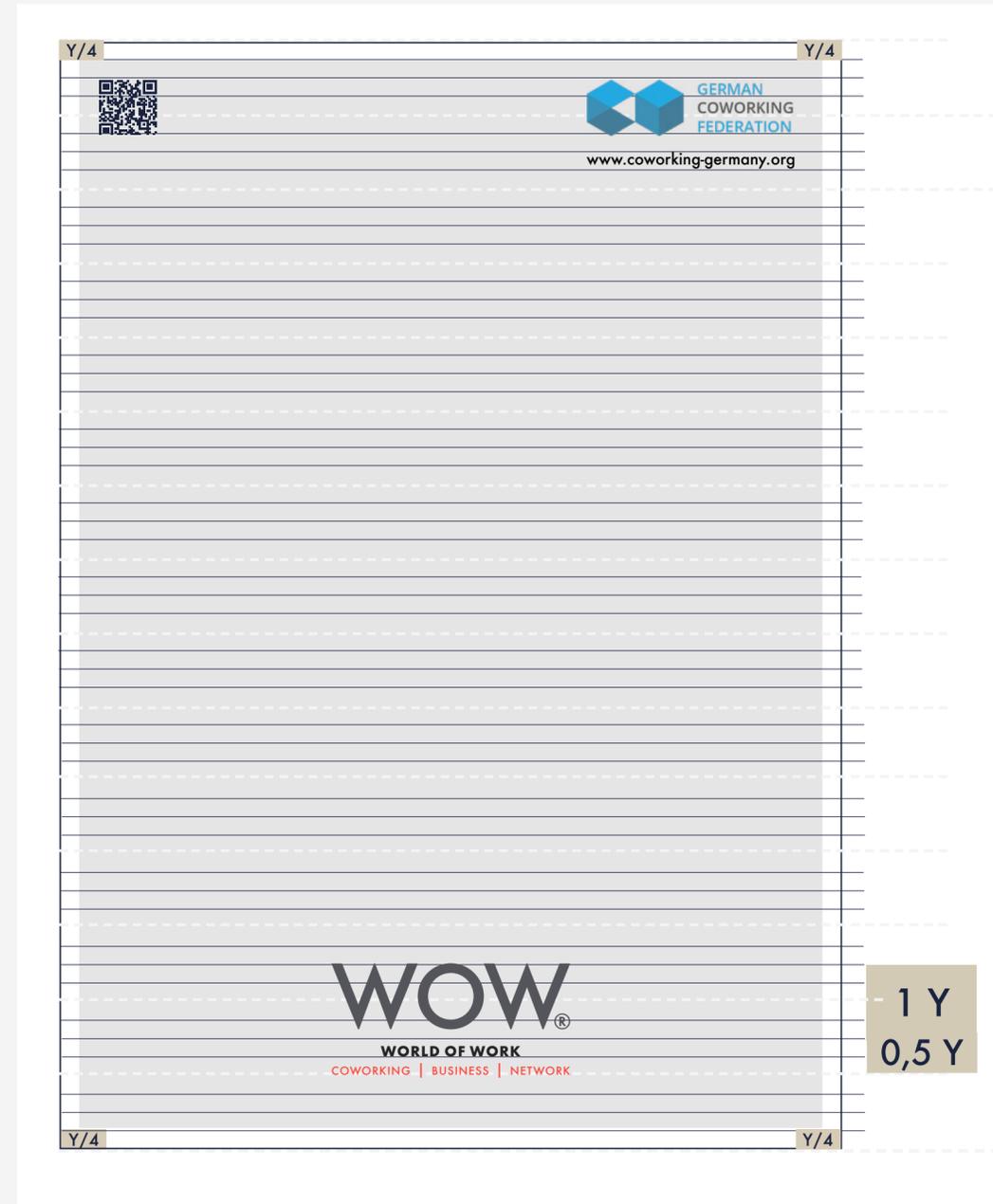
Bei Plakaten: 1,25 Y

Der Abstand vom Partner-Logo beträgt immer Y/2 zum Seitenrand.

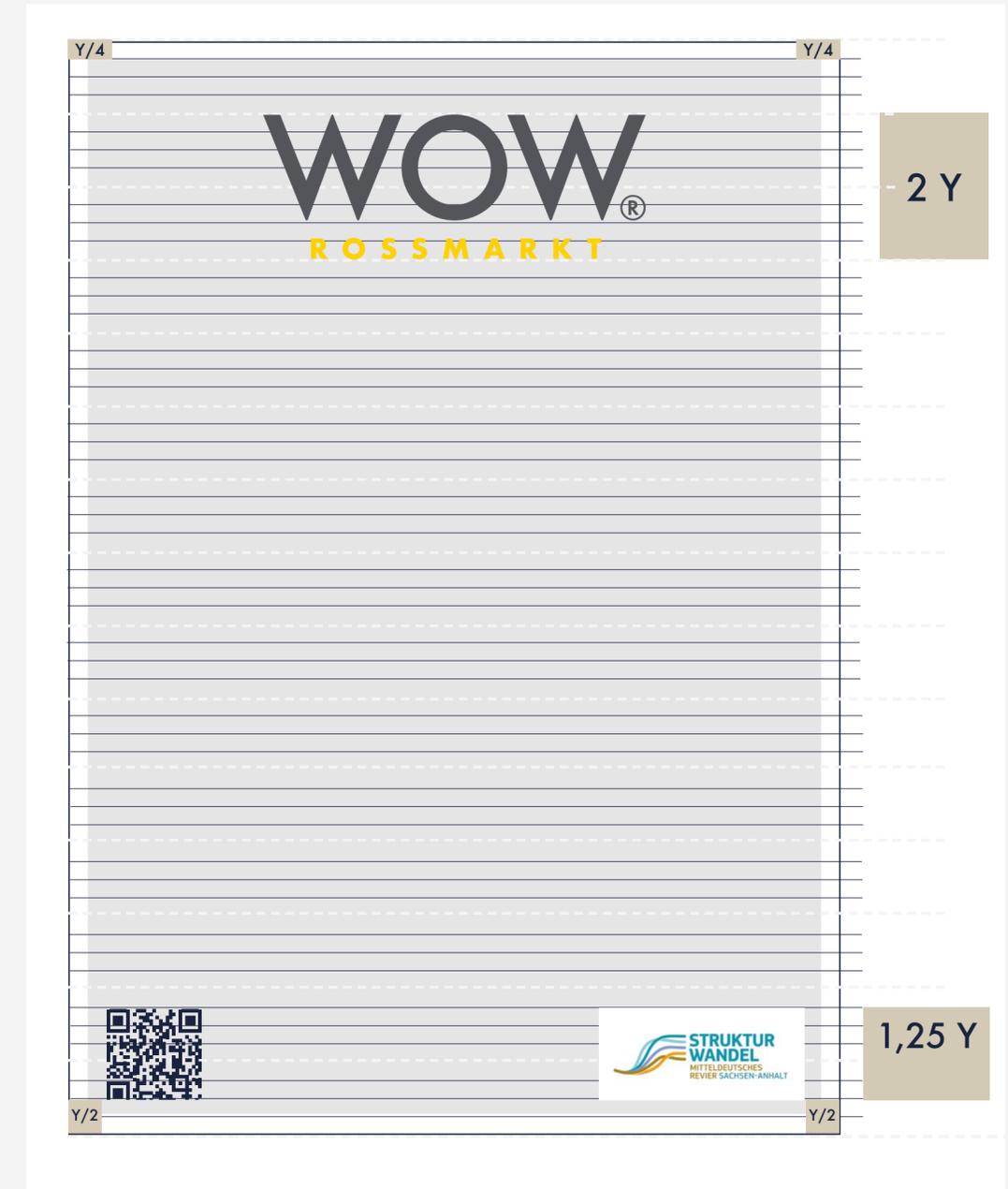
URL

Wird eine URL zum zugehörigen Partner-Logos verwendet, so wird diese unterhalb mit einem Abstand von Y/4 zum Logo eingebunden. Die URL wird linksbündig an dem Partner-Logo ausgerichtet. Die Größe wird auf Y/4 festgelegt.

ANZEIGE



PLAKAT



POSITION VON PARTNER-LOGOS - QUERFORMAT

Die Partner-Logos werden in Farbe bzw. in Schwarz-Weiß in den vorgegebenen Bereichen platziert. Querformatige Partner-Logos dürfen folgende Höhen nicht überschreiten:

Bei Anzeigen: 0,75 Y

Bei Plakaten: 1,25 Y

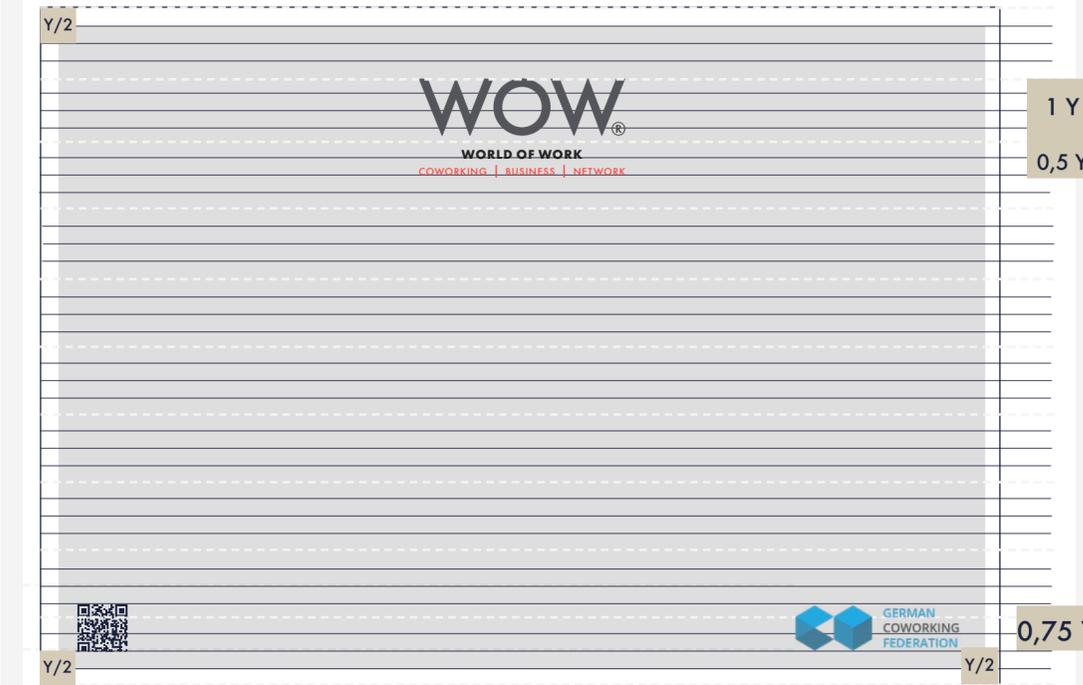
Der Abstand vom Partner-Logo beträgt immer Y/2 zum Seitenrand.

URL

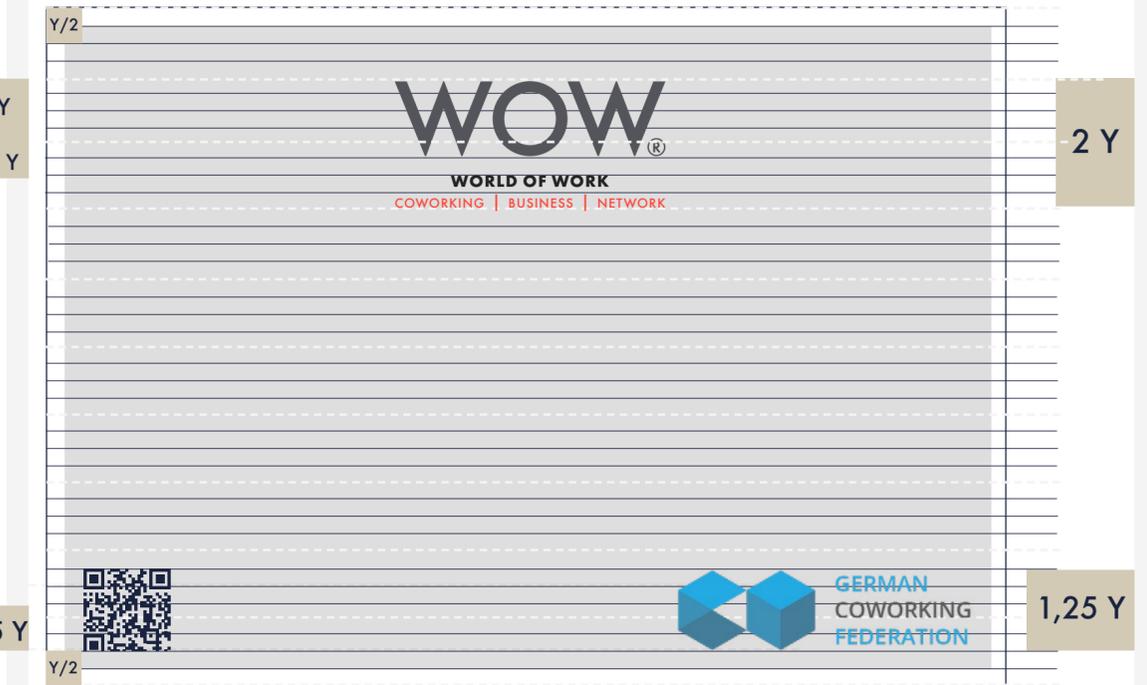
Wird eine URL zum zugehörigen Partner-Logos verwendet, so wird diese unterhalb mit einem Abstand von Y/4 zum Logo eingebunden. Die URL wird linksbündig an dem Partner-Logo ausgerichtet. Die Größe wird auf Y/4 festgelegt.

1.6 PARTNER-LOGOS

ANZEIGE



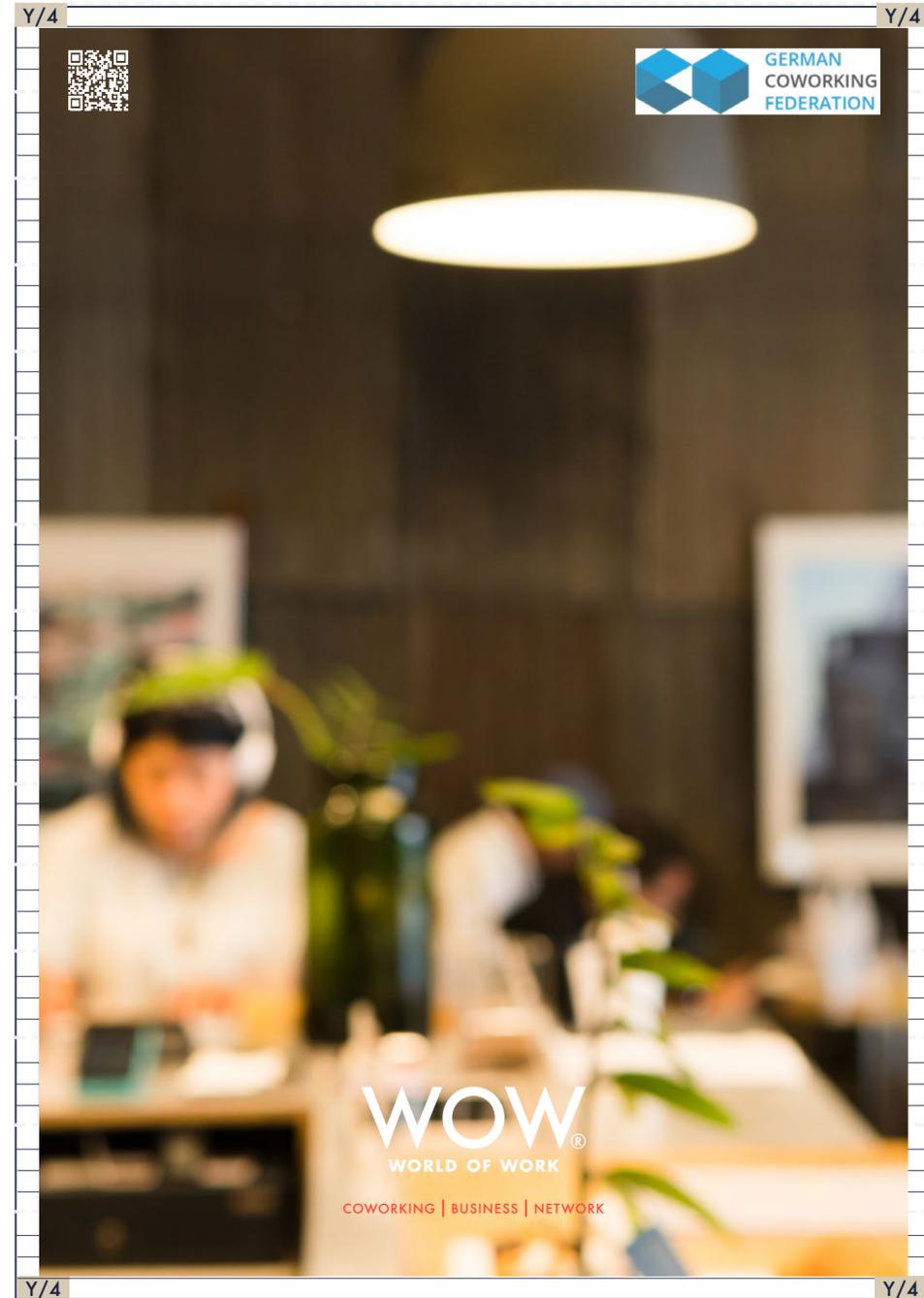
PLAKAT





BEISPIELE HOCHFORMAT

1.6 LOGO-PLATZIERUNG



WOW
WORLD OF WORK
COWORKING | BUSINESS | NETWORK

12.04.2027
**ERÖFFNUNG DES
13. WOW-SPACES**

GERMAN
COWORKING
FEDERATION

Y/2

1 Y
0,5 Y

Y/2

Y/2

0,75 Y

1.7

ANWENDUNGEN DES LOGOS



In dem zugehörigen Ordner
WOW_Geschäftsausstattung ist eine detaillierte Darstel-
lung der Design-Anwendungen auf Werbemittel zu finden.

ANWENDUNG AUF BRIEFPAPIER

1.7 ANWENDUNGEN DES LOGOS

PLATZIERUNG IN DRUCKVORLAGEN

Wird die Geschäftsausstattung in 4c gedruckt, steht die Subclaim im festgelegten Rot. Bei einem 1c-Druck erhält das Logo die jeweilige Druckfarbe.

Es wird empfohlen, das Logo analog zu den Corporate Design Richtlinien zentriert im oberen Bereich zu positionieren. Das Logo sowie die Fußzeile werden die EPS-Dateien (*Briefbogen_Logo_Weiß.eps* bzw. *Briefbogen_Fußzeile.eps*) gewählt.

Die Mindestgröße von 30 mm darf nicht unterschritten werden, da sonst die Subclaim schwer lesbar ist.

INTEGRATION IN OFFICE-DOKUMENTE

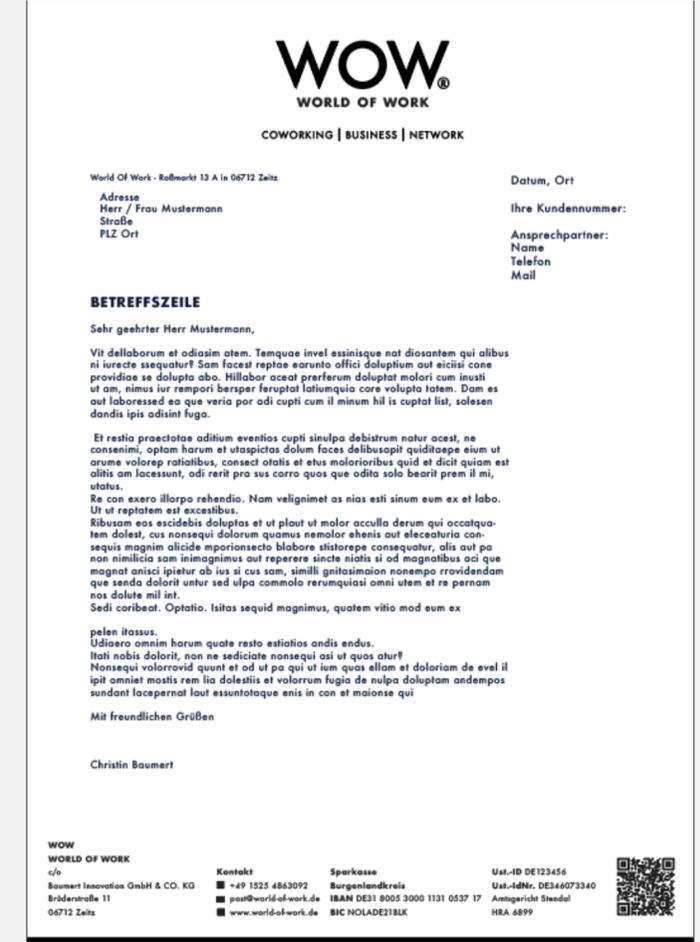
Soll das Logo in eine Office-Datei, z.B. ein Word-Dokument, integriert werden, dann wird es ebenso zentriert auf dem Briefbogen eingepasst. Die Mindestgröße von 30 mm darf nicht unterschritten werden, da sonst die Subclaim schwer lesbar ist.



VARIANTE 4C MIT EINGEBUNDENEN LOGO



VARIANTE 4C MIT FREIEM LOGO



VARIANTE 1C MIT FREIEM LOGO

FUßZEILE

WOW
WORLD OF WORK

c/o
Baumert Innovation GmbH & CO. KG
Brüderstraße 11
06712 Zeitz

Kontakt
☎ +49 1525 4863092
✉ post@world-of-work.de
🌐 www.world-of-work.de

Sparkasse
Burgenlandkreis
IBAN DE31 8005 3000 1131 0537 17
BIC NOLADE21BLK

Ust.-ID DE123456
Ust.-IdNr. DE346073340
Amtsgericht Stendal
HRA 6899

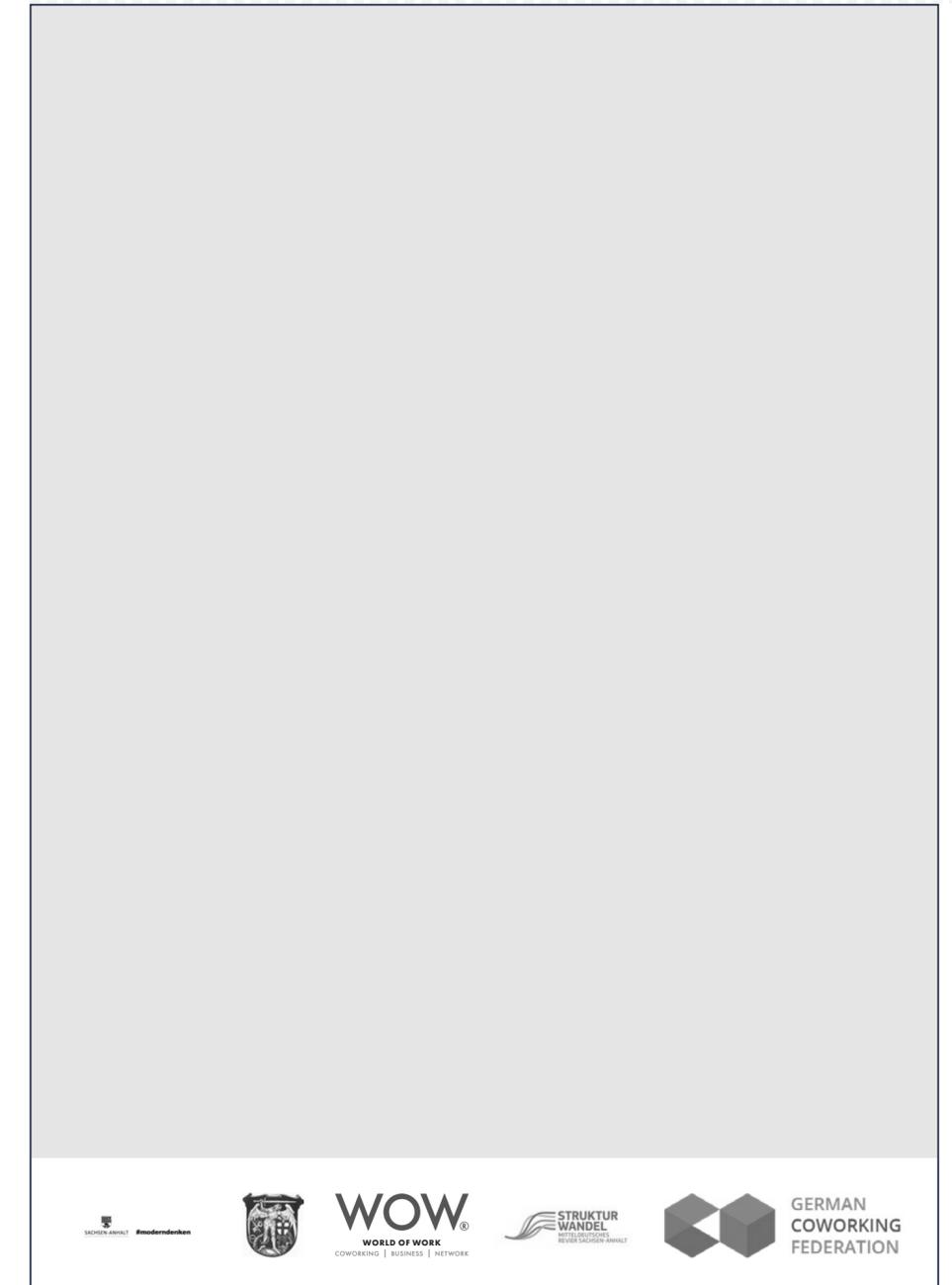
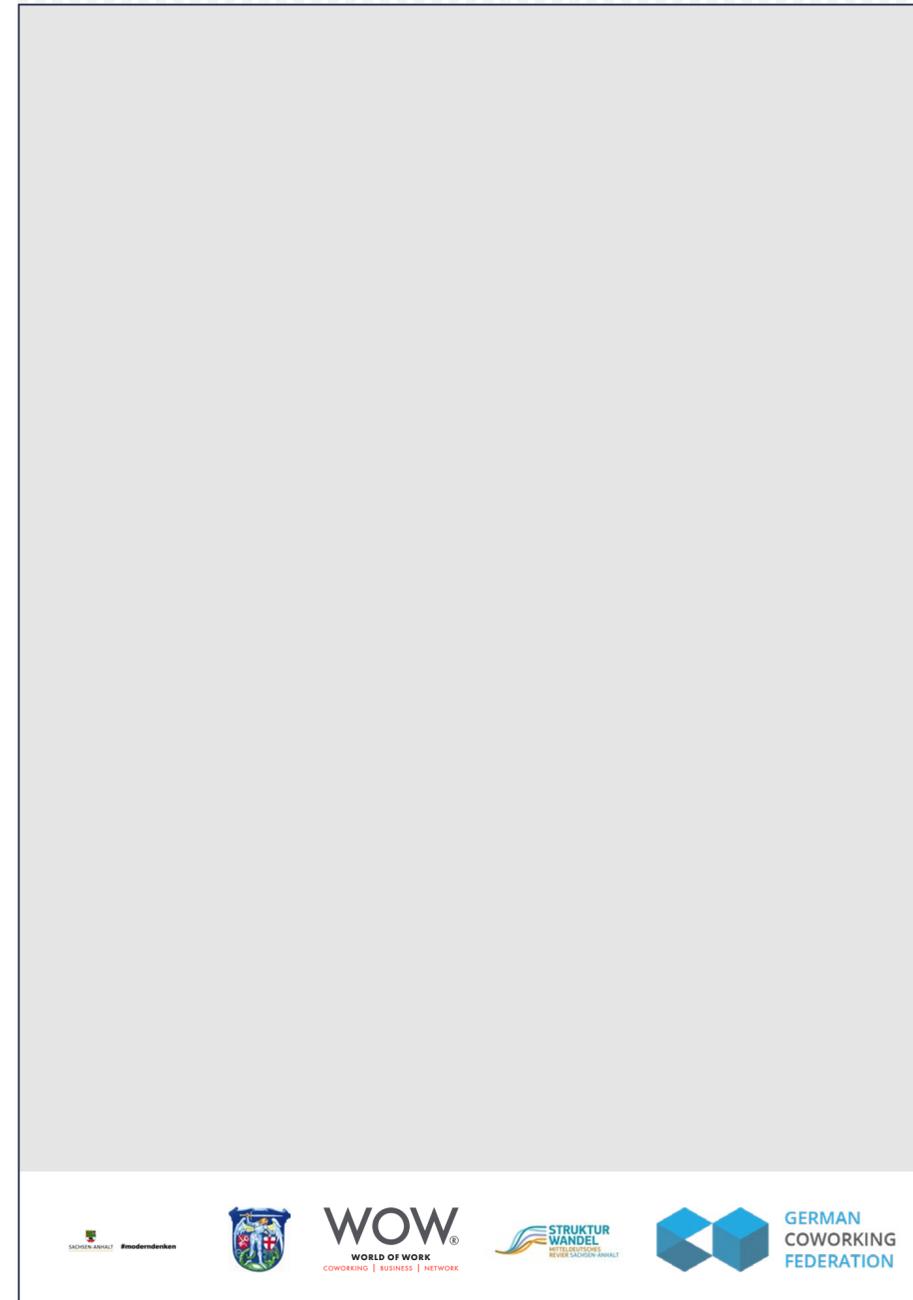


ANWENDUNG IN LOGOLEISTEN

Falls das Logo mit mehreren Partner-Logos verwendet werden soll, kann das Logo in eine Logoleiste (Hintergrund weiß) eingebunden werden. Dabei ist die Logomindestgröße von 30 mm nicht zu unterschreiten. Falls dies nicht möglich sein sollte, beachten Sie bitte die Ausführungen zum Thema Mindestgröße. (s. Seite 10 - Logo für kleine Anwendungen).

Erfolgt der Druck in 4c, so wird empfohlen, das Logo in den farbigen Designvorgaben einzubinden. Bei einem 1c-Druck erhält das Logo die jeweilige Druckfarbe.

1.7 ANWENDUNGEN DES LOGOS



1.8

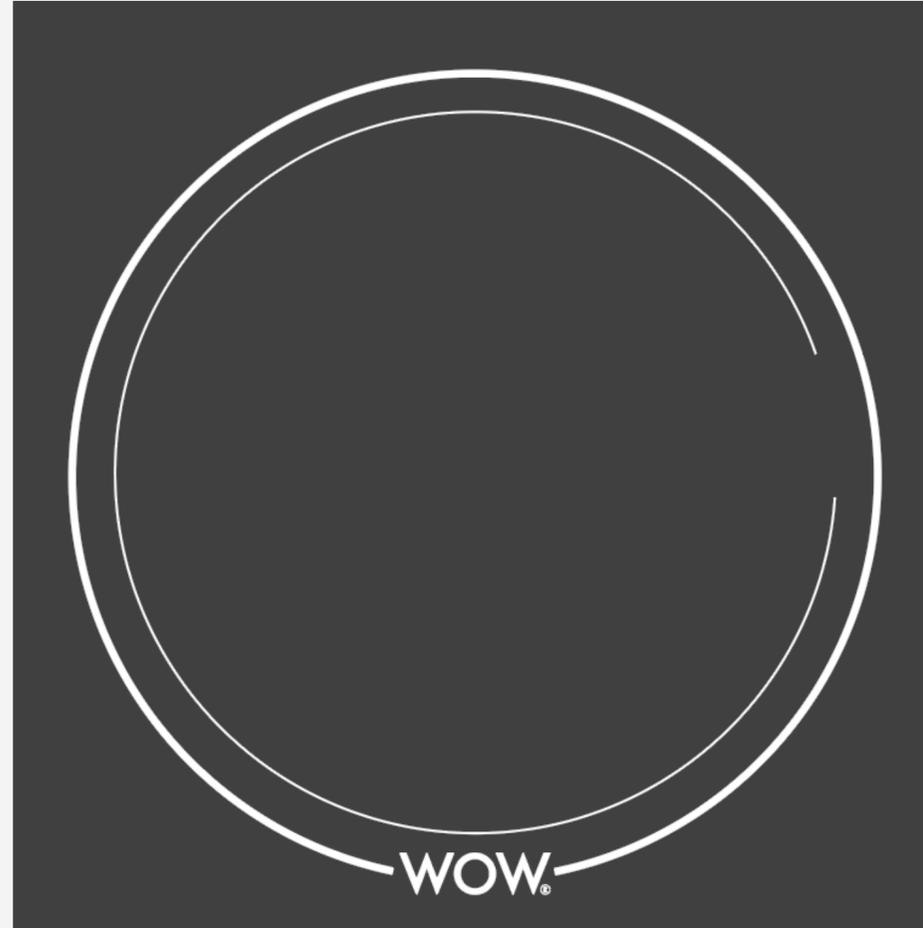
ICONS



In dem zugehörigen Ordner
WOW_Icons ist eine detaillierte Darstellung der
bisherigen Icons zu finden.

ICONS - ALLGEMEIN

Die Icons können - je nach Hintergrund neutral oder farbig verwendet werden. Basis für die Einbindung der Icons ist der Halbkreis, der sowohl im Social Media Design als auch im digitalen Design erneut aufgefasst werden kann.



VARIANTE NEUTRAL



VARIANTE STANDORT - hier:
Roßmarkt 13a

ICONS - KÜCHE

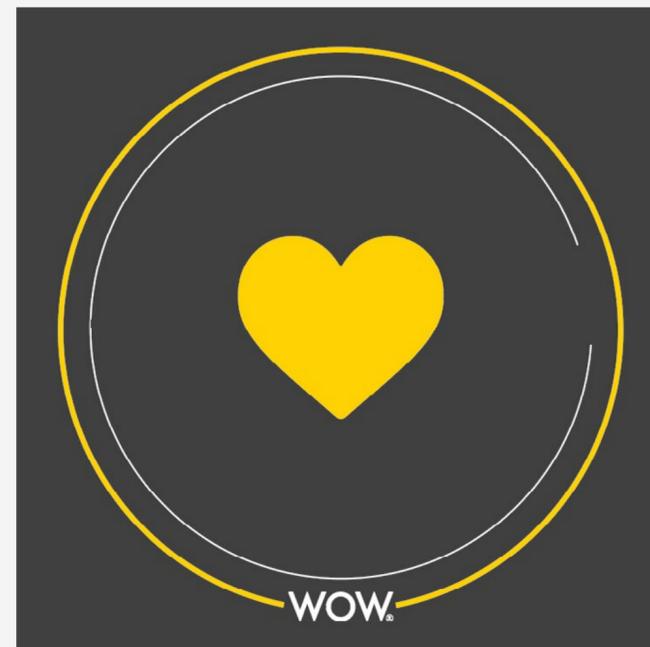
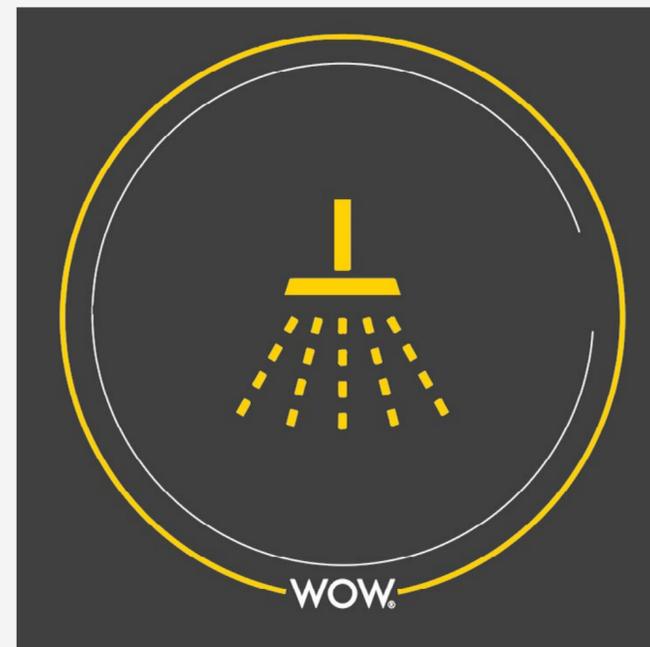
Zur besseren Organisation der Küche können Symbole an die Küchenschubladen oder Regale angebracht werden. Die Icons können im Standortdesign oder im negativen Design auf die Oberflächen eingebunden werden. Dabei ist der Hintergrund für eine Folierung als Transparent zu verstehen.



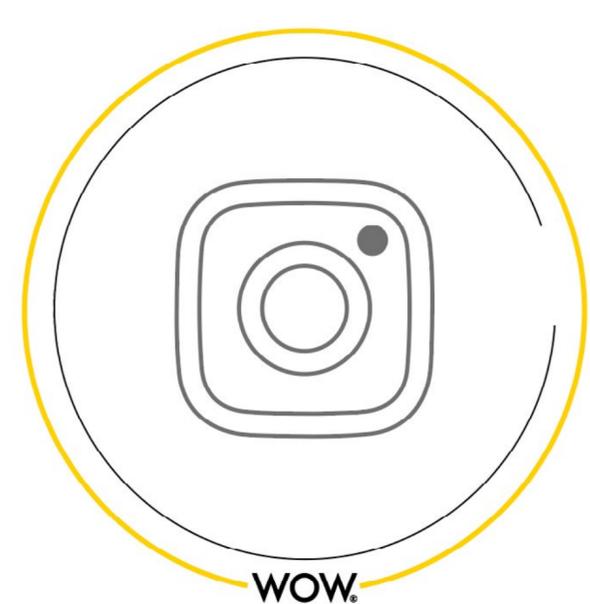
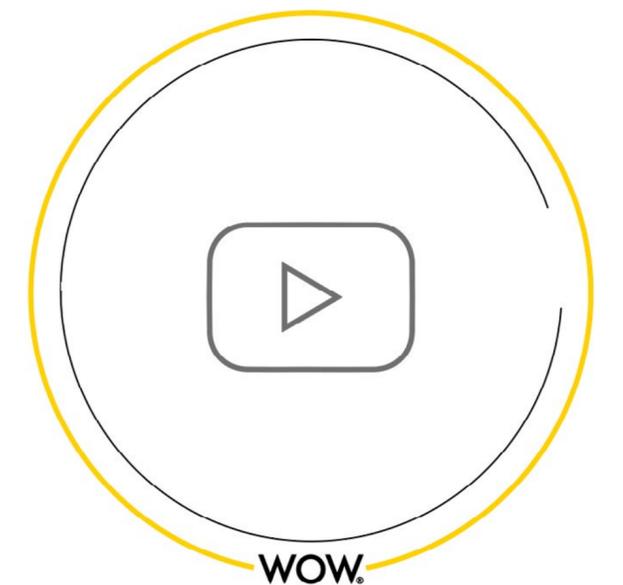
ICONS - KÜCHE

1.8 ICONS









ANWENDUNGEN

2.1

ANWENDUNGEN | Präsentationen

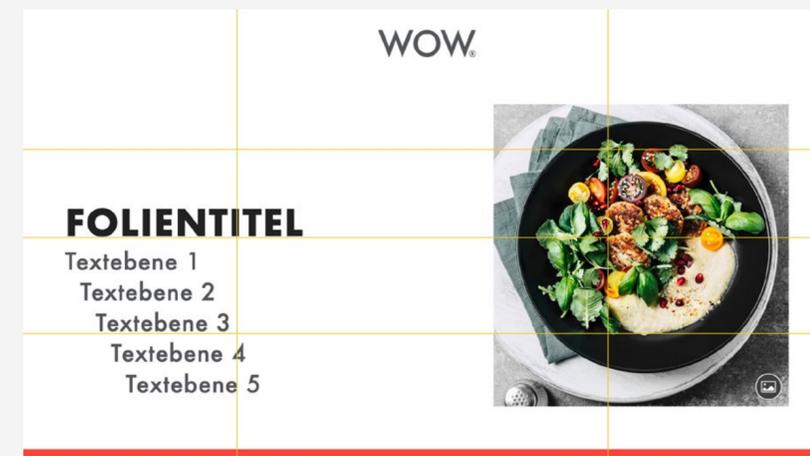
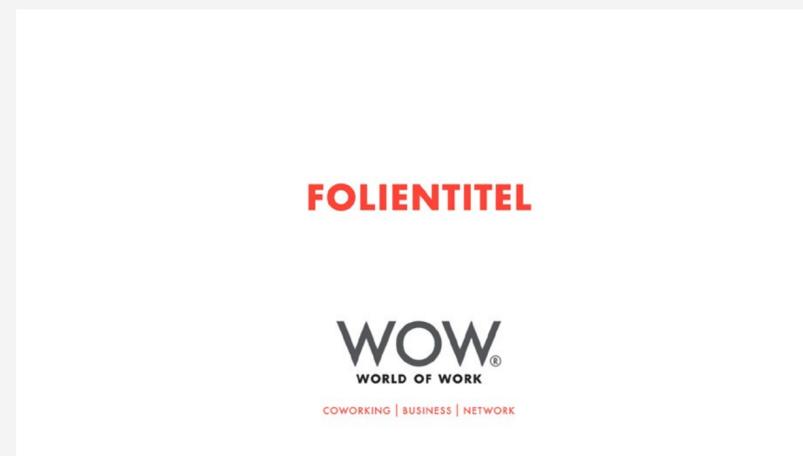
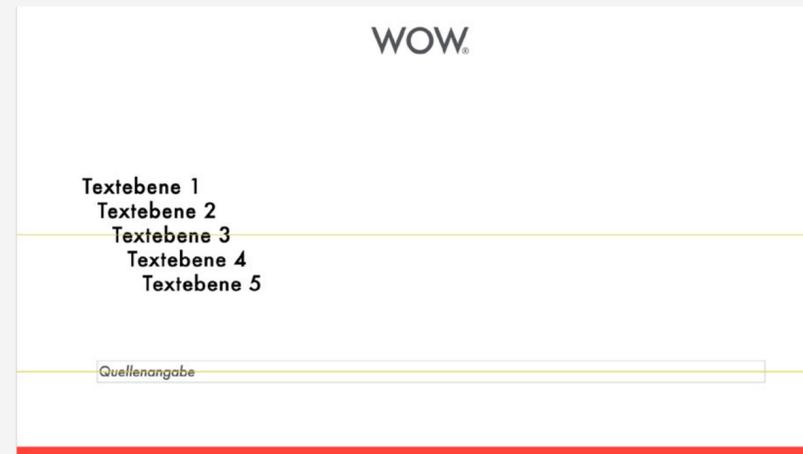
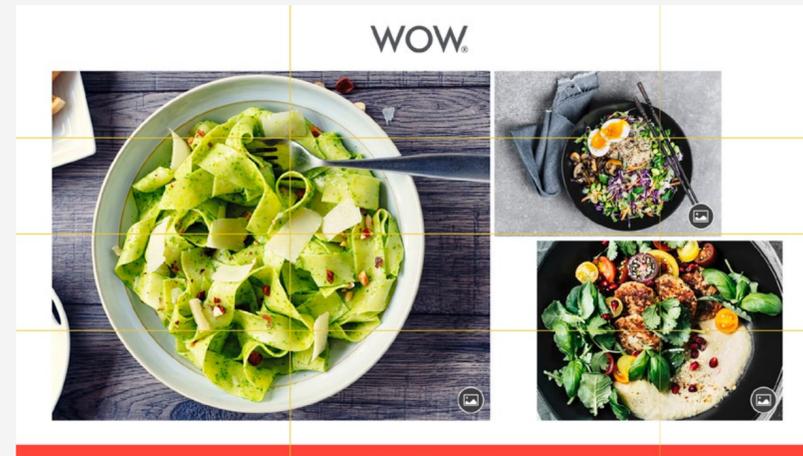


In dem zugehörigen Ordner
WOW_Präsentation ist eine detaillierte Darstellung der
einzelnen Foliendesigns zu finden.

LAYOUT DER FOLIEN FÜR PRÄSENTATIONEN

Es wurden bisher 23 verschiedene Folienlayouts angelegt, die in die Programmen Keynote und PowerPoint genutzt werden können.

2.1 ANWENDUNGEN | PRÄSENTATIONEN



2.2

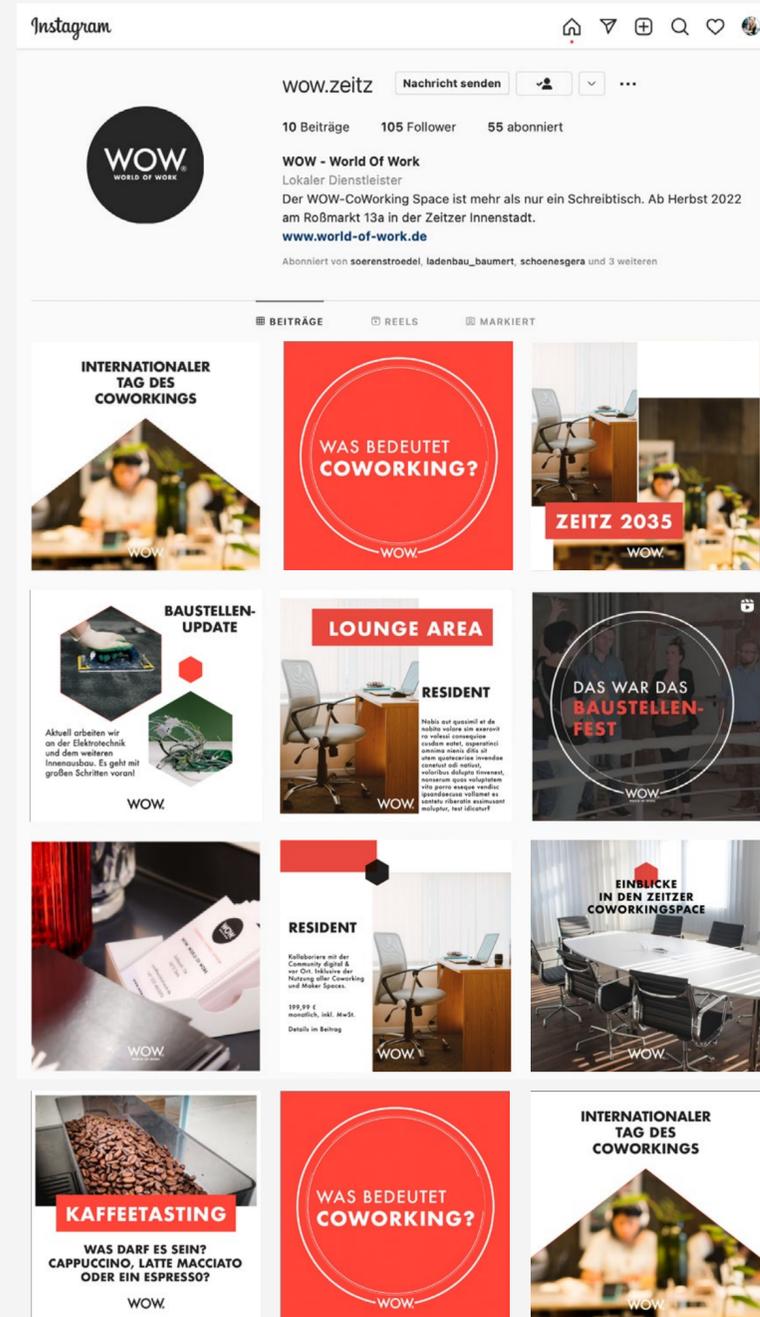
ANWENDUNGEN | Social Media



In dem zugehörigen Ordner
WOW_Social Media ist eine detaillierte Darstellung der
Social Media Struktur zu finden.

SOCIAL MEDIA KONZEPTION & SHAREPIC DESIGN

Es wurden bisher 12 verschiedenste SharePic Designs erstellt. Im dem zugehörigen Konzept für die Social Media Verwendung werden die Zielgruppen und die jeweiligen Social Media Plattformen definiert. Einige SharePics stehen für sich allein, einige SharePics werden mit jeweils anderen Beitragsbildern kombiniert.



2.2 ANWENDUNGEN | SOCIAL MEDIA

RESIDENT

Kollaboriere mit der Community digital & vor Ort. Inklusive der Nutzung aller Coworking und Maker Spaces.

199,99 € monatlich, inkl. MwSt.

Details im Beitrag

UNSERE COWORKER

HIER STEHT EINE KURZE EINLEITUNG

Nobis aut quasimil et de nobita volore sim exerovit ra volessi consequiae cusdam eatet, asperatinci omnima nienis ditis sit utem quateceriae invendae conetust odi natiust, voloribus dolupta tinvenest, nonserum quas voluptatem vita porro eseqe vendisc ipsandaecusa vollamet es santetu riberatin essimusant moluptur, test idicatur?

WOW.

EINBLICKE IN DEN ZEITZER COWORKINGSPACE

LOUNGE AREA

RESIDENT

Nobis aut quasimil et de nobita volore sim exerovit ra volessi consequiae cusdam eatet, asperatinci omnima nienis ditis sit utem quateceriae invendae conetust odi natiust, voloribus dolupta tinvenest, nonserum quas voluptatem vita porro eseqe vendisc ipsandaecusa vollamet es santetu riberatin essimusant moluptur, test idicatur?

WOW.

2.3

ANWENDUNGEN | Wegeleitsystem



In dem zugehörigen Ordner
WOW_Wegeleitsystem ist eine detaillierte Darstellung der
Social Media Struktur zu finden.

WEGWEISER IM STANDORT

Die Standorte werden durch ein individuelles Wegeleitsystem ausgestattet. Die Standortfarbe ist entscheidend für die grafische Gestaltung. Die Symbole basieren auf die festdefinierten Icons. Die Art und Weise des Wegweisers ist individuell auf die Standortmachbarkeiten angepasst.



TOILETTEN



ERFRISCHUNGSRaum



LOUNGE AREA



F
R
A
U
MÄNNER
N

RAUM „COOLIO“

FLEX DESK

PROJEKTBURO



WEITERE ERGÄNZUNGEN KÖNNEN
JEDERZEIT HINZUGEFÜGT WERDEN.
