

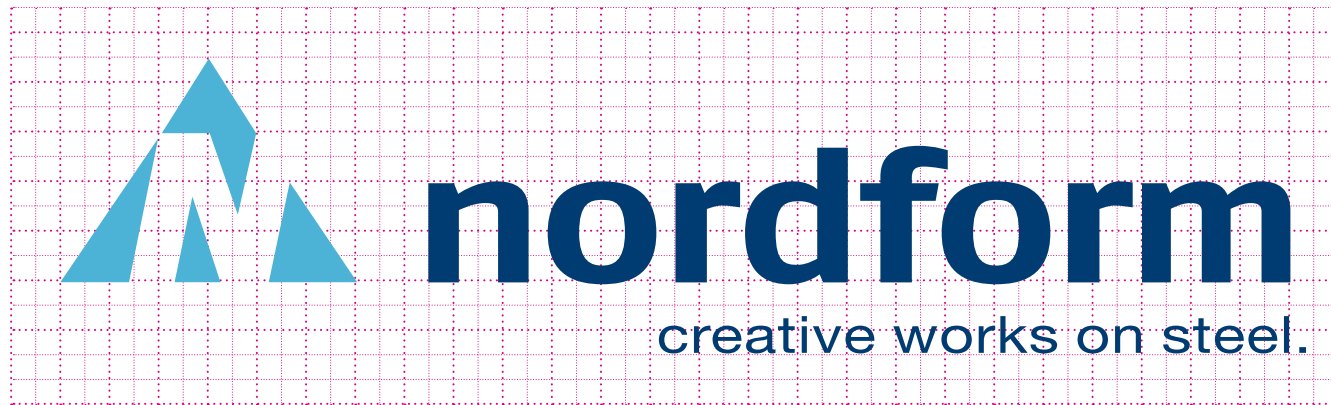
FIRMENLOGO
NORDFORM

STAND AUGUST 2015



nordform

creative works on steel.





KONSTRUKTION

Das Logo besteht aus 3 Teilen.

- > Der Schriftzug „nordform“, (wirkt im neuen Design moderner und technischer)
- > Der Claim „creative works on steel“ beschreibt die Tätigkeit des Unternehmens
- > Das neue Signet gibt dem Gesamten einen modernen und proportionierten Charakter und die Wiedererkennung bleibt erhalten

Durch das Zusammenspiel der 3 Teile wirkt die Bildmarke modern und ist zugleich sehr einprägsam.

Das Logo sollte eine Breite von 45 mm nicht unterschreiten, um Erkenntheit und Lesbarkeit zu garantieren!





FARBE

Da die visuelle Wahrnehmung beim Menschen besonders stark ausgeprägt ist, können Farben im Vergleich zu Texten sowohl die Aufmerksamkeit stärker erregen als auch länger im Gedächtnis haften bleiben. Aus diesem Grund muss in der Kommunikation eines Unternehmens die Gestaltung einen sehr hohen Stellenwert einnehmen.

Im Corporate Identity Design ist die Hausfarbe eine feste und wesentliche Gestaltungskomponente. In jeder Verwendung, in jeder Druckart, muss die Hausfarbe identisch sein. Die Hausfarbe begleitet den öffentlichen Auftritt der jeweiligen Unternehmen bei allen Marketingmaßnahmen.



C=100 / M=60 / Y=0 / K=45



R=17 / G=61 / B=110



C=55 / M=0 / Y=0 / K=15



R=128 / G=179 / B=214



GRAUSTUFEN

Wo eine farbige Wiedergabe nicht möglich ist (z.B. Zeitungsinserationen, etc.), wird das Logo in Graustufen eingesetzt.

45 % schwarz / 100 % schwarz



STEMPEL / FAX

Für spezielle Fälle wie Stempel und Faxformulare wird das Logo in Schwarz verwendet um die Leserlichkeit nicht zu beeinträchtigen.



NEGATIVE VARIANTE

Weißes Logo auf dunklem Hintergrund.

