CORPORATE IDENTITY

WAGNER&GLASS

Victor Wagner & Glass Gmbh
Thaliastraße 74 / 1160 Wien
T +43 1 480 81 11 - 11

office@wagner-glass.com
wagner-glass.fashion

Dieses Manual steht auch digital als
PDF Dokumentation zur Verfügung!

INHALT

Einleitung

Identität, Image und Style 4 – 5

Logo

Entwicklung 6 – 7
Logoschriftzug / Emblem 8 – 9

Proportionen / Platzierung, Anwendung, Kombinationen 10 – 13

Anwendungen auf Werbemitteln und 3D Objekten 14 – 15

Farben

Einleitung / Übersicht 16 – 17
Farbraum 18
Farbdefinitionen 19
Farben der Hauptbereiche 20 – 21

Typografie

Einleitung / Übersicht 22 – 23

Grafische Elemente

Übersicht 24 – 27

WAGNER & GLASS | CORPORATE IDENTITY | STYLE MANUAL | 2021

Einleitung

das Style Manual

Dieses Manual erläutert wie sich die Marke “Wagner & Glass” nach außen präsentiert. Es dokumentiert Design Elemente und Prinzipien sowie Vorgaben und Beispiele für Schlüsselprodukte.

Ein Corporate Identity Style Manual ist ein wichtiges Werkzeug für den reibungslosen Umgang mit Logo, Farben, Schriften etc. für alle Mitarbeiter dieses Betriebes. Es ermöglicht einen genauen und schnellen – weil klar definierten – Umgang mit den diversen Werbemitteln und Drucksorten.

Die Designvorgaben und Farbspezifikationen müssen unbedingt eingehalten werden, um einer Verwässerung der Marke “Wagner & Glass” vorzubeugen.

Die neuen Vorgaben sind ab Erscheinen dieses Manuals gültig. Sie ersetzen alle bisherigen Dokumente und Vorgaben.

Identität

Jede Organisation oder Firma hat bestimmte Charakteristiken die ein typisches Profil ergeben. Dieses Profil ist die konkrete Manifestation, die als Realität bezeichnet werden kann und nach außen sichtbar/spürbar sein sollte.

Image

Das Image oder das Ansehen einer Firma, eines Beriebes ist durch die subjektive Sichtweise eines Betrachters bestimmt. Diese Sichtweise setzt sich aus der vorgefassten Meinung und der Erfahrung des Betrachters zusammen und weicht daher von der Realität ab.

Corporate Identity (CI)

Corporate Identity oder das Firmenimage wird durch die konsequente Anwendung eines stimmigen und durchgängigen Stils erreicht, welcher in einer gesamt Corporate Identity Strategie festgehalten ist. Das beugt einer unkontrollierten und unüberwachten Stilentwicklung vor und baut gleichzeitig eine stabile und behutsam geplante Personalität – eine Identiät auf.

Corporate Design (CD)

So wie der Mensch seine Umgebung mit Zeichen und Symbolen gestaltet, verhält es sich mit dem visuellen Teil einer Corporate Identity. Visuelle Signale erzeugen dabei den stärksten Eindruck. Eine harmonisch durchgezogene Präsentation führt zu einem starken und verlässlichen Rahmen für die sich ändernden Inhalte in der Kommunikation. Die Anwendung des Corporate Designs erlaubt mehr Zeit in Entwicklung und Platzierung der Inhalte zu verwenden, da gewisse Parameter wie beispielsweise Platzierung des Logos, Farbwahl usw. schon vorgegeben sind und daher nicht neu “erfunden” werden müssen.

Richtlinien

Um die Corporate Identity Richtlinien erfolgreich zu implementieren ist es wichtig, dies in einem Regelwerk fest zu halten. Anwendungen ohne Referenzen zu standardisierten Richtlinien können zu einer Bildung von “Sub-Kulturen” des Designs führen was in weiterer Folge eine Abschwächung und Verundeutlichung des visuellen Profils zur folge hätte. Um dem vor zu beugen ist es wichtig, die Richtlinien dieses Manuals zu befolgen.

Logo Entwicklung

Das neue* Logo ist auf der visuellen Ebene ein sehr ausdrucksstarkes, beschreibendes Zeichen. Es bedient sich stilistisch an Elementen des Jugendstils, einer der prägendsten Epochen in Wien. Der Jugendstil ist eine international bekannte Stilepoche und wird mit Dynamik und Kraft verbunden. Besonders typisch und visuell prägend sind die Arbeiten der sogenannten Wiener Werkstätte.

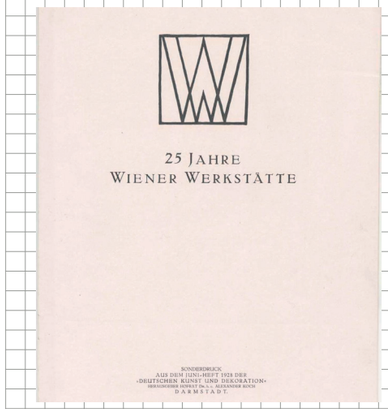
Das neue Wagner & Glass Erscheinungsbild soll von diesem positiven Image profitieren und den Standort Wien als Kultur- und Innovationsstätte mit langer Tradition klar verdeutlichen.

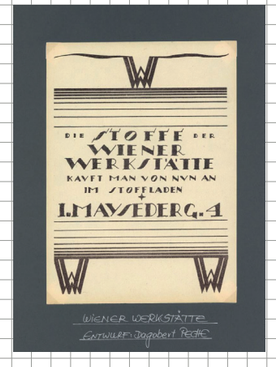
→ **Zeitlos:** durch eine klare Formensprache

→ **ganzheitliches Auftreten:** die Grundformen der Typografie “Venezia” der Wiener Schriftgießerei Karl Brendler und Söhne diente der Entwicklung der Schrift “Koning” als Vorbild welche nun sowohl als Logoschrift sowie als neue CI Fließtext Schrift verwendet wird.

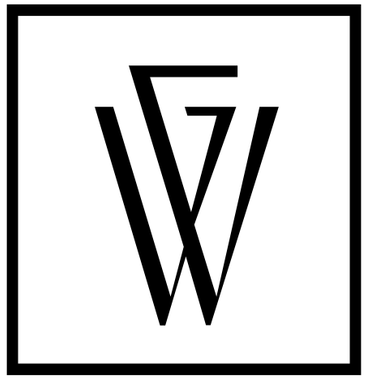
→ **Lesbarkeit:** durch die simple und kontrastreiche Form ist das Emblem auch in kleinsten Darstellungen unverwechselbar erkennbar.

* seit 2020



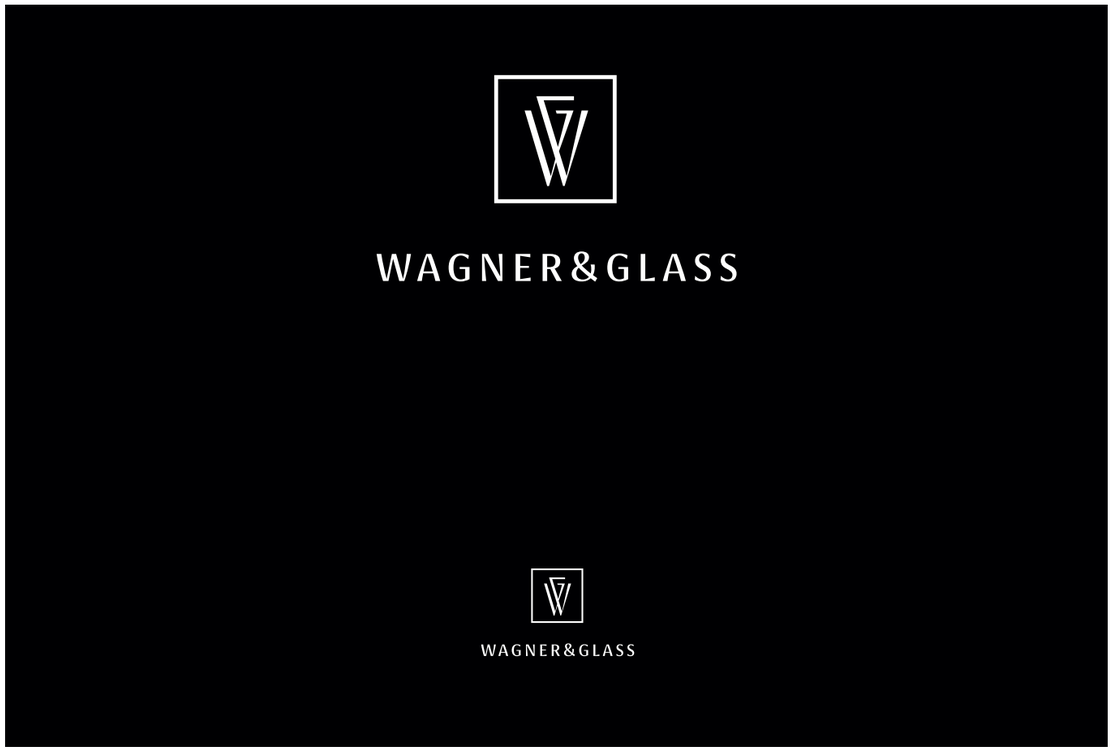


das Logo



WAGNER&GLASS

WAGNER&GLASS



Platzierung des Logos

Bevorzugt wir das Logo und der Schriftzug immer mittig, zentriert verwendet. Dabei muss das Emblem nicht in unmittelbarer Nähe zum Schriftzug stehen.

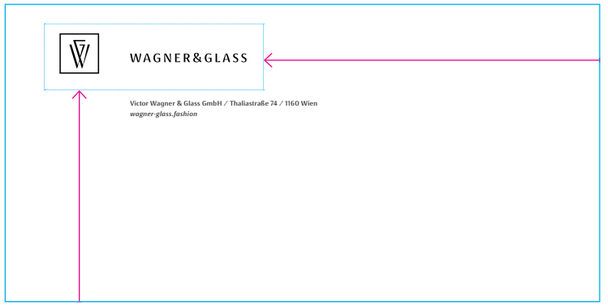
Jedoch kann das bei den unterschiedlichen Anwendungen nicht immer durchgezogen werden. Daher gibt es neben der zentrierten Platzierung eine weitere Möglichkeit und zwar linksbündig angeordnet.

Ein starkes Erscheinungsbild entsteht dann, wenn das Logo in möglichst durchgehender Positionierung und Größe verwendet wird. Dies wird insbesondere sichtbar, wenn alle Drucksorten nebeneinander gelegt werden.

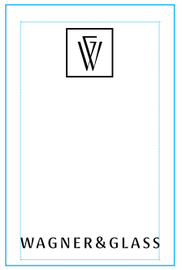
Wichtig! Die Proportionen von Emblem zu Schriftzug sollten möglichst beibehalten werden

Beispielformat A4 (hoch)

Beispielformat C5/6 (quer)



Karte (hoch)



WAGNER&GLASS

Or sim vullaor suscing,
ea feuipsum zzrit iusto eugait nummodigniam velit dignisl ullam am velesen-drem veliquis nullaorem nulla acinisci ero od ex eriliquam, qui exeraes enisit er susting ea faccum diat, velis alit vel dolobore te el irit incidui eum velissequis nostrud dolenibh ex eugue coreet, velesse consent nim erit, core mod et volor-em ad del del eugait ute dit praesent atis aliquat. Dui tio doloreet, consequat. Et vercip endrerit ad dunt autatum modolobor sequis dit wisl eraesse exero odit lorperostin et ad tate mincips uscipit amconse nisisl ut adiatuer se facipis autat, quis at nibh ero ercillum ver sequat. Olore endre dion henim dolore ming et vercin vendignibh eum qui blan hendrer ostisi bla facincip enim voluptat.

Onulla augait lut alit aut augiamet verosto od ming exerostrud tem quamet, secte dolore erciduis augiat ulputate dit lan vullut lore faccum ipsum do eu-giamet venim dolupta tionsendre dolorem volute eros dolore vel digniametum zzrit am quat, sis adigna feugue tat venim quam in exerat.

El utat volor seniam, consequi tatum dionsequi blandreet, commolo rperaes sismoluptat dionulput alis eugiat lore mincil iureet, commodigna adio consent lum qui et num incilit augait wismodolore facipit num vercin volut init in henim quat. Dui enibh eum zzrit aliquam, velisci lismodo lessit nim vel utem augiat at alit iliqui tat nullum er sed dit, sequamcommy nibh eu facipis num et, quatem quat. Lorpero ero dolore feuis at. Suscip ent

Or sim vullaor suscing,
ea feuipsum zzrit iusto eugait nummodigniam velit dignisl ullam am velesen-drem veliquis nullaorem nulla acinisci ero od ex eriliquam, qui exeraes enisit er susting ea faccum diat, velis alit vel dolobore te el irit incidui eum velissequis nostrud dolenibh ex eugue coreet, velesse consent nim erit, core mod et volor-em ad del del eugait ute dit praesent atis aliquat. Dui tio doloreet, consequat. Et vercip endrerit ad dunt autatum modolobor sequis dit wisl eraesse exero odit lorperostin et ad tate mincips uscipit amconse nisisl ut adiatuer se facipis autat, quis at nibh ero ercillum ver sequat. Olore endre dion henim dolore ming et vercin vendignibh eum qui blan hendrer ostisi bla facincip enim voluptat.

Onulla augait lut alit aut augiamet verosto od ming exerostrud tem quamet, secte dolore erciduis augiat ulputate dit lan vullut lore faccum ipsum do eu-giamet venim dolupta tionsendre dolorem volute eros dolore vel digniametum zzrit am quat, sis adigna feugue tat venim quam in exerat.

El utat volor seniam, consequi tatum dionsequi blandreet, commolo rperaes sismoluptat dionulput alis eugiat lore mincil iureet, commodigna adio consent lum qui et num incilit augait wismodolore facipit num vercin volut init in henim quat. Dui enibh eum zzrit aliquam, velisci lismodo lessit nim vel utem augiat at alit iliqui tat nullum er sed dit, sequamcommy nibh eu facipis num et, quatem quat. Lorpero ero dolore feuis at. Suscip ent

WAGNER&GLASS

WAGNER&GLASS

Victor Wagner & Glass GmbH / Thaliastraße 74 / 1160 Wien
wagner-glass.fashion

WAGNER&GLASS

WAGNER&GLASS

Corporate Fashion

WAGNER&GLASS

Unternehmen Geschichte Philosophie Social Responsibility Team

WAGNER&GLASS

Logoanwendungen auf Werbemitteln und 3D Objekten

Einleitung

Die CI Farben von Wagner & Glass werden neu definiert und fungieren dabei auch als Indikator für die zwei Kernbereiche **B2B** (Corporate Fashion) und **B2C** (Endkunden Geschäft)

Für die unterschiedlichen Trägermedien (Papier, Folien, Metall,... gibt es fix definierte Farbräume die je nach Druckauftrag richtig angegeben werden müssen.

B2B Schwarz

B2C Grau

Eine kurze Übersicht der relevanten Farbräume:

RGB (Rot, Grün, Blau):
Meist für Tintenstrahldrucker oder Plotter gebräuchlich. Auch Bildschirme stellen die Farben im RGB Farbraum dar

CMYK (Cyan. Magenta, Yellow und Key = Schwarz):
Für den professionellen Vierfarb Offset Druck zu verwenden. Auch Farb-Laser Drucker verwenden meistens den CMYK Farbmodus.
Hierbei gibt es die Möglichkeit, das Druckwerk entweder als reinen Vierfärber (auch Prozessfarben genannt) oder mit Schmuckfarben (nicht aufgerasterte Sonderfarben/Spotcolours die extra angegeben werden müssen) zu drucken.

PANTONE Farbsystem
Sind Schmuckfarben sowohl auf gestrichenem Papier (PANTONE Coated) als auch auf un-gestrichenem Papier (PANTONE Uncoated).

RAL oder NCS Farbsystem
RAL und NCS sind Farbsysteme welche bei Lacken, Wandfarben, Textilien etc. ihren Einsatz finden.

Farbraum

Primär Farbraum

B2B Schwarz

B2C Grau

Farbraum für die farbliche Abgrenzung der zwei Business Felder.
Diese Farbsystem dient sozusagen als Farbleitsystem der Marke Wagner & Glass.

Sekundär Farbraum

Cool Gray

neutrales Grau

Diese Farben dienen als Ergänzung und Erweiterung des Farbspektrums
(Simulation von silber, Hintergrund für freigestellte Bilder,...)

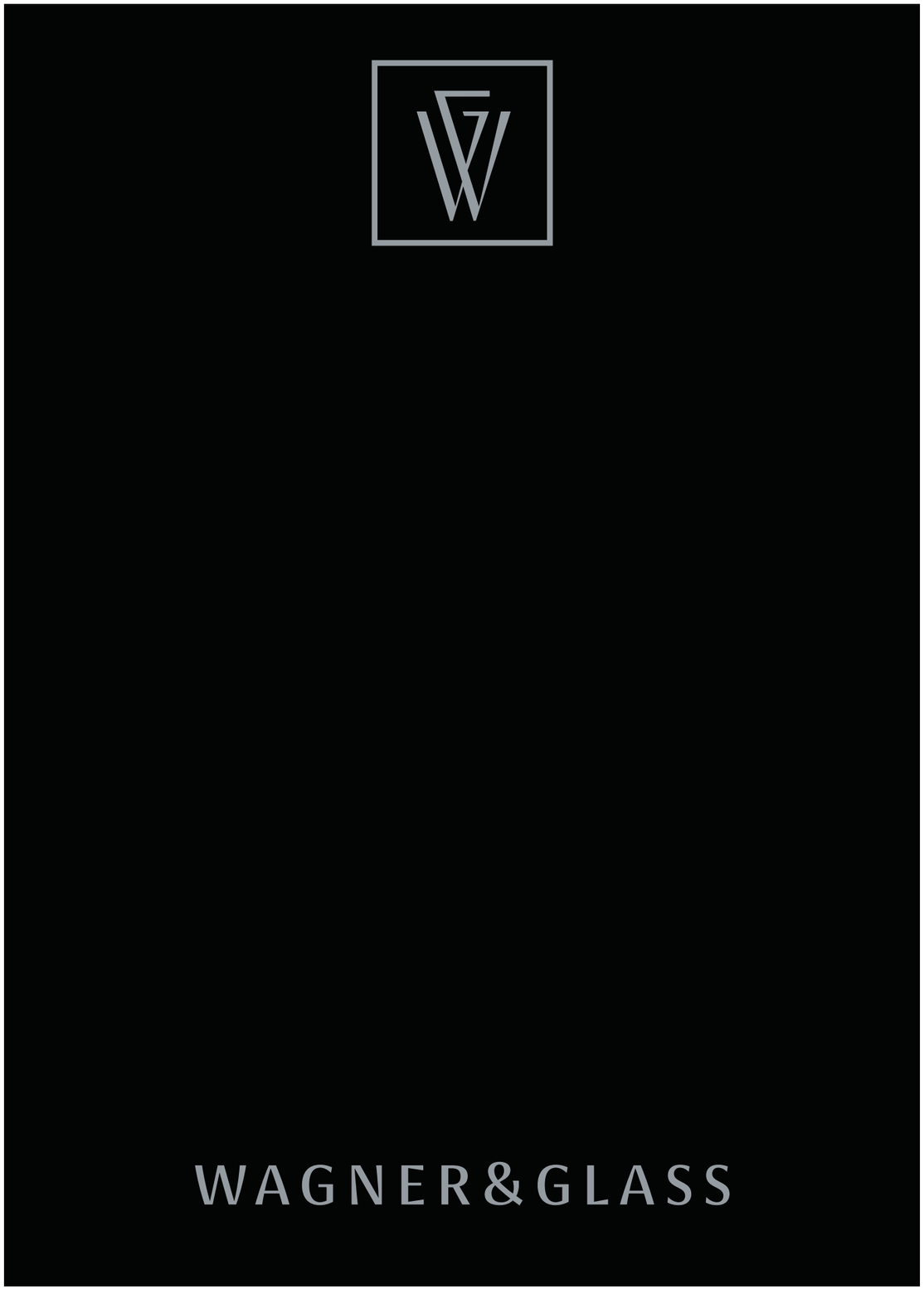
Farbdefinitionen

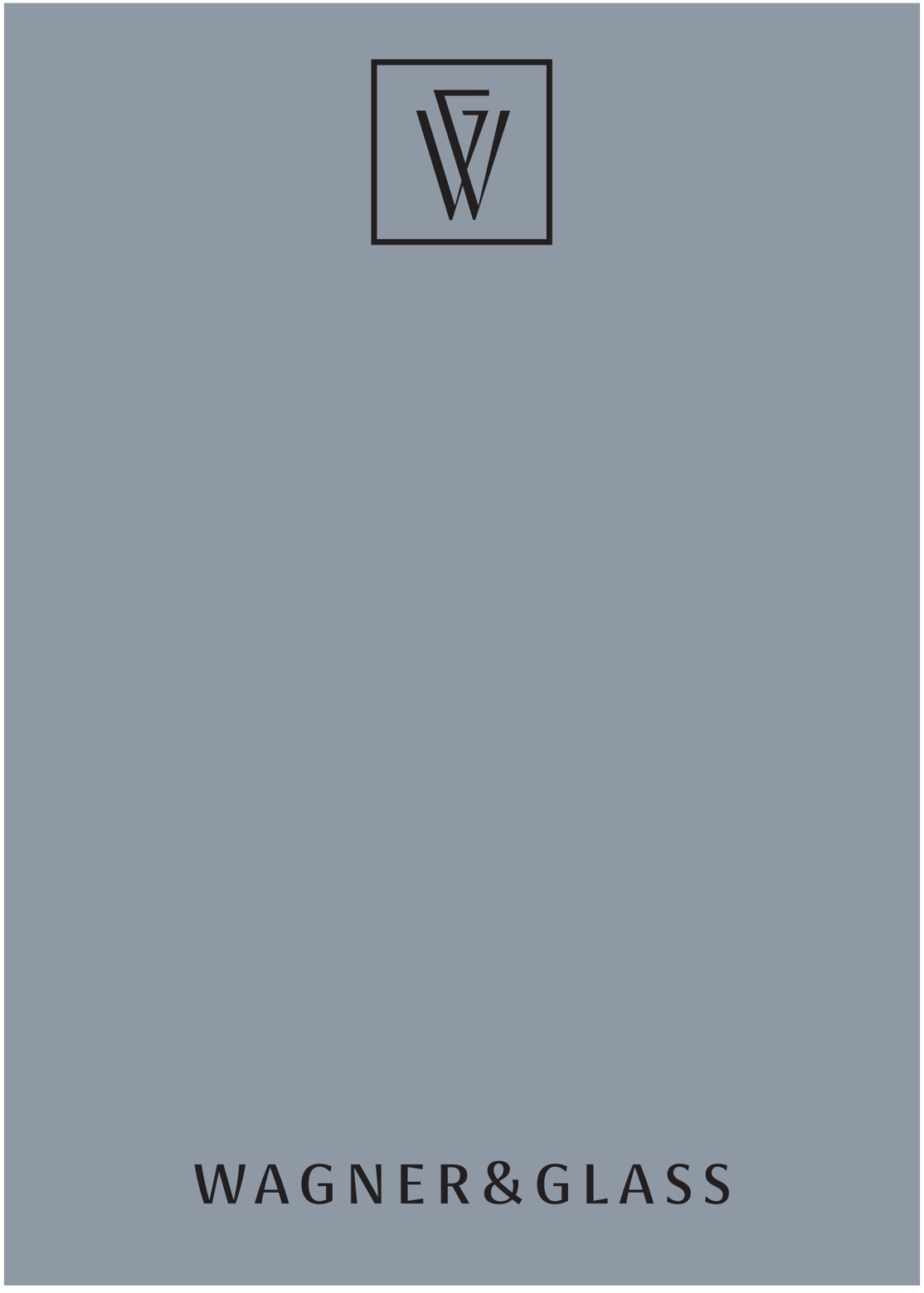
B2B Schwarz	**CMYK Prozessfarben**		**RGB Farben**		**HEX (Web)**
	C (Cyan):	77%	R (Rot):	10	#0A0909
	M (Magenta)	68%	G (Grün)	9	
	Y (Yellow)	58%	B (Blau)	9	
	K (Key)	94%			

B2C Grau	**CMYK Prozessfarben**		**RGB Farben**		**HEX (Web)**
	C (Cyan):	47%	R (Rot):	152	#989FAC
	M (Magenta)	34%	G (Grün)	159	
	Y (Yellow)	27%	B (Blau)	172	
	K (Key)	0%			

Cool Gray	**CMYK Prozessfarben**		**RGB Farben**		**HEX (Web)**
	C (Cyan):	35%	R (Rot):	172	#ACACAF
	M (Magenta)	27%	G (Grün)	172	
	Y (Yellow)	25%	B (Blau)	175	
	K (Key)	12%			

neutrales Grau	**CMYK Prozessfarben**		**RGB Farben**		**HEX (Web)**
	C (Cyan):	36%	R (Rot):	178	#B2B4AB
	M (Magenta)	25%	G (Grün)	180	
	Y (Yellow)	33%	B (Blau)	171	
	K (Key)	0%			


WAGNER&GLASS


WAGNER&GLASS

Einleitung

Die passende Typografie ist ein wesentlicher Bestandteil der grafischen Erscheinung und ein wichtiger Träger von “gefühltem” Design.

Die Schriftwahl viel aus mehreren Gründen auf die preisgekrönte “Koning” von Lucas Fonts.

Die Grundformen der Logo Emblem Typografie “Venezia” der Wiener Schriftgießerei Karl Brendler und Söhne diente der Entwicklung der Schrift “Koning” als Vorbild welche nun sowohl als Logoschrift sowie als neue CI Fließtext Schrift verwendet wird. Emblem und Typografie ergeben eine harmonisches Gesamterscheinungsbild

Durch die eigenwilligen dick-dünn Kontraste ist die Schrift sehr markant und gut lesbar.

Weiters bietet die Schrift enorm viele Schnitte und ein extrem gut ausgebautes Sonderzeichen Set und ist somit für viele und ganz unterschiedliche Anwendungsbereiche einsetzbar ohne monoton und langweilig zu erscheinen.

Als variabler Font ist die Schrift auf dem neuesten typografischen Standard und kann effizient in Screenanwendungen verwendet werden.

Schrift-Übersicht

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Koning UltraLight

The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy dog

Koning Light

The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy dog

Koning SemiLight

The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy dog

Koning Regular

The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy dog

Koning Bold

The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy dog

Koning Bold

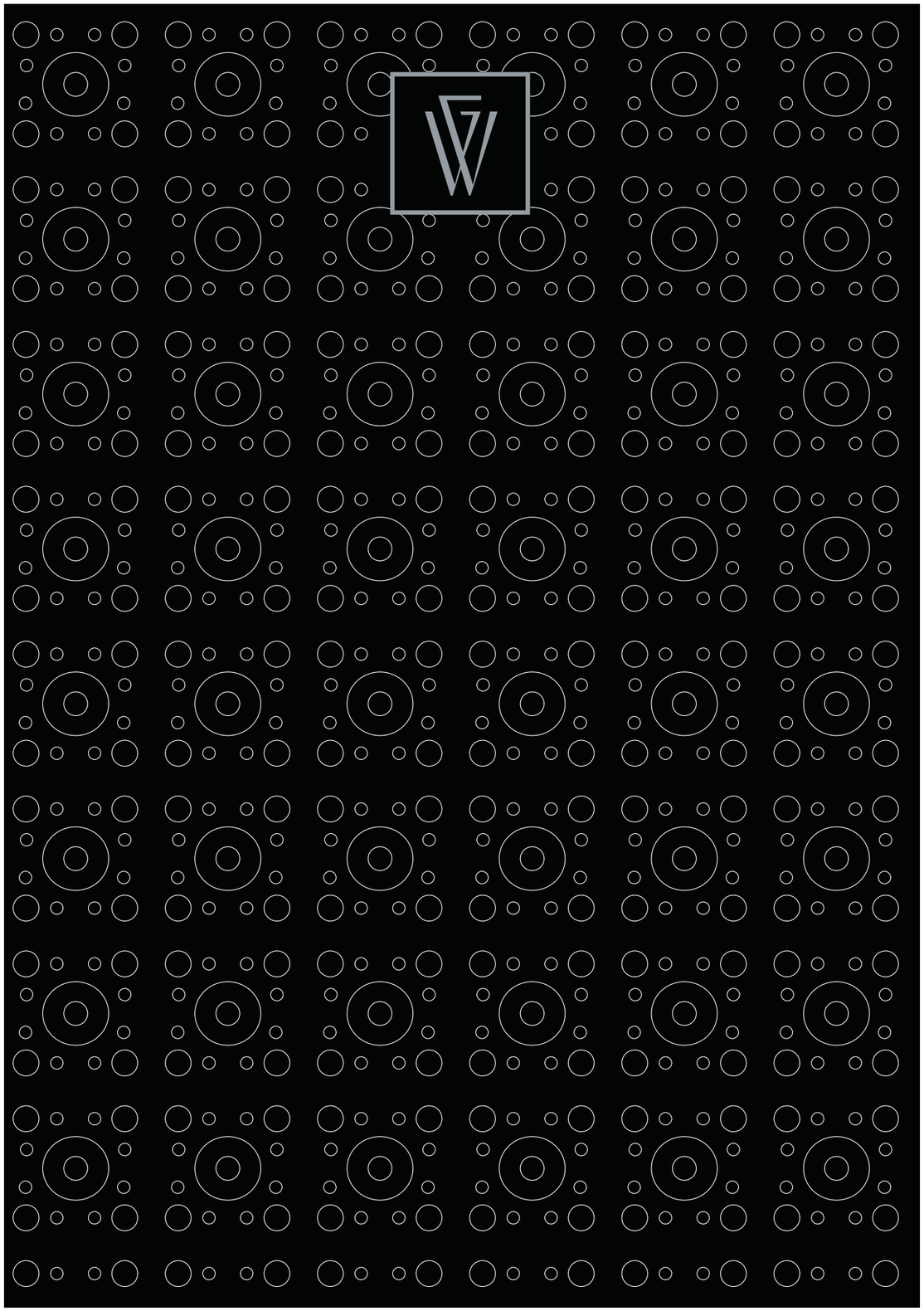
The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy

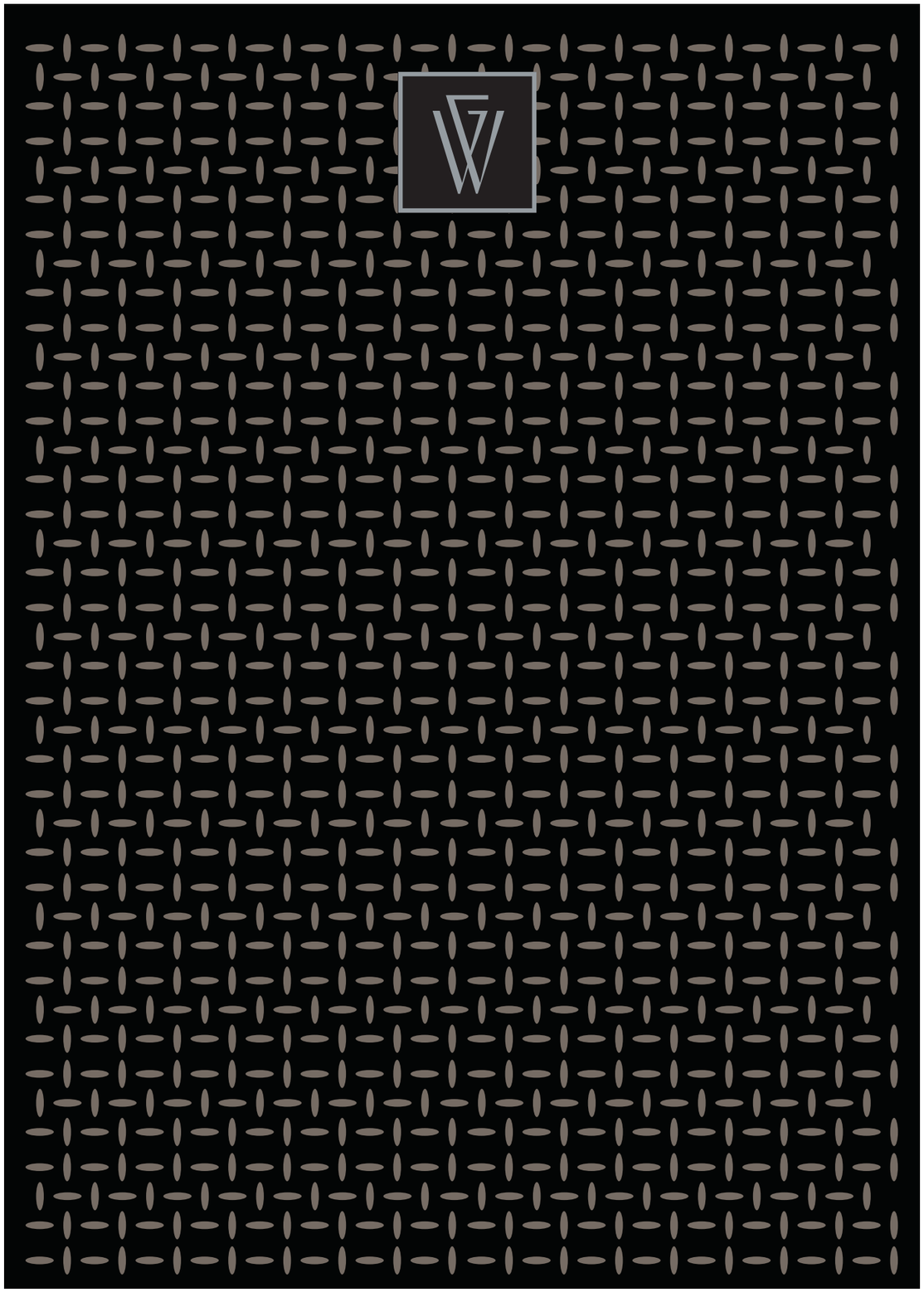
Koning Heavy

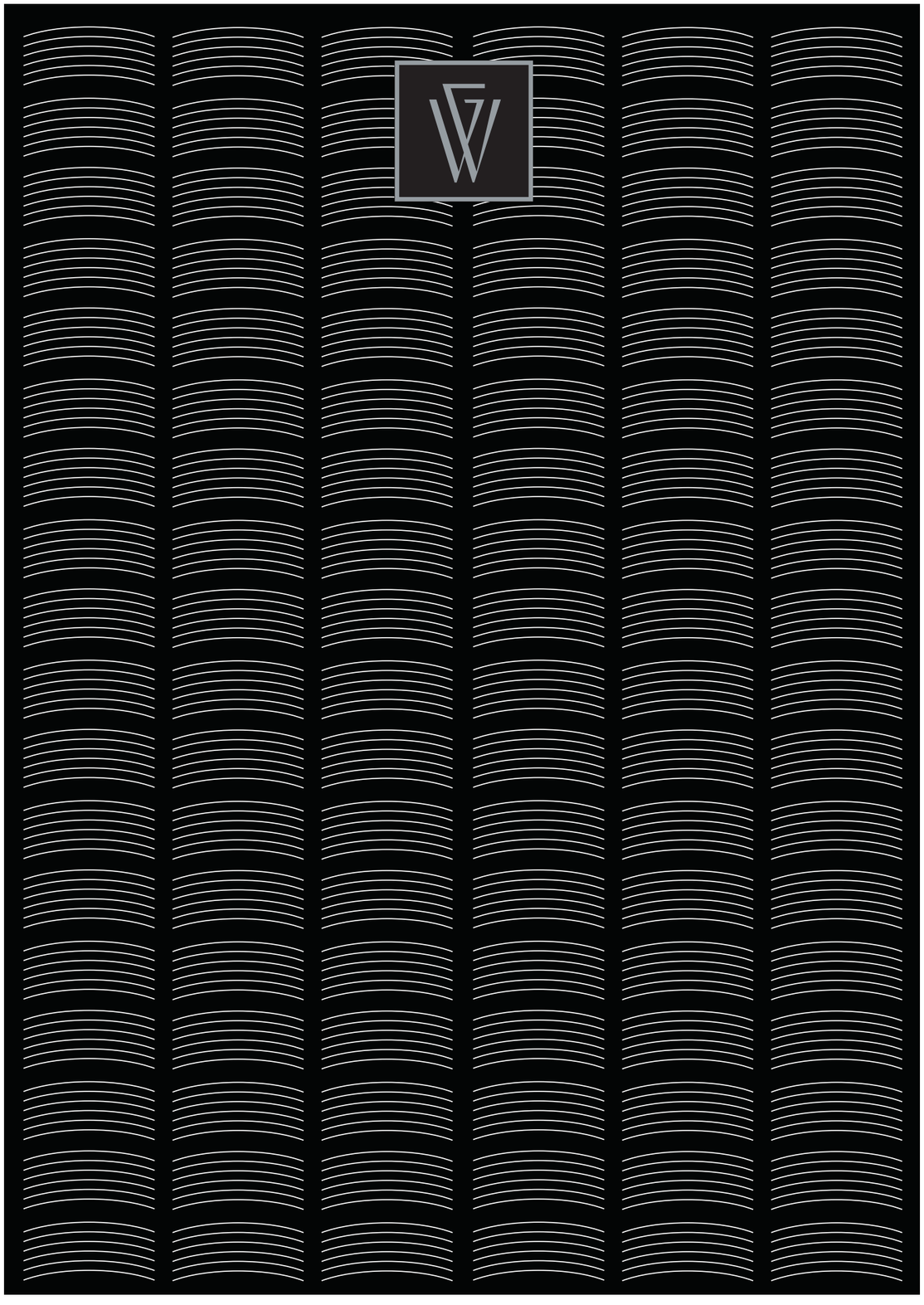
The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy

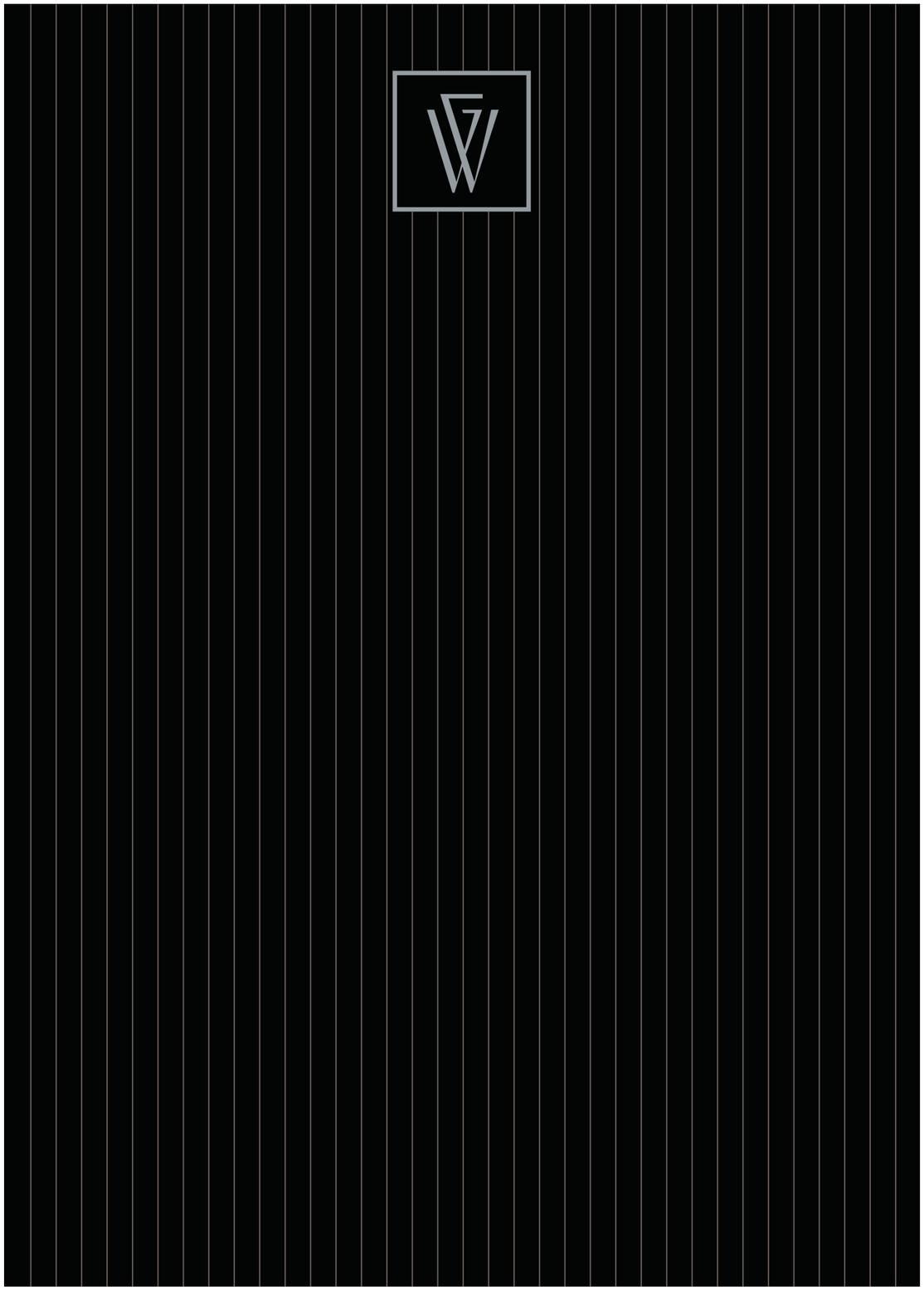
Koning Black

The quick brown fox jumps
98765 times over the lazy









Konzeption und Gestaltung

HAGEN GESTALTUNG
Franzensgasse 21/7
1050 Wien

www.hagen-gestaltung.net