THE IMAGING SOURCE
CORPORATE DESIGN

Styleguide Version 1.0



INHALT

01 EINLEITUNG

Warum ein Styleguide? 03

02 LOGO

Logoaufbau 04
Farbvarianten 05
Größen 06
Platzierung 07
Zu Beachten 08

03 FARBEN

Farbspektrum 09

04 SCHRIFTEN

Hausschrift 10
Typografie Einsatz 11
Simplified Chinese 12
Traditional Chinese 13
Besonderheit Asien 14

05 GESTALTUNG

Gestaltungsraster 15
Super-Headline 16
Die Welle 17
Der Störer 18
Die Internetadresse 22
Die Bildmotive 24

06 ANWENDUNGEN

Briefpapier & Visitenkarte 25
Anzeigenbeispiele 26
Verpackungsdesign 29
CD-Beschriftung 30
Messestände 31
Mobiler Messestand 33
Wandaufsteller 34
Internetseite 35
Newsletter 36
Web-Banner 37
Pressebilder 38
Power Point Präsentation 39

01 EINLEITUNG

WARUM EIN STYLEGUIDE?

Ein konsistentes, wiedererkennbares Erscheinungsbild ist für die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens von höchster Wichtigkeit. Dieser Styleguide soll als Richtlinie für die korrekte Handhabung der verschiedenen Gestaltungselemente dienen, um ein einheitliches, öffentliches Auftreten des Unternehmens zu gewährleisten.

Es wird darum gebeten, alle folgenden Hinweise sorgfältig zu beachten.

02 LOGO
LOGOAUFBAU

Das **The Imaging Source** Logo setzt sich aus **drei Teilelementen** zusammen:

S-ZEICHEN **WORTMARKE** **SUBLINE**



Neben dem kompletten Logo wird in manchen Anwendungsbereichen auch das S-Zeichen alleinstehend eingesetzt.



02 LOGO
FARBVARIANTEN

Um bei der Reproduktion und Darstellung in den verschiedenen Medien das bestmögliche Ergebnis zu erzielen, liegt das Logo in den folgenden Varianten vor:

Zweifarbig & Vierfarbig, positiv
Für den Einsatz auf weißem Grund



Graustufen, Schwarz 100% & 80%, positiv
Für den Einsatz auf weißem Grund



Zweifarbig, Weiß 100% & Schwarz 30%
Für den Einsatz auf schwarzem und grauem Grund



Zweifarbig, Schwarz und Weiß
Für den Einsatz auf blauem Grund



Einfarbig, Weiß 100% & 50%
Für den Einsatz auf blauem Grund



02 LOGO
GRÖSSEN

Die **Mindestbreite** des Logos beträgt **62 mm**. Kleiner darf das Logo nicht verwendet werden.

Die maximale Skalierung des Logos richtet sich nach den Größen der anderen benutzten Gestaltungselemente.
Als Anhaltspunkt für die richtige Proportionierung aller Elemente zueinander ziehen Sie bitte die hier im Styleguide aufgeführten Beispiele heran.

Der **Mindestabstand anderer Gestaltungselemente zum Logo** beträgt **50% der Höhe des Logos.**



02 LOGO
PLATZIERUNG

Das Logo wird in der Regel **horizontal mittig, im oberen Bereich** platziert. Alternativ kann es auch **links oben** oder **rechts unten** im jeweiligen Werbemittel platziert werden.

Der **Mindestabstand** des Logos **zum oberen Formatrand beträgt 10 mm**. **Bei extrem kleinen Formaten** kann das Logo bis zu **5 mm** an den Rand reichen.



02 LOGO
ZU BEACHTEN

Grundsätzlich darf das Logo **nicht gestaucht, gestreckt, gespiegelt** oder anderweitig **verzerrt** werden!

Das Logo darf **nicht in einem weißen oder andersartigen Kasten** platziert werden, um sich von einem dunklen Hintergrund abzuheben. Für diesen Zweck existiert ein spezielles Logo.









03 FARBEN
FARBSPEKTRUM

Blau
CMYK 90/57/0/0
RGB 0/102/172
HEX #0066AC
PANTONE 660
RAL 5015



Schwarz
CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
HEX #000000
PANTONE BLACK
RAL 9005



Grau
CMYK 0/0/0/80
RGB 88/88/90
HEX #58585a
PANTONE BLACK 80%
RAL 9005 80%



04 SCHRIFT
HAUSSCHRIFT

Die grundsätzliche Hausschrift von The Imaging Source ist bei allen Print- und Webauftritten der Font **Myriad Pro**, in der **Schriftfarbe 80% Schwarz**.
Die Hausschrift wird ausschließlich bei allen Copy-Texten und sämtlichem Schriftverkehr eingesetzt. Die vielen verschiedenen Schriftschnitte bieten gute Möglichkeiten, längere Texte typografisch sinnvoll zu gliedern. Desweiteren ist diese Schrift auch auf dem Bildschirm sehr gut lesbar.

Myriad Pro Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Light Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Semibold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Myriad Pro Black Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Condensed-Schnitte (Light bis Black)
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

Extended-Schnitte (Light bis Black)
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !"§$%&/()=?`;:_,.-

04 SCHRIFT
TYPOGRAFIE EINSATZ

Dies ist die Headline

Myriad Pro Bold
Schriftgröße: 18 pt,
Zeilenabstand: 20 pt
Sperrung: +10

Dies ist die Subheadline

Myriad Pro Semibold
Schriftgröße: 12 pt
Zeilenabstand: 16 pt
Sperrung: +10

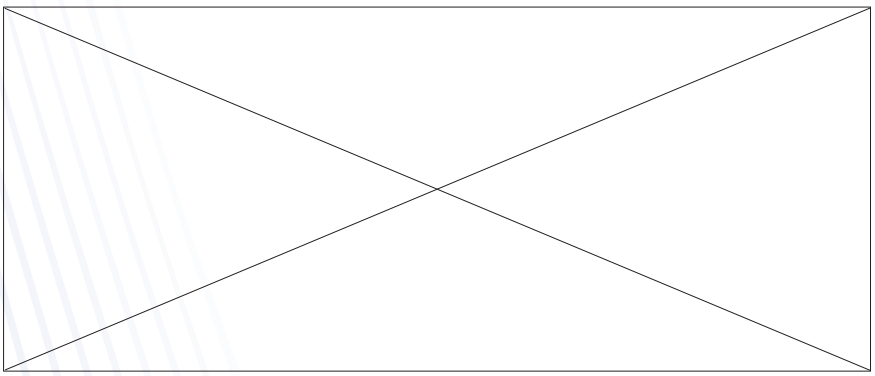
The Imaging Source Ut lut velissequat wisi tatuElit aute consequis niamet laor inis niat accum iriure conse dignibh essim quip eugiam illan euguerat, sit endit eu feugue tetue magnim do dipsusto exer sum aut lutat iusci eum zzriusto consequi er ad minciduipisl ip esequisl ulputpat pratem velis augue vullummod tiscing euipit incil dolestrud tat. Ut lut velissequat wisi tatue te dolendrem vullandiam, conullaore dolobore feuisit velessit vullutpat praessectem ipsum dolobore digna faccum vel estrud magnim eugait praessi.

Myriad Pro Regular
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Sperrung: +10

Beispiel Hervorhebung:
Ut lut velissequat wisi tatue te dolendrem vullandiam, conullaore dolobore feuisit velessit vullutpat praessectem ipsum dolobore digna faccum vel estrud magnim eugait

Myriad Pro Semibold Italic
Schriftgröße: 12 pt
Zeilenabstand: 16 pt
Sperrung: +10
Einrückung: +10

Blauer Kasten
Farbe: Haus-Blau
Deckkraft: 75%



Dies ist eine Bildunterschrift

Myriad Pro Italic
Schriftgröße: 8 pt
Zeilenabstand: 12 pt
Sperrung: +10
Die Bildunterschrift wird grundsätzlich rechtsbündig unter dem Bildmotiv platziert.

Der Firmenname **The Imaging Source** wird im Text **immer in der Myriad Pro Bold** gesetzt.
Die Schriftgröße richtet sich nach der Größe des umstehenden Textes. Es sollte unbedingt **vermieden werden**, den **Firmennamen durch einen Zeilenumbruch zu trennen.**

04 SCHRIFT
SIMPLIFIED CHINESE

Die grundsätzliche **Hausschrift** von The Imaging Source **im chinesischen Raum** ist bei allen Print- und Webauftritten der Font **DFHeiGB Std** in ihren beiden Schriftschnitten.
Die Hausschrift wird bei allen Copy-Texten und sämtlichem Schriftverkehr in **80% Schwarz** gesetzt.
Desweiteren kommt sie als **Auszeichnungsschrift im Schriftschnitt W7** bei allen öffentlichen Auftritten wie Plakaten, Anzeigen und Webbannern zum Einsatz. Schriftfarbe und Ausrichtung orientieren sich dabei am westlichen Einsatzgebiet.

DFHeiGB Std W7

机 器 视 觉 产 品 德 国 制 造

DFHeiGB Std W3:

机 器 视 觉 产 品 德 国 制 造



04 SCHRIFT
TRADITIONAL CHINESE

Die grundsätzliche **Hausschrift** von The Imaging Source in **Hongkong, Singapur** und **Taiwan** ist bei allen Print- und Webauftritten der Font **STHeiti** in ihren beiden Schriftschnitten.
Die Hausschrift wird bei allen Copy-Texten und sämtlichem Schriftverkehr in **80% Schwarz** gesetzt.
Desweiteren kommt sie als **Auszeichnungsschrift im Schriftschnitt Regular** bei allen öffentlichen Auftritten wie Plakaten, Anzeigen und Webbannern zum Einsatz. Schriftfarbe und Ausrichtung orientieren sich dabei am westlichen Einsatzgebiet.

STHeiti Regular
机 器 视 觉 产 品 德 国 制 造

STHeiti Light
机 器 视 觉 产 品 德 国 制 造



04 SCHRIFT
BESONDERHEIT ASIEN

THE IMAGINGSOURCE
TECHNOLOGY BASED ON STANDARDS

高性价比



理论速度可达 · 技术

www.theimagingsource.com

Sollte für die Gestaltung eine westliche Schriftart benutzt werden (z. B. für arabische Zahlen), kommt die **Myriad Pro** zum Einsatz. So wird auch im chinesischen Raum die **Internetadresse** ausschließlich in der **Myriad Pro** gesetzt.

05 GESTALTUNG
GESTALTUNGSRASTER

Für alle Anzeigen und nach deren Vorbild erstellten Erzeugnisse ist auf eine angemessene Proportionierung der einzelnen Gestaltungselemente zueinander zu achten.
Als Anhaltspunkt hierzu sollen die in diesem Styleguide gezeigten Beispiele dienen.



Internetadresse-Schrifthöhe = Störerschrifthöhe - 2 pt

Folgende Elemente müssen horizontal mittig zum Format ausgerichtet werden:
Logo, Headline, Bildmotiv, Störer und Internetadresse
Bei extremen Längs- und Hochformaten kann auf diese Ausrichtung verzichtet werden.

05 GESTALTUNG

SUPER-HEADLINE

Die Super-Headline wird als plakatives Element vorwiegend für Anzeigen, Plakate und Banner genutzt. Sie wird immer in **blau** und **Versalien** des Fonts **Berthold Akzident Grotesk Super** gesetzt, sowie immer **horizontal mittig** zum Format ausgerichtet.

Berthold Akzident Grotesk Super

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789 !“§$%&/()=?`;:_,.-



05 GESTALTUNG
DIE WELLE

Die Welle liegt als Vektorgrafik vor und kann so in allen Größen eingesetzt werden.
Bei **Anzeigen, Plakaten und Webauftritten** wird die Welle immer **links am Bildrand** als Hintergrundgrafik angeordnet.
In anderen Anwendungsbereichen, wie z. B. **Verpackungen** oder **Broschüren, kann die Welle** nach Bedarf **gedreht** und **gespiegelt** werden.



Beispiel

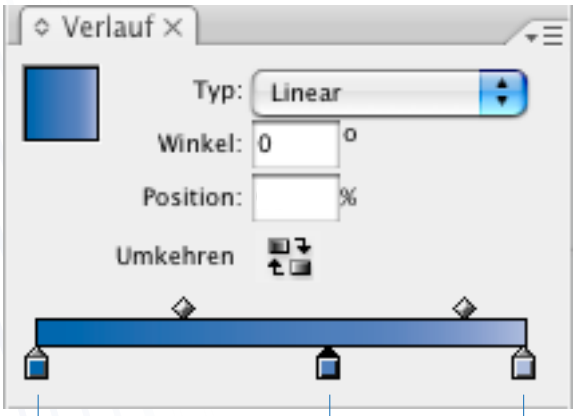
05 GESTALTUNG
DER STÖRER

Der blaue Störer kann in **zwei Varianten** eingesetzt werden. In der ersten Variante mit einem **Drehwinkel** von **0°**, in der zweiten Variante im **Drehwinkel** von **3°**

Platzhaltertext

Platzhaltertext

Der **Farbverlauf** setzt sich wie folgt zusammen:



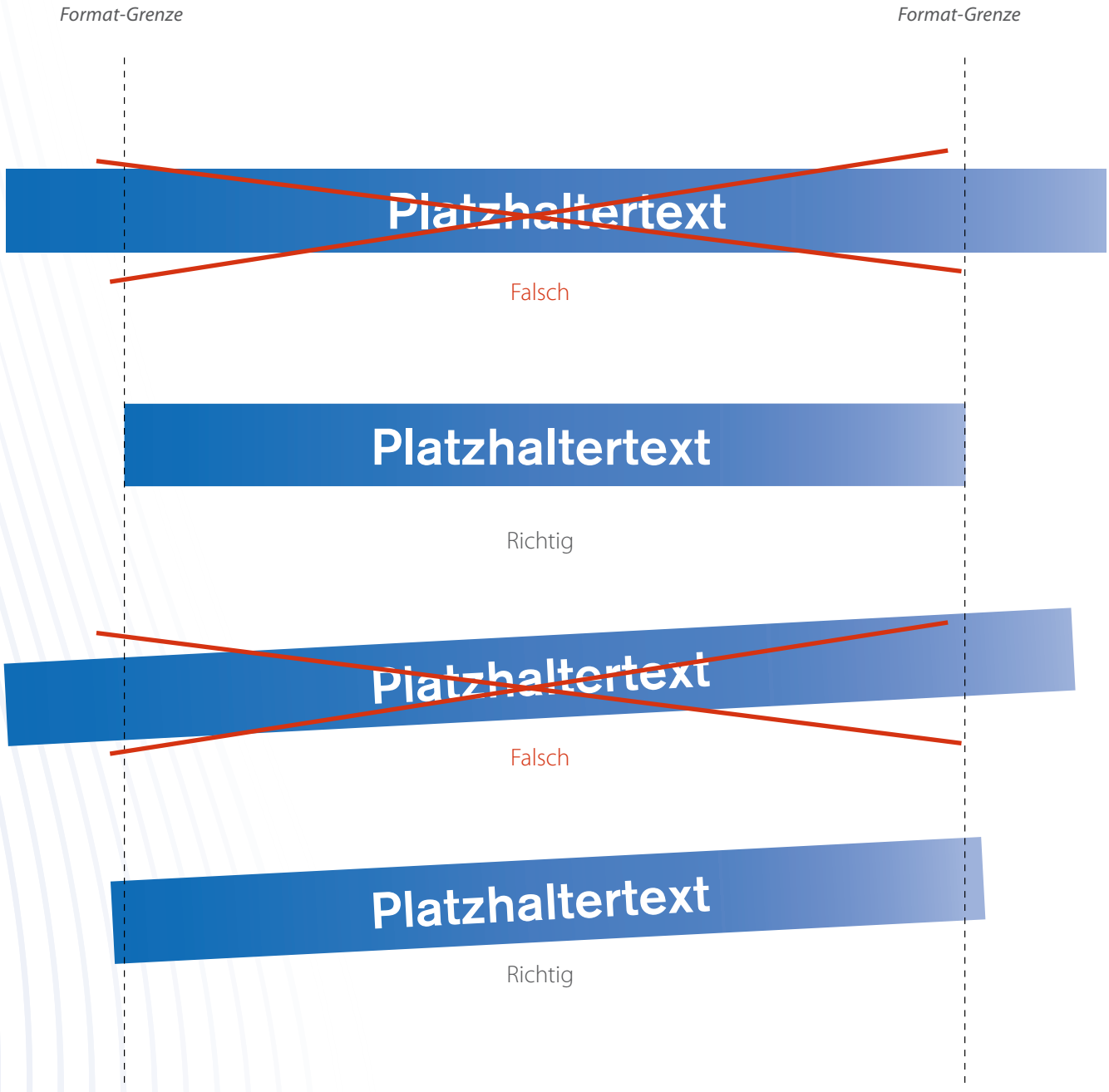
Blau 100%
Position: 0%

Blau 80%
Position: 60%

Blau 40%
Position: 100%

05 GESTALTUNG
DER STÖRER – ZU BEACHTEN!!!

Es ist unbedingt darauf zu achten, dass die **Störer-Länge** so **passgenau** wie möglich **auf** die **Formatgrenze skaliert** ist, damit der Farbverlauf stets im Ganzen zu sehen ist.



05 GESTALTUNG
DER STÖRER – PLATZIERUNG

Sowohl bei der um 3° gedrehten, als auch bei der um 0° gedrehten Variante wird der **Störer im untersten Fünftel** von Anzeige, Plakat oder Banner platziert. Bei extremen Formaten kann auf diese Anordnung verzichtet werden.





Störer und Internetadresse müssen als Gesamtelement betrachtet werden und dürfen einen **Mindestabstand von der Formatuntergrenze von 10 mm grundsätzlich** nicht unterschreiten.
Bei **extrem kleinen Formaten** kann dieser **Mindestabstand** auf **5 mm** reduziert werden.

05 GESTALTUNG
DER STÖRER – PROPORTIONEN

Die **Proportionen** von der **Höhe des Störers zur Schriftgröße des Textes** verhalten sich im Verhältniss **2 zu 1**. Der Text muss zum Störer horizontal mittig ausgerichtet werden.



In diesem Fall beträgt die Schriftgröße 23 pt und die Störerhöhe 46 pt:



Die **im Störer** angewendete **Schriftart Berthold Akzident Grotesk Medium** wird immer in **Weiß** gesetzt.

05 GESTALTUNG
DIE INTERNETADRESSE

Die Internetadresse wird **mittig unterhalb des Störers** platziert.
Die **Schriftgröße** der Internetadresse ist in der Regel um **2 pt geringer, als die des Störertextes**.
Bei großen Anzeigen, wie z. B. DIN A4, kann die Internetadresse **bis zu 6 pt geringer** sein, als die **Störerschriftgröße**.
Die Schriftart ist immer die **Berthold Akzident Grotesk Bold.**
Die Schriftfarbe ist 80% Schwarz.



Wird der **Störer** in der um **3°** gedrehten Variante eingesetzt, so beträgt der Drehwinkel der Internetadresse weiterhin **0°**.



05 GESTALTUNG

DIE INTERNETADRESSE – PLATZIERUNG

Sowohl bei der um **0°**, als auch bei der um **3° gedrehten Variante** wird die **Internetadresse horizontal und vertikal mittig** in dem **Raum zwischen Störer und Format-Untergrenze** gesetzt.
Der **Mindestabstand zum unteren Formatrand beträgt 10 mm**, bei **extrem kleinen Formaten** kann die Internetadresse bis zu **5mm** an den Rand reichen.





05 GESTALTUNG
DIE BILDMOTIVE

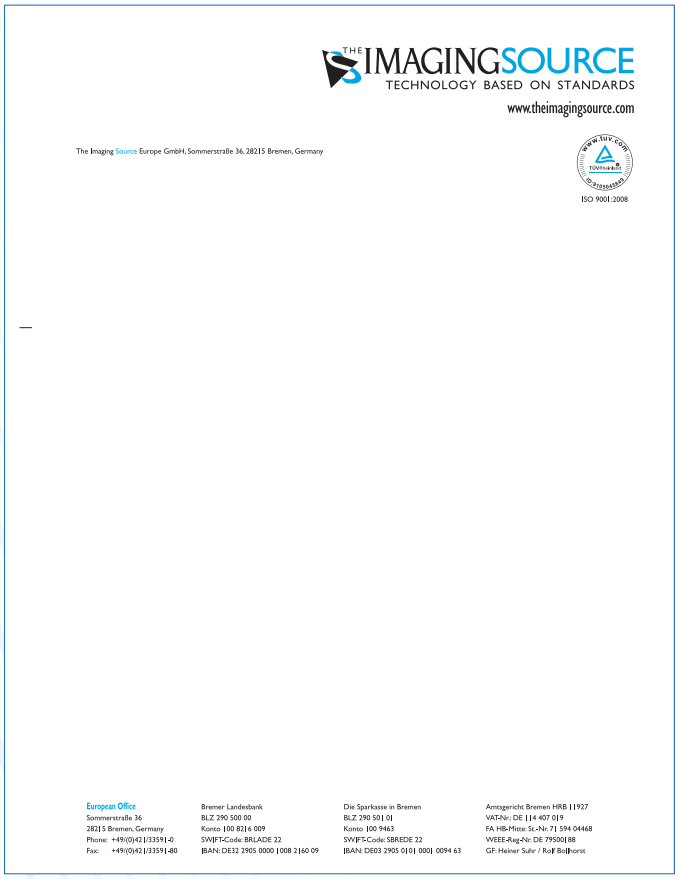
Das Bildmotiv, in der Regel bestehend aus einem Produktfoto, ist der zentrale Bestandteil aller Anzeigen und Plakate. Das Motiv wird **zentral** und **mittig** in der Anzeige platziert.





06 ANWENDUNGEN
BRIEFPAPIER & VISITENKARTE

Um beim Außenkontakt ein solides und konsistentes Erscheinungsbild zu gewährleisten, werden alle Schriftwechsel auf dem **The Imaging Source** Briefpapier getätigt.
Es werden ausschließlich Visitenkarten in Umlauf gebracht, die im unten stehenden **The Imaging Source**-Design erstellt wurden.







Vorderseite



Rückseite

06 ANWENDUNGEN
ANZEIGENBEISPIELE







06 ANWENDUNGEN
ANZEIGENBEISPIELE







06 ANWENDUNGEN
ANZEIGENBEISPIELE



06 ANWENDUNGEN
VERPACKUNGSDESIGN

Beim Einsatz der Gestaltungselemente in anderen Gebieten als Anzeigen, Plakaten und Bannern müssen die Teile zueinander zwar immer korrekt proportioniert sein, jedoch gelten nicht dieselben strikten Regeln in der Anordnung.



Beispiel Verpackung

06 ANWENDUNGEN
CD-BESCHRIFTUNG



06 ANWENDUNGEN
MESSESTÄNDE

In der Vergangenheit wurden für **The Imaging Source** verschiedene **Messestände** konzipiert und umgesetzt. Diese eher frei gestalteten Stände können als **Inspiration für den Einsatz der The Imaging Source-Formsprache** dienen.

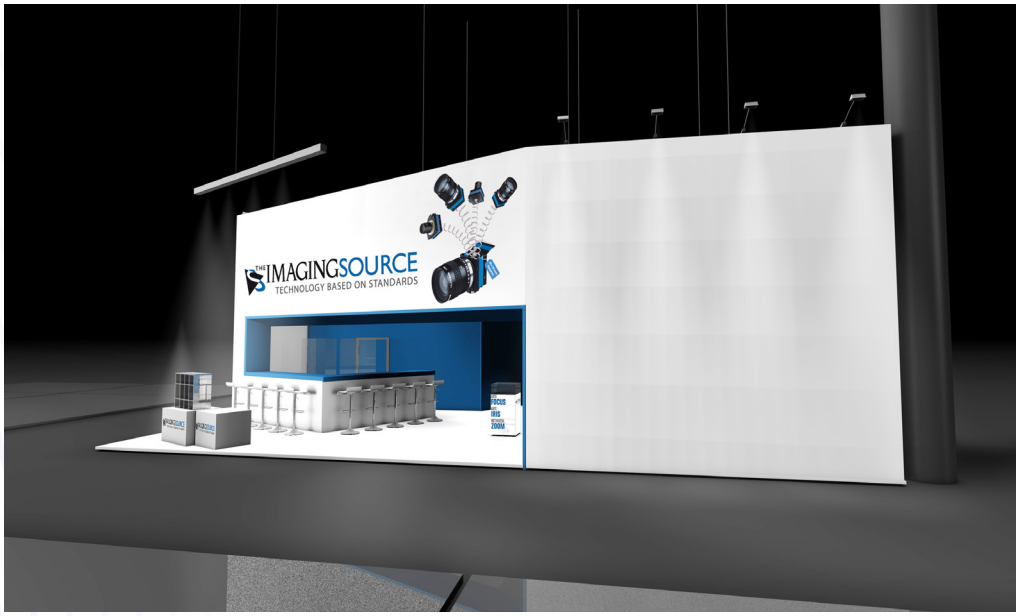


Beispiel Messestand 1

06 ANWENDUNGEN
MESSESTÄNDE



Beispiel Messestand 2



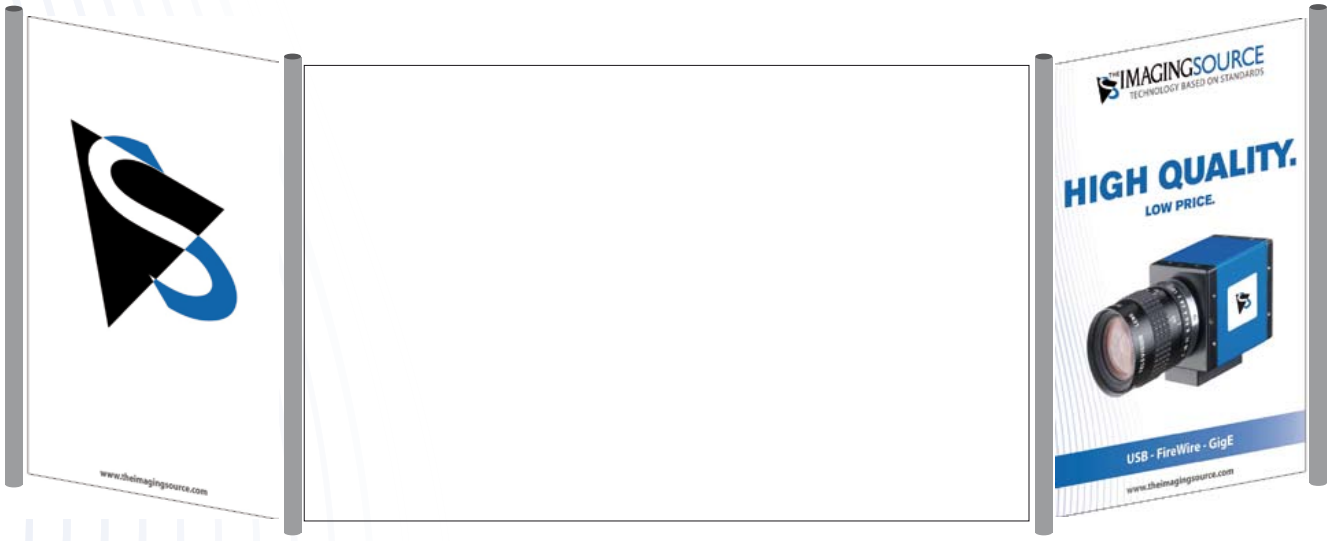
Beispiel Messestand 3

06 ANWENDUNGEN
MOBILER MESSESTAND

Die sogenannten **Messeständchen** sind für den flexiblen Einsatz bei kleineren öffentlichen Auftritten mit begrenztem Platzangebot konzipiert. Sie bieten eine kostengünstige Alternative zu den aufwendig gearbeiteten, oben beschriebenen Messeständen. Die allgemeine **Gestaltung der Messeständchen richtet sich streng nach dem unten stehenden Beispiel** und wird dabei **auf das jeweilig beworbene Produkt angepasst.**



Vorderseite



Rückseite

06 ANWENDUNGEN
WAND-AUFSTELLER



06 ANWENDUNGEN
INTERNETSEITE

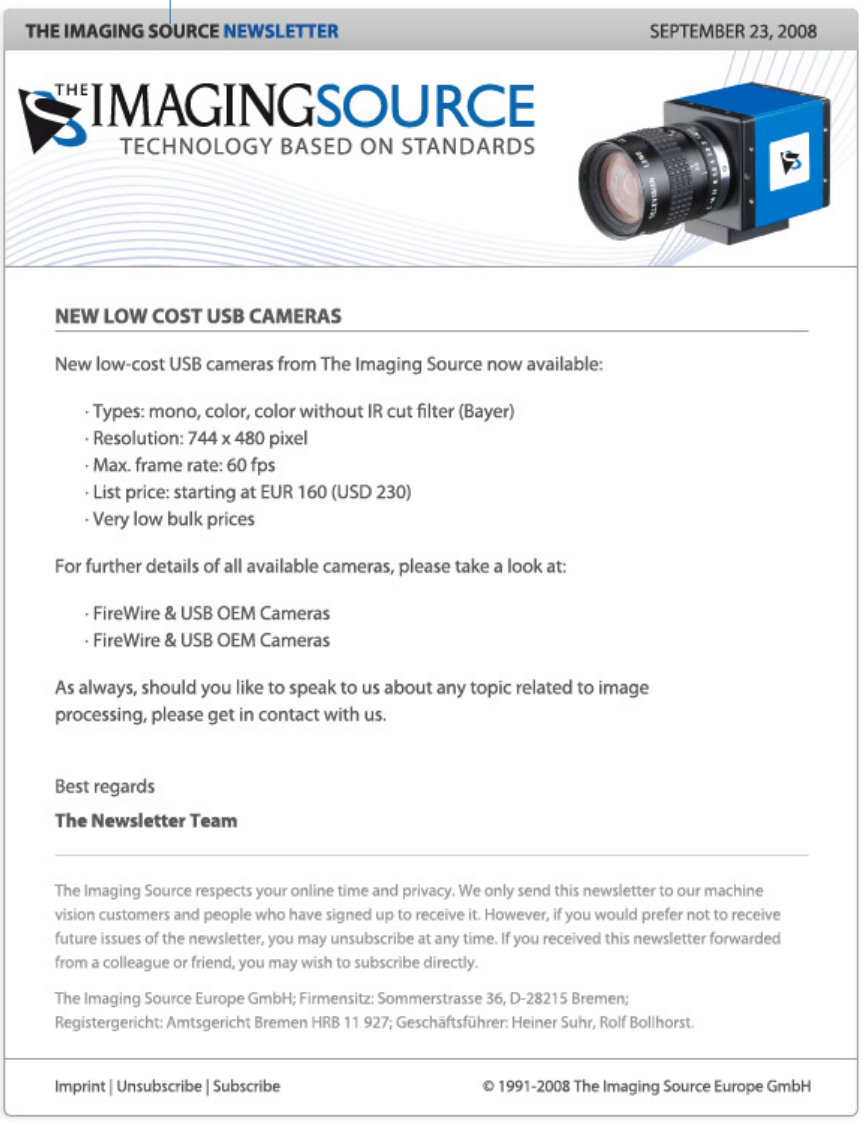
Auf der **Internetseite von The Imaging Source** ergänzt ein **weiteres Element, der Begrenzungskasten**, die Gestaltung.
Dieser hebt sich durch seine spezifische Form und abgerundeten Ecken von den restlichen Elementen ab. Der Begrenzungskasten wird zur **Unterteilung** von **einzelnen Inhalten** oder als **Rahmen einer Einzelgestaltung** eingesetzt.
Auch im **Web werden ausschließlich** die **Myriad Pro** und die **Berthold Akzidenz Grotesk** in ihren diversen Schriftschnitten und in den für den Printbereich geltenden Regeln benutzt.



Website

06 ANWENDUNGEN
NEWSLETTER

Sollte der Zusatz **„The Imaging Source“** mit **in den Kopf des Begrenzungskasten** integriert sein, so wird er **immer in Schwarz** gesetzt. Dies gilt für alle Anwendungen im Webbereich.



THE IMAGING SOURCE NEWSLETTER SEPTEMBER 23, 2008

THE IMAGINGSOURCE
TECHNOLOGY BASED ON STANDARDS

NEW LOW COST USB CAMERAS

New low-cost USB cameras from The Imaging Source now available:

- Types: mono, color, color without IR cut filter (Bayer)
- Resolution: 744 x 480 pixel
- Max. frame rate: 60 fps
- List price: starting at EUR 160 (USD 230)
- Very low bulk prices

For further details of all available cameras, please take a look at:

- FireWire & USB OEM Cameras
- FireWire & USB OEM Cameras

As always, should you like to speak to us about any topic related to image processing, please get in contact with us.

Best regards

The Newsletter Team

The Imaging Source respects your online time and privacy. We only send this newsletter to our machine vision customers and people who have signed up to receive it. However, if you would prefer not to receive future issues of the newsletter, you may unsubscribe at any time. If you received this newsletter forwarded from a colleague or friend, you may wish to subscribe directly.

The Imaging Source Europe GmbH; Firmensitz: Sommerstrasse 36, D-28215 Bremen;
Registergericht: Amtsgericht Bremen HRB 11 927; Geschäftsführer: Heiner Suhr, Rolf Bollhorst.

Imprint | Unsubscribe | Subscribe © 1991-2008 The Imaging Source Europe GmbH

06 ANWENDUNGEN

WEB-BANNER

Aufgrund der extremen Längs- und Hochformate, die für die meisten Web-Banner üblich sind, müssen die für den Printbereich geltenden Regeln bezüglich Größe und Anordnung der Gestaltungselemente hier teilweise aufgebrochen werden.



7280x90 Pixel



468x60 Pixel



250x300 Pixel

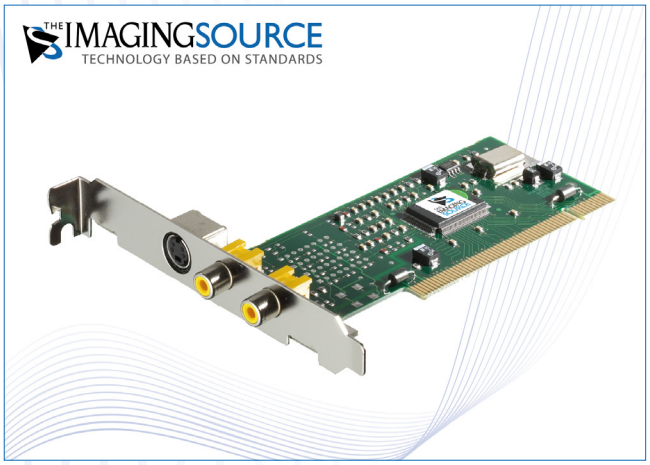


120x600 Pixel

06 ANWENDUNGEN
PRESSEBILDER

Alle Pressefotos sind nach dem Vorbild der unten stehenden Beispiele zu erstellen.



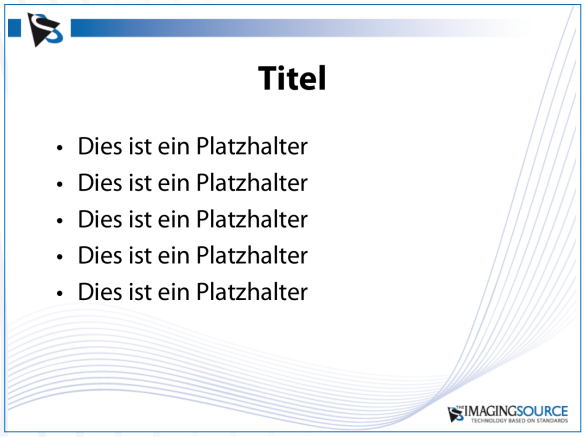


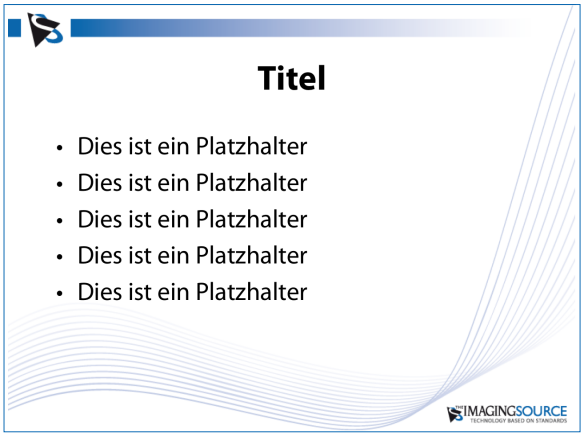


06 ANWENDUNGEN
POWER POINT PRÄSENTATION

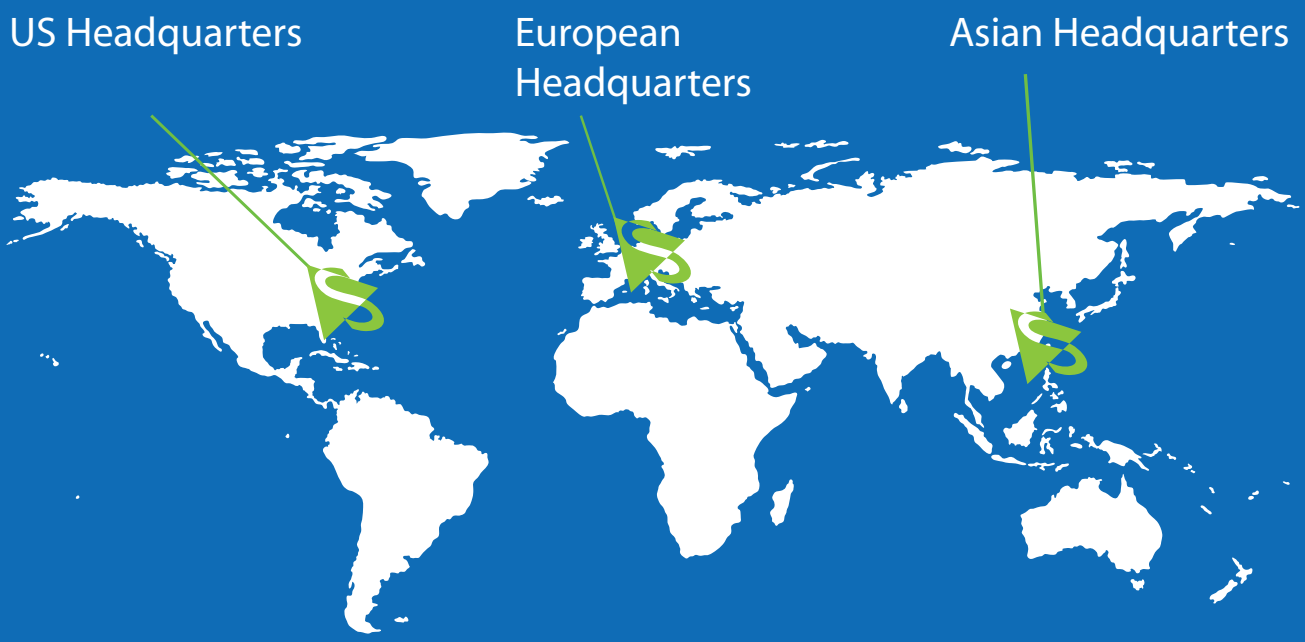
Alle intern und extern genutzten Power Point Präsentationen werden ausschließlich auf Basis der **The Imaging Source** Power Point-Maske erstellt.







THE IMAGING SOURCE KONTAKT



THE IMAGING SOURCE, LLC

6926 Shannon Willow Rd,
Suite 400
Charlotte
NC 28226
United States

Tel: +1 704-370-0110
Fax: +1 704-542-0936

THE IMAGING SOURCE EUROPE GMBH

Sommerstrasse 36
Bremen
28215
Germany

Tel: +49 (0)421 335 91 0
Fax: +49 (0)421 335 91 80

THE IMAGING SOURCE ASIA CO. LTD.

6F-1, No.230, Sec.3,
Ba-De Road
Song-Shan District 10555,
Taipei City
Taiwan, China

Tel: +886 2-2577-1228
Fax: +886 2-2577-1229

Sämtliche anderen in diesem Dokument erwähnten Produkt- und Firmennamen können Warenzeichen oder Handelsbezeichnungen der jeweiligen Hersteller sein und werden hiermit anerkannt.
The Imaging Source Europe GmbH übernimmt keine Garantie oder Verpflichtung irgendeiner Art für die in dieser Broschüre enthaltene Information. Der in ihr verwendete Programm-Code dient ausschließlich didaktischen Zwecken.
The Imaging Source übernimmt keinerlei juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung, die sich aus der Verwendung des Broschüren-Inhalts oder des Programm-Codes ergeben sollten.
The Imaging Source behält sich das Recht vor, jederzeit und ohne Ankündigung technische Daten, Funktion oder Gestaltung zu ändern.
Stand: Dezember 2010, Copyright © 2010 The Imaging Source Europe GmbH, all rights reserved.
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der The Imaging Source Europe GmbH.
Abmessungen und Gewichte sind Näherungswerte. Sofern nicht anderweitig spezifiziert gehören die im Zusammenhang mit Kameras gezeigten Objektive nicht zum Lieferumfang.