

# **MCG DESIGN MANUAL**

---

Ein einheitlicher optischer Auftritt ist heute für jede Organisation die Basis für den nachhaltigen Markenaufbau. Das Corporate Design zeigt, dass wir eine starke Marke sind. Jede Marketing- und Werbemaßnahme wird entsprechend des Corporate Designs ausgerichtet und wird so von einer Ausgabe zu einem Investment in die Marke.

Nur wenn wir in allen Kommunikationsmedien »eine« visuelle Sprache sprechen, entsteht ein einheitliches und unverwechselbares Profil unserer Marke – one face to the market. Dies schafft bei allen InteressentInnen, BesucherInnen und GeschäftspartnerInnen eine hohe Identifikation und stärkt die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in die Marke MCG – und davon profitieren wir alle! Bei Fragen steht Ihnen die Messe Congress Graz Betriebsgesellschaft m.b.H. gerne zur Verfügung.

## 1. LOGO

Logo	4
Logo Aufbau	7
Schutzraum und Mindestgröße	8
Mögliche Kombinationen	9
Logo Don'ts	10
In Anwendung mit Text	11
Logo und Textbausteine	12
Anwendung auf Bild	14

## 2. FARBEN

Farben	15
--------	----

## 3. TYPOGRAFIE

Primärtypografie	18
Anwendungen	19
Sekundärtypografie	20
Standardschrift	21

## 4. FOTOGRAFIE

Livefotos	23
Andere Eventfotos	24
Architekturfotos	25
Fotos von Menschen	26

## 5. GESCHÄFTSDRUCKSORTEN

Visitenkarten	28
Briefpapier	30
Wordvorlage	32
Kuverts	33
Pressemappe	36
E-Mail-Signatur	37

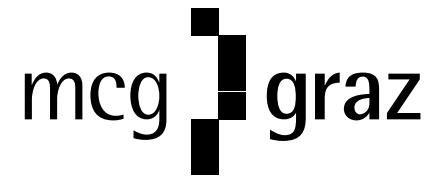
## 6. KOMMUNIKATION

Inserate	39
----------	----

# 1. LOGO




■  
In allen Anwendungen wird  
vermehrt das MCG-Logo in  
seiner schwarz/weiß Version (1C)  
verwendet.

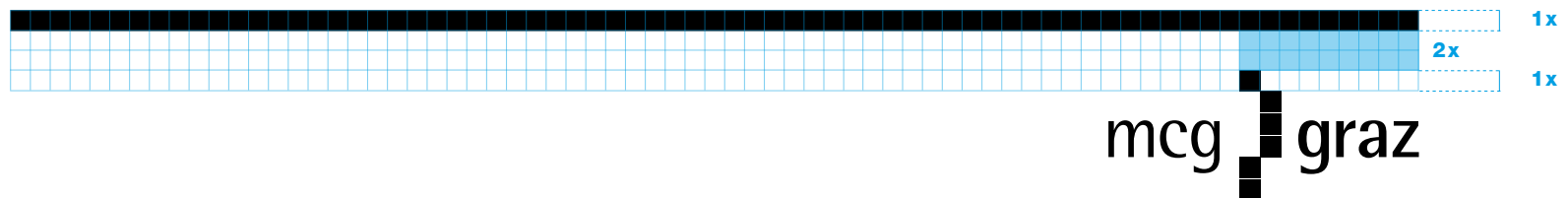


In Ausnahmefällen kann auf  
die mehrfarbige 4C-Version  
zurückgegriffen werden.





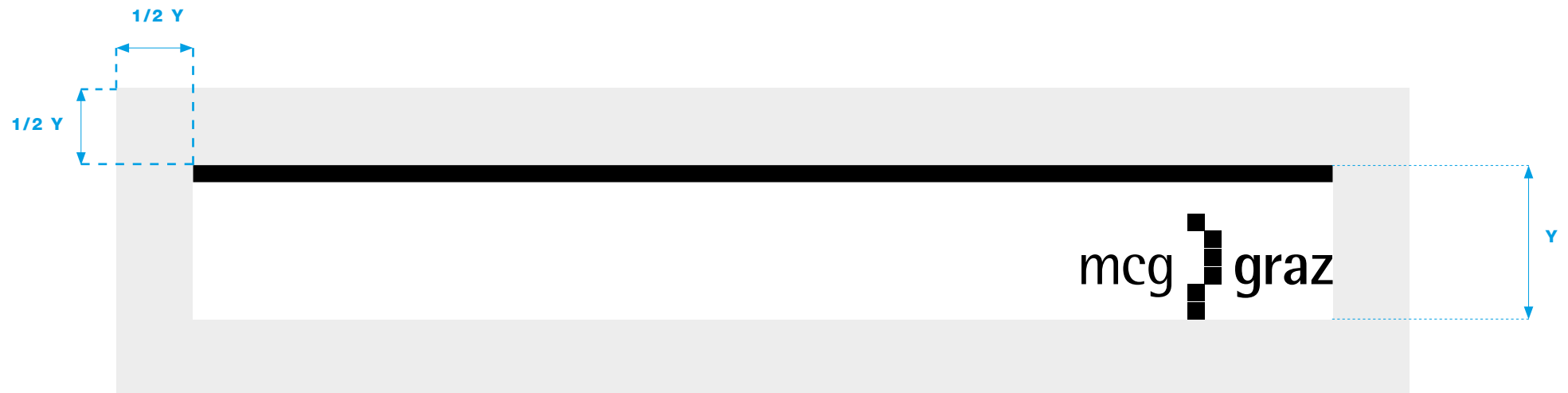
 Als zusätzliches  
Gestaltungselement wird dem  
MCG-Logo eine Linie hinzugefügt.



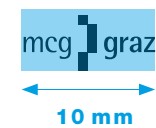
Als Richtwert gilt, dass sich die Dicke der Linie an dem einzelnen quadratischen Element innerhalb des Logos orientiert. Die Länge der Linie ist abhängig vom zu

beispielenden Endformat und muss jeweils auf dieses – möglichst formatfüllend – angepasst werden. Um die Lesbarkeit in einigen Anwendungen, wie Briefpapier und

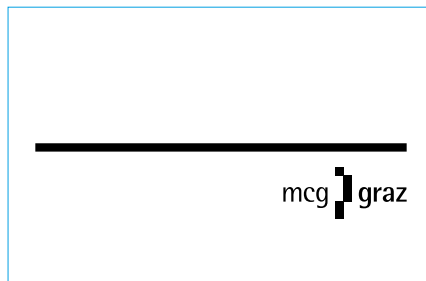
Sponsorleisten, zu gewährleisten, kann das Logo weiterhin auch ohne Linie eingesetzt werden.



Die Mindestgröße der Wort-Bild-Marke beträgt 1 cm.







Logo 1C mit Linie



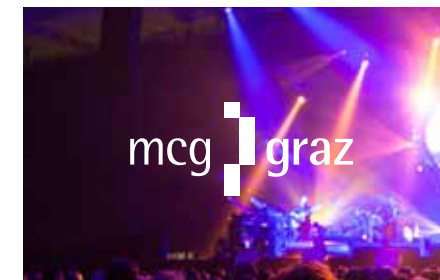
Logo 4C mit Linie

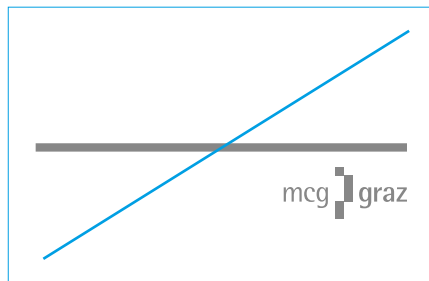
Logo Weiß auf schwarzem  
oder buntem Hintergrund

Logo Schwarz (1C)

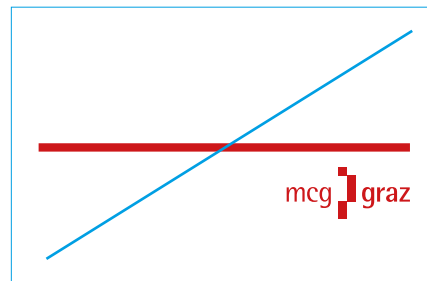


Logo Bunt (4C)

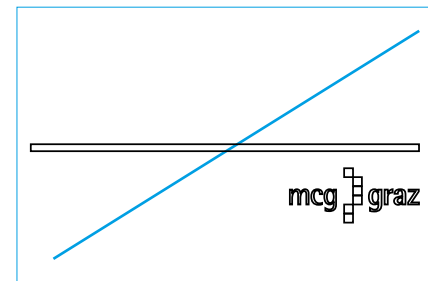
Logo Weiß auf schwarzem  
oder buntem Hintergrund



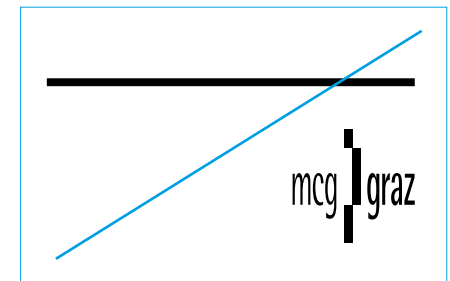
Graues Logo



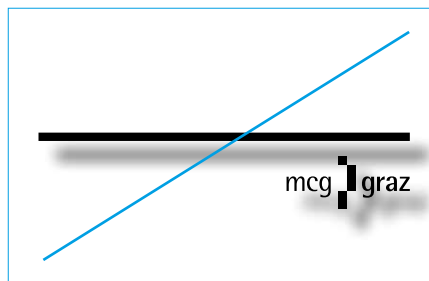
Verwendung anderer Farben



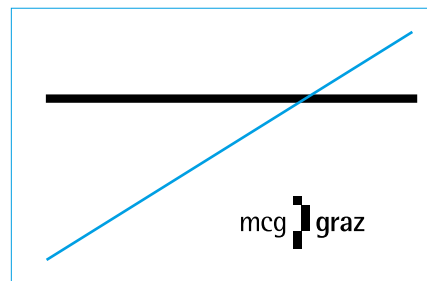
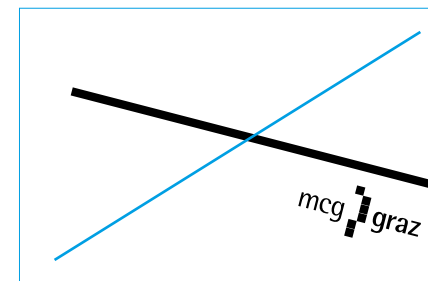
Logo als Outline



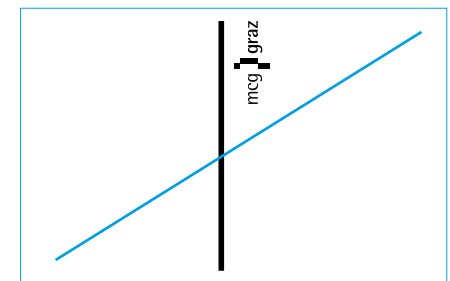
Verzerren der Logoproportionen



Effekte (Schatten, 3D-Effekte, etc.)

Veränderung einzelner Elemente  
des Logos in ihrer Position zueinander

Neigen des Logos



Drehen des Logos um 90°

—

Wird das Logo in Verbindung mit einer Headline gesetzt, wird die Linienstärke an diese angepasst. Sie orientiert sich nicht mehr am MCG-Logo, sondern an der Größe der Headline und ist individuell zu adaptieren. Als Richtwert kann die Breite des Buchstabenstamms herangezogen werden.

Die Länge der Linie orientiert sich grundsätzlich an der Länge des längsten Wortes innerhalb des Textes, kann dieses aber überragen, wenn es das Format notwendig macht, oder so ein optisch ausgewogeneres Bild entsteht.

Die Größe der Wort-Bild-Marke ist immer größer als 1/6 der Gesamtlänge.

**SOME  
DOWNLOAD  
MUSIC.**

**BUT WE  
MAKE IT  
HAPPEN.**

mcc | graz  
1/6 Y

—

Folgende Kombinationen von  
Logo- und Textbausteinen sind  
bis zu diesem Zeitpunkt in  
Verwendung:

1) Einzeilige Variante

**BUSINESS**

---

mcb  graz

**TOI TOI TOI**

---

mcb  graz

2) Mehrzeilige Variante mit  
Linie am Ende des Textes

**PLACES  
BIG ENOUGH  
FOR YOUR  
IDEAS.**

---

mcb  graz

**MEHR PLATZ  
GIBT'S NUR  
IN UNSEREN  
LOCATIONS.**

---

mcb  graz

- 3) Mehrzeilige Variante mit Linie  
innerhalb des Textblocks

**THE  
WINNERS**  
**TAKE IT  
ALL.**



**MERKUR ARENA**  
**IT'S MORE  
THAN A GAME.**



- 4) Mehrzeilige Variante mit Linien  
zu Beginn und nach jeder Zeile

**MESSE  
KONZERT  
SPORT  
BUSINESS  
SHOW**



**THE BEST  
THINGS IN  
LIFE ARE  
LIVE.**

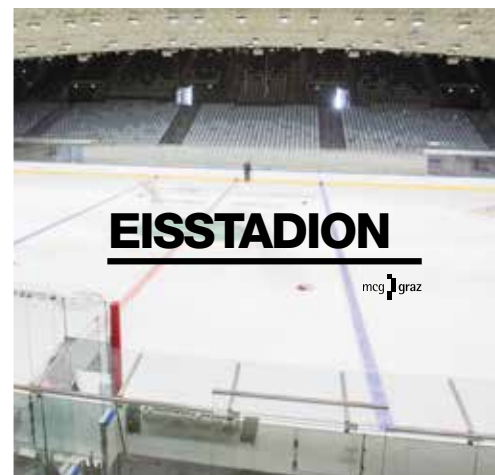




Das Logo und die Textbausteine können in Weiß oder Schwarz auch auf Bildern zur Anwendung kommen.

Voraussetzung dafür: Der Hintergrund bietet genug Kontrast. Im Zweifelsfall diesen Bildbereich abdunkeln.

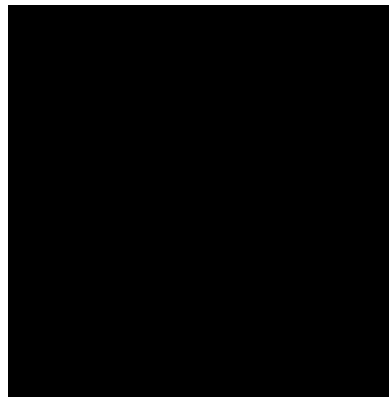
Das Logo oder die Textbausteine in einer anderen Farbe oder Transparent sind auf Bildern nicht zulässig.



# 2. FARBEN

---

Die Primärfarben der MCG sind reines Schwarz und Weiß. Diese ziehen sich durch sämtliche Kommunikationsmittel und dürfen nicht mit geringerer Deckkraft als 100% eingesetzt werden.



Schwarz  
CMYK 100/0/0/0  
RGB 0/0/0



Weiß  
CMYK 0/0/0/0  
RGB 255/255/255

In der 4C-Logovariante werden drei zusätzliche Farbtöne. Der Einsatz dieser Farben beschränkt sich jedoch lediglich auf das Logo selbst und sie sind deswegen nicht als konventionelle Sekundärfarben zu verstehen.



Grau  
CMYK 25/20/18/5  
Pantone 877C



Grün  
CMYK 30/0/100/0  
Pantone 390C



Aubergine  
CMYK 85/100/45/5  
Pantone 525C



# 3. TYPOGRAFIE

---

—  
Das Schriftbild der MCG besteht  
aus dem Font „Helvetica  
Neue LT Heavy“ für Headlines,  
Subheadlines und Mengentext.

### Helvetica Neue LT Std Heavy

**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 ö ä ü ß  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . ! “ §  
\$ € % & / ( ) \* + - < >**

Der Fließtext, auch Lauftext, ist ein Text, welcher in einem Stück gesetzt wurde und somit nicht von Durchbrechungen (Abbildungen, Absätze, Fußnoten, Tabellen, Überschriften etc.) durchzogen ist. Ein Fließtext ist demzufolge ein fortlaufender, durchgängiger Text.

**SOME  
DOWNLOAD  
MUSIC.**

---

**BUT WE  
MAKE IT  
HAPPEN.**

mcs  graz

**WIR  
WÜNSCHEN  
EUCH VIEL  
SPASS!**

**Einladung zum  
Open Air Konzert  
von Andrea Bocelli  
am 8. Juli 2017  
am Messe Graz  
Freigelände mit  
Begleitung.**

---

Headlines werden immer  
versal gesetzt.

Schlüsselbegriffe sind durch  
die Linie markiert.

---

Headlines ohne Logozusatz

---

Beispiel Mengentext

Unterstreichungen im  
Mengentext sind dünner.

■  
In Ausnahmefällen – da, wo die Anwendung des Schnittes „Heavy“ aus praktischen Gesichtspunkten nicht zu empfehlen ist –, kommt der Font „Helvetica Neue LT Std Medium“ zum Einsatz.

Helvetica Neue LT Std Medium

ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyzöäüß  
0123456789,.,!“§  
\$€%&/()\*+<>

Der Fließtext, auch Lauftext, ist ein Text, welcher in einem Stück gesetzt wurde und somit nicht von Unterbrechungen (Abbildungen, Absätze, Fußnoten, Tabellen, Überschriften etc.) durchzogen ist. Ein Fließtext ist demzufolge ein fortlaufender, durchgängiger Text.

Die Schriftart „Arial“ kommt als ergänzende Standardschrift zum Einsatz.

### Arial Regular & Bold

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnop  
qrstuvwxyzöäüß  
0123456789,.,!“§  
\$€%&/()\*+<>**

Der Fließtext, auch Lauftext, ist ein Text, welcher in einem Stück gesetzt wurde und somit nicht von Unterbrechungen (Abbildungen, Absätze, Fußnoten, Tabellen, Überschriften etc.) durchzogen ist. Ein Fließtext ist demzufolge ein fortlaufender, durchgängiger Text.

# 4. FOTOGRAFIE

---

---

**LIVEFOTOS****OUTDOOR & INDOOR**

- Kontrastreiche, künstliche Lichtinszenierungen, die von der Eventbeleuchtung getragen werden (z.B. Spotlights, dunkle Farbkompositionen etc.) oder tageslichtbasierende Umsetzung
- Optional: Fotografie in Kombination mit Bewegungsunschärfen (z. B. Publikum vor Bühne etc.)
- Totale, Halbtotale und Detailaufnahmen garantieren einen ausgewogenen Bildrhythmus



## ANDERE EVENTFOTOS (MESSEN & KONGRESSE)

- Realitätsnahe Bildinhalte in authentischer Umgebung
- Tageslichtbasierende Umsetzung, homogene Ausleuchtung
- Präzise Detaildurchzeichnung in den Tiefenbereichen und Mitteltönen
- Totale, Halbtotale und Detailaufnahmen garantieren einen ausgewogenen Bildrhythmus





## ARCHITEKTUR

- Homogene Ausleuchtung, weiches Licht bei Indoor-Aufnahmen
- Präzise Detaildurchzeichnung in den Tiefenbereichen und Mitteltönen
- Vermeiden von stürzenden Linien und unausgewogenen Bildbeschnitten bei totalen und halbtotale Bildkompositionen (klare und ästhetische Formsprache)



## FOTOS VON MENSCHEN

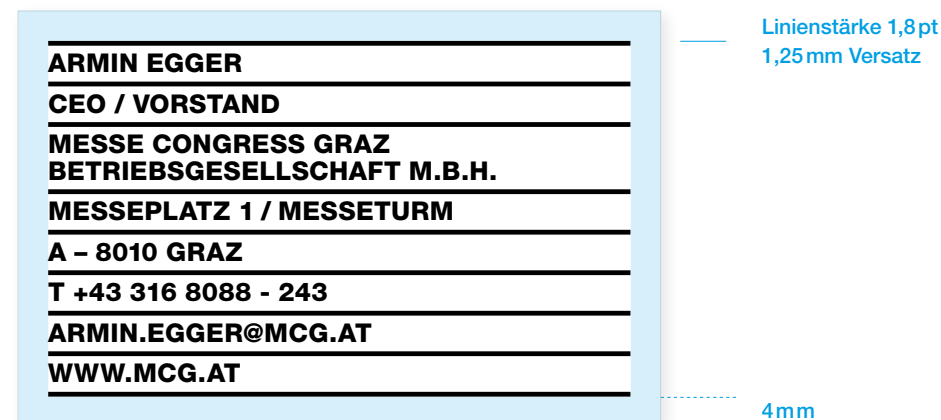
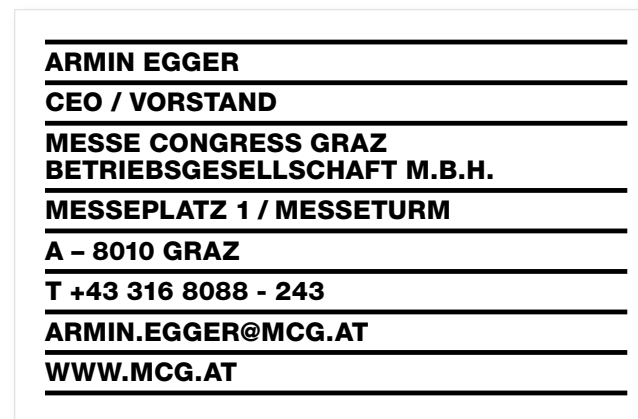
- Realitätsnahe Bildinhalte (Mitarbeiterfotos, Aufbaufotos, Pressefotos) in authentischer Umgebung (Schnappschüsse, Portraits, Detailaufnahmen, Arbeitsweisen)
- Tageslichtbasierende Umsetzung, homogene Ausleuchtung
- Stil: entsättigt, klar, sympathisch, natürlich



Fotos von externen Fotografen (PR Fotos von Veranstaltungen etc.) welche ebenfalls in Drucksorten und im Web eingesetzt werden, sind von all den Regelung ausgenommen.

# 4. GESCHÄFTS- DRUCKSORTEN

---



**GESCHÄFTSDRUCKSORTEN  
VISITENKARTEN**

Die Kontaktinformationen auf der Vorderseite der Visitenkarten gibt es in 3 verschiedenen Ausführungen – je nach benötigter Zeilenanzahl.

Die Größe der Schrift und des Zeilenabstandes werden je nach gewählter Version angepasst. Die Strichstärke und die Abstände zum Rand bleiben unverändert.

**GERALD BRUNNER**  
**TECHNIK**  
**CONGRESS GRAZ**  
**ALBRECHTGASSE 1**  
**A – 8010 GRAZ**  
**M +43 664 8088 2446**  
**GERALD.BRUNNER@MCG.AT**  
**WWW.MCG.AT**

Schwarz  
Helvetica Heavy 9,7 pt  
Zeilenabstand 16,5 pt

8 Zeilen

**ING. MICHAEL GRINSCHGL**  
**TECHNISCHES BAU- UND  
INSTANDHALTUNGSMANAGEMENT**  
**MESSE CONGRESS GRAZ  
BETRIEBSGESELLSCHAFT M.B.H.**  
**MESSEPLATZ 1 / MESSETURM**  
**A – 8010 GRAZ**  
**T +43 316 8088 - 229 / M +43 664 8088 2229**  
**MICHAEL.GRINSCHGL@MCG.AT**  
**WWW.MCG.AT**

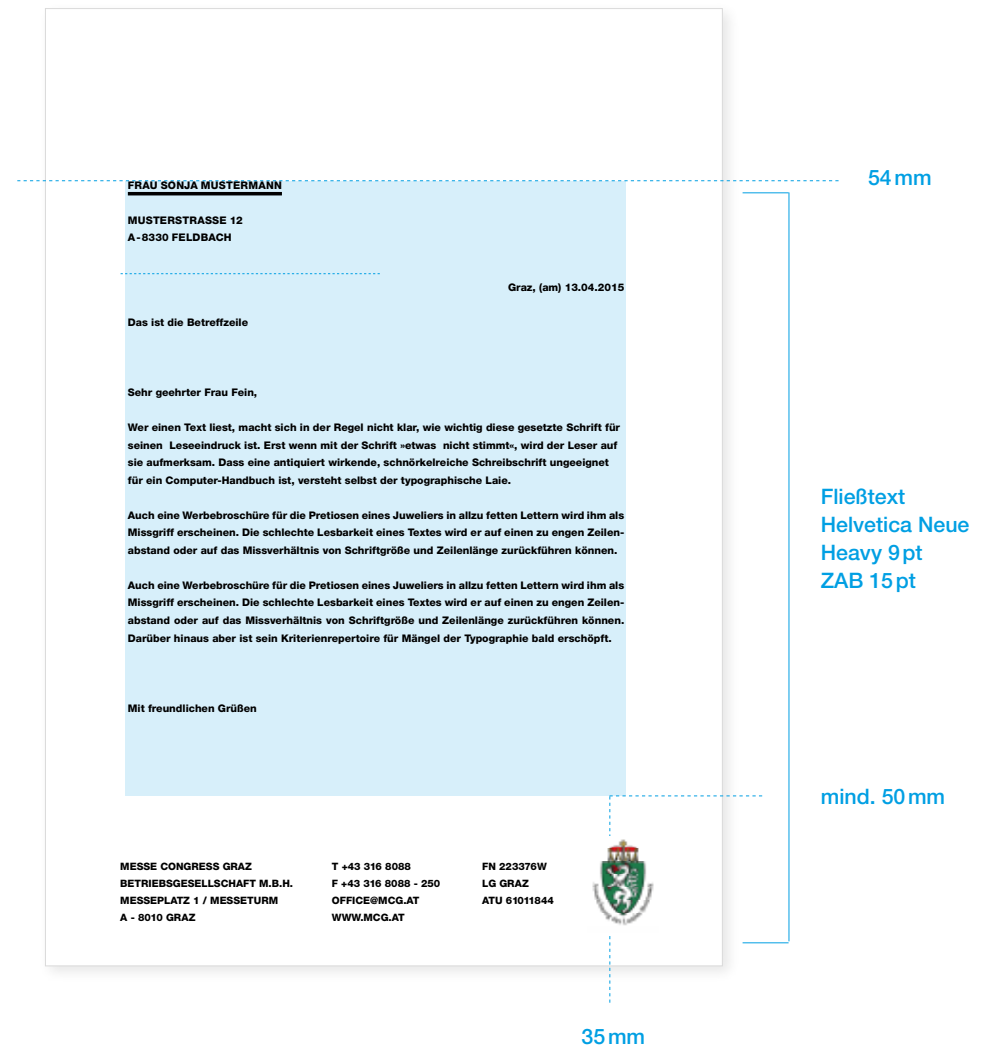
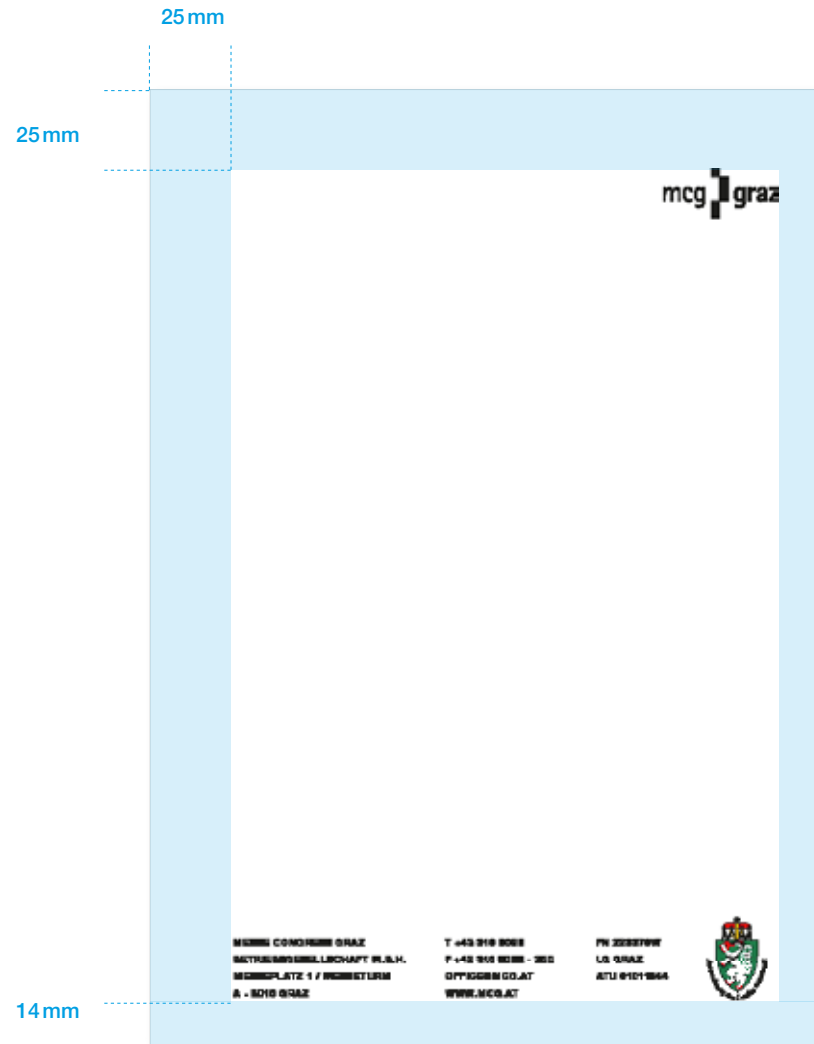
8,5 pt  
14,4 pt

10 Zeilen

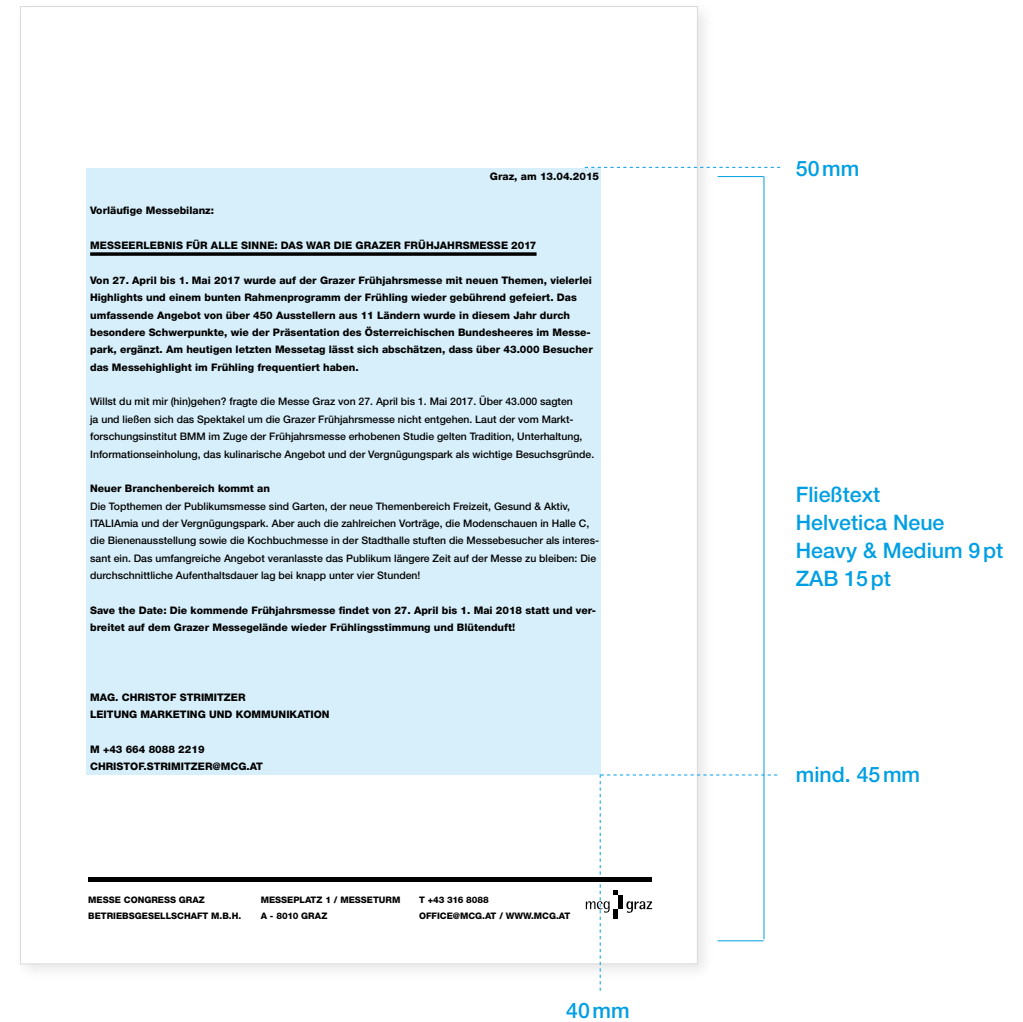
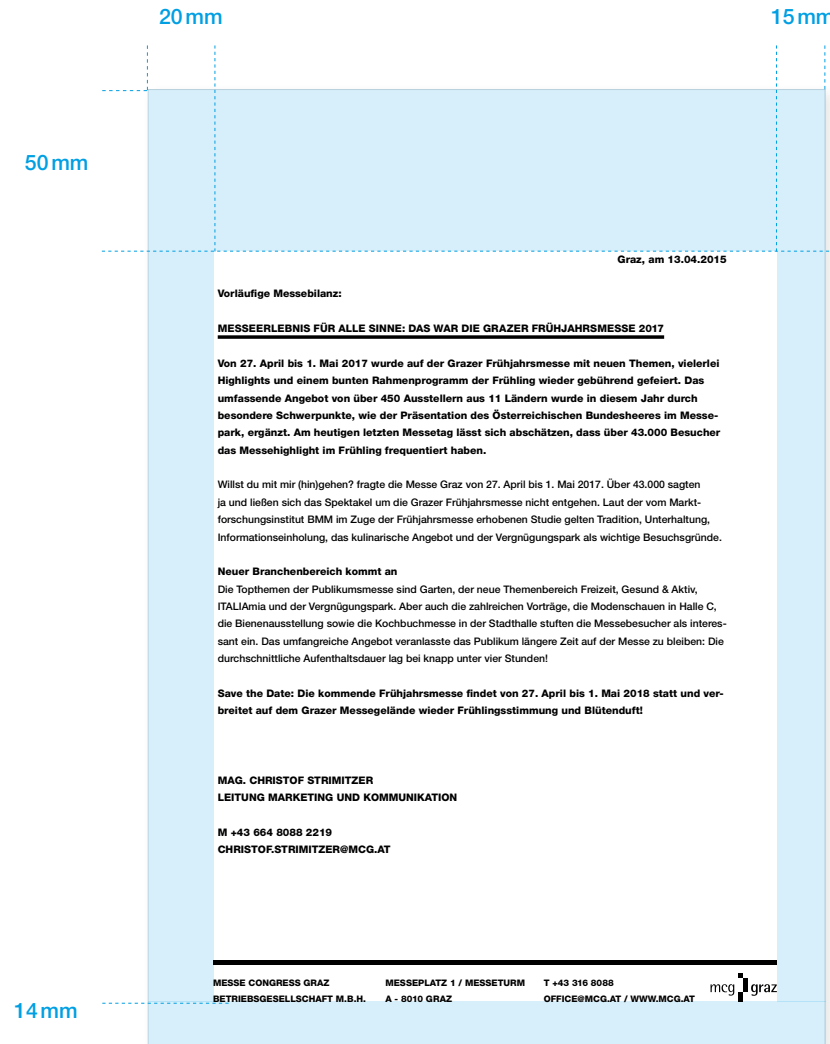
**ARMIN EGGER**  
**CEO / VORSTAND**  
**MESSE CONGRESS GRAZ  
BETRIEBSGESELLSCHAFT M.B.H.**  
**MESSEPLATZ 1 / MESSETURM**  
**A – 8010 GRAZ**  
**T +43 316 8088 - 243**  
**ARMIN.EGGER@MCG.AT**  
**WWW.MCG.AT**

9,7 pt  
15,2 pt

9 Zeilen





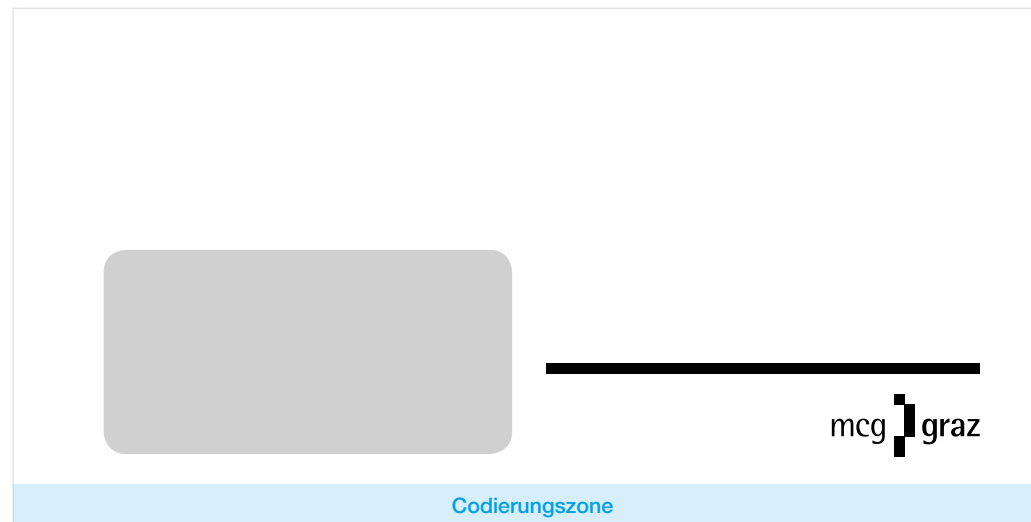




**C6/5 KUVERT**

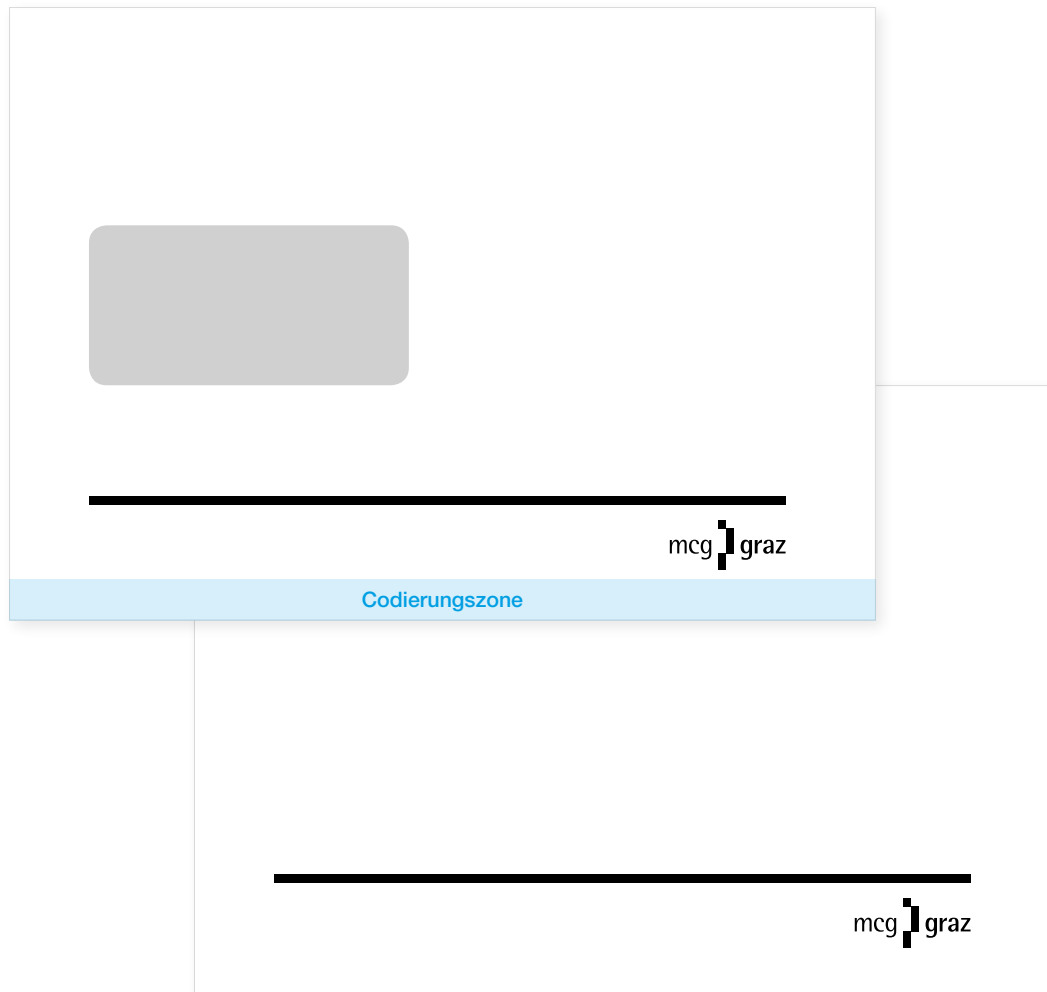
Auf der Vorderseite der Kuverts werden Logo und Text an die Größe des jeweiligen Kuverts angepasst.

Der Absender wird, mit genügend Abstand zu den Rändern, auf die Lasche platziert.



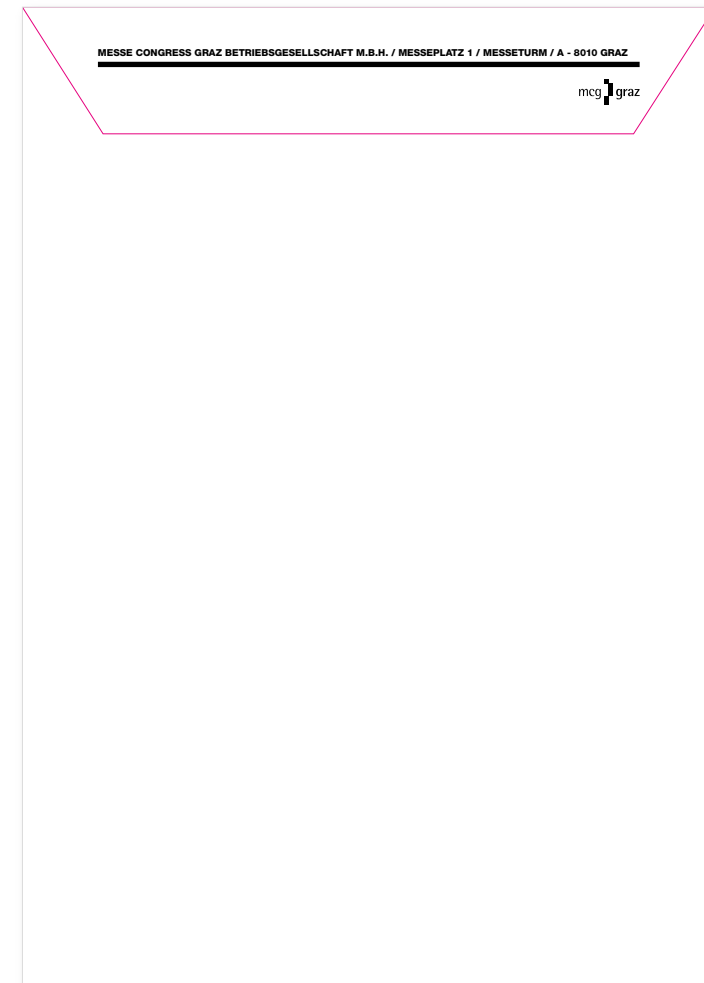
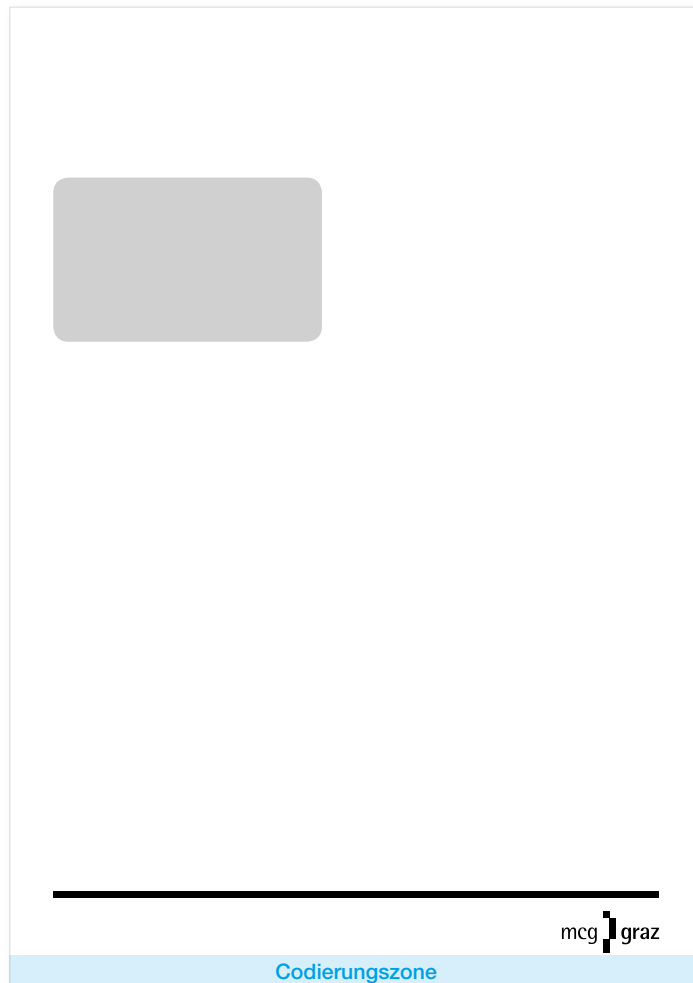
Strichstärke  
5 pt





## C5 KVERT

Zwischen Kuverts mit Fenster und ohne Fenster wird im Layout kein Unterschied gemacht.

**C4 KUVERT**



Arial 10pt  
Schwarz  
#000000

Arial Bold 10pt  
Schwarz  
Unterstrichen  
#000000



140 px

450 px

# 5. KOMMUNIKATION

---

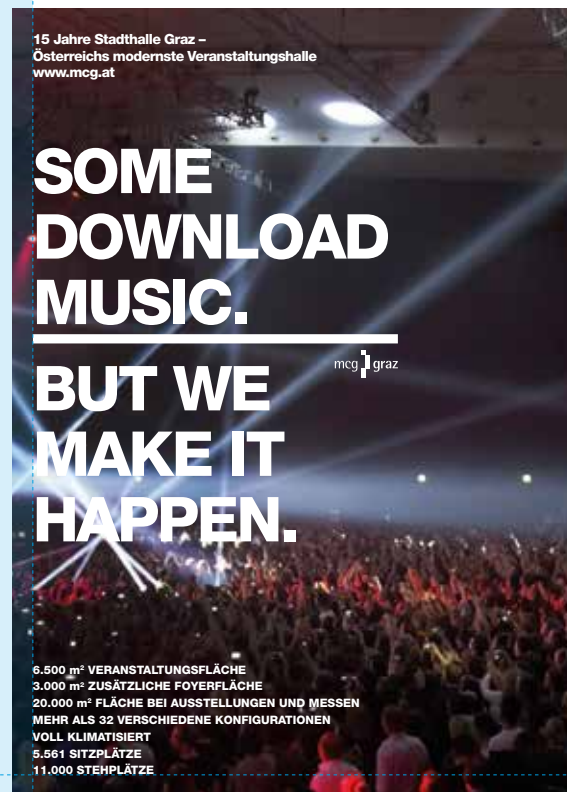
Vollflächig eingesetzte Bilder werden von einem weißen Rahmen eingefasst. Die Position der Textelemente ist unter Rücksichtnahme des Bildmaterials individuell zu bestimmen.

Die weißen Ränder an der rechten und linken Außenseite (x) betragen jeweils 4 % der Formatbreite.

Format: 196 x 268 mm

2x

x



2x





Messe Congress Graz  
Betriebsgesellschaft m.b.H.

Messeturm, Messeplatz 1  
8020 Graz  
+43 (0) 316 8088-0, office@mcg.at



moodley brand identity

Nikolaipplatz 5  
8020 Graz  
+43 (0) 316 822 922, hello@moodley.at

© 2017  
moodley brand identity gmbh