



01

Inhaltsverzeichnis

02

1.	Vorwort	3/4
2.	Logo	5
2.1	Wort und Bildmarke	6
2.2	Logo Verbote	7
2.3	Logo Platzierung	8
3.	Grundfarben des Logos	9/10
4.	Grundfarben im Web	11/12
5.	Typografie von ROS	13/14
6.	Typografie des Logos	15/16
7.	Proportionalität des Logos	17/18
8.	Visitenkarte	19/20
9.	Anwendung der Email Signatur	21/22



03

1. Vorwort

Neben einem kundenorientierten Angebot sowie optimalen Services und Dienstleistungen für Kunden, gehört ein professioneller, zukunftsorientierter Werbeauftritt zum erfolgreichen Marketing unserer Destination. Das Branding Book ist ein zentrales Element der Identität unseres Unternehmens und prägt das visuelle Erscheinungsbild. Zu einem erfolgreichen und abgestimmten Auftritt gehören Kontinuität und Wiedererkennbarkeit. Zudem haben wir einige Spielregeln zu den Farben, Typografie und dem Logo festgelegt.

Die Beispiele und Illustrationen sollen als Hilfestellungen gesehen werden und unsere gemeinsame Arbeit erleichtern. Die Richtlinien wurden so festgelegt, dass sie einfach und verständlich genutzt werden können. Die von uns verfassten Regelungen werden vom gesamten Team ROS verbindlich verwendet und haben grundsätzlich für alle internen und externen Auftritte Gültigkeit. Sollten Sie einmal nicht weiterwissen, melden Sie sich bei uns und wir räumen die Unwissenheit aus dem Weg.

In diesem Sinne viele Grüße im Namen des gesamten Teams.

Ihr ROS Team

05

2.Logo

2.1 -Wort und Bildmarke-

06

Das Logo von ROS (Reliable Object Storage) besteht aus dem Schriftzug ROS und dem Firmenzeichen eines Ross, einem männlichen Pferd. Das Signet ist als Markenzeichen unverwechselbar, da es einen optimalen Erkennungswert hat und optisch schnell erfassbar ist. Das Logo erregt Aufmerksamkeit durch die kalten Farben und der Platzierung, die verwendet wurde.

Wichtig

- ⌘ Das Logo darf auch ohne dem Wort ROS genützt werden.
- ⌘ Das Logo muss immer die vorerfassten Farben verwenden.
- ⌘ Das Logo steht frei und nie umrahmt.
- ⌘ Das Logo kann als Icon ohne Schrift verwendet werden.

Logo



Druckversion

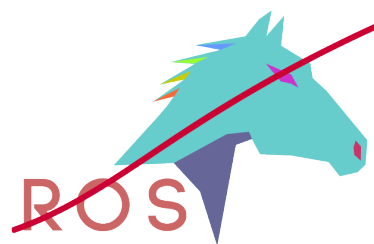
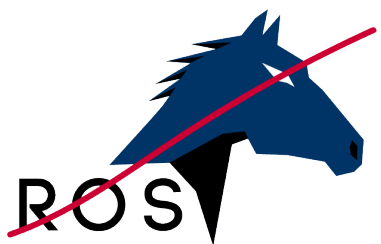
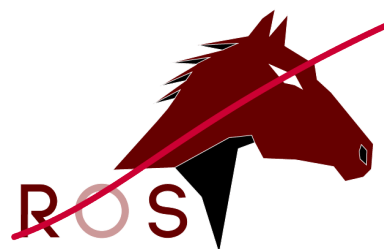
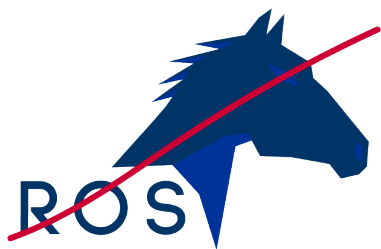


07

2.2 -Logo Verbote-

Die auf dieser Seite gezeigten Logos sollen die falsche Darstellung des Logos zeigen, die unter keinen Umständen erlaubt sind.

Das Logo darf strikt nur nach den Vorgaben verwendet werden und es dürfen auch keine Filter oder Effekte versehen werden. Für alle sonstigen Reproduktionen sind ausschließlich die offiziellen Originaldateien nach den offiziellen Regeln zu verwenden.



2.3 -Logo Platzierung-

08

Das Logo soll immer an einer Stelle platziert sein, wo es unverkennbar ist. Dazu finden Sie im unteren Teil der Seite ein Beispiel anhand von einem Testbeitrag, der auf keinem unserer Social Media Beiträgen basiert. Dieses Anwendungsprinzip soll nur der einheitlichen Verwendung als Beispiel dienen. Bei anderen Anwendungen, wie dem Projektantrag, soll das Logo in der Kopfleiste zu finden sein.



Muster Beitrag Instagram

Das Logo soll immer gleich dem Original sein.

09

3. Grundfarben des Logos

10

Das Farbschema von ROS im Logo besteht aus drei Grundfarben, die gemeinsam ein inspirierendes Bild für das Auge erzeugen. Ein Dunkelblau, ein angenehmes nicht zu grelles Hellblau und Schwarz. Die Farben zusammen ergeben ein harmonisches Zusammenspiel, das das Erkennungsmerkmal des Logos ergeben.



HEX:	#002C6B	#0044B2	#000000
RGB:	R: 0 G: 44 B:107	R: 0 G: 68 B: 178	R: 0 G: 0 B: 0
CMYK:	100, 59, 0, 58	100, 62, 0, 30	0, 0, 0, 100
Pantone:	648 C	2728 C	Black 6 C

An abstract graphic design featuring a large blue rectangle at the top, a vertical blue rectangle on the left, and a smaller dark blue rectangle overlapping the top of the vertical one. The number '11' is positioned in the top-left corner, with the first '1' in blue and the second '1' in white.

11

4. Grundfarben im Web

12

Das Farbschema von ROS im Web besteht aus drei Grundfarben, die gemeinsam ein inspirierendes Bild für das Auge erzeugen. Ein Dunkelblau, ein angenehmes nicht zu grelles Hellblau und ein helles Beige. Die Farben zusammen ergeben ein harmonisches Zusammenspiel, das das Erkennungsmerkmal ergibt.



HEX:	#002C6B	#0044B2	#eeeeee
RGB:	R: 0 G: 44 B:107	R: 0 G: 68 B: 178	R: 238 G: 238 B: 238
CMYK:	100, 59, 0, 58	100, 62, 0, 30	0, 0, 0,7
Pantone:	648 C	2728 C	663 C

13

5. Typografie von ROS

Montserrat ist eine Schriftart, die angenehm zu lesen ist. Harmonische Schwingungen in den einzelnen Buchstaben verdeutlichen die Leichtigkeit und das bequeme Lesen. Julieta Ulanovsky wollte das traditionelle Font retten, indem sie die einzigartigen Qualitäten der Form digitalisierte. Da in unserem Team auf Vereinheitlichung gesetzt wird, findet der Font überall außer bei unsere Logo Anwendung. Zusätzlich kann noch die Dicke auf SemiBold, Medium und Regular abgeändert werden.

Montserrat Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Montserrat Medium:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Montserrat SemiBold:

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

15

5. Typografie des Logos

16

Code ist eine Schriftart, die angenehm zu lesen ist.

Harmonische Rundungen in den einzelnen Buchstaben verdeutlichen die Leichtigkeit und das bequeme Lesen. Da in unserem Team auf Vereinheitlichung gesetzt wird, findet der Font bei unserer Logo Anwendung. Die Schrift ist nur mit Groß Buchstaben zu verwenden.

CODE BOLD REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

17

7. Proportionaliät des Logos

Wie zu sehen ist, besteht das Logo aus einem Schriftzug und einem Signet, welches in einem definierten Abstand zueinander stehen. Form und Farbe, sowohl auch die gewählten Proportionen dürfen nicht angepasst werden.

Sämtliche Anwendungen müssen unbedingt mit den Originaldateien erfolgen.



Wichtig

Rund um das Logo darf 1 cm Platz sein.

Originaldateien:

Im Falle einer Reproduktion, steht das Logo im Originalzustand, sowohl auch in einem Schwarz/Weiß-Format zur Verfügung.

Schutzzone um das Logo:

Damit das Logo in keiner Form an Wirkung einbüßt, gibt es eine Schutzzone. In den gewählten Abständen dürfen weder Bild- oder Textelemente platziert werden.

19

8. Visitenkarte

20

Das gewählte Format entspricht dem Standardformat von Bank- und Kreditkarten. Die Visitenkarte ist im Querformat und einseitig bedruckt.

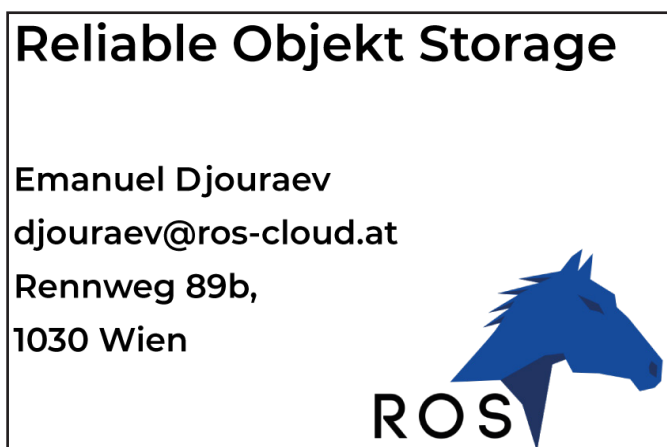
Der Inhalt umfasst eine E-Mail-Adresse, den Namen des jeweiligen Angestellten und die Unternehmensniederlassung.

Länge/Breite Visitenkarte Querformat: 85mm x 55mm

Größe des Logos: 51 mm x 36 mm

Grundschrift für den Inhalt: Montserrat SemiBold 12 pt

Überschrift: Montserrat SemiBold 15 pt



55 mm

85 mm

21

9. Anwendung der E-Mail Signatur

Die E-Mail-Signatur ist ein essenzieller Bestandteil der internen Qualität. Wie man deutlich erkennen kann ist das Logo auf der linken Seite platziert und jegliche Schrift rechts. Damit gewisse Informationen überall abrufbar sind, werden Daten wie der Firmenname, die URL der Website, eine E-Mail-Adresse und die Niederlassungsstelle mitgeliefert. Sowohl werden auch die einzelnen Social Media Auftritte angeführt.

Das Versenden von Firmenmails ohne Signatur ist untersagt. Da wir auf die Umwelt achten ist das Logo und der Text horizontal und nicht vertikal platziert, im Falle, dass die Mail gedruckt werden sollte wird das Papier sparsamer verwendet.

**RELIABLE OBJECT STORAGE**

E-Mail: team@ros-cloud.at

Website: ros-cloud.at

Adresse: Rennweg 89b, 1030 Wien





© Copyright 2020 - ROS-Cloud