

Brand Guidelines

IDENTITY MANUAL

An Overview

In diesem Dokument werden die Brand Identity und ihre Anwendungsformen aufgeführt. Für eine klare Markenkommunikation und einen starken Wiedererkennungswert müssen alle Designelemente stets richtig eingesetzt werden.

01.

Table of Contents

01

Contents

05

Font Pairings

02

Slogan

06

Image Guidelines

03

Brand Colours

07

Branding

04

Logo and Usage

02.

Slogan



We love you(r) data.

03.

Brand Colours

Primary Colours

Die Primärfarben des Unternehmens sind "Pumpkin Orange" und "Flash Purple", welche in einem hohen Kontrast zueinander stehen und dadurch sofort ins Auge stechen. Das Orange sorgt für eine freundliche und belebende Wirkung, während Violett in der Farbpsychologie für Kreativität steht.

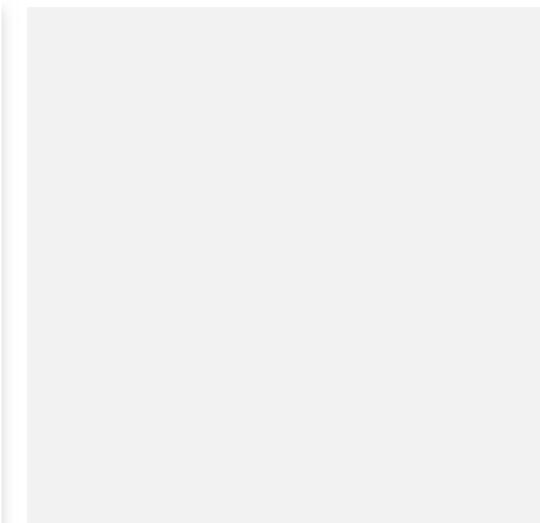
"Light Grey" wird als zusätzliche Primärfarbe verwendet um einen sanften und neutralen Ausgleich zu schaffen und dient deshalb hauptsächlich als Hintergrundfarbe.



Pumpkin Orange
F15A24



Flash Purple
9519FE

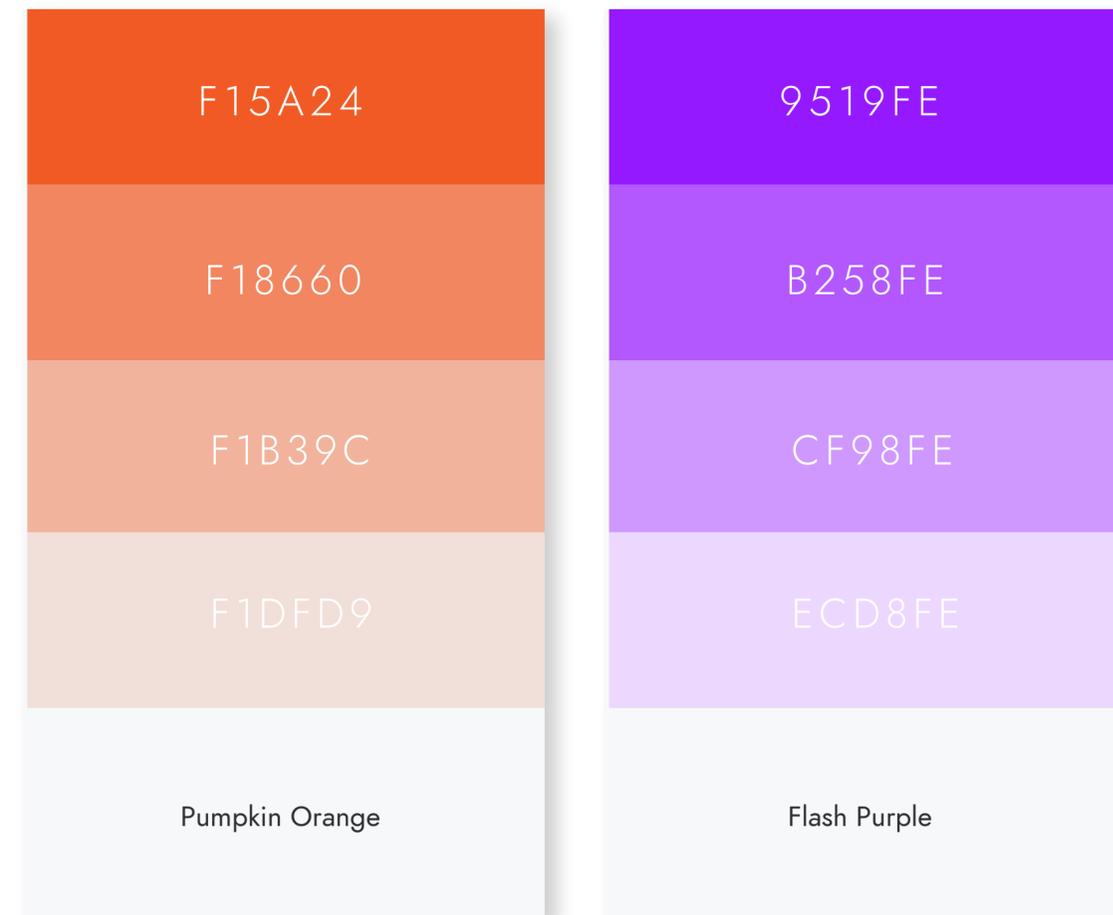


Light Grey
F2F2F2

Secondary Shades

Für mehr Gestaltungsmöglichkeiten ist eine monochromatische Farbdarstellung der beiden Primärfarben erlaubt. Die Farbschattierungen von "Pumpkin Orange" und "Flash Purple" sind links aufgeführt.

Durch die verschiedenen Kombinationen und Schattierungen ergibt sich ein auffallendes und modernes Erscheinungsbild.



Alternate Values

Eine erweiterte Farbpalette aus abgestimmten komplementär- und analog Farben ist ausnahmsweise gestattet.

Diese kommt zur Anwendung wenn erhöhte Aufmerksamkeit gefragt ist und die Primärfarben nicht ausreichen.

Ein Beispiel hierfür wären:

Hintergründe, Schriftfarben, Header, Icons, Illustrationen

Die Farben dürfen nur in festgelegten Kombinationen verwendet werden.

Turquoise
00A499

Midnight black
2C2C31

Pink Peony
BF0997

Mandarine
F99519

Grey Sky
CCCCCC

04.

Logo & Usage

Das Engage Logo

Das Icon im Logo, welches das erste „g“ im Wort Engage ersetzt, steht für eine Verbindung und suggeriert gleichzeitig Sicherheit durch die Ähnlichkeit zu einem Schloss.

Da der Firmenname (abgeleitet von dem Wort „Engagement“) übersetzt soviel bedeutet wie:

„Anstellung, Bindung, Verbundenheit, Einsatz“, ist eine klare, simple und dennoch kreative Symbolik gegeben, die sich von anderen Logos sehr gut absetzt und absolut eingängig ist.

Als Typo wurde eine schlichte und serifenlose Schrift gewählt, welche zur Branche passend für Weltoffenheit und Modernität steht und gut mit dem Icon harmoniert.



Logo Displays

Standardmäßig wird das Icon jedenfalls in "Pumpkin Orange" dargestellt.

Bei einem sehr bunten oder fotografischen Hintergrund kommt jedoch eine Darstellung in Graustufen zum Einsatz um stets eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten und keine unerwünschten Farbeffekte zu erzeugen.

Die Schrift wird je nach Hintergrund entweder in verschiedenen Farben dargestellt.

Heller Hintergrund: "Flash Purple"
Bunter Hintergrund: "Midnight Black"
Dunkler Hintergrund: "Light Grey"

The logo 'en@age' is displayed on a dark grey background. The '@' symbol is a stylized orange icon. The letters 'en' and 'age' are in white. In the background, there is a photograph of a desk with a keyboard, a notebook, and a pen.The logo 'en@age' is displayed on a dark grey background. The '@' symbol is a stylized grey icon. The letters 'en' and 'age' are in white. In the background, there is a photograph of a desk with a keyboard, a notebook, and a pen.The logo 'en@age' is displayed on a light wood-grain background. The '@' symbol is a stylized white icon. The letters 'en' and 'age' are in dark grey. In the background, there is a photograph of a hand pointing at a business chart on a wooden table.The logo 'en@age' is displayed on a light grey background. The '@' symbol is a stylized orange icon. The letters 'en' and 'age' are in purple.

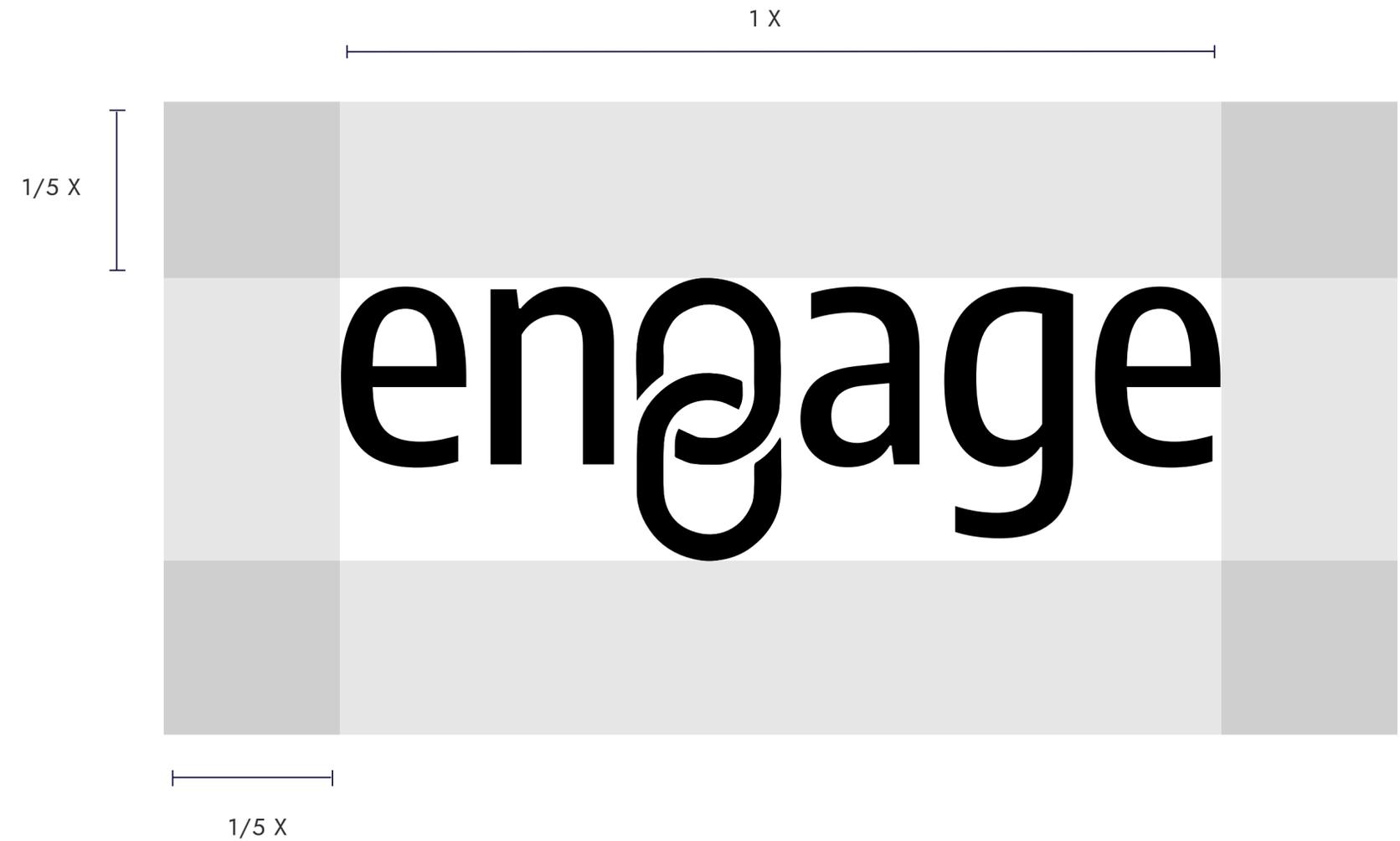
Social Media Presence

In den Social Media Kanälen gilt ein einheitliches Erscheinungsbild mit hohem Erkennungswert. Hier sollten in Profilbildern immer alle Primärfarben der Marke angewendet werden um erhöhte Aufmerksamkeit zu gewährleisten.



Minimum Logo Size

Die empfohlene Mindestdarstellungsgröße liegt bei 50px Breite, bei einem Schutzraum (Mindestabstand) von 1/5 Logobreite also 10px.

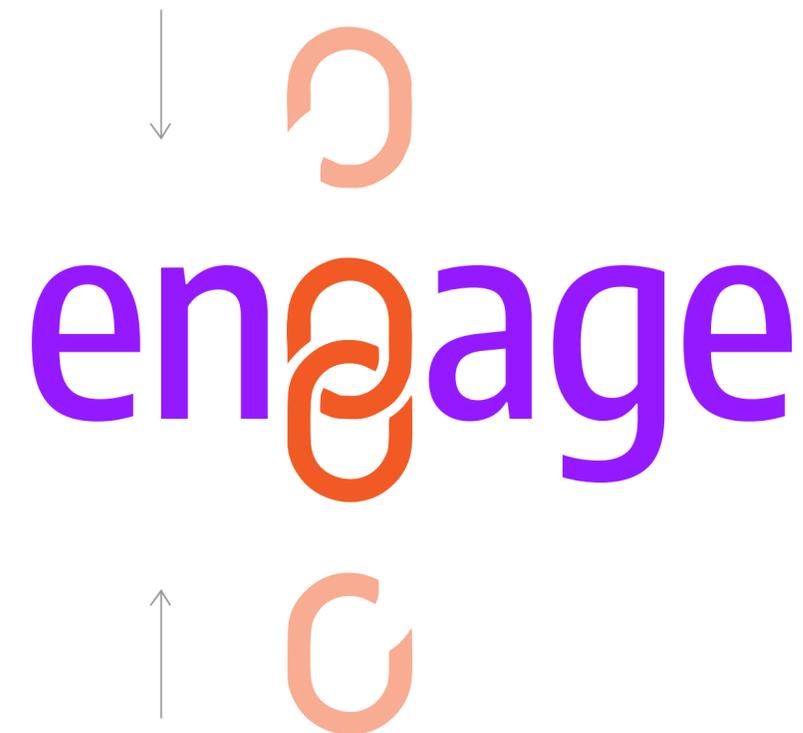


Motion

Logo

Bei einem bewegten Logo kommen die "Chain-Pieces" in Einzelteilen von oben und unten ins Bild und verbinden sich dann an ihrer Endposition zum "g".

Dadurch ergibt sich eine klare Symbolik, die das Konzept "Datensicherheit" unterstreicht.



05.

Font Pairings

Aa

Renner

Renner* ist eine Font für das digitale Zeitalter. Sie basiert auf der Arbeit von Paul Renner, dem Designer von Futura.

Durch ihre klare Linienführung ist sie gut lesbar und zeugt von Modernität und Selbstbewusstsein.

Bei Engage findet sie ihren Einsatz in Untertiteln und Akzenten in Medium, im Fließtext in Light, sowie in Überschriften in Black.

Light

Light italic

Medium

Medium italic

Black

Black italic

Aa

Encode Sans

Die Encode Sans Font ist eine San-Serif Superfamily, mit einer Lösung für jede typographische Herausforderung. Einzigartig durch ihr freundliches, aber praktisches Erscheinungsbild.

Ursprünglich designed von Pablo Impallari und Andres Torresi, verfeinert von Jacques Le Bailly und upgraded als variable Font von Stephen Nixon and Marc Foley.

Sie ist die Logo-Font von Engage und damit auch die standard Headerfont.
Im Logo wird die Condensed Medium verwendet.

Thin

Condensed Thin

Condensed Regular

Regular

Condensed Medium

Black

Typographic Scale

Überschriften werden stets in Encode Sans geschrieben, während Untertitel und Akzente in Renner Black gesetzt werden.

Fließtext wird stets in Renner geschrieben. Hier ist eine Variation zwischen Renner Light, Medium und Italic erlaubt.

Der Zeilenabstand sollte proportional zur Font gewählt werden das Mindestmaß (links) nicht unterschreiten.

Header 1

152px - Line height 152px

Header 2

96px - Line height 104px

Header 3

64px - Line height 72px

H4

36px - Line height 48px

H5

24px - Line height 32px

H6

16px - Line height 24px

Paragraph

16px - Line height 24px

Footer

12px - Line height 16px

Header

Untertitel - Lorem Ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam era

Header

Untertitel - Lorem Ipsum dolor

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam era

06.

Image Guidelines

01

Bright & friendly

Fotos und Grafiken sollten generell hell und freundlich gewählt werden. Viel Weißraum und Lichteinfall, sowie bunte Farben runden das moderne und offene Erscheinungsbild der Marke ab.

Die Kontraste dürfen hier ruhig auch mal etwas stärker sein.

Nicht gewollt sind zu dunkle Bilder und sehr schwache Kontraste. Ebenso sollte stets darauf geachtet werden, dass zu aggressive Farben sich mit dem bunten und freundlichen Image der Marke nicht vertragen.



02

Grafiken & Icons

Durch das Icon im Logo und den Bezug zur Technik, bieten sich Grafiken und Illustrationen, sowie die Verwendung von Icons an.

Hierbei sollte wieder darauf geachtet werden, nicht so seriöse und eintönige Grafiken zu verwenden, sondern bunte und freundliche Farben, sowie runde Formen.



07.

Branding

Modern & Auffallend

Diese Beispiele zeigen, wie das Branding der Marke Engage aussehen könnte.



**vielen
Dank!**