

BÜCHER
FASS

unabhängig und persönlich

CORPORATE DESIGN Guidelines

20. August 2024



Inhalt

- 3** Farbspezifikationen
- 4** Logo
- 5** Logo Positionierung
- 6** Logo Farbvarianten
- 7** Logo «Dont's»
- 8** Schrift
- 9** Schrift Hierarchien
- 10** Schrift Umgang Titel
- 11** Anwendungsbeispiele
- 12** Beschriftung

Farbspezifikationen

Farbwelt

Nicht zu gesättigte, eher gedämpfte, warme Farben.

Primärfarben

Grundfarben, die wann immer möglich verwendet werden. In der Regel finden sich diese Farben auch im Logo wieder.

Sekundärfarben

Zusatzfarben zur Erweiterung der Gestaltungsmöglichkeiten.

Papaya Orange

Print

Pantone 136 U / 150 C
CMYK 0 / 40 / 77 / 0

Online und gängige
MS Office Anwendungen
HEX #feb259

Ink Blue

Print

Pantone 534 U / C
CMYK 80 / 66 / 36 20

Online und gängige
MS Office Anwendungen
HEX #45506e

Turtle Green

Print

Pantone 7494 U / C
CMYK 35 / 5 / 45 / 15

Online und gängige
MS Office Anwendungen
HEX #9aae87

Warm Coral

Print

Pantone 7416 U / C
CMYK 0 / 70 / 70 / 0

Online und gängige
MS Office Anwendungen
HEX e86851

Logo



Standard Logo

Primär wird das Logo mit Slogan eingesetzt.

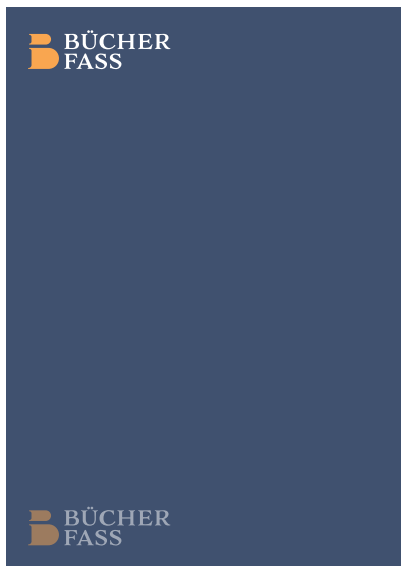


Logo small

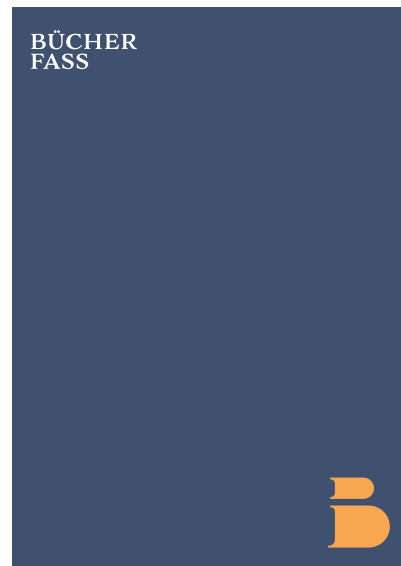
Für Anwendungen unter 14 mm Höhe steht ein extra Logo ohne Slogan zur Verfügung.

Logo Positionierung

Das Logo wird vorzugsweise **linksbündig** platziert.



Es darf auch auseinander genommen werden. Dann wird das «B»-Element **in doppelter Grösse unten rechts ...**



... oder noch grösser zentriert platziert.



Das «B»-Element darf auch ohne den Schriftzug eingesetzt werden. Der Schriftzug jedoch nicht ohne das «B».



Logo Farbvarianten



Standard Farbanwendungen

Das Logo kann sowohl positiv (auf Weiss) wie auch negativ auf dunkelblauem Hintergrund eingesetzt werden.

Für vollflächige Einsätze, wie beispielsweise bei einem Cover empfiehlt sich die Anwendung in negativ.

Die 1-farbig schwarze Variante des Logos steht für Ausnahmefälle zur Verfügung.

Erweiterte Farbanwendungen

Auf hellem, farbigem Hintergrund wird das Logo in **negativ weiss** verwendet.

Logo «Dont's»



Proportionen verändern



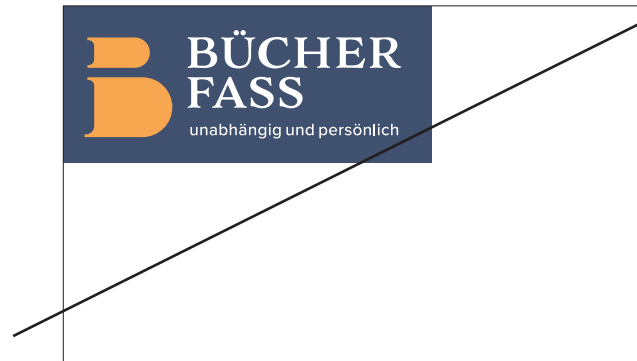
rotieren



Schwarz auf farbigem Hintergrund



Schriftzug ohne «B»-Element



Negativ-Logo auf weissem Hintergrund

Schrift

Proxima Nova ist die BücherFass-Hausschrift für alle Online- und Print-Werbemittel. Sie wird in den drei Schriftschnitten Regular, Medium und Bold verwendet.

Für eine nahbare, gut lesbare und warme Anmutung wird vorwiegend Gross-/Kleinschreibung verwendet und **VERSALSATZ** (Grossbuchstaben) nur optional für Titel und gezielt für die Stärkung und besondere Hervorhebung des **BÜCHERFASS-SORTIMENTS** eingesetzt.

Proxima Nova ist ein Google Font. Google Fonts sind kostenlos und können für jedes Projekt lizenzfrei genutzt werden. <https://fonts.google.com/>

Proxima Nova

Proxima Nova, Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!@#\$%^&*)1234567890

Proxima Nova, Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!@#\$%^&*)1234567890

Proxima Nova, Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
!@#\$%^&*)1234567890

Schrift Hierarchien

Generell wird der Text als Flattersatz gesetzt und linksbündig ausgerichtet.

- 1a** **Headline**
Proxima Nova, Bold
Enger Zeilenabstand
- 1b** **Optional VERSAL**
Wenn es KEINE Subline gibt, wird die Headline NICHT VERSAL gesetzt.
- 2** **Subline**
Proxima Nova, Regular
Gleiche Schriftgrösse wie Headline
- 3** **Lead**
Proxima Nova, Medium
deutlich grösser als Fliesstext
- 4** **Fliesstext**
Proxima Nova, Regular
Grosser Zeilenabstand
- 5** **Zwischentitel**
Proxima Nova, Bold
Gleiche Schriftgrösse wie Fliesstext
- 6** **Auszeichnung**
Proxima Nova, Bold
Darf auch Bunt.
Pro Layout eine Farbe.
Sonst wird es zu wild.

1a **HEADLINE +**
SORTIMENT
2 **Subline**

3 Leadtext weit hinter den Wortbergen, fern der Länder
Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte.
Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der
Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans.

4 Fliesstext ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den
nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in
den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte
beherrscht – ein geradezu unorthographisches Leben.

5 **Zwischentitel**
Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus
zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele
von bösen Kommata, wilden **Textauszeichnungen** und hinterhältigen Semikoli, doch das
Blindtextchen ließ sich nicht beirren.

6

1b **Headline**
ohne
Subline

Schrift
Umgang Titel

Lesung Haruki Murakami

Donnerstag, 13. Mai 2023

Headlines und Zwischentitel werden vorzugsweise in zwei oder sogar drei Zeilen unterteilt, anstatt sie in einer langen Zeile zu halten. Dies hilft, eine kompakte Leseinheit zu schaffen.

Headlines dürfen auch mal bunt sein.
Müssen aber nicht.

Lesung Haruki Murakami

Donnerstag, 13. Mai 2023

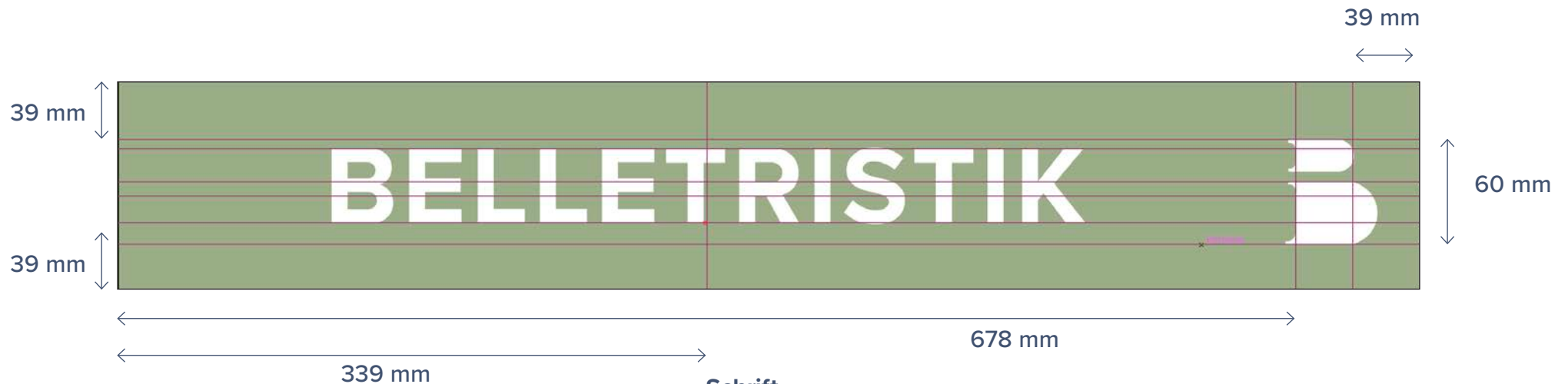
Headlines und Zwischentitel werden vorzugsweise in zwei oder sogar drei Zeilen unterteilt, anstatt sie in einer langen Zeile zu halten. Dies hilft, eine kompakte Leseinheit zu schaffen.

Headlines dürfen auch mal bunt sein.
Müssen aber nicht.

Anwendungsbeispiele



Regalbeschriftungen
750 x 120 mm



Schrift

Proxima Nova, bold

Schriftgrösse: 180 pt

Grossbuchstaben

Laufweite: optisch 40

Zentriert auf der Mittelachse bei 339 mm

REISEN / LANDKARTEN

Ausnahme für lange Begriffe

Zentriert auf der Mittelachse bei 375 mm,

Das Logo-Element «B» fällt weg

