ausgabe 2/2014

büroprofi
corporate design

das logo
die schriften
die farben
die grafik
umsetzungsbeispiele

büroprofi

büroprofi Deutschland – Zentrale
Tel +49.(0)5132.8646.0
31275 Lehrte/Ahlten Im Kleifeld 28
info@bueroprofi-deutschland.de
www.bueroprofi-deutschland.de
Fax +49.(0)5132.8646.400

Die Meinung Ihrer Kunden über Sie ist steuerbar.

corporate image

Das Corporate Image definiert das Bild
und die Wirkung eines Unternehmens
nach innen und nach außen.

Es ist in Verbindung mit der
Corporate Identity (zu der Corporate Design zählt)
eine Strategie, dessen Ziel es ist,
das Bild Ihres Unternehmens bei Ihrer
Zielgruppe zu beeinflussen.

Jede Entscheidung Ihres Unternehmens
sollte auf das gewünschte Corporate Image
ausgerichtet sein.

So beeinflusst jede Rechnung,
jede E-Mail und jede Anzeige, die Sie an
Ihren Kunden versenden, das Bild
welches dieser von Ihnen hat.

Ein positives oder negatives Bild kann
auch einiges zur Entscheidungsfindung
bei der Vergabe von Aufträgen beitragen.

Zugangsdaten interner Bereich:
www.bueroprofi-deutschland.de

Benutzername: .....

Passwort: .....

3 teile 1 design

Im büroprofi Design gehören drei Teile zu einem vollständigen und kampagnenorienterten Design:
Das büroprofi-Logo, der büroprofi-Slogan, das büroprofi-Motiv.

1

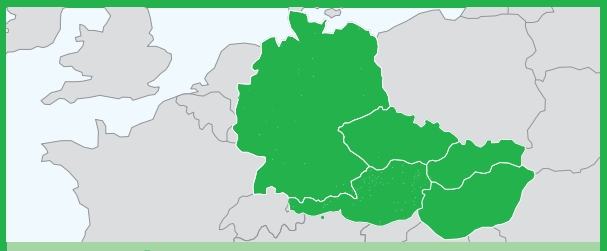
büroprofi

2

der profi fürs büro
persönlich & online

3

ihre stärken als büroprofi



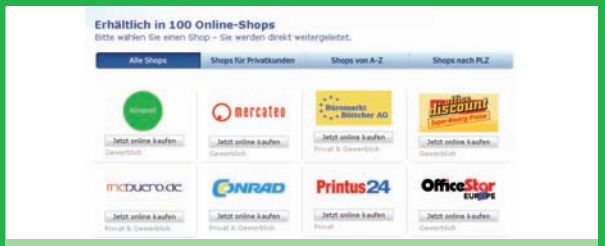
gemeinsam stark

Die Marktpräsenz von büroprofi steigt stetig mit der wachsenden Mitgliederzahl. Über 140 büroprofi Partner im deutschsprachigen Raum dokumentieren dies deutlich und setzen damit auch ein Zeichen für die Industrie.
Der einzelne Partner kann allerdings vor Ort schnell durch Kundennähe und regionale Präsenz reagieren.

büroprofi

gemeinsame kampagnen

In Ihrer Region befinden sich schon mehrere büroprofis? Warum starten Sie dann nicht eine gemeinsame Imagekampagne. Durch das gemeinsame Corporate Design ist dies problemlos möglich und kann Ihre Marketingkosten senken. Ihre büroprofi Marketingabteilung setzt Layouts und CD für Sie um. Das spart Ihnen viel Zeit und zusätzliche Kosten.



mit den globals auf augenhöhe

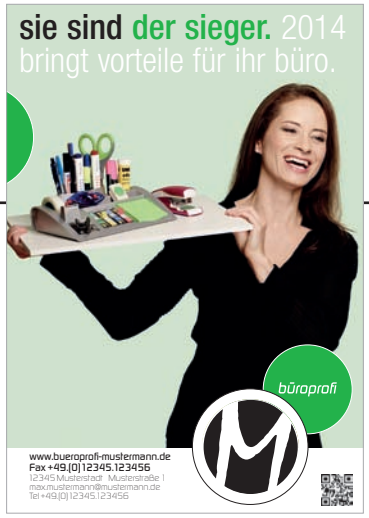
Durch Tools wie dem büroprofi Onlineshop und ihrer regionalen Präsenz sind Sie für Hersteller und Kunden ein respektabler Mitbewerber zum Global Player.

stetige weiterentwicklung

Ihre büroprofi Zentrale entwickelt für Sie neue Konzepte und setzt Projekte für Sie um. Sie profitieren von der Stärke und der Dynamik des Netzwerkes.

büroprofi motive

Unsere Motive
sollen sowohl uns,
als auch unsere
Kunden repräsentieren –
Sie sind „Wie du und ich!“



Beispiel Standard-Motive: Hauptkatalog 2014 Österreich

Hauptkatalog 2014 Deutschland

Beispiel individuelle Motive:
**Mehr Wirkung geht nicht!
Sie als unverwechselbares
Kampagnenmotiv.**

Individuelles Cover Österreich

Individuelles Cover Deutschland

Einfach unverwechselbar!

warum
corporate design

Unternehmenserscheinung beschreibt das einheitliche und gestalterische Erscheinungsbild eines Unternehmens.

Von einem einheitlichen Erscheinungsbild profitiert jeder, der es nutzt.

Weshalb setzt büroprofi auf eine gemeinsame Kampagne?

Jedes Unternehmen muss sich heute am Markt und an den Kundenwünschen orientieren.

Die Zielgruppe mag überschaubar oder global sein. Wer die Zeichen der Zeit nicht erkennt, verliert den Anschluss. Egal ob als Großkonzern, mittelständisches Unternehmen oder als Kleinstbetrieb. Zu erfolgreicher Führung zählt in den umkämpften Märkten von heute eine klare Vorstellung von Signalen, die für Identität und eine deutliche Positionierung stehen.

Unsere büroprofi Kampagne setzt auf ein auffälliges Layout, eine starke Dachmarke und den prägnanten Slogan „der profi fürs büro“. Diese Kampagnenbestandteile stärken die Wahrnehmung am Markt und erhöhen die Wiedererkennung bei Ihren Zielkunden.

Damit Ihre Kunden wissen, wer Sie sind, was Sie bieten und warum Sie unvergleichbar sind!

Weshalb ist es gut das gemeinsame büroprofi Layout einzusetzen?

Eine klar definierte Unternehmens- und Marketing-Strategie ist die Basis für Ihre Wirkung im Markt. Beide Strategien bauen für Sie ein gegenüber dem Wettbewerb differenziertes Firmenbild auf und stellen Ihren Mehrwert für Ihre Kunden heraus.

Ein überzeugender, mit Logo, Bild und Slogan unterstützter Auftritt, schafft Vertrauen, beeinflusst das Image und erhöht die Wiedererkennung. Unser gemeinsamer Marktauftritt und das büroprofi Corporate Design dienen allen angesprochenen Marktteilnehmern als Wiedererkennung.

Welche Chance haben Sie mit unserer Wort-Bild Marke büroprofi?

Unser büroprofi Logo steht für eine internationale Partnerschaft, die den Mitgliedern die Kontur und Schlagkraft eines Global Players ermöglicht.

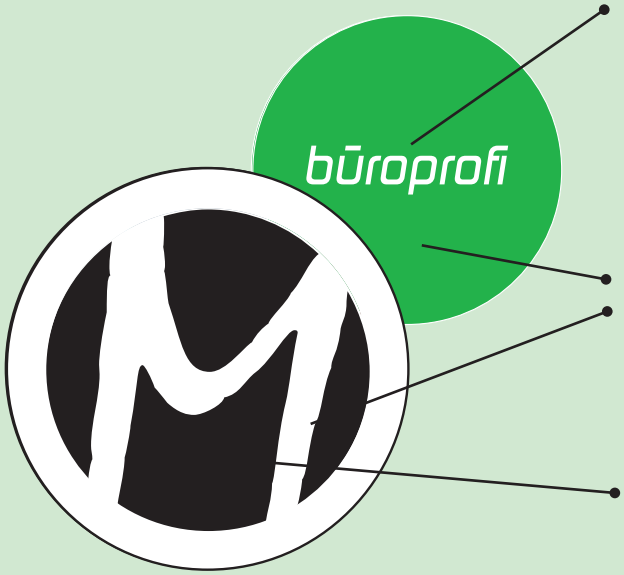
Jeder aktive Einsatz des Logos in der Kommunikation mit Ihren Kunden verstärkt die positive Wahrnehmung zu büroprofi und der damit verbundenen Stärke des einzelnen Mitglieds.

Wie können Sie das büroprofi Corporate Design professionell umsetzen?

Ab der Seite 24 können Sie die einzelnen Designelemente genau ablesen. So ist es leichter in der büroprofi-Linie zu bleiben. Bei Fragen oder Wünschen steht Ihnen die büroprofi-Zentrale gerne zur Verfügung.

büroprofi logo

Der Grundgedanke des Logos ist die Kombination eines individuellen Logos des einzelnen Mitglieds mit dem einheiltichen Erscheinungsbild einer ganzen Gruppe. Das Fachhandelslogo steht dabei im Vordergrund.



büroprofi marke

Der grüne Kreis ist ausschließlich der Markendarstellung büroprofi vorbehalten. Dies ist für eine einheitliche Darstellung unumgänglich.

farben

Die Farben des büroprofi Logos sind unveränderlich.
Die Farbdefinitionen finden Sie auf Seite 12.

fachhandelsmarke

Hier wird das Logo des büroprofi-Partners dargestellt.

Um das bestehende Fachhandelslogo weiterzuführen, sind hier Schriftarten und Logos alternativ zum büroprofi Design möglich.

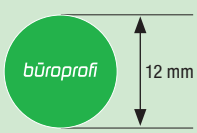
Grundsätzlich gilt - das Logo darf NICHT verändert werden!

Eingetragene Wort-Bildmarke im HABM (Amt der Europäischen Union).
Lizenznummer: 005770425

büroprofi logo varianten

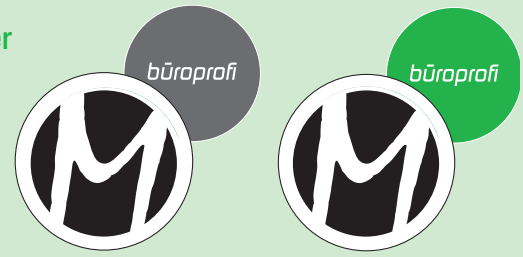
Die Wahl der verwendeten Logo-Varante ist frei. Grundsätzlich sollte aber die Fachhändlerversion aufgrund des regionalen Bezuges und der Wiedererkennung bevorzugt werden.

Das Logo sollte nicht kleiner als 12 mm verwendet werden.



logo neutral

logo fachhändler



anwendungs-
beispiele

integration Ihres logos in das büroprofi-design

Unsere Werbemedien wie „Imagebroschüre“, Mailings, „profi-tipps“ und der „Hauptkatalog“ bieten Ihnen die Möglichkeit Ihren Händlereindruck in das Layout zu integrieren.

Der Eindruck erfolgt einfarbig schwarz. Ihr Logo wird in den weißen Kreis des büroprofi-Logos integriert.

Zusätzlich werden unten links Ihre Kontaktdaten dargestellt.

Version Österreich:

www.musterpartner.bueroprofi.at
max.mustermann@mustermann.at
Tel +43.(0)1234.123456
Fax +43.(0)1234.123456
A-12345 Musterstadt Musterstraße 1

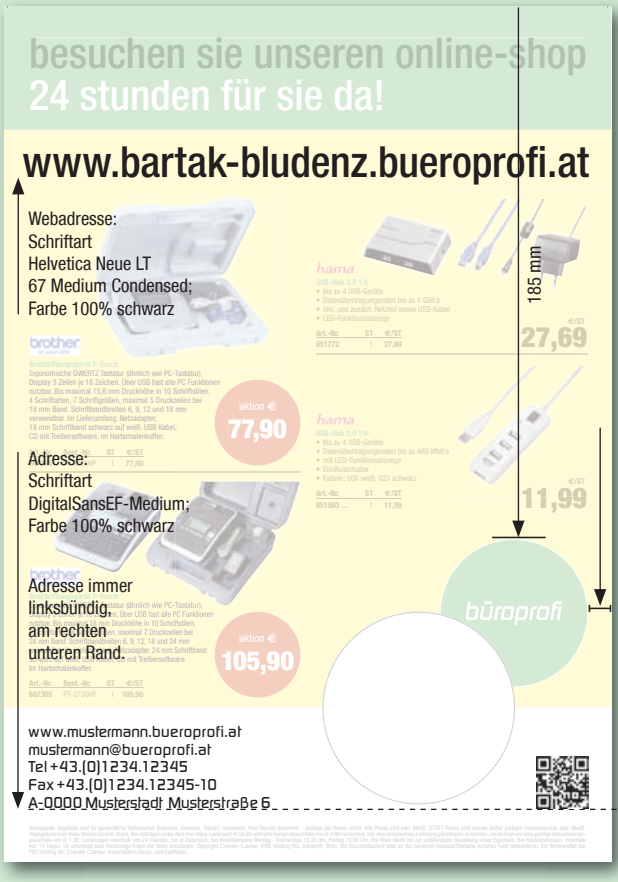
Version Deutschland:

www.bueroprofi-mustermann.de
max.mustermann@mustermann.de
Tel +49.(0)1234.123456
Fax +49.(0)1234.123456
D-12345 Musterstadt Musterstraße 1

Eindruck Katalog Ö+D

Eindruck Prospekte Deutschland

Eindruck Prospekte Österreich



büroprofi
schriften

Die Schriften sind Helvetica Neue LT Condensed in seinen Schriftschnitten und Digital Sans EF light und medium.

Das ist Helvetica Neue 57 Condensed
Das ist Helvetica Neue 67 Medium Condensed

Das ist DigitalSansEF-Light
Das ist DigitalSansEF-Medium

schriftnutzung

Überschriften: werden immer klein geschrieben und setzen sich aus mehreren Farben (grün, schwarz, grau oder weiß) zusammen. Die Trennung nach Farben sollte sinngemäß erfolgen, aber nicht zu bunt werden.

Die Schrifttypen können je nach Bedarf eingesetzt werden. Grundsätzlich wird die Digital Sans sparsam und nur für wichtige Bereiche und Überschriften verwendet, wobei die Helvetica Neue LT frei eingesetzt werden kann.

Alternativschrift:
Für interne Anwendung und Web-Shop kann die Schrift „Arial“ als Alternativschrift verwendet werden.

fließtexte

Imagetexte und lange Fließtexte werden in Textblöcken dargestellt. Es ist dabei darauf zu achten, dass ausreichend Freiraum auf der Seite gegeben ist. Ein linksbündiger Flattersatz sollte bei längeren Fließtexten bevorzugt werden.

Dies ist ein Mustertext:
Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstabenhausen an der Küste des Semantik.

anwendungs-beispiele

büroprofi
farben

Diese Farben können miteinander kombiniert werden. Dabei ist auf das optische Überwiegen der Logofarbe grün zu achten. Die anderen Farben sollen lediglich Highlights setzen oder Informationen hervorheben.

primär - für den Druck

grün
= 80c 100y (4-Farb-Druck)
= HKS 60K (Sonderfarbe)
= Pantone 362C (Sonderfarbe)

hellgrün
= 18c 4m 22y (4-Farb-Druck)

weiß
= 0k (4-Farb-Druck)

schwarz
= 100k (4-Farb-Druck)

gelb
= 100y (4-Farb-Druck)

Erklärung: Die Abkürzung CMYK steht für die drei Farbbestandteile Cyan, Magenta, Yellow und den Schwarzanteil Key als Farbtiefe.

primär - für den Webbereich/PC-Anwendungen RGB

grün
= R41 G162 B46 (RGB)

hellgrün
= R219 G231 B209 (RGB)

Erklärung: Dieser Farbraum basiert im Prinzip auf der Dreifarbentheorie. (RGB = Rot, Grün und Blau)

anwendungs-beispiele

büroprofi
grafik

Grafiken und Rahmen können helfen, um Informationen hervorzuheben und zu strukturieren.

Um eine Seite damit nicht zu überfrachten, muss jedoch immer das gesamte Gestaltungsbild im Auge behalten werden.

Pro Seite sind nicht mehr als zwei Grafikelemente zu empfehlen. Diese sollten farblich aufeinander abgestimmt sein.

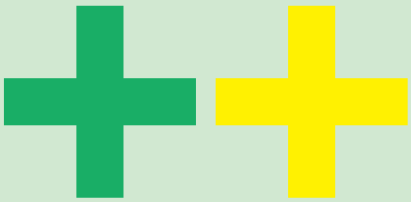
kreise

Preise oder Hinweise können in einem büroprofi-Kreis dargestellt werden.

Weiteres Zubehör finden Sie in unserem Online-Shop und im Katalog.

aktion € 29,99

aktion € 0,69 statt € ~~0,79~~



plus

Es steht für die Vorteile, die büroprofi Kunden genießen.

freiraum lassen

Mindestens 5 mm bis zum Rand, denn das wirkt nicht so erdrückend.

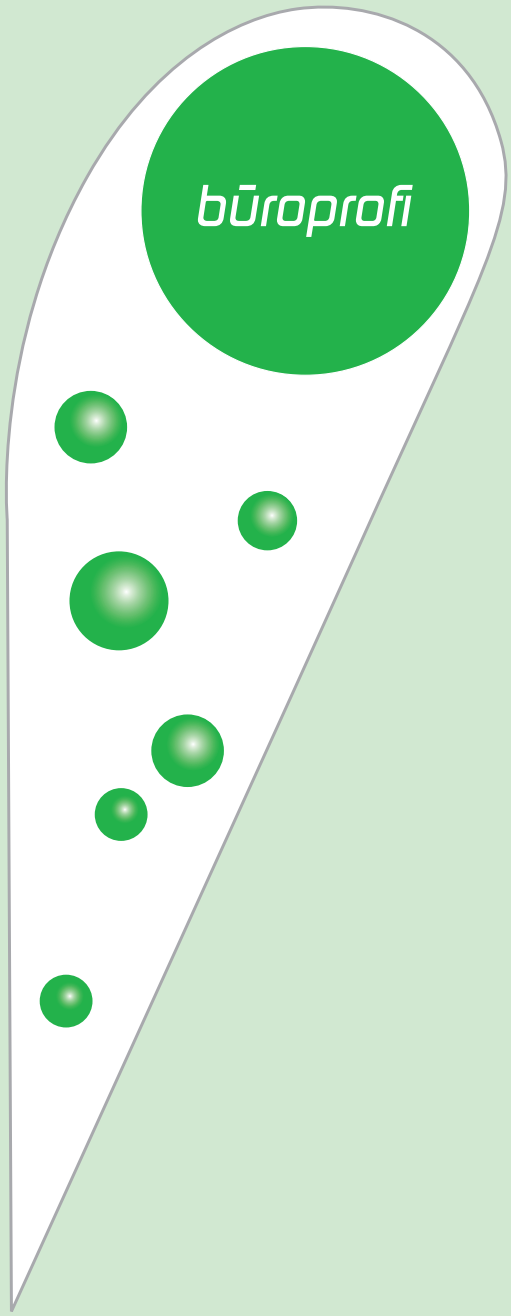
persönlich & online
ihr corporate-design soll wiedererkennbar sein.

büroprofi
werbemittel

büroprofi
werbemittel

highlights

Diese können als Gestaltungsmittel und Raumfüller verwendet werden. Sie sind nur sparsam einzusetzen, damit sie ein Werbemedium nie dominieren. Die Highlights werden nur ohne Kampagnenfoto einsetzt.



anwendungs-beispiele

Individuelle Anpassung erfolgt nach Absprache.

büroprofi
prospekte

1 firmenlogo
Doppellogo, NEU! QR-Code, Kontaktdaten unten rechts.

2 titelmotiv / gültigkeit
Kurzzeitprospekte:
Für jede Ausgabe wird ein neues Motiv ausgewählt.
Die Gültigkeit der Ausgabe wird oben links abgebildet.

3 titelblatt
Kurzzeitprospekte: Wechselnder Farbkreis links, Hintergrund links immer gelb, rechte Seite immer grün hinterlegt.
Jahresprospekte: Wechselnder Farbkreis links, wechselnde Hintergrundfarbe links, rechte Seite immer gelb hinterlegt.

4 texte
Überschriften immer klein geschrieben.
Farbe links schwarz, rechts grün.

5 hinweisfeld
Grüne Schrift auf weißem Feld mit runden Kanten.

6 angebotsfelder
Horizontal - ohne Trennlinie,
Vertikal - Trennung durch weiße Linie.

7 kopf rückseite
Grüner Hintergrund, mit Hinweis auf den Online-Shop.

8 aktion + / mehr für ihr geld!
Aktionen mit Zugaben werden auf grünem Hintergrund gezeigt.
Zusätzlich werden diese Aktionen mit einem gelben Kreis mit grüner Schrift hervorgehoben.

9 hinweise zu produkten
Allgemeine Informationen und Hinweise werden in einem weißen Feld, grün umrandet, mit grüner Schrift abgebildet.

10 hinweis rechtstext
Der Rechtstext mit allen wichtigen Hinweisen wird auf der letzten Seite unten angeführt.

---

produktionsart
Deutschland
Rollen-Offset: hier wird nachträglich der Firmeneindruck auf den bereits fertig produzierten Folder gedruckt.
Österreich
Bogen-Offset: hier wird der Eindruck direkt bei der Produktion eingedruckt.

produktionsbedingte abweichungen
Deutschland: einseitiger Firmeneindruck.
Österreich: zweiseitiger Firmeneindruck.

Titel

Rückseite Deutschland

anwendungs-beispiele

Rückseite Österreich

büroprofi
werbemedien

aktion €

Die Farbgebung der Preiseinblender wird immer im roten Kreis und mit weißer Schrift dargestellt.

aktion €
29,99

ACHTUNG:
Grüne Kreise werden ausschließlich für büroprofi-Logos verwendet!

neue produkte

Neue Produkte werden in roter Schriftfarbe und klein geschrieben gekennzeichnet.

neu!

Aktion+ mehr für ihr geld!

Bei Artikeln mit Gratisprodukten gibt es die Aktion+. Diese Aktionen werden immer auf grünem Hintergrund gesetzt. Zusätzlich wird die Aktion mit einem gelben Kreis mit grüner Schrift gekennzeichnet.

anwendungs-beispiele

büroprofi
online

Ihre Website ist für Sie die wichtigste Unternehmenspräsentation und Werbung im Internet. Internet ist unser Schaufenster Online. Wir haben meist nur eine Chance für den ersten „guten“ Eindruck.

Daher hier die wichtigsten Punkte für einen gelungenen Internetauftritt:
- Gutes - klares Auftreten der Startseite
- Übersichtliche Navigation
- Interessante Inhalte
- Klar strukturierter Aufbau

Deshalb empfehlen wir:
Präsentieren Sie Ihre Serviceleistungen und Ihr Unternehmensprofil auf der Startseite. Bilder von Ihrem Standort und Ihren Mitarbeitern finden unter Kontaktdaten und Team den passenden Platz. Von Animationen, die sich immer wiederholen, raten wir ab, da diese regelmäßige Besucher langweilen können und neuen Nutzern zu lange dauern könnten.

gestaltungsvorgaben

Im Internet gilt ebenfalls das büroprofi Corporate Design. Für Fragen und Details wenden Sie sich bitte an Ihre büroprofi-Zentrale.

Bei individuellen Websites ist immer das Doppellogo zu verwenden.

werbebanner

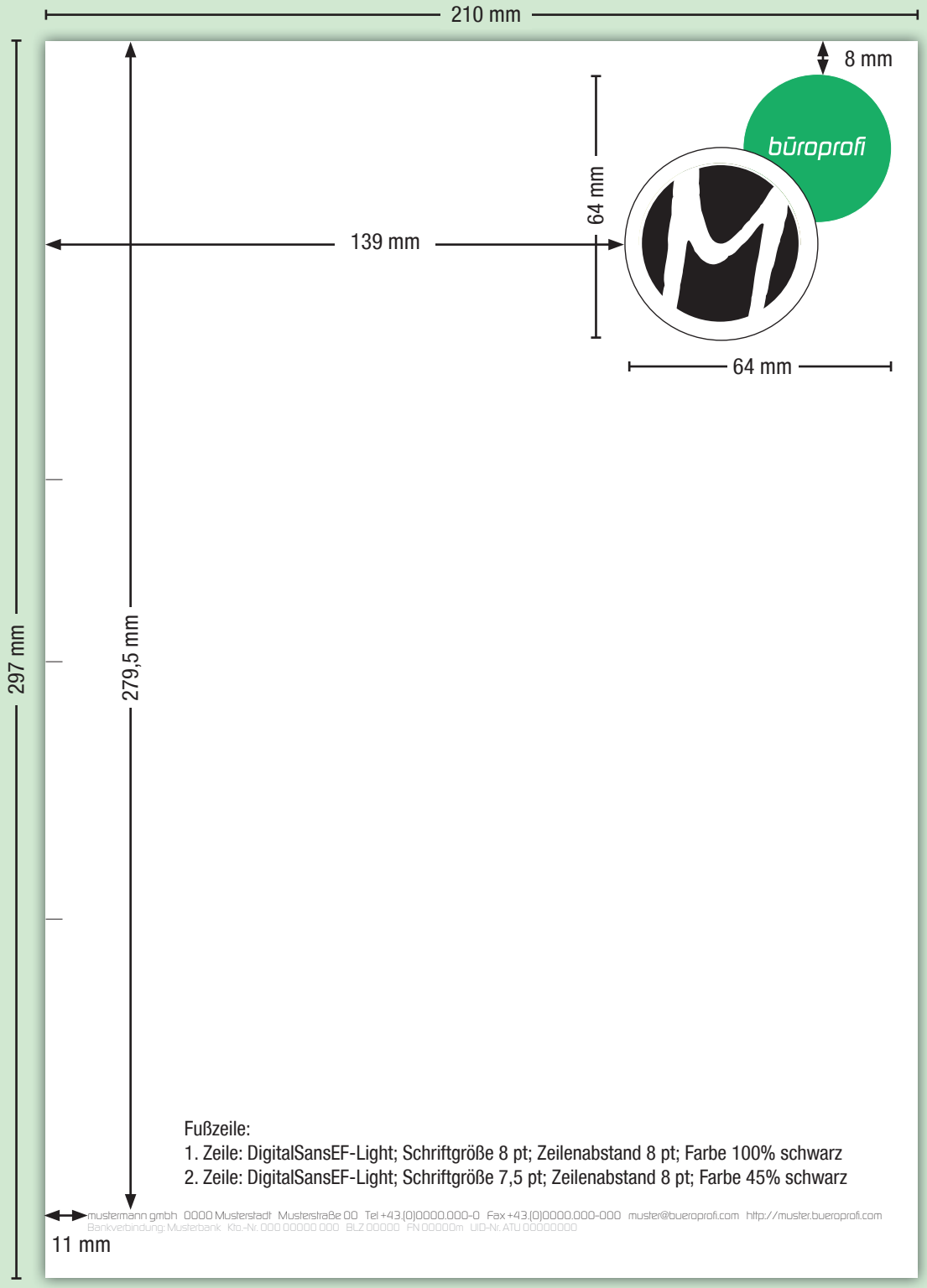
Benötigte Bildvorlagen stellen wir Ihnen gern zur Verfügung.

anwendungs-
beispiele

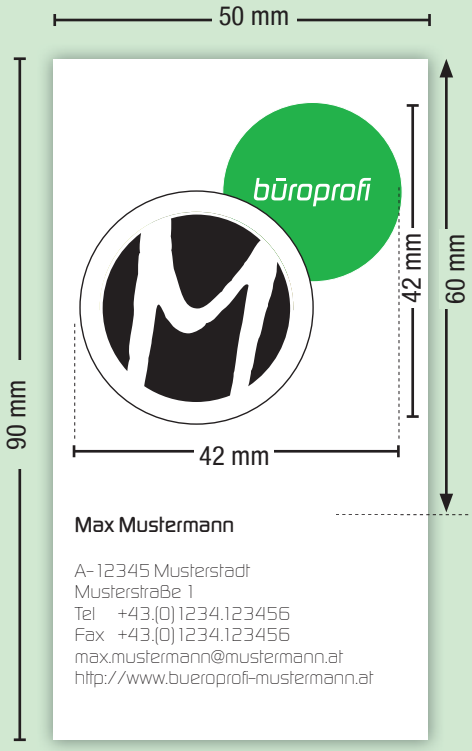
Individuelle Websites:

Signatur:

A4 briefpapier
abmessung

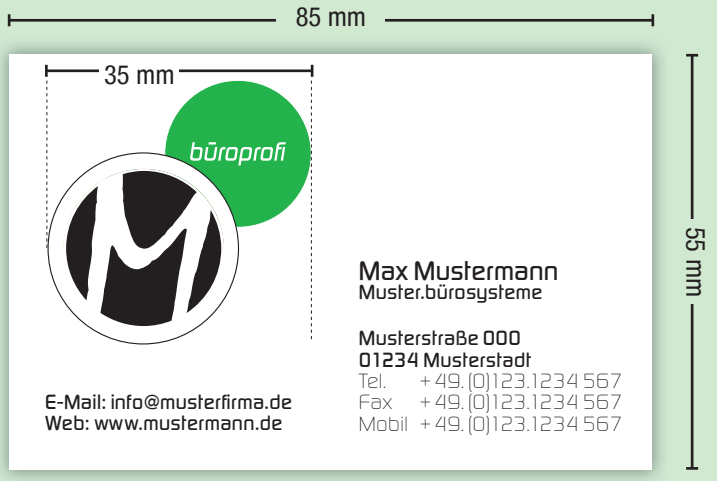


visitenkarten
abmessung



Text:
Name:
DigitalSans EF Medium;
Schriftgröße 10,5 pt;
Farbe 100% schwarz

Adresse etc:
Über der Adresse
steht eine Leerzeile.
Dannach Text in
DigitalSans EF-light;
Schriftgröße 8 pt;
Zeilenabstand 9 pt;
Farbe 100% schwarz

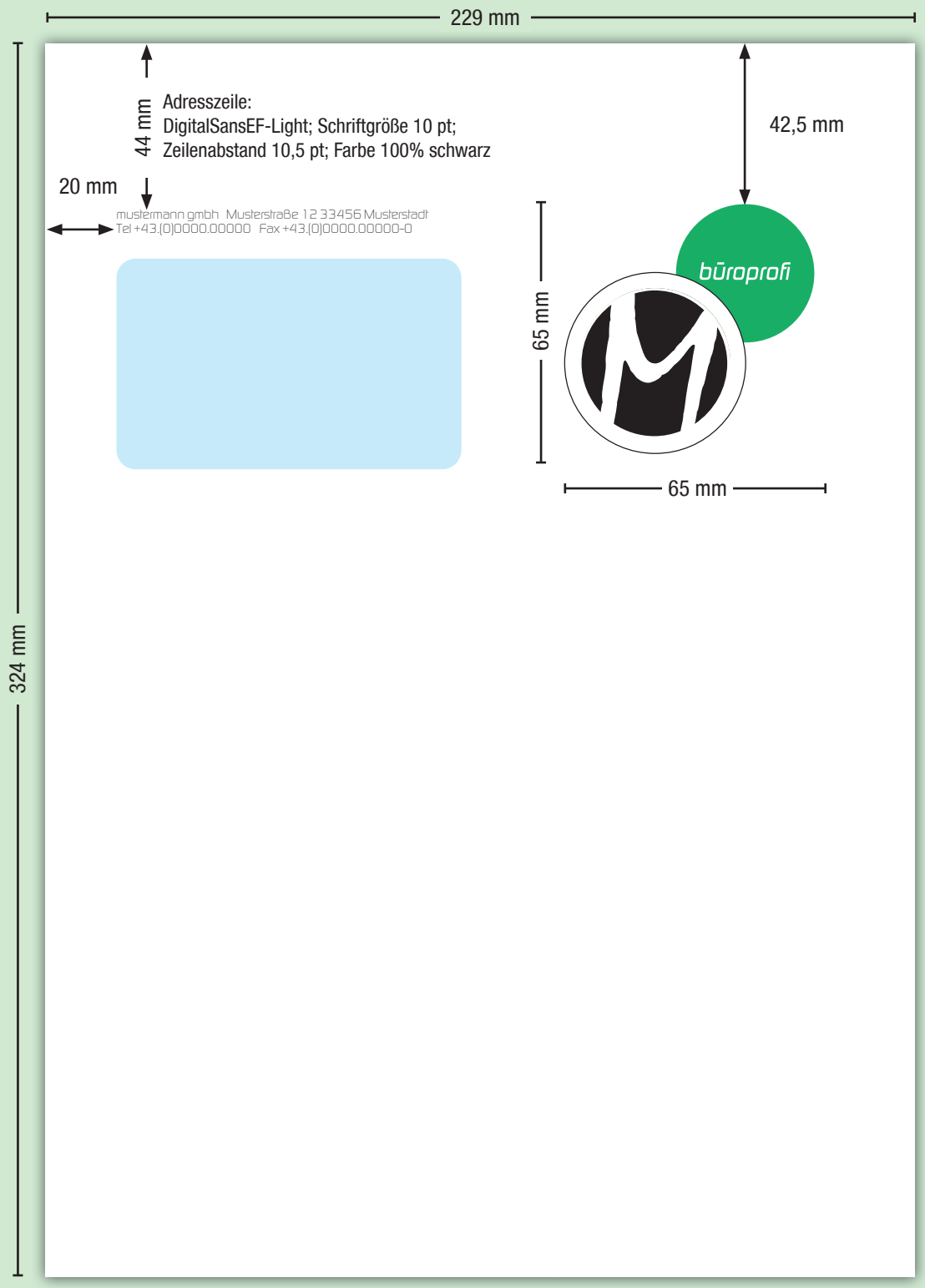


Text:
Name:
DigitalSans EF Medium;
Schriftgröße 10,5 pt;
Farbe 100% schwarz

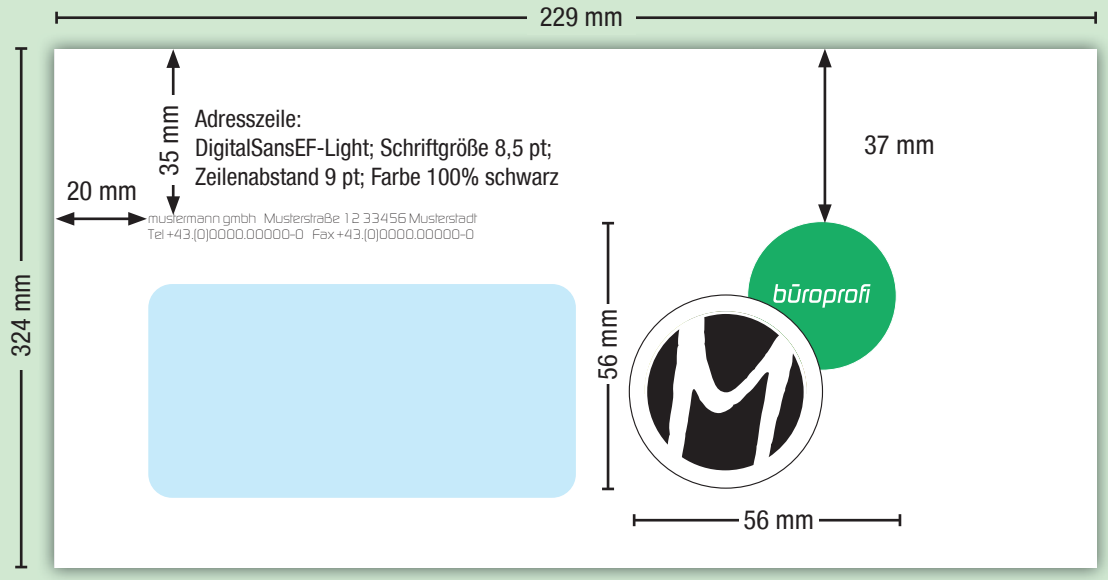
Firma:
DigitalSans EF Medium;
Schriftgröße 8 pt;
Farbe 100% schwarz

Adresse etc:
Über der Adresse steht eine Leerzeile.
Dannach Text in
DigitalSans EF-Medium,
dann Text in
DigitalSans EF-light;
Schriftgröße 8 pt;
Zeilenabstand 8 pt;
Farbe 100% schwarz

fenstertasche C4
abmessung



fensterkuvert C5/6 / visitenkarte abmessung



werbung gewünscht?

Wir helfen Ihnen sehr gerne.

Wenden Sie sich einfach an Ihre Systemzentrale.

Checkliste

Corporate Design und Netzwerk

büroprofi-Partner: _____

Datum: _____

Was haben Sie schon umgesetzt?

Anhand Ihrer Punktezahl können Sie ermitteln wo Sie noch etwas optimieren sollten.

Printmedien	**40**	☐
☐ Individualisierter Hauptkatalog	20	☐
☐ Hauptkatalog	10	☐
☐ Prospekt/Mailing	10	☐
☐ Individuelle Werbemaßnahmen	10	☐

Internet	**70**	☐
☐ Website	20	☐
☐ Online-Shop	20	☐
☐ E-Mail Signatur	10	☐
☐ Newsletter	20	☐

Werbeartikel	**60**	☐
Individualisierte Werbeartikel	**20**	☐
☐ _____	10	☐
☐ _____	10	☐
Individualisierte Werbeartikel mit Foto	**30**	☐
☐ _____	15	☐
☐ _____	15	☐
Nicht individualisierte Werbeartikel	**10**	☐
☐ _____	5	☐
☐ _____	5	☐

Außenwerbung	**70**	☐
☐ Autobeschriftung	40	☐
☐ Ladenbeschriftung	10	☐
☐ Hinweisschilder	10	☐
☐ _____	10	☐

Geschäftspapier	**40**	☐
☐ Lieferschein	10	☐
☐ Umschläge	10	☐
☐ Rechnungen/Briefbogen	10	☐
☐ Visitenkarten	10	☐

Partnerschaft	**35**	☐
☐ Partnertreffen	20	☐
☐ Regionaltreffen	10	☐
☐ Schulungen	5	☐

Sonstiges	**25**	☐
☐ Sportsponsoring	10	☐
☐ Messeauftritt	10	☐
☐ Anzeigen	5	☐

< 100 Punkte **Aller Anfang ist schwer.**
Aber wer nicht anfängt kann Ziele auch nicht erreichen.

< 250 Punkte **Auf dem besten Weg.**
Durch immer neue Ziele können sie weiter wachsen.

> 250 Punkte **Die Ziellinie erreicht.**
Ihr Marketing ist durchdacht, ziehen Sie es weiter durch.

Erreichter Punkestand: ☐

Vereinbarte Maßnahmen: _____

_____

_____ Umsetzung bis: _____

_____
Unterschrift büroprofi-Partner

_____
Unterschrift Systemzentrale

Etwas entdeckt was Sie gern in Ihrem büroprofi Layout hätten? Sprechen Sie uns an, wir beraten Sie gern.