

STAR COOPERATION®

Your Partners in Excellence

CORPORATE DESIGN

GUIDELINE

## STAR COOPERATION RICHTLINIEN

## WORTMARKE.

## DER NAME IST DIE MARKE

Die STAR COOPERATION steht für einzigartige und zuverlässige Services und Dienstleistungen, für außergewöhnliche Qualität und gebündelte Synergien. Und das seit mehr als 20 Jahren.

Der Name STAR COOPERATION ist zur **Marke** geworden, die auf vielen verschiedenen Kanälen präsent ist – online wie offline. Ziel ist es, ein **stimmiges Gesamtbild über alle** Plattformen zu schaffen. Deshalb sind **Farbe, Größe und Proportion** der Wortmarke klar definiert. Das sorgt für Wiedererkennungswert und steigert die Markenbekanntheit.

Gleichzeitig leitet sich aus diesen Vorgaben das Design für die Wortmarken der verschiedenen **STAR-Gesellschaften** sowie **STAR-Bereiche** ab.

## DEFINITION – SCHRIFT

Die Wortmarke STAR COOPERATION ist mit echten **Kapitälchen der Satzschrift Corporate ESC** (Corpo ESC) und **Corporate S** (CorpoS) gesetzt – und damit in Großbuchstaben, die genauso hoch sind wie Kleinbuchstaben.

## DEFINITION – FARBE

Standardmäßig stellen Sie die Wortmarke STAR COOPERATION in **grau auf weißem Fond** dar. Ausgehend von der **CMYK-Farbe 0/0/0/70** können Sie diese nach Bedarf durch folgende Farben ersetzen: **HKS 92, RAL 7031 oder Pantone 431**. Diese **Regel gilt immer**, wenn Sie die Wortmarke für Print oder digital darstellen. In manchen Fällen gibt es Sonderregelungen – zum Beispiel bei der Bestickung eines

T-Shirts. Bitte sprechen Sie über solche Ausnahmefälle mit STAR MARKETING.

## UNSERE WORTMARKE VERDIENT FREIRAUM

Unsere Wortmarke wirkt nur dann, wenn sie **für sich steht** – mit genügend Freiraum. In diesem Freiraum darf deshalb nichts stehen – kein Bild, keine anderen Zeichen und kein Text. Das Maß für den Freiraum entspricht dabei mindestens der Höhe der Wortmarke und gilt nach allen vier Seiten.

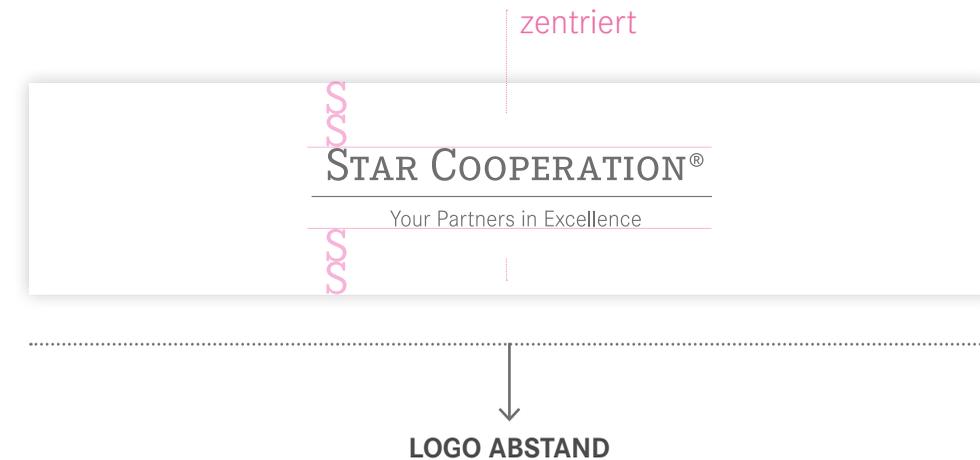
## DIE GRÖSSE DER WORTMARKE

Die Größe der Wortmarke soll **prägnant** sein, ohne dabei zu dominant zu wirken. Grundsätzlich gilt: Passen Sie die Wortmarke bitte nur nach Rücksprache mit STAR MARKETING an.



WORTMARKE STAR COOPERATION | [DOWNLOAD](#)

- » [www.star-cooperation.com](http://www.star-cooperation.com) > Mediacenter
- » [www.my.star-cooperation.com](http://www.my.star-cooperation.com) > Marketing informiert!



STAR COOPERATION RICHTLINIEN

# SCHRIFTEN & FARBEN.

## SCHRIFTFAMILIE

Die Hausschrift der STAR COOPERATION ist die **Corporate S** (CorpoS) aus der Schriftfamilie Corporate ASE.

## SCHRIFTSCHNITTE

### Fließtext

Corporate S (CorpoS) Light

### Fließtextüberschriften

Corporate S (CorpoS) Light & **Bold** | Optional: in Veralien (Großbuchstaben)

### Headlines/Broschürentitel

Corporate S (CorpoS) Light & **Bold** | Optional: in Veralien (Großbuchstaben)

Wenn Sie Inhalte speziell gestalten möchten, nutzen Sie dafür die anderen Schnitte der Familie Corporate S (CorpoS). Dabei gilt die Regel: Bitte **nie mehr als drei verschiedene Schriftschnitte pro Sichtbereich/Seite** verwenden.

## SCHRIFTGRÖSSEN

Die **Basisschriftgröße für Printveröffentlichungen** der STAR COOPERATION und der angeschlossenen Unternehmen ist 10Pt bei einem Zeilenabstand von 14 Pt. Davon ausgehend setzen Sie Überschriften gleich oder größer – Randnotizen und Kommentare (sogenannte Marginalien) oder Abbildungsunterschriften entsprechend kleiner.

Durch die **verschiedenen Schriftgrößen strukturieren** Sie den Text hierarchisch. Dadurch werden die Inhalte besser lesbar und Menschen erkennen die Kernaussagen auf den ersten Blick.

## SATZART

Setzen Sie die Veröffentlichungen der STAR COOPERATION immer im **Blocksatz/Flattersatz**. Das entspricht unseren Lesegewohnheiten: Die meisten Texte, die wir täglich lesen, sind so gestaltet.

## ÜBERSCHRIFTEN/ABSÄTZE

Überschriften und Absätzen geht **nie** eine Leerzeile voraus. Nach Überschriften schreiben Sie bitte **nach einer Leerzeile** weiter. Dabei beginnt der Absatz nach einer Überschrift **ohne Einzug**.

## UNTERNEHMENSFARBE

Die einheitlichen Farben rund um die Wortmarke STAR machen sie **einzigartig und wiedererkennbar**. Deshalb sind sie ein zentraler Baustein des Corporate Designs. Das schafft **Identifikation und Vertrauen in die Marke STAR COOPERATION**, denn es ist wissenschaftlich bewiesen, dass Menschen schneller verstehen und vertrauen, wenn ihnen etwas bekannt vorkommt.

## VERZICHTEN SIE AUF SCHWARZ!

Alle Fließtexte werden im STAR-GRAU (85% Schwarz) gesetzt.

## SCHRIFTFAMILIE Corporate S (CorpoS)

- Corporate S (CorpoS) Light
- Corporate S (CorpoS) Regular
- Corporate S (Corpo S) Medium
- Corporate S (Corpo S) Demi
- Corporate S (CorpoS) Bold**

## STAR-GRAU



CMYK: 85% Schwarz  
 RGB: 74-74-74  
 Hex: #4a4a49  
 Pantone: 418 U  
 RAL: 7039

## STAR-GRÜN



CMYK: 56-0-100-0  
 RGB: 134-185-24  
 Hex: #86B918  
 Pantone: 376 C  
 RAL: 6018

## STAR-SONDERFARBE



CMYK: 60-0-100-30  
 RGB: 93-144-33  
 Hex: #5D9021

## WEISS



CMYK: 0-0-0-0  
 RGB: 255-255-255  
 Hex: #FFFFFF  
 RAL: 1013

WUSSTEN SIE SCHON?

# TONE OF VOICE DER STAR COOPERATION.

Durch den Tone of Voice der STAR COOPERATION stärken Sie Ihre Marke, heben Sie sich von der Konkurrenz ab – perfekt abgestimmt auf **Ihre Zielgruppen, Werte und Unternehmenskultur.**

Wie das funktioniert, lesen Sie im **STAR-Text-Styleguide**. Den praktischen Leitfaden finden Sie auf MySTAR zum Download.



TEXT-SYTLGUIDE STAR COOPERATION | **DOWNLOAD**

» [www.my.star-cooperation.com](http://www.my.star-cooperation.com) > Marketing informiert!

Darin erfahren Sie:

- » was Ihr **Tone of Voice** ist und wie Sie ihn richtig einsetzen.
- » welche allgemeinen **sprachlichen Regeln für Web-Texte** gelten.
- » warum Texte im Web eine **optische Struktur** brauchen und wie Sie diese umsetzen.
- » welche internen **Schreibweisen für die STAR** gelten.



MYSTAR > MARKETING INFORMIERT

STAR MARKETING

## KONTAKT

marketing@star-cooperation.com