

03 Logo



Unser Logo

Unser Logo zeigt nicht nur, woher wir kommen, sondern auch, wohin wir gehen. Es ist ein ästhetisches, visuelles Statement, auf das wir stolz sein können und gleichzeitig unseren Anspruch und Vision zum Ausdruck bringt. Das Logo besteht aus zwei Elementen. Das Zeit-Icon symbolisiert, dass den Menschen im Unternehmen wieder Zeit und Raum zurückgegeben werden, so dass sie sich wieder auf das konzentrieren können, was zählt: den Unternehmenserfolg zu gestalten.

Die Wortmarke HR WORKS, die eine starke visuelle Verbindung zu unserem Unternehmen aufweist. Beide Elemente bilden eine Einheit.

Das Logo darf nur von der Vorlage reproduziert werden und darf nicht neu gezeichnet oder in irgendeiner Weise verändert werden.



Zeit-Icon

HR WORKS Wortmarke

Logo Schriftart

Audio Sans 600

Freiraum und Mindestgröße

Freiraum

Das Logo ist von einer Mindestfläche umgeben, die immer frei von anderen Elementen bleibt.

Der Freiraum für extreme Formate, wie z.B. Gebäudebeschriftungen, muss individuell bewertet werden.

Mindestgröße

Das Logo wurde so gestaltet, dass es auch bei kleineren Größen gut lesbar ist und eignet sich daher für die Anwendung an allen Kontaktpunkten.

Jeder Berührungspunkt, der eine Logogröße unter 16 mm erfordert, muss individuell geprüft werden, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.

Freiraum



Zeit-Icon Freiraum

hr works



16 mm

Diskretionäre Platzierung

Die Platzierung des Logos ist frei wählbar. Im Allgemeinen wird es jedoch an einer Ecke oder einem Rand eines Formats ausgerichtet.

Ein sicherer Abstand zur Ecke oder zum Rand eines Formats entspricht der Größe von eineinhalb Zeit-Icons.

Die beliebige Platzierung schreibt nicht die Größe des Logos vor und verbietet keine Platzierung die für ein bestimmtes Format relevant ist.

Freiraum

Eineinhalb Zeit-icons entsprechen einem sicheren Abstand zum Formatrand.



Diskretionäre Platzierung digitale Formate

Die Platzierung des Logos ist frei wählbar. Im Allgemeinen wird es jedoch an einer Ecke oder einem Rand eines Formats ausgerichtet.

Ein sicherer Abstand zur Ecke oder zum Rand eines Formats entspricht der Größe bei digitalen Formaten von einem Zeit-Icons.

Die beliebige Platzierung schreibt nicht die Größe des Logos vor und verbietet keine Platzierung die für ein bestimmtes Format relevant ist.

Freiraum

Ein Zeit-Icons entsprechen einem sicheren Abstand zum Formatrand im digitalen Raum.



Platzierung und Größe: DIN A4 Format

in der Regel wird das Logo in der linken unteren Ecke platziert und hat im DIN A4 Format eine Breite von 50 mm.

Für Sonderformate oder Abweichungen von der Norm obliegt es dem Grafiker, die optimale Positionierung des Logos zu bestimmen.



Farbformate

Für die meisten Berührungspunkte sollte ein vollfarbiges Logo verwendet werden.

Einfarbige Logos können sowohl auf vollfarbigen und einfarbigen Touchpoints angebracht werden.

Für Touchpoints, die nur eine einzige Farbe benötigen, können sowohl einfarbige als auch Graustufen-Logos verwendet werden.

Logodateien sind verfügbar in den folgenden Farbformaten:

RGB

Für digitale Anwendungen.

CMYK

Vierfarbige Prozessfarben für Druckenwendungen.

Pantone

Einzelne Schmuckfarben für Druckenwendungen.



Vollfarbiges Logo, positiv



Monochromes Logo, positiv



Vollfarbiges Logo, invers



Monochromes Logo, invers

Logoplatzierung auf Bildmaterial

Das Logo sollte immer im Einklang mit der Bildsprache platziert werden, in einem Bereich, der nicht stört. Zwei Logoformate stehen zur Verfügung:

Positiv

Für Bilder mit hellem Hintergrund.

Invers

Für Bilder mit dunklerem Hintergrund.

Positives Logo für hellere Bildsprache



Inverses Logo für dunklere Bildwelten



Claim

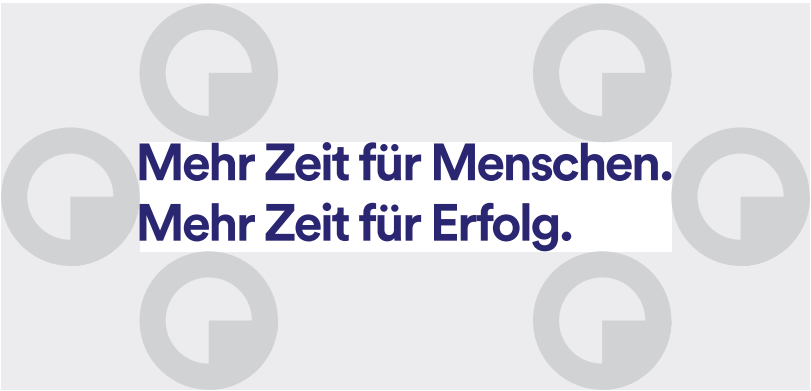
Der Brand Claim ist ein prägnanter und aussagekräftiger Satz, der die Essenz unserer Marke einfängt und unsere Positionierung kommuniziert.

Er kondensiert unseren Purpose: Unternehmen von der stetig wachsenden HR Adminlast zu erleichtern, so dass die Menschen im Unternehmen die Zeit zurückbekommen, ihren Unternehmenserfolg gestalten können.

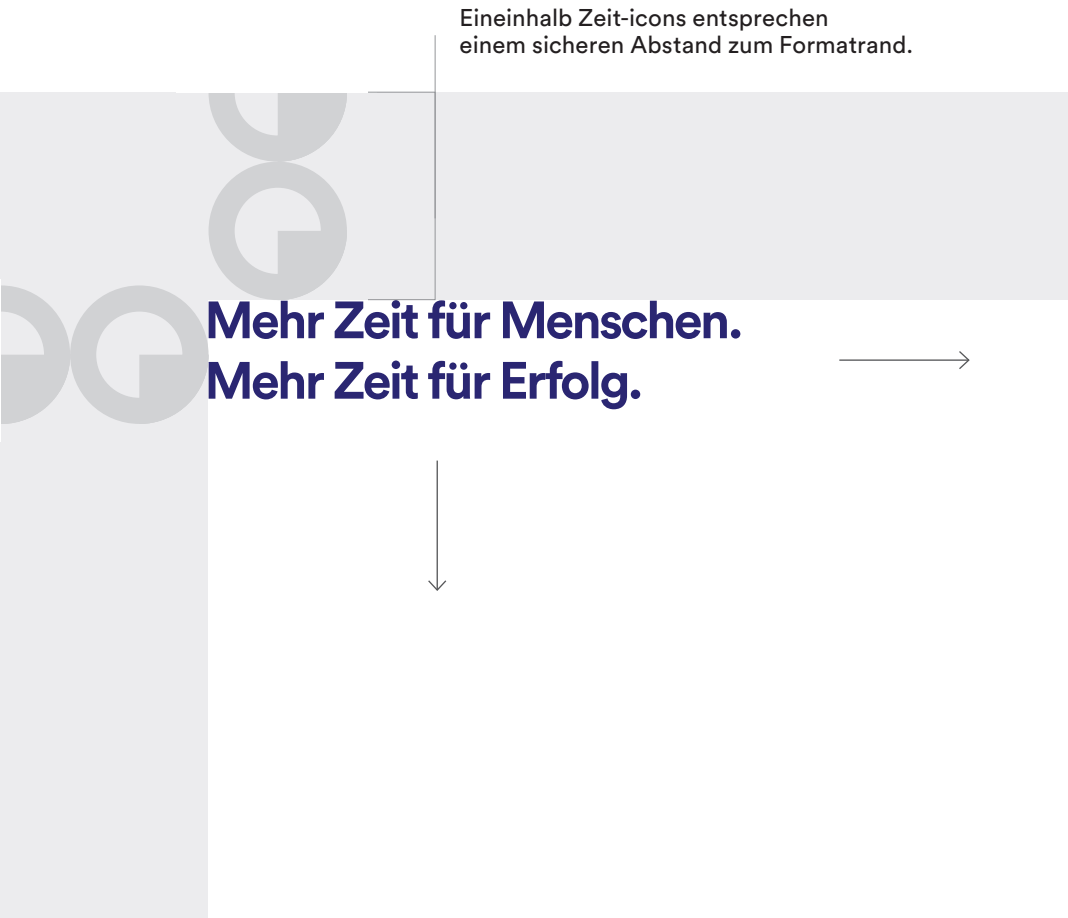
Er dient als Leitfaden für die Markenkommunikation, um das Markenimage zu stärken sowie unser Wertversprechen an den Kunden prägnant und merkfähig zu transportieren.

Mehr Zeit für Menschen. Mehr Zeit für Erfolg.

Freiraum



Zeit-Icon Freiraum



Schriftgröße: 15 pt
Zeilenabstand: 18 pt



Mehr Zeit für Menschen.
Mehr Zeit für Erfolg.

Platzierung und Größe Claim: DIN A4 Format

In der Regel wird der Claim in der linken oberen Ecke platziert und hat im DIN A4 Format eine Schriftgröße von 15 pt sowie einen Zeilenabstand von 18 pt.

Für Sonderformate oder Abweichungen von der Norm obliegt es dem Grafiker, die optimale Positionierung des Claims zu bestimmen.

DIN A4

Positionierung Logo und Claim

In manchen Fällen kann der Claim gemeinsam mit dem Logo verwendet werden. Die Länge des Claims passt sich der Länge der Wortmarke des Logos an, wobei der Abstand einem halben “o” der Wortmarke entspricht.

In besonders schmalen Formaten kann der Claim auch rechts neben dem Logo platziert werden, wobei der Abstand der Breite des Zeit-Icons entspricht.



Verwendung von Zusätzen

Zusätze können beispielsweise Tochtergesellschaften oder spezifische Produktlinien sein, die unter dem Logo namentlich platziert werden.

Diese Zusätze dienen dazu, die Vielfalt und den Umfang der Marke zu kommunizieren, während gleichzeitig die Markenhierarchie klar bleibt.

Es ist wichtig, dass die Platzierung und Größe der Zusätze einheitlich und gut sichtbar sind, um eine starke Markenidentität zu gewährleisten.

Die Positionierung der Zusätze richtet sich nach der Schriftgröße des unter dem Logo positionierten Claims (siehe Seite 20).

In besonders schmalen Formaten kann der Zusatz auch rechts neben dem Logo platziert werden, wobei der Abstand der Breite des Zeit-Icons entspricht.



Don'ts

Das Logo ist das zentrale Element der HR WORKS Identität. Es stellt unsere Marke visuell dar.

Die Farbe, die Form und die Proportionen des Logos dürfen in keiner Weise verändert werden.

Es muss immer die Master Artwork Dateien genutzt werden.



Keine Verwendung von nicht definierten
Markenfarben



Keine unruhigen Hintergründe



Keine Hintergründe mit zu
wenig Kontrast



Keine unzulässige Ausrichtung des Zeit-
Icons und der HR WORKS-Wortmarke



Keine Effekte



Keine unzulässige Änderung des Logos



Keine HR WORKS-Wortmarke ohne das
Zeit-Icon



Keine zusätzlichen Elemente



Keine Verzerrung oder Kompression