



NEG AG

NORTHGATE ENTERPRISES GROUP
AKTIENGESELLSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Marke

Vorwort	Seite 03
Die Wort-Bild-Marke	Seite 04
Schutzraum der Wort-Bild-Marke	Seite 06

Claim

Seite 08

Schrift

Seite 10

Farben

Seite 12

Anwendungsbeispiele

Briefbogen	Seite 14
Visitenkarte	Seite 16
Stempel	Seite 18
E-Mail-Signatur	Seite 20



NEG AG

NORTHGATE ENTERPRISES GROUP
AKTIENGESELLSCHAFT

**WIR.
SIND.
IMMOBILIEN!**

Vorwort

NEG AG ist ein Pionier im Wohnbau, was auch im Erscheinungsbild deutlich werden soll. Die Wohnquartiere von NEG AG richten sich allein am Menschen und seinen Bedürfnissen nach Akzeptanz, Gemeinschaft und möglichst uneingeschränkter individueller Freiheit aus. Weitere von NEG AG gelebte und gebaute Werte sind Sicherheit, Geborgenheit und Komfort. Sie kulminieren im alternativen Konzept des Universellen Designs, das NEG AG im Wohnbau als Alleinstellungsmerkmal verwirklicht. Sind diese Vorgaben erfüllt, bedienen sie damit gleichermaßen die Ziele von Kapitalanlegern. Um diese Markenwerte umfassend werblich und in der Innenkommunikation auszudrücken, wurde ein entsprechendes Corporate Design geschaffen. Es verankert ein einheitliches Bild von NEG AG auf allen Rezeptionsebenen. Seine Merkmale und Normen sind in diesem Styleguide festgelegt. Er soll künftig Mitarbeiter und mit dem Unternehmen zusammenarbeitende Werbetreibende bei der Erstellung von Print- und digitalen Medien aller Formate unterstützen. Eine Besonderheit dabei ist, dass hierbei ebenfalls die Gestaltungskriterien des Universellen Designs zum Tragen kommen.

Zielgruppe

NEG AG spricht eine differenzierte Zielgruppe an: potenziellen Investoren. Die Kommunikationsmaßnahmen sind aber vornehmlich auf die Interessenten am Wohnen fokussiert. Sie sollen die Marke NEG AG als gefragtes Unternehmen im Bereich der Projektentwicklung erfahren, aber auch ihre Präsenz am Markt und die gesellschaftlich relevante Rolle kennenlernen. Dazu läuft eine Ansprache an die Investoren. Hier gilt: Indem die Nachfrage nach Wohnraum made by NEG AG geschürt wird, wächst automatisch auch das Interesse der Kapitalanleger.

Kundensprache und Tonalität

Weil die Kernzielgruppe sehr unspezifische Merkmale aufweist, ist auch die Kundenansprache weitestgehend unspezifisch. Die Tonalität ist allgemeinverständlich, verbindlich, wohltuend unaufgeregt im Vergleich zu typischen Werbotschaften und nimmt den Rezipienten mit seinen Bedürfnissen ernst.



NEG AG

NORTHGATE ENTERPRISES GROUP
AKTIENGESELLSCHAFT

Wort-Bild-Marke in Schwarz 100 % ,
CMYK: 49 32 30 40, RGB: 125 138 145



NEG AG

Wort-Bild-Marke in Schwarz



NEG AG

Wort-Bild-Marke als Negativ-Variante in
Weiß



NEG AG

NORTHGATE ENTERPRISES GROUP
AKTIENGESELLSCHAFT

Wort-Bild-Marke als Negativ-Variante in
Weiß

Die Wort-Bild-Marke

Das Logo NEG AG setzt sich aus einer Wortmarke und einer Bildmarke zusammen. Während die Wortmarke nur im Zusammenhang mit der Bildmarke auftritt, kann diese in Einzelfällen auch allein eingesetzt werden.

Platzierung des Logos

Je nach Einsatzbereich gibt es verschiedene Versionen der Wort-Bild-Marke. Sie existiert in den Unternehmensfarben, aber auch invertiert oder in schwarz. Bei ihrer Platzierung ist ein kontrastreiches Umfeld sinnvoll, so dass die Wahrnehmbarkeit des Logos unterstützt wird. So sollte für das Logo immer eine eigene Fläche geschaffen werden.

Dont's

Die Wort-Bild-Marke darf nicht verfremdet werden durch:

1. von der Vorlage abweichende Anordnung der Einzelelemente
2. Schriftveränderung
3. Neigen
4. Veränderung der vorgegebenen Farben
5. Ergänzung von Effekten wie etwa eines Schattens

Um die Lesbarkeit zu gewährleisten, sollte folgendes vermieden werden:

1. gemusterte Hintergründe
2. Hintergrundbilder
3. farbige Hintergründe (Ausnahme bei negativ Darstellungen)



Schutzraum der Wort-Bild-Marke

Die Wort-Bild-Marke umgibt immer ein Schutzraum. In diese Schutzzone darf nichts von außen hineinreichen. Der Schutzraum ergibt sich aus den Elementen der Wortmarke und ist daher stets so groß wie das N im Wortteil „NEG AG“. Er verändert sich entsprechend mit der proportionalen Skalierung des Logos. Der Schutzraum entspricht dem Mindestseitenabstand. Das schließt somit nicht aus dass der Seitenabstand größer sein kann als der Schutzraum.

Die Rahmen und die „N“s außerhalb des Wortes NEG AG in der hier gezeigten Darstellung dienen nur der verständlichen Visualisierung und sind kein Bestandteil der Wort-Bild-Marke.

WIR.
SIND.
IMMOBILIEN!

Claim

Der Claim „WIR. SIND. IMMOBILIEN!“ beschreibt das komplette Spektrum, welches die NEG AG bietet in drei Worten. Er umfasst somit das Hauptthema, die Immobilie. Der Claim dient zur Unterstützung der Wort-Bild-Marke und soll automatisch mit der NEG AG in Verbindung gebracht werden.

In diesem Fall ist der Claim losgelöst vom Logo, damit die Marke allein wirken und die Anwendung und Platzierung des Claims flexibler gestaltet werden kann.

Die Schrift des Claims ist immer die Open Sans regular.

Schriftfamilie

Durch die vorrangige Verwendung von zwei Schriftfamilien wird weitgehend ein einheitliches Erscheinungsbild der NEG AG auf den Kanälen der Unternehmenskommunikation gewährleistet. Die Bezeichnung der Schriftfamilien lauten „DM Serif Display“ und „Open Sans“. Die Verwendung von zwei Schriftschnitten für unterschiedliche Anwendungen ist gestattet und dient der optischen Differenzierung unterschiedlicher Inhalte abhängig vom Medium.

Die typografische Ausgestaltung der Schriftfamilie „DM Serif Display“ und „Open Sans“ passt zur breiten Zielgruppe der NEG AG. Eine klare Erscheinung sowie die optimale Lesbarkeit aller Inhalte auf verschiedenen Medien bilden die Schwerpunkte des typografischen Erscheinungsbildes.

DM Serif Display ITALIC

DM Serif Display REGULAR

OPEN SANS REGULAR

OPEN SANS ITALIC

OPEN SANS LIGHT

OPEN SANS LIGHT ITALIC

OPEN SANS BOLD

OPEN SANS SEMIBOLD

Farben

Die Farbwelt von NEG AG unterteilt sich in Taubebrau dunkel für die Wortmarke und in Taubebrau hell für die Bildmarke (Icon). Die im Styleguide ausgewiesenen Hausfarben sind verbindlich. Ihnen dürfen keine anderen Farben hinzugefügt werden.

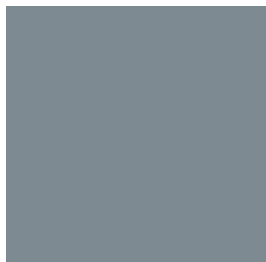
HAUSFARBEN

Wortmarke



C49 M32 Y30 K20
R102 G114 B119
#667277

Bildmarke



C49 M32 Y30 K20
R125 G138 B145
#7d8a91

Briefbogen

Allgemeine Regel:

Die Wort-Bild-Marke befindet sich mittig oben (Ausnahmen müssen abgestimmt werden).

Die Darstellung orientiert sich an gängigen Din-Formaten und schließt Sonderfälle nicht aus. Somit gilt, die Lesbarkeit der Wort-Bild-Marke muss immer gewährleistet sein und die Proportionen in einem optisch angenehmen Verhältnis stehen.

Der Claim wird unten links platziert ausgerichtet am Textinhalt des Briefbogens.

NEG AG | Dittrichring 4 | 04109 Leipzig

Detailliebe / Werbeagentur

Stadtgut Mölkau

Kelbestraße 3

04316 Leipzig

NEG AG

Vorstand: Jürgen A. C. Wilms

Dittrichring 4

04109 Leipzig

Telefon: +49 341 247002-11

Telefax: +49 341 247002-19

E-Mail: office@neg.ag

Internet: www.neg.ag

Leipzig,
25.05.2020

Ich bin die Betreffszeile auf diesem Briefkopf

Sehr geehrte Damen und Herren,

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Mit freundlichen Grüßen,



Jürgen Wilms

Bankverbindung:

Leipziger Volksbank eG

IBAN: DE46860956040307389738

BIC: GENODEF1LVB

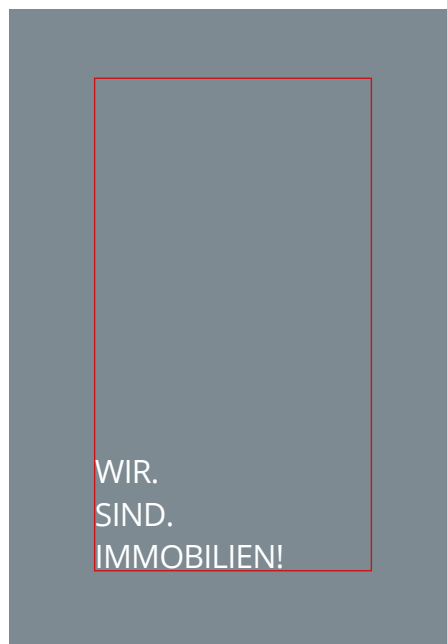
Reg. Gericht: Amtsgericht Leipzig

Reg. Nummer: HRB 35699

Steuernummer: 231/100/06357

UST-ID: DE282697610

WIR. SIND. IMMOBILIEN!



Visitenkarte

Daten der Visitenkarte wurde entsprechend zentriert gesetzt. Logo im Verhältnis des Visitenkartenformat: 85 mm x 60 mm.

Der Claim wird auf der Rückseite unten links platziert.
Schriftgröße, Farbe und Schnitt der Basiselemente: 12 Punkt, 100 % Weiß, Open Sans regular.

Stempel

Regel Stempel:

Die Stempelgröße beträgt 59 mm x 23 mm (Diese Ansicht wurde vergrößert)

Die Höhe der Wort-Bild-Marke wurde an der der Firmierung ausgerichtet.

Der Schutzraum entfällt in diesem Fall. (Aber es ist darauf zu achten bei der Anwendung, einen optisch angemessenen Abstand zu wählen.)

Der Claim entfällt.

Schriftgröße, Farbe und Schnitt der Basiselemente: 13,214 Punkt, 100 % Schwarz, Open Sans Light (Anmerkung: Stempel wurde auf bestehende Stempel angepasst).



NEG AG
Dittrichring 4 | 04109 Leipzig

Telefon: +49 341 247002-11
Telefax: +49 341 247002-19
E-Mail: office@neg.ag
Internet: www.neg.ag

Jürgen A.C. Wilms

Vorstand



NEG AG

Dittrichring 4
04109 Leipzig

Mobil: +49 151 40555440
Telefon: +49 341 247002-11
Telefax: +49 341 247002-19
E-Mail: juergen.wilms@neg.ag
Web: www.neg.ag

Registergericht: Amtsgericht Leipzig
Registernummer: HRB 35699
Steuernummer: 231/100/06357

WIR. SIND. IMMOBILIEN!

E-Mail Signatur

Die Breite der Wort-Bild-Marke wurde entsprechend der Schriftgröße angepasst.

Der Claim wird unter den Unternehmensinformationen platziert und ist ca. 57 mm breit.

Schriftgröße der Unternehmensinformationen: 9 Punkt
Schriftgröße der Informationstexte: 9 Punkt

Farbe und Schriftschnitt: 100 % Schwarz, Open Sans Light, Alternativ kann als Schrift auch Arial eingesetzt werden.

