



Gestaltungsrichtlinien zur Anwendung

Kromer GmbH, Stand: Februar 2025

Nutzungsvereinbarung für Vertriebspartner

Zur Nutzung der Marke Kromer in der Außenkommunikation



Nutzung des Kromer Logos und Designs

Als Vertriebspartner von Kromer-Produkten dürfen Sie unser Logo sowie unser Design für Marketingzwecke nutzen. Wir freuen uns, wenn Sie die Marke Kromer aktiv und im Einklang mit unserer Markenidentität bewerben.

1. Einhaltung der Gestaltungsrichtlinien

Wenn Sie mit der Marke Kromer werben, ist es zwingend erforderlich, sich an die Gestaltungsrichtlinien von Kromer zu halten. Die wichtigsten Informationen und Vorgaben hierzu finden Sie auf den folgenden Seiten unseres Style Guides. Es liegt in Ihrer Verantwortung, diese Richtlinien strikt zu befolgen, um ein konsistentes Erscheinungsbild der Marke sicherzustellen.

2. Freigabe der Marketingmaterialien

Bevor eigenständig erstellte Marketingmaterialien, die Kromer als Marke beinhalten, veröffentlicht werden, ist eine Freigabe durch Kromer erforderlich. Bitte wenden Sie sich zur Freigabe an die angegebenen Kontakte auf der letzten Seite des Style Guides.

3. Ausnahmen bei der Freigabe

Unser Logo und Design dürfen auch in Marketingmaterialien verwendet werden, die unter dem Corporate Design des Vertriebspartners (inklusive dessen Logo, Schriftarten und Farben) erstellt werden. In diesem Fall muss jedoch immer eindeutig erkennbar sein, dass die Materialien und die Werbung nicht direkt von Kromer stammen, sondern vom Vertriebspartner selbst erstellt wurden. Der Vertriebspartner muss als Urheber der Marketingmaterialien deutlich gekennzeichnet sein, um Verwechslungen zu vermeiden. Eine Freigabe durch Kromer ist in diesem Fall nicht erforderlich.

4. Unterstützung durch Kromer

Wir unterstützen unsere Vertriebspartner gerne mit maßgeschneiderten Inhalten, um Ihnen die Erstellung eigener Verkaufsbroschüren und Marketingmaterialien zu erleichtern. Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie Material oder Unterstützung benötigen.

5. Gewährleistung einer einheitlichen Außenkommunikation

Unser Ziel ist es, eine einheitliche und professionelle Außenkommunikation sicherzustellen. Die Marke Kromer soll jederzeit in ihrem gewohnten Erscheinungsbild präsentiert werden. Diese Richtlinie gilt insbesondere für Vertriebspartner, die das Design von Kromer übernehmen möchten. Alle Werbemaßnahmen, die die Marke Kromer abbilden, müssen im Einklang mit den vorgegebenen Designrichtlinien stehen.

6. Übersetzungen der Marketingmaterialien

Marketingmaterialien dürfen in andere Landessprachen übersetzt werden, um die Marke Kromer in verschiedenen Märkten zu bewerben. Es ist jedoch zwingend erforderlich, dass alle Übersetzungen professionell und korrekt durchgeführt werden, sodass der Inhalt dem Originalmaterial entspricht und keine Veränderungen oder Missverständnisse entstehen. Die Übersetzungen müssen die gleiche Qualität und Professionalität wie das Original aufweisen, um die Konsistenz der Markenkommunikation sicherzustellen. Kromer behält sich das Recht vor, die Übersetzungen zu überprüfen und gegebenenfalls Änderungen zu verlangen, um die Übereinstimmung mit den Markenrichtlinien zu gewährleisten.

7. Weitere Bestimmungen

7.1 Korrektur der Materialien:

Kromer behält sich das Recht vor, Änderungen oder Anpassungen an den Marketingmaterialien zu verlangen, wenn diese nicht mit den Markenrichtlinien übereinstimmen.

7.2 Verwendung von Markenzeichen:

Jedliche Verwendung von Kromer Markenzeichen, einschließlich des Logos und des Designs, ist nur im Rahmen der vereinbarten Nutzung und der festgelegten Richtlinien gestattet. Eine missbräuchliche oder unzulässige Nutzung kann rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

Hinweis: Wir behalten uns ausdrücklich das Recht vor, die Nutzung unserer Marke und Designs nach eigenem Ermessen zu gestatten oder zu untersagen.

Hiermit erkläre ich mich mit der Nutzungsvereinbarung zur Verwendung der Marke Kromer einverstanden.

Ort, Datum

Firmenstempel, Unterschrift



Das neue Logo besteht aus einem kräftigen geradlinigen Schriftzug und einer links vorangestellten Bildmarke.

Durch seine horizontale Ausrichtung vermittelt es insgesamt **Stabilität und Sicherheit**. Auch deshalb wird die horizontale Logoverision bevorzugt verwendet.

Eine Kombination von Wort- und Bildmarke erleichtert die Wiedererkennbarkeit: Sowohl die Aktivierung des Namensgedächtnisses als auch der Abruf von Bildern und Symbolen sorgen für eine **optimale Merkfähigkeit** des Logos. Zusätzlich zum Namen des Unternehmens/der Marke werden dem Betrachter mit der Bildmarke die Unternehmensfarben kommuniziert. Die Auswahl der Farben und die Formgebung vermitteln außerdem im weitesten Sinne eine mögliche Zuordnung zur **Technik-Branche**.

Der Schriftzug

Der zeitlos elegante Schriftzug steht für **Präzision und technische Expertise**, die zu den grundlegenden Charakterzügen der Kromer

GmbH zählen. Die gleichmäßigen Buchstaben des Namens tragen selbstbewusst eine neue Botschaft in die Welt: Hier steht Kromer! Eine Marke, die in der Branche höchste Qualitätsansprüche verwirklicht, **zukunftsorientiert, innovativ und nachhaltig** arbeitet.

Die Bildmarke

Produkte von Kromer erleichtern und unterstützen Arbeiten, ermöglichen dem Anwender die Freiheit, seine Aufgaben mühelos, effizient und schnell zu verrichten. Die Bildmarke symbolisiert diese **Leichtigkeit** und den fast **spielerischen Umgang mit Lasten**. Sie leitet sich aus dem ersten Buchstaben des Namens ab: Die schrägen Anstriche des „K“s bilden eine Pfeilform, einen Winkel. Durch eine farbliche Teilung der beiden Schenkel und die Überlagerung an ihren Ursprüngen wirken die beiden Winkelflächen transparent und leicht. Die Form **entfaltet sich** vor dem Betrachter, scheint **aufzusteigen**. Diese aufwärts gerichtete Form zeigt das **Streben nach Produktivität und höchster Leistung**. Sie soll sagen: Kromer ist **zielstrebig und zukunftsorientiert**.

Der Kromer-Winkel kann auch im Ganzen als ein zurück weisender Pfeil gelesen werden, der die **Verbundenheit mit den historischen Wurzeln** des Familienunternehmens symbolisiert. Im Inneren ist Kromer auf die Zukunft ausgerichtet - wie der dunkle Pfeil, der durch die Überlagerung der beiden Winkelflächen entsteht, aufzeigt.

Farben

Der Orange-Ton stellt eine Verbindung zu den Produkten von Kromer dar. Er steht für **Authentizität** und den Bezug zur Unternehmens-tradition und -geschichte. Das Kromer-Blau bietet einen starken, aber angenehmen Kontrast und symbolisiert die **technische, sachliche Ausrichtung** der Marke. Der Schriftzug im dunklen Anthrazit-Ton unterstreicht die Wichtigkeit des Namens durch einen starken Gegensatz sowohl zur Bildmarke, als auch zum Untergrund.

So strahlt das Logo dem Betrachter frisch und frei entgegen: Kromer tritt aus dem „Schatten“ seiner Dachmarke und präsentiert sich als **selbstbewusste und starke Marke** für seine Zielgruppen.

Abbildung des Logos

Das Logo wird immer geschlossen als Kombination von Wort- und Bildmarke verwendet. Die **Bestandteile dürfen nicht getrennt** und nicht unabhängig voneinander abgebildet werden.*

Es muss **proportional vergrößert oder verkleinert** werden und darf weder gestaucht, noch gespiegelt oder gezerrt werden.

Im Normalfall sollte das Logo nicht kleiner als 5,5 mm Höhe gesetzt werden. Die absolute Mindestgröße des Logos beträgt 3 mm.

Bei der farbigen Abbildung ist auf einen **ausreichenden Kontrast zum Untergrund** zu achten. Die Abbildung auf orangefarbenen oder blauen Untergründen ist zu vermeiden. - Hier ist dann die Graustufen-Version, oder die Negativ-Version (weiß) zu nutzen.

Innerhalb dieses **Mindestabstands (Schutzzone)** dürfen keine anderen Logos oder Icons platziert werden. Diese Zone dient auch der Ausrichtung an den Layouträndern. Die Schutzzone bildet zu allen Seiten die Höhe des Kromer-„K“.

* siehe „Ausnahmen“



Schutzzone (Weißraum)



Die Logo-Varianten

Während **das horizontale Logo** für alle gängigen Formate und Verwendungszwecke **bevorzugt** genutzt wird, gibt es eine **vertikale Variante für besondere Zwecke**:

- 1) bevorzugt auf stark hochformatigen Flächen (z. B. Fahnen, Stäbe)
- 2) für Darstellungen in „Siegeln“ oder wappenartigen Formen (z. B. Aufkleber, schmale Stoffstreifen, Stifte, Metallhülsen, etc.)

Die Verwendung der jeweiligen Logoform ist mit der Marketingabteilung abzustimmen.

Ausnahmen

Die Verwendung der Bildmarke als Signet ist **ausschließlich für Produkte und Medien erlaubt, die eindeutig der Kromer GmbH zuzuordnen sind** (technische Produkte, Druckerzeugnisse von Kromer, Produktverpackungen u. ä.). Bestenfalls wird hier im gleichen Sichtbereich der Name „Kromer“ genannt (z. B. als Webadresse oder im nebenstehenden Text).

Achtung: Bitte die explizit angelegte Signetform verwenden. Nicht einfach die Wortmarke „abschneiden.“



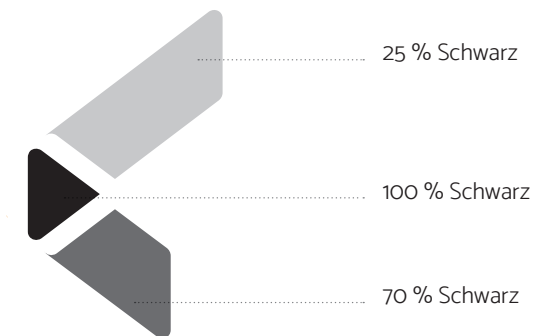


Graustufen-Logo

Für die Abbildung in einfarbigen Medien, z. B. Zeitungsdruck, Dokumentationen, Bedienungsanleitungen etc. findet die Graustufenform des Logos Verwendung. Diese Logoform kann auch als Negativ-Version (weiß) genutzt werden.

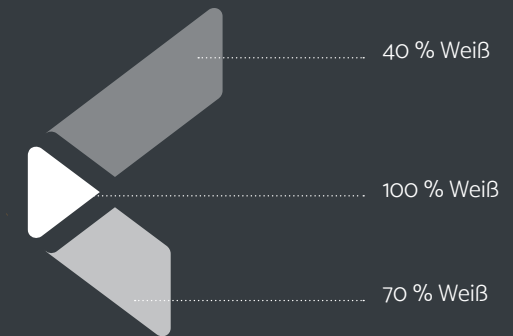
Achtung: Die Wortmarke wird hier vollfarbig mit 100 % Schwarz abgebildet. In der Farbvariante ist der Anthrazit-Ton einzusetzen.

Für Negativ-Version der Logos sind eigene Prozentangaben der Weißtöne angelegt. Das schwarze Logo kann nicht einfach in Weiß umgewandelt werden!





Graustufen-Logo: Negativ-Version





Einfarbiges rasterloses Logo

Diese Version des Logos ist für die Verwendung mit anderen Materialien wie z. B. Metall, Holz oder Kunststoff vorgesehen, die ein haptisches Logo erfordern oder z. B. nicht bedruckt werden können.

Das Schwarz wird durch die jeweilige Farbe ersetzt, z. B. Orange bei Lackierung von Edelstahlteilen. Das Logo eignet sich so unter anderem zur Herstellung einer Stanzform oder einer Stickvorlage für einfarbige Bestickung von Mitarbeiterkleidung.

Anwendungsbeispiele: Blindprägung, Letterpress, Stanzung, Stempeldruck, Gewebe, Lasergravuren, Lackierung etc. - zum Beispiel für einfarbige Gehäuselackierung, Firmenstempel, gewebte Gurte mit Branding, Blechprägung



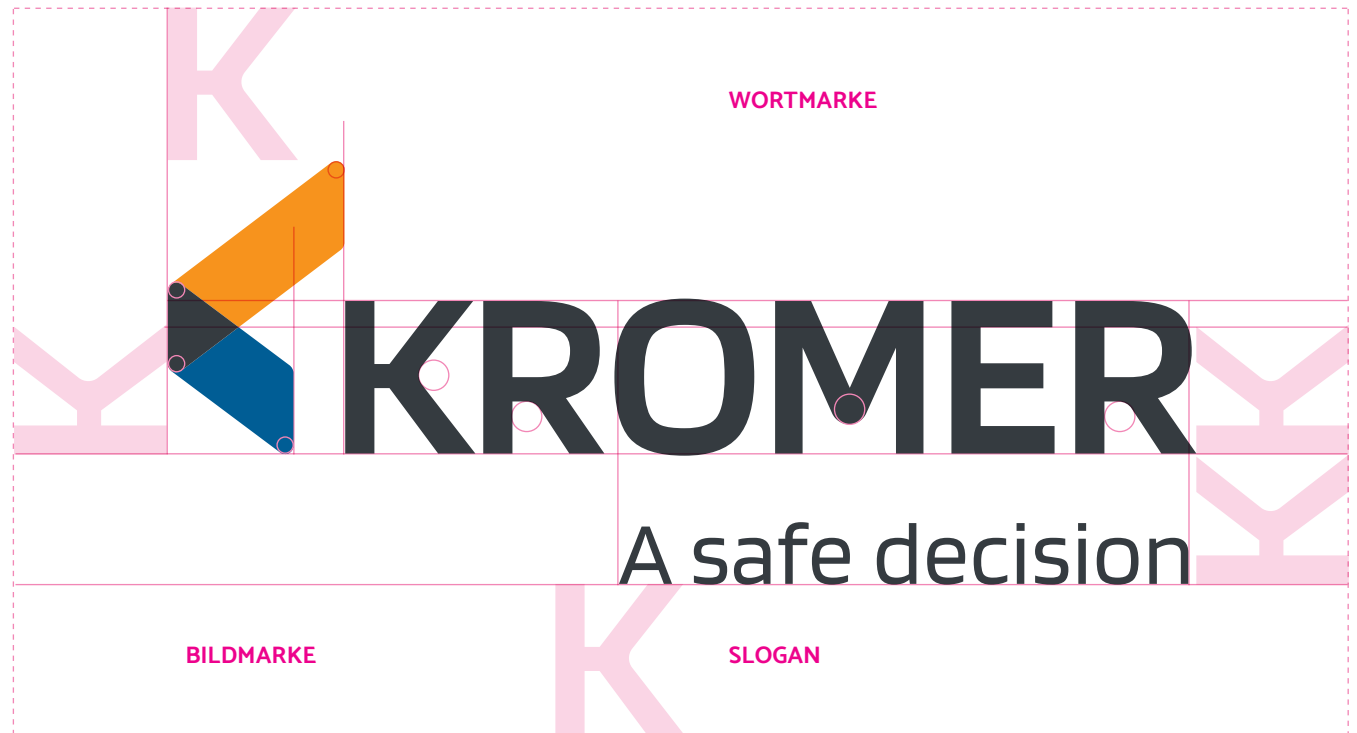
Logo mit Slogan

Dem Logo ist ein Slogan zugeordnet, der sowohl in fester Kombination mit der Wort-Bild-Marke, als auch losgelöst, aber in räumlicher Beziehung, abgebildet werden kann. Er wird in der **Blinker Regular** gesetzt, um einen ausreichenden Lesekontrast zu erreichen und das Logo in seinem Gesamtbild nicht zu beeinträchtigen.

Platzierung horizontales Logo:

Der Slogan steht rechtsbündig mit der Wortmarke. Er ist $\frac{2}{3}$ so breit wie der Schriftzug. Sein vertikaler Abstand zum Logo wird durch eine „K“-Einheit festgelegt - siehe Abbildung rechts.

Die Mindestgröße für die Abbildung mit kombiniertem Slogan beträgt 10 mm Gesamthöhe. So wird die Lesbarkeit des Slogans gewährleistet.



Platzierung vertikales Logo:

Der Slogan steht zentriert mit der Wortmarke. Er ist $\frac{2}{3}$ so breit wie der Schriftzug. Sein vertikaler Abstand zum Logo wird durch eine „K“-Einheit festgelegt - siehe Abbildung rechts.

Solo-Platzierung des Slogans:

In Kombination mit dem grauen Pfeil aus der Bildmarke kann der Slogan auch eigenständig verwendet werden. Allerdings sollte das Logo immer in „Sichtweite“ entfernt abgebildet werden, um eine eindeutige Zuordnung zu gewährleisten.





Primärfarben



Kromer-Orange

CMYK 0/50/100/0
RGB 243/146/0
HEX #F39200
Vollton Pantone 144 C / HKS K 6
RAL 1007 Narzissengelb



Kromer-Anthrazit

CMYK 10/0/0/90
RGB 55/58/59
HEX #373A3B
Vollton Pantone 432 C / HKS K 93
RAL 7043 Verkehrsgrau B



Kromer-Blau

CMYK 100/40/0/30
RGB 0/91/148
HEX #005b94
Vollton Pantone 7462 C / HKS K 44
RAL 5009 Azurblau

Sekundärfarbenfarben



Hellgrau

CMYK 0/0/0/15
RGB 227/227/227
HEX #e3e3e3
Vollton Pantone Cool Gray 1 C
RAL -

Typografie: OK!

Überschriften und Zwischenüberschriften

Die Schriftart Blinker ist die Ursprungsschrifttype für das Kromer-Logo. Die moderne Formensprache mit ihren kantig schwungvollen Buchstabenformen vermittelt dem Betrachter die Zuordnung zur technischen Branche. Sie erinnert an die Normschrift - versehen mit einem eigenständigen Charakter und damit einer guten Wiedererkennbarkeit.

Vorrangige Verwendung: Headlines, Sublines, große Schriftgrößen

<https://fonts.google.com/specimen/Blinker?query=blinker>

Fließtexte, Erklärungstexte

Die Schriftart Catamaran wird als „Brottschrift“ verwendet. Durch ihre schmale Laufweite ist sie für längere Texte und wenig Platz im Layout hervorragend geeignet. Eine gute Leseschrift kennzeichnet sich durch ein austariertes Größenverhältnis zwischen Groß- und Kleinbuchstaben und die schnelle Erfassbarkeit der einzelnen Buchstaben.

Vorrangige Verwendung: Beschreibungstexte, Erklärungen, Aufzählungen, schriftliche Kommunikation per Brief oder E-Mail, Katalogtexte, etc. - kleinere Schriftgrößen im Lesebereich

<https://fonts.google.com/specimen/Catamaran?query=catamaran>

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234 0 / > €

Headlines
Blinker (Google Font)

Ein Trainer sei sehen was passieren in Platz. In diese Spiel es waren zwei, drei diese Spieler waren schwach wie eine Flasche leer!

Sublines
Blinker (Google Font)

Letzte Spiel hatten wir in Platz drei Spitzen: Elber, Jancka und dann Zickler. Wir müssen nicht vergessen Zickler. Zickler ist eine Spitzen mehr, Mehmet eh mehr Basler. Ist klar diese Wörter, ist möglich verstehen, was ich hab gesagt? Danke.

Fließtext (Copy)
Catamaran (Google Font)

Offensiv, offensiv ist wie machen wir in Platz. Zweitens: ich habe erklärt mit diese zwei Spieler: nach Dortmund brauchen vielleicht Halbzeit Pause. Ich habe auch andere Mannschaften gesehen in Europa nach diese Mittwoch. Ich habe gesehen auch zwei Tage die Training. Ein Trainer ist nicht ein Idiot! Ein Trainer sei sehen was passieren in Platz. In diese Spiel es waren zwei, drei diese Spieler waren schwach wie eine Flasche leer!

Ersatzschriften

Für Anwendungen, bei denen keine Schriften installiert werden können oder eine Beschränkung auf Systemschriften besteht, sollen folgende Schriftarten anstelle der Hausschriften verwendet werden:

Überschriften: Verdana
Fließtexte: Arial

Typografie

Ein Trainer sei sehen was passieren in Platz. In diese Spiel es waren zwei, drei diese Spieler waren schwach wie eine Flasche leer!

[Blinker \(Google Font\)](#)

Typografie

Ein Trainer sei sehen was passieren in Platz. In diese Spiel es waren zwei, drei diese Spieler waren schwach wie eine Flasche leer!

[Ersatzschrift: Verdana](#)

Letzte Spiel hatten wir in Platz drei Spitzen: Elber, Jancka und dann Zickler. Wir müssen nicht vergessen Zickler. Zickler ist eine Spitzen mehr, Mehmet eh mehr Basler. Ist klar diese Wörter, ist möglich verstehen, was ich hab gesagt? Danke.

[Catamaran \(Google Font\)](#)

Letzte Spiel hatten wir in Platz drei Spitzen: Elber, Jancka und dann Zickler. Wir müssen nicht vergessen Zickler. Zickler ist eine Spitzen mehr, Mehmet eh mehr Basler. Ist klar diese Wörter, ist möglich verstehen, was ich hab gesagt? Danke.

[Ersatzschrift: Arial](#)



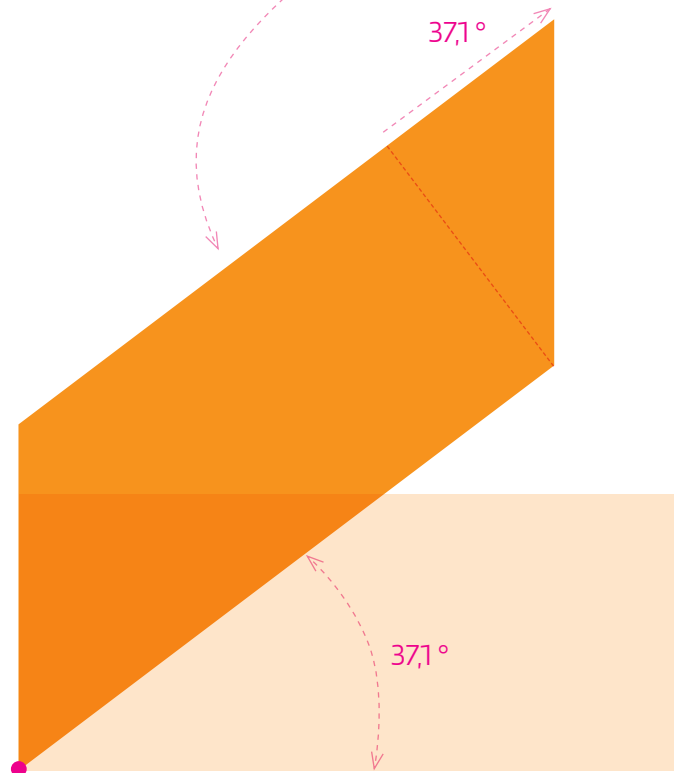
Grafisches Hauptelement: das „Slant“

Ableitung der Flächen aus dem Logo

Das Hauptelement des neuen Kromer Corporate Designs ist das „Slant“, eine Schrägform, die sich aus den Flächen der Bildmarke ableitet. Die entstehenden Parallelogramm-Flächen können sich überschneiden und überlagern, wobei die Farbflächen durch Effekte wie „Multiplizieren“, „Hartes Licht“ oder ähnliches neue farbliche Transparenzen ergeben und das Farbspektrum des Designs dadurch erweitern.

Die Farbflächen können als Bildmasken für Fotos verwendet werden oder zur besseren Lesbarkeit von Schrift auf einem Motiv als Hintergrundfläche genutzt werden. Dabei ist das „Hineinmultiplizieren“ der Farbflächen in das Foto möglich.

Die Übertragung der Leitidee - des „Leichtigkeitsprinzips“ in das Layout wird durch die mit Effekten erreichten Transparenzen und Überlagerungen umgesetzt.



So wird die Schrägform im Grafik-Programm erzeugt:

InDesign-Einstellung

Drehwinkel: 37,1 °
Scherwinkel: 37,1 °

Illustrator-Einstellung

Biegungswinkel: 37,1 °
Achse: vertikal, 90 °

Abbildungsmöglichkeiten und Variationen

Das Slant darf und kann ausschließlich proportional vergrößert oder verkleinert werden, um unterschiedlich große Flächen zu erzeugen.

Es darf im Rahmen des Anwendungsformats angeschnitten werden, auch an mehreren Stellen. Die grundsätzliche Erscheinung der Schrägform muss allerdings immer erkennbar sein (also mindestens eine Schräge sichtbar sein).

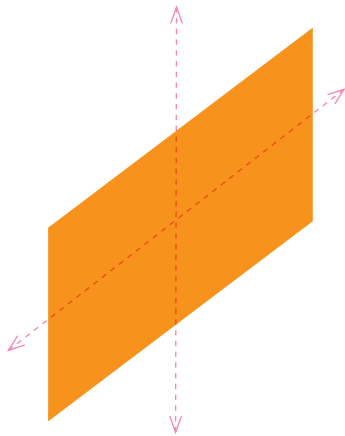
Es darf nicht in anderen Winkeln angeschnitten werden als 90° , oder 180° (waagrecht und senkrecht), sowie im gleichen Scher- und Biegungswinkel des Slants ($37,1^\circ$).

Es ist darauf zu achten, dass das Gesamtlayout nicht zu unruhig erscheint durch zu viele schräge Winkel. Mit der Abbildung des Slants soll daher sparsam und gezielt umgegangen werden.



„Slant“-Variationen

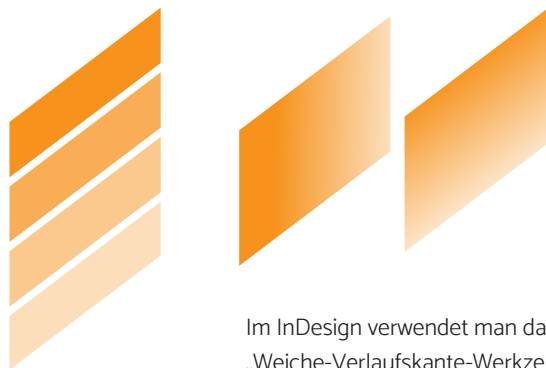
Die Länge und Breite der Schrägform kann beliebig variiert werden, die Winkel müssen aber dabei erhalten bleiben!



Die Schrägform kann horizontal oder vertikal gespiegelt werden



Das Slant kann in beliebigen Transparenzen abgebildet werden, auch als Transparenz-Verlauf.



Im InDesign verwendet man dazu das „Weiche-Verlaufskante-Werkzeug“

Slants dürfen / dürfen nicht:

- ✓ sich überdecken
- ✓ überschneiden, wenn sie Transparenzen enthalten
- ✓ weiße Flächen bilden
- ✗ andere Farben, als im Logo, verwenden
- ✗ ein Kreuz bilden
- ✗ kleinteilige Flächen bilden
- ✗ kleinste Schnittmengen haben



Slants, die sich überlagern, dürfen durch Effekte wie „Ineinanderkopieren“, „Multiplizieren“, „Weiches Licht“ ihre Farbgebung verändern bzw. mit dem Untergrund (z.B. Fotos) verschmelzen



Anwendungsbeispiele für das Corporate Design



Social Media

LinkedIn: Profilbild, Titelbild



Anwendungsbeispiele für das Corporate Design



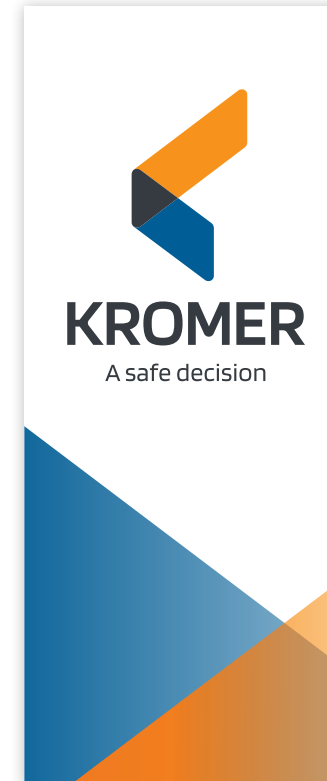
Social Media

LinkedIn: Status-Update, Blogartikel



Außenwerbung

Fahnen-Design



Anwendungsbeispiele für das Corporate Design

Geschäftsausstattung

Visitenkarten
Corporate-Design-Broschüre

Thomas Steinle
Geschäftsführung

Kromer GmbH
Nägelseestraße 37
D-79288 Gottenheim

+49 7665 50207-0
thomas.steinle@kromer.com



vcard

▶ A safe decision

Mustername Nachname
Geschäftsführung

Kromer GmbH
Nägelseestraße 37 | D-79288 Gottenheim

+49 7665 50207-0
thomas.steinle@kromer.com



▶ A safe decision

kromer.com



Thomas Steinle
Geschäftsführung

Kromer GmbH
Nägelseestraße 37
D-79288 Gottenheim



vcard

▶ A safe decision

kromer.com





Kontakt Daten



Customer support

Telefon +49 7665 50207-0
E-Mail kromer@kromer.com

Kromer GmbH

Nägelseestraße 37
79288 Gottenheim
Deutschland
www.kromer.com