



hollerbusch

CORPORATE DESIGN
MANUAL

| | | | |
|--------------------|---|----------------------|----|
| EINLEITUNG | > | Vorwort | 05 |
| MARKE | > | Wort-Bild-Marke | 07 |
| | > | Abmessungen | 08 |
| | > | SW & Negativ | 09 |
| | > | Größe & Verwendung | 10 |
| | > | Falsche Anwendung | 11 |
| | > | Hintergrund | 12 |
| TYPOGRAPHIE | > | Markenschrift | 15 |
| | > | Hausschrift | 17 |
| | > | Schriftgrößen | 21 |
| FARBEN | > | Markenfarben | 23 |
| | > | Farben Visitenkarten | 25 |
| | > | Papierfarben | 26 |
| BILDWELT | > | Piktogramme | 29 |
| | > | Anwendung | 30 |
| | > | Falsche Anwendung | 31 |
| FORMATE | > | Allgemeines | 33 |
| | > | Format Briefpapier | 34 |
| | > | Format Gemüsetüte | 38 |
| | > | Format Infobroschüre | 39 |
| | > | Format Visitenkarten | 40 |
| KONTAKT | > | Kontaktdaten | 45 |



EINLEITUNG

Das vorliegende Corporate-Design-Manual für das Unternehmen **“Hollerbusch”** behandelt wichtige Grundlagen für die Gestaltung des Erscheinungsbildes des Bio-Marktes. Ziel ist es, ein stimmiges, einheitliches und in sich **geschlossenes Markenbild** zu erschaffen, das die Zielgruppe optimal anspricht.

Da der Biomarkt **“Hollerbusch”** ein modernes, kreatives, fortschrittliches und sich immer weiterentwickelndes Unternehmen ist, ist es wichtig, die Bildwelt darauf abzustimmen. Neben der festgelegten Wort-Bild-Marke, die als **Wiedererkennungsmerkmal** dient, gibt es eine erweiterte, aus Piktogrammen bestehende **flexible Bildwelt**, die sich aus Bestandteilen des Logos zusammensetzt und die in verschiedenen Bereichen eingesetzt werden kann. Damit soll der **einzigartige, originelle Charakter** des Unternehmens hervorgehoben werden.

Durch die Verwendung von **Naturpapieren** wird erreicht, dass neben dieser modernen, fortschrittlichen Komponente auch der **ökologische Gedanke** betont wird. Es gilt also, die richtige Mischung aus Nachhaltigkeit & Fortschrittlichkeit, Ökologie & Ideologie, Modernität & Wertebewusstsein zu finden.

Von daher sind die nachfolgenden Regeln **unbedingt zu befolgen**, um dieser feinen Mischung mit einer genau abgestimmten Markenidentität gerecht zu werden.



WORT - BILD - MARKE

Das Bildzeichen ergibt sich aus den 3 grünen Blättern und den 3 violetten Hollunderbeeren. Zusammen bilden sie den **Hollerbusch**.

Die 3 Beeren, die im Dreieck angeordnet sind betonen zudem den **Treffpunktcharakter** des Biomarkts Hollerbuschs: Die Kreise könnten auch eine Gruppe von 3 Menschen, bzw. 3 Köpfen, darstellen, die Form der Blätter erinnert an Sprechblasen.

Die Farben sind kräftig und wirken frisch. Der Schriftzug mit den **runden, serifenlosen Buchstaben** wirkt harmonisch, Kleinschreibung soll den anarchistischen, freigeistigen Charakter des Ladens unterstreichen.

MARKTE

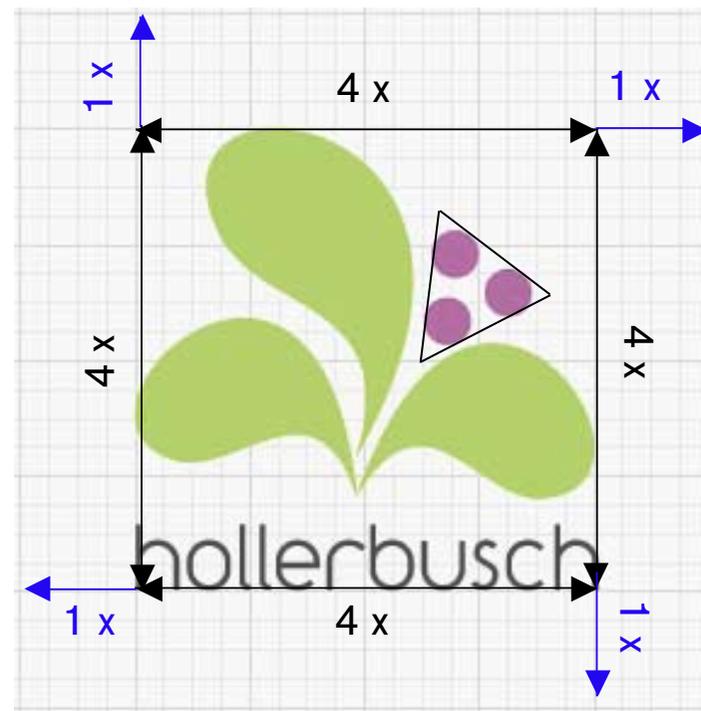
ABMESSUNGEN

Dem **Aufbau** der Wort-Bildmarke liegt ein Raster mit 4 mal 4 Quadraten der Seitenlänge **x** zugrunde, die sich wiederum in 4 mal 4 Quadrate unterteilen.

Die gesamte Wort-Bild-Marke ist somit **quadratisch** mit einer Länge und Breite von je **4x**.

In der Breite füllen Wort- und Bildmarke die Länge **4x** völlig aus, in der Höhe nimmt das Bildzeichen etwa $\frac{3}{4}$ (**3x**) und der Schriftzug mit Weißraum ca. $\frac{1}{4}$ (**1x**) der Fläche ein.

Der Schutzraum um das Logo beträgt auf jeder Seite **1x**.





SW- & NEGATIV-VARIANTE

In der Schwarz-Weiß-Variante fällt die Zweifarbigkeit zugunsten der **besseren Erkennbarkeit** weg - das Logo erscheint nun **einfarbig** in schwarz.

Die Wortbildmarke soll soweit möglich immer in der farbigen Variante eingesetzt werden!

Ist ein farbiger Einsatz nicht möglich, **(und nur dann)** wird das Logo in der rein schwarzen Variante verwendet. Ist ein schwarzer Hintergrund unvermeidbar erforderlich **(und nur dann)** wird die Wort-Bild-Marke in der Negativ-Variante (weiß auf schwarzem Grund) verwendet.

MARKTE

GRÖSSE & VERWENDUNG

Die **Originalgröße** der Wort-Bild-Marke beträgt **4 cm x 4 cm**.

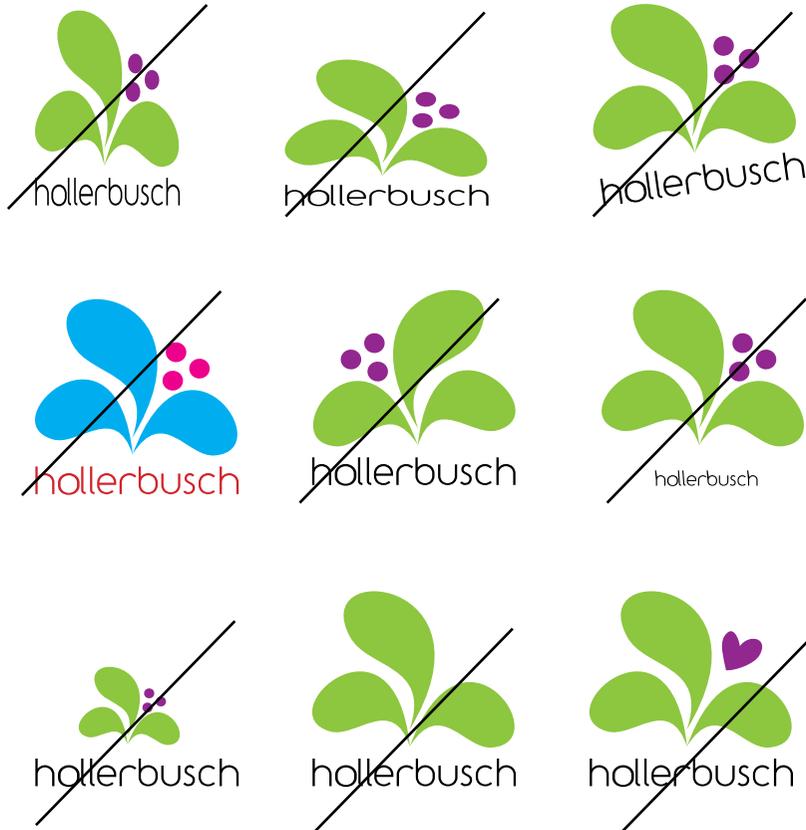
Die Wort-Bild-Marke darf nach oben beliebig skaliert werden.

Als **Mindestgröße** ist jedoch ein Wert von mindestens **2 cm x 2 cm**, also 50 % der Originalgröße zugunsten der Lesbarkeit einzuhalten.

Kleinere Anwendungen sind nicht zulässig!

Ein Verzicht auf die Wortmarke zum Zwecke einer weiteren Verkleinerung ist ebenfalls nicht zulässig.
Die Marke darf nur als kombinierte Wort-Bild-Marke verwendet werden!





UNERLAUBTE ANWENDUNGEN

Die Wort-Bild-Marke darf in ihren **Bestandteilen, Proportionen** und in ihrer **Ausrichtung nicht verändert** werden. Es darf nichts weggelassen und nichts hinzugefügt werden.

Die Wort-Bild-Marke darf **nicht gezerrt, gestreckt oder gestaucht** werden. Ebenso darf sie **nicht gekippt, schräggestellt, gedreht oder gespiegelt** werden.

Die **Positionierung, Größe und Ausrichtung** des Schriftzugs darf **nicht verändert** werden.

Die **Farben** der Wort-Bild-Marke dürfen **nicht verändert** werden.

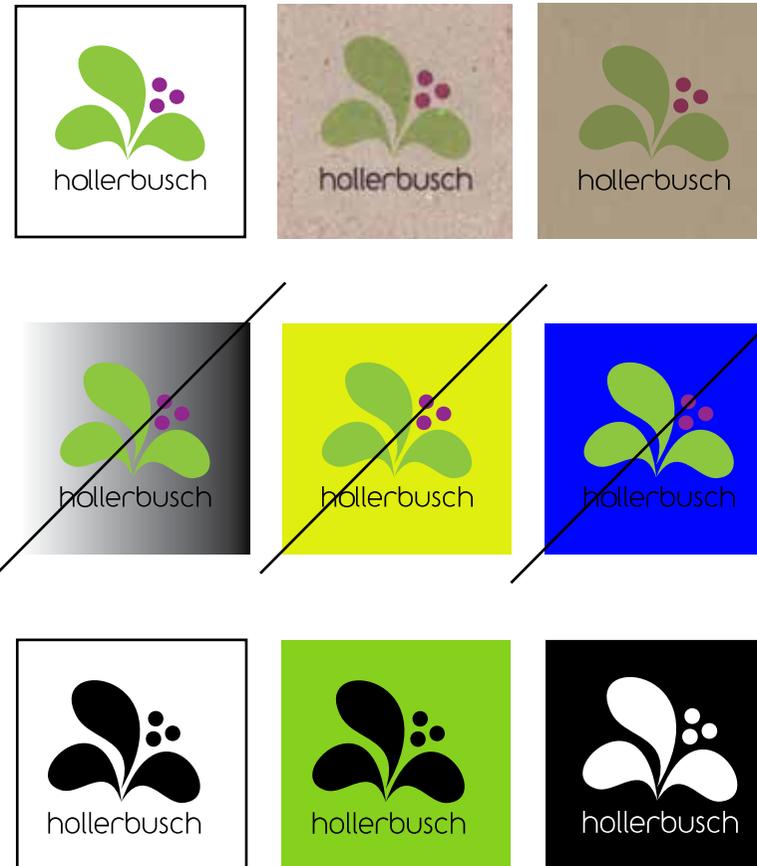
MARKTE

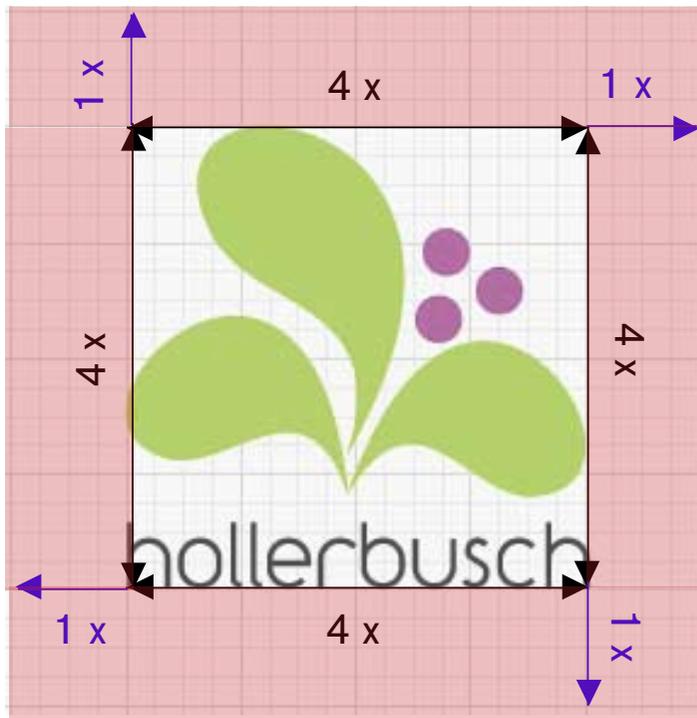
HINTERGRUND

Die Wortbildmarke in der farbigen Variante darf **nur auf weißem Hintergrund**, sowie auf **Naturpapier** verwendet werden.

Eine Anwendung auf farbigem, gemustertem oder schwarzem Hintergrund ist weder im Druck noch in der Bildschirmdarstellung (z.B. Webseite) zulässig!

Die SW-Variante darf auf Papier jeder Farbe gedruckt werden. Im Falle eines schwarzen Hintergrund wird anstelle des SW-Logos die Negativ-Variante verwendet.





SCHUTZRAUM SONDERREGEL

Der Schutzraum von **1x** um das Logo herum muss bei allen **Informationsmedien** eingehalten werden. Hierzu zählen all jene Medien, die **hauptsächlich aus Text** bestehen und der **Informationsübermittlung** dienen, wie z.B. Visitenkarten, Infobroschüre, Briefpapier, Webseite, Flyer (Rückseite) etc..

Bei vorwiegend **gestaltungsbe-
tonten** Medien oder **Merchandise-
artikeln** wie z.B. Plakate, Flyer (Vorderseite), Einkaufstüten, Feuerzeuge / Streichholzschachteln o.ä. muss der Schutzraum nicht zwingend eingehalten werden.

MARKTE

hollerbusch

Y2K NEOPHYTE OHNE AUSGLEICH

hollerbusch

Y2K NEOPHYTE MIT AUSGLEICH



hollerbusch

MARKENSCHRIFT

Als Schriftart für die Wortmarke wird die **Y2K Neophyte** verwendet.

Die serifenlose Schrift vermittelt einen **modernen, fortschrittlichen Eindruck**, durch die Kleinschreibung wird dieser Eindruck noch verstärkt.

Die Buchstabenabstände wurden manuell ausgeglichen, die Strichstärke leicht erhöht, so dass die **Lesbarkeit** auch in kleinen Größen verbessert wird, die Linien jedoch immer noch zart genug sind, um die Aufmerksamkeit nicht zu sehr vom Bildzeichen abzulenken.

Das Bildzeichen steht als Wiedererkennungsmerkmal im Vordergrund.

O
P
Y
F

MARKENSCHRIFT VERWENDUNG

Die Wortmarke darf als Signet nur in Verbindung mit dem Bildzeichen verwendet werden und **darf nicht alleine als Signet stehen.**

Ist die Wort-Bild-Marke als Signet bereits auf einem Medium vorhanden, darf die Wortmarke auf dem gleichen Medium den Schriftzug Hollerbusch z.B. in Adresdaten ersetzen, ohne mit dem Bildzeichen kombiniert zu werden.



HEADLINE

Ones ipsae venisit qui blabor autae
quiat officii beat. Lis **Auszeichnung regular** nis re omnia simet que sapersperum sin plam nonsequam ut officiminum alit, imporem es veliquodi utatur as iustiore et aut id **Auszeichnung medium** quidem faceperum ipsam reptatur sinis re ad ex exceria duntoribus vid quas **Auszeichnung regular** dolectibusam culpa veniam nihilictur reped eum do-luptium fuga.

Dit mosam, **Auszeichnung regular** optis et quate pariat cum aspererum, te eum erchictiate rem qui omnimi, aci con non-ecate perspelenis estiatatem quam re-ribus tiist, **Auszeichnung medium** idi dolut vel ium veris de velis duciis unt ad ut quunt re natur sim quod quatem. Ecte liquiat urectemolor arum accum la se vorlatia sitatio.

HAUSSCHRIFT

Als **Hausschrift** wird die **Akzidenz Grotesk BQ** verwendet, hauptsächlich in den Schnitten "Super" und "Light".

Der Schriftschnitt "Super" wird für **Überschriften** und vorwiegend in Großbuchstaben verwendet.

Der Schriftschnitt "Light" wird für alle **Fließtexte** verwendet.

Für **Auszeichnungen** innerhalb des Fließtext dürfen die Schnitte "Medium" und "Regular" verwendet werden.

Kursive Schnitte werden nie verwendet!



HAUSSCHRIFT DO'S & DON'TS

Es dürfen nur die angegebenen
Schriftschnitte verwendet werden:

Akzidenz Grotesk BQ Super
Akzidenz Grotesk BQ Light

Akzidenz Grotesk BQ Regular
Akzidenz Grotesk BQ Medium

Alle anderen Schriftschnitte und
kursive Anwendung sind nicht er-
laubt.

Die Schriften werden in einer Größe
von **mindestens 7 pt** verwendet (für
Kleingedrucktes). Fließtexte auf **Din**
A4 werden in einer Größe zwischen
10-12 pt verwendet.

Akzidenz-Grotesk BQ Light

~~Akzidenz-Grotesk BQ Light Italic~~

~~Akzidenz-Grotesk BQ Light OSF~~

~~Akzidenz-Grotesk BQ Light Italic OSF~~

~~AKZIDENZ-GROTESK BQ LIGHT SMALL CAPS & OSF~~

Akzidenz-Grotesk BQ Regular

~~Akzidenz-Grotesk BQ Italic~~

Akzidenz-Grotesk BQ Medium

~~Akzidenz-Grotesk BQ Medium Italic~~

~~Akzidenz-Grotesk BQ Bold~~

~~Akzidenz-Grotesk BQ Bold Italic~~

Akzidenz-Grotesk BQ Super

~~Akzidenz-Grotesk BQ Super Italic~~

ZAHLEN

72
78976
8290
937483642
78
3748
8
87921090
798
673

HAUSSCHRIFT BESONDERHEITEN

Der Schriftschnitt Super soll wenn möglich immer in **Großbuchstaben** gesetzt werden. Das unterstreicht den gewollt **plakativen Effekt**.

Zahlen werden immer im "Light"-Schriftschnitt und als **"Small Caps"** gesetzt, so dass sie nicht auf einer Grundlinie sitzen sondern **in der Höhe variieren**.

Das unterstreicht den kreativen, einzigartigen Charakter des Bio-marktes Hollerbusch.

In dieser Variante werden die Zahlen sowohl für **Preisschilder**, als auch in **Rechnungen** verwendet.

O
P
Y
F

HAUSSCHRIFT BESONDERHEITEN

Als zusätzliches Gestaltungselement kann der **Schriftschnitt "Super"** für Überschriften oder als Rubrikanzeiger (wie in diesem Manual) um **90° gegen den Uhrzeigersinn gedreht** eingesetzt werden.

Als Farbe wird das **Grün** des Logos (**RGB-Farbwert: R 148 G 198 B 63 / CMYK C 50 / M 0 / Y 100 / K 0**) in **50 % Transparenz** verwendet. In schwarz-weißen Medien darf der Schriftzug auch mit **50 % Schwarz** gesetzt werden.

Die vertikale Positionierung ist dabei meist zentriert. Der Zeilenabstand bei 2spaltiger Anwendung entspricht der Punktgröße des kleineren Wortes.

90° GRAD
TRANSPARENT

90° GRAD
TRANSPARENT

ICH BIN DIE KLEINSTE ÜBERSCHRIFT AUF MEDIEN AB A4.

ICH BIN DIE KLEINSTE ÜBERSCHRIFT AUF MEDIEN BIS A4.

Ich bin ein Fließtext in Akzidenz Grotesk Light, meine **Schriftgröße beträgt 10 pt**. Kleiner sollte ich auf einem DIN A4 Medium also nicht mehr sein.*

11 pt ist meine bevorzugte Größe auf einem DIN A4 Medium, meine **Laufweite beträgt jetzt 50**, das finde ich sehr angenehm, so habe ich ein bisschen Luft zum Atmen.

Größer als **12 pt** möchte ich auf DIN A4 eigentlich nicht sein, ich fühle mich so **groß genug**. Auf größeren Medien darf ich aber noch wachsen.

* Eine Ausnahme ist das Kleingedruckte, das mindestens 7 pt groß sein sollte. Auch auf sehr kleinen Medien wie Visitenkarten kann der Text in einer Mindestgröße von 7 pt gesetzt werden.

SCHRIFTGRÖSSEN

Akzidenz Grotesk Light:

Die **minimale Schriftgröße** beträgt bei allen Medien **7 pt**.

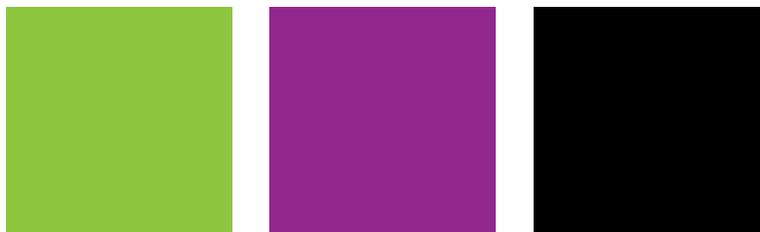
Die **normale Schriftgröße für Fließtext** beträgt für Medien bis maximal **DIN A 4, 10-12 pt**.

Akzidenz Grotesk Super:

Die **minimale Schriftgröße** für die Überschriften beträgt **11 pt** bei Medien kleiner als A4. Bei Medien **ab DIN A4** beträgt die minimale Schriftgröße für Überschriften **18 pt**.

In der um 90° gedrehten, transparenten Variante soll die Typo mindestens die **Hälfte der Höhe des Mediums** einnehmen. Sie darf **maximal 2-spaltig** sein.

OPREK



MARKENFARBEN

Die Wort-Bild-Marke besteht aus lediglich **3 Farben**, dem Grün für die Blätter des Hollerbusch, dem Violett der Beeren und dem Schwarz für den Schriftzug.

Die genauen Werte hierfür sind:

GRÜN:

RGB: R 148 / G 198 / B 63
CMYK: C50 / M0 / Y100 / K0

VIOLETT:

RGB: R 148 / G 198 / B 63
CMYK: C50 / M100 / Y0 / K0

SCHWARZ:

RGB: R 0 / G 0 / B 0
CMYK: C0 / M0 / Y0 / K100

FARBEN

WEITERE FARBEN

Für die um 90° gekippte Schrift (Akzidenz Super) dürfen die Farben

GRÜN:

RGB: R 148 / G 198 / B 63

CMYK: C50 / M0 / Y100 / K0

und

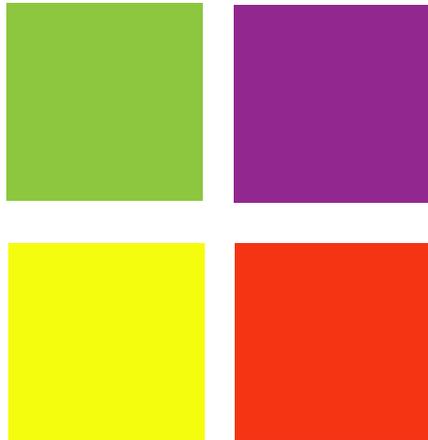
SCHWARZ:

RGB: R 0 / G 0 / B 0

CMYK: C0 / M0 / Y0 / K100

mit 50 % Deckkraft verwendet werden.





FARBEN VISITENKARTEN

Für die Farben der Visitenkarten / Samentütchen werden zur Kennzeichnung des Inhalts die Farben der jeweiligen Blüten verwendet.

Die Farben für die Sorten "Petersilie" und "Veilchen" sind die im Logo vorkommenden Farben **Grün (RGB: R 148 / G 198 / B 63 CMYK: C 50 / M 0 / Y 100 / K 0)** und **Violett (RGB: R 146 / G 39 / B 143 CMYK: C 50 M 100 Y 0 K 0)**. Die Werte für "Sonnenblumen" und "Rosen" sind:

GELB

RGB: R 245 / G 253 / B 15
CMYK: C 10 / M 0 / Y 96 / K 0

ROT

RGB: R 245 52 19
CMYK: C0 / M93 / Y100 /K0

FARBEN

PAPIERFARBEN

Für alle Druckerzeugnisse soll **recyceltes Naturpapier** verwendet werden.

Hierfür ist folgende Sorte zu verwenden:

Marpa Jansen
100 % Altpapier
110g / qm

Für eine etwaige 2. Seite eines Briefes, z.B. eine detaillierte Rechnung, darf herkömmliches weißes Druckerpapier verwendet werden.





FARBEN ÜBERSICHT

GRÜN:

RGB: R 148 / G 198 / B 63

CMYK: C50 / M0 / Y100 / K0

VIOLETT:

RGB: R 148 / G 198 / B 63

CMYK: C50 / M100 / Y0 / K0

SCHWARZ:

RGB: R 0 / G 0 / B 0

CMYK: C0 / M0 / Y0 / K100

GELB

RGB: R 245 / G 253 / B 15

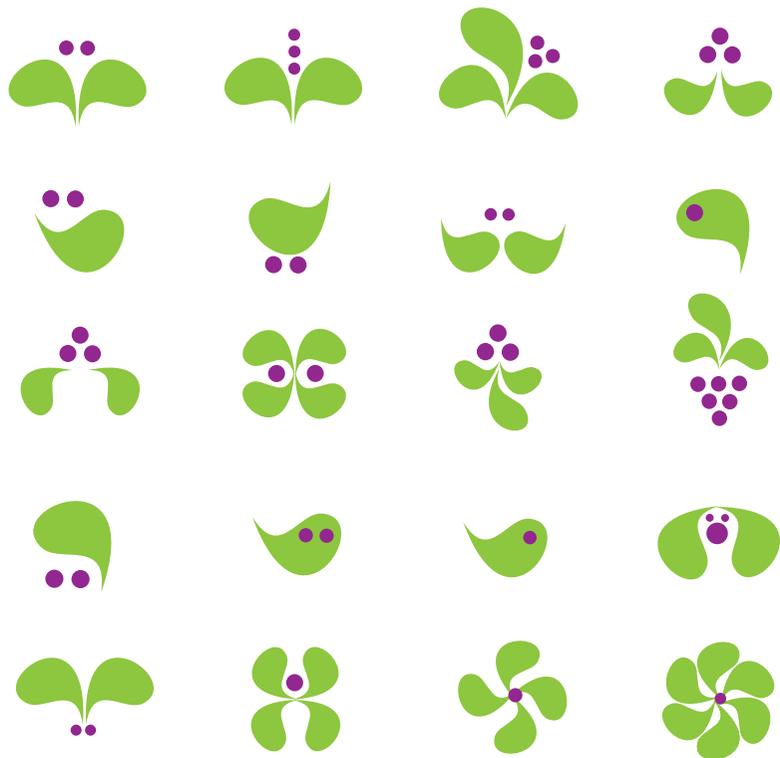
CMYK: C 10 / M 0 / Y 96 / K 0

ROT

RGB: R 245 52 19

CMYK: C0 / M93 / Y100 /K0

FARBEN



BILDWELT

Für die hier im Manual definierten Medien werden als Gestaltungsmittel ausschließlich **Logo**, die festgelegte **Typo** und die linksstehenden **Piktogramme** eingesetzt.

Die Piktogramme setzen sich aus den Grundelementen des Logos - Blatt und Hollunderbeere - zusammen, und **dürfen nur in den abgebildeten Versionen verwendet werden**. Veränderungen und Neukombinationen der Piktogramme sind nicht zulässig.

Fotomaterial oder andere zusätzliche Gestaltungsmittel werden in den im Manual definierten Medien nicht verwendet.

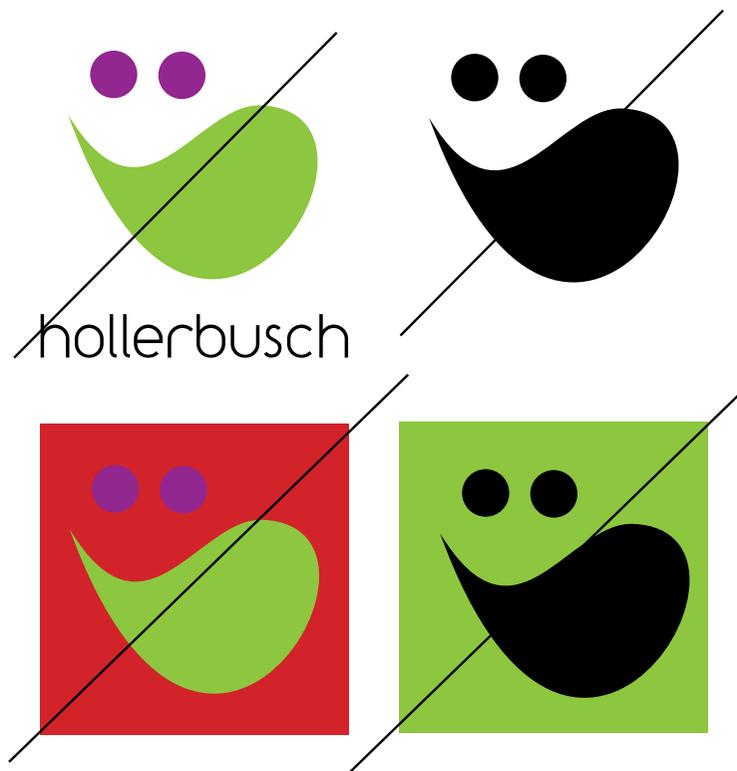
ANWENDUNG

Die Piktogramme werden vor allem in der **Infobroschüre** (siehe Bild) verwendet. Sie können auch für andere Zwecke eingesetzt werden, z.B. Regalbeschriftung im Laden, um die **Produktkategorien** zu bestimmen (bayerische Produkte, Tierfutter, Weine, Blumen, etc.).

Für die **Anwendung** der Piktogramme gelten die gleichen Regeln wie die im Kapitel "Marke" definierten Anwendungsregeln (siehe S. 07 - 13) mit diesen Ausnahmen:

Die **Mindestgröße** der Piktogramme liegt bei **1 cm Höhe oder Breite**. Verwendung in **SW oder negativ ist nicht erlaubt**.





UNERLAUBTE ANWENDUNG

Nicht erlaubt ist der Einsatz der Piktogramme als **Unternehmenslogo**, die Piktogramme dürfen **nur ergänzend** eingesetzt werden. Kombinationen mit dem Schriftzug "hollerbusch" sind zu unterlassen.

Die Piktogramme sollen nach Möglichkeit nicht ohne ergänzenden rubrikanzeigenden Schriftzug (in Akzidenz Super) verwendet werden.

SW- oder Negativ-Verwendung, sowie Verwendung in einer kleineren Größe als 1 cm Länge oder Breite (hier zählt die längere Seite) ist nicht erlaubt. Bezüglich der Hintergrundfarben gelten die auf Seite 12 definierten Regeln.



FORMATE

Im folgenden Kapitel werden die Formate für diese Medien definiert:

- > Briefpapier
- > Gemüsetüte
- > Infobroschüre
- > Visitenkarten

Die nachfolgenden Gestaltungsraster gelten als verbindlich und sind unbedingt zu beachten!

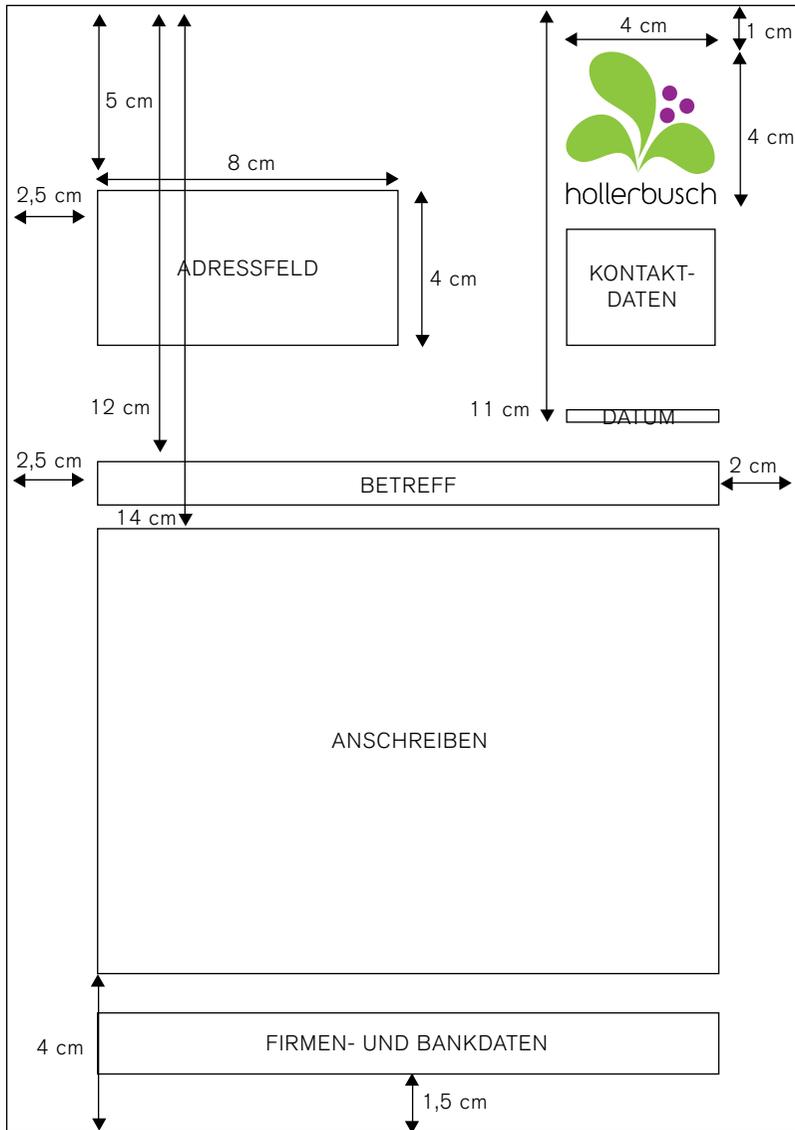
Für alle Formate wird die bereits definierte Papiersorte **Marpa Jansen, 100 % Altpapier, 110 g / qm** verwendet.

FORMAT BRIEFPAPIER

Das Format des Briefpapiers (DIN A4) richtet sich im Großen und Ganzen nach den Regeln der **DIN-Norm 5008 für Standard-Briefpapiere** (siehe Abb. rechts).

Auf Falz- und Lochmarken wird jedoch zu Gunsten der Gestaltung verzichtet.





BRIEFPAPIER LAYOUT

Das Logo ist in der **Originalgröße** von **4 x 4 cm** oben rechts platziert. **Abstände** zum Rand: **oben 1 cm** (Schutzbereich), **rechts 2 cm**.

Das Adressfeld befindet sich nach DIN-Norm auf einer Höhe von 5 cm, ist 4 cm hoch und 8 cm breit.

Auf einer Höhe von 11 cm befindet sich das **Datum** im Format Ort, **TT.MM.JJJJ**, **rechtsbündig**. Der **Betreff** steht auf einer Höhe von 12 cm, **linksbündig**.

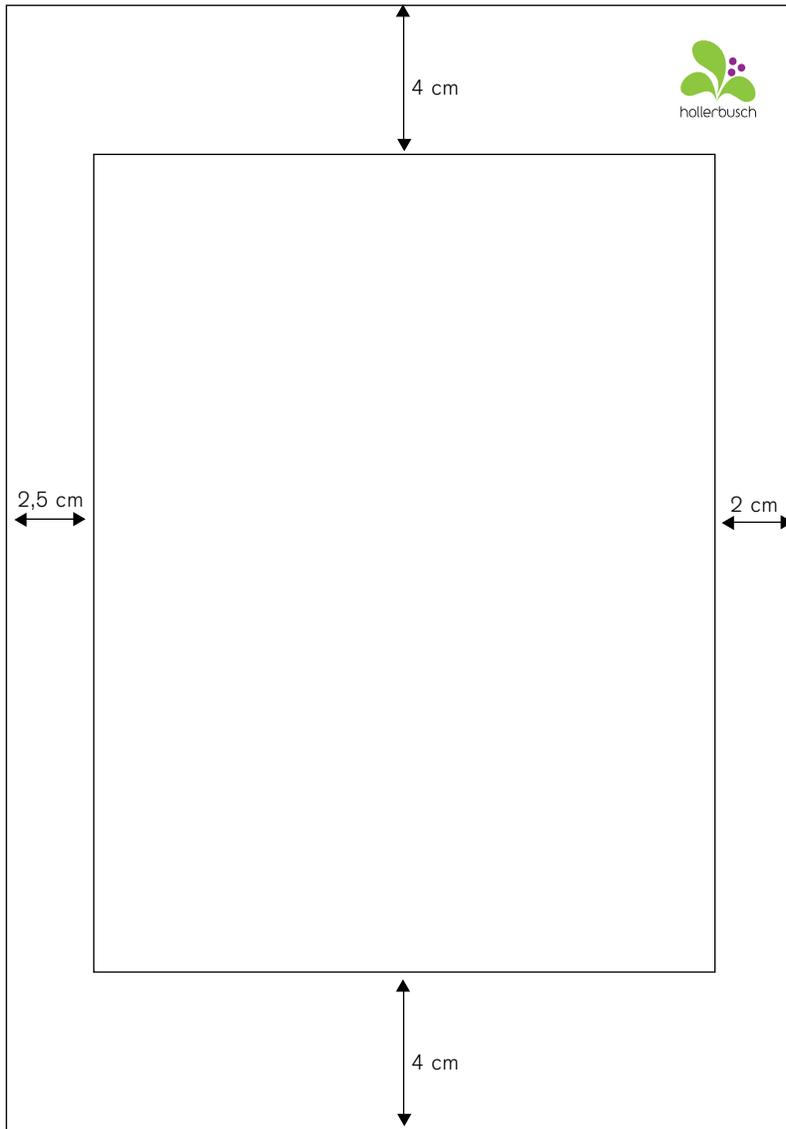
Auf einer **Höhe von 14 cm** beginnt das **Anschreiben** und endet mit **mind. 4 cm Abstand** zum unteren Rand. Darunter befindet sich das Feld für Firmen & Bankdaten mit Abstand zum unteren Rand von **1,5 cm**.

FORMATE

ANWENDUNG BRIEFPAPIER

Gestaltungsraster für Briefpapier
Seite 1 in der Anwendung.





BESONDERHEITEN BRIEFPAPIER SEITE 2

Bei mehrseitigen Briefen kann die zweite Seite vor allem bei der Rechnungsstellung zu Gunsten verbesserter Lesbarkeit auf normal **weißes Papier** gedruckt werden.

Auf der zweiten Seite des Briefpapiers werden die Angaben zu Kontakt und Bankdaten weggelassen, das Logo wird in verkleinerter Form von **2 x 2 cm**, platziert mit Schutzbereich von **1 cm** in der rechten oberen Ecke verwendet (siehe Abb. links).

Ränder:

oben: **4,0 cm**

unten: **4,0 cm**

links: **2,5 cm**

rechts: **2,0 cm**

FORMATE

FORMAT GEMÜSETÜTE

Die **Gemüsetüte** hat die Größe
42 cm (H) x 30 cm (B) x 15 cm (T)

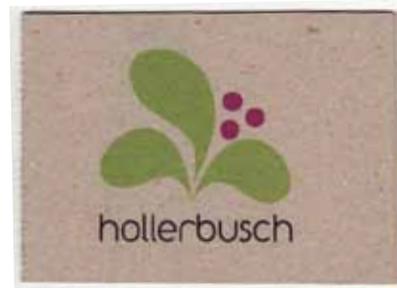
Das **Logo** hat auf der Tüte eine
Größe von **19 x 19 cm** und ist wie
folgt platziert:

linker Rand: **3,0 cm**
rechter Rand: **8,0 cm**
unterer Rand: **3,5 cm**

Der um 90° gedrehte **Schriftzug**
“**Gemüsetüte**” hat eine Höhe von
35 cm und wird wie folgt platziert:

Abstand links zum Logo: **1,5 cm**
Rand rechts: **2,5 cm**
Rand unten: **3,5 cm**





FORMAT INFOBROSCHÜRE

Die Infobroschüre hat ein Format von **148 mm x 105 mm** (geschlossen), bzw. **296 mm x 105 mm** (geöffnete Doppelseite).

Das Logo auf der Titelseite hat die Größe **75 mm x 75 mm**. Die Größe der Piktogramme soll sich jeweils optisch der Größe des Logos anpassen. Die Piktogramme sind sowohl vertikal als auch horizontal **zentriert**, ebenso die Textblöcke mit einer festen Breite von **108,5 mm** und einem rechten und linken Rand von je **19,75 mm**. Textausrichtung ist ebenfalls zentriert.

Der um 90° gedrehte Schriftzug ist vertikal zentriert und hat eine Schriftgröße von **52 pt**.

VISITENKARTEN VORNE - FORMAT

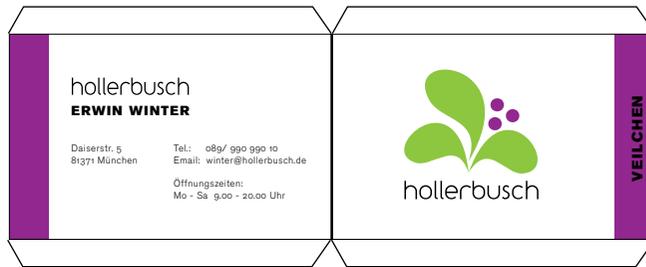
Die Visitenkarten / Samentütchen sind in der Standardgröße für Visitenkarten von **85,6 mm x 54 mm** gestaltet.

Das Logo ist in einer Größe von **35 mm x 35 mm** abgebildet und steht exakt zentriert im Raum links der Perforation.

Die farbigen Streifen sind **10,5 mm** breit, die um 90° gedrehte Schrift (Akzidenz Super) ist **11 pt** groß.

Die Perforation ist mit weißem Faden und einer Nähmaschine in **Stichbreite 1** genäht.





VISITENKARTE HINTEN - FORMAT

Der Schriftzug “Hollerbusch” wird aus der Wortmarke gebildet und hat eine Breite von **31,3 mm**.

Der darunter stehende Name (in Akzidenz Super) soll in der Breite soweit möglich **an diesen Schriftzug angepasst** werden. Daraus ergibt sich die Schriftgröße (im Fall von Erwin Winter **9,9 pt**).

Die Adressdaten werden in Schriftgröße **7,2 pt** (Akzidenz light) dargestellt.

Das Falten der Visitenkarten / Samentütchen erfolgt mithilfe der **Klebelaschen**, wie in der Abbildung dargestellt.

FORMATE

SATZSPIEGEL VISITENKARTE

Alle Maßangaben in mm sind der rechts stehenden Abbildung zu entnehmen.

Größe des Textfeldes:

Breite: **68,6 mm**

Höhe: **44,0 mm**

Randabstände des Textfeldes:

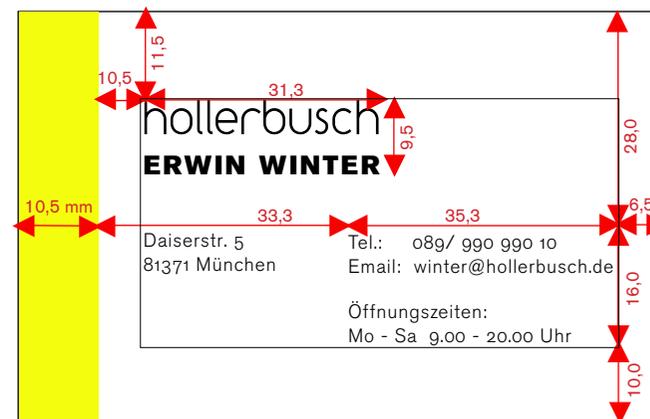
oben: **11,5 mm**

unten: **10,0 mm**

links: **10,5 mm** (zur Perforation)

21,0 mm (zum Außenrand)

rechts: **6,5 mm**





ÜBERSICHT GRUNDFORMATE

Briefpapier: **DIN A4 (21,0 x 29,7 cm)**

Gemüsetüte: **42 (H) x 30 (B) x 15 cm**

Broschüre: **148 mm x 105 mm** bzw.
296 mm x 105 mm
(geschlossen / offen)

Visitenkarten: **85,6 mm x 54 mm**

FORMATE



KONTAKT

hollerbusch
Erwin Winter (Inhaber)

Daiserstraße 5
81371 München

Tel.: 089 / 776 474

Grafik:

Jessy Schmitt
Email: mail@jessyschmitt.de

KONTAKT