

2 Markenzeichen

2.1 Das Logo der SCHAKO Group

Das Logo der SCHAKO Group ist heute das verbindende Dach für alle Unternehmen innerhalb der Unternehmensgruppe. Es ist einprägsam, individuell und plakativ.

- Prägend ist die **grüne Farbe**, die im Wettbewerbsumfeld auffällt und gleichwohl eine Referenz an die grüne Landschaft im Oberen Donautal ist.
- Prägend ist auch die **individuelle Logoschrift**, die sich in der Grundidee aus den geometrischen, sachlich-modernen Bauhaus-Schriften ableitet.

Für die einheitliche Darstellung des Logos der SCHAKO Group sowie der Tochterunternehmen wurden Gestaltungsregeln definiert, die in allen Gestaltungen einzuhalten sind.

Das Logo der SCHAKO Group ist eine **Wort-Bild-Marke**, die sich aus folgenden Elementen zusammensetzt:

- **SCHAKO Schriftzug** in individueller Logotype
- **SCHAKO Bildelement**, abgeleitet vom Drallauslass DQJ, dem historischen Markenzeichen des Unternehmens

Diese beiden Elemente bilden eine Form, sind miteinander verbunden und dürfen nicht verändert werden.

2.2 Das Logo von SCHAKO

Das Logo von SCHAKO ist identisch zum Group-Logo. Lediglich der Unterzug „Group“ entfällt hier.

Das Logo der SCHAKO Ferdinand Schad KG war aus der Firmengeschichte heraus prägend für die Gestaltung. Es hat in den relevanten Märkten einen hohen Bekanntheitsgrad. Deshalb wurden die Dachmarke und die Logos der anderen Tochterunternehmen auf dieser Basis entwickelt.



2.3 Vermaung und Schutzraum

Ein Logo braucht immer Raum, um wirken zu können: Dieser sogenannte Schutzraum ist durch einen Mindestabstand definiert, in dem keine Texte, Bilder oder Grafiken platziert werden dürfen. Der Schutzraum für das SCHAKO Group Logo und das SCHAKO Logo ergibt sich aus dem 5-x-5-mm Raster, das dem gesamten Erscheinungsbild zugrunde liegt. Die Bildmarke richtet sich dabei immer rechts oben am Raster aus.

In der 100%-Anwendung des Logos hat es einen Schutzraum von 5 mm auf allen vier Seiten. Durch diesen Minimum-Schutzraum hebt sich das Logo von Flächen gut ab.

Details zum Logo der SCHAKO Group

Der Zusatz Group ist in der Schriftart „Calibri“ gesetzt. Die Schriftgre des Wortes „Group“ beträgt bei der 100%-Anwendung des Logos 11,5 pt und es steht rechtsbündig mit dem Logoschriftzug. Die Position orientiert sich an der „Outline“ der Logoschrift, welche die Abgrenzung zum Bildelement ist.

In der **100%-Anwendung** ergibt sich ein **Logoma von 45 x 17,5 mm**. Mit Schutzraum beträgt das Ma 55 x 27,5 mm.

Details zum Logo von SCHAKO

In der **100%-Anwendung** ergibt sich ein **Logoma von 45 x 11,5 mm**. Mit Schutzraum beträgt das Ma 55 x 21,5 mm.

Alle Logos stehen in den gängigen Formaten für die tägliche Arbeit zur Verfügung und müssen nur in der richtigen Gre eingesetzt werden.

5 mm = 1 RE (Rastereinheit)

100%-Anwendung SCHAKO Logo mit Zusatz Group



100%-Anwendung SCHAKO Logo



2 Markenzeichen

2.8 Zulässige Anwendungen der Logos

Um sich von mehrfarbigen oder unruhigen Hintergründen deutlich abzuheben, müssen die Logos der SCHAKO Group und der Tochterunternehmen auf eine ausreichend große weiße Fläche gesetzt werden. In der 100%-Anwendung ist die weiße Fläche rundum entsprechend dem Gestaltungsraster 5 mm breit. Je nach Skalierung der Logos verändert sich die Größe des Schutzraums.

Die Visualisierungsbeispiele basieren hier auf dem Logo der SCHAKO Group, haben aber Gültigkeit für alle Logos der Tochterunternehmen:

- Auf weißer Fläche ist der Schutzraum da, aber nicht sichtbar.
- Auf farbigen Flächen ist der weiße Schutzraum deutlich sichtbar und hebt das Logo hervor.
- Auf Bildflächen ist der weiße Schutzraum ebenfalls deutlich sichtbar und hebt das Logo von der Bildfläche ab.
- Auf Flächen mit einem durchschnittlichen Grauwert von bis zu 30 % können die Logos in grüner Farbe stehen. Bei einer Farbdichte von mehr als 30 % Grauwert werden die Logos ausschließlich in Schwarzweiß gedruckt. Die betrifft vor allem Kartonverpackungen.
- Anwendungen in Graustufen und in Schwarzweiß sind definiert.
- In Ausnahmefällen können die Logos auch negativ weiß dargestellt werden.



Hintergrund 30 % Grauwert



Hintergrund 30 % bis 60 % Grauwert



Hintergrund 60 % bis 100 % Grauwert



2.9 Unzulässige Anwendungen

Die Wort-Bild-Marken sind für die SCHAKO Group und die Tochterunternehmen das Herz des Markenauftritts und eines der wichtigsten Wiedererkennungsmerkmale. Um die Souveränität der Logos zu gewährleisten, dürfen die Wort-Bild-Marken nicht verändert werden.

Die Logos sind unantastbar und müssen mit größtmöglicher Sorgfalt eingesetzt werden. Die Logos dürfen nicht perspektivisch verzerrt, gestaucht, umgefärbt oder gekippt werden.

Die Visualisierungsbeispiele basieren auch an dieser Stelle auf dem Logo der SCHAKO Group, haben aber Gültigkeit für die Logos aller Tochterunternehmen.

