

Corporate Design Guide

Frischer Wind für die technischen
Anforderungen von Morgen.

Inhalt

1. Logo
2. Farben
3. Typografie
4. Gestaltungselemente
5. Bilder
6. Layout
7. Anwendungsbeispiele

Markenzeichen

Das Herz und die Seele unserer
Markenidentität.

Das Markenlogo identifiziert die Marke LTG als Ganzes. Ein Versprechen für Qualität, Konsistenz und Zuverlässigkeit.

Den größten Nutzen eines hochwertigen Logos können wir nur erzielen, wenn es über alle Materialien hinweg gleich dargestellt wird.



Logo Update

Mit Tradition in die Moderne

Die 1962 entwickelte Wort-Bild-Marke "LTG" hat durch ihr gutes Design nach über 60 Jahren noch längst nicht ausgedient. Wir schaffen ihr einen Rahmen, um uns in Zukunft weiterhin zu begleiten.

In Kombination mit dem Claim "Air Tech Systems", eingebettet in ein perfektes Quadrat, resultiert ein Markenzeichen, das uns für die Zukunft rüstet und unseren Respekt für Tradition und unseren Pioniergeist geschmackvoll verbindet.



Konstruktion

Design Herleitung

Die Breite des quadratischen Markenzeichens entspricht der Breite von 2 Einheiten. Daraus ergibt sich die Höhe.

Der Claim ist 1 Einheit breit und steht zentriert unter der Wortmarke. Er wird eine Einheit hoch darunter nach unten ausgerichtet.

Wortmarke und Claim gesperrt verbunden, werden vertikal und horizontal innerhalb des Quadrates zentriert.



Reduzierte Variante

Design Herleitung

Wenn der Platz knapp ist, kann eine reduzierte LTG-Wortmarke anstelle des vollständigen Logos verwendet werden. Dieses Logo ist für kleine Flächen und Aufdrucke konzipiert, um Lesbarkeitsprobleme zu lösen, wie z.B. Favicons, Sticke, Gravuren oder Siebdrucke.

Dies ist die einzige autorisierte Methode, um die Marke LTG in Ausnahmefällen darzustellen.



MINDEST HÖHE

Diese Wortmarke ist für besonders kleine Räume konzipiert. Die Mindesthöhe beträgt 10,5 mm für Print- und 30 px für digitale Anwendungen.



Minimal Größen

Funktional bis ins Detail

Die Beibehaltung einer optimalen und minimalen Logogröße ist für die Lesbarkeit des Zeichens und die allgemeine Markenbekanntheit von entscheidender Bedeutung.

Die Ausführung bestimmt oft die richtige Logogröße. Um die Lesbarkeit zu maximieren, versuchen Sie jedoch, für jede aufgeführte Logo-version die größte Größe (im Rahmen) zu verwenden.

Unter bestimmten Umständen kann es akzeptabel sein, die Mindestgröße zu verwenden.

Reproduzieren Sie unsere Logos niemals kleiner als die auf dieser Seite aufgeführten.



21 mm
80 px

PRIMÄR LOGO

Mindesthöhe beträgt 21 mm für Printanwendungen und 80 Pixel für digitale Anwendungen.



10,5 mm
30 px

REDUZIERTER VARIANTE

Die Mindesthöhe beträgt 10,5 mm für Print- und 30 Pixel für digitale Anwendungen.

LTG Logo Positionierung

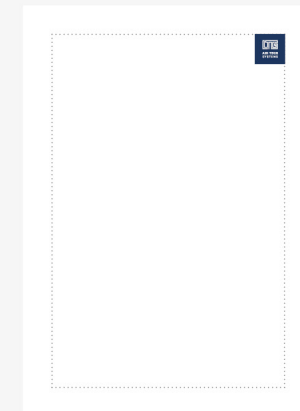
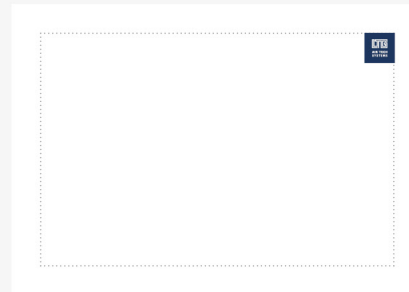
Bevorzugt: Rechts oben

Wo unser Logo platziert ist, sagt viel über den visuellen Stil unserer Marke aus. In diesem Kapitel finden Sie allgemeine Anleitungen dazu, wie das Logo auf einer Vielzahl von Berührungspunkten und Medien positioniert werden sollte.

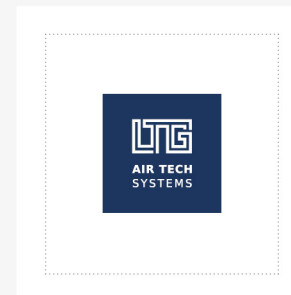
Generell sollte unser Logo nicht in einer Fläche zentriert sein. Wir bevorzugen eine rechtsbündige Platzierung, bei der das Logo in Größe X in der oberen rechten Ecke der Gestaltungsgrundfläche platziert wird.

Ausnahmen von dieser Regel werden zwangsläufig auftauchen. Wenden Sie sich im Zweifelsfall an ein Mitglied unseres Marketing-Teams, um Ihre Situation zu überprüfen.

PRIMÄR LOGOPLATZIERUNG



HÄUFIGE AUSNAHMESITUATIONEN BEI DER PLATZIERUNG



LTG Logo Positionierung

Merchandise

Markenartikel wie T-Shirts, Mützen oder Tassen sollten nach Möglichkeit alle einer rechtsbündigen Logoplatzierung folgen.

Suchen Sie nach Möglichkeit nach einzigartigen und ungewöhnlichen Aufdruckbereichen, die Sie verwenden können. Bereiche wie T-Shirt-Ärmel werden selten genutzt und können ein markantes optisches Statement setzen.

Jeder Merchandise-Artikel unterliegt einzigartigen Beschränkungen. Verwenden Sie die Bilder auf der rechten Seite als allgemeine Anleitung.

PRIMÄR LOGOPLATZIERUNG



BEKLEIDUNG

Richten Sie das Logo nach Möglichkeit rechtsbündig aus. Verwenden Sie die reduzierte Variante wenn es die Produktion des Artikels erleichtert.



LTG Logo Positionierung

Beschilderung

Bei Verwendung an der Außenseite des Gebäudes sollte die Beschilderung an anderen Berührungspunkten der gleichen rechtsbündigen Platzierung des Logos folgen.

Bei Schildern Merchandise oder Einzeldarstellung kann das Logo vertikal und horizontal zentriert dargestellt werden. Die Schutzzone darf, wie in dem Beispiel rechts in Ausnahmefällen unterschritten werden.

PRIMÄR LOGOPLATZIERUNG



LTG Logo Positionierung

Im Internet

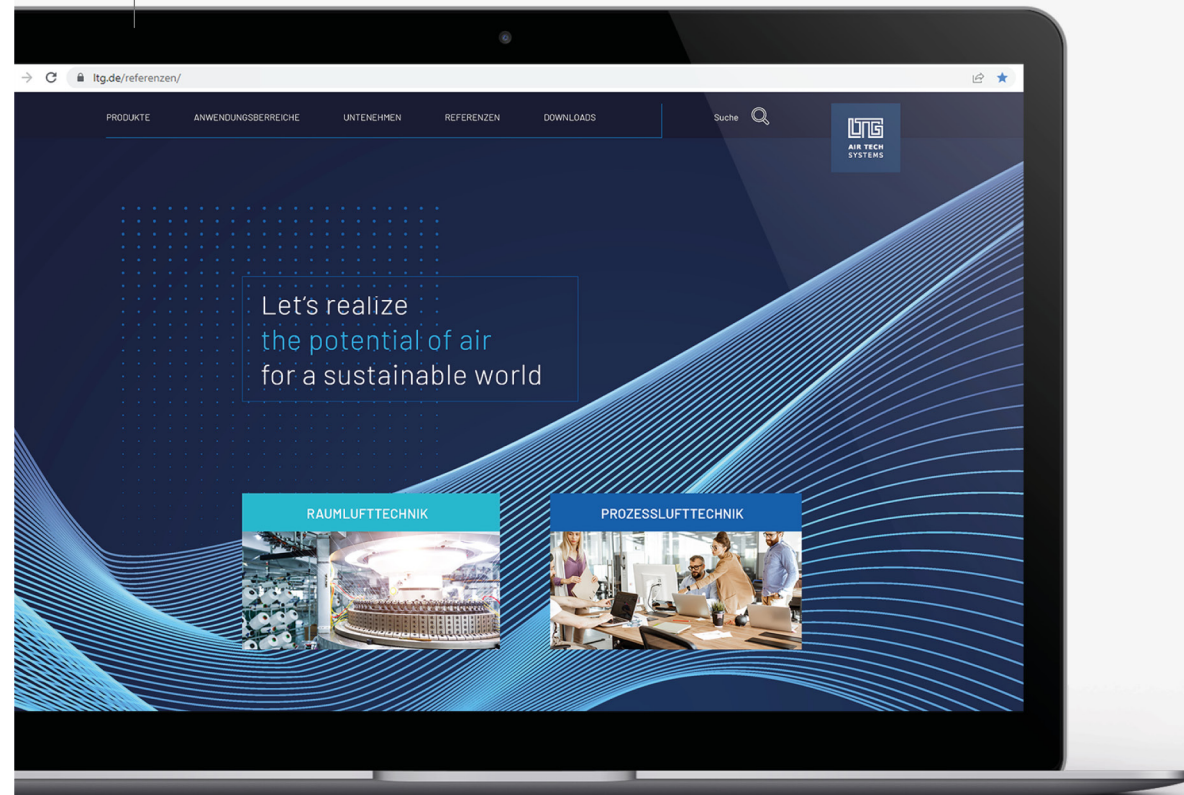
Auf der LTG-Website wird das Logo in der oberen rechten Ecke der Navigationsleiste platziert. Zentrieren Sie das Logo nicht auf am oberen Rand des Bildschirms, auch nicht auf kleinen Bildschirmen.

Das Logo wird kann horizontal und vertikal zentriert platziert werden wenn keine signifikanten Elemente zu sehen sind.



FAVICON

Unser Favicon – ein 32 x 32 Pixel großes Symbol, das im Browser neben der URL angezeigt wird – ist die einzige andere genehmigte Verwendung unseres Symbols in fester Form.



PRODUKTE

ANWENDUNGSBEREICHE

UNTENEHMEN

REFERENZEN

DOWNLOADS

Suche



Let's realize
the potential of air
for a sustainable world

RAUMLUFTTECHNIK



PROZESSLUFTTECHNIK



LTG Logo Positionierung

In Sozialen Netzwerken

Bei der Verwendung als Social-Media-Avatare sollte das Nur-Icon-Logo mit dem richtigen Freiraum auf allen Seiten verwendet werden.

Wir haben zwei genehmigte Avatar-Bilder entwickelt, die Sie hier auf dieser Seite finden. Sie sind jeweils für kreisförmige und quadratische Avatarformen aller Größen zugelassen.

Während das Layout dieser Avatare in keiner Weise verändert werden sollte, können zugelassene sekundäre Markenfarben verwendet werden, um auf besondere Ereignisse, Feiertage und saisonale Änderungen hinzuweisen.



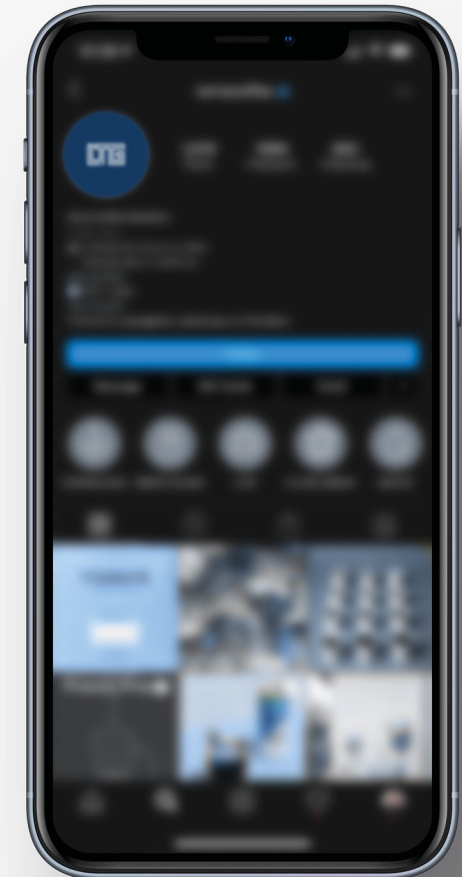
PROFILBILD

Bevorzugter Avatar zur Verwendung auf allen Plattformen. Alle zugelassenen Farbkombinationen dürfen verwendet werden.



ALTERNATIVES PROFILBILD

Je nach Plattform kann die reduzierte Wortbildmarke verwendet werden. Dies sollte immer eine Ausnahmefällen verwendet werden.



Häufige Fehler

Qualitätsgarant bei der Platzierung



Bearbeiten Sie nicht die Logofarbe, verwenden Sie keine markenfremde Farbe und reduzieren Sie nicht die Logodeckkraft.



Fügen Sie dem Logo keine grafischen Effekte hinzu, einschließlich Schlagschatten.



Es gibt zahllose alte Varianten des Logos, die nicht mehr verwendet werden dürfen.



Dehnen, stauchen, schieb oder verzerren Sie das Logo in keiner Weise.



Dringen Sie nicht in den erforderlichen Freiraum des Logos ein und beachten Sie die Schutzzone.

Effektivität durch Differenzierung

Unterschiedliche Farbwelten schaffen eindeutige Charakteristika für eine optimale Produktivität.

INNOVATIV

Lufttechnik

LTG als Dachmarke bietet das Fundament für 2 Produktparten die völlig verschiedene Zielgruppen bedient. Die Qualität, Innovation und die Erfahrung strahlt auf beide Sparten ab.

AKTIV

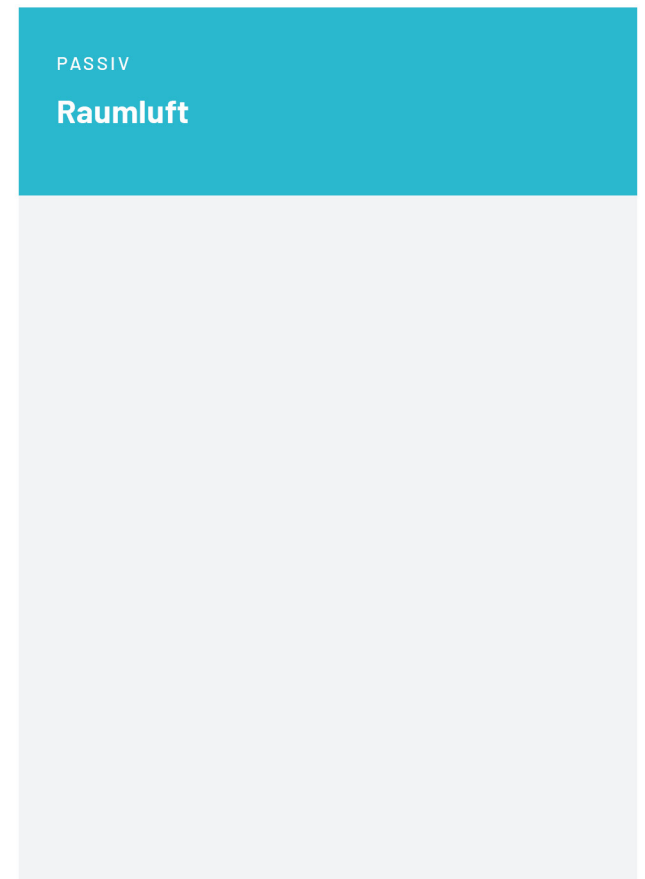
Prozessluft

Die Effektivität von Prozessluftprodukten wird aktiv an der Wahrnehmbarkeit gemessen. Je deutlicher die Beeinflussung desto höher die Qualitätsanmutung.

PASSIV

Raumluft

Die Qualität von Raumluftprodukten wird nach der Unaufdringlichkeit bewertet. Je weniger der Einfluss bemerkt wird desto Wertiger die Produktanmutung.



Primärfarben

Effektivität durch Differenzierung

Unterschiedliche Farbwelten schaffen eindeutige Charakteristika für eine optimale Produktivität.

Vom Kunden über die Produkte bis zum Verkaufsprozess bieten Prozessluft und Raumluft Lösungen für die unterschiedlichen Herausforderungen.

Durch 3 unterschiedliche Tonalitäten schaffen wir eine eindeutige Trennung der Inhalte, die sich positiv auf den Unternehmenswert auswirken. Klarheit und Orientierung schaffen Vertrauen und beschleunigen die Prozesse.

GRUNDLEGENDE FARBEN



Hauptfarbe - Headlines

LTG PRIME BLUE

CMYK 100 83 36 22
 PANTONE 7694 C
 RAL 5003
 RGB 27 54 97
 WEB #1b365e



Fließtext, Linien ...

COOL GREY

CMYK 10 5 5 65
 PANTONE Cool Grey 7 C
 RAL 7045
 RGB 114 116 117
 WEB #727475



Hintergrund - Leicht

TELEGRAU

CMYK 6 4 4 0
 PANTONE Cool Grey 1 C
 RAL 7047
 RGB 236 237 237
 WEB eceded



Hintergrund - Schwer

NACHTBLAU

CMYK 100 93 45 59
 PANTONE 2768 C
 RAL 5004
 RGB 8 17 52
 WEB #081134

AKZENTFARBEN



LTG, Subheadline

REINBLAU

CMYK 71 13 0 0
 PANTONE 299 C
 RAL 5012
 RGB 22 172 227
 WEB 19ace4



Prozessluft, Subheadline

PROZESSBLAU

CMYK 91 61 0 0
 PANTONE 3005 C
 RAL 5002
 RGB 0 110 183
 WEB #006eb7



Raumluft, Subheadline

RAUMBLAU

CMYK 70 0 20 0
 PANTONE 7466 C
 RAL 5025
 RGB 41 184 206
 WEB #29b8ce



Hintergründe, Grafiken

DARK GREY

CMYK 65 55 50 50
 PANTONE Cool Grey 11c
 RAL 7016
 RGB 68 69 72
 WEB #444548

GESTALTUNGSKONZEPT LUFTECHNIK



LTG Blau



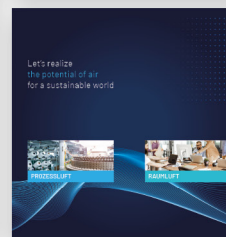
Hintergrund 1



Hintergrund 2



Schrift



GESTALTUNGSKONZEPT RAUMLUFT



Akzentfarbe



Hintergrund 1



Hintergrund 2



LTG Blau



Schrift

Organisch. Vitalisierend. Unbewusst.

Warm Heil Menschlich
Passiv Warm Leise

www.ltg.de

Con num as culpauri
Con num as culpauri impedit ut autem
sed ut impedit doluptatem ut

1. Lorem
2. Lorem
3. Lorem
4. Lorem
5. Lorem
6. Lorem
7. Lorem

Wir schaffen gesunde Umgebungen Tag für Tag.

LTG-Produktkategorie

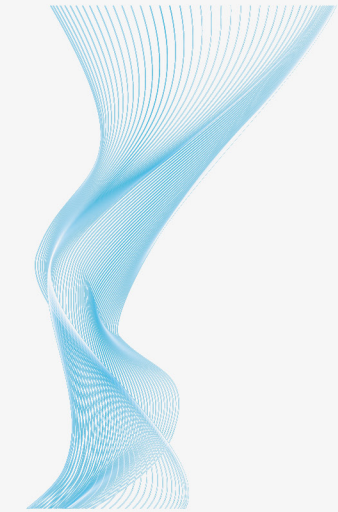
LTG Raumlufttechnik
Individuelle Konzepte für jeden Raum und jede Raumbedingung.

Zielmarkt

Design	Design	Design
Design	Design	Design
Design	Design	Design

Ein weiterer Vorteil ist...

Ein weiterer Vorteil ist...



Wir schaffen innovative Produkte, Tag für Tag.

LTG-Lufttechnikkonzepte

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei

Postionem ali doluptatem

Postionem ali doluptatem

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei

FVPulse...B

Organisch. Vitalisierend. Unbewusst.

Warm Heil Menschlich
Passiv Warm Leise

www.ltg.de

FVPulse...g

Organisch. Vitalisierend. Unbewusst.

Warm Heil Menschlich
Passiv Warm Leise

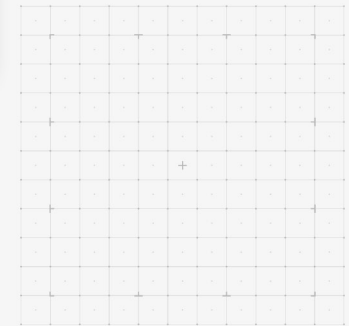
Modell	Leistung	Spannung	Stromaufnahme
FVPulse...g	1000W	230V	4.3A
FVPulse...g	1500W	230V	6.5A
FVPulse...g	2000W	230V	8.7A

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei

Factum du quam, casm Consumtmei



GESTALTUNGSKONZEPT PROZESSLUFT



Akzentfarbe



Hintergrund 1



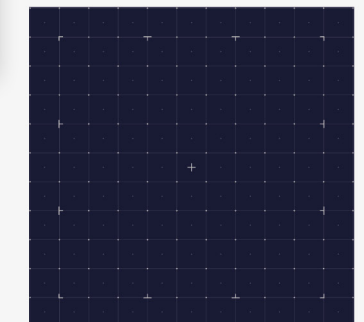
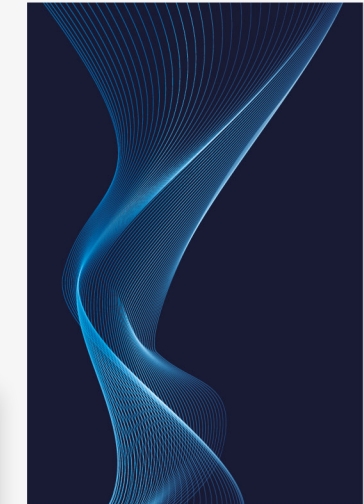
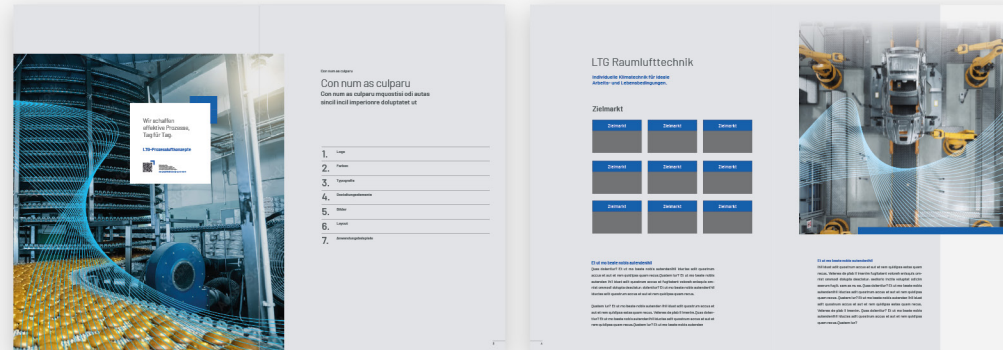
Hintergrund 2



LTG Blau



Schrift



Barlow

Unsere Schrift

Barlow ist eine leicht abgerundete, kontrastarme, groteske Schriftfamilie. Die Barlow Superfamilie besteht aus drei Schriftfamilien – Barlow, Barlow Condensed und Barlow Semi Condensed – wobei jede je neun Schnitte umfasst.

Der Font ist frei verfügbar und kann bei unterschiedlichen Fontanbietern bezogen werden (bspw. bei Fontsquirrel oder Smartfonts), auch bei Google Fonts ist sie erhältlich. Google erwähnt, dass der Font bereits in über 1,6 Mio. Websites angewendet wird. Gemäß Tribbys Website unterstützt der Font über 200 Sprachen.

<https://fonts.google.com/specimen/Barlow>

Aa

Aa Light
Aa Light italic
Aa Regular
Aa SemiBold
Aa **Extra Bold**

Bahnschrift

Alternative Schrift

Aa

Aa Light

Aa Regular

Aa SemiBold

Aa Bold

Schriftthierarchie

Beispielhafte Darstellung anhand eines
DIN A4 Print Elements

HEADLINE
Barlow Light

SUBHEADLINE
Barlow Medium
11 pt / 13 pt

FLIESSTEXT
Barlow Light
9 pt / 14 pt

HERVORHEBUNG
Barlow Medium
9 pt / 14 pt

LTG Lufttechnik

Richtungsweisende Lufttechnikprodukte
in der Raum- & Klimatechnik

Unsere anwendungsorientierten Lösungen für die Raumluft- und Prozesslufttechnik entwickeln und produzieren wir in Deutschland, unsere Vertriebsingenieure und Partner stehen Ihnen weltweit als Ansprechpartner zur Verfügung.

Seit fast 100 Jahren sind wir als **Pionier der Luft- und Klimatechnik** immer einen Schritt voraus. Wenn es darum geht, ideale Bedingungen für Menschen und Produkte zu erzielen, schaffen wir maßgeschneiderte Lösungen, die begeistern. Kundenpartnerschaft, Qualität und Nachhaltigkeit aber auch Mitgestaltung in Branchenverbänden und technischen Gremien sowie soziales Engagement gehören seit jeher zu unserem Grundverständnis.

Schriftthierarchie

Webseiten Überschriften

Die Überschriftenstruktur auf dieser Seite bezieht sich direkt auf unser aktuelles Website-Design. Dies ist die grundlegende Aufschlüsselung der Standardgrößen von Überschriften und ihrer Beziehung zum Fließtext.

Offensichtlich gibt es Ausnahmen, insbesondere zwischen verschiedenen Seitenvorlagen. Außerdem sollte die h-Ebene jeder Überschrift in Übereinstimmung mit den Best Practices von Suchmaschinen und der Entwicklung festgelegt werden.

Heading One

USAGE

- Seite Headings
- Major Section Headings
- Emphasized Words

SPECIFICS

Font: Barlow Light
Bottom Margin: 50 px

Heading Two

USAGE

- Section Headings
- Blog Body Headings
- Product Headings

SPECIFICS

Font: Barlow Regular
Size: 52 px (2.89rem)
Bottom Margin: 30 px

Heading Three

USAGE

- Sub Headings
- Call To Action Headings
- Blog Sub Headings

SPECIFICS

Font: Barlow Regular
Size: 34 px (1.89 rem)
Bottom Margin: 30 px

HEADING FOUR

USAGE

- Minor Headings
- Table Labels
- Sub-Sub Headings

SPECIFICS

Font: Barlow SemiBold, Uppercase
Size: 18 px (1 rem)
Bottom Margin: 20 px

Slogan

Immer 3 Zeilig. Hell oder Dunkel.

Unser Slogan kommuniziert unsere Werte und kombiniert elegant unser WHY, das HOW und das WHAT.

Der Slogan sollte, wie unser Logo, ausschließlich wie hier vorgegeben, dargestellt werden.

Schriftart Barlow Light 8 pt / 10 pt

BEVORZUGTE DARSTELLUNG

Let's realize
the potential of air
for a sustainable world

ALTERNATIVE DARSTELLUNG

Let's realize
the potential of air
for a sustainable world

Let's realize
the potential of air
for a sustainable world

Produktnamen

Verschiedene Bezeichnungen - einheitliche Darstellung

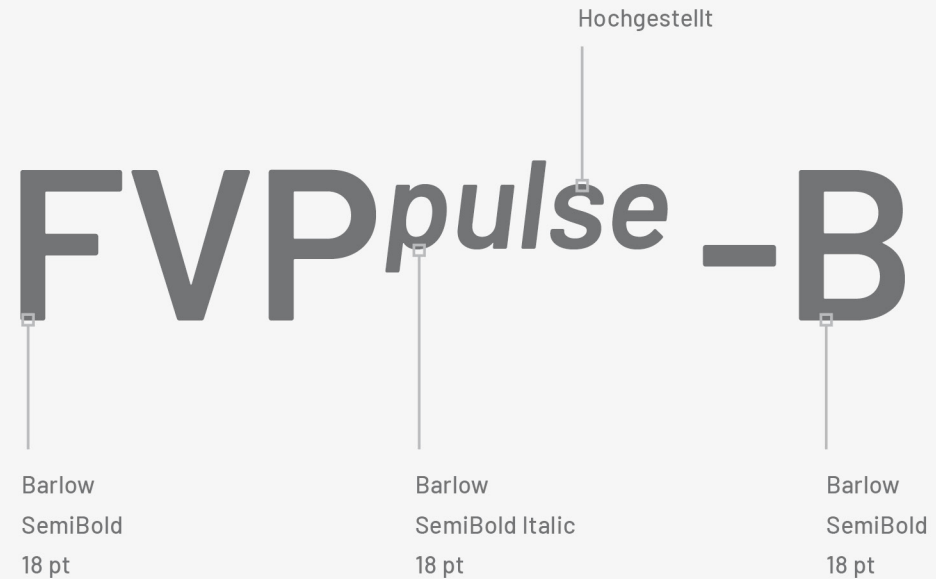
Unser Produkte werden in der Barlow im Schriftschnitt SemiBold gesetzt. Bei der Größenbestimmung sind wir flexibel. Bei Titeln oder Headersektionen empfehlen wir eine deutlich größere Schriftgröße als die des Fließtextes.

Beispiel DIN A4:

Fließtextgröße 8 pt / 13 pt

Produktname 18 pt / 26 pt

BEVORZUGTE DARSTELLUNG



PRODUKTNAME COVER BOX SCHRIFT GRAU

FVPPulse_B

Liste + Hinweise

2 Spalten Liste und Hinweis Box

ABSATZFORMAT 2 SPALTEN LISTE

TECHNISCHE DATEN

Länge x Breite x Höhe:	1150 x 976 x 232 mm
Volumenstrom:	bis 130 m ³ /h* / 260 m ³ /h**
Kondensierender Betrieb:	n
max. Kühlleistung 1) Gesamt:	860 W Raum: 620 W
max. Heizleistung 2) Gesamt:	1920 W Raum: 560 W
Rückwärmzahl3)	> 80 %
Elektr. Leistungsaufnahme4)	8...25 W
Schallpegel LpA4) 5)	22...37 dB(A)

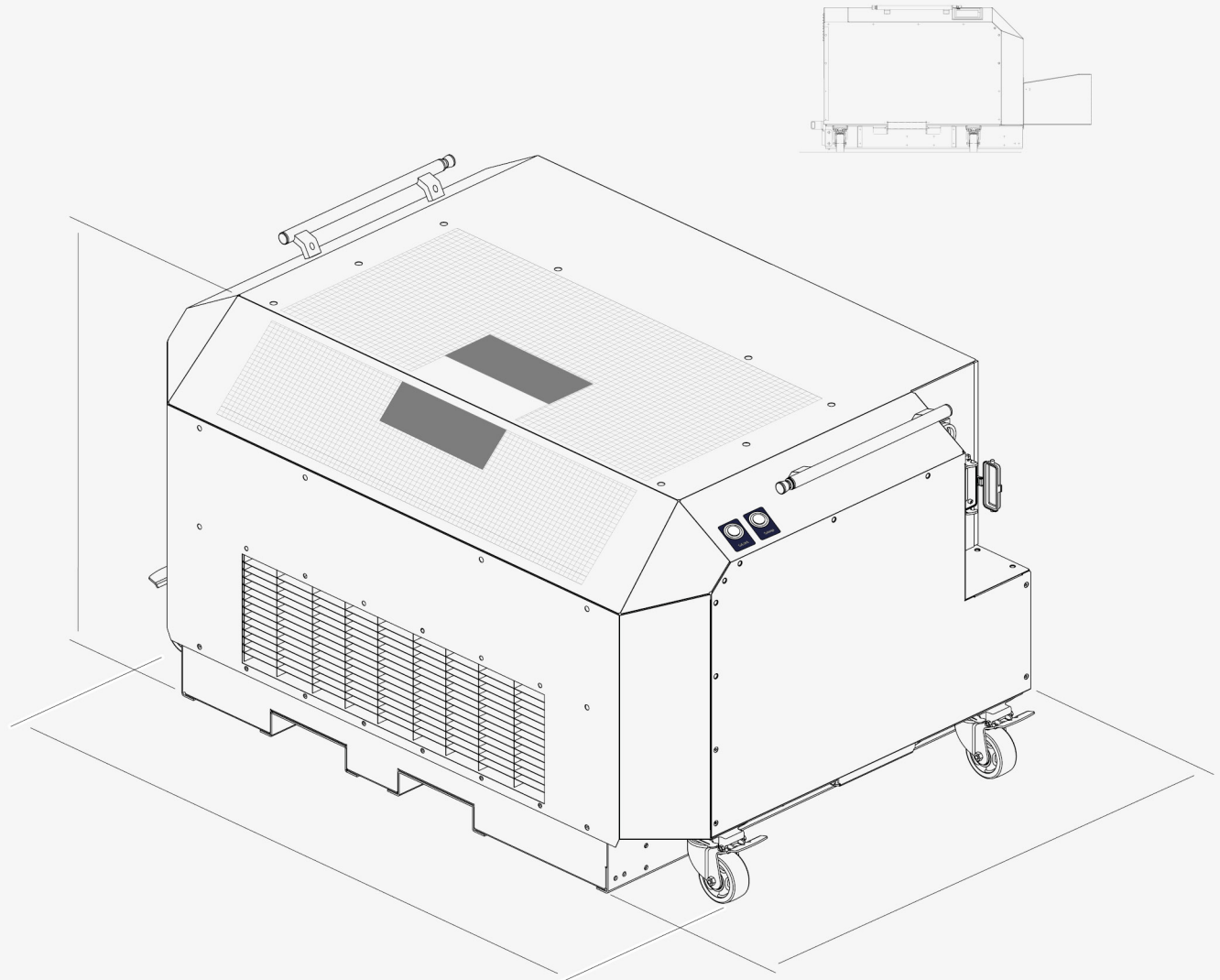
ABSATZFORMAT HINWEISE

Hinweise:

Die Abmessungen in diesem Technischen Prospekt sind in mm angegeben. Für die in diesem Technischen Prospekt angegebenen Abmessungen gelten die Allgmeintoleranzen nach DIN ISO 2768-vl. Für das Auslassgitter gelten die auf der Zeichnung angegebenen Sondertoleranzen. Geradheits- und Verwindungstoleranzen für Alu-Strangpressprofile - nach DIN EN 12020-2. Die Ausführung der Oberfläche wurde für den Einsatz in Gebäuden - Raumklima nach DIN 1946 Teil 2 - konzipiert. Andere Anforderungen auf Anfrage.

Die aktuellen Ausschreibungstexte sind im Word-Format bei Ihrer zuständigen Niederlassung erhältlich oder unter www.LTG.de.

Zeichnung



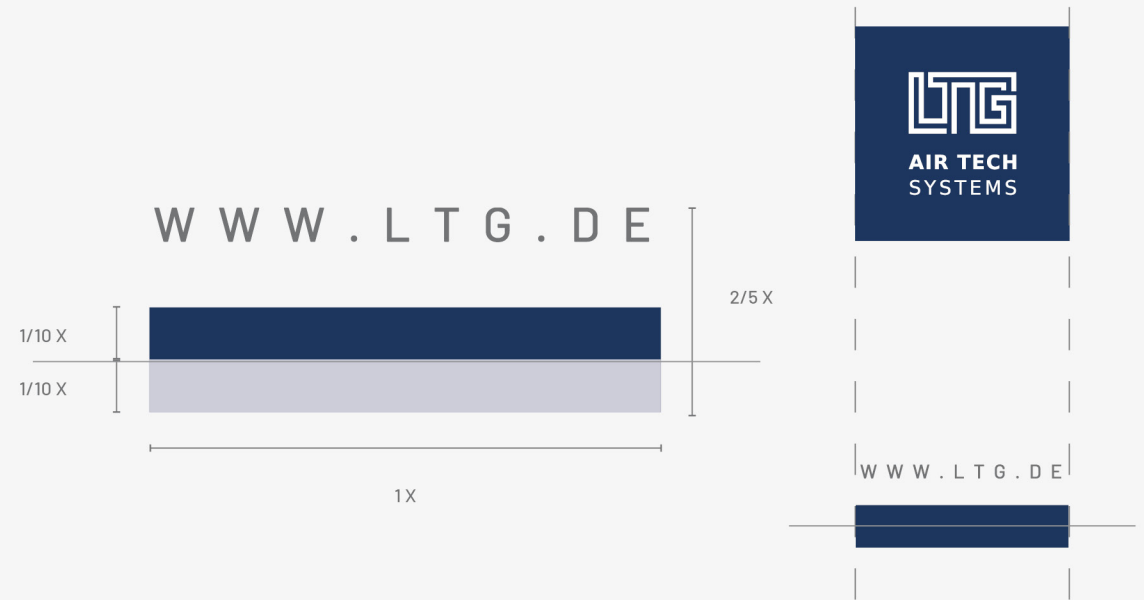
Webadresse

Unsere Internetadresse wird immer in Kombination mit unserem Logo und einer rechteckigen Fläche, darunter in einem der Blautöne unserer 3 Geschäftsfelder eingefärbt.



FARBKODIERUNG

Die Farbe des Balkens wird durch das entsprechende Geschäftsfeld bestimmt.



BEI HELLEN HINTERGRÜNDEN
Schriftfarbe Cool Grey



BEI DUNKLEN HINTERGRÜNDEN
Schriftfarbe Weiß

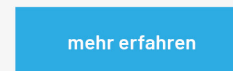


Button

Interaktive Elemente

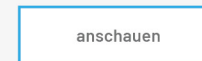
Buttons sollten keine schrägen Ecken oder abgerundeten Ecken haben. Verwenden Sie die Groß-/ Kleinschreibung für Text innerhalb einer Schaltfläche.

STANDARD



PRIMÄR BUTTON

Barlow Medium 16 px
Höhe 56 px
Variable Breite
Zentriert



OUTLINED BUTTON

Barlow Medium 14 px
Höhe 48 px
Variable Breite
Rahmen 2 px
Zentriert



ALTERNATIV BUTTON

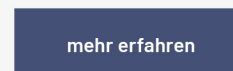
Barlow Medium 12 px
Höhe 40 px
Variable Breite
Zentriert

[hier klicken >](#)

BEVORZUGTER LINK

Barlow Medium 16 px
Linksbündig

HOVER-STATUS



[hier klicken >](#)

Kategoriebilder

Interaktive Elemente

Bestehende Produktbilder können in InDesign einfach angepasst werden. Hier ein Beispiel für eine Webanwendung.

Das ursprüngliche Bild wird in einen Bildrahmen platziert dessen Höhe $\frac{3}{4}$ seiner Breite entspricht.

In gleicher Breite mit $\frac{1}{4}$ der Höhe platzieren wir den Textrahmen lückenlos. Die Schriftgröße richtet sich dabei nach dem längsten Wort und sollte einen soliden Abstand zum Rand einhalten. Das platzierte Bild wird auf den Ebenmodus Luminanz (CMYK) gestellt und erhält durch die Flächenfarbe des Bilderrahmens die blaue Tönung.



Erstellen Sie einen Bildrahmen $\frac{3}{4}$ X hoch und $1,5$ X breit und füllen Sie ihn mit der Flächenfarbe DarkGrey 65/55/50/50



Geben Sie dem Bildrahmen unter Effekte einen weiche Verlaufsante.

Art: Linear, Winkel: -90° , Schwarz: Deckkraft 100%/ Position 72%. Weiß Deck-



Stellen Sie unter Effekte die Bild Füllmethode auf Luminanz um den bestehenden Bildern einen einheitlichen kühlen Farbton zu verleihen.



Grafiken usw. selber erstellen

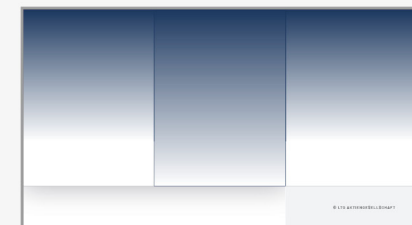
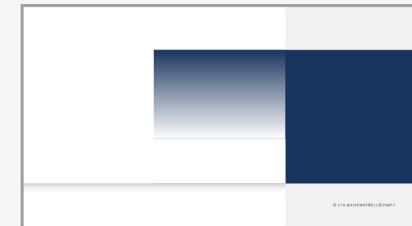
Banner Boxen Einklinker

Erstellen Sie mit Hilfe von X benötigte Elemente bei Bedarf selbst mit Hilfe von X. Z.B. 1 X hoch, 4 X breit. Skalieren Sie diese dann entsprechend so, dass die vordefinierte Schriftgröße optimal unterstützt wird.

Achten Sie darauf, bei jeder Seite, die Sie gestalten, mindestens ein offensichtlich quadratisches Gestaltungselement zu platzieren. Ob Bild oder Content Box.

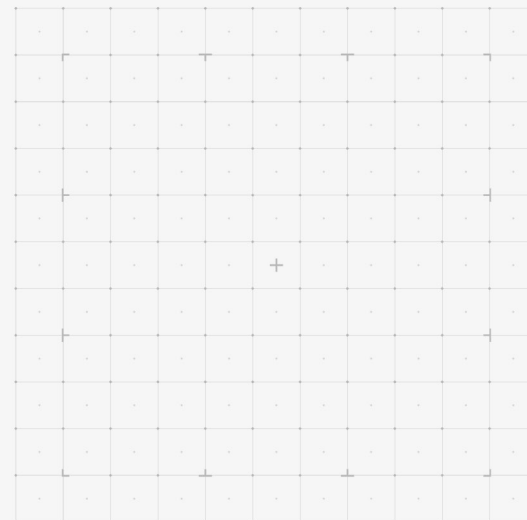
Inspiziert von der Form unseres Logo-Symbols, können verschiedene standardmäßige und abstrakte geometrische Formen auf vielfältige Weise in grafischen Kompositionen verwendet werden.

Square is King



Vektorgrafiken

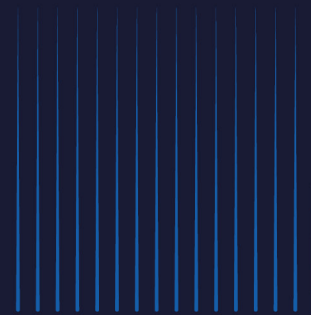
Weltkarte, Technisches Raster und
Punkteraster-Grafik



Key Graphics

3 Types of Air

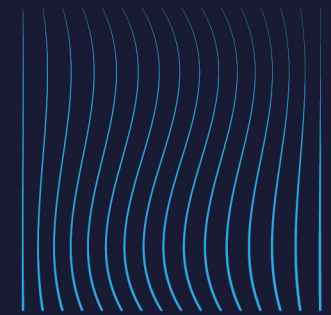
Die 3 Sparten Lufttechnik, Prozessluft und Raumluft haben jeweils eigene Schlüssel Grafiken, die neben der Farbcodierung für eine klare Differenzierung sorgen.



LUFTECHNIK



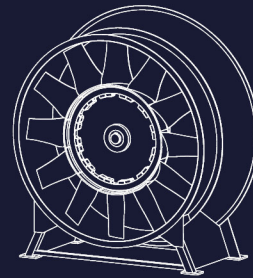
PROZESSLUFT



RAUMLUFT

Kategorie Icons

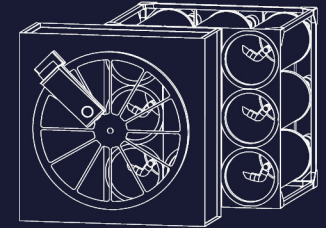
Produktsortiment



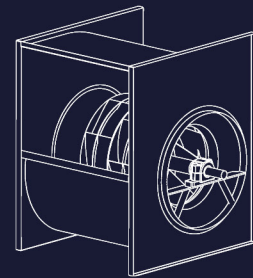
AXIAL VENTILATOR



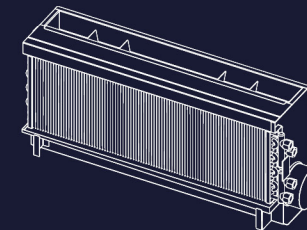
BEFEUCHUNGSTECHNIK



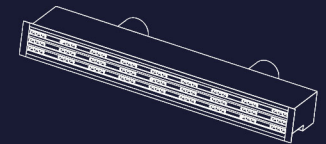
FILTERTECHNIK



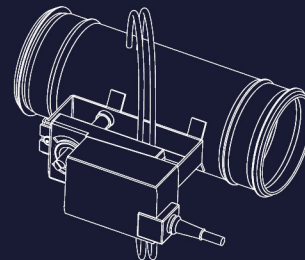
RADIAL VENTILATOREN



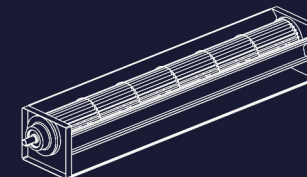
LUFT-WASSER-SYSTEME



LUFTDURCHLÄSSE



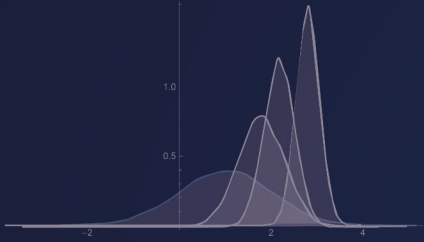
LUFTVERTEILUNG



QUERSTROM VENTILATOREN

MODULE 200

Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



6.950.5298.4.745
7.376.8919.3.802
5.582.4.351.3.658
5.238.4.808.6.703
3.332.6.821.3.660
4.084.6.519.7.078
7.214.5.284.6.227
3.429.5.194.1.121
7.543.7.880.6.729
5.904.6.570.6.844




6.950.5298.4.745
7.376.8919.3.802
5.582.4.351.3.658
5.238.4.808.6.703
3.332.6.821.3.660
4.084.6.519.7.078

PROJEKT 091 - A0236
OBJECT
CHANGE STATUS
 1566376 336635515
 9460000969633963








Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

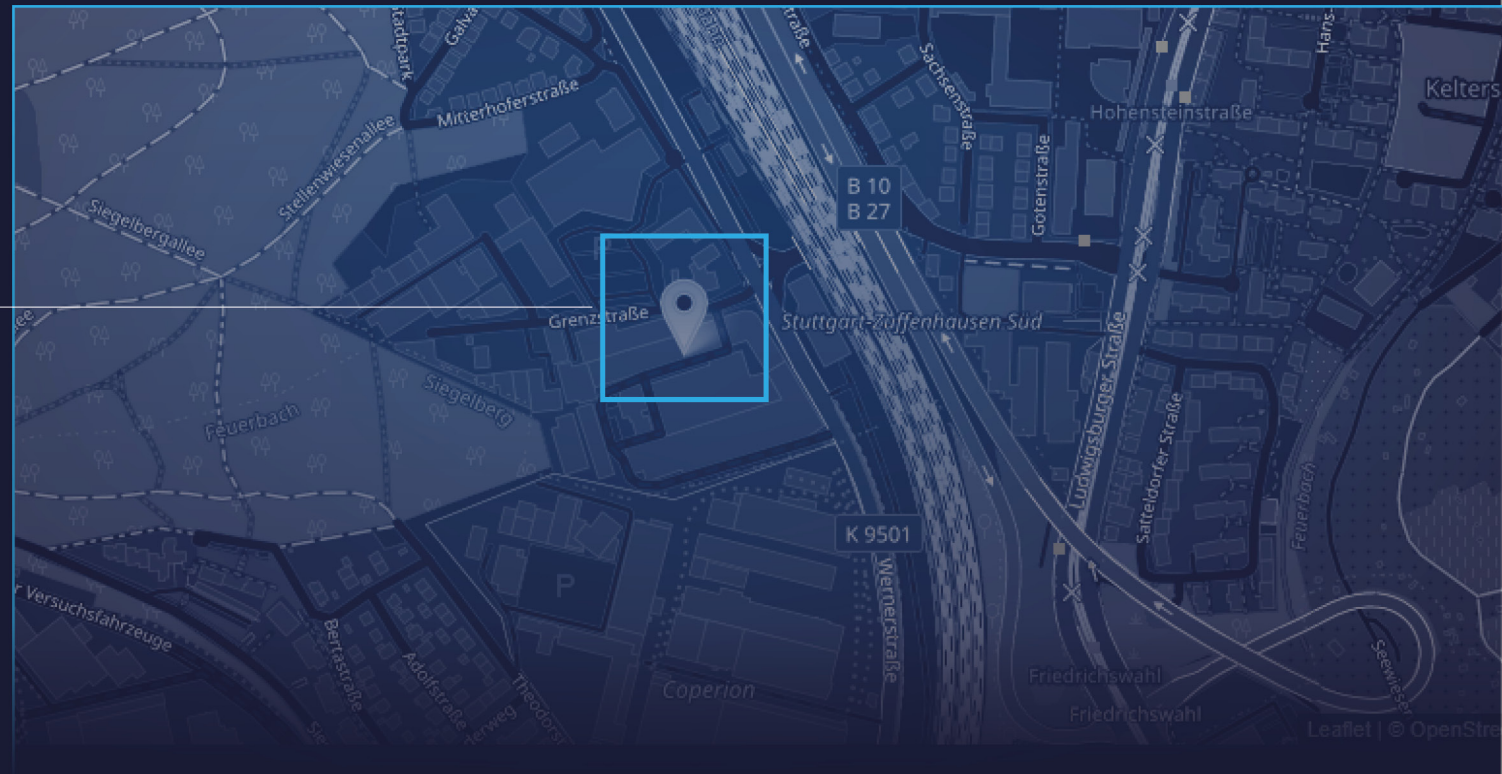


Standorte



LTG STAMMSITZ & VERWALTUNG
Stuttgart
Germany

48° 49' 29.932" N 9° 10' 5.894" E



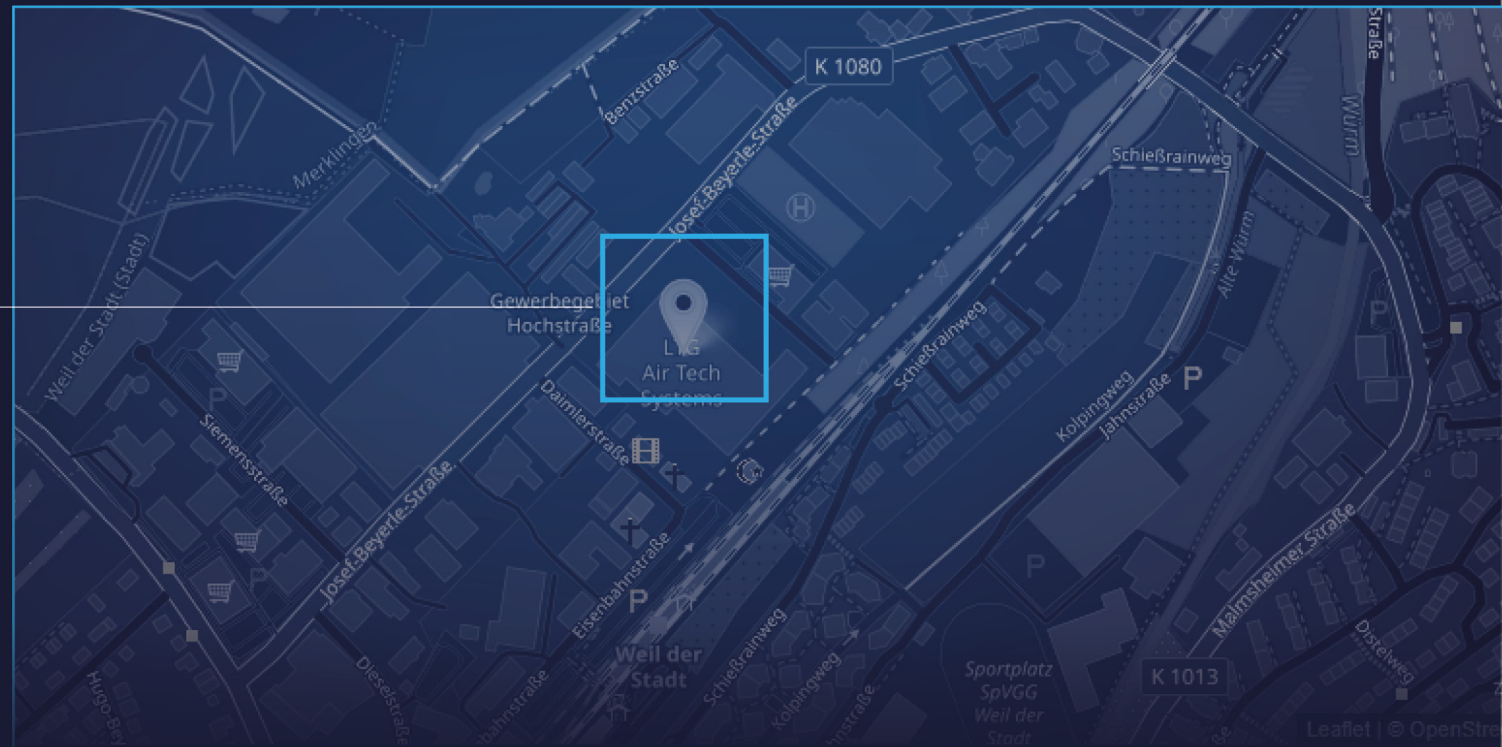


Standorte



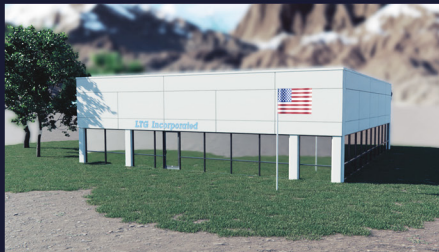
LTG PRODUKTION
 Weil der Stadt
 Germany

48° 45' 27.184" N 8° 52' 23.754" E



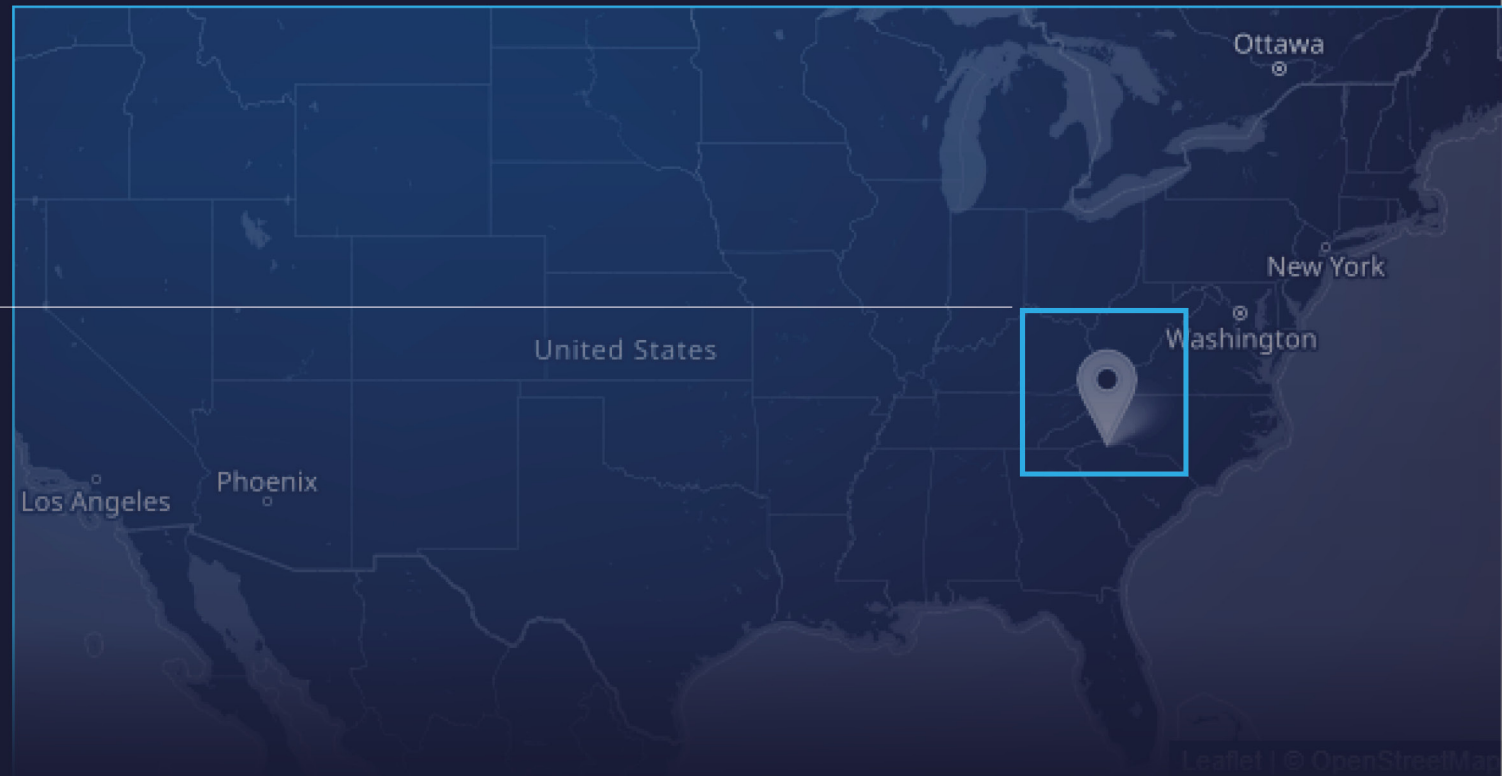


Standorte



LTG INCORPORATED
Spartanburg
USA

35° 0' 0.904" N 81° 56' 12.102" W



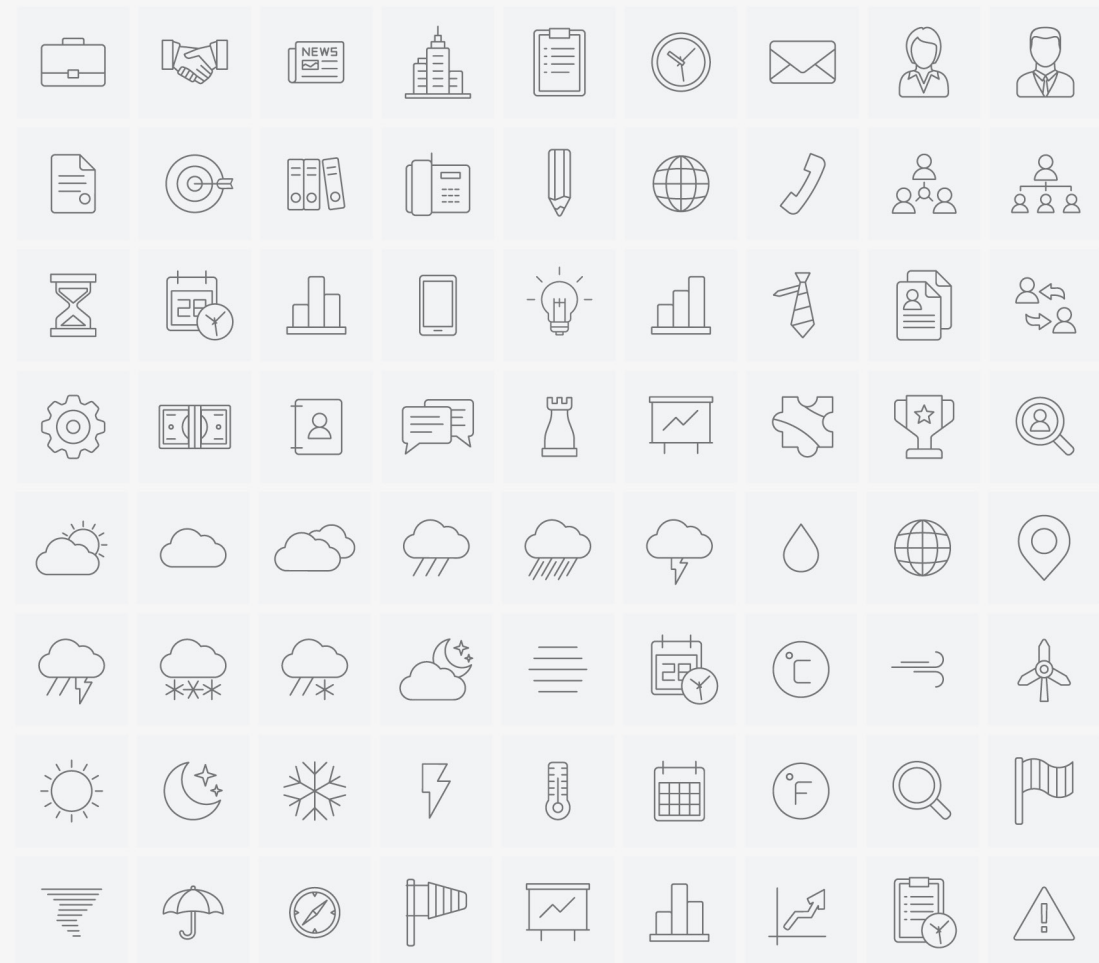
Ikonografie

Piktogramme und Icons

Die Ikonografie ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Merchandising, unserer Verpackung, unserer Website und unserer Wegweiser.

Wenn Sie neue Symbole erstellen müssen, halten Sie die Gesamtform einfach. Reduzieren Sie das Thema auf das Wesentliche.

Beim Platzieren von Symbolen in einem Layout sollten diese niemals teilweise abgeschnitten werden. Form, Linienstärke und Aufbau der Symbole sollten nicht verändert werden. Verwenden Sie die Symbole nicht anstelle oder als Element innerhalb unseres Logos. Stellen Sie sicher, dass genügend freier Platz verwendet wird, damit das Thema lesbar ist.



LUFTSTROM

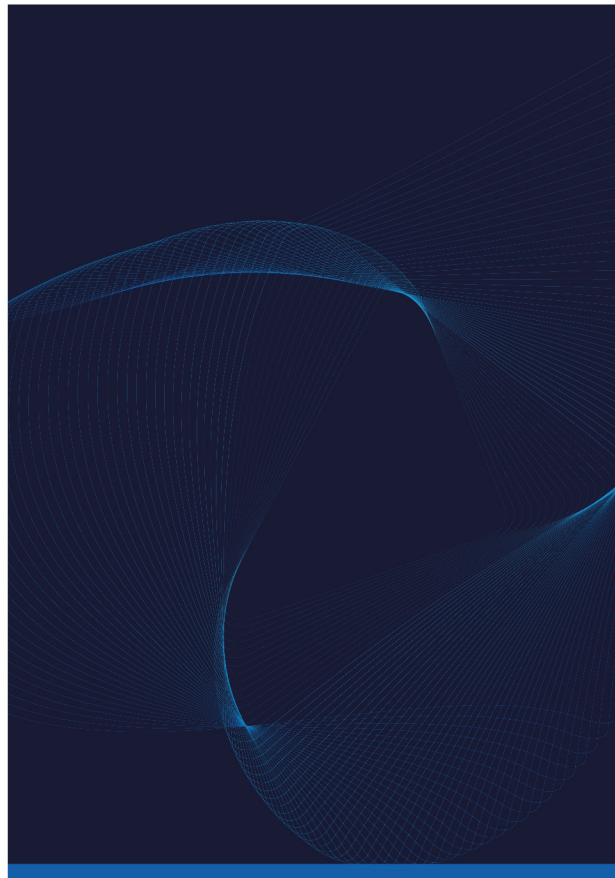


Hintergrundgrafiken

Windgrafik



LUFTTECHNIK



PROZESSLUFT



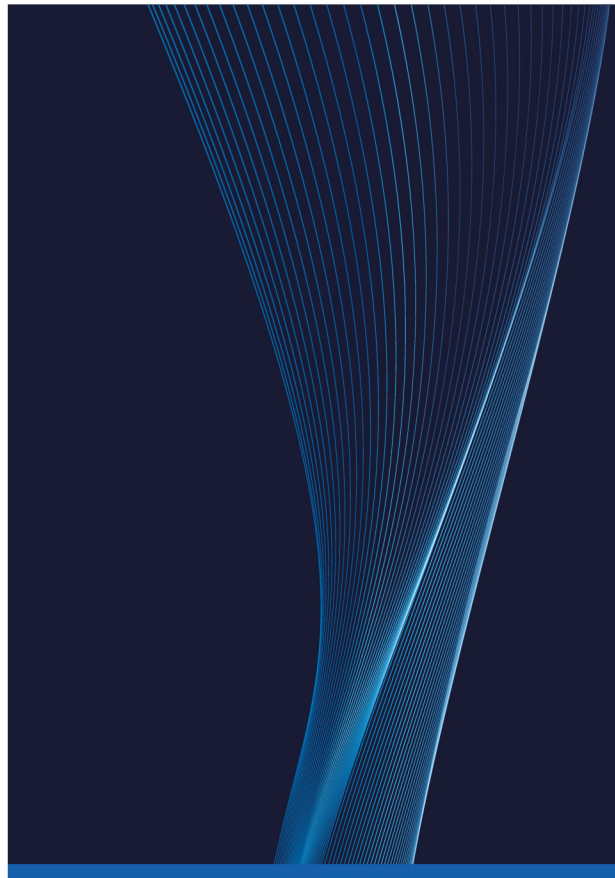
RAUMLUFT

Titelgrafiken

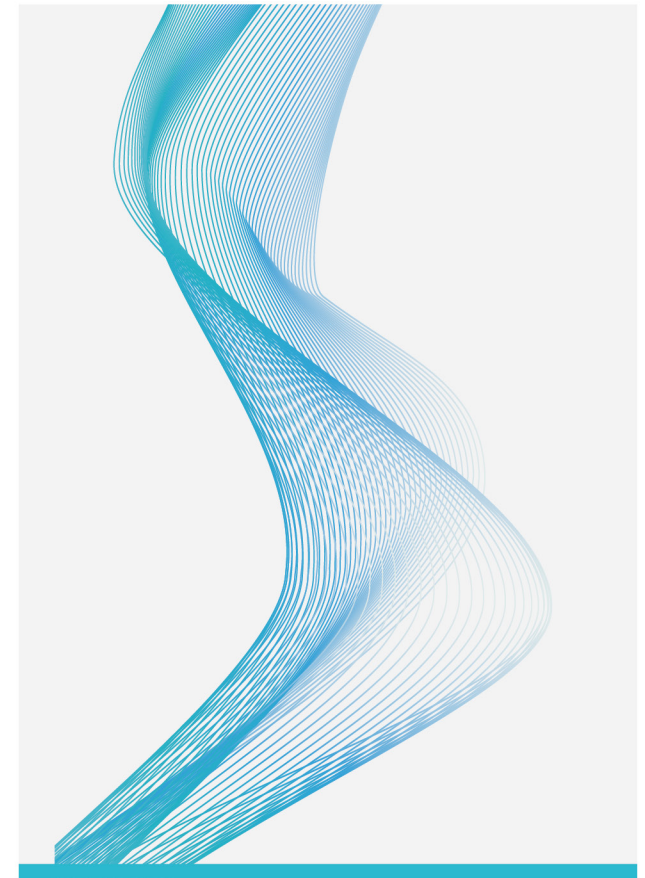
Luftstrom



LUFTTECHNIK



PROZESSLUFT



RAUMLUFT

Luftstromgrafiken

Für dunkle Hintergründe

Die Grafiken können über die 3 Bereiche hinweg auf dunklen Hintergründen eingesetzt werden um Kommunikationselemente emotional aufzuladen und visuell aufwerten.

Achtung bei der Transparenzreduzierung. Der Ebenmodus ist auf **Negativ Multiplizieren** im Illustrator voreingestellt.

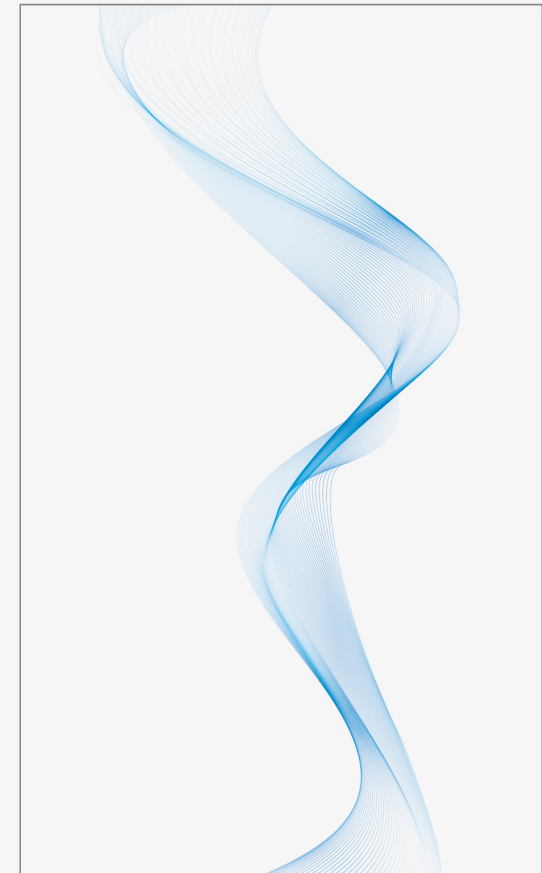


Luftstromgrafiken

Für helle Hintergründe

Die Grafiken können über die 3 Bereiche hinweg eingesetzt werden um Kommunikationselemente emotional aufzuladen und visuell aufwerten.

Achtung bei der Transparenzreduzierung. Der Ebenmodus ist auf **Multiplizieren** im Illustrator voreingestellt.



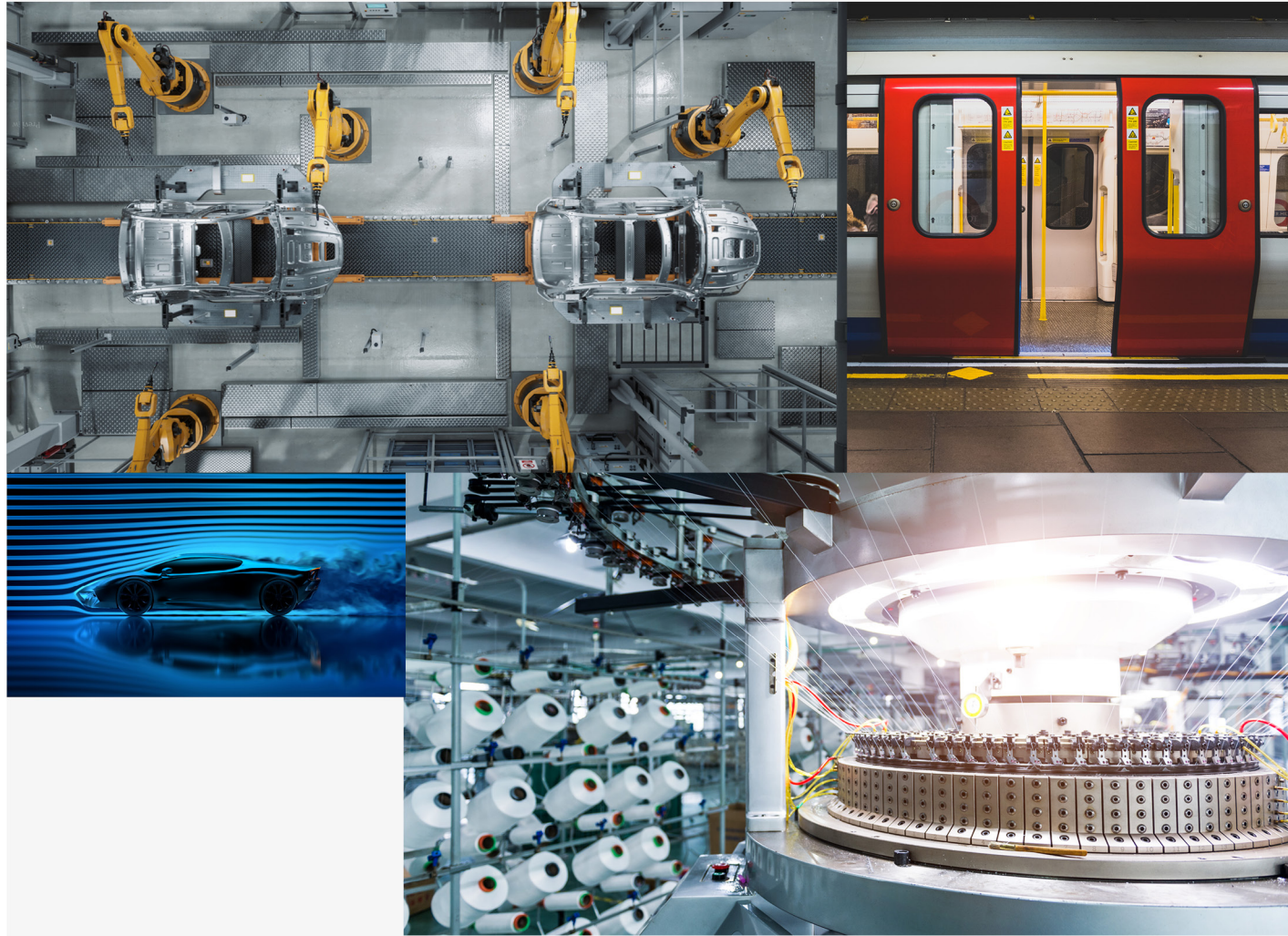
Bilderwelten

Lufttechnik



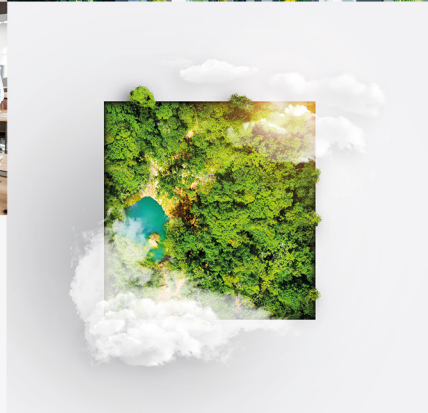
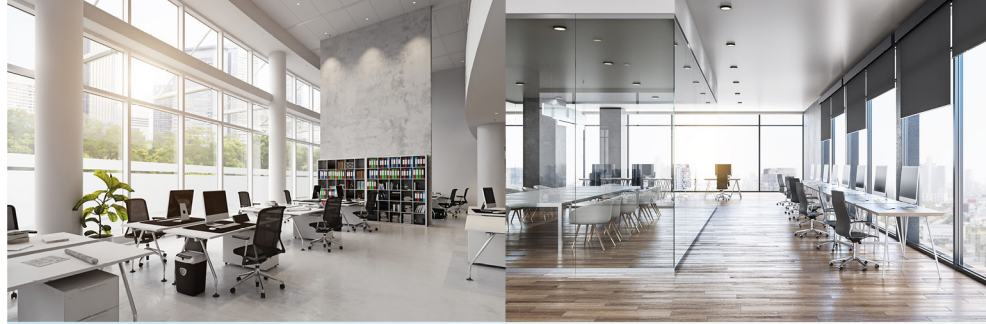
Prozessluft

Bildwelten



Raumluft

Bildwelten



Hintergründe

Bildmotive



Layout Raster

Quadratisch. Praktisch. Flexibel.

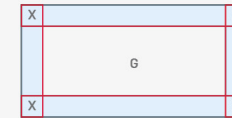
Egal wie ungewöhnlich das Format auch sein mag, dass Raster hilft selbst die ungewöhnlichsten Formate schnell zu strukturieren, so dass mehr Zeit für die Inhalte und deren Beurteilung bleibt.

Square is King



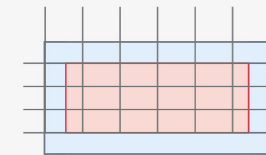
KURZE SEITE / 5 = X

Das Maß der kürzeren Seite der Gestaltungsfläche geteilt durch 5 liefert uns X und somit die Größe für das Quadrat als Grundelement, um das Layout aufbauen zu können.



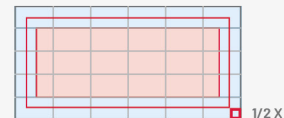
X RAHMENBREITE

Ein Quadrat mit dem Seitenmaß "X" in jeder Ecke, definiert die Rahmenbreite für alle Seiten und unsere Gestaltungsfläche "G", in denen wir die Inhalte wie Texte, Bilder und Grafiken platzieren.



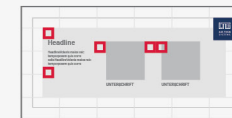
GROB RASTER

4 Hilfslinie in Abstand X vom oberen Seitenrand geben uns die horizontale Unterteilung. 5 Hilfslinie gleichmäßig über die Seitenbreite verteilt, ergeben die vertikale Unterteilung.



GESTALTUNGSRASTER

Das grobe Raster dient zur grundlegenden Orientierung und hilft großzügig mit Freiraum umzugehen. Eine feinere Unterteilung hilft bei der Platzierung der Inhalte. Teilen Sie jeweils durch 2. 1 X, 1/2 X, 1/4 X



ABSTANDSHALTER

Nutzen Sie Quadrate für die Anordnung und Abstandsregelung für ein gelungenes Layout im Stil der LTG. Beginnen Sie mit dem groben Raster und den 3 wichtigsten Elementen.



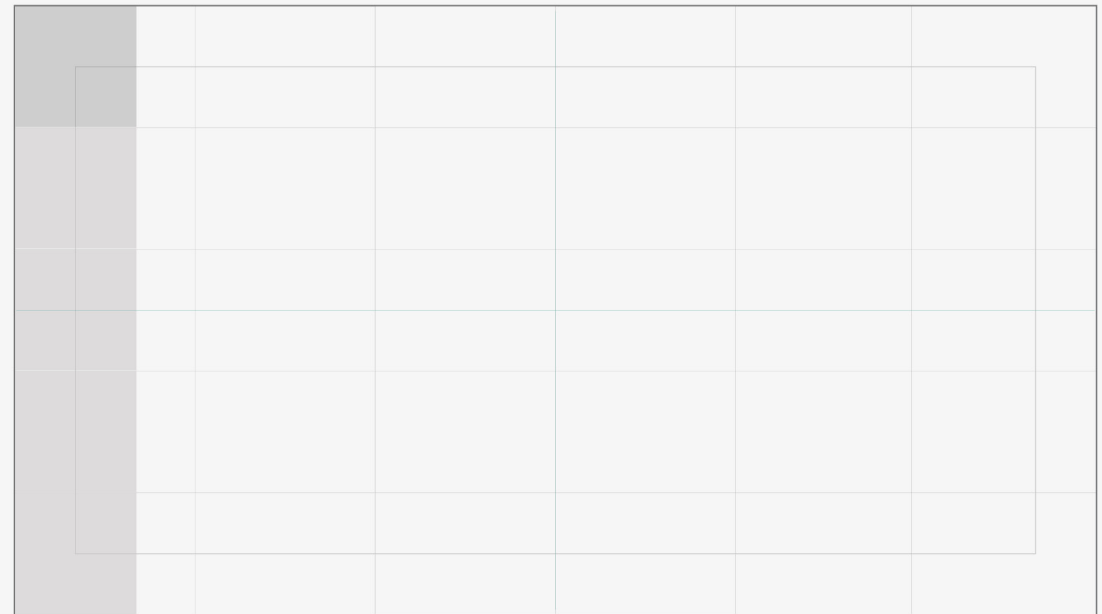
ABSTANDSHALTER

Nutzen Sie Quadrate für die Anordnung und Abstandsregelung für ein gelungenes Layout im Stil der LTG. Beginnen Sie mit dem groben Raster und den 3 wichtigsten Elementen.

Rastervorlagen

1920 x 1080 px / Full HD

ILLUSTRATOR GRAFIK



4-Spalten Raster

InDesign Vorlagen der Musterseiten befinden sich in den Broschüren

Die Seitenränder, Spalten und Spaltenstege sind fest definiert. Das 4-Spalten-Raster erlaubt ein einfaches und schnellen Aufbau.

SPALTEN

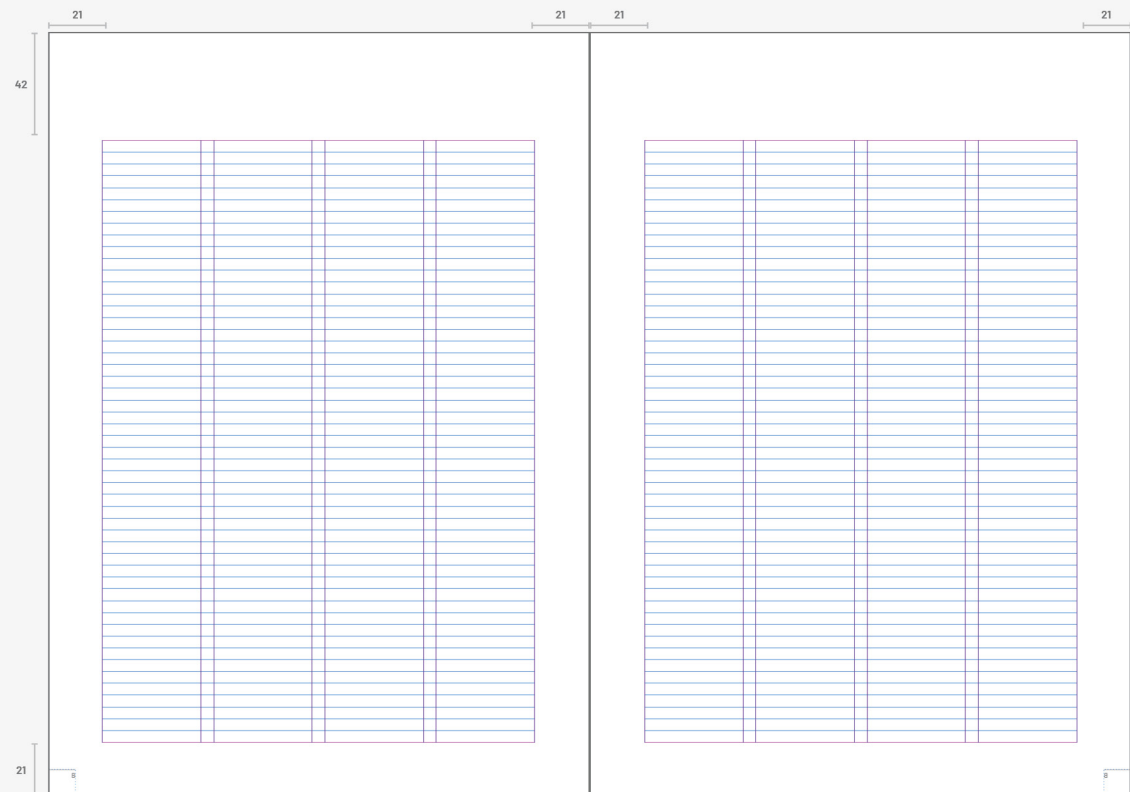
Spaltenzahl: 4
Spaltenabstand: 5 mm

RÄNDER

Oben: 42 mm
Unten: 21 mm
Links: 21 mm
Rechts: 21 mm

GRUNDLINIENRASTER

Lauftextgröße: 8 pt
Anfang: 0 mm
Relativ zu: oberer Seitenrand
Einteilung alle: 13 pt



11-Spalten Raster

InDesign Vorlagen der Musterseiten befinden sich in den Broschüren

Die Seitenränder, Spalten und Spaltenstege sind fest definiert. Das 11-Spalten-Raster erlaubt ein kreatives, abwechslungsreiches Layout und bietet eine sehr gute Möglichkeit Ordnung zu halten.

SPALTEN

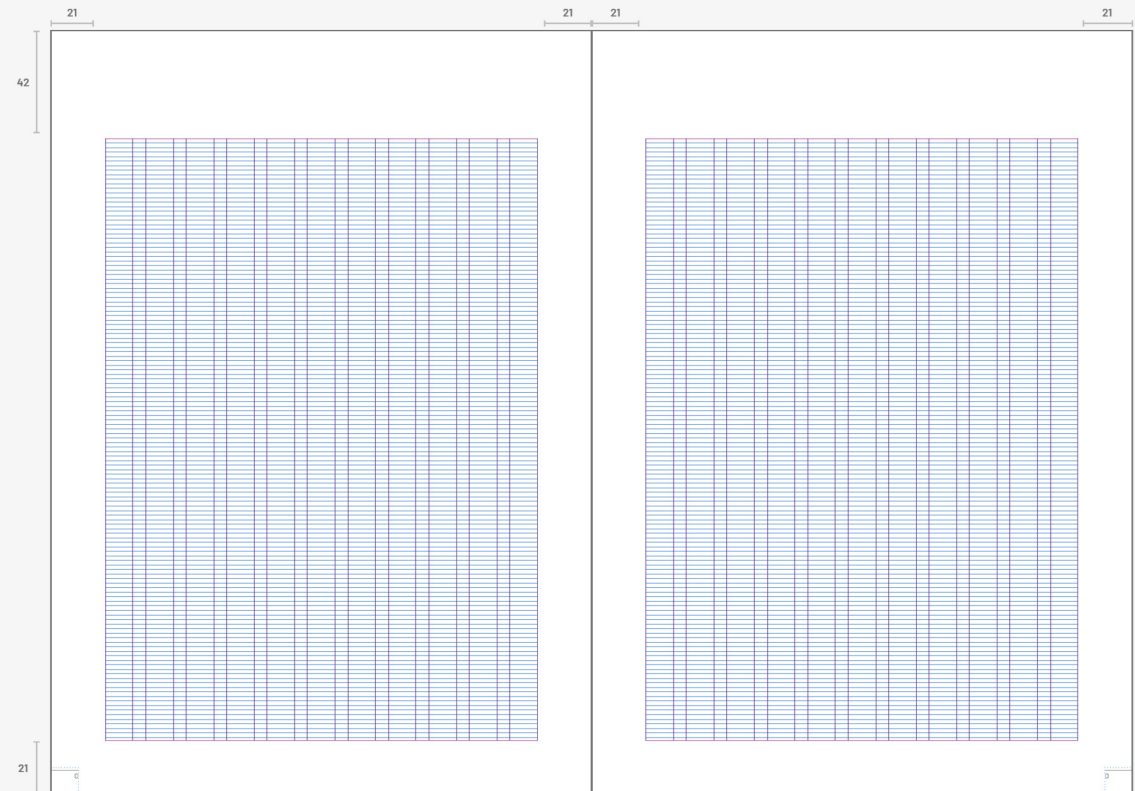
Spaltenzahl: 11
Spaltenabstand: 5 mm

RÄNDER

Oben: 42 mm
Unten: 21 mm
Links: 21 mm
Rechts: 21 mm

GRUNDLINIENRASTER

Lauftextgröße: 9 pt
Anfang: 0 mm
Relativ zu: oberer Seitenrand
Einteilung alle: 5 pt





Con num as culparu
Con num as culparu mquostsi odi autas
sincil inçil imperion doluptatet ut

Con num as culparu

- Logo
- Falten
- Typografie
- Gestaltungsprinzipien
- Bilder
- Layout
- Anwendungsbeispiele

LTG Raumlufttechnik
Individuelle Klimatechnik für ideale
Arbeits- und Lebensbedingungen

Zielmarkt

Zielmarkt	Zielmarkt	Zielmarkt
Zielmarkt	Zielmarkt	Zielmarkt
Zielmarkt	Zielmarkt	Zielmarkt

Et ut mo beate nobis autendehi
Duae dolentur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum
accus et aut et rem quidipsum quam recusa Duamur? Et ut mo beate nobis
autendehi Et dicit ut quostum accos et fugiatem orndem tempore
viter orndem digne demorat, dolentur? Et ut mo beate nobis autendehi
klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa.

Duamur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et
aut et rem quidipsum quam recusa. Velocem de plib Et in mo beate nobis
autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum
quam recusa Duamur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum
accos et aut et rem quidipsum quam recusa.



About Hovers
Hard Facts
Every great dream begins with a dreamer. Always remember.

Sustainability
Sustainable is not a buzzword, it's a commitment. We're committed to the planet and our people.

Business Values
Sustainability is not a buzzword, it's a commitment. We're committed to the planet and our people.

Quae dolentur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa. Duamur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa. Velocem de plib Et in mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa.

Quae dolentur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa. Duamur? Et ut mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa. Velocem de plib Et in mo beate nobis autendehi klucias adde quostum accos et aut et rem quidipsum quam recusa.

Results 2021

Realize & Creativity

Analytics Jan 2022

Analytics to Aug 2021

Fair Production

Maximum Profit

Statistic to Sep 2021

Con num as culparu
Con num as culparu mquostsi odi autas
sincil inçil imperion
re doluptatet ut

Harmonica necesse quostumem dolupta tiosum, te-
corum nudaque consequat magna autur? In rem que qui
aut quostu budson quae conecione mo aut mo velone
natum nec officium

Con num as culparu mquostsi odi autas
sincil inçil imperion re doluptatet ut

Harmonica necesse quostumem dolupta tiosum, te-
corum nudaque consequat magna autur? In rem que qui
aut quostu budson quae conecione mo aut mo velone
natum nec officium

Harmonica necesse quostumem dolupta tiosum, te-
corum nudaque consequat magna autur? In rem que qui
aut quostu budson quae conecione mo aut mo velone
natum nec officium

Harmonica necesse quostumem dolupta tiosum, te-
corum nudaque consequat magna autur? In rem que qui
aut quostu budson quae conecione mo aut mo velone
natum nec officium

Harmonica necesse quostumem dolupta tiosum, te-
corum nudaque consequat magna autur? In rem que qui
aut quostu budson quae conecione mo aut mo velone
natum nec officium

Harmonica necesse quostumem dolupta tiosum, te-
corum nudaque consequat magna autur? In rem que qui
aut quostu budson quae conecione mo aut mo velone
natum nec officium

LTG WERKSCHLEIFMFT
Kreuzberg 111-113, 10245 Berlin
Deutschland

LTG
Kreuzberg 111-113
10245 Berlin
Deutschland

Tel: +49 (0) 30 710 01 0
Fax: +49 (0) 30 710 01 999
E-Mail: info@ltg.de

www.ltg.de

Organisch. Vitalisierend. Unbewusst.

Warmt. Weich. Menschlich. Passiv. Warm. Leise.



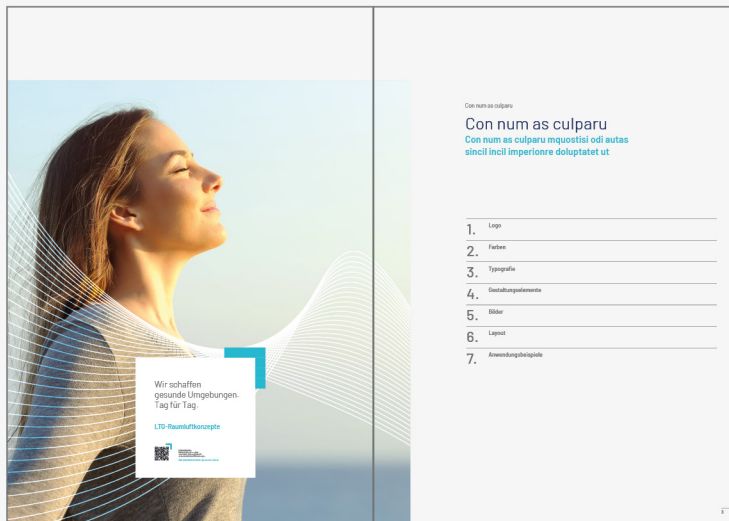
Con num as carplaru

Con num as carplaru mquostisi odi autas
sincil incil imperione doluptatet ut

Con num as carplaru

1. Logo
2. Farben
3. Typografie
4. Gestaltungselemente
5. Bilder
6. Layout
7. Anwendungsbispiele

Wir schaffen gesunde Umgebungen. Tag für Tag.

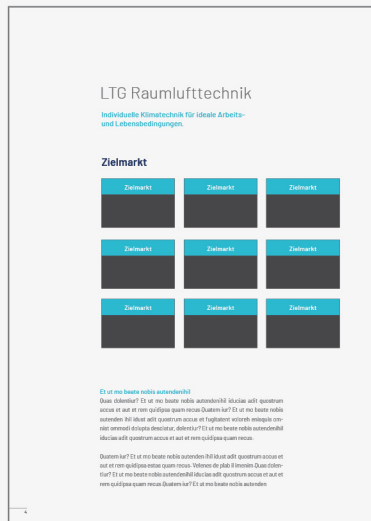


LTG Raumlufttechnik

Individuelle Klimatechnik für ideale Arbeits- und Lebensbedingungen.

Zielmarkt

Zielmarkt	Zielmarkt	Zielmarkt
Zielmarkt	Zielmarkt	Zielmarkt
Zielmarkt	Zielmarkt	Zielmarkt



Abstract
Hard Facts
Every great dream begins with a dreamer. Always remember.

Sustainability

Standards for the environment and people. We do it right. We do it well. We do it with care.

Business Values

Standards for the environment and people. We do it right. We do it well. We do it with care.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Results 2021

- Revenue Growth: +12.3%
- Profit Margin: +25.5%

Realize & Creativity

Nam aut fugit. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Analytics Jan 2022

Analytics to Aug 2021

Fair Production

Nam aut fugit. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Statistic to Sep 2021

Maximum Profit

Nam aut fugit. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.



Con num as culparu

Con num as culparu mquostisi odi autas
re doluptatet ut

Con num as culparu

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.



Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem. Quis oblectat? Et ut mox beate nobis autem.

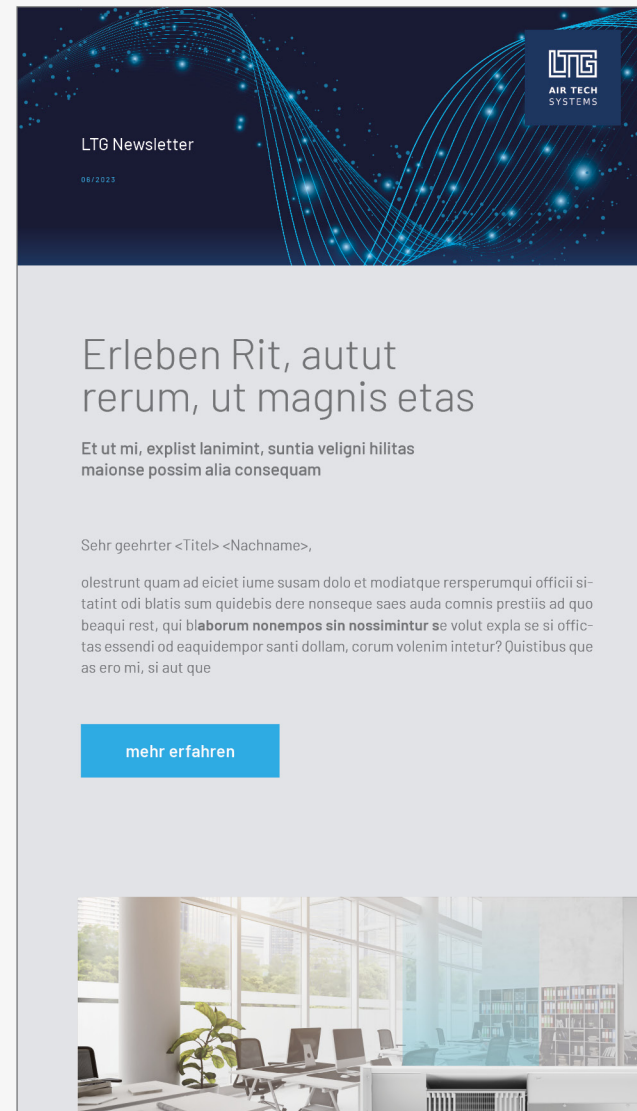


Newsletter

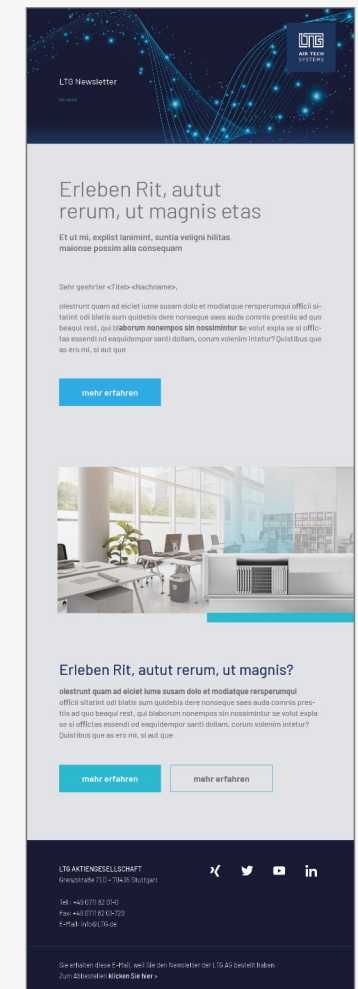
InDesign-Vorlage

Newsletter setzen sich üblicherweise aus folgenden Inhalten zusammen:

- ein ansprechendes Headerbild mit einer aussagekräftigen Headline
- eine kurze Einleitung, in der die Inhalte des Newsletters kommuniziert werden
- ein Informationsteil mit einer überschaubaren Menge Text, Bildern und Calls-to-Action
- ein Footer mit Links zur Kontaktaufnahme sowie allen erforderlichen (länderspezifischen) rechtlichen Angaben



INDESIGN VORLAGE



Briefpapier

DIN A4 InDesign-Vorlage

Der Aufbau der Briefpapiers folgt den Regeln der Markenapplication.

Hintergrundfarbe Telegrau

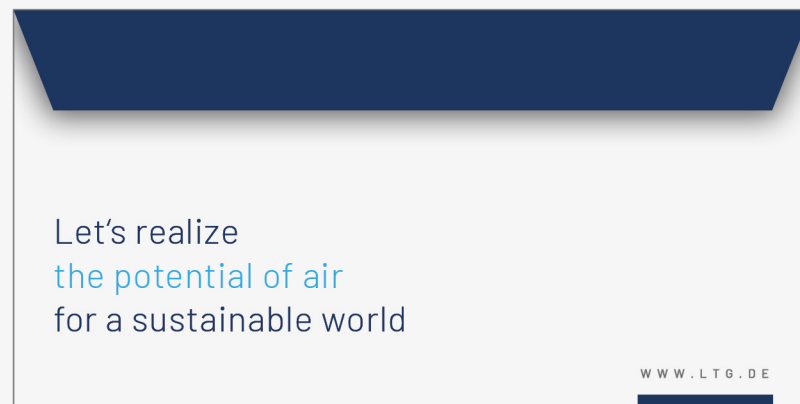
INDESIGN VORLAGE



Briefumschlag

DIN Lang InDesign Vorlage

INDESIGN VORLAGE



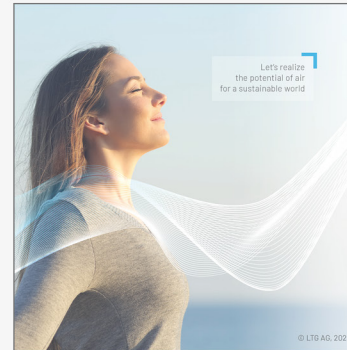
Social Media

LinkedIn Banner PSD-Vorlage

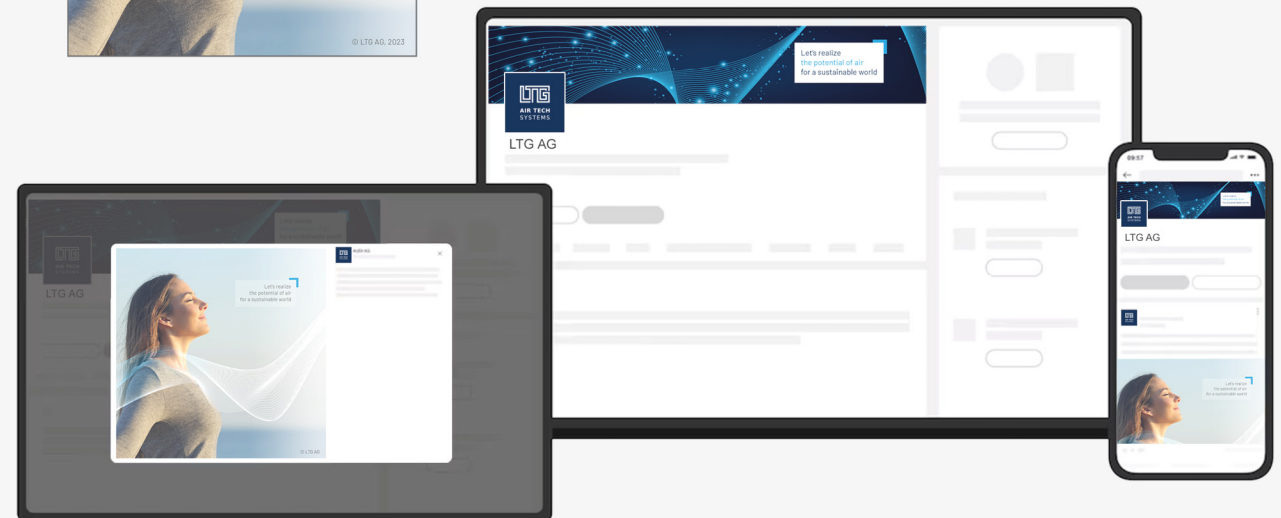
Im Gegensatz zu den meisten anderen Plattformen wird LinkedIn bevorzugt für Businesszwecke und Netzwerkaufbau genutzt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die Seite zu gestalten, z. B. über das Titelbild oder die Beiträge.

Hinweis:

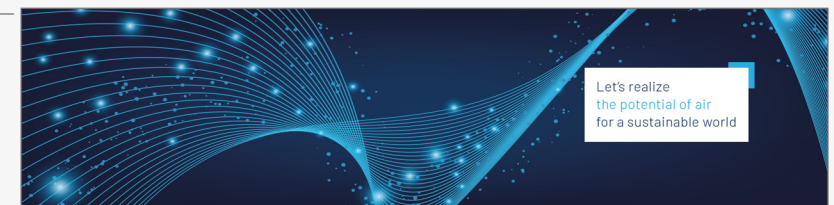
Da sich die Social Media Guidelines der LinkedIn-Applikation jährlich ändern, empfehlen wir die Sichtung der für das Kalenderjahr festgesetzten Richtlinien der Plattform. Diese enthalten u. a. die definierten Asset-Bereiche, in denen weder wichtige Bildinformationen noch Textelemente platziert werden dürfen (Safety Zone), sowie die für das Asset definierte Ausgabegröße der Datei.



PHOTOSHOP VORLAGE



PHOTOSHOP VORLAGE



Powerpoint

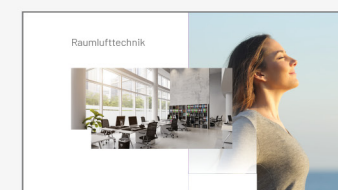
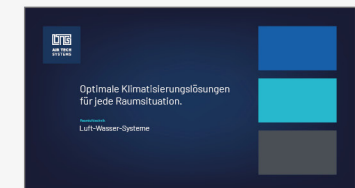
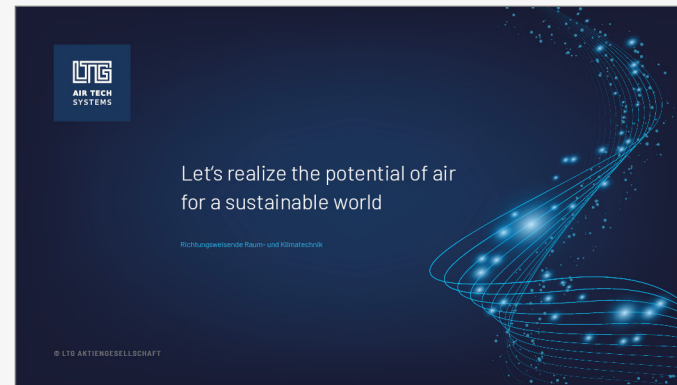
Moderne Präsentationen

Machen Sie die Schriftgröße Ihrer Inhalte nicht kleiner als 14 Punkt (18 Punkt bei Widescreen)

- Verwenden Sie die 6x6-Regel (nicht mehr als sechs Aufzählungspunkt pro Folie und nicht mehr als 6 Wörter pro Aufzählungspunkt)
- Wenn der Inhalt auf einer einzelnen Folie zu viel wird, ist es immer besser ihn auf mehrer Folien zu verteilen
- Gehen Sie sparsam mit Animationen um

Hinweis:

Und denken Sie daran, die Präsentation soll Sie unterstützen Ihre Ideen zu vermitteln. Verwenden Sie Ihre Präsentation nicht als Skript, aus dem Sie vorlesen.



LTG Identity & Style Guide
created with passion by

The logo for 'Glor' is rendered in a bold, white, sans-serif typeface. The letter 'G' is stylized with a thick, rounded top and a sharp, downward-pointing tail. The 'l' is a simple vertical bar. The 'o' is a solid circle with a thick stroke. The 'r' is a thick vertical stem with a curved, hook-like top. The overall aesthetic is clean, modern, and geometric.

o.garcia@glor-graphics.de
www.glor-graphics.de