

Raiffeisen **CD-Manual**



Inhaltsverzeichnis

Grundelemente

Logo	Seite 4
Farbe	Seite 7
Schrift	Seite 8
Logostand	Seite 9
Balkenhöhe	Seite 13

Anwendungen

Image- und Produktkampagne	Seite 16
Imageanzeigen und Poster	Seite 17
Imageplakat	Seite 19
Produktkleinanzeigen	Seite 20
Folder	Seite 21
Mappen	Seite 26
Veranstaltungsplakate	Seite 27
Drucksorten	Seite 28
Bankstellen-Auftritt	Seite 31
Präsentationshilfen	Seite 35
Internet	Seite 36
Sponsorenleiste	Seite 37
Event-Auftritt	Seite 38

Raiffeisen Direkt

Logo	Seite 41
Farbe	Seite 43
Logostand	Seite 44

Corporate Design

Corporate Design ist das einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens. Die wichtigsten Gestaltungselemente sind Logo, Schriften, Farben sowie die Regeln für die Gestaltung von Werbemitteln, Drucksachen und des Erscheinungsbildes vor Ort.

Kurz: alle optischen Merkmale, die Raiffeisen als Organisation und als Unternehmen in der Öffentlichkeit eindeutig kennzeichnen.

Corporate Design erfüllt eine wichtige Aufgabe: Es ist wesentlicher Bestandteil einer Unternehmenspersönlichkeit – sowohl nach außen hin für die Kunden als auch intern für die Mitarbeiter. Das Corporate Design ist Ausdruck einer einzigartigen Marken-Persönlichkeit. Daran werden wir erkannt und wiedererkannt. Es verstärkt beim Kunden nicht nur den Erinnerungswert, sondern bestärkt den Kunden in seinem spontanen Gefühl von Sicherheit. Erhöhte Glaubwürdigkeit, Vertrauen in unsere Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit sind so gewährleistet.

Corporate Design ist aber auch ein wertvolles Werkzeug, um sich von der Konkurrenz klar und deutlich abzugrenzen. Gerade in einer Zeit, in der im Bankbereich das Angebot an Produkten und Dienstleistungen ständig zunimmt und dabei immer austauschbarer wird, spielen eine klare Positionierung und ein eigenständiges Erscheinungsbild eine wichtige Rolle.

Nicht zuletzt wirkt sich ein einheitliches Erscheinungsbild auch nach innen positiv aus. Die Mitarbeiter, Funktionäre und Mitglieder identifizieren sich mit der Raiffeisenbank und deren Zielen. Das Gefühl der Zusammengehörigkeit, der Leistungswille und die Einsatzbereitschaft jedes Einzelnen zum Nutzen aller werden so gefördert.

Logo

Wort-Bild-Marke

Das Raiffeisen Logo ist eines der bekanntesten Markenzeichen Österreichs. Es ist markenrechtlich geschützt und damit ein juristisch exakt definiertes Identifikationselement der Raiffeisenbank.

Das Raiffeisen Logo besteht aus dem Schriftzug „Raiffeisen Meine Bank“ und dem Raiffeisen Symbol, dem Giebelkreuz, das immer rechts neben dem Schriftzug steht.

Das Logo ist wie dargestellt nur waagrecht zu verwenden. Seine kommunikative Kraft soll nicht durch zusätzliche Elemente (z. B. andere Signets, Schriften) beeinträchtigt werden.

Der Raiffeisen Schriftzug „Raiffeisen Meine Bank“ wird immer in Gemeinen mit versalen Anfangsbuchstaben geschrieben. Schrift: Futura bold.

Der Negativ-Schriftzug ist nur bei dunklen Fotos oder auf schwarzem Untergrund anzuwenden. Lesbarkeit ist oberstes Gebot. Das Giebelkreuz bleibt immer positiv.

Neu ist, dass „Raiffeisen Meine Bank“ künftig zweizeilig geschrieben wird und die bisher einzeilige Form ausnahmslos ersetzt. Damit soll einerseits die moderne Anmutung des Logos und andererseits die Verschiebung des Copytextes in den Balken ermöglicht werden.



Logo mit Ortsnamen

Wort-Bild-Marke

Da die Wort-Bild-Marke „Raiffeisen Meine Bank“ als Dach der Marke Raiffeisenbank im Sinne der Markenpflege unverändert bleiben muss, ist kein Zusatz der örtlichen Raiffeisenbanken vorgesehen. Falls Sie aber Ihre Ortsbezeichnung als Absender in Zusammenhang mit dem Giebelkreuz benötigen, ist folgende Umsetzung vorgesehen:

Raiffeisenbank/Ortsbezeichnung/Giebelkreuz.

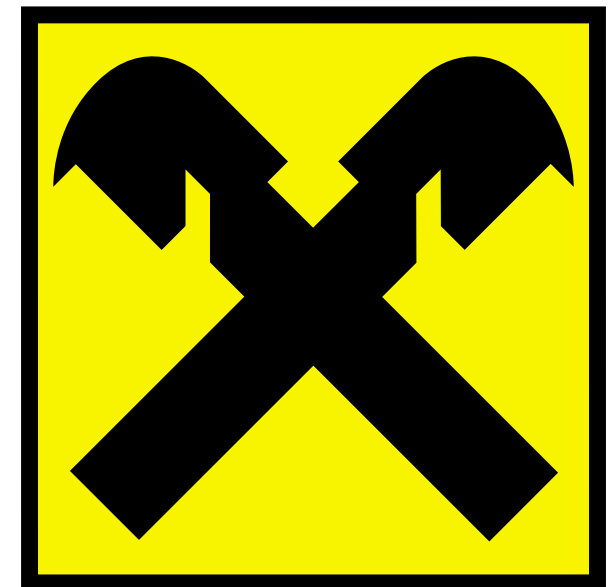
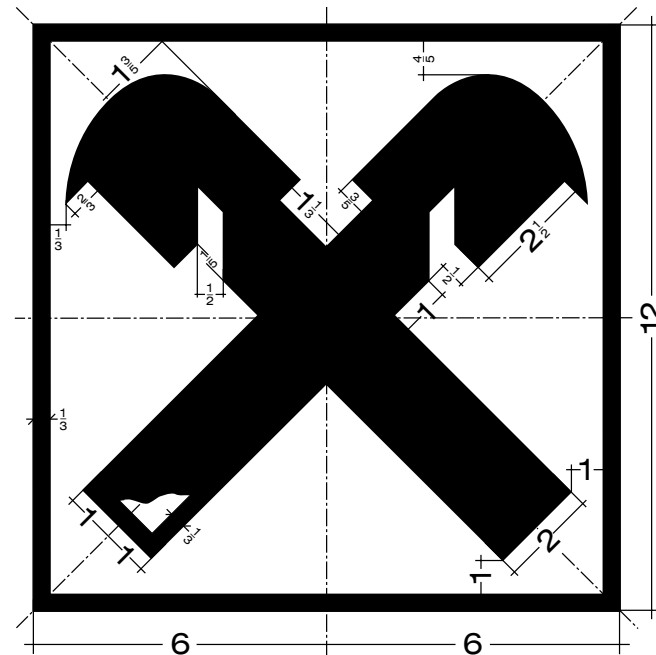
Die unten stehenden Angaben sind zur Erstellung eines Bankstellen-Eigenlogos, daher gehen sie von einer Giebelkreuzgröße von 20 x 20 mm aus.

Giebelkreuz: 20 x 20 mm
Schrift: Futura Bold
Größe: 20 pt
Spationierung: -5
Durchschuss: 20 pt



Raiffeisen Giebelkreuz

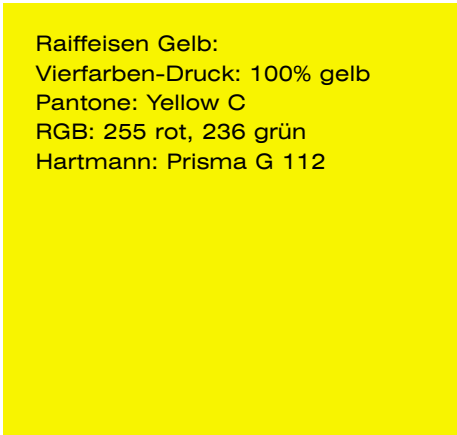
Das Giebelkreuz wird immer positiv in quadratischer Umrandung verwendet.




Farben

Farben leisten in der Kommunikation eine wichtige Aufgabe. Sie verstärken Emotionen und schaffen Aufmerksamkeit. Das Raiffeisen Gelb ist eine besonders starke Farbe. Sie dient als Signal, das nicht zu übersehen ist.


Das Raiffeisen Gelb wird aber auch mit Wärme und Sonne in Verbindung gebracht. Das passt bestens zu unserer Unternehmensphilosophie: sympathisch, freundlich und zugleich dynamisch.



Raiffeisen Gelb:
Vierfarben-Druck: 100% gelb
Pantone: Yellow C
RGB: 255 rot, 236 grün
Hartmann: Prisma G 112



Raiffeisen Schwarz:
Vierfarben-Druck: 100% schwarz
Pantone: Black C
RGB: 0 rot, 0 grün, 0 blau



Raiffeisen Grau
(SW-Produktanzeigen)
Einfarben-Druck: 20% schwarz
Pantone: 20% Black C
RGB: 209 rot, 210 grün, 212 blau

Schrift

Für das Corporate Design der Raiffeisen Bankengruppe wurde die Schriftfamilie Swiss 721 ausgewählt. Hauptsächlich Verwendung finden die Schriftschnitte Roman Extended und Bold Extended. Sie unterstreichen durch ihren breit laufenden Charakter den dynamischen Auftritt und verstärken durch ihr angenehmes Schriftbild sowie ihre gute Lesbarkeit die Werbebotschaften.

Headline-Schriften

Überschriften werden aus der Swiss 721 Roman Extended — in der Produktkampagne kombiniert mit Swiss 721 Bold Extended — gesetzt. Dabei ist auf ein ausgewogenes Schriftbild zu achten.

Copy-Schriften

Fließtexte werden aus der Swiss 721 Roman Extended gesetzt. Sollte es die Textmenge erfordern, kann in Ausnahmefällen auch die Swiss 721 Roman eingesetzt werden, da diese platzsparender läuft.

Allgemeiner Gebrauch

Im Sinne eines einheitlichen Erscheinungsbildes ist die Swiss 721 Roman Extended bzw. die Swiss 721 Roman auch in Briefschaften, Präsentationen, auf Folien etc. einzusetzen. Die Schriftschnitte Italic und Light Extended dienen der Erweiterung der Tonalität der Schriftpalette und dürfen bei Mailings und Imagewerbung verwendet werden.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
0123456789.,;:/()&%,,“-+
Swiss 721 Roman Extended

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
0123456789.,;:/()&%,,“-+
Swiss 721 Bold Extended

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
0123456789.,;:/()&%,,“-+
Swiss 721 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
0123456789.,;:/()&%,,“-+
Swiss 721 Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
0123456789.,;:/()&%,,“-+
Swiss 721 Light Extended

Das Raiffeisen Giebelkreuz als „Maßeinheit“

Fixer Bestandteil der meisten Werbemittel der Raiffeisenbank ist der schwarze Balken am unteren Rand. Er schafft ein starkes Fundament und bildet eine Plattform für unser Logo.

Das neue Gestaltungssystem setzt sich aus 3 verschiedenen Balkenhöhen und 3 unterschiedlichen Logoplatzierungen zusammen, die modulartig miteinander kombiniert werden.

Schritt 1:

Die Höhe des Balkens ergibt sich aus der Teilung der Gesamthöhe der Seite. Sie beträgt $1/7$, $1/6$ oder $1/5$ der Gesamthöhe.

Beispiel für Abmessungen Seite 13–15.

Schritt 2:

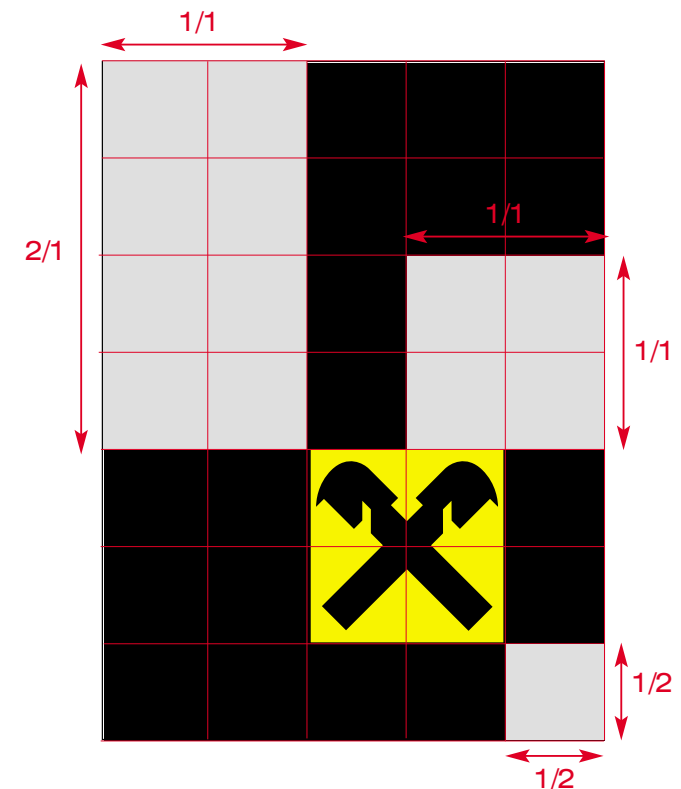
Aus der Balkenhöhe wird die Höhe des Giebelkreuzes berechnet. Sie ergibt sich auf Werbemittel und Format abgestimmt durch Teilung der Balkenhöhe in $1/2$ und ganze Giebelkreuzeinheiten.

Beispiel für die Höhe des Giebelkreuzes Seite 10–12.

Anwendungen Seite 17–26.)

(Bei Anzeigen und Foldern darf die Balkenhöhe in Ausnahmefällen in $1/2$ Giebelkreuz-Schritten erweitert werden, um mehr Platz für den Copytext zu schaffen.)

Die Giebelkreuzhöhen $2/1$, $1/1$, $1/2$ sind Maß für die Platzierung des Logos im Balken.



Das Logo – der Logostand

1/2 Giebelkreuzhöhe von oben

Anwendung:

- Imageanzeigen A6-A5 Hochformat
- Produktkleinanzeigen A6-A5 (Typo)
- Plakate 16 Bg/24 Bg
- Querformatige Folder/Broschüren A5-A4

Logoplatzierung:

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 25% der Balkenhöhe) vom oberen Rand

Logo (= 50% der Balkenhöhe)

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 25% der Balkenhöhe) vom unteren Rand

= 100% Gesamtbalkenhöhe

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 25% der Balkenhöhe) vom rechten Rand



Das Logo – der Logostand

1/1 Giebelkreuzhöhe von oben

Anwendung:

- Imageanzeigen A4 Hochformat
- Produktanzeigen A4
- Imagefolder A4
- Produktfolder A4
- Mappen
- Poster und Veranstaltungsplakate

Logoplatzierung:

1/1 Giebelkreuzhöhe (= 40% der Balkenhöhe) vom oberen Rand

Logo (= 40% der Balkenhöhe)

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 20% der Balkenhöhe) vom unteren Rand

= 100% Gesamtbalkenhöhe

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 20% der Balkenhöhe) vom rechten Rand



Das Logo – der Logostand

2/1 Giebelkreuzhöhen von oben

Anwendung:

- Imageanzeigen 1/3 A4 (mit Balkentext)
- Imagefolder 1/3 A4
- Produktfolder 1/3 A4

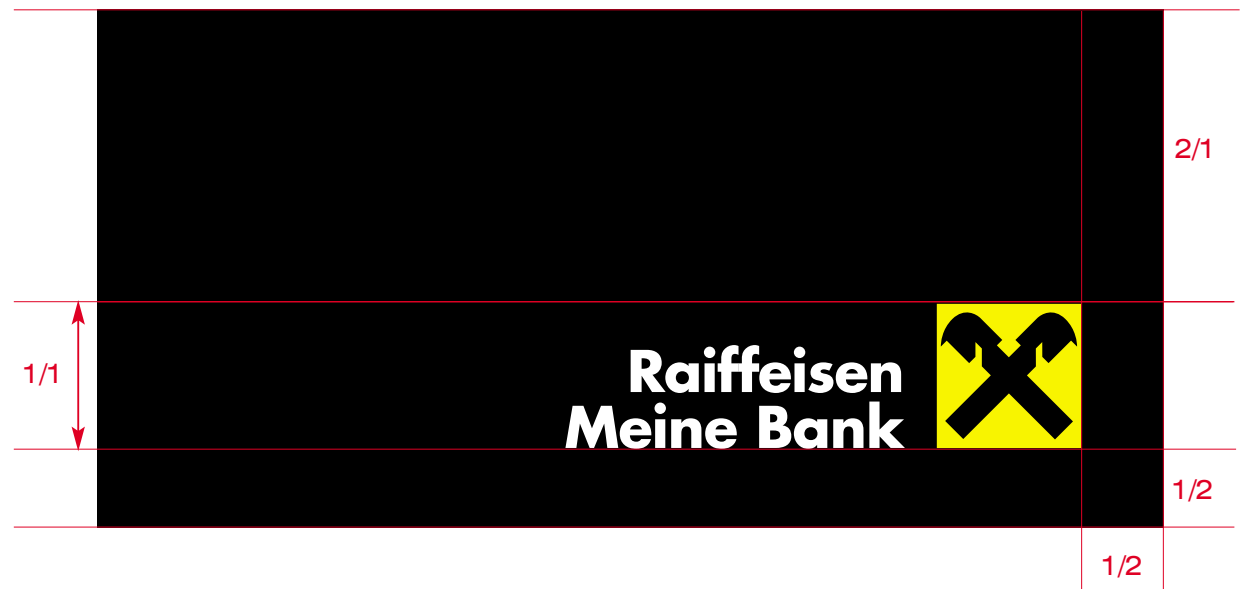
Logoplatzierung:

2/1 Giebelkreuzhöhe (= 57% der Balkenhöhe) vom oberen Rand

Logo (= 29% der Balkenhöhe)

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 14% der Balkenhöhe) vom unteren Rand
= 100% Gesamtbalkenhöhe

1/2 Giebelkreuzhöhe (= 14% der Balkenhöhe) vom rechten Rand



Der Balken – die Balkenhöhe „1/7 der Gesamthöhe“

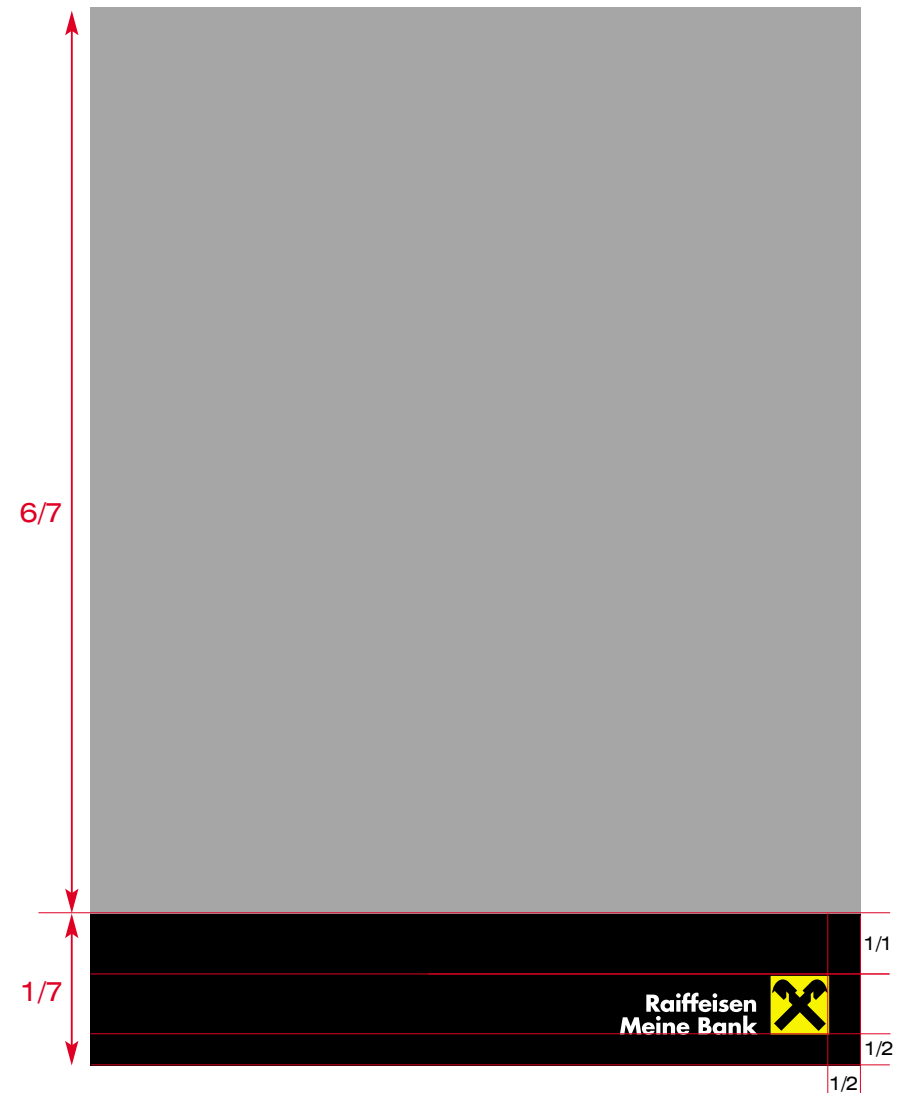
Anwendung:

- Imageanzeigen A4
- Produktanzeigen A4
- Poster
- Imagefolder A4
- Produktfolder A4
- Mappen

Rechenhilfe:

$6/7 = 86\%$ der Seitenhöhe

$1/7 = 14\%$ der Seitenhöhe



Der Balken – die Balkenhöhe „1/6 der Gesamthöhe“

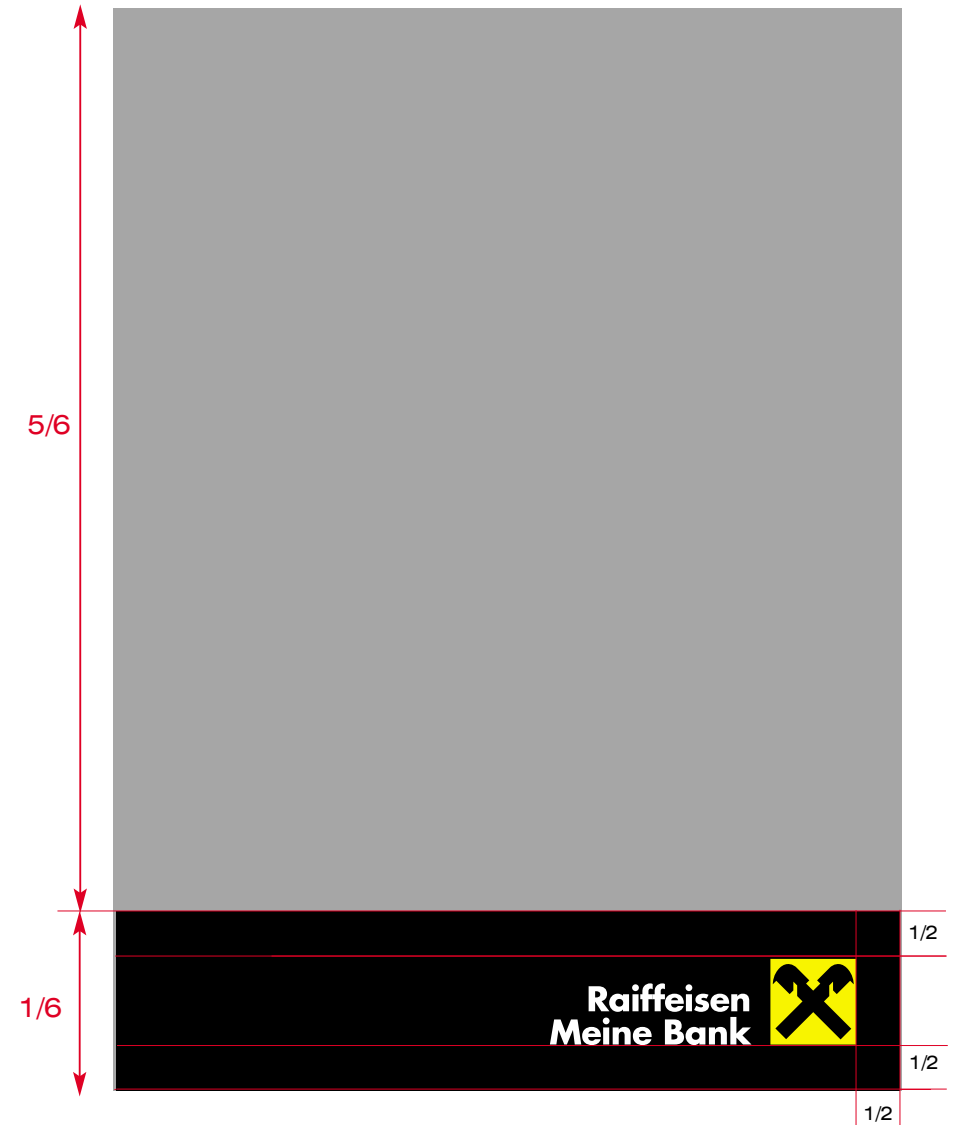
Anwendung:

- Imageanzeigen A6-A5 Hochformat
- Produktkleinanzeigen A6-A5 (Typo)
- Veranstaltungsplakate

Rechenhilfe:

$5/6 = 83\%$ der Seitenhöhe

$1/6 = 17\%$ der Seitenhöhe



Der Balken – die Balkenhöhe „1/5 der Gesamthöhe“ 2x

Anwendung:

- Imagefolder 1/3 A4
- Produktfolder 1/3 A4
- Imagekleinanzeigen 1/3 A4
- Querformatige Produktkleinanzeigen
- Querformatige Folder/Broschüren A5–A4

Rechenhilfe:

$4/5 = 80\%$ der Seitenhöhe

$1/5 = 20\%$ der
Seitenhöhe

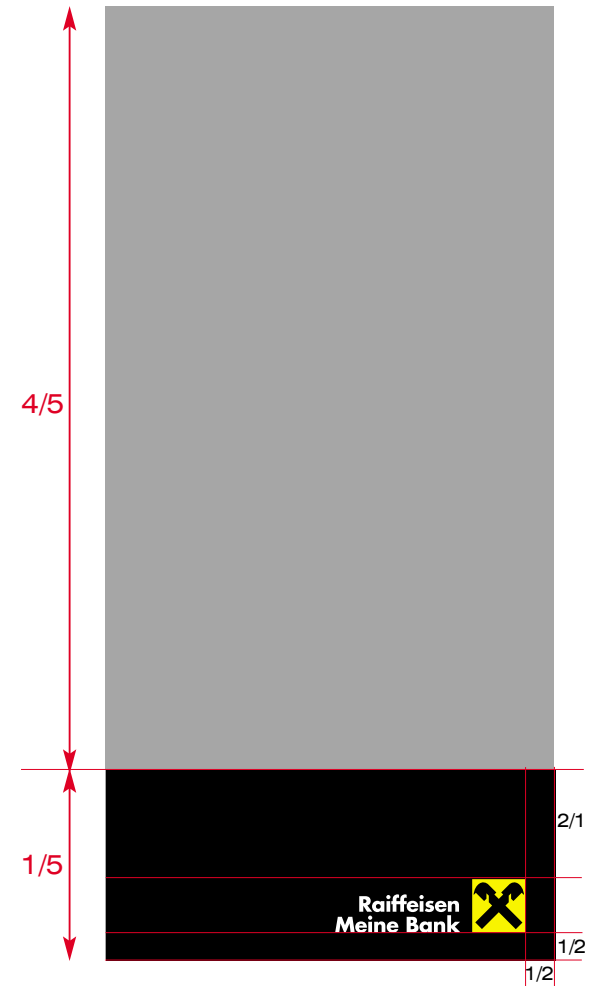


Image- und Produktkampagne

Allgemein

Die Werbekampagne beruht auf zwei wesentlichen Säulen:
auf der Imagekampagne und der Produktkampagne.
Beide erfüllen unterschiedliche kommunikative Aufgaben.

Die Imagekampagne hat zum Ziel, die emotionale Bindung der ÖsterreicherInnen zu Raiffeisen zu stärken und zu vertiefen. Folgende Medien sind für diese Aufgabe vorgesehen: Fernsehen, Großflächenplakate, Schaufenster-Plakate und Imageanzeigen.

Die Produktkampagne stellt – wie der Name schon sagt – die Produkte und Serviceleistungen der Raiffeisenbank in den Mittelpunkt. Sie ist die „Bühne“, auf der wir die Leistungen der Raiffeisenbank prominent präsentieren. Folgende Medien stehen dafür zur Verfügung: Produktanzeigen, Schaufenster-Plakate, POS-Werbemittel sowie Hörfunkspots.

Allgemein:

Der optische Auftritt der Imagekampagnen unterliegt stets der Konzeptidee, er kann von den hier gezeigten Beispielen abweichen.

Imageanzeigen und Poster „1/7 der Gesamthöhe“

Anwendung:

- Imageanzeigen A4
- Produktanzeigen A4
- Poster

Schrift im Fließtext bei A4:
Swiss 721 Roman Extended
Schriftgröße: 9,5 pt
Durchschuss: 14 pt
Spationierung: 0-2 pt

Schrift Internetadresse bei A4:
Swiss 721 Bold Extended
Schriftgröße: 7,5 pt

**Basis-Schriftgröße
einer ganzseitigen A4
Typoanzeige: 45 pt,
Durchschuss: 52 pt.
Die Schriften sind
Swiss 721 Extended,
Bold und Roman.
Spationierung
im Boldschnitt: -3**

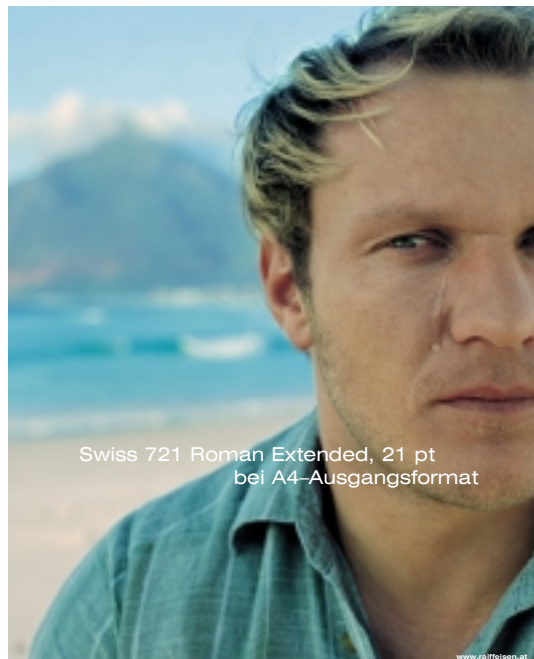
Blindtext. Blindtext das ist kein richtiger Text. Er steht
anstelle der endgültigen Fassung. Auch in diesem Fall ist er
Platzhalter entspricht aber in Schriftart, Schriftgröße,
Spationierung und Zeilenabstand dem endgültigen Text.
Blindtext. Blindtext das ist kein richtiger Text. Er steht
anstelle der endgültigen Fassung.

www.raiffeisen.at

**Raiffeisen
Meine Bank** 

1/7

1/1 Produktanzeige



www.raiffeisen.at

**Raiffeisen
Meine Bank** 

1/1 Anzeige



www.raiffeisen.at

Subheadline: Swiss 721 Roman Extended 12 pt
Zeilenabstand: 16 pt, Spatiation: 0

**Raiffeisen
Meine Bank** 

Poster

Imageanzeigen – (Verkleinerungs-Ausnahme) „1/6 der Gesamthöhe“

Anwendung:

- Imageanzeigen A6-A5 Hochformat

Schrift im Fließtext:

Swiss 721 Roman Extended

Schriftgröße: 8–8,5 pt

Durchschuss: 11–12 pt

Spationierung: 0–2 pt

Schrift Internetadresse bei A4:

Swiss 721 Bold Extended

Schriftgröße: 6–7,5 pt

Sollte es aus Platzgründen
erforderlich sein, kann
der Fließtext weggelassen
werden.



A6 Anzeige



A5 Anzeige

Rechenhilfe:

$5/6 = 83\%$ der Seitenhöhe

$1/6 = 17\%$ der Seitenhöhe

Der Balken beim 24-Bogen-Plakat

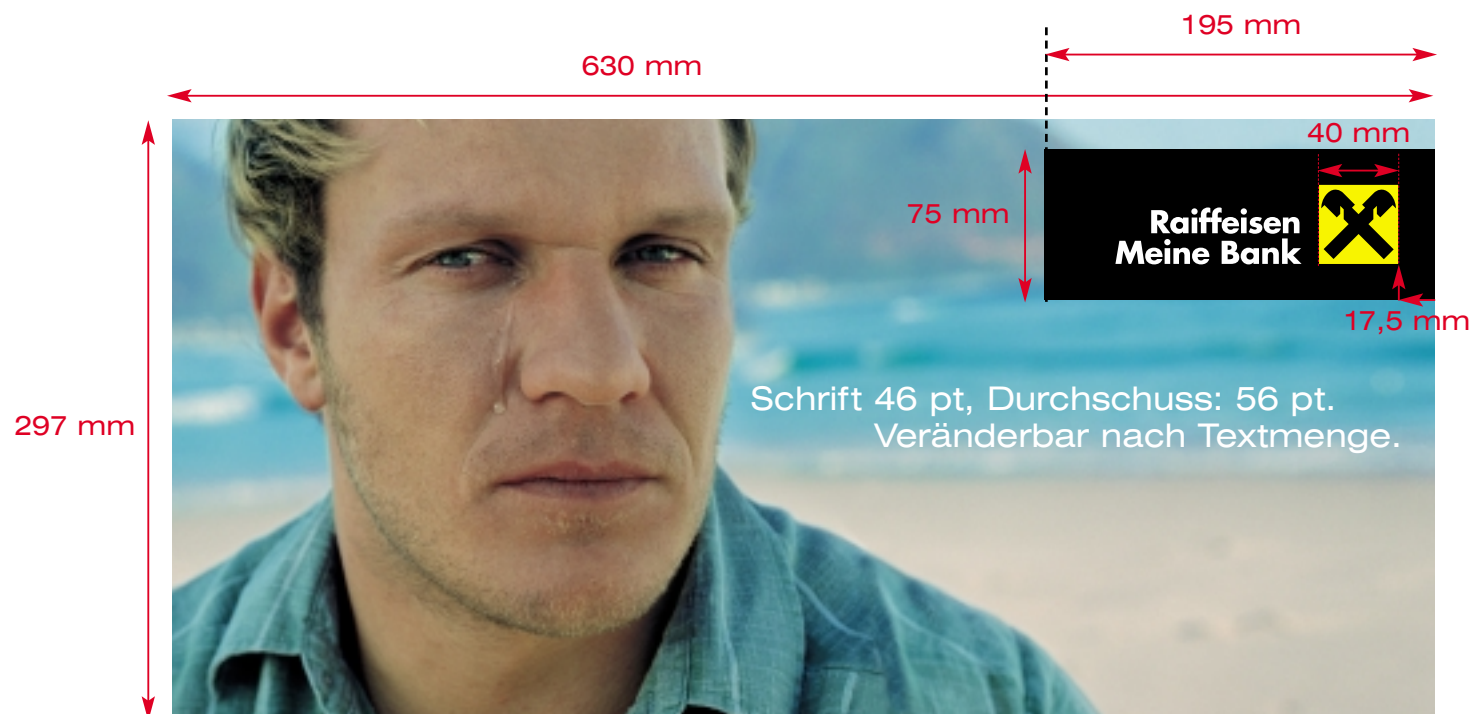
Die Logo und Balkenplatzierung im Plakat haben eine Sonderstellung.

Achtung: Die Logoplatzierung unterliegt nicht der Viertelteilung.

In der Headline:

Swiss 721 Roman Extended

(Maße des Ausgangsdokuments)



Produktkleinanzeigen

Balken „1/7, 1/6 und 1/5 der Gesamthöhe“

In der Headline:

Swiss 721 Roman Extended und Swiss 721 Bold Extended, linksbündig und ohne Leerzeile aufeinander folgend.

Die zwei Schriftschnitte dürfen nicht mehrmals alternierend verwendet werden.

Im Fließtext Swiss Roman Extended

Schriftgröße: 8,5 pt

Durchschuss: 11,5 pt

Spationierung: 0-2 pt

Das ist Blindtext.
In diesem Fall als
Platzhalter für
die Headline einer
hochformatigen
Kleinanzeige.
**Die Schriften sind
Swiss 721 Ex Bold
und Roman.**

Blindtext das ist kein richtiger Text.
Er steht anstelle der endgültigen Fassung.
Und ist Platzhalter, entspricht aber in
Schriftart, Schriftgröße, Spationierung
und Zeilenabstand dem endgültigen Text.

www.raiffeisen.at

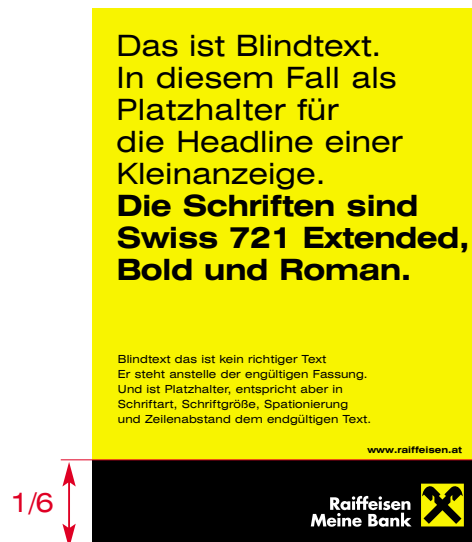


Produktkleinanzeige hoch

Das ist Blindtext.
In diesem Fall als
Platzhalter für
die Headline einer
Kleinanzeige.
**Die Schriften sind
Swiss 721 Extended,
Bold und Roman.**

Blindtext das ist kein richtiger Text.
Er steht anstelle der endgültigen Fassung.
Und ist Platzhalter, entspricht aber in
Schriftart, Schriftgröße, Spationierung
und Zeilenabstand dem endgültigen Text.

www.raiffeisen.at



Produktkleinanzeige

Das ist Blindtext. In diesem
Fall als Platzhalter für die
Headline einer Kleinanzeige.
**Die Schriften sind Swiss 721
Extended, Bold und Roman.**

Blindtext das ist kein richtiger Text. Er steht anstelle
der endgültigen Fassung. Und ist Platzhalter, ent-
spricht aber in Schriftart, Schriftgröße, Spationierung
und Zeilenabstand dem endgültigen Text.

www.raiffeisen.at



Produktkleinanzeige quer

Imagefolder A4

Balken „1/7 der Gesamthöhe“

Die Schrift der Imagefolder-Innenseiten:
Swiss 721 Roman Extended

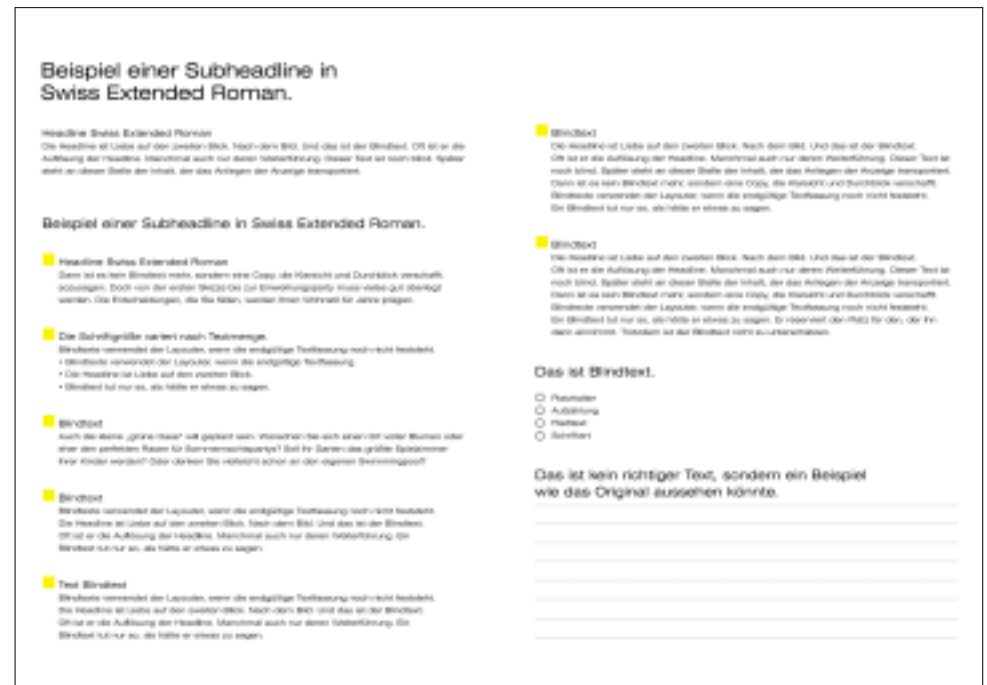
Headline: 24 pt, Durchschuss 27 pt
Subheadline: 16 pt, Durchschuss 20 pt
Subsubheadline: 11,5 pt, Durchschuss 15 pt
Fließtext: 9,5 pt, Durchschuss 15 pt
(Die Schriftgröße variiert je nach Textmenge.)

Die Schriftgröße der Titelseite ist abhängig von der Textmenge.
Als Richtwert dient die Headline der Imageanzeige.



1/7

Imagefolder A4



Imagefolder 1/3 A4

Balken „1/5 der Gesamthöhe“

Die Schriftgröße der Titelseite ist abhängig von der Textmenge.
Als Richtwert dient die Headline der Imageanzeige.

Schrift Innenseiten: Swiss 721 Roman Extended
Headline: 16 pt, Durchschuss 20 pt
Subheadline: 10,5 pt, Durchschuss 12 pt
Fließtext: 8,5 pt, Durchschuss 12 pt

<p>Das ist Blindtext am Beispiel einer Innenseite.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text, so könnte eine Aufzählung aussehen. • Punkte dienen zur Hervorhebung. • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Die Schriftart ist Swiss Extended Roman. • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text, so könnte eine Aufzählung aussehen. • Punkte dienen zur Hervorhebung. • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Die Schriftart ist Swiss Extended Roman. 	<p>Das ist Blindtext. So sieht im Original eine Folderheadline aus.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Das ist eine Subheadline.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p>	<p>Das ist die Rückseite eines Folders. Der Hintergrund ist gelb gebrandet.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Stand: Jänner 2003</p> <p>Überreicht durch</p> <p>Raiffeisen Meine Bank</p>	 <p>Folder Blindtext Headline</p> <p>Blindtext Sub-Headline. Das ist kein richtiger Text.</p> <p>Raiffeisen Meine Bank</p>
--	--	---	--

Produktfolder 1/3 A4

Balken „1/5 der Gesamthöhe“

Schrift Innenseiten: Swiss 721 Roman Extended & Bold Extended
 Headline: 16 pt, Durchschuss 20 pt, (Im Boldschnitt: Spationierung: -3)
 Subheadline: 8,5 pt, Durchschuss 12 pt, Spationierung: -3
 Fließtext: 8,5 pt, Durchschuss 12 pt

<p>Das ist Blindtext am Beispiel einer Innenseite.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text, so könnte eine Aufzählung aussehen. • Punkte dienen zur Hervorhebung. • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Die Schriftart ist Swiss Extended Roman. • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text, so könnte eine Aufzählung aussehen. • Punkte dienen zur Hervorhebung. • Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Die Schriftart ist Swiss Extended Roman. 	<p>Das ist Blindtext. So sieht im Original eine Folderheadline aus.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p> <p>Das ist eine Subheadline.</p> <p>Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.</p>
--	---

Das ist die Rückseite eines Folders. Der Hintergrund ist gelb gebrandet.

Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben. Auch Leerzeilen zu Bildung von Absätzen sind möglich.

Schriftmuster für den Produktfoldertitel. Die Schriften sind Swiss 721 Ex Bold und Swiss 721 Extended Roman.

Stand: Jänner 2003

Überreicht durch

Blindtext Sub-Headline. Das ist kein richtiger Text, sondern ein Platzhalter. Das ist kein richtiger.

www.raiffeisen.at

Raiffeisen Meine Bank

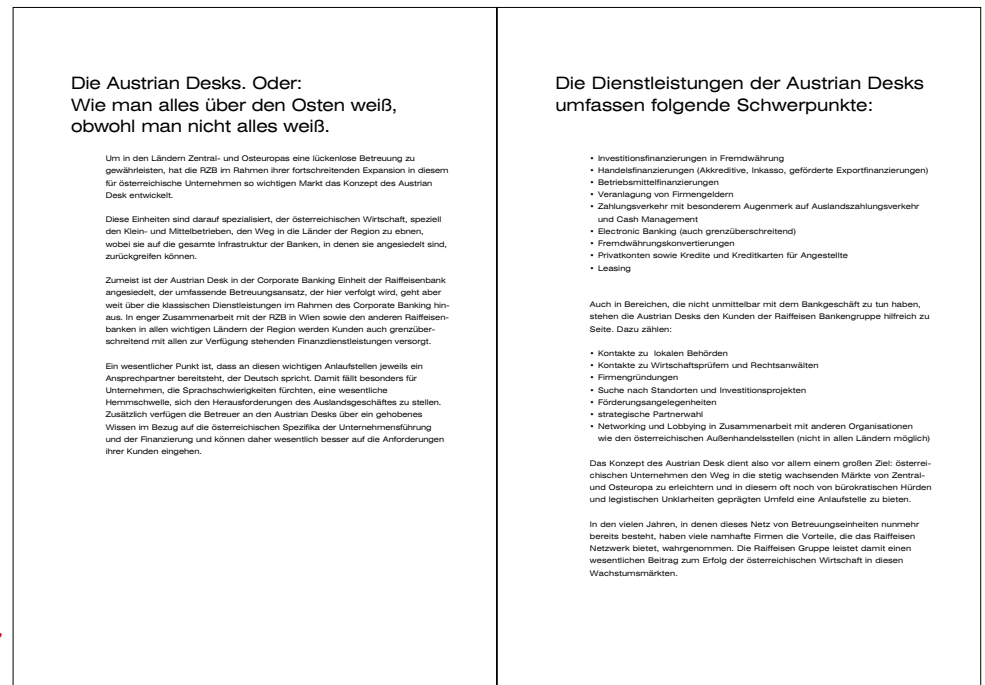


Produktfolder A4 mit Bild Balken „1/7 der Gesamthöhe“

Zur Unterstützung von Marketing-
schwerpunkten; Titelseite im Auftritt
der Produktkampagne.
(Bild oder gelbe Fläche und Logobalken)

Die Schrift der Innenseiten:
Swiss 721 Roman Extended

Headline: 21 pt, Durchschuss 26 pt
Subheadline: 16 pt, Durchschuss 20 pt
Subsubheadline: 11,5 pt, Durchschuss 15 pt
Fließtext: 9,5 pt, Durchschuss 15 pt
(Die Schriftgröße variiert je nach Textmenge.)

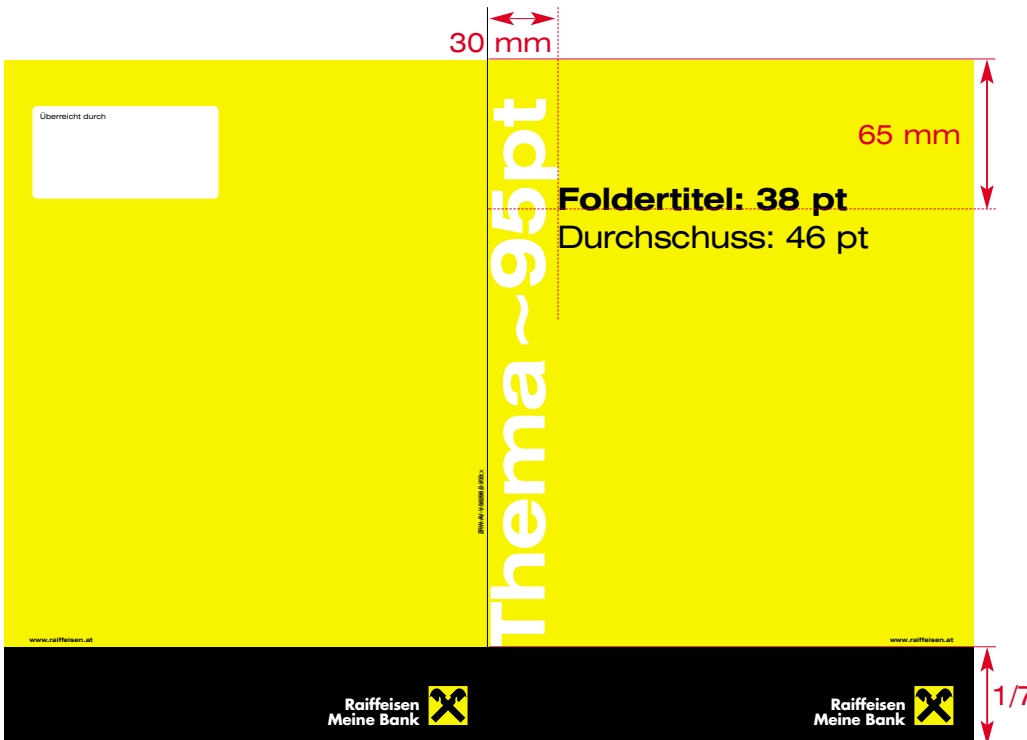


Produktfolder A4 mit Bild

Produktfolder A4 Balken „1/7 der Gesamthöhe“

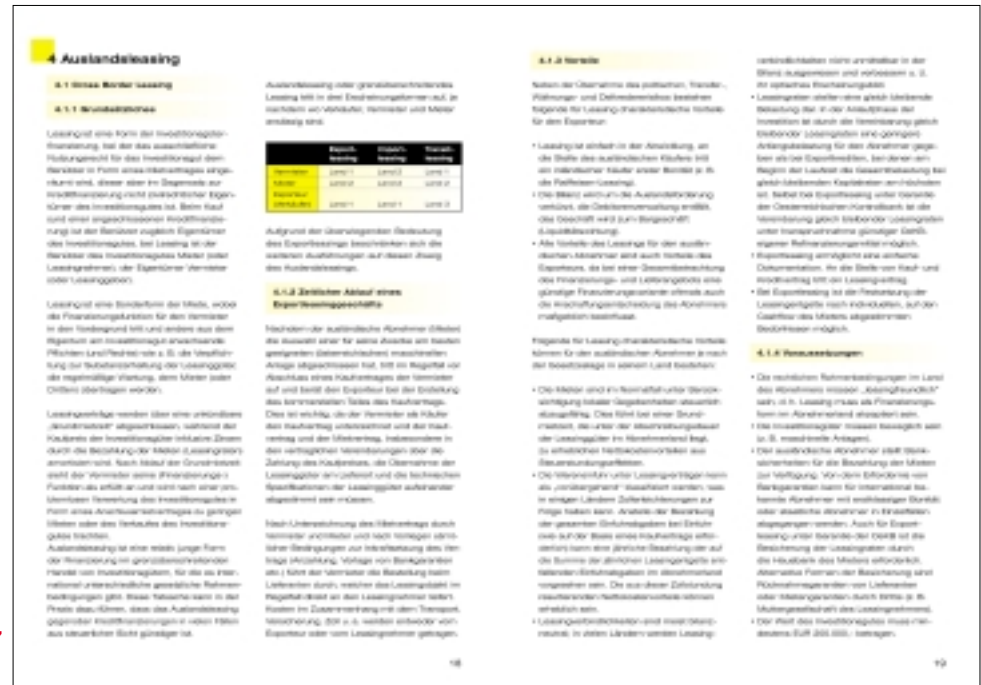
Zur Unterstützung von Marketing-
schwerpunkten; Titelseite wie
Produktanzeigen.
(gelbe Fläche und Logobalken)

Im Balken der Innenseiten:
Verlauf von 30% Gelb zu Weiß



Schrift Innenseiten:
Swiss 721 Roman Extended & Swiss 721 Bold Extended

Headline: 15 pt, Durchschuss 15 pt, Spation.: -3
Subheadline: 9,5 pt, Durchschuss 15 pt (im Balken), Spation.: -3
Subsubheadline: 9,5 pt, Durchschuss 15 pt, Spation.: -3
Fließtext: 9,5 pt, Durchschuss 15 pt

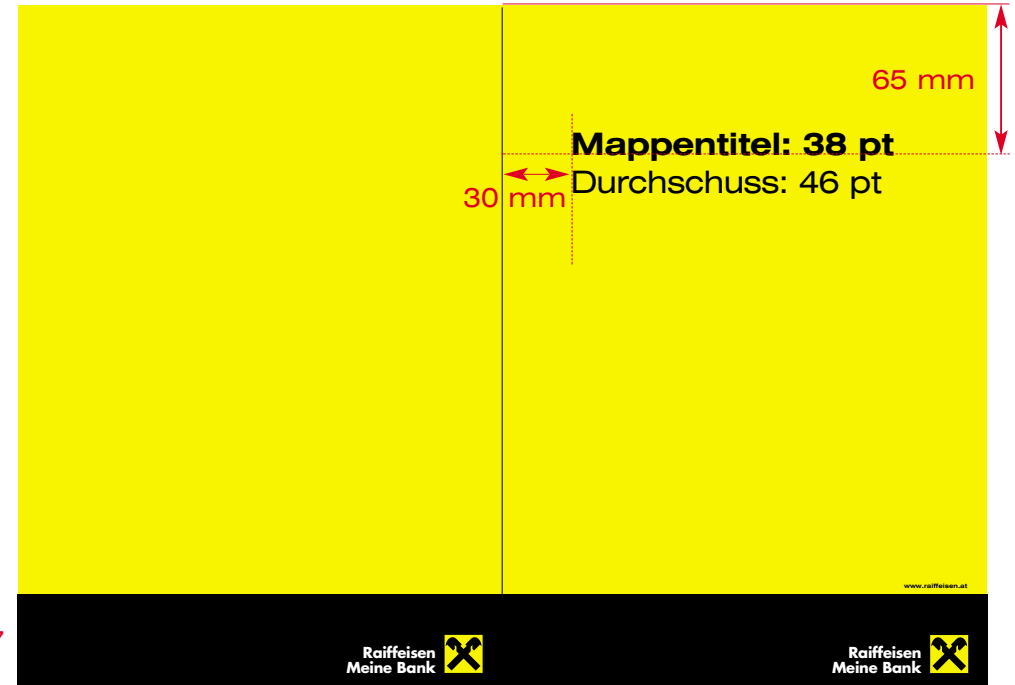


Produktmappen 220 x 310 mm Balken „1/7 der Gesamthöhe“

Die Schriftgröße der Titelseite ist abhängig von der Textmenge.
Als Richtwert dient die Headline der Imageanzeige.



Produktmappe mit Bild-Bsp.



Produktmappe Text

Veranstaltungsplakate und Einladungen

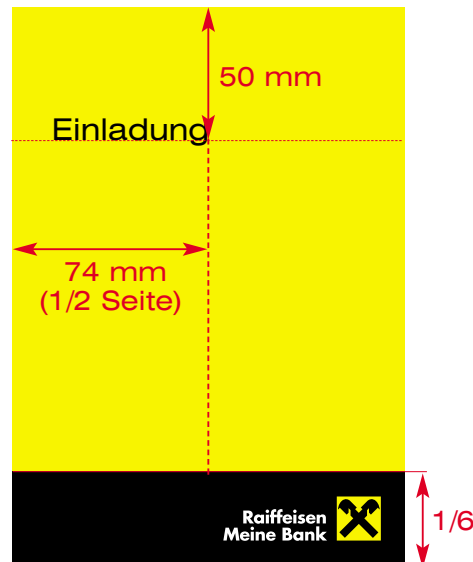
Balken „1/6 der Gesamthöhe“

Die Raiffeisenbank fördert seit vielen Jahren die unterschiedlichsten Projekte in Sport und Kultur. Das Engagement jeder einzelnen Bankstelle ist dabei von größter Bedeutung.

Nutzen Sie die Chance, vor Ort präsent zu sein! Zahlreiche impactstarke Werbemittel erhalten Sie in der Werbeabteilung Ihrer Raiffeisenlandesbank und beim AV-Verlag.

Die Plakate und Poster des Aktions-Auftrittes haben als Hintergrund das Raiffeisen Gelb. Das Logo steht immer im schwarzen Balken. (Die genauen Proportionen entnehmen Sie bitte dem Abschnitt „Grundelemente“, ab Seite 9.)

Schriftzug „Einladung“:
Swiss 721 Roman Extended
Schriftgröße: 32 pt



Einladungscover A5

**SwissEx Bold auch
mit SwissEx Roman
in der Headline.**



1-Bogen-Poster
mit Eindruckmöglichkeit

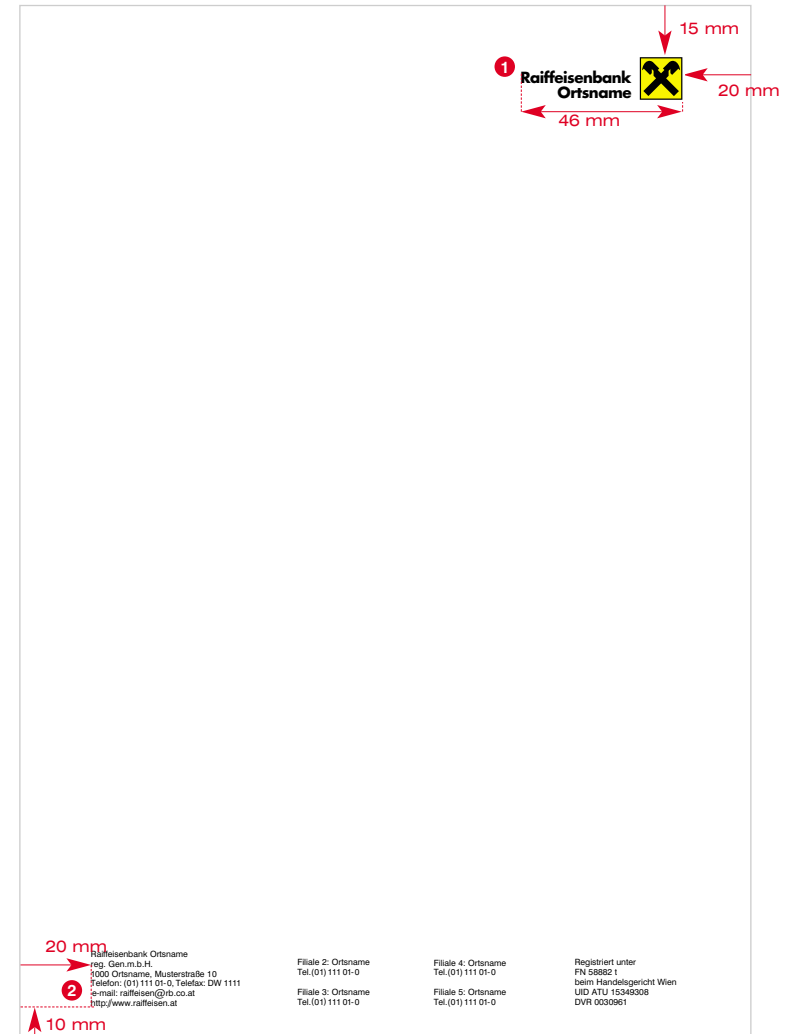
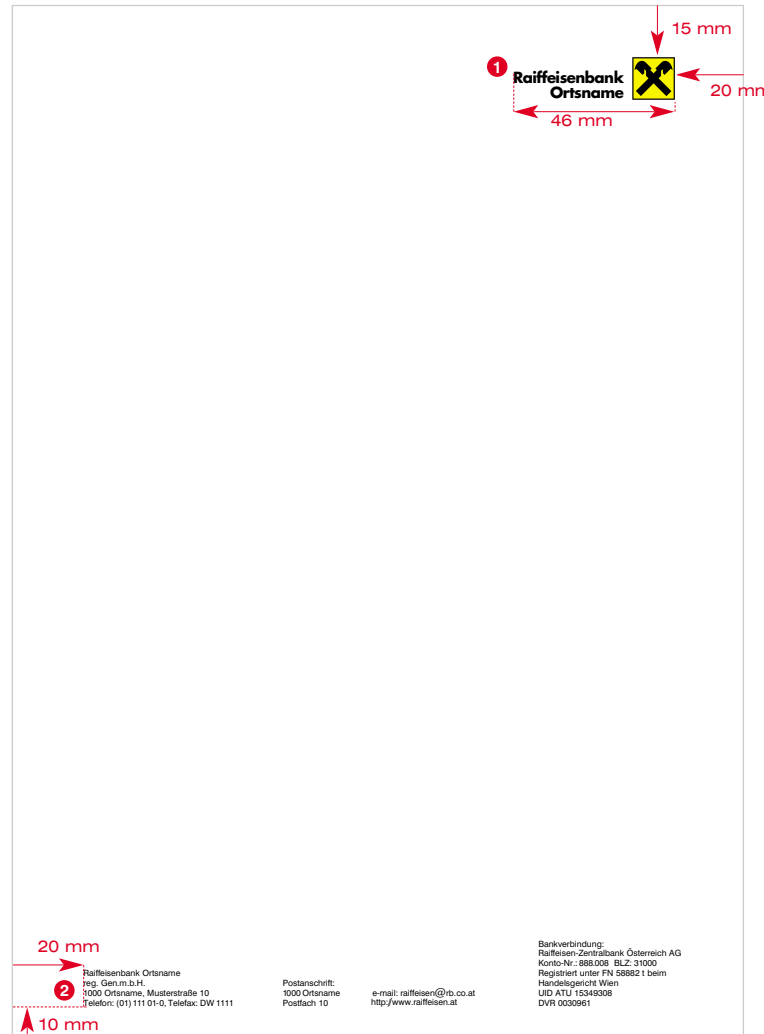
Drucksorten Briefpapier

Briefpapier:

Format:
210 x 297 mm

- 1 Bankstellenlogo:
Bemaßung siehe Seite 5
Breite (Raiffeisen +
Giebelkreuz): 46 mm
Giebelkreuz: 15 mm vom
oberen Rand; 20 mm vom
rechten Rand
- 2 Texte: Swiss 721 Roman
Größe: 7 pt
Spationierung: 5
Durchschuss: 8 pt
Farbe: 100 % Schwarz

Farbe: 100 % Schwarz
Rand links/rechts: 20 mm
Rand unten: 10 mm



Drucksorten Kuvert

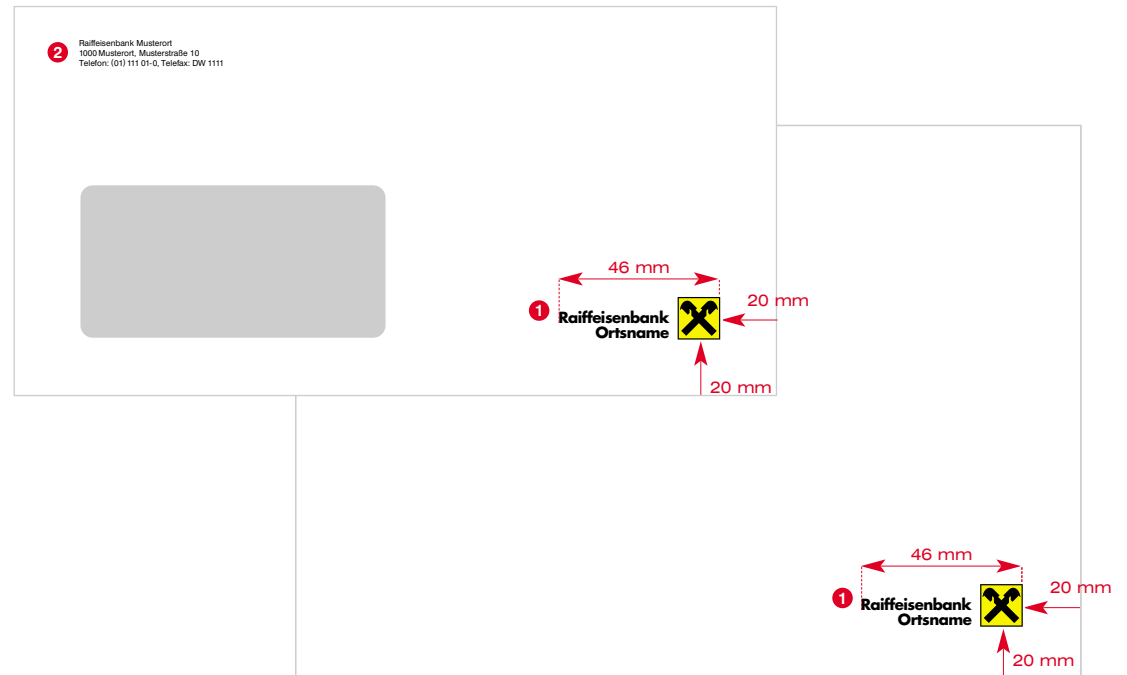
Kuverts:

Formate:

229 x 114 mm

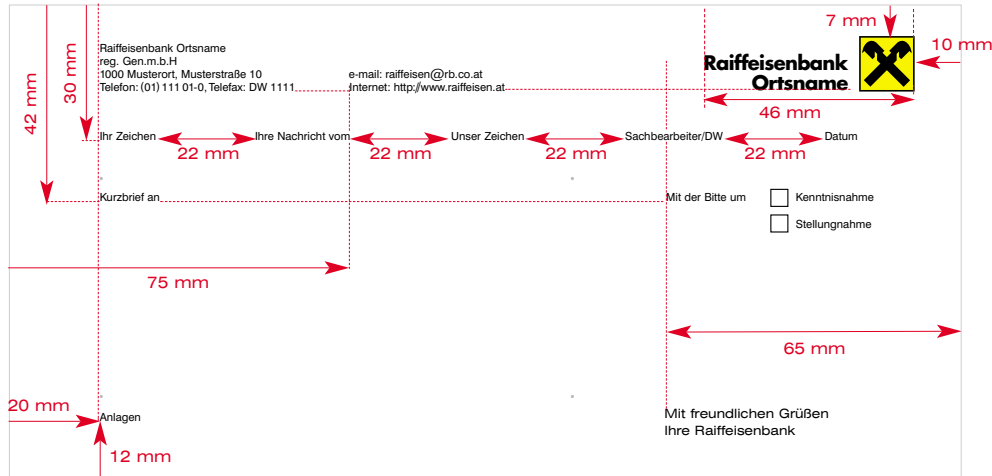
162 x 229 mm

- 1** Bankstellenlogo:
Bemaßung siehe Seite 5
Breite (Raiffeisen +
Giebelkreuz): 46 mm
Giebelkreuz: 20 mm vom
rechten Rand; 20 mm
vom unteren Rand
- 2** Adresse Bankstelle:
20 mm vom oberen
und vom linken Rand
Swiss 721 Roman
Größe: 7 pt
Spationierung: 5
Durchschuss: 8 pt
Farbe: 100 % Schwarz



Drucksorten

Kurzbrief & Visitenkarte



Kurzmitteilung:

Format: 210 x 105 mm

Bankstellenlogo:

Bemaßung siehe Seite 5

Breite (Raiffeisen +

Giebelkreuz): 46 mm

Giebelkreuz: 7 mm vom

oberen Rand; 10 mm vom

rechten Rand

Texte:

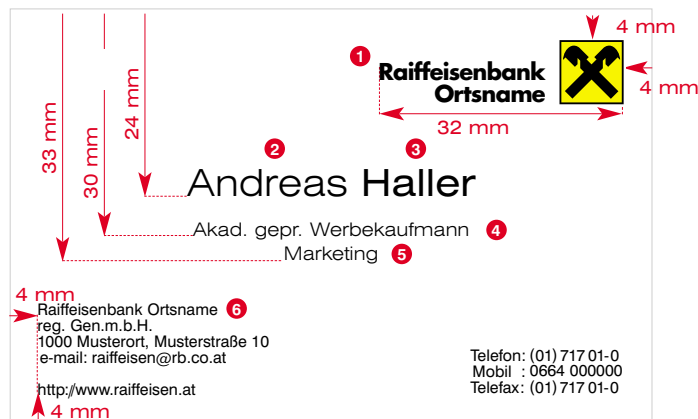
Swiss 721 Roman

Größe: 7 pt

Spationierung: 0

Durchschuss: 8 pt

Farbe: 100 % Schwarz



Visitenkarte:

Format: 85 x 55 mm

1 Bankstellenlogo:

Bemaßung siehe Seite 5

Breite (Raiffeisen + Giebel-

kreuz): 32 mm

Giebelkreuz: 4 mm vom

oberen Rand; 4 mm vom

rechten Rand

Rand links/rechts: 4 mm

Rand unten: 4 mm

2 Vorname:

Swiss 721 Light Extended

3 Nachname:

Swiss 721 Roman Extended

Größe: 14 pt

Spationierung: 0

4 Akademischer Grad/Titel:

Swiss 721 Light Extended

Größe: 7 pt

Spationierung: 0

5 Abteilung:

Swiss 721 Roman Extended

Größe: 7 pt

Spationierung: 0

6 Adresse, E-Mail, Telefon:

Swiss 721 Roman

Größe: 6 pt

Spationierung: 0

Durchschuss: 6 pt

Farbe: 100 % Schwarz

Alle Drucksorten
sind beim AV-Verlag
erhältlich.

Bankstellen-Auftritt

Außenbeschriftung & Drehwürfel

Die Außenbeschriftung macht die Raiffeisenbank weithin sichtbar. Sie ist direkt an der Fassade der Bank angebracht.

Die Länge der Außenbeschriftung richtet sich nach den örtlichen und baulichen Gegebenheiten.

Der Drehwürfel kennzeichnet die Raiffeisenbank weithin sichtbar nach außen. Er ist direkt an der Fassade der Bank oder in unmittelbarer Nähe montiert.

Die Seitenlänge des Drehwürfels richtet sich nach örtlichen und baulichen Gegebenheiten (Empfehlung: ca. 80 cm). Der Würfel zeigt auf allen Seiten das Raiffeisen Giebelkreuz. Der Fond ist weiß.

Informationen über Hersteller und Lieferanten erhalten Sie in der Werbeabteilung Ihrer Raiffeisenlandesbank

a) Versal (Schriftart: Futura Bold)

RAIFFEISENBANK

b) Gemeine (Schriftart: Futura Bold)

R a i f f e i s e n b a n k



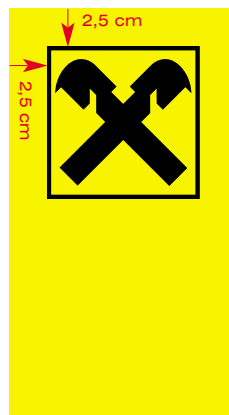
Mastenfahnen, Tischfahnen und Tischaufsteller.

Die Raiffeisen Mastenfahnen sind als Werbeträger vielseitig einsetzbar, zum Beispiel direkt vor Ihrer Raiffeisenbank oder bei diversen Veranstaltungen. Je nach Bedarf sind sie in einer Länge von 3 m, 4 m und 5 m erhältlich.

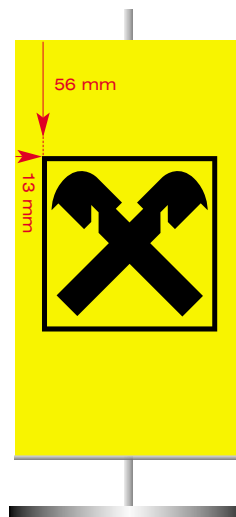
Ausführung: fertig konfektioniert wahlweise als Bannerfahne (mit Triangelaurüstung) oder als Knatterfahne (mit seitlichem Stärkeband und Karabinern).

Informationen über Hersteller und Lieferanten erhalten Sie in der Werbeabteilung Ihrer Raiffeisenlandesbank.

Tischaufsteller aus Plexiglas 15x27 cm



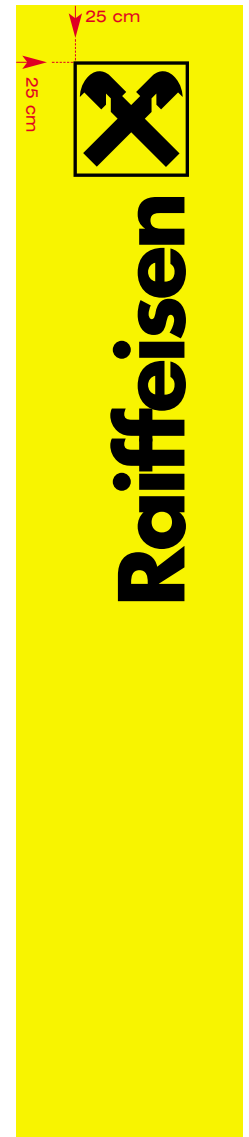
11 x 20 cm



1 x 3 m



1 x 5 m



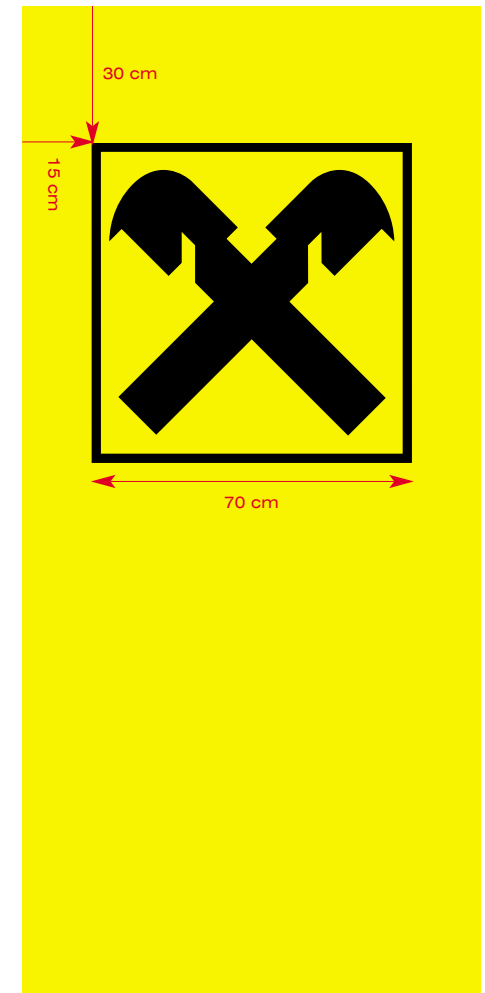
Roll-ups

Die Raiffeisen Roll-ups sind da sie sehr platzsparend transportiert werden können ideal für den Einsatz bei diversen Veranstaltungen.

Informationen über Hersteller und Lieferanten erhalten Sie in der Werbeabteilung Ihrer Raiffeisenlandesbank.



100x216 cm



Schaufenster-Dekoration

Die Schaufenster zeigen auf einen Blick, was in der Bankstelle derzeit das große Thema ist. Zusätzlich dienen die Schaufenster-Plakate sowie Schaufenster-Kleber in den unterschiedlichsten Formaten und Formen als Blickfang.

Es gibt einen, der Sie versteht:

Schaufenster-Kleber 950 x 200 mm

Der Raiffeisen WohnBerater.



Powerpoint-Präsentationshilfen

Präsentationen sind eine wichtige „Visitenkarte“, die Raiffeisen von sich abgibt. Deshalb ist es notwendig, auch hier ein einheitliches Erscheinungsbild zu definieren. Hier sehen Sie, wie die Folie bzw. die Powerpoint-Vorlage auszusehen hat.

In der Headline:

Swiss 721 Roman Extended und Swiss 721 Bold Extended, linksbündig und ohne Leerzeile aufeinanderfolgend.

Die zwei Schriftschnitte dürfen nicht mehrmals alternierend verwendet werden.

Im Fließtext:

Swiss Roman Extended

Schriftgröße: 12-18 pt, Durchschuss: 18-24 pt, Spationierung: 0-2pt

Die Schriftgrößen variieren je nach Textmenge.

Beispiel der Trennseite einer Powerpoint-Präsentation.
Die Schrift ist Swiss 721 Extended, Bold und Roman.

Hier steht die Abteilung

Raiffeisen
Meine Bank 

Das ist Blindtext am Beispiel einer Folgeseite.



Das ist Blindtext anstelle von richtigem Text. Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben.



Der Fließtext wird wie die Headline mit der Schrift Swiss Extended Roman gesetzt. Aufzählungen werden mit Punkten hervorgehoben:

- Aufzählungen
- Blindtext
- Platzhalter

Hier steht die Abteilung

Raiffeisen
Meine Bank 

Powerpoint-Oberfläche (Hintergrund: 100 % Gelb)

Internet

Durch das Internetangebot erreichen wir Kunden, die zu Hause, im Büro, auf der Uni oder im Ausland „surfen“ und Bankdienstleistungen in Anspruch nehmen wollen.

Ein klares und unverwechselbares Corporate Design verstärkt beim Kunden den Erinnerungswert, die Glaubwürdigkeit sowie das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit.

Erkundigen Sie sich bei Erstellung einer eigenen Homepage in Ihrer Landesbank nach dem Raiffeisen Internetstyleguide, der die Gestaltungsregeln vorstellt und anhand von Beispielen zeigt, wie diese Regeln angewendet werden sollen. Damit soll ein einheitlicher und wiedererkennbarer Gesamtauftritt der Raiffeisen Bankengruppe gewährleistet werden.



www.raiffeisen.at



Sonstige Werbeträger: Sponsorenleiste

Nicht immer ist Raiffeisen Hauptsponsor, sondern tritt gemeinsam mit anderen Unternehmen auf Werbemitteln auf. In diesen Fällen ist es besonders wichtig, dass Raiffeisen aus der Vielzahl an Logos sofort ins Auge springt und erkannt wird. Deshalb wird bei Sponsorenleisten nur das Giebelkreuz mit dem Schriftzug „Raiffeisen“ eingesetzt.



Sponsorenleiste 2c



Sponsorenleiste 2c



Sponsorenleiste 1c



Sponsorenleiste 2c



Sponsorenleiste 1c

Transparente

Raiffeisen hat Tradition im Sport-Sponsoring und damit in der Sportwerbung. Unsere Transparente sind wichtige Werbemittel. Sie werden auf Sportplätzen, in Zielräumen und als Streckenabgrenzungen eingesetzt.

Informationen über Hersteller und Lieferanten erhalten Sie in der Werbeabteilung Ihrer Raiffeisenlandesbank und beim AV-Verlag.



4 x 1 m



7 x 1 m



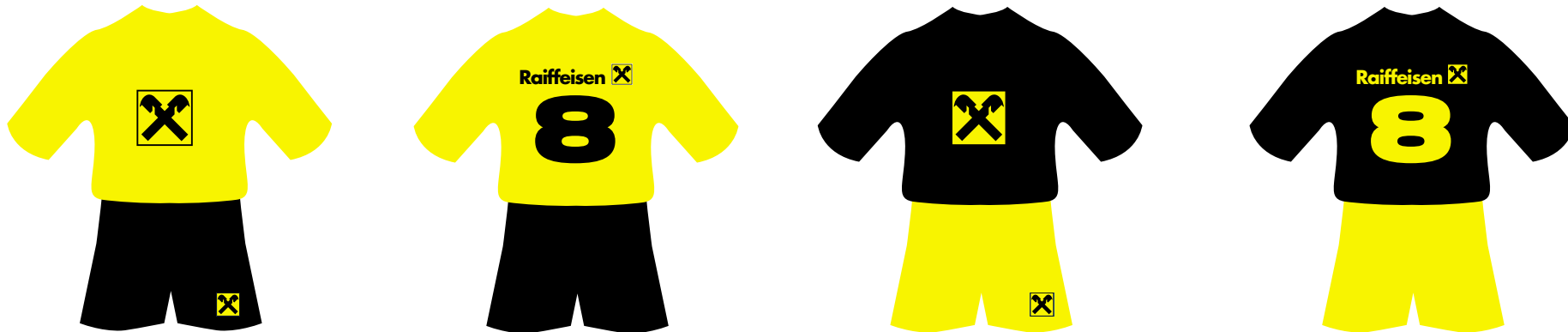
10 x 1,4 m



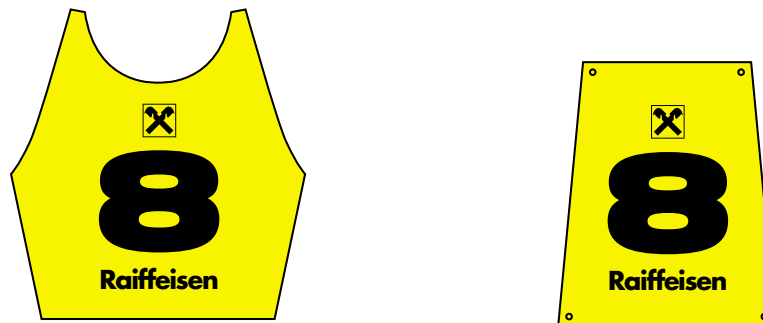
10 x 1,4 m

Dressen und Startnummern

Aus den Skizzen sind die empfohlenen Größenverhältnisse und Positionen für das Giebelkreuz ersichtlich: Am Trikot auf der Vorderseite groß, zentriert in der Mitte. Auf der Hose seitlich links. Rückennummer: Swiss 721 Black Extended.



Die Startnummern finden im alpinen Skilauf, beim Skispringen und in vielen anderen Sportarten Verwendung. Aus den Skizzen sind Stand und Größe der Nummer und des Raiffeisen Logos ersichtlich. Nummer: Swiss 721 Black Extended.



Sportfahnen

Die Torlauffahnen

Im Rennsport gelten besondere Bestimmungen. Bei einzelnen Sportarten, wie zum Beispiel beim Torlauf und beim Riesentorlauf, dürfen wir unsere Farben Gelb und Schwarz nicht verwenden. Die Grundfarben sind hier Rot und Blau. Der Aufdruck ist weiß. Wir halten uns somit an die einschlägigen Bestimmungen und verwenden nur Fahnen, die diesen Richtlinien entsprechen. Das Logo-Giebelkreuz wird ausnahmsweise negativ eingesetzt! Sollte die Verwendung des Raiffeisen Logos in Originalfarben dennoch möglich sein, so sind diese einzusetzen.

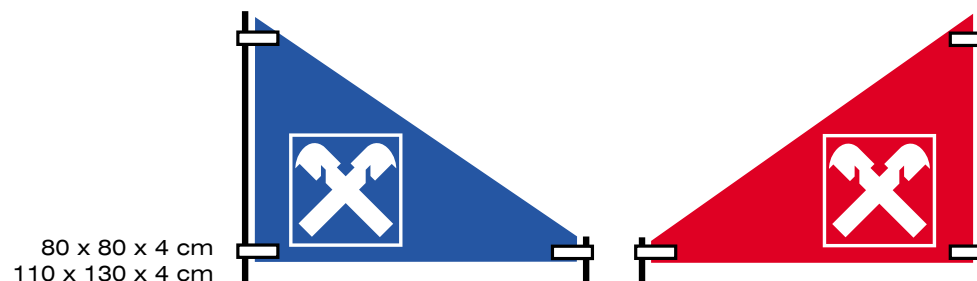
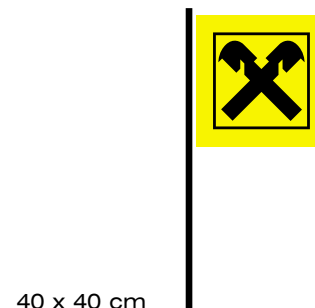
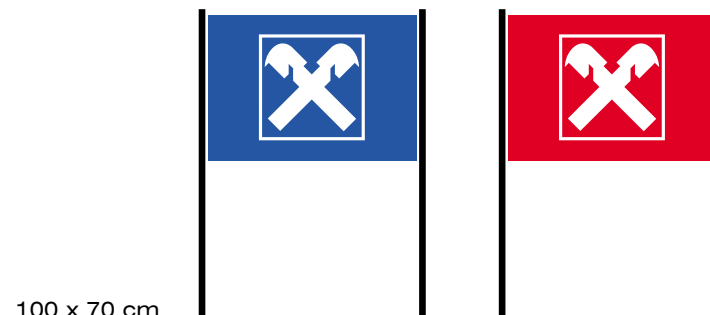
Die Cornerfahnen

Die Fußball-Cornerfahnen werden am oberen Ende einer 1,50 m langen Stange angebracht. Sie sollen im Raiffeisen Gelb gehalten sein.

Die Snowboardfahnen

Auf die roten oder blauen Fahnen (oder beliebige Farbe nach Absprache) kann das Logo-Giebelkreuz ausnahmsweise negativ weiß aufgedruckt werden. Wenn möglich sollte auch hier, wenn es die Bestimmungen zulassen, das Raiffeisen Logo in Originalfarben eingesetzt werden.

Informationen über Hersteller und Lieferanten erhalten Sie in der Werbeabteilung Ihrer Raiffeisenlandesbank und beim AV-Verlag.



Direkt-Logo

Wort-Bild-Marke

Das Direkt CD Manual wird mit Ausnahme des Direkt-Logos aufgelassen. Alle Anwendungen werden, sofern technisch und inhaltlich sinnvoll, in das allgemeine CD überführt.

Das Raiffeisen Direkt-Logo ist eine geschützte Wort-Bild-Marke, die sich aus dem Raiffeisen Giebelkreuz und dem Schriftzug „direkt“ zusammensetzt.

Der Raiffeisen Direkt-Schriftzug „direkt“ wird immer in Gemeinen (Kleinbuchstaben) geschrieben. Schrift: Gill Sans Bold Italic

Der Schriftzug „Meine Bank ist überall“ wird in der Swiss 721 Bold Extended zentriert mit dem Direkt-Schriftzug gesetzt und ist Teil des Logos.

Das Logo ist wie dargestellt nur waagrecht zu verwenden. Seine kommunikative Kraft soll nicht durch zusätzliche Elemente (z. B. andere Signets, Schriften) beeinträchtigt werden.

Der Negativ-Schriftzug ist nur bei dunklen Fotos oder auf schwarzem Untergrund anzuwenden. Lesbarkeit ist oberstes Gebot. Das Giebelkreuz bleibt immer positiv.

Logo 1c



Logo 2c



Logo 4c



Bsp. Logo negativ 4c



Direkt-Logo Claimgröße

Die Wort-Bild-Marke „direkt Meine Bank ist überall“ muss im Sinne der Markenpflege unverändert bleiben.
Eine Veränderung der Proportionen ist daher unzulässig.

Giebelkreuz Rahmen: 20 x 20 mm

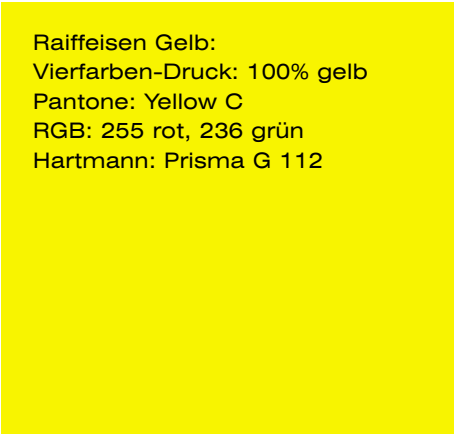
Schrift: Swiss 721 Bold Extended
Größe: 17 pt
Spationierung: -3 pt



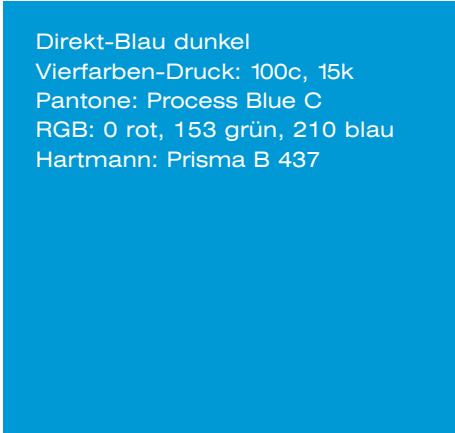
Direkt-Logo Farben

Raiffeisen Direkt umfasst moderne, zukunftsorientierte Produkte. Das wird auch durch die Farbgebung kommuniziert. Das Blau unterstreicht die technische, innovative Welt, die Raiffeisen Direkt unseren Kunden eröffnet.


Selbstverständlich ist das Raiffeisen Gelb unverzichtbarer Bestandteil des Raiffeisen Direkt-Logos.



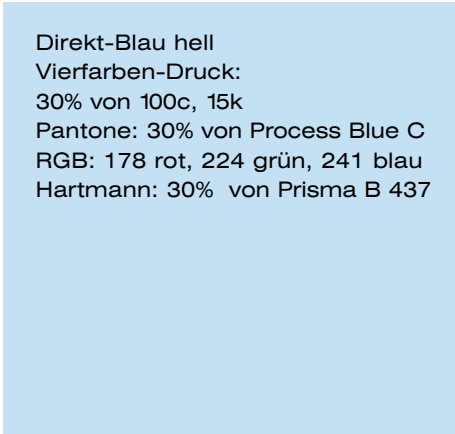
Raiffeisen Gelb:
Vierfarben-Druck: 100% gelb
Pantone: Yellow C
RGB: 255 rot, 236 grün
Hartmann: Prisma G 112




Direkt-Blau dunkel
Vierfarben-Druck: 100c, 15k
Pantone: Process Blue C
RGB: 0 rot, 153 grün, 210 blau
Hartmann: Prisma B 437



Direkt-Grau dunkel
Einfarben-Druck: 50% schwarz
Pantone: 50% Black C
RGB: 209 rot, 210 grün, 212 blau



Direkt-Blau hell
Vierfarben-Druck:
30% von 100c, 15k
Pantone: 30% von Process Blue C
RGB: 178 rot, 224 grün, 241 blau
Hartmann: 30% von Prisma B 437



Direkt-Grau hell
Einfarben-Druck: 15% schwarz
Pantone: 15% Black C
RGB: 220 rot, 221 grün, 222 blau

4c-Anwendungen

1c-/2c-Anwendungen

Das Direkt-Logo als „Maßeinheit“

Fixer Bestandteil der meisten Werbemittel der Raiffeisenbank ist der schwarze Balken am unteren Rand. Er schafft ein starkes Fundament und bildet eine Plattform für unser Logo.

Das neue Gestaltungssystem setzt sich aus 3 verschiedenen Balkenhöhen und 3 unterschiedlichen Logoplatzierungen zusammen, die modulartig miteinander kombiniert werden.

Schritt 1:

Die Höhe des Balkens ergibt sich aus der Teilung der Gesamthöhe der Seite. Sie beträgt $1/7$, $1/6$ oder $1/5$ der Gesamthöhe.

Beispiel für Abmessungen Seite 13–15.

Schritt 2:

Aus der Balkenhöhe wird die Höhe des Logos berechnet. Sie ergibt sich auf Werbemittel und Format abgestimmt durch Teilung der Balkenhöhe in $1/2$ und ganze Logoeinheiten.

Die $2/1$, $1/1$, $1/2$ Direkt Logohöhen sind Maß für die Platzierung des Logos im Balken. Ihre Anwendung entspricht der Giebelkreuzhöhe des Raiffeisen Logos.

