



CONIFERE

KONZEPTION

CONIFERE





INHALT

Konzept

01

1.1 Briefing	4
1.2 Zielgruppenanalyse	6

Gestaltung

02

2.1 Farbwelt	10
2.2 Schrift	12
2.3 Logo	16
2.4 Logo Verwendung	20
2.5 Formenwelt	22
2.6 Geschäftsausstattung	24
2.7 Außenwerbung	29

Impressum

03

3.1 Quellennachweise	52
3.2 Konzeption & Gestaltung	53



KONZEPT

01

1.1 BRIEFING

Ausgangssituation

Vor neun Jahren haben die beiden jungen Schreinermeister Drik Wigner und Sven Maylan die Firma Conifere gegründet. Ziel war es, einen eigenen Stil als Innenausstatter zu entwickeln und auf den Kunden abgestimmte gestalterische Gesamtlösungen für Wohnungen oder Häuser zu verwirklichen. Geboten wird die handwerkliche perfekte Verarbeitung wertbeständiger Materialien wie Holz, Glas, Stahl und Keramik. Die Firma mit einer Werkstatt in Detmold und neudings einem Showroom in Paderborn ist langsam auf 32 Beschäftigte angewachsen. Zufriedene Kunden empfahlen Conifere weiter; so kamen - fast von selbst - immer neue Aufträge hinzu. Nun ist der Zeitpunkt gekommen, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu professionalisieren.

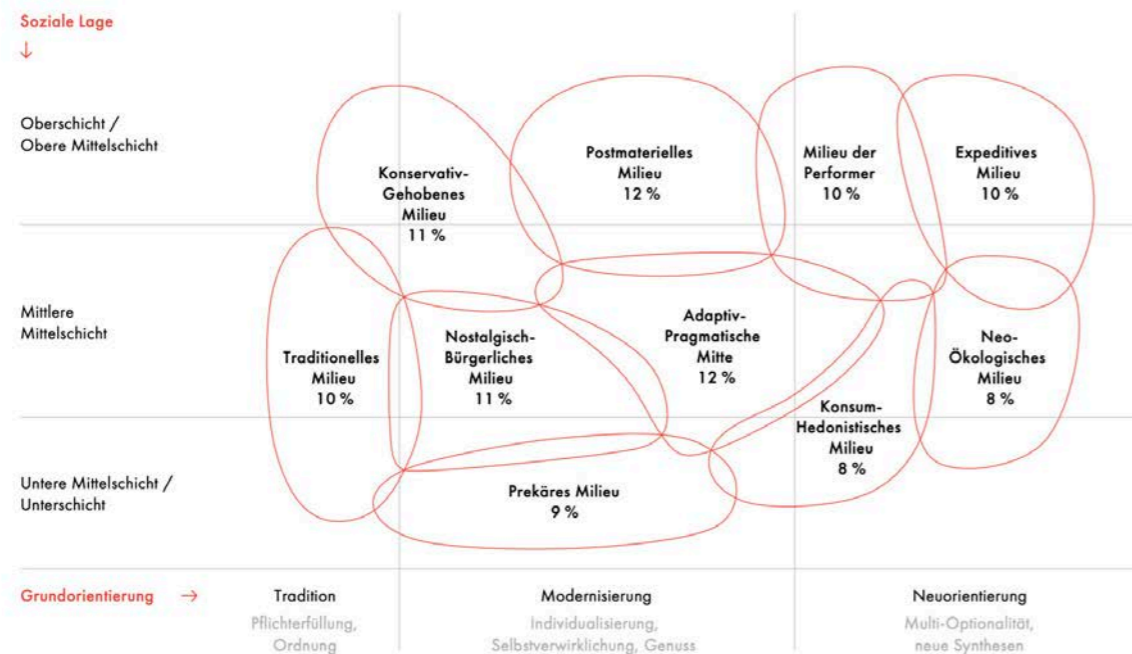
Ziel

Die Marke Conifere will sich als Marke etablieren, die für Werte und Qualität steht. Genauso soll der neue Showroom beworben werden. Dazu soll ein einheitliches Corporate Design erstellt werden, welches auf die Qualität, Werte und Ziele von Conifere ausgerichtet sein soll.



1.2 ZIELGRUPPENANALYSE

Um ein Produkt erfolgreich am Markt platzieren zu können, d.h. es bekannt zu machen und in hoher Stückzahl zu verkaufen, muss eine möglichst große Käuferschicht gefunden und gezielt angesprochen werden. Dafür muss dem Unternehmen bekannt sein wer seine Kunden sind und was diese Kunden wollen. Eine Möglichkeit sind die Sinus-Milieus, bei denen feste Einteilungen besteht. Im folgenden wird die Zielgruppe dadurch analysiert.



Milieu der Performer:

Die effizienzorientierte und fortschrittsoptimistische Leistungselite: globalökonomisches und liberales Denken; gesamtgesellschaftliche Perspektive auf der Basis von Eigenverantwortung; Selbstbild als Stil- und Konsum-Pioniere; hohe Technik- und Digital-Affinität

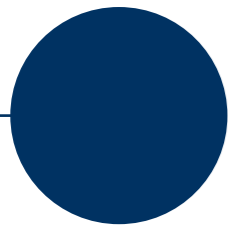
Generell konzentriert sich Conifere auf Zielgruppen in der oberen Schicht. Die Kunden dieser Marke suchen nach einzigartigen, kundenangepassten Produkten, insbesondere im Bereich Möbel, wofür sie bereit sind, einen höheren Preis zu zahlen. Der hohe Aufwand und die Verwendung hochwertiger Materialien spiegeln sich in den exklusiven Endprodukten wider. Das Design von Conifere ist modern und elegant, was perfekt zu den anspruchsvollen Vorlieben der Milieus der Performer passt.

Das Milieu der Performer zeichnet sich durch individuelle und gestalterische Gesamtlösungen aus, die perfekt auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sind. Diese Gruppe kann als Stil- und Konsum-Pioniere betrachtet werden, die auf der Suche nach kreativen und maßgeschneiderten Lösungen für ihre Wohnbedürfnisse sind.

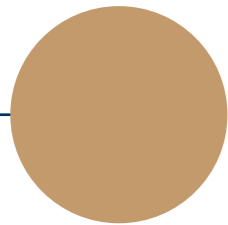
GESTALTUNG

02

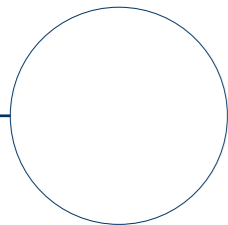
2.1 FARBWELT



Eleganz-Blau
 CMYK: 100 | 67 | 9 | 49
 RGB: 1 | 51 | 96
 HEX: #013360



Holz-Gold
 CMYK: 25 | 40 | 65 | 0
 RGB: 201 | 157 | 102
 HEX: #C99D66



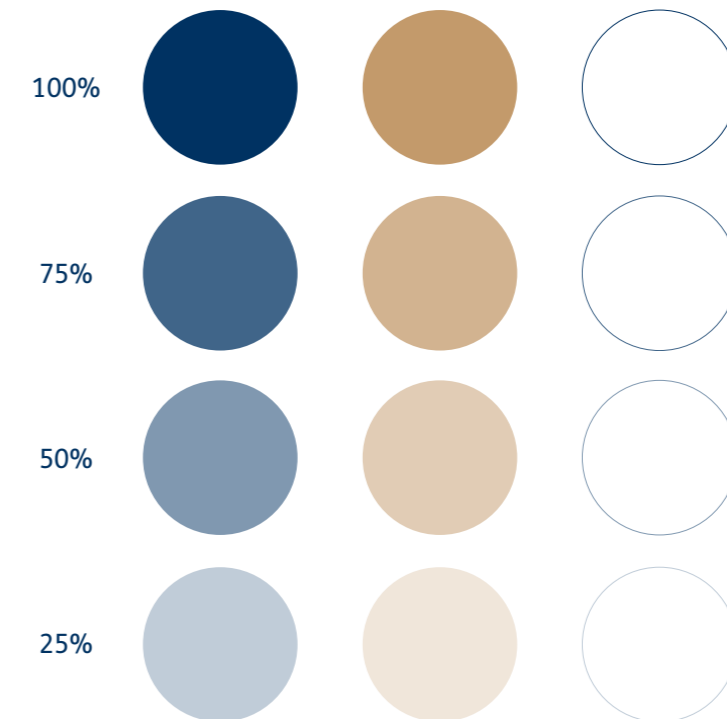
Marmor-Weiß
 CMYK: 0 | 0 | 0 | 0
 RGB: 255 | 255 | 255
 HEX: #FFFFFF

Die beiden Primärfarben, „Eleganz-Blau“ und „Holz-Gold“, bilden das Herzstück unseres Corporate Designs. „Holz-Gold“ orientiert sich an den vielfältigen Farbnuancen von Holz, was bereits im Namen zum Ausdruck kommt. In Kombination mit dem kühleren „Eleganz-Blau“ entsteht eine harmonische Einheit. „Eleganz-Blau“ strahlt eine ruhige, gleichzeitig aber auch elegante und edle Aura aus. Diese beiden Farben können sowohl auf hellen Hintergründen als auch auf „Marmor-Weiß“ verwendet werden.

„Marmor-Weiß“ kommt in bestimmten Anwendungen zum Einsatz, entweder um Hervorhebungen zu betonen oder als Kontrast zu dienen. Darüber hinaus eignet es sich perfekt als Farbe auf dunklen Hintergründen wie beispielsweise unserem „Eleganz-Blau“.

Es ist wichtig zu beachten, dass die Verwendung der Farben je nach persönlichem Geschmack und Anforderungen variieren kann und auch darf.

Farbtransparenzen nach Deckkraftreduzierung



2.2 SCHRIFT

FS Me

Verwendung:

Der Fließtext verwendet die Schriftart FS Me Regular mit einer Größe von 10 pt. Kleinere Überschriften werden in 12 pt angezeigt und können gegebenenfalls mit FS Me Bold kombiniert werden. FS Me Bold kann ebenfalls für Hervorhebungen innerhalb des Fließtexts genutzt werden.

Herkunft:

www.myfonts.com

Verwendete Schriftschnitte

FS Me Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abccefg hijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 + - * / = % () # < > 1 ? @ € \$ §

FS Me Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abccefg hijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
+ - * / = % () # < > 1 ? @ € \$ §

Ad

Obit aut quiducit, ommolesto blam, to coribus am harumque officiet qui cusam sum faccusa quid qui doluptatae qui quametum ribusa que veligent.

Um veligendi option pa corepere plibus ea cus ide vent et que nis minverum comnim eatusto cusam evendel laturia di aut earunt vellupt aspedis unt latiantotate pa corunt.

Epratus enit abo. Ibea voloria venisci llaccus id minusame ea verume porem intem culpa inci ilit, nonsed mos explitis et volores cidusci psuntiis idelessi omnis venet quatem esequodit aut ute vitat quam, saerferum quata velia sunt.

Arciisimaxim elit quatio is eum quid maximus comnis sincitiat faccabo. Occaeris assim ad qui tem siti reri quae aliquis et recill esequam, se modit hil expelia sunt es venem volorem adit magnis volupturion nient volorem pelique eium et ipici adignihilles et explige ndandebit re cum alitatur sitatur, sinctur?

Tem quis molupta taquis sunt.

Elenem asperum dolupturio. Aspiciatis mo to et lacerep taspidit venda estium quidebis adis apicienit vererio dem

2.2 SCHRIFT

SF Movie Poster

Verwendung:

Für Überschriften wird die Schriftart SF Movie Poster verwendet, deren Größe je nach Produktgröße variiert, wobei ein Richtwert von 20 pt gilt. Zudem ist dies die Schriftart, die im Logo verwendet wird.

Herkunft:

www.dafont.com

Verwendeter Schriftschnitt

SF MOVIE POSTER BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 A B C C E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 + - * / = % () * < > ! ? @ € \$

AA

OBIT AUT QUIDUCIT, OMMOLESTO BLAM, TO CORIBUS AM HARUMQUE OFFICIET QUI CUSAM SUM
 FACCUA QUID QUI DOLUPTATIAE QUI QUAMETU RIBUSA QUE VELIGENT.

UM VELIGENDI OPTION PA COREPERE PLIBUS EA CUS IDE VENT ET QUE NIS MINVERUM CONNIM
 EATUSTO CUSAM EVENDEL LATURIA DI AUT EARUNT VELLUPT ASPEDIS UNT LATIANTOTATE PA
 CORUNT.

EPRATUS ENIT ABO. IBEA VOLORIA VENISCI LLACCUS ID MINUSAME EA VERUME POREM INTEM
 CULPA INCI ILIT, NONSED MOS EXPLITIS ET VOLORES CIDUSCI PSUNTIIS IDELESSI OMNIS VENET
 QUATEM ESEQUODIT AUT UTE VITAT QUAM, SAERFERUM QUATA VELIA SUNT.

2.3 LOGO



Neues Logo



Neues Logo Showroom



Altes Logo

Warum benötigte Conifere ein neues Logo? Beim genauen Betrachten des alten Logos fällt auf, dass es wenig Aussagekraft besitzt. Es fehlt der Bezug zum Tätigkeitsbereich des Unternehmens und wirkt einseitig sowie uninspiriert, da es außer einem Rahmen um die Schrift keine weiteren Designelemente aufweist. Zudem wirkt der Weißraum unverhältnismäßig, was zu einem unvollständigen Eindruck führt.

Bei der Gestaltung des neuen Logos wurde darauf geachtet, dass es besser zur Firma Conifere passt. Es wurde überlegt, welche Elemente am besten zum Konzept, der Zielgruppe, den Werten und Produkten des Unternehmens passen. Die Wahl fiel auf einen Hammer und einen Nagel, die das „I“ in Conifere symbolisieren. Diese beiden Elemente sollen verdeutlichen, dass Conifere seine Arbeit präzise ausführt und Expertise sowie Qualität in der Branche aufweist. Die halb eingeschlagene Position des Nagels verstärkt diese Aussage.

Die gewählte Schriftart und Farbe des Logos vermitteln Eleganz, Modernität und Minimalismus. Das Logo ist sowohl in positiver als auch in negativer Form verfügbar, was auf den folgenden Seiten zu finden ist.

Des Weiteren wurde kürzlich ein Showroom in Paderborn eröffnet, für den ebenfalls ein Logo erstellt wurde. Das Showroom-Logo setzt sich aus dem neuen Conifere-Logo und dem Wort „Showroom“ zusammen. Das Wort „Showroom“ ist in einer gewölbten Darstellung dargestellt, um zu symbolisieren, dass der Showroom fest mit dem Nagel verankert ist. Dies soll verdeutlichen, dass der Showroom die gleichen Standards und Werte wie Conifere verkörpert. Die Verwendung derselben Schriftart wie im neuen Conifere-Logo schafft Einheit und Zusammengehörigkeit. Auch dieses Logo ist in positiver und negativer Ausführung verfügbar.

Diese gewölbte Darstellung könnte in weiteren Projekten von Conifere wiederverwendet werden, um eine bessere Wiedererkennung zu ermöglichen, beispielsweise bei Conifere-Ausstellungen oder Messen.

2.3 LOGO

Farbvarianten

Farbig



Negativ



Farbig



Negativ



Größe



Nicht kleiner als 10 mm



Nicht kleiner als 15 mm



2.4 LOGO VERWENDUNG

Richtige Verwendung | Anhand Beispielen



Falsche Verwendung | Anhand Beispielen



Schutzzone Logo



0,4 mm

Schutzzone Showroom Logo



0,4 mm

2.5 FORMENWELT

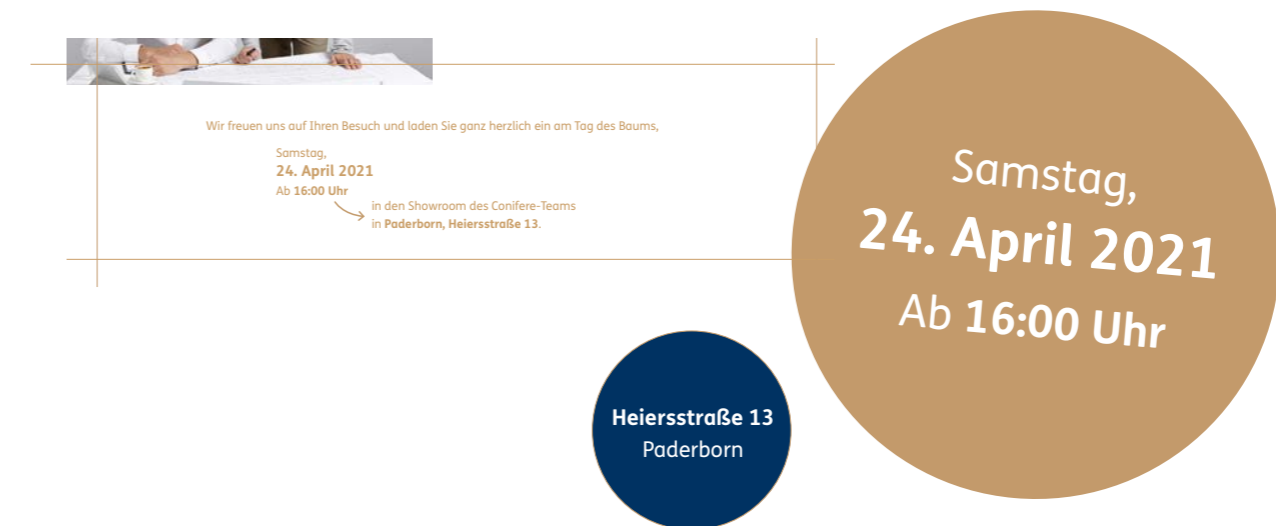
Durchgezogene Linien

Die durchgezogenen Linien fungieren als Designelemente und sollen an Striche in Raumplanungszeichnungen erinnern. Diese Linien können in allen drei Farben dargestellt werden. Es ist wichtig, dass die Farben nicht vermischt werden, sondern jeweils separat verwendet werden. Auf dunklen Hintergründen eignet sich besonders gut die Farbe „Holz-Gold“, die vorzugsweise vor „Marmor-Weiß“ verwendet werden sollte. Auf helleren Hintergründen wird empfohlen, die Farbe „Eleganz-Blau“ zu nutzen. Bei Bildern kann die Farbwahl auch entsprechend der Sichtbarkeit angepasst werden.



Formen

Hier dienen entweder Kreise oder Rechtecke als Gestaltungselemente, wobei letztere keine abgerundeten Ecken haben. Diese Elemente können nach Belieben eingesetzt werden, wobei das Prinzip der visuellen Zusammengehörigkeit berücksichtigt werden sollte. Der Kreis könnte beispielsweise als auffälliges Element verwendet werden, um wichtige Informationen hervorzuheben, während das Rechteck sich gut für längere Textpassagen eignet. Darüber hinaus kann ein Rechteck auch durch die hier gezeigten Linien (wie im Newsletter zu sehen) erstellt werden, wodurch beide Gestaltungselemente kombiniert werden.



2.6 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Visitenkarten



Vorderseite

Visitenkarten sind ein entscheidendes Element der Geschäftsausstattung und vermitteln einen ersten Eindruck des Designs und des Corporate Identities (CI) einer Firma bei persönlichen Kontakten. Um sowohl das Unternehmen selbst als auch den Showroom auf einer Visitenkarte zu präsentieren, wurde dieses Design entwickelt. Die Gestaltungselemente helfen, die Visitenkarte passend zu gliedern, sodass der Eindruck entsteht, als wären es zwei separate Karten. Durch das schlichte Design wird eine hochwertige und qualitative Wirkung erzielt.



Rückseite

Vorderseite mit Soft-Touch & Rückseite Matt gestrichen. Papiergrammatur 350 g/m²



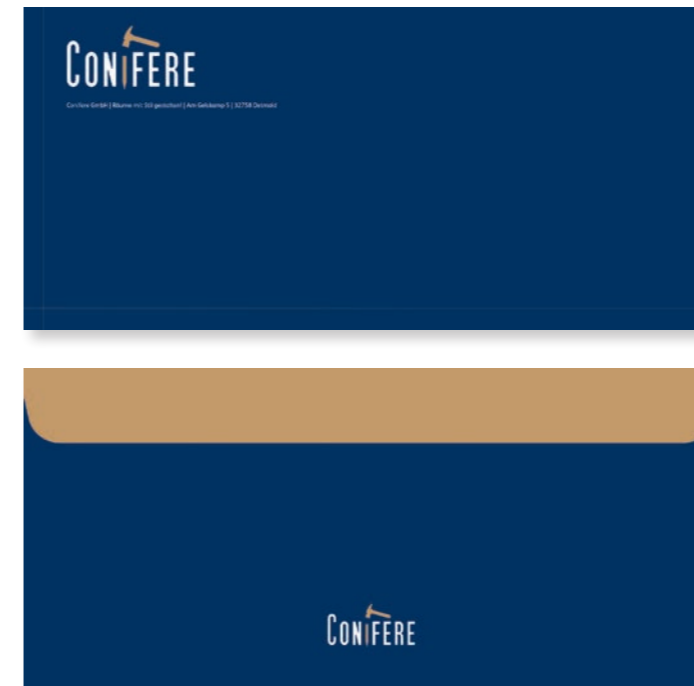
2.6 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Geschäftsbrief



Aufgrund der Richtlinien für einen Geschäftsbrief sind die meisten Aspekte bereits vorgegeben. Dennoch wird auch hier das Corporate Identity (CI) von Conifere berücksichtigt, um die Markenwiedererkennung zu fördern. Dies spiegelt sich in der Farbgebung und der Platzierung des Logos links oben auf dem Briefkopf wider, um den Blick unmittelbar auf das Logo zu lenken. Der Geschäftsbrief wurde bewusst minimalistisch gestaltet, um sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und dem Design treu zu bleiben.

Geschäftsbrief:
 DIN A4 mit 120 g/m²
 Kuvert:
 DIN lang mit 80 g/m²



Um sicherzustellen, dass Conifere sofort ins Auge fällt und einen positiven Eindruck hinterlässt, beginnt dies bereits mit dem Briefpapier. Ein farbiger Brief ist eher ungewöhnlich, daher wurde darauf geachtet, dass er auffällig ist, aber dennoch den minimalistischen Ansatz nicht vernachlässigt. Auf der Vorderseite des Briefpapiers befindet sich lediglich das Logo mit der Anschrift und dem Designelement der „Durchgezogenen Linie“. Auf der Rückseite ist der Klebestreifen in der Farbe „Holz-Gold“, um eine gewisse Vielfalt zu bieten und Monotonie zu vermeiden. Zudem ist auch hier noch einmal das Conifere Logo platziert.

2.6 GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Aufmaßbogen

AUFMAßBOGEN

Kunde: Kunden-Nr. (falls vorhanden):

Straße | Hausnummer: Telefon:

PLZ | Ort: E-Mail:

Datum: Seiten-Nr.:

Nr.	Bezeichnung	Länge	Breite	Höhe	Gesamt

Bemerkung:

Conifere GmbH | Räume mit Stil gestalten! | Am Gelskamp 5 | 32758 Detmold

Um auch in diesem Bereich das Corporate Identity (CI) zu stärken, wurde der Aufmaßbogen entsprechend gestaltet. Dieser bildet einen wesentlichen Bestandteil der Geschäftsausstattung von Conifere. Um einen professionellen und wertigen Eindruck nach außen zu vermitteln, passt dieser speziell aufbereitete Aufmaßbogen perfekt zum Unternehmen und dessen Werten. Obwohl er sich in Bezug auf die grundlegende Funktionalität nicht von herkömmlichen Aufmaßbögen unterscheidet, hebt sich dieser durch seine Gestaltung als äußerst nützliches Werkzeug in diesem Bereich hervor.

Geschäftsbrief:
DIN A4 mit 120 g/m2

2.7 AUßENWERBUNG

Verpackung



Um beispielsweise Muster von Produkten an Kunden in ganz Deutschland oder im Ausland zu versenden, unterstreicht es die hohe Qualität, wenn eine eigens gestaltete Verpackung für den Versand vorhanden ist. Diese ist ebenfalls im Corporate Identity (CI) gestaltet, sodass Kunden von Anfang an erkennen können, welches Paket sie erhalten. Durch das schlichte Design strahlt die Verpackung zeitlose Modernität aus und fügt sich dennoch harmonisch in das Erscheinungsbild der Firma ein.

Kartonagen

2.7 AUßENWERBUNG

Plakat



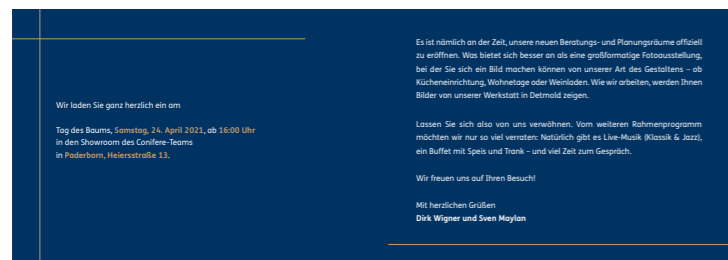
Plakate sind äußerst vielseitig einsetzbar, sei es auf Litfaßsäulen, Aufstellern oder an Bushaltestellen. Sie finden sich beispielsweise in Fußgängerzonen, vor Architekturbüros oder auch in Supermärkten. Ein speziell gestaltetes Plakat wurde konzipiert, um auf die Eröffnung des neuen Showrooms in Paderborn aufmerksam zu machen. Die Gestaltungselemente wurden geschickt platziert, wie beispielsweise der Kreis als Blickfang. Durch die konsequente Einhaltung des CI's mit allen Elementen ist eine klare Wiedererkennung gegeben.

Verschiedene Größen und Grammaturen je nach Einsatzgebiet.



2.7 AUßENWERBUNG

Einladung



Um die Eröffnung des neuen Showrooms erfolgreich zu bewerben oder als zusätzliche Erinnerung zu dienen, können persönliche Einladungen versendet werden. Diese können sowohl digital als auch in Form eines gedruckten Produkts erfolgen, wie im Beispiel nebenan gezeigt wird. Die klare Einhaltung des Corporate Identity (CI) ist auch hier von zentraler Bedeutung, um die Einheitlichkeit zu gewährleisten. Daher sind die typischen Farben und das Designelement wieder erkennbar.

Die Hervorhebung auf der linken Innenseite verdeutlicht, wie die Farbe „Holz-Gold“ als Akzentfarbe eingesetzt werden kann. Hierbei wurden nur die wesentlichen Informationen (Datum, Uhrzeit und Ort) markiert, um den Blick sofort darauf zu lenken, ohne viel lesen zu müssen.

DIN A6 mit
250 g/m²

Zertifikat



Das Zertifikat, das eine alternative Gestaltung im Rahmen des Corporate Identity (CI) zeigt, hat diesmal einen Hintergrund in der Farbe „Marmor-Weiß“, wodurch die Gestaltungselemente die Farbe „Eleganz-Blau“ aufweisen. Hier wird deutlich, wie gut das CI zu beiden Varianten passt, egal ob hell oder dunkel.

Die Verwendung eines Wachsstempels verleiht dem Zertifikat eine erhöhte Wertigkeit, was wiederum für die hohe Qualität von Conifere spricht. Zudem ist eine persönliche Unterschrift beider Gründer auf einem Zertifikat von großer Bedeutung, da sie zeigt, dass den Gründern die Qualität ihrer Produkte wichtig ist und sie bestätigen, welche Wertigkeit Conifere innehat.

DIN A4 mit
300 g/m²

2.7 AUßENWERBUNG

Imageartikel



Der Imageartikel ist in Zeitschriften über Möbel, Schreinerei und verwandte Themen platziert, um gezielt die Zielgruppe anzusprechen. Eine Printanzeige spricht zudem eher ältere Menschen an, die weniger auf sozialen Medien aktiv sind. Die große Überschrift weckt sofort das Interesse der Leser, da sie eine persönliche Note hat.

Das dominante Bild auf der linken Seite präsentiert die hohe Qualität der Dienstleistungen von Conifere. Es vermittelt einen Eindruck von der Liebe zum Detail und dem minimalistischen Ansatz des Unternehmens. Dadurch gewährt es einen umfassenden Einblick in das Thema.

DIN A4 Doppelseite
 Papiergrammatur je nach
 Verlag.

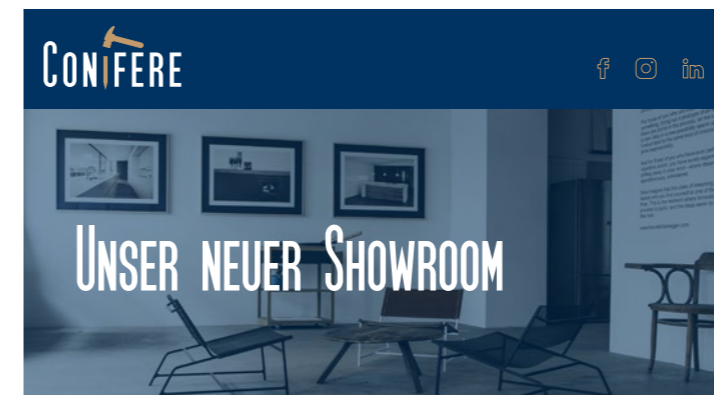


2.7 AUßENWERBUNG

Newsletter

Der Newsletter ist im gleichen Stil wie die Webseite aufgebaut, wodurch sich ein durchgängiger roter Faden ergibt. Die sofortige Präsentation des Showrooms ermöglicht einen direkten Bezug zum Newsletter von Anfang an. Die Kombination beider Logos unterstreicht zudem den Zusammenhang zwischen den Inhalten.

Die Bilder harmonisieren gut mit den Texten, während die Gestaltungselemente wie gewohnt eingesetzt wurden. Diese geschickte Kombination der Gestaltungselemente verleiht dem Newsletter eine Raffinesse, bewahrt aber gleichzeitig die Treue zum CI.



Manche von Ihnen kennen sie schon: Unsere neuen Räume in Paderborn für Beratung, Planung, Begegnung. Besonders freut sich das Conifere-Team, dass es für die Gestaltung des Showrooms den Preis der Berufsvereinigung der Innenarchitekten gewonnen hat. Ein Besuch lohnt sich. Kommen Sie einfach vorbei: **Wir laden Sie zum großen Fest mit Vernissage und Musik ein, um gemeinsam mit Ihnen unseren Schritt in die städtische Öffentlichkeit zu feiern.**

Es ist an der Zeit, unsere neuen Beratungs- und Planungsräume offiziell zu eröffnen. Was bietet sich besser an als eine großformatige Fotoausstellung, bei der Sie sich ein Bild machen können von unserer Art des Gestaltens – ob Kücheneinrichtung, Wohntage oder Weinladen. Wie wir arbeiten, werden Ihnen Bilder von unserer Werkstatt in Detmold zeigen.



Mit dem Bestehen – ob Nachberrückmeldung, Wohntage oder Weinladen. Wie wir arbeiten, werden Ihnen Bilder von unserer Werkstatt in Detmold zeigen.



Lassen Sie sich also von uns verwöhnen. Vom weiteren Rahmenprogramm möchten wir nur so viel verraten: Natürlich gibt es Live-Musik (Klassik & Jazz), ein Buffet mit Speis und Trank – und viel Zeit zum Gespräch.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch und laden Sie ganz herzlich ein am Tag des Baums,

Samstag,
24. April 2021
Ab 16:00 Uhr

in den Showroom des Conifere-Teams
in Paderborn, Heiersstraße 13.

Mit freundlichen Grüßen
Dirk Wigner und Sven Maylan

Detmold, im Januar 2021

Weiterempfehlung: Wir sind dank Ihrer Mundpropaganda groß geworden. Und wir setzen weiter auf diesen Weg, neue Kunden und Fans zu gewinnen. Bitte sagen Sie uns Bescheid, wenn Sie jemand kennen, der diesen Newsletter noch nicht bekommt, aber künftig erhalten sollte: info@conifere.net

Wenn Sie unseren Newsletter nicht mehr wünschen, klicken Sie den [Abmeldelink](#) und wir streichen Sie aus dem Verteiler.

2.7 AUßENWERBUNG

Angebotsmappe

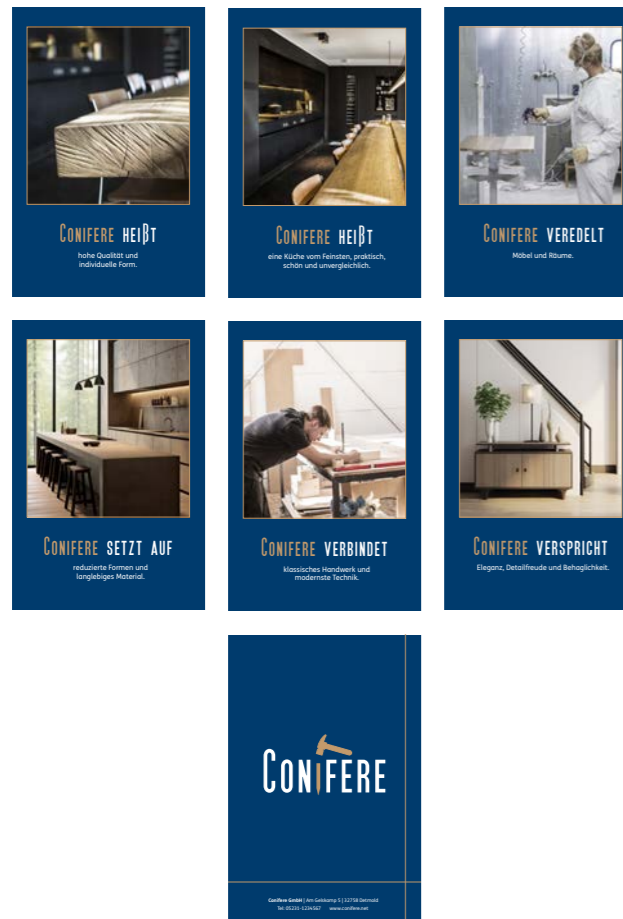
Die Angebotsmappe von Conifere besteht aus dem eigentlichen Angebot, das sich farblich an unserem CI orientiert. Diese Mappe besteht aus leichtem Karton-Papier. Zusätzlich enthält sie eine unserer Visitenkarten mit den Kontaktdaten des Ansprechpartners. Ebenfalls beigelegt ist ein USP Flyer in quadratischer Form. Um den Kunden weiterhin zu beeindrucken, enthält die Mappe auch einen hochwertigen Füllfederhalter und einen Ringblock.

Verschiedene Größen und Grammaturen je nach Produkt.



2.7 AUßENWERBUNG

Kartenserie



Die Kartenserie umfasst sechs verschiedene Karten, jede mit einem einzigartigen Spruch darauf. Trotz der einheitlichen Rückseite (siehe unten) wurde bewusst das Hochformat gewählt, um sich von der üblichen Masse an querformatigen Karten abzuheben. Die Gestaltung der Vorderseite ist wie ein Polaroid-Bild gestaltet, was gezielt dazu dient, dem Betrachter das Gefühl zu vermitteln, dass das Bild gerade aufgenommen wurde und er sich vor Ort befindet. Dies verleiht der Gestaltung einen persönlichen Touch. Durch die Beibehaltung des Designs und die Änderung des Textes – wie „Conifere bedeutet ...“ oder „Conifere verspricht ...“ – wird die Zusammengehörigkeit der Produkte deutlich gemacht.

108 mm x 170 mm
mit 300 g/m²



2.7 AUßENWERBUNG

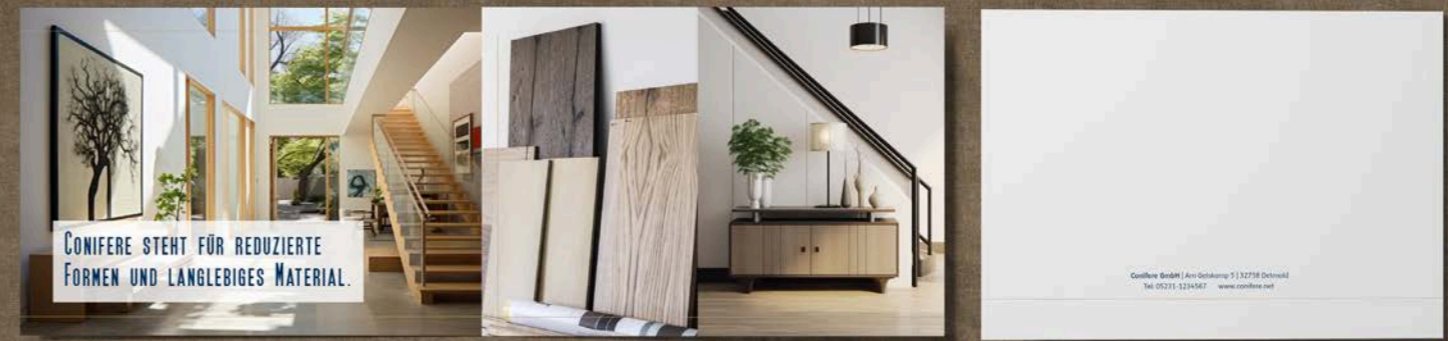
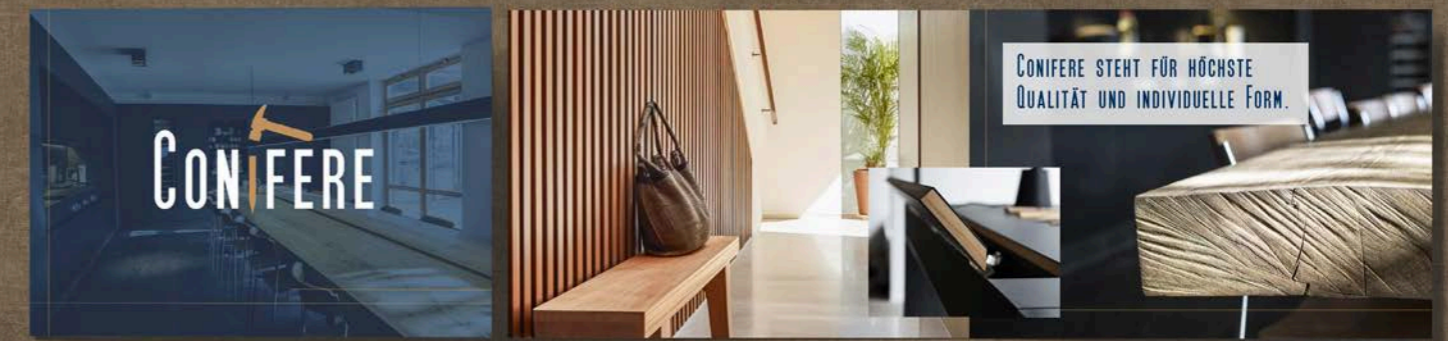
Broschüre & Einleger

Die Broschüre unterscheidet sich von der üblichen Praxis, da hier vorwiegend mit Bildern gearbeitet wird. Diese Bilder sind sorgfältig auf die entsprechenden Textseiten abgestimmt, um ohne Lesen einen ersten Eindruck vom Text zu vermitteln. Dies unterstreicht erneut die Bedeutung des Sprichworts „Bilder sagen mehr als tausend Worte“. Das Format der Broschüre ist DIN A6, um ein angenehmes Gefühl beim Halten zu erzeugen. Aufgrund der handlichen Größe wird eine Papiergrammatur von 250 g/m² empfohlen, um eine angemessene Haptik zu gewährleisten.

Für die Werbung des Showrooms bietet die Broschüre die Möglichkeit, einen Einleger zu verwenden. Dieser wurde so gestaltet, dass er perfekt in die Broschüre passt, ohne dass eine Neugestaltung erforderlich ist. Auch hier wird konsequent das CI angewendet, sodass der Einleger auch separat als Flyer genutzt werden kann, ohne zwangsläufig mit der Broschüre in Verbindung gebracht zu werden. Dadurch wird Papierver-schwendung vermieden.



Broschüre:
DIN A6 mit 250 g/m²
Einleger:
DIN A6 (- 5 mm)
mit 250 g/m²



2.7 AUßENWERBUNG

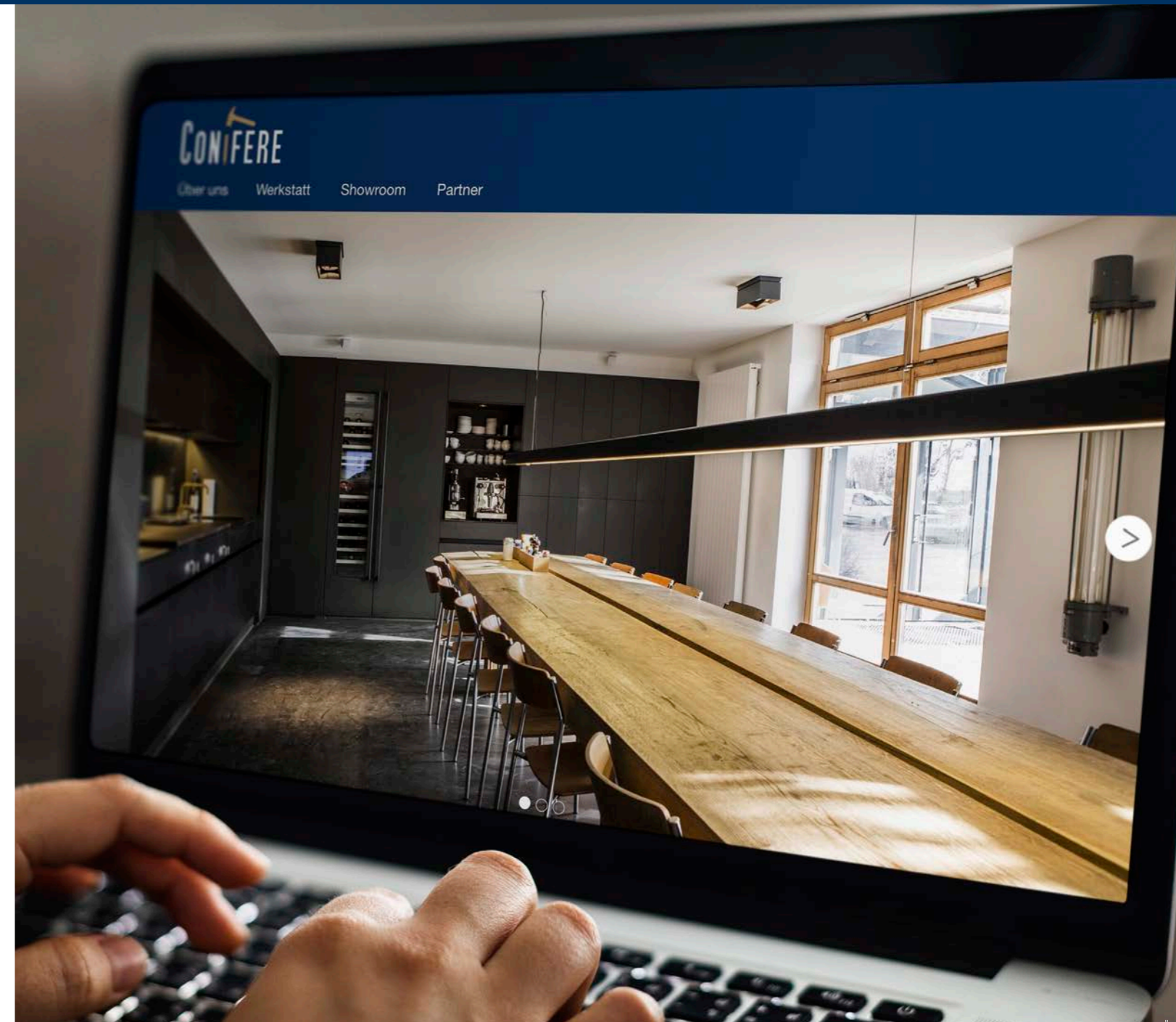
Webseite



Per QR-Code zur Webseite

Um sicherzustellen, dass der Onlineauftritt von Conifere dem Erscheinungsbild der Printversionen entspricht, wurde eine eigene Webseite erstellt. Diese Webseite repräsentiert das Unternehmen Conifere durch Bildergalerien sowie Informationen zum Showroom, Partnern und zur Werkstatt.

Durch die Verwendung hochwertiger Bilder werden die Werte von Conifere noch deutlicher dargestellt. Dies gelingt auf einem Bildschirm besser als bei Printprodukten, da hochauflösende Bilder online eine besondere Wirkung entfalten können.



2.7 AUßENWERBUNG

Social Media

Um auch die jüngere Zielgruppe anzusprechen, ist ein Social-Media-Kanal für die Firma Conifere unerlässlich. Hier können wichtige Informationen wie die Eröffnung des Showrooms sowie Einblicke hinter die Kulissen thematisiert werden. Zudem bietet sich die Möglichkeit, die hohen Standards der Arbeit zu zeigen und den Arbeitsablauf transparent darzustellen. Durch diese Präsenz kann das Unternehmen auch sein Wachstum vorantreiben und kostenfreie Stellenanzeigen schalten. Diese kostenfreien Anzeigen sind äußerst effektiv und unterstützen die Expansion des Unternehmens.



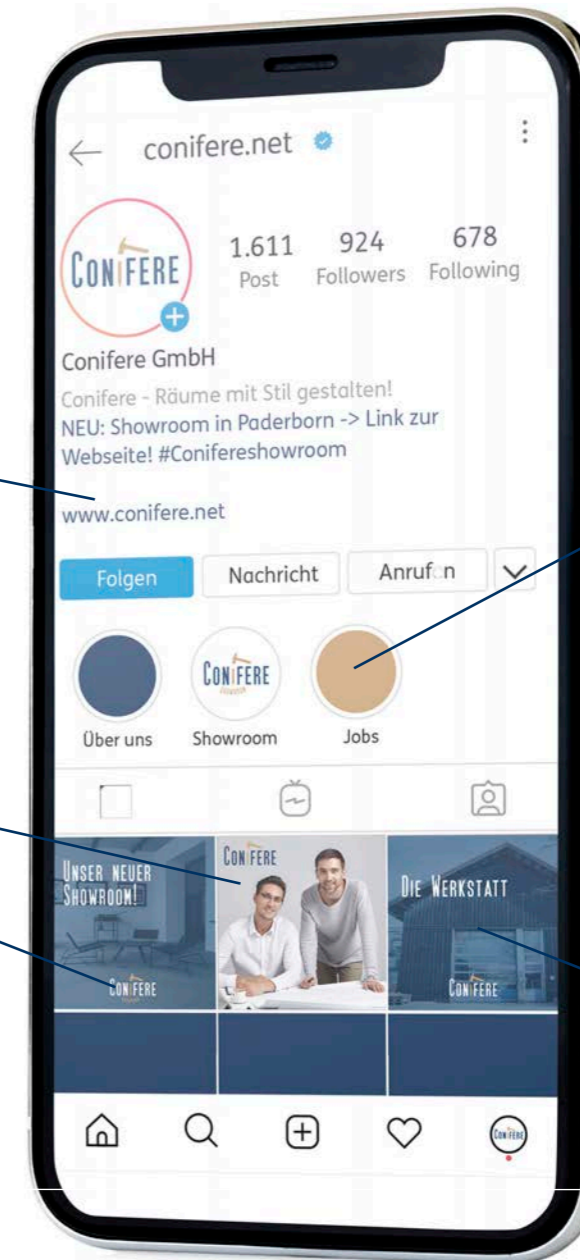
Link zu anderen Plattformen

Um neue Mitarbeiter zu aquirieren

Persönlicher Kontakt

Ankündigungen

Einblick hinter die Kulissen



IMPRESSUM

03

3.1 QUELLENNACHWEISE

Fotos

- freepik.com
- sinus-institut.com

Mockups

- freepik.com
- mockupfree.com

Inhalte

- google.com
- sinus-institut.com

Verwendete Programme

- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Adobe Illustrator
- Adobe XD
- Apple Page

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung sowie der Übersetzung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers, reproduziert, verarbeitet oder verbreitet werden.

3.2 KONZEPTION & GESTALTUNG

Let's keep in touch!

Miriam Boxleitner

Thomas-Krenn.AG

Speltenbach-Steinäcker 1
94078 Freyung

08551 9150 725
mboxleitner@thomas-krenn.com

Ich freue mich auf die Zusammenarbeit!
Für Rückfragen stehe ich Ihnen
gerne zur Verfügung!



CONIFERE