

MARKENHANDBUCH

ARJES GMBH & EUREC ENVIRONMENTAL TECHNOLOGY GMBH



ARJES
Recycling Innovation



Für Rückfragen zur Umsetzung der Designvorgaben
sowie deren Anwendungen wenden Sie sich bitte an:

Martin Priewe
Marketingleiter

☎ +49 (36969) 58-265
✉ martin.priewe@arjes.de

Michaela Müller
Marketing

☎ +49 (36969) 58-266
✉ michaela.mueller@arjes.de

ARJES GmbH & EuRec Environmental Technology GmbH
Borntalstraße 9
36460 Krayenberggemeinde

INHALTSVERZEICHNIS

1.0

DIE IDENTITÄT

- 1.1 Unsere Vision
- 1.2 Unsere Geschichte
- 1.3 Unser Unternehmen
- 1.4 Unsere Markenattribute

2.0

DIE MARKE ARJES

- 2.1 Logo
- 2.2 Platzierung und Schutzzone
- 2.3 Farbvarianten
- 2.4 Besondere Anwendungen
- 2.5 Fehlerhafte Anwendungen

3.0

DIE MARKE EUREC

- 3.1 Logo
- 3.2 Platzierung und Schutzzone
- 3.3 Farbvarianten
- 3.4 Besondere Anwendungen
- 3.5 Fehlerhafte Anwendungen

4.0

ALLGEMEINE RICHTLINIEN

- 4.1 Unternehmensfarben
- 4.2 Unternehmensschrift
- 4.3 Logoschriften
- 4.4 Ersatzschriften
- 4.5 Sonstige Schriften
- 4.6 Gestaltungselemente
- 4.7 Bildsprache
- 4.8 Unternehmenssprache

5.0

ARJES & EUREC

- 5.1 Gemeinsame Anwendung

6.0

ANWENDUNGEN

- 6.1 Praxisbeispiele

1.0 / **DIE IDENTITÄT**

Von den natürlichen Ressourcen der Erde betrachten wir sechs als die wichtigsten: Wasser, Luft, Erdöl, Erdgas, Kohle und Mineralien. Diese Ressourcen bilden die Grundlage unserer Existenz, doch sie sind begrenzt. Der Mensch hat in den letzten 50 Jahren mehr Ressourcen verbraucht als in der gesamten Vorgeschichte. Wir gehen rücksichtslos mit den natürlichen Ressourcen der Erde um, während jedes Jahr Milliarden Tonnen Abfall auf Deponien landen.

Unsere Lösung lautet Recycling – „Die siebte Ressource“

Wir können die Zeit vielleicht nicht zurückdrehen, aber wir können hier und jetzt einen Unterschied machen. Deshalb sollten wir trotz großer Verschwendungen auch die Chancen sehen, die sich daraus ergeben. Recycling ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Kreislaufwirtschaft und trägt zum Erhalt unserer natürlichen Ressourcen bei.

Die sogenannte „Siebte Ressource“ spart jedes Jahr über eine Milliarde Tonnen CO₂-Emissionen und deckt ca. 40 % des weltweiten Rohstoffbedarfs. Darüber hinaus bietet die Recyclingbranche weltweit rund 1,6 Millionen Menschen einen zukunfts-sicheren Arbeitsplatz, Tendenz steigend*.

(Quelle: *Studie des Bureau of International Recycling)



UNSERE GESCHICHTE



Nähere Informationen zu unserer Unternehmensgeschichte erhalten Sie auf unserer Website!

LOGOENTWICKLUNG

Der Marke ARJES - links
Der Marke EuRec - rechts



2007

Vorstellung des ersten Firmenlogos der ARJES GmbH



1995

Gründung der Marke EuRec, Vorstellung des ersten Firmenlogos



2008

Ausarbeitung der Wort-/Bildmarke und präzise Aussage des Claims



2006

Bildung einer Unternehmensgruppe, bestehend aus drei Firmierungen



2011

Erarbeitung und Umsetzung definierter Unternehmensfarben



2016

Übernahme durch die Welle Group, Rückführung zur Hauptmarke EuRec



2014

Logo-Redesign mit internationalem Slogan „Recycling Innovation“



2018

Redesign des Logos mit prägnanter Wirkung und gezieltem Slogan



2018

Anpassung im Slogan durch Einführung einer charakterstarken Hausschrift



2023

Übernahme durch die ARJES GmbH, Anpassung der Unternehmensfarben

1.3 UNSER UNTERNEHMEN

Der Name ARJES entstammt dem lateinischen Wort für „Widder“. Er ist ein Symbol für Dynamik, Energie, Aufschwung und Kraft.

Wir sind spezialisiert auf die Entwicklung und Fertigung leistungsstarker Recyclingmaschinen zur Aufbereitung zahlreicher Materialien für die Abfallverwertung. Seit unserer Gründung im Jahr 2007 stehen wir neben innovativen Produktentwicklungen im Bereich Maschinen- und Anlagentechnik, auch für eine erfolgreiche Unternehmensstrategie. Hinter der ARJES GmbH verbirgt sich ein ebenso kompetentes wie engagiertes Team erfahrener Mitarbeiter:innen, die ihr Wissen zur Steigerung der Nachhaltigkeit einsetzen.

Seit der Übernahme der EuRec Environmental Technology GmbH sowie der Immobilien und Grundstücke des Unternehmenssitzes, fertigen und verkaufen wir seit 2023 am Standort Merkers in Thüringen industrielle Zerkleinerungsmaschinen ...



mit wettbewerbsüberlegener
Anwendungsbreite



zum besten Preis-Leistungsverhältnis
der Recyclingbranche



über ein weltweites
Vertriebs- und Servicenetzwerk

FIRMENSITZ
Krayenberggemeinde
OT Merkers



Unsere Markenattribute charakterisieren die Werte und Eigenschaften, die uns von branchennahen Mitbewerbern unterscheidbar machen. Sie lassen sich von unseren Kernwerten RECYCLING, INNOVATION und ZERKLEINERUNGSTECHNIK ableiten und dienen dazu, die Persönlichkeit und Identität unserer Marke zu definieren, mit der wir in der Außenwahrnehmung gesehen werden. Man kann sagen, dass sie die Verbindung von Innen nach Außen darstellen und die Werte mit der Wahrnehmung in Kontakt bringen.

Um sicherzustellen, dass unsere Markenbotschaften konsistent und effektiv vermittelt werden, ist zudem die Einhaltung unseres Corporate Design Manuals von entscheidender Bedeutung.

Auf den nachfolgenden Seiten wurden visuelle Richtlinien festgelegt, die unsere Marken ARJES und EuRec repräsentieren.

Die Verwendung unserer definierten Farben, Schriftarten und Logodarstellungen in allen Kommunikationskanälen trägt dazu bei, dass unsere Marken erkennbar sind und unsere Botschaften klar und präzise vermittelt werden. Eine einheitliche Darstellung fördert nicht nur die Wiedererkennung, sondern stärkt zudem das Vertrauen in der Öffentlichkeit, zu unseren Kunden und Geschäftspartnern sowie Mitarbeitern.

MUTIG

KOMPETENT

ZIELSTREBIG

INNOVATIV

PERSÖNLICH

LOYAL

KRAFTVOLL

ZUVERLÄSSIG

HUMORVOLL

2.0 / **DIE MARKE ARJES**

2.1 LOGO

Der Name **ARJES** ist abgeleitet von dem lateinischen Begriff „Aries“. Es ist der astronomische Begriff für das Tierkreiszeichen Widder und steht in Bezug zur Gründerfamilie Hammel. Die Umwandlung des Wortes symbolisiert dabei den kreativen Geist und die Innovationsbereitschaft des gesamten Teams.

Der Rammbock in Verbindung mit dem ARJES Schriftzug und der dazu passenden Schriftart „Palo Alto“ steht für Dynamik, Kraft, Energie und Aufschwung. Schon die alten Römer haben ihre Rammböcke Aries genannt. Diese waren vorn mit einem Widderkopf versehen und zum Niederreißen gegnerischer Mauern bestimmt.

Der ausdrucksstarke Slogan „Recycling Innovation“, in unserer Primärschriftart „Titillium“, charakterisiert sowohl die Kernaussage des Unternehmens als auch die internationale Zusammenarbeit mit Händlern und Kunden.

WORT-BILD-MARKE

Positiv - oben

Negativ - unten



ARJES

Recycling Innovation



ARJES

Recycling Innovation

Platzierung

Um die bestmögliche Wirkung zu erzielen, sollte das Logo nach Möglichkeit stets im **rechten Bereich** platziert werden. Sollte dies in Ausnahmefällen nicht möglich sein, ist jedoch darauf zu achten, dass die Priorität des Logos erhalten bleibt.

WICHTIG! Das Logo darf in seinem Erscheinungsbild niemals verändert werden (Siehe „2.5 Fehlerhafte Anwendungen“)

Verhältnis und Abstand

Das Logo sollte immer in ein bestimmtes Verhältnis zum gewählten Format gesetzt werden, auf das es aufgebracht wird.

Beispiele:

- **DIN A4**
Logobreite 60 mm; Mindestabstand zum Rand 15 mm (Y)
- **DIN A5**
Logobreite 43 mm; Mindestabstand zum Rand 9 mm (Y)
- **DIN A3**
Logobreite 85 mm; Mindestabstand zum Rand 17 mm (Y)
- Abstände zum Rand sind immer gleichmäßig, nicht unterschiedlich
- Logohöhen ergeben sich proportional

Schutzzone (X)

Um ein optimales Erscheinungsbild zu gewährleisten, ist eine Schutzzone um das Logo definiert. Innerhalb dieses Bereiches dürfen **keine weiteren Elemente** enthalten sein. Der Mindestabstand (X) ergibt sich aus der Höhe der Logo-Schrift „ARJES“.

ANWENDUNG

Platzierung - oben
Schutzzone - unten



2.3

FARBVARIANTEN

Um zu gewährleisten, dass das Logo auf jedem Untergrund optimal dargestellt wird und dessen Aussagekraft nicht verloren geht, wurden auch hier einige Regeln definiert.

In Positivdarstellung (Orange, Dunkelgrau) und den einfarbigen Varianten Dunkelgrau, Orange und Schwarz darf es nur auf **hellen Untergründen**, wie Weiß und Hellgrau platziert werden.

In Negativdarstellung (Orange, Hellgrau) und den einfarbigen Varianten Hellgrau, Orange und Weiß hingegen darf es nur auf **dunklen Untergründen**, wie Dunkelgrau und Schwarz platziert werden.

Ein besonderer Fall stellt ein **orangener Untergrund** dar. Hier darf es nur in den einfarbigen Varianten Dunkelgrau, Weiß und Hellgrau* abgebildet werden.

*Diese Variante darf nur dann angewendet werden, wenn die Produktion durch die Sonderfarbe Silber (z.B. auf orange-farbenen Warnwesten) gewährleistet ist.



In einigen Fällen ist es technisch- bzw. designbedingt nötig vom regulären Erscheinungsbild des Logos abzuweichen, z.B. bei Textilveredelungen, Fahrzeugbeklebungen, Werbemittelveredelungen, usw.

Diese Anwendungen sind grundsätzlich vorab mit der Marketingabteilung der ARJES GmbH abzustimmen!



ARJES

ARJES

Recycling  Innovation

Recycling  Innovation



Das Logo ist das zentrale Element des Erscheinungsbildes. Um seiner repräsentativen Aufgabe gerecht zu werden, darf es **nur in seiner Originalform** verwendet werden. Es darf niemals verzerrt, gekippt, gestürzt, gespiegelt oder umgestaltet werden. Es sind ausschließlich die zur Verfügung gestellten Logodaten zu nutzen!

- Spiegelung der Bildmarke
- Verzerrung der Logohöhe
- Verzerrung des Logobreite
- Kippen oder Stürzen des Logos
- Farbänderung außerhalb der definierten Firmenfarben
- Positionsänderung der Logoelemente
- Falsche Farbanwendungen

NICHT GESTATTETE
ANWENDUNGEN



3.0 / **DIE MARKE EUREC**

3.1 LOGO

Mit Gründung der Marke EuRec im Jahr 1995 wurde das Ziel gesetzt, hochwertige Recyclingtechnologie aus Europa zu produzieren und somit einen bedeutenden Beitrag zum Thema Umweltschutz zu leisten. Dies spiegelt sich auch im vollen Namen „EuRec Environmental Technology GmbH“ wieder.

Der Kernwert ist mit der Wortmarke des Logos klar definiert, denn EuRec steht für die Wortzusammensetzung Europa und Recycling.

Die Bildmarke des Logos symbolisiert die **Schneidemesser der Werkzeugwellen**. Die nach rechts geneigten Messer repräsentieren einerseits die reißerische Zerkleinerungskraft und symbolisieren andererseits die positive Bilanz für eine saubere Zukunft.

Im Zuge der **Fusionierung** der ARJES GmbH und der EuRec Environmental Technology GmbH wurden die Logo- und Firmenfarben denen der ARJES GmbH angepasst (siehe „4.1 Firmenfarben“). Der Slogan „**AN ARJES BRAND**“ zeichnet EuRec zudem als Tochterfirma der ARJES GmbH aus.

DARSTELLUNGEN

Positiv - oben
Negativ - unten



Platzierung

Um die bestmögliche Wirkung zu erzielen, sollte das Logo nach Möglichkeit stets im **rechten Bereich** platziert werden. Sollte dies in Ausnahmefällen nicht möglich sein, ist jedoch darauf zu achten, dass die Priorität des Logos erhalten bleibt.

WICHTIG! Das Logo darf in seinem Erscheinungsbild niemals verändert werden (Siehe „3.5 Fehlerhafte Anwendungen“)

Verhältnis und Abstand

Das Logo sollte immer in ein bestimmtes Verhältnis zum gewählten Format gesetzt werden, auf das es aufgebracht wird.

Beispiele:

- **DIN A4**
Logobreite 60 mm; Mindestabstand zum Rand 15 mm (Y)
- **DIN A5**
Logobreite 43 mm; Mindestabstand zum Rand 9 mm (Y)
- **DIN A3**
Logobreite 85 mm; Mindestabstand zum Rand 17 mm (Y)
- Abstände zum Rand sind immer gleichmäßig, nicht unterschiedlich
- Logohöhen ergeben sich proportional

Schutzzone (X)

Um ein optimales Erscheinungsbild zu gewährleisten, ist eine Schutzzone um das Logo definiert. Innerhalb dieses Bereiches dürfen **keine weiteren Elemente** enthalten sein. Der Mindestabstand (X) ergibt sich aus der Höhe der Logo-Schrift „EUREC“.

Y



3.3

FARBVARIANTEN

Um zu gewährleisten, dass das Logo auf jedem Untergrund optimal dargestellt wird und dessen Aussagekraft nicht verloren geht, wurden auch hier einige Regeln definiert.

In Positivdarstellung (Dunkelgrau, Orange) und den einfarbigen Varianten Dunkelgrau, Orange und Schwarz darf es nur auf **hellen Untergründen**, wie Weiß und Hellgrau platziert werden.

In Negativdarstellung (Hellgrau, Orange) und den einfarbigen Varianten Hellgrau, Orange und Weiß hingegen darf es nur auf **dunklen Untergründen**, wie Dunkelgrau und Schwarz platziert werden.

Ein besonderer Fall stellt ein **orangener Untergrund** dar. Hier darf es nur in den einfarbigen Varianten Dunkelgrau, Weiß und Hellgrau* abgebildet werden.

*Diese Variante darf nur dann angewendet werden, wenn die Produktion durch die Sonderfarbe Silber (z.B. auf orange-farbenen Warnwesten) gewährleistet ist.



3.4

BESONDERE ANWENDUNGEN

In einigen Fällen ist es technisch- bzw. designbedingt nötig vom regulären Erscheinungsbild des Logos abzuweichen, z.B. bei Textilveredelungen, Fahrzeugbeklebungen, Werbemittelveredelung, usw.

Diese Anwendungen sind grundsätzlich vorab mit der Marketingabteilung der ARJES GmbH abzustimmen!

ANWENDUNGS-
BEISPIELE



EUREC

EUREC



Das Logo ist das zentrale Element des Erscheinungsbildes. Um seiner repräsentativen Aufgabe gerecht zu werden, darf es **nur in seiner Originalform** verwendet werden. Es darf niemals verzerrt, gekippt, gestürzt, gespiegelt oder umgestaltet werden. Es sind ausschließlich die zur Verfügung gestellten Logodaten zu nutzen!

- Spiegelung der Logoelemente
- Verzerrung der Logohöhe
- Verzerrung der Logobreite
- Kippen oder Stürzen des Logos
- Farbänderung außerhalb der definierten Firmenfarben
- Farbtasch der Logoelemente
- Falsche Farbanwendungen

NICHT GESTATTETE
ANWENDUNGEN



4.0 / ALLGEMEINE RICHTLINIEN

Farben spielen bei der Markengestaltung eine wichtige Rolle. Sie beeinflussen die Wahrnehmung und emotionale Bindung zum Unternehmen. Die **Primärfarben** von ARJES und EuRec sind Orange und Dunkelgrau. Sie fungieren als wichtigstes Erkennungsmerkmal und erscheinen stets im Zusammenhang beider Unternehmen.

Die Farbe **Orange** steht für Kraft, Energie, Kreativität und Freude. Die Farbe **Dunkelgrau** steht für Stabilität, Zuverlässigkeit, Stärke und Intensität.

Beide Farben stehen meist in Kombination zueinander, wobei der Marke ARJES die Primärfarbe Orange und der Marke EuRec die Primärfarbe Dunkelgrau zugewiesen ist. Dadurch sind beide Unternehmen als eigenständige Marke erkennbar und präsentieren gleichzeitig ihre Verbundenheit zueinander.

Sekundärfarben dienen den Marken in speziellen Anwendungsfällen, wie z.B. bei Negativ- und Monochromdarstellungen. Zu ihnen zählen **Hellgrau, Schwarz und Weiß**.

Anwendungen:

Orange	Logo (positiv, negativ und einfarbig), Headlines
Dunkelgrau	Logo (positiv und einfarbig), Headlines, Textelemente, Fließtext
Hellgrau	Logo (negativ und einfarbig), Textelemente
Schwarz	Logo (einfarbig), Headlines, Textelemente, Fließtext
Weiß	Logo (einfarbig), Weißraum, Textelemente und Fließtext auf dunklem Untergrund

Alle Farben können vollflächig, mit einer Transparenz oder als Akzent eingesetzt werden. Die Anwendung von Farbtonabstufungen ist vorher mit der Marketingabteilung abzusprechen!

Farbtöne für andere Farbsysteme sind entsprechend abzuleiten (Farbton-Abweichungen sind möglich bzw. unumgänglich).



ORANGE

HKS	8 K / 8 N
PANTONE	Orange 021C
CMYK	0 72 100 0
RGB	255 94 14
WEB HEX	#FF5E0E
RAL	2004 Reinorange
FOLIE	Oracal 034 Orange



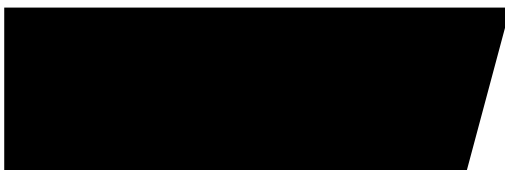
DUNKELGRAU

HKS	93 K / 93 N
PANTONE	Cool Grey 10 C
CMYK	5 0 0 75
RGB	95 97 98
WEB HEX	#5F6162
RAL	7015 Schiefergrau
FOLIE	Oracal 073 Dunkelgrau



HELLGRAU

HKS	99 K / 99 N
PANTONE	Cool Grey 7 C
CMYK	5 0 0 40
RGB	171 175 177
WEB HEX	#ABAFB1
RAL	9006 Weißaluminium
FOLIE	Oracal 090 Weißaluminium



SCHWARZ

HKS	88 K / 88 N
PANTONE	Black C
CMYK	0 0 0 100
RGB	0 0 0
WEB HEX	#000000
RAL	9011 Graphitschwarz
FOLIE	Oracal 070 Schwarz



WEISS

HKS	-
PANTONE	-
CMYK	0 0 0 0
RGB	255 255 255
WEB HEX	#FFFFFF
RAL	9010 Weiß
FOLIE	Oracal 010 Weiß

Eine einheitliche Schrift und deren wiederkehrende Anordnung erleichtern dem Betrachter auch in unterschiedlichen Medien die Orientierung und Informationsaufnahme und schaffen somit Vertrauen und Beständigkeit.

Titillium

...charakterisiert den technischen Aspekt des Unternehmens und sorgt für einen Wiedererkennungswert zwischen branchennahen Mitbewerbern.

Recycling Innovation 24 Pt

Recycling Innovation 22 Pt

Recycling Innovation 18 Pt

Recycling Innovation 14 Pt

Recycling Innovation 12 Pt

Recycling Innovation 10 Pt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!§%&()?

Titillium Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!§%&()?

Titillium Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!§%&()?

Titillium Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!§%&()?

Titillium Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!§%&()?

Titillium Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!§%&()?

Titillium Black

ARJES - PaloAlto

...spiegelt die Dynamik, Kraft und Energie des Unternehmens wieder und sorgt mit ausdrucksstarken Zeichen für Überzeugung und Entschlossenheit.

EUREC - XIROD

...wirkt stark, massiv, standfest und bringt durch die abgerundeten Ecken eine gewisse Kreativität und Dynamik mit sich.

Die Wortmarken in den hier dargestellten Schriftarten werden in den Gesamtlogos der Marke ARJES durch den Claim „Recycling Innovation“ und der Marke EuRec durch den Claim „AN ARJES BRAND“ in der Primärschrift Titillium Regular erweitert.

SCHRIFTSCHNITTE

PaloAlto
XIROD

ARJES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

123456789!\$%&()?

PaloAlto Oblique

EUREC

ABCDEFGHIJKLMN OPQ

RSTUVWXYZ

123456789!\$%&()?

XIROD

Als Fallschrift wird eine **Ersatzschriftart** bezeichnet, die weitere Schriftzeichen enthält, welche in der Primärschrift nicht verfügbar sind.

Da die festgelegte Primärschriftart Titillium nicht für alle Schriftsprachen die passenden Schriftzeichen im Repertoire hat, muss in Ausnahmefällen eine Fallschrift verwendet werden.

- **Arial Unicode MS**, z.B. Hebräisch, Chinesisch und Arabisch
- **Myriad Pro**, z.B. Kyrillisch und Griechisch

Warum gleich zwei?

Die Schriftzeichen der Myriad Pro sind der Primärschrift Titillium sehr ähnlich, können jedoch nur das kyrillische und griechische Alphabetsystem abdecken. Die Schriftart Arial Unicode MS würde zwar beide Systeme abdecken, ist in ihrer Textweite jedoch sehr breit, was insbesondere in Printdarstellungen zum Konflikt mit dem Grundlayout führt und daher nur in Ausnahmefällen zum Einsatz kommt.

תשרקץצףפעסןםמלךכיטחזהדגבא

Hebräisch

阿贝瑟德耶艾弗给哈伊尤特卡艾勒艾马艾娜哦佩酷艾儿
艾丝特乌法欧维伊克斯艾普瑟轮贼特诶俄玉艾丝贼特

Chinesisch

ةي وه ن م ل ك ق ف غ ع ظ ط ض ص ش س ز ر ذ خ ح ث ت ب ا

Arabisch

[illegible]

Georgisch

այբբենգիմդանչգանըթթոժէինիլիւնիէծակէնհոճադատնէ
մէնյինուշառչապէջէռասէվէվտիւնրէցոհիւն փիւրքէօֆէ

Armenisch

Arial Unicode MS

АБВГГДЕЄЖЗИІЙКЛМНОПРСТУФХЦЧШЩЬЮЯ

абвгдежзийїйклмнопрстуфхцчшщьюя

Kyrillisch

Myriad Pro Regular

ΑΒΓΔΕΖΗΘΙΚΛΜΝΞΟΠΡΣΤΥΦΧΨΩ

αβγδεζηθικλμνξοπρστυφχψω

Griechisch

Myriad Pro Bold

DHARMA PUNK 2

... eignet sich besonders für Schlagworte und kurze Werbebotschaften, die einen plakativen Eindruck hinterlassen sollen.

Sie kann **einzeilig** oder **zweizeilig** Anwendung finden.
Die Farbgebung richtet sich nach dem jeweiligen Anwendungsfall, sollte aber immer in **Schwarz** und/oder **Orange** erfolgen.

DHARMA PUNK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789!%&()?

DHARMA PUNK 2

SCHRÄGE

Ein immer wiederkehrendes Designelement stellt die sogenannte „Schräge“ dar. Diese kann individuell als Fläche, als Strich, mit Farbverlauf oder zur Transparenz verblassend eingesetzt werden. Der Verlauf ist dabei stets von links unten nach rechts oben. Die Neigung, die sich aus der Schrägstellung der Wortmarke ARJES ableiten lässt, beträgt genau 15°.

BILDMARKE

Als weiteres Gestaltungselement hat sich die Bildmarke aus dem ARJES Logo in angeschnittener Form etabliert. Diese kann in der rechten oberen Ecke oder in Kombination mit der Schräge eingesetzt werden. In der Regel wird sie als eine Art Wasserzeichen in farblich angepasster Transparenz verwendet. Ähnlich verhält es sich mit der Bildmarke aus dem EuRec Logo, welche in der Regel in der unteren linken Ecke Anwendung findet.

FARBVERLAUF

Ein drittes Stilmittel stellt der Farbverlauf dar. Ob als vollflächiger Hintergrund, als Untergrund für Schriftzüge oder in Verbindung mit unserer Schräge und Widderkopf – er ist vielseitig einsetzbar. Die Farben verlaufen hierbei von Schwarz zu Dunkelgrau (siehe „4.1 Firmenfarben“) in einem 90° Winkel, ausgehend vom untersten Punkt.

PIKTOGRAMME

Icons sind Symbole oder Piktogramme, die durch einen gegebenen Kontext mit Bedeutung aufgeladen werden und eine wahrnehmbare Ähnlichkeit mit dem darzustellenden Objekt bzw. der Handlung aufweisen. Auch in unserer Gestaltung findet man immer wiederkehrende Icons, ob auf Visitenkarten, der Website oder in unseren Broschüren. Um zu vermeiden, dass eine Bedeutung mehrere Icons erhält, ist es wichtig, immer auf die vorher definierten zurückzugreifen.

Schräge **ARJES** 15°

Farbverlauf von unten nach oben -
schwarz zu dunkelgrau



Telefon



Fax



Mobil



E-Mail



Website



Haus- und Gewerbemüll



Gummi und Altreifen



Automobil- und Leichtschrott



CFK/GFK Abfälle



Natur- und Altholz

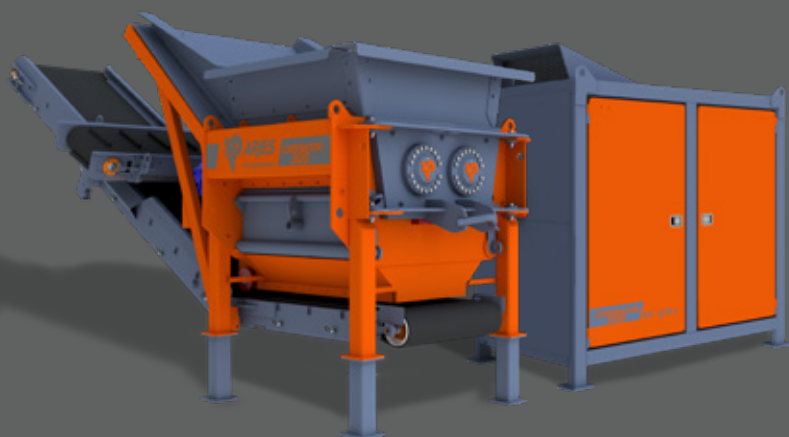
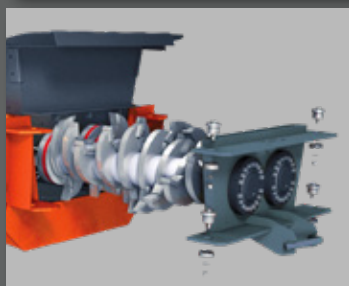


Papier und Kartonagen

Die Bildsprache spielt eine entscheidende Rolle für unser Unternehmen. Sie ermöglicht es, eine einheitliche, visuelle Identität zu schaffen und die Marken ARJES und EuRec optimal zu präsentieren. Unsere Bildsprache vermittelt Botschaften und Emotionen, die unsere Zielgruppe ansprechen, indem sie unsere Maschinen, unsere Mitarbeiter und unsere Kunden hervorheben.

Folgende Merkmale sind von wichtiger Bedeutung:

1. Maschinen im Fokus, um unsere Kernkompetenz zu verdeutlichen
2. Lebendige Bildelemente, wie Menschen, Bagger, Radlader usw. vermitteln das Zusammenspiel zwischen Mensch und Maschine im praktischen Einsatz
3. Authentische und natürliche Wirkung, um den bestmöglichen Eindruck von der Realität zu vermitteln
4. Imposante und kraftvolle Wirkung durch die Auswahl der Motive und Perspektiven
5. Verfälschung der Realität vermeiden, um keine falschen oder irreführenden Botschaften zu vermitteln
6. Visuelle Aufwertung durch Erhöhung von Kontrast, Struktur, Klarheit und Dynamik, um den Bildern mehr Ausdruckskraft zu verleihen
7. Entfernung und/oder Weichzeichnung störender Elemente/Hintergründe für einen klaren Fokus der Bildaussage
8. Verwendung von 3D Renderings zur Darstellung des technischen Charakters



MASCHINEN
COMPAKTOR 300 e-pu



MASCHINEN
EKOMAXX 800 / e-pu



MASCHINEN
TITAN 900 / e-pu



MASCHINEN
TITAN 950 / e-pu



UNTERNEHMEN

Die Festlegung einer einheitlichen Unternehmenssprache, auch als Corporate Language bekannt, ist für den öffentlichen Auftritt der Marken ARJES und EuRec von großer Bedeutung. Eine konsistente Sprachrichtlinie stärkt die Markenidentität und unterstützt den Wiedererkennungswert.

Durch die Verwendung einer festgelegten Sprache in allen Kommunikationskanälen, wie zum Beispiel in der internen Kommunikation, der Marketingkommunikation und der Kommunikation mit Geschäftspartnern, entsteht ein einheitliches und professionelles Erscheinungsbild.

Folgende, fest definierten Schreibstile sind im Sinne unserer Unternehmenssprache auf allen Kommunikationsbereichen einzuhalten:

- ARJES
- EuRec (alternativ: EUREC)
- Zweiwellenzerkleinerer
- COMPAKTOR
- Kompaktklasse
- EKOMAXX
- Mittelklasse
- TITAN
- Leistungsklasse
- e-pu
- d-pu
- S-750
- S-850
- Schnellwechselsystem
- Schnellwechselkassette

ARJES

ARJES

d-pu

TITAN

EKOMAXX

EuRec

COMPAKTOR

e-pu

S-850

ARJES

S-750

TITAN

EUREC

S-850

e-pu

EUREC

EUREC

COMPAKTOR

ARJES

S-750

EKOMAXX

d-pu

EuRec

5.0 / **ARJES & EUREC**

5.1

GEMEINSAME ANWENDUNG

In einigen Fällen kommt es zur gemeinsamen Anwendung der beiden Firmenlogos. Hierbei sollten folgende Regeln beachtet und umgesetzt werden. Die gemeinsamen Anwendungen der Logos sind in horizontaler wie auch vertikaler Ausrichtung möglich.

Horizontale Logoausrichtung

Bei horizontaler Anwendung sind die beiden Logos in der Regel **hintereinander** zu platzieren. Das Mutterunternehmen „ARJES“ steht immer im Vordergrund und wirkt durch den Größenunterschied zur Tochter „EuRec“ schützend ihr gegenüber. Die Höhe des Schriftzuges „EUREC“ wird durch die Größe „Y“ definiert. Der Abstand zwischen den beiden Logos wird durch die Größe „X“ definiert. Durch eine gemeinsame proportionale Skalierung bleiben diese Größen erhalten.

Beispiele:

- **DIN A4**
Logobreite 100 mm; Mindestabstand zum Rand 15 mm (Z)
- **DIN A5**
Logobreite 71 mm; Mindestabstand zum Rand 9 mm (Z)
- **DIN A3**
Logobreite 142 mm; Mindestabstand zum Rand 17 mm (Z)
- Logohöhen ergeben sich proportional

Vertikale Logoausrichtung

Bei vertikaler Anwendung sind die beiden Logos in der Regel **untereinander** zu platzieren. Das Mutterunternehmen steht auch hier durch Größe und Platzierung schützend über dem Tochterunternehmen. Die Breite des Schriftzuges „EUREC“ wird durch die Größe „Y“ definiert. Der Abstand zwischen den beiden Logos wird durch die Größe „X“ definiert. Auch durch gemeinsames Skalieren bleiben diese Größen erhalten.

Beispiele:

- **DIN A4**
Logobreite 60 mm; Mindestabstand zum Rand 15 mm (Z)
- **DIN A5**
Logobreite 43 mm; Mindestabstand zum Rand 9 mm (Z)
- **DIN A3**
Logobreite 85 mm; Mindestabstand zum Rand 17 mm (Z)
- Logohöhen ergeben sich proportional

Der Abstand zum Rand wird durch die Größe „Z“ definiert. Die Schutzzonen der Logos bleiben erhalten und werden miteinander kombiniert.

ANWENDUNG

Platzierung - weiß

Größe & Abstand - grau



ARJES
Recycling Innovation



ARJES

Recycling Innovation



Y



ARJES
Recycling Innovation



ARJES

Recycling Innovation



Y

6.0 / ANWENDUNGEN

6.1 PRAXISBEISPIELE

Durch die Umsetzung der definierten Designrichtlinien wird ein prägnantes, unverwechselbares und einheitliches Erscheinungsbild festgelegt. Dies führt zu einem hohen Wiedererkennungswert in der Öffentlichkeit und verschafft zudem Vertrauen bei Kunden, Marktpartnern und Mitarbeitern.

Je konsequenter dieses Erscheinungsbild gehandhabt wird, desto schneller und nachhaltiger erzielt es langfristig die beabsichtigte Wirkung.

Die in diesem Manual enthaltenen Richtlinien sind so konzipiert, dass sie genügend Freiraum für Kreativität und bedarfsgerechte Anforderungen einräumen und flexibel umgesetzt werden können.



INFOMATERIAL



WERBEMITTEL



TEXTILIEN



WERBETRAEGER

ARJES

www.arjes.de

EUREC

www.eurec.de