

Die Bildwelt

Bilder sind ein zentrales Element unseres Gesamterscheinungsbildes. Die Schöck-Bildwelt transportiert unmittelbar und direkt die Werte der Marke Schöck. Sie orientiert sich an unserer Marken-Positionierung und unseren Unternehmenswerten. Die Bilder prägen entscheidend die Markengestalt.

Schöck ist von seiner Markenpersönlichkeit:

- zuverlässig
- ehrlich
- modern
- erfolgreich
- intelligent/technisch
- gesund

INFO

► Bildrechte

Bildrechte liegen immer beim Urheber, also bei den Fotografen oder deren Vertretern (Repräsentanten oder Bildagenturen). Bilder aus beauftragten Shootings können exklusiv und zur uneingeschränkten Nutzung vom Fotografen erworben werden. Bildagenturen unterscheiden zwischen lizenzfreien und lizenzpflichtigen Bildern. Während lizenzfreie Bilder nach einmaliger Zahlung für jede Anwendung und beliebig viele Projekte genutzt werden können, werden lizenzpflichtige Bilder für jede Verwendung einzeln lizenziert und berechnet. Lizenzfreie Bilder berechnen sich nach der Datei-Größe, die Kosten für lizenzpflichtige Bilder sind von mehreren Faktoren (Medium, eingesetzte Größe, Nutzungszeitraum, Auflage etc.) abhängig. Sie sind in der Regel teurer, können aber im Gegensatz zu lizenzfreien Bildern im lizenzierten Zeitraum nicht von der Konkurrenz genutzt werden.

► Recht am eigenen Bild

Jede fotografierte Person hat das Recht am eigenen Bild. Sie kann bestimmen, ob das Bild für bestimmte Zwecke verwendet werden darf. Abgebildete, klar erkennbare Personen (Models oder Mitarbeiter) müssen eine Einverständniserklärung unterzeichnen. Dies schützt das nutzende Unternehmen vor möglichen nachträglichen Forderungen.

Unternehmensimage

Mit der Markenpositionierung „Kompetenz schafft Verlässlichkeit am Bau“ bietet Schöck allen Anspruchsgruppen ein Markenversprechen, das in Leistung und Kommunikation transportiert werden soll. Am Ende des Prozesses wird das Unternehmensimage damit aufgebaut. Der Aspekt der Kompetenz repräsentiert die herausragenden Stärken unseres Unternehmens, wohingegen die Verlässlichkeit für den Nutzen steht, den wir unseren Kunden und unseren Partnern während des Bauprozesses bieten wollen.

Bildsprache

Die Schöck-Bildsprache ist hell, offen, natürlich, klar und modern, und sie vermittelt die Botschaft „Kompetenz schafft Verlässlichkeit am Bau“.

Abgrenzung zwischen Marketing-Kommunikation und Dokumentation

Die Definitionen zur Bildwelt gelten in erster Linie für die interne und externe Marketing-Kommunikation. Trotzdem sollte auch im eher journalistischen bzw. dokumentarischen Bereich auf eine passende Bildanmutung geachtet werden. Fotografen vor Ort sind entsprechend zu briefen.

Abgrenzung zwischen Bildwelt und technischer Abbildung

Nicht zur Bildwelt hinzugezählt werden technische Konstruktionszeichnungen und Informationsgrafiken bzw. Schaugrafiken. Fotorealistische 3-D-Zeichnungen von Gebäude- und Konstruktionsquerschnitten sind Teil der Bildwelt. Sie werden als großflächige Imagemotive (z.B. Menschen im Gebäude) und auch zur Darstellung des Produktes eingesetzt.

Farben und Helligkeit

Eine lichte, kühle Helligkeit überwiegt im Motiv. Weiß, Hellblau und Hellgrau sind die dominierenden Farben. Die Unternehmensfarben Blau und Gelb werden als Farbakzent eingesetzt. Andere Farben treten nur ungesättigt und in kleinen Bildanteilen auf.





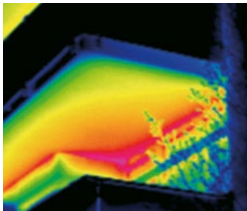

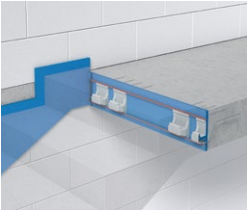


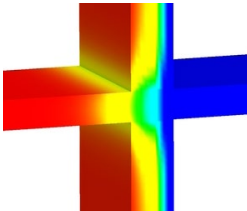




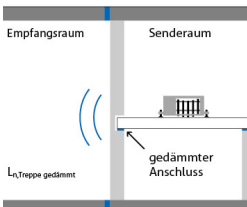
Farbabbildungen werden bevorzugt. Aus Kostengründen dürfen in Ausnahmefällen Schwarz-Weiß-Fotos eingesetzt werden (z.B. Personalanzeige, rein zweifarbiger Katalog).

Bildbearbeitung/Effekte

Auf eine Bildbearbeitung mit auffälligen, unnatürlichen Effekten (z.B. Glow-Effekt) ist zu verzichten. Eine maßvolle Bildbearbeitung zur Vereinheitlichung der Motive ist erlaubt (z.B. Hintergründe erweitern oder vereinheitlichen und Unternehmensfarben integrieren).

Die Bildwelt – Themenbereiche

Die Themenbereiche unserer Bildwelt sind authentisch wirkende Personen, Produkte und Situationen. Der vierte Bereich beinhaltet fotorealistische 3D-Illustrationen – als Verbindung aus Lebenswelt und Konstruktion. Für jeden dieser Bereiche gibt es gesonderte Vorgaben für Bildstil und Look.

1. Personen	2. Produkt und Anwendung	3. Situationen	4. Produkt-motive	5. Technische Abbildungen
z. B. Kunden, Mitarbeiter und Ansprechpartner	z. B. Produktfreisteller und Architektur	z. B. Detail oder Totale aus Produktion und Konstruktion	Produkte und ihre Anwendung im Alltag mit Personen	z.B. zur Visualisierung der Funktion von Produkten
				
				
				

Die Bildwelt – 1. Personen

Der Kern unserer Markenidentität lautet: „Kompetenz schafft Verlässlichkeit am Bau“. In dieser Bildwelt schwingt Menschlichkeit mit, sie hat mit dem Umfeld Bau zu tun und geht stark auf die Beratungssituation vor Ort ein. Wir stellen uns als Teil der „echten“ Welt vor.

- Jedes Bild soll eine Geschichte von Menschen und deren Tätigkeiten, Kompetenzen und Bedürfnisse erzählen, ob Mitarbeiter, Arbeitspartner oder Kunde – sie sind im Bildfokus oder wichtiger Bildteil.
- Die Gesamtanmutung soll hell und freundlich wirken.
- Die Situation und Lichtstimmung kann inszeniert werden, um ein Bild professionell zu gestalten – es darf dadurch aber nicht künstlich wirken.
- Bei der Bildgestaltung auf räumliche Perspektive achten, um unterschiedliche Schärfen zu ermöglichen – dies erzeugt Kontrast und Spannung und erhöht die Attraktivität der Aufnahme.
- Es sollen helle, freundliche Pastellfarben verwendet werden. Bevorzugte Farben sind die Hausfarben (Blau, Gelb, Grau, Weiß). Es ist darauf zu achten, dass keine gesättigten Farbtöne (z. B. Schwarz, Dunkelbraun, Dunkelrot) verwendet werden.
- Das Foto soll in der Kamera entstehen. Nachträgliches Retuschieren (z. B. Austausch von Köpfen) ist erlaubt, soll aber so wenig wie möglich eingesetzt werden. Überstrahlungen sollen nicht eingesetzt werden.

Die Bildwelt – Personen ist in drei Stile unterteilt:

- a) Porträt inszeniert
- b) Porträt situativ
- c) Reportage

Diese werden auf den folgenden Seiten erläutert.

a) Porträt inszeniert



Diese Art des Porträts wird bei Interviews, Zitaten oder Kontaktangaben verwendet. Durch diese Bilder erhält die Marke Schöck ein Gesicht. Personen oder Gruppen werden konkret vorgestellt.

Motiv	eine oder mehrere Personen
Bildausschnitt	Bereich Nahaufnahme bis Halbtotale
Ausdruck	Blick in die Kamera Kameraposition auf Augenhöhe oder etwas darunter entspannte Haltung sympatischer Gesichtsausdruck Gesicht frontal ausgerichtet oder leicht zur Seite gedreht
Kleidung	typische Kleidung der Berufsguppe/Zielgruppe
Hintergrund	Person im „natürlichen Arbeitsumfeld“ kein leerer Hintergrund Hintergrund nur ansatzweise wahrnehmbar
Beleuchtung	gut ausgeleuchtet, aber nicht überstrahlt Kontrast zwischen Person und Hintergrund
Farbgebung	Schöck-Farbwelt sollte unauffällig zitiert werden ohne das Bild zu verfremden

b) Porträt situativ



Diese Art des Porträts wird verwendet, um eine oder mehrere Personen in ihrem Arbeitsumfeld abzubilden und ähnelt dem Reportagestil (siehe Folgeseite)

Motiv eine oder mehrere Personen

Bildausschnitt Bereich Halbtotale bis Ganzkörper

Ausdruck Blick in die Kamera

Kameraposition auf Augenhöhe oder etwas darunter, bei Ganzkörper kann sie auch umgebungs- oder szenenbedingt angepasst werden

entspannte oder aufmerksame/interessierte Haltung (es scheint, als sei die Person während ihrer Tätigkeit angesprochen worden, hält kurz für das Foto inne)

Gesicht frontal ausgerichtet oder leicht zur Seite gedreht

Oberkörper frontal ausgerichtet oder leicht zur Seite gedreht

Kleidung typische Kleidung der Berufsguppe/Zielgruppe

Hintergrund Person im „natürlichen Arbeitsumfeld“

kein leerer Hintergrund

Hintergrund/Umfeld deutlich erkennbar, um Charakter oder Funktion der Person zu betonen

Beleuchtung gut ausgeleuchtet, aber nicht überstrahlt

Kontrast zwischen Person und Hintergrund

Farbgebung Schöck-Farbwelt sollte unauffällig zitiert werden ohne das Bild zu verfremden

c) Reportage



Bei diesem Stil müssen die Bilder besonders authentisch wirken

Motiv Nutzung der vorhandenen Gegebenheiten (Licht, Umgebung, Personen), um das Bild naturgetreu in Szene zu setzen. Vorhandene Unordnung und Schmutz im Umfeld dürfen für die Authentizität akzeptiert werden.

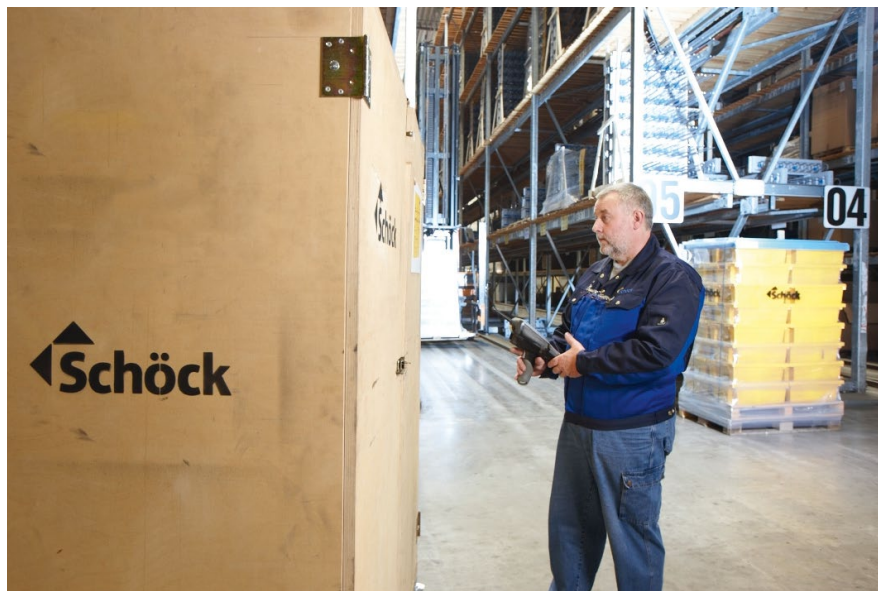
Wenn die Situation inszeniert werden muss, darf dies nicht erkennbar sein.

Bildausschnitt Personenaufnahmen sind als Nahaufnahme bis hin zu Ganzkörper möglich.

Ausdruck Der Blick in die Kamera von abgebildeten Personen ist eher zu vermeiden, da die Kamera Beobachter der Szene ist.

Beleuchtung Die Lichtstimmung und Farbigkeit ergibt sich aus der vorhandenen Umgebung. Um die Bildaussage zu unterstützen, darf beides leicht verstärkt werden. Grundsätzlich muss die Szenerie hell sein.

Farbgebung SchöckFarbwelt kann unauffällig zitiert werden, wenn die Glaubwürdigkeit dadurch nicht beeinträchtigt wird.



Bildstil – Don'ts

Authentische und qualitativ hochwertige Fotografie ist für unseren überzeugenden Gesamtauftritt von entscheidender Bedeutung. Ein Bild bzw. eine Bildserie soll nicht mehrfach in unterschiedlichen Kontexten verwendet werden, sondern fix einem Themengebiet und einer Aussage zugeordnet sein. Folgende Negativbeispiele sollen für die Konzipierung von Fotoaufnahmen eine Hilfestellung geben.



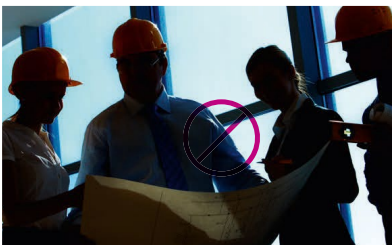
Keine unpassendes oder übertriebenes Styling



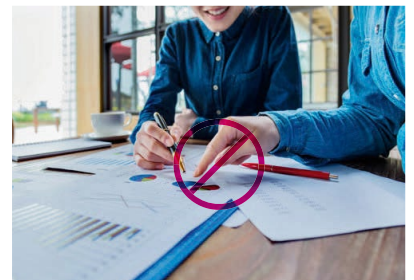
Keine dunkle Bildgestaltung und räumliche Enge



Keine überschwänglichen Emotionen, keine Lichteffekte (z.B. Überstrahlung)



Keine Gegenlichtaufnahme



Keine Situationen mit Personen ohne Köpfe



Keine seltsamen Gesichtsausdrücke



Keine Freisteller



Keine offensichtlich gestellten Szenen



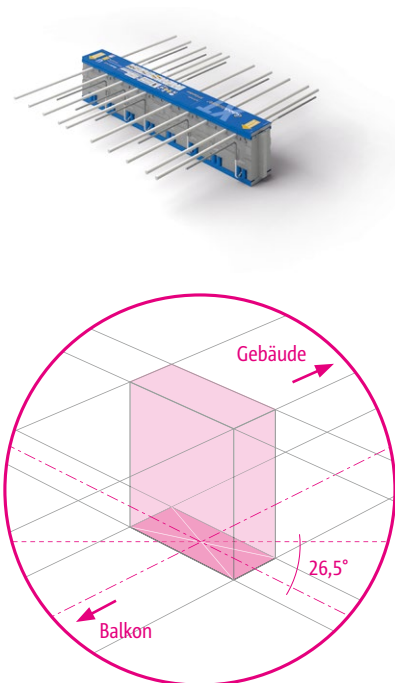
Hauptperson nicht mit Rücken zum Betrachter

Die Bildwelt – 2. Produkte und Anwendungen

Produkte kommen in vier Darstellungsformen zum Einsatz: als Einzelobjekt (neutral und sachlich), als fotorealistisches Produkt in der Anwendung, als 3D-Visualisierung für das Technische Handbuch, die Technische Information oder als Referenzobjekt (Architektur).

Schöck Isokorb®

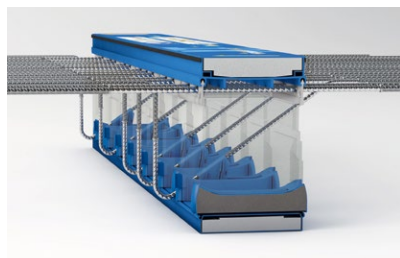
a1) Referenzprodukt



Beispielhafter Szenenaufbau für Schöck Isokorb® anhand der CAD-Konstruktionsbasis

Motiv	Einzelobjekt, Bauelement, Produktdetail als Foto oder im fotorealistischen Stil als 3D-Visualisierung (CAD-Konstruktionsbasis); je Produktreihe ein Referenzprodukt mit definierter Standardhöhe; Ensembles möglich
Bildausschnitt	Das Referenzprodukt ist auf der Fläche vollständig sichtbar und freigestellt. Bei Produktdetails darf das Objekt in den Anschnitt des Bildrahmens gehen.
Perspektive	Bei Referenzprodukten leichte Aufsicht mit einer Flucht von rechts unten nach links oben mit perspektivischer Verzerrung. Produktdetails werden individuell betrachtet. Es ist keine Tiefenunschärfe erwünscht.
Hintergrund	Generell Weiß mit Schatten. Bei Bedarf zur Formatbegrenzung 5 % Schwarz mit Schatten.
Licht und Schatten	Gleichmäßige Ausleuchtung; Hauptlicht auf die Produktvorderseite mit leichtem, diffusem Schattenverlauf
Bilddefinition:	
Seitenverhältnis	4800 x 4000 px (Preislistenbilder: 567 x 472 px)
Auflösung	300 dpi
Farbmodus	ECI-RGB V2 (ISO Coated V2 - ECI für Preislistenbilder)
Datenformat	PSD mit Ebenen für Produkt, Schatten und Hintergrund

a2) Produktdetail

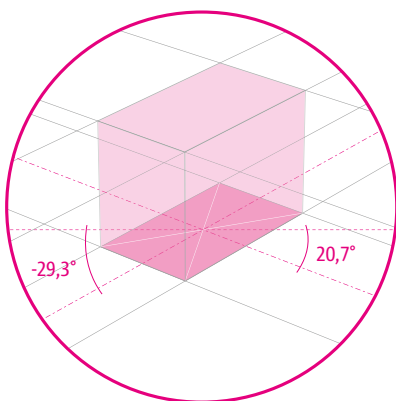


3D-Richtlinien Schöck Isokorb®

Szenenaufbau	Die Ausrichtung des Objekts erfolgt anhand des Dämmkörpers im Maßstab 5:1. Ein festgelegtes Achskreuz definiert die Position des Dämmkörper-Bodenmittelpunkts. Der Balkonanschluss ist links vorne.
Perspektive	Der Kamerawinkel beträgt bei Referenzprodukten horizontal 45° mit einer Brennweite von 40 mm. Angaben zur Kameraposition y: 870 cm x: 1295 cm z: 1299 cm. Stürzende Linien sind zu vermeiden (Tilt-Shift mit y: 77 % Film-Offset).
Beleuchtung	1 Hauptlicht (Flächenlicht) mit Ausrichtung zur Objektmitte, Pos.: x: -288 cm y: 1034 cm z: -548 cm 1 Fülllicht Pos.: x: -206 cm y: 900 cm z: 146 cm Farbtemperatur: 6000 K

Schöck Tronsole®

a3) Referenzprodukt



Beispielhafter Szenenaufbau anhand der CAD-Konstruktionsbasis

a4) Produktdetail

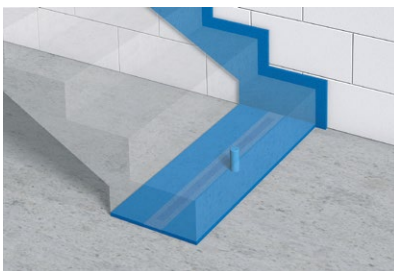


Motiv	Einzelobjekt, Bauelement, Produktdetail als Foto oder im fotorealistischen Stil als 3D-Visualisierung (CAD-Konstruktionsbasis); je Produktreihe ein Referenzprodukt mit definierter Standardhöhe; Ensembles möglich
Bildausschnitt	Das Referenzprodukt ist auf der Fläche vollständig sichtbar und freigestellt. Bei Produktdetails darf das Objekt in den Anschnitt des Bildrahmens gehen.
Perspektive	Bei Referenzprodukten leichte Aufsicht mit einer Flucht von links unten nach rechts oben mit perspektivischer Verzerrung. Produktdetails werden individuell betrachtet. Es ist keine Tiefenunschärfe erwünscht.
Hintergrund	Generell Weiß mit Schatten. Bei Bedarf zur Formatbegrenzung 5 % Schwarz mit Schatten.
Licht und Schatten	Gleichmäßige Ausleuchtung mit Hauptlicht auf die Produktvorderseite mit leichtem, diffusem Schattenverlauf.
Bildefinition:	
Seitenverhältnis	3200 x 1800 px (Preislistenbilder: 567 x 472 px)
Auflösung	300 dpi
Farbmodus	ECI-RGB V2 (ISO Coated V2 - ECI für Preislistenbilder)
Datenformat	PSD mit Ebenen für Produkt, Schatten und Hintergrund

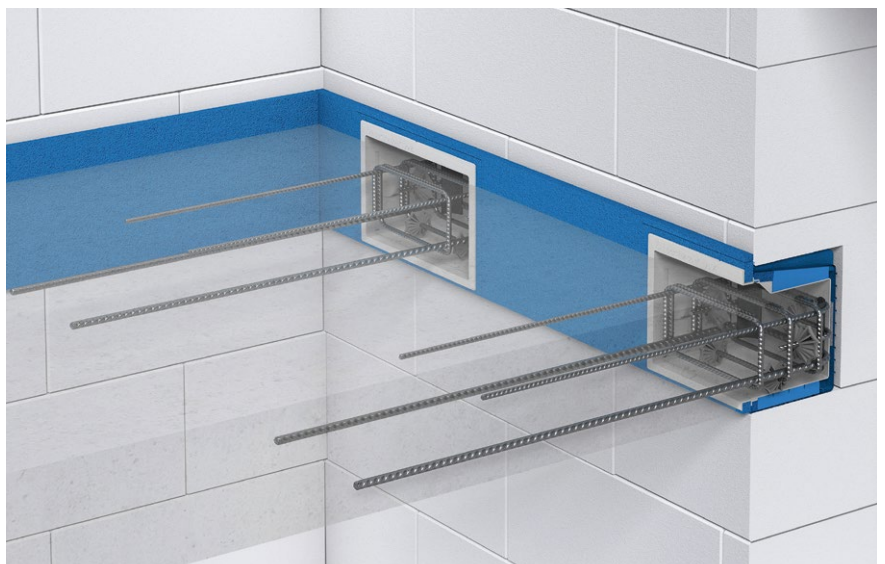
3D-Richtlinien Schöck Tronsole®

Szenenaufbau	Die Ausrichtung des Objekts erfolgt zentriert zum Szenenmittelpunkt im Maßstab 2:1.
Perspektive	Der Kamerawinkel beträgt bei Referenzprodukten horizontal 16,5° und vertikal -25,2° mit einer Brennweite von 171 mm. Kameraposition x: 2405 cm y: 170,5 cm z: 370,4 cm. Kein Tilt-Shift und keine Tiefenunschärfe erwünscht.
Beleuchtung	1 Hauptlicht, Ausrichtung zu Objektmitte (Parallellicht), Pos.: x: -62940 cm y: 176786 cm z: -7954 cm Alternativ-Lichtquellen für großflächige Produkte: 1 Toplicht, Ausrichtung zur Objektmitte (Punktlicht), Pos.: x: -700 cm y: 1241 cm z: -7954 cm 1 Highlight (Punktlicht), Pos.: x: -1020 cm y: 675 cm z: -455 cm; Farbtemperatur: 6000 K

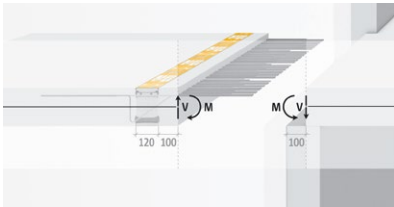
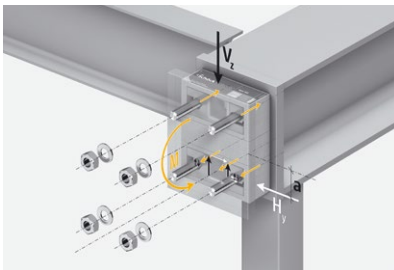
b) Produkt in der Anwendung



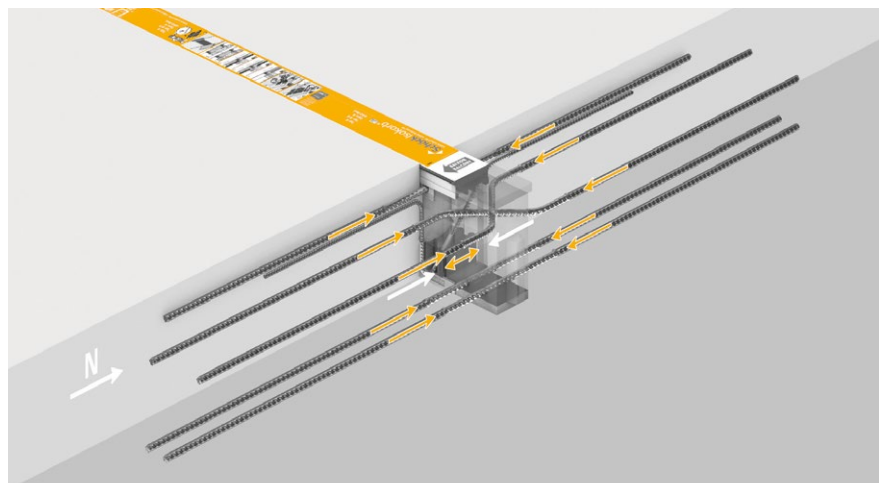
Motiv	Als Produkt(e) in der Anwendung als Foto oder fotorealistische 3D-Illustration mit Fokus aufs Detail.
Bildausschnitt	Vorteil der 3D-Visualisierung: Eine Einbaudarstellung kann im Querschnitt oder z. B. mit transparenten Bauteilen erfolgen. Produkt- bzw. anwendungsspezifisch, mindestens ein Produkt vollständig sichtbar
Perspektive	Möglichst ohne starke perspektivische Verzerrung (Tendenz zur Isometrie)
Hintergrund	Fotorealistische Einbauumgebung
Beleuchtung	Neutrale und gleichmäßige Ausleuchtung mit reduzierter, diffuser Schattengebung
Materialien	Naturgetreue Darstellung von Farbe und Oberfläche des Produkts sowie der Architektur (Einbausituation)
Bilddefinition:	
Seitenverhältnis	Standard: 2500 x 1800 px
Auflösung	300 dpi
Farbmodus	ECI-RGB V2
Datenformat	PSD ggf. mit Ebenen für Flächen mit Transparenz



c) 3D-Produktdarstellungen für das Technische Handbuch (TH) bzw. die Technische Information (TI)



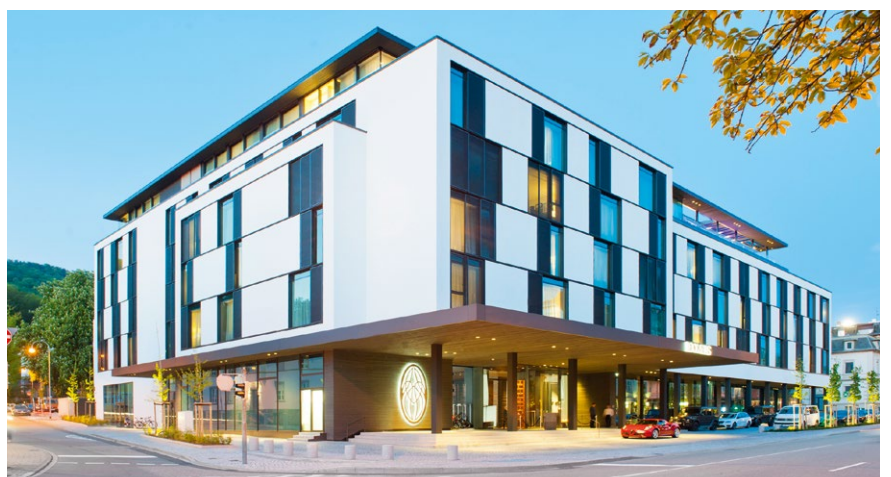
Motiv	Produkt(e) in der Anwendung zur technischen Erläuterung (z.B. Kraftübertragung) als 3D-Illustration. Die Einbaumgebung sowie Baumaterialien sind stilisiert (nicht fotorealistisch) dargestellt; reduzierte Farbgebung in Schöck-Gelb und Schwarz.
Besonderheit	Ergänzend werden Erläuterungselemente wie text- und vektorbasierte Zeichen verwendet, ebenso Darstellungen als Querschnitt und/oder mit transparenten Bauteilen.
Bildausschnitt und Perspektive	Produkt- bzw. anwendungsspezifisch, möglichst ohne starke perspektivische Verzerrung und mit annähernd isometrischer Darstellung
Hintergrund	Neutral (Weiß, Grau oder Grauverlauf)
Beleuchtung	Gleichmäßige Ausleuchtung mit reduzierter, diffuser Schattengebung
Bilddefinition:	
Seitenverhältnis	Bildbreite: 81,5 oder 167 mm, Bildhöhe gemäß Inhalt
Auflösung	300 dpi
Farbmodus	CMYK, zweifarbig mit Schöck-Gelb (Pantone 130) und Schwarz
Datenformat	Illustrator-EPS mit Ebenen für Bild- und Textinhalte



c) Referenzobjekt (Architektur)



Motiv	fertiges Bauwerk, Architektur
Bildausschnitt	Bauwerk steht möglichst frei, mit viel ruhigem Umfeld oder Himmel.
Perspektive	Ohne starke perspektivische Verzerrung, d.h. Senkrechte bleiben möglichst senkrecht, Ausnahme: bei sehr unruhigem Umfeld oder wenig Freiraum darf eine Froschperspektive gewählt werden, damit mehr ruhiger Himmel abgebildet werden kann.
Beleuchtung	Tageslicht oder frühe Abendstunden, einsetzende Dämmerung. Keine Nachtaufnahmen.
Himmel	Der Himmel sollte möglichst ruhig und klar sein. Das Himmelblau darf aufgehellt werden, damit die Farbe nicht zu gesättigt wirkt. Künstliche Sonnenstrahleffekte im Himmel sind nicht erlaubt.
Stil	photorealistische 3D-Illustration oder Foto



Die Bildwelt – 3. Situationen

In Situationen lässt sich unser Anspruch an unsere Services und Produkte besonders gut und verständlich zeigen. Die Situationen können sich sowohl aus der Arbeitswelt als auch aus der Kundenwelt ergeben. Die situativen Aufnahmen zeichnen sich durch Klarheit und Dynamik aus.

a) Details



Motiv

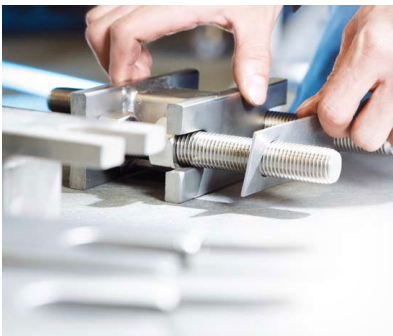
z. B. Situationen aus Beratung, Entwicklung oder Produktion. Die Situationen sollten dabei die Werte von Schöck (Innovation, Kompetenz, Serviceorientierung, Lösungsorientierung und Qualitätsbewusstsein) transportieren.

Bildausschnitt

Nahaufnahme, dynamischer Ausschnitt aus einer Situation, allerdings sollten Senkrechte auch senkrecht bleiben (kein Kippen der Bilde).

Schärfe

Geringe Schärfentiefe, Fokus und Schärfe liegen auf dem interessanten Detail.



Perspektive

Die Aufnahme sollte Tiefe aufweisen.

Hintergrund

möglichst ruhig und hell

Beleuchtung

Situation ist natürlich und gut ausgeleuchtet.

Stil

Foto



b) Totale



Motiv	z. B. Situationen aus Bau und Konstruktion sowie Service und Logistik. Die Situationen sollten dabei die Werte von Schöck (Innovation, Kompetenz, Serviceorientierung, Lösungsorientierung und Qualitätsbewusstsein) transportieren.
Bildausschnitt	Totale
Perspektive	dynamisch anmutende Normalperspektive
Beleuchtung	Außenaufnahmen bei Tageslicht, keine Nacht- oder Dämmerungsaufnahmen, Innenaufnahmen bei neutraler und natürlicher Beleuchtung
Himmel	Der Himmel sollte möglichst ruhig und klar sein. Das Himmelblau darf aufgehellert werden, damit die Farbe nicht zu gesättigt wirkt. Künstliche Sonnenstrahleffekte im Himmel sind nicht erlaubt.
Stil	Foto

Die Bildwelt – 4. Produktmotive

Unsere Produktmotive, die wir auf den Titelseiten der Produktbroschüren, in Anzeigen, im Produktkatalog und auf Bannern verwenden, wurden 2017 mit einem umfassenden Konzept überarbeitet. Diese Maßnahme wurde aus dem Markenrefresh auf Basis der Markenpositionierung abgeleitet. Die fotorealistischen 3D-Illustrationen zeigen eine Kombination aus Lebenswelt und Konstruktion. Sie sind für ein wichtiges Mittel zur Visualisierung des Produkt- bzw. Kundennutzens mit gleichzeitig hohem Wiedererkennungswert.



Motiv

Attraktive, moderne Architektur. Diese soll so weit wie möglich so gestaltet sein, damit sie international nutzbar oder leicht dahingehend adaptierbar ist. Abkehr von der bisherigen Darstellung der Produkte in der Lupe, da auf diese Weise die gewünschte Darstellung im System oder im Verbund nicht möglich ist. Personen im Bild müssen eine logische Funktion erfüllen. Keine Querschnitte durch das Gebäude. Es wird stattdessen der Blick durch das Gebäude auf das Produkt oder System ermöglicht. Sozusagen der Röntgenblick. (Detailtiefe ohne Anspruch auf absolute technische Genauigkeit)



Beleuchtung

Der Look soll lebendig und natürlich wirken. Die Farben orientieren sich an der Bildwelt und sind warm gehalten.

Stil

fotorealistische 3D-Illustration. Die Produktdarstellung befindet sich auf einer eigenen Ebene und kann ausgetauscht oder angepasst werden, ohne das komplette Bild ändern zu müssen – das ist wichtig für internationale Nutzung, falls dort für die Anwendung andere Produkte eingesetzt werden müssen.



Anforderungen für die Motiverstellung

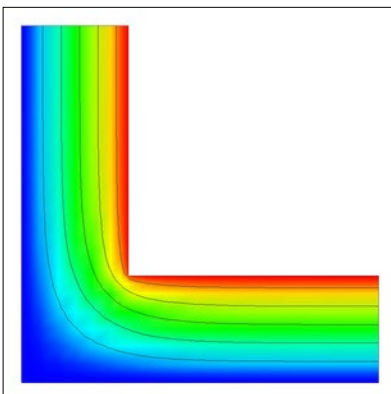
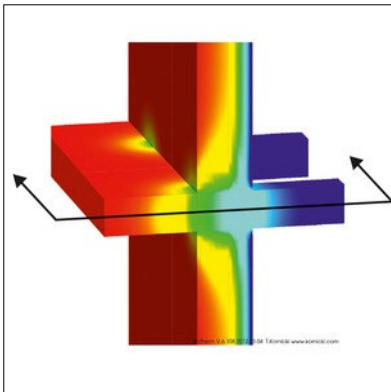
Motive müssen so angelegt werden, dass sie im Hoch- und Querformat eingesetzt werden können, empfohlen wird ein quadratisches Format.

Die Bildwelt – 5. Technische Abbildungen

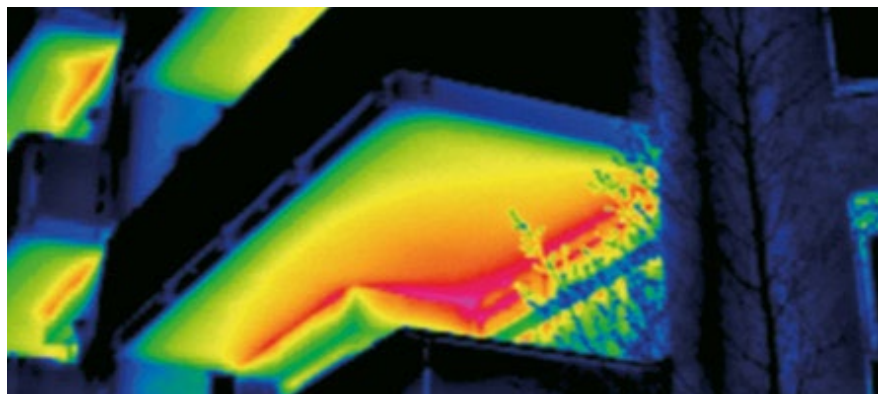
Um die Funktion und den Nutzen unserer Produkte verständlicher zu kommunizieren, greifen wir auf unterschiedliche technische Abbildungen zurück.

Technische Darstellungen werden zur Visualisierung von technischen Zusammenhängen eingesetzt. Sie dürfen nicht als Aufmacher-Bilder verwendet werden. Vom Einsatz in Übersichten, beispielsweise auf der Webseite, ist abzusehen damit diese aufgrund der vielen unterschiedlichen Bildstile nicht zu unharmonisch wirken. Darüber hinaus findet keine Veränderung von Produktmotiven für technische Anforderungen statt.

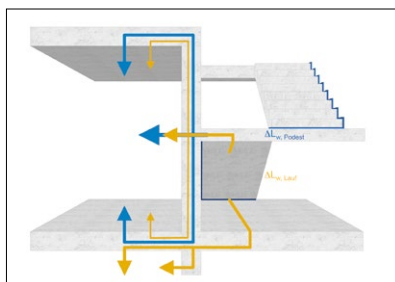
a) Thermografische Darstellung



Motiv	Schöck-Produkt im Einsatz, illustrative Darstellung
Bildausschnitt	Der Sachverhalt soll im Fokus stehen und die Eigenschaften des Produktes hervorheben.
Stil	Thermografische Abbildung (Foto, Illustration)
Rahmen	Bei freigestellten Darstellungen wird ein Rahmen um das Bild gelegt. Im Web mit einer Stärke von 1 px und im Printbereich mit 0,5 pt in der Farbe Schwarz.



b) Schematische Darstellung



Motiv

Technischer Sachverhalt

Bildausschnitt

Der Bildausschnitt sollte so gewählt werden, dass der Sachverhalt klar und deutlich kommuniziert werden kann.

Stil

Illustrativ, technische Zeichnung

Rahmen

Bei freigestellten Darstellungen wird ein Rahmen um das Bild gelegt. Im Web mit einer Stärke von 1 px und im Printbereich mit 0,5 pt in der Farbe Schwarz.

