



## **Bildwelt Internet-Relaunch.** **Richtlinien und Anwendungsbeispiele.**

Februar 2018

Was Sie hier in Händen halten, ist das Gesicht von Schöck. In all seinen Facetten definiert und dokumentiert. Eine Richtlinie und Arbeitsgrundlage für Marketing und Gestaltung, die dadurch lebendig wird, dass sie jeden Tag gelebt wird.

Helfen Sie mit, die Corporate-Design-Richtlinien von Schöck in die Tat umzusetzen. Wenn Sie konsequent und verantwortungsbewusst damit arbeiten, wird unser Corporate Design für uns, für das Unternehmen Schöck, weiterarbeiten.

Sie können zu einem Mitgestalter unserer Marke werden. Hier und jetzt!

# Inhaltsverzeichnis

04 **Grundlagen:** Die Bildwelt

## **Bildwelt Internet-Relaunch**

05 Highlight-Themen

06 Headerbilder

07 Elementebilder

08 Mitarbeiterbilder

09 Produkttypenbilder

10 Bilder allgemein

11 Karriere-Element

12 Hörbar-Element

13 Referenzbilder

14 Auszeichnungen

15 Kontakt

# 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

### ① 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 lizenzenfreien und lizenzpflchtigen Bildern. Während lizenzenfreie Bilder nach einmaliger Zahlung für jede Anwendung und beliebig viele Projekte genutzt werden können, werden lizenzpflchtige Bilder für jede Verwendung einzeln lizenziert und berechnet. Lizenzenfreie Bilder berechnen sich nach der Datei-Größe, die Kosten für lizenzpflchtige Bilder sind von mehreren Faktoren (Medium, eingesetzte Größe, Nutzungszeitraum, Auflage etc.) abhängig. Sie sind in der Regel teurer, können aber im Gegensatz zu lizenzenfreien 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.

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

## Highlight-Themen

Die Highlight-Bühne befindet sich immer an erster Stelle auf der Startseite. In diesem Element werden langlebige Themen und große Neuheiten, mit hochwertigem Bildmaterial dargestellt.



Bildformat	16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB
Motiv	Keine Produktmotive, zum Thema passende Motive
Bildaufbau	Bildmotiv rechts, keine wichtigen Bildelemente am oberen Bildrand. Bei Referenzaufnahmen ist darauf zu achten, dass eine Bildtiefe durch Vorder-, Mittel- und Hintergrund entsteht.
Stil	Hochwertiges Bildmaterial, Renderings, professionell erstelltes Bildmaterial, keine Produktfotografie

### INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt

## Headerbilder

Für den Einstieg in die vielfältigen Rubriken der neuen Internetseitenstruktur werden sogenannte „Headerbilder“ platziert wie beispielsweise in der Produktrubrik oder Karriererubrik. Diese bestehen aus einer oder mehreren Seiten und sind thematisch in sich geschlossen. Die Headerbilder geben eine schnelle visuelle Orientierung um den folgenden Inhalt der Rubrik bildlich unterstützen.



Bildformat	16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB
Motiv	Produktmotive für den Produkteinstieg, Produkttypenbilder für die Produkttypenseiten (siehe 5. Produkttypenbilder), zur Rubrik thematisch passende Motive
Bildaufbau	keine wichtigen Bildelemente am oberen Bildrand
Stil	Hochwertiges Bildmaterial, Renderings, professionell erstelltes Bildmaterial



### ❶ INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt

## Elementbilder

Die neue Internetseite baut sich modular aus Elementen auf. Dabei wird auf bestehende und neue Elemente zurückgegriffen, wie beispielsweise Zielgruppenelement oder Boxenteaserelement. Die Elemente sind Bestandteile von den einzelnen Rubriken. Die Bilder in diesen Elementen werden rubrikübergreifend mit den gleichen Gestaltungsvorgaben umgesetzt.



Bildformat

16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB

### INFO

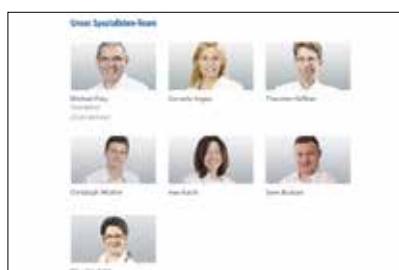
- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt und bestehende Bildkonzepte. Bildkonzepte können untereinander gemischt werden, die Wiedererkennung geht vor.

## Mitarbeiterbilder

**Um Schöck im Internetauftritt ein Gesicht zu geben werden in unterschiedlichen Rubriken und Elementen Fotos von Mitarbeitern eingesetzt. Menschen schauen gerne auf Menschen. Daher muss diese Bildwelt mit besonderer Sorgfalt umgesetzt werden, die sich beispielsweise in dem Kontakt-Element, Erfahrungsberichten oder der Kontaktrubrik wiederfindet.**



Bildformat	16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB
Bildausschnitt	Großaufnahme (Close-up) bzw. Büste / Schulterstück, Kopf oben nicht angeschnitten, Hals mindestens bis Schlüsselbein sichtbar, maximal bis Achsel
Ausdruck	Blick in die Kamera, Kameraposition auf Augenhöhe oder etwas darunter entspannte Haltung, sympathischer 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



### INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt.

## Produkttypenbilder

**Produkttypenbilder kommen in erster Linie auf den Produkttypenseiten als Headerbild zum Einsatz, sowie an allen Stellen, wo die Produkttypen prominent – in Form einer Kachelnavigation – verlinkt werden.**



Bildformat	16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB
Motiv	Einzelobjekt
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	Produkt steht freigestellt auf Weiß, mit Schatten
Stil	Renderings oder Foto
Beleuchtung	Objekt ist komplett gut ausgeleuchtet

### INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt.

## Bilder allgemein

**Bilder können auf jeder Seite mit eingebunden werden. Die Darstellung und Bildgröße kann variiert werden. Zusätzlich können Bilder auch innerhalb eines Bilder-Sliders eingebunden werden.**



Bildformat

Möglichst querformat 16:9 1920 x 1080 px 72dpi RGB



### ! INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt und bestehende Bildkonzepte.

## Karriere-Element

**Das Karriere-Element soll vor allem auf der Startseite eingesetzt werden. Es können einzelne Stellenanzeigen damit beworben werden oder der komplette Karriere-Bereich.**



Bildformat	1:1 960 x 960 px 72dpi RGB
Motiv	Personen, entsprechend dem Bildkonzept Personalmarketing, freigestellt
Bilddaufbau	Person rechts ausgerichtet, idealerweise mit Blick zur Bildmitte, Bildmotiv freigestellt, da im Element einen Verlaufshintergrund hinterlegt ist

### INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt.

## Hörbar-Element

Die Hörbar ist ein individuell gestaltetes Element speziell für die Tronsole-Rubrik.



Bildformat	1:1 960 x 960 px 72dpi RGB
Hintergrund	Verlaufshintergrund bereits im Element hinterlegt, Bild freigestellt
Stil	Foto

### INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt.

## Referenzbilder

**Referenzbilder kommen in erster Linie in der Referenzrubrik zum Einsatz, sowie an allen Stellen, wo die Referenzen prominent – in Form eines Referenzelements – verlinkt werden.**



### INFO

- Zu beachten ist immer die allgemeine Schöck Bildwelt.

Bildformat	16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB
Motiv	fertiges Bauwerk, Architektur
Bildausschnitt	Bauwerk steht möglichst frei, mit ruhigem Umfeld oder Himmel, mindestens ein Querformat für die Übersichtsseite wird benötigt
Perspektive	Ohne starke perspektivische Verzerrung, d.h. Senkrechte bleiben 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	fotorealistische 3D-Illustration oder Foto
Soll die Referenz auch als Highlight-Thema verwendet werden, müssen zusätzlich die Kriterien für Highlight-Bilder erfüllt sein.	

## Auszeichnungen

**Auszeichnungen kommen an zwei Stellen zum Einsatz, im Auszeichnungs-Element sowie im Karriere-Element.**



Bildformat	16:9 querformat 1920 x 1080 px 72dpi RGB
Motiv	Logo
Hintergrund	weiß



## Ansprechpartner

**Das Corporate Design von Schöck bietet die Systematik, die eine stringente Kommunikation braucht. Aber so wie ein Unternehmen nie stillstehen kann, so kann auch seine Kommunikation nie verharren. Deshalb sind wir immer und gerne offen für Ihre Fragen, Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge. Denn gemeinsam wollen wir nur eines: die Marke Schöck immer weiter nach vorne bringen.**

Ihr Ansprechpartner:

Christina Riedl  
Internet Koordinatorin  
Telefon: +49 7223 967 326  
E-Mail: christina.riedl@schoeck.de

Nadine Seifried  
Internet Koordinatorin  
Telefon: +49 7223 967 128  
E-Mail: nadine.seifried@schoeck.de

Schöck AG  
Vimbucher Straße 2  
76534 Baden-Baden  
Telefon: +49 7223 967 - 0  
Telefax: +49 7223 967 - 470  
[schoeck@schoeck.com](mailto:schoeck@schoeck.com)  
[www.schoeck.de](http://www.schoeck.de)

