

Thema Kapitel

Das Logo 1

Die Schrift 2

Die Farben 3

Die Bildsprache 4

Die Gestaltung 5

Die Störer 6

Die Geschäfts-
ausstattung 7

Anhang 8

Stand 2003

Langenscheidt

Corporate Design

Manual

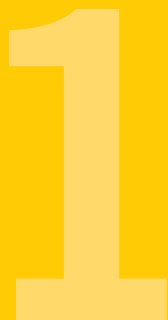
Einführung	2	Die Bildsprache	4	Die Störer	6
		Wörterbücher und Selbstlernmaterial	11	Beispiele	42
Das Logo	1			Die Geschäftsausstattung	7
Entwicklung seit den Anfängen	3	Die Gestaltung	5	Briefpapier, Kuverts, Visitenkarte	44
Die Wort-/Bildmarke	4	Inhalt	12	Mappen	45
Die Spange	5	Wörterbücher			
Die Spange mit Zusätzen	6	Allgemeinsprachliche Wörterbücher	13		
Logo-Stand auf der U 1	7	Fachwörterbücher	16		
		e-Wörterbücher	19	Anhang	8
Die Schrift	2	Selbstlernmaterial		Infos zu Musterdateien	
Hauschrift – Zusatzschriften	8	Überblick	23		
		Kernprogramm, Business, Reise			
Die Farben	3	Bücher	24		
Hausfarben	9	Audio	27		
Kategoriefarben	10	CD-ROM	31		
		Lektüren	34		
		Hörbücher	36		
		Kids	39		
		Sprachkalender	41		

Das Corporate Design wird geprägt von konstanten Gestaltungselementen. Die Wichtigsten sind Logo, Hausschrift, Hausfarben, Bildsprache und Gestaltungsraster. Auf den folgenden Seiten werden diese Gestaltungselemente vorgestellt.

Schwerpunkt sind die beispielhafte Darstellung und Erläuterung der Produktgestaltung für die Bereiche Wörterbücher und Selbstlernmaterial – vom Buchumschlag bis zur Verpackung. Dabei geht es in erster Linie darum, das durchgängige Gestaltungsprinzip der einzelnen Produktreihen zu verdeutlichen.

Langenscheidt-Produkte werden sukzessive auf das neue Produktdesign umgestellt. Zu den meisten Reihen liegen inzwischen Musterdateien vor. Insofern wurde in diesem Manual auf Typo-, Maß- und Farbangaben verzichtet.

Der Anhang enthält Ausdrücke (z. T. vermaßt) der Titel, zu denen Musterdateien vorliegen.

A large, stylized, light-colored number '1' is positioned in the bottom left corner of the page. It has a thick, blocky font style.

Entwicklung seit den Anfängen	3
Die Wort-/ Bildmarke	4
Die Spange	5
Die Spange mit Zusätzen	6
Logo-Stand auf der U1	7

Entwicklung seit den Anfängen

Die Langenscheidt Verlagsgruppe ist ein international tätiges, traditionsreiches Unternehmen, mit einem breit gefächerten Programm in den Bereichen Sprachen, Wissen, Reisen und Kartografie.

Was 1856 mit Büchern und Selbstlernbriefen begann, umfasst heute ein breites Spektrum von gedruckten und elektronischen Medien bis hin zu Online-Serviceleistungen.

Das Langenscheidt-Logo ist im Laufe der Zeit stets sachlicher und unverwechselbarer geworden. Es gehört heute zu den bekanntesten Markenzeichen.

Die letzte Erneuerung des Langenscheidt Corporate Designs datiert von 1986 – gestaltet von Karl Gerstner, Basel.

Das neue Corporate Design stammt von Independent-Medien-Design, Horst Moser, München.



Entwicklung seit den Anfängen	3
Die Wort-/ Bildmarke	4
Die Spange	5
Die Spange mit Zusätzen	6
Logo-Stand auf der U1	7

Das neue Logo ist eine Weiterentwicklung des bisherigen Logos. Es bleibt eigenständig und unverwechselbar, präsentiert sich jedoch schlanker und moderner.

Das neue Logo gibt es als Bildmarke, als Wort-/Bildmarke und als sog. Spange mit und ohne Zusätzen, in CMYK, s/w und Sonderfarben.

Bild und Wort-/Bildmarke liegen in jeweils 6 Größen (A bis E) vor. Je nach Größe des Logos wurden Linienstärken und Abstände bearbeitet, um eine optimale Darstellung zu erreichen.

Alle Dateien stehen in den Formaten eps, jpg und tif für Mac und PC zur Verfügung.

Wort-/Bildmarke

Einsatz: Selbstlernmaterialien (U 1)

Größe: Es sollte eine Breite von 15 mm nicht unterschreiten.



Langenscheidt



Langenscheidt

Bildmarke

Einsatz: Wörterbücher (U 1 und Rücken), Selbstlernmaterialien (nur Rücken)

Größe: Es sollte eine Breite von 5 mm nicht unterschreiten.



Entwicklung seit den Anfängen	3
Die Wort-/ Bildmarke	4
Die Spange	5
Die Spange mit Zusätzen	6
Logo-Stand auf der U1	7

Die Spange

Die **Langenscheidt-Spange** besteht aus der Bildmarke und einer rechteckigen gelben Fläche mit dem Schriftzug Langenscheidt.

Einsatz:

Lehrwerke (U 1, U 4)

Messen

Werbemittel

Geschäftsausstattung

Größe: Es sollte eine Breite von 30 mm nicht unterschreiten.



Entwicklung
seit den Anfängen 3

Die Wort-/
Bildmarke 4

Die Spange 5

Die Spange
mit Zusätzen 6

Logo-Stand
auf der U1 7

Die Spange mit Zusätzen

Größe: Es sollte eine Breite von 40 mm nicht unterschritten werden.

Fachverlag

Einsatz: Werbemittel, Internet, Messen



Übersetzungsservice

Einsatz: Werbemittel, Internet



Verlagsgruppe

Einsatz: verlagsübergreifende Kommunikationsmittel



...weil Sprachen verbinden

Einsatz: Werbemittel, Displays, Messen



Entwicklung seit den Anfängen	3
Die Wort-/ Bildmarke	4
Die Spange	5
Die Spange mit Zusätzen	6
Logo-Stand auf der U1	7

Logo-Stand auf der U1

Wörterbücher

Hier wird die **Bildmarke** eingesetzt. Sie steht immer oben mittig, die Größe ist abhängig vom jeweiligen Format.



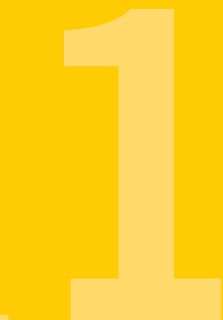
Selbstlernmaterial

Hier wird die **Wort-/Bildmarke** eingesetzt. Sie steht immer unten mittig, die Größe ist abhängig vom jeweiligen Format.



Lehrwerke

Hier wird die **Spange** eingesetzt. Sie steht immer unten mittig, die Größe ist abhängig vom jeweiligen Format.



Hausschrift 8

Zusatzschriften 8

Hausschrift

Als Schrift wurde die Trade Gothic gewählt. Sie wird im Zusammenhang mit dem Namen Langenscheidt auf Produkten und überall dort verwendet, wo das äußere Erscheinungsbild des Verlages geprägt werden soll.

Die Trade Gothic wird in 4 Schriftschnitten angewendet:

Zusatzschriften

Für Kindertitel werden individuelle Schriften verwendet, die der Zielgruppe und dem Thema entsprechen.

Trade Gothic Bold 2

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!»«”“#\$\$%&/()=?*’><@

Trade Gothic Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!»«”“#\$\$%&/()=?*’><@

Trade Gothic Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!»«”“#\$\$%&/()=?*’><@

Trade Gothic Oblique

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890!»«”“#\$\$%&/()=?’><@*

Die gezeigten Schriftschnitte befinden sich auf der CD-ROM »Linotype Gold Edition« Version 1.1.



Hausfarben

Langenscheidt wird heute mit zwei visuellen Grundelementen identifiziert: der Farbe Gelb und dem blauen »L« im Logo.

Gelb ist die dominierende Farbe und wird u. a. eingesetzt im Logo, bei der Produktgestaltung, bei Werbemitteln und auf Messeständen.



CMYK		Sonderfarben	
Druck: Offset Bedruckstoff: Papier, Plastikdecken		Druck: Siebdruck, Zusatzfarbe bei Offset Bedruckstoff: PVC-Decken und Baladek	
		HKS	Pantone
100 % Yellow 20 % Magenta		5	1235 C
100 % Cyan 20 % Magenta 20 % Yellow		48	313 C










Langenscheidt



Langenscheidt

Kategoriefarben

Zur Unterscheidung der verschiedenen Produktgruppen werden Zusatzfarben eingesetzt.

			CMYK Druck: Offset Bedruckstoff: Papier, Plastikdecken	Sonderfarben Druck: Siebdruck, Zusatzfarbe bei Offset Bedruckstoff: PVC-Decken und Baladek
				HKS Pantone
Wörterbücher	blau		100 % Cyan 20 % Magenta 20 % Yellow	48 313 C
Selbstlernmaterial allgem.	gelb		100 % Yellow	2 Process Yellow C
Sprachkurse Grammatiken Wortschatz	blau		70 % Cyan 20 % Magenta	- 299 C
Business	grau		70 % Schwarz	88 45 % 430
Reise	grün		60 % Cyan 79 % Yellow	65 360
Hörbücher Lektüren	dunkelrot		100 % Magenta 60 % Yellow 40 % Schwarz	16 201
Kids	orange		70 % Magenta 100 % Yellow	7 158 C



**Wörterbücher und
Selbstlernmaterial 11****Wörterbücher und Selbstlernmaterial**

Die Bildsprache ist modern und sympathisch.
Die Bilder harmonieren mit der Gelb-Welt von
Langenscheidt und ergeben zusammen mit dem
Layout ein stimmiges Ganzes.



4

Wörterbücher

Allgemeinsprachliche

Wörterbücher

Umschlagseite 1	13
Rücken	14
Umschlagseite 4	15

Fachwörterbücher

Umschlagseite 1	16
Rücken	17
Umschlagseite 4	18

e-Wörterbücher

Verpackung:	
Deckel	19
Boden	21
Booklet, Inlay, CD-Label	22

Selbstlernmaterial

Überblick 23

Kernprogramm, Business, Reise

Bücher

Umschlagseite 1	24
Rücken	25
Umschlagseite 4	26

Audio

Verpackung:	
Deckel	27
Boden	29
Booklet, CD-Label	30

CD-ROM

Verpackung:	
Deckel	31
Boden	32
Booklet, Inlay, CD-Label	33

Selbstlernmaterial

Lektüren

Umschlagseite 1	34
Umschlagseite 4 mit Rücken	35

Hörbücher

Schuber:	
Umschlagseite 1	36
Umschlagseite 4	37
Begleitheft, Covercard, Inlay, CD-Label	38

Kids

Umschlagseite 1	39
Umschlagseite 4 mit Rücken, CD-Label	40

Sprachkalender 41



Allgemeinsprachliche Wörterbücher

Umschlagseite 1 13

Rücken 14

Umschlagseite 4 15

Umschlagseite 1 – Standard

Alle allgemeinsprachlichen Wörterbücher haben das gleiche Grundlayout. Die Elemente sind mittig angeordnet. Logo-, Schriftgrößen und Abstände sind formatabhängig.

Infos zu Musterdateien siehe Anhang.



Varianten



Eine Sprachrichtung



Zusatz Partnerverlag



Wörterbücher mit Bild



Allgemeinsprachliche Wörterbücher

Umschlagseite 1 13

Rücken 14

Umschlagseite 4 15

Rücken – Standard

Der Rückentext steht in Schwarz bündig mit der Logo-Oberkante auf der U1 und seitlich auf Mitte. Er sollte 3 Zeilen nicht überschreiten.

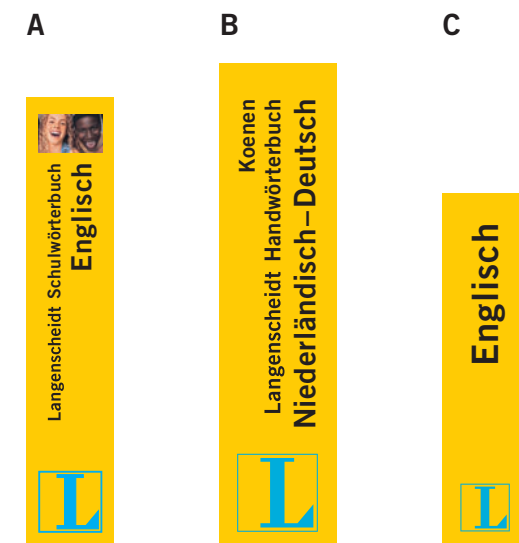
Reihenfolge
Der Rückentext hat immer die gleiche Reihenfolge: Langenscheidt, Reihenbezeichnung, Sprache.

Textbreite
Die gesamte Textbreite entspricht maximal der Logobreite (inkl. Unterlängen).

Titelbezeichnung
Die Sprache wird stärker herausgestellt und ca. 10 Punkt größer gesetzt.

Logo
Die Bildmarke steht unten mittig in der maximalen Breite, wobei sich die Abstände rechts und links zum Steg aus den jeweiligen drucktechnischen Vorgaben ergeben.

Varianten



- A Bild** Bei Wörterbüchern mit Bild auf der U 1 wiederholt sich das Motiv auf dem Rücken.
Langenscheidt Bei schmalen Rücken wird der Verlagsname in einer Zeile vor die Titelbezeichnung gestellt.
- B Zusätze** Bei Zusätzen wie Partnerverlage oder wichtige Autoren wird der Verlagsname Langenscheidt in einer Zeile vor die Titelbezeichnung gestellt.
- C Sprache** Bei kleinen Wörterbuchformaten (ab Universal-Wörterbuch) wird nur noch die Sprache genannt.

Allgemeinsprachliche Wörterbücher

Umschlagseite 1 13

Rücken 14

Umschlagseite 4 15

Umschlagseite 4 – Standard

Der Text ist linksbündig aufgebaut und oben bündig mit dem Rückentext und der Logo-Oberkante auf der Umschlagseite 1.

Variante



Titelbezeichnung

Steht immer am Kopf der Seite und entspricht in Typographie und Farbgebung der Titelbezeichnung auf der U 1.

Linie

Trennt Titelbezeichnung und inhaltliche Beschreibung des Wörterbuchs, blau.

Produktbeschreibung

Die Features sind durch Punkte gekennzeichnet, der Text rückt ein. Wichtige Wörter und Aussagen werden durch Fettung hervorgehoben, schwarz.

Internetadresse

Steht immer im Anschluss an die Produktbeschreibung, blau. Bei Neuerscheinungen wird ein Störer eingesetzt, s. S. 43.

EAN-Code

Steht immer unten mittig, schwarz.



Zusatz

Partnerverlag; Schriftgröße wie Langenscheidt, schwarz.

5

Fachwörterbücher

Umschlagseite 1 16

Rücken 17

Umschlagseite 4 18

Umschlagseite 1 – Standard

Alle Fachwörterbücher haben das gleiche Grundlayout. Die Elemente sind mittig angeordnet. Logo-, Schriftgrößen und Abstände sind formatabhängig.

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*



Zusätze

Stehen in Blau über dem Logo.

Logo/Schriftzug Langenscheidt

Sind als feststehende Einheit definiert und dürfen nicht verändert werden. Die Größe steht in ausgewogener Relation zum Buchformat. Logo blau, Schriftzug Langenscheidt schwarz.

Titelbezeichnung

Gleiche Schriftgröße wie Langenscheidt, blau.

Fondfarbe

Gelb, je nach Druckart und Bedruckstoff als Sonderfarbe oder im CMYK-Modus.

Variante



Zusatz

Partnerverlag, schwarz

Sprachrichtungen

Bei Komplettbänden.

Fachwörterbücher

Umschlagseite 1	16
Rücken	17
Umschlagseite 4	18

Rücken – Standard

Bei Fachwörterbüchern entfällt die Reihenbezeichnung. Der Rückentext steht bündig mit der Logo-Oberkante auf der U1 und seitlich auf Mitte. Er sollte auch bei breiten Rücken 4 Zeilen nicht überschreiten.

Variante

Rückentext
Der Rückentext hat immer die gleiche Reihenfolge: Langenscheidt, Fachgebiet, Sprache.

Textbreite
Die gesamte Textbreite entspricht maximal der Logobreite (inkl. Unterlängen).

Titelbezeichnung
Das Fachgebiet wird stärker herausgestellt und ca. 10 Punkt größer gesetzt.

Logo
Die Bildmarke steht unten mittig in der maximalen Breite, wobei sich die Abstände rechts und links zum Steg aus den jeweiligen drucktechnischen Vorgaben ergeben.

Partnerverlag
Bei Einsatz des Logos.

Fachwörterbücher

Umschlagseite 1 16

Rücken 17

Umschlagseite 4 18

Umschlagseite 4 – Standard

Der Text ist linksbündig aufgebaut und oben bündig mit dem Rückentext und der Logo-Oberkante auf der Umschlagseite 1.

Variante



Titelbezeichnung

Steht immer am Kopf der Seite und entspricht in Typographie und Farbgebung der Titelbezeichnung auf der U 1.

Linie

Trennt Titelbezeichnung und inhaltliche Beschreibung des Wörterbuches, blau.

Produktbeschreibung

Die Features sind durch Punkte gekennzeichnet, der Text rückt ein. Wichtige Wörter und Aussagen werden durch Fettung hervorgehoben, schwarz.

Internetadresse

Steht immer im Anschluss an die Produktbeschreibung, blau. Bei Neuerscheinungen wird ein Störer eingesetzt, s. S. 43.

EAN-Code

Steht immer unten mittig, schwarz.



Zusatz

Partnerverlag, Schriftgröße wie Langenscheidt, schwarz.

5

Stand 2003

e-Wörterbücher auf CD-ROM

Verpackung:
Deckel – Standard 19

Verpackung:
Deckel – Varianten 20

Verpackung:
Boden 21

Booklet, Inlay,
CD-Label 22

Verpackung: Deckel – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U1 der Print-Wörterbücher. Abweichungen sind gekennzeichnet, Farbaufbau in CMYK.

Infos zu Musterdateien siehe Anhang.



e-Wörterbücher auf CD-ROM

Verpackung:
Deckel – Standard 19

Verpackung:
Deckel – Varianten 20

Verpackung:
Boden 21

Booklet, Inlay,
CD-Label 22

Verpackung: Deckel – Varianten

e-Fachwörterbuch

Titelbezeichnung

Mit Reihenbezeichnung, max. 4 Zeilen.



Titelbezeichnung

Analog U 1 Printausgabe.

e-Handwörterbuch

Gestaltung

Analog e-Taschenwörterbücher.



e-Wörterbücher auf CD-ROM

Verpackung: Deckel – Standard 19

Verpackung: Deckel – Varianten 20

Verpackung: Boden 21

Booklet, Inlay, CD-Label 22

Verpackung: Boden – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U4 der Print-Wörterbücher (s. S. 15) und wurde dem Verpackungsformat angepasst. Abweichungen sind gekennzeichnet.



Windows-Symbol

Schwarz

Copyright

Linksbündig, schwarz.

CD-Abbildung

Duplex Magenta/Schwarz.

Screenshot

Beispielhafte Darstellung, 4c.

Systemvoraussetzungen

Headline rot, Text schwarz, linksbündig.

EAN-Code

Platzierung rechtsbündig mit Screenshot, schwarz.

Grüner Punkt

Schwarz, gerastert.

Variante Fachwörterbücher



Gestaltung

Typo wie U4 der Printausgabe, Abweichungen siehe Verpackung: Boden – Standard.

e-Wörterbücher auf CD-ROM

Verpackung:
Deckel – Standard 19

Verpackung:
Deckel – Varianten 20

Verpackung:
Boden 21

Booklet, Inlay,
CD-Label 22

Booklet, Inlay, CD-Label – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der Verpackung. Abweichungen sind gekennzeichnet.

Booklet



U 4

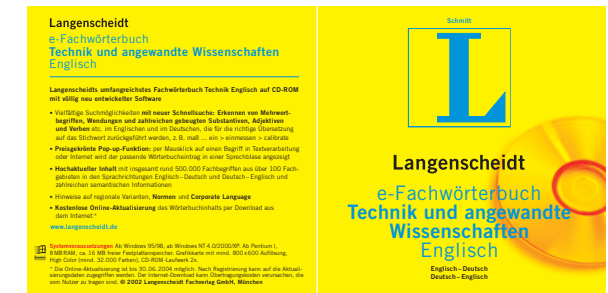
Analog Verpackung, ohne Screenshot, EAN-Code, Grüner Punkt.

U 1

Analog U 1 Deckel, ohne Verkaufsvorteile und Störer.

Variante Fachwörterbücher

Booklet



Inlay

Seitenteile
Reihenbezeichnung entfällt.

Inlay



Gestaltung

Analog Booklet U 4.

Seitenteile

Text einzeilig, Langenscheidt vor Titelbezeichnung.

CD-Label



Logo

Bildmarke, Platzierung oben mittig.

Copyright

Text linksbündig, schwarz.

Langenscheidt/
Titelbezeichnung

Analog U 1 Deckel Verpackung.

Symbole

Schwarz

Farbaufbau

3-farbig, Sonderfarben.

CD-Label



Selbstlernmaterial

Überblick 23

Bücher:
Umschlagseite 1 24

Bücher:
Rücken 25

Bücher:
Umschlagseite 4 26

Es gibt Selbstlernmaterialien in folgenden Gestaltungskonzepten:

- Kernprogramm (Sprachkurse, Grammatiken, Wortschatz), Business, Reise
- Hörbücher, Lektüren
- Kids
- Sonstiges.

Innerhalb einer Gruppe haben die Produkte in allen Bestandteilen (Bücher, Verpackungen, CD-Label etc.) das gleiche Grundlayout. Je nach Bedruckstoff werden die Farben in CMYK, HKS oder Pantone angelegt.

Infos zu Musterdateien siehe Anhang.

Kernprogramm



Business



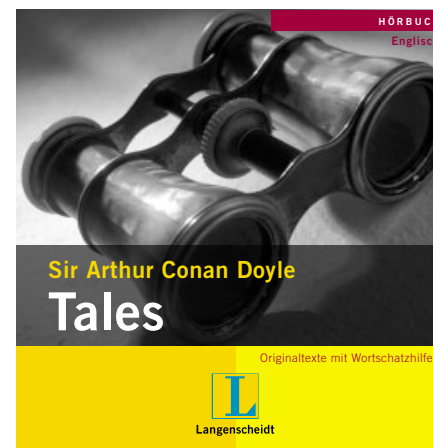
Reise



Lektüren



Hörbücher



Kids



Sprachkalender



Selbstlernmaterial

Überblick 23

Bücher:
Umschlagseite 1 24

Bücher:
Rücken 25

Bücher:
Umschlagseite 4 26

Umschlagseite 1 – Standard

Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.



Kategoriebalken

Spezielle Kennfarbe für jede Produktgruppe, hier Blau für das Kernprogramm (Sprachkurse, Grammatiken, Wortschatz).

Abbildung

Motivierende Bilder, themenspezifisch, 4 c.

Fondfarbe

Gelb: 100 % Yellow, 20 % Magenta

Titelbalken

Farbe analog Kategoriebalken. Verlagsname Langenscheidt steht separat, 100 % Yellow. Titelbezeichnung i. d. R. zweizeilig, zweite Zeile links mit Einzug; negativ weiß.

Subline

Kurze Erläuterung zum Inhalt bzw. zur Zielgruppe.

Fondfarbe

Gelb: 100 % Yellow.

Fondtext

Gestaltungselement, Texte produktgruppenspezifisch, hier Sprachkurse.

Logo

Platzierung unten mittig, Größe abhängig vom Buchformat.

Varianten



Kernprogramm

Variante ohne Bild.

Titelbezeichnung

Steht die Sprache am Ende einer Titelbezeichnung, wird sie größer herausgestellt.



Reise

Kennfarbe grün. Bezeichnung Reise im Kategoriebalken in Versalien, weiß.

Fondtext

Reisespezifisch



Business

Kennfarbe grau. Bezeichnung Business im Kategoriebalken in Versalien, weiß.

Fondtext

Aus dem Bereich Business.



Selbstlernmaterial

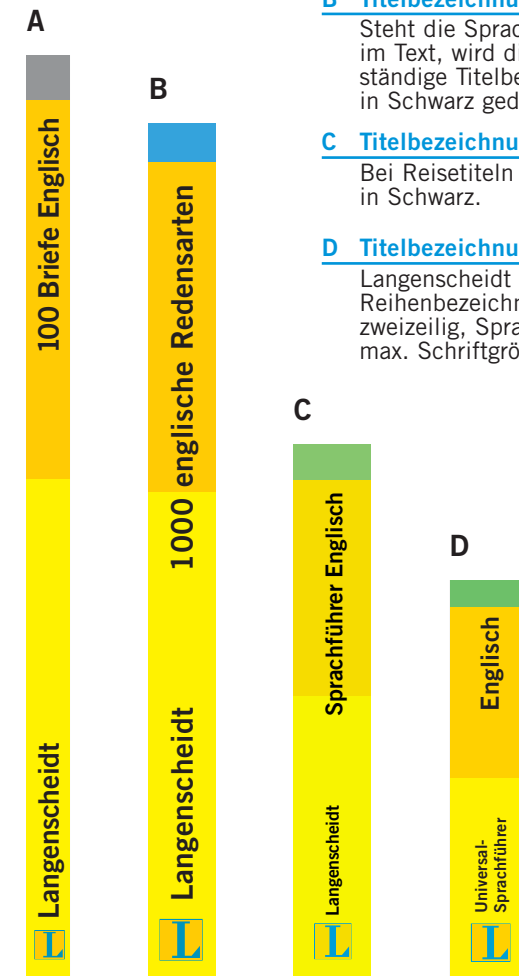
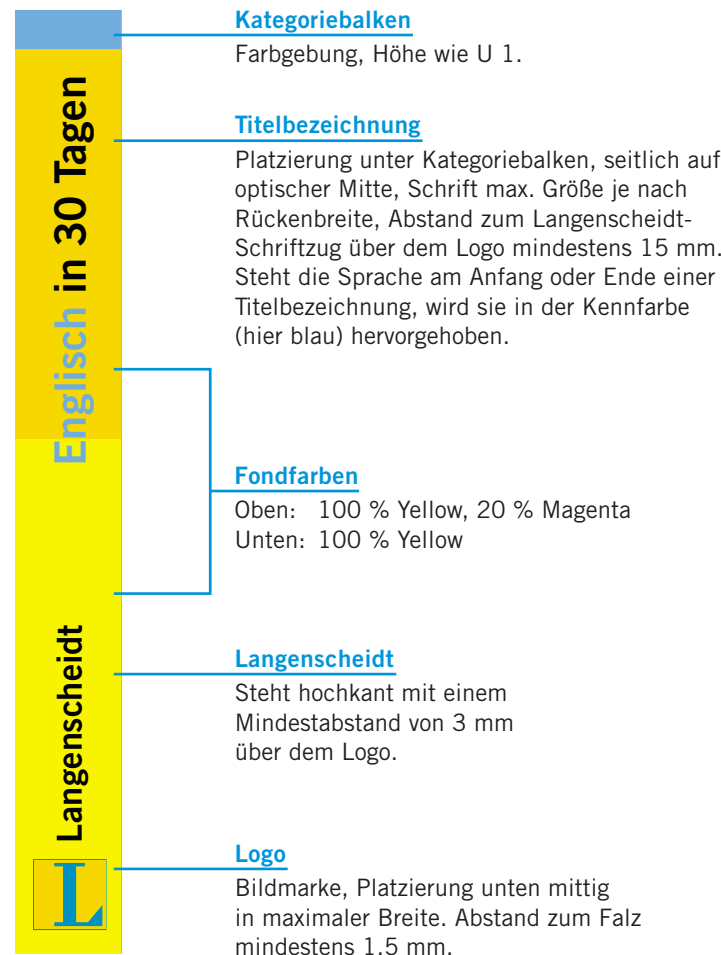
Überblick 23

Bücher:
Umschlagseite 1 24

Bücher:
Rücken 25

Bücher:
Umschlagseite 4 26

Rücken – Standard



Varianten

- A Titelbezeichnung**
Bei schmalen Rücken Titelbezeichnung vollständig in Schwarz.
- B Titelbezeichnung**
Steht die Sprache mitten im Text, wird die vollständige Titelbezeichnung in Schwarz gedruckt.
- C Titelbezeichnung**
Bei Reisetiteln vollständig in Schwarz.
- D Titelbezeichnung**
Langenscheidt entfällt, Reihenbezeichnung zweizeilig, Sprache max. Schriftgröße.

Selbstlernmaterial

Überblick 23

Bücher:
Umschlagseite 1 24

Bücher:
Rücken 25

Bücher:
Umschlagseite 4 26

Umschlagseite 4 – Standard



Kategoriebalken

Analog U 1.

Titelbezeichnung

Typo analog zur U 1, proportional verkleinert, schwarz.

Steht die Sprache am Anfang oder Ende einer Titelbezeichnung wird sie in der Kennfarbe (hier blau) hervorgehoben.

Fondfarben

Oben: 100 % Yellow, 20 % Magenta
Unten: 100 % Yellow

Produktbeschreibung

Vor jeder Produktaussage steht mittig ein roter Punkt, der Text rückt ein. Text linksbündig, Heraushebung wichtiger Wörter und Aussagen durch Fettung, schwarz.

Internet-Adresse

Steht im Anschluss an die Produktbeschreibung, schwarz. Bei Neuerscheinungen wird ein Button eingesetzt, siehe Seite 43.

EAN-Code

Steht immer unten mittig, schwarz.

Varianten



Reise

Kategoriebalken analog U 1.



Business

Kategoriebalken analog U 1.



Selbstlernmaterial:
Audio

Verpackung:
Deckel – Standard 27

Verpackung:
Deckel – Varianten 28

Verpackung:
Boden – Standard 29

Booklet,
CD-Label 30

Verpackung: Deckel – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U1 der Bücher (s. S. 25) und wird dem Verpackungsformat angepasst. Abweichungen sind gekennzeichnet, Farbaufbau in CMYK.

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*

Kategoriebalken
Analog U 1

Titelbezeichnung
Text linksbündig, Sprache größer, farbig hervorgehoben (hier Blau für Kernprogramm).
Texthöhe max. Logohöhe, 3 Zeilen.

Logo
Bildmarke max. Höhe, rechtsbündig.

Medien
Beschreibung und Symbole rechtsbündig unter dem Kategoriebalken.

Medien
Bezeichnung und Symbole, Platzierung rechtsbündig unter dem Kategoriebalken.

Rückentext
Einheitliche Reihenfolge:
Verlagsname, Titelbezeichnung rechtsbündig, schwarz.
Steht die Sprache am Anfang oder am Ende einer Titelbezeichnung, wird sie größer herausgestellt (ca. 10 Punkt) und in der Kennfarbe (hier blau) gedruckt.
Maximale Schriftgröße.
Textbreite max. Logobreite.

Logo
Bildmarke max. Breite, mittig; Größe auf allen Seitenteilen identisch.

Selbstlernmaterial:
Audio

Verpackung:
Deckel – Standard 27

Verpackung:
Deckel – Varianten 28

Verpackung:
Boden – Standard 29

Booklet,
CD-Label 30

Verpackung: Deckel – Varianten

Reise



Business



Selbstlernmaterial:
Audio

Verpackung:
Deckel – Standard 27

Verpackung:
Deckel – Varianten 28

Verpackung:
Boden – Standard 29

Booklet,
CD-Label 30

Verpackung: Boden – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U4 der Bücher (s. S. 25) und wurde dem Verpackungsformat angepasst. Abweichungen sind gekennzeichnet. Farbaufbau in CMYK.



Kategoriebalken

Kennfarbe, Höhe wie Deckel, Platzierung links abfallend.

Varianten



Reise



Business



Selbstlernmaterial:
Audio

Verpackung:
Deckel – Standard 27

Verpackung:
Deckel – Varianten 28

Verpackung:
Boden – Standard 29

Booklet,
CD-Label 30

Booklet, CD-Label – Standard

Booklet



Medien

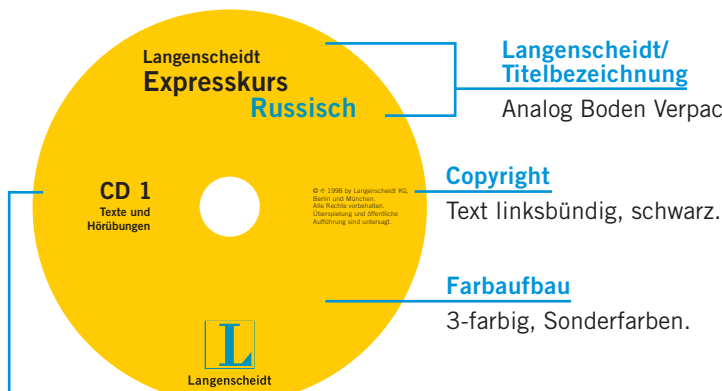
U 1

Analog Deckel
Verpackung,
ohne Bild oben links.

U 4

Analog Boden Verpackung, ohne EAN-Code.

CD-Label



Langenscheidt/
Titelbezeichnung

Analog Boden Verpackung.

Copyright

Text linksbündig, schwarz.

Farbaufbau

3-farbig, Sonderfarben.

Inhalt

Inhaltliche Anga-
ben, rechtsbündig.

Logo

Wort-/Bildmarke, Platzierung unten mittig.

Variante – Reise

Booklet – U 1



Inlay



CD-Label



Selbstlernmaterial:
CD-ROM

Verpackung:
Deckel 31

Verpackung:
Boden 32

Booklet, Inlay,
CD-Label 33

Verpackung: Deckel – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U 1 der Bücher sowie dem Deckel der Audio-Produkte (s. S. 27). Abweichungen sind gekennzeichnet, Farbaufbau in CMYK.

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*



Medien

Beschreibung und Symbole, Platzierung rechtsbündig unter dem Kategoriebalken.

Störer Zusatznutzen

Platzierung variabel, rot, Schrift weiß.

CD-Abbildung

Variante – Business



Selbstlernmaterial:
CD-ROM

Verpackung:
Deckel 31

Verpackung:
Boden 32

Booklet, Inlay,
CD-Label 33

Verpackung: Boden – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U 4 der Bücher sowie dem Boden der Audio-Produkte (s. S. 29). Abweichungen sind gekennzeichnet, Farbaufbau in CMYK.



Technische Symbole

Variante – Business



Systemvoraussetzungen

Platzierung unter Internet-Adresse, linksbündig, schwarz.

5

Selbstlernmaterial:
CD-ROM

Verpackung:
Deckel 31

Verpackung:
Boden 32

Booklet, Inlay,
CD-Label 33

Booklet, Inlay, CD-Label – Standard

Booklet



Medien

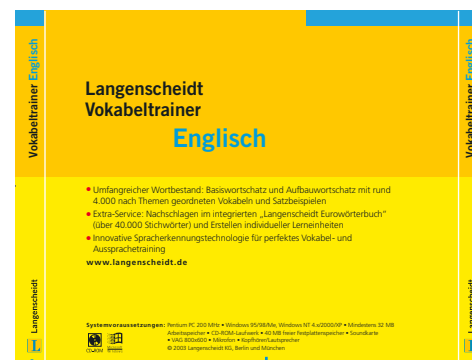
U 1

Analog Deckel
Verpackung,
ohne Bild oben links.

U 4

Analog Boden Verpackung, ohne EAN-Code.

Inlay



Seitenteile

Gestaltung

Analog Booklet.

Text einzeilig, Sprache
in Kennfarbe (hier blau).

CD-Label



Langenscheidt/
Titelbezeichnung

Analog Deckel U 1
Verpackung.

Copyright

Text linksbündig,
schwarz.

Farbaufbau

3-farbig, Sonderfarben.

Logo

Wort-/Bildmarke, Platzierung unten mittig.

Varianten – Business

Booklet



Inlay



CD-Label



Selbstlernmaterial:
Lektüren

Umschlagseite 1 34

Umschlagseite 4
mit Rücken 35

Umschlagseite 1 – Standard

Alle Lektüren haben das gleiche Grundraster, Farbaufbau in CMYK.

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*



Kategoriebalken

Kennfarbe dunkelrot, Kategoriebezeichnung in Versalien, weiß.

Sprache

Rechtsbündig, je nach Bildkontrast weiß bzw. in der Kennfarbe.

Abbildung

Themenspezifisch, s/w.

Titelbalken

Transparent, abgedunkelt.

Langenscheidt

Steht separat in einer Zeile, 100 % Yellow + 20 % Magenta.

Titelbezeichnung

Einzug, Schrift max. Größe, negativ weiß.

Subline

Erläuterung zum Inhalt, Text rechtsbündig, dunkelrot.

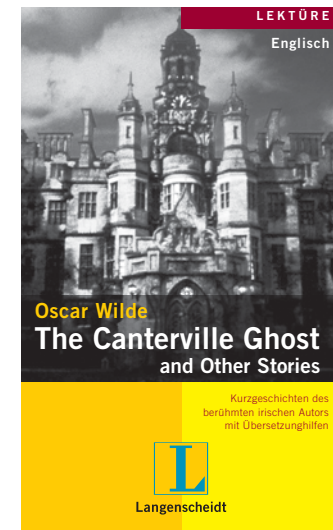
Fondfarben

Zweigeteilte Fläche, rechts 100 % Yellow, links 100 % Yellow + 20 % Magenta.

Logo

Wort-/Bildmarke, Platzierung unten mittig, Standardgröße.

Variante



Autor

Bei Nennung des Autors entfällt der Verlagsname Langenscheidt.

Titelbezeichnung

Zweizeilig, 2. Zeile mit Einzug, Schriftgröße wie Autor.

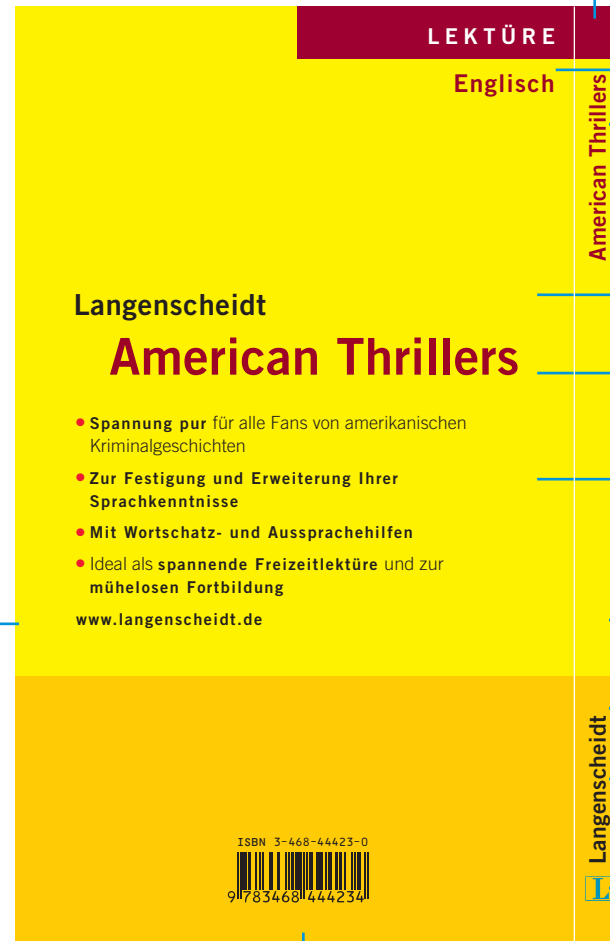


Selbstlernmaterial:
Lektüren

Umschlagseite 1 34

Umschlagseite 4
mit Rücken 35

Umschlagseite 4
mit Rücken – Standard



Internet-Adresse

Steht im Anschluss an den beschreibenden Text. Bei Neuerscheinungen wird ein Button eingesetzt, s. S. 43.

Kategoriebalken

Analog U 1, auf dem Rücken entfällt die Kategoriebezeichnung.

Sprache

Rechtsbündig, dunkelrot.

Titelbezeichnung

Schrift maximale Größe, oben bündig mit der Sprachangabe auf der U 4: seitlich auf optische Mitte, Abstand zum Falz mindestens 1,5 mm, dunkelrot.

Langenscheidt

Linksbündig, schwarz.

Titelbezeichnung

Einzug analog U 1, proportional kleiner, dunkelrot.

Produktbeschreibung

Wichtige Wörter und Aussagen werden hervorgehoben. Text linksbündig. Jeder Produktaussage wird ein roter Punkt vorangestellt.

Fondfarben

Oben: 100 % Yellow, 20 % Magenta
Unten: 100 % Yellow

Langenscheidt

Steht hochkant über dem Logo, gleiche Schriftgröße wie Titelbezeichnung, schwarz.

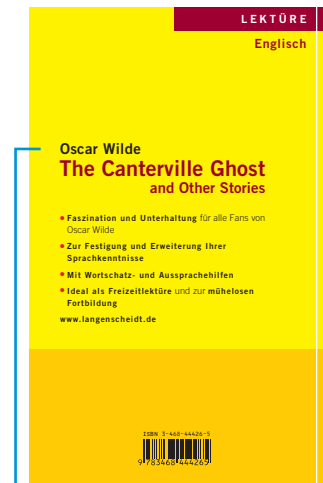
Logo

Bildmarke, Standardgröße.

EAN-Code

Platzierung unten mittig, schwarz.

Variante



Autor

Steht vor dem Titel, gleiche Schriftgröße, schwarz.

Autor

Bei Nennung des Autors entfällt der Verlagsname Langenscheidt.



Selbstlernmaterial:
Hörbücher

Schuber:
Umschlagseite 1 36

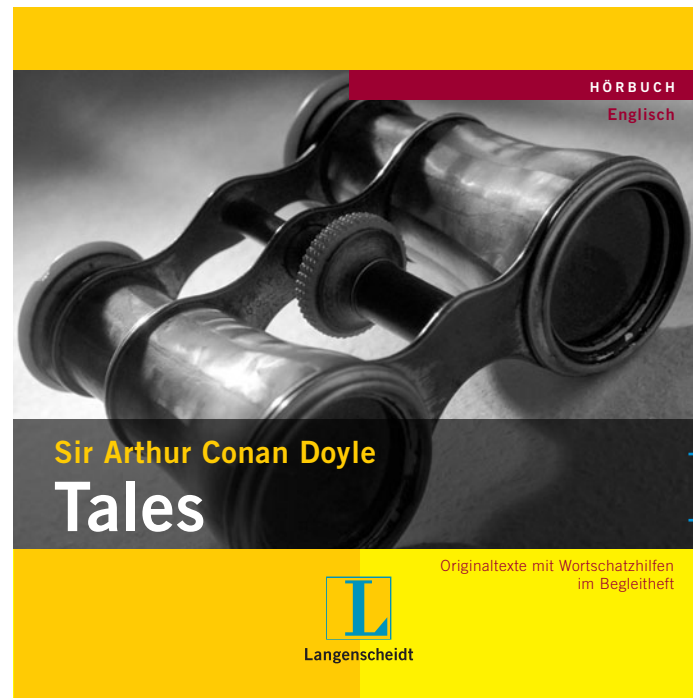
Schuber:
Umschlagseite 4 37

Begleitheft,
Covercard, Inlay,
CD-Label 38

Schuber: Umschlagseite 1 – Standard

Das Gestaltungsraster der Hörbücher entspricht im Wesentlichen dem der Lektüren (s. S. 34). Abweichungen sind gekennzeichnet.

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*



Autor

Steht separat in einer Zeile,
100 % Yellow + 20 % Magenta.

Titelbezeichnung

Bei kurzen Titeln erfolgt die
Platzierung linksbündig unter
den Autorennamen.

Variante



Titelbezeichnung

Zweizeilig, 2. Zeile
mit Einzug, optisch
platziert, Schriftgröße
wie Autor.

5

Selbstlernmaterial:
Hörbücher

Schuber:
Umschlagseite 1 36

Schuber:
Umschlagseite 4 37

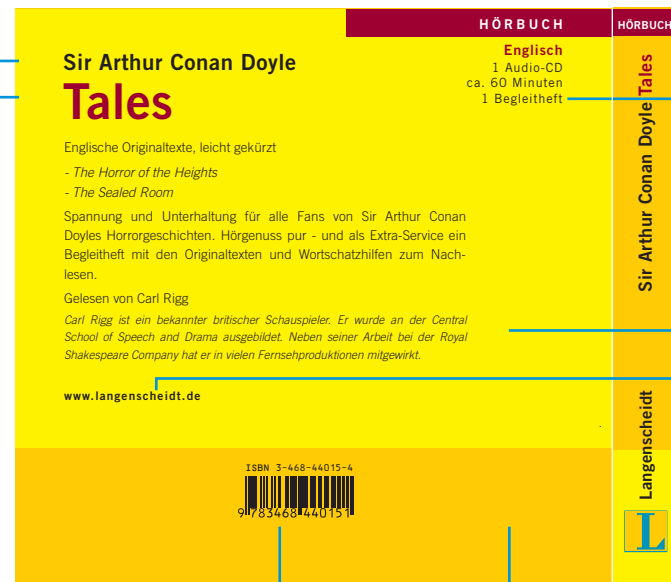
Begleitheft,
Covercard, Inlay,
CD-Label 38

Schuber:
Umschlagseite 4 – Standard

Die Gestaltung entspricht im Wesentlichen der U 4 der Lektüren (s. S. 35). Abweichungen sind gekennzeichnet.

Autor

Linksbündig, schwarz.



Medien

Auflistung Inhalt, schwarz.

Produktbeschreibung

Linksbündig, Angaben zum Ursprungstext und Autor in der Trade Gothic Oblique.

Internet-Adresse

Steht im Anschluss an den beschreibenden Text. Bei Neuerscheinungen wird ein Button eingesetzt, s. S. 43.

Fondfarben

Oben: 100 % Yellow, 20 % Magenta
Unten: 100 % Yellow

Titelbezeichnung

Typo analog zur U 1, proportional kleiner, dunkelrot.

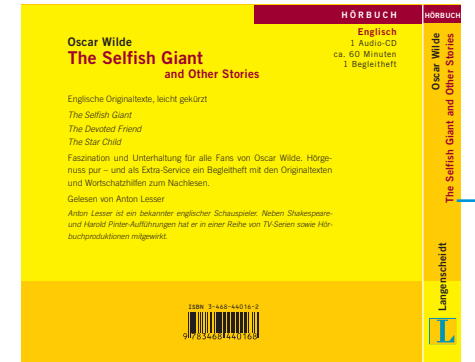
EAN-Code

Platzierung unten mittig, schwarz.

Fondfarben

Oben: 100 % Yellow
Unten: 100 % Yellow, 20 % Magenta

Variante



Zweizeilige Titelvariante

Bei Schubern mit breiten Rücken.

Selbstlernmaterial:
Hörbücher

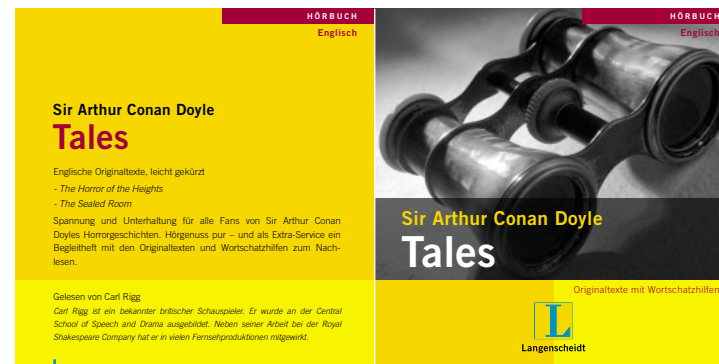
Schuber:
Umschlagseite 1 36

Schuber:
Umschlagseite 4 37

Begleitheft,
Covercard, Inlay,
CD-Label 38

Begleitheft, Covercard, Inlay, CD-Label – Standard

Begleitheft



U 1

U 1
Gestaltung analog U 1 Schuber.

Subline
Kurze Angabe zum Inhalt.

Covercard



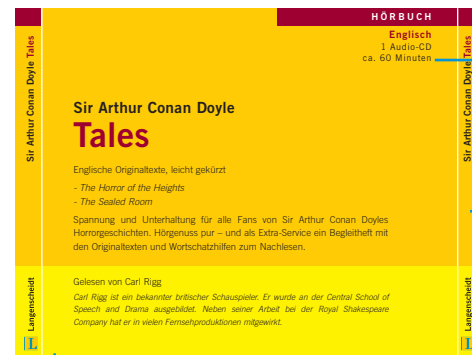
Covercard
Gestaltung analog U 1 Schuber.

Subline
Angabe des Mediums.

U 4

Gestaltung analog U 4 Schuber, Text rückt nach unten, Medienangaben und EAN-Code entfallen.

Inlay – U 4



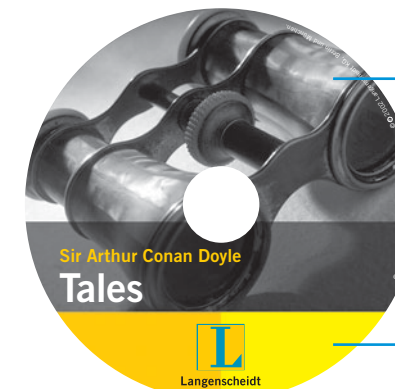
Zusatz
Angabe des Mediums, rechtsbündig unter Sprache.

Seitenteile
Gestaltung analog Rücken Schuber, ohne Angabe der Kategorie im Balken oben.

Inlay – U 4

Gestaltung analog U 4 Begleitheft.

CD-Label



Gestaltung
Analog U 1 Schuber, ohne Kategoriebalken und Sprache.

Copyright
Platzierung am Rand, je nach Kontrast weiß bzw. schwarz.

Druck
Offset im CMYK-Modus.

Selbstlernmaterial:
Kids

Umschlagseite 1 39

Umschlagseite 4
mit Rücken,
CD-Label 40

Umschlagseite 1 – Standard

Alle Kids-Titel haben das gleiche Grundraster. Für die Titelbezeichnung werden individuelle Schriften, für Subline und Copytexte wird die Trade Gothic verwendet. Farbaufbau in CMYK.

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*



Kategoriebalken

Kennfarbe orange, Kids in Versalien, weiß.

Icon

Illu mit Zielgruppenangabe.

Titelbezeichnung

Individuelle Typo und Farbgebung.

Subline

Kurze Erläuterung zum Inhalt.

Fondfarbe

Blau, nimmt ca. 1/3 der Seitenhöhe ein.

Illustrationen

Themenbezogen, freigestellt, 4 c.

Fond

Gelbrasterfläche, nimmt ca. 2/3 der Seitenhöhe ein. Die Rastergröße richtet sich nach dem Buchformat.

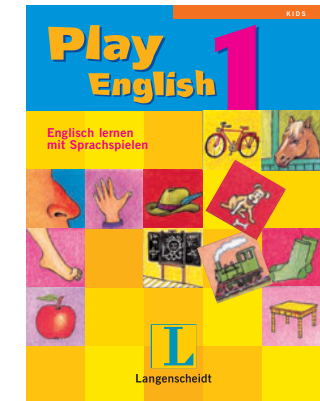
Logo

Wort-/Bildmarke, Platzierung unten mittig.

Störer

Platzierung individuell, orange wie Kategoriefarbe, Text weiß.

Varianten



Variante

Individuelle Typo und Illustrationen.



Variante

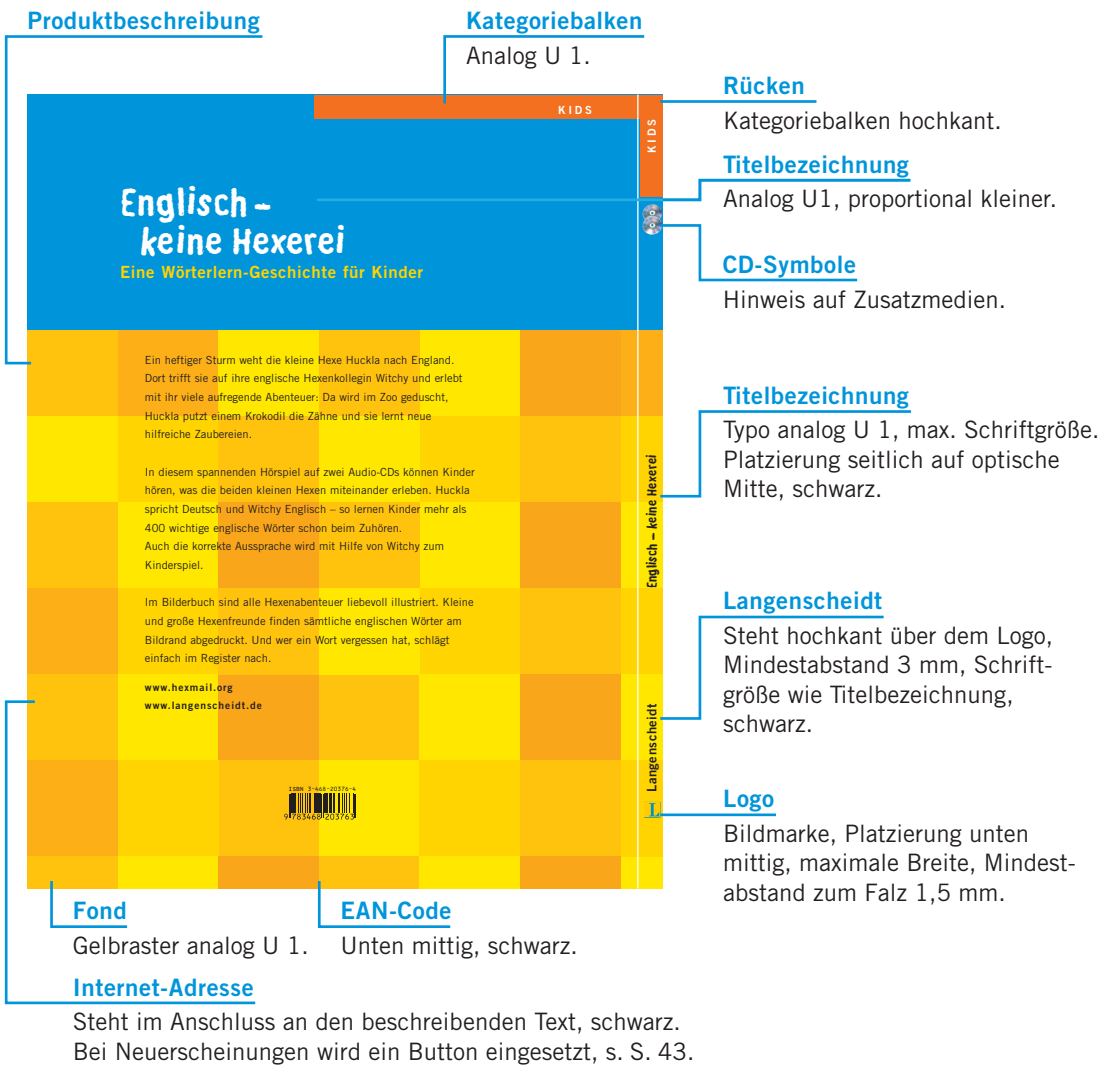
Individuelle Typo und Illustrationen.

Selbstlernmaterial:
Kids

Umschlagseite 1 39

Umschlagseite 4
mit Rücken,
CD-Label 40

Umschlagseite 4
mit Rücken – Standard



CD-Label – Standard



Sprachkalender

*Infos zu Musterdateien
siehe Anhang.*



Einfassung

Gelb, mit HKS 5 eingefärbtes Metall.

Abbildung

Variiert i.d.R. landestypische Personen bzw. Kommunikationssituationen.

Titelbezeichnung

Sprachkalender in Gelb:
100 % Yellow, 20 % Magenta.
Die Sprache wird größer herausgestellt,
Zeileneinzug rechtsbündig, weiß.

Störer

Logo

Wort-/Bildmarke, Platzierung unten mittig.
Bildmarke ragt zur Hälfte in die Abbildung.

Fondfarbe

100 % Yellow.

Die Störer

Störer 42

Internet-Buttons 43

Störer sind Elemente des Layouts, mit deren Hilfe wichtige Produktvorteile kommuniziert werden. Sie »stören« positiv das Grundlayout durch ihre Farbe und Positionierung. Maximal dürfen 2 Störer auf einer Seite platziert werden,

die sich durch unterschiedliche Formen optisch voneinander abgrenzen. Je nach Bedruckstoff werden sie im CMYK-Modus oder in Sonderfarben angelegt. Hier einige Beispiele:

Einsatz: Relevante Wörterbücher
 Fond: CMYK 100 % Yellow, 100 % Magenta
 HKS: 14
 Schrift: Weiß

Einsatz: Wörterbücher, titelübergreifend bei Sonderpreisen
 Fond: CMYK 100 % Yellow, 100 % Magenta
 HKS: 14
 Schrift: Weiß

Einsatz: e-Wörterbücher
 Fond: CMYK 100 % Yellow, 100 % Magenta
 HKS: 14
 Schrift: Weiß

Einsatz: Kids-Titel
 Fond: CMYK 100 % Yellow, 70 % Magenta
 HKS: 7
 Schrift: Weiß

Einsatz: Neuerscheinungen, titelübergreifend
 Fond: CMYK 100 % Yellow, 100 % Magenta
 HKS: 14
 Schrift: Weiß



Die Störer

Störer 42

Internet-Buttons 43

Infos & mehrwww.langenscheidt.de**Button 4 c**

Einsatz: U 4 – alle Titel sowie
Werbe- und VKF-Materialien, die im
CMYK-Modus gedruckt werden.

Button: Blau 100 % Cyan, 20 % Magenta
Schrift: Rot 100 % Yellow, 100 % Magenta
Gelb 100 % Yellow, 20 % Magenta

**Infos & mehr**www.langenscheidt.de**Button 2 c**

Einsatz: U 4 – Titel mit gelb eingefärbten Decken
Button: Blau HKS 48
Schrift: im Button ausgespart, gelb eingefärbte
Decke scheint durch
Schwarz 100%

Kids-Button

Einsatz: Kids-Titel, U 4
Button: 100 % Cyan,
20 % Magenta
Icon: 100 % Yellow,
20 % Magenta
Schrift: Gelb 100 % Yellow,
20 % Magenta
weiß

Infos & mehrwww.langenscheidt.de**Button s/w**

Einsatz: Werbemittel, z. B. s/w-Anzeigen
Button: 80 % Schwarz
Schrift: 100 % Schwarz

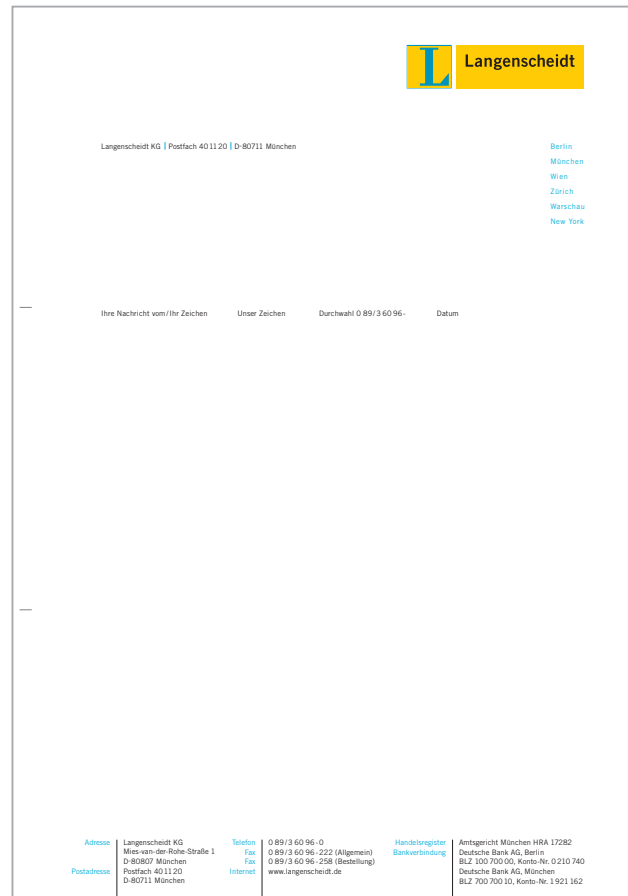
6

Die Geschäfts-
ausstattung

Briefpapier,
Kuverts,
Visitenkarte 43

Mappen 44

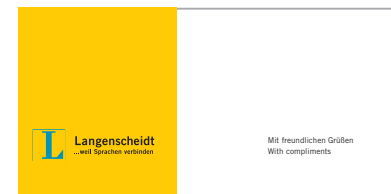
Briefpapier



Visitenkarte



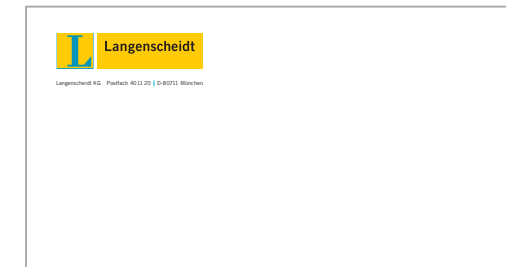
Empfehlungskarte



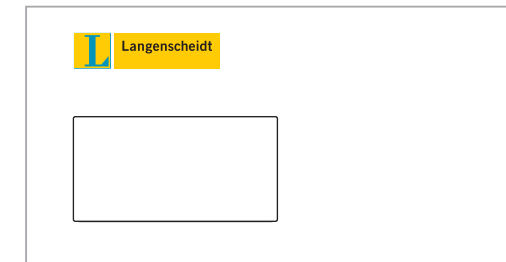
Adressaufkleber



Briefkuvert lang DIN



Briefkuvert lang DIN mit Fenster



Die Geschäfts-
ausstattung

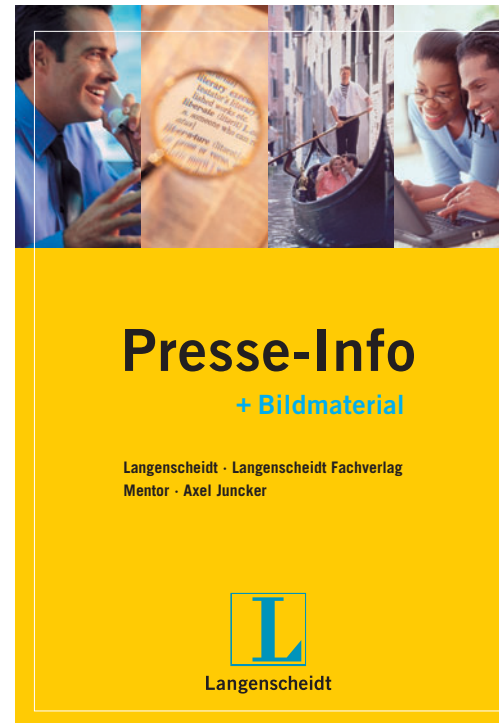
Briefpapier,
Kuverts,
Visitenkarte 43

Mappen 44

Mappe – Allgemeine Infos
U 1

Pressemappe
U 1

Pressemappe Kids
U 1





Langenscheidt

Adresse Langenscheidt KG
Mies-van-der-Rohe-Straße 1
D-80807 München

Postadresse Postfach 401120
D-80711 München

Telefon 0 89/3 60 96 -0
Fax 0 89/3 60 96 -222
Internet www.langenscheidt.de

Corporate Design Manual,
Stand 2003