



Corporate Design Richtlinie

DE — Version 1.0 — 2023



Bedingungen



BEDINGUNGEN ZUR ÜBERLASSUNG DER MARKE

Mit dem Ziel, eine Kohärenz und Einheitlichkeit unserer Kommunikationsmittel zu gewährleisten, die für den Verkauf unserer Produkte der Marke Grad® verwendet werden, hat die Firma BURGER & CIE die vorliegende Corporate Design Richtlinie veröffentlicht. Sie gilt für alle Vertriebshändler und Partner, die am Vertrieb von Produkten der Marke Grad® beteiligt sind.

Um die visuelle Identität unserer Marke Grad® zu definieren, legt dieser Leitfaden die Bedingungen für die Nutzung, Darstellung und Vervielfältigung unserer geistigen Eigentumsrechte fest, die mit dem Markenzeichen Grad verbunden sind, was wiederum für die Vermarktung unserer Produkte erforderlich ist. Der Fokus liegt insbesondere auf den Eigentumsrechten, die sich auf seine Farben, Logos, grafische Elemente, Elemente, Symbole, Piktogramme und alle anderen grafischen Elemente beziehen, die mit unserer Marke Grad® in Verbindung gebracht werden können.

Dieser gesamte Leitfaden stellt eine originale geistige Schöpfung im Sinne der Artikel L.112-1 (ff.) des französischen Gesetzes über geistiges Eigentum dar. Unser Zeichen "Grad" besteht sowohl aus der Wortmarke "Grad®" (ordnungsgemäß beim INPI und beim EUIPO unter der Nummer 45848820 eingetragen) UND der Bildmarke Grad® (im Anmeldeverfahren beim INPI und beim EUIPO unter der Anmeldenummer 4933241 unter Verwendung des Pantone-Codes "Blaugrau P 176-16 C"), deren Eigentümer das Unternehmen BURGER ET CIE ist.

Jede vollständige oder teilweise Reproduktion, Änderung, Imitation oder vollständige oder teilweise Verwendung unserer Marken, jede Erstellung abgeleiteter Werke aus unseren Marken "Grad®" (unten erwähnt) **ohne unsere schriftliche Genehmigung** ODER auch der Besitz, der Verkauf oder der Import von Produkten, die eine Fälschung einer unserer Marken enthalten, aus welchem Grund und auf welchem Träger auch immer, **ist verboten.**

Solche Handlungen bedeuten eine strafbare Nachahmung aus.

Bedingungen



NICHTEINHALTUNG DER BEDINGUNGEN FÜR DIE NUTZUNG DER MARKE

Um die Kohärenz und Einheitlichkeit unserer Kommunikationsmittel zu stärken, gewähren wir Ihnen nach unserer schriftlichen Genehmigung das Recht, unsere Grad®-Marken ganz oder teilweise extern zu reproduzieren, zu imitieren und zu verwenden, um unsere Produkte zu vermarkten.

Eine solche Genehmigung verpflichtet Sie, unser Markenimage, unsere Werte und die in diesem Grad®-Designmanual dargelegten Bedingungen bei der Vervielfältigung, Verwendung und externen Nachahmung unserer Grad®-Marke auf Ihren Kommunikationsmitteln zu beachten.

Wir erinnern Sie daran, dass diese Vereinbarung in keinem Fall einem Akt der Abtretung unserer geistigen Eigentumsrechte zu Ihren Gunsten gleichkommt. Die Einhaltung dieser Bedingungen ermöglicht es, eine Einheitlichkeit und Kohärenz der Kommunikation unserer Marke Grad® zu erreichen. Folglich führt jede von uns festgestellte Nichteinhaltung dieser Bedingungen zum sofortigen Widerruf der Genehmigung, die wir Ihnen möglicherweise erteilt haben. Ein solcher Widerruf wird Ihnen dann von unseren Dienststellen schriftlich mitgeteilt.

Nach Erhalt einer solchen Mitteilung dürfen Sie die Grad®-Marke nicht mehr verwenden, reproduzieren oder teilweise oder vollständig auf irgendeinem Medium nachahmen, unabhängig von dessen Zweck. Es ist Ihnen dann verboten, unsere Grad®-Marken zu vervielfältigen, nachzuahmen und ganz oder teilweise zu verwenden, da Sie kein Recht mehr daran besitzen.

Wenn Sie unsere Grad®-Marke ohne unsere Genehmigung vervielfältigen, nachahmen und verwenden, ist dies eine Verletzung des Urheberrechts. Eine solche Handlung kann mit bis zu vier Jahren Gefängnis und 400.000 Euro Geldstrafe geahndet werden (Artikel L.716-9 und L.716-10 des französischen Gesetzes über geistiges Eigentum).



Visuelle Identität*

1

Logotype⁶

Darstellung des Logos⁶

Einzelheiten zum Logo⁸

Überblick⁹

Primäres Logo¹⁰

Sekundäres Logo¹¹

Icons¹²

Verwendung des Logos auf Fotografien¹³

Schutzzone & Mindestgröße¹⁴

Partnerschaften¹⁵

Falsche Verwendung¹⁶

Farben & Typografie¹⁷

Farbpalette¹⁷

Primäre Farbe¹⁸

Sekundäre Farben¹⁹

Primäre Typografie²¹

Sekundäre Typografie²²

Typografische Muster²³

Grafische Elemente²⁵

Piktogramme²⁵

Details zu Piktogrammen²⁷

**Die gesamten Elemente, mit denen die visuelle Identität unserer Marke Grad® definiert werden kann, stellen die Bedingungen für die Nutzung der Marke dar und müssen eingehalten werden.*

Übersicht

Unser Logo wurde so entwickelt, dass es mit unserer Geschäftstätigkeit vollkommen im Einklang steht. Wir haben uns für eine einfache, geometrische Darstellung der Terrassen- und Fassadendielen entschieden, die unsere Produkte widerspiegeln. Diese Wahl unterstreicht die Bedeutung, die wir bei Grad® der perfekten Ausrichtung unserer Dielen beimessen, die durch unser unsichtbares Befestigungssystem ermöglicht wird. Auf diese Weise wollen wir einen Eindruck von Struktur und Geradlinigkeit vermitteln, ähnlich einer Ansicht von vorne oder von oben, sobald die Verlegung abgeschlossen ist.

Unser Logo ist durch die Bildmarke Grad geschützt, die derzeit bei der beim INPI und beim EUIPO unter der Nr. 4933241 unter Verwendung des Pantone-Codes "Blaugrau P 176-16 C" geschützt, Eigentum der Gesellschaft BURGER ET CIE.

1.0 – Darstellung des Logos



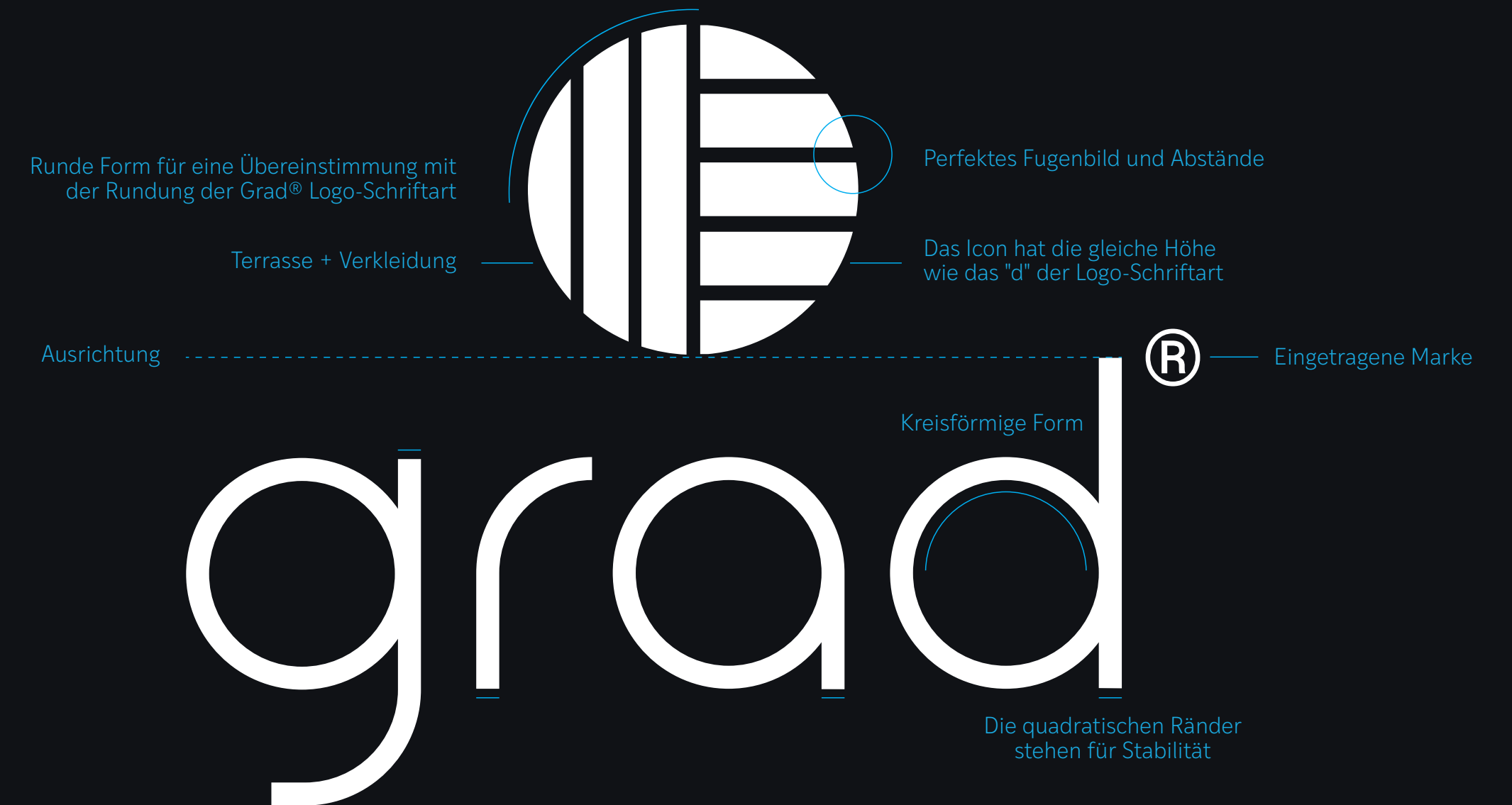


Einige Angaben

Wir legen großen Wert auf die Möglichkeit, maßgeschneiderte Projekte zu realisieren. Mit unserem Logo möchten wir die technischen Fähigkeiten und die Sorgfalt, die wir täglich in die Entwicklung unserer Produkte investieren, sowie die einfache Handhabung durch das schlichte und klare Format zum Ausdruck bringen.

Unser Logo vermittelt ein hochwertiges Brand Image. Die Farben erinnern an Eleganz, Schlichtheit, Reinheit, Luxus und Design, indem sie sich auf das Wesentliche beschränken. Unser Logo soll inspirierend und für jeden zugänglich sein. Die runde Form des Symbols wurde gewählt, um den Kern unseres Konzepts darzustellen: die Langlebigkeit unseres Systems. Die unendliche Form spiegelt die Langlebigkeit unseres Produkts wider, das so konzipiert ist, dass es den Test der Zeit besteht.

1.1 — Einzelheiten zum Logo



Überblick über die Verwendung der Logos

Wir verfügen über fünf Arten von Logos, die in verschiedenen Kommunikationsformen verwendet werden können. Der folgende Abschnitt erklärt, wann, wie und wo unser Logo erscheinen soll.

1 Vertikales Logo

Interne und externe Verwendung.
Hauptlogo für die meisten Zwecke.

2 Horizontales Logo

Interne und externe Verwendung. Wird in Fällen verwendet, in denen das vertikale Logo nicht für das Medium geeignet ist.

3 Logotype

Interne und externe Verwendung. Wird in Medien verwendet, die das Symbol bereits enthalten.

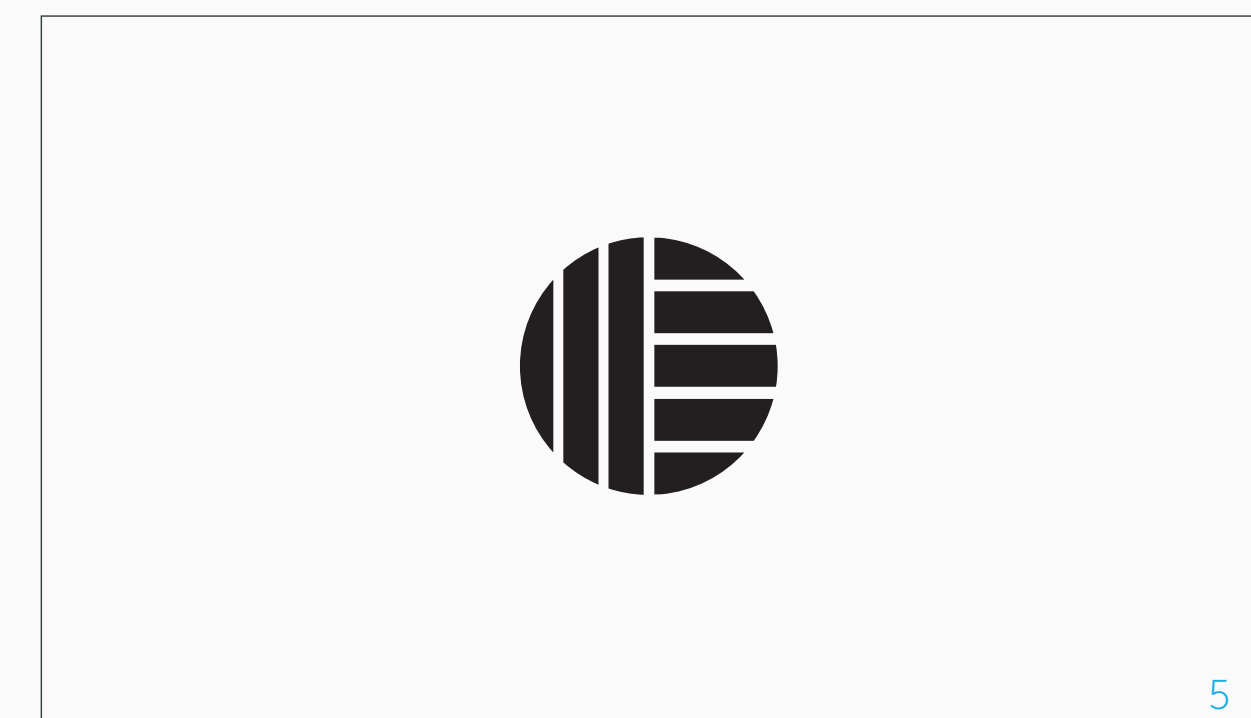
4 Logotype + Gruppe

Externe Verwendung. Wird verwendet, um die Marke bei Händlern und Partnern zu bewerben.

5 Icon

Interne und externe Verwendung. Wird für eine minimalistische Ästhetik verwendet.

1.2 – Überblick



Verwendung des Hauptlogos

Das vertikale Grad®-Logo stellt das Hauptlogo dar, das so oft wie möglich verwendet werden sollte.

Da dieses Logo mehr Platz einnimmt, sollte es in einem minimalistischen Design ohne weitere störende Elemente platziert werden.

1.3 – Primäres Logo



Verwenden Sie die schwarze Version des vertikalen Logos auf helleren Hintergründen.



Verwenden Sie die weiße Version des vertikalen Logos auf dunkleren Hintergründen oder Fotografien.

Verwendung des sekundären Logos

Das sekundäre Logo sollte verwendet werden, wenn unser Hauptlogo aufgrund von Größen-, Format- oder Designbeschränkungen nicht für bestimmte Anwendungen geeignet ist.

1.4 – Sekundäres Logo



Verwenden Sie die schwarze Version des horizontalen Logos auf helleren Hintergründen.



Verwenden Sie die weiße Version des horizontalen Logos auf dunkleren Hintergründen oder Fotografien.

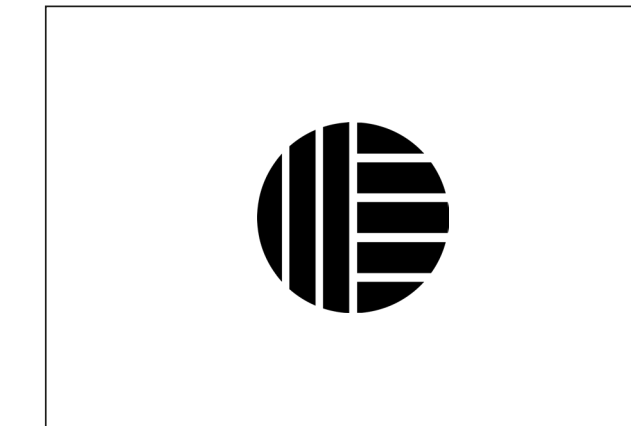
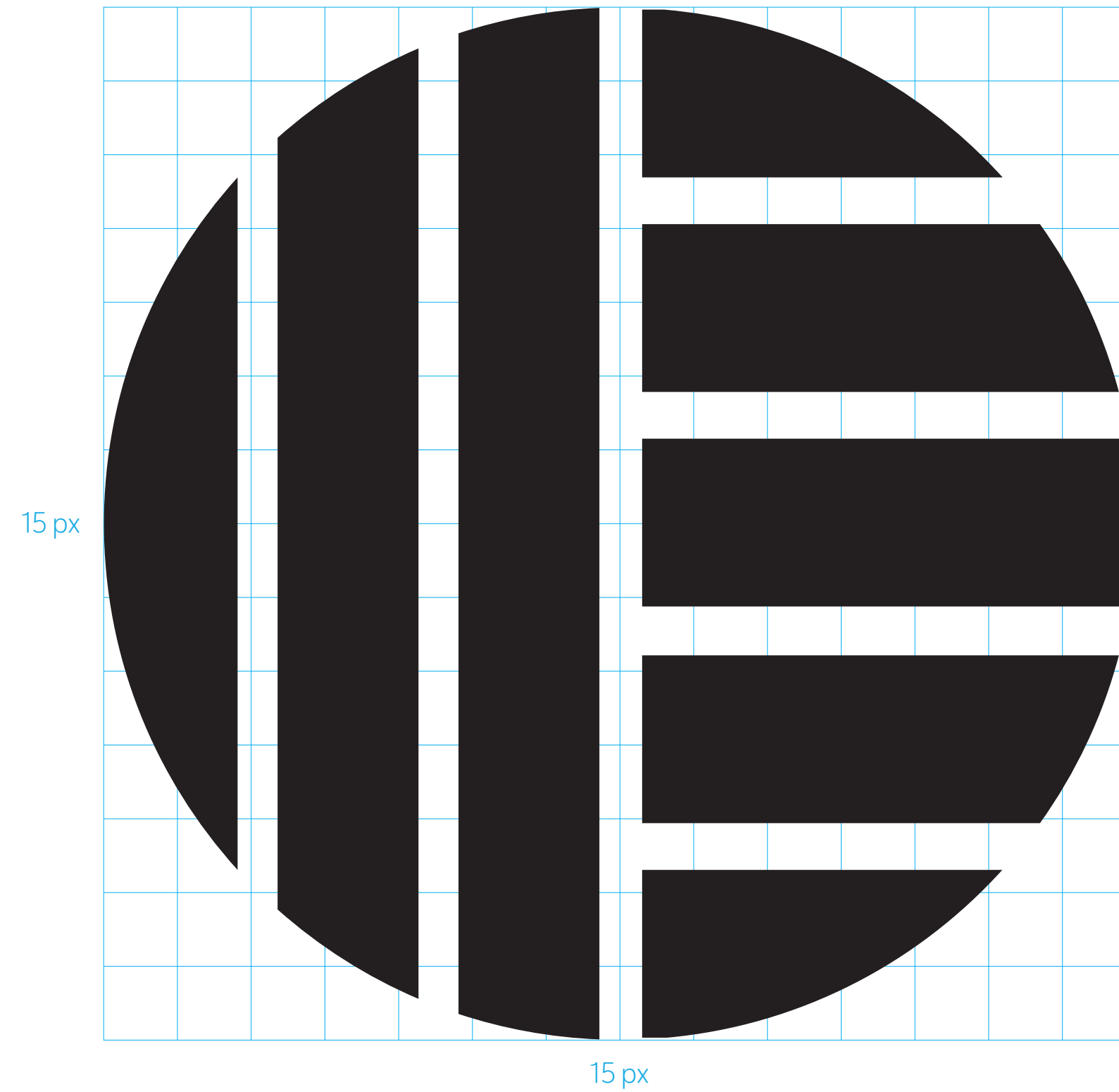
Logotype

Verwendung des Logo-Icons

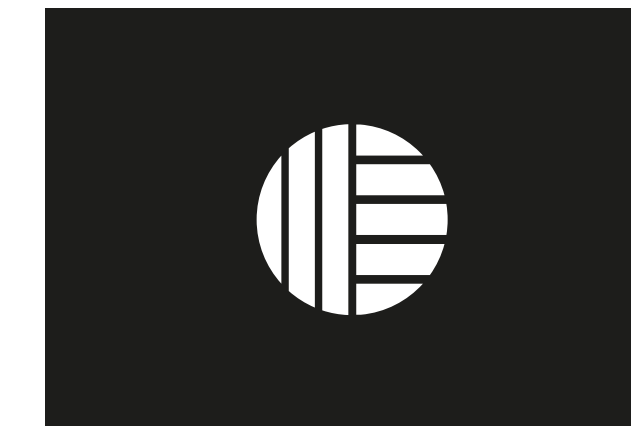
Für sehr kleine Anwendungen, bei denen das Logo nicht lesbar ist, kann das Symbol als Icon, Favicon, Profilbild für soziale Netzwerke und vieles mehr verwendet werden...

Wir verwendeten ein Raster von 15x15 für unser Icon.

1.5 – Icon



Verwenden Sie die schwarze Version des Symbols auf helleren Hintergründen.



Verwenden Sie die weiße Version des Icons auf dunkleren Hintergründen oder Fotografien.



Logotype

Regeln für die Anwendung

Wenn das Logo auf einem Foto platziert wird, achten Sie darauf, dass es lesbar bleibt. Verändern Sie die Farben des Logos nicht, um einen Kontrast zu erzeugen.

Das Logo kann auf hellen Hintergründen in Fotografien angebracht werden, sofern die Lesbarkeit nicht beeinträchtigt wird.

In der Regel ist das Logo weiß, wenn es auf einem Bild platziert wird. Bei komplexeren Hintergründen ist ein schwarzes Logo zu bevorzugen.

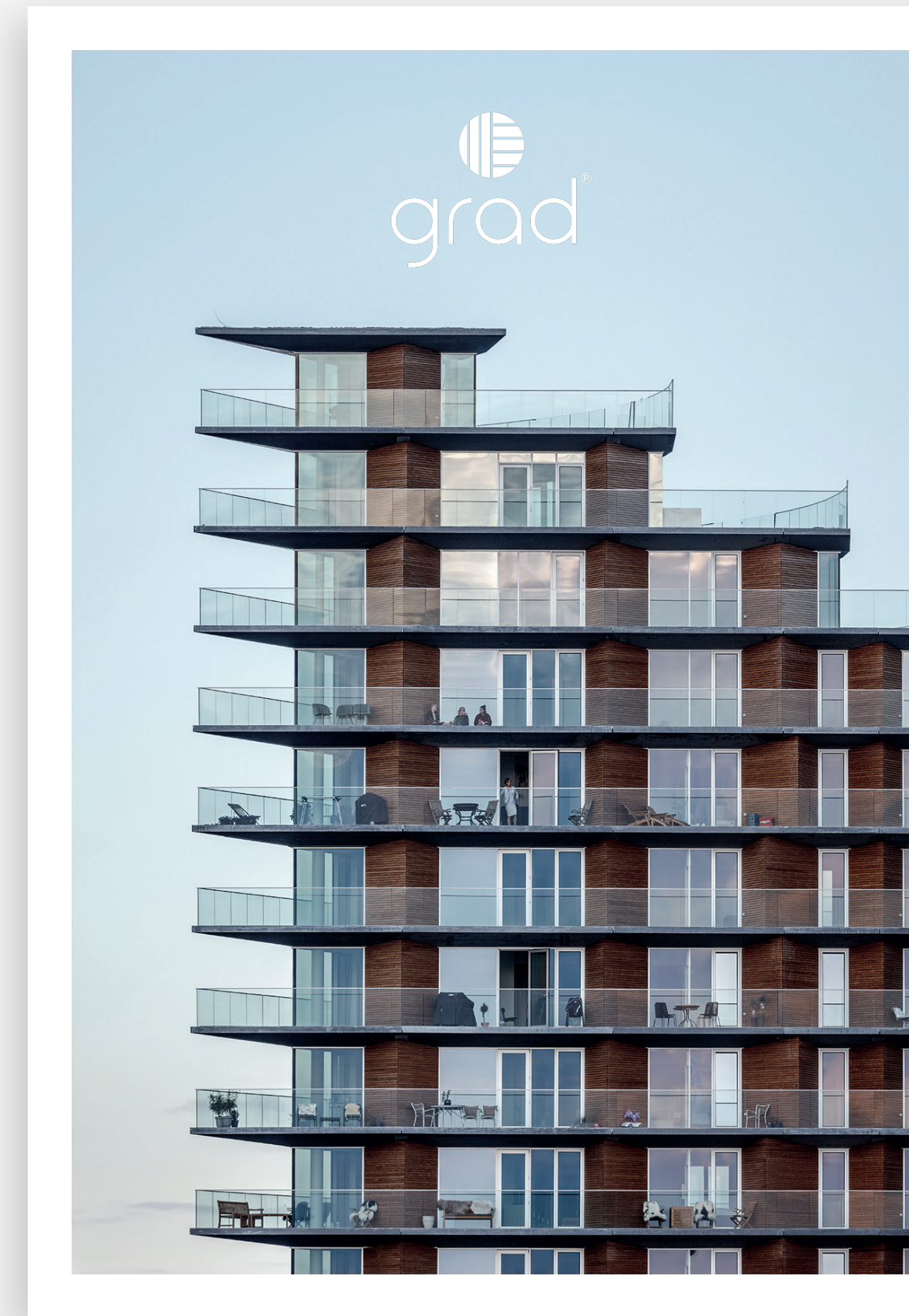
Achtung: Das Logo darf nicht auf einem zu kontrastreichen Hintergrund verwendet werden. Es würde dadurch seine Lesbarkeit verlieren.

1.6 — Verwendung des Logos auf Fotografien



⊗ Zu starker Kontrast im Hintergrund

⊗ Geringer Kontrast zwischen den Elementen



Anwendung

Logotype

Schutzzone

Damit das Logo ein hohes Maß an Sichtbarkeit behält, ist es wichtig, dass es von einem Mindestmaß an freiem Raum umgeben ist. Keine anderen grafischen Elemente dürfen in diesen Bereich hineinragen. So wird sichergestellt, dass das Logo überall, wo es erscheint, eine starke Präsenz behält.

Das Logo ist immer von einem Freiraum (Schutzzone) umgeben, der mindestens einem "a" des "a" des Logos entspricht.

Mindestgröße

Da das Logo in verschiedenen Anwendungen gezeigt wird, ist es äußerst wichtig, dass es jederzeit gut lesbar und in guter Qualität ist. Aufgrund der großen Vielfalt an Größen, die in den Medien verwendet werden, haben wir keine empfohlene "Mindestgröße" festgelegt. Damit die Mindestgröße des Logos angemessen ist, muss es jedoch immer sichtbar, lesbar und von seiner Schutzzone begleitet sein. Die Schutzzone sorgt dafür, dass unabhängig von der gewählten Größe oder dem gewählten Medium Sicherheitsmargen um das Logo herum erhalten bleiben, um seine Lesbarkeit zu gewährleisten.

1.7 – Schutzzone & Mindestgröße



Horizontales Logo



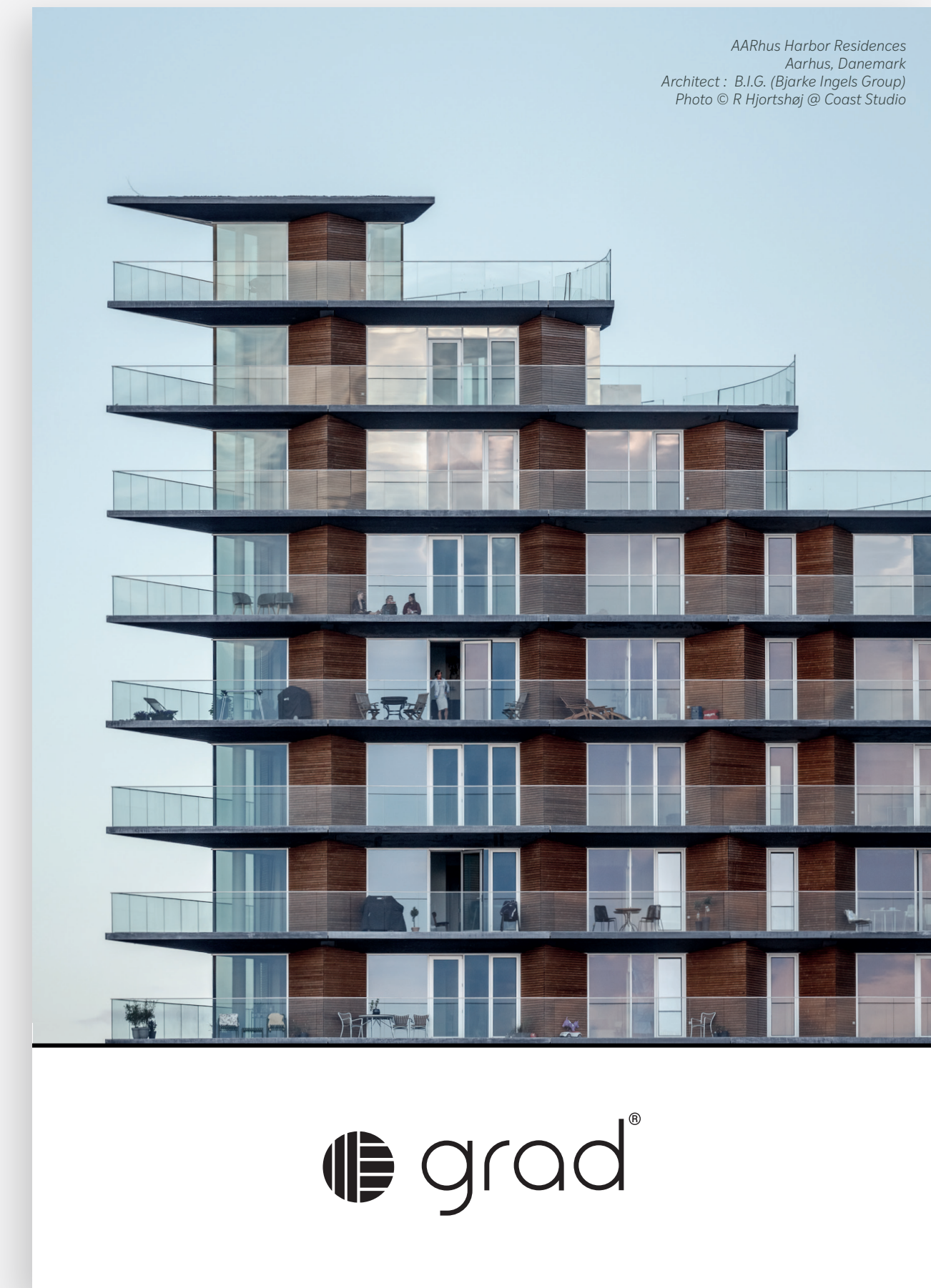
Vertikales Logo



Die Details des Logos und des Symbols bleiben lesbar



Die Details des Logos und des Symbols bleiben lesbar



Anwendung

Logotype

Partner-Logos

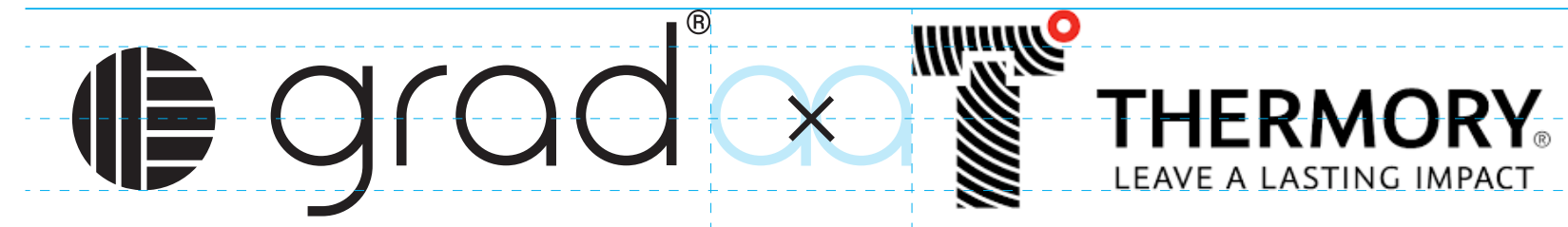
Diese Vorlagen zeigen, wie man Co-Branding-Dokumente mit unseren Partnern erstellt. Der Abstand zwischen den Logos entspricht der Breite unseres "a".

Achtung: Wenn das Logo des Partners horizontal verläuft, verwenden Sie unser Grad® Logo horizontal. Im Gegenteil: Wenn das Partnerlogo vertikal verläuft, verwenden Sie unser Grad® Logo vertikal.

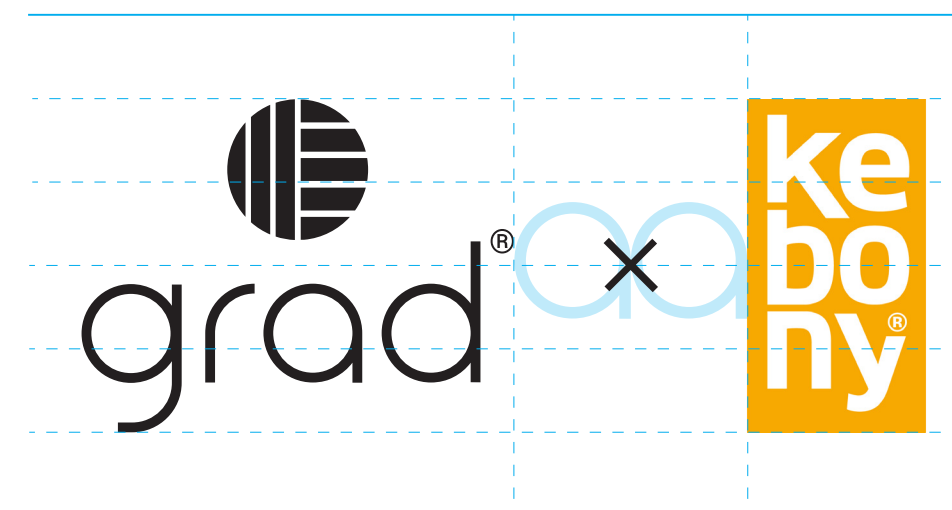
Mehrere Partner

Wenn es mehrere Partnerlogos gibt, ist es in der Regel besser, unser Grad® Logo in einem horizontalen Format zu verwenden.

1.8 – Partnerschaften



Horizontales Logo



Vertikales Logo



Mehrere Logos



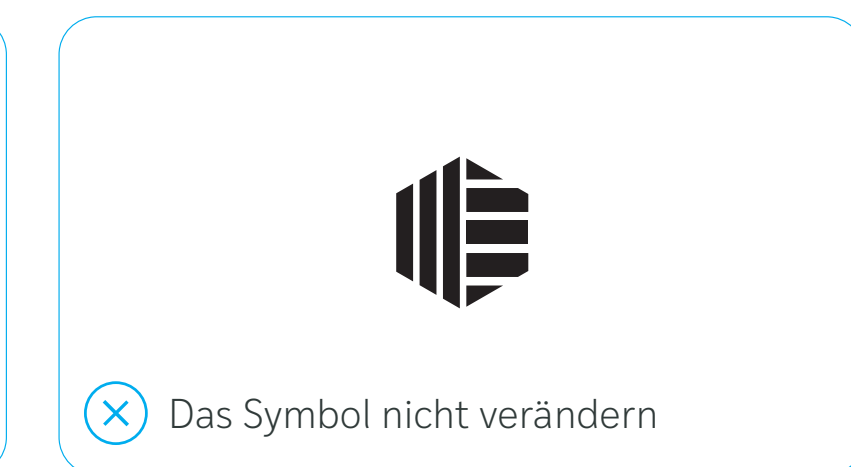
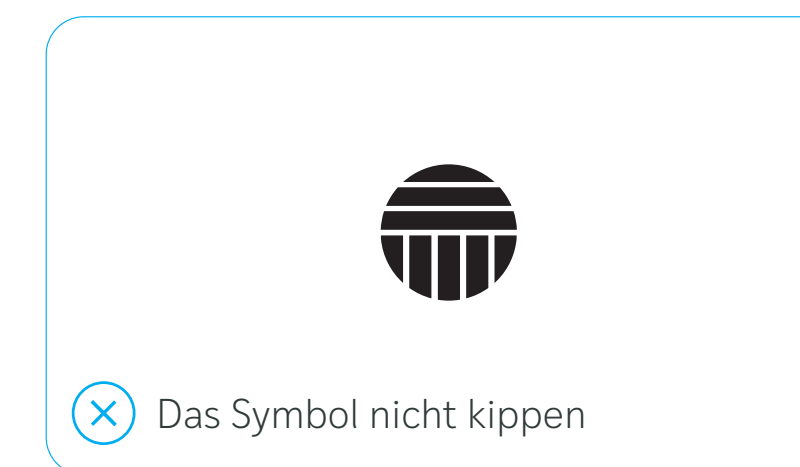
Anwendung

Regeln für das Logo

Im Interesse der Kohärenz unterliegt das Grad®-Logo Regeln, die für alle auf allen Kommunikationsmitteln gelten.

Es gibt keine Möglichkeit der "künstlerischen Gestaltung", die mit dem Bild selbst verbunden ist: Das Hinzufügen von Farben, die Verwendung von Farbverläufen, die teilweise Verwendung eines Elements, die Änderung von Positionen oder der Typografie sowie Verzerrungen sind verboten.

1.9 – Falsche Verwendung

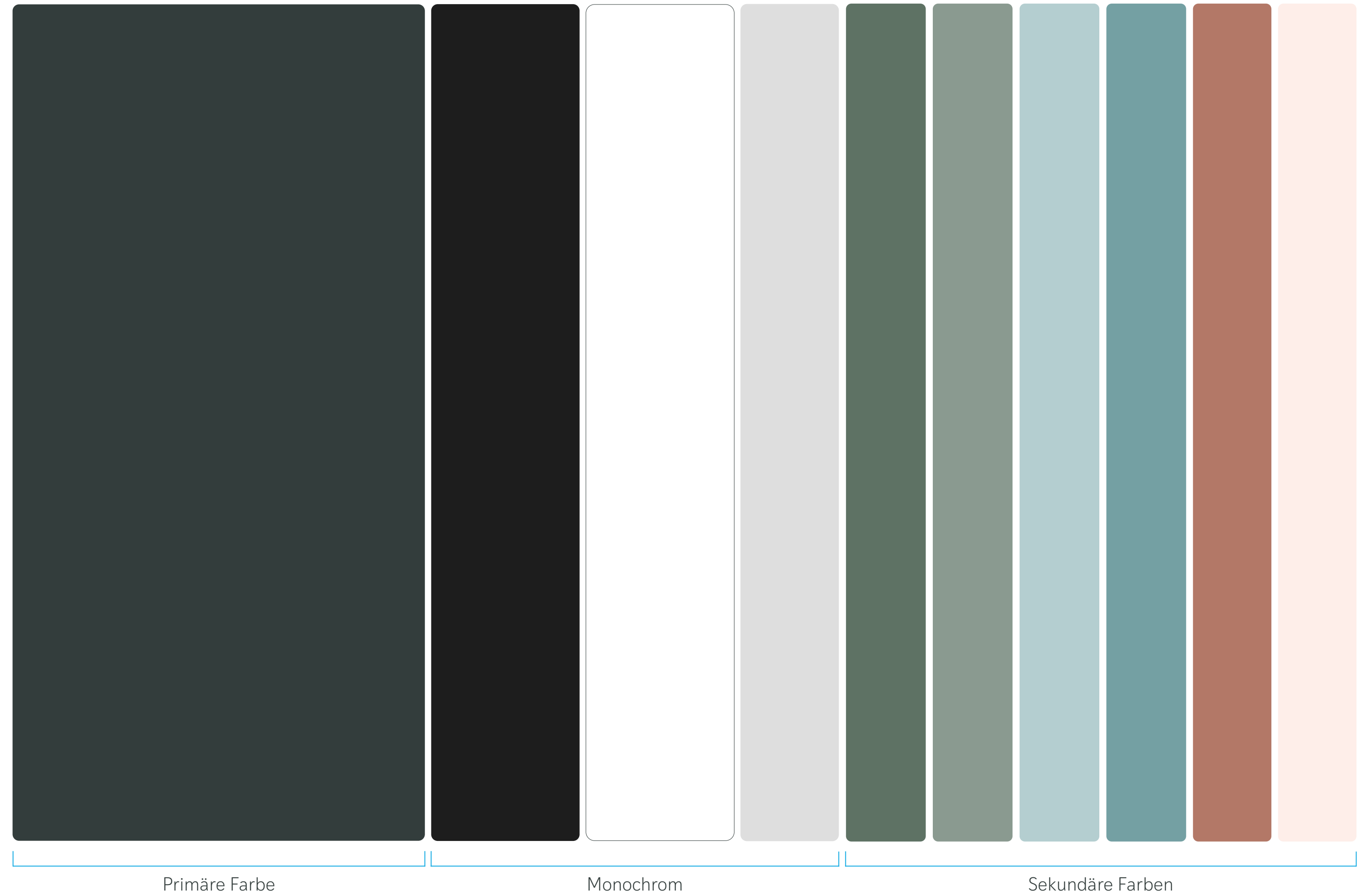


Anliegen

Für uns bei Grad® besteht der Zweck unserer Produkte darin, Lebensräume zu bauen, die in völliger Harmonie mit der Natur stehen und mit der Umgebung verschmelzen. Wir verstehen die Grad®-Terrasse als einen Ort der Entspannung und Gelassenheit, der für Geselligkeit steht und an dem man direkt von der Natur und der Umgebung profitiert. Ebenso bringt die Wandverkleidung einen Hauch von Natur direkt in das Haus, sowohl innen als auch außen.

Außerdem war es uns wichtig, die Eleganz, Raffinesse und Ästhetik unserer Produkte hervorzuheben. Daher war es für uns wichtig, eine Farbpalette zu wählen, die dieser Vision entspricht. Unser Ziel war es, so nah wie möglich an die Farben heranzukommen, die wir in unserer natürlichen Umgebung finden.

1.10 — Farbpalette



Hauptfarbe

Die Hauptfarbe, die für die Marke Grad® verwendet wird, ist ein dunkles Blaugrau. Sie steht für Eleganz und Kultiviertheit und vermittelt Ruhe.

Verwendungen

Dieses Blaugrau ist die Symbolfarbe von Grad®. Sie wird hauptsächlich als Hintergrundfarbe am Anfang eines Dokuments oder auf dem Deckblatt verwendet.

Sie kann auch gelegentlich für grafische Elemente verwendet werden.

1.11 — Primäre Farbe



Blaugrau

HEX	#333d3c
CMYK	74 59 62 51
RGB	51 61 60
Pantone	P 176-16 C

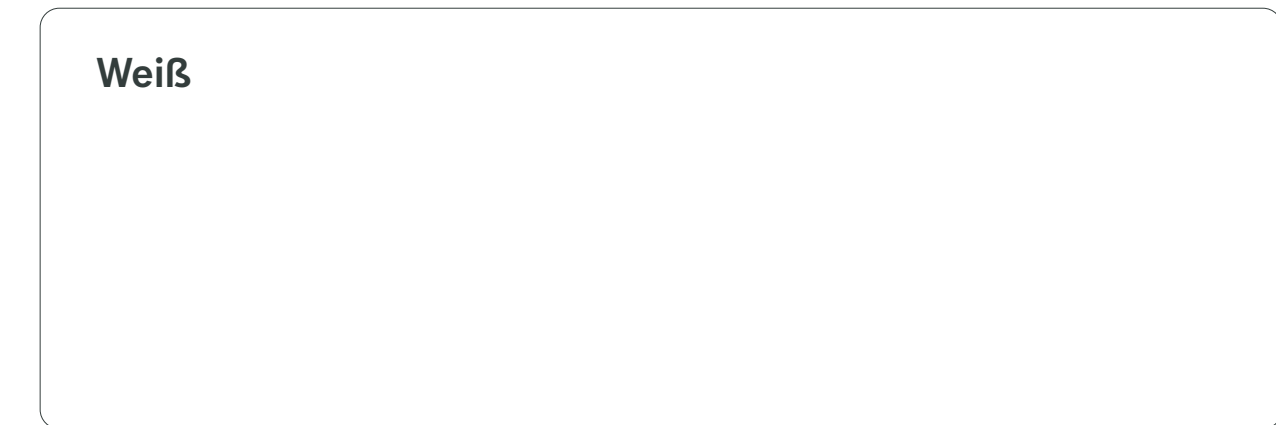
Monochrom

Die Sekundärfarben der Marke sind Schwarz, Weiß und Grau. Diese Nebenfalten werden verwendet, um die Zugänglichkeit, Einfachheit und Konsistenz der gesamten Markenkommunikation zu gewährleisten.

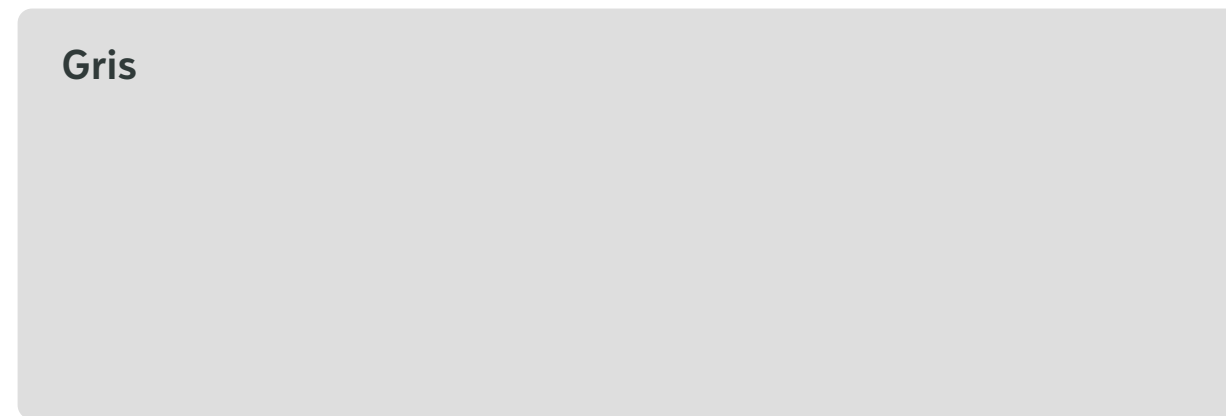
1.12 – Sekundäre Farben



HEX #1d1d1d
CMYK 75 66 60 81
RGB 29 29 29
Pantone P 179-16 U



HEX #ffffff
CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
Pantone P 1-1 U



HEX #dedede
CMYK 16 11 12 0
RGB 222 222 222
Pantone P 179-3 U

Die Farben

Unsere Sekundärfarben lassen sich von den oben genannten Werten inspirieren und betonen das Bild, das wir durch unsere Kommunikation vermitteln möchten. Grün steht für die Natur und vermittelt Gelassenheit, Blau erinnert an den Himmel und das Wasser und vermittelt Vertrauen. Das helle Beige vermittelt Sanftheit, Ausgeglichenheit und Einfachheit. Rot schließlich steht für Wärme, die Kraft des Holzes und die Stabilität der Erde.

Verwendungen

Diese Akzentfarben werden hauptsächlich für den B2C-Markt verwendet. Sie sollten in grafischen Elementen sparsam eingesetzt werden, um ihre Bedeutung und Kraft zu erhalten. Diese Farben werden niemals in großen Vollflächen wie das Grad® Blaugrau verwendet. Sie sind kleinen Details vorbehalten. Diese Farbpalette ist als Begleitfarbe für das Logo gedacht und kann nicht direkt auf das Logo aufgetragen werden.

1.12 — Sekundäre Farben



HEX #5f7365
CMYK 64 41 59 18
RGB 95 115 101
Pantone P 5615 C



HEX #8b9c90
CMYK 49 30 43 02
RGB 139 156 144
Pantone P 5635 C



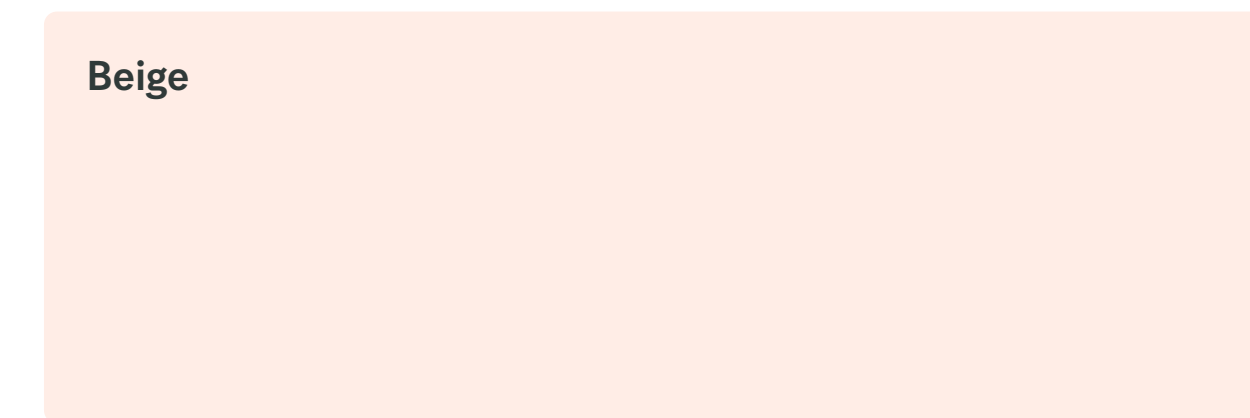
HEX #7ea4a7
CMYK 55 23 32 04
RGB 126 164 167
Pantone P 126-12 U



HEX #b4cfd1
CMYK 29 09 16 00
RGB 180 207 209
Pantone P 5523 C



HEX #b37767
CMYK 27 57 58 06
RGB 179 119 103
Pantone P 43-7 C



HEX #ffede6
CMYK 00 07 06 00
RGB 255 237 230
Pantone P 48-1 C



Schriftart der Marke

Die Typografie ist ein Kernelement unserer Marke. Sie sorgt für Konsistenz, schafft Klarheit und bringt Harmonie in all unsere Kommunikationsmittel.

IvyStyle Sans stellt die Hauptschriftart der Marke Grad® dar. Mit ihrem klaren und modernen Stil bietet diese multifunktionale Schriftart einen ausgezeichneten Lesekomfort. Diese Schriftfamilie verleiht allen unseren Layouts einen einheitlichen visuellen Ton.

Verwendungen

IvyStyle Sans wird für Überschriften, Fließtext und den Hauptteil des Textes verwendet. Für eine bessere Lesbarkeit verwenden Sie Ivy Style Sans Light. Dieser Schriftstil wird in den meisten Fällen verwendet.

Kursivschrift sollte nur verwendet werden, um bestimmte wichtige Wörter oder Absätze hervorzuheben.

IvyStyle Sans SemiBold kann punktuell verwendet werden, um wichtige Informationen hervorzuheben. Fett kann für große Überschriften mit 24 pt und mehr verwendet werden.

AaBbCc123 IvyStyle Sans

IvyStyle Sans Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;/!+ -*&@

IvyStyle Sans SemiBold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;/!+ -*&@

IvyStyle Sans Light
IvyStyle Sans Light Italic
IvyStyle Sans Regular
IvyStyle Sans Regular Italic
IvyStyle Sans Bold
IvyStyle Sans Bold Italic

IvyStyle Sans Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Èè Éé Çç Ôô Ìì
0123456789.,?;/!+ -*&@



Schriftart der Marke

IvyPresto Display ist die Sekundärtypografie von Grad®. Sie wird für Untertitel und Sonder-
texte in unserer Kommunikation verwendet. Ihre Verwendung erweitert die grafischen
Möglichkeiten auf den Kommunikations-
medien, bleibt aber dennoch einheitlich.

Verwendungen

IvyPresto Display Light Italic sollte mit einem
Ansatz von ≥50 verwendet werden, um ihre
Lesbarkeit zu gewährleisten. In den meisten
Fällen wird IvyPresto in Light Italic verwendet,
außer in Fällen, in denen das Hintergrundbild
nicht kontrastreich genug ist. In diesem Fall
ist es notwendig, IvyPresto Display in Bold
Italic zu verwenden.

AaBbCc123

IvyPresto Display

IvyPresto Display Light Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Èè Éé Çç Ôô Ïï
0123456789.,?;:/!+*-&@*

IvyPresto Display Regular Italic

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Èè Éé Çç Ôô Ïï
0123456789.,?;:/!+*-&@*

IvyPresto Display Light

IvyPresto Display Light Italic

IvyPresto Display Regular

IvyPresto Display Regular Italic

IvyPresto Display SemiBold

IvyPresto Display Bold Italic

IvyPresto Display Bold Italic

***Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
Àà Èè Éé Çç Ôô Ïï
0123456789.,?;:/!+*-&@***

Hierarchie der Schriftzeichen

Es ist wichtig, die Typografie in einem hierarchischen System entsprechend der Bedeutung und Funktion der einzelnen Zeichen zu organisieren.

Verwendung

Überschriften: Verwenden Sie für alle Überschriften die Schriftart IvyStyle Sans Bold in Großbuchstaben. Bevorzugen Sie diese Schriftart in Bold bei einer Textgröße von mehr als 24 pt. Andernfalls sollte SemiBold für fette Texte unter 24 pt verwendet werden, um die Lesbarkeit zu gewährleisten.

Es gibt keine festgelegte Größe für Textkörper. Sie wird je nach Bedarf und Größe des jeweiligen Dokuments festgelegt. Aus Gründen der Lesbarkeit ist es ratsam, die Textgröße nicht unter 6 pt zu verringern.

1.15 — Typografische Probe

TITEL IvyStyle Sans Bold¹

Untertitel IvyPresto Display Light Italic

UNTERTITEL IvyStyle Sans SemiBold²

Textkörper IvyStyle Sans Regular³

Besondere Überschriften IvyPresto Display Light Italic⁴

Hinweis IvyPresto Display Light Italic⁵



WER WIR SIND? 7

UNSERE VERPFLICHTUNGEN

Nachhaltigkeit.
Grad® engagiert sich durch verschiedene Maßnahmen für die Umwelt:

- Bei der Entwicklung unserer Produkte arbeiten wir mit recycelten und wiederverwertbaren Materialien. Das für die Schienen verwendete Aluminium besteht zu mehr als 80 % aus recyceltem Aluminium und ist zu 100 % recycelbar. Der Kunststoff, der für das Herstellen von Zubehör und Clips verwendet wird, ist zu 100 % recycelbar.
- Unsere Fabrik wird mit Holzspänen aus unserer Produktion beheizt.
- Produktion auf Bestellung.
- Garantierte Haltbarkeit der Produkte (20 Jahre), um Ersatz zu vermeiden.
- Wir achten auf kurze Lieferketten und Transportwege für die Beschaffung unserer benötigten Rohstoffe.

UNSERE DIENSTLEISTUNGEN

Garantie.
Alle von Grad® hergestellten Produkte (Schienen und Zubehör) haben eine Garantie von 20 Jahren.

Kommerzielles Management.
Bei Grad® widmen wir uns ganz besonders unseren Partnern. Ausgewiesene Vertriebsgebiete mit Ansprechpartnern im Innen- und Außendienst, dienen Ihnen als Kontakt bei Fragen zu Angeboten, Auftragsabwicklung, oder allgemeinen Fragen zum Grad® System.

Ein hohes Maß an Service ist der Garant für eine verlässliche, dauerhafte Zusammenarbeit.

Grad3D.
Wir stellen unseren Partnern die professionelle Software Grad3D zur Verfügung, mit der Sie Ihre Kundenanfragen für Terrassen schnell bearbeiten können.

Darüber hinaus sind zwei Zeichner im Büro bei Offenburg darauf spezialisiert, Sie bei der Handhabung der Planungssoftware und seiner Verwendung zu begleiten.

Entwicklungsabteilung.
Grad® stellt Ihnen ein Team von Technikern zur Verfügung, das Sie bei Ihren Projekten unterstützt.

Mit Hilfe unseres Zeichenprogrammes Grad3D für Projekte mit Terrassendielen und Verkleidungen, oder mit Tools wie Autocad und REVIT für größere Projekte und komplexe Bauvorhaben.

Sind wir in der Lage, alle Ihre maßgeschneiderten Projekte zu realisieren.

Training.
Um unseren Partnern die Möglichkeit zu geben, ihr Potenzial voll auszuschöpfen, haben wir die Grad® Academy eingerichtet, ein Schulungsprogramm in mehreren Schritten, um das Produkt, seine Vorteile und seine technischen Eigenschaften vollständig zu verstehen.

Egal, ob Sie eine Frage zum System, zu den Verkaufstechniken, zur Montage oder zur Nutzung der Software Grad3D haben. Wir unterstützen Sie bei allen Fragen rund um Grad®.



© TIM Exklusive Gardens

Anwendung

Beispiel für die Anwendung

Alle Tabellen sollten mit horizontalen Linien von 0,5 pt dargestellt werden. Vertikale Trennlinien in Tabellen sollten nur dann verwendet werden, wenn sie für die Übersichtlichkeit eines komplexen Inhalts notwendig sind.

Linke Seite

- 1 **Paginierung** IvyStyle Sans Light 10 pt
- 2 **Titel der Abschnitte** IvyStyle Sans Bold 10 pt
- 3 **Überschrift** IvyStyle Sans Bold 30 pt
- 4 **Sekundäre Überschrift** IvyPresto Light Italic 10 pt
- 5 **Textkörper** IvyStyle Sans SemiBold/Light 9 pt
- 6 **Etikett** IvyStyle Sans Bold 7 pt
- 7 **Anmerkung** IvyStyle Sans Light Italic 7 pt

Rechte Seite

- 8 **Textkörper** IvyStyle Sans Bold 8 pt
- 9 **Titel** IvyStyle Sans Bold 9 pt

Details Tabelle

- 10 **Tabellentitel** IvyStyle Sans Bold 9 pt
- 11 **Untertitel Tabelle** IvyStyle Sans Light 6 pt
- 12 **Tabellenreferenz** IvyStyle Sans Bold 8 pt
- 13 **Beschreibung Tabelle** IvyPresto Light 8 pt

1.15 — Typografische Probe

10
11
12
13

KOMPATIBILITÄT		
ARTIKEL-NR.	BESCHREIBUNG	
1185	Flat Rail - 124 1984 mm	SINHALT
2222	Flat Rail - 124 1984 mm	STK
1189	Top Rail - 124 1984 mm	
1191	PR24 - 124 1984 mm	GRÖßESINHALT
1194	PR39 - 124 3968 mm	
1197	PR56 - 124 1984 mm	

36 TERRASSENBELÄGE

2

3

4

5

6

MOSO®
Komprimierte Bambusdielen mit hoher Dichte.

Erhältlich in zwei Ausführungen: Bamboo X-Treme® und Bamboo N-Durance®
Lange Haltbarkeit und Feuerbeständigkeit.
Beständigkeit gegen Durchstich und Abrieb
Die ökologische Alternative zur Verwendung von Tropenholz.

Ideal für öffentliche Plätze.
Werkseitig aufgebrachte Sättigung.
Keine Äste.
Bamboo X-Treme wird bei 200°C wärmebehandelt
Gebrauchsklasse 1 (EN 335)
Schimmel / Pilzresistenzklasse 0 (EN 152)

Komfortprofil: gehobeltes Holz mit einer leichten Wölbung an der Oberseite, für das leichtere Abfließen des Wassers.

© Vertige Etalage

© Grad

© Grad

119 mm
21 mm
8,06 m²/m³

0°

MOSO® X-TREME VERPACKUNGSMENGE
Länge 1,85 M **2022** 234 stk

MOSO® N-DURANCE VERPACKUNGSMENGE
Länge 1,85 M **2104** 234 stk

KOMPATIBILITÄT

ARTIKEL-NR.	BESCHREIBUNG
1185	Flat Rail - 124 1984 mm
2222	Flat Rail - 124 1984 mm
1189	Top Rail - 124 1984 mm
1191	PR24 - 124 1984 mm
1194	PR39 - 124 3968 mm
1197	PR56 - 124 1984 mm

→ **Maximaler Abstand** für die private Nutzung **46,2 cm**
→ Je nach Verfügbarkeit
→ Nicht vertragliche Fotos
→ Öffentlicher Bereich: bitte kontaktieren Sie uns

Bis zu **25 Jahre Garantie**, je nach Herstellerbedingungen.
www.moso.eu

TERRASSENBELÄGE

VERWITTERUNG

NEU

NACH 6 MONATE

NACH 2 JAHRE

7

8

9

Die Icons

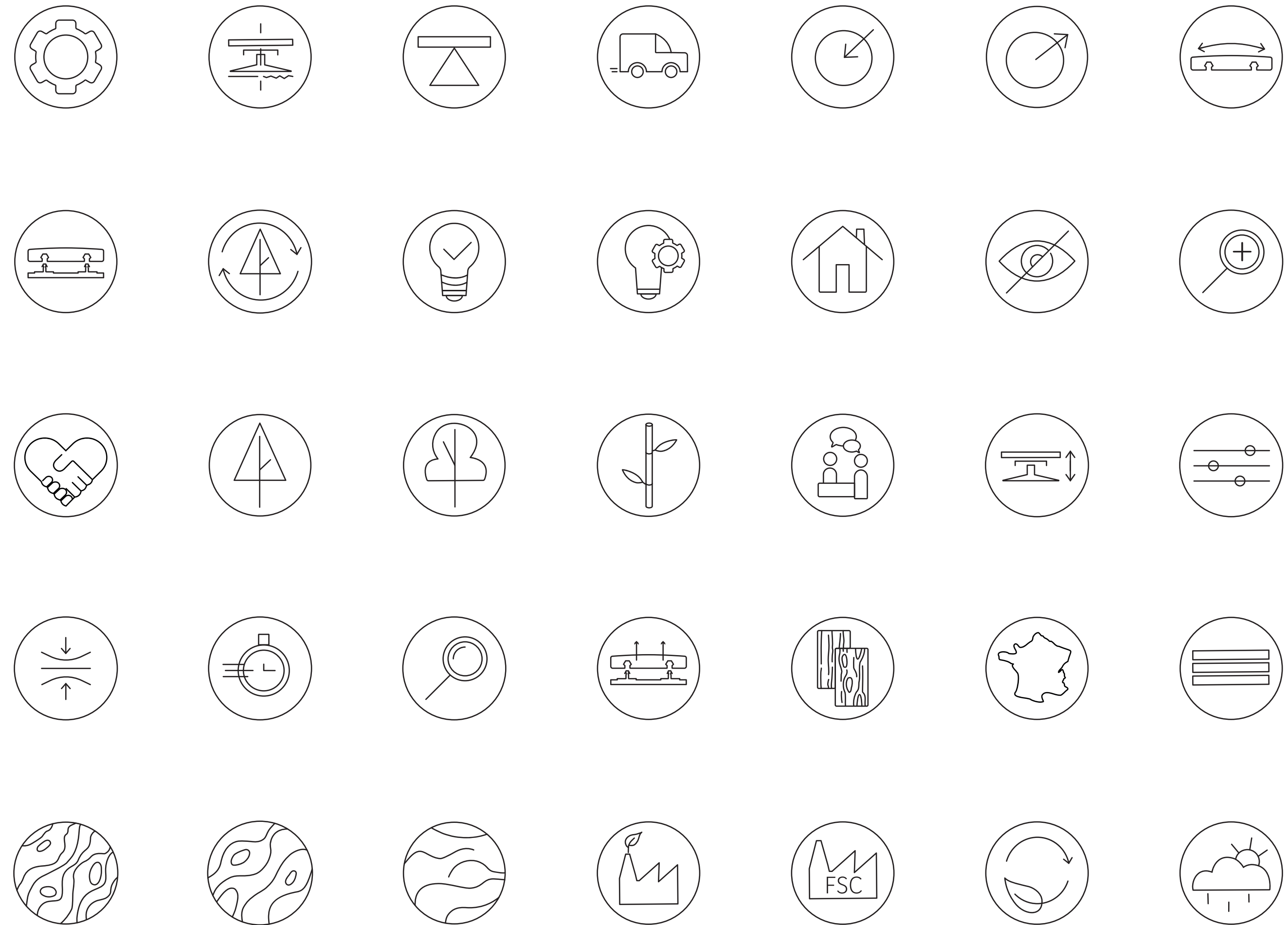
Wir entwerfen unsere Icons mit großer Sorgfalt und Aufmerksamkeit. Grad® Icons müssen den negativen Raum ausgewogen nutzen, ihre Bedeutung wirksam vermitteln und dem auf den folgenden Seiten beschriebenen Raster entsprechen.

Wir verwenden einen Satz von Icons, der für unsere Kommunikation maßgeschneidert wurde. Sie sollten sinnvoll eingesetzt werden und niemals auf Kosten der Lesbarkeit gehen.

Piktogramme können sowohl in der Print- als auch in der Webkommunikation eingesetzt werden. Durch ihre Integration in unsere Layouts wird der Inhalt visueller und leichter zu erfassen. Unsere Icons sind streng funktional und so gestaltet, dass sie auch in kleinem Maßstab lesbar sind.

Wir verwenden Piktogramme niemals als Ersatz für Fotografien.

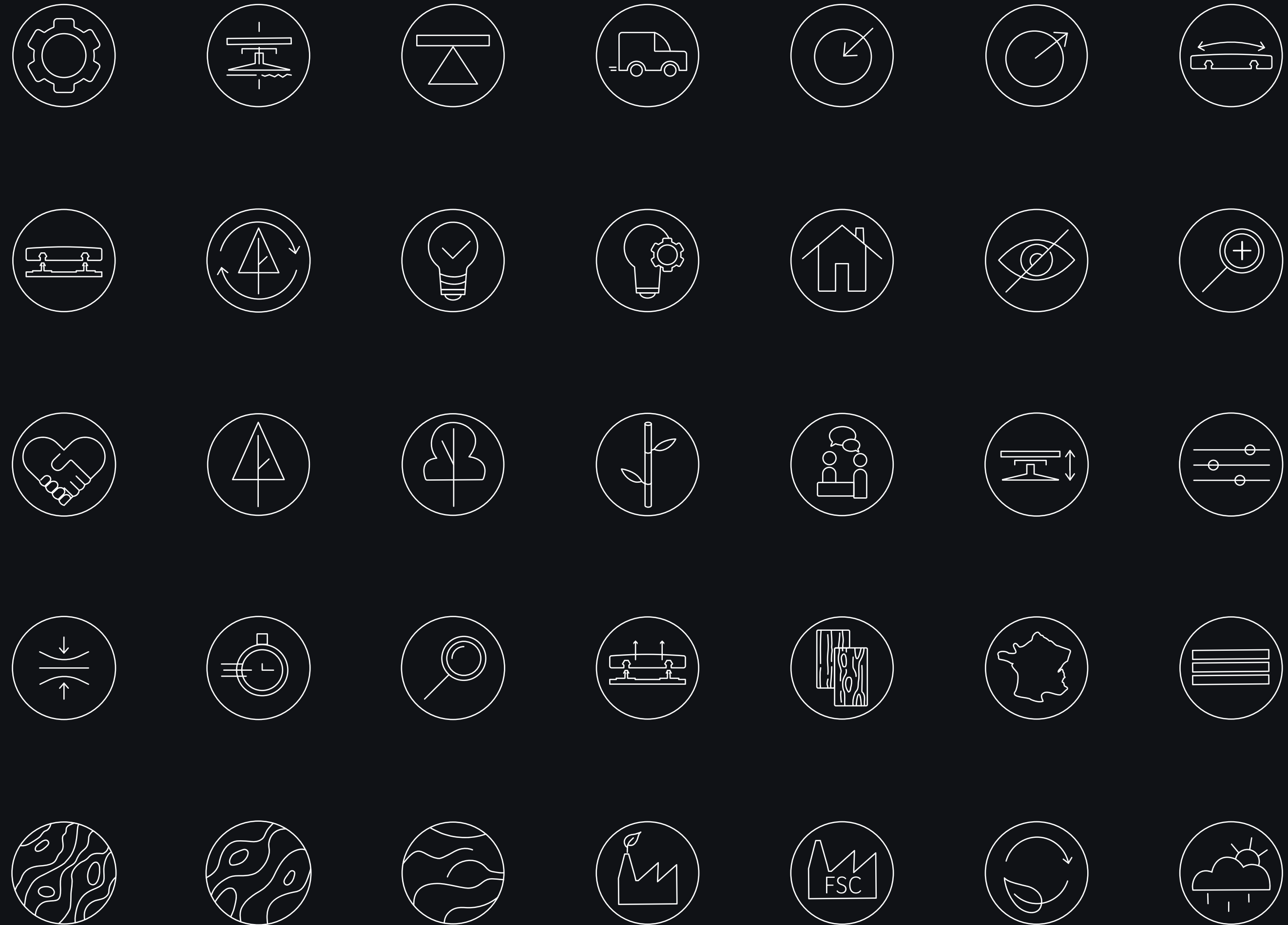
1.16 – Piktogramme





Die Icons

Die Piktogramme können auch weiß auf einem dunklen Hintergrund sein, wie das hier abgebildete Schwarz oder das Blaugrau der Charta. Diese Optionen bieten einen ausreichenden Kontrast, um die Lesbarkeit der Piktogramme zu erhalten.



Verwendung von Symbolen

Grad® Piktogramme werden auf einem Raster von 100 px mal 100 px gezeichnet. Jedes Icon verwendet eine Linie von 1 pt und die Ecken sollten abgerundet sein. Unsere Piktogramme richten sich nach der runden und geraden Geometrie unseres Logos und unserer Icons.

Verwenden Sie niemals Icons innerhalb von Formen wie Quadraten oder Rauten.

Entfernen Sie niemals den Kreis, der das Piktogramm umgibt. Er dient dazu, die grafische Kohärenz und die Homogenität mit den übrigen Piktogrammen zu wahren. Diese Gestaltungsrichtlinien sind zu beachten.

Größe

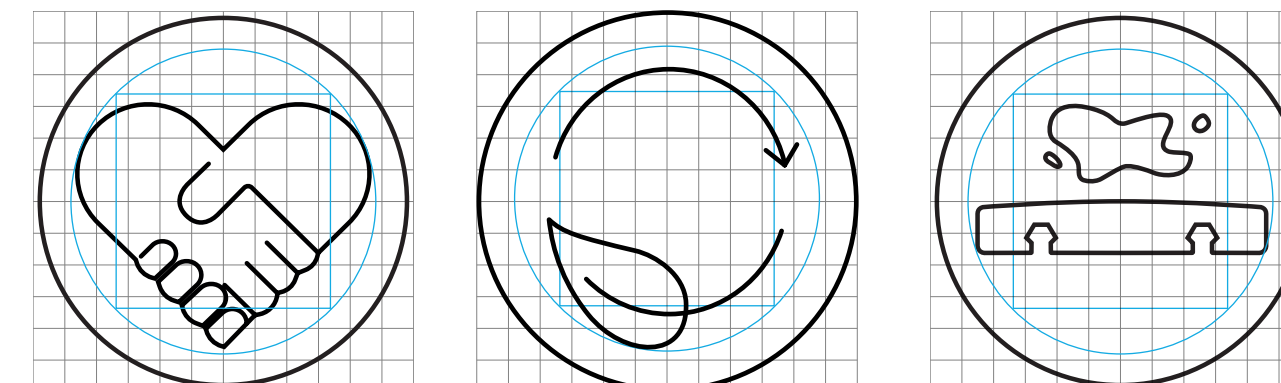
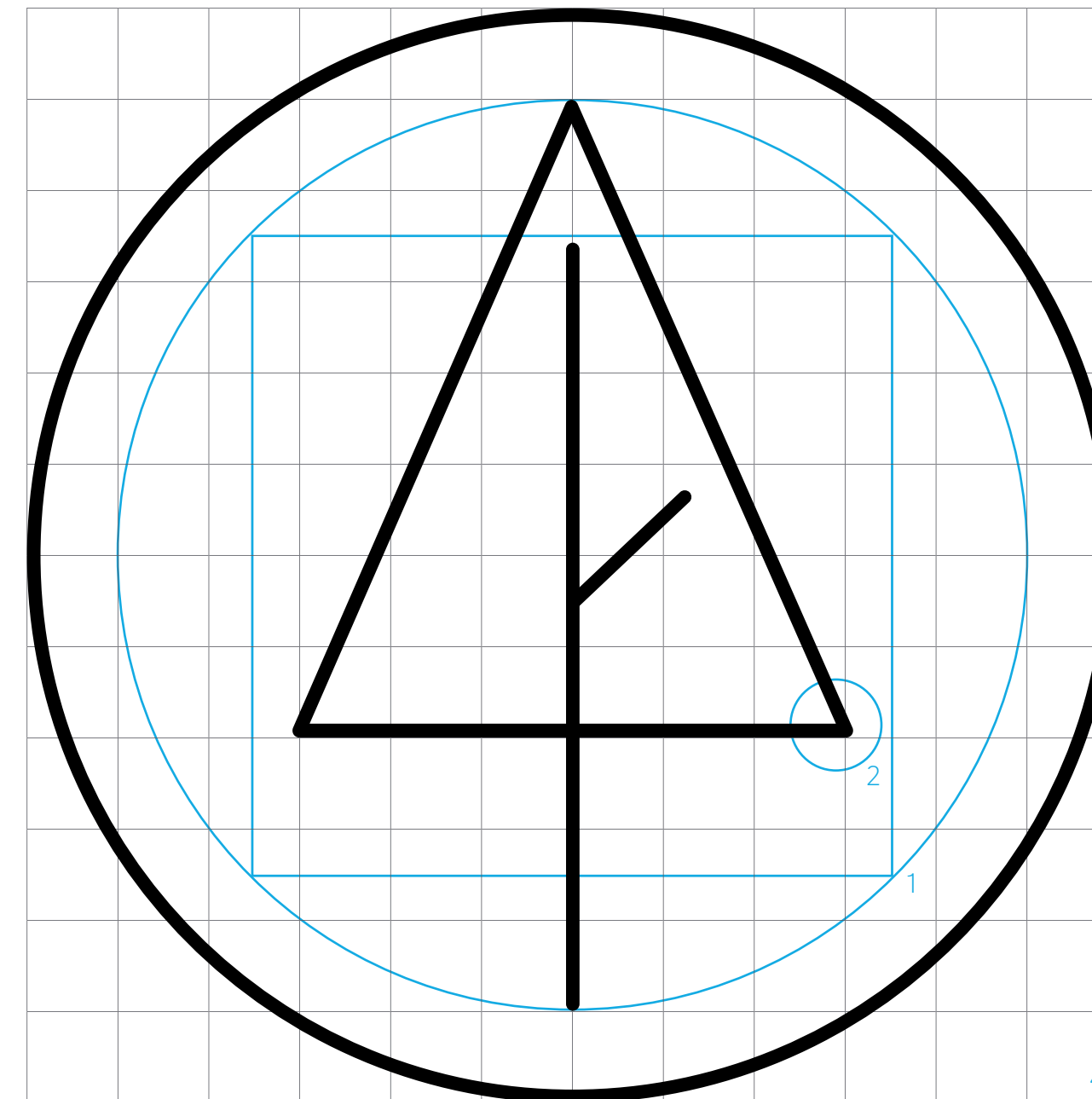
Die Größe des Piktogramms kann an die Größe des Mediums, auf dem es erscheint, angepasst werden. Es ist wichtig, darauf zu achten, dass das Piktogramm leicht zu lesen ist. Die Mindestgröße beträgt 50 px mal 50 px.

Beschreibung

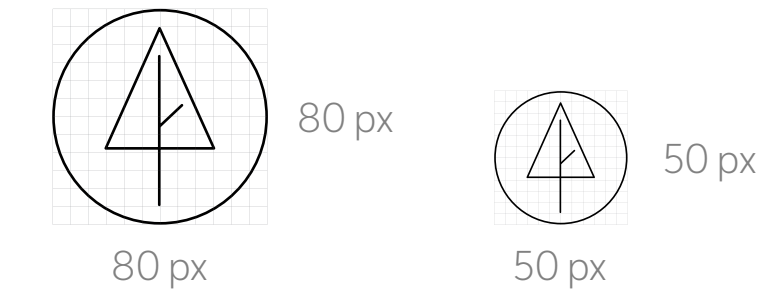
- Konstruktion** Schutzzone
- Geometrie** Abgerundete Ecken
- Kreis** Kreisförmige Form für eine Übereinstimmung mit der Rundung des Grad® Logotyps
- Raster** Anordnung des Rasters

1.17 – Details zu Piktogrammen

Konstruktion des Symbols



Größe



Typografische Anwendung

Jedes Piktogramm wird von einer Legende begleitet, die die Bedeutung des Symbols definiert. Diese Legenden werden immer in IvyStyle Sans Regular mit einem Buchstabenabstand von 30 verfasst. Je nach Beispiel können die Legenden unter oder rechts neben dem Symbol platziert werden. Piktogramme können auch ohne die entsprechenden Legenden angewendet werden.

- 1 Vertikale Version des Piktogramms
- 2 Horizontale Version des Piktogramms

Schutzzone

Die Schutzzone wird durch die Höhe des Textkörpers der Legende definiert.

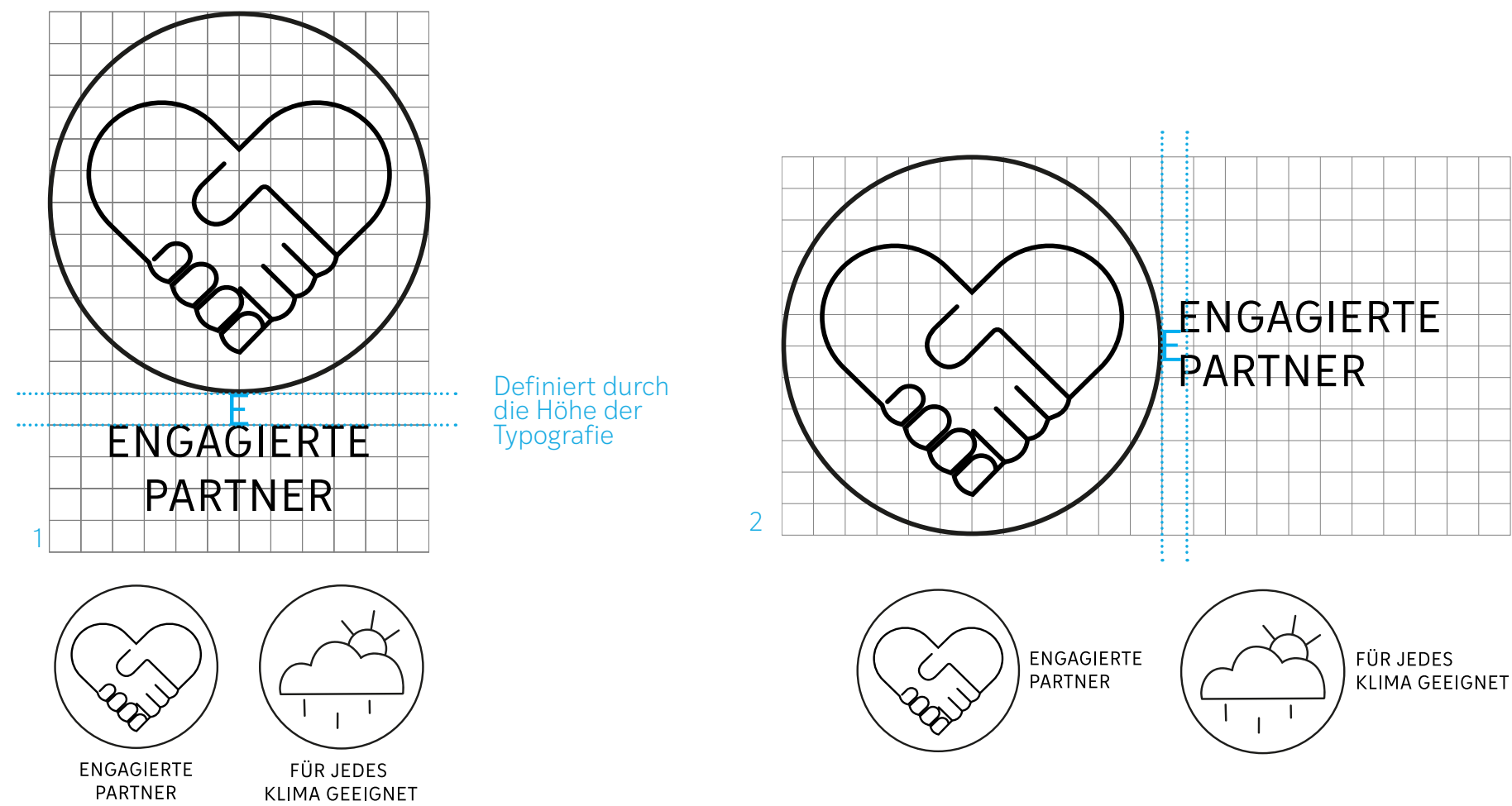
Regeln für Piktogramme

Im Interesse der Einheitlichkeit unterliegen Piktogramme bestimmten Regeln, die für alle auf allen Kommunikationsmitteln gelten sollten. Die Reproduktion von Piktogrammen muss der Originalvorlage entsprechen.

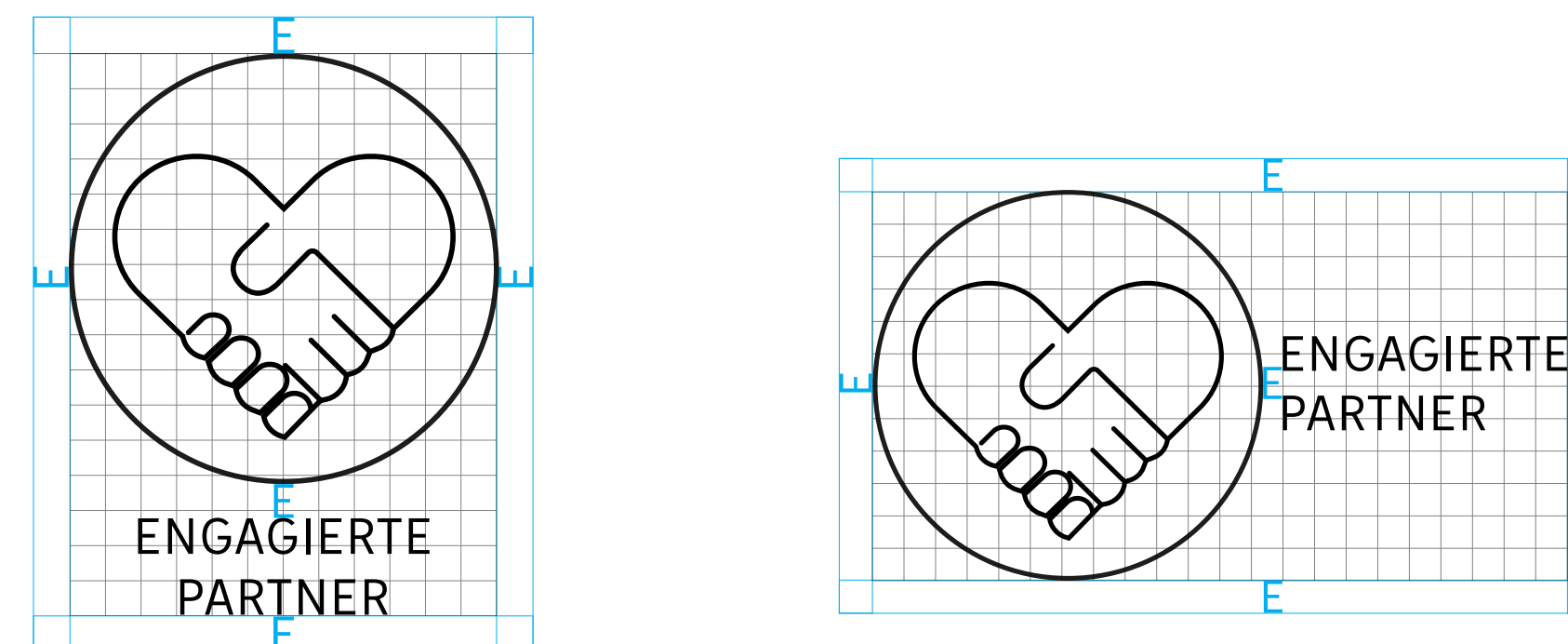
- 1 Verwenden Sie keine Hintergrundfarben
- 2 Überlagern Sie die Piktogramme nicht mit einer Fotografie
- 3 Verwenden Sie keine nicht genehmigten Farben
- 4 Kippen Sie die Piktogramme nicht
- 5 Verändern Sie nicht die Proportionen
- 6 Überlagern Sie keine Komponenten

1.17 – Details zu Piktogrammen

Anwendung der Typografie



Geschützter Bereich



Falsche Verwendung

