



ROARING<sup>®</sup>  
REAL HEAT. REAL TASTE. REAL WOK.  
**DRAGON**

IT'S THE POWER THAT MAKES THE TASTE

UNSER AUFTRITT  
**CORPORATE DESIGN STYLEDGUIDE**

## EINZIGARTIG UND UNVERWECHSELBAR.

Das Corporate Design ist das Gesicht eines Unternehmens oder einer Institution. Es enthält eindeutige und wieder erkennbare visuelle Signale, wie zum Beispiel das Logo oder die charakteristischen Schriften und Farben. Mit einem einheitlichen Auftritt wird die Identifikation eines Unternehmens unterstützt und sein Image positiv beeinflusst.

Aufbau des Logos	SEITE 3
Logodarstellung	SEITE 4
Positionierung des Logos	SEITE 5
Die Farben	SEITE 6
Farbe des Logos	SEITE 7
Die Hausschrift	SEITE 8
Die Hausschrift	SEITE 9
Die Gestaltungselemente	SEITE 10
Die Gestaltungselemente	SEITE 11

Die in diesem Manual zusammen gestellten Gestaltungsrichtlinien sind verbindlich.  
Sollten Sie zu einzelnen Punkten Fragen haben, wenden Sie sich bitte gern unter folgender Adresse direkt an uns.

**WokTec Germany GmbH** | Hauptstrasse 23 | 79424 Auggen | TEL 0763 19318389  
FAX 0763 11756074 | MAIL [info@roaring-dragon.com](mailto:info@roaring-dragon.com) | WEB [www.roaring-dragon.com](http://www.roaring-dragon.com)

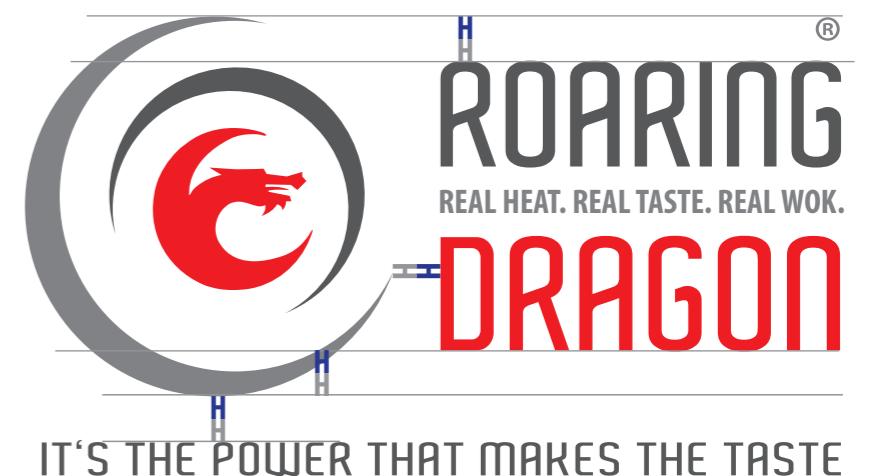
Buchstabe „H“ als Maßeinheit:

Abstand des Schriftzugs zum Signet: entspricht zwei Mal der Höhe des Buchstabens "H" aus der Tagline. Tagline hat einen Abstand von einer „H“-Höhe zum Namen. Das Signet sitzt mittig zum Namen mit einem Abstand einer quergelegten „H“-Länge.



Verhältnis des Logos zum Claim:

Abstand des Logos zum Claim entspricht zwei Mal der Höhe von „H“. Das Signet sitzt mittig zum Namen mit einem Abstand, der zwei Mal der Höhe des „H“s entspricht.



Grundsätzlich wird in allen Publikationen das Roaring-Dragon-Logo in den beiden Grundfarben Rot und Grau eingesetzt.



**Das Logo sieht nach Möglichkeit immer auf weißem Hintergrund.**

In Außnahmefällen kann es auf einem sehr leichten/ hellen Fond, bestehend aus abgestuften Tönen der Hausfarben (Grau) stehen.



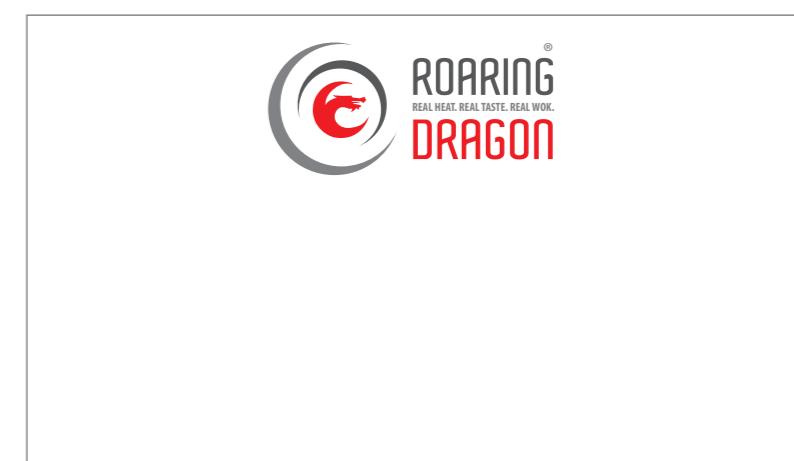
Für schwarz-weiße Publikationen wird das Roaring-Dragon-Logo mit 60%, 70% und mit 80% Schwarz gedruckt. Das gilt zum Beispiel für einfarbige TZ-Anzeigen.



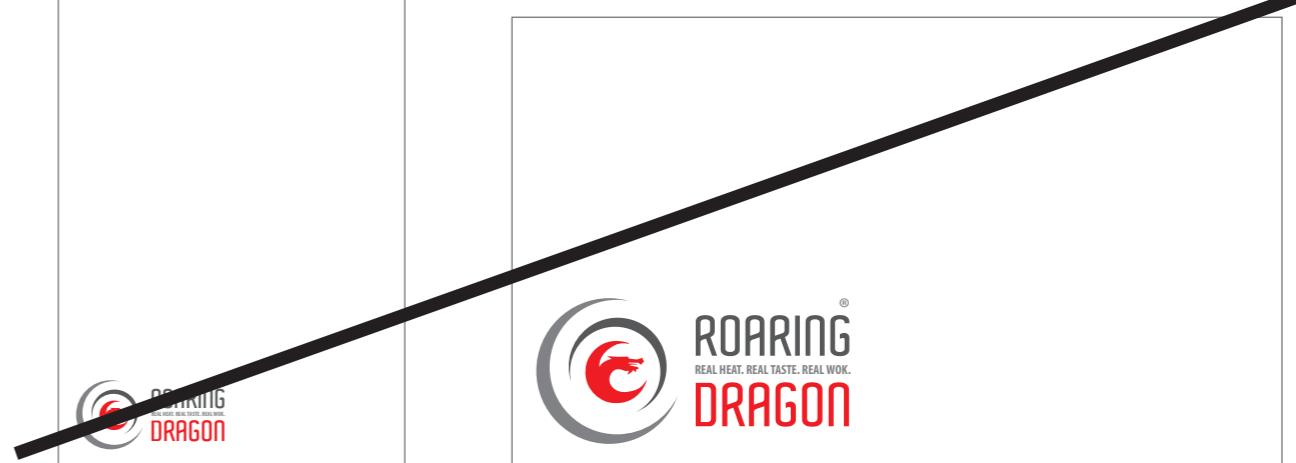
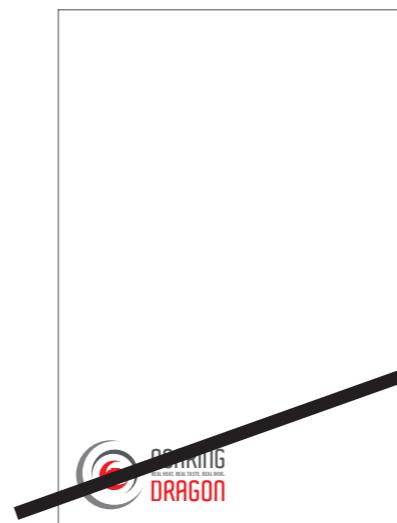
Nicht zulässig:  
Das Logo darf nicht auf vollflächigen farbigen Fonds stehen.



Das Logo kann sowohl links und rechts oben, als auch mittig in der oberen Formathälfte platziert werden.



Die Platzierung des Logos im unteren Bereich des Format ist grundsätzlich zu vermeiden.



Sie werden nicht nur im Logo verwendet. In der gesamten visuellen Kommunikation kommen die Hausfarben zum prägnanten Einsatz und tragen so zur Unverwechselbarkeit des Erscheinungsbildes bei.

Farbwerte LOGO:



C=0, M=100, Y=100, K=0  
R=226, G=0, B=26

weitere Farbwerte  
für Publikationen:

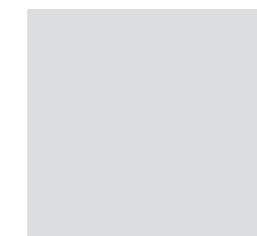
C=0, M=0, Y=0, K=80  
R=88, G=88, B=90



C=0, M=0, Y=0, K=20



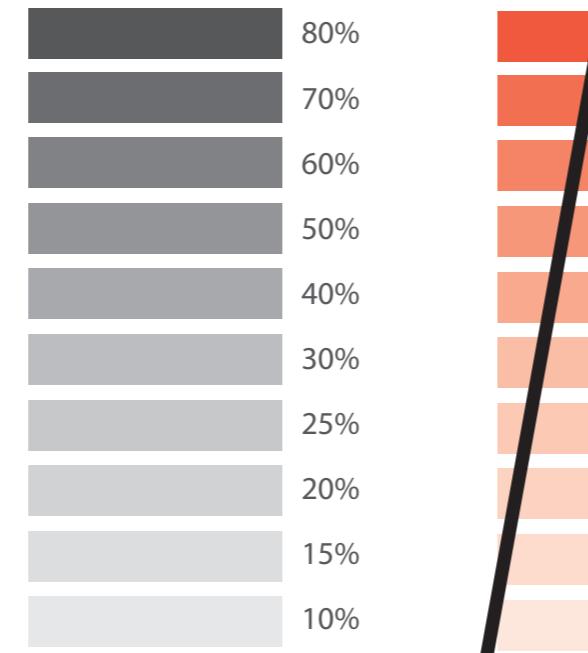
C=0, M=0, Y=0, K=80  
R=135, G=136, B=138



C=0, M=0, Y=0, K=15

Abstufungen des Grau sind von **80%**  
**Schwarz als dunkelsten Grauton** in allen  
Fünf-Prozent-Schritten abwärts möglich.  
Sie dienen der Anreicherung des Designs.

**Abstufungen des Rot sind nicht zulässig.**



Das Logo – bestehend aus Signet, Schriftzug,  
\*Tagline – und der \*\*Claim drucken in fogenden Tönen:



\*\* IT'S THE POWER THAT MAKES THE TASTE

C=0, M=0,  
Y=0, K=80

## SCHRIFTFAMILIE MYRIAD Pro

Je nach Anwendung werden die folgenden vier unterschiedlichen Schriftschnitte verwendet (mit Kursivschnitten: acht). Grundsätzlich gilt: Die Textfarbe von Fließtexten ist 80% Schwarz. Texte werden in Groß- und Kleinschreibung linksbündig als Flattersatz oder auch mittig (z.B. bei Einladungskarten) gesetzt. Headlines können wahlweise in Versalien gesetzt werden. Schriftgrade unter 6 pt sind im Hinblick auf eine gute Lesbarkeit zu vermeiden.

Nicht zulässig:

- eine Änderung der gegebenen Buchstabenabstände (sperren)
- eine Verzerrung (stauchen oder dehnen)

## Myriad Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234537890

## Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234537890

## SCHRIFT ALDO SEMIBOLD

Die Schrift Aldo Semibold wird ausschließlich für den Namen/ die Namen des Logos/ der Logos und für den Claim verwendet.



WOKTEC GERMANY®

Grundtext.  
Myriad Pro Regular  
80% Schwarz  
Schriftgrad 9-11 pt  
Zeilenabstand auto

Headline.  
**Myriad Pro Bold**  
80% Schwarz  
Groß- und Kleinschreibung oder in Versalien,  
Zeilenabstand auto

Subline oder im  
Adressblock zur  
Hervorhebung.  
**Myriad Pro Semibold**  
80% Schwarz

Wahlweise zur Hervorhebung einzelner Wörter  
(Laufweite variable)  
oder auch Grundtext.  
Myriad Pro Light  
80% Schwarz  
z.B. bei Einladungen

Dies ist ein Grundtext. (9,5 pt)  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit.  
Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

**Dies ist eine Headline.**  
**DIES IST EINE HEADLINE.**  
**(26 pt)**

## DIES IST EINE SUBLINE. (11 PT)

Dies ist ein Grundtext. Sit amet, consectetuer adipiscing elit.  
Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis.

TEL 0763 19318389 | FAX 0763 11756074...

## EINLADUNGEN ETC...

Dies ist ein Grundtext. (9,5 pt)  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

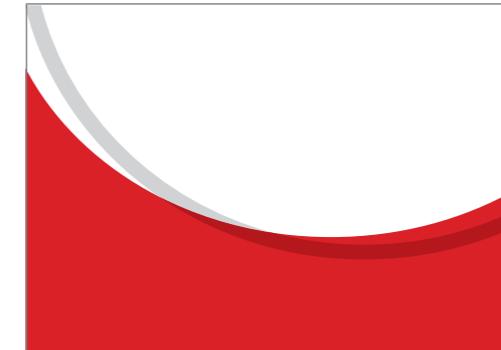


Schriftschmitt Im Logo,  
einmalig für Tagline  
**MYRIAD PRO BOLD CONDENSED**

Die Linien und Schwünge, die sich aus der Grundform des Kreises ableiten, der einen prägnanten Bestandteil des Logos ausmacht, sind eigenständige Gestaltungselemente. Sie stellen einen Teil des Erscheinungsbildes dar.

Sie können auf unterschiedliche Art und Weise eingesetzt und kombiniert werden, wobei darauf zu achten ist, dass sie im Gesamtbild harmonisch mit den anderen Elementen zusammen wirken.

Besonders wenn keine Bilder (Fotos) zum Einsatz kommen, bieten die Gestaltungselemente eine dynamische und wiedererkennbare Optik.



## Gestaltungselemente Beispiele in Anwendung





IT'S THE POWER THAT MAKES THE TASTE

**WokTec Germany GmbH** | Hauptstrasse 23 | 79424 Auggen | **TEL** 0763 19318389 | **FAX** 0763 11756074  
MAIL [info@roaring-dragon.com](mailto:info@roaring-dragon.com) | **WEB** [www.roaring-dragon.com](http://www.roaring-dragon.com) | Bankverbindung: Volksbank Müllheim  
BLZ 680 919 00 | Kto.-Nr. 77762507 | IBAN DE71680919000077762507 | BIC GENODE61MHL  
Geschäftsführer: Michael Köpf | Amtsgericht Freiburg HRB 707241