



- Design-Tagebuch

- SECONCARE GMBH  
von Menschen für Menschen



# ● Inhalt

Der Partner

Die Markenlandschaft

Das Produkt - Formen & Farben

Der Firmenname - Schreibweise & Schrift

Die Visitenkarte

Die Notizen

## Design-Tagebuch

Mit dem hier vorliegenden Handbuch beschreibe ich die Entwicklung Ihrer Marke. Da sich diese Arbeit oft über mehrere Tage zieht, habe ich dafür den Namen Design-Tagebuch gewählt. In der Endfassung definiert dieses Manual die grundlegendsten Gestaltungsrichtlinien und Einsatzmöglichkeiten der:

- Bild-Marke,
- Wort-Marke oder
- **Wort-Bild-Marke.**

Es gibt Auskunft über die Schriften, Farben und Verwendung. Sinn dieses Dokuments ist es, einen gleich bleibenden Einsatz der Marke zu sichern, um damit größte Wortschöpfung, Nachhaltigkeit, Markenprägung und Wiedererkennung zu erzielen.

Im ersten Schritt recherchiere ich Markt, Branche, und Wettbewerb, um ein Gefühl für Ihren Tätigkeitsbereich zu bekommen. Daraus leite ich bereits die ersten Ideen ab.

Im zweiten Schritt stimme ich die Ideen mit Ihren Vorstellungen und Erwartungen ab und konkretisiere die Umsetzung.

Das Design-Tagebuch steht all jenen zur Verfügung, die mit der Umsetzung der Marke zu tun haben. Dazu erhalten Sie alle entwickelten Dokumente in digitaler Form.

SeconCare GmbH

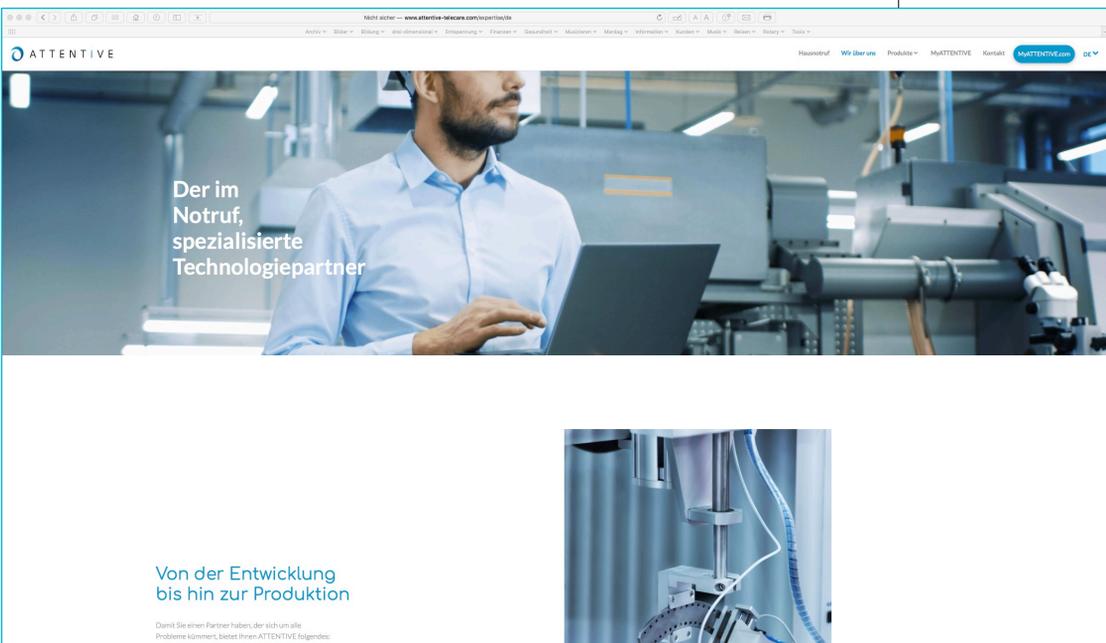
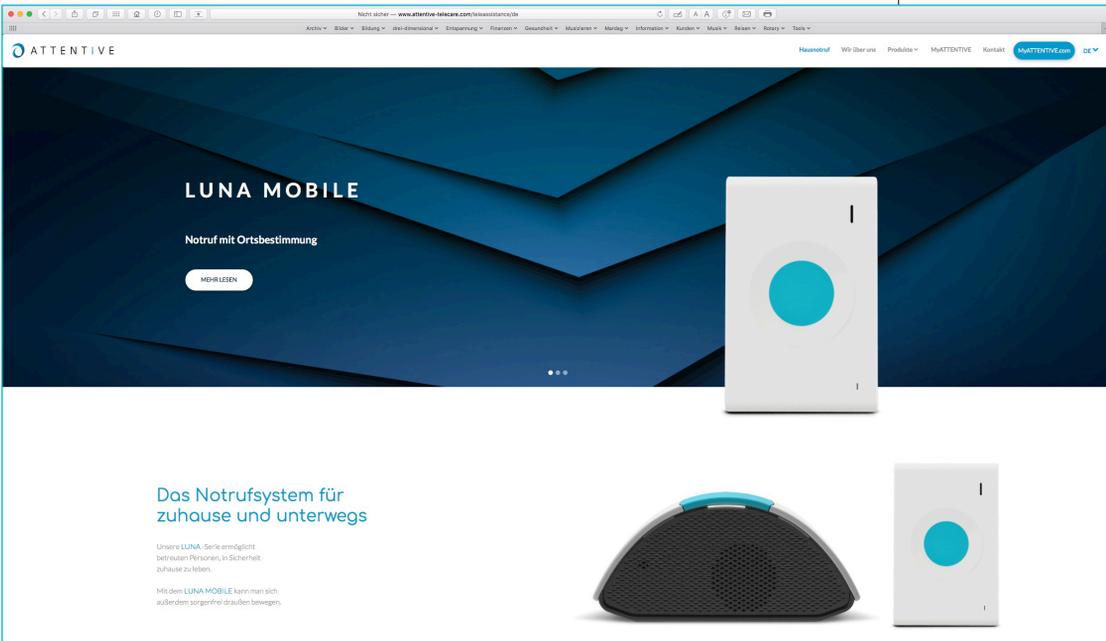
- ⊙ Secured
- ⊙ Connected
- ⊙ Care
  
- ⊙ Sicher
- ⊙ verbunden und
- ⊙ geschützt auch
- ⊙ unterwegs.

## Der Partner - ATTENTIVE

Der französische Industriepartner für den Hausnotruf in Europa. ATTENTIVE ist der Experte im Bereich Hausnotruf und stellt seine Geräte vollständig in Frankreich her.

Branche:

- 🕒 Hausnotruf
- 🕒 Notrufsysteme
- 🕒 Für Zuhause und
- 🕒 Mobil



● Branche

## Vertrieb

Den Vertrieb im deutschsprachigen Raum aufbauen und betreuen.

Möchten Sie Ihren Hausnotruf wechseln?

Haben Sie vielleicht ein bestimmtes Projekt im Sinn?

Wir stehen Ihnen für dessen Realisierung zur Verfügung.

Unser Team von Ingenieuren begleitet Sie von der Idee bis hin zur Umsetzung Ihres Projektes.

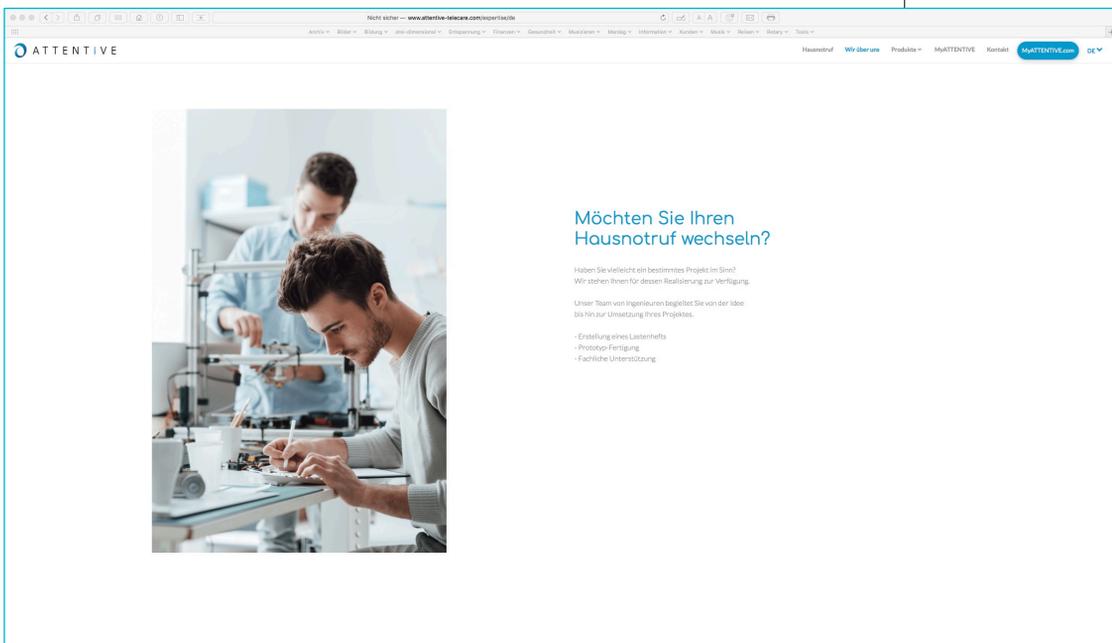
- Erstellung eines Lastenhefts
- Prototyp-Fertigung
- Fachliche Unterstützung

## Kunden

- ⊙ Arbeitersamariterbund
- ⊙ Rotes Kreuz
- ⊙ Caritas
- ⊙ Hilfswerk

## Vertrieb:

- ⊙ Präsentieren
- ⊙ Planen
- ⊙ Individuell anpassen
- ⊙ Betreuen
- ⊙ Technischer Support



The screenshot shows a web browser window displaying the ATTENTIVE website. The page features a navigation menu at the top with links for 'Anfahr', 'Bilder', 'Bildung', '3D-dimensional', 'Empfangung', 'Flächen', 'Gesundheit', 'Medizin', 'Mängel', 'Information', 'Kunden', 'Markt', 'Reisen', 'Ratgeber', and 'Tools'. The main content area includes a header with the ATTENTIVE logo and a navigation bar with links for 'Hausnotruf', 'Wir über uns', 'Produkte', 'MyATTENTIVE', 'Kontakt', and 'MyATTENTIVE.com'. Below the navigation is a large image of two men working in a laboratory. To the right of the image, the text reads: 'Möchten Sie Ihren Hausnotruf wechseln?' followed by 'Haben Sie vielleicht ein bestimmtes Projekt im Sinn? Wir stehen Ihnen für dessen Realisierung zur Verfügung.' and 'Unser Team von Ingenieuren begleitet Sie von der Idee bis hin zur Umsetzung Ihres Projektes.' Below this, a list of services is provided: '- Erstellung eines Lastenhefts', '- Prototyp-Fertigung', and '- Fachliche Unterstützung'.

## Tätigkeit



- ⦿ sicher
- ⦿ verbunden
- ⦿ geschützt



● Bilder  
Branche

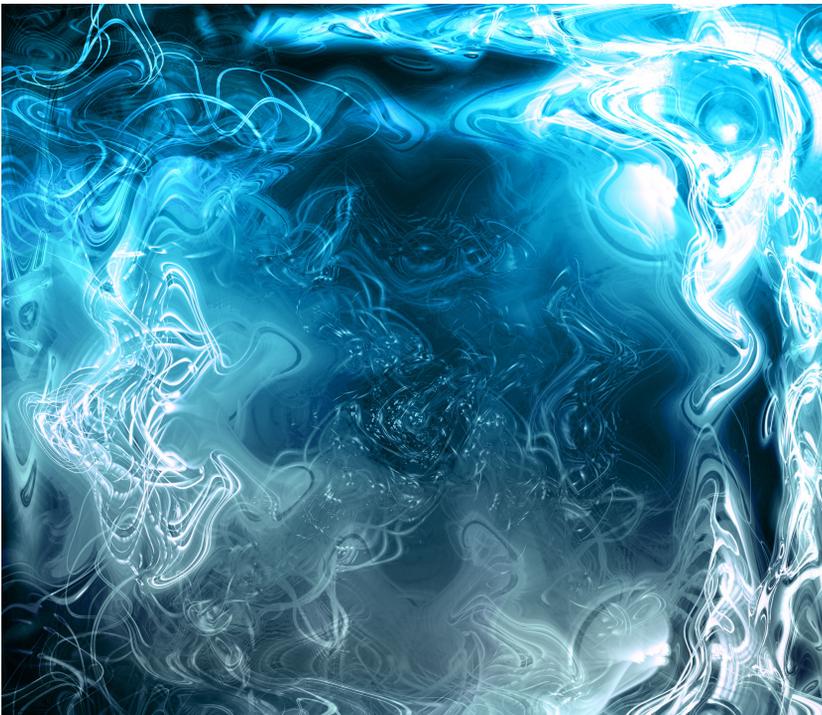


### **Die Farbe Blau – klar, sicher, kommunikativ**

Blau repräsentiert die Ruhe, Weite und Tiefe. Blau schenkt Erholung und Entspannung. Blau ist die Farbe des Friedens, führt ins Unendliche und bringt uns der Wahrheit näher. Die Farbe wirkt kühl, erfrischend, weit, himmlisch, klar und transparent und hat einen edlen Charakter. Blau steht für Beständigkeit, Freiheit und Sicherheit. Sie fördert Kommunikation, Entspannung und die Intuition und stärkt die Lebenskraft.

### **Die Farbe Mint – klar, offen, konzentriert**

Türkis ist die Farbe der Beharrlichkeit und des Stehvermögens, sowie die Farbe konzentrierter Spannung. Sie steht für Eigenständigkeit, Unabhängigkeit und Selbstbehauptung. Sie vermittelt Klarheit, Freiheit und geistige Offenheit. Türkis gilt als die Farbe des klaren schöpferischen Ausdrucks, der Gestaltungskraft und der Kommunikation. Ebenfalls symbolisiert Türkis neben Weiß die Wahrheit.



Designfarbe:

- ⦿ Sicherheit
- ⦿ Verbindung
- ⦿ Kommunikation

RGB 003–167–197

Farbe  
Branche

## Von Weiß bis Schwarz

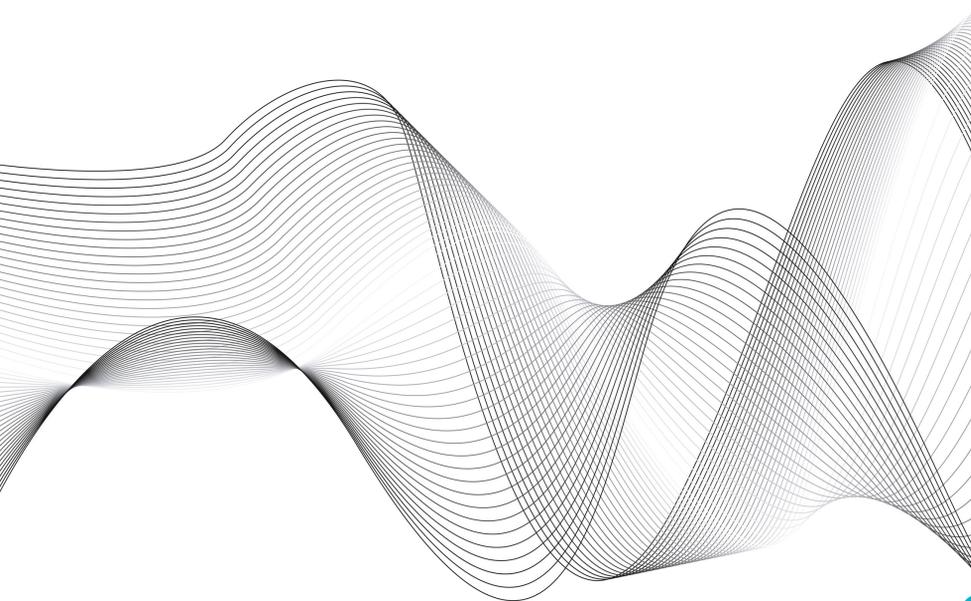
Weiß ist die Klarheit, die Reinheit, die Ordnung und die Leichtigkeit. Weiß ist eigentlich keine Farbe, sondern ein Zustand von: Reinheit, Vollkommenheit und Licht. Weiß ist die Farbe, die alle Farben in sich birgt. Weiß hat keinen negativen Zusammenhang. Sie ist ein Symbol für den Weg und die Bemühungen. Es wirkt strahlend, aufmunternd und friedlich. Weiß ist sachlich und klar. Weiß symbolisiert das Gute, den Anfang, das Neue, die Wahrheit, die Neutralität, die Klugheit, die Wissenschaft und die Genauigkeit.

Schwarz bedeutet Eleganz ohne Risiko, Modernität, Sachlichkeit, Eindeutigkeit und Funktionalität. Schwarz kann alle emotionalen Reaktionen verstärken. Die Farbe vermittelt ein Gefühl von Tiefe und Perspektive.

Schwarz und Weiß wurden von Anbeginn der Menschheitsgeschichte eine große Bedeutung zugeschrieben. Erst zusammen ist das Sein vollkommen.

Primärfarbe:

- ⦿ Schwarz
- ⦿ Weiß



Farbe

Tätigkeit

## Wort-Bild-Marke

Die Wort-Bild-Marke setzt sich aus vier aussagekräftigen Bereichen zusammen:

1. **SE** – SECURED: sicher
2. **CON** – CONNECTED: verbunden
3. **CARE**: Pflege, beschützt, geschützt
4. KNOPF

- ⦿ vertraulich
- ⦿ menschlich
- ⦿ zuverlässig

SECONCARE

SEC●NCARE

SEC●NCARE

SEC●NCARE

SEC●NCARE

SEC●NCARE

SEC●NCARE

SEC●NCARE

**SEC●NCARE**

SEC●NCARE

SECONCARE

SEC●NCARE

Die in Englisch entwickelte Firmenbezeichnung – SECONCARE - setzt sich aus drei Worten zusammen. Auf deutsch übersetzt stehen diese für „sicher, verbunden und beschützt“ und beschreiben die zentrale Funktion des Produkts und damit den Kundennutzen.

● Marke  
Entwürfe

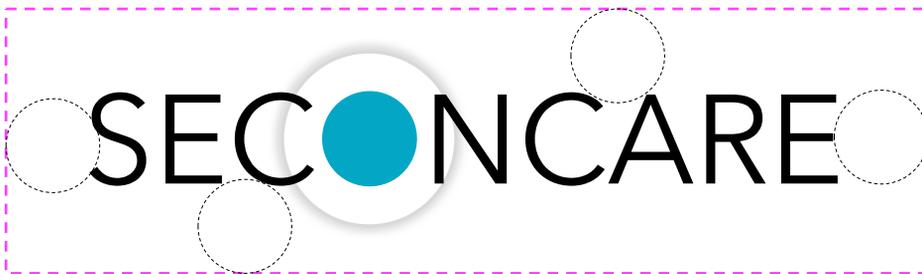
## Wort-Bild-Marke

Die Wort-Bild-Marke ist eine Form der Marke, die aus Wörtern, Zahlen, Buchstaben, Schriftzeichen und Symbolen besteht.

Im Einsatz braucht die Wort-Bild-Marke alleinstehend Umraum. Nur dann wirkt die Gestaltung und die Kraft des Namens kommt zu tragen. Auf diese „Abstandszonen“ ist in allen Einsätzen zu achten.

Der Abstand entspricht mindestens der Höhe des Knopfes, welcher als zentrales Merkmal die Aufmerksamkeit erhöht.

- ⦿ vertraulich
- ⦿ menschlich
- ⦿ zuverlässig



● Marke  
Original

## Wort-Bild-Marke

Ausgewählte Versionen der Wort-Bild-Marke. Hier wird erkennbar, dass trotz Farbmutationen die Wortmarke unveränderlich erscheint. Die gegensätzlichen Darstellungen machen die Marke individuell und dynamisch.

Die differenzierte Anwendung obliegt den Nutzern.

SEC●NCARE

SEC●NCARE

SEC○NCARE

- vertraulich
- menschlich
- zuverlässig

- Marke
- Mutationen

## Firmenname

Der Firmenname SECONCARE setzt sich zusammen aus den Anfangsbuchstaben der Wörter **Secured**, **Connected** und **Care**. Hier wird kein Bezug zum Eigentümer hergestellt. Der Name bezieht sich auf die Kernkompetenz des Unternehmens.

Um die Wort-Marke noch stärker hervorzuheben, soll der Name immer in Großbuchstaben und Standard-Schrift gesetzt werden.

Achten Sie grundsätzlich darauf, immer die gleiche Schrift zu verwenden. Um Formatüberraschungen zu vermeiden, setzen Sie Standardschriften wie Avenir ein. Zu häufig verwendete Hervorhebungen wie Versalien (GROSSBUCHSTABEN), fett, *kursiv* und unterstrichen lassen Texte unruhig und chaotisch wirken.

Setzen Sie folgende Standardschriften ein:

Fließtext und Zahlen: Avenir Standard, schwarz, 12 pt

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 1  
2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " § \$ % & / ( ) = ? ` '`

Wort-Marke: Avenir Next Regular, schwarz

SECONCARE

- ◉ Fließtext und Zahlen
- ◉ Auszeichnungen
- ◉ Marke und Zusatz

● Schreibweise

## Drucksorten: Visitenkarte

Die Visitenkarte wird als zweiseitige Lösung realisiert, da so die Wort-Bild-Marke großzügiger eingesetzt werden kann. In der Farbgebung bleiben die Drucksorten schlicht gehalten.

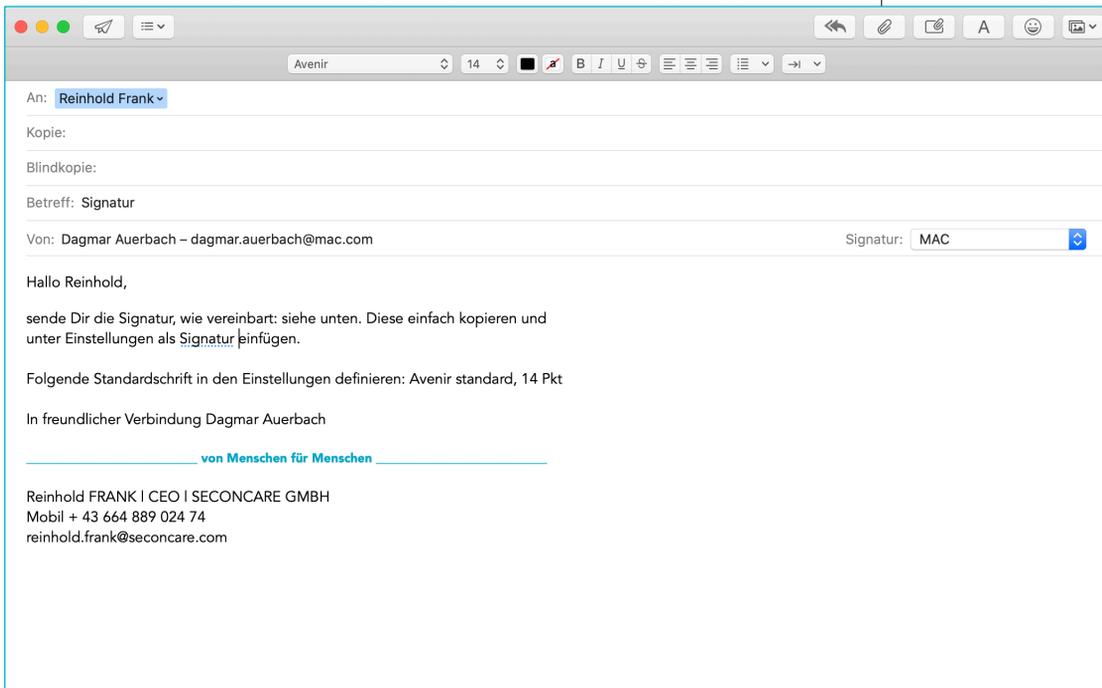
- Vorderseite mit Wort-Bild-Marke
- Rückseite mit Kontaktdaten und Knopf alleinstehend
- Ecken abgerundet, hochstehend



○ Vorderseite

○ Rückseite

● Visitenkarten



Als Abgrenzung zur Nachricht eignet sich der Leitspruch „von Menschen für Menschen“ zwischen zwei Linien sehr gut und ist in der Farbe Mint (RGB 3 – 167 – 197) zu setzen. So hebt sich die Signatur klar ab. Die Signatur wird sehr einfach gehalten. Standardschrift ist Avenir Standard, 14 Punkt.

Trodat:

5203

SECONCARE

SECONCARE GMBH  
Markusweg 18/2  
7062 St. Margarethen

Stempel

---

● Notizen

---

● Notizen