cementus

CORPORATE DESIGN

Im Rahmen der Abschlussprüfung 2015,
für die fiktive Betonbau-Firma *„Cementus“*

© Nikolai Robitschko 2015

inhalt

BRIEFING 09

SITUATIONSANALYSE 13

Auftraggeberanalyse 14
Produktportfolio 15
Konkurrenzanalyse 17
HeidelbergCement 17
gth-Beton / Thomas Gruppe 18
CEMEX 19
Trends 20
Google Trends 20
Produkttrend 21

ZIELGRUPPENANALYSE 23

Zielgruppenbeschreibung 24
Bestehende Zielgruppe 24
Zielgruppen-Erweiterung 25
Sinus-Milieus 26
Liberal-Intellektuelles Milieu 26
Konservatives-etabliertes Milieu 27
Bürgerliche Mitte 29

LEITMOTIV 31

Leitidee 33
Leitsätze 33
Leitmotto 33

CORPORATE DESIGN 35

Farbschema 36
Logo 38
Logo-Anpassung 38
Schwarz-Weiß 39
Typografie 40
Oswald 40
Muli 41
Gestaltungselemente 42

KOMMUNIKATIONSMITTEL 45

Printmedien 47
Geschäftsausstattung 46
Formblätter 48
Non-Printmedien 50
Webseite 50
App 51

PRINTMEDIENAUSSTATTUNG 53

QUELLENVERZEICHNIS 55

SCHLUSSWORT 59

briefing

BRIEFING

Im Auftrag von Geschäftsführer Walter Brills ist für das am Rande von Cottbus gelegene Betonbau-Unternehmen „Cementus GmbH“ ein Designkonzept einschließlich einer Realisierung von Medienprodukten zu entwickeln.

Um das Unternehmen erfolgreich weiter zu führen wird eine Erweiterung des Geschäftsfeldes angezielt. Die Marktnischen sollen beispielsweise in den Bereichen Stadtmöbel oder Imitationen für die Altbausanierung erfolgen.

Parallel zum Ausbau der Geschäftsfelder wird eine neue, aktualisierte Außenkommunikation benötigt.

In die Planung einzubinden ist die Neugewinnung von Kunden, sowie die Bindung von bestehenen Kunden. Auch hinsichtlich der Außenkommunikation darf lediglich das Logo in seiner Farbigkeit angepasst werden.

Des Weiteren müssen Geschäftsausstattungen, Formblätter und ein Produktkatalog unter Berücksichtigung des Designkonzeptes angefertigt werden.

situationsanalyse

AUFTRAGGEBERANALYSE

Der Auftraggeber ist das mittelständische Betonbau-Unternehmen „Cementus GmbH", welches seinen Sitz in Cottbus hat.

In seiner Namensgebung knüpft das Unternehmen an die alte Tradition der Beton-Herstellung an. Dank solch traditionellen Unternehmen wie Cementus wird diese Herstellungs-Kunst nicht in Vergessenheit geraten.

„Opus caementitium" ist die lateinische Bezeichnung für Zement, mit der die Römer bereits vor mehr als 2000 Jahren Fundamente von Bauwerken befestigt haben.

Das traditionelle Sortiment des Unternehmens wird unterstützt durch die Erstellung von Transportbeton für Baustellen, produzierte Wandplatten, Treppen und Balkone aus Beton und durch die wichtige Belieferung aller Arten von Pflastersteinen in die Region Südliches Brandenburg.

Rund 100 kompetente Mitarbeiter aus Architekten, Statikern und Bauleitern finden sich hier zusammen. Mit ihrem Fachwissen geben sie dem Unternehmen die nötige Fachkompetenz, um in allen Lagen dem Kunden professionell beiseite stehen zu können.

Neben dem starken Traditionsbewusstsein ist das Unternehmen natürlich auch am Fortschritt orientiert. Um stetig zu wachsen und seine Position am Markt auszubauen, passt das Unternehmen seine Produktpalette bei Möglichkeiten an und erschließt zusätzliche Vertriebswege.

PRODUKTPORTFOLIO

Die Verwendung von Beton ist in unserer Gesellschaft ein wichtiger Bestandteil und findet sich z.B. in fast allen neuen Bauwerken wieder. Diese Aussage bestätigt die Produktvielfalt des Unternehmens.

Transportbeton für Baustellen
Transportbeton wird als Frischbeton auf die Baustelle geliefert und von der Baufirma verwendet. Der Transportbeton muss daher gut zu verarbeiten sein.

Pflastersteine
Großen Profit zieht das Unternehmen aus der Herstellung von Pflastersteinen verschiedenster Art. Darunter fallen Gartenpflaster, geräuscharmes Straßenpflaster und ein umweltschonendes Öko-Pflaster, die es in jeglicher Größe und Form zu erhalten gibt.

Hangbefestigungen
Mauern sind wichtige und oft erforderliche Gestaltungselemente. Ihr Nutzen kommt besonders bei engen oder steilen Grundstücken zur Geltung. Hier gibt es viele Möglichkeiten - von naturnahen Ausführungen bis zu modernen Gestaltungselement.

Treppen
Eine Treppe dient heute nicht nur mehr zur Verbindung von Etagen, sondern ist ein ästhetisches Bauteil des Hauses geworden. Da jedes Haus anders ist, finden Sie hier unterschiedliche Modelle und Formen für den Innen- und Außenbereich.

Balkone
Heutzutage sind Balkone bei Wohnungen ab einer bestimmten Preislage ein unverzichtbares Element. Sie eignen sich gleichermaßen für Alt- und Neubauten.

Stadtmöbel
Stadtmöbel sollen den öffentlichen Raum einem Charakter verleihen und den Passanten sowie Anwohnern ein angenehmes Empfinden vermitteln. Sonderanfertigungen und Individuallösungen jeglicher Art sollen als eine Stärke von Cementus erscheinen.

Altbausanierung
In vielen deutschen Städten prägen immer mehr Altbauhäuser das Stadtbild. Das Unternehmen hilft dabei diese Immobilien zu sanieren und modernisieren.

KONKURRENZANALYSE

HEIDELBERGCEMENT

„HeidelbergCement" gehört zu den weltweit größten Baustoffunternehmen und steht an der Spitze, wenn es um die Herstellung von Zuschlagstoffen geht. Zusätzlich nimmt das Unternehmen eine führende Position auf dem Markt für Zement und Transportbeton ein.

Das Unternehmen ist seit 1873 im Geschäft und feierte vor kurzem sein 140 jähriges Jubiläum. Durch seine ständige Expansion ist es in mehr als 40 Ländern vertreten und hat 2.300 Standorte, in denen rund 52.600 Mitarbeiter beschäftigt sind. In Deutschland sind rund 4.000 Mitarbeiter bundesweit beschäftigt. Ihre Produktpalette wir mit nachgelagerten Aktivitäten wie der Produktion von Transportbeton, Betonprodukten und Betonfertigteilen sowie weiteren verwandten Baustoffen und Dienstleistungen ergänzt.

Ihr Ziel ist es nachhaltig zu wirtschaften und setzt deshalb auf die Sicherung von Rohstoffreserven und den Einsatz von alternativen Roh- und Brennstoffen.

GTH-BETON / THOMAS GRUPPE

Gth-Beton wurde 2000 gegründet und hat sich auf die Lieferung von Transportbeton spezialisiert.

Das Unternehmen kooperiert zwischen den großen Unternehmensgruppen „thomas“ und „GROSS“.

Die thomas gruppe ist eine mittelständische Unternehmensgruppe der Bau- und Baustoffbranche, die solide und zukunftsorientiert aufgestellt ist.

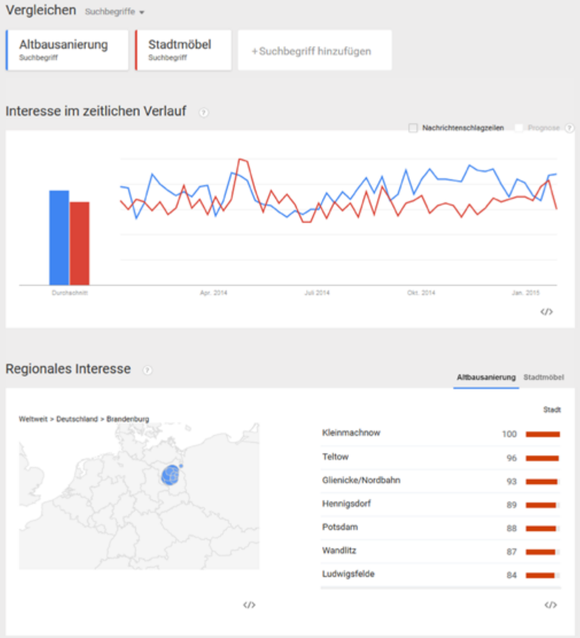
Mit den fünf Geschäftsfeldern Transportbeton, Betonbauteile, Zement, Naturstein-Asphalt und Straßenbau bieten sie ein umfassendes Produkt- und Dienstleistungsangebot. Ihre Aktivitäten erstrecken sich zudem von der Rohstoffgewinnung in Steinbrüchen über die Herstellung zahlreicher Baustoffe bis hin zu deren Verarbeitung im Hoch- und Tiefbau.

CEMEX

Die CEMEX Deutschland AG ist eines der leistungsstärksten Baustoffunternehmen in Deutschland. Sie produziert mineralische Rohstoffe, Zement, Transportbeton und verwandte Baustoffe. Ihre Produkte sind Grundlage für modernen Wohnungsbau, funktionale Gewerbebauten und dauerhafte Ingenieurbauwerke.

Weltweit arbeiten rund 44.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihren Niederlassungen. In Deutschland betreiben sie über 200 Standorte.

Großen Wert wird auf verantwortlichen Umgang mit der Umwelt gelegt. In ihren aktiven Kieswerken und Steinbrüchen bemühen sie sich Störungen zu vermeiden, um somit den Rückzugsräume für seltene Tiere und Pflanzen zu erhalten.



TRENDS

GOOGLE TRENDS

Es gibt viele Möglichkeiten sich über Märkte zu informieren. Viele dieser Möglichkeiten sind sehr zeitintensiv und mit Kosten verbunden. Eine kostengünstige Möglichkeit ist die Nutzung der Google Trends.

Mit dieser einfachen Methode kann man feststellen, wie oft ein Suchbegriff, in einem bestimmten Umkreis/Ort auf Google gesucht wurde. Mit diesen Daten kann man sich einen groben Überblick darüber verschaffen wie hoch das Verlangen nach den neuen Produkten nun wirklich ist.

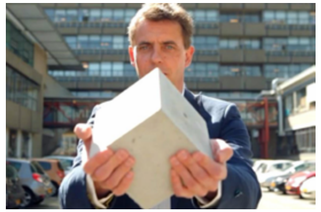
Das Ergebnis der Analyse hat gezeigt, dass die neuen Marktnischen oft gesucht wurden und vielversprechend erscheinen. Zudem wird dieser Nischenmarkt von der Konkurrenz spärlich bedient.

PRODUKTTREND

In naher Zukunft könnte für den Betonmarkt ein sich selbstreparierender Beton profitabel sein. Wie bereits erwähnt, ist Beton aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Eine innovative betonlösung kann hier ein Marktvorsprung ermöglichen.

Ein Mikrobiologe aus dem niederländischen Delft arbeitet daran, dass sich kleine Risse im Material wieder von alleine verschließen: Durch ein Bakterium, das bei der Betonzubereitung hineingemischt wird. Das Bakterium hält dem rauen Beton stand und kann sich sein Reparaturmaterial – der aus Kalkstein besteht - selbst herstellen.

Sobald Wasser an die gebrochenen Betonstellen tritt, werden die Bakterien, die zuvor in die Betonmischung gegeben wurden, aktiviert. Diese Bakterien stellen dann Kalkstein her, der die Risse wieder füllt. Damit wäre der Grundstein für weitere Projekte mit biologischen Baustoffen gelegt – das hofft zumindest Jonkers



„Es geht darum, die Natur mit Baustoffen zu verbinden – Symbiosen zu schaffen."
Mikrobiologe Henk Jonkers

zielgruppenanalyse

ZIELGRUPPENBESCHREIBUNG

Vom Auftraggeber kam die Bitte, neue Kunden zu gewinnen. Dafür muss zunächst eine Zielgruppe definiert werden. Eine weitere Vorgabe bestand darin, die alte Zielgruppe mit zu berücksichtigen damit keine Kunden verloren gehen.

BESTEHENDE ZIELGRUPPE

Die momentane Zielgruppe hat schon immer den traditionellen Aspekt des Unternehmens zu schätzen gewusst und ist in all den Jahren dem Unternehmen treu geblieben.

Firmengründer
Viele Geschäftsmänner wollten sich meist selbst verwirklichen und ihr eigenes Unternehmen aufbauen. Dafür ist die Erstellung eines eigenen Unternehmenssitzes immer sehr wertvoll und wichtig.

Eigenheimbesitzer
Durch die positive Entwicklung bei Neubauten durch Privathaushalte ist ein wichtiges Marktsegment eingeschlossen – Gartenbau und Dekoelemente.

Gemeinden und Städte
Für öffentliche Plätze in Gemeinden und Städten wurde viel Pflasterstein zur Erhaltung und Verschönerung genutzt.

Baustellen
Baustellen sind ein große Zielgruppe, die beliefert werden muss.

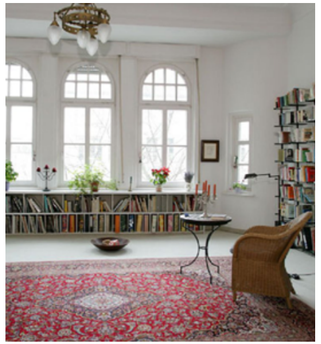
ZIELGRUPPEN-ERWEITERUNG

Die neue Zielgruppe bezieht sich auf die Erweiterung der Marktnischen, die sich das Unternehmen herausgesucht hat.

Gemeinden und Städte
Es wurde bereits schon vorher Pflastersteine zur Gestaltung öffentlicher Plätze genutzt. Doch durch die neue Marktnische „Stadtmöbel" müssen Städte und Gemeinden mehr angesprochen werden. Stadträte und Gemeindemitglieder werden überzeugt ihre Stadt mit Hilfe von Sonderanfertigungen von Cementus zu verschönern. Durch die Ausschreibungen von Städten kann man sich ein Umfeld aufbauen und immer mehr Aufträge hinzugewinnen.

Altbaubesitzer / Altbausanierung
Altbausanierung kann ökonomisch und ökologisch sinnvoll sein. Zum einen, weil die Alternative (Abriss und Neubau) teuer bzw. zeitaufwändig ist und zum anderen, weil dadurch Ressourcen geschont werden.

SINUS-MILIEUS



LIBERAL-INTELLEKTUELLES MILIEU

Die Bedeutung ihrer eigenen Person und deren Entwicklung steht bei den Liberal-Intellektuellen stark im Vordergrund. Diese wird an der persönlichen Entwicklung und dem persönlichen Erfolg gemessen. Starren Abläufen und eintönigem Leben stehen sie eher kritisch gegenüber.

Eine gediegene Altbauwohnung und ein gepflegter Lebensstil werden sehr geschätzt.

Dieses Milieu ist und wird in Deutschland eine wichtige Rolle spielen und umfasst 15% - 25% der Bundesbevölkerung.

Sozialdemografische Merkmale
. Altersschwerpunkt liegt zwischen 40 und 50 Jahren
. sind verheiratet und haben Kinder
. haben ein hohes Bildungsniveau und Einkommen
. sind qualifiziert und oft in einer leitenden Position tätig

Großen Anklang bzw. eine Tendenz zu
. Kunst und Kultur
. Erfolg und Leistung
. Persönlichkeitsentwicklung, Freiheit

Ängste
. Massenkonsum
. Einschränkung des Lebensstils
. Anpassung an die Allgemeinheit

Anforderung an Cementus
. hohe Qualität
. Nachhaltigkeit

KONSERVATIVES-ETABLIERTES MILIEU

Sie sehnen sich nach mehr Fortschritt und sind für die Erhaltung der Umgebung in der sie und andere Leben sehr besorgt.

Die konservativ Etablierten gehören zu der gesellschaftlichen Elite und gelten als das klassische Establishment.

In Deutschland leben von ihnen 7,2 Mio. Menschen, was 10% der Bundesbevölkerung ausmacht.

Sozialdemografische Merkmale
. Altersschwerpunkt liegt zwischen 40 und 60 Jahren
. sind Verheiratet und haben Kinder
. haben ein hohes Bildungsniveau
. gehobenes Einkommen
. Beamte, leitende Personen und Freiberufler

Großen Anklang bzw. eine Tendenz zu
. Erfolg im Beruf
. Familienleben
. der Nähe von Natur

Ängste
. Digitalisierung
. Globalisierung
. Amerikanisierung

Anforderung an Cementus
. hohe Qualität
. diskretion

BÜRGERLICHE MITTE

Die bürgerliche Mitte folgt dem allgemeinen Trend und gehört damit zu den leistungs- und anpassungsbereiten Bürgern. Sie selbst sehen sich als bodenständige, gesellige und lebensfrohe Menschen, die sich stets ein harmonisches Familienleben wünschen und sehr familienorientiert leben.

In Deutschland ist die bürgerliche Mitte das zweitgrößte Sinus
Milieu und mit ca. 15,6% der Bundesbevölkerung vertreten.

Sozialdemografische Merkmale
. Altersschwerpunkt liegt zwischen 30 und 55 Jahren
. Männer und Frauen sind ungefähr gleich vertreten
. in der Regel handelt es sich um Ehepartner
. mittleres Bildungsniveau und Einkommen
. einfache Angestellte

Großen Anklang bzw. eine Tendenz zu
. Familienleben
. ausgewogenem Verhältnis zu Beruf und Freizeit
. harmonisches Privatleben
. Nähe von Natur

Ängste
. neue Moderne
. gläserner Bürger zu sein
. sozialer Abstieg
. ungewisse Zukunft

Anforderung an Cementus
. kostengünstige alternative zum Neukauf
. gutes Preis- und Leistungsverhältnis

leitmotiv

LEITMOTIV

LEITIDEE

Unsere maßgeblichen Faktoren, die stark zu unserem Erfolg beitragen, sind Moderne, Ästhetik und Zufriedenheit. Wir konzentrieren uns darauf, nur mit den besten Produkten und Verfahren zu arbeiten, um somit ein optimales Ergebnis in seiner Gesamtheit zu erzielen. Hinsichtlich des Ziels modern zu wirken, unterstützen wir jedoch die alten Traditionen und sind uns diesen täglich bewusst.

Gemeinsam mit unseren Kunden und unserem kompetenten Team, erleben wir neue Möglichkeiten Tradition und Moderne zu vereinen und in unseren Arbeiten einfließen zu lassen.

LEITSÄTZE

. Wir erschaffen eine Umgebung mit bleibendem Wert

. Wir richten uns nach den Wünschen unserer Kunden

. Wir erarbeiten schnell neue Ideen und setzen diese schnell um

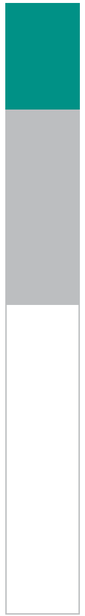
. Wir entwickeln uns stetig weiter

. Wir unterstützen die Tradition

LEITMOTTO

NACHHALTIG HANDELN.

corporate design



FARBSCHEMA

Türkis (Cyan)
Türkis hat eine Vielzahl an Bedeutungen. Im Designkonzept wird sie zum größten Teil eingesetzt.

Sie gilt als Farbe des schöpferischen Ausdrucks, der Anmut, Gestaltungskraft und der Begabung für Technologie.
Das sind alles Eigenschaften, die den Charakter des Unternehmens wiederspiegeln. Die Farbe zeigt somit deutlich wie vielseitig die Verwendung von Beton ist und was für Möglichkeiten dank der neusten Technik entstehen können.

Die Farbe steht weiterhin für Kommunikation durch Medien und Kunst, Empathie, Klarheit und Verständnis. Dies sind weitere Faktoren, die man als Kunde gerne wahrnehmen möchte. Welcher Kunde sieht sich nicht gerne in einem Unternehmen wieder, in dem man auch mit viel Verständnis und Selbstverständlichkeit umsorgt wird? Die Ästhetik der Produkte und Leidenschaft in der Herstellung sind deutlich im Endergebnis sichtbar.

Zusätzlich steht sie für Stabilität und Freundschaft. Die Qualität und somit auch die Nachhaltigkeit der Produkte werden deutlich wiederspiegelt, da sie dem Menschen ein lebenlang begleiten. Zudem bekommt der Kunde bei der Zusammenarbeit mit dem Unternehmen und all seinen Mitarbeitern ein sicheres Gefühl.
Es wird zudem verdeutlicht, dass man sich Traditioneller Werte besinnt.

Weiß
Rein und hell, suggeriert die Farbe Weiß den Aspekt des Betons wieder. Gezielt als dominante Farbe eingesetzt, werden Weißräume erzeugt, die Modernität und Offenheit kommunizieren.

Grau
Grau ist eine Farbe der Eleganz, der Pünktlichkeit und steht für Technologie, aber gleichzeitig auch für Tradition. Tradition ist ein wichtiges Element, soll jedoch nicht komplett im Vordergrund stehen. Daher wird Grau als Subdominante Farbe nur sparsam im Konzept eingesetzt. Wie die Farbe Weiß zeigt sie die Eigenschaft von Beton wieder.

Schwarz
Sie wirkt neutral und klar. Ein harmonischer Kontrast entsteht zu großen Weißflächen und Türkistönen.

Farbharmonie
Grau, Türkis und Weiß regen zum Nachdenken an und fördern somit die Kreativität und Arbeitsbereitschaft im Unternehmen, sowie des Kunden.

CMYK 91 22 55 1
RGB 0 137 124
#00897c

CMYK 0 0 0 100
RGB 0 0 0
#000000

CMYK 0 0 0 30
RGB 198 199 200
#C6C7C8

CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
#FFFFFF

LOGO

LOGOVERÄNDERUNG

Bis auf die Farbgebung durfte nichts am Logodesign verändert werden.

Der Schriftzug „Cementus“ sowie das Rechteck auf dem der weiße Schriftzug „BETONBAU“ liegt wurden in einen Türkiston eingefärbt. Das Logo wird hiermit deutlicher wahrgenommen und ist auch für den Betrachter einprägsamer als zuvor.

Die Struktur des „Betons“, welches das untere Rechteck darstellen soll, kommt besser zur Geltung. Moderne und Tradition treffen im Logo aufeinander. Alle Komponenten bilden eine perfekte Harmonie.

Der ursprüngliche Charakter des Logos bleibt erhalten. Mit seiner neuen Farbgebung sticht das Logo nun deutlicher unter den Konkurrenten heraus und wird in seiner Gesamtheit wahrgenommen.

SCHWARZ UND WEISS

Wird das weiße Logo verwendet, muss es generell auf einer türkisen Hintegrundfläche platziert werden.

TYPOGRAFIE

Bei der Typografie haben wir uns für zwei serifenlose Schriften entschieden: Die Schriften Oswald und Muli. Beide harmonieren perfekt miteinander und stellen für ein Betonbauunternehmen wie Cementus eine perfekte Wahl dar. Zum einen zeigt sie den technischen Fortschritt mit welchem die Firma agiert und zum anderen den Aspekt des Betons. Sowohl die Erhabenheit der Produkte als auch die Standhaftigkeit wird durch die markante Höhe der Schriften dargestellt.

Die Typografie orientiert sich am Charakter der Logo-Schrift, um den Wiedererkennungswert bezogen auf die momentanen Kundenkreis beizubehalten und zu verstärken.

Beide Schriften sind Webfonts und können optimal für digitalen Gebrauch genutzt werden. Dies hat heutzutage viel an Bedeutung gewonnen und stellt daher ein wichtiges Kriterium dar. Gleichzeitig ist die Schrift ohne Probleme für den Druck geeignet.

OSWALD

Für technische und fortschrittliche Unternehmen ist die Oswald Font wie geschaffen und wird auch bevorzugt eingesetzt. Ihr fettes und gepresstes Aussehen, ist ideal geeignet für Head- und Sublines und sollte nur dort verwendet werden. Bei normalen Texten ist die Oswald-Font hingegen eher weniger geeignet. Doch gerade bei Überschriften macht das Design der Webfont Sinn, denn durch die enge Schreibweise, wird viel Platz eingespart.

Entweder wird die Schrift nur in Majuskeln oder Minuskeln geschrieben. Dies richtet sich je nach Gestaltungselementen.

Wo andere Schriften zwei Zeilen benötigen, braucht die Schrift in ihrem engen Design meist nur eine. Die Ladezeiten auf Webseiten werden dadurch nicht behindert, sondern sogar eher verkürzt.

Unter 10 Punkten sollte die Schrift nicht verwendet werden. Für kleine Texte sollte die Oswald nicht verwendet werden. In diesem Fall kommt Muli zum Einsatz.

MULI

Durch die großen Punzen, die ein Charakteristika dieser Schrift sind ist die Lesbarkeit deutlich höher als bei anderen Schriften. Man kann die Schrift sehr einfach und angenehm lesen und wird beim Lesefluss nicht irritiert.

Unter 6 Punkten sollte die Schrift nicht verwendet werden.

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
1234567890-=_+<>?/.,:„

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
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = _ + < > ? / . , : „

GESTALTUNGSELEMENTE

Die Rechtecke, welche in der Konzeptgestaltung (Seitenzahl und Kapitelunterteilung) und im Print – und Non-Printbereich zu sehen sind, besitzen zu beachtene Richtlinien.

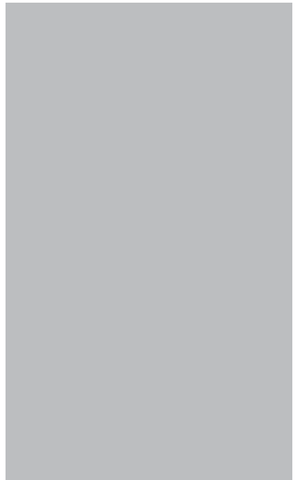
Die „Säulen" (Rechtecke) symbolisieren die Standhaftigkeit, Erhabenheit und Stärke der Firma, und spiegeln somit Eigenschaften der Produkte wieder.

Das Rechteck passt sich in seiner Länge immer der Schrift an, welche sich oberhalb befindet. Dies spiegelt ebenfalls die Flexibilität des Unternehmens wieder, sich an die Wünsche des Kunden und an jede Situation anzupassen.

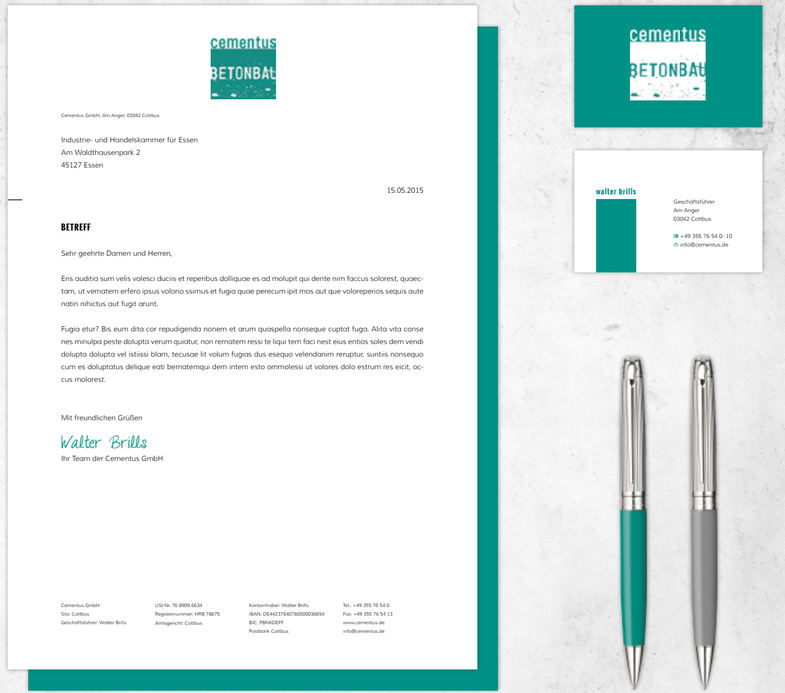
Die Schrift wir immer nur in Minuskeln geschrieben (Kleinbuchstaben), um dem Charakter des Logos zu entsprechen. Die Verwendung von Minuskeln sind bereits im Logo angewendet.

In seltenen Fällen, wenn die Situation es nicht vermeiden lässt, darf die Schrift auch zweizeilig werden.
Zum Beispiel wenn ein Name einer Person zu lang ist.

element



kommunikationsmittel



PRINTMEDIEN

Geschäftsausstattungen und Formblätter
Das Logo wurde mittig am oberen Rand platziert und kommt hier besonders gut ohne weitere Gestaltungselemente aus und vermittelt Seriosität und Vertrauen. Weitere Geschäftsinformationen finden unten im Fußsteg Platz.

Die Rückseite des Briefpapiers trägt den im Corporate Design festgelegten Türkiston. Passend zum Briefpapier werden auch Briefumschläge mit dem Unternehmenslogo versehen. Das Design lässt sich auf allen Geschäftsausstattungen sowie Formblättern problemlos anwenden.

Visitenkarten
Bei der Visitenkarte wurde das weiße Logo mittig auf einen türkisen Hintergrund platziert und übermittelt die gleiche Seriosität wir bei den anderen Printmedien.

Auf der Innenseite werden die Richtlinien der Gestaltungselemente angewandt. Telefonnummer und E-Mail werden durch türkise Icons verdeutlich.

cementus BETONBAU

Cementus GmbH, Am Anger, 03042 Cottbus

9	2	4	5	8	0	1

Kundennr.

Am Waldthausenpark 2

Straße

Industrie- und Handelskammer für Essen

Firma / Name

45127 Essen

PLZ, Ort

BESTELLFORMULAR: SCHUTTGÜTER

ARTIKELNUMMER	BESCHREIBUNG	KÖRNUNG	PREIS/TONNE	BESTELLUNG/TONNE
100200220	Feine Gesteinskörnung	0/2	12,00	
110100960	Promenadenkies	0/8	15,00	
120610090	Spielsand	0/2	15,00	
140900980	Schwemmsand	0/1	6,00	
140900650	Korngemisch	0/32	15,00	
907600900	Quarz	5/8	20,00	
110304050	Pflasterbettung	0/5	20,00	
SUMME GESAMT	zzgl. gesetzlicher MwSt.		98,00	

Max Mustermann

Ansprechpartner

15.05.2015 Mustermann

Datum, Unterschrift

Cementus GmbH
Sitz: Cottbus
Geschäftsführer: Walter Brills

USt-Nr. 76 8909 6634
Registernummer: HRB 78675
Amtsgericht: Cottbus

Kontoinhaber: Walter Brills
IBAN: DE44237640786500036654
BIC: PBNKDEFF
Postbank Cottbus

Tel.: +49 355 76 54 0
Fax: +49 355 76 54 13
www.cementus.de
info@cementus.de

Rechnungsbogen

cementus BETONBAU

Cementus GmbH, Am Anger, 03042 Cottbus

Industrie- und Handelskammer für Essen
Am Waldthausenpark 2
45127 Essen

Rechnungsdatum: 15.05.2015
Ansprechpartner: Maren Demus
Kundennummer: 83492729 348284

RECHNUNG: SCHUTTGÜTER

ARTIKELNUMMER	BESCHREIBUNG	KÖRNUNG	PREIS/TONNE	BESTELLUNG/TONNE
100200220	Feine Gesteinskörnung	0/2	12,00	
110100960	Promenadenkies	0/8	15,00	
120610090	Spielsand	0/2	15,00	
140900980	Schwemmsand	0/1	6,00	
140900650	Korngemisch	0/32	15,00	
907600900	Quarz	5/8	20,00	
110304050	Pflasterbettung	0/5	20,00	
GESAMTE ARTIKEL			88,00	
Versandkosten			10,00	
MwSt. 19%				
SUMME GESAMT			98,00	

Nemolor eiunt gitem dolorum natem adit, ut as veratiu ndersperior as quam quos ad qui doluptatqui culparit.

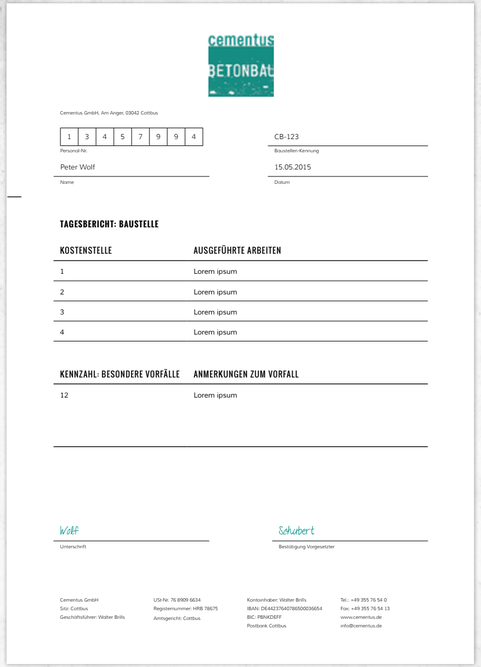
Cementus GmbH
Sitz: Cottbus
Geschäftsführer: Walter Brills

USt-Nr. 76 8909 6634
Registernummer: HRB 78675
Amtsgericht: Cottbus

Kontoinhaber: Walter Brills
IBAN: DE44237640786500036654
BIC: PBNKDEFF
Postbank Cottbus

Tel.: +49 355 76 54 0
Fax: +49 355 76 54 13
www.cementus.de
info@cementus.de

Bestellformular



cementus BETONBAU

Cementus GmbH, Am Anger, 03042 Cottbus

1	3	4	5	7	9	9	4

Personal-Nr.

CB-123

Baustellen-Kennung

Peter Wolf

Name

15.05.2015

Datum

TAGESBERICHT: BAUSTELLE

KOSTENSTELLE	AUSGEFÜHRTE ARBEITEN
1	Lorem ipsum
2	Lorem ipsum
3	Lorem ipsum
4	Lorem ipsum

KENNZAHL: BESONDERE VORFÄLLE	ANMERKUNGEN ZUM VORFALL
12	Lorem ipsum

Wolf

Unterschrift

Schubert

Bestätigung Vorgesetzter

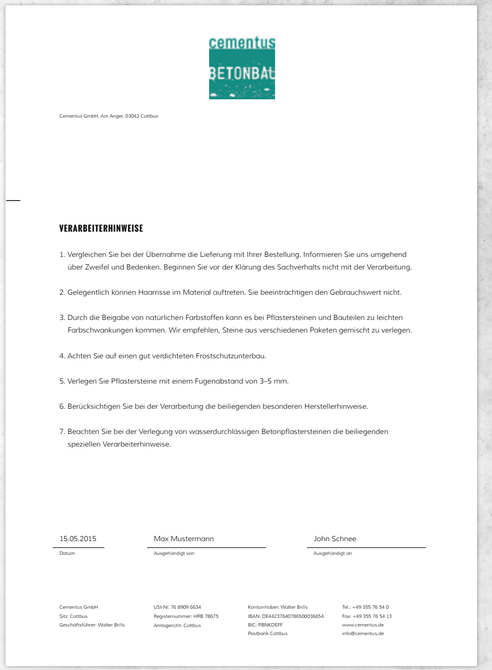
Cementus GmbH
Sitz: Cottbus
Geschäftsführer: Walter Brills

USt-Nr. 76 8909 6634
Registernummer: HRB 78675
Amtsgericht: Cottbus

Kontoinhaber: Walter Brills
IBAN: DE44237640786500036654
BIC: PBNKDEFF
Postbank Cottbus

Tel.: +49 355 76 54 0
Fax: +49 355 76 54 13
www.cementus.de
info@cementus.de

Tagesbericht



cementus BETONBAU

Cementus GmbH, Am Anger, 03042 Cottbus

VERARBEITERHINWEISE

1. Vergleichen Sie bei der Übernahme die Lieferung mit Ihrer Bestellung. Informieren Sie uns umgehend über Zweifel und Bedenken. Beginnen Sie vor der Klärung des Sachverhalts nicht mit der Verarbeitung.
2. Gelegentlich können Haarrisse im Material auftreten. Sie beeinträchtigen den Gebrauchswert nicht.
3. Durch die Beigabe von natürlichen Farbstoffen kann es bei Pflastersteinen und Bauteilen zu leichten Farbschwankungen kommen. Wir empfehlen, Steine aus verschiedenen Paketen gemischt zu verlegen.
4. Achten Sie auf einen gut verdichteten Frostschutzunterbau.
5. Verlegen Sie Pflastersteine mit einem Fugenabstand von 3–5 mm.
6. Berücksichtigen Sie bei der Verarbeitung die beiliegenden besonderen Herstellerhinweise.
7. Beachten Sie bei der Verlegung von wasserdurchlässigen Betonpflastersteinen die beiliegenden speziellen Verarbeiterhinweise.

15.05.2015

Datum

Max Mustermann

Ausgehändigt von:

John Schnee

Ausgehändigt an

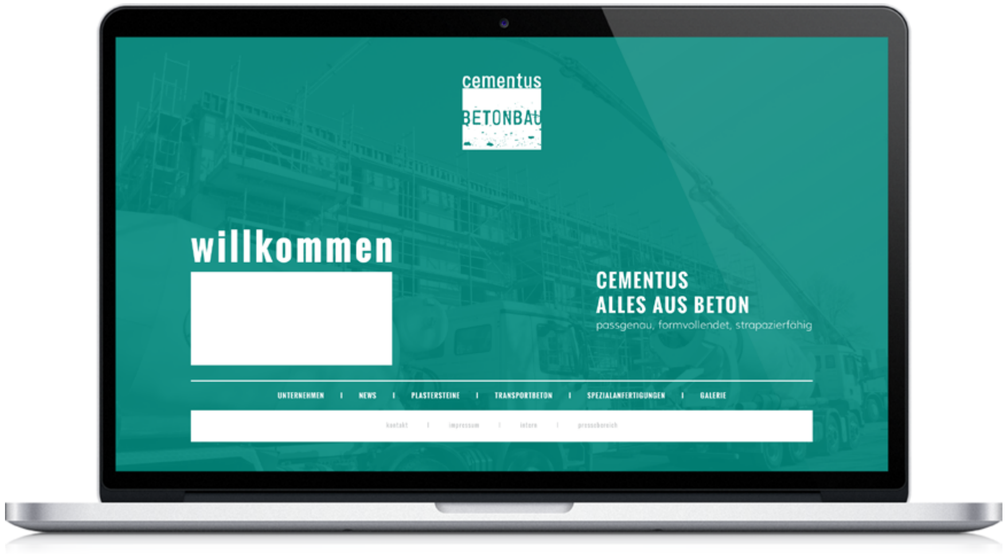
Cementus GmbH
Sitz: Cottbus
Geschäftsführer: Walter Brills

USt-Nr. 76 8909 6634
Registernummer: HRB 78675
Amtsgericht: Cottbus

Kontoinhaber: Walter Brills
IBAN: DE44237640786500036654
BIC: PBNKDEFF
Postbank Cottbus

Tel.: +49 355 76 54 0
Fax: +49 355 76 54 13
www.cementus.de
info@cementus.de

Arbeiterhinweise



NON-PRINTMEDIEN

Auf eine Website lässt sich in der heutigen Zeit nur schwer verzichten. Eine intuitive Navigationsstruktur leitet den User über die gesamte Internetseite und deren Unterseiten. Somit kann der User schnell auf alle wichtigen Informationen zugreifen.

Die mobilen Apps und das mobile Web bekommen zunehmende Aufmerksamkeit in der breiten Masse und komplettieren die Präsenz im digitalen Netz.

printmedienausstattungen

quellenverzeichnis

QUELLENVERZEICHNIS

SITUATIONSANALYSE

Konkurrenzanalyse
. www.thomas-gruppe.de/unternehmensgruppe/unternehmen-aktivitaeten/

. www.cemex.de/ueber-cemex.aspx

. www.heidelbergcement.com/de/unternehmen

Trends
. www.google.de/trends

. www.gruenderszene.de/allgemein/selbstheilender-beton-cnn

ZIELGRUPPENANALYSE

. Konzept: Pferd und Reiter Xanten

CORPORATE DESIGN

. www.google.com/fonts

CORPORATE DESIGN

. www.istockphoto.com

schlusswort

SCHLUSSWORT

Ich hoffe, dass wir Sie mit unseren Konzept und den Ideen, die dort mit eingeflossen sind überzeugen konnte und wir würden uns auf ein positives Feedback Ihrerseits freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Nikolai Robitschko

Geschäftsführer