



**CORPORATE DESIGN**

# INHALTSVERZEICHNIS

**3-4**

Logo Anwendungen

**5**

Farbgebung

**6-7**

Schriftwahl

**8-10**

Bildsprache

**11-15**

A2/F12 Plakate

**16**

Visitenkarten

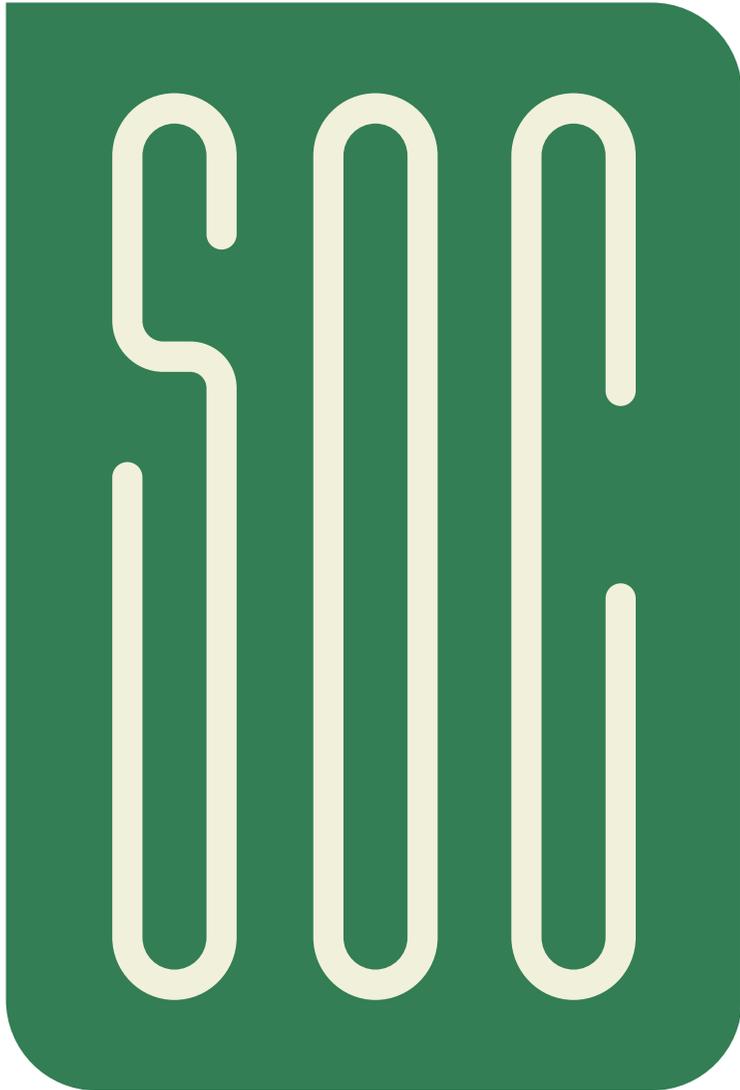
**17**

Social Media

**18-20**

Webseite & Video





## DAS LOGO

### **Erscheinungsbild**

Unser Logo tritt schlicht, roh und auf den Punkt gebracht auf. Der Schwerpunkt lag auf der Optischen Erscheinung des Logos. Es wurde absichtlich keine Wortmarke erstellt sondern eine rein typografische Umsetzung bevorzugt.

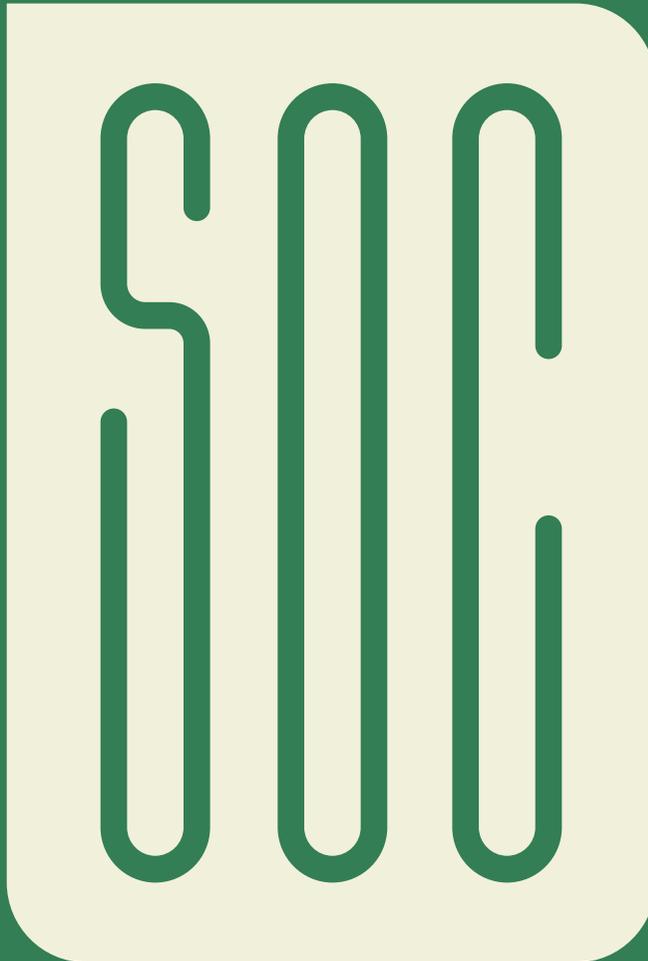
### **Namensgebung**

Der Name unserer Marke setzte sich aus dem Englischen Wort für «Socke» zusammen. Ziel war es, das Wort «socks» etwas abzukürzen und grafisch schön darzustellen, jedoch so, dass das Ursprungswort noch erkennbar ist. Schlussendlich entfernten sich «k» und «s» und nur drei Buchstaben verblieben.

### **Verwendung**

Zentriert eingesetzt betitelt das Logo das Nachstehende und fungiert als Dachelement. Drei verschiedenen Farbvarianten und zwei differenzierte Gestaltungsmöglichkeiten gehen zudem auf den jeweiligen Inhalt und deren Umsetzung ein. Das Logo sollte sich in Web- und Printmedien, sowie auf Textil perfekt platzieren lassen. Für den farblichen Eindruck wurde eine sanfte und nicht absolute Wirkung erstrebt.

## Logo auf Grün



1/23



Logo

**Mindestgröße:** 1/23 des Seitenformats (Breite)

## Logovarianten auf Weiss



# FARBGEBUNG

Farben sollen eine Wiedererkennung unterstützen. Sie bestimmen die Art des Auftretens und optimieren das Gesamtbild. SoC stellt vier Hauptfarben für die freie Gestaltung zur Verfügung.

## Primärfarbe Grün

Darf für Logo, Text, Flächen und weitere Gestaltungsunterstützungen verwendet werden. Kann für Schattierungen von primärgrünen Objekten verwendet werden. Als Primärfarbe wurde absichtlich Grün ausgewählt. Grün wirkt beruhigend und natürlich. Psychologisch gesehen verbinden wir mit Grün Leben, Natur, Zufriedenheit, Glück und Hoffnung

## Primärfarbe Grün



### Farbcodes

CMYK : C85 M40 Y85 K0  
RGB : R48 G121 B76  
HSB : H142 S60 B47  
WEB : #30794C

## Sekundärfarbe Grün



### Farbcodes

CMYK : C30 M30 Y30 K100  
RGB : R256 G256 B256  
HSB : H29 S31 B7  
WEB : #13100D

## Tertiärfarbe Grün



### Farbcodes

CMYK : C85 M40 Y85 K50  
RGB : R29 G76 B46  
HSB : H141 S61 B29  
WEB : #1D4C2E

## Primärfarbe Eierschale



### Farbcodes

CMYK : C5 M3 Y15 K0  
RGB : R246 G243 B226  
HSB : H50 S7 B96  
WEB : #F6F3E2

## Primärfarbe Schwarz

Darf primär nur für Text verwendet werden.

## Primärfarbe Eierschale

Darf für Logo, Text, Flächen und weitere Gestaltungsunterstützungen verwendet werden.

## Sekundärfarbe Grau

Kann primär nur als Flächen verwendet werden

## Graustufungen



Farbton: 100%

Farbton: 80%

Farbton: 60%

Farbton: 40%

Farbton: 20%

### Der Font spricht ohne Wörter

Wie alle anderen Gestaltungsmerkmale tragen auch die zwei gewählten Fonts zum perfekt inszenierten Erscheinungsbild bei. Der Fliesstext – dargestellt durch die «ITC Avant Garde Gothic» – erscheint minimal, modern und ehrlich. Die textlichen Highlights werden mit der «Built Titling» ausgeführt.

## BUILT TITLING, HAUPT- UND UNTERTITEL

### BUILT TITLING, BOLD

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
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	/	%	&

## ITC Avant Garde Gothic, Laufftext und Untertitel

### Book

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
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	/	%	&

### Medium

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
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	/	%	&

### Bold

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
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	/	%	&

Title

**Schrift:** Built Titting

**Schriftstil:** Bold

**Schriftgrad:** 20 Pt

**Zeilenabstand:** 18 Pt

## SOCKS, WHY SHOULD I WEAR IT?

A sock is a piece of clothing worn on the feet and often covering the ankle or some part of the calf. Some types of shoes or boots are typically worn over socks. In ancient times, socks were made from leather or matted animal hair. In the late 16th century, machine-knit socks were first produced. Until the 1800s, both man-made and machine-knit socks were manufactured, but the latter technique became more common in the 19th century.

### The Role

One of the roles of socks is absorbing perspiration. As the foot is among the heaviest producers of sweat in the body, it can produce over 0.12l of perspiration per day, socks help to absorb this sweat and draw it to areas where air can evaporate the perspiration. In cold environments, socks made from cotton or wool help warm up cold feet which in turn, helps decrease the risk of getting frostbite. Thin socks are most commonly worn in the summer months to keep feet cool. Light colored socks are typically worn with sports shoes and dark colored socks with dress shoes (often black or navy blue dress socks). In addition, dark colored socks absorb heat which in turn helps keep the foot warm while light colored socks reflect heat which in turn helps the feet stay cool.

Übertitel

**Schrift:** ITC Aavant Garde Gothic

**Schriftstil:** Bold

**Schriftgrad:** 9 Pt

**Zeilenabstand:** 14 Pt

Flisstext

**Schrift:** ITC Aavant Garde Gothic

**Schriftstil:** Book

**Schriftgrad:** 9 Pt

**Zeilenabstand:** 11 Pt

# BILDSPRACHE

Die Bildsprache setzt ganz klare Kriterien voraus. Die Socken stehen im Vordergrund. Gesättigte Farben und Töne mit ausgerissemem Weissanteil und hohem Kontrast unterstreichen das Farbkonzept.

Der Farbfilter zieht sich über alle Bilder die wir in unserer Kommunikation verwenden. Auf den Referenzbildern zeigen wir die Produkte unserer Kunden immer im selben Stil. Jegliche Bilder, abgesehen von Bildern welche rein das Produkt wiedergeben, erhalten einen Grünstich, Farbton soll je nach Bild angepasst werden.

Bildgrösse und Bildposition darf nach belieben variieren, solange es die Gestaltung unterstützt. Bilder dürfen auch am Seitenrand angeschnitten werden. Einzig die Socken dürfen nicht angeschnitten werden.



**03 Hintergrundbild** Farbstich

**01 Hintergrundbild** Farbstich



**02 Hintergrundbild** Farbstich



01 Produktbild bearbeitet



02 Produktbild bearbeitet



## PRODUKTBILDER

Unsere Produktbilder werden in den meisten Fällen freigestellt, so können sie auf Hintergrundbilder platziert werden. Möglich ist auch das platzieren der Bilder auf weissem oder farbigen Hintergrund. Die Produktbilder müssen immer von Bildrand nach innen zeigen.

Die Produktbilder werden auf Kontrast und Helligkeit bearbeitet. Der Farbton bei den weissen Socken dürfen keinen Farbstich enthalten. Im Gegensatz zu den Hintergrundbildern verwenden wir bei den Produktbildern keinen grünen Farbstich übers ganze Bild.



**03 Produktbild** bearbeitet



**01 Produktbild** unbearbeitet



**04 Produktbild** bearbeitet

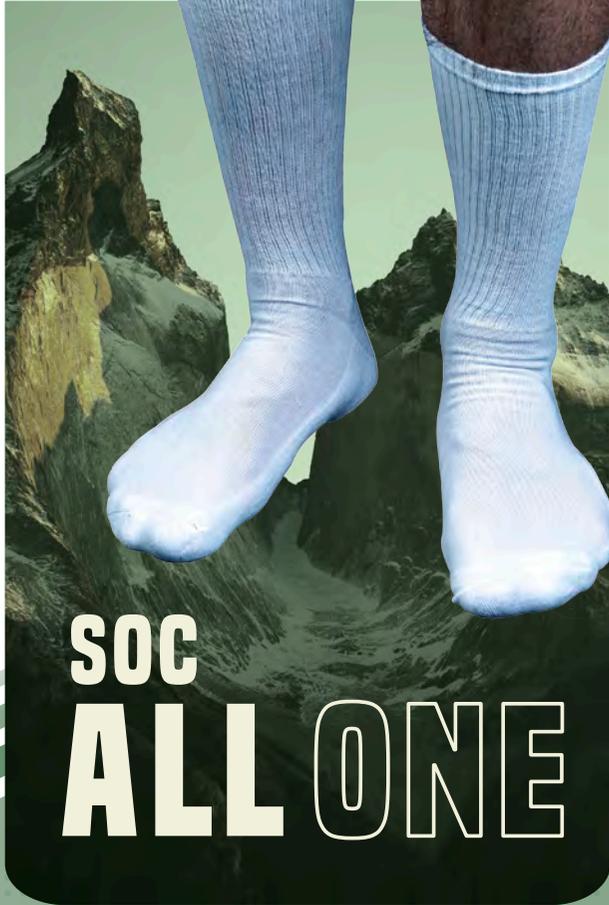
Bilder welche nicht freigestellt wurden dürfen nur für Webvarianten oder Onlineshop Vorschau verwendet werden. Allerdings nur sobald alle Freisteller bereits verwendet worden sind.

# A2 PLAKAT



[www.soc.ch](http://www.soc.ch)

#02



[www.soc.ch](http://www.soc.ch)

#02



Das Bild muss, gleich wie bei der Eckbox des Logos, an drei der vier Ecken mit **5%** abgerundet werden, die Ecke oben links darf nicht abgerundet werden. Der Abstand vom Rand zum Bild darf frei gewählt werden, solange es die Gestaltung unterstützt.

[www.soc.ch](http://www.soc.ch)

#03



SOC  
BUDDYS



[www.soc.ch](http://www.soc.ch)

#03

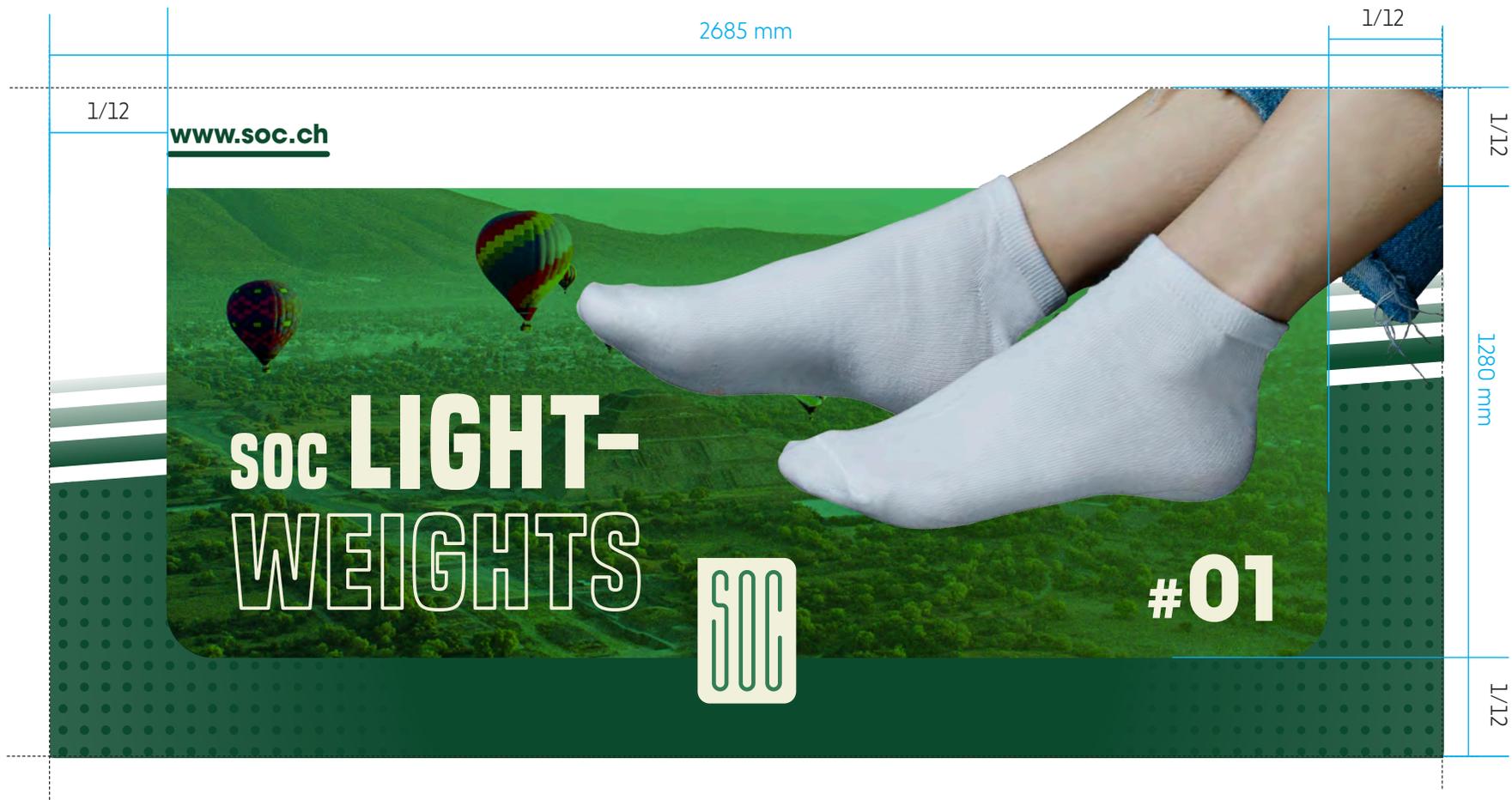


SOC  
BUDDYS

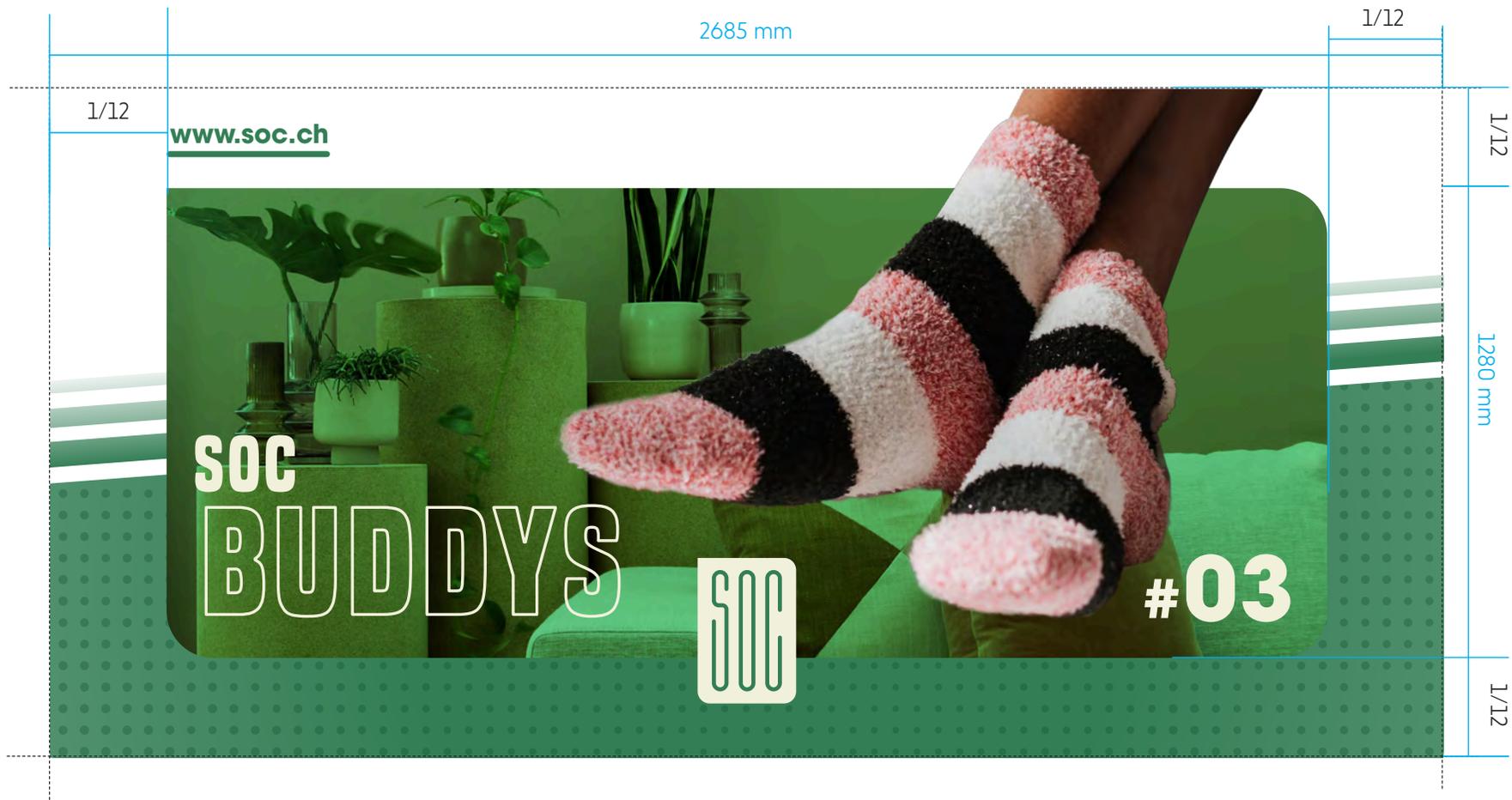


# F12 PLAKAT

F12 Plakate werden aufgrund der bestehenden A2 Plakate adaptiert. In speziellen Fällen dürfen auch F12 neugestaltet werden. Das Bild muss, gleich wie bei der Eckbox des Logos, an drei der vier Ecken mit **5%** abgerundet werden, die Ecke oben links darf nicht abgerundet werden. Der Abstand vom Rand zum Bild muss auf allen vier Seiten **1/12** der Seitenbreite, respektive Seitenhöhe betragen. Die Internetadresse muss immer oben links und bündig mit dem Foto, also **1/12** vom Rand entfernt platziert werden.

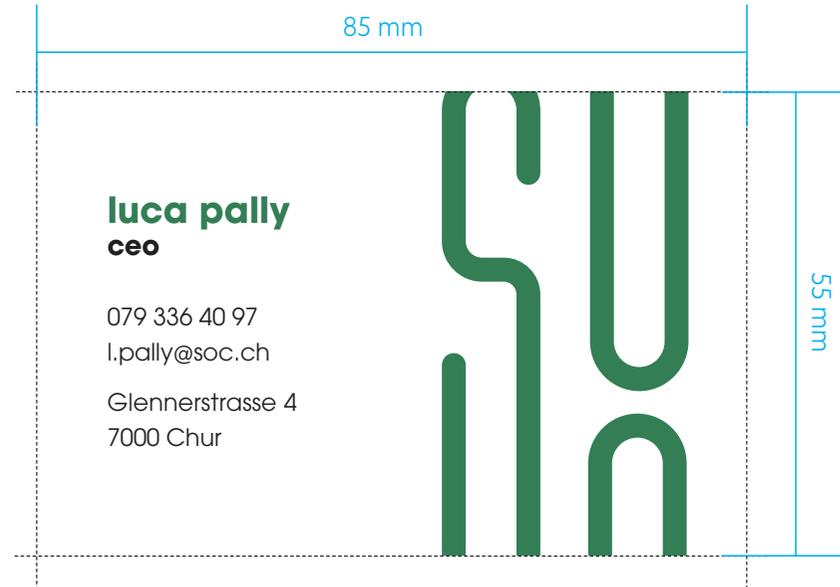
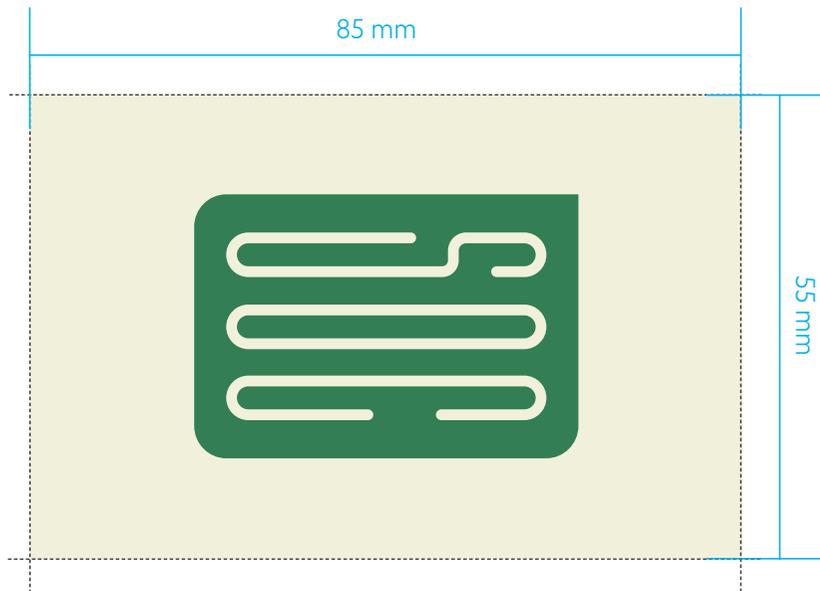


# F12 PLAKAT



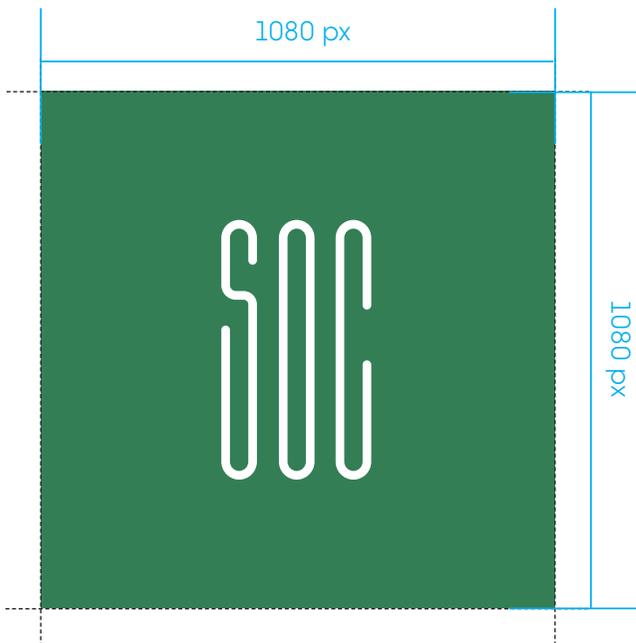
# VISITENKARTE

Visitenkarten werden schlicht gehalten und beinhalten nur die wesentlichsten Informationen. Das Logo muss vollständig mit Eckbox platziert werden. Die Hintergrundfarbe von Seite eins mit dem Logo muss immer die Selbe sein wie die Farbe der Schrift. Bei neuen Mitarbeitern wird lediglich Name, Telefonnummer und Geschäftsmail ausgetauscht. Adressen sind auf eines der zwei Standorten bezogen.



# INSTAGRAM

Bilder welche für die Social Media Plattform Instagram verwendet werden dürfen, müssen das Format 1080x1080px aufweisen. Es dürfen angepasste Versionen der Plakate, Logovarianten nach CI/CD, Hintergrundbilder der Plakate oder Aufnahmen von Mitarbeitenden sein. Für angepasste Versionen der Plakate müssen die Abstände vom Bild zum Rand 1/10 der Seitenlänge betragen (108px). Die Möglichkeit ein grossformatiges Bild aus neun kleinen Bildern zusammen zu bauen ist erlaubt und sogar erwünscht.



# WEBSEITE

Die Webseite wird nach CI/CD aufgebaut. Es handelt sich um eine One-Page Webseite. Schriften und Logos müssen nach Vorgabe abgesetzt/plaziert werden. Auf der Homepage müssen immer die aktuellsten Produkte als Aufhänger erscheinen. Eine Verlinkung zum Online-Shop muss auf jeden Fall auch vorhanden sein. Die Menüleiste darf links oder oben am Rand platziert werden und muss alle Kategorien abdecken. Zu den wichtigsten Kategorien gehören **Home**, **Shop**, **Team**, und **Kontakt**. Die Menüleiste muss auf einem weissen Hintergrundbalken platziert werden welcher beim Scrollen immer mitfährt. Das Logo muss gross oben links platziert werden.



# WEBSEITE

Vor dem Shop sollten immer die neusten Produkte erscheinen, ähnlich wie bei der Homepage. Der Online-Shop darf nur Produktbilder im 1:1 Format verwenden (Quadratisch). Bevorzugt werden freigestellte Bilder, jedoch können in speziellen Fällen auch nicht freigestellte Produktbilder verwendet werden. Bei Produktbildern die nicht freigestellt wurden, müssen die Socken trotzdem im Zentrum stehen und ein dynamisches Auftreten aufweisen. Preise und Bewertungen müssen klar ersichtlich gestaltet werden.

1920 px

Shop



soc  
Lightweight Women  
35 - 38 39 - 42 43 - 46

★★★★★  
12.95 -  
im 3er-Pack  
[In Warenkorb](#)

SOC

1080 px

1:1



soc  
Woos Unisex  
★★★★★



soc  
Classics Beige  
★★★★☆



soc  
Classics White  
★★★★★

1:1



soc  
BUDDYS Women  
★★★★★



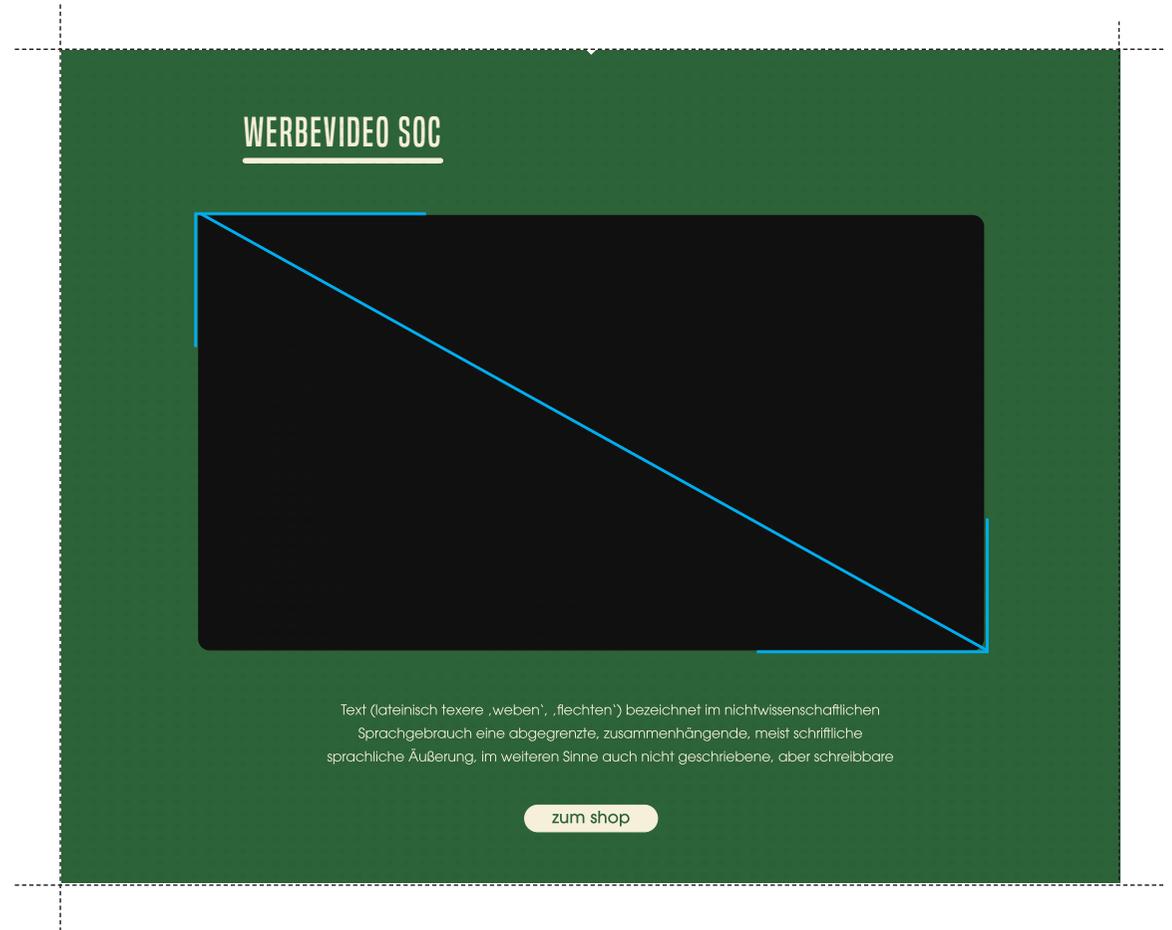
soc  
Extremes Women  
★★★★☆



soc  
ALL ONE Men  
★★★★★

# VIDEO

Die neusten Werbevideos werden immer auf der Webseite unter der Sparte Video aufgeschaltet. Die Werbevideos sollen immer dynamisch und sportlich wirken. Auf einen Farbstich darf verzichtet werden. Videos dürfen nur Musik beinhalten. Die Dauer der Videos darf nach Ermessen variieren, die Mindestlänge von 30 Sekunden darf nicht unterschritten werden.



ZUSAMMENARBEIT MIT  
**MARINOBAMBINOFILMS**

