

*Corporate Design
Handbuch:*



Translative

*Translation by native
speakers*

Inhaltsverzeichnis

Unternehmensprofil

Fakten 6

Design

Logo 10

Hausfarbe 12

Hausschrift 14

Bildkonzept 16

Anwendungsbeispiele

Visitenkarte 20

Flyer 22

Broschüre 24

Unternehmens- profil

Fakten und Leistungen

Die Firma wurde aus Liebe zur Sprache und Sprachwissenschaft im Jahr 2020 gegründet. Diese Liebe hat sich durch das eigene Studium von Sprachwissenschaft entwickelt und nun sollen Leistungen für Privat und Firmenkunden angeboten werden.

Aber nicht nur die Sprache an sich, sondern auch die Wichtigkeit des intellektuellen und kulturellen Austausches stellt einen zentralen Punkt in der Firma dar. Es soll sich hierbei nicht nur um einen lieblosen Austausch von Dokumenten, sondern um eine Verknüpfung mit der Sprache an sich handeln.

Das Unternehmen bietet Übersetzungen jeglicher Art und in mehreren Sprachen an: von Allgemeinen Übersetzungen, wie zum Beispiel von selbst angefertigten Texten und Projekten bis hin zu Beglaubigten Übersetzungen, sowie Dolmetschen und Korrektur von beruflichen und privaten Dokumenten/Texten.

Dennoch werden keine literarischen Analysen oder Übersetzungen von Audiodateien angeboten - das Angebot bezieht sich auf die reine Übersetzung von schriftlichen Dateien und Dokumenten.

Image

Kurz gesagt: professional, precise and on point ist unser Image.

Unser Team besteht aus Muttersprachlern jeglicher Sprachen und arbeitet immer daran sein bestes zu geben. Wir gehen professionell und vertraulich mit den Daten unserer Kunden um und erlauben uns keine Fehler. Die Übersetzungen werden immer mehrmals überarbeitet um ein präzises und fehlerfreies Produkt zu liefern.

Der intellektuelle und kulturelle Austausch soll natürlich auch im Vordergrund stehen, da Sprache uns alle verbindet und keine Barrieren im Weg stehen sollen.

Wettbewerb und Alleinstellungsmerkmal

Es sind natürlich viele verschiedene Übersetzungsagenturen auf dem Markt, die sich auch mit Muttersprachlern auf das Übersetzen von Dokumenten/Texten etc. spezialisiert haben. Bei den meisten geht es aber eher um das reine Übersetzen, ohne den kulturellen Austausch im Hintergrund.

Der Fokus auf den kulturellen Austausch als auch der Dolmetscher-Service hilft uns uns von den anderen abzuheben. Auch unser modernisiertes Design und die Umsetzung unseres Konzeptes ist einzigartig. Wir versuchen eine ehrliche Verbindung zu unseren Kunden aufzubauen und geben dabei immer unser Bestes.

Zielgruppe

Wir bieten unseren Service Studenten, als auch Firmen- und Privatkunden an. Man muss keinen speziellen Hintergrund haben, um sich an unsere Firma zu wenden. Wir wollen versuchen all möglichen Menschen zu helfen und zu verbinden.

Planung und Vermarktung

Durch unser auffälliges Design sollen so viele Leute wie möglich Online, auch auch in öffentlichen Verkehrsmitteln und Universitäten auf unser Unternehmen aufmerksam werden. Unser Unternehmen soll sich von anderen Übersetzungsagenturen abheben, zum Beispiel durch das Logo (angelegt an Linguistik). Auch das Angebot von Dolmetschern soll uns helfen, da diese persönliche Geschäftsreisen etc. begleiten - so ist das Angebot nicht nur online, sondern auch persönlicher. Zum Schluss soll auch das Interesse an Sprachen gefördert werden.

Unser Design

Logo

træns'leitiv

→ Phonologische Darstellung vom Begriff Translative, da sich dies spezifisch auf das Konzept Sprachwissenschaft/Linguistik bezieht (Englisch primär im Vordergrund, da die zumeist übersetzende Sprache und somit meist verwendete Dienstleistung immer noch die Übersetzung von Englisch ist)

Die runde Ausrichtung

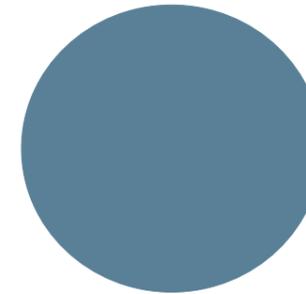
→ Runde Kugel, da diese an eine Weltkugel erinnern soll und somit suggeriert, dass die Übersetzung von verschiedenen Sprachen angeboten wird



Hausfarben

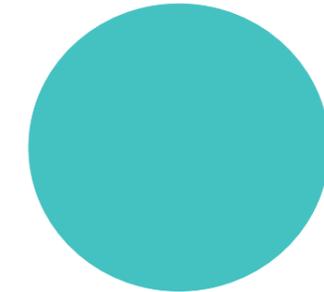
Für die Hausfarbe wird eine Variation aus verschiedenen, beruhigenden Blautönen verwendet um Harmonie und Zufriedenheit widerzuspiegeln. Außerdem kann das Blau eine Art von Freiheit und ein Gefühl von endlosen Möglichkeiten mit sich bringen, was sich gut auf das Konzept der Sprachübersetzung zurückführen lässt. Das Ziel ist eine grenzenlose und multikulturelle Kommunikation.

Stahlblau



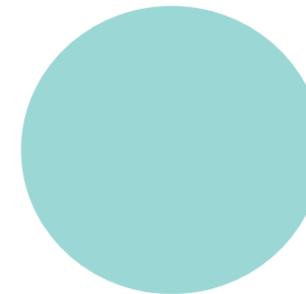
C69 M42 Y31 K4

Helles Seegrün



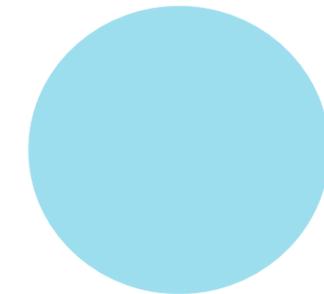
C64 M0 Y 29 K0

Aquamarineblau



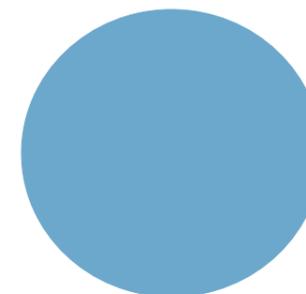
C38 M0 Y 18 K0

Blasses Türkis



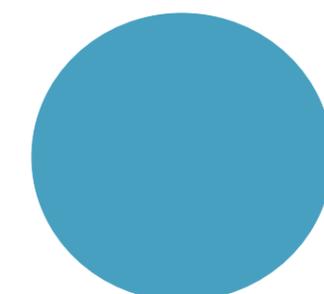
C35 M0 Y0 K0

Himmelblau



C57 M22 Y 10 K0

Dodger-Blau



C69 M22 Y16 K0



Hausschrift

Die Hausschrift ist schlicht gewählt und bedient sich an „Consolas Regular“ und „Yu Gothic“. Die Schrift hat einen klassischen aber dennoch etwas lockeren Touch.

Hausschrift 1: Consolas

Consolas Regular
Consolas Italic
Consolas Bold
Consolas Bold Italic

Translative

/Træns'leitiv/

Translative

/Træns'leitiv/

Hausschrift 2: Yu Gothic

Yu Gothic Regular
Yu Gothic Light
Yu Gothic Medium
Yu Gothic Bold

Translative

/Træns'leitiv/

Bildkonzept

Das Bildkonzept bedient sich an den Hausfarben des Corporate Designs. Die gewählten Bilder wurden wegen ihrer Farbe ausgesucht und sollen sich dem Logo und Konzept anpassen.

Die Postkarte wird an Pop-Art angelegt, da es etwas neues und erfrischendes mit sich bringt und die Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Es regt auch zu einer genaueren Betrachtung und Auseinandersetzung mit dem Thema an.

Auch die Weltkarte ist ein wichtiger Bestandteil des Bildkonzeptes und soll noch einmal die verschiedenen Sprachen repräsentieren.



Anwendungsbeispiele

Visitenkarte



Flyer

Translative

/Trans 'lertiv/

That's what we're all about

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam

Our main goals

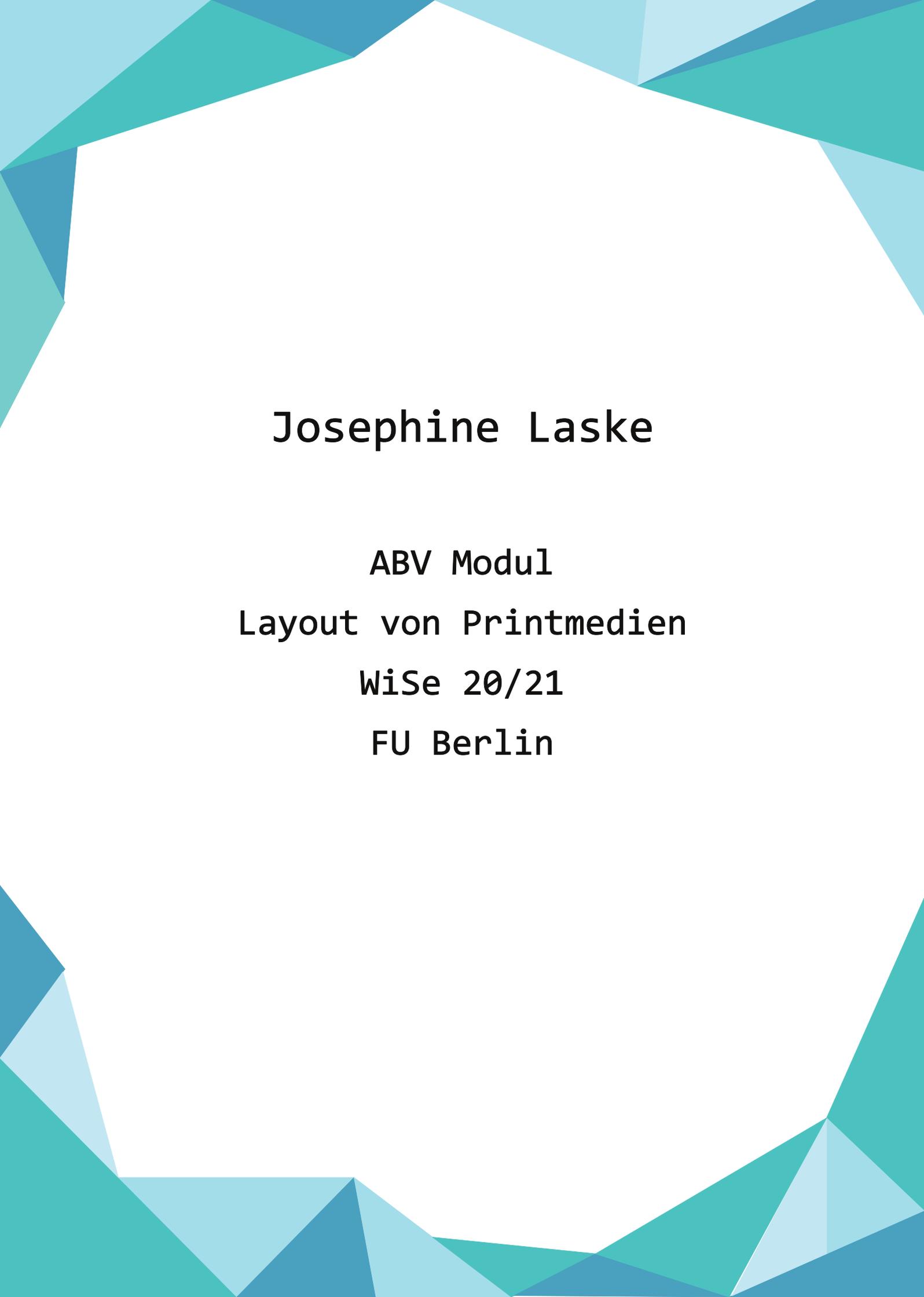
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum

For more visit www.Translative.com



Broschüre





Josephine Laske

ABV Modul

Layout von Printmedien

WiSe 20/21

FU Berlin