

# **Corporate Design Manual**

Nettoheizungen GmbH

# 1. Markenverständnis

---

## Unsere Marke

Nettoheizungen steht für günstige Preise, technische Kompetenz und einfache Prozesse.

Wir ermöglichen es Kundinnen und Kunden, komplette Heizsysteme effizient und nachvollziehbar online zu kaufen – ohne unnötige Umwege.

Unsere Kommunikation ist klar, ehrlich und lösungsorientiert. Wir erklären Technik verständlich und verzichten bewusst auf Übertreibungen oder leere Marketingversprechen.

# 2. Markenwerte & Tonalität

---

## Markenwerte

- Klarheit
- Fairness
- Zuverlässigkeit
- Preisgünstig

## Tonalität

Nettoheizungen kommuniziert sachlich, verständlich und selbstbewusst.

Die Sprache ist direkt, freundlich und professionell. Fachbegriffe werden dort eingesetzt, wo sie sinnvoll sind – jedoch immer nachvollziehbar erklärt.

# 3. Logo

---

## Logo-Grundlagen

Das Logo ist das zentrale visuelle Erkennungsmerkmal der Marke Nettoheizungen. Es steht für Präzision, Vertrauen und technische Qualität.

## Logo-Varianten

- Grün/Schwarz auf hellem Hintergrund
- Weiss/Schwarz auf grünem oder dunklem Hintergrund
- Grün/Weiss auf schwarzem Hintergrund

Andere Farbvarianten sind nicht zulässig.

## Schutzraum

Der Schutzraum des Logos entspricht der halben Höhe des „O“-Elements im Logo. Innerhalb dieses Schutzraums dürfen sich keine weiteren grafischen Elemente oder Texte befinden.



---

## Mindestgrößen

- Print: mindestens 25 mm Logo-Breite
- Web: mindestens 120 px Logo-Breite

## Logo – Do & Don't

### *Nicht erlaubt*

- Verzerren oder Drehen des Logos
- Farbänderungen
- Schlagschatten oder Effekte
- Platzierung auf unruhigen Hintergründen

### *Erlaubt*

- Platzierung auf ruhigen, kontrastreichen Flächen
- Ausreichend Weissraum
- Klare, unverfälschte Darstellung

**NETTO**   
**HEIZUNGEN**

Nettoheizungen\_Green-Black\_CMYK.eps

**NETTO**   
**HEIZUNGEN**

Nettoheizungen\_White-Black\_CMYK.eps

**NETTO**   
**HEIZUNGEN**

Nettoheizungen\_Green\_White\_CMYK.eps

**NETT**   
**HEIZUNGEN**

Nettoheizungen\_Black-White\_CMYK.eps

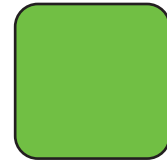
Nettoheizungen\_Green-Black\_CMYK.eps

# 4. Farbwelt

---

## Primärfarbe "Nettogrün"

- Web / Digital:  
HEX #33CC33  
RGB 51 / 204 / 51
- Print:  
CMYK 60 / 0 / 100 / 0



PRINT  
CMYK  
60/0/100/0

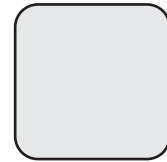


WEB  
HEX #33CC33  
RGB 51/204/51

## Sekundärfarbe für Texthintergrund

### Schwarzer Text auf hellgrauem Hintergrund

- Web / Digital:  
HEX #F0F0F0  
RGB 240/240/239
- Print:  
CMYK 0/0/0/10



PRINT  
CMYK  
0/0/0/10



WEB  
HEX #F0F0F0  
RGB  
240/240/239

## Farb-Einsatz

"Nettogrün" wird gezielt als Akzentfarbe eingesetzt, z. B. für:

- Call-to-Actions
- Hervorhebungen
- Icons

Grossflächige Grünflächen und der Einsatz als Hintergrund für längere Texte sind zu vermeiden.

# 5. Typografie

---

## Logo-Schrift

- ***AvantGarde LT Medium***

Diese Schrift ist ausschliesslich für das Logo reserviert.

## Hausschriften Print & Web

- **Montserrat Bold** – Headlines
- **Montserrat SemiBold** – Zwischenüberschriften
- **Montserrat Medium** – Fliesstext

## Typografische Hierarchie

- Headlines klar und dominant
- Zwischenüberschriften strukturierend
- Fliesstext gut lesbar mit ausreichend Zeilenabstand

Pro Seite sollen maximal drei Hierarchieebenen verwendet werden.

# 6. Layoutprinzipien

---

## Primärfarbe

- Grosszügiger Weissraum
- Klare Raster und saubere Ausrichtung
- Wenige, gezielt eingesetzte Gestaltungselemente
- Starke, prägnante Headlines

Das Layout wirkt modern, technisch und ruhig.  
Überladene Seiten und dekorative Effekte werden vermieden.



# 7. Bildwelt

---

## Bildstil

- Authentische Motive
- Reale Produkte und echte Situationen
- Helle, freundliche Lichtstimmung
- Technik darf sichtbar und präsent sein

## Bild – Do & Don't

### *Nicht erlaubt*

- Unschärfe
- Übertriebene Stock-Emotionen
- Überladene oder hektische Bildkompositionen

### *Erlaubt*

- Klare, hochwertige Bilder
- Ruhige Hintergründe
- Natürliche Farben

# 8. Anwendungen Print

---

Alle Printprodukte wie Briefpapier, Flyer und Broschüren folgen den definierten Regeln für:

- Logo
- Farben
- Typografie
- Layout

Das Logo wird stets gemäss Schutzraum und Mindestgrösse eingesetzt.

# 9. Anwendungen Web

---

Für Website und digitale Anzeigen gelten dieselben gestalterischen Prinzipien wie im Print.

Nettogrün wird im Web primär für:

- Buttons
- Links
- Hervorhebungen
- Icons

eingesetzt. Lesbarkeit, Kontrast und Barrierefreiheit sind stets zu berücksichtigen.

Landingpages bekommen etwas mehr Spielraum für Call-to-Action da diese oft Experimentell sind.

01/2026  
CYSELL Communication  
Kathan Claudio  
office@cysell.com