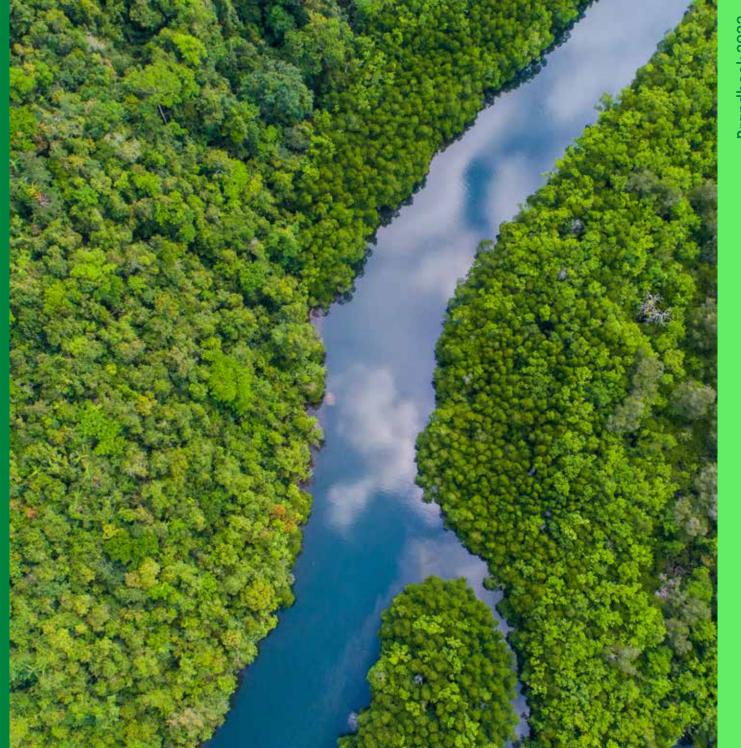


## Brand book

## Verzeichnis

Die Marke Komptech	
Die Marke: In people's minds	
Unser Fundament: Partners for biodegradable and mixed waste	
Unser Antrieb: Where there is waste, there is opportunity	
Unsere Entwicklung: From technology supplier to solution provider	
Unsere Idee: Never waste an opportunity	
Unser Versprechen: How we create value for you	
Design Manual	
Das Corprate Design	2
Das Logo	2
Die Farben	
Die Typografie	4
Das Layout	Ę
Die Bildsprache	•
Die Icons	
Die Stimme	7



# Die Marke

### Die Marke In people's minds

Eine Marke ist mehr als ein Logo oder ein Slogan. Eine Marke ist ein Versprechen, mit dem Werte, Botschaften und Emotionen transportiert werden. Eine Marke spiegelt die gesamte Philosophie des Unternehmens wider, stiftet Identifikation und hat einen hohen Wiedererkennungswert. Eine Marke sollte an jedem Berührungspunkt zu einer einzigartigen, positiven Erfahrung beitragen.

Eine Marke ist die spürbare Seele eines Unternehmens. Eine Marke ist, was in den Köpfen der Menschen entsteht, und eine Marke ist, was Menschen fühlen, dass es eine Marke ist. Genau dieser Mehrwert lässt uns Marken lieben und kaufen.



# Unser Fundament Partners for biodegradable and mixed waste

Es schreibt das Jahr 1992, als Komptech gegründet wird. Dasselbe Jahr, in dem die Steiermark die getrennte Sammlung von Bioabfällen einführt. Dieser Zusammenhang ist kein Zufall, denn "Komptech ist eine Idee, die Idee von Pioniergeist und praktischer Anwendung für eine bessere Umwelt", so die Gründer Josef Heissenberger und Rudolf Pretzler. Konkret bedeutet das: Die durch getrennte Sammlung neu entstehenden Stoffströme müssen sachgemäß behandelt werden. Die passende Lösung dafür entwickelt Komptech: Den Topturn, eine Kompostwendemaschine.

Seither ging es Schlag auf Schlag.
Komptech deckt mittlerweile mit mehr als 50
Maschinentypen für Zerkleinerung, Separation und biologische Behandlung alle wesentlichen Schritte moderner Abfallbehandlung ab. Das macht Komptech zum führenden Technologieund Kompetenzpartner für mechanisches und biologisches Abfallrecycling sowie die Aufbereitung holziger Biomasse.

Parallel wurde eine weltweite
Vertriebsorganisation aufgebaut, um nicht nur
Europa mit Lösungen zu versorgen, sondern
mehr als 4.000 Kunden und Kundinnen in über
80 Ländern auf allen Kontinenten weltweit.
Tendenz: stetig steigend.



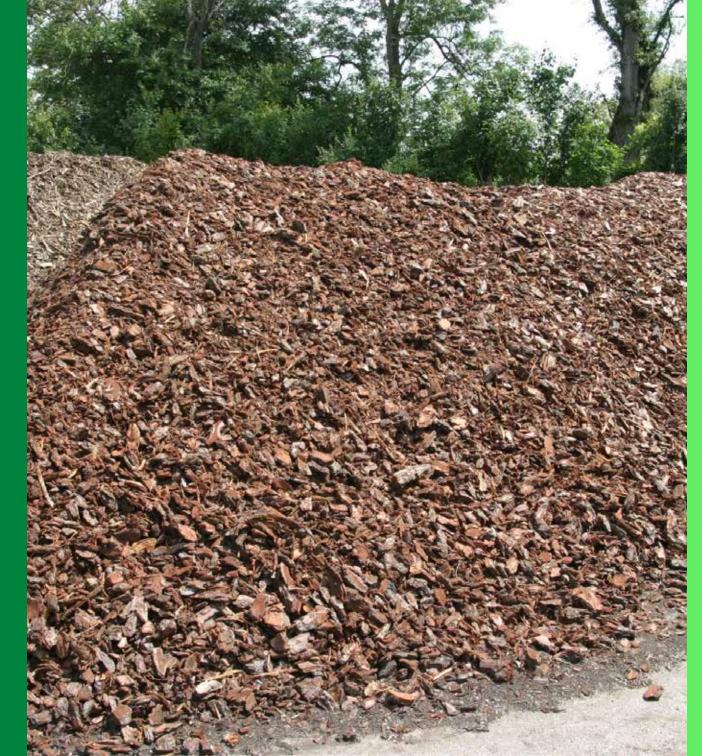
# Unser Antrieb Where there is waste, there is opportunity

Laut Europäischer Umweltagentur produziert ein Europäer oder eine Europäerin durchschnittlich 481 Kilogramm Siedlungsabfall pro Jahr.
Dieser Siedlungsabfall besteht aus Lebensmittel-, Garten-, Bau-, Industrie-, Papier- und Kunststoffabfällen sowie Kleidung, Möbeln, Elektronik und vielem mehr. Eine unzureichende Abfallwirtschaft wirkt sich negativ auf den Klimawandel und die Luftverschmutzung aus, beeinträchtigt unsere Ökosysteme und unsere Gesundheit.

Wir stellen uns daher die Frage: Was wäre, wenn wir diesen Abfall, der den meisten wertlos erscheint, als Ressource verwenden und damit neue Möglichkeiten bieten? Unsere innovativen Maschinen und Anlagen lassen diese Idee zur Realität werden, denn sie bereiten den Abfallstrom so auf, dass ein Großteil der Materialien als Sekundärrohstoff wiederverwendet werden kann.

Mit unseren Produkten setzen wir zudem neben dem "recycle" bereits eine Stufe weiter oben in der Abfallhierarchie an, nämlich bei "reuse" und "repair". Durch das Serviceangebot sowie das Angebot an Gebraucht- und Mietmaschinen wird der Lebenszyklus der Maschinen wesentlich verlängert und die Ressource optimal genutzt.

Dank dieser Maßnahmen geht die derzeit meist lineare Materialwirtschaft in eine Kreislaufwirtschaft über. Dies bietet unseren Kunden und Kundinnen die Möglichkeit, das Abfallrecycling noch besser und nachhaltiger zu nutzen. Das ist nicht nur gut für uns, sondern auch gut für die Umwelt.



# Unsere Entwicklung From technology supplier to solution provider

Seit 30 Jahren bieten wir mittlerweile Maschinen und Anlagen für die Aufbereitung unterschiedlichster Abfälle und Biomasse an – lange Jahre davon unter dem Motto "Technology for a better environment". Unsere innovativen Maschinen und Anlagen bilden auch in Zukunft den Unternehmenskern, jedoch sind wir in der Zwischenzeit zu mehr als einem reinen Technologieanbieter herangewachsen.

Wir können unseren Kunden und Kundinnen mit unserer Expertise komplette Lösungen in Form von Dienstleistungen und Produkten anbieten und zeigen auf, wie sie aus Abfall Wert generieren können. Dabei helfen wir ihnen nicht nur, ihre Unternehmen zu stärken, sondern auch einen nachhaltigen Beitrag zur Umwelt zu leisten.

Um den Lösungsanbieter-Ansatz auch in der Sprache zu vermitteln, wird der aktuelle Slogan "Technology for a better environment" in den Hintergrund rücken, ohne sich von dieser Grundidee zu verabschieden.

Die Neupositionierung ist auch im Design

sichtbar. Bei den Farben wurde zum Komptech Green, welches weiterhin für "geerdet", "nachhaltig" und eine lange Tradition steht, das Light Green als Andeutung für unser inspirierend-visionäres, aktives und innovatives Handeln ergänzt.

Auch das Logo hat Veränderungen erfahren: Während die Bedeutung des Blattes und die Kombination mit dem Schriftzug immer gleich geblieben sind, wurde das Design immer reduzierter und dynamischer, sodass es nicht nur für die digitale Anwendung optimiert ist, sondern auch spürbar moderner wirkt.



### Unsere Idee Never waste an opportunity

Wir sind überzeugt, dass gerade in der heutigen Zeit – der Zeit der Globalisierung und ihrer Folgen, der Pandemie und der Klimakrise – jede Möglichkeit genutzt werden sollte, um die Welt zu einer besseren zu machen. Mit diesem Gedanken wollen wir dazu ermutigen, über den Tellerrand hinauszuschauen, einen Schritt Abstand zu wagen und die Augen für neue Möglichkeiten offen zu halten. Wir möchten darin bestärken, die Chancen für eine bessere Zukunft im Hier und Jetzt zu ergreifen und andere dazu motivieren, es gleichzutun.

Egal ob in der Zusammenarbeit mit Kunden und Kundinnen oder unserem täglichen Tun – wir glauben, jede Möglichkeit könnte die sein, die den notwendigen Wandel mit sich bringt. Sie könnte es sein, die hilft, die Welt etwas grüner zu machen und sie könnte es sein, die uns gemeinsam wachsen lässt.



# Unser Versprechen How we create value for you

"Wir sehen Abfälle als Chance, denn sie sind Wertstoffe am falschen Platz. Mit unseren Lösungen unterstützen wir unsere Kunden und Kundinnen dabei, ein Maximum aus diesen Möglichkeiten herauszuholen und dabei die Umwelt zu verbessern", so Heinz Leitner, CEO von Komptech.

Einerseits eröffnen wir also unseren Kunden und Kundinnen als Lösungsanbieter viele Möglichkeiten im Aufbau und Betrieb von Anlagen. Darüber hinaus sind die Kunden und Kundinnen durch unsere Unterstützung in der Lage, Geschäftsmöglichkeiten besser und nachhaltiger zu nutzen. Wir möchten zeigen, wie sie sich flexibel auf Veränderungen vorbereiten können, wie sie ihr Risiko minimieren und Wachstum fördern können. Wir möchten ihren Unternehmergeist befeuern und sie dazu ermutigen, die Möglichkeiten für sich zu nutzen.

Andererseits liegt dahinter aber auch eine größere Geschichte, nämlich unser Bekenntnis, gemeinsam einen positiven Beitrag zur Umwelt zu leisten, für eine bessere Zukunft.

Das liegt in unserer DNA, denn, wie Josef Heissenberger bereits sagte: "Eines Tages werden unsere Enkelkinder fragen, was wir mit ihrer Zukunft gemacht haben. Wir arbeiten an intelligenten Antworten."





# Design Manual

# Corporate Design

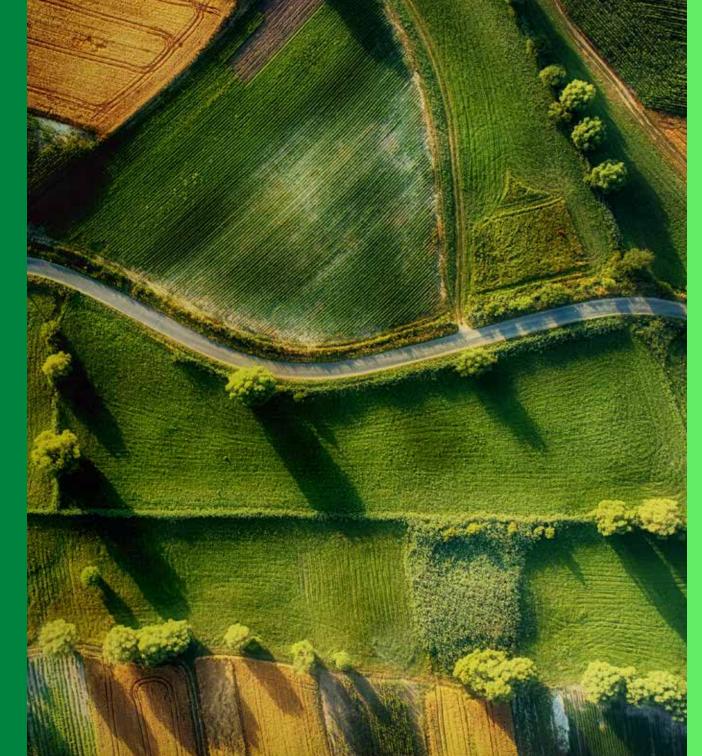
Das Corporate Design einer Marke ist das harmonische Zusammenspiel der Gestaltungselemente für ein einheitliches visuelles Auftreten. Es umfasst die Regelung zum Umgang mit der Marke und definiert die Anwendung der grafischen Elemente.

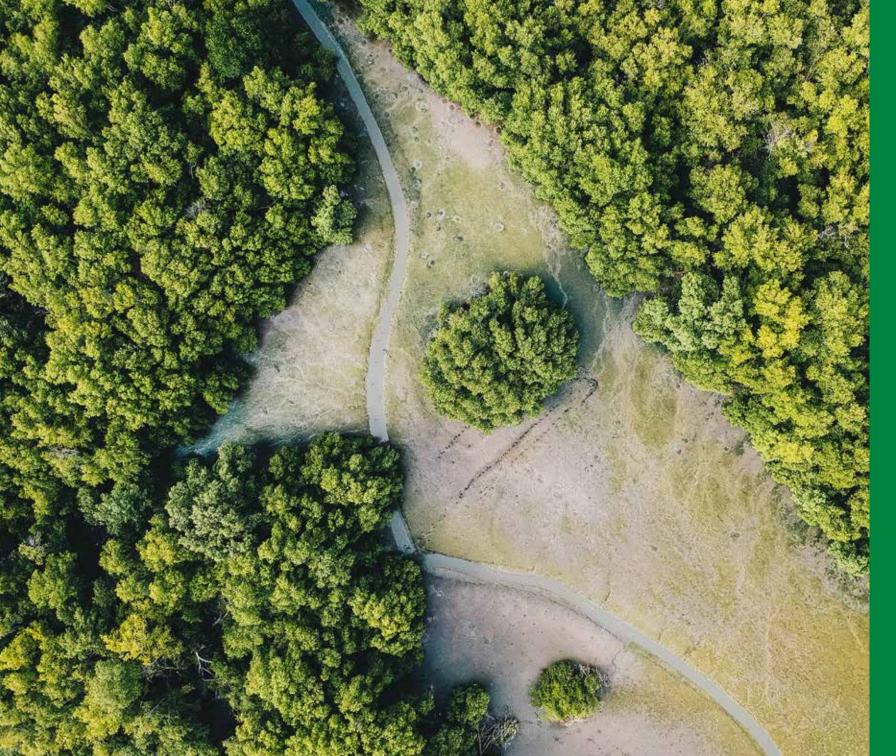
Die konsequente Anwendung des Corporate Designs schafft Wiedererkennbarkeit und Kontinuität in der gesamten internen und externen Kommunikation von Komptech.

Das Corporate Design ist die sichtbare Entsprechung unserer Positionierung. Alle Gestaltungselemente wurden mit dem Ziel ausgewählt, diese Positionierung sowohl im Detail als auch in der Gesamtgestaltung nach außen zu repräsentieren. Dieses Brandbook stellt die wichtigsten Gestaltungsparameter und -elemente wie auch ausgewählte Anwendungsbeispiele des Corporate Designs vor.

Die Vorgaben sind für alle Gestaltungsanwendungen von Komptech verbindlich. Indem Sie die Vorgaben der vorliegenden Gestaltungsrichtlinien konsequent umsetzen, tragen Sie dazu bei, die Positionierung von Komptech durch ein einheitliches Erscheinungsbild zu stärken. Darüber hinaus wird die Wiedererkennbarkeit der Marke Komptech in allen Anwendungsbereichen sichergestellt.

Bei Fragen zum Corporate Design wenden Sie sich bitte an die Marketingabteilung.





# Das Logo

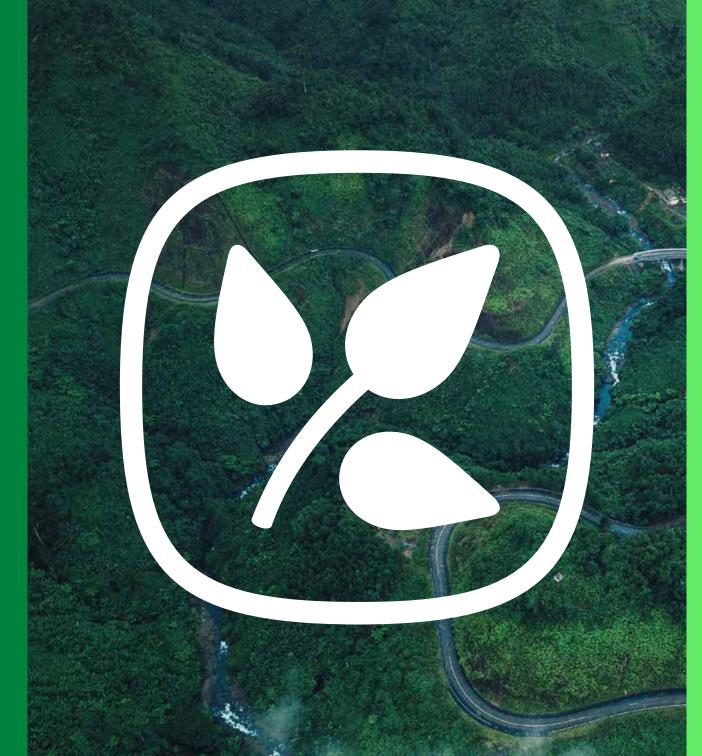
### Das Logo Die Elemente

Das Komptech-Markenzeichen besteht aus zwei Komponenten: der Bild- und der Wortmarke. Als Einheit, in einem definierten Größenverhältnis, repräsentiert es die Marke. Wann immer Komptech mit der Außenwelt in Kontakt tritt, stellt das Logo die Eröffnung der Komptech-Botschaft dar.

Je nach Einsatzbereich stehen eigene Logovarianten zur Verfügung. Das Logo kann links- oder rechtsbündig im Layout platziert werden, der Hintergrund sollte vorzugsweise in den Markenfarben sein. Das Blatt als Gestaltungselement darf sowohl mit dem Schriftzug als auch allein angewendet werden, abhängig vom verfügbaren Platz.

Die Wortmarke Komptech steht zentral neben der Bildmarke und darf ausschließlich in Kombination mit dieser angewendet werden. Die Wortmarke ist nur als Vektorgrafik und nicht als Font erhältlich.





### Das Logo Der Schutzraum

Um das Komptech-Logo herum ist ein Mindestabstand, der sogenannte Schutzraum, einzuhalten, in den keine anderen Elemente hineinragen dürfen.

Ausgangswert für die Größe der Schutzzone ist die Breite des Logos. Davon leiten sich alle Proportionen und Abstände ab.

Der Abstand entspricht der Höhe des horizontal liegenden Buchstaben H.

Innerhalb dieser Fläche dürfen keine anderen Elemente platziert werden. Sie gilt auch als Mindestabstand des Logos zu den Seitenrändern.

Für jedes Format gibt es die richtige Größe.

DIN A3	70 mm	175 %
DIN A4	40 mm	100 %
DIN A5	35 mm	87,5 9
DIN A6	30 mm	75 %
DIN lang	30 mm	75 %

#### **Abstand**



#### Mindestgrößen

LOGO Länge: 30 mm

**BLATT** Länge: 7 mm





30 mm

7 mm

### Das Logo Die Anwendung

Die Farbe des Logos ist abhängig vom Hintergrund, auf dem es platziert wird. Generell sollte das Logo so eingesetzt werden, dass es klar und selbstbewusst im Layout steht.

Die Anwendung des Logos erfolgt auf hellem Hintergrund als grüne Variante, auf dunklem Hintergrund als weiße Variante. Als Grenzwert kann eine Farbtiefe von etwa 40 Prozent angegeben werden.

Die Anwendung auf einem andersfarbigen Hintergrund hängt ebenfalls von der Farbtiefe ab. Zudem darf das Logo auf Bildern platziert werden, vorausgesetzt, das Motiv ist nicht zu unruhig. Auf Bildern kann je nach Bildhelligkeit die grüne oder weiße Logovariante verwendet werden. In Ausnahmefällen, wenn die Farbkombination mit Grün nicht stimmig ist, kann auf Bildern auch das schwarze Logo platziert werden.

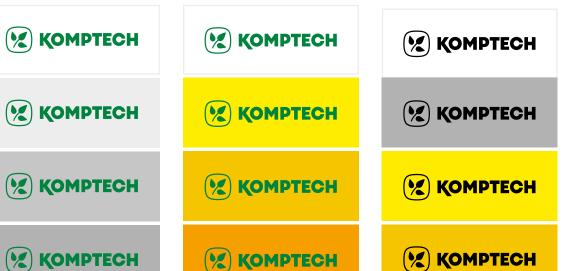
Das Logo wird ausschließlich in den definierten Arten genutzt und darf nicht verfremdet, in anderen als den definierten Farbkombinationen verwendet oder in Fließtext oder Headlines platziert werden.

Die nebenstehenden Beispiele zeigen die möglichen Anwendungen.

#### Sonderanwendungen

In einigen Einsatzbereichen, wie zum Beispiel bei Werbeartikeln und Druckunterlagen, ist die Logoanwendung in Schwarz oder Grau erforderlich. Hier darf das Logo schwarz auf weiß oder auch grau auf Weiß verwendet werden.

#### Sonderanwendungen





**Ж** КОМРТЕСН



**KOMPTECH** 



**KOMPTECH** 





























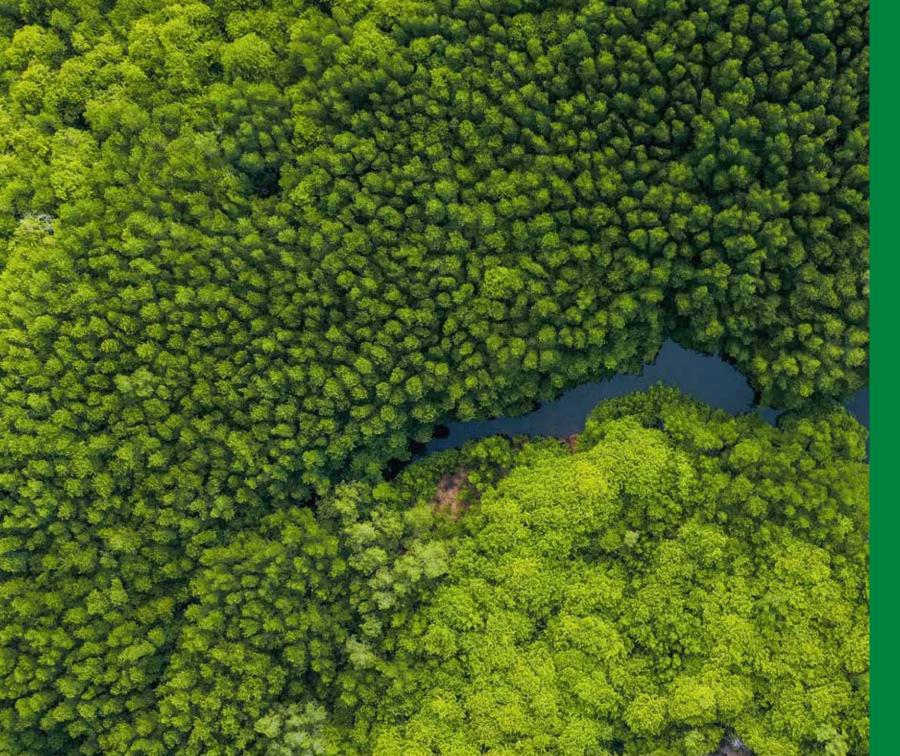




# KOMPTECH



## KOMPTECH



# Die Farben

### Die Farben Die Anwendung

#### **Komptech Green**

**Light Green** 

**Light Grey** 

White

Unsere Farben sind uns genauso wichtig wie das Logo selbst. Sie sind Teil der Markenpersönlichkeit.

Komptech Green ist die zentrale Farbe unseres Erscheinungsbildes. Es ist nicht nur die Farbe der Maschinen. sondern taucht auch in allen Gestaltungselementen von Komptech auf. Als Akzentfarbe wird Light Green verwendet. Diese Markenfarbe wird vorrangig in der Gestaltung der Kommunikationsmedien genutzt und soll so die Lebendigkeit und das Visionäre von Komptech widerspiegeln.

Light Grey und White finden sich überwiegend im Schriftbild und als Hintergrundfarbe wieder.

Das Erscheinungsbild von Komptech arbeitet mit einer klaren Farbverteilung. Großzügiger Einsatz von Weißraum ist ein zentrales Element unseres Auftritts.







Komptech Green	Light Green	Light Grey White
RGB	RGB	RGB
0 125 48	100 238 100	214 214 214
#	#	#
007d30	64ee64	d6d6d6
CMYK	CMYK	CMYK
100 0 100 20	54 0 73 0	0 0 0 22
Pantone Coated 348 U	Pantone Coated 2268 C	Pantone Coated Cool Grey 2 C
Pantone Uncoated 348 U	Pantone Uncoated 2268 U	Pantone Uncoated Cool Grey 2 U
RAL	RAL	RAL
6029	130 80 50	7035
	NCS S 0560-G20Y	



# Die Typografie

# Die Typografie Die Markenschrift

#### **Euclid Circular A**

Diese Schrift wird genutzt, um die Marke Komptech zu kommunizieren. Die richtige Anwendung dieser Schrift ist wichtig, um einen konsistenten, einheitlichen Markenauftritt sicherzustellen.

Unsere Markenschrift soll die Stärke, Kompetenz und Modernität der Marke vermitteln. Während durch die verschiedenen Größenproportionen die Titelzeilen im Mittelpunkt stehen und zum Weiterlesen motivieren sollen, ist der Text schlicht gehalten, um einfaches Lesen zu ermöglichen. Euclid Circular A ist eine für das Auge angenehme Sans-Serif-Schriftart, die eine maximale Lesbarkeit gewährleistet.

Die Markenschrift Euclid Circular A wird in allen Medien eingesetzt und darf nur vom Marketing angewendet werden.

Für Office-Anwendungen, in denen die Verwendung von Euclid Circular A nicht möglich ist, kommt die Ersatzschrift Arial zum Einsatz.

#### Markenschrift



Euclid Circular A Regular
Euclid Circular A Medium
Euclid Circular A Semibold
Euclid Circular A Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890/!?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890/!?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890/!?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890/!?@

#### **Ersatzschrift - Office Anwendung**



Arial Regular

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890/!?@

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890/!?@

dienen.

### Die Typografie Die Anwendung

Die Typografie bestimmt maßgeblich die Gestaltung. Charakteristisch für das Erscheinungsbild von Komptech ist eine besonders kontrastreiche Typografie.

Plakative große Überschriften werden kombiniert mit dezenten Schriftgrößen. Zudem kann mithilfe der fetten und feinen Schriftschnitte ein Kontrast erzeugt werden.
Light Green als Kontrastfarbe hebt wichtige Stichwörter in Überschriften hervor.
Im Text können die Schriftschnitte Semibold und Bold der besonderen Hervorhebung

Eine klare Schriftfamilie benötigt klar definierte Hierarchien. Diese müssen unbedingt beachtet werden, um ein einheitliches Gesamtbild im Layout zu erzielen.

Die Größen können je nach Medium und Format adaptiert werden, müssen jedoch die Proportionen zueinander beibehalten.

Richtlinien zur geschlechtergerechten Sprache und einzelnen Wörtern wurden in einem separaten Dokument zum Thema Schreibweisen festgehalten.

#### Terminator xtron

Kopftext | Euclid Circular Medium | Schriftgröße normal

# Opportunities for a better environment

Überschrift | Euclid Circular Regular | Kontrastfarbe | Schriftgröße plakativ ausgeglichen

The Terminator xtron has a newly developed V-shredding unit that is particularly versatile, and is suitable for all kinds of waste as well as wood and green cuttings. The Terminator xtron has a newly developed V-shredding unit that is particularly versatile, and is suitable for all kinds of waste as well as wood and green cuttings.

Fließtext | Euclid Circular Regular | schwarz oder weiß | Schriftgröße normal

58

Tonnen Kompost pro Tag 27

Jahre Erfahrung in Kompostierung

Hervorgehobene Infos | Euclid Circular Regular | Kontrastfarbe | Schriftgröße plakativ

- Alles verwerten, damit mehr übrig bleibt.
- Damit Sie jede Chance verwerten.
- Damit vom Abfall mehr übrig bleibt.
- Wir erkennen Werte bei jeder Gelegenheit.

Bullet Points | Euclid Circular Regular | Kontrastfarbe | Schriftgröße an Fließtext angepasst

### Die Typografie Die Produktbezeichnungen

Alle Produktmodelle, Namen und Bezeichnungen gehören zur Marke Komptech. Das Logo ist auf allen Produkten gut sichtbar anzubringen. In Prospekten, Inseraten und weiteren Printmedien muss für die Marke beziehungsweise den Unternehmensnamen immer die Vektorgrafik verwendet werden. Zusätzliche Produktnamen, Modellbezeichnungen oder Servicebezeichnungen werden mit der Schrift Euclid Circular A medium angegeben.

Die Produktbezeichnung auf den Maschinen selbst erfolgt in der Schrift **Euclid Circular A** regular.

Der Produktname ist in Großbuchstaben zu schreiben und der definierte Abstand ist einzuhalten.

#### Abstand zwischen Logo und Typ



Bei zusammengeschriebener Ausführung beträgt der Abstand zwischen beiden Schriftzügen die Höhe des Buchstaben H.



Bei getrennt geschriebener Ausführung (zum Beispiel auf unterschiedlichen Verkleidungselementen) beträgt der Abstand zwischen Kante und Schriftzug die Höhe des Buchstaben H.

#### Größentabelle (in mm)

Logo (Länge)		Typ (Höhe)
100% 70% 60% 50%	1.200 840 720 600	119,2 83,4 71,5 59,6





# Das Layout

### Das Layout Die Anwendung

Das Layoutsystem regelt das Zusammenspiel der grafischen Elemente in der Fläche. Es ermöglicht eine flexible, individuell an das Medium angepasste Gestaltung und gewährleistet gleichzeitig die Ähnlichkeit aller Medien von Komptech.

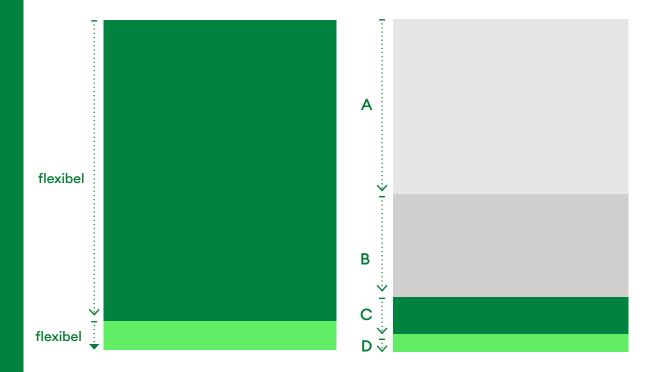
Die Unterteilung in immer kleiner werdende Elemente ist besonders charakteristisch für unser Erscheinungsbild. So orientieren sich Text und Bild an den vorgegebenen Höhen des jeweiligen Formats.

Die Unterteilung wird in allen Komptech Layouts angewendet und kann eingesetzt werden, um visuelle Aufmerksamkeit auf wichtige Botschaften und Funktionen zu lenken.

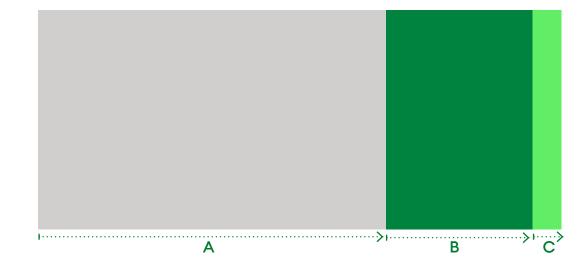
Die Layouts sind klar strukturiert, niemals überfüllt und weisen eine klare visuelle Hierarchie auf. Im Zentrum stehen stets die wichtigsten Informationen oder Funktionen. Egal ob die Unterteilung horizontal oder vertikal vorgenommen wird: Alle Sektionen müssen geradlinig und rechteckig sein und sind bis zum Rand befüllt.

Die Einteilungen werden von oben nach unten oder von links nach rechts immer kleiner. Jede Sektion hat eine Funktion, welche klar erkennbar sein muss.

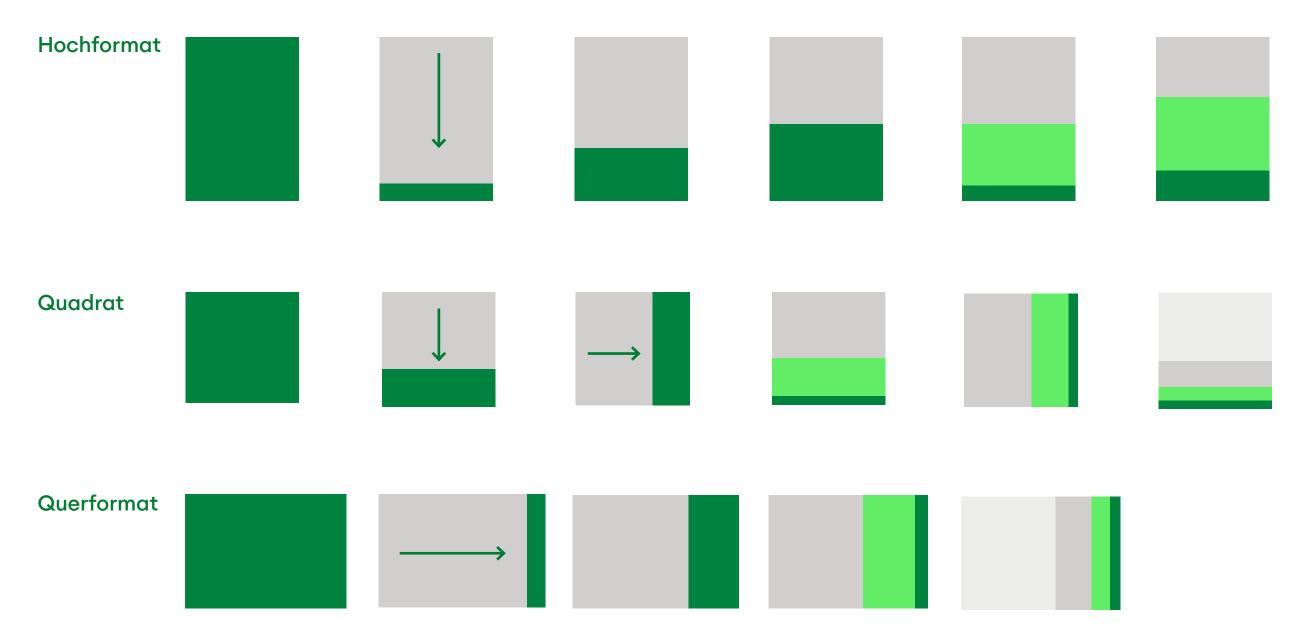
Das Layoutsystem ermöglicht ein breites Spektrum an Gestaltungs- und Abbildungsmöglichkeiten von reiner Typografie über Fotografien, Freisteller bis hin zu 3D-Modellen. Innenseiten und andere Printmedien greifen wie die Titelseiten die Elemente des Corporate Designs auf. Inhalte können entsprechend den Anforderungen flexibel innerhalb des Layouts platziert werden.



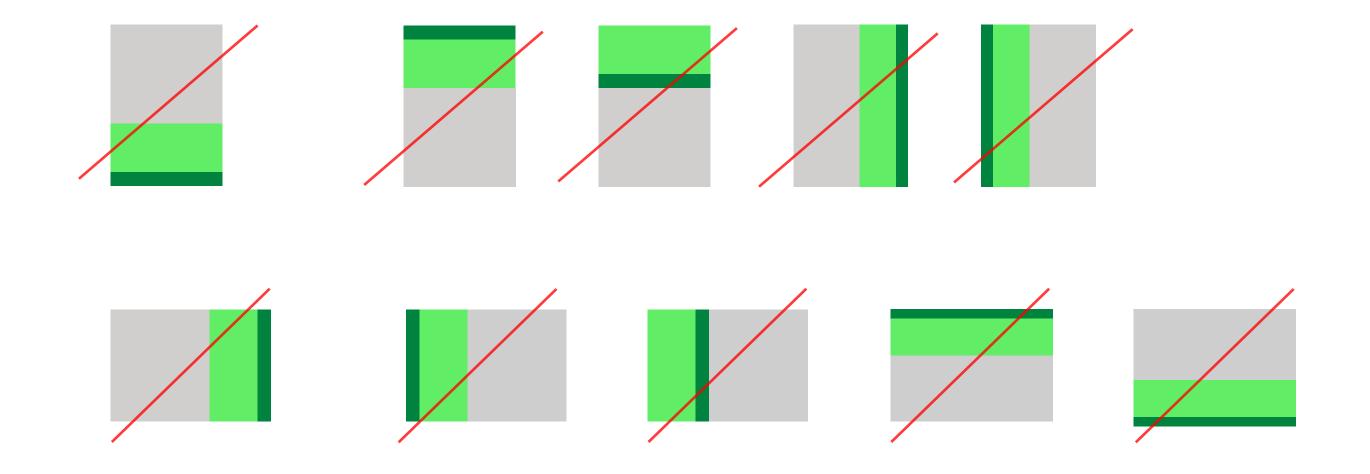
Die Größe der einzelnen Unterteilungen kann je nach Format flexibel angepasst werden - A > B > C > D Die Teile sind von oben nach unten oder von links nach rechts immer kleiner.



### Layout Varianten



### Layout Einschränkungen

















# Die Bildsprache

### Die Bildsprache Die Anwendung

Unsere Bildsprache ist modern, klar und verkörpert unsere Persönlichkeit, Komptenz und unsere Vision. Unser Bildstil wird geprägt durch eine intensiv gesättigte Farbigkeit. Für den Bezug zur Natur steht unsere starke Markenfarbe Grün.

Die Bildsprache von Komptech gliedert sich in drei Kategorien: Bigger Pictures, Products und Close-ups.

#### Bigger pictures

Mit den Bigger Pictures wollen wir den größeren Nutzen von Komptech symbolisieren, denn Komptech-Maschinen ermöglichen nicht nur effizientes Arbeiten, sondern leisten auch einen positiven Beitrag zur Umwelt.

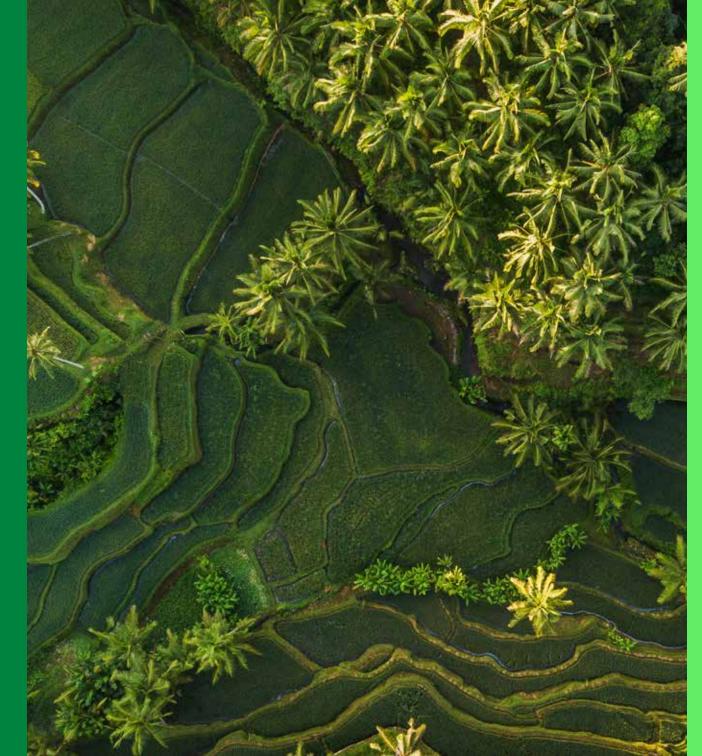
#### Close-ups

Detailansichten von Materialien werden eingesetzt, um das Kernelement, also unsere Kompetenzen in den Fokus zu stellen.

#### **Products**

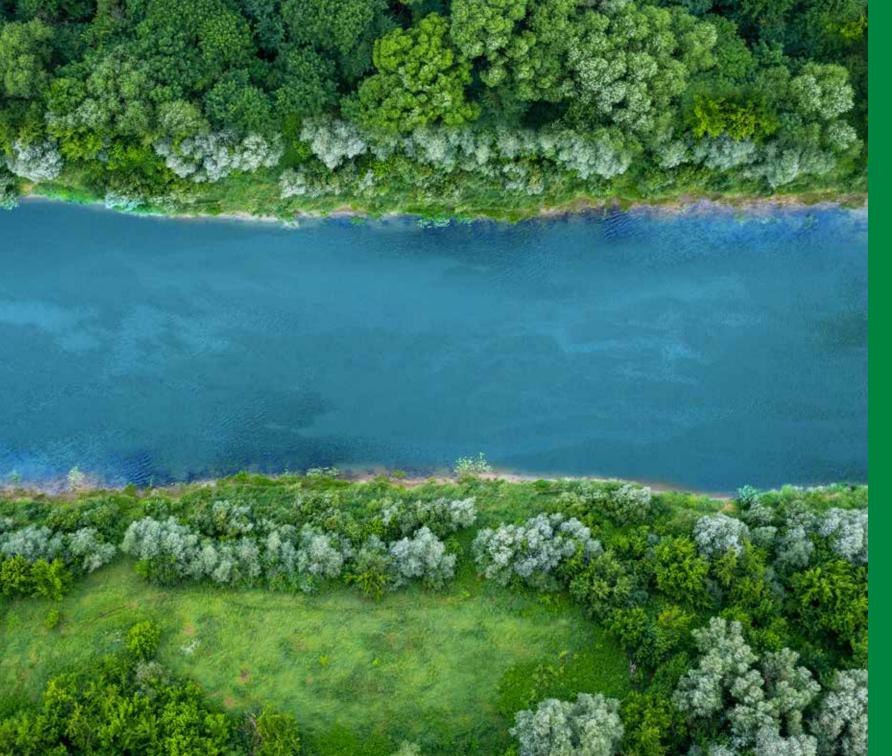
Diese Bilder zeigen unsere Produkte und Anwendungen in direktem Kontext ihres Einsatzgebiet und unseren Kunden und Kundinnen. Sie werden verwendet, um eine rasche Wiedererkennung bzw. thematische Identifizierung zu erzielen.

Alternativ werden Renderings der Maschinen eingesetzt, vor allem um technische Inhalte zu vermitteln.









# Die Icons

### Die Icons Die Anwendung

Nicht jede Anwendung hat genug Gestaltungsfläche, um mit textlichen Beschreibungen zu arbeiten. Um auch in diesen Anwendungen ein einheitliches Erscheinungsbild zu erzeugen, gibt es speziell für Komptech entwickelte Icons. Die Icons beschreiben zum Beispiel die Anwendungen, unsere Geschäftsfelder oder Produkteigenschaften. Die Icons werden genauso wie das Logo in den Markenfarben eingesetzt. Dabei sollte immer auf einen ausreichenden Farbkontrast geachtet werden.

Icons können sowohl freistehend als auch in Verbindung mit einer Headline oder erklärendem Text platziert werden.

Für die Gestaltung gelten folgende Regeln:

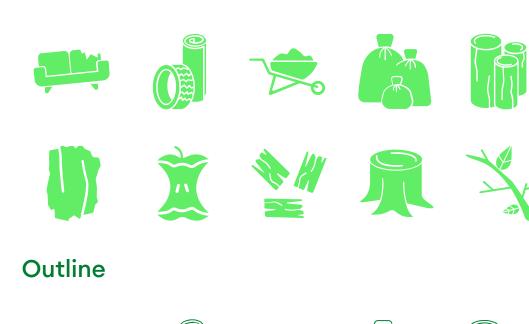
Das Icon wird auf einer Grundfläche von 96 × 96 Pixeln mit einer Strichstärke von 2 pt aufgebaut.

Die Icons gibt es als Solid- und Outline-Variante.

Die Icons sind in den folgenden Formaten vorhanden:

Print \*.svg, \*.ai
Web \*.svg
Office \*.jpg, \*.png

Solid

























# Die Stimme

### Die Stimme Tone of Voice

Der Tone of Voice einer Marke trägt dazu bei, nach außen eine konsistente Botschaft zu übermitteln. Er ist Teil eines Markenausdrucks, der zusammen mit greifbareren Elementen die Markenidentität definiert.

Die Markenwerte beschreiben die Wesenszüge der Markenpersönlichkeit von Komptech. Die nebenstehenden Begriffe wirken auf die Tonalität von Texten, auf das Design und Verhalten der Marke.

Das Thema "Opportunity" steht bei uns im Mittelpunkt. Wir konzentrieren uns vor allem auf die Bigger pictures, indem wir stets visionär auf die Zukunft ausgerichtet sind. Unsere Markenstimme kann als positiv und unterstützend definiert werden. Diese Werte spiegeln sich auch in unseren Claims wider. Sie sollen langfristig eine natürliche Assoziation zu Komptech und den Leistungen herstellen. Deshalb wurden verschiedene Claims für verschiedene Anwendungsbereiche formuliert.

Da der Claim nicht als fester Bestandteil des Logos wahrgenommen werden soll, sondern nur als Slogan fungiert, ist er in den Designs räumlich vom Logo getrennt.

kompetent langfristig geerdet selbstbewusst begleitend modern thinking open-minded aufmerksam nachhaltig lebhaft einfallsreich unkompliziert aktiv inspirierend partnerschaftlich auffordernd inklusiv neugierig wirtschaftlich denkend

#### Slogan

Never waste an opportunity.

#### **Description**

Partners for biodegradable and mixed waste.

#### General

Where there is waste, 44 there is opportunity.

#### Customers

Helping you make the most of a great opportunity.

#### CSR

Opportunities for a greener world.

#### **Employer Branding**

Opportunity needs talent.





#### Impressum

#### **Konzept und Design**

Bachinger Katharina Gaigg Jana Kotras Victoria

#### **Corporate Design**

moodley design group GmbH

Komptech GmbH Kühau 37 8130 Frohnleiten Austria

[t] +43 3126 505-0 [e] marketing@komptech.com www.komptech.com