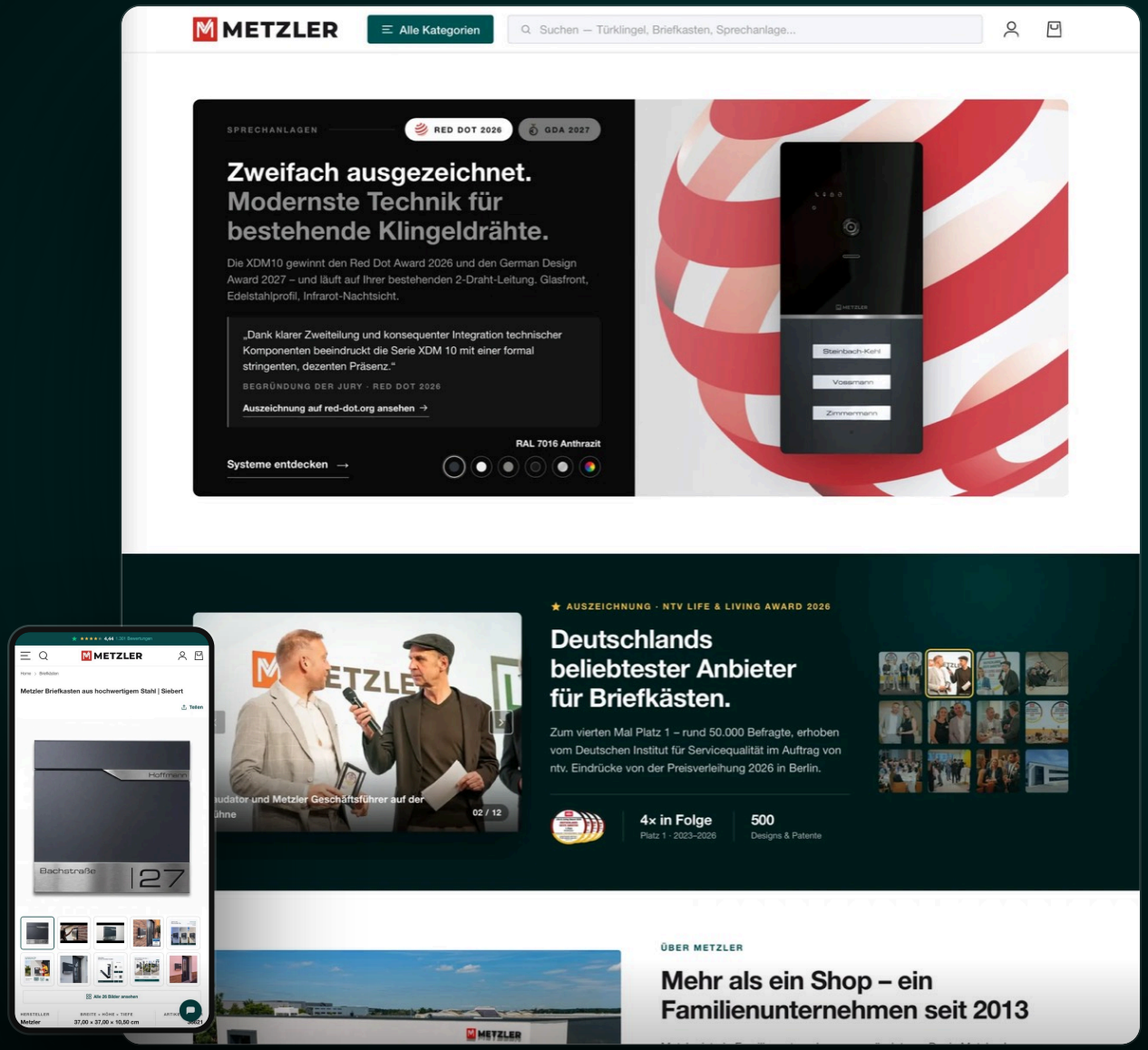
METZLER

MARKENHANDBUCH · AUSGABE 2026

Brand Identity Guidelines

Im Shop, auf Papier, am Gerät. Die Regeln, an denen man Metzler erkennt.



AUSGABE
2026 · Version 1.1

INHALT
15 Kapitel · Marke bis Vorlagen

ANWENDUNG
Druck · Office · Messe · Fahrzeug

ONLINE
www.metzlergmbh.de

Inhalt

01 Einführung

1.0 Wozu dieses Handbuch dient 5
1.1 Für wen 5
1.2 So ist es aufgebaut 5
1.3 Formate 5
1.4 Freigabe und Fragen 6

02 Wer wir sind

2.0 Metzler in Zahlen 8
2.1 Unser Versprechen 8
2.2 Unsere Werte 9
2.3 Was wir anbieten 9
2.4 Auszeichnungen 10

03 Sprache & Ton

3.0 Grundton 13
3.1 So schreiben wir 13
3.2 Vorher – nachher 13
3.3 Wörter 14
3.4 Zahlen, Preise, Einheiten 15
3.5 Produktnamen 15
3.6 Aussagen, die wir prüfen 16
3.7 Englisch 16

04 Logo

4.0 Überblick 18
4.1 Aufbau 18
4.2 Schutzzone 19
4.3 Mindestgröße 20
4.4 Farbversionen 21
4.5 Hintergründe 22
4.6 Platzierung 23
4.7 Fehler vermeiden 24

05 Farbe

5.0 Kernfarben 28
5.1 Teal-Skala 28
5.2 Graphit-Skala 29
5.3 Anteile 30
5.4 Farbpaare 31
5.5 Verläufe 31
5.6 Druck und Office 32
5.7 Fehler vermeiden 32

06 Typografie

6.0 Drei Schriften 36
6.1 Schnitte 36
6.2 Größen im Druck 37
6.3 Größen in Word und PowerPoint 38
6.4 Satzregeln 39
6.5 Fehler vermeiden 39

07 Bildsprache

7.0 Grundsätze 42
7.1 Bildwelten 42
7.2 Stimmung und Licht 43
7.3 Bildbearbeitung 43
7.4 Fehler vermeiden 44

08 Icons & Grafikelemente

8.0 Icons im Druck 46
8.1 Allgemeine Icons 47
8.2 Zweifarbige Icons 49
8.3 Themen-Icons 50
8.4 Original-Icons 50
8.5 Linien und Flächen 50
8.6 QR-Code 51
8.7 Siegel und Fremdlogos 51

09 Layout & Raster

9.0 Prinzipien 55
9.1 A4 hoch 55
9.2 A5 quer (Booklet) 56
9.3 16:9 Präsentation 57
9.4 Titelseiten 58
9.5 Fehler vermeiden 58

10 Geschäftsausstattung

10.0 Überblick 60
10.1 Briefbogen 61
10.2 Visitenkarte 63
10.3 Umschlag 65
10.4 E-Mail-Signatur 65
10.5 Vorlagen 66

11 Word & PowerPoint

11.0 Vorlagen 69
11.1 Word: Formatvorlagen 69
11.2 Word: Regeln 70
11.3 PowerPoint: Folienlayouts 70
11.4 PowerPoint: Regeln 71
11.5 Fehler vermeiden 72

12 Druckproduktion

12.0 Ablauf 75
12.1 Schrift zuerst 75
12.2 Formate 75
12.3 Druckdaten 76
12.4 Checkliste vor dem Druck 77

13 Messe & Außenwerbung

13.0 Grundsätze 81
13.1 Roll-up 81
13.2 Werbemittel und Fahrzeug 82
13.3 Messewand und Plakat 84

14 Produkt- & Technikdokumente

14.0 Datenblatt 87
14.1 Montageanleitung 87
14.2 Sicherheitshinweise 88
14.3 Anschlussschema 88
14.4 Technische Daten 88

15 Downloads

15.0 Markenhandbuch 91
15.2 Vorlagen 91
15.3 Farben 91
15.4 Schriften 91



MARKENHANDBUCH · AUSGABE 2026

01

Einführung

Eine Marke. Überall gleich gut.

VERSION 1.1 15 KAPITEL DEUTSCH · ENGLISH DRUCK · OFFICE · MESSE

METZLER

Dieses Handbuch ist die eine Quelle für unser Erscheinungsbild außerhalb des Shops: Broschüren, Datenblätter, Briefe, Präsentationen, Messe und Fahrzeuge. Es ersetzt Bauchgefühl durch klare Regeln, damit Metzler überall gleich erkennbar ist.

1.0 Wozu dieses Handbuch dient

1.1 Für wen

1.2 So ist es aufgebaut

1.3 Formate

1.4 Freigabe und Fragen

1.0

Wozu dieses Handbuch dient

Jedes Druckstück, jede Präsentation und jeder Brief zahlt auf die Marke ein. Wenn alle nach denselben Regeln arbeiten, sieht Metzler überall hochwertig und vertraut aus, egal wer gestaltet.

Erkennbar

Gleiche Farben, gleiche Schrift, gleiches Logo – auf jedem Medium.

Schneller

Vorlagen und Werte zum Kopieren sparen Abstimmungsrunden.

Sicher

Klare „So / Nicht so“-Beispiele verhindern teure Fehldrucke.

1.1

Für wen

Team	Typische Aufgaben	Wichtigste Kapitel
Marketing	Broschüre, Booklet, Kampagne, Social, Messe	04 · 05 · 06 · 07 · 09 · 12 · 13
Vertrieb & B2B	Präsentation, Angebot, Händlerunterlagen	03 · 06 · 11
Service & Technik	Anleitung, Datenblatt, Anschlussschema	06 · 08 · 14
Office & Verwaltung	Brief, E-Mail, Formular, interne Dokumente	03 · 10 · 11
Agenturen & Druckereien	Reinzeichnung, Druckdaten, Großformat	04 · 05 · 12 · 13

1.2

So ist es aufgebaut

Jedes Kapitel beginnt mit einem Überblick und ist in nummerierte Abschnitte geteilt (4.0, 4.1 …). Die Nummern sind auf der Website und im PDF gleich, so können Sie sich gegenseitig auf eine Regel verweisen.

01

Regel

Ein kurzer Satz, was gilt.

02

Beispiel

Bild oder Zeichnung, oft mit „So / Nicht so“.

03

Spezifikation

Genaue Werte zum Kopieren: Maße, Farben, Größen.

04

Vorlage

Fertige Datei zum Herunterladen, wo es eine gibt.

1.3

Der gesamte Inhalt wird aus einer Quelle erzeugt. Darum sind Website, PDF, Word, PowerPoint und die

Formate

Claude-Datei immer auf demselben Stand.

PDF
Markenhandbuch als PDF
A4 quer, mit verlinktem Inhalt

DOCX
Markenhandbuch als Word
Vollständig, bearbeitbar

PPTX
Übersicht als PowerPoint
16:9, die wichtigsten Regeln

MD
Claude-Datei
Alle Regeln und Werte als Markdown für Claude und andere KI-Tools

1.4

Freigabe und Fragen

01 Alles, was nach außen geht, gibt das Marketing frei: Druckstücke, Anzeigen, Messe, Fahrzeuge.

02 Briefe, E-Mails und Präsentationen aus den Vorlagen brauchen keine Freigabe.

03 Fehlt eine Regel oder passt sie nicht? Melden Sie es dem Marketing-Team. Das Handbuch wird laufend ergänzt.



MARKENHANDBUCH

02

Wer wir sind

Familienunternehmen seit 2013 aus Reutlingen: Haltung und Werte.

Metzler ist ein Familienunternehmen aus Reutlingen. Seit 2013 entwickeln und fertigen wir Briefkästen, Sprechanlagen, Türklingeln und Hausnummern – mit eigener Konstruktion und dem Anspruch, dass jeder Eingang zu seinem Haus passt.

2.0 Metzler in Zahlen
2.1 Unser Versprechen
2.2 Unsere Werte
2.3 Was wir anbieten
2.4 Auszeichnungen

2.0

Metzler in Zahlen

2013
gegründet, Familienunternehmen

165
Mitarbeitende in Reutlingen

2.500
Produkte im Sortiment

500+
eingetragene Designs

2 Mio.
zufriedene Kundinnen und Kunden

Diese Zahlen stammen von der Seite „Über uns“ im Shop. Nutzen Sie sie genau so und prüfen Sie vor jedem Druck, ob sie noch aktuell sind.

Spezifikation

Quelle	Shop „Über uns“, Stand 01.10.2026
Schreibweise	„über 2 Mio. zufriedene Kunden“ · „Familienunternehmen seit 2013“ · „Über 500 eingetragene Designs“

2.1

Unser Versprechen

> Entwurf v1.0 – formuliert aus „Über uns“. Bitte von der Geschäftsführung freigeben lassen.

„Ein Eingang, der zu Ihnen passt. Präzise entwickelt und gefertigt in Reutlingen.“

Das Versprechen steht nicht als Slogan auf jedem Druckstück. Es ist der Maßstab für jeden Text und jedes Bild: Passt es zu einem hochwertigen, persönlichen Eingang?

2.2

Unsere Werte

> Entwurf v1.0 – bitte freigeben.

01

Präzise gefertigt

Eigene Konstruktion in Reutlingen, über 500 eingetragene Designs. Wir zeigen Technik ehrlich und genau.

02

Persönlich gestaltet

Farbe, Gravur und Zubehör wählen Kundinnen und Kunden selbst. Jedes Produkt kann ein Unikat werden.

03

Gebaut für Jahre

Edelstahl, Pulverbeschichtung und die Metzler Garantie mit bis zu 10 Jahren Schutz vor Durchrostung.

04

Nah dran

Familienunternehmen mit Beratung, Hotline und geschulten Partnerbetrieben. Wir sind erreichbar.

2.3

Was wir anbieten

Der Shop führt diese Hauptbereiche. Nennen Sie sie immer mit diesen Namen.

- Briefkästen
- Sprechanlagen
- Türklingeln
- Hausnummern
- Paketboxen
- Mülltonnenboxen
- Außenleuchten
- Funkklingeln
- Briefkastenschilder
- Schriftzüge
- Hochbeete
- Sicherheitstechnik



Briefkästen
z. B. Siebert



Sprechanlagen
z. B. SDM10 als Standsäule



Paketboxen
z. B. Avalon mit Ständer



Türklingeln
mit Namensschildern



Hausnummern
z. B. mit Straße



Mülltonnenboxen
z. B. in Holzoptik

2.4

Auszeichnungen dürfen nur mit dem genauen Wortlaut, dem Jahr und dem Originalsiegel genannt werden.

Auszeichnungen

Auszeichnung	Genauer Wortlaut	Gilt für
Red Dot 2026	„Red Dot Winner 2026“, Kategorie Product Design	XDM10
ntv / DISQ	„Deutschlands beliebtester Anbieter für Briefkästen – bereits das vierte Jahr in Folge“	Briefkästen
COMPUTER BILD & Statista	„Top Shop“ 2023, 2024, 2025	Onlineshop

Spezifikation

Siegel	Nur Originaldateien, nie nachbauen, umfärben oder beschneiden
„Made in Germany“	Nur dort, wo die Produktseite es sagt. Sonst „Designed in Germany“ (XDM10) oder „aus Reutlingen“.



MARKENHANDBUCH

03

Sprache & Ton

Wie wir schreiben: Sie-Form, klar, sachlich, freundlich.

Wir schreiben warm und sachlich, wie ein guter Fachberater: erst der Nutzen, dann der Beleg. Kurze Sätze, konkrete Wörter, immer in der Sie-Form.

3.0 Grundton
3.1 So schreiben wir
3.2 Vorher – nachher
3.3 Wörter
3.4 Zahlen, Preise, Einheiten
3.5 Produktnamen
3.6 Aussagen, die wir prüfen
3.7 Englisch

3.0

Grundton

Klar

Ein Gedanke pro Satz. Keine Fachwörter ohne Erklärung.

Sachlich

Fakten statt Superlative. Zahlen nur, wenn sie stimmen.

Freundlich

Sie-Form, hilfsbereit, nie belehrend oder laut.

Spezifikation

Anrede	Immer „Sie“, auch in Social Media und Newsletter
Satzlänge	Ziel unter 20 Wörter

3.1

So schreiben wir

01 Nutzen zuerst, dann der Beleg: „Kein Knicken – der Einwurf passt für DIN-A4-Umschläge.“

02 Überschriften als kurze Hauptwörter, darunter ein erklärender Satz: „Verdecktes Schloss“.

03 Konkret statt allgemein: Material, Maß, Funktion nennen.

04 Aufzählungen mit Gedankenstrich: „Flexible Öffnung – per Fingerabdruck, RFID oder App“.

05 Aktiv schreiben: „Sie sehen, wer klingelt“ statt „Es kann gesehen werden“.

3.2

Vorher – nachher

Vorher

~~Unsere innovativen Premium-Sprechanlagen bieten Ihnen ein unvergleichliches Erlebnis der Extraklasse!~~

Nachher

Per App sehen Sie jederzeit, wer vor der Tür steht.

Konkreter Nutzen statt leerer Superlative.

Vorher

~~Die Montage erfolgt unter Verwendung der vorhandenen Leitungsinfrastruktur.~~

Nachher

Ihre vorhandene 2-Draht-Klingelleitung nutzen Sie einfach weiter – ohne neue Kabel.

Aktiv, in Sie-Form, mit Nutzen.

Vorher

~~SUPER ANGEBOT!!! Jetzt zuschlagen!~~

Nachher

15 % auf Sicherheitstechnik – gültig vom 01.10. bis 31.10.2026.

Ruhig, genau, mit Zeitraum.

3.3

Wörter

Gern	Lieber nicht
hochwertig	revolutionär
massiv	einzigartig (ohne Beleg)
witterungsbeständig	Weltneuheit
rostfrei	unschlagbar
pulverbeschichtet	günstig / billig
individuell	Premium (als Füllwort)
personalisiert	Kunde (nur männlich)
Unikat	Smart Home (ohne Funktion)
Eingangsbereich	
Zuhause	

3.4

Zahlen, Preise, Einheiten

Was	So	Nicht so
Preis	1.490,00 €	1490 EUR · € 1.490,-
Preis ab	ab 699,00 €	nur 699 €!
Maße	37 × 37 × 10,5 cm	37x37x10,5cm
Prozent	15 %	15%
Datum	12.11.2026	12.11.26 · 2026-11-12
Uhrzeit	09:00–16:00 Uhr	9-16h
Telefon	+49 (0) 7121 / 317 7310	07121-3177310

Spezifikation

Preise	Nur aus dem Shop übernehmen; „UVP“ und „ab“ genau wie im Shop; Preishinweis auf der letzten Seite
Geschütztes Leerzeichen	Zwischen Zahl und Einheit, damit sie nicht getrennt werden

3.5

Produktnamen

Produktnamen werden genau wie im Shop geschrieben. Modellnamen sind Eigennamen und stehen am Ende.

Vorher

~~XDM 10 · Xdm10 · VDM-10~~

Nachher

XDM10 · VDM10 2.0 · SDM10

Systemnamen ohne Leerzeichen, Versionen mit Leerzeichen.

Vorher

~~Siebert-Briefkasten in Anthrazit~~

Nachher

Briefkasten Siebert, Anthrazit

Produktart zuerst, Modellname am Ende.

3.6

Aussagen, die wir prüfen

01 „Made in Germany“ nur, wenn die Produktseite es sagt.

02 Garantie immer genau: „Metzler Garantie: bis zu 10 Jahre Schutz vor Durchrostung“ – die Bedingungen der Garantieerklärung gelten.

03 „Kauf auf Rechnung“ nur so, wie die Zahlungsseite es erlaubt.

04 Kundenzahlen und Bewertungen nur mit Datum der Quelle.

3.7

Englisch

Englische Texte sind britisches Englisch, freundlich und direkt („you“). Maße und Preise bleiben im deutschen Format, wenn der Text für den deutschen Markt ist.



MARKENHANDBUCH

04

Logo

Aufbau, Schutzzone, Größen, Versionen
und Fehler.

Das Logo ist unser wichtigstes Zeichen. Es besteht aus dem roten M-Quadrat und der Wortmarke METZLER. Beide werden nie neu gezeichnet, nie umgefärbt und nie verändert, sondern immer aus der Originaldatei übernommen.

4.0 Überblick
4.1 Aufbau
4.2 Schutzzone
4.3 Mindestgröße
4.4 Farbversionen
4.5 Hintergründe
4.6 Platzierung
4.7 Fehler vermeiden

4.0

Überblick

Die Wortbildmarke ist die Hauptform. Sie wird überall eingesetzt, wo Platz ist. Das M-Quadrat allein ist die Kurzform für sehr kleine Flächen.



Wortbildmarke (links) und Bildmarke (rechts)

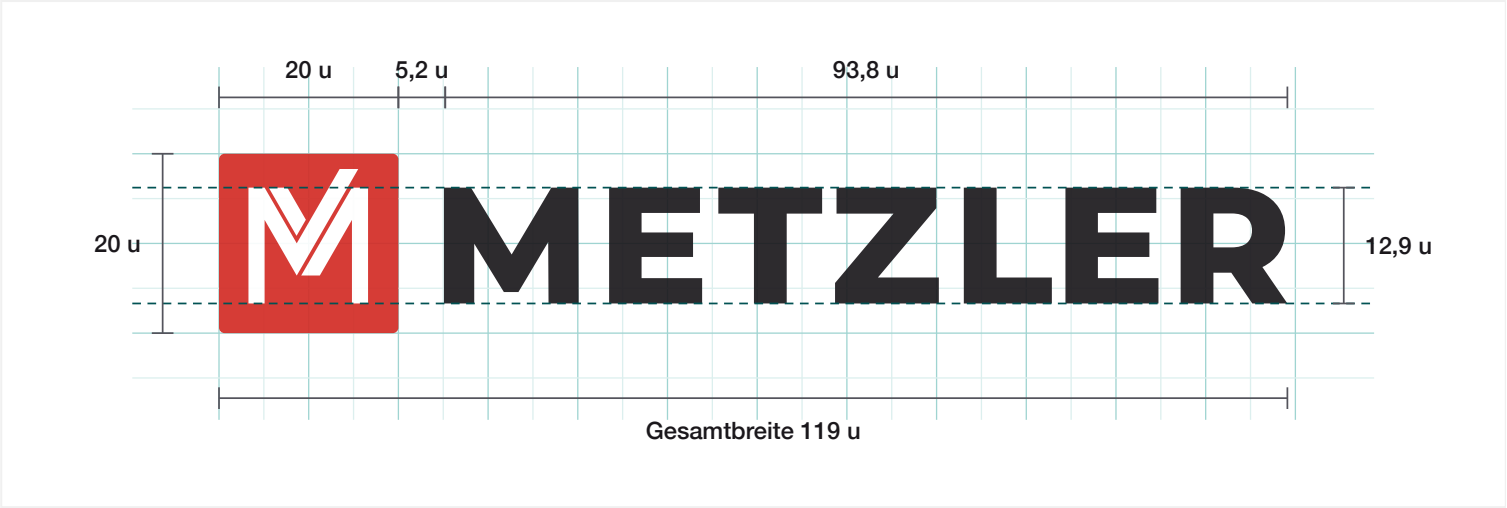
Spezifikation

Hauptform	Wortbildmarke: M-Quadrat + Wortmarke METZLER, horizontal
Kurzform	M-Quadrat allein (Favicon, App, Stempel, Gravur unter 25 mm)
Quelle	Nur Originaldateien aus dem Logo-Paket

4.1

Aufbau

Das Logo steht auf einem Raster mit 20 Einheiten Quadrathöhe. Alle Abstände sind fest: Zwischen Quadrat und Wortmarke liegen 5,2 Einheiten, die Wortmarke ist 93,8 Einheiten breit und 12,9 Einheiten hoch.



Konstruktion auf dem Einheitenraster (1 u = 1/20 der Quadrathöhe)

Spezifikation

M-Quadrat	20 × 20 u
Abstand Quadrat → Wortmarke	5,2 u
Wortmarke Breite × Höhe	93,8 × 12,9 u
Gesamtbreite	119 u (Seitenverhältnis 5,96 : 1)
Wortmarke vertikal	Oberkante 3,8 u, Grundlinie 16,7 u

4.2

Schutzzone

Um das Logo bleibt immer ein freier Raum. Er heißt X und ist halb so groß wie die Höhe des M-Quadrats. In diese Zone kommen keine Texte, Bildkanten oder andere Zeichen.



X = ½ Höhe des M-Quadrats, auf allen vier Seiten

Spezifikation

Schutzzone	X = 0,5 × Höhe M-Quadrat, rundum
Bildmarke allein	ebenfalls X = 0,5 × Quadrathöhe
Status	Neu festgelegt in v1.0

4.3

Mindestgröße

Unterhalb dieser Größen ist die Wortmarke nicht mehr sicher lesbar. Dann nehmen Sie das M-Quadrat allein.



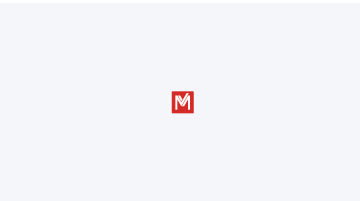
25 mm
Wortbildmarke im Druck



120 px
Wortbildmarke am Bildschirm



5 mm
M-Quadrat im Druck



16 px
M-Quadrat als Favicon

Mindestbreiten für Druck und Bildschirm

Spezifikation

Wortbildmarke Druck	≥ 25 mm Breite
Wortbildmarke Bildschirm	≥ 120 px Breite
M-Quadrat Druck	≥ 5 mm
M-Quadrat Bildschirm	≥ 16 px (Favicon)
Gravur / Prägung	Wortbildmarke ≥ 25 mm, sonst M-Quadrat

4.4

Farbversionen

Es gibt genau vier Versionen. Rot + Schwarz ist der Standard. Wenn Sie unsicher sind, nehmen Sie die einfarbige schwarze oder weiße Version.



01 · Rot + Schwarz

Standard auf Weiß und hellen Flächen



02 · Rot + Weiß

Auf Teal, Schwarz und dunklen Fotos



03 · Weiß einfarbig

Gravur, Prägung, ein heller Ton



04 · Schwarz einfarbig

Zeitung, Stempel, Lasergravur

4.5

Hintergründe

Das Logo braucht einen ruhigen Hintergrund mit klarem Kontrast. Auf Fotos steht es nur auf einer ruhigen, gleichmäßigen Stelle.



So

Reinweiß

So

Papierweiß



So

Teal 500



So

Ruhige, dunkle Fotofläche



Nicht so
Rot als Hintergrund



Nicht so
Teal Mint als Hintergrund



Nicht so
Verlauf hinter dem Logo



Nicht so
Unruhiges Foto, zu wenig Kontrast

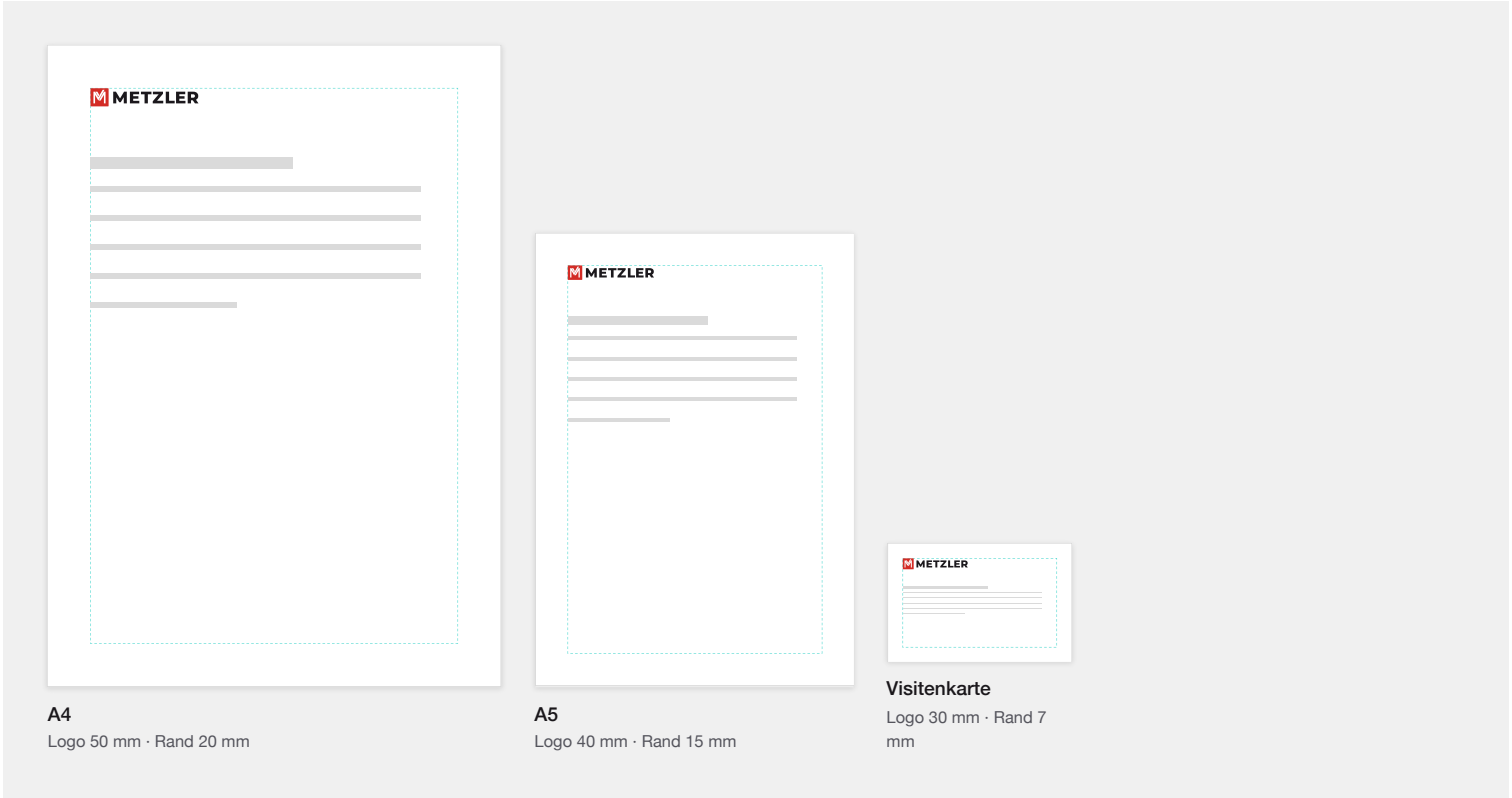
Spezifikation

Erlaubt	Reinweiß, Papierweiß, Graphit 100, Teal 500/700/900, Digital Schwarz, ruhige Fotoflächen
Nicht erlaubt	Metzler Rot, Teal Mint, Verläufe hinter dem Logo, unruhige Fotos

4.6

Platzierung

Das Logo steht oben links oder oben rechts, immer am Satzspiegel ausgerichtet. Die Breite hängt vom Format ab.



Logo im Maßstab auf A4, A5 und Visitenkarte

Spezifikation

A4 (210 × 297 mm)	Logo 50 mm breit, Rand 20 mm
A5 (148 × 210 mm)	Logo 40 mm breit, Rand 15 mm
Visitenkarte (85 × 55 mm)	Logo 30 mm breit, Rand 7 mm
Status	Neu festgelegt in v1.0

4.7

Fehler vermeiden

Diese Fehler kommen am häufigsten vor. Jeder davon schwächt die Marke.



Nicht so
Verzerrt



Nicht so
Andere Farben



Nicht so
Gedreht



Nicht so
Mit Schatten oder Effekt



Nicht so
Unscharf, zu kleine Auflösung



Nicht so
Neu angeordnet



Nicht so
Wortmarke als Kontur



Nicht so
Zu nah am Rand, keine Schutzzone



MARKENHANDBUCH

05

Farbe

Markenfarben mit HEX, RGB, CMYK und Pantone, Anteile und Paare.

Unsere Farbwelt ist ruhig: viel Weiß, klares Schwarz, Teal als Markenfarbe. Das Rot gehört allein dem Logo. Jede Farbe hat feste Werte für Bildschirm und Druck. Bitte nie eine Farbe aus einem Foto abnehmen.

5.0 Kernfarben
5.1 Teal-Skala
5.2 Graphit-Skala
5.3 Anteile
5.4 Farbpaare
5.5 Verläufe
5.6 Druck und Office
5.7 Fehler vermeiden

5.0

Kernfarben

Vier Farben tragen die Marke.

Teal 500	Digital Schwarz	Reinweiß	Metzler Rot
HEX #015253	HEX #1A171B	HEX #FFFFFF	HEX #D42924
RGB 1, 82, 83	RGB 26, 23, 27	RGB 255, 255, 255	RGB 212, 41, 36
CMYK 95, 45, 60, 55	CMYK 70, 70, 60, 85	CMYK 0, 0, 0, 0	CMYK 10, 95, 95, 5
Pantone 3295 C	Pantone Black 6 C	Pantone White	Pantone 185 C
Markenfarbe: Flächen, Akzente, Links	Wortmarke, Überschriften, Text	Papier, Grundfläche	Nur im M-Quadrat des Logos

Spezifikation

Markenfarbe	Teal 500 · #015253 · CMYK 95/45/60/55 · Pantone 3295 C
Text	Digital Schwarz · #1A171B · CMYK 70/70/60/85 · Pantone Black 6 C
Logo-Rot	Metzler Rot · #D42924 · CMYK 10/95/95/5 · Pantone 185 C

5.1

Teal-Skala

Von hell bis tief. Helle Töne für Flächen und Tabellen, dunkle Töne für Titel, Rückseiten und große Flächen.

Teal 50	Teal 100	Teal 500	Teal 600
HEX #F2F6F6	HEX #E6EEEE	HEX #015253	HEX #014A4B
RGB 242, 246, 246	RGB 230, 238, 238	RGB 1, 82, 83	RGB 1, 74, 75
CMYK 2, 0, 0, 4	CMYK 7, 2, 2, 6	CMYK 95, 45, 60, 55	CMYK 97, 40, 42, 67
Pantone –	Pantone –	Pantone 3295 C	Pantone 3305 C
Hinterlegte Flächen, Tabellenzeilen	Infokästen, Hervorhebungen	Markenfarbe: Flächen, Akzente, Links	Zweite Tiefe neben Teal 500

Teal 700	Teal 900	Teal Mint
HEX #01292A	HEX #001D1D	HEX #5CDBD3
RGB 1, 41, 42	RGB 0, 29, 29	RGB 92, 219, 211
CMYK 95, 50, 65, 75	CMYK 100, 55, 55, 90	CMYK 58, 0, 4, 14
Pantone 3308 C	Pantone Black C	Pantone 3255 C
Dunkle Flächen, Rückseiten	Tiefste Markenfläche, Titelseiten	Akzent auf dunklen Flächen

5.2

Graphit-Skala

Die Graustufen tragen Text, Linien und Flächen. Im Druck sind sie reines Schwarz (K), dadurch bleiben sie neutral.

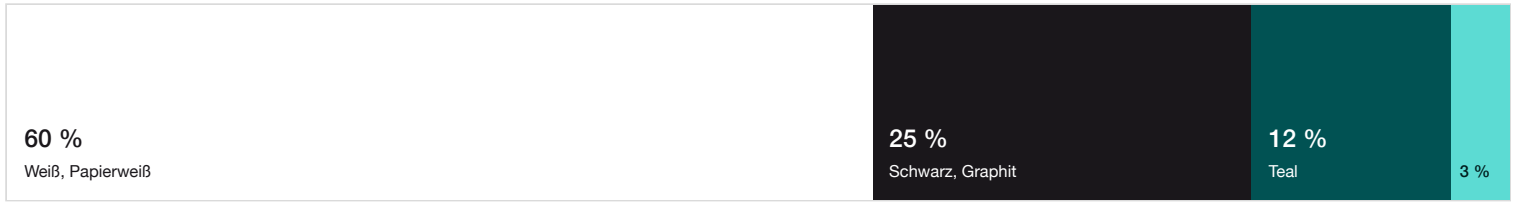
Papierweiß	Graphit 100	Graphit 300	Graphit 500
HEX #F5F6FA	HEX #F0F0F0	HEX #DADADA	HEX #A1A1A1
RGB 245, 246, 250	RGB 240, 240, 240	RGB 218, 218, 218	RGB 161, 161, 161
CMYK 2, 1, 0, 2	CMYK 0, 0, 0, 6	CMYK 0, 0, 0, 15	CMYK 0, 0, 0, 37
Pantone –	Pantone Cool Gray 1 C	Pantone Cool Gray 2 C	Pantone Cool Gray 7 C
Ruhige Hintergrundfläche	Trennflächen, Studio-Hintergrund	Linien, Rahmen	Inaktive Elemente

Graphit 600	Graphit 700	Graphit 800	Graphit 900
HEX #7A7A82	HEX #54545C	HEX #2E2E36	HEX #1A1A1F
RGB 122, 122, 130	RGB 84, 84, 92	RGB 46, 46, 54	RGB 26, 26, 31
CMYK 0, 0, 0, 49	CMYK 0, 0, 0, 64	CMYK 0, 0, 0, 79	CMYK 0, 0, 0, 88
Pantone Cool Gray 9 C	Pantone Cool Gray 11 C	Pantone Black 3 C	Pantone Black 6 C
Bildunterschriften, Metadaten	Sekundärtext	Fließtext	Überschriften, Produktnamen

5.3

Anteile

So viel von jeder Farbe gehört auf eine Seite. Weiß gibt Ruhe, Teal setzt Akzente, Rot erscheint nur im Logo.



Metzler Rot erscheint nur im M-Quadrat des Logos.

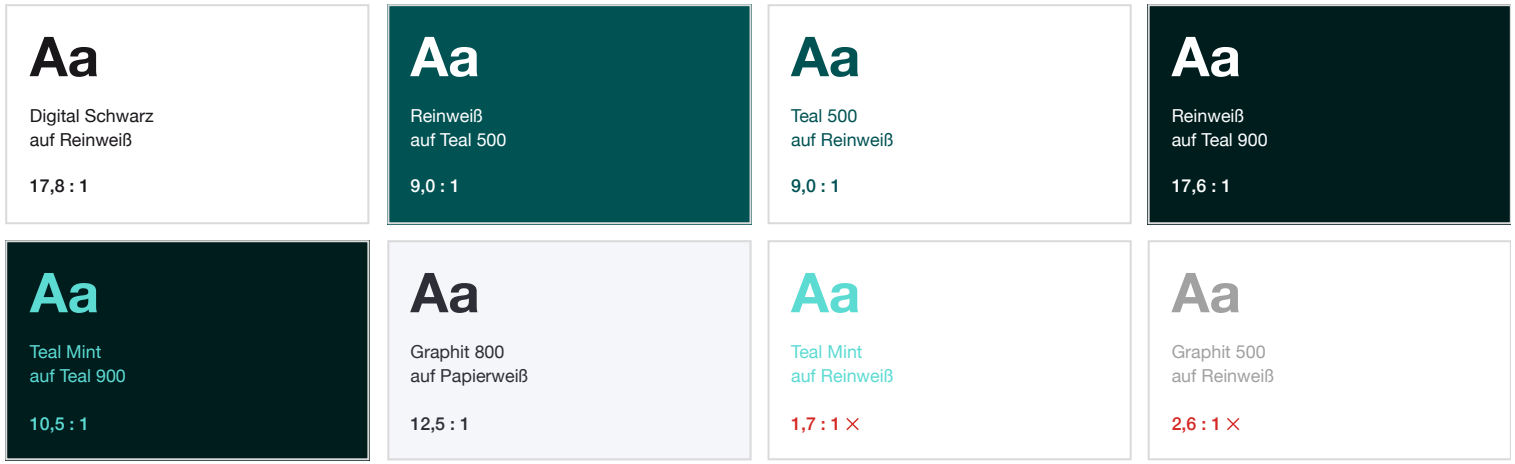
Spezifikation

Weiß / Papierweiß	≈ 60 %
Schwarz / Graphit	≈ 25 %
Teal 50–900	≈ 12 %
Teal Mint	≤ 3 %, nur auf dunklen Flächen
Metzler Rot	nur im Logo

5.4

Farbpaare

Diese Kombinationen sind gut lesbar. Die Zahl ist der Kontrast nach WCAG: ab 4,5 für Fließtext, ab 3 für große Überschriften.



Spezifikation

Fließtext	Kontrast ≥ 4,5 : 1
Große Überschriften ≥ 18 pt	Kontrast ≥ 3 : 1

5.5

Verläufe

Verläufe haben immer eine Aufgabe: Tiefe hinter Text, Lesbarkeit auf Fotos oder Licht hinter einem Produkt. Nie als Dekoration.



Teal Depth

Dunkle Markenflächen hinter Text: Titel, Rückseiten, Infokästen

`linear-gradient(160deg, #001D1D 0%, #015253 100%)`



Teal Scrim

Über Fotos, damit weißer Text lesbar bleibt

`linear-gradient(0deg, rgba(0,29,29,.95) 35%, rgba(0,29,29,0))`

Studio Light

Heller Hintergrund hinter freigestellten Produkten

`radial-gradient(ellipse 70% 80% at 50% 45%, #FFF 0%, #F0F0F0 45%, #DADADA 100%)`

5.6

Druck und Office

Medium	Farbraum	Hinweis
Offset, Digitaldruck	CMYK · FOGRA39	Gesamtfarbauftrag ≤ 330 %
Sonderfarbe, Werbetechnik	Pantone C	Pantone-Wert aus der Tabelle oben
Pulverbeschichtung, Produkt	RAL	Werte aus der RAL-Liste; „Farben sind Anhaltspunkte“
Word, PowerPoint, E-Mail	RGB / HEX	Farben aus der Vorlage, nie frei wählen

Spezifikation

Druck-PDF	PDF/X-3 oder PDF/X-4 · FOGRA39 · 3 mm Beschnitt
CMYK umrechnen	Mit dem Farbmanagement von Illustrator/InDesign, nie per Formel

5.7

Fehler vermeiden

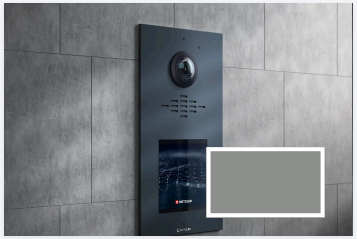
So
Viel Weiß, Teal als Akzent

Nicht so
Rot als Fläche oder Überschrift

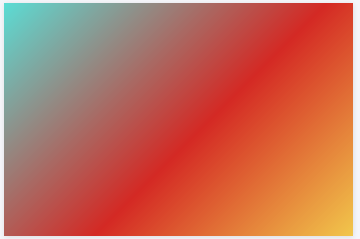
Nicht so
Mehr als zwei Akzentfarben



Nicht so
Helle Schrift auf hellem Grund



Nicht so
Farbe aus einem Foto abgenommen



Nicht so
Verlauf als Dekoration

MARKENHANDBUCH

06

Typografie

Drei Schriften, drei klare Aufgaben,
Größen für Druck und Office.



Unsere Schrift ist sachlich und präzise, wie unsere Produkte. Helvetica Neue ist die Hausschrift. Arial ersetzt sie in Office. KMR Apparat ist nur für Marketing-Druck.

6.0 Drei Schriften
6.1 Schnitte
6.2 Größen im Druck
6.3 Größen in Word und PowerPoint
6.4 Satzregeln
6.5 Fehler vermeiden

6.0

Drei Schriften

01 **Hausschrift**

Aa

Helvetica Neue

Für	Datenblatt, Anleitung, Verpackung, Etikett, technischer Druck
Nie für	Word und PowerPoint, die an Externe gehen
Schnitte	Thin bis Bold; meist Regular + Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
äöüß 0123456789 „“ – € %

02 **Nur Office**

Aa

Arial

Für	Word, PowerPoint, Excel, E-Mail, Formulare
Nie für	Druckstücke für die Druckerei
Schnitte	Regular, Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
äöüß 0123456789 „“ – € %

03 **Nur Marketing-Druck**

Aa

KMR Apparat

Für	Booklet, Broschüre, Katalog, Messe, Kampagne
Nie für	Office, Web, Shop, Produkt-UI
Schnitte	Light – Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
äöüß 0123456789 „“ – € %

Spezifikation

Helvetica Neue	Hausschrift: Datenblatt, Anleitung, Verpackung, Etikett, technischer Druck
Arial	Office: Word, PowerPoint, Excel, E-Mail, Systeme ohne Helvetica Neue
KMR Apparat	Nur Marketing-Druck: Booklet, Broschüre, Katalog, Messe. Nie in Office oder Web
Regel	Eine Schriftfamilie pro Dokument

6.1

Schnitte

Hierarchie entsteht durch Größe und Schnitt, nicht durch Farbe oder Effekte. Pro Dokument genügen meist zwei Schnitte: Regular und Bold.

Thin — Präzision aus Reutlingen

Light — Präzision aus Reutlingen

Regular	Präzision aus Reutlingen	Standard
Medium	**Präzision aus Reutlingen**	
Bold	**Präzision aus Reutlingen**	Standard

6.2

Größen im Druck

Diese Größen gelten für A4-Dokumente in InDesign mit Helvetica Neue. Für A5 nehmen Sie jeweils etwa 85 %.

Titel 36/40 pt · Bold	**Sprechanlagen 2027**
Überschrift 1 20/24 pt · Bold	**Klare Linien, robuste Technik**
Überschrift 2 12/16 pt · Medium	**Verdecktes Schloss**
Fließtext 9,5/13,5 pt · Regular	Der Briefkasten wird aus Edelstahl gefertigt und ist pulverbeschichtet.
Bildunterschrift 7,5/10 pt · Regular	Abb. 3 · XDM10 an einer Betonwand
Label 7 pt · Medium, Versalien	TECHNISCHE DATEN

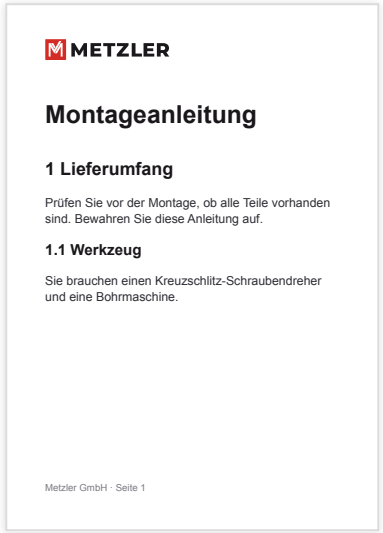
Spezifikation

Titel	Helvetica Neue Bold · 36/40 pt
Überschrift 1	Helvetica Neue Bold · 20/24 pt
Überschrift 2	Helvetica Neue Medium · 12/16 pt
Fließtext	Helvetica Neue Regular · 9,5/13,5 pt
Bildunterschrift	Helvetica Neue Regular · 7,5/10 pt
Label	Helvetica Neue Medium, Versalien · 7 pt

6.3

Größen in Word und PowerPoint

In Office nehmen Sie immer Arial. Die Vorlagen haben diese Formatvorlagen schon eingebaut. Bitte nur die Formatvorlagen nutzen, nicht von Hand formatieren.


METZLER

Montageanleitung

1 Lieferumfang

Prüfen Sie vor der Montage, ob alle Teile vorhanden sind. Bewahren Sie diese Anleitung auf.

1.1 Werkzeug

Sie brauchen einen Kreuzschlitz-Schraubendreher und eine Bohrmaschine.

Metzler GmbH · Seite 1

Programm	Formatvorlage	Größe	Schnitt
Word	Titel	24 pt	Bold
Word	Überschrift 1	16 pt	Bold
Word	Überschrift 2	12 pt	Bold
Word	Standard	10 pt, Zeilenabstand 1,3	Regular
Word	Fußzeile	8 pt	Regular
PowerPoint	Folientitel	32 pt	Regular
PowerPoint	Text	18 pt, nie unter 14 pt	Regular
PowerPoint	Quelle, Fußnote	10 pt	Regular

Spezifikation	
Word · Titel	Arial Bold · 24 pt
Word · Überschrift 1	Arial Bold · 16 pt
Word · Überschrift 2	Arial Bold · 12 pt
Word · Standard	Arial Regular · 10 pt, Zeilenabstand 1,3
Word · Fußzeile	Arial Regular · 8 pt
PowerPoint · Folientitel	Arial Regular · 32 pt
PowerPoint · Text	Arial Regular · 18 pt, nie unter 14 pt
PowerPoint · Quelle, Fußnote	Arial Regular · 10 pt

6.4

Satzregeln

01 Linksbündig, Flattersatz. Zentriert nur für Titel bis drei Zeilen.

02 Laufweite immer 0. Nie gesperrt, nie enger gesetzt.

03 Großbuchstaben nur für kurze Labels bis fünf Wörter.

04 Deutsche Anführungszeichen „so“, Gedankenstrich mit Leerzeichen – so.

05 Zahl und Einheit mit Leerzeichen: 3 mm, 12 V, 699,00 €.

06 Datum: 12.11.2026. Produktnamen genau wie im Shop: XDM10, VDM10 2.0, Siebert.

07 Zeilenlänge 45–75 Zeichen. Zeilenabstand etwa 140 % der Schriftgröße.

6.5

Fehler vermeiden



Nicht so

Laufweite verändert

Nicht so

Mehrere Schriftfamilien

Nicht so

Fließtext in Versalien

Zentrierter Fließtext ist schwer zu lesen, weil jede Zeile woanders beginnt und das Auge den Anfang suchen muss.

Nicht so

Langer Text zentriert

Mit Effekt

Nicht so

Schatten, Kontur, Effekte

Verdecktes Schloss

Ein Satz erklärt den Nutzen.

So

Eine Familie, zwei Schnitte, linksbündig



MARKENHANDBUCH

07

Bildsprache

Produkt, Studiolicht, Architektur, Details, Menschen.

Unsere Bilder zeigen echte Produkte an echten Häusern: ruhig, hochwertig, mit natürlichem Licht. Das Produkt ist immer der Held, nie Dekoration.

7.0 Grundsätze
7.1 Bildwelten
7.2 Stimmung und Licht
7.3 Bildbearbeitung
7.4 Fehler vermeiden

7.0

Grundsätze

Echt

Originalprodukte, nie nachgebaut oder verändert. Displays zeigen echte Oberflächen.

Ruhig

Ein Motiv, viel Raum, klare Linien. Kein Durcheinander im Hintergrund.

Licht

Weiches Tageslicht oder Abendstimmung. Edelstahl glänzt, ohne zu blenden.

7.1

Bildwelten

Vier Bildwelten decken fast alles ab. Wählen Sie pro Seite oder Doppelseite eine davon.



Studio: freigestellt auf Studio Light – Übersichten, Datenblätter, Sortiment



Architektur: Produkt am Haus, Tageslicht – Broschüre, Titel, Messe



Detail: Material und Funktion ganz nah – Nutzen erklären



Menschen: Alltag am Eingang, natürlich und unaufgeregt

7.2

Stimmung und Licht



Abend: Leuchten und Displays wirken



Wetter: Robustheit zeigen, nicht dramatisieren



Innen: Innenstation dunkel und präzise

7.3

Bildbearbeitung

01 Geräte nie verändern, verzerren oder neu zeichnen. Bildschirminhalte nur perspektivisch korrekt einsetzen.

02 Freigestellte Geräte immer vollständig zeigen: nie anschneiden, nie über den Bild- oder Seitenrand laufen lassen.

03 Farben der Produkte müssen stimmen: Anthrazit bleibt Anthrazit, Edelstahl bleibt Edelstahl.

04 Hintergründe dürfen erweitert, aber nicht ausgetauscht werden, wenn das Bild „echt“ wirken soll.

05 Gravuren und Namensschilder nur mit Beispielnamen, nie mit echten Adressen von Kundinnen und Kunden.

06 Druck: mindestens 300 ppi in der platzierten Größe. Web: höchstens 2000 px breit.

Spezifikation

Auflösung Druck	≥ 300 ppi bei 100 %
Farbraum	Master in RGB (Adobe RGB/sRGB), Umwandlung nach FOGRA39 erst im Layout
Dateien	Bildanfragen und KI-Bilder: Skill „metzler-image“

7.4

Fehler vermeiden



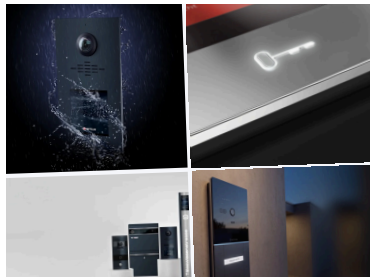
So
Echtes Licht, ruhiger Hintergrund



Nicht so
Filter und Farbstich



Nicht so
Produkt verzerrt



Nicht so
Viele kleine Bilder ohne Ordnung



MARKENHANDBUCH

08

Icons & Grafikelemente

Linien-Icons, Linien, Flächen, QR-Code, Siegel.

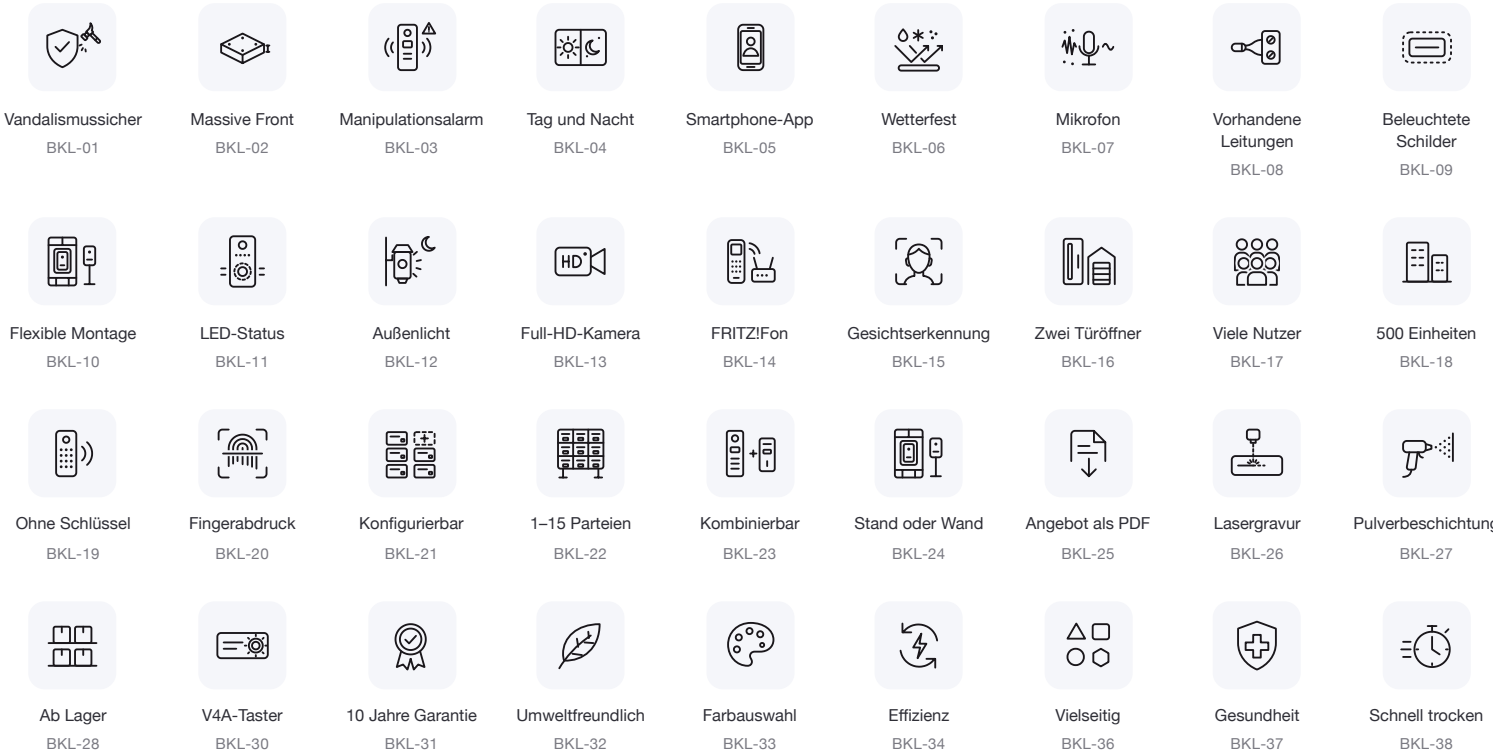
Wenige, ruhige Elemente: feine Linien-Icons, klare Linien und einfarbige Flächen. Alles kommt aus dem Metzler UI Kit, nichts wird neu erfunden.

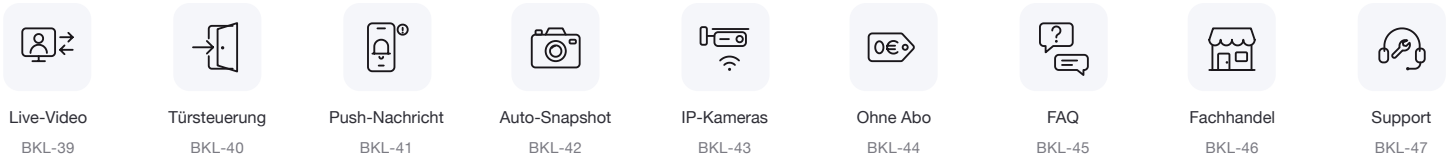
8.0 Icons im Druck
8.1 Allgemeine Icons
8.2 Zweifarbige Icons
8.3 Themen-Icons
8.4 Original-Icons
8.5 Linien und Flächen
8.6 QR-Code
8.7 Siegel und Fremdlogos

8.0

Icons im Druck

Für Druckstücke nutzen wir das Booklet-Set: einfarbige Linien-Icons im 48er-Raster, Strichstärke 1,5. Sie stehen in Schwarz oder Teal 500, nie bunt. Hier ist das komplette Set aus dem UI Kit (48 Icons).





Live-Video BKL-39 · Türsteuerung BKL-40 · Push-Nachricht BKL-41 · Auto-Snapshot BKL-42 · IP-Kameras BKL-43 · Ohne Abo BKL-44 · FAQ BKL-45 · Fachhandel BKL-46 · Support BKL-47



Beratung BKL-48 · Hotline BKL-49 · E-Mail und Shop BKL-50

Spezifikation

Quelle	Nur Icons aus dem UI Kit (ICONS.md, Set „Booklet · Monochrom“). Kein Icon passt? Beim Marketing anfragen.
Größe	Druck mindestens 8 mm, in Featurelisten 10–12 mm
Farbe	Schwarz oder Teal 500, auf Dunkel Weiß

8.1

Allgemeine Icons

Für Office, Präsentationen, Formulare und kleine Hinweise gibt es die Linien-Icons: 24er-Raster, Strichstärke 1,5, runde Enden. Sie wirken ab 4 mm und stehen in Schwarz, Graphit oder Teal 500. Das komplette Set aus dem UI Kit (95 Icons):



Briefkästen CAT-01 · Paketboxen CAT-02 · Mülltonnenboxen CAT-03 · Sprechanlagen CAT-04 · Sicherheit CAT-05 · Türklingeln CAT-06 · Hausnummern CAT-07 · Außenleuchten CAT-08 · Garten CAT-09



2-Draht klein FEA-02 · Schnell klein FEA-04 · Set FEA-28 · Preisvorteil FEA-29 · Gesichtserkennung FEA-30 · Touch-Display FEA-31 · Router FEA-32 · Smartphone-App FEA-33 · Zwei Türöffner FEA-34



Kamera	Nachtsicht	Strom	Material	PC / Mac	Prozessor	Bildsensor	WLAN	Menü
FEA-35	FEA-36	FEA-37	FEA-38	FEA-39	FEA-40	FEA-41	FEA-42	NAV-01
								
Suche	Schließen	Konto	Warenkorb	Vergleich	Pfeil rechts	Pfeil links	Chevron links	Chevron rechts
NAV-02	NAV-03	NAV-04	NAV-05	NAV-06	NAV-07	NAV-08	NAV-09	NAV-10
								
Chevron unten	Chevron oben	Dropdown	Anzeigen	Verbergen	Teilen	Link kopieren	Liste	Vergrößern
NAV-11	NAV-12	NAV-13	NAV-14	NAV-15	NAV-16	NAV-17	NAV-18	NAV-19
								
Filter	Minus	Plus	Textgröße	Abspielen	Bearbeiten	Entfernen	Aktualisieren	Merkzettel
NAV-20	NAV-21	NAV-22	NAV-23	NAV-24	NAV-25	NAV-26	NAV-27	NAV-28
								
Abmelden	Angemeldet	Raster	Startseite	3D-Ansicht	Video	Sortieren	Drucken	WhatsApp
NAV-29	NAV-30	NAV-31	NAV-32	NAV-33	NAV-34	NAV-35	NAV-36	SOC-06
								
E-Mail	Download	Über uns	PDF	Rechnung	Servicezeiten	Hotline	Telefon	Häkchen
SRV-02	SRV-08	SRV-10	SRV-11	SRV-12	SRV-13	SRV-14	SRV-15	STA-01
Erledigt	Warnung	Info	Übersetzt	Herkunft	Datenschutz	Fehler	Hinzugefügt	Hilfreich
STA-02	STA-03	STA-04	STA-10	STA-11	STA-12	STA-13	STA-15	STA-16

Bewerten	Kommentar	Benachrichtigung	Kundenbilder	Abmessungen	2-Draht	LAN / PoE	Datenblatt	Einstellungen
STA-17	STA-18	STA-19	STA-20	TEC-01	TEC-02	TEC-03	TEC-04	TEC-05

Netzwerk	Verzweigung	Qualität	Lieferung	Versanddatum	Vertrauen	Design
TEC-06	TEC-07	USP-01	USP-03	USP-04	USP-10	USP-11

Spezifikation

Quelle	UI Kit, ICONS.md, Set „Linien-Icons · Soft Line“
Größe	4–6 mm in Text und Tabellen, 8 mm als Aufzählungszeichen
Regel	Nie mit Booklet-Icons in einer Reihe mischen

8.2

Zweifarbige Icons

Für Produktbeschreibungen und Datenblätter gibt es zweifarbige Icons: Grundlinie Schwarz, Akzent Teal, 48er-Raster. Die Farben stehen fest in der Datei. Das komplette Set (24 Icons):

Nachrüsten	2-Draht	Geprüft	Schnell montiert	App	Smartphone	Wetterfest	Full HD	Weites Blickfeld
FEA-01	FEA-02	FEA-03	FEA-04	FEA-05	FEA-06	FEA-07	FEA-08	FEA-09

Nachtsicht	Sicherheitsmodul	Manipulationsalarm	Innenstation	Mikrofon	Touch	Kamera	Material	Türöffnung
FEA-10	FEA-11	FEA-12	FEA-13	FEA-14	FEA-16	FEA-17	FEA-19	FEA-20

Mehrere Nutzer	Fingerabdruck	Sicherheit	Modular	Lärmminderung	IK08 / IP65
FEA-21	FEA-22	FEA-23	FEA-25	FEA-26	FEA-27

8.3

Themen-Icons

Für größere Themenkacheln mit hellem Grund gibt es die Themen-Icons: Grundlinie in Schwarz, ein Akzent in Teal.

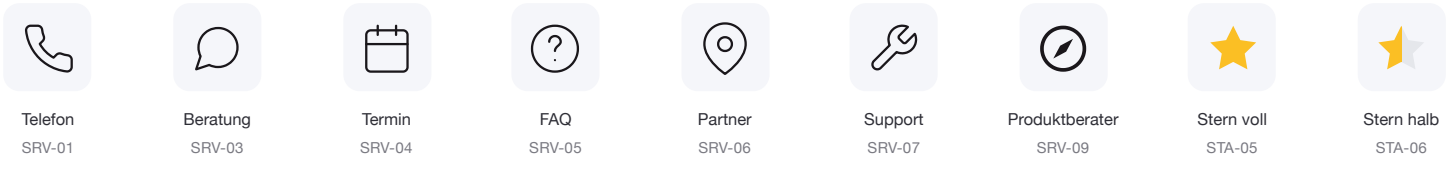


Lieferzeit TOP-01 · Montage TOP-02 · Gravur TOP-03 · Software TOP-04 · Support-Termin TOP-05 · Geschäftskunden TOP-06 · Ersatzteilgarantie USP-09

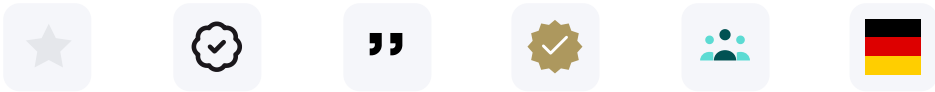
8.4

Original-Icons

Diese Icons bleiben genau wie im Shop: Service, Bewertungssterne, Zitat, Garantie-Siegel, „Designed in Germany“. Nie umfärben oder nachzeichnen (15 Icons):



Telefon SRV-01 · Beratung SRV-03 · Termin SRV-04 · FAQ SRV-05 · Partner SRV-06 · Support SRV-07 · Produktberater SRV-09 · Stern voll STA-05 · Stern halb STA-06



Stern leer STA-07 · Verifiziert STA-08 · Zitat STA-09 · Garantie USP-05 · 2 Mio. Kunden USP-06 · Designed in Germany USP-07

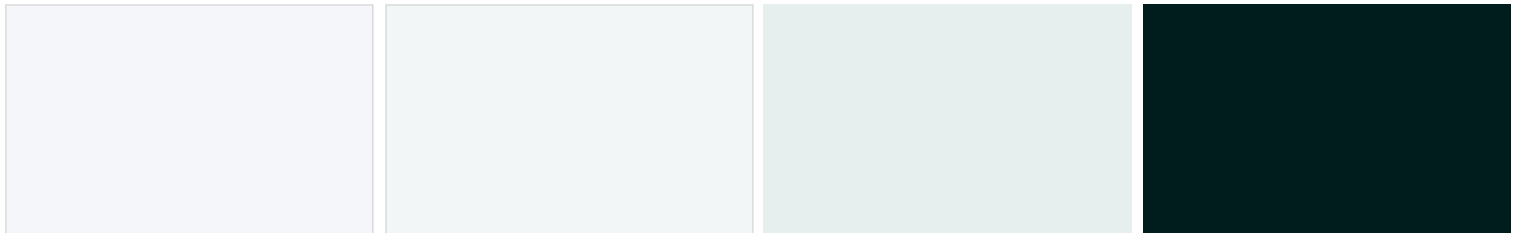
8.5

Linien und Flächen

Trennlinie 0,5 pt

Abschnittslinie 1 pt

Akzentlinie Teal



Papierweiß	Teal 50	Teal 100	Teal 900

Spezifikation

Linie	0,5 pt Graphit 300 als Trenner, 1 pt Digital Schwarz über Abschnitten
Fläche	Einfarbig: Papierweiß, Teal 50/100 oder Teal 900. Keine Muster, keine Texturen
Ecken	Im Druck eckig. Radien nur für Fotos von Geräten mit runden Ecken

8.6

QR-Code

Es gibt ein Standard-Element: QR-Code mit kurzer Beschriftung „Mehr Details“. Auf dunklen Seiten Weiß auf Schwarz. Jeder Code wird vor dem Druck gescannt.



Mehr Details
edelstahl-tuerklingel.de/xdm10



Mehr Details
edelstahl-tuerklingel.de/xdm10

Muster – kein scannbarer Code

Spezifikation

Mindestgröße	20 × 20 mm, Ruhezone 4 Module rundum
Ziel	Immer eine konkrete Seite, nie nur die Startseite

8.7

Siegel und Fremdlogos

01 Siegel und Partnerlogos nur als Originaldatei: nie nachbauen, umfärben oder beschneiden.

02 Höchstens drei Siegel nebeneinander, gleich hoch, mit Abstand der halben Siegelhöhe.

03 Siegel stehen am Rand oder unten, nie über dem Hauptmotiv.

Alle Originaldateien aus dem UI Kit: Zahlung, Versand, Länder, Siegel und Auszeichnungen, Social Media (37 Dateien).



PayPal
PAY-01



Klarna
PAY-02



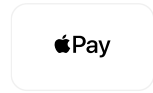
Mastercard
PAY-03



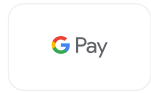
Visa
PAY-04



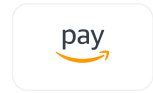
American Express
PAY-05



Apple Pay
PAY-06



Google Pay
PAY-07



Amazon Pay
PAY-08



SEPA
PAY-09



Vorkasse
PAY-10



Sofort
PAY-11



DHL
PAY-12



DHL GoGreen
PAY-13



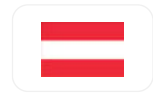
DPD
PAY-14



Hasenauer + Koch
PAY-15



Deutschland
PAY-16



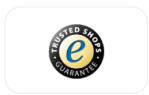
Österreich
PAY-17



Europa
PAY-18



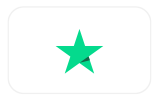
Großbritannien
PAY-19



Trusted Shops
SIE-01



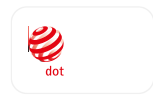
Google
SIE-02



Trustpilot
SIE-03



Top Shop
SIE-04



Red Dot
SIE-05



German Design Award
SIE-06



Vergleich.org
SIE-07



ntv
SIE-08



Energielabel F
SIE-09



Energielabel G
SIE-10



Facebook
SOC-01



Instagram
SOC-02



YouTube
SOC-03



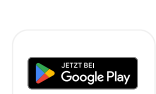
Pinterest
SOC-04



X
SOC-05



App Store
SOC-07



Google Play
SOC-08

Designed & powered
USP-08



MARKENHANDBUCH

09

Layout & Raster

Satzspiegel und Raster für A4, A5 und 16:9, Titelseiten.

Ein festes Raster macht jede Seite ruhig und erkennbar. Wir arbeiten mit wenigen Spalten, viel Weißraum und einem klaren Blickpunkt pro Seite.

9.0 Prinzipien
9.1 A4 hoch
9.2 A5 quer (Booklet)
9.3 16:9 Präsentation
9.4 Titelseiten
9.5 Fehler vermeiden

9.0

Prinzipien

01 Erst das Raster, dann das Layout. 2–3 Spalten reichen fast immer.

02 Das Wichtigste steht im oberen Drittel der Seite.

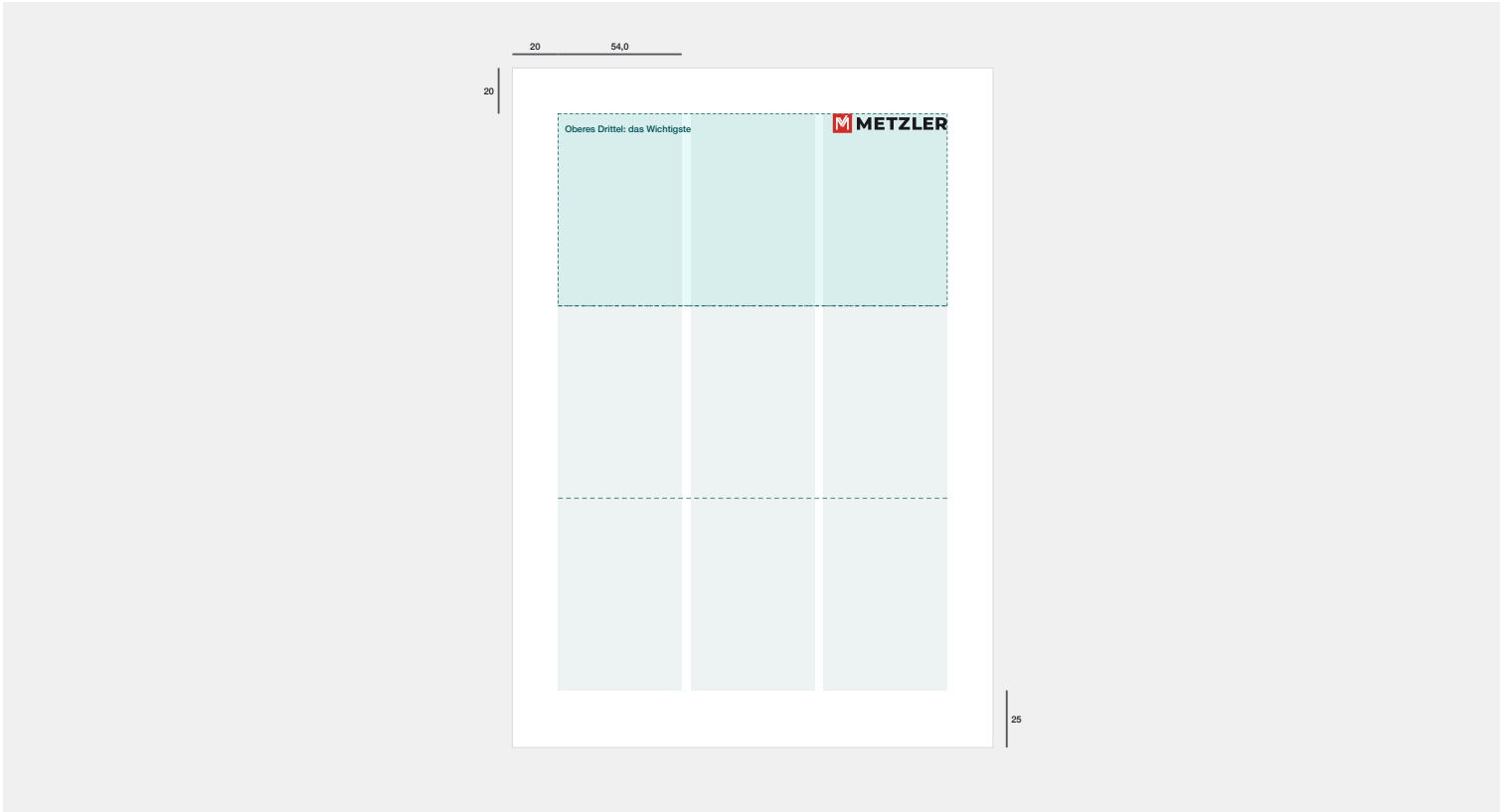
03 Eine Doppelseite ist eine Fläche: Bilder dürfen über den Bund laufen, Text nie.

04 Weißraum ist gewollt: zwischen Bild und Text mindestens 5 mm.

05 Gleiche Funktion, gleiche Position: Seitenzahlen, Kolumnentitel und Logo stehen auf jeder Seite gleich.

9.1

A4 hoch



Satzspiegel A4: Ränder 20 mm, unten 25 mm, 3 Spalten mit 4 mm Abstand

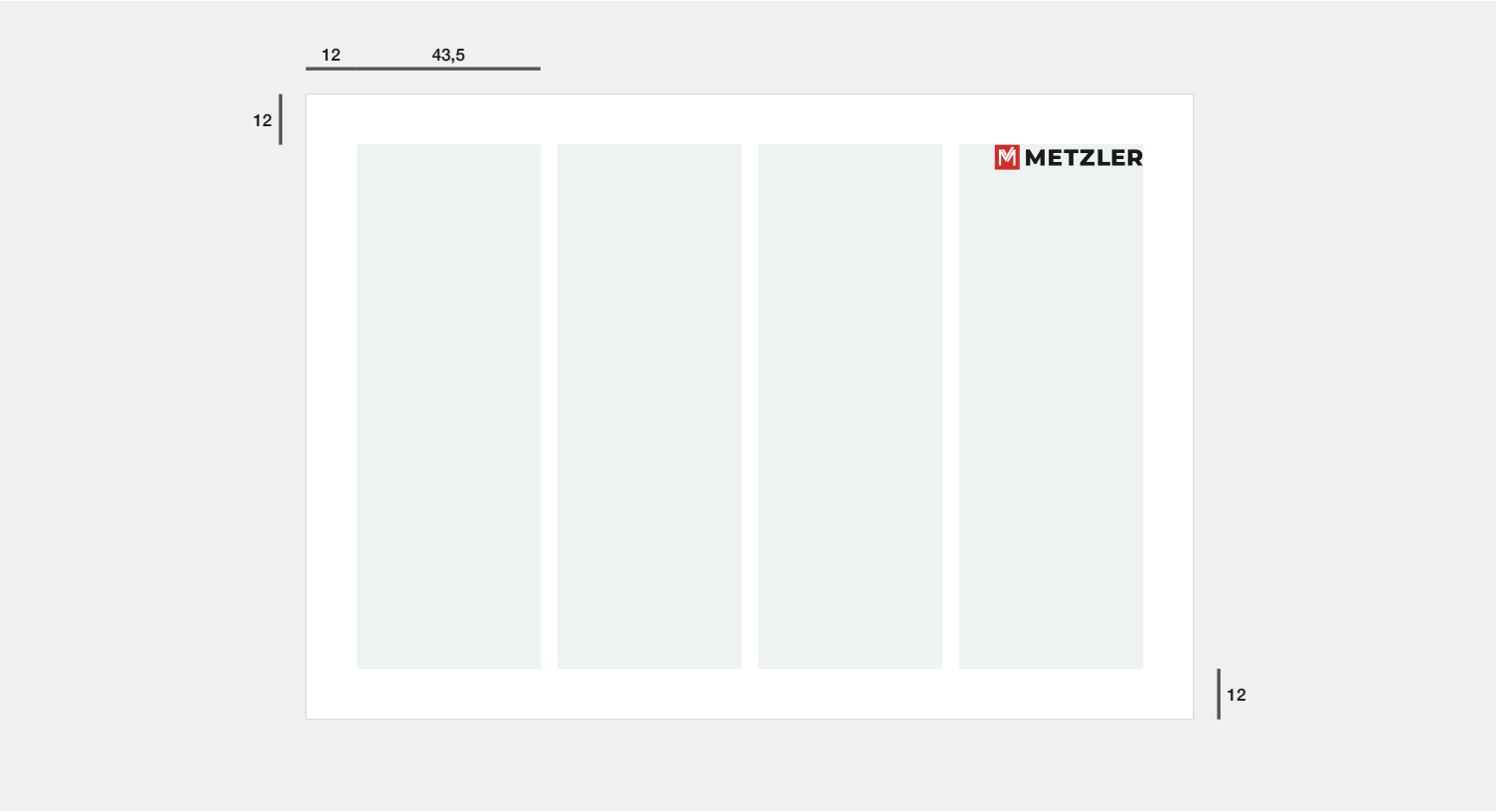
Spezifikation

Ränder	oben 20 · innen/außen 20 · unten 25 mm
Spalten	3 Spalten, 4 mm Abstand (alternativ 6 Spalten für Tabellen)
Grundlinienraster	13,5 pt
Seitenzahl	8 pt, Graphit 600, unten außen im Rand

9.2

A5 quer (Booklet)

Das Sprechanlagen-Booklet 2026 ist A5 quer. Es bleibt das Format für Produktbooklets.



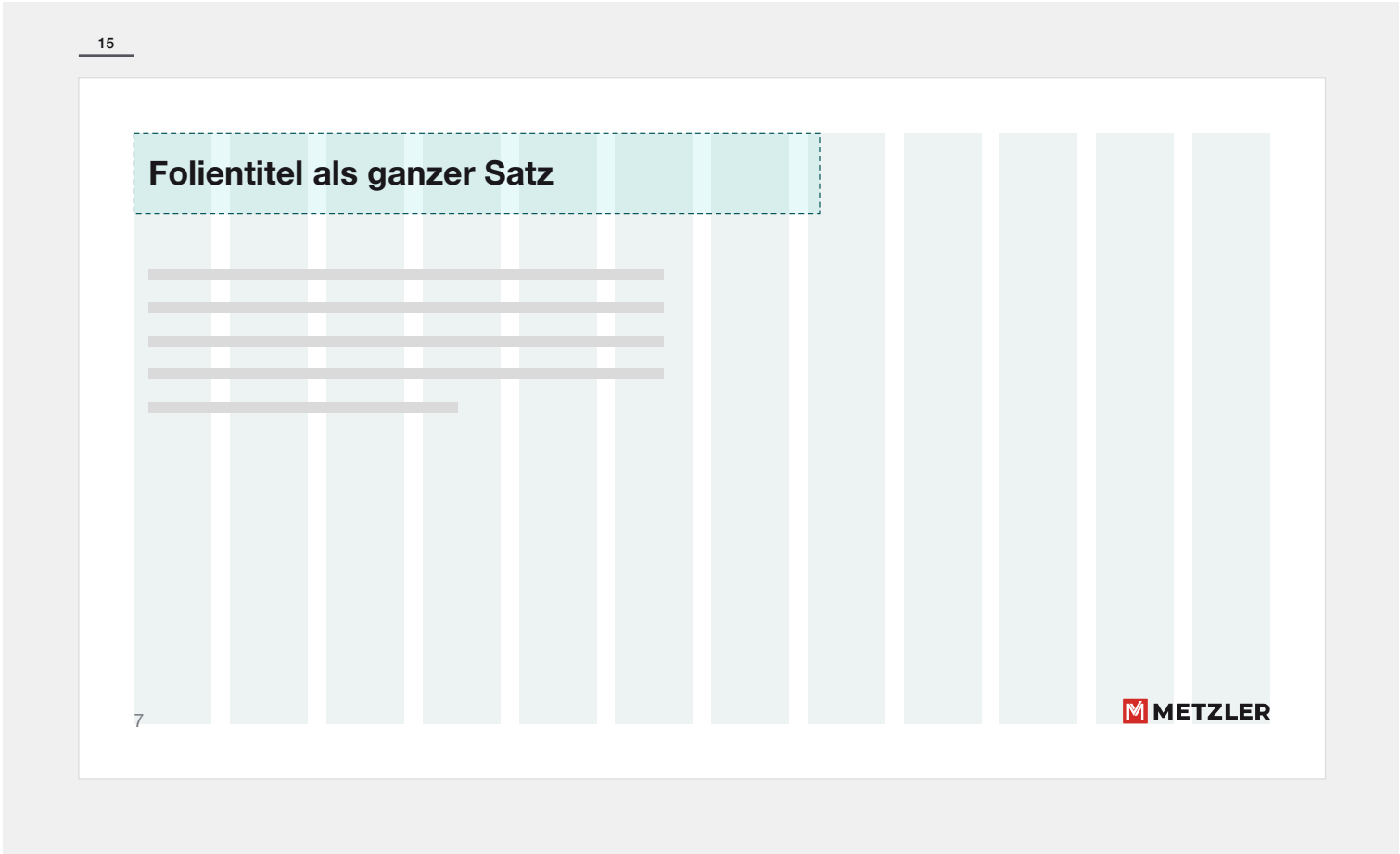
A5 quer: Ränder 12 mm, 4 Spalten mit 4 mm Abstand

Spezifikation

Format	210 × 148 mm, quer, Rückendrahtheftung
Ränder	12 mm rundum, Bund +3 mm
Schrift	KMR Apparat, Fließtext 6 pt Light (wie Booklet 2026)

9.3

16:9 Präsentation



16:9 (33,87 × 19,05 cm): Rand 1,5 cm, 12 Spalten, Titel oben links, Logo unten rechts

9.4

Titelseiten

Eine Titelseite verkauft eine Geschichte: ein starkes Bild, eine große Zeile, viel Ruhe. Jede Titelseite hat dieselben sechs Zonen.



1. Logo, immer gleiche Position
2. Kicker: Reihe, Ausgabe
3. Hauptzeile: größte Schrift, eine Idee
4. Unterzeile: kurz, unterstützend
5. Ein Bild, Motiv im Drittel
6. Fuß: Datum, Web, kein Siegel-Teppich

9.5

Fehler vermeiden



So
Raster, Weißraum, ein Blickpunkt

Nicht so
Kein Weißraum, alles gleich laut

Nicht so
Alles zentriert

Nicht so
Elemente ohne Raster verteilt



MARKENHANDBUCH

10

Geschäftsausstattung

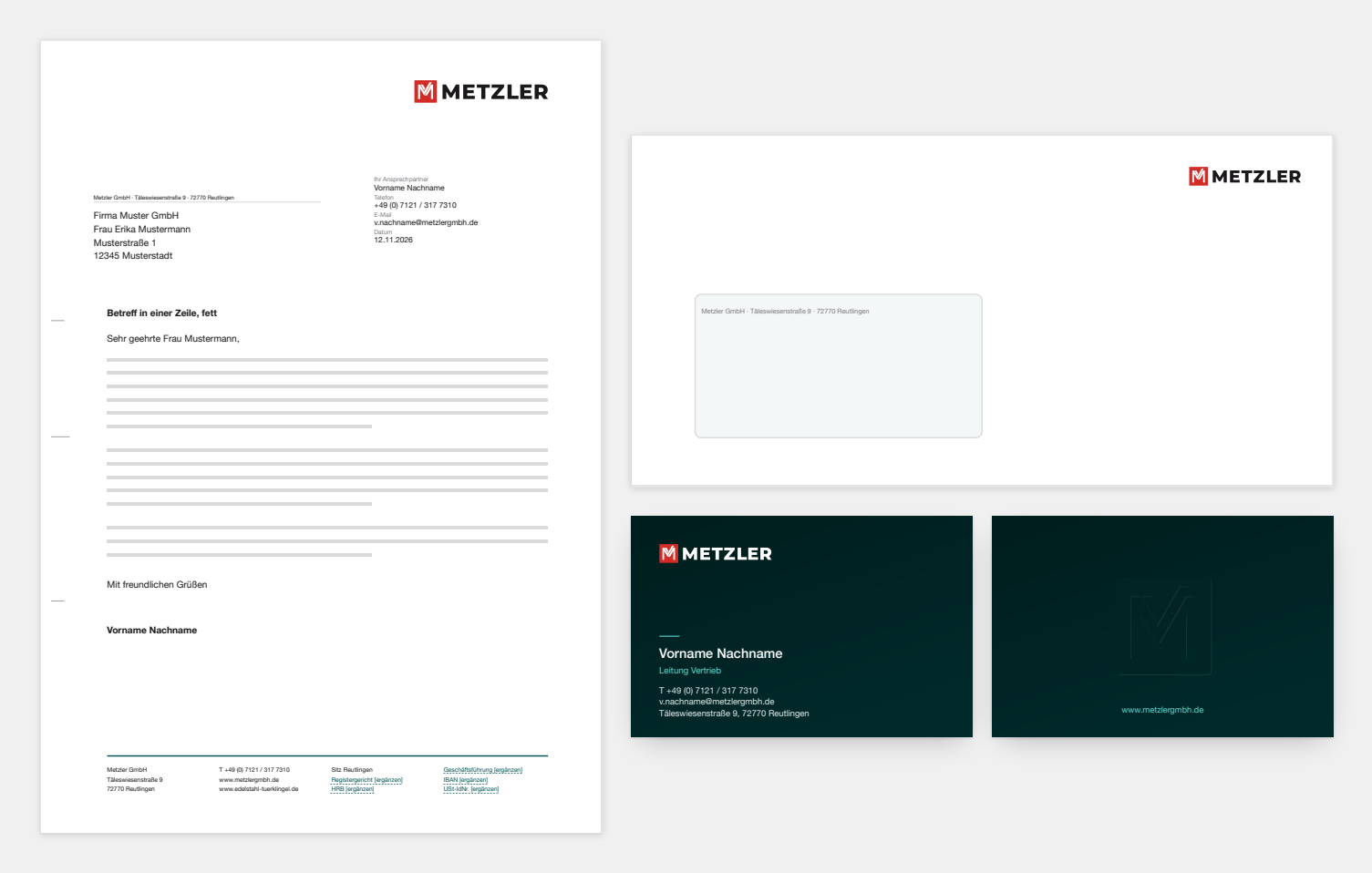
Briefbogen, Visitenkarte, Umschlag, E-Mail-Signatur.

Die Geschäftsausstattung ist ruhig und präzise: viel Weiß, das Logo oben rechts, eine feine Teal-Linie als Erkennungszeichen. Alle Maße folgen DIN 5008, damit Briefe in Fensterumschläge passen.

10.0 Überblick
10.1 Briefbogen
10.2 Visitenkarte
10.3 Umschlag
10.4 E-Mail-Signatur
10.5 Vorlagen

10.0

Überblick



Neu gestaltet in v1.0. Registerangaben, Bankverbindung und USt-IdNr. fehlen noch und sind als Platzhalter markiert.

10.1

Briefbogen

A4 nach DIN 5008, Form B. Das Anschriftfeld passt in Fensterumschläge DL und C5/6. Falz- und Lochmarken sind fein gedruckt.



Briefbogen A4 mit Maßen in mm

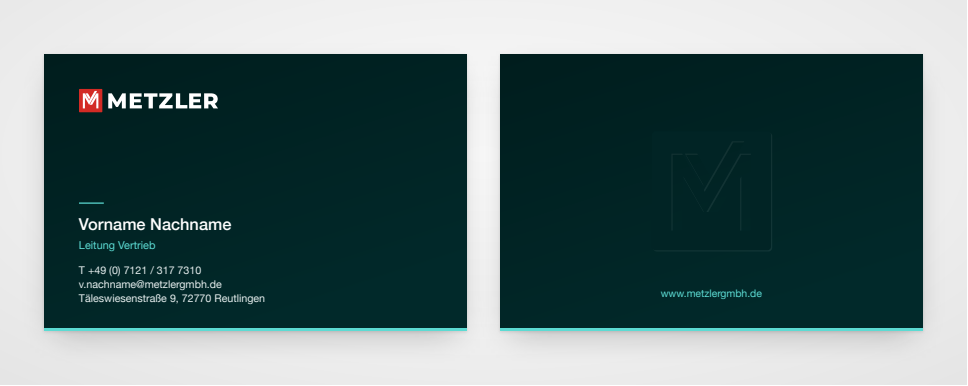
Spezifikation

Logo	50 mm breit, oben rechts, 15 mm vom oberen und 20 mm vom rechten Rand
Anschriftfeld	links 20 mm, oben 45 mm, 85 × 45 mm (davon 17,7 mm Zusatz- und Vermerkzone)
Informationsblock	links 125 mm, oben 50 mm, 75 mm breit: Ansprechpartner, Telefon, E-Mail, Datum
Text	links 25 mm, rechts 20 mm; Arial 10 pt, Zeilenabstand 1,3
Marken	Falzmarken 105 und 210 mm, Lochmarke 148,5 mm, 0,25 pt Graphit 500
Fußzeile	ab 272 mm, 7 pt, Graphit 700, vier Spalten

10.2

Visitenkarte

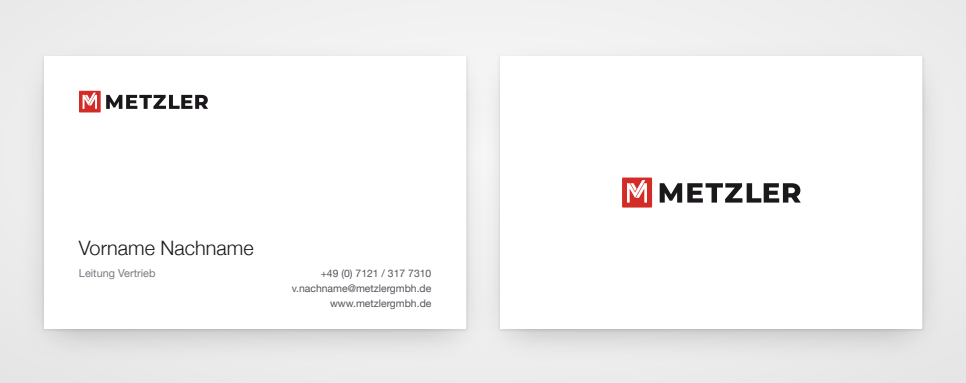
Es gibt drei Visitenkarten, alle 85 × 55 mm. Jede Person nutzt genau eine davon – nie beide gemischt. Die Daten kommen aus der Druckvorlage, die Gestaltung bleibt immer gleich.



1 Monolith

Beide Seiten tief Teal, Soft-Touch. Rückseite nur das M-Quadrat als Blindprägung – man spürt die Marke mehr, als man sie sieht.

Soft-Touch-Kaschierung · Blindprägung M-Quadrat · Farbschnitt Teal Mint · 600 g/m²



2 Galerie Weiß

Beide Seiten reinweiß. Vorne viel Raum, großer Name in Light, Kontakt rechts unten. Hinten nur das Logo in Rot und Schwarz.

Naturpapier 700 g/m² · Letterpress beidseitig · Logo Rot + Schwarz · Farbschnitt Weiß



3 Galerie Schwarz

Beide Seiten Schwarz matt. Gleicher Aufbau wie Galerie Weiß, Schrift in Weiß und Grau. Hinten das Logo in Silberfolie.

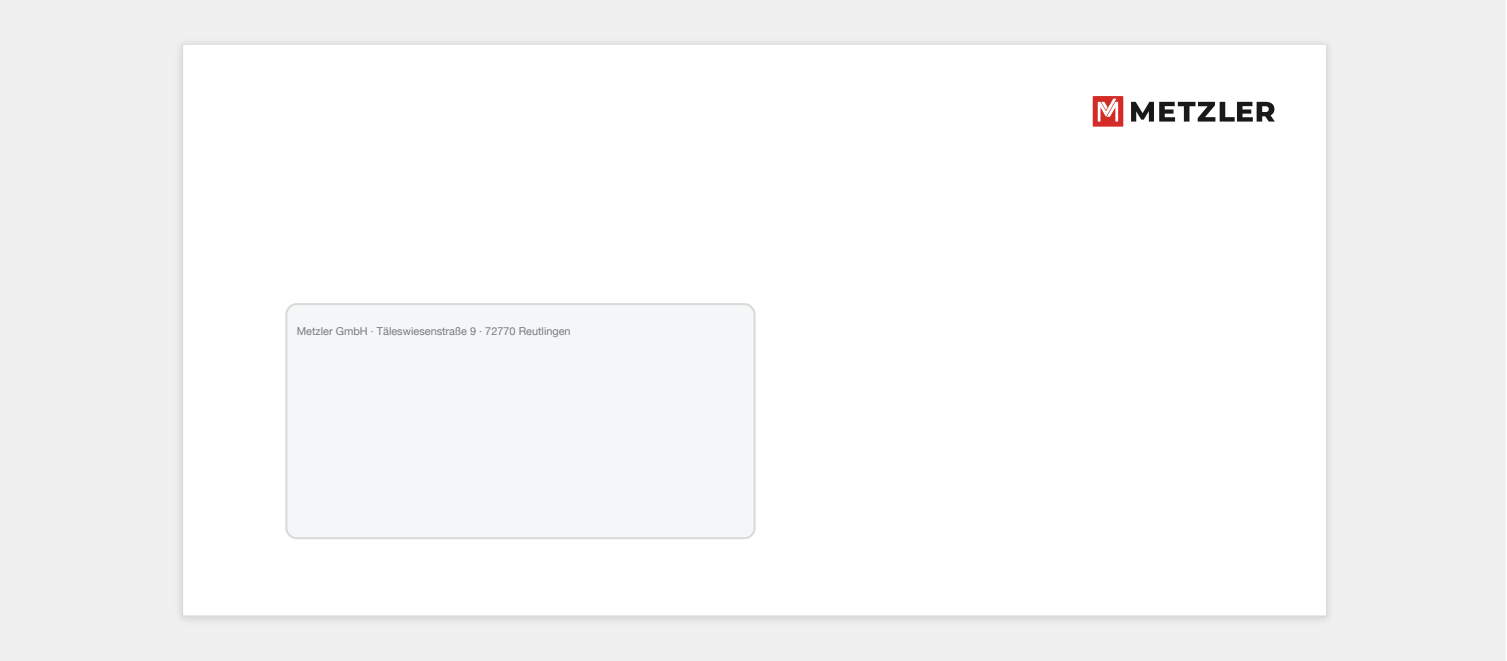
Schwarzer Karton 700 g/m², matt · Weißdruck vorne · Heißfolie Silber · Farbschnitt Schwarz

Spezifikation

1 · Monolith Vorderseite	iß 28 mm oben links, Rand 7 mm; Name Helvetica Neue Medium 9 al 100
1 · Monolith Rückseite	ite 6 pt Teal Mint
1 · Monolith Material	eal Mint
2 · Galerie Weiß	6 mm oben links, Rand 7 mm; Name Helvetica Neue Light 11 pt; 6 pt Graphit 700. Hinten Logo 36 mm mittig
2 · Galerie Weiß Material	Naturpapier 700 g/m², Letterpress beidseitig, Farbschnitt Weiß
3 · Galerie Schwarz	Beide Seiten Digital Schwarz matt. Vorne Logo Rot + Weiß 26 mm; Name Weiß Light 11 pt; Funktion 6 pt Graphit 500; Kontakt 6 pt Grau. Hinten Logo 36 mm mittig in Heißfolie Silber
3 · Galerie Schwarz Material	Schwarzer Karton 700 g/m², matt, Farbschnitt Schwarz

10.3

Umschlag



DL 220 × 110 mm mit Fenster links

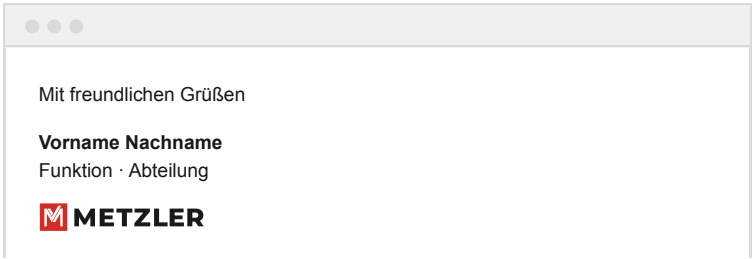
Spezifikation

Formate	DL mit Fenster (Briefe), C4 ohne Fenster (Unterlagen)
Logo	35 mm, oben rechts, Rand 10 mm

10.4

E-Mail-Signatur

Die Signatur ist reiner Text mit kleinem Logo. Keine Bilder von Sprüchen, keine Banner, keine bunten Farben.



Metzler GmbH · Täleswiesenstraße 9 · 72770 Reutlingen
T +49 (0) 7121 / 317 7310 · v.nachname@metzlergmbh.de
www.metzlergmbh.de

Sitz Reutlingen · Registergericht [ergänzen] · HRB [ergänzen] · Geschäftsführung [ergänzen]

Spezifikation

Schrift	Arial 10 pt, Digital Schwarz; Name Bold
Logo	PNG 120 × 20 px (2× hinterlegt), Rot + Schwarz
Pflichtangaben	Firma, Sitz, Registergericht, HRB, Geschäftsführung (Platzhalter bis zur Freigabe)

10.5

Vorlagen

DOTX

Briefvorlage
Word, DIN 5008 Form B



MARKENHANDBUCH

11

Word & PowerPoint

Vorlagen und Regeln für Dokumente und Präsentationen.

Für Word und PowerPoint gibt es fertige Vorlagen mit allen Formatvorlagen, Farben und Layouts. Wer die Vorlage nutzt, ist automatisch richtig – ohne Gestaltungswissen.

11.0 Vorlagen

11.1 Word: Formatvorlagen

11.2 Word: Regeln

11.3 PowerPoint: Folienlayouts

11.4 PowerPoint: Regeln

11.5 Fehler vermeiden

11.0

Vorlagen

DOTX **Brief**
Word, DIN 5008 Form B

DOTX **Dokument**
Word, Bericht, Konzept, Angebot

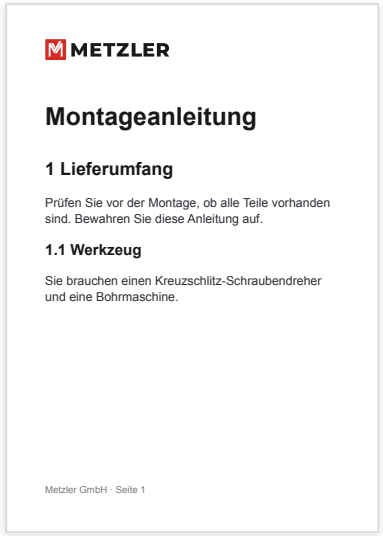
DOTX **Anleitung**
Word, Montage- und Bedienanleitung

POTX **Präsentation**
PowerPoint 16:9, sechs Layouts

Doppelklick auf eine .dotx- oder .potx-Datei öffnet ein neues, leeres Dokument. Die Vorlage selbst bleibt unverändert.

11.1

Word: Formatvorlagen


METZLER

Montageanleitung

1 Lieferumfang

Prüfen Sie vor der Montage, ob alle Teile vorhanden sind. Bewahren Sie diese Anleitung auf.

1.1 Werkzeug

Sie brauchen einen Kreuzschlitz-Schraubendreher und eine Bohrmaschine.

Metzler GmbH · Seite 1

Programm	Formatvorlage	Größe	Schnitt
Word	Titel	24 pt	Bold
Word	Überschrift 1	16 pt	Bold
Word	Überschrift 2	12 pt	Bold
Word	Standard	10 pt, Zeilenabstand 1,3	Regular
Word	Fußzeile	8 pt	Regular
PowerPoint	Folientitel	32 pt	Regular
PowerPoint	Text	18 pt, nie unter 14 pt	Regular
PowerPoint	Quelle, Fußnote	10 pt	Regular

Spezifikation

Word · Titel	Arial Bold · 24 pt
Word · Überschrift 1	Arial Bold · 16 pt
Word · Überschrift 2	Arial Bold · 12 pt
Word · Standard	Arial Regular · 10 pt, Zeilenabstand 1,3
Word · Fußzeile	Arial Regular · 8 pt
PowerPoint · Folientitel	Arial Regular · 32 pt
PowerPoint · Text	Arial Regular · 18 pt, nie unter 14 pt
PowerPoint · Quelle, Fußnote	Arial Regular · 10 pt

11.2

Word: Regeln

01 Nur Formatvorlagen nutzen: „Titel“, „Überschrift 1–3“, „Standard“, „Aufzählung“. Nie von Hand vergrößern oder einfärben.

02 Tabellen mit der Tabellenvorlage „Metzler“: Kopfzeile fett, feine Linien, keine Farbflächen.

03 Bilder in voller Spaltenbreite oder halber Breite, nie frei schwebend.

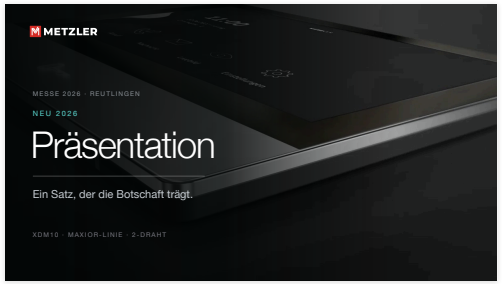
04 Hervorhebungen mit Fett, nie mit Unterstreichen, Farbe oder Großbuchstaben.

05 Als PDF verschicken, wenn das Dokument nicht bearbeitet werden soll.

11.3

PowerPoint: Folienlayouts

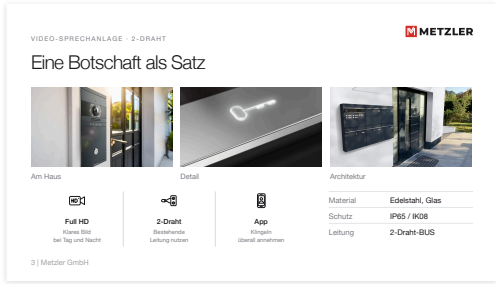
Die Vorlage hat sechs Layouts. Mehr braucht eine gute Präsentation nicht.



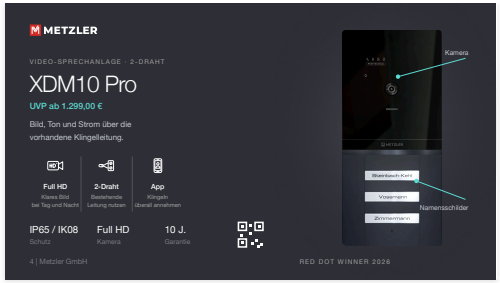
01 Titel



02 Kapitel



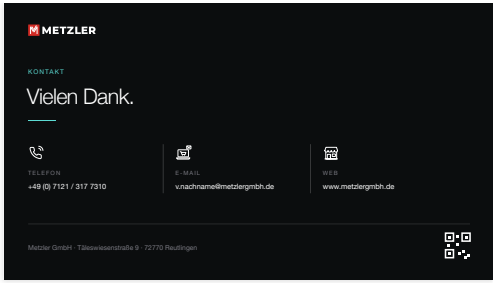
03 Inhalt



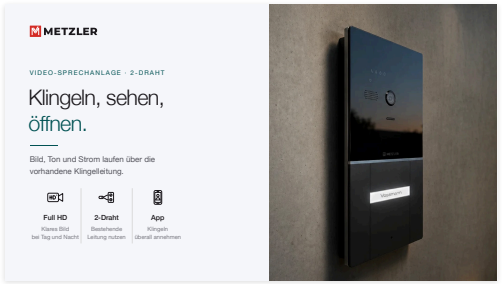
04 Produkt



05 Überblick



06 Ende



07 Produkt hell



08 Produkt dunkel

Spezifikation

Format	16:9, 33,87 × 19,05 cm
Schrift	Arial; Titel 32 pt Regular (alle Folien gleich), Text 18 pt, nie unter 14 pt
Farben	Designfarben der Vorlage: Teal 500, Teal 900, Teal Mint, Graphit 700, Teal 100, Papierweiß

11.4

PowerPoint: Regeln

01 Eine Botschaft pro Folie. Der Folientitel sagt sie als ganzen Satz.

02 Höchstens fünf Aufzählungspunkte, höchstens zwei Ebenen.

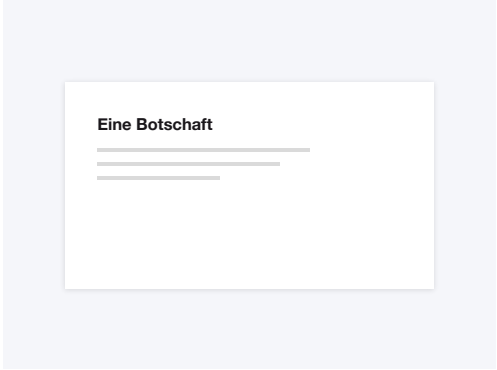
03 Echte Produktfotos statt Clipart oder Stockbilder.

04 Keine Animationen außer „Erscheinen“. Keine Übergänge.

05 Logo nur im Folienmaster, nicht zusätzlich auf jeder Folie.

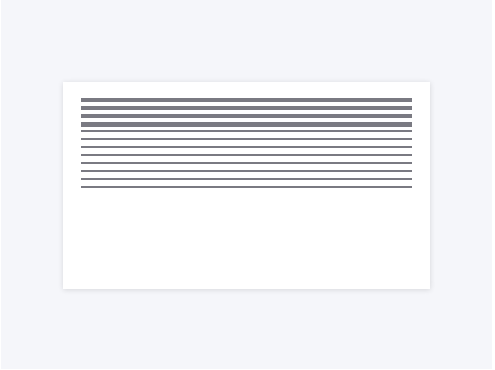
11.5

Fehler vermeiden



So

Vorlage, eine Botschaft, viel Raum



Nicht so

Textwand in 10 pt



Nicht so

WordArt, Clipart, Effekte



MARKENHANDBUCH

12

Druckproduktion

Ablauf, Formate, Druckdaten, Checkliste.

Gute Druckstücke entstehen in einer festen Reihenfolge: erst die Schrift, dann das Layout, dann die Daten. Diese Regeln stammen aus dem Sprechanlagen-Booklet 2026 und gelten für jedes Druckstück.

12.0 Ablauf

12.1 Schrift zuerst

12.2 Formate

12.3 Druckdaten

12.4 Checkliste vor dem Druck

12.0

Ablauf

01 Briefing
Ziel, Format, Auflage, Termin, Druckerei klären.

02 Schrift
Schrift festlegen, bevor gestaltet wird (12.1).

03 Layout
Raster, Bilder, Texte nach Kapitel 09.

04 Korrektur
Preise, Namen, Daten gegen Shop und Wissen prüfen.

05 Druckdaten
PDF/X nach 12.3 und Vorgaben der Druckerei.

06 Freigabe
Marketing gibt frei, dann geht es in Druck.

12.1

Schrift zuerst

Vor jedem Druckstück wird gefragt: „Welche Schrift soll das Druckstück haben?“ Eine Familie pro Stück.

Druckstück	Empfehlung	Warum
Booklet, Broschüre, Katalog, Messe, Kampagne	KMR Apparat	Technisch, präzise, hochwertig; Gesicht des Booklets 2026
Datenblatt, Anleitung, Preisliste, Etikett, Verpackung	Helvetica Neue	Passt 1:1 zum Shop, lesbar ab 6 pt
Dateien, die Partner bearbeiten	Montserrat	Freie Lizenz (OFL), nur statische OTF
Word, PowerPoint, Windows	Arial	Überall installiert; nie für die Druckerei

12.2

Formate

Druckstück	Format	Hinweis
Flyer	DIN lang 99 × 210 mm oder A5	Wickelfalz 6 Seiten oder einseitig
Produktbooklet	A5 quer 210 × 148 mm	Rückendrahtheftung, Seitenzahl durch 4 teilbar
Broschüre, Katalog	A4 210 × 297 mm	Ab 48 Seiten Klebebindung
Datenblatt	A4	1–2 Seiten, Kapitel 14
Plakat	A2 · A1 · A0	Kapitel 13

12.3

Druckdaten



Beschnitt 3 mm, Sicherheitsabstand 5 mm zum Endformat

Auftrag	Meist nötig	Hinweis
Flyer, Plakat, Postkarte	Druck-PDF	Beschnitt und Format nach Druckerei
Broschüre, Booklet, Katalog	Druck-PDF + Ansicht zur Freigabe	Doppelseiten-PDF nur für Präsentationen
Etikett, Verpackung	Druck-PDF mit Stanzkontur	Kontur als Sonderfarbe auf eigener Ebene
Roll-up, Banner, Messewand	Druck-PDF im Maßstab der Druckerei	Oft 1:10 oder 1:4 – fragen
Web, E-Mail, Social	RGB-PDF · PNG · JPG	Aus einer Kopie, nie aus dem Druck-Master

Spezifikation

PDF	PDF/X-3 oder PDF/X-4 · Output Intent FOGRA39 (ISO Coated v2)
Beschnitt	3 mm (Illustrator: 9 pt exportieren)
Farbe	CMYK, Gesamtfarbauftrag ≤ 330 %; Schwarztext 100 K
Bilder	≥ 300 ppi, keine Neuberechnung beim Export
Schriften	Vollständig eingebettet
Ablage	Offene Datei (.indd/.ai) behalten, jede Runde in neuem datiertem Ordner

12.4

Checkliste vor dem Druck

- [ ] Preise, Produktnamen und technische Daten mit Shop und Wissen abgeglichen
- [ ] „UVP“ / „ab“ wie im Shop, Preishinweis auf der letzten Seite
- [ ] Alle QR-Codes gescannt und Ziel geprüft
- [ ] Umlaute, Ligaturen und Trennungen im PDF geprüft
- [ ] Logo aus dem Logo-Paket, Schutzzone eingehalten
- [ ] Seitenzahlen, Kolumnentitel und Positionen auf allen Seiten gleich
- [ ] Bilder ≥ 300 ppi, keine RGB-Bilder im Druck-PDF

- [ ] Freigabe durch das Marketing

13

Messe & Außenwerbung

Roll-up, Messewand, Fahrzeug, Plakat.

Großformate werden im Vorbeigehen gelesen. Darum gilt: großes Logo, eine Botschaft, ein starkes Bild – in drei Sekunden verstanden.

13.0 Grundsätze

13.1 Roll-up

13.2 Werbemittel und Fahrzeug

13.3 Messewand und Plakat

13.0

Grundsätze

3 Sekunden

Höchstens sieben Wörter in der Hauptzeile.

Lesehöhe

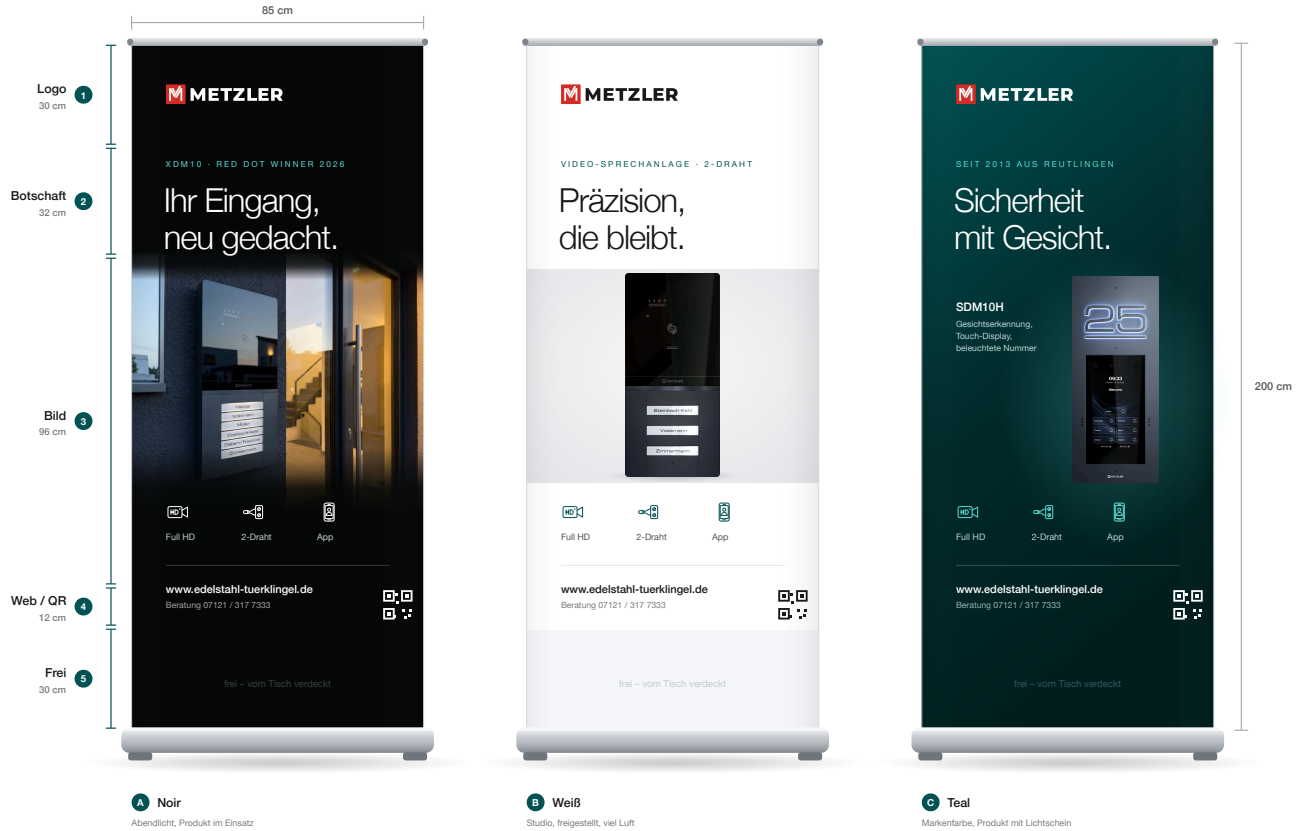
Botschaft zwischen 100 und 200 cm Höhe, unten nichts Wichtiges.

Kontrast

Dunkle Flächen (Teal 900) mit weißer Schrift wirken in Hallen am besten.

13.1

Roll-up

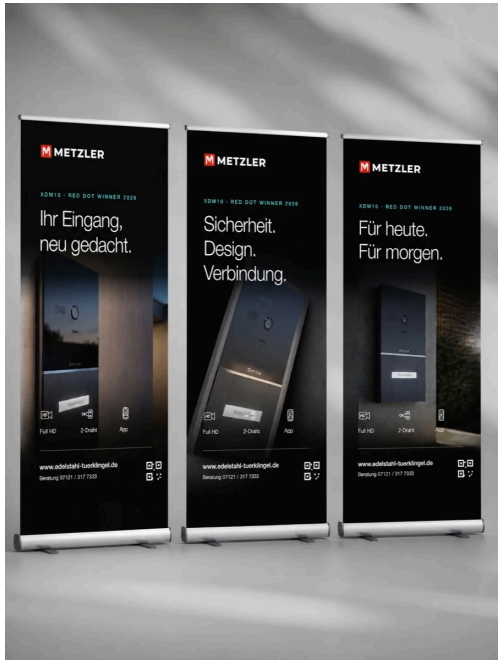


A Noir
Abendlicht, Produkt im Einsatz

B Weiß
Studio, freigestellt, viel Luft

C Teal
Markenfarbe, Produkt mit Lichtschein

Roll-up 85 × 200 cm: drei Gestaltungen auf demselben Zonenraster



A · Noir



B · Weiß



C · Teal

> Stimmungsbilder (KI-generiert). Verbindlich sind die Gestaltungen oben und die Maße in der Spezifikation.

Spezifikation

Format	85 × 200 cm sichtbar, + Kassette unten nach Druckerei (meist 10 cm)
Logo	Rot + Weiß 50 cm breit, oben, Rand 10 cm
Hauptzeile	KMR Apparat Bold, mindestens 8 cm Versalhöhe
Unten frei	Untere 30 cm ohne Text (verdeckt durch Tische und Menschen)

13.2

Werbemittel und Fahrzeug

Wandlogo, Tasse, Stift, Shirt, Polo, Visitenkarte, Notizbuch, Flasche, Tasche und Fahrzeug folgen einer Linie: matt Schwarz oder Anthrazit, das Logo in Rot + Weiß, sonst nichts. Ruhig, hochwertig, sofort erkennbar.



Empfang, Büro, Textil, Werbemittel und Fahrzeug in Schwarz matt

> Stimmungsbilder (KI-generiert) zur Orientierung. Für die Produktion immer die Original-Logodatei und die Maße aus der Spezifikation verwenden.

Spezifikation

Grundfarbe Werbemittel	Schwarz oder Anthrazit matt; Weiß nur, wenn das Produkt es verlangt (z. B. Stift-Variante)
Logo	Rot + Weiß auf Dunkel, Rot + Schwarz auf Hell; nie farbig umgefärbt; Schutzzone ½ M-Quadrat; mindestens 25 mm
Veredelung	Textil: Stick oder Siebdruck; Tasse, Flasche, Stift: Tampon- oder Lasergravur; Wandlogo: Acryl oder Metall
Grund	Fahrzeugfarbe Weiß oder Anthrazit
Logo	Seite: 120 cm breit in Fahrtrichtung vorne; Heck: 60 cm
Angaben	Nur Website und Telefon, keine Produktlisten
Folie	Gegossene Folie, Farben nach Pantone der Farbtabelle

13.3

Messewand und Plakat

01 Messewand: Logo oben links oder mittig über Kopfhöhe (ab 220 cm), damit es über die Menschen hinweg sichtbar ist.

02 Ein großes Produktbild statt vieler kleiner. Details gehören an den Tresen oder auf Bildschirme.

03 Plakat: dieselben Zonen wie die Titelseite (9.4), Logo unten rechts.

04 Großformate in Originalgröße planen und vor dem Druck prüfen: Bildauflösung bezieht sich auf die Endgröße.

Spezifikation

Auflösung Großformat	Roll-up/Wand: 100–150 ppi in Endgröße; Plakat A1: 200 ppi
Maßstab	Nach Druckerei, meist 1:10 oder 1:4

MARKENHANDBUCH

14

Produkt- & Technikdokumente

Datenblatt, Anleitung, Anschlussschema, Sicherheitshinweise.



Technische Dokumente müssen vor allem eines: richtig und leicht verständlich sein. Sie nutzen Helvetica Neue, eine feste Struktur und nur Daten aus geprüften Quellen.

14.0 Datenblatt

14.1 Montageanleitung

14.2 Sicherheitshinweise

14.3 Anschlussschema

14.4 Technische Daten

14.0

Datenblatt



Aufbau eines Datenblatts A4

1. Kopf: Logo, Dokumentart, Artikelnummer
2. Produktname und ein Satz Nutzen
3. Produktbild vollständig, freigestellt auf Studio Light
4. Nutzen mit Booklet-Icons (3–6)
5. Technische Daten als Tabelle
6. QR-Code „Mehr Details“, Lieferumfang
7. Fuß: Stand, Version, „Technische Änderungen vorbehalten“

Spezifikation

Schrift	Helvetica Neue; Produktname 20 pt Bold, Text 9 pt, Tabelle 8 pt
Fuß	Stand (Datum), Version, Hinweis „Technische Änderungen vorbehalten“

14.1

Montageanleitung

01	02	03	04	05	06
Sicherheit	**Lieferumfang**	**Werkzeug**	**Schritte**	**Inbetriebnahme**	**Service**
Sicherheitshinweise immer zuerst.	Alle Teile mit Bild und Anzahl.	Was Sie brauchen, als Icons.	Ein Schritt = ein Bild + ein Satz, nummeriert.	Test, App, Fehlerhilfe.	Hotline, Garantie, Entsorgung.

14.2

Sicherheitshinweise

GEFAHR
Lebensgefahr durch Stromschlag. Arbeiten an 230 V nur durch eine Elektrofachkraft.

WARNUNG
Gerät vor der Montage spannungsfrei schalten.

VORSICHT
Scharfe Kanten beim Auspacken beachten.

HINWEIS
Keine aggressiven Reiniger auf Edelstahl verwenden.

TIPP
Edelstahl mit einem weichen Tuch und klarem Wasser reinigen.

Spezifikation

Norm	Signalwörter und Aufbau nach ANSI Z535.6 / ISO 3864-2
Gestaltung	Wie die Hinweise im UI Kit (Alerts): getönte Karte, Icon im Feld, farbiger Titel. Gefahr Rot #D42924, Warnung und Vorsicht Orange #E67E00, Hinweis Blau #0070E3, Tipp Grün #009951 (kein Sicherheitshinweis, nur positive Tipps)
Farben	Statusfarben nur in Sicherheitshinweisen, nie als Gestaltungselement

14.3

Anschlussschema

Anschlussschemata werden mit festen Leitungsfarben, Klemmenbeschriftung und Infoband gezeichnet – erstellt mit dem Skill „metzler-anschlussschema“ als PDF und SVG.

01 Jede Leitung hat eine feste Farbe und eine Beschriftung an beiden Enden.

02 Geräte als einfache Rechtecke mit Produktname, keine Fotos.

03 Unten ein Infoband mit Kabeltyp, maximaler Länge und Stand.

14.4

Technische Daten

01 Werte nur aus Produktdaten (knowledge/products) oder vom Hersteller, nie geschätzt.

02 Einheiten nach SI mit Leerzeichen: 12 V DC, 2,4 GHz, IP65, –20 bis +60 °C.

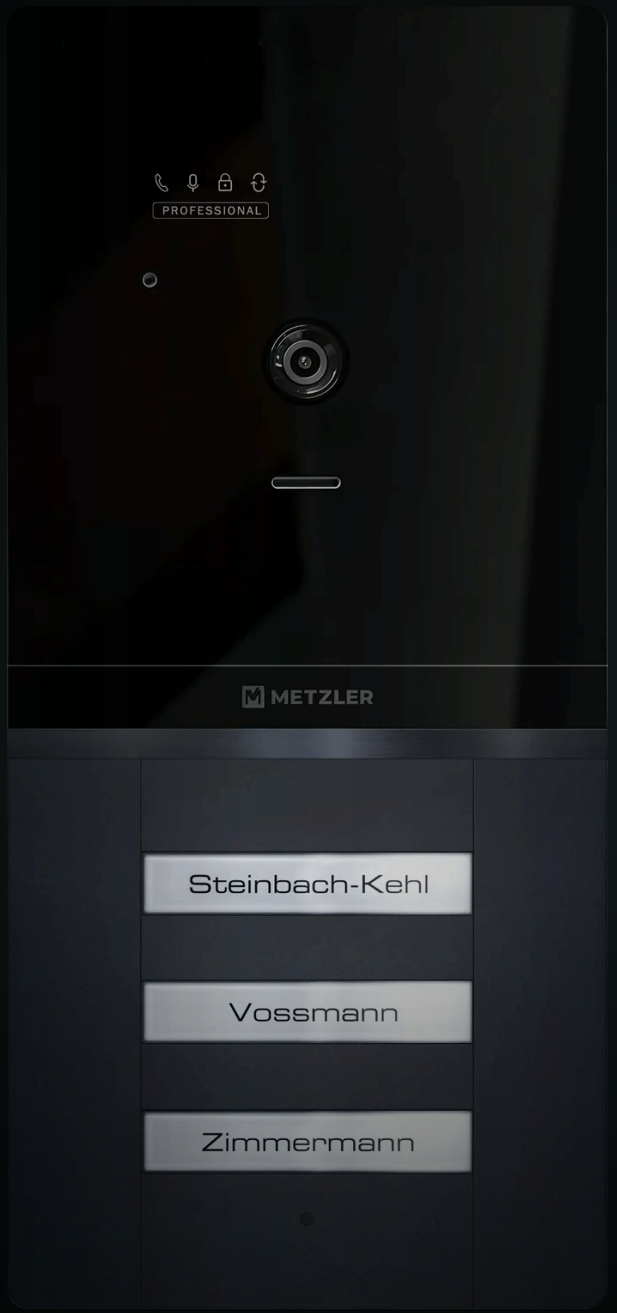
03 Tabellen zweispaltig: Merkmal links, Wert rechts, gleiche Reihenfolge in allen Datenblättern.

MARKENHANDBUCH

15

Downloads

Alle Logos, Vorlagen und Formate an einem Ort.



Hier finden Sie alle Dateien dieses Handbuchs. Laden Sie immer die aktuelle Fassung von hier, statt alte Kopien weiterzugeben.

15.0 Markenhandbuch

15.2 Vorlagen

15.3 Farben

15.4 Schriften

15.0

Markenhandbuch

PDF
Markenhandbuch als PDF
A4 quer, mit verlinktem Inhalt

DOCX
Markenhandbuch als Word
Vollständig, bearbeitbar

PPTX
Übersicht als PowerPoint
16:9, die wichtigsten Regeln

MD
Claude-Datei
Alle Regeln und Werte als Markdown für Claude und andere KI-Tools

15.2

Vorlagen

DOTX
Brief
Word, DIN 5008 Form B

DOTX
Dokument
Word, Bericht, Konzept, Angebot

DOTX
Anleitung
Word, Montage- und Bedienanleitung

POTX
Präsentation
PowerPoint 16:9, sechs Layouts

15.3

Farben

CSV
Farbwerte
HEX, RGB, CMYK, Pantone, für Excel

15.4

Schriften

Schriften werden hier nicht verteilt, weil sie lizenziert sind. Helvetica Neue ist auf Macs installiert, Arial auf allen Rechnern. KMR Apparat bekommen Sie beim Marketing, Montserrat kostenlos bei Google Fonts.

METZLER

Fragen zur Marke? Wenden Sie sich an das Marketing-Team.

Metzler GmbH · Reutlingen