

07. Juni 2022

Das Raising-Prinzip



Es ist das übergeordnete Gestaltungskonzept im Corporate Design der Daimler namenstragenden Gesellschaften. Das Raising-Prinzip ist gekennzeichnet durch die schräge Flächengestaltung der silbernen Bürstungsfläche und/oder von Fotos. Die Bewegungsrichtung ist immer aufsteigend und verläuft von links unten nach rechts oben. Die silberne Raising-Fläche macht die Daimler namenstragenden Gesellschaften auf den ersten Blick erkennbar und unterstützt ihr dynamisches visuelles Erscheinungsbild. Deshalb wird sie auch in allen Medien eingesetzt.

Aufbau der Raising-Fläche

Der Aufbau des Raising-Prinzips basiert auf drei wesentlichen Merkmalen: Neigung, Platzierung und Höhe. Der Neigungswinkel der unteren Abschlusskante wird durch das Format bestimmt. Bei Hochformaten wie Broschürentiteln beträgt die Neigung 10° , bei Querformaten wie Präsentationen 5° . Das Format der Titelseite gibt auch den

Neigungswinkel der Innendoppelseiten vor. Bei extrem breiten Querformaten in der Begegnungskommunikation wird i. d. R. ein Neigungswinkel von $2,5^\circ$ angesetzt, der bei Breiten von über 20 m aber auch noch verringert werden kann.



Der Neigungswinkel bei Hochformaten



Der Neigungswinkel auf Doppel-Innenseiten von Broschüren



Der Neigungswinkel bei Querformaten (z. B. Präsentationen mit MS PowerPoint)

Die Höhe der Raising-Fläche ergibt sich, indem das Format in 1/6 Einheiten unterteilt wird. Die Raising-Fläche wird abhängig von der Anwendung entweder oben oder unten im Format angeordnet. Möglich sind jeweils drei Höhen, die vom rechten oberen Formatrand aus gemessen 1/2, 1/3 und 1/6 des jeweiligen Formats ergeben. Gemessen vom unteren rechten Rand, wie beispielsweise in der Anzeigen- oder Plakatgestaltung, ergeben sich Höhen der Raising-Fläche von 1/3, 1/2 oder 2/3 des Formats.



Auf Titelseiten von z. B. Broschüren stehen auf der silbernen Raising-Fläche das Daimler-Zeichen, der Name der Tochtergesellschaft und der Titel der

Publikation. Die Höhe der Raising-Flächen beträgt von oben 1/2, 1/3 oder 1/6 der Formathöhe.



Auf Broschüren-Innenseiten kann die Raising-Fläche mit der silbernen Bürstungsfläche, einer Fläche aus Light Grey oder einem Bild belegt werden. Die Höhe der Raising-Flächen beträgt von unten 1/3, 1/2 oder 2/3 der Formathöhe.

Einsatz der Raising-Fläche

Auf Titelseiten wird die Raising-Fläche mit der silbernen Bürstung gefüllt, auf der das Daimler-Zeichen und die Firmierung der namenstragenden Tochtergesellschaft steht. Die silberne Raising-Fläche kann auch auf Innenseiten von Broschüren oder Flyern eingesetzt werden und mit einer Farbfläche aus Light Grey, mit einem Bild oder einer Kombination dieser Elemente belegt werden.



Auf Broschüren-Innenseiten können Bilder in Raising-Flächen abwechselnd platziert werden.



Auf Broschüren-Innenseiten können auch beide Raising-Flächen mit Bildern belegt werden.



Die Raising-Fläche kann horizontal über beide Innenseiten laufen und mit Bürstung und Bild kombiniert werden.