

# PHYWE Corporate Design Manual

PHYWE Corporate Design Richtlinien



# Design Guidelines – Preface

## Designrichtlinien – Vorwort

### The Corporate Design Manual and its Function

An integral part of the corporate identity (CI) of Phywe Systeme GmbH & Co. KG is its corporate design (CD), which we would like to present to you in this manual.

The design manual defines the design guidelines for all of the offline and online appearances of PHYWE in an unambiguous way. It is of utmost importance that PHYWE, as a brand, is always perceived in an identical manner. Graphic designers, agencies, and other external parties must rely on and comply with these guidelines and rules at all times.

This manual describes the logo and its colour variants, company-specific fonts and font sizes, formats for brochures, advertisements, stationery, etc., and also provides examples that leave no room for interpretation.

Every person who is to work with this corporate design should have access to this present manual and the guidelines therein.

Only a stringent implementation of the corporate design can guarantee that the brand shall remain distinguishable and recognisable.

**Note:** This design manual is a preliminary version that contains the most important information. It will be replaced by a more detailed, final version. Version dated: **23 September 2008**

### Das Corporate Design Manual und seine Funktion

Ein Teilbereich der Corporate Identity (CI) der PHYWE Systeme GmbH & Co. KG ist das Corporate Design (CD), das wir Ihnen anschaulich vorstellen möchten.

Im vorliegenden Corporate Design Manual werden die Gestaltungsrichtlinien für sämtliche Offline- und Onlineauftritte der Firma PHYWE unmissverständlich definiert. Wichtig ist hier, dass das Erscheinungsbild der Marke PHYWE immer gleich wahrgenommen wird. Grafiker, Agenturen und sonstige externe Mitarbeiter sind auf diese Richtlinien und Vorgaben angewiesen und müssen sich immer zwingend daran halten.

In diesem Manual werden Beispiele für das Logo und dessen Farbvarianten, Hausschriftarten und -größen, Formate für z. B. Broschüren, Anzeigen, Briefpapier etc. mit Beispielen veranschaulicht, so dass es keinen Raum für Interpretationen gibt.

Jede Person, die mit dem Corporate Design arbeitet, sollte immer Zugriff auf dieses Manual und die darin bestehenden Richtlinien erhalten.

Nur wer sich an eine stringente Umsetzung des Corporate Designs hält, kann auf Dauer gewährleisten, dass die Marke abgrenzbar und wieder erkennbar bleibt.

**Anmerkung:** Bei diesem Corporate Design Manual handelt es sich um eine vorläufige Version mit den wichtigsten Angaben. In einem zweiten Schritt wird es durch eine ausführlichere, endgültige Version ersetzt. **Stand: 23.09.2008**

# Table of Contents

## Inhaltsverzeichnis

<b>Design Guidelines – Preface</b>	
Designrichtlinien – Vorwort	02
<b>Design Elements</b>	
<b>Gestaltungselemente</b>	
<b>Logo – Use and Proportions</b>	
Logo – Einsatz und Proportionen	05
<b>Logo – Colours</b>	
Logo – Farbtöne	06
<b>Logo – Lines</b>	
Logo – Strichanwendung	07
<b>Logo – Claim</b>	
Logo – Claim	08
<b>Logo Bar – Use and Proportions</b>	
Logobalken – Einsatz und Proportion	10
<b>Logo Bar – Claim</b>	
Logobalken – Claim	11
<b>Disciplines – Colours</b>	
Fachbereiche – Farbtöne	12
<b>Disciplines – Pictograms</b>	
Fachbereiche – Piktogramme	13
<b>Disciplines – Logo Bars</b>	
Fachbereiche – Logobalken	14
<b>Disciplines and Target Groups – Logo Bars</b>	
Fachbereiche und Zielgruppen – Logobalken	15
<b>Typography – Fonts</b>	
Typografie – Schriftarten	16
<b>Typography – Example</b>	
Typografie – Beispiel	17

# Table of Contents

## Inhaltsverzeichnis

### **Typography – Source of Supply of the Fonts**

Typografie – Bezugsquellen der Schriften 18

### **Use in the Media Anwendung in den Medien**

#### **Example – DIN A4 Page**

Anwendungsbeispiel – DIN A4 Seite 19

#### **Example – DIN A4 Page Type Area**

Anwendungsbeispiel – DIN A4 Seite Satzspiegel 20

### **The following points will be added in the second phase:**

#### **Folgende Punkte werden im zweiten Schritt ergänzt:**

##### **Business Set, Basic**

Geschäftsausstattung Basis -

##### **Business Set, Extended**

Geschäftsausstattung erweitert -

##### **Communication Set**

Kommunikationsausstattung -

##### **Product Set/Packaging**

Produktausstattung/Verpackung -

##### **Exterior/Signs**

Außenbereich/Beschilderung -

##### **Website**

Webauftritt -

# Logo – Use and Proportions

## Logo – Einsatz und Proportionen

# PHYWE

### Use of the Logo

The logo is to be used on business correspondence documents, advertising materials on objects, such as cars, ball pens etc., and when the form of the advertising materials does not allow the use of the logo bar (see page 9 and following).

Exceptions: The logo should also be used in combination with an address field, e.g. on the back of a brochure or in the imprint of a company website.

The logo is always to be positioned atop a free white or grey surface. It must not be superimposed over pictures.

### Verwendung Logo

Das Logo kommt zum Einsatz auf den Unterlagen für die betriebliche Korrespondenz, auf Werbemitteln mit Objektcharakter wie Autos, Kugelschreiber etc. und wenn die Form des Werbemittels die Verwendung des Logobalkens (siehe Seite 9 und folgende) nicht zulässt.

Ausnahmen: In Kombination mit einem Adressfeld, z. B. auf der Rückseite einer Broschüre oder im Impressum einer Firmen-Homepage, sollte das Logo ebenfalls verwendet werden.

Generell steht das Logo auf freien weißen bzw. grauen Flächen. Auf keinen Fall sollte es über Bildern positioniert werden.

X			
X		X	X
	<b>PHYWE</b>		X
			X
X		X	X

### Proportions

In order to ensure the prominent display of the logo within all kinds of environments, the clearances that are shown in the example above must be observed.

X = half the height of the type of the logo

Additional elements (e.g. text) must not be positioned in this area.

### Proportionen

Für eine prominente Darstellung des Logos in jedem Umfeld sollten die Abstände wie oben im Beispiel unbedingt eingehalten werden.

X = halbe Schrifthöhe des Logos

Zusätzliche Elemente (z. B. Text) dürfen nicht in diesem Bereich stehen.

# Logo – Colours

## Logo – Farbtöne

### Use of Colours

Farbanwendung

The logo for PHYWE, featuring the letters 'PHYWE' in a bold, sans-serif font. The letter 'Y' is stylized with a grey diagonal bar running through it from the top-left to the bottom-right.

#### CMYK:

black - C:0 / M:0 / Y:0 / K:100

grey - C:0 / M:0 / Y:0 / K:55

#### RGB:

black - R:35 / G:31 / B:32

grey - R:131 / G:131 / B:131

#### Pantone:

black - Pro. Black C/U

grey - 423 C/U

#### HKS:

black - 88 N/K 100%

grey - 92 N/K 80%

#### Ral:

black - 9017

grey - 7037

#### Oracal:

black - 070 M

grey - 076 M

### Use of Colours

Colour is an essential design feature. The basic colours of the corporate design of PHYWE are black and grey.

All the other colours follow the colour grey.

### Farbanwendung

Ein wesentliches Gestaltungsmerkmal ist die Farbe. Die Basisfarben des Corporate Designs von PHYWE sind Schwarz und Grau.

Alle weiteren Farbangaben sind am Grauton angelehnt.

# Logo – Lines

Logo – Strichanwendung

## Lines

Strichanwendung

**PHYWE**

**K:**

black - K:100 %

# Logo – Claim

## Logo – Claim

**PHYWE** excellence in science

### Variant 1:

#### Proportion of the claim with regard to the logo

Half the cap height of the PHYWE lettering defines the ascender of the claim (= those parts of the lowercase letters that extend above the x-height (e.g. d, f, h, l, and t).

The distance between the logo and claim is half the cap height of the logo.

Important: the claim "excellence in science" is always written in lowercase letters.

### Variante 1:

#### Proportion des Claims zum Logo

Halbe Versalhöhe des PHYWE Schriftzugs definiert die Oberlänge des Claims (= Teile der Kleinbuchstaben, die über die x-Höhe hinausragen (z. B. d, f, h, l, t).

Der Abstand zwischen Logo und Claim beträgt die halbe Versalhöhe des Schriftzugs.

Wichtig: Der Claim „excellence in science“ wird immer klein geschrieben.

**PHYWE** excellence in science

### Minimum logo height:

4.5 mm of the cap height.

### Minimale Logogröße:

4,5 mm der Versalhöhe.

# Logo – Claim

## Logo – Claim

**PHYWE**  
excellence in science

### Variant 2:

#### Proportion of the claim with regard to the logo

The width of the lettering defines the width of the claim and, thereby, also its height.

The distance between the logo and claim is half the cap height of the PHYWE lettering from the baseline of the logo to the ascender of the claim.

Important: The claim "excellence in science" is always written in lowercase letters.

**PHYWE**  
excellence in science

### Minimum logo height:

4.5 mm of the cap height.

### Variante 2:

#### Proportion des Claims zum Logo

Die Breite des Schriftzugs definiert die Breite des Claims und somit auch dessen Größe.

Der Abstand zwischen Logo und Claim beträgt die halbe Versalhöhe des PHYWE Schriftzugs von der Grundlinie des Logos zur Oberlänge des Claims.

Wichtig: Der Claim „excellence in science“ wird immer klein geschrieben.

### Minimale Logogröße:

4,5 mm der Versalhöhe.

# Logo Bar – Use and Proportions

## Logobalken – Einsatz und Proportionen

# PHYWE

### Use of the Logo Bar

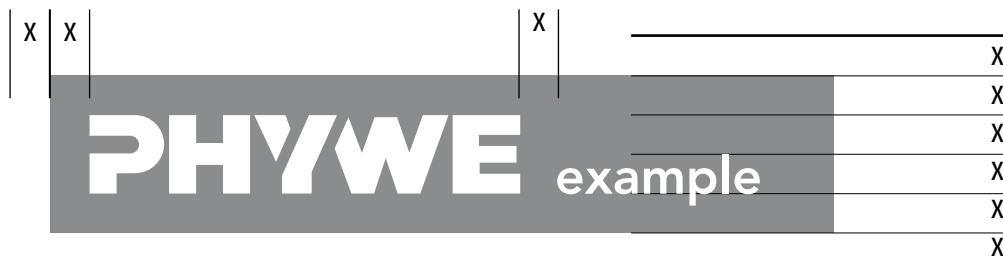
The logo bar is used on all of the printed advertising materials with the exception of business correspondence documents. The logo bar is used only in the lower section, e.g. at the end of a page.

Exceptions: In the case of a combination with an address field, e.g. on the back of a brochure or in the imprint of a company website, the logo should be used.

### Verwendung Logobalken

Der Logobalken kommt auf sämtlichen gedruckten Werbemitteln mit Ausnahme der Unterlagen für die betriebliche Korrespondenz zum Einsatz. Der Logobalken wird ausschließlich im untersten Abschnitt, z. B. abschließend auf der Seite, verwendet.

Ausnahmen: In Kombination mit einem Adressfeld, z. B. auf der Rückseite einer Broschüre oder im Impressum einer Firmen-Homepage, sollte das Logo verwendet werden.



### Proportions

In order to ensure the prominent display of the logo in the logo bar, the clearances that are shown in the example above must be observed.

X = half the height of the type of the logo  
X = distance with regard to the bleed margin

The logo bar is usually trimmed on the right-hand side.

### Proportionen

Für eine prominente Darstellung des Logos im Logobalken sollten die Abstände wie oben im Beispiel unbedingt eingehalten werden.

X = halbe Schrifthöhe des Logos  
X = Abstand zum Beschnitt.

Der Logobalken wird in der Regel auf der rechten Seite angeschnitten.

# Logo Bar – Claim

## Logobalken – Claim

**PHYWE** excellence in science

### Proportions of the claim in the logo bar

Half the cap height of the PHYWE lettering defines the ascender of the claim (= those parts of the lowercase letters that extend above the x-height (e.g. d, f, h, l, and t).

The distance between the logo and claim is half the cap height of the lettering.

### Proportionen des Claims im Logobalken

Halbe Versalhöhe des PHYWE Schriftzugs definiert die Oberlänge des Claims. (= Teile der Kleinbuchstaben, die über die x-Höhe hinausragen (z. B. d, f, h, l, t).

Der Abstand zwischen Logo und Claim beträgt die halbe Versalhöhe des Schriftzugs.

# Disciplines – Colours

## Fachbereiche – Farbtöne

### Colours

The following four colours have been defined as the secondary colours of the corporate design of PHYWE in 4c. All of the other colours follow these desired colours.



**physics**



**chemistry**



**biology**



**applied sciences**

### Farbtöne

Die nachfolgenden 4 Farbtöne sind als Sekundärfarben des Corporate Designs von PHYWE in 4c definiert worden. Alle weiteren Farbangaben sind an den gewünschten Tönen angelehnt.

#### CMYK:

Blue - C:60 / M:10 / Y:0 / K:10

Orange - C:0 / M:40 / Y:100 / K:10

Green - C:40 / M:0 / Y:100 / K:10

Red - C:0 / M:80 / Y:50 / K:0

#### HKS:

Blue - 40 N/K

Orange - 5 N/K

Green - 66 N/K

Red - 15 N/K

#### RGB:

Blue - R:77 / G:167 / B:211

Orange - R:226 / G:151 / B:23

Green - R:150 / G:188 / B:51

Red - R:241 / G:91 / B:102

#### Ral:

Blue - 5012

Orange - 1037

Green - 9017

Red - 3018

#### Pantone:

Blue - 2925 C/U

Orange - 131 C/U

Green - 383 C/U

Red - 198 C/U

#### Oracal:

Blue - 053 M

Orange - 019 M

Green - 601 M

Red - 031 M

# Disciplines – Pictograms

## Fachbereiche – Piktogramme



### Use

The pictograms symbolise the four disciplines of PHYWE. They are used as the colour and shape code for the visual assignment.

These discipline symbols must not be rebuilt. Please only use the original data.

### Einsatz

Die Piktogramme symbolisieren die vier Fachbereiche von PHYWE. Sie dienen als Farb- und Formcode der visuellen Zuordnung.

Diese Bereichssymbole dürfen nicht nachgebaut werden. Bitte immer nur die Originaldaten verwenden.

# Disciplines – Logo Bars

## Fachbereiche – Logobalken

### Use

As a preference, the logo in a negative representation should be combined with a grey bar. If the various disciplines are to be emphasised, the colour of the bar must be adapted to the discipline in question.

### Einsatz

Das negativ dargestellte Logo soll bevorzugt auf dem grauen Balken stehen. Wenn die Bereiche betont werden sollen, passt sich die Farbe des Balkens dem jeweiligen Fachbereich an.

**PHYWE** physics

**PHYWE** chemistry

**PHYWE** biology

**PHYWE** applied sciences

# Disciplines and Target Groups – Logo Bar

## Fachbereiche und Zielgruppen – Logobalken

### Use

A target group, such as “school”, can also be mentioned in the logo bar in combination with the discipline colours.

### Einsatz

Eine Zielgruppe, wie zum Beispiel „school“, kann auch in Kombination mit den jeweiligen Fachbereichsfarben im Logobalken angesprochen werden.

**PHYWE** school

**PHYWE** school

**PHYWE** school

**PHYWE** school

**PHYWE** school

# Typography – Fonts

## Typografie – Schriftarten

### Headline 1st Language

Font family: Avenir 95 Black

Font size: 24pt/30pt

Colour: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grey)

### Headline 2nd Line, 2nd Language

Font family: Avenir 65 Medium

Font size: 24pt/30pt or 18/30 pt

Colour: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grey)

### Subline

Font family: FagoOfficeSans Bold

Font size: 12pt/12pt

Colour 1st language: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grey)

Colour 2nd language: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grey)

### Headline of copy text

Font family: FagoOfficeSans Bold

Font size: 10pt/15pt

Colour 1st language: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grey)

Colour 2nd language: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grey)

### Copy text

Font family: FagoOfficeSans Regular

Font size: 10pt/15pt

Colour 1st language: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grey)

Colour 2nd language: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grey)

### Überschrift 1. Sprache

Schriftfamilie: Avenir 95 Black

Größe: 24pt/30pt

Farbe: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grau)

### Überschrift 2. Zeile, 2. Sprache

Schriftfamilie: Avenir 65 Medium

Größe: 24pt/30pt oder 18/30pt

Farbe: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grau)

### Unterüberschrift

Schriftfamilie: FagoOfficeSans Bold

Größe: 12pt/12pt

Farbe 1. Sprache: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grau)

Farbe 2. Sprache: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grau)

### Fließtextüberschrift

Schriftfamilie: FagoOfficeSans Bold

Größe: 10pt/15pt

Farbe 1. Sprache: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grau)

Farbe 2. Sprache: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grau)

### Fließtext

Schriftfamilie: FagoOfficeSans Regular

Größe: 10pt/15pt

Farbe 1. Sprache: C:0 / M:0 / Y:0 / K:80 (grau)

Farbe 2. Sprache: C:0 / M:0 / Y:0 / K:55 (grau)

# Typography – Example

## Typografie – Beispiel

### The headline in the 1st language

Die Überschrift in der 2. Sprache

Avenir 95 Black, 24pt/30pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 80 (grey)

Avenir 65 Medium, 24pt/30pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 80 (grey)

FagoOfficeSans Bold, 12pt/12pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 80 (grey)

#### The subline in the 1st language

This is the copytext of the 1st language. Their separate existence is a myth. For science, music, sport, etc, Europe uses the same vocabulary. The languages only differ in their grammar, their pronunciation and their most common words. Everyone realizes why a new common language would be desirable: one could refuse to pay expensive translators. To achieve this, it would be necessary to have uniform grammar, pronunciation and more common words. If several languages coalesce, the grammar of the resulting language is more simple and regular than that of the individual languages.

#### This is the copyheadline of the 1st language

The new common language will be more simple and regular than the existing European languages. It will be as simple as Occidental; in fact, it will be Occidental. To an English person, it will seem like simplified English, as a skeptical Cambridge friend of mine told me what Occidental is. The European languages are members of the same family. Their separate existence is a myth. For science, music, sport, etc, Europe uses the same vocabulary.

FagoOfficeSans Bold, 10pt/15pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 80 (grey)

FagoOfficeSans Regular, 10pt/15pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 55 (grey)

FagoOfficeSans Bold, 12pt/12pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 55 (grey)  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 55 (grey)

#### Die Unterüberschrift in der 2. Sprache

Und dies ist der Fließtext der zweiten Sprache. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog. Oft werden in Typoblindtexten auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus.

#### Dies ist die Fließtextüberschrift der 2. Sprache

Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden. Nichteinhaltung wird mit bis zu 245 € oder 368 \$ bestraft. Genauso wichtig sind mittlerweile auch Äççëñtë, die in neueren Schriften aber fast immer enthalten sind. Ein wichtiges aber schwierig zu integrierendes Feld sind OpenType-Funktionalitäten. nicht richtig dargestellt werden.

FagoOfficeSans Bold, 10pt/15pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 55 (grey)

FagoOfficeSans Regular, 10pt/15pt  
C:0 / M:0 / Y:0 / K: 55 (grey)

**PHYWE** excellence in science

# Typography – Source of Supply of the Fonts

## Typografie – Bezugsquelle der Schriften

### Fonts Used

#### **Avenir 85 Heavy**

Claim/target group in the bar

#### **Avenir 95 Black**

Headline 1st language

#### **Avenir 65 Medium**

Headline 1st language

#### **Fago Office Sans Bold**

Subline/copy headline

#### **Fago Office Sans Regular**

Copy text

The fonts are available for a licence fee at [www.Fontshop.de](http://www.Fontshop.de)

### Verwendete Schriftschnitte

#### **Avenir 85 Heavy**

Claim/Zielgruppenbezeichnung im Balken

#### **Avenir 95 Black**

Headline 1. Sprache

#### **Avenir 65 Medium**

Headline 1. Sprache

#### **Fago Office Sans Bold**

Subline/Copyheadline

#### **Fago Office Sans Regular**

Copytext

Die aufgeführten Schriftschnitte sind über [www.Fontshop.de](http://www.Fontshop.de) erhältlich und lizenzpflichtig.

# Example – DIN A4 Page

## Anwendungsbeispiel – DIN A4 Seite

### Phywe – ein kompetenter Partner für Ihre Projekte

#### Dies ist die Überschrift

Und dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog. Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus.

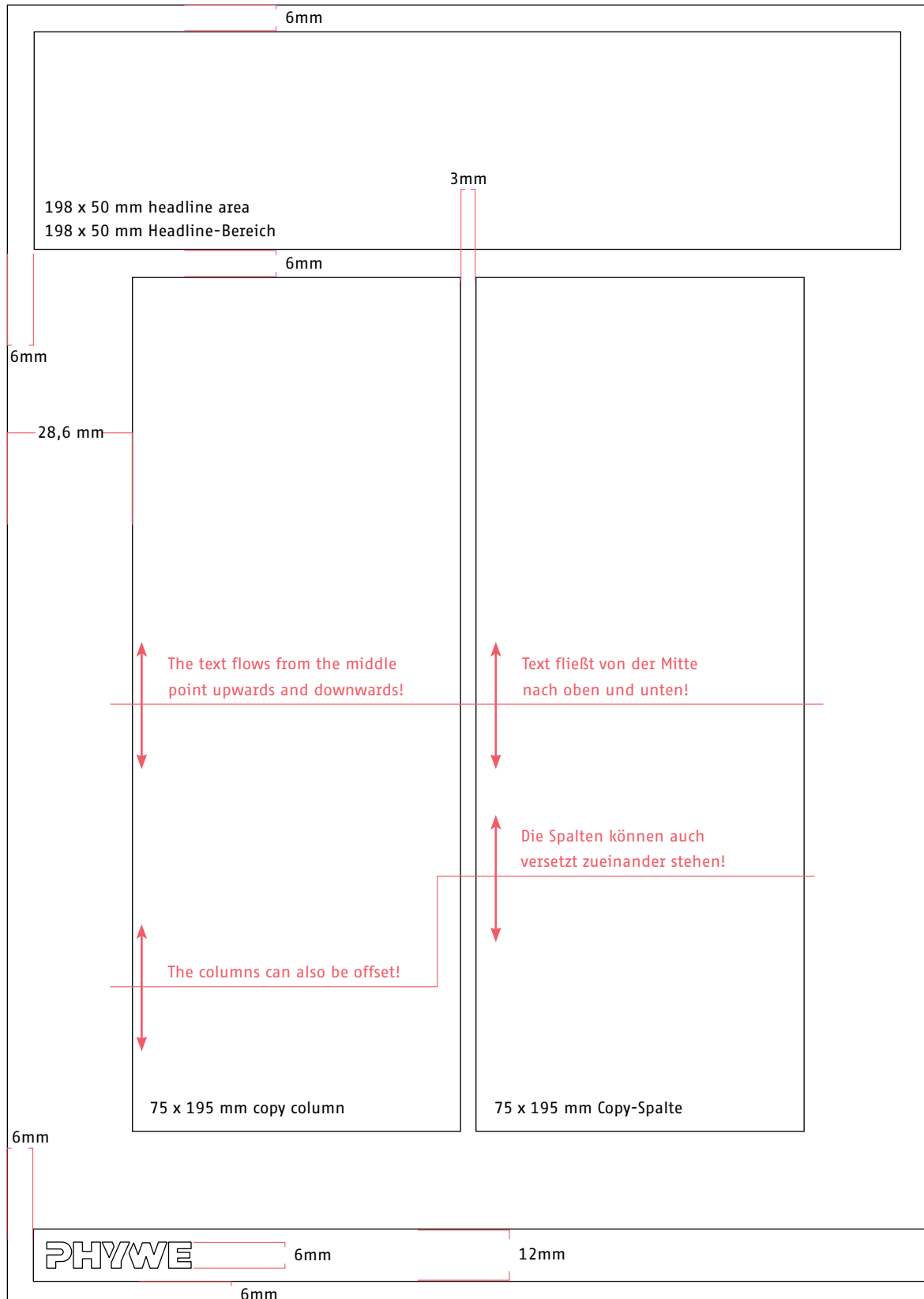
Quod errat demonstrandum. Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden. Nichteinhaltung wird mit bis zu 245 € oder 368 \$ bestraft. Genauso wichtig in sind mittlerweile auch Âçcëñtë, die in neueren Schriften aber fast immer enthalten sind. Ein wichtiges aber schwierig zu integrierendes Feld sind OpenType-Funktionalitäten. Je nach Software und Voreinstellungen können eingebaute Kapitälchen, Kerning oder Ligaturen (sehr pfiffig) nicht richtig dargestellt werden.

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«.

Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog. Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus. Quod errat demonstrandum. Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden. Nichteinhaltung wird mit bis zu 245 € oder 368 \$ bestraft. Genauso wichtig in sind mittlerweile auch Âçcëñtë, die in neueren Schriften aber fast immer enthalten sind. Ein wichtiges aber schwierig zu integrierendes Feld sind OpenType-Funktionalitäten. Je nach Software und Voreinstellungen können eingebaute Kapitälchen, Kerning oder Ligaturen (sehr pfiffig) nicht richtig dargestellt werden. Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen.

# Example – DIN A4 Page Type Area

Anwendungsbeispiel – DIN A4 Seite Satzspiegel



**PHYWE**

**PHYWE Systeme GmbH & Co. KG**

Robert-Bosch-Breite 10

D-37079 Göttingen

Phone: +49 (0) 551 604-0

Fax: +49 (0) 551 604-107

[www.phywe.com](http://www.phywe.com)

[info@phywe.com](mailto:info@phywe.com)