

MICRO BRAND BOOK

PAUL THIER

DESIGNED BY



Paul Thier

Singer & Songwriter

1

Das Logo

Über Geschmack lässt sich ja bekanntlich streiten, Sinn und Unsinn von Logos wird seit geraumer Zeit diskutiert. **Trotz allem gehört ein Logo immer dazu.** Vor allem, wenn es darum geht ein Unternehmen, ein Produkt oder ein Projekt richtig zu präsentieren.

Ein Logo ist dann gut, wenn man es mit dem großen Zeh in den Sand kratzen kann. Waren die Worte von Kurt Weidemann.

Dem stimmen wir nicht so ganz zu, denn ein Logo muss viel mehr können. **Es muss die Werte Ihres Unternehmens, Projekts oder Produkts vermitteln. Es muss sich klar von anderen abheben, in der Masse beständig sein und Originalität mit Individualität vereinen.** Es ist der optische Ausdruck Ihres Unternehmens und sollte auch alle Merkmale aufweisen.

Ein Logo ist ein wunderbarer Anker in den Köpfen.

Logo Variationen

ORIGINAL

LOGO A



VARIATIONEN

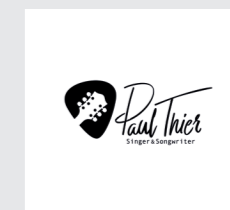
LOGO 4C heller Hintergrund



LOGO S/W dunkler Hintergrund



LOGO S/W heller Hintergrund



ICON



NO GO'S



Verändern Sie niemals die Proportionen des Logos vertikal oder horizontal.



Ändern Sie nicht die Größenbeziehung zwischen dem Logo Symbol und dem Logo Text.



Verändern Sie das Aussehen des Logos in keiner Weise.



2

Die Farben

Definierte Farben und Farbkombinationen tragen viel zur Wiedererkennung einer Marke bei.

Wer kennt nicht das "Coca Cola-Rot", das "Facebook-Blau" oder das "Telekom-Magenta"?

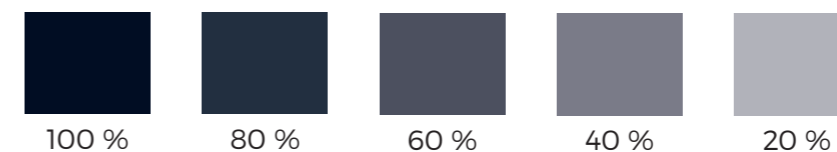
Farben
haben etwas
Lebendiges.
**Mit den
Farben redet
die Welt.**

Farben sind schon immer bedeutungstragend, kulturell wie emotional. **BetrachterInnen schließen aufgrund von Farben auf bestimmte Eigenschaften und Werte.** Das macht für Marken die Definition und Kombination des passenden Farbschemas zu einem wichtigen Bestandteil beim Brand Building.

Sobald die Farben gewählt wurden ist es wichtig nicht mehr davon abzuweichen.

Definierte Farben

Blau



**FARBE
BLAU**

FARBCODE

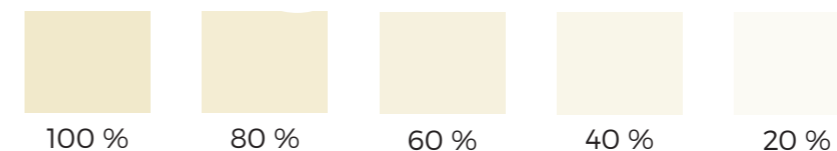
CMYK : C 98 M 81
Y 53 K 73

RGB : R 14 G 25 B 38
HEX : #0e1926
Pantone: 7547 C

FARBTÖNE

FARBVERLAUF

Beige



**HAUPTFARBE
BEIGE**

FARBCODE

CMYK : C 5 M 6
Y 22 K 0

RGB : R 246 G 237 B 210
HEX : #f6edd2
Pantone: 7506 C

FARBTÖNE

FARBVERLAUF

3

Die Schrift

Typografie unterstützt, fördert und stärkt die visuelle Identität eines Unternehmens oder Produkts.

Die Auswahl einer idealen und zur Positionierung passenden Schrift ist ein wichtiger, oft jedoch unterschätzter und vernachlässigter Aspekt bei der Entwicklung einer Marke.

Die Art der Schrift gibt geschriebener Sprache den Klang.

Die definierte Schriftart muss zum Unternehmen passen, so haben Versicherungsagenturen zum Beispiel formelle Serifenschriften, während moderne Start-Ups auf serifenlose Schriften setzen.

Gute Lesbarkeit ist das Ergebnis einer guten Kombination von Schriftart und Farbe, welche das A und O in der Typographie ist.

Definierte Schriftart

BIRDHOUSESCRIPT

REGULAR

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

NUMMER

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

SPEZIALZEICHEN

! " \$ % & ' () * + , - . / :
; < = > ? [\] ^ _ ` { | } ~
@ Δ ∂ ∫ ≈ √ ∞ ≤ > ≥ ◇

ANDALE MONO

REGULAR

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m
n o p q r s t u v w x y z

NUMMER

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

SPEZIALZEICHEN

! " \$ % & ' () * + , - . / :
; < = > ? [\] ^ _ ` { | } ~
@ Δ ∂ ∫ ≈ √ ∞ ≤ > ≥ ◇

DOWNLOAD LINK

<https://blogfonts.com/bird-house-script.font>
https://www.cufonfonts.com/font/andale-mono#google_vignette





Marketing Verbindet

Durch Marketing an Bekanntheit gewinnen.
Mit Reichweite ihren Umsatz steigern.

CONCEPT AND DESIGN



Steinamangerer Straße 30, 7400 Oberwart
+43 664 423 49 49
www.planundlos.at