

sonnt ag

BRAND BOOK



hallo.

Als Marke sind Brand Guidelines für dich unerlässlich. Sie gewährleisten die Einheitlichkeit deiner Marke, erhöhen das Markenbewusstsein und stärken das Vertrauen deiner Kunden. Mit klar definierten Regeln sorgen sie dafür, dass deine Marke über alle Kanäle hinweg konsistent und professionell erscheint, und spielen eine entscheidende Rolle beim Aufbau und Erhalt deines Markenimages.

Dein Brand Book soll dich beim Aufbau deiner Marke unterstützen und für eine einheitliche Außendarstellung deiner Marke sorgen.

überblick

01 logo

02 farben

03 anwendung

04 typography

05 digital

06 bildwelten

01

logo

Hauptlogo



Dein Hauptlogo ist das Herzstück deiner Marke. Es ist die visuelle Darstellung dessen, wer du bist und wofür du stehst. In deinen Brand Book ist dein Logo klar definiert, einschließlich seiner genauen Farben, Schriftarten und Abmessungen. Behalte immer im Kopf: Konsistente Anwendung deines Logos auf all deinen Kommunikationskanälen ist essenziell, um ein starkes und einheitliches Markenbild zu fördern.

Invertiertes Logo

Das invertierte Logo kommt zum Einsatz, wenn die Hintergründe deiner Marke dunkel oder farbig sind und das Standard-Logo nicht ausreichend Kontrast bietet. Bei dunklen Präsentationen, Websites mit dunklem Modus oder Marketingmaterialien mit dunklen oder farbigen Hintergründen sorgt dein invertiertes Logo dafür, dass deine Marke immer klar und deutlich erkennbar bleibt. Wichtig ist, dass du es konsistent anwendest, um die Wiedererkennbarkeit deiner Marke zu gewährleisten.

sonnt | ag
VERSICHERUNGSMAKLER

sonnt | ag
VERSICHERUNGSMAKLER

sonnt | ag
VERSICHERUNGSMAKLER



Logovarianten

02

farben

Farb & Logo Kombinationen



Green

CMYK: 65 / 35 / 65 / 25
RGB: 69 / 95 / 71
HEX: #455f47

Dark Green

CMYK: 75 / 45 / 70 / 40
RGB: 43 / 67 / 52
HEX: #2b4334

Off-White

CMYK: 05 / 05 / 07 / 00
RGB: 235 / 231 / 224
HEX: #ebe7e0

Primäre Farben

Deine Farben verleihen deiner Brand Persönlichkeit und sorgen für eine sofortige Wiedererkennung. Daher ist die Einhaltung der Farbwerte ein wichtiger Aspekt, den es zu berücksichtigen gilt.

Beige

CMYK: 20 / 20 / 25 / 00
RGB: 192 / 181 / 169
HEX: #c0b5a9

Black

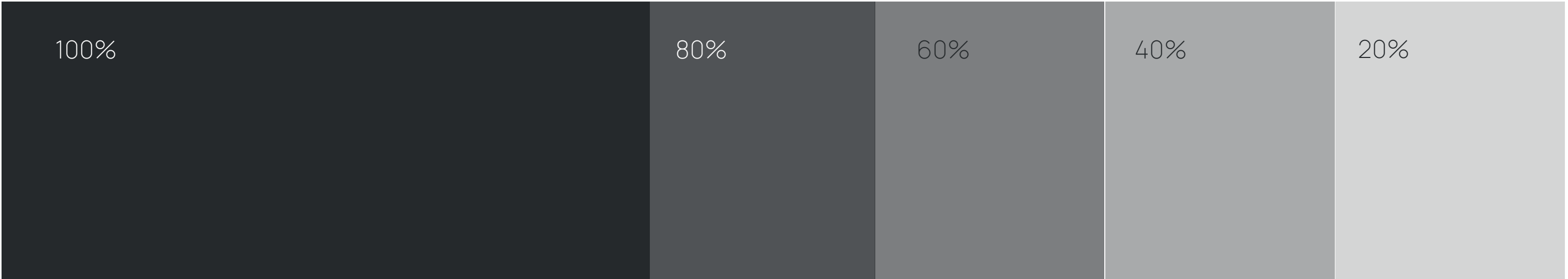
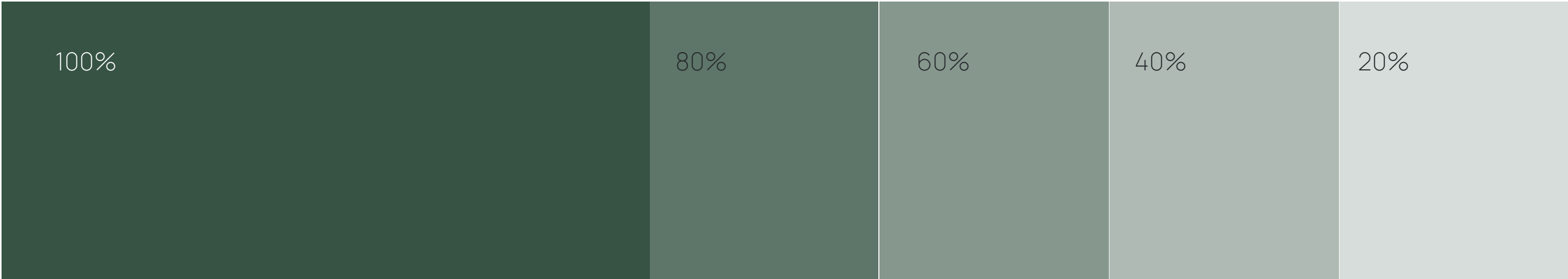
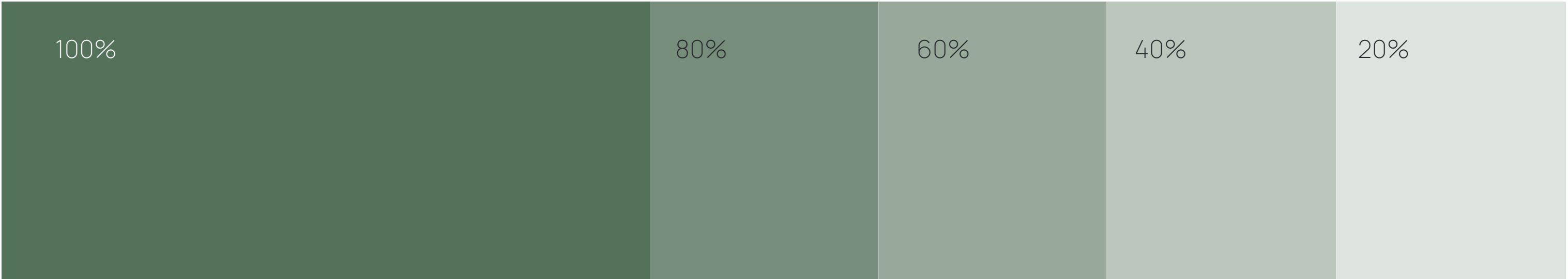
CMYK: 70 / 60 / 55 / 70
RGB: 28 / 31 / 33
HEX: #1c1f21

White

CMYK: 00 / 00 / 00 / 00
RGB: 255 / 255 / 255
HEX: #FFFFFF

Sekundäre Farben

Farbtöne



Verläufe

Farbverläufe sind ein Gestaltungsinstrument und können dazu verwendet werden, deinem Design Tiefe und Textur zu verleihen. Sie kommen zum Einsatz, wenn du mehr visuelle Vielfalt in deinem Branding erzeugen möchtest, ohne die Farbkonsistenz zu verlieren. Ob in Hintergründen, Buttons, Grafiken oder Illustrationen – sie tragen zur dynamischen Ästhetik deiner Marke bei und sorgen für eine visuelle Kohärenz.



03

anwendung

Fehlanwendung

Fehlanwendungen des Logos können gravierende Auswirkungen auf die Konsistenz und Wiedererkennbarkeit deiner Marke haben. Dazu gehören Änderungen der Farben, Proportionen, Ausrichtung oder das Hinzufügen von Effekten, die nicht im Brand Book festgelegt sind. Beispielsweise könnte das Strecken oder Stauchen des Logos seine Wiedererkennbarkeit beeinträchtigen. Das Hinzufügen neuer Farben oder Effekte, die nicht Teil der primären Farbpalette sind, könnte die visuelle Konsistenz stören. Ebenso kann das Drehen oder Kippen des Logos zu Verwirrung führen. Es ist wichtig, dass du die in den Brand Guidelines festgelegten Prinzipien immer einhältst, um die Integrität deiner Marke zu wahren.



NICHT: Verzerren



NICHT: Drehen



NICHT: Neufärben



NICHT: Neuordnen

04

typografie

Schriftart

Clash
Display
Variable

Aa

Schriftart

Light

Clash Display Variable

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@£\$%^&*

Regular

Clash Display Variable

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@£\$%^&*

Bold

Clash Display Variable

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@£\$%^&***

Mit uns, Ihr
Unternehmen
richtig absichern.

SUBHEADLINE

headline

Magnat. Lendit dolorem. Vent aut ut et aut omnihi
omni si dicitum hancium invel il eatur acepra volor aut
laciand aeptis re nos vellaborum sam veliquatur, ven-
dit ute soluptat laborpores doluptat volupta sseque
nonsequi vero evelit exceperum eliam et volutendi de
sapissitae voluptum as et lamus estia pos

05

digital

Social Icon

Dein Logo muss deutlich und gut erkennbar sein, auch in kleineren Größen, wie z. B. Profilbildern oder Icons. Die Wahl des Logos und der Farben sollte konsistent und gleichzeitig gut auf die spezifischen Plattformen und deren Designanforderungen abgestimmt sein. Denke immer daran, dass das Logo in Social Media oft der erste Kontaktpunkt für dein Publikum ist, daher sollte es immer ein eindeutiges und konsistentes Bild deiner Marke vermitteln.

Instagram

W:180px
H:180px



Linked In

W:400px
H:400px



Facebook

W:360px
H:360px



Twitter

W:400px
H:400px



Favicon

H:16px
W:16px

06

bildwelten

Bildwelten



let's create

VOOS KREATIVSTUDIO - BRAND & WEBDESIGN