

# Brand & CI Guideline

Live Your Dreams — Corporate Identity

## 1. Markenkern

- Markenidee: Live Your Dreams – Menschen befähigen, ihre Träume zu leben.
- Werte: Klarheit, Vertrauen, Optimismus, Verantwortung.
- Tonfall: Präzise, freundlich, lösungsorientiert.

## 2. Logo & Wortmarke

- Clear Space: mind. 10% der Logo-Höhe rundum.
- Mindestgrößen: Print  $\geq 15$  mm / Digital  $\geq 32$  px (Wortmarke).
- Farbvarianten: Gradient (Royal Blue  $\rightarrow$  Deep Blue), Monochrom Dunkel/Weiß.

Wortmarke (Beispiel)



## 3. Farben

Primär Deep Blue	#000066
Primär Royal Blue	#3366CC
Weiß	#FFFFFF
Grau 900	#0B0B0D
Grau 700	#2F3136
Grau 500	#8B90A0

Gradient (Sichel/Wortmarke): 180° — 0% #3366CC  $\rightarrow$  100% #000066

## 4. Typografie

- Primär: Inter (Light/Regular/Medium/Bold). Fallbacks: SF Pro/Helvetica/Arial.
- Headlines: Inter SemiBold/Bold, Tracking +2–4. Body: Inter Regular.
- UI: Label/Button Inter Medium, Touch Targets  $\geq 44$  px.

## 5. Subbrand – „Wohnen in München“

- Headline: Inter Bold, Tracking 4.0 (positiv).
- Baseline: „LIVE YOUR DREAMS“ Inter Regular, Größe  $\approx 60\%$  der Headline.
- Zeilenabstand: Headline  $\rightarrow$  Baseline 0.9–1.0 (optisch geschlossen).
- Farben: identischer Gradient (0% #3366CC  $\rightarrow$  100% #000066).
- Mindestfreiraum: mind. 10% der Gesamthöhe rundum; Abstand zur Sichel  $\geq 10\%$ .

Subbrand-Logo (Beispielaufbau)



## 6. Barrierefreiheit

- Kontraste gem. WCAG 2.1 AA (Body 4.5:1 / Headlines 3:1).
- Fokuszustände klar sichtbar. prefers-reduced-motion respektieren.

## 7. Do/Don'ts (Logo)

Do: ausreichender Freiraum, korrekte Farben, keine Verläufe im Fließtext.

Don't: Verzerren, Umfärben, Schatten/Bevel/Outline, Text über unruhige Bilder ohne Overlay.