



BRAND BOOK



INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	5
Wort-Bildmarke	7
Variationen	17
Farbgestaltung	23
Typografie	29
Geschäftsausstattung	33
Web & Social Media	41



EINLEITUNG

Mit Kalle startet eine neue Ära zur Sammlung von Bioabfällen. Die leichte Holzbaustruktur versorgt Bioabfälle mit ausreichend viel Luft, um eine perfekte Lagerung der Bioabfälle zu ermöglichen.

Meistens werden Bioabfälle in luftdichten Plastikeimern mit Deckel gelagert, nach dem Motto: Igitt, hauptsache zu und weg.

Kalles Prinzip ist genau gegensätzlich: Eine leichte Holzbaustruktur ohne Deckel, mit offenen Seitenwänden und Rundstäben als Boden lassen viel Luft an die Bioabfälle.

Der Bioabfall selbst wird in biologisch abbaubaren Papiertüten aufgefangen, die überall erhältlich sind. Dadurch kann der Abfall ›atmen‹ und Fäulnisprozesse werden minimiert.

Dieses Brand Book beschreibt die Richtlinien für die Nutzung des Kalle-Logos sowie allgemeine Gestaltungsrichtlinien im Bezug auf das grafische Erscheinungsbild des Kalles. Das Brandbook versucht die Vorgaben so einfach wie möglich und so korrekt wie nötig zu definieren, damit Kalle nach außen ein wiedererkennbares ›Gesicht‹ bekommt, ohne zukünftige Gestaltungsideen aufzuhalten.



WORT-BILDMARKE





DACHMARKE

BGH Nature ist die Dachmarke von Kalle. Das BGH Nature-Logo sollte bei der Nutzung des Kalle-Logos, wenn möglich, immer mit abgebildet werden.

Anwendungen

Falls nötig, kann das BGH Nature-Logo (wie im Beispiel links) in weiß, auf einem Foto oder einem dunklen Hintergrund abgebildet werden. Ebenso ist es möglich, das Logo in schwarz auf einem Foto oder einem hellen Hintergrund abzubilden. Wichtig ist, dass sich das Logo stark genug vom Hintergrund absetzt.

Mindestgröße

Die Mindestgröße für das BGH Nature-Logo definiert sich durch die Mindestbreite von 10 mm.



Kalle und BGH Nature

Primär sollte bei Medienerzeugnissen für Kalle das Kalle-Logo im Vordergrund stehen. Das BGH Nature-Logo wird als Zusatz abgebildet. Dabei müssen die Logos von mindestens einer Bildmarkenbreite des Kalle-Logos getrennt sein.

Bildmarke



Wortmarke

Claim

KALLE
Dein Biomüll

WORT-BILDMARKE

Das Kalle-Logo wurde in Anlehnung an das BGH Nature-Logo entwickelt. Ausgangspunkt des Kalle-Logos bildet die vereinfachte und reduzierte Darstellung des Produktes selbst. Das Kalle-Logo zeigt dabei die tatsächliche Funktionalität auf. Die Obst-Elemente symbolisieren den Abfall.

Das Logo für Kalle ist als Wort-Bildmarke gestaltet und sollte primär als diese genutzt werden. Dabei besteht die Wort-Bildmarke aus der Wortmarke auf der linken Seite und der Bildmarke auf der rechten Seite. Der Claim bildet eine Einheit mit dem Logo und darf nicht von der Wort-Bildmarke getrennt werden.

Die Schriftart Amatic SC Bold wird für den Namen ›Kalle‹ verwendet. Für den Claim ›Dein Biomüll‹ wird die Schriftart Montserrat genutzt. Als Farbe für die Wortmarke wird eine Mischfarbe aus den beiden bestehenden Farben der Dachmarke verwendet (siehe Farbgestaltung ab Seite 23).

Platzierung

Die Positionierung des Kalle-Logos sollte auf Printprodukten, in der Nähe der Ecken bzw. oberen oder unteren Kanten platziert werden (siehe Anwendungsbeispiele ab Seite 33).



a = Höhe Luftschlitz

SCHUTZRAUM & MINDESTGRÖSSEN



Mindestgröße 8 mm Breite



Mindestgröße 20 mm Breite

Schutzraum

Die Abstände der einzelnen Logoelemente basieren auf dem definierten Abstand a , der Höhe der Luftschlitze des Kalle entspricht. Zu allen Außenkanten hin beinhaltet das Logo einen Schutzraum von $2a$. Dieser wird auch zwischen Wort und Bildmarke genutzt und ist unbedingt einzuhalten.

Mindestgrößen

Die Mindestgröße für das Logo beträgt 20 mm in der Breite und muss im Printbereich zwingend eingehalten werden, um die Lesbarkeit zu gewährleisten. Dies gilt auch für den digitalen Bereich, mit Ausnahme der Nutzung als Favicon (siehe Seite 42).



BILDMARKE

Die Bildmarke kann als Gestaltungselement auch alleinstehend genutzt werden. Sie kann dabei farbig oder einfarbig genutzt werden (siehe zulässige Varianten auf Seite 18).

Einsatz Obst-Elemente

Neben der Bildmarke können auch die Obst-Elemente des Logos zur Gestaltung genutzt werden. Für eine großflächige Nutzung der Obst-Elemente, beispielsweise am unteren Rand einer Seite, wird die Deckkraft nach Möglichkeit und je nach Einsatz auf 20 % herabgesetzt.

Die Datei der Obst-Elemente ist mit einem Schutzraum sowie einer Beschnittzugabe am unterem Kantenrand versehen.

Dabei ist eine einblendbare Begrenzungslinie in der Datei hinterlegt, um eine exakte Ausrichtung an der unteren Bildkante zu gewährleisten. Die Obst-Elemente sollten nach Möglichkeit von der linken bis zur rechten Rahmenkante platziert werden, sodass die äußeren Obst-Elemente leicht angeschnitten sind.

Die Obst-Elemente müssen immer am unteren Seitenrand platziert werden. Dabei ist allerdings zu beachten, dass diese im gestalterischen Kontext nicht zu dominant oder störend wirken.





VARIANTEN



ZULÄSSIGE VARIANTEN

Das mehrfarbige Logo sollte hauptsächlich auf weißem Hintergrund genutzt werden.

Für eine einfarbige Nutzung auf weißem oder hellen Hintergrund kann der Grünton aus dem Farbschema genutzt werden. Der Farbcode hierfür ist #458367. Das dunkle Grün gewährleistet eine hohe Figur-Grundwahrnehmung.

Die im Logo enthaltenen Farben dürfen als Hintergrundfarbe nur maximal 20% Sättigung betragen.



Bei einem dunklen Foto verwendet, ist es zulässig das Logo in weißer Farbe zu verwenden. Es muss jedoch auf einen hohen Kontrast zum Hintergrund geachtet werden.



Bei einem grauen oder dunklen einfarbigen Hintergrund, ist es zulässig das Logo in weißer Farbe zu verwenden. Es muss jedoch auf einen hohen Kontrast zum Hintergrund geachtet werden.



Wird ein weißer, heller oder einfarbiger Hintergrund oder ein helles Foto verwendet, ist es erlaubt, ein schwarzes Logo zu verwenden – beispielsweise auf einer Kartonage.



UNZULÄSSIGE VARIANTEN

Die Wort-Bildmarke muss sich deutlich vom Hintergrund abheben.
Sowohl Bild-, als auch Wortmarke müssen einfach erkennbar sein.

Die im Logo enthaltenen Farben dürfen als Hintergrundfarbe nur maximal 20% Sättigung betragen.

Bei einem Fotohintergrund muss darauf geachtet werden, dass genügend Helligkeitskontrast vorhanden ist, um das Kalle-Logo in schwarz oder weiß abbilden zu können.



Der Abstand zwischen der Wort- und der Bildmarke darf nicht verändert werden, es muss stets Rücksicht auf den Schutzraum 2a genommen werden.



Des Weiteren darf das Logo nicht schräg abgebildet werden. Auch Verzerrungen oder Spiegelungen sind nicht erlaubt.



Die Farbigkeit der einzelnen Logoelemente darf nicht verändert werden. Das Logo darf nur als Ganzes farblich verändert werden (siehe zulässige Varianten auf Seite 43).





FARBGESTALTUNG



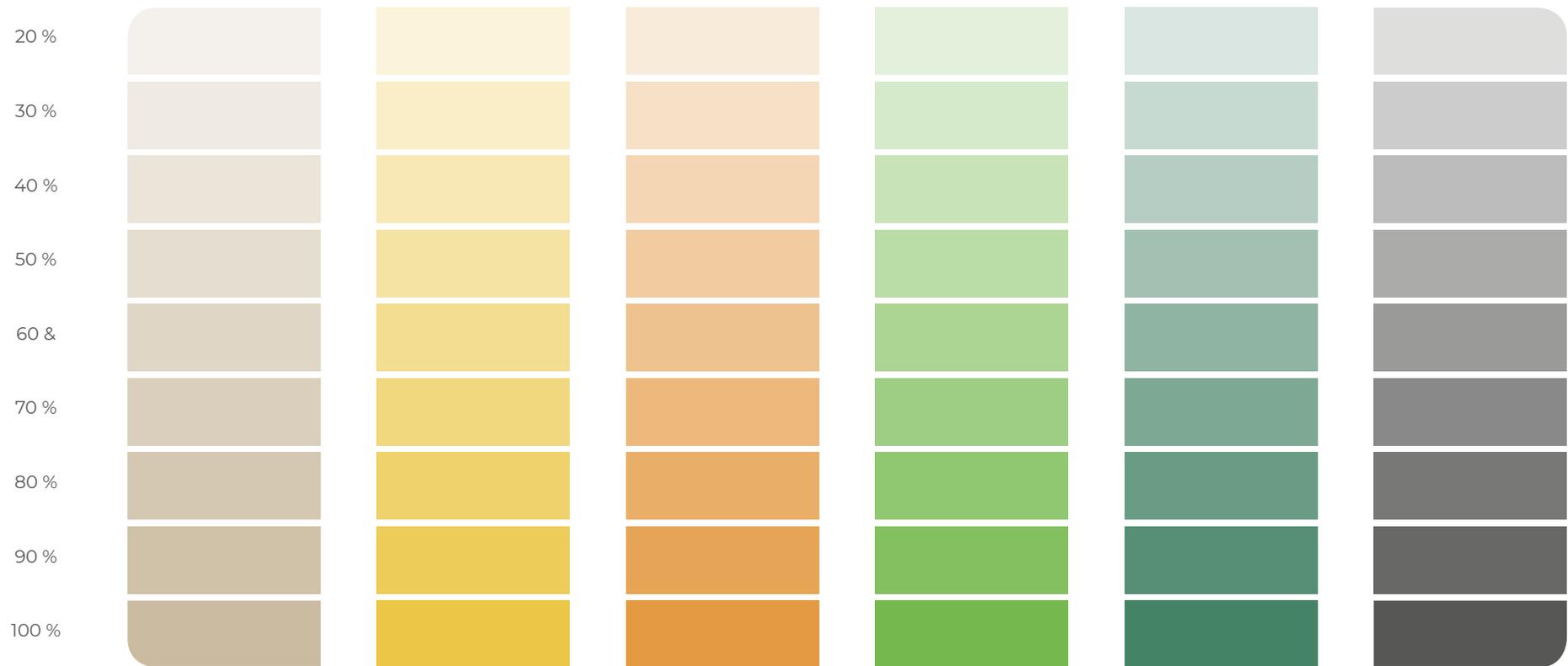


FARBGESTALTUNG

Die zu nutzenden Farben für die grafische Gestaltung sind Beige, Gelb, Orange, Hellgrün, Dunkelgrün und Dunkelgrau. Dabei fungieren die Farben Gelb, Orange und Hellgrün als Akzentfarben. Der Einsatz dieser Farben ist in reduzierter Form anzuwenden. Die jeweiligen Farben können auch in den Transparenzabstufungen von Seite 27 genutzt werden. Von den Transparenzwerten sollte nicht abgewichen werden.

Die im Logo genutzten Farben wurden in starker Anlehnung zum realen Produkt und dessen Verwendung gewählt. Die Farben der Obst-Elemente wurden vom Bioabfall abgeleitet. Die Farbe Grün spielt hierbei eine besondere Rolle, da sie für positive Assoziationen wie ›Bioabfall‹, ›Natur‹, ›Zuversicht‹, ›Jugend‹ und ›Frische‹ steht.

Zudem wird der dunkelgrüne Farbton in der Wortmarke und für die Avocado Frucht genutzt.



CMYK 25 25 40 0
 RGB 203 187 160
 HEX cabb9f
 PMS 7502 C
 HKS 89

CMYK 10 20 80 0
 RGB 236 199 71
 HEX ebc746
 PMS 123 C
 HKS 05

CMYK 10 45 80 0
 RGB 228 154 67
 HEX e39942
 PMS 7413 C
 HKS 71

CMYK 60 0 85 0
 RGB 117 185 78
 HEX 74b84d
 PMS 368 C
 HKS 65

CMYK 75 30 65 10
 RGB 69 131 103
 HEX 458367
 PMS 555 C
 HKS 56

CMYK 0 0 0 80
 RGB 87 87 86
 HEX 575756
 PMS BLACK 7 C
 HKS 93



TYPOGRAFIE



TYPOGRAFIE & EINSATZ

Als Headline-Schrift wird der Font Amatic SC Bold eingesetzt. Diese ist eine Versalienschrift. Sie soll sehr sparsam als Headline-Schrift eingesetzt werden.

Subheadline-Schrift ist die Montserrat Bold.

Für Fließtexte wird die Montserrat Regular idealerweise in 10 Pt. mit 18 Pt. Zeilenabstand verwendet.

Für Aufzählungen sollte die Montserrat Medium, ebenfalls in 10 Pt. mit 18 Pt. Zeilenabstand genutzt werden.

Größen und Abstände

Größen und Abstände ergeben sich aus der Anwendung. Das hier gezeigte Beispiel dient als Vorlage zum Aufzeigen der Verhältnisse.

Schriftfarbe

Um in Printprodukten beim Farbauftrag zu sparen, sollte die Schriftfarbe in 80% Volltonschwarz genutzt werden.

Schriftschnitte

Falls diese Schriften in einzelnen Zusammenhängen nicht leserlich erscheinen sollten, darf auf sämtliche Schrittschnitte der Montserrat zurückgegriffen werden.

HEADLINE
AMATIC SC BOLD
22 PT, 28 PT ZEILENABSTAND



Fließtexte
Montserrat Regular
10 PT, 18 PT Zeilenabstand



Subheadline
Montserrat Bold
12 PT, 18 PT Zeilenabstand



Aufzählung
Montserrat Medium
10 PT, 18 PT Zeilenabstand



KALLE – DEIN BIOMÜLL

Mit Kalle startet eine neue Ära zur Sammlung von Bioabfällen. Die sehr leichte Holzbaustruktur lässt viel Luft an die Bioabfälle und ermöglicht eine perfekte Lagerung von Bioabfällen.

Bisher werden Bioabfälle hauptsächlich in luftdichten Plastikeimern mit Deckel gelagert nach dem Motto:

Igitt, hauptsache zu und weg

Das Prinzip ist bei Kalle genau gegensätzlich: Eine leichte Holzbaustruktur ohne Deckel, mit offenen Seitenwänden und Rundstäbchen als Boden lässt viel Luft an die Bioabfälle.

- ✓ Plastiktütenfrei
- ✓ Einfach trockener
- ✓ Ideal für jede Küche
- ✓ Kaum Geruchsbildung
- ✓ Nutzbar mit allen Papierbiomülltüten
- ✓ Aus Holz, Aluminium und Kautschuk



GESCHÄFTSAUSSTATTUNG





GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Das Briefpapier soll für Rechnungen, Anschreiben und Bestandslisten verwendet werden. Dafür kann es individuell für den jeweiligen Zweck bedruckt werden.

Auf der Visitenkarte sind alle notwendigen Informationen vorhanden, um mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten. Für den schnellen Zugriff mit dem Smartphone ist als innovative Besonderheit auf der Visitenkarte ein QR-Code abgebildet. Dieser ist in das Design der Bildmarke von Kalle integriert.

Die Obst-Elemente in den Akzentfarben dienen in beiden Fällen als wiederkehrendes Gestaltungselement.





KARTONAGE

Das Logo wird auf der Versandverpackung analog zum BGH Nature-Logo mit einem Stempel aufgetragen. Das Kalle-Logo ist rechts auf der Kartonage zu platzieren, während der Stempel des bereits vorhandenen BGH Nature-Logos oben links zu platzieren ist.



DEIN BIOMÜLL
PLASTIKTÜTENFREI
TROCKEN

📍 BGGH NATURE
🌐 bgh_nature

 **KALLE**
Dein Biomüll

 **KALLE**
Dein Biomüll

JETZT NUR 38,95 €

- ✓ Plastiktütenfrei
- ✓ Einfach trockener
- ✓ Ideal für jede Küche
- ✓ Kaum Geruchsbildung
- ✓ Aus Holz, Aluminium und Kautschuk
- ✓ Nutzbar mit allen Papierbiomülltüten

Jetzt bestellen unter:
www.bgh-nature.de



BAUANLEITUNG



1. Seitenteile und Bodenstäbe in Hauptseiten einsetzen.



2. Zweite Hauptseite auf Konstruktion setzen.



3. Die vier Gummibänder auf Seitenüberstände ziehen.



4. Biopapiermülltüte in die Kiste setzen und Biomüll einfüllen.



Mit Kalle startet eine neue Ära
zur Sammlung von Bioabfällen.

- ✓ Plastiktütenfrei
- ✓ Ideal für jede Küche
- ✓ Einfach bodeneer
- ✓ Kaum Geruchsbildung
- ✓ Aus Holz, Aluminium
und Kautschuk
- ✓ Nutzbar mit allen 10 l
Papierbiomülltüten

Die leichte Holzbaustruktur lässt viel Luft an die Bioabfälle.
Wir würden uns sehr über dein Feedback freuen und sind
gespannt auf deine Erfahrungen mit Kalle.

www.bgh-nature.de
0 151 522 782 69
bghnature@gmail.com

 BCGH NATURE
 bgh_nature



20:09



BGH Nature

457 posts

154 followers

65 followings

Follow

BGH Nature
Naturprodukte * Biomüllabfälle angenehm entsorgen *
ökologisch * innovativ
bghnature.de



Food



Recipes



Highlights



WEB & SOCIAL MEDIA



WEBSITE

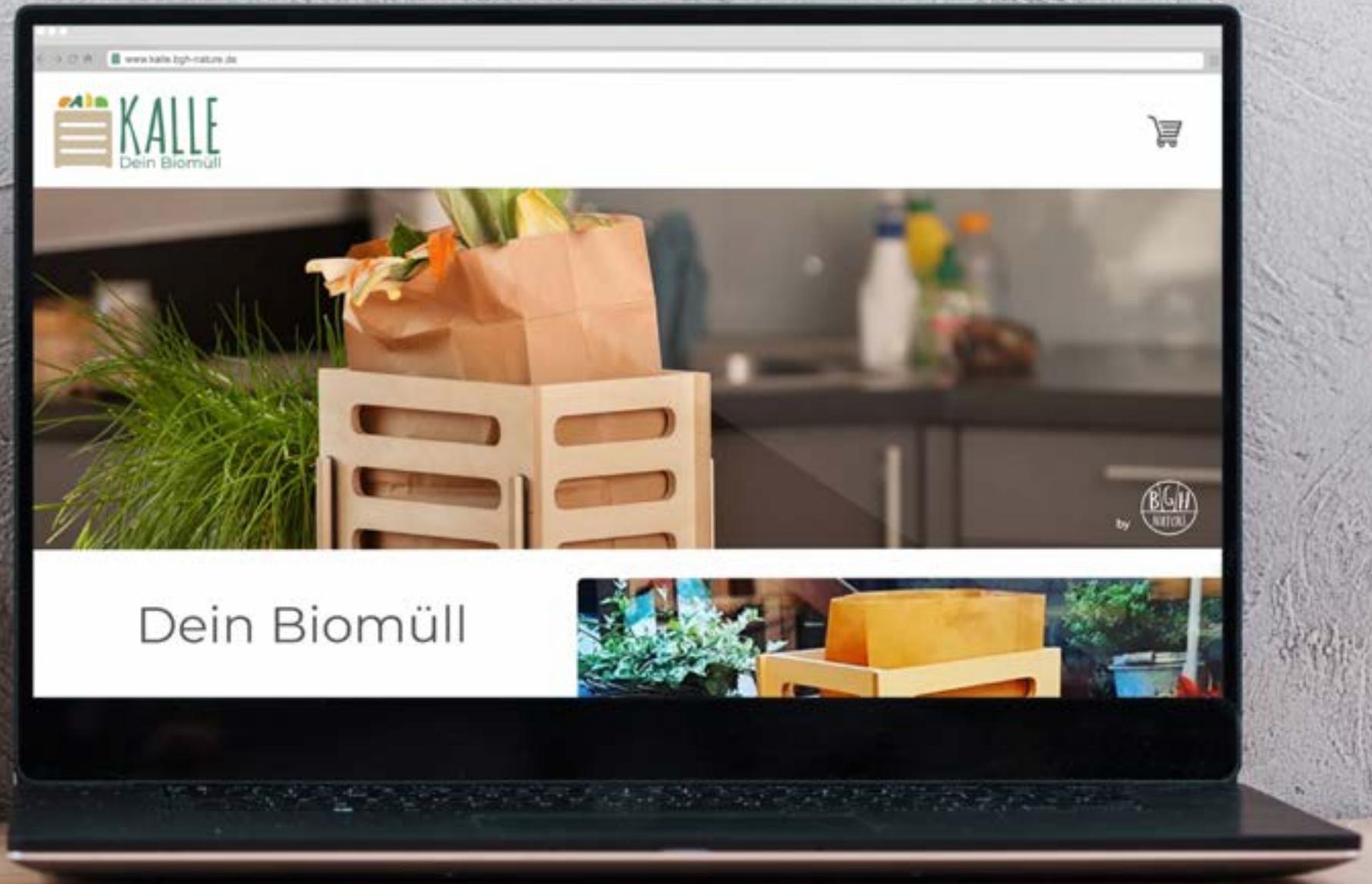
Die Nutzung des Logos in digitalen Medien beruht auf den gleichen Richtlinien wie die der Printmedien. Dabei ist zu beachten, dass das Kalle-Logo kein Ersatz zum Logo der Dachmarke BGH Nature darstellt, sondern lediglich als Erweiterung für das Produkt Kalle genutzt wird.

Eine mögliche »Kalle-Microsite« könnte auf der BGH Nature Hauptseite integriert werden. Die Bildmarke kann dann einfarbig in #458367 als Favicon eingesetzt werden (wie hier rechts beispielhaft abgebildet).





Favicon





SOCIAL MEDIA

Auf Sozialen Medien, wie beispielsweise Instagram, eignet sich besonders die Nutzung der Bildmarke als Profilbild und ist der Wort-Bildmarke vorzuziehen. Die Logo-dateien für digitale Anwendungen sind im Corporate Style-Ordner hinterlegt und sind im Unterschied zu den Printmedien im RGB Farbraum angelegt und für Web optimiert.





KONTAKT UND IMPRESSUM

Um die Verschwendung von Papier zu vermeiden, wird dazu geraten, dieses Brand Book in digitaler Form zu nutzen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

BGH Nature

Karkenstreng 3a

24861 Bergenhusen

Tel.: 0 151 522 782 69

Email: info@bghnature.de

Dieses Brandbook wurde Ende 2019 für das Modul ›Brand Design‹ im Masterstudiengang ›Intermedia & Marketing‹ der Hochschule Flensburg in Kooperation mit BGH Nature erstellt von:

Carla Stolper

Philip Schulze

Timo Becker

Valeria Ulrich

© BGH Nature Stand Dezember 2019

Änderungen vorbehalten

MockUps by Freepik.com

