



BARNAUSEN

— FINEST DRINKS —

BRAND BOOK 2022

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	5
Farbgestaltung	7
Logo	11
Typografie	25
Print	31
Digital	43



EINLEITUNG

Kommen drei Barnausen in eine Bar...

Und stellen alles auf den Kopf, – denn wir von den Barnausen haben das Konzept einer Bar komplett neu interpretiert. Mit unserem mobilen Bar Truck wollen wir die ganze Region mit den besten Cocktails und Getränken versorgen und die richtige Atmosphäre gleich mitbringen. Wir mixen altes Handwerk zusammen mit modernen Elementen und verfeinern alles mit einer Prise Humor. Das wird nicht nur durch unsere hochwertigen Getränke symbolisiert, sondern auch durch unser durchdachtes Brand Design nach außen gestrahlt.

Das folgende Brand Book nimmt dich an die Hand. Es verrät dir, wie unsere Corporate Identity konsistent bleibt und wie unser ästhetischer Standard aufrecht erhalten bleibt. Wir versprechen dir auch, dass diese Regeln dich nicht daran hindern werden, das Leben in vollen Zügen zu genießen.

Viel Spaß beim Durchlesen!
die Barnausen



FARBGESTALTUNG

FARBGESTALTUNG

Die Primärfarbe der Barnausen ist ein sattes, **tiefdunkles Grün**. Grün steht im Kontext zu dem Unternehmen für die Natur. Die Barnausen legen bei der Zutatenwahl Wert auf nachhaltige und regionale Produkte.

Der dunkle Grünton wird primär großflächig als Hintergrundfarbe verwendet. Grundsätzlich muss bei der Farbgestaltung darauf geachtet werden, dass Gestaltungselemente in den hellen Farben auf den dunklen Hintergrund platziert werden. Dies soll das Nachtleben bzw. die abendliche Atmosphäre, in der das Geschäft des Bar Trucks der Barnausen stattfindet, ausdrücken.

Als Akzentfarben der Barnausen kommen Weiß, Goldgelb und Hellgrün zum Einsatz.

Weiß bietet den höchsten Kontrast zum dunkelgrünen Hintergrund und ist daher sehr gut bei dunkleren Lichtverhältnissen zu erkennen.

Durch das warme **Gelb**, welches der Farbe von Gold nahekommt, wird bei der Farbgestaltung ein edler, hochwertiger Eindruck vermittelt.

Das **Hellgrün** stammt aus der gleichen Farbfamilie wie das Dunkelgrün und wird dezent eingesetzt, um Variation in das Gestaltungsbild zu bringen.

Bei Printmedien sollte, wenn möglich, immer ein reines Weiß verwendet werden. Je nach Untergrund darf der Weißton aber farblich minimal variieren, zum Beispiel bei nicht rein weißem Papier oder Textilien. Dies ist aber einzelfallabhängig und wird von der Gesamtwirkung der Gestaltung bestimmt.

Dunkelgrün
#00302D
RGB (0-48-45)
CMYK (93-51-60-65)
PANTONE 5467 C
Logo, Hintergrund

Weiß
#FFFFFF
RGB (255-255-255)
CMYK (0-0-0-0)

Logo, Schrift

Goldgelb
#FEC92C
RGB (254-201-44)
CMYK (0-21-84-0)
PANTONE 123 C
Logo, Schrift, Grafikelemente

Hellgrün
#415B59
RGB (65-91-89)
CMYK (65-36-42-46)
PANTONE 5477 C
Grafikelemente



LOGO

BILDMARKE

Das Standard-Logo der Barnausen besteht aus Bildmarke, Wortmarke und Claim. Ziel der Gestaltung war es, das Logo gleichermaßen traditionell und zeitgemäß wirken zu lassen.

Die Bildmarke im Zeichenstil wird von einem Barkeeper verkörpert. Er das Sinnbild für traditionelle, handwerkliche Kompetenz, ohne sich dabei zu Ernst zu nehmen. Er ist die Personifizierung des Unternehmens und wird im Übrigen auch **der Barnause** genannt. Man sieht ihn gerade bei seiner Arbeit, bei der er im Vintagestil eingekleidet ist. Das verschmutzte Grinsen **des Barnausens** steht für die humorvolle Persönlichkeit und soll Sympathie ausstrahlen. Der/die Betrachter*in soll sich auf einer persönlichen Ebene wohlfühlen, was ein sehr wichtiger Faktor für ein positives Bewir- tungserlebnis ist.

WORTMARKE

Die Versalien der Wortmarke drücken „Bodenständigkeit“ aus. Die Schrift mit urigem, unregelmäßigem Stempelcha- rakter symbolisiert das „Selbstgemachte“, „Handwerk“ und „Natürlichkeit“. Gleicher- maßen wirkt es auch exklusiv im Sinne der Einzigartigkeit – ein Stempelabdruck ist ein Unikat. Durch den warmen Gelbton wirkt die Wortmarke edel und hochwertig und hebt sich optisch von dem sonst weißen Gestaltungselementen hervor. Im Vergleich zu Bildmarke und Claim hat die Wortmarke einen antiquiert wirkenden Stil, der im Kontext mit dem Unterneh- menskonzept als „Vintage“ interpretiert wird.

Beim Erstellen der Wortmarke wurden die jeweiligen Zeichen und die Spationierung manuell bearbeitet für eine harmonische Optik.

CLAIM

Der Claim der Barnausen, „Finest Drinks“, wird mithilfe von serifenlosen Versalien im zeichnerischen Stil visualisiert und unterstreicht den „Hand- made-Charakter“ des Unter-nehmens. Für eine bessere Lesbarkeit auf Distanz wurde die schmal laufende Schrift mit einer Spationierung ver- sehen (Spationierung von 50 bei Schriftgröße von 27 Pt).

Der Claim wird jeweils rechts und links von einer horizon- talen Linie umrahmt, um die gesamte Wortmarke optisch zu unterstreichen.

Bildmarke



Wortmarke

BARNAUSEN

Claim

— FINEST DRINKS —

B = Versalhöhe
der Wortmarke

$\frac{1}{2} \times B$

$3 \frac{1}{2} \times B$

$\frac{1}{4} \times B$

$1 \times B$

$\frac{1}{2} \times B$

$\frac{1}{2} \times B$

$1 \times B$



$1 \times B$

SCHUTZRAUM

Der Schutzraum für das Logo ist rechteckig. Die Abstände der einzelnen Logoelemente basieren auf dem definierten Abstand der Versalhöhe der Wortmarke, auch **B** genannt.

Zu den Außenkanten oben und unten beträgt der Schutzabstand $\frac{1}{2} \times B$. Zu den Außenkanten links und rechts beträgt der Schutzabstand $1 \times B$. Die Bildmarke ist $3 \frac{1}{2} \times B$ hoch. Der Abstand zwischen der Bildmarke und der Wortmarke beträgt $\frac{1}{4} \times B$. Die Grundlinie des Claims liegt eine halbe **B**-Höhe unter der Wortmarke.

Obwohl als Logo primär die Standard-Wort-Bildmarke genutzt wird, können Wort- und Bildmarke unabhängig voneinander genutzt werden.

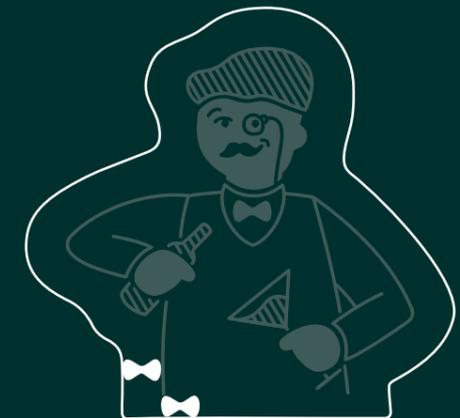
Der Schutzraum für die alleinige Wortmarke ist rechteckig. Zu allen Außenkanten hin beträgt der Schutzraum $\frac{1}{2} \times B$.

Der Schutzraum für die alleinige Bildmarke wird anhand der Fliegengröße bestimmt. Der Abstand nach oben und zu den Seiten verläuft entlang der Konturen der Grafik und beträgt mindestens eine Fliegenbreite. Nach unten beträgt der Schutzabstand eine Einheit der Fliegenhöhe.

Alle genannten Abstände und Schutzräume gilt es unbedingt einzuhalten, um eine konsistente Logorepräsentation gewährleisten zu können. Wenige Ausnahmeregeln für Schutzräume werden im Folgenden erklärt.



Alleinstehende Wortmarke
mit Schutzraum



Alleinstehende Bildmarke
mit Schutzraum

ANSCHNITT

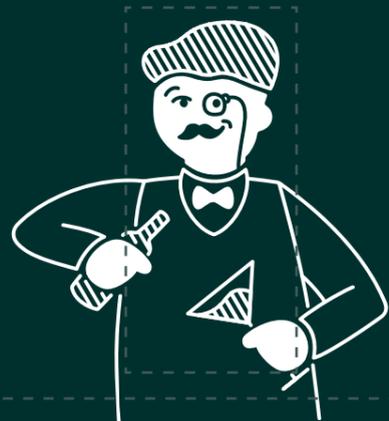
Die alleinstehende Bildmarke wird in wenigen Einzelfällen auch für alternative Gestaltungsmöglichkeiten eingesetzt, bei denen die eben genannten Regelungen zum Schutzraum außer Kraft treten.

Die Bildmarke kann am unteren Rand einer Seite verwendet werden (Anwendungsbeispiele dafür sind Briefpapier oder Aufstellschild).

Dafür gibt es eine gesonderte Logo-datei, welche mit einer Beschnittzugabe am unteren Kantenrand versehen ist. Dabei ist eine einblendbare Begrenzungslinie in der Datei hinterlegt, um eine exakte Ausrichtung an der unteren Bildkante zu gewährleisten.

Diese Arte der Gestaltung gestattet es, die Bildmarke ausschließlich am unteren Seitenrand, vorzugsweise auf der rechten Hälfte zu platzieren.

Eine weitere alternative Gestaltungsmöglichkeit, die Ausnahmeregeln für den Schutzraum bedarf, ist das „Zuschneiden“ der Bildmarke. Dabei gibt es einen zentralen Schutzbereich der Bildmarke, welcher stets abgebildet werden muss, um eine sichere Wiedererkennung des Logos gewährleisten zu können. Auch für diesen Anwendungsfall gibt es eine Datei, die genau diesen Schutzbereich markiert. Im Anwendungsbeispiel der Liegestühle wurde eine Version nach dieser Gestaltungsart kreiert, da es passend für das Produkt und sein Format war.

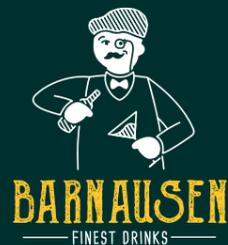


Logo mit Begrenzungslinie, Beschnittzugabe und Schutzbereich für Mindestzuschneidung



Bei beiden Ausnahmen der alternativen Logogestaltung ist zu beachten, dass diese im gestalterischen Kontext nicht zu dominant oder störend wirkt. Sie sollte deshalb äußerst bedacht eingesetzt werden.





30 mm / 113 px

Mindestbreite Wort-Bildmarke

MINDESTGRÖSSE

Um die Lesbarkeit von Logo oder **dem Barnausen** zu gewährleisten, wurden Mindestgrößen für Print und Digital festgelegt. Das Logo darf nicht kleiner als 30 mm bzw. 113 px breit dargestellt werden, da **der Barnause** mit seinen detaillierten Gestaltungselementen sonst nur schwer zu erkennen ist. Die Mindestgröße muss zwingend eingehalten werden mit Ausnahme der Nutzung als Social Media Profilbild.

Die Mindestgröße für die alleinste-hende Bildmarke beträgt 23 mm bzw. 87 px in der Breite.

Die alleinstehende Wortmarken-größe beträgt mindestens 30 mm. Dies entspricht 113 px für den digitalen Bereich.



23 mm / 87 px

Mindestbreite Bildmarke



30 mm / 113 px

Mindestbreite Wortmarke

VARIATIONEN

Sollte für das Standardlogo der Barnausen nicht genügend Platz vorhanden sein, gibt es sekundäre Logovariationen. Bei der Variation wird **der Barnause** nur bis zu den Schul-tern dargestellt. Man sieht ihn also nicht bei der Arbeit als Barkeeper, weshalb diese Logovariation nur in Ausnahme-fällen verwendet werden soll. Die Abstände des Schutz-raumes werden auch hier wieder in Versalhöhen (bzw. Fliegeneinheit bei der reinen Bildmarke) gerechnet.



23 mm / 87 px Mindestbreite

sekundäre Wort-Bildmarke



14 mm / 60 px Mindestbreite

sekundäre Bildmarke



BARNAUSEN
FINEST DRINKS

ZULÄSSIGE VARIANTEN

Das mehrfarbige Logo sollte hauptsächlich auf dem anfangs definierten dunkelgrünen Hintergrund genutzt werden.

Für die einfarbige Darstellung wird ein weißes Logo verwendet.

Bei einfarbiger Darstellung mit Graustufen wird ebenfalls ein weißes Logo verwendet. Dabei muss beachtet werden, dass der Hintergrund einen Schwarzanteil von 50 Prozent nicht unterschreitet.

Grundsätzlich sollte das helle Logo immer auf dunklem Hintergrund platziert werden. Ist dies in keinem Fall umsetzbar, ist auch diese schwarz-weiße Version des Logos zulässig.

Die Platzierung des Logos auf Fotos ist zulässig. Dabei wird eine Grünfläche mit circa 80-prozentiger Transparenz zur Unterstützung genutzt. Der Transparenzwert ist variabel und abhängig von der Beschaffenheit des Fotos.



UNZULÄSSIGE VARIANTEN

Das Logo darf niemals kontextlos gedreht werden.

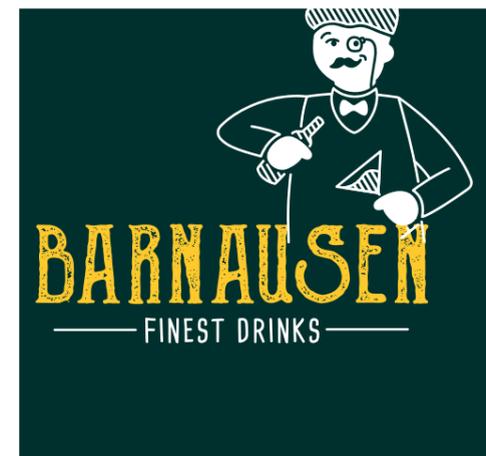
Die Wort-Bildmarke muss sich deutlich vom Hintergrund abheben. Sowohl Bild- als auch Wortmarke müssen gut erkennbar sein.

Das Logo muss in einer hohen Auflösung abgebildet werden. Mindestens 300 dpi sind erforderlich.

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

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

Bei der monochromen Logovariation auf weißem Hintergrund dürfen die Flächen nicht schwarz gefüllt werden.





TYPOGRAFIE

TYPOGRAFIE

Das Design der Barnausen wird von drei verschiedenen Schriftarten getragen. Hierbei handelt es sich um „Goldsmith Vintage“, „Cardenio Modern“ und „Spartan“.

Das generelle Absatzformat der Gestaltungsmedien ist linksbündig ausgerichtet, wobei es je nach Ermessen auch möglich ist, Texte zu zentrieren, sofern dies für das entsprechende Layout vorteilhafter wirkt. Ein Beispiel dafür stellt unter anderem der Text auf der Website dar.

GOLDSMITH VINTAGE

BILDMARKE

Die Versalien der Zierschrift „Goldsmith Vintage“ finden ausschließlich in der **Wortmarke** des Logos Verwendung. Beim Erstellen der Wortmarke wurden die jeweiligen Zeichen und die Spationierung für eine gleichmäßige, harmonische Optik manuell bearbeitet.

CARDENIO MODERN BOLD

ÜBERSCHRIFTEN

„Cardenio Modern“ im Bold-Schnitt wird nicht nur für den **Claim** des Logos verwendet, sondern auch für **Überschriften** (jedoch ohne Veränderung der Spationierung). Sofern das Format nicht anderes erfordert, werden Überschriften in 24 Pt angelegt.

Die folgende Seite befasst sich mit besonderen Anwendungsfällen dieser Schrift.

Spartan Regular
Spartan Bold

Fließtexte
Hervorhebungen

Für **Fließtexte** wird „Spartan Regular“ idealerweise in 10 Pt mit 18 Pt Zeilenabstand verwendet. Der erhöhte Zeilenabstand steigert die Lesbarkeit. Bei **Hervorhebungen** kann der Text, wie z. B. die Betreffzeile eines Briefs, in „Spartan Bold“ angelegt werden. Falls diese Schriften in einzelnen Zusammenhängen nicht leserlich erscheinen sollten, darf auf sämtliche Schriftschnitte der Spartan zurückgegriffen werden. Da es sich um einen variablen Font handelt, gibt es Strichstärken zwischen den Werten 100 und 900.

BESONDERHEITEN

Um einzelne Sätze besonders hervorzuheben, kann der Text mit einem schrägen **Highlight** versehen werden. Dies lässt das Design dynamischer, lockerer und humorvoll wirken. Für dieses Stilmittel gibt es auch Gestaltungsregeln, die ein einheitliches Brand Design gewährleisten.

Der gelbe Text ist in „Cardenio Modern Regular“ auf ein hellgrünes Rechteck platziert. Ausgehend von der Schriftgröße muss der Abstand zwischen der Schrift und der Form oben und unten 1/3 der Versalhöhe entsprechen; Rechts und links entspricht der Abstand einer halben Versalhöhe. Der Schutzraum für die Highlightform beträgt zumindest eine halbe Versalhöhe in alle Richtungen. Alle Ecken sind um den Faktor 1/4 der Rechteckhöhe abgerundet. Die Highlightform wird mitsamt Textinhalt bei mittiger Ausrichtung gedreht. Dies geschieht in 0,25° Intervallschritten zwischen den Werten -1,75° und -1° und 1° und 1,75°.

Wird ein mehrzeiliger Text gestaltet, soll zwischen den geneigten Highlightformen nicht weniger als eine halbe Versalhöhe Abstand gelassen werden.

Sollen mehrere Gestaltungselemente als zugehörig gekennzeichnet werden, geschieht dies durch die **Einrahmung** einer schiefen Kastenkontur in Goldgelb. Folgende Regeln zu Rundung, Schutzabstand und Neigung des gelben Rahmens beziehen sich auf das DIN-A5-Format der Getränkekarte.

Die goldgelbe Kontur eines Rechtecks wird um die gewünschten Elemente in der Stärke 1 Pt angelegt. Auch hier werden die Ecken abgerundet (4 mm bei DIN A5). Bei der Neigung wird ausschließlich der Rahmen ohne Inhalt gedreht. Dies erfolgt ebenfalls in 0,25° Intervallschritten zwischen den Werten -1,75° und -1° und 1° und 1,75°. Der Schutzabstand zwischen Text und Kontur darf innerhalb des Rahmens nicht 3 mm unterschreiten. Werden mehrere Rahmen auf einer Seite angeordnet, muss darauf geachtet werden, dass ihr Abstand zueinander nicht mehr weniger als 4 mm beträgt.



SNACKS

Panini „Wurstig“	5
Panini „Käsig“	4
Panini „Vegan“	5,5
Paprika-Chips	2,5
Erdnüsse	1,5
Studentenfutter	2
Pommes	3

SOFTDRINKS

Coca Cola	0,2L	2,5
Coca Cola Zero	0,2L	2,5
Fanta	0,2L	2,5
Sprite	0,2L	2,5
Mezzo Mix	0,2L	2,5
Eistee	0,2L	2,3
Mineralwasser	0,2L	2
Spezi	0,2L	2,5
Apfelsaft	0,2L	2,5
Homemade Limo	0,2L	3

DER TRUNK NIMMT

UNS DIE SORGEN,

ABER NUR BIS MORGEN.



ANWENDUNGSBEISPIELE - PRINT



OFFIZIELLE DOKUMENTE

Auch wenn ein großer Teil der Kommunikation der Barnausen digital, in Form von E-Mails und Privatnachrichten, stattfindet, sind Briefe unabdingbar.

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 den Barnausen in Kontakt zu treten.





GUTSCHEIN

Gutscheinkarten sind eine schöne Geschenkidee und eignen sich perfekt dafür, um Freunde und Familie zu einem Drink einzuladen.



WERBEARTIKEL

Sticker (r. o.) und Flyer (r. u.) stellen eine kostengünstige Möglichkeit dar um potenzielle Kund*innen anzuwerben. Die Sticker sollen am Bar Truck ausliegen und über die Barnausen, z. B. auf Messen, in Umlauf gebracht werden.





BARNAUSEN
FINEST DRINKS

PROST MAHLZEIT

Wir sind ein junges Team und möchten im Jahr 2022 einen Bar Truck in Betrieb nehmen und in der Region Aschaffenburg-Alzenau etablieren.

Wir bieten ein breites Sortiment an Cocktails, Longdrinks und weiteren Getränken an. Hierzu zählen neben den Klassikern wie beispielsweise Caipirinha oder Tequila Sunrise auch Eigenkreationen der Barnausen.

Bei der Zubereitung unserer Produkte setzen wir auf Qualität und Regionalität. Wir stehen in engem Kontakt mit Winzern, Keltereien und Brennereien aus dem Kahlgrund um diese Werte schon bei der Auswahl unserer Zutaten umzusetzen und lokale und kleinere Unternehmen gezielt zu unterstützen.

EURE BARNAUSEN

GETRÄNKEKARTE

Ein wichtiger Bestandteil der Geschäftsausstattung der Barnausen ist die Getränkekarte. Sie ist im DIN-A5-Format angelegt. Sie besteht aus Einzelseiten, welche auf einem Klemmbrett in Holzoptik zusammengeheftet sind. Auf diese Weise können einzelne Seiten je nach Bedarf, Saison oder Anlass problemlos ausgetauscht werden.

Auf den Rückseiten der Getränkekarte wurden thematisch passende Fotos platziert, sodass der/die Betrachter*in und die gegenüber sitzende Person einen subtilen visuellen Eindruck über die Produktauswahl erhalten können.

BELEG

Obwohl Belege bei einem Bar Truck selten über die Theke gehen, müssen jene aus gesetzlichen Gründen produziert werden.

Hierbei wird anstelle von der Standard-Wort-Bildmarke nur die alleinige Wortmarke genutzt. Dies spart Platz und zugleich Materialkosten.



BARNAUSEN
FINEST DRINKS

Karlesberg 22, 63776 Mömbris
Tel. 015253643370

BELEG

Beschreibung	Preis
1x Panini "Wurstig"	5,00
1x Coca Cola	2,50
1x Mojito	3,30

Total	10,80
Cash	15,00
Change	4,20

Bank card
Approval Code --- --- 234
#123456

VIELEN DANK!





BAR TRUCK FOLIERUNG

Der Bar Truck der Barnausen ist das Herzstück des Unternehmens. Er hat keinen permanenten Verkaufsort, sondern öffnet sein Geschäft an unterschiedlichen Orten. Umso wichtiger ist es, eine Atmosphäre mit Wiedererkennungswert zu erschaffen.

Dies geschieht mit dem Truck selber, welcher als weitsichtige Werbefläche dient, nicht nur wenn er im Betrieb ist, sondern auch wenn er auf den Straßen unterwegs ist.

Die Logos wurden unverkennbar auf dem Truck platziert. Die Positionierung **des Barnausens** erweckt den Eindruck, als würde er hinter der Theke des Fensterausschnittes hervorschauen.

AUFSTELLER

Um Kund*innen im nahen Umkreis auf den Bar Truck aufmerksam zu machen, wurde ein hölzerner Aufsteller gestaltet, welcher Interessent*innen direkt zum Bar Truck führen soll.



ARBEITSKLEIDUNG

Um auch bei der Arbeit als Teammitglied der Barnausen erkennbar zu sein, tragen die Angestellten eine eigene Arbeitskleidung, bestehend aus einem gebrandeten Polohemd und einer Lederschürze.



LIEGESTUHL

Durch die Mobilität des Bar Truck-Geschäfts verwenden die Barnausen unter anderem zusammen klappbare Liegestühle, welche zum Verweilen und Genießen der Drinks einladen. Jene wurden in zweifacher Ausführung gestaltet, um Variation in das Gesamtbild zu bringen.



GASTRONOMIEAUSSTATTUNG

Zu jeder Grundausrüstung eines gastronomischen Betriebes gehören Servietten und Untersetzer. Vor allem Letztere sind oftmals von bekannten Biermarken gesponsert und dementsprechend gebrandet. Für die Barnausen wurden hauseigene Bierdeckel entworfen, welche neben dem Logo auch mit humorvollen (Trink-) Sprüchen versehen wurden.

Auch wenn das Geschäft mit dem Bar Truck zum Verweilen einlädt, kann es sein, dass Kund*innen ihr Getränk zum Mitnehmen bestellen. Für diesen Fall werden Einweg-Trinkbecher angeboten. Aus Nachhaltigkeitsgründen bestehen die Becher aus umweltfreundlicher Pappe und recycelbarem Plastik. Hierbei ist wichtig zu betonen, dass diese Becher ausschließlich für den To-Go-Verkauf bestimmt sind. Für den herkömmlichen Konsum vor Ort werden alle Drinks in hochwertigen Gläsern serviert.





ANWENDUNGSBEISPIELE - DIGITAL

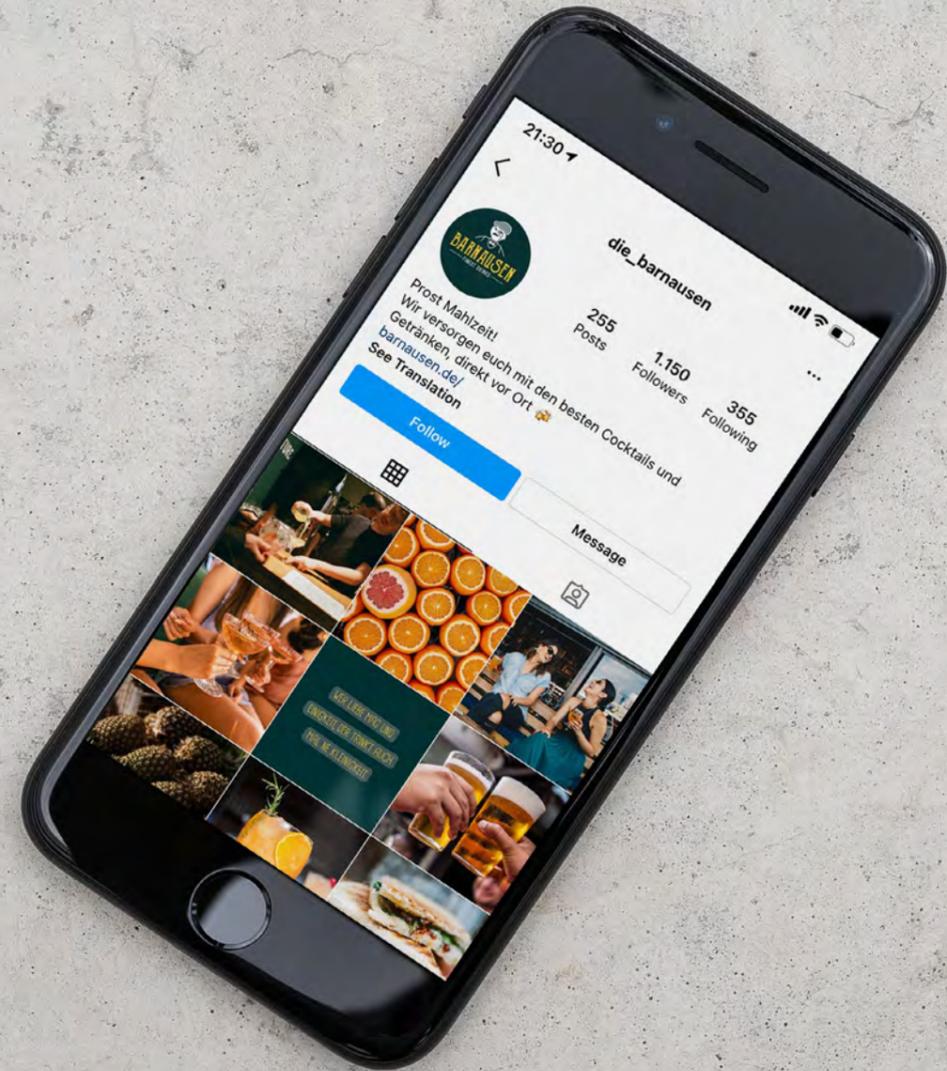


WEBSEITE

Auf der Webseite der Barnausen sind alle wichtigen Informationen rund um das Bar Truck-Unternehmen hinterlegt. Bereits auf der Startseite gewinnt der/die Besucher*in einen visuell ansprechenden Eindruck des „Barnausen-Erlebnisses“.

Von der Entstehungsgeschichte des Unternehmens, über das Produktsortiment bis hin zur Buchungsanfrage sollen keine Wünsche oder Fragen offenbleiben. Und falls doch, können diese über die im Kontaktabschnitt hinterlegten Daten an das Barnausen-Team kommuniziert werden.





INSTAGRAM

Auf der Instagram-Seite der Barnausen werden Produktneuheiten angekündigt. Es werden Einblicke hinter die Kulissen gewährt. So erfahren zum Beispiel auch Interessent*innen, welche regionale Zutaten in ihren Lieblingscocktail kommen. Zum vorgesehenen Inhalt gehören etwa Rezeptideen, Drinks des Monats, witzige Sprüche oder der jeweilige Standort, an dem sich der Bar Truck momentan befindet. Außerdem werden Beiträge und Storys von Kund*innen repostet.

Im Unterschied zu den Printmedien sind die Logodateien für digitale Anwendungen im RGB-Farbraum angelegt und für Web optimiert.

Dieses Brand Book entstand im Rahmen der Semesterarbeit im Master-Studiengang Intermedia und Marketing an der Hochschule Flensburg.

Es wurde im Wintersemester 2021/22 von Elisabeth Ehlers, Julian Synowski und Mai-Lena Nguyen erstellt.

