



Design und Markenrichtlinien Style Guide 2020



Markenhandbuch Nr. 01/2020

Die Gestaltungsrichtlinien

Um eine durchgängige Corporate Identity einzuhalten, haben wir diese Gestaltungsrichtlinien entwickelt, das die Handhabung mit unserem Logo, Typografie und Farbklima bestimmt.

Das Erscheinungsbild soll dazu beitragen, die Marke (Hohenthanner Schlossbrauerei) in allen Publikationen als starke Marke leicht zu erkennen.

Der Wiedererkennungswert eines Unternehmens ist auf dem komplexen Medienmarkt wichtiger denn je. Damit schafft Hohenthanner eine klare Positionierung.

Die vorliegenden Design- und Markenrichtlinien bieten eine Zusammenfassung über das visuelle Erscheinungsbild aller Print- und Onlinemedien der Hohenthanner Schlossbrauerei und damit einen Überblick der gültigen Corporate Design Richtlinien.



Markenhandbuch

02.....Gestaltungsrichtlinien

04.....Firmenlogo

10.....Die Hausschrift

14.....Das Farbklima

18.....Keyvisual

20.....Rastersystem





Firmenlogo

Logo Einführung

Logo Philosophie

Wort-Bild-Marke

Logo Schutzzone

Logo Anwendungen



Wortmarke - der Ausdruck der visuellen Kommunikation

Logo Einführung

Unser Logo ist der Spiegel unserer Identität. Als primäres, visuelles Element gilt es den Wiedererkennungswert der Signatur zu wahren. Die Kombination aus Symbol selbst und Firmenname hat eine strikte Beziehung zueinander, die es beizubehalten gilt.



Logo Philosophie

Das Logo der Brauerei besteht aus zwei Elementen, dem Schriftzug Hohenthanner Schlossbrauerei und einem Bildelement. Das Bildelement ist ausdrucksstark, es zeigt drei Tannen als Symbol für Hohenthann, das Familienkürzel sowie das Gründungsjahr und erinnert damit an die lange

Geschichte der Brauerei sowie der Familie Rauchenecker. Zusätzlich sind wesentliche Bestandteile in der Bierherstellung, Hopfen und Gerste, mit eingearbeitet. Der souveräne Charakter und die Bedeutung des Unternehmenszeichens sorgt für eine klare Positionierung. In der Gesamtbetrachtung erscheint das Logo klassisch - traditionell.

Wort-Bild-Marke



1) Grafisches

2) Textliches Element

Die Wort-/Bildmarke wird klar positioniert und soll den Bezug zur starken Heritage beibehalten. Es erscheint wie ein Wappen der Brauerei-Familie. Die kräftige Wortmarke darunter bildet einen Kontrast zur Bildmarke und somit drückt Souveränität und Stärke aus.

Empfohlene Formate sind:

.eps | .ai | .jpg | .tiff | .png

Beachtung:

Die Verwendung von stilisierten, animierten, handgezeichneten oder anderen Versionen eines inoffiziellen Logos ist nicht gestattet. Dies untergräbt die Markenkonsistenz.

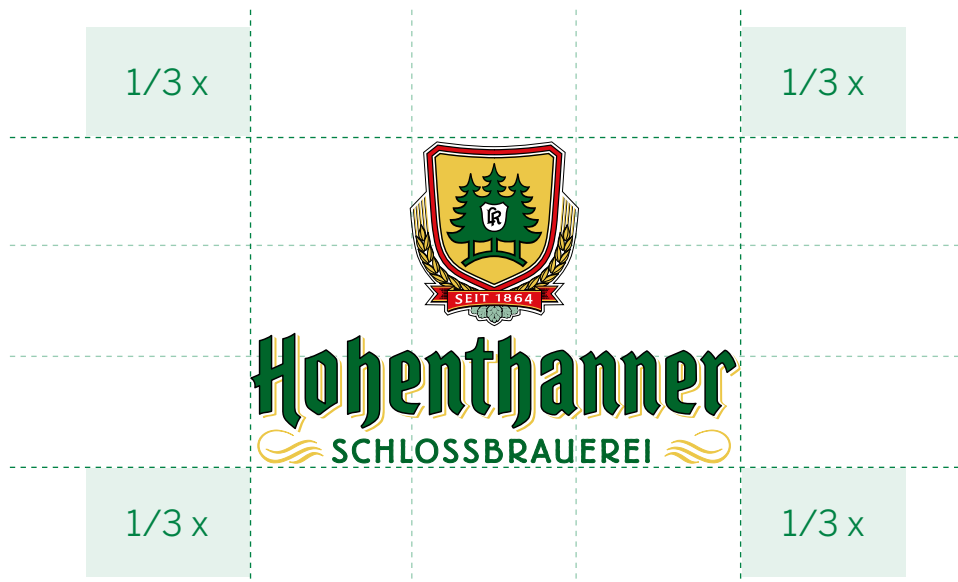


Die Einzigartigkeit zum Ausdruck bringen - Logoschutzzone

Das Logo hat einen Freiraum, die Logoschutzzone – eine weiße unantastbare Fläche, deren Größe sich aus dem Logo ableitet.

Das Logo wird zerlegt in drei gleich große Teile und um jeweils ein Drittel zu den Seiten hin erweitert. Die daraus abgeleitete Einheit $1/3x$ bestimmt die unantastbare Schutzzone. Innerhalb dieser Fläche dürfen keine weiteren Texte, Bilder oder Grafiken platziert werden.

Die Schutzzone der Wort-Marke



Definition:

Jedes Mal, wenn Sie das Logo verwenden, sollte es mit Freiraum umgeben sein, um seine Sichtbarkeit und Wirkung sicherzustellen. Keine grafischen Elemente irgendeiner Art sollten in diese Zone eindringen.

Berechnung:

Um die Schutzzone zu berechnen, nehmen Sie die Breite des Logos und teilen sie in drei Teile.
(Schutzzone = Breite / 3).



Logo Anwendungen



Logo Standard

Das Logo steht immer auf einem weißen Hintergrund bzw. auf ein beige farbigen Hintergrund.



Logo Gold

Diese Form des Logos wird bei dunklen Hintergründen verwendet, auf denen die Standard-Variante schlecht zu erkennen ist.



Logo Oval

Die Oval-Variante wird bei Biergläsern sowie plakative Anwendungen verwendet wie z.B. Email Schilder.



Logo in Graustufen

Wird immer dann verwendet, wenn die farbige Variante aus drucktechnischen Gründen nicht verwendet werden kann.



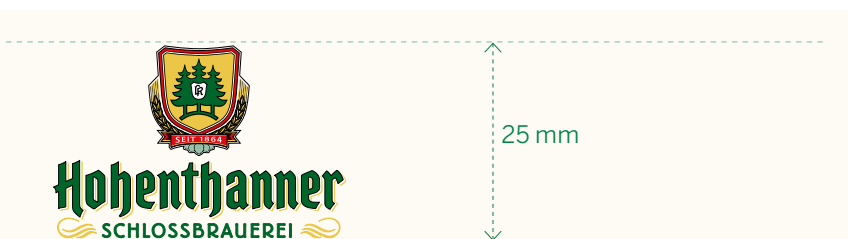
„Negativ“-Variante

Diese Variante findet bei ausgewählten Merchandising-Produkten Anwendung.

Minimale Logogröße

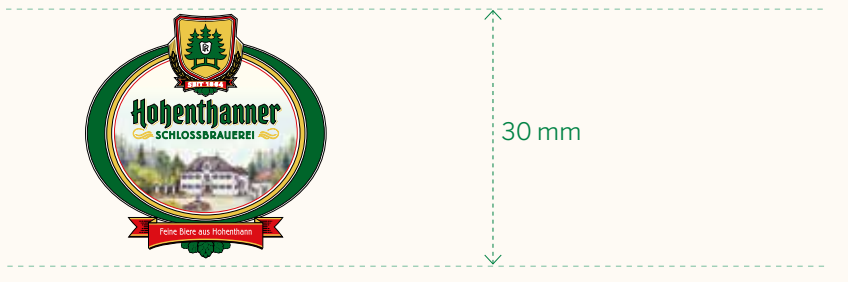
Logo Standard

Mindesthöhe: 25 mm



Logo Oval

Mindesthöhe: 30 mm





Unzulässige Logo-Varianten

Anwendung

Die äußere Form des Logos bleibt bei sämtlichen Einsatzbereichen bestehen. Alle Änderungen am Logo verfälschen den Charakter und sind daher unzulässig. Das Logo wird nicht in andere Sprachen übersetzt. Lassen Sie dem Logo immer etwas Platz, um die Wirkung zu unterstreichen. Versuchen Sie, weiße oder neutrale Hintergründe zu verwenden, die das Logo in Szene setzen.

Falsche Logo-Anwendung



Farbzusammenstoß

Legen Sie das Logo nicht auf die falsche Farbe. Das Logo darf nicht aufgerastert oder in einer anderen Farbe angewendet werden. (siehe Seite 07)

Drehen / Scherung

Das Logo darf nicht gedreht oder gestaucht werden.

Farblicher Hintergrund:

Wenn es unvermeidlich ist, das Logo auf einer Farbe zu platzieren, verwenden Sie das negative Logo. Das Logo darf nicht auf zu unruhigen Bildmotiven positioniert werden. Die Lesbarkeit muss gewährleistet sein.

Nicht in Ordnung

Fügen Sie keine Effekte wie Verzerrungen, Schlagschatten, Prägungen oder ähnliches zum Logo.

Bei Fragen zu konzeptionellen oder produktionsellen Aspekten der dargestellten Anwendungen wenden Sie sich gerne an uns.

1/3 x

1/3 x



Hohenthanner
SCHLOSSBRAUEREI

1/3 x

1/3 x





Die Hausschrift Typografie

Die Hausschrift

Primäre Schrift

Sekundärschrift

Texthierarchie



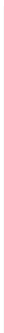
Die Hausschrift und typografische Richtlinien

Die Typografie spielt eine wichtige Rolle bei der Vermittlung von Gesamteindruck und Qualität. Der einheitliche Umgang mit Typografie verstärkt unsere Persönlichkeit und sorgt für Klarheit und Harmonie auf allen Hohenthanner Schlossbrauerei Kommunikationsebenen.

Wir haben uns für Berliner Grotesk Std und Miller Text entschieden, da diese beiden Schriftarten die Geradlinigkeit und Präsenz der Hohenthanner Schlossbrauerei sowohl primär als auch sekundär zum Ausdruck bringen und so die Kommunikation in ihrer Gesamtwahrnehmung stärkt.

Primäre Schrift

BERLINER GROTESK® STD



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

Berliner Grotesk® Std

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

Berliner Grotesk® Std Medium

Primäre Schrift
Berliner Grotesk® Std

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

Berliner Grotesk® Std Bold

Designer:
Hausschnitt

Die Schriftart:

Die von Hausschnitt entworfene Schrift aus dem Jahr 1913 hat Erik Spiekermann 1979 digitalisiert.

Dieses unverwechselbare Design mit hoher x-Höhe, kurzen Abseilen und rauen Kanten eignet sich für Werbung, Displays und kurze Textblöcke. Das fette Gewicht ist besonders nützlich für „laute“ Überschriften und Anzeigenkopien.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Ziffern

! " \$ % & / () = ? ` ; :
i " ¶ ¢ [] | { } ≠ ÷ '
« » € ® † Ω " / ø π • ± '
æ œ @ Δ ° ª © ¢ ¤ ¥ ≈ §
√ ~ μ ∞ ... - ≤ < > ≥ ~ > < ◊

Schriftzeichen

Berliner Grotesk ist eine Marke von Berthold Types Limited.



a

Die Hausschrift und typografische Richtlinien

Sekundär- schrift



MILLER TEXT

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

Miller Text
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

Miller Text
Italic

Sekundärschrift Miller Text

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

Miller Text
Bold

Designer:
Matthew Carter

Die Schriftart:

Miller ist eine Transitional-Serifen-Schriftfamilie, die von Matthew Carter entworfen und 1997 über das Font Bureau veröffentlicht wurde. Sie gilt als schottisch-römisches Design - ein Stil, der aus Schottland stammt und im 19. Jahrhundert populär war. Miller ist berühmt für seine Verwendung in zahlreichen US-Zeitungen. Es handelt sich um eine große Familie, die eine spezielle Display-Version sowie Kapitälchen und kursive Kapitälchen enthält - ein Merkmal, das in historischen schottischen Römern häufig anzutreffen ist.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Ziffern

! “ § \$ % & / () = ? ` ; :
i “ ¶ ¢ [] | { } ff ÷ ‘
« ¼ € ® † - .. / ø © • ffl ‘
æ œ @ fj ° ª © f * , å ¥ × ç
¾ ~ µ ffi ... - R < > r ~ > < e

Schriftzeichen



Typografie und Texthierarchie

Typografie kann die inhaltliche Aussage des Textes visuell transportieren und zusätzlich die gewünschten Stimmungen und Assoziationen vermitteln. Die Gestaltung des Textes sollte eine visuelle Hierarchie schaffen: Sie ist die Benutzerschnittstelle, gestaltet das User Interface

und kreiert die User Experience. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie Sie ein Gefühl der Hierarchie erzeugen können. Hier sind einige der häufigsten Techniken für die Hohenhanner Schlossbrauerei Layouts.

Mengentext und Titel



Schlagzeilen

Mengentext

Die Rohstoffe wachsen vor den Brauereitoren - die Landwirte und Brauer kennen sich persönlich.

-

Miller Text

9 pt Schriftgrad / 12 pt Zeilenabstand

Copy Text

Hohenhanner Schlossbrauerei GmbH & Co. KG

-

Miller Text Bold

8 pt Schriftgrad / 11 pt Zeilenabstand

Überschrift Mengentext

IGN Hopfenvermarktungs- und Vertriebs-GmbH

-

Berliner Grotesk® Std

11 pt Schriftgrad / 11 pt Zeilenabstand

Große Überschrift Ruftext

**Hopfen aus der Hallertau
Getreide aus Bayern**

-

Berliner Grotesk® Std

21 pt Schriftgrad / 22 pt Zeilenabstand

Titel für Schlagzeile

**Die Tradition
wahren und...**

-

Berliner Grotesk® Std

40 pt Schriftgrad / 40 pt Zeilenabstand

Hausfarbe Farbcode



Die Hausfarbe

Primärfarbe / Farbcode

Sekundärfarbe



Primäre Hausfarbe und Farbcodes

Die Schlossbrauerei Hohenthann legt auf die Farben aus der Wort-/Bildmarke besonderen Wert, sie spielen in der Corporate Identity damit eine große Rolle. Die folgenden Farben sind Empfehlungen für verschiedene Medien. Es wurde eine Palette von Primärfarben entwickelt, die das Farbschema für die Hohenthanner

Schlossbrauerei umfasst. Die konsequente Verwendung dieser Farben trägt dazu bei, die Markenidentität in allen relevanten Medien harmonisch zu gestalten. Überprüfen Sie mit Ihrem Designer oder Drucker, wenn Sie die Unternehmensfarben verwenden, dass sie stets konsistent zum Einsatz kommen.

Primäre Hausfarbe



100 % Gradient 20 %



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

HKS®

Primärfarbe 01
HKS 57K

Farbcode

CMYK : 100 000 100 045

HKS : 57 K

RGB : 000 101 041

Web : #006529

Farbpalette

Primäres Farbsystem:

Erläuterung:

die Hohenthanner Schlossbrauerei hat eine wesentliche und offizielle Farbe: grün. Das grün wird dabei in zwei verschiedene Farbnuancen unterschieden und verkörpert ein unverwechselbares Erkennungsmerkmal der Hohenthanner Schlossbrauerei.

Verwendung:

Verwenden Sie diese Farbpalette für alle internen und externen visuellen Präsentationen der Hohenthanner Schlossbrauerei.



100 % Gradient 20 %



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %

PANTONE®

Primärfarbe 02
Pantone 343 C

Farbcode

CMYK : 089 039 075 040

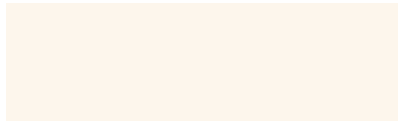
Pantone : 343 C

RGB : 009 085 064

Web : #095540



Sekundärfarbe für die Hintergrundgestaltung



100 % Gradient 20 %



100 % Gradient 20 %

Sekundärfarbe A

Farbcode

CMYK : 001 004 009 000

Pantone : 343 C

RGB : 253 246 236

Web : #fdf6ec

Sekundärfarbe B

Hintergrund mit Struktur

Dateien per link downloaden:

www.hohenthanner.de/download/



Sekundärfarbe C

Farbcode

CMYK : 040 049 065 035

RGB : 126 101 074

Web : #7e654a

Die Sekundärfarben und Farbcodes

Sekundärfarben:

Erläuterung:

Die Sekundärfarben sind komplementär zu unseren offiziellen Farben, aber nicht identifizierbare Identifikatoren für das Unternehmen. Die Sekundärfarben A und B sind zum einfärben vom Hintergrund.

Verwendung:

Verwenden Sie die Sekundärfarben, um die Primärfarbenpalette zu betonen und zu unterstützen.

Definierte Logo Farben und Farbcodes

Die Grundfarbigkeit des Logos besteht aus der definierten Primärfarbe Hohenthanner-Grün. Schwarzweiß-Darstellungen sollten die Ausnahme sein.



● Fw 02

● Fw 01

● Fw 03

Hohenthanner
SCHLOSSBRAUEREI



Fw 01: Farbcode Grün

CMYK : 100 000 100 045

HKS : 57 K

RGB : 000 101 041

Web : #006529



Fw 03: Farbcode Gold

CMYK : 010 020 080 000

Pantone : 871 C

RGB : 235 199 071

Web : #ebc747



Fw 02: Farbcode Rot

CMYK : 005 100 100 000

HKS : 13 K

RGB : 220 012 021

Web : #dc0c15



Fw 04: Farbcode

CMYK : 000 000 000 100

RGB : 028 028 028

Web : #1c1c1c



Hohenthanner

SCHLOSSBRAUEREI





Keyvisual

Das Hohenthanner Schloss

Die Hohenthanner Schlossbrauerei möchte in der Öffentlichkeit stets erkannt werden, hierzu haben wir einen Wiedererkennungswert ausgearbeitet. Dieser generiert sich mit dem einheitlichen Hintergrundsystem wie hier abgebildet sowie Farben, Logo und Typografie.



Schloss

Hintergrund mit Schloss

Dateien per link downloaden:

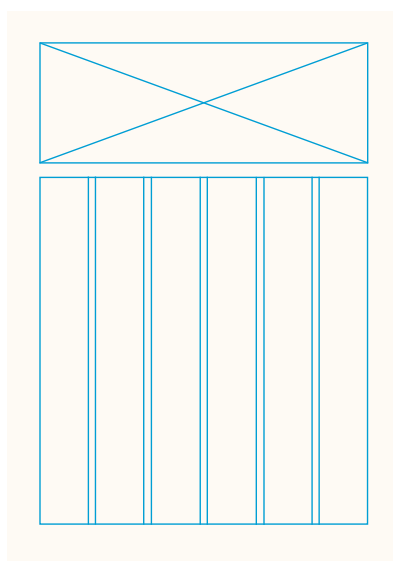
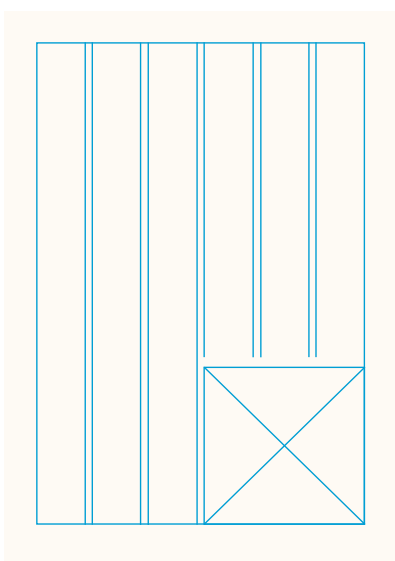
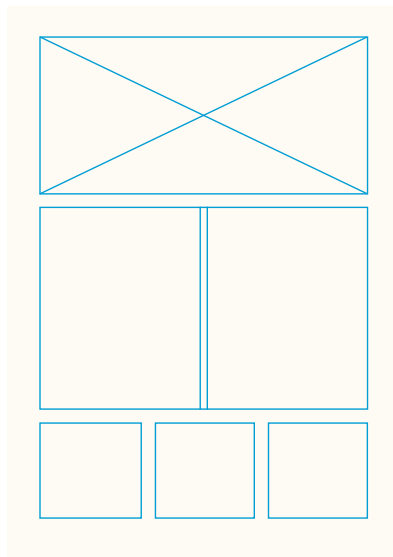
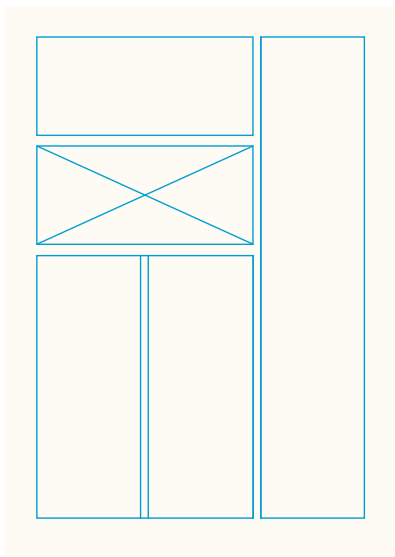
www.hohenthanner.de/download/



Das Rastersystem und die Anwendung

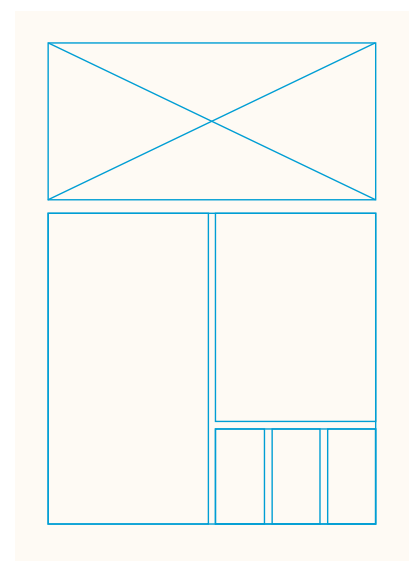
DIN A4 Vertikale Beispiele

Ein Raster kann verwendet werden, um Grafikelemente in Relation zu einer Seite, zu anderen Grafikelementen auf der Seite oder zu anderen Teilen desselben Grafikelements oder derselben Form zu organisieren.



Rastersystem Erläuterung

In der grafischen Gestaltung ist ein Raster eine Struktur, die aus einer Reihe von sich kreuzenden geraden (vertikalen, horizontalen und eckigen) oder gekrümmten Hilfslinien besteht, die zur Strukturierung des Inhalts verwendet werden. Das Raster dient als ein Anker, auf dem ein Designer grafische Elemente (Bilder, Glyphen, Absätze) in einer rationalen, leicht absorbierbaren Weise organisieren kann.





Hohenthanner
SCHLOSSBRAUEREI

Hohenthanner Schlossbrauerei GmbH & Co. KG
Brauhausstraße 1, 84098 Hohenthann
D-Germany

Tel.: +49 87 84 / 96 02-0
Fax: +49 87 84 / 96 02-99
info@hohenthanner.de
www.hohenthanner.de