

# Brand Book

Herbals Hof

# Inhalt

Ein Brandbook, welches auch Brand Manual oder Styleguide genannt wird, beinhaltet alle Elemente des Corporate Designs einer Marke. Als Corporate Design wird das Zusammenspiel der Gestaltungselemente verstanden, die für ein einheitliches visuelles Auftreten verantwortlich sind. Die konsequente Anwendung des Corporate Designs schafft Wiedererkennbarkeit und Kontinuität in der gesamten internen und externen Kommunikation eines Unternehmens.

## 01

Markenidentität  
S. 3-5

## 02

Logo  
S. 6-10

## 03

Farben  
S. 11

## 04

Typografie  
S. 12

## 05

Bilderwelt  
S. 13

## 06

Grafiken  
S. 14

## 07

Anwendungen  
S. 15-18

# Markenidentität

## Brand Story

Der Herbals Hof ist ein landwirtschaftliches Familienunternehmen, das sich seit drei Generationen auf den Anbau und die Weiterverarbeitung regionaler Kräuter und Gewürze im Tiroler Umland spezialisiert hat. Dabei dreht sich alles um das Motto: „Im Einklang mit der Natur“. Die Kräuter wachsen auf den heimischen Feldern schonend heran und werden schließlich getrocknet und sorgfältig per Hand verpackt. Neben dem Verkauf dieser eigens erzeugten Kräuter- und Gewürzmischungen bietet der Herbals Hof auch private Kräuterführungen sowie Kochkurse an, bei denen die Teilnehmer:innen mehr über die Welt der Kräuter lernen und diese zu leckeren Gerichten verarbeiten.

## Positionierung

Im Rahmen einer ausführlichen Marktanalyse, bei der sowohl Konkurrent:innen als auch relevante Studien miteinbezogen wurden, konnte herausgefunden werden, dass eine besonders große Chance darin besteht, die junge Generation für die Kräuterwelt zu begeistern, da dieser nicht genügend Aufmerksamkeit geschenkt wird. Dies bezieht sich auf alle relevanten Aspekte eines Unternehmens - von der

Philosophie, dem Angebot bis hin zum Design. Dennoch darf dabei nicht auf die ältere Zielgruppe vergessen werden, da diese die demografischen Schlüsselkonsument:innen von Gewürz- und Kräutermischungen darstellen.

Um sich von der Konkurrenz abzuheben, die junge Zielgruppe abzuholen und gleichzeitig die ältere Zielgruppe von sich zu überzeugen steht der Herbals Hof für Regionalität, Dynamik, Vertrauen und Innovation. Dabei möchte das Unternehmen neue Wege gehen, was sich sowohl durch die angebotenen Produkte und Dienstleistungen, als auch durch das illustrative Design zeigt.

## Werte

Nachdem eine Markenpersönlichkeit ausgearbeitet wurde konnten folgende Werte für das Unternehmen identifiziert werden:



Regionalität, Nachhaltigkeit,  
Verantwortung, Authentizität,  
Offenheit, Transformation

# Markenidentität

## Essenz

Die Werte des Herbals Hofs wurden schließlich kombiniert und zusammengefasst, wodurch fünf Aspekte definiert werden konnten, auf die im Design ein besonderer Fokus gelegt wurde.

**Nachhaltigkeit:** Das Design des Unternehmens repräsentiert nicht nur Nachhaltigkeit, sondern lebt diese auch (Wahl der Materialien, Verpackungsdesign etc.).

**Authentizität:** Es entstand eine authentische Marke, die sowohl die jüngere, als auch die ältere Zielgruppe überzeugt. Um dies zu erreichen wurden Farben, Formen und Schriftarten gewählt, die einem Kräuterhof entsprechen.

**Traditionell vs. Modern:** Die Tradition des Herbals Hofs (langjährige Erfahrung) und der älteren Zielgruppe wurde mit der Dynamik (neue Wege) und der jüngeren Zielgruppe im Design vereint.

**Einfachheit:** Das Design ist einfach und übersichtlich, damit es die Authentizität und das Vertrauen in das Produkt steigert und zu dessen

Verständlichkeit beiträgt. Erlangt wurde dies u.a. durch das bewusste setzen von Weißraum.

**Transparenz (Offenlegung):** Das transparente (im Sinne von offene) Design, welches gestaltet wurde, stellt die Produktion, die Inhaltsstoffe sowie die Qualität des Produkts in den Vordergrund und vermittelt somit Verantwortung und Authentizität.

## Zielgruppe & Tonalität

Die Zielgruppe des Herbals Hofs vereint junge und ältere Menschen mit Interesse an der Kräuterwelt. Die Marke richtet sich zudem eher an die finanzielle Mittel- und Oberschicht.

Ob jung oder alt - die Werte der potenziellen Konsument:innen des Herbals Hofs sind identisch. Wichtig ist ihnen vor allem Loyalität, Verantwortung und Fairness, gleichzeitig sind sie aber auch aktiv, welt-offen und stets an Innovation und Weiterentwicklung interessiert.

Die Ansprache der Kund:innen erfolgt per „Sie“ - der Sprachstil ist dennoch modern und locker.

## Mission Statement

„Der Herbals Hof ist modern, dynamisch und innovativ und möchte junge Leute für die Welt der Kräuter begeistern. Gleichzeitig steht er für Regionalität, Nachhaltigkeit und Vertrauen, wodurch er auch die ältere Generation von sich überzeugt.“

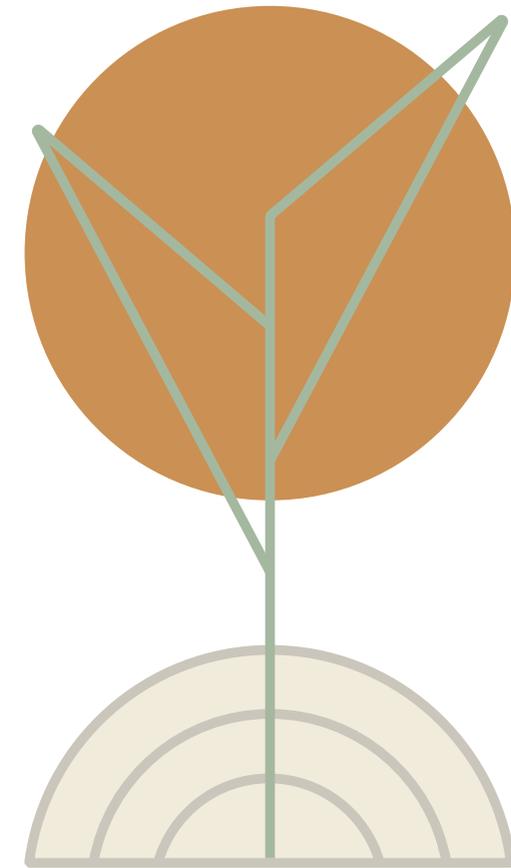
# Logo

Das Logo des Herbals Hofs vereint alle im Rahmen der Positionierung identifizierten Werte - es ist minimalistisch und modern, vermittelt Authentizität und Transparenz und steht zudem für Regionalität, Nachhaltigkeit und Verantwortung.

Die bedachte Kombination von geometrischen Formen fördert die Einfachheit und das Verständnis der Marke, während sie gleichzeitig repräsentiert, dass das Unternehmen bereit ist neue Wege zu gehen. Darüber hinaus stellen wenige und einfache Formen die Qualität des Produkts in den Vordergrund und sorgen zugleich für einen hohen Wiedererkennungswert. Weiters sind die einzelnen Elemente im Corporate Design vielseitig einsetzbar.

Die Formsprache des Logos ist klar definiert - durch die Ausrichtung der Pflanze „zeigt“ das Logo nach oben, wodurch stetige Weiterentwicklung, Wandel und Transformation dargestellt wird. Der bewusst gesetzte Weißraum vermittelt Freiheit und Offenheit.

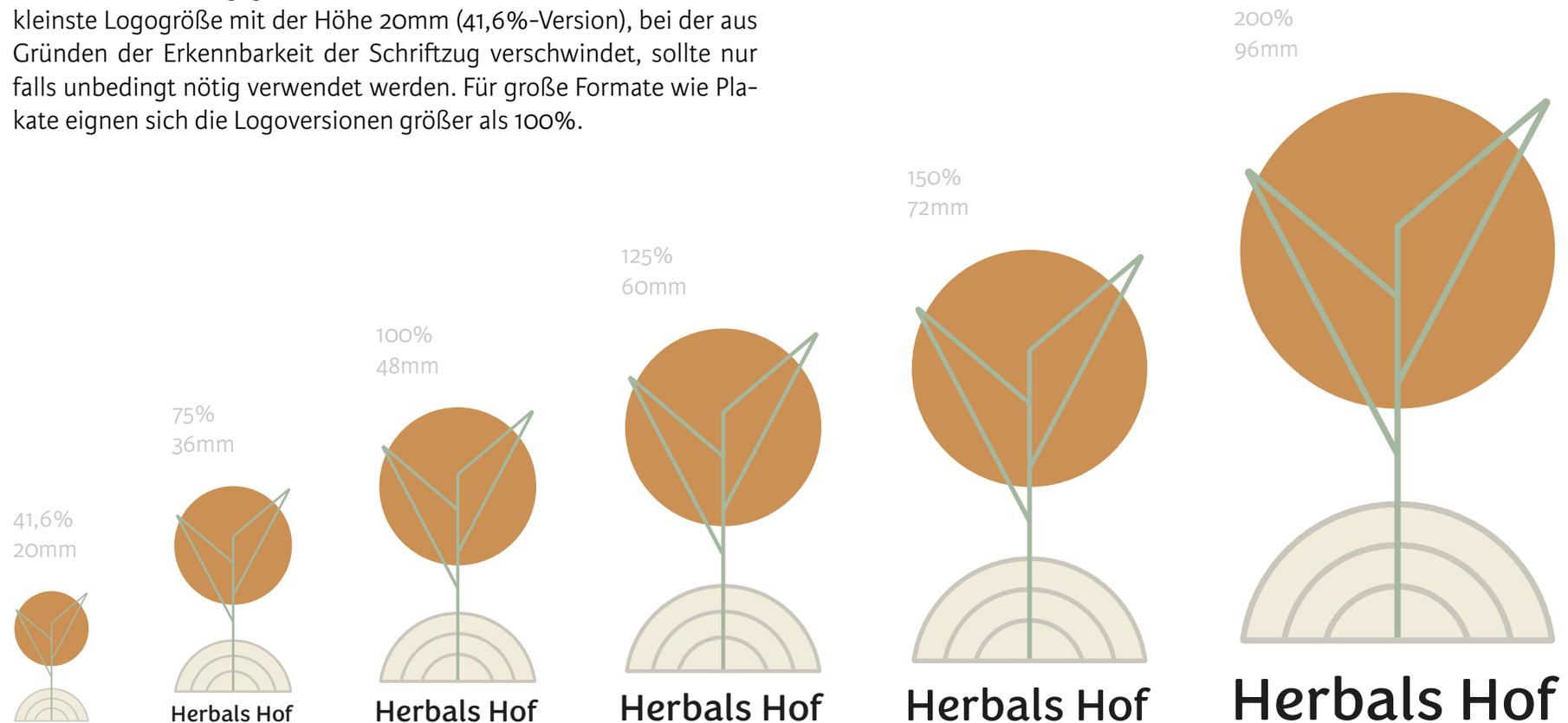
Bezüglich der Farben wurde sich für Pastelltöne entschieden, da diese für Leichtigkeit und Wohlbefinden stehen. Die gewählte Schriftart vereint (wie alle Formen des Logos) gerade Linien mit Abrundungen.



## Herbals Hof

# Anwendungsgrößen

Die Anwendungsgrößen des Logos helfen stets sicherzustellen, dass dieses gut erkennbar ist. Für das Logo des Herbals Hof wurden die untenstehenden Größen definiert. Die Anwendungsgröße mit der Höhe 48mm (100%-Version) eignet sich für Medien im DIN A4-Format. Für kleinere Formate wie beispielsweise DIN A5 eignet sich die kleinere Anwendungsgröße mit der Höhe 36mm (75%-Version). Die kleinste Logogröße mit der Höhe 20mm (41,6%-Version), bei der aus Gründen der Erkennbarkeit der Schriftzug verschwindet, sollte nur falls unbedingt nötig verwendet werden. Für große Formate wie Plakate eignen sich die Logoverversionen größer als 100%.

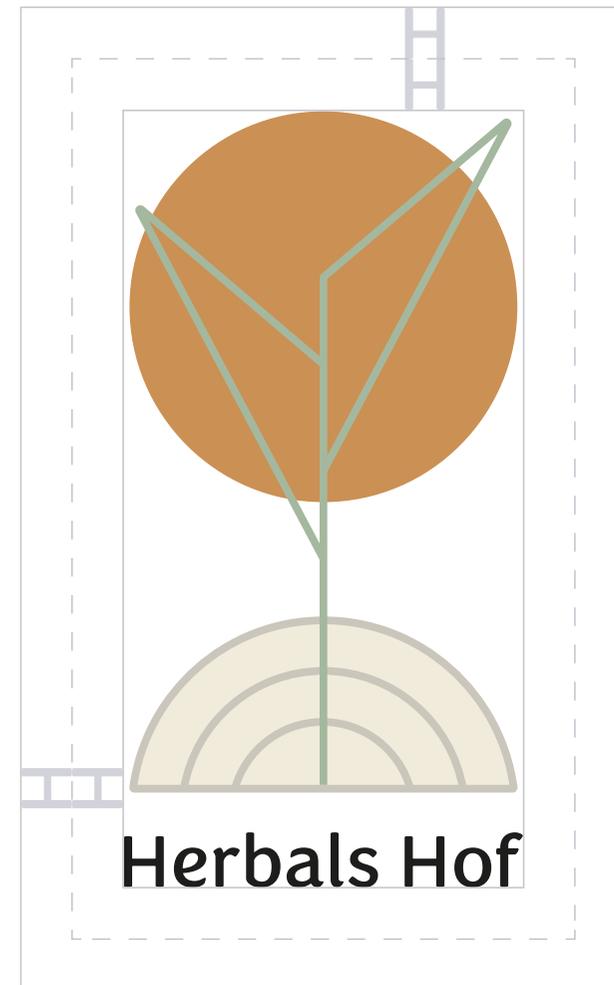


# Clear Space

Als Clear Space wird der Abstand zu Rändern bzw. anderen Designelementen beschrieben, den das Logo immer mindestens haben muss, unabhängig davon wo es genutzt wird. Die Definition dieses Mindestabstands stellt sicher, dass die Erkennbarkeit und die Wirkung des Logos maximiert wird.

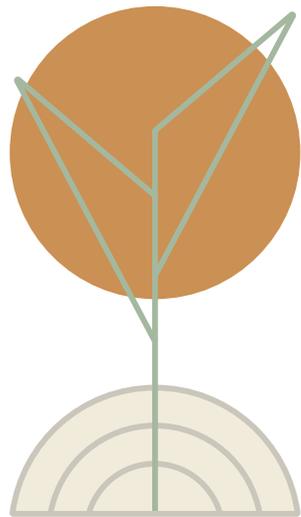
In der dargestellten Grafik wurde sowohl ein Minimalabstand (gestrichelte Linie) als auch ein empfohlener Mindestabstand (durchgängige Linie) festgelegt. Sofern möglich sollte immer der empfohlene Mindestabstand eingehalten werden - der Minimalabstand beschreibt lediglich den absolut geringsten Abstand den das Logo (in Ausnahmefällen) und wenn nicht anders möglich haben darf.

Um die Mindestabstände zu definieren wurde ein grafisches Element aus dem Logo, nämlich der Buchstabe „H“ in der entsprechenden Schriftart verwendet. Dadurch ist der Abstand auf jede Logogröße anwendbar und nicht von einer bestimmten Computersoftware abhängig. Der empfohlene Mindestabstand beträgt also „zwei H's“, der Minimalabstand beträgt „ein H“.

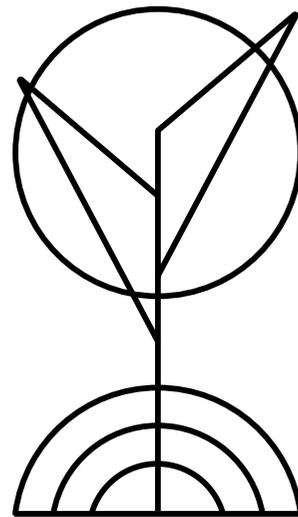
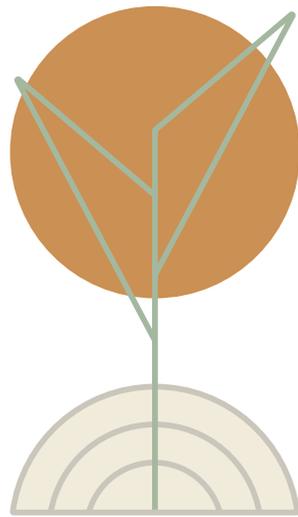


# Logovarianten

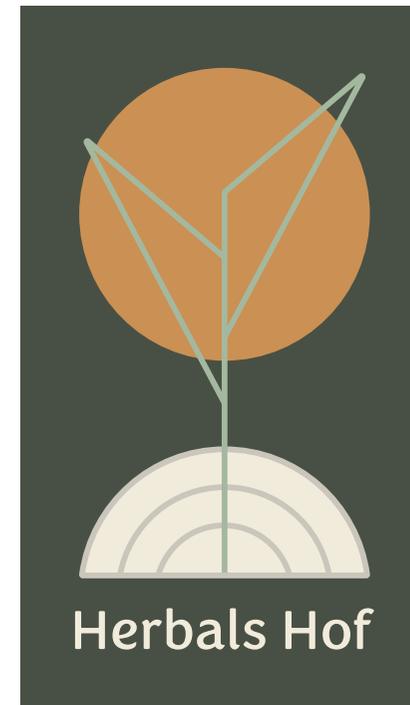
Die aufgezeigten Logovarianten stellen alle Variationen dar, in denen das Logo verwendet werden darf. Das Hauptlogo (links) wird in allen digitalen Anwendungszwecken sowie auf der Visitenkarte genutzt. Das Emblem (ohne Schriftzug) wird nur in der Kleinstdarstellung des Logos (siehe Seite 7) verwendet. Das Negativlogo („Schwarz-Weiß“) eignet sich für das Briefpapier sowie für die Kartonverpackung der Kräutermischungen. Bei dem Logo auf grünem Hintergrund (rechts) handelt es sich um das Hauptlogo mit hellbeiger Schrift - dieses wird beispielsweise auf der Verpackungsdose aus Metall verwendet.



**Herbals Hof**

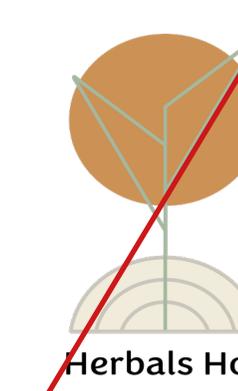
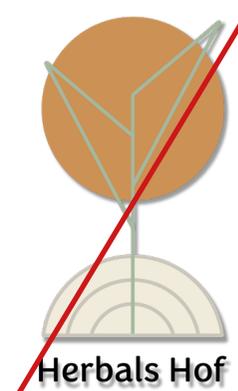
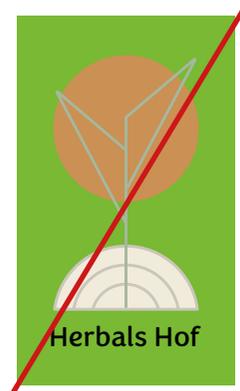
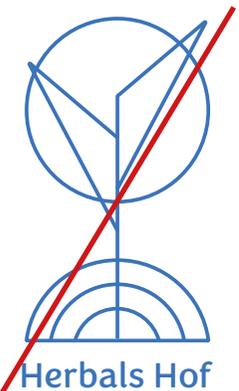
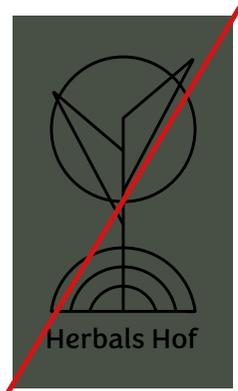
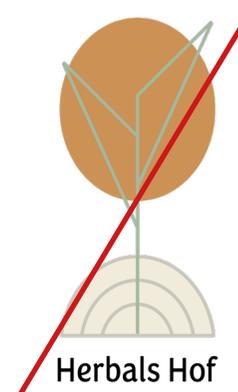
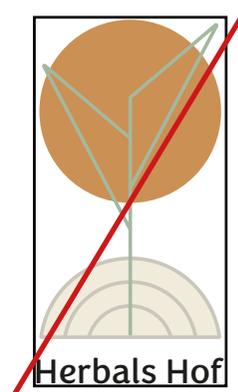
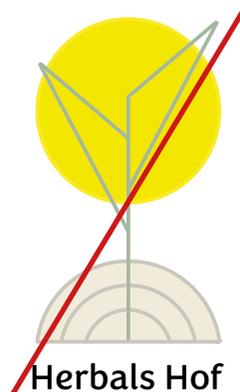
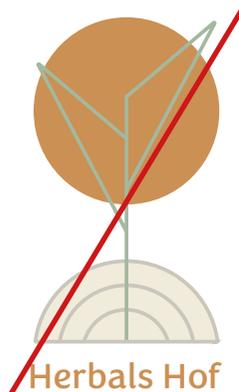
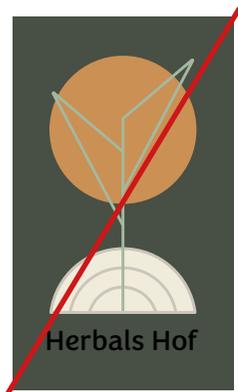


**Herbals Hof**



# Dont's bei der Logoverwendung

Um eine starke Marke aufrecht zu erhalten ist es von großer Bedeutung die Kohärenz des Logos zu wahren. Demnach gilt es, das Logo lediglich in den auf der vorherigen Seite dargestellten Variationen zu verwenden. Untenstehend sind einige Beispiele zu finden, wie das Logo nicht genutzt werden soll.



# Farben

Für das Design des Herbals Hofs wurden freundliche Pastellfarben gewählt, da diese Leichtigkeit und Wohlbefinden vermitteln. Zudem sind sie traditionell und dennoch wieder modern, wodurch sowohl die ältere als auch die junge Zielgruppe angesprochen wird.

Um die Authentizität der Marke zu verstärken wurde außerdem darauf geachtet, Farben zu verwenden, die einem Kräutergarten entsprechen. Demnach wurde Grün für Pflanzen und Kräuter, Orange für Licht und Sonne und Braun für Erde und Felder genutzt.

Die beiden Hauptfarben sind „Herbal Green“ und „Sunny Orange“. Diese können für Grafikelemente wie die Pflanze oder Sonne aus dem Logo, sowie für besonders hervorzuhebende Objekte, wie beispielsweise dem Deckel der Metalldose (Verpackung) verwendet werden.

Die beiden Sekundärfarben sind „Light Brown“ und „Medium Brown“. Sie sollten für Textpassagen auf dunklem Hintergrund („Dark Green“) verwendet werden, um eine optimale Lesbarkeit zu garantieren.

Die Kontrastfarbe ist „Dark Green“. Diese wird für den Hintergrund aller möglichen Elemente des Designs genutzt und versichert, dass ausreichend Kontrast zu den Haupt- und Sekundärfarben besteht.

HF = Hauptfarbe  
SF = Sekundärfarbe  
KF = Kontrastfarbe

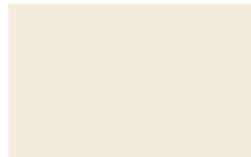
Herbal Green (HF)  
HEX: #A5B8A0  
CMYK: 7c, 0m, 9y, 28k  
RGB: 165r, 184g, 160b



Sunny Orange (HF)  
HEX: #CB9053  
CMYK: 0c, 23m, 47y, 20k  
RGB: 203r, 144g, 83b



Light Brown (SF)  
HEX: #F3ECDC  
CMYK: 0c, 3m, 9y, 5k  
RGB: 243r, 236g, 220b



Medium Brown (SF)  
HEX: #CAC6BB  
CMYK: 0c, 2m, 6y, 21k  
RGB: 202r, 198g, 187b



Dark Green (KF)  
HEX: #485045  
CMYK: 3c, 0m, 4y, 69k  
RGB: 72r, 80g, 69b



# Typografie

## Puffin Display Karmina Sans

Die Hausschrift des Herbals Hofs ist Puffin Display. Sie wird stets im Schriftschnitt „Regular“ verwendet, um einen hohen Wiedererkennungswert zu schaffen. Der reduzierte, moderne aber dennoch freundliche und verspielte Charakter der Schrift passt optimal zur Marke und spiegelt die Unternehmenswerte passend wider.

Bei der sekundären Hausschrift wurde Karmina Sans gewählt. Diese kann je nach Anwendungszweck entweder im Schriftschnitt „Light“, „Regular“ oder „Bold“ verwendet werden. Genauso wie Puffin Display verbindet Karmina Sans Geraden mit Rundungen. Sie wirkt freundlich und modern und besitzt zudem eine hohe Lesbarkeit.

Die Schrift Puffin Display wird für Überschriften, Slogans und jegliche weitere prägnante (und kurze) Werbebotschaften verwendet.

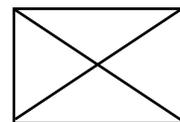
Die Schrift Karmina Sans kommt bei Unterüberschriften, Fließtexten, Verlinkungen und jeglichen weiteren Passagen zum Einsatz, bei denen das Informieren der Kund:innen im Vordergrund steht.

Auf weißem Hintergrund werden die Schriftarten stets in schwarz verwendet. Sofern die Farbe „Dark Green“ in den Hintergrund gelegt wird, werden die Schriften in „Light Brown“ eingefärbt. Sowohl Überschriften als auch Textpassagen werden immer im linksbündigen Blocksatz ausgerichtet.

## Heading

### Subheading

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor.



Marginalia

Einsatz	Schriftgröße	Zeilenabstand
Heading	24pt	28,8pt
Heading	30pt	36pt
Subheading	16pt	19,2pt
Subheading	18pt	21,6pt
Paragraph	10pt	12pt
Paragraph	12pt	14,4pt
Marginalia	8pt	9,6pt

# Bilderwelt

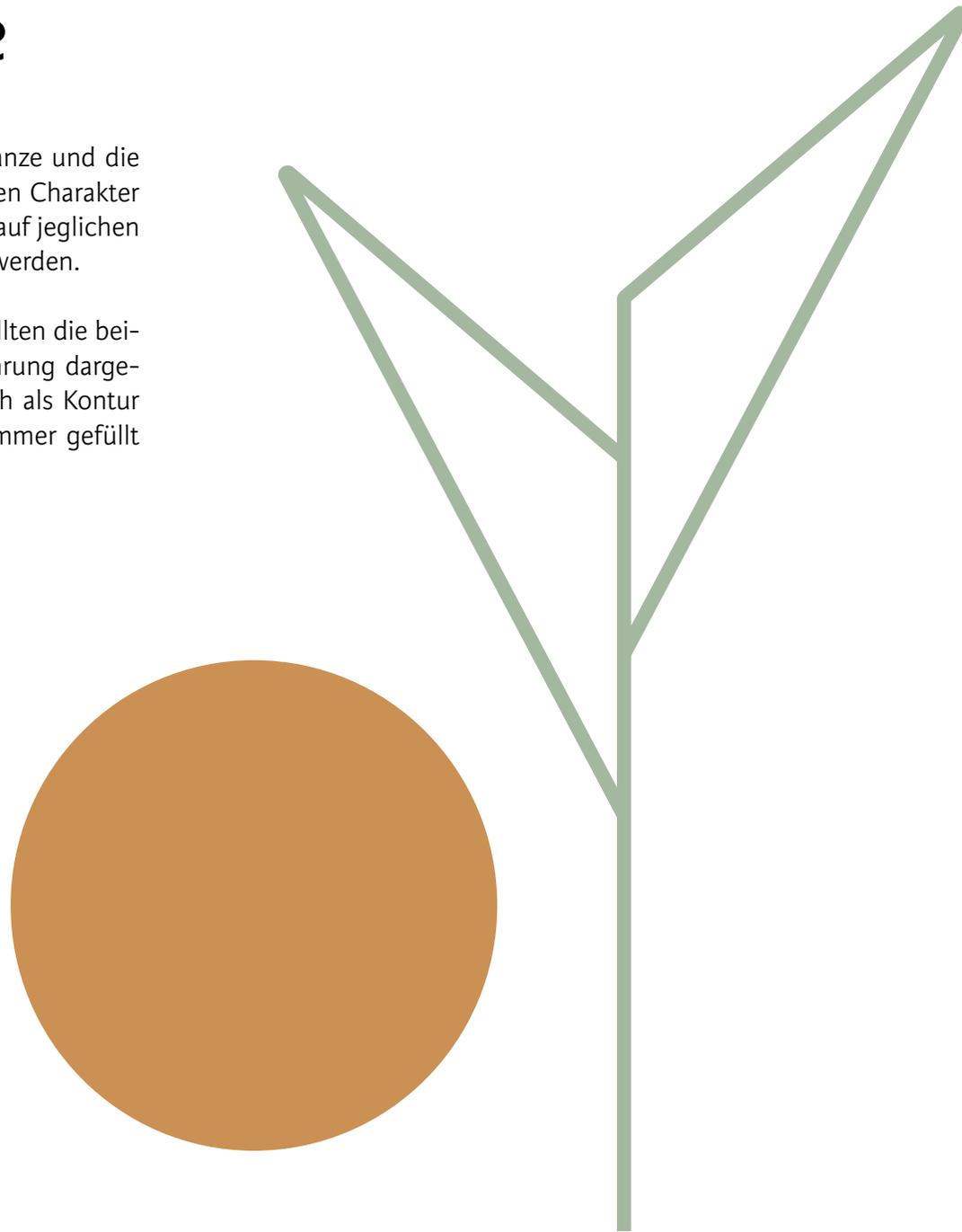
Der Bildstil des Herbals Hofs ist natürlich, authentisch und echt. Stilistisch besitzen alle Fotografien einen leichten Retrolook, der perfekt mit den pastellartigen Farben der Marke harmoniert. Erlangt wird dies durch die Reduktion von Kontrast und Sättigung. Die Bildmotive sind junge und ältere Personen, Pflanzen und Kräuter sowie jegliche Situationen, bei denen über Kräuter informiert bzw. mit ihnen gekocht wird. Im Rahmen der Lichtführung werden helle und dunkle Ausschnitte vereint um mehr Tiefe zu erzeugen. Perspektivisch werden Motive oft aus naher Entfernung dargestellt, was die Marke für die potenziellen Kund:innen persönlich und greifbar macht.



# Grafische Elemente

Die grafischen Elemente des Herbals Hofs sind die Pflanze und die Sonne aus dem Logo, welche durch ihren geometrischen Charakter sofort ins Auge des/der Betrachter:in fallen. Sie können auf jeglichen Anwendungen, sowohl analog als auch digital, genutzt werden.

Um ein durchgängiges Designsystem sicherzustellen sollten die beiden Elemente stets nur in der nebenstehenden Ausführung dargestellt werden. Während die Pflanze also immer lediglich als Kontur (und nicht gefüllt) präsentiert wird, bleibt die Sonne immer gefüllt und wird nicht als Kontur dargestellt.



# Anwendungen: Verpackung

Die Metalldose des Herbals Hofs besteht aus Weissblech und ist zu 100% recyclebar. Durch die robusten Eigenschaften des Materials werden die Kräuter optimal vor Licht und Feuchtigkeit geschützt. Zudem bieten Metalldosen vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, wie dem untenstehenden Design entnommen werden kann.



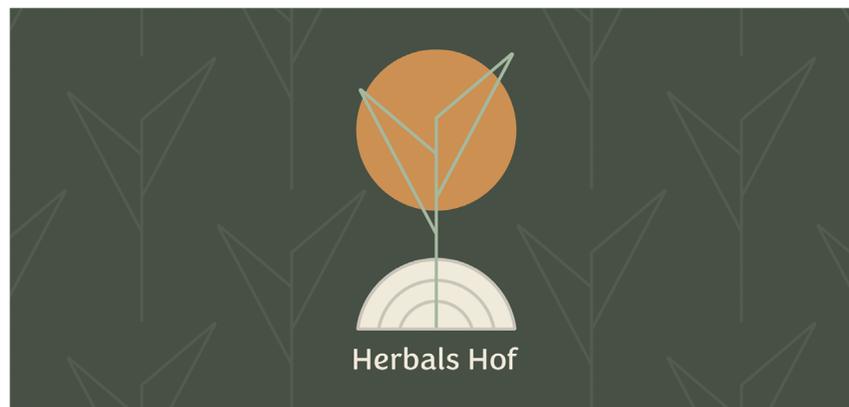
# Anwendungen: Verpackung

Die Kartonverpackung des Herbals Hof ist zu 70% recyclebar und eignet sich perfekt für trockene Füllgüter wie Kräuter. Sie besitzt zudem ein sehr geringes Gewicht, welches die Transportkosten niedrig hält. Weitere Vorteile der Kartonverpackung sind der geringe Produktionspreis und die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten.



# Anwendungen: Gutschein

Der Gutschein des Herbals Hof's ist das ideale Geschenk für Freunde und Familie. Bei privaten Kräuterführungen und Kochkursen am Hofgelände lernen Interessierte die Welt der Kräuter kennen. Nach der selbstständigen Ernte werden diese unter Anleitung eines Sternekochs zu leckeren Gerichten verarbeitet und im Anschluss verkostet.



# Anwendungen: Visitenkarte

Die Visitenkarte des Herbals Hofs wird allen Mitarbeiter:innen zur Verfügung gestellt. Neben den wichtigsten Angaben zur Person sowie dem Standort des Unternehmens befindet sich auf dem Printprodukt auch der Direktlink zur Website.



## Finale Worte

Die im Brandbook festgelegten Richtlinien sichern das einheitliche Auftreten der Marke nach innen und nach außen.

Das Corporate Design wurde speziell für den Herbals Hof entwickelt.

Konzept, Inhalt und Gestaltung von Oliver Königstedt

