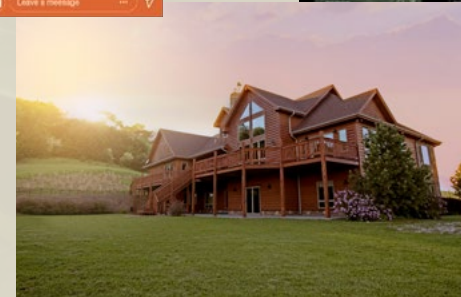
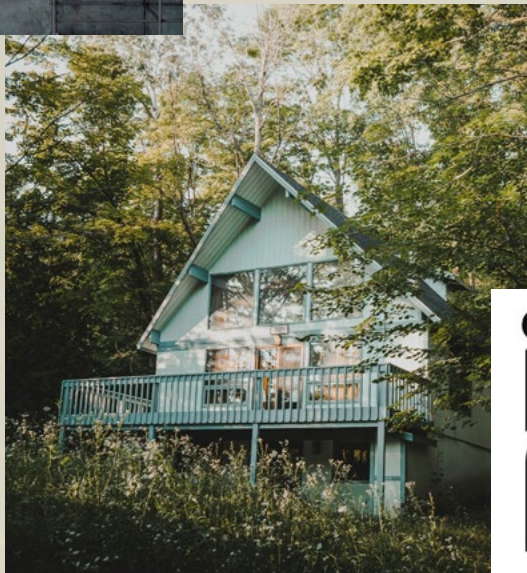
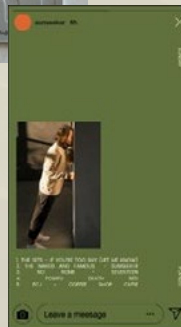
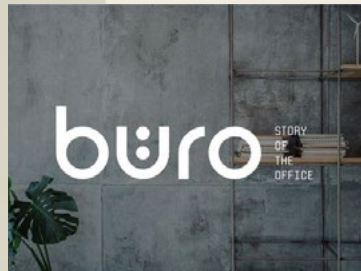
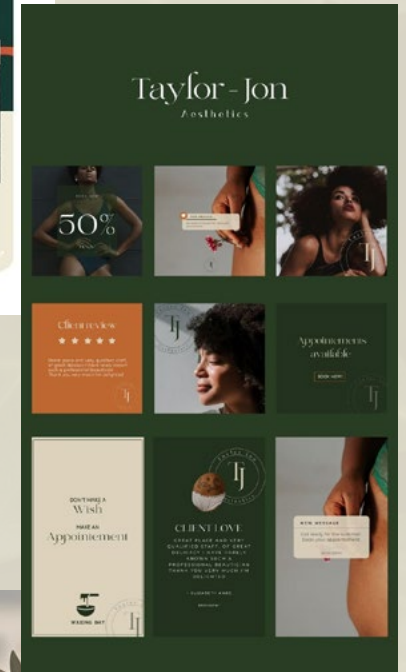
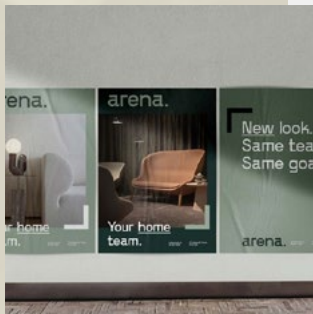
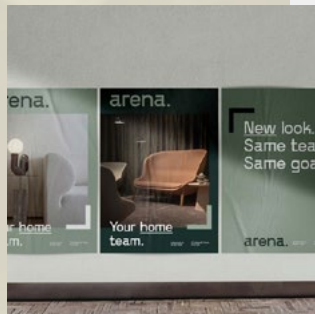


WAS IST DIE IMMO WERT

MARLA GEBAUER

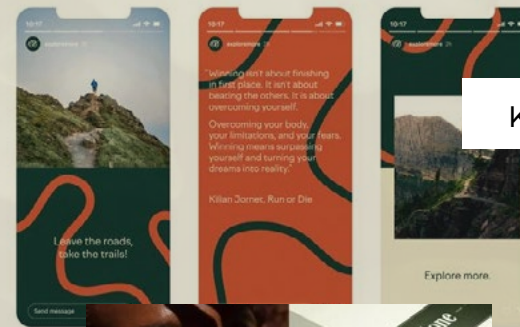
BRAND BOOK



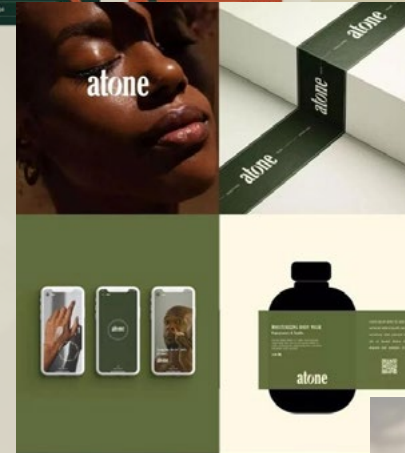
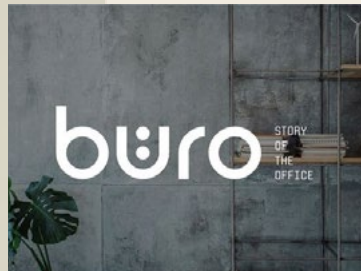
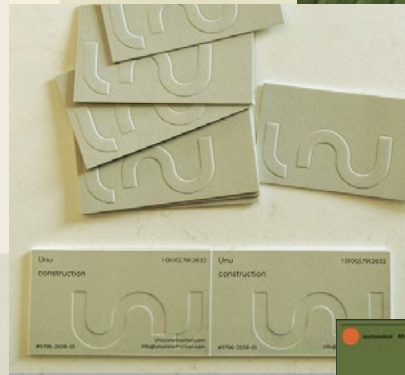


ELEGANT

VERSPIELT

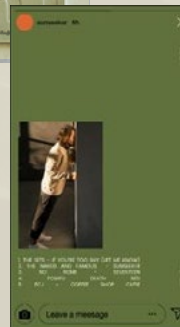


KONTRASTREICH



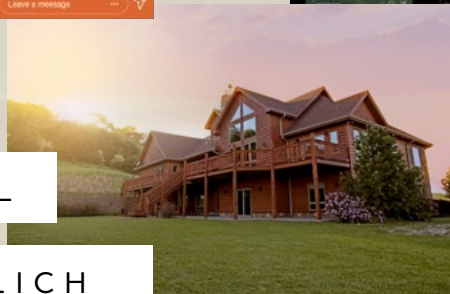
DYNAMISCH

EMPOWEREND



SIMPEL

NATÜRLICH



01 FONT

Die Wahl einer minimalistischen, serifenlosen Schriftart verleiht dem Logo einen modernen und seriösen Auftritt. Durch geschickte Verbindung und Integration mittels geschwungener Linien entsteht eine Dynamik, die dennoch schlicht wirkt. Dieser Ansatz schafft einen Kontrast, der durch seine Einfachheit auffällt und ein ausgewogenes sowie ruhiges Erscheinungsbild bewahrt.

MODERN

ELEGANT

SERIÖS

nordic sense

AUDHILD SAMSETH

boom

unity

SPUNKY
SZN

minimal nature



01 LOGO

Das neue Logo präsentiert die Essenz der Marke auf eindrucksvolle Weise. Durch eine minimalistische, serifenlose Schriftart wird ein moderner und seriöser Auftritt gewährleistet. Die geschickte Verbindung und Integration mittels geschwungener Linien verleiht dem Logo eine subtile Dynamik, während es dennoch schlicht bleibt. Diese Kombination schafft einen Kontrast, der durch seine Einfachheit hervorsticht und ein ausgewogenes sowie ruhiges Erscheinungsbild bewahrt.



ummo
WAS IST DIE IMMO WERT

MAIN LOGO



GRAPHIC ELEMENT



VARIATIONS



VARIATION

02 FONTS

headline

Montserrat Bold – volume 0 –
line spacing 40 – only lowercase

SUBHEADLINE

Montserrat Medium – volume 450 –
line spacing 20 pt- only CAPITAL LETTERS

Das ist ein Beispielabsatz. So sollen
Textabschnitte **bei der Umsetzung** aussehen.

Montserrat Light (highlights in Bold) – volume 40 –
line spacing 9 pt. –

SUBHEADLINE

Montserrat Light – volume 450 –
line spacing 20 pt- only CAPITAL LETTERS

FÜR KURZE ZEIT

jetzt kostenlos schätzen lassen

SUB
HEADLINE

Die Subheadline besteht aus Großbuchstaben, um Aufmerksamkeit zu erregen. Dennoch wird durch die Größe des Schriftsatzes eine klare visuelle Hierarchie sichergestellt.

Als Alternative besteht auch eine Subheadline im selben Stil, jedoch in der Light-Version, um einen größeren Kontrast zur Hauptüberschrift zu erzielen.

SUB
HEADLINE

03 **COLORS**

Die Farbauswahl spielt eine entscheidende Rolle im Branding, da sie die Wahrnehmung und Identität einer Marke prägt. Die Kombination aus tiefem Smaragdgrün, hellem Salbeigrün, kräftigem Orange und Beige erzeugt eine lebhaft Atmosphäre voller Frische und Vitalität. Diese Farbensymbolisieren Wachstum, Energie und Eleganz, während sie gleichzeitig die Werte der Marke wie Innovation, Stil und Klarheit dynamisch unterstreichen.

EMERALD sRGB 35 49 31 CMYK 78 54 80 69 HEX #233120	#3D4336 #4E5345	ORANGE sRGB 221 95 52 CMYK 8 73 83 1 HEX #DD5F34	
BEIGE sRGB 245 241 238 CMYK 5 5 7 0 HEX #F5F1EE	#F9F7F5	SAGE sRGB 101 124 87 CMYK 62 34 69 20 HEX #667C57	#989E88 #7A866A

03 BILDWELT

Bilder von modernen Wohnräumen, in denen große Fenster viel Tageslicht einfangen, werden gezeigt. Auf einem Laptop und einem Smartphone sind die Vergleichsrechner der Marke in Aktion zu sehen. Die Farben der Bilder passen perfekt zum Auftritt der Marke und strahlen Vertrauen aus.



