



Brand *Manual*

Glotech 2024

Inhalt

01

Marke

01 Das Unternehmen
02 Essenz
03 Zielgruppe

02

Logo

04 Varianten
05 Spacing
06 Dont's

03

Farben

07 Hauptfarben
08 Akzentfarben

04

Typografie

09 Schriften

05

Bilder

10 Personen
11 Produkte
12 Videos

06

Grafische Elemente

13 Das G

07

Anwendungen

14 Drucksorten
15 Visitenkarten
16 Social Media
18 Verpackungen

Das Unternehmen

Glotech ist ein Technik-Unternehmen, das sich auf die Herstellung von Trackern und einer dazugehörigen App im Lost- and Found Business spezialisiert hat. Der Tracker fungiert hier nicht nur als nützliches Accessoire, sondern als persönlicher Assistent.

Essenz

Innovativ

Die Marke soll als Technischer Vorreiter wahrgenommen werden, dessen Technologien die Zukunft mitgestalten. Das Branding soll einen modernen, fortschrittlichen Ansatz vermitteln

Kreativ

Durch individuell gestaltbare Elemente, soll ein freundschaftliches, persönliches Gefühl vermittelt werden. Farben und Muster, etc. sind anpassbar und so vielseitig wie Freundschaften eben sind.

Freundschaft

Das Design soll Sicherheit und Vertrauen vermitteln. Wie ein Freund, auf den man immer zählen kann. Es soll das Gefühl vermittelt werden, dass man der Marke vertrauen kann und man seine Gegenstände zuverlässig wiederfinden kann.

Zielgruppe

Die Zielgruppe sind Personen im Alter von 25-45 Jahren, im urbanen Raum, die einen aktiven Lebensstil flegen. Sie sind technik-affin, vernetzt und schätzen Lösungen, die ihr Leben einfacher machen.



Logo

Das Logo wird sowohl für Drucksorten, als auch für alle digitalen Anwendungen verwendet. Bei dunklen Hintergründen muss das Logo in hellen Farbtönen verwendet werden, bei hellen umgekehrt. Das Icon sollte dabei immer eine andere Farbe als der Schriftzug haben. Der Schriftzug wird immer vom Icon begleitet.





So bitte NICHT



Icon und Schriftzug immer
in zwei unterschiedlichen
Farben verwenden



Nicht verzerren

glotech

Schriftzug nicht ohne
Icon verwenden



Keine Farben außerhalb der
Farbpalette verwenden



Nicht drehen



Logo nicht vor zu unruhigen
Hintergrund platzieren

Hauptfarben

Lila

CMYK: 59,56,0,0

RGB: 125,117,181

HSB: 7d75b5

Rot

CMYK: 9,82,67,1

RGB: 218,74,73

HSB: d94958

Dunkelgrau

CMYK: 78,68,61,86

RGB: 21,21,21

HSB: 141515

Akzentfarben

Lila

CMYK: 59,56,0,0
RGB: 125,117,181
HSB: 7d75b5

80%

60%

40%

20%

Beige

CMYK: 31,26,28,6
RGB: 181,176,172
HSB: b4afab

80%

60%

20%

0%

Dunkelgrau

CMYK: 78,68,61,86
RGB: 21,21,21
HSB: 141515

80%

60%

40%

20%

Schrift

„GT Flexa“ wird für Headlines aller Art verwendet. Hierfür kommt der Schriftschnitt „Thin“ zum Einsatz. Als Schmuckelement kann das letzte Wort einer Headline in „Thin Italic“ gesetzt werden.

„GT Pressura Mono“ wird in Regular in allen Anwendungen wie Druckprodukte, Social Media oder im Web für alle Fließtexte verwendet.

Headline

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

GT Flexa Light

Headline *Zwei*

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

GT Flexa Thin Italic

Meet the Innovators in Tracking! We aren't just a tech company; we're your allies in averting those „where did I leave it?“ moments. Embark on the quest for tranquility, one lost item at a time. Embrace innovation, dive into seamless tracking, and discover newfound peace of mind with us

GT Pressura Mono Regular

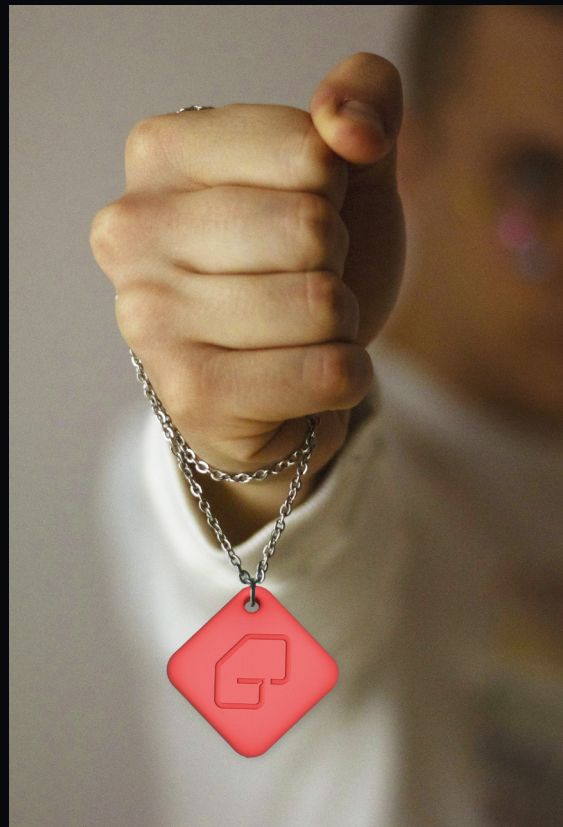
Personen

Bilder stehen im Kontrast zu den kühlen Farben und der technischen Typografie. Sie sollen Nähe und Geborgenheit vermitteln. Die Farben sind hier warm und satt. Außerdem wird ein leicht analoger Effekt erzielt, um Spontanität und Nähe zu erzeugen. Bilder von Personen werden nah und sehr persönlich dargestellt.



Produkt

Die Tracker werden auf Bildern als persönliche Begleiter inszeniert. Gezeigt wird der Tracker entweder nah an Personen, oder an alltäglichen Positionen wie einer Schlüsselschale. Steife Produktbilder mit einfärbigen oder freigestellten Hintergrund sind nicht erlaubt.



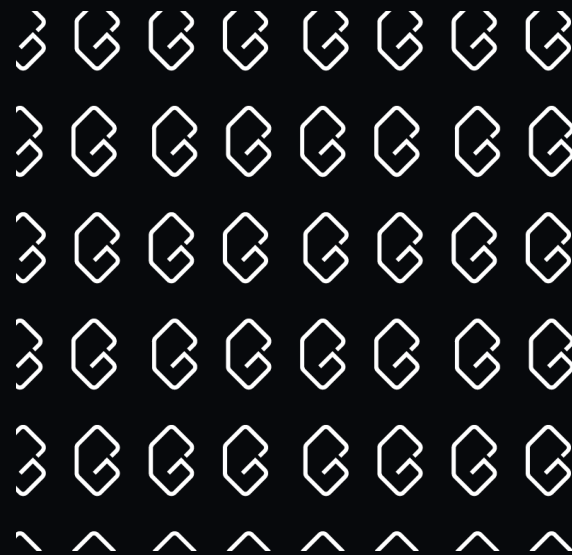
Videos

Videos für Social Media zeigen Personen im Alter unserer Zielgruppe. Die Personen werden in natürlichen Szenen ihres Alltags oder auf Reisen gezeigt. Das Setting ist locker, ungezwungen und jung. Farblich stechen Videos außerdem mit lila Farbverlauf hervor.



Das G

Das Icon kann als Schmuckelement in Social Media Posts oder Drucksorten verwendet werden. Als Muster kann es für Verpackungsmaterialien wie Seidenpapier oder Schachteln verwendet werden.



Fun Facts
about lost
and *found*

Explore >



Robin Flausch
Moosweg 13
8010 Graz

glotech gmbh
0650 2288 1324
www.glotech.at
Funkenweg 16
1060 Wien

14.11.2024

This is a Letter

Genimos aditas minulluptat. Oles eos autatatium eiundanihil
mi, si volutaturis et od qui vendam rehenimet volupid que
consequi int ipsum re nonse maximenia plaborum rem vendani-
as delia soloris eosam doluptaqui arisqui resed que nossini
suntempos modiae. Et esciend ignimin ulparum volentem velest,
optatem veriorrunt, voluptati odit estrum aciatus andita que
lacea conet debitatempor apitium si nam que por ma volut laut
lat laut facia corro iunt. Ut re quae earchitiam verios volo
odipsun ditium facerumquunt ad maximol umquunt otatest dolor
rere que ra vendit id que perum aut aut alit ariam, non reria
dolora et ressunt faceperores nonsequi optus ea dem simi, sam
dolumeture re ra si nihictassint laboribus repero tem fuga.
incur, tem inulpar chitat reiciae alignit am quisit vollest
Archit doluptas et officiusam qui duciunt exceaturibea audi-
labo nis non pa volupta etur sum sed exceaqui am, sania dol-
mosim reperumeniam dit doluptae aut eossim verciis idustibus nobis
serferf erferum ut del erum fugia cum accae por alibusam aut
magnimus explitio exeratem fuga. Em harumqu aspernatur.

Yours Sincerely

Michael Herbstfeld
Business Director

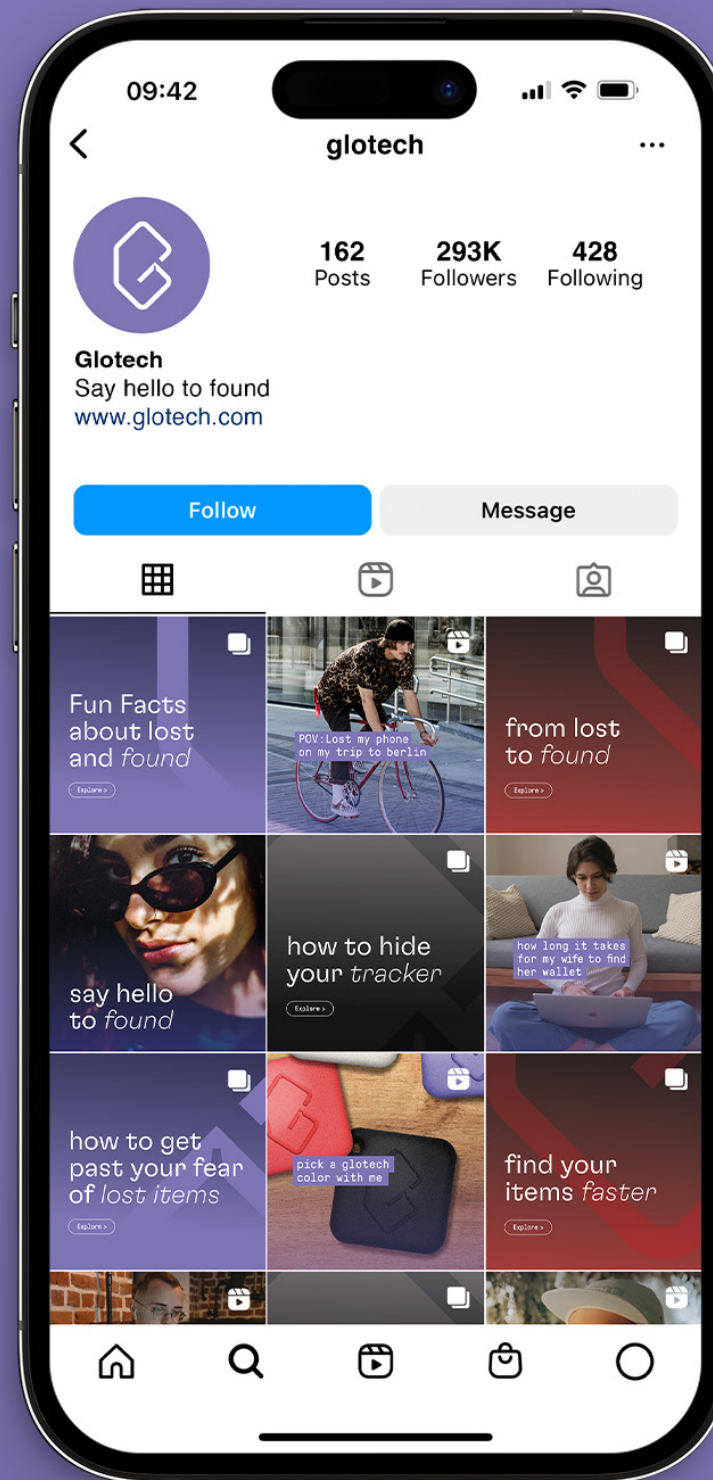


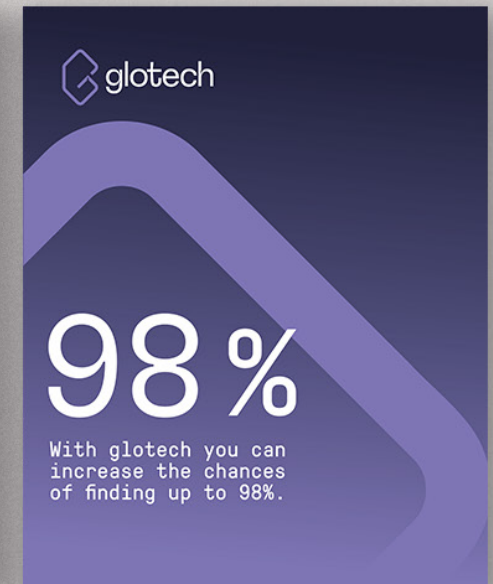
0650 2288 1324
www.glotech.at

Business Director
Michael Herbstfeld













Anika *Podrietschnig*

Masterstudiengang Digital Design

Grafik Design