

# BRAND GUIDELINES

# Inhalt

## 03 Logo

- 04 Vertikal Version
- 04 Primär-Logo
- 05 Vertikal Version Kompakt
- 06 Horizontal Version
- 06 Sekundär-Logo
- 07 Horizontal Version Kompakt
- 08 Schutzraum
- 09 Größe & Platzierung

## 11 Typografie

- 12 Tape-Art
- 13 Instrument Sans
- 14 Schreibweise

# Logo

Das Logo besteht aus einer monochromatischen Farbpalette, Schwarz auf hellem Grund, Weiß auf dunklen Grund, um maximale Kontraste und Sichtbarkeit zu gewährleisten. Das Logo ist variabel – es gibt unterschiedliche Formate für diverse Einsatzbereiche.

Die Buchstaben sind in einem blockhaften, geometrischen Stil gehalten, der den Eindruck erweckt, sie wären aus Streifen zusammengesetzt, was auf die Tape-Art-Ästhetik hinweist. Der Schriftcharakter ist kantig und modern, mit gleichmäßiger Strichstärke, was eine selbstgemachte, handwerkliche Atmosphäre schafft. Dies korrespondiert mit der DIY-Kultur, die auf Eigeninitiative und Individualität Wert legt.

Die Anordnung der Wörter spielt mit der Ambivalenz des Bandnamens. Die einzelnen Worte sind unterschiedlich angeordnet, was eine abstrahierte Form eines Labyrinths bildet und die verschiedenen Richtungen der Suche symbolisieren könnte. Diese Anordnung erzeugt eine visuelle Spannung und macht neugierig auf die Bedeutung hinter dem Namen.

Es ist wichtig, dass jede Verwendung dieses Logos die Integrität des Designs bewahrt, um die künstlerische Aussage und die Verbindung zur Tape-Art- und DIY-Kultur beizubehalten. Die Verwendung sollte die Prinzipien der Markenkonsistenz, der Lesbarkeit und der visuellen Wirkung berücksichtigen.

# Vertikal Version Primär-Logo

Die primäre Version des Logos ist die ausgeschriebene vertikale Form.

Diese wird bevorzugt eingesetzt – sofern die Spezifikationen des Einsatzbereiches wie z. B. Format, Größe, Bedruckstoff oder ähnliches es zulassen.

Dieses Logo gibt es in zwei Varianten – Schwarz und Weiß. Eine schwarze für helle und eine weiße für dunkle Flächen.

Das Logo wird in statischen Motiven immer mit 100% Deckkraft verwendet. (In Animationen dürfen Transparenzen hingegen Verwendung finden.)



Einsatz z. B.  
auf Vinyl,  
Beutel, Shirt, ...

# Vertikal Version Kompakt

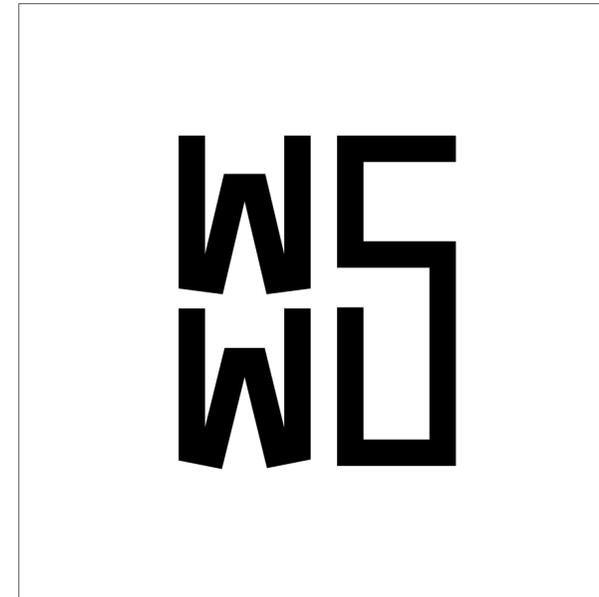
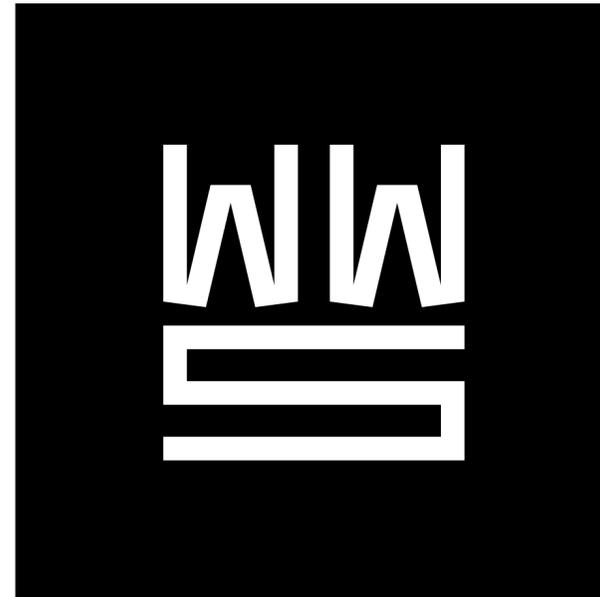
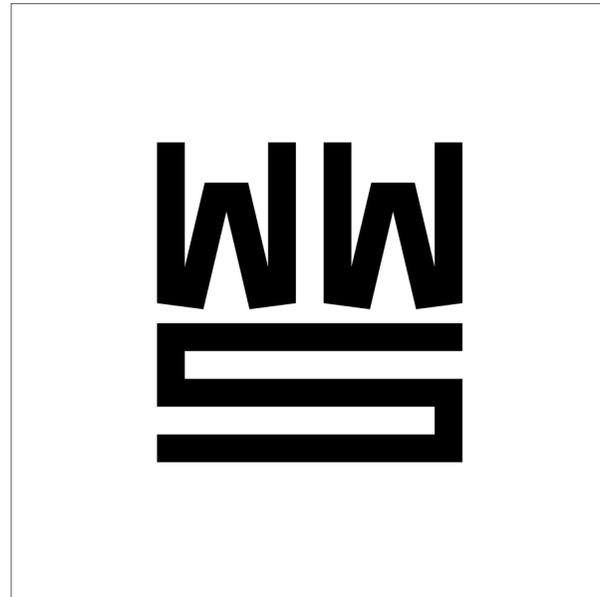
Die kompakte vertikale Version des Logos basiert auf die Volltext-Form und besteht lediglich aus den Initialen des Bandnamens. Es gibt eine laute und leise Form von ihr, die entsprechend der Ästhetik bzw. Gesamtkomposition des Einsatzbereiches gewählt wird.

Diese Version wird immer dann eingesetzt, wenn die Lesbarkeit der Volltext-Form zu stark eingeschränkt ist. So z. B. in Profilbildern auf den Sozialen Plattformen.

Dieses Logo gibt es in Schwarz und Weiß. Schwarze für helle und Weiß für dunkle Flächen.

Das Logo wird in statischen Motiven immer mit 100% Deckkraft verwendet. (In Animationen dürfen Transparenzen hingegen Verwendung finden.)

Einsatz z. B. auf Social Media,  
Give-Aways, ...



# Horizontal Version

## Sekundär- Logo

Die horizontale Volltext-Version ist das Sekundär-Logo. Diese Version wird immer dann eingesetzt, wenn das Primärlogo aufgrund von Platzierungsrestriktionen nicht passt.

Dieses Logo gibt es in Schwarz und Weiß. Schwarze für helle und Weiß für dunkle Flächen.

Das Logo wird in statischen Motiven immer mit 100% Deckkraft verwendet. (In Animationen dürfen Transparenzen hingegen Verwendung finden.)



Einsatz z. B. auf Plakat,  
Flyer, Sticker, ...



# Horizontal Version Kompakt

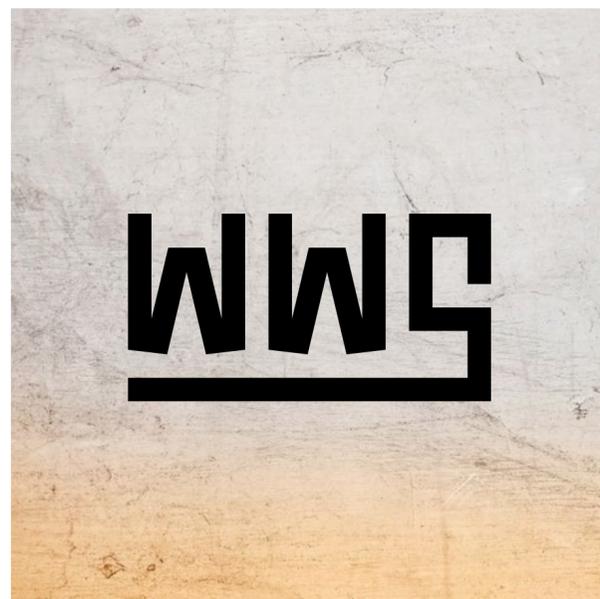
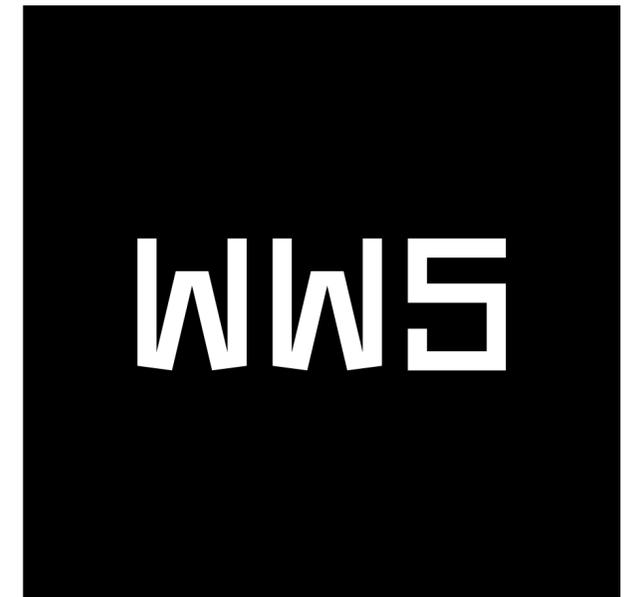
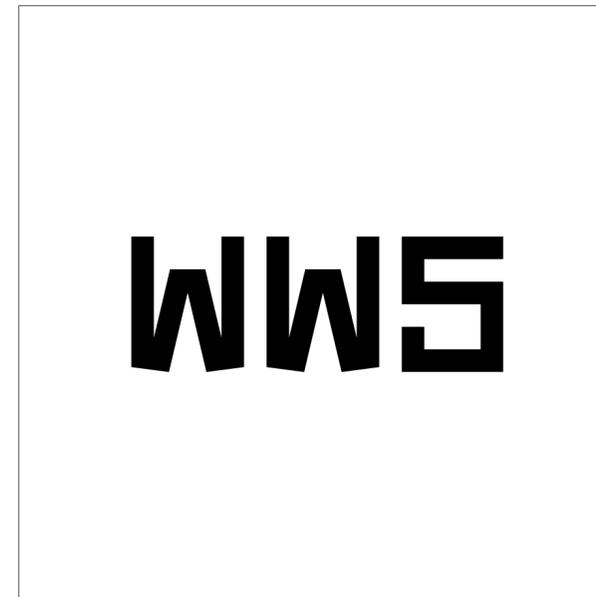
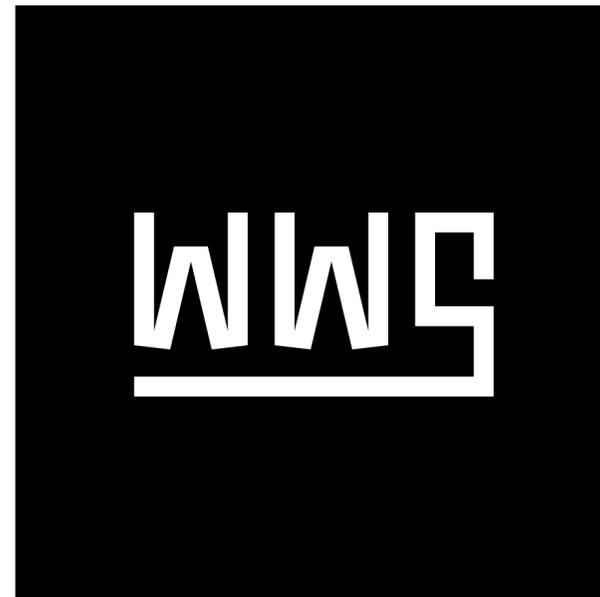
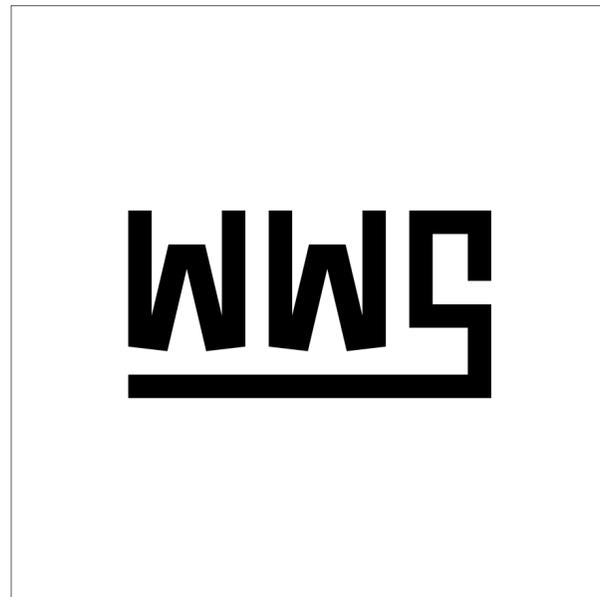
Die kompakte horizontale Version des Logos basiert auf die Volltext-Form und besteht lediglich aus den Initialen des Bandnamens. Es gibt eine laute und leise Form von ihr, die entsprechend der Ästhetik bzw. Gesamtkomposition des Einsatzbereiches gewählt wird.

Diese Version wird immer dann eingesetzt, wenn die Lesbarkeit der Volltext-Form zu stark eingeschränkt ist.

Dieses Logo gibt es in Schwarz und Weiß. Schwarze für helle und Weiß für dunkle Flächen.

Das Logo wird in statischen Motiven immer mit 100% Deckkraft verwendet. (In Animationen dürfen Transparenzen hingegen Verwendung finden.)

Einsatz z. B.  
auf Flyer, Socken, ...



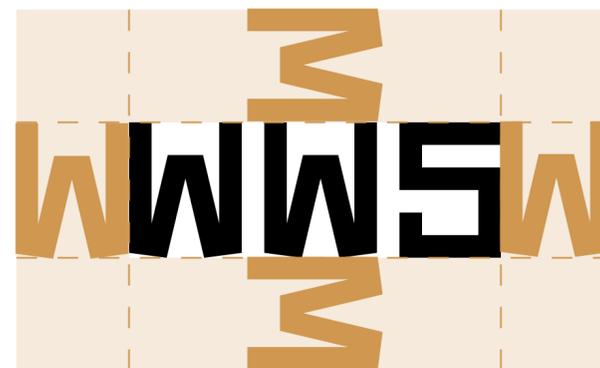
# Schutzraum

Der Schutzraum eines Logos, auch als Freiraum oder Clear Space bekannt, bezeichnet den Bereich rund um das Logo, der frei von anderen grafischen Elementen wie Text, Bildern oder anderen störenden Faktoren gehalten wird. Dieser Freiraum ist entscheidend, um sicherzustellen, dass das Logo immer klar und deutlich sichtbar ist und seine Wirkung nicht durch überfüllte oder ablenkende Elemente beeinträchtigt wird.

Der genaue Abstand dieses Raumes für die einzelnen Varianten ist hier als Mindestabstand zu verstehen und basiert typischerweise auf einem bestimmten Maß der Logovariante.



Primär- und  
Sekundärlogo:  
H-Höhe



Kompakt-  
Varianten:  
W-Breite

# Größe & Platzierung

Bei der Platzierung des Logos gibt es mehrere wichtige Aspekte, die zu beachten sind, um die Wirksamkeit der Brand zu maximieren und die professionelle Präsentation sicherzustellen.

## Lesbarkeit

Das Logo muss klar und gut sichtbar sein, unabhängig davon, wo es platziert wird. Das bedeutet, dass es genügend Kontrast zum Hintergrund haben und in einer Größe dargestellt werden muss, die es leicht lesbar macht.

## Kontextbezogenheit

Das Logo sollte im Kontext der umgebenden Elemente und Farben platziert werden. Es sollte nicht von anderen Grafiken oder Texten überlagert werden, die die Aufmerksamkeit davon ablenken könnten.

## Freiraum

Um das Logo herum sollte genügend Freiraum (auch als »Clear Space« bezeichnet) gelassen werden, damit es nicht überladen wirkt und seine Wirkung entfalten kann.

## Anpassungsfähigkeit

Die Version des Logos sollte so gewählt werden, dass es auf verschiedenen Medien und in verschiedenen Größen gut funktioniert. Dazu gehört auch die Berücksichtigung von digitalen und gedruckten Formaten.

## Ausrichtung und Positionierung

Das Logo sollte strategisch positioniert werden, um die Brandwahrnehmung zu steigern. In der Regel wird es oben links oder in der Mitte oben platziert, da dies die Bereiche sind, in denen der Blick zuerst hinwandert.

## Größenverhältnisse

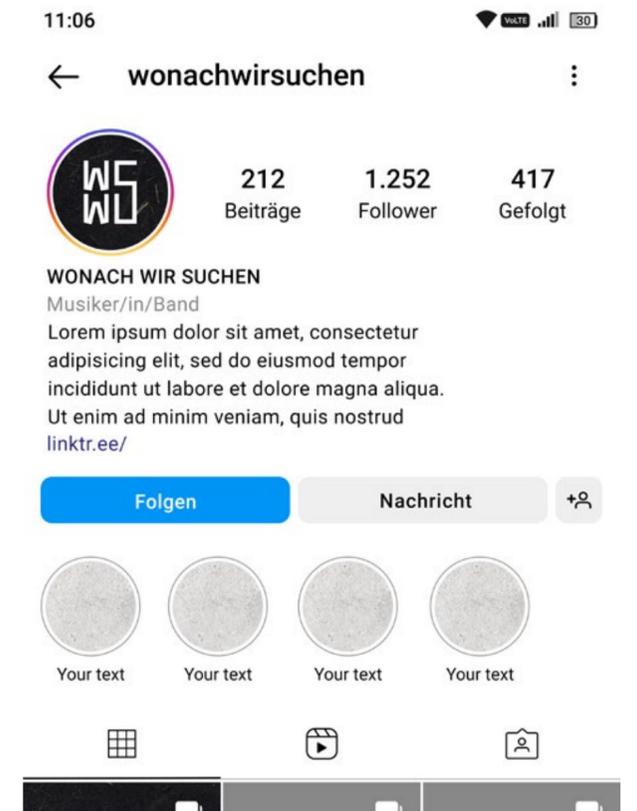
Das Logo muss in einem angemessenen Größenverhältnis zu anderen Elementen auf der Seite stehen. Für einen professionellen Look darf das Logo nicht zu groß eingesetzt werden. Es sollte weder das größte Element sein (es sei denn, dies ist beabsichtigt), noch sollte es so klein sein, dass es untergeht.

## Dateiqualität

Es ist immer die höchstmögliche Qualität des Logos für die jeweilige Anwendung zu verwenden, um Pixellierung oder Verzerrung zu vermeiden.



Beispiele für die Anwendung, Größe und Platzierung



# Typografie

Maßgeschneiderte Schriftzeichen und Gestaltungselemente basierend auf dem Logo sorgen dafür, dass die Brand sich von der Konkurrenz abhebt und eine unverwechselbare Identität erhält.

In Kombination mit einer serifenlosen Schriftart entsteht ein dynamisches Duo, welches Raum für diverse Anwendungen und Gestaltungsmöglichkeiten gibt.

Sie tragen zur kohärenten Brandidentity bei, da sie über verschiedene Medien und Plattformen hinweg verwendet werden können. Außerdem unterstützen diese den Wiedererkennungswert und tragen zur Markenloyalität bei und können bestimmte Emotionen oder Assoziationen hervorrufen, die die Markenbotschaft unterstreichen.

# Tape-Art

Die Buchstaben sind in einem blockhaften, geometrischen Stil gehalten, der den Eindruck erweckt, sie wären aus Streifen zusammengesetzt, was auf die Tape-Art-Ästhetik hinweist. Der Schriftcharakter ist kantig und modern, mit gleichmäßiger Strichstärke, was eine selbstgemachte, handwerkliche Atmosphäre schafft. Dies korrespondiert mit der DIY-Kultur, die auf Eigeninitiative und Individualität Wert legt.

Diese Tape-Art dient zur besonderen Hervorhebung von Headlines. Aufgrund ihres lauten und auffälligen Charakters sollte sie nur sporadisch eingesetzt werden. Der Einsatz empfiehlt sich auch nur für wenige/kurze Worte.

Gleichzeitig können einzelne Glyphen auch als Gestaltungselemente genutzt werden.

**Achtung! Aktuell gibt es noch keine Font. Der Glyphensatz ist noch im Ausbau. Einige Zeichen stehen jedoch als Vektorgrafiken zur Verfügung.**

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

TOUR 2024

# Instrument Sans

Die Instrument Sans ist die passende Schriftkombination zur Tape-Art und dient hauptsächlich als Schriftart für Mengentexte. Besonders durch ihren runden und weichen Charakter kontrastiert sie das Logo und die Typo/Gestaltungselemente, die sich daraus ableiten.

Die Instrument Sans ist eine variable Grotesk-Schriftart, die Präzision mit subtiler Verspieltheit verbindet und von einem dauerhaften Interesse an neo-grotesken Schriftarten inspiriert ist. Diese Schriftartenfamilie, bestehend aus verschiedenen Gewichten, Breiten und Kursivstilen, repräsentiert eine Zusammenführung aller bevorzugten Eigenschaften einer Grotesk-Schriftart, ergänzt um zeitgenössische Merkmale, die sie eindeutig als Eigenkreation auszeichnen.

Mit ihren 12 einzigartigen stilistischen Sets können häufig verwendete Zeichen durch alternative Glyphen in einer Vielzahl von Kombinationen ersetzt werden, um das Erscheinungsbild und die Lesbarkeit von Texten anzupassen. Diese Flexibilität ermöglicht eine breite

Palette von Ausdrucksstilen und macht es einfach, die Schrift so zu gestalten, dass sie perfekt zu jedem gewünschten Ausdrucksstil passt.

Diese Font ist unter der Open Font License lizenziert. Sie kann kostenfrei verwendet werden – gedruckt oder digital, kommerziell oder anderweitig.

Instrument Sans ist im Verzeichnis von Google Fonts aufgeführt und kann hier gedownloadet werden:

<https://fonts.google.com/specimen/Instrument+Sans>

ij → ij	a → a
y → y	K → K
R → R	M → M
G → G	J → J
Q → Q	2 → 2
& → &	\$ → \$

Regular 400  
lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät

Regular 400  
*lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät*

Medium 500  
lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät

Medium 500 Italic  
*lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät*

Semibold 600  
lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät

Semibold 600 Italic  
*lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät*

Bold 700  
lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät

Bold 700 Italic  
*lern' die zahlen · lern' das Alphabet · geh' zu den Wahlen · und schreib nicht querbeet · verschieb' nichts auf morgen · das ist zu spät*

# Schreibweise

## Bandname

Der Bandname »WONACH WIR SUCHEN« wird in Großbuchstaben/ Majuskeln geschrieben. Diese Großschreibung leitet sich aus dem Logo ab und dient der kohärenten Brandidentity.

Dadurch wird der Bandname in Mengentexten als Auszeichnung wahrgenommen. Diese laute bzw. optische Schriftauszeichnung kann aber für den Grauwert und somit für den Lesefluss im Fließtext nur bedingt geeignet sein. Aus diesem Grund empfiehlt es sich, den Bandnamen im Mengentext in Gemeinen Kapitälchen zu schreiben: »WONACH WIR SUCHEN«. Der Duktus, die Dichte und die Höhe der Gemeinen Kapitälchen orientieren sich in ihren Proportionen an Kleinbuchstabe/Minuskel. Da Wortgruppen in Majuskeln meistens in ihrer Laufweite zu eng laufen, werden Kapitälchen und Majuskeln grundsätzlich – je nach Schriftart und Schriftgrad – immer etwas spationiert.

Nachrangig sollte die Schreibweise den gewohnten Grammatikregeln entsprechen – Wonach Wir Suchen.

Diese Regelungen gelten ebenfalls für die Abkürzung »WWS«.

## Kreationen u. a.

Die Schreibweise des Bandnamens stellt eine Ausnahme dar und überträgt sich nicht zwangsläufig auf eigene »Produkte« (z. B. Rubriken, Songtitel in Videos oder Playlists). Zur Optimierung der Lesbarkeit empfiehlt sich eine gemischte bzw. grammatikalisch korrekte Schreibweise.

## Zeilenabstand

Einen einheitlich optimalen Zeilenabstand gibt es nicht. Jede Schrift benötigt aufgrund ihrer eigenen Typometrie und nach Textart (Headlines, Mengentext, Fußnoten, ...) einen individuellen Zeilenabstand. Als Basis kann jedoch ein Zeilenabstand von 120 % dienen.

Radio Rebellin  
Hey  
Künstlerin

Wohin mit  
meinem Kopf,  
wohin mit  
meinem Herz?

Wohin mit den  
Gedanken,  
sind sie  
wirklich frei?

# WONACH WIR SUCHEN