



Flow
TO
Grow 
FESTIVAL

Corporate Design Handbuch

Isabella Sophia Knopf



INHALTSVERZEICHNIS

Unternehmensprofil

Fakten und Image	4
Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal	4
Zielgruppe	5
Ziele der Werbung, Planung der Vermarktung	5

Corporate Design

CD: Logo	7
CD: Hausfarben	9
CD: Hausschrift	11
CD: Bildkonzept	13

Anwendungen

1. Anwendung: Postkarte	15
2. Anwendung: Poster	17
3. Anwendung: Broschüre	19
4. Anwendung: Merchandise	21

FAKTEN UND IMAGE

Das Festival **Flow to Grow** findet das erste Mal an einem Wochenende im Juli 2021 statt. Es zeichnet sich dadurch aus, dass es seinen Fokus auf Nachhaltigkeit und Naturverbundenheit legt. Die Besucher*innen erwarten demnach nicht nur eine coole Location und gute Musik. Zusätzlich bietet das Festival Vorträge sowie Workshops zu wichtigen Themen wie dem Klimawandel an. Hier können die Menschen lernen, was es heißt, nachhaltig zu feiern, aber auch, wie sie dies in ihren Alltag integrieren können.

Ganz nach dem Motto: FEIERN GEHT AUCH NACHHALTIG.

WETTBEWERB. ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

Festivals sind *die* Umweltkiller - kaum ist der ganze Spaß vorbei, geht es schon ans Aufräumen. Etliche Mitarbeiter*innen kümmern sich darum, ein übrig gebliebenes Schlachtfeld voller Müll zu beseitigen. Von halbvollen Plastikflaschen bis zu kaputten Pavillons ist alles dabei. Doch daran sollte sich was ändern.

Wir leben in einer Welt, in der Nachhaltigkeit mit viel Arbeit verbunden wird. Auf Festivals hat anstrengende Arbeit definitiv nichts verloren. Das **Flow to Grow Festival** beweist jedoch, dass Nachhaltigkeit nichts mit Zwängen zu tun hat und sehr wohl Spaß machen kann.

ZIELGRUPPE

Alle Menschen, die sich für die Themen Natur, Umwelt und Nachhaltigkeit interessieren, sind stets willkommen. Das Festival richtet sich jedoch vor allem an junge Leute, insbesondere Studierende oder Weltenbummler, die wissbegierig sind und etwas Neues erleben wollen. Solange man der Welt etwas Gutes tun will und nicht nur auf ausgelassenes Feiern aus ist, ist man hier total richtig.

ZIELE DER WERBUNG. PLANUNG DER VERMARKTUNG

Die Naturverbundenheit soll bei der Vermarktung an erster Stelle stehen. Nicht nur das Logo, auch die Produkte selbst sind nachhaltig produziert und spiegeln dies sofort wider.

Generell soll ein Bewusstsein für die Natur geschaffen werden, gleichzeitig aber auch das typische Festivalfeeling aufkommen. Modernität trifft hier auf natürliche Formen.

Wichtig ist ebenso, dass ein Gefühl von Freiheit und Gemeinschaft vermittelt wird. Denn ein Festival lebt von seinen Gästen. Jeder einzelne Mensch ist ein wichtiger Teil davon.

Flow
TO **Grow**
FESTIVAL

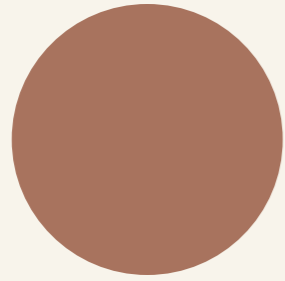
The logo features the word 'Flow' in a bold, black, handwritten-style font. Below it, the word 'TO' is written in a smaller, black, sans-serif font. To the right of 'TO' is the word 'Grow' in the same bold, black, handwritten-style font. A black branch with two leaves is integrated into the 'o' of 'Grow', extending upwards and to the right. Below the entire logo, the word 'FESTIVAL' is written in a black, sans-serif font.

Flow
TO **Grow**
FESTIVAL

The logo features the word 'Flow' in a bold, brown, handwritten-style font. Below it, the word 'TO' is written in a smaller, black, sans-serif font. To the right of 'TO' is the word 'Grow' in the same bold, brown, handwritten-style font. A green branch with two leaves is integrated into the 'o' of 'Grow', extending upwards and to the right. Below the entire logo, the word 'FESTIVAL' is written in a black, sans-serif font.

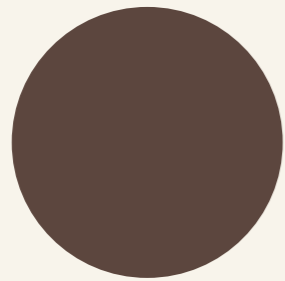
CD: LOGO

Dem **Grow** der Wortmarke wurde ein Zweig mit zwei Blättern hinzugefügt, um die Natürlichkeit zu unterstreichen und das Wachsen sinnbildlich darzustellen. So ist die Naturverbundenheit der Unternehmung eindeutig zu erkennen. Die natürlichen Farben unterstreichen diese Wirkung.



HELLBRAUN

Cyan	30
Magenta	57
Yellow	63
Key	10



DUNKELBRAUN

Cyan	51
Magenta	63
Yellow	66
Key	42



ORANGE

Cyan	10
Magenta	76
Yellow	95
Key	01



GRÜN

Cyan	64
Magenta	00
Yellow	89
Key	00

CD: HAUSFARBEN

Da meine Unternehmung sehr naturverbunden ist, war mir von Anfang an wichtig, natürliche Farben auszuwählen. So habe ich mich für Erdtöne entschieden.

Der Orangeton stellt dazu einen starken Kontrast dar, was das Ganze moderner erscheinen lässt. Durch ihn wird auch das Gemeinschaftsgefühl unterstrichen.

Das saftige Grün habe ich zudem in meinem Logo aufgenommen, da es nicht nur zu den Blättern passt, die hier symbolisch die Umwelt widerspiegeln sollen, sondern am stärksten mit der Natur und einem Gefühl von Freiheit assoziiert wird.

Das dunkle Braun dient hier vor allem als Schriftfarbe. Ein tiefes Schwarz sehe sehr künstlich aus und hebe sich zu stark von den anderen Farben ab. Gleiches gilt für das Druckpapier, welches nicht in einem strahlendem Weiß, sondern Beigeton ausgewählt wurde, um die Natürlichkeit hervorzuheben.

HEY OCTOBER: ÜBERSCHRIFT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ÄÖÜ

1234567890

Corbel Regular: Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ÄÖÜ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

CORBEL BOLD: ZWISCHENÜBERSCHRIFT

CORBEL LIGHT: ZWISCHENÜBERSCHRIFT

CD: HAUSSCHRIFT

Für die Überschrift sowie das Logo habe ich nach einer sehr ausgefallenen Schrift gesucht, die nicht zu starr erscheint und an den **Flow** meiner Unternehmung erinnert. Die Schriftart „Hey October“ passt hier sehr gut, da der Pinselstrich-Charakter sehr natürlich wirkt und durch das Dunkelbraun fast schon an Äste oder Holz erinnert. Überschriften sind in Großbuchstaben, da sie so lauter wirken und eher beachtet werden.

Für den Fließtext und die Zwischenüberschriften wurde die Schriftart „Corbel“ ausgewählt, da diese in starkem Kontrast zur Überschrift steht, sehr einfach zu lesen und vor allem modern ist. Je nach Kontext und Hervorhebung wird sie im Regular-, Light- oder Bold-Type eingesetzt.



CD: BILDKONZEPT

Da das Logo geschwungene Formen aufweist, sind die Bilder in einem runden Format dargestellt. Dies steht ebenso in Verbindung zu dem grünen Kreis, welcher in etlichen Anwendungen wiederkehrt und an eine Discokugel erinnern soll (siehe Plakat). Gleichzeitig kann damit unsere Erde assoziiert werden. Icons werden nur verwendet, um auf bestimmte Dinge, wie beispielsweise die Social Media Kanäle, hinzuweisen.

Gezeigt werden Stände, Bühnen, Menschen - alles, was an ein Festival erinnert. Nachhaltige Produkte sind in einer Detailansicht abgebildet.

Farblich passen die ausgewählten Fotos sehr gut zu den Hausfarben sowie in das natürliche Erscheinungsbild.

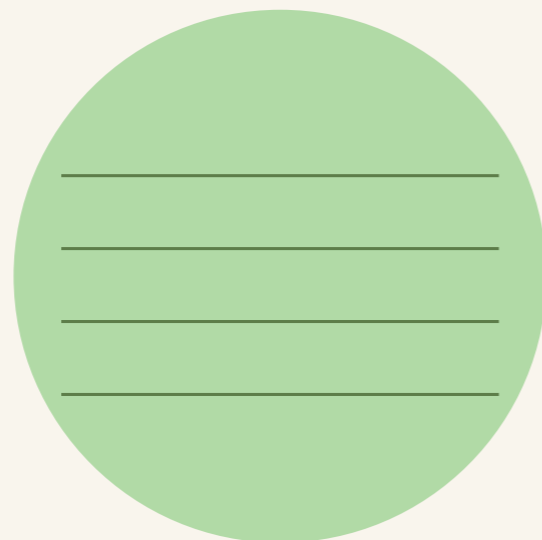


FEIERN GEHT AUCH NACHHALTIG.

Flow
TO
Grow
FESTIVAL



Flow
TO
Grow
FESTIVAL



1. ANWENDUNG: POSTKARTE



2. ANWENDUNG: POSTER



TICKETS UNTER
WWW.FLOWTOGROW.DE

In Berlins Umgebung



513693933300064



Kontakt

Flow to Grow GmbH
Musterstraße 1a
11111 Berlin

Tel: 030/11111111
Fax: 030/11111111
Mail: info@flowtogrow.de



FOLLOW US



16. - 18.07.2021

KUNST UND SCHAUSPIEL

Cras gravida sem ut massa. Quisque accumsan porttitor dui. Sed interdum, nisl ut consequat tristique, lacus nulla porta massa, sed imperdiet sem nunc vitae eros. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Pellentesque sit amet metus. Nullam tincidunt posuere ligula. Aenean volutpat ultrices ligula. In tincidunt. Aenean viverra suscipit tellus.

- SCHAUSPIEL
- SCHAUSPIEL
- SCHAUSPIEL
- KUNST
- KUNST

FEIERN GEHT AUCH NACHHALTIG.



3 DAYS - 5 FLOORS - 1 TICKET



FÜR EINE GEMEINSAME ZUKUNFT.

DJ'S, BANDS, LIVE-ACTS

Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

Nulla vestibulum eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum con-

ACT • ACT • ACT • ACT
ACT - ACT - ACT - ACT - ACT
ACT - ACT - ACT - ACT - ACT
ACT - ACT - ACT - ACT - ACT



3. ANWENDUNG: BROSCHÜRE



SCHMALZ

Cras gravida sem ut massa. Quisque accumsan porttitor dui. Sed interdum, nisl ut consequat tristique, lacus nulla porta massa, sed imperdiet sem nunc vitae eros. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Pellentesque sit amet metus. Nullam tincidunt posuere ligula. Aenean volutpat ultrices ligula. In tincidunt. Aenean viverra suscipit tellus.

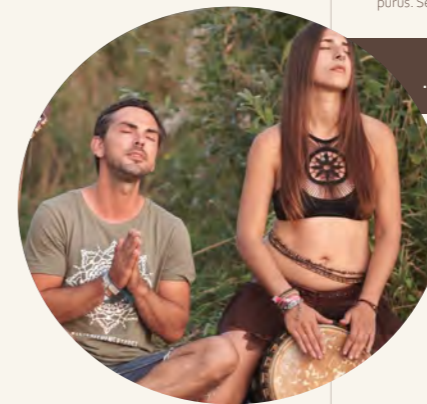


VERKAUF

Pellentesque mi dui, molestie sit amet, adipiscing id, iaculis quis, arcu. Nulla tellus sem, viverra eu, ultrices ac, mattis et, velit. Maecenas quis magna. Ut viverra nisl eu ipsum. Maecenas rhoncus. Duis mattis nisi nec sapien. Nullam eu ante non enim tincidunt fringilla. Integer leo. Duis eget enim.

Curabitur felis erat, tempus eu, placerat et, pellentesque sed, purus. Sed sed diam. Nam

MACH DIE WELT ZU EINEM BESSEREN ORT.



... WERDE EINS MIT DER NATUR

WORKSHOPS UND VORTRÄGE

Mauris vitae mauris sit amet est rhoncus laoreet. Curabitur facilisis, urna vel egestas vulputate, tellus purus accumsan ante, quis facilisis dui nisl a nunc.

Nulla vestibulum eleifend nulla. Suspendisse potenti. Aliquam turpis nisi, venenatis non, accumsan nec, imperdiet laoreet, lacus. In purus est, mattis eget, imperdiet nec, fermentum con-

- WORKSHOP
- WORKSHOP
- VORTRAG
- VORTRAG
- VORTRAG





4. ANWENDUNG: MERCHANDISE



ABV Modulprojekt
Layout und Design von Printmedien
Publizieren mit Affinity Publisher
Isabella Sophia Knopf
WiSe 20/21
FU Berlin