

Brand Manual

Daniel Maitz

Brand Essence•

2

Logo & Monogramm•

3

Farben•

4

Typografie•

5



Brand Essence



Logo & Monogramm



Positionierung: Grafikdesign für Social, Web & Print – klar, markengerecht, effizient.

Werte: Klarheit, Präzision, Verlässlichkeit, Tempo, Liebe zum Detail.

Versprechen: Visuelle Systeme statt Einzelstücke – Templates, die in Social & Web performen.

Elevator Line (extern, kurz): Ich helfe Marken, mit klaren, skalierbaren Visuals in Social, Web und Print aufzufallen.

Tonfall (Voice): freundlich, direkt, modern; kurze Sätze; deutsch (Du-Ton), optional „Sie“ im B2B-Kontext.

Primärzeichen: Wortmarke Daniel Maitz (Serif-Display).

Sekundärzeichen: Monogramm DM (für Favicon, Avatar, Wasserzeichen).

Mindestgröße: - Wortmarke: 22 px Höhe (Screen) / 8 mm (Print).

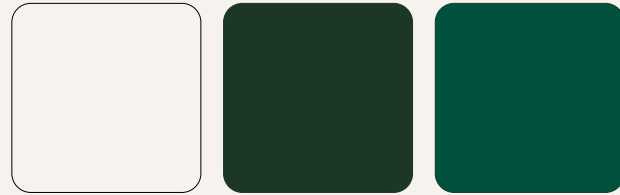
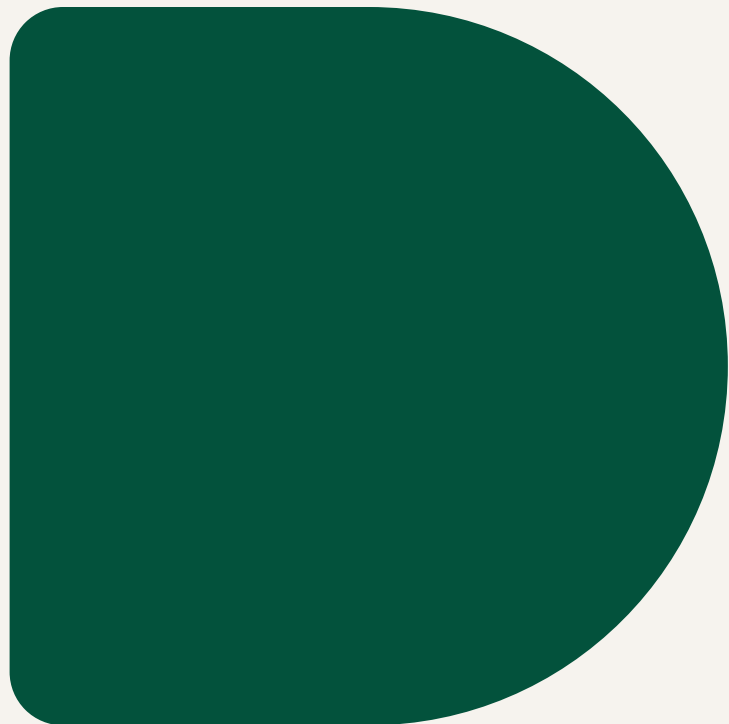
Monogramm: 18 px (Screen) / 6 mm (Print).

Schutzzone: Rund um Wortmarke/Monogramm mindestens 1x x-Höhe Abstand frei halten.

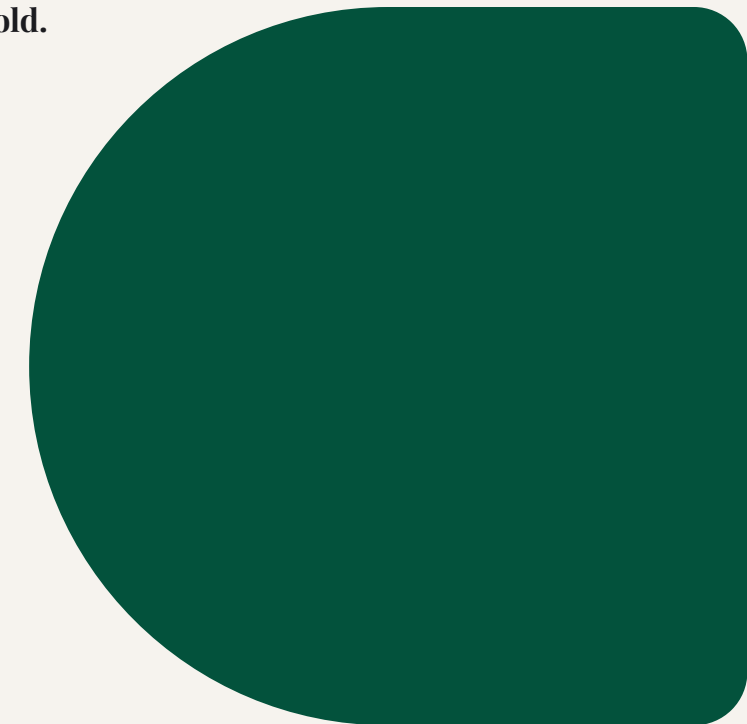
Farben: Positiv (auf Weiß/Sand), Negativ (Weiß auf Primärgrün).

Don'ts: nicht verzerren, keine Schatten/Verläufe, keine Outline, keine Farbwechsel außerhalb der Palette.

Farben



Typografie



Primärpalette

- Primary Green – **#0E412E**

- Primary Green Hover – **#1C3825**

- Sand 50 (optional Hintergrund) – **#F6F3EE**

Neutrals

- Neutral 900 – **#111111**

- Neutral 700 – **#2A2A2A**

- Neutral 300 – **#DADADA**

- Neutral 100 – **#F5F5F5**

- Weiß – **#FFFFFF**

Kontrast-Hinweis: Mindestens AA (4.5:1) für normalen Text, 3:1 für große Überschriften – bevorzugt AA für alles.

Headings (Display Serif): Playfair (oder Playfair Display v2), variable; bevorzugt Semibold/Bold.

Text/UI (Sans Serif): Inter (Variable), Regular–Medium–Semibold.

Type Scale (Web, clamp-basiert empfohlen):

– H1: 48–84 pt / Bold

– H2: 32–40 pt / Semibold

– H3: 24–28 pt / Semibold

- Body: 12–18 pt / Regular

- Small: 18 pt / Regular