

CREA FACTORY

Kreativagentur für Marken- und
Unternehmenskommunikation

Die von der Crea Factory ausgearbeiteten Entwürfe und alle im Zusammenhang mit diesem Projekt entstehende Dokumente werden dem Auftraggeber gemäß § 18 Abs. 1 UWG anvertraut. Die Entwürfe sind als vertraulich zu behandeln und dürfen nur mit schriftlicher Einwilligung der Crea Factory verwendet oder an Dritte weitergeleitet werden.

LEIDENSCHAFTLICH ANDERS ARBEITEN

Branding

Markenentwicklung,
Markenworkshop, Businesspläne

Corporate

Corporate Design, Logodesign,
Relaunchs, Brand Sprint

Print

klassische Medien, Messe, OOH,
Editorial Design, Packaging, ...

Online

Webdesign, interaktive PDF,
digitale Anwendungen

Strategie

Marketingberatung, Kommunika-
tionskonzepte, Kampagnen

Projektmanagement

Steuerung, Organisation,
Beratung

KUNDE

Ulrike Schmidt-Fleischer -
Rechtsanwältin und Notarin

PROJEKT

Corporate Design

BRANCHE

Legal Services





KUNDE

TB Coach & Train

PROJEKT

Corporate Design

BRANCHE

Coaching, Training



KUNDE

Andreas Hoffmann Akademie

PROJEKT

Corporate Design
Printdesign

BRANCHE

Coaching, Training





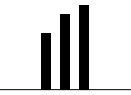
Corporate Design

Andreas Hoffmann
AKADEMIE

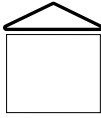
Bildelement Herleitung



Sicherheit



Wirtschaftlichkeit



Heimat



Herleitung

Andreas Hoffmann
AKADEMIE

Ich habe die Freiheit zu entscheiden was ich will!

Diese Freiheit ist heutzutage leider nicht selbstverständlich und für viele scheinbar unerreichbar. Finanzielle Freiheit bedeutet mehr Leben, mehr Zeit und mehr Gesundheit. Dann kann auch der Erfolg Hand in Hand gehen mit den eigenen Träumen wie einem harmonischen Familienleben. Denn nach Höherem Streben bedeutet nicht zwangsläufig abheben. Eine beständige Basis baut Stein für Stein die Sicherheit, die nachhaltig die Zeit überdauert.

Die Andreas Hoffmann Akademie bietet möglichst vielen Menschen die Chance sich innerhalb geschützter Mauern individuell zu entfalten.



Corporate Design

Andreas Hoffmann
AKADEMIE

Bildwelt



Ausstattung

Andreas Hoffmann
AKADEMIE

Namensschilder



KUNDE

Sui Generis

PROJEKT

Corporate Design
Crossmediale Designkonzepte

BRANCHE

Coaching, Training

Thilo Pfeil dient als Referenzkunde
und darf kontaktiert werden:

info@suigeneris.de
+49 171 2647010

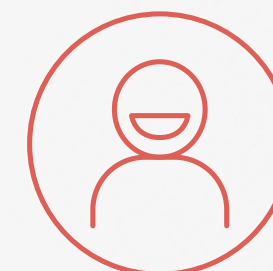




Buchautor



Netzwerkprofi



Speaker

KUNDE

Moku Mentoring

PROJEKT

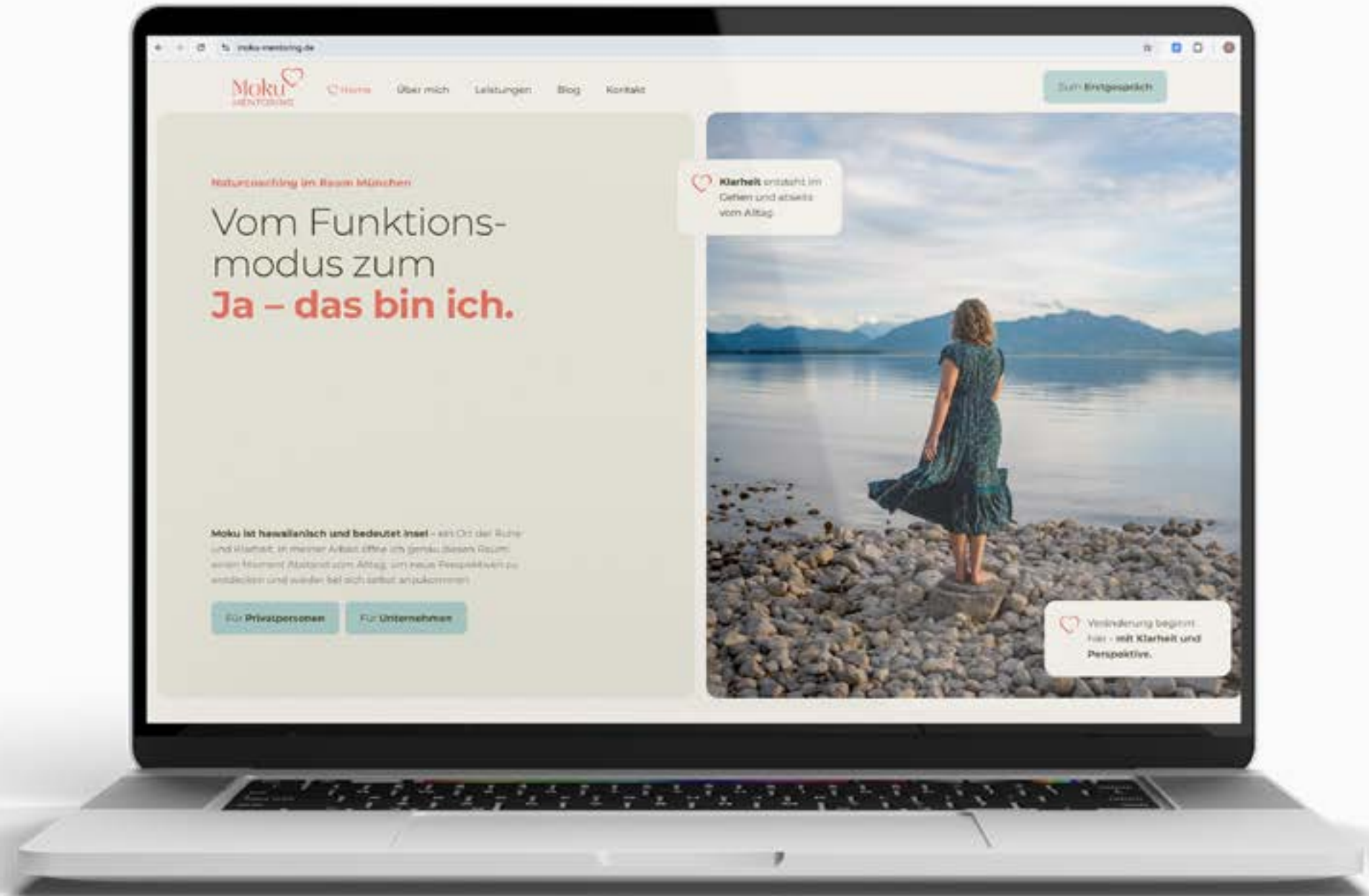
Markenworkshop

Corporate Design

Printdesign & Webdesign

BRANCHE

Coaching, Training



KUNDE

CTC Nordstern

PROJEKT

Corporate Design
Printdesign

BRANCHE

Coaching, Training



KUNDE

Webseitenhelden

PROJEKT

Corporate Design

Social Media

BRANCHE

Web Design & SEO



KUNDE

XX Hochtaunus

PROJEKT

Markenworkshop

Corporate Design

Kampagnenentwicklung

Printdesign

Crossmediale Designkonzepte

BRANCHE

Events





KUNDE

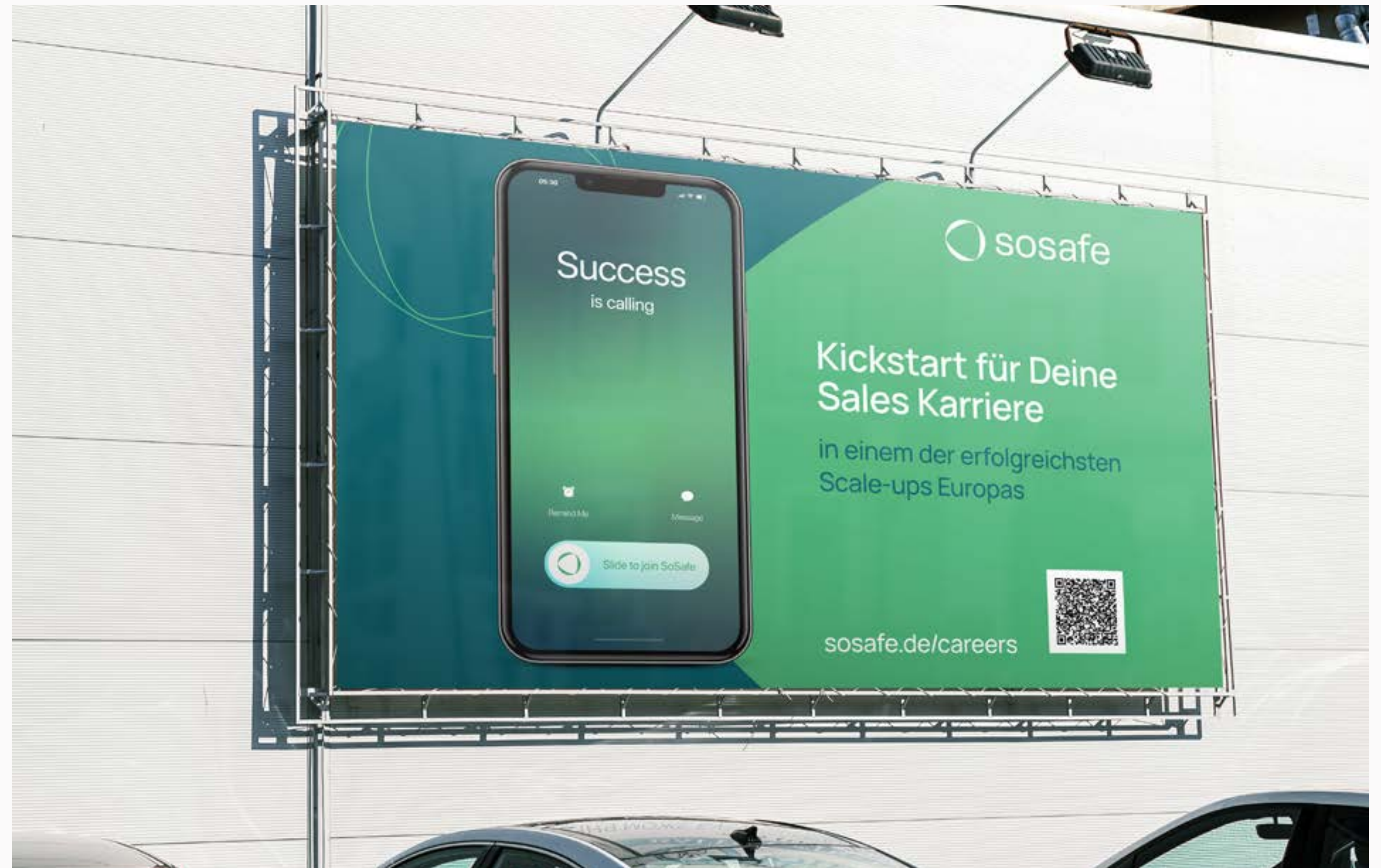
SoSafe

PROJEKT

Kampagnenentwicklung

BRANCHE

Software



KUNDE

Deutsche Film- und
Medienbewertung (FBW)

PROJEKT

Kampagnenentwicklung
Printdesign

BRANCHE

Media, Film & Culture



KUNDE

Geheime Küche

PROJEKT

Corporate Design
Printdesign

BRANCHE

Food & Beverage



KUNDE
Vida Mare

PROJEKT
Printdesign

BRANCHE
Food & Beverage



KUNDE

meet & mampf

PROJEKT

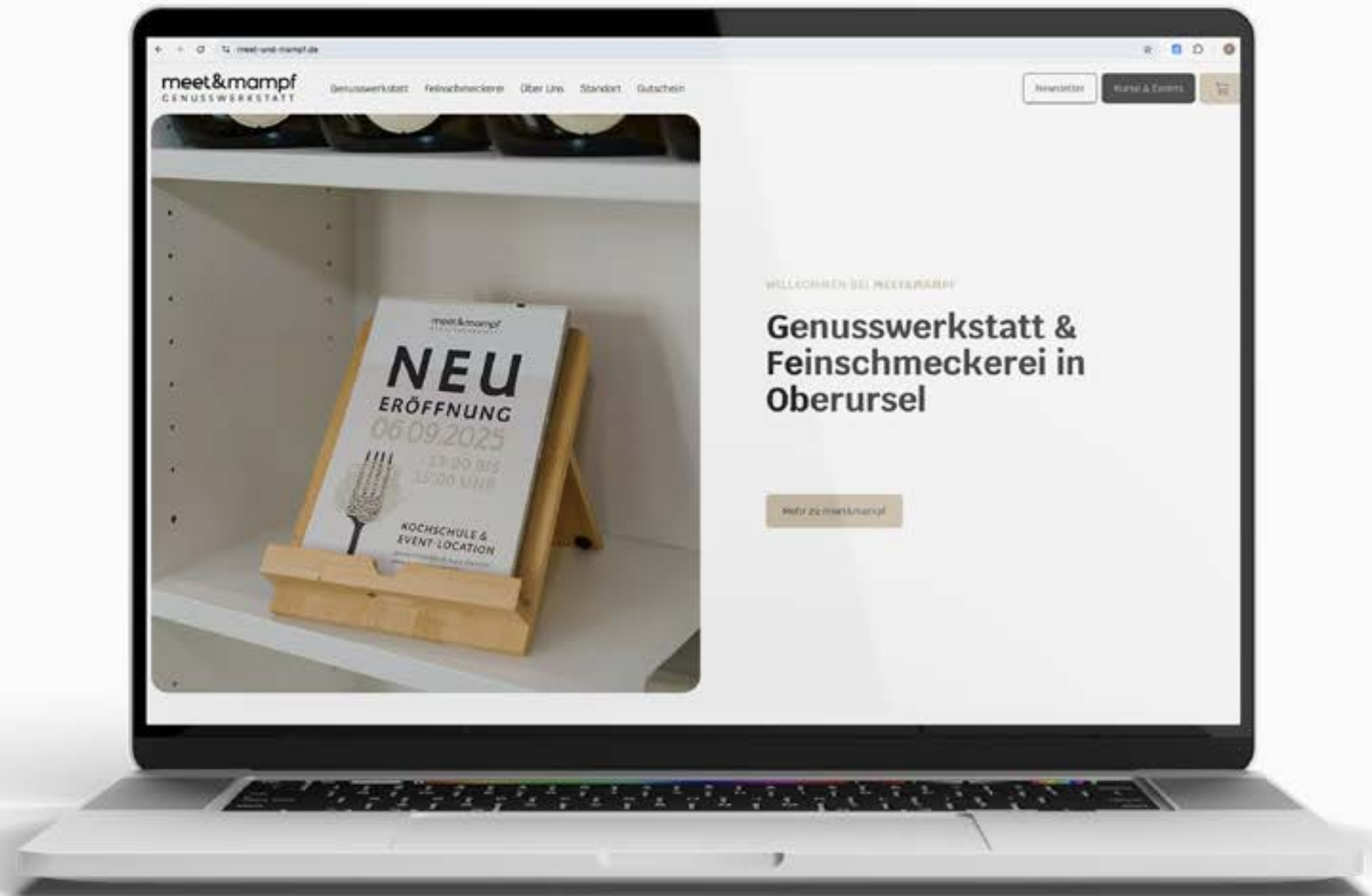
Corporate Design

Printdesign & Webdesign

Packaging

BRANCHE

Hospitality & Gastronomy



KUNDE

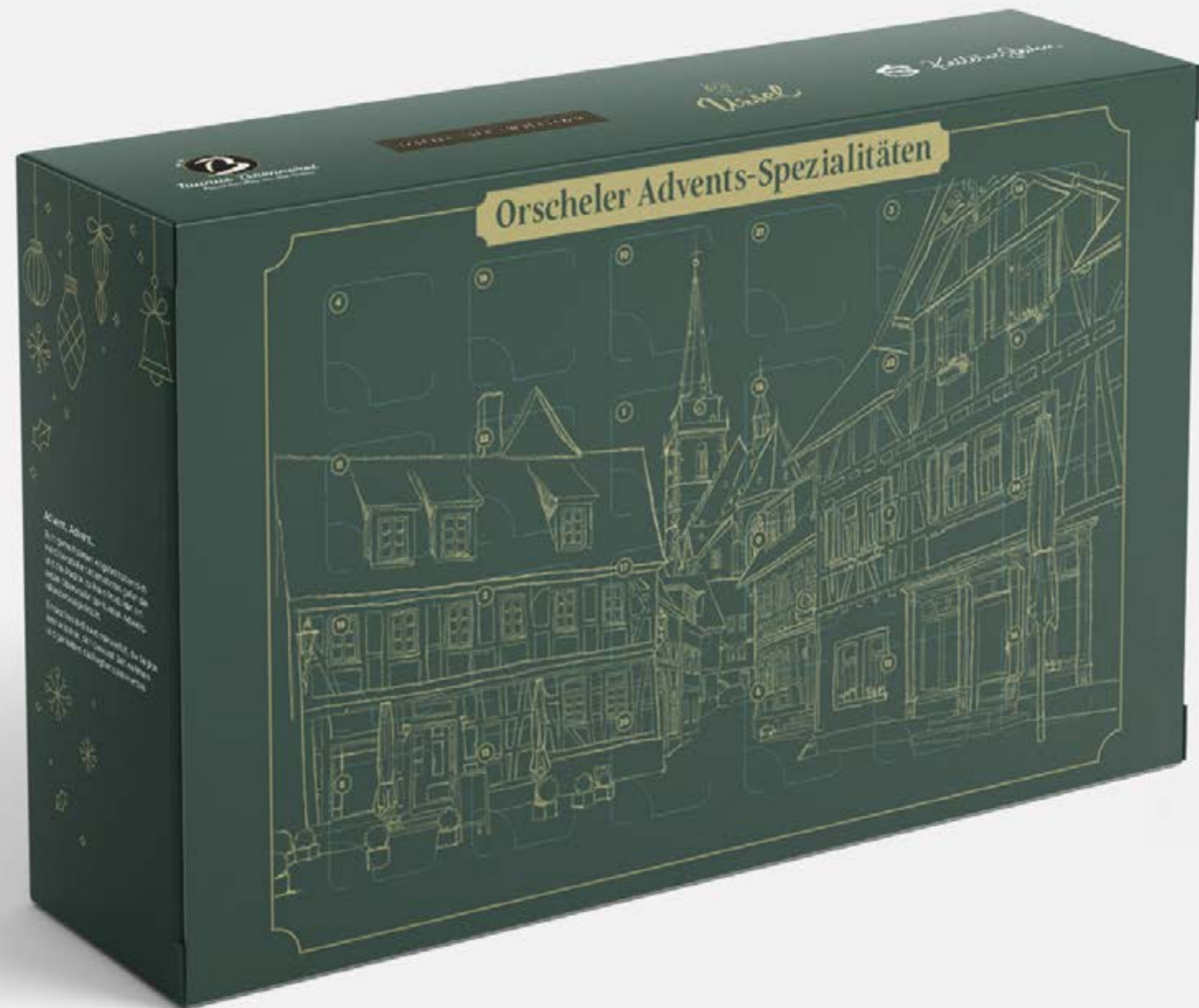
Kelterei Steden
Ursel Gin
Taunus Brennerei
Soul-of-whisky

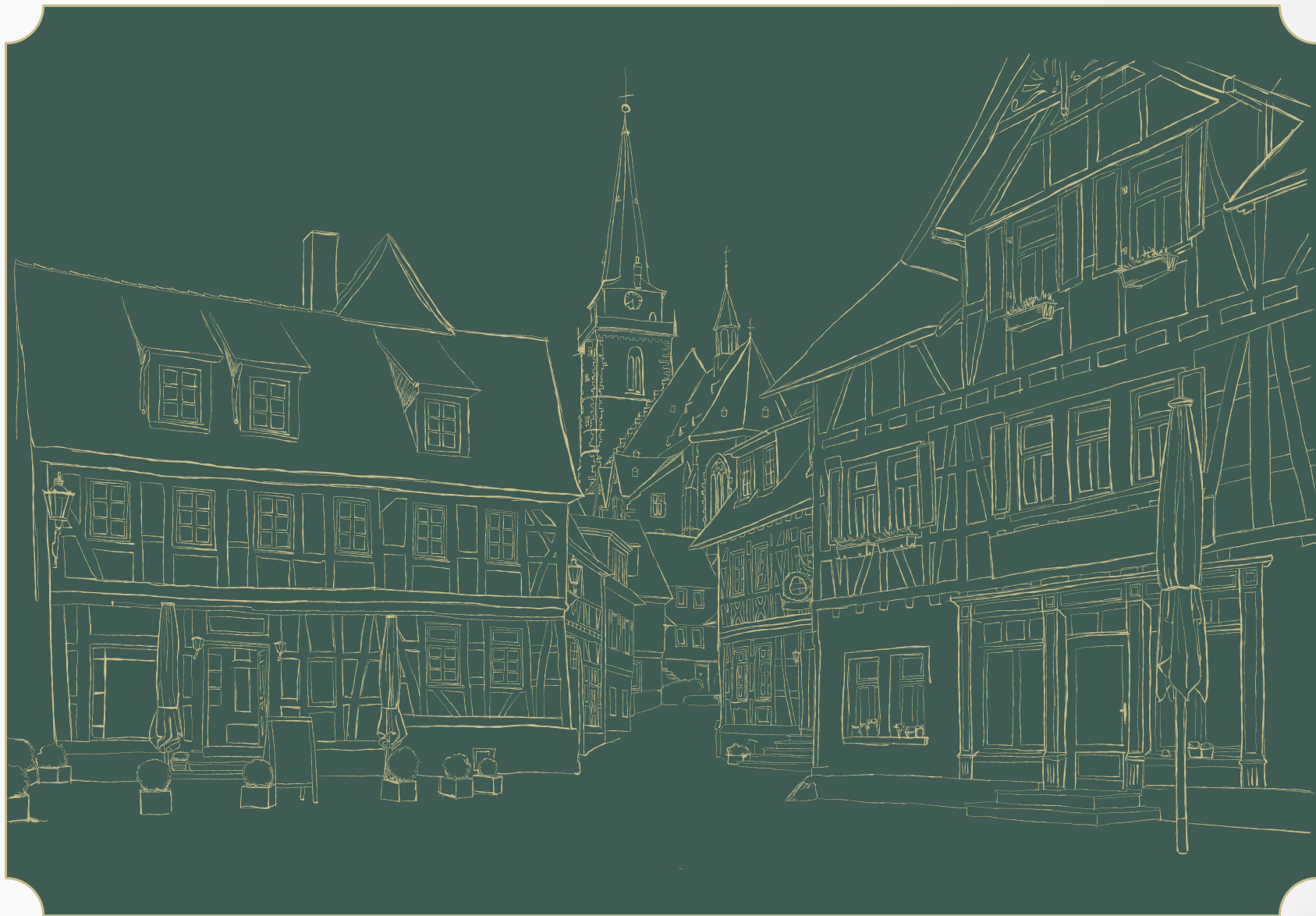
PROJEKT

Printdesign
Packaging

BRANCHE

Food & Beverage

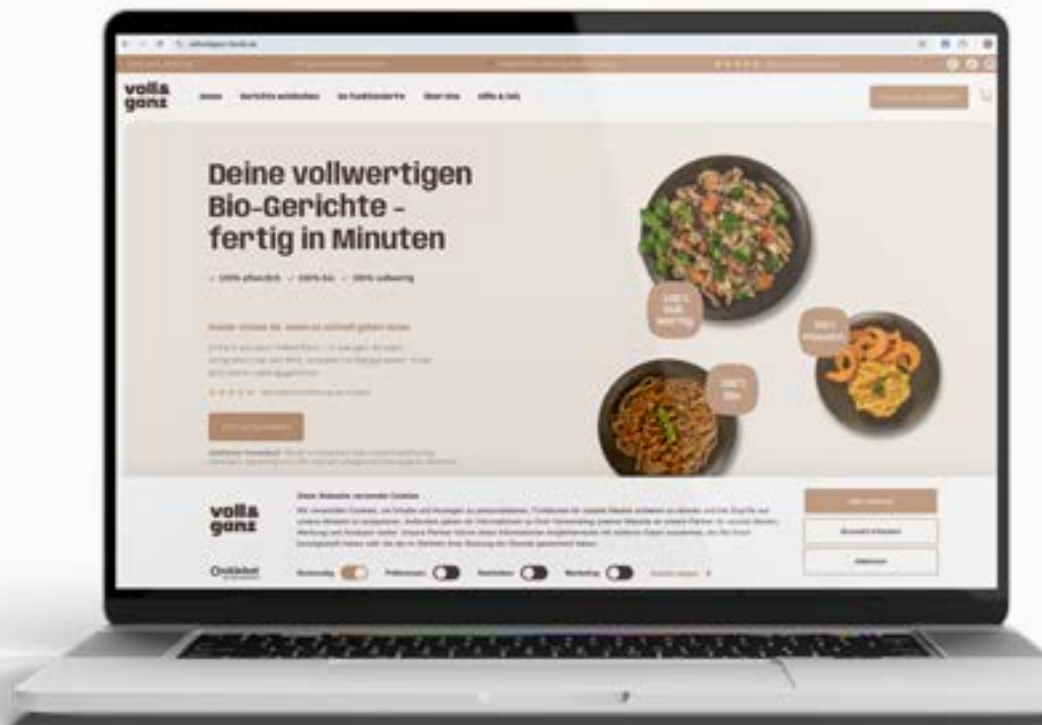




KUNDE
voll&ganz

PROJEKT
Corporate Design
Printdesign & Webdesign
Packaging

BRANCHE
Food & Beverage



**voll &
ganz**

Brand Manual

Stand: 2025



**voll&
ganz**



Linsenbolognese mit Dinkel-Vollkornspagetti

Natürliche
Zutaten

Von Hand
zubereitet

Schonend
gegart

Tief-
gefroren

100%
vollwertig

470g e
Serviervorschlag

Warum tiefgekühlte, vollwertige Gerichte?

Linsenbolognese mit Dinkel-vollkornspagetti

KUNDE
Naturpark Taunus

PROJEKT
Corporate Design
Printdesign

BRANCHE
Environment & Sustainability

Weiteres Infos und kostenfreie Anmeldung

EINLADUNG

Eröffnen Sie mit uns die Wandersaison 2026

Frühlingserwachen im Taunus! Wir laden alle Naturbegeisterten, Familien und Freunde herzlich ein, gemeinsam mit uns in die neue Wandersaison zu starten. Freuen Sie sich auf eine etwa 2-stündige Wanderung mit einzigartigen Einblicken in die erwachende Natur des wunderschönen Taunus.

Sie reisen mit dem ÖPNV an? Unser Naturpark-Shuttle bringt Sie vom Bahnhof Neu-Anspach zum Waldschwimmbad.

Entdecken Sie die neuen Highlights unseres Veranstaltungskalenders und erleben Sie die Natur mit Gleichgesinnten. Dank der großzügigen Unterstützung der Taunus Sparkasse genießen Sie zum Abschluss der Wanderung einen leckeren Imbiss.

Zur besseren Planung bitten wir um Anmeldung unter:
www.naturpark-taunus.de

Datum

Sonntag, 29. März 2026

Uhrzeit/Dauer

11 Uhr (ca. 2 Stunden)

Treffpunkt

Waldschwimmbad Neu-Anspach

ÖPNV

Bahnhof Neu-Anspach mit Shuttle-Service zum Waldschwimmbad

Schwierigkeitsgrad

mittel

Wir freuen uns, mit Ihnen und dem Naturpark Taunus die Wandersaison 2026 zu eröffnen. Viel Vergnügen bei den Wanderungen in unserer schönen Region.



vorher



Naturpark
Taunus

nachher

Deine Spende für den Erhalt unseres Taunus.

Der Naturpark Taunus ist ein einzigartiger Lebensraum für Mensch, Tier und Pflanze – der wir uns alle verpflichtet fühlen. Damit der so bleibt, braucht es Engagement. Sind Menschen wie Du.

Gemeinsam mehr bewirken

- Ob einmalig oder regelmäßig – dein Beitrag macht einen echten Unterschied bei deiner Unterstützung fördert die Erhaltung:
- der Schutz heimischer Tier- und Pflanzenarten
- die Pflege wertvoller Landschaften
- Umweltbildung für Kinder und Erwachsene
- nachhaltige Projekte in der Region

Jede Spende trägt dazu bei, die Natur im Taunus langfristig zu sichern. Weitere Informationen zur Stiftung findest du online unter:

www.naturpark-taunus.de/stiftung

Spende jetzt für Natur im Taunus

Amphibienlehrpfad Winterstein

5,5 km
120 m
120 m
ca. 90 - 120 min
mittel
Winterstein
GWWL Lernen ipsum Info

Der Weg informiert über Amphibien im Taunus sowie Lebensräume und Geschichte des Winterstein-Gebiets. Der ehemalige Truppenübungsplatz bietet idealen Lebensraum für viele Arten, die an Stationen vor Ort vorgestellt werden. Mehr Infos online!

Über den QR-Code direkt zur Karte & GPX Track

www.naturpark-taunus.de

KUNDE

Helfende Hände

PROJEKT

Corporate Design

Printdesign & Webdesign

BRANCHE

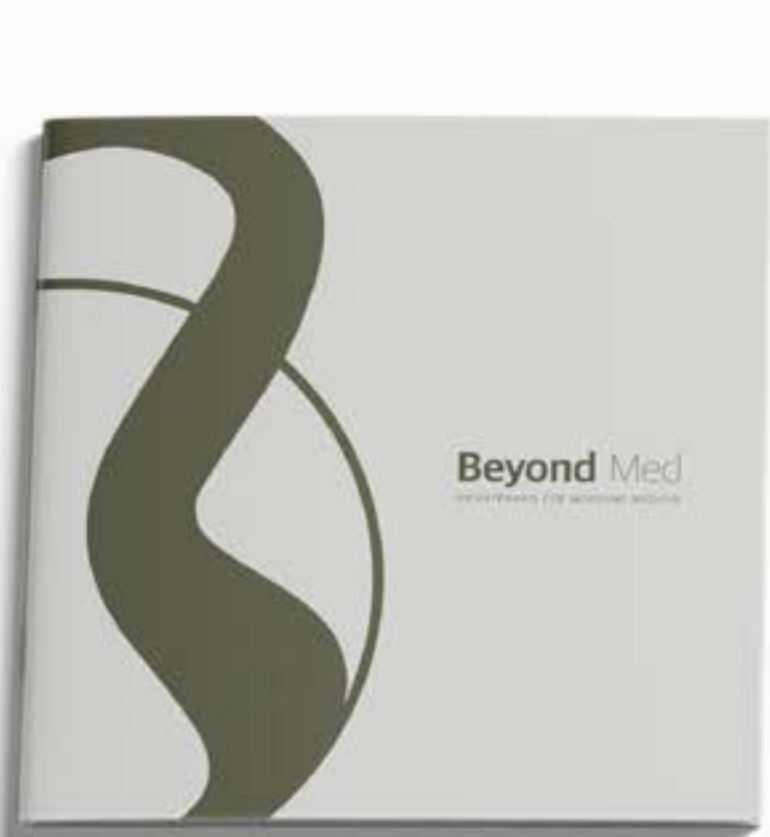
Non-Profit



KUNDE
BeyondMed

PROJEKT
Markenworkshop
Corporate Design
Printdesign & Webdesign

BRANCHE
Medical/Healthcare



KUNDE

FritzFranz

PROJEKT

Markenworkshop

Corporate Design

Printdesign & Webdesign

BRANCHE

Interior Design



KUNDE
Better2App

PROJEKT
Markenworkshop
Corporate Design
Crossmediale Designkonzepte

BRANCHE
Software



KUNDE
Heimwärts

PROJEKT
Markenworkshop
Corporate Design
Printdesign

BRANCHE
Hotelerie



Inhalt

Logo	3
Typografie	5
Farben	6
Hintergründe	7
Bildwelt	8
Illustration / Icons	9

Logo

Basislogo
Das Logo steht in vier Versionen zur Verfügung. Bevorzugt ist die Datei heimwaerts-logo_4C_pos zu verwenden. Es ist immer darauf zu achten, dass das Logo ausreichend Kontrast zum Hintergrund hat. Wird das Logo auf dunklem Untergrund platziert, ist die Datei heimwaerts-logo_4C_neg zu nutzen.

Die schwarze und weiße Variante des Logos sind nur in Ausnahmefällen zu verwenden, wenn aufgrund der Vorgaben keine der oben genannten eingesetzt werden kann (z. B. bei Siebdrucken).

HEIMWÄRTS

HEIMWÄRTS

HEIMWÄRTS
ferienwohnen

Logo mit Claim
Kommt der Claim zum Einsatz, sind die Dateien mit dem Zusatz claim zu nutzen.

HEIMWÄRTS

HEIMWÄRTS

Icon
Das Logo kann in Ausnahmefällen durch ein Icon ersetzt werden (z. B. kleine Profilbilder, App- oder Favicons. Hierfür stehen zwei Varianten zur Verfügung, die die Serpentine zeigen (vgl. Seite 7)

heimwaerts-logo_claim_4C_pos

heimwaerts-logo_claim_4C_neg

Logo

Mindestgrößen
Die angegebenen Mindestgrößen von 22 x 4 mm ohne Claim und 22 x 5,1 mm mit Claim dürfen nicht unterschritten werden.

HEIMWÄRTS

HEIMWÄRTS

Schutzzone
Die Schutzzone des Logos definiert den Freiraum, der um das Logo herum einzuhalten ist. Dieser ergibt sich aus der Negativform des H in der Mitte des Logos wie eingezeichnet.

Wird das Logo mit Claim verwendet, ist der Schutzraum um den Claim zu erweitern.

Das Logo darf in keiner Variante verzerrt, gestaucht, verzerrt, eingefärbt oder anderweitig angepasst werden. Es ist immer als Original zu nutzen.

HEIMWÄRTS

Hintergründe

Kommt eine Farbfläche im Hintergrund zum Einsatz, ist diese immer homogen durch den Einsatz des Bildelementes zu ergänzen. Es ist nur gestattete Farben aus einer Helligkeit miteinander zu kombinieren. Ein kontrastreicher Einsatz im Hintergrund ist untersagt. Ist der Untergrund weiß, ist der Einsatz des Bildelementes See 25% optional.

Folgende dargestellte Farbkombinationen sind gestattet. Eine Ausnahme stellt das Icon dar. Diese Farbkombination darf jedoch nicht als Hintergrund genutzt werden!

Wald
Moos
Teich
See
See
See 25%
See 25%
See

Das Bildelement besteht aus einem Ausschnitt des Schriftzugs und kann in zwei Varianten verwendet werden: in Option 1 ist das Element in der vollen Breite einzusetzen; heimwaerts-serpentine

In der zweiten Anwendung (Option 2) ist das Element so anzuschneiden, dass der Fokus auf dem H liegt und dieses klar erkennbar ist.

Für den Satz der Elemente sind die Vorlagen im Original zu platzieren.

Option 1
Option 2

Typografie

Schmuckschrift
Die Schrift **Yanone** darf ausschließlich als Headline oder für hervorgehobene Textabschnitte wie z. B. kurze Zitate oder Störer eingesetzt werden. Die Laufweite ist immer um mindestens 10 zu erhöhen und optisch auszugleichen, wenn nötig.

Es ist nicht gestattet die Schrift Versal zu verwenden.

Lauftext
Für Fließtexte wird ausschließlich die Yanone Kaffeesatz im Schriftschnitt Light genutzt. Subheadlines und Zeichnungen werden je nach Gewichtung in den Schriftarten Regular oder Semibold verwendet. Auch diese Schrift ist in der Laufweite optisch so anzupassen, dass ein harmonisches Schriftbild entsteht.

Yanone
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?%&@

Yanone Kaffeesatz Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?%&@

Yanone Kaffeesatz Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?%&@

Yanone Kaffeesatz Semibold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?%&@

Farben

Die Farbwelt besteht aus diversen Grün-Tönen. Diese können entweder homogen (z. B. für Hintergrund) oder kontrastiert miteinander kombiniert werden. Dabei ist darauf zu achten, dass das Gesamtbild eine moderne Harmonie ausstrahlt.

Wird neben dem weissen Untergrund noch eine hellere Farbe benötigt, darf das hellste Grün noch auf 25% der Farbe heruntergesetzt werden.

Wald
CMYK 85 | 30 | 85 | 60
RGB 45 | 64 | 32
HEX #2D3A16

Teich
CMYK 25 | 10 | 22 | 10
RGB 170 | 183 | 168
HEX #A0B6A8

Moos
CMYK 70 | 30 | 75 | 65
RGB 45 | 64 | 32
HEX #2D3A16

See
CMYK 10 | 4 | 9 | 1
RGB 224 | 229 | 221
HEX #E0E5D6

See 25%
CMYK 10 | 4 | 9 | 1
RGB 224 | 229 | 221
HEX #E0E5D6

Bildwelt

Die Bildwelt ist modern und gemütlich einladend. Die bevorzugt helle Blästimmung ist leicht entsättigt. Räume in der Totalen werden ergänzt durch Closeups, die Details fokussieren.

Die Bilder werden immer mit abgerundeten Ecken platziert. Bei zusammengehörigen Bildern dürfen eine bis maximal zwei Ecken spitz bleiben, um eine Verbindung zu schaffen.



Illustration

Icons
Es stehen verschiedene Icons in der Icon-Bibliothek zur Verwendung zur Verfügung. Neue Icons sind im selben Stil zu gestalten und in der Datei heimwaerts-icons anzulegen.



Karten
XXX Hier suche ich noch eine praktikable Lösung. XXX

KUNDE

Dtoxify

PROJEKT

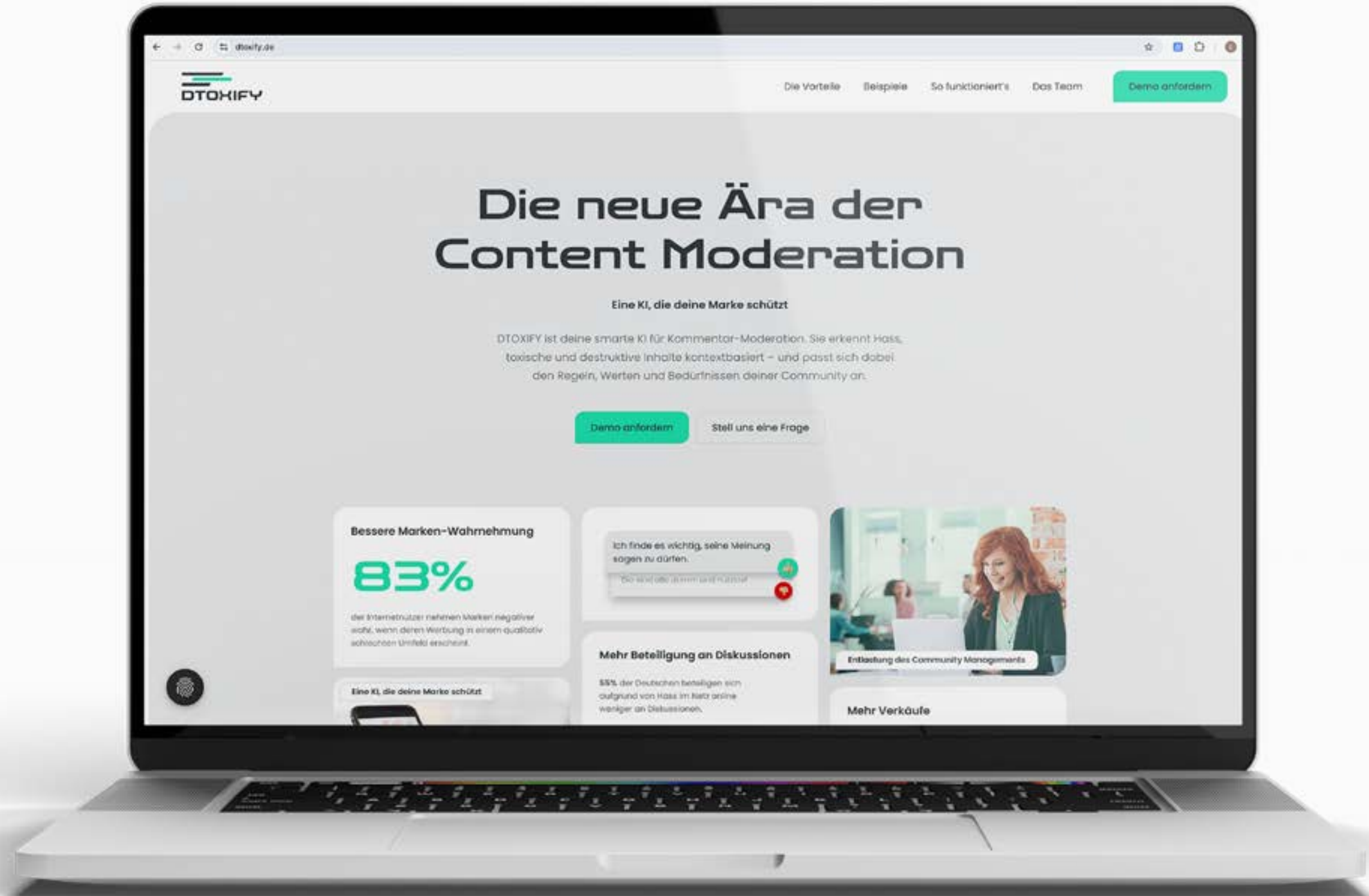
Markenworkshop

Corporate Design

Printdesign & Webdesign

BRANCHE

Software/KI



KUNDE

Goldclub Weilrod

PROJEKT

Markenworkshop

Corporate Design

Crossmediale Designkonzepte

BRANCHE

Lifestyle/Sport



KUNDE

CityClass Hotels

PROJEKT

Corporate Design

Printdesign

Crossmediale

Designkonzepte

BRANCHE

Hotelerie



KUNDE

Pflege ist erlebenswert

PROJEKT

Corporate Design
Printdesign

BRANCHE

Medical/Healthcare



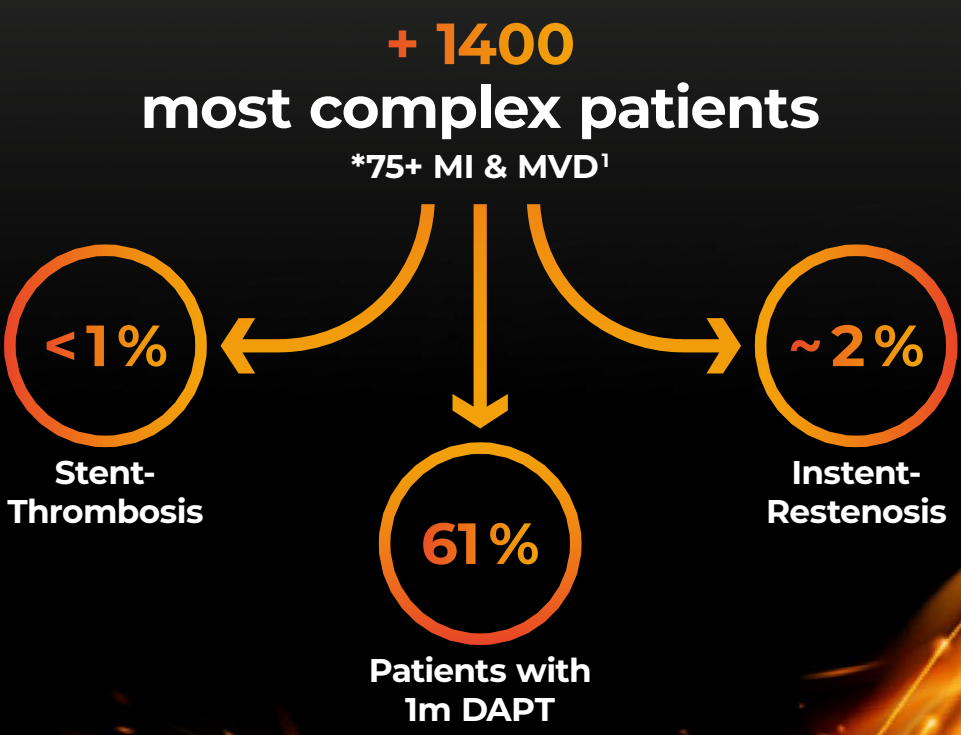
KUNDE
SMT Deutschland

PROJEKT
Printdesign
Crossmediale
Designkonzepte

BRANCHE
Medical/Healthcare



Do you know the **SECRET** behind **FIRE TRIAL**?



SECRET of this
Strategy Trial
#Stent Platform
#Utilization of Physiology

¹Published in New England Journal of Medicine 2023
389:889-889. DOI: 10.1056/NEJMoa2300468
©2024 SMT Germany GmbH. All rights reserved.

KUNDE

Schütz Dental

PROJEKT

Printdesign

Crossmediale Designkonzepte

BRANCHE

Medical/Healthcare



KUNDE

Warsteiner

PROJEKT

Kampagne

BRANCHE

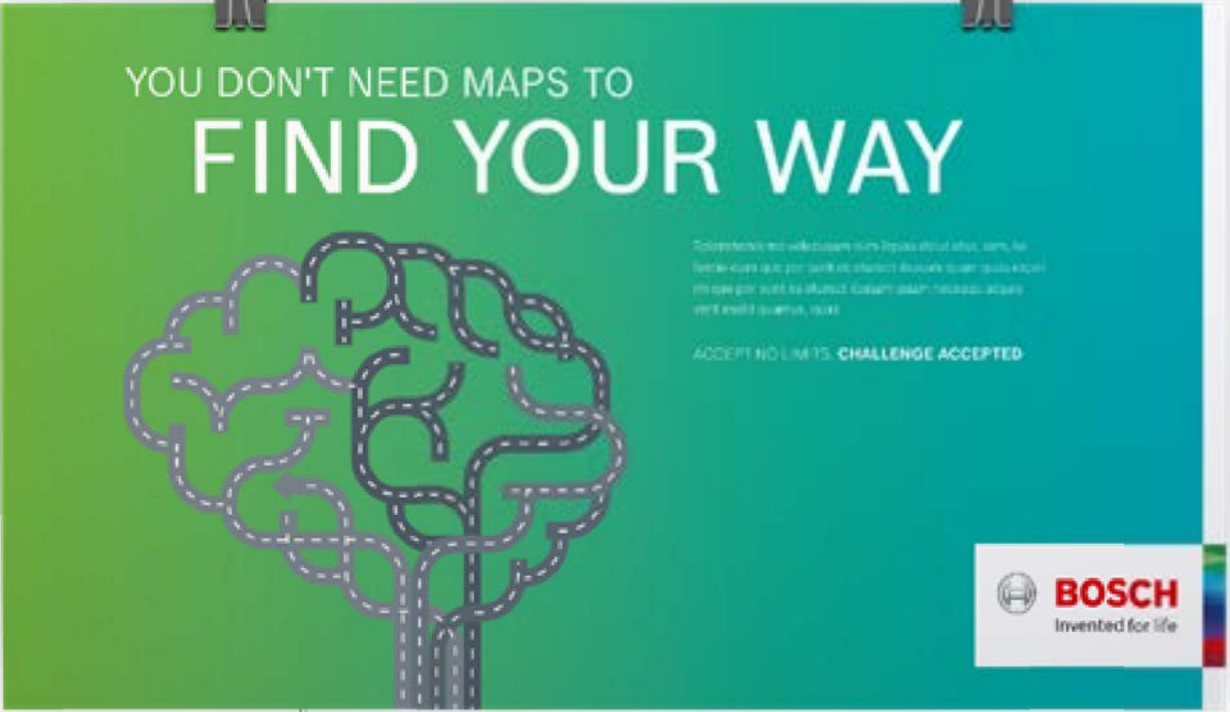
Food&Beverage



KUNDE
BOSCH

PROJEKT
Kampagne (intern)

BRANCHE
Technologie



KUNDE
DZ Bank

PROJEKT
Kampagne

BRANCHE
Finance

” **MEIN LEITMOTIV:
WER NICHT RACKERT,
VERDUMMT!**

Angela Merkel

Liebe Studentin, lieber Student,

Bea as sam si tet landunt renersp icatet mos sunt pliat
dolenih litae odi aut rae eatem. Uptat. Vela dolorio nsequat
offic. moluptatque magnihitatur aute provid mo quibus nimen-
tis minvero volore, atiasit assellu scidus eum natur, odi nus, a
exerit perorum omnimus none natur, sunt is as el iduciendi.

HERAUSRAGENDE KÖPFE
KOMMEN WEITER.
MIT DEM KARRIERE-PREIS 2015!

Informiere dich jetzt online über den Karriere-Preis
der DZ BANK Gruppe unter www.karrierepreis.de

Wir freuen uns auf deine Bewerbung und wünschen dir viel
Erfolg!

Lass deine Karriere nicht anbrennen!
Für weitere Fragen sind wir gerne für dich da:

DZ BANK AG
Stichwort „Karriere-Preis der DZ BANK Gruppe“
Frau Karin Knoblauch
Platz der Republik
60265 Frankfurt am Main
Tel: 069 7447-6425

Informieren

” **UNIVERSITÄTEN SIND SCHÖNE MIST-
HAUFEN, AUF DENEN GELEGENTLICH
EINMAL EINE EDLE PFLANZE GEDEIHT.**

Albert Einstein

HERAUSRAGENDE KÖPFE KOMMEN WEITER.
MIT DEM KARRIERE-PREIS 2015!

karrierepreis.de

DZ PRIVATBANK

Team!Bank

VR LEASING

” **INNOVATION MACHT DEN
UNTERSCHIED ZWISCHEN
EINEM ANFÜHRER UND EINEM
ANHÄNGER AUS.**

Steve Jobs

” **WAS ICH DARGESTELLT HABE,
WAR MEINE WIRKLICHKEIT.**

Freddie King

” **WER HEUTZUTAGE KARRIERE
MACHEN WILL, MUSS SCHON
EIN BISSCHEN MENSCHEN-
FRESSER SEIN.**

Julianne Dill

” **MAN IST SO GUT WIE DIE
MÖGLICHKEITEN, DIE MAN
IN SICH TRÄGT.**

Marlene Möhrke

” **GROSSE GEDANKEN BRAUCHEN
NICHT NUR FLÜGEL, SONDERN
AUCH EIN FAHRGESTELL ZUM
LANDEN.**

Sam Armstrong

IMMER FÜR EUCH DA

CREA
FACTORY



ELISA HERTEL

Kreatives Duracell
elisa@crea-factory.de
0176 72582935



GIOIA FREY

Universales Freudentier
gioia@crea-factory.de
0151 56107742

UNSERE FEELGOOD-MANAGER SAGEN DANKE

