



# SOAPY

NATÜRLICHE SAUBERKEIT

## **BRAND MANUAL**

Grafische Grundlagen



SOAPY

NATÜRLICHE SAUBERKEIT



# INHALTSANGABE

## 1 MARKENIDENTITÄT

1.1 Brand Story	Seite 1
1.2 Essenz	Seite 1
1.3 Markenwerte	Seite 2
1.4 Werteversprechen	Seite 2
1.5 Zielgruppe	Seite 3
1.6 Werte Zielgruppe	Seite 3
1.7 Moodboard Zielgruppe	Seite 4

## 2 LOGO

2.1 Logo	Seite 5
2.2 Logovarianten	Seite 6
2.3 Produktlogos	Seite 6
2.4 Logoanwendung	Seite 7
2.5 Logoverbote	Seite 7

## 3 FARBEN

3.1 Primärfarben	Seite 8
3.2 Sekundärfarben	Seite 8

## 4 TYPOGRAPHIE

4.1 Schriftart	Seite 9
4.2 Schriftfarbe	Seite 10
4.3 Schriftgröße	Seite 10

## 5 BILDSTIL

Seite 11

## 6 GRAFISCHE ELEMENTE

6.1 Iconstil	Seite 12
6.2 Kommunikationsicons	Seite 12
6.3 Produkticons	Seite 12
6.3 Produktsticker	Seite 13

## 7 ANWENDUNGEN

7.1 Visitenkarten	Seite 14
7.2 Flyer	Seite 14
7.3 Rollup	Seite 15
7.4 Verpackung	Seite 15
7.5 Social Media	Seite 16

Stand 01/2025

# 1 MARKENIDENTITÄT

## 1.1 Brand Story

### Angebotene Dienstleistungen bzw. Produkte

Nachhaltige und Handgemachte Seifen aus 100% regionalen und natürlichen Inhaltsstoffen.  
Aktuell gibt es 5 Varianten. Ringelblume, Lavendel, Minze, Rosenblüte, Rosmarin

### Problem, das für Kund:innen gelöst wird:

Körperpflege mit natürlichen, regionalen und nachhaltigen Produkten.  
Positiver Impact auf die Umwelt.

### Vision und Kernwerte des Unternehmens:

Durch den besonderen Stil der Seifenstücke sollen Themen wie Nachhaltigkeit, Natürlichkeit und Regionalität greifbar und sichtbar gemacht werden.

„Natürliche Sauberkeit“

### USPs des Unternehmens:

Die nachhaltigen Seifen werden in Handarbeit und mit ausschließlich regionalen Produkten hergestellt.

### Position des Unternehmens am Markt:

Mit handgefertigten und höherpreisigen Einzelstücken als Nischenprodukt sich vom Wettbewerb aus der Massenproduktion abheben.

## 1.2 Essenz



**NATÜRLICHKEIT, NATÜRLICHE INHALTSTOFFE**

**HANDARBEIT, HOHE QUALITÄT, EINZIGARTIGKEIT, REINHEIT**

**NACHHALTIGKEIT, UMWELTBEWUSSTSEIN, REGIONALITÄT,  
VERANTWORTUNGSBEWUSSTSEIN**

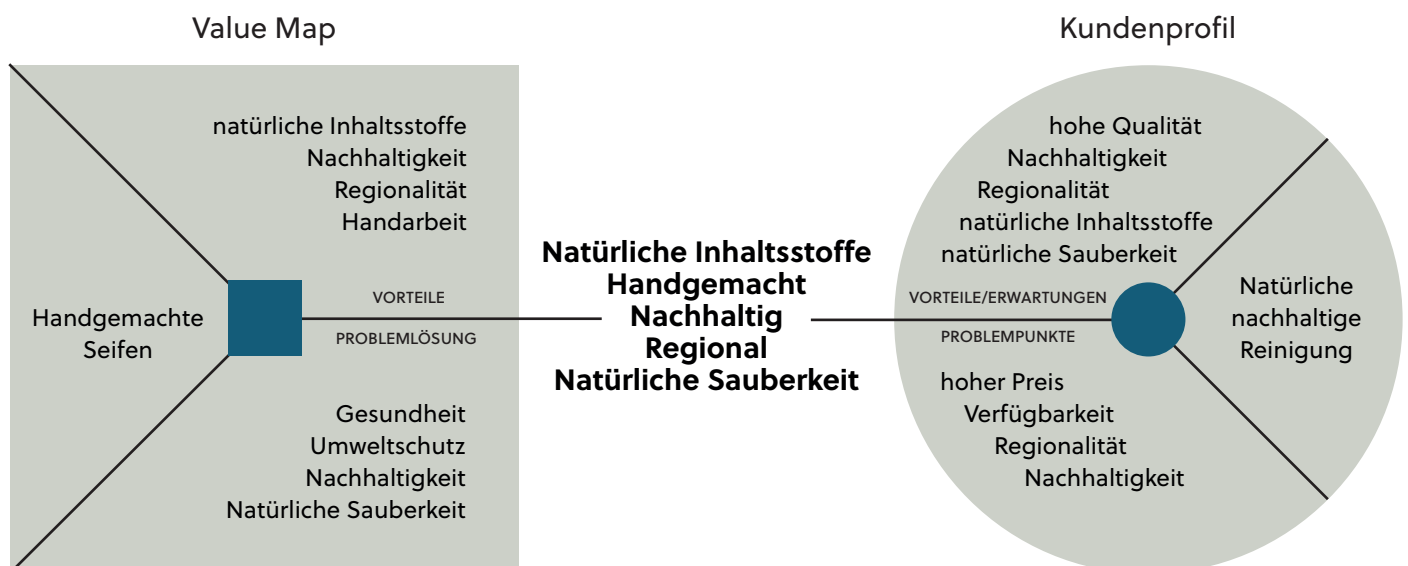
**MINIMALISMUS, EIGENER STIL IM PRODUKT UND DESIGN**

**PERSÖNLICHKEIT**

### 1.3 Markenwerte



### 1.4 Werteversprechen



## 1.5 Zielgruppe

### WERTE DER ZIELGRUPPE

- Regionalität, Umweltbewusstsein, Klimaschutz
- Nachhaltigkeit
- Natürlichkeit
- Qualitätsbewusstsein
- Selbstbestimmung
- Optimismus
- Gesundheitsbewusstsein

### SINUS MILIEUS

#### Postmaterielle

Die weltoffenen Kritiker von Gesellschaft und Zeitgeist. Bildungselite, Gemeinwohlorientierung, Nachhaltigkeit, Diversität, Selbstbestimmung und -entfaltung

#### Progressive Realisten

Die Treiber der gesellschaftlichen Veränderung. Optimismus und Aufbruchstimmung, Problembewusstsein für planetarische Herausforderungen, Selbstbild als Changemaker und Impulsgeber der globalen Transformation

#### Kosmopolitische Individualisten

Die individualistische Lifestyle-Avantgarde. Hip, urban, digital, gut vernetzt, auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen, Lösungen und Erfolgen

### HERAUSFORDERUNGEN DER ZIELGRUPPE

- Unverträglichkeiten - natürliche Inhaltsstoffe
- Umweltbewusstsein - Nachhaltigkeit, Regionalität
- Gesundheitsbewusstsein - natürliche Inhaltsstoffe
- Hohe Qualität - Handarbeit, keine Massenware

### WERTE UND NUTZEN DER ZIELGRUPPE

- natürliche Gesundheitspflege
- Klimafreundlich durch Regionalität und Nachhaltigkeit
- hohe Qualität durch Handarbeit
- Natürliche Sauberkeit ohne chemische Zusätze

## 1.6 Werte Zielgruppe

UMWELTBEWUSSTSEIN, NACHHALTIGKEIT, REGIONALITÄT

QUALITÄTsbEWUSSTSEIN

OPTIMISMUS

SELBSTBESTIMMUNG

GESUNDHEITsbEWUSSTSEIN

NATÜRLICHKEIT

## 1.7 Moodboard Zielgruppe



## 2 LOGO

### 2.1 Logodesign

Das Logo besteht aus einem Logosymbol, dem Namen und einem Claim, die vertikal übereinander angeordnet sind. Das Symbol stellt ein Seifenstück mit einer unregelmäßigen aber geradlinigen Form dar. Darin ist der erste Buchstabe das „S“ vom Firmennamen mittig positioniert. An der offenen Stelle ist ein Blatt als Synonym für Nachhaltigkeit dargestellt. Mittig darunter wird der Firmenname dargestellt und darunter der Claim „Natürliche Sauberkeit“

Die Schrift-, Form- und Farbwahl stehen Reinheit, Geradlinigkeit, Klarheit und Minimalismus.

Weiß auf blauem Hintergrund,  
Symbol mit Schrift und Claim,  
Anordnung vertikal zentriert



← Symbol  
← Schriftzug  
← Claim

Schwarz auf weißen Hintergrund,  
Symbol mit Schrift und Claim,  
Anordnung vertikal zentriert



Schwarz auf grauem Hintergrund,  
Symbol mit Schrift und Claim,  
Anordnung vertikal zentriert



## 2.2 Logovarianten

Symbol mit Schriftzug ohne Claim, Anordnung vertikal zentriert



Symbol mit Schriftzug und Claim, Anordnung horizontal nebeneinander



Nur Symbol



## 2.3 Produktlogos

Bei den Produktlogos wird das Blatt im Symbol durch das jeweiligen Produktsymbol ersetzt und der Produktname darunter geschrieben.



Weiß auf blauem Hintergrund



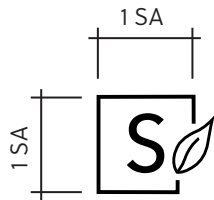
Produktfarbe auf weißem Hintergrund



Schwarz auf grauem Hintergrund

## 2.4 Logoanwendung

Mindestabstand vom Logo beträgt 1 SA - „Seifenabstand“.



## 2.5 Logoverbote

Verzerren



Anordnung ändern



Überlappungen



Drehen



Spiegeln



Strichstärken verändern



Farbänderungen



Falsche Farbkombination



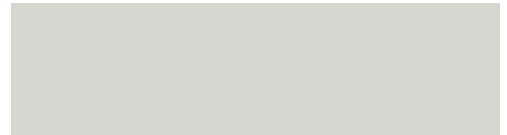
# 3 FARBEN

## 3.1 Primärfarben

CMYK 93, 54, 33, 20  
RGB 0, 88, 119  
Pantone 7469c  
HEX #005877



CMYK 19, 12, 19, 0  
RGB 214, 215, 207  
Pantone warm grey 1c  
HEX #d6d7cf



## 3.2 Secondärfarben - Produktfarben

Produktfarbe ROSMARIN  
CMYK 73, 0, 71, 0  
RGB 14, 185, 111  
HEX #oeb96f



Produktfarbe MINZE  
CMYK 70, 0, 100, 0  
RGB 58, 191, 9  
HEX #3abf09



Produktfarbe RINGELBLUME  
CMYK 0, 48, 88, 0  
RGB 247, 152, 38  
HEX #f79826



Produktfarbe ROSENBLÜTEN  
CMYK 9, 85, 79, 1  
RGB 217, 66, 54  
HEX #d94236



Produktfarbe LAVENDEL  
CMYK 63, 57, 0, 0  
RGB 116, 114, 195  
HEX #7472c3



# 4 TYPOGRAPHIE

## 4.1 Schriftart

ÜBERSCHRIFT

Aa

Avenir Next Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 - ()@#?!

UNTERÜBERSCHRIFTEN

Aa

Avenir Next Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 - ()@#?!

FLIESSTEXT

Aa

Dorid Serif Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 - ()@#?!

BEISPIELTEXT

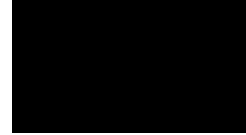
**SOAPY**  
NATÜRLICHE SAUBERKEIT

Der Tiroler Seifenhersteller stellt Seifen aus 100% natürlichen, regionalen und nachhaltigen Rohstoffen her. Um einen hohen Qualitätsstandart zu gewährleisten, werden die Seifen ausschließlich von Hand hergestellt, einzeln verpackt und an unsere Kunden versendet.

## 4.2 Schriftfarben

Schriftfarbe	WEISS
CMYK	0, 0, 0, 0
RGB	255, 255, 255
HEX	#FFFFFF

Schriftfarbe	SCHWARZ
CMYK	0, 0, 0, 100
RGB	0, 0, 0
HEX	#000000



### ANWENDUNGEN

Weißer Schrift auf blauem Hintergrund



Schwarze Schrift auf weißem Hintergrund

**SOAPY**  
NATÜRLICHE SAUBERKEIT

Schwarze Schrift auf grauem Hintergrund

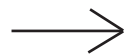
**SOAPY**  
NATÜRLICHE SAUBERKEIT

## 4.3 Schriftgrößen

### BEISPIELTEXT

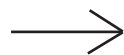
#### Überschrift

Avenir Next Medium  
Schriftgröße 30 pt



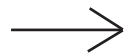
#### Unterüberschrift

Avenir Next Regular  
Schriftgröße 18 pt



#### Fließtext

Dorid Serif Regular  
Schriftgröße 9pt  
Zeilenabstand 14pt



**SOAPY**  
NATÜRLICHE SAUBERKEIT

Der Tiroler Seifenhersteller stellt Seifen aus 100% natürlichen, regionalen und nachhaltigen Rohstoffen her. Um einen hohen Qualitätsstandard zu gewährleisten, werden die Seifen ausschließlich von Hand hergestellt, einzeln verpackt und an unsere Kunden versendet.

Die Schriftgröße muss je nach Anwendung und der damit verbundenen Lesbarkeit gewählt und angepasst werden.

Die Schriftgröße im Printbereich darf 9pt und im digitalen Bereich 8pt nicht unterschreiten.

Im Fließtext empfiehlt sich eine Schriftgröße von 9-12pt mit einem Zeilenabstand von 14pt.

## 5 BILDSTIL

Der Bildstil für SOAPY zeichnet sich durch folgende Merkmale aus:

**Natürlichkeit:**

Die Bilder wirken natürlich und authentisch, ohne künstlich oder gestellt zu erscheinen.

**Helligkeit:**

Es wird eine helle, freundliche Bildästhetik bevorzugt, die positive Emotionen vermittelt.

**Farbigkeit:**

Die Bilder sind farbig und lebendig, wobei die Farben der Markenpalette von SOAPY zum Einsatz kommen.

**Kontrast:**

Es wird mit sanften Kontrasten gearbeitet, um eine angenehme visuelle Balance zu schaffen.

**Dynamik:**

Die Bilder zeigen oft Menschen in Bewegung oder Aktion, was Lebendigkeit und Energie vermittelt.

**Perspektive:**

Es werden interessante Blickwinkel und Perspektiven gewählt, um die Aufmerksamkeit des Betrachters zu fesseln.

**Produktfokus:**

Die SOAPY-Produkte werden oft in den Mittelpunkt gestellt, jedoch auf eine subtile und natürliche Art und Weise.

Dieser Bildstil unterstützt die Markenidentität von SOAPY und vermittelt ein frisches, modernes und zugängliches Image.



## 6 GRAFISCHE ELEMENTE

### 6.1 Iconstil

Der minimalistische Icon-Stil zeichnet sich durch klare, reduzierte Gestaltungsprinzipien aus, die auf dem Konzept „weniger ist mehr“ basieren.

Wesentliche Charakteristiken:

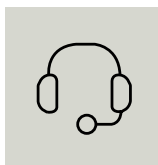
- Einfachheit und Klarheit
- Eliminierung nicht-funktionierender Elemente
- Hohe visuelle Hierarchie
- Fokus auf Kerndetails

### 6.2 Kommunikationsicons

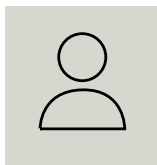
Menü



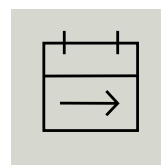
Kontakt



Über Uns



Termine



Nachhaltigkeit



### 6.3 Produkticons

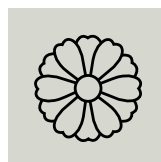
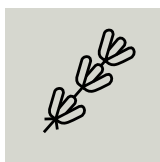
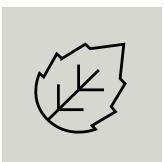
Weiß auf blauem Hintergrund



Produktfarbe auf weißem Hintergrund



Schwarz auf grauem Hintergrund



## 6.4 Produktsticker

Die Symbole auf den Stickern entsprechen den jeweiligen Seifenprodukten.  
Minze, Lavendel, Rosmarin, Ringelblume und Rosenblüten.

Der Hintergrund entspricht den Farben die den jeweiligen Produkten zugeordnet wurde.

Minze	hellgrün
Lavendel	lila
Rosmarin	dunkelgrün
Ringelblume	orange
Rosenblüten	rot

Es gibt zwei Varianten:

Variante 1 nur das Symbol

Variante 2 Symbol aus dem Logo, angepasst statt Blatt das jeweilige Produktsymbol und der Produktname als Schrift



## 7 ANWENDUNGEN

### 7.1 Visitenkarten

Format: 85x55 mm  
Material: 300g Recyclingkarton  
Aufdruck: 4c/4c-farbig beidseitig CMYK



### 7.2 Rollup

Rollup mit Polyesterplane  
Format: 850x2000 mm  
Material: Polyesterplane PVC frei  
Aufdruck: 4c/0-farbig einseitig CMYK



## 7.3 Flyer

Falzart: Einfachfalz, 4 seitig  
 Format: 148x148 mm  
 Material: 190g Recyclingkarton  
 Aufdruck: 4c/4c-farbig beidseitig CMYK



## 7.4 Verpackung

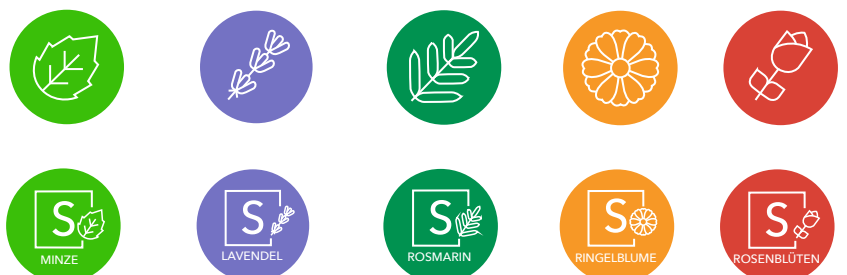
Verpackungsart: Klappschachtel  
 Format: Standard 100x100x30 mm  
 Material: Chromokarton blau bedruckt  
 Aussenseite rau, Innenseite glatt  
 Aufdruck: 4c/4c-farbig beidseitig CMYK

Innenliegendes Wickelpapier aus nachhaltigem Karton mit dem jeweiligen Produktsticker beklebt



## 7.5 Sticker

Sticker: rund, selbstklebend  
 Format: Durchmesser 25 mm  
 Material: Monomer weiß matt  
 Aufdruck: 4c/0-farbig einseitig CMYK  
 500 Stk. pro Rolle



## 7.6 Social Media



### INSTAGRAM

Postings 1 bis 2 mal pro Woche mit Bildern und Text

+ Produkte und Rohstoffe

+ Herstellprozess

+ Storytelling  
über das Unternehmen und die Mitarbeiter

+ Werbung und Veranstaltungen

+ Neuigkeiten





# SOAPY

NATÜRLICHE SAUBERKEIT

CLAUDIA BALDAUF

Waldweg 4  
A-6460 Imst  
+43 650 20 30 400  
office@soapy.com  
www.soapy.com



createt by

AG DESIGN