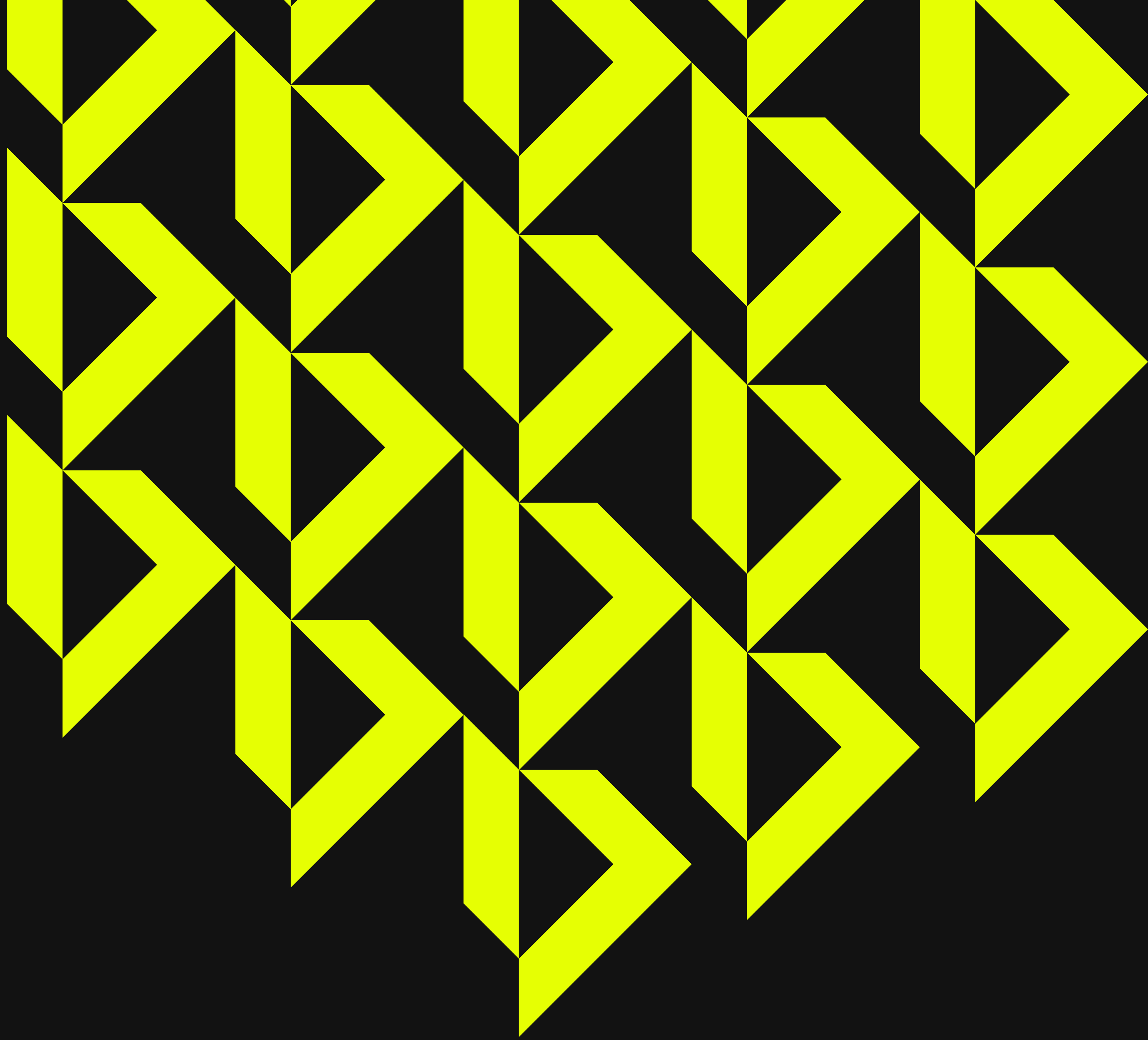


Brand Style Guide



Inhalt

Einleitung

Logo

Submarken

Clearspace

Stand-Alone-Symbol

Claim / Slogan

Farben

Key Visual

Typografie

Icons

Bildsprache

Gestaltungsprinzipien

Beispiele

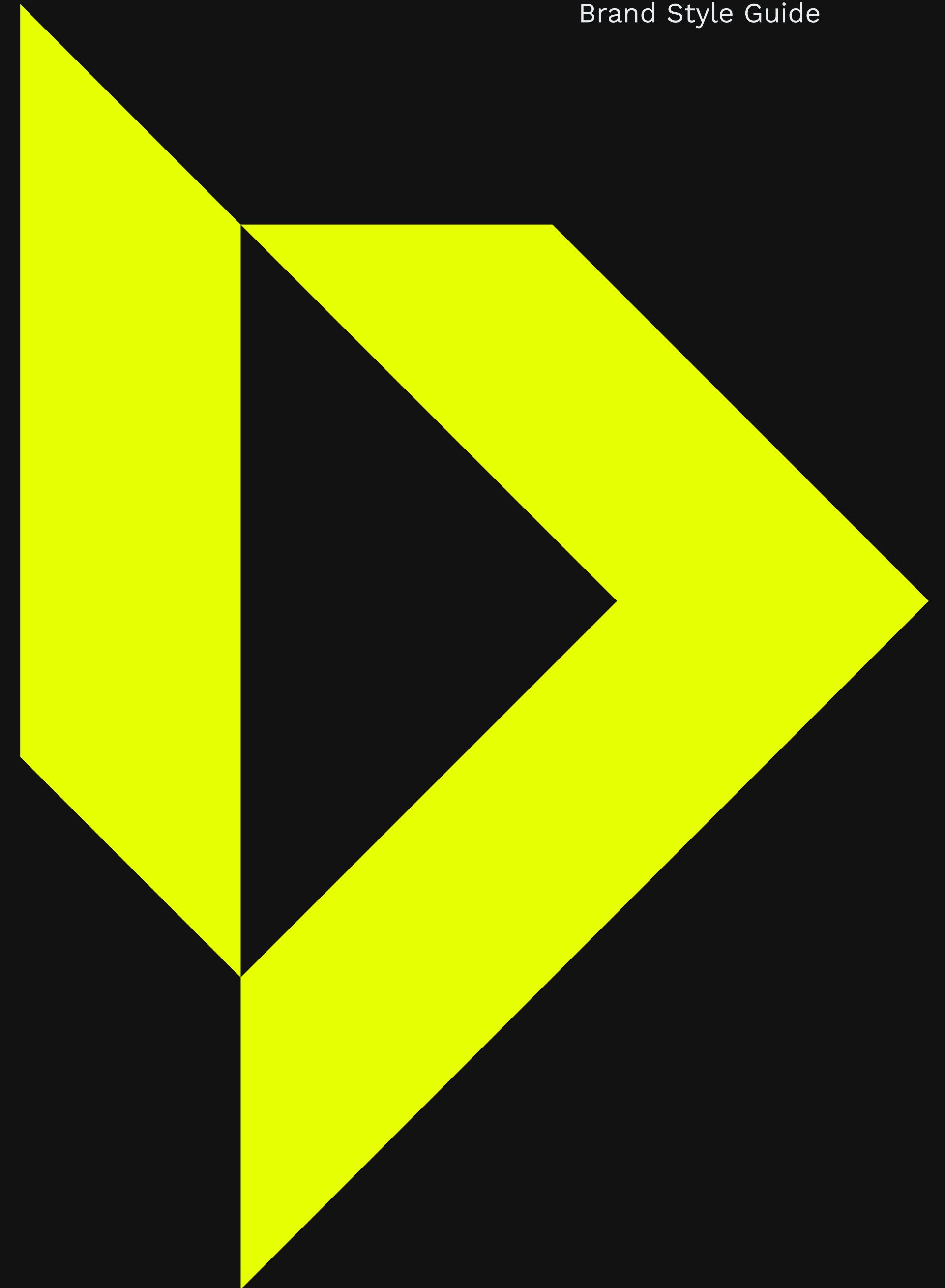
Brand World

Einleitung

Das Corporate Design von betterprojects übersetzt den Markenkern „Klarheit“ in ein visuelles System: reduziert, modern, mit Haltung. Klare Farben, harte Kanten, strukturierte Gestaltung – alles folgt dem Prinzip: Klarheit mit Charakter. Dieses Style Guide bildet die Grundlage für einen konsistenten und wiedererkennbaren Markenauftritt.

Die Marke

betterprojects steht für Klarheit in Struktur und Wachstum. Die Marke vereint technische Expertise mit strategischer Beratung und menschlicher Haltung. Systematisch, aber nicht steril. Reduziert, aber nie beliebig.



Inhalt

Einleitung

- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Einleitung

Markenkern: Klarheit

Wir schaffen Klarheit – in Strukturen, Verantwortung und Kommunikation. Für Menschen, Unternehmen und Systeme.

Markenwerte

Unverblümt

Wir reden nicht drumherum. Klartext statt Konsens – ehrlich, direkt, verständlich.

Verbindlich

Wir stehen zu unserem Wort. Kein Taktieren, kein Rumgeeier – wir liefern Ergebnisse.

Wirkungsstark

Wir lösen echte Probleme – nicht auf Folien, sondern im Unternehmensalltag.

Purpose

Wir stärken den Mittelstand – mit Klarheit, die Wachstum möglich macht, und Lösungen, die sofort wirken.

Mission

Wir helfen produzierenden Mittelständlern, Wachstum zu beherrschen – durch klare Prozesse, strukturierte Organisation und eine IT, die stabil mitwächst.

Vision

Wir werden die erste Adresse im DACH-Raum für Mittelständler, die nachhaltiges Wachstum und echte Orientierung suchen.

Leistung

Wir liefern punktgenaue, umsetzbare Lösungen, die Wachstum ermöglichen, ohne unnötige Systemwechsel oder übertriebene Investitionen.

Zielgruppe

Unsere Kunden sind inhabergeführte, wachstumsstarke Mittelständler im produzierenden Gewerbe, die Strukturen und Klarheit statt Beraterzirkus suchen.

Inhalt

Einleitung

Logo

Submarken

Clearspace

Stand-Alone-Symbol

Claim / Slogan

Farben

Key Visual

Typografie

Icons

Bildsprache

Gestaltungsprinzipien

Beispiele

Brand World

Logo (Bild-/Wortmarke)

Die Bild-/Wortmarke bringt die Markenstrategie auf den Punkt: klar, selbstbewusst, wirkungsvoll. Die Bildmarke abstrahiert die Initialen B und P zu einem klaren, geometrischen Symbol – das sich zugleich als Pfeil lesen lässt: Richtung, Dynamik, Prozess und Wachstum.

Das „better“ wird bewusst kleingeschrieben. Es steht für Bodenhaftung, Lesbarkeit und Anschlussfähigkeit. Das „PROJECTS“ in Versalien verleiht dem Namen Stabilität, Struktur und betont: Im Fokus stehen die Projekte der Kunden.

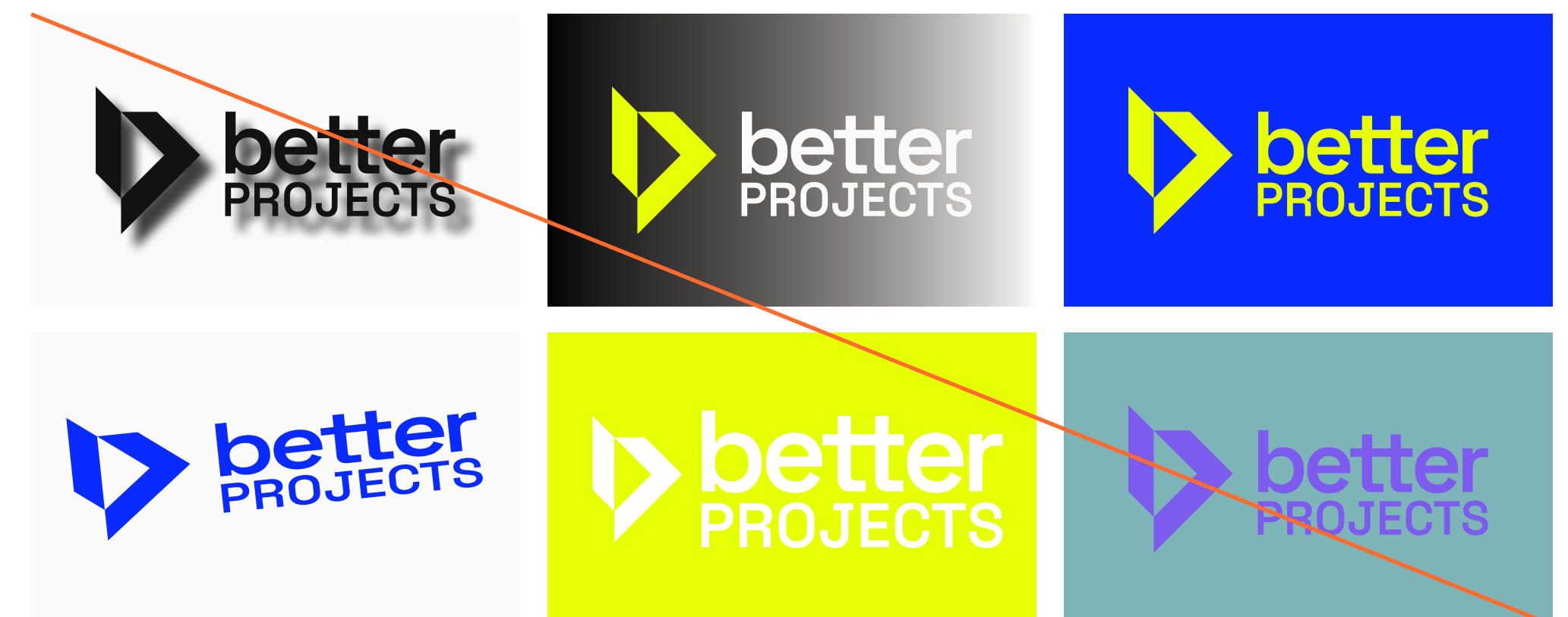
Verwendung

Das Logo sollte ausschließlich in den definierten Varianten verwendet werden. Bevorzugt kommt die Kombination „better yellow“ auf „better black“ oder alternativ „better light grey“ auf „better black“ zum Einsatz. Diese Varianten garantieren maximale Wiedererkennbarkeit, Kontrast und Markenprägnanz.

Unzulässig sind: Verläufe, Schlagschatten, Verzerrungen oder andere grafische Effekte und Farbkombinationen. Die Marke lebt von ihrer Klarheit und genau das soll sich im Einsatz widerspiegeln.



✘ Unzulässige Darstellungen des Logos:



Inhalt

Einleitung

Logo

Submarken

Clearspace

Stand-Alone-Symbol

Claim / Slogan

Farben

Key Visual

Typografie

Icons

Bildsprache

Gestaltungsprinzipien

Beispiele

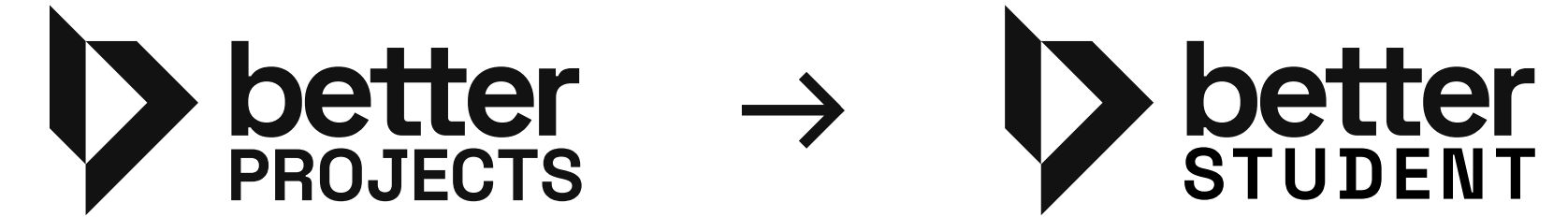
Brand World

Submarken

Die Markenarchitektur von betterprojects folgt einem modularen Prinzip:
“better” bleibt als konstante Klammer erhalten, der zweite Teil variiert je nach Bereich – stets in Versalien in der Schrift Space Grotesk Bold.

So entsteht ein System, das neue Einheiten integriert, ohne die Markenidentität zu verlieren – konsistent im Aufbau, flexibel in der Anwendung. Ein visuelles Prinzip mit Struktur. Und Raum für Wachstum.

Für eine stärkere Differenzierung können die Submarken künftig eigene Akzentfarben erhalten – im Rahmen des bestehenden Systems. So bleibt das Design konsistent, aber erweiterbar.



Inhalt

Einleitung

Logo

Submarken

Clearspace

Stand-Alone-Symbol

Claim / Slogan

Farben

Key Visual

Typografie

Icons

Bildsprache

Gestaltungsprinzipien

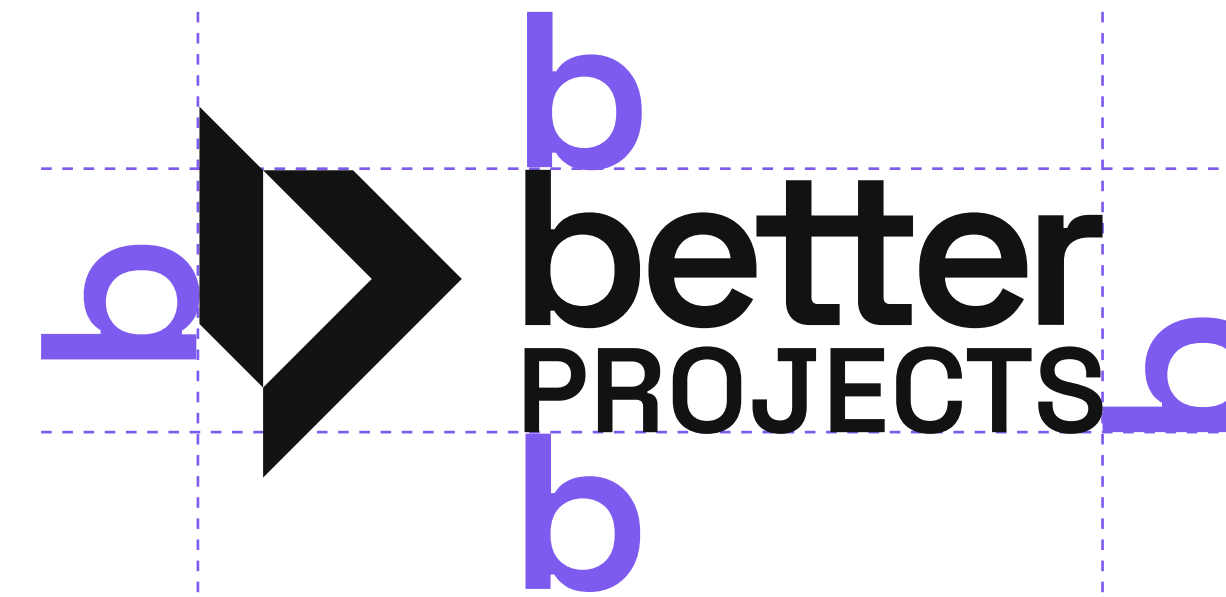
Beispiele

Brand World

Clearspace

Für die optimale Wirkung des Logos ist ein klar definierter Freiraum – der sogenannte Clearspace – unerlässlich. Er schafft visuelle Balance, sorgt für Ruhe im Layout und schützt das Logo vor störenden Einflüssen anderer Gestaltungselemente.

Der Mindestabstand rund um das Logo orientiert sich an der Breite und Höhe des Buchstabens „b“ aus der Wortmarke. Dieser Abstand ist verbindlich einzuhalten – nach allen Seiten. Mehr Raum ist jederzeit möglich, weniger sollte vermieden werden. So bleibt das Logo auch bei vielfältigen Einsätzen klar, selbstbewusst und stark im Ausdruck.



Wachstum braucht Richtung.

Inhalt

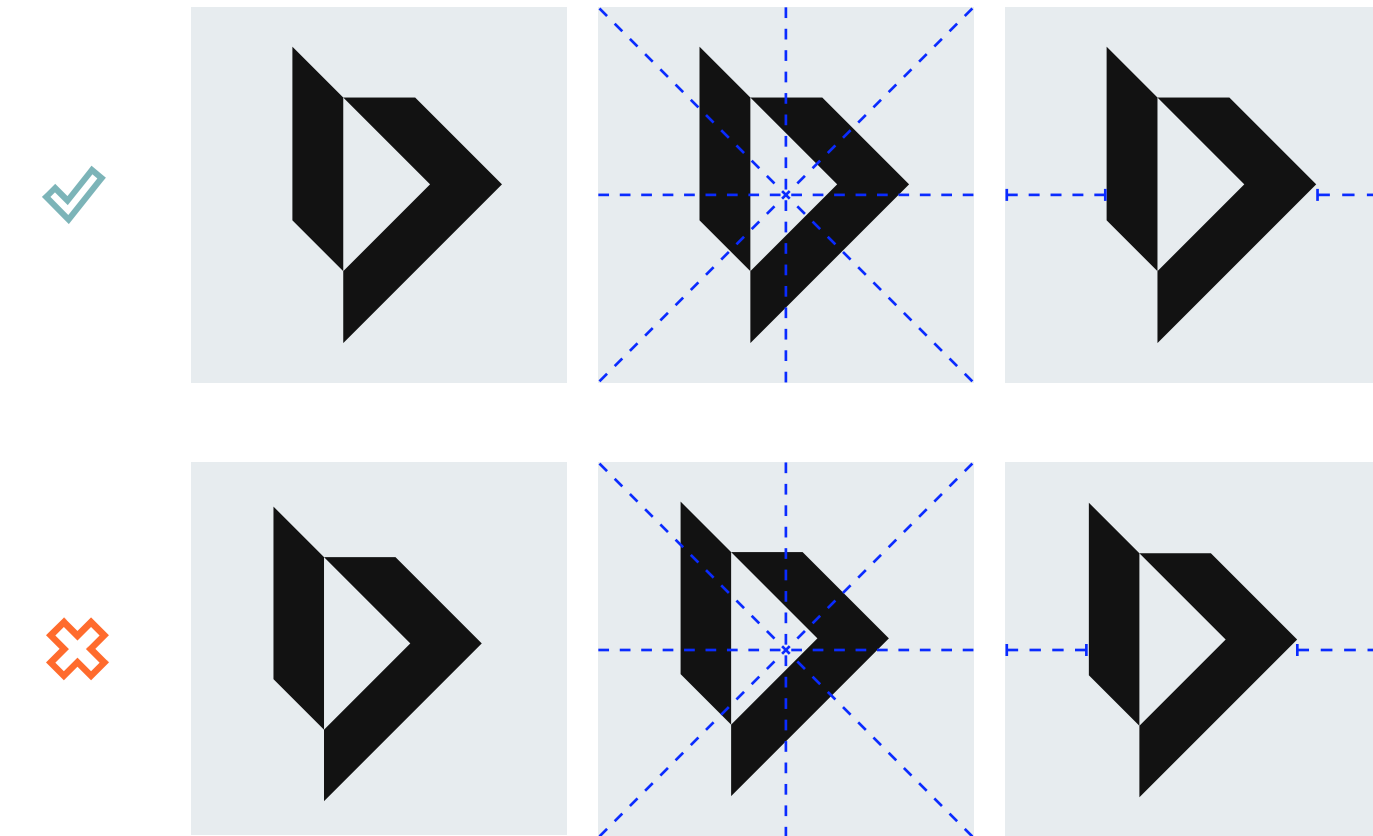
- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol**
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Stand-Alone-Symbol (Bildmarke)

Das Stand-Alone-Symbol folgt denselben Farb- und Gestaltungsrichtlinien wie die Wort-Bildmarke. Es sollte stets optisch ausgewogen und zentriert eingesetzt werden – unabhängig von einer exakten Ausrichtung entlang geometrischer Mittelachsen.

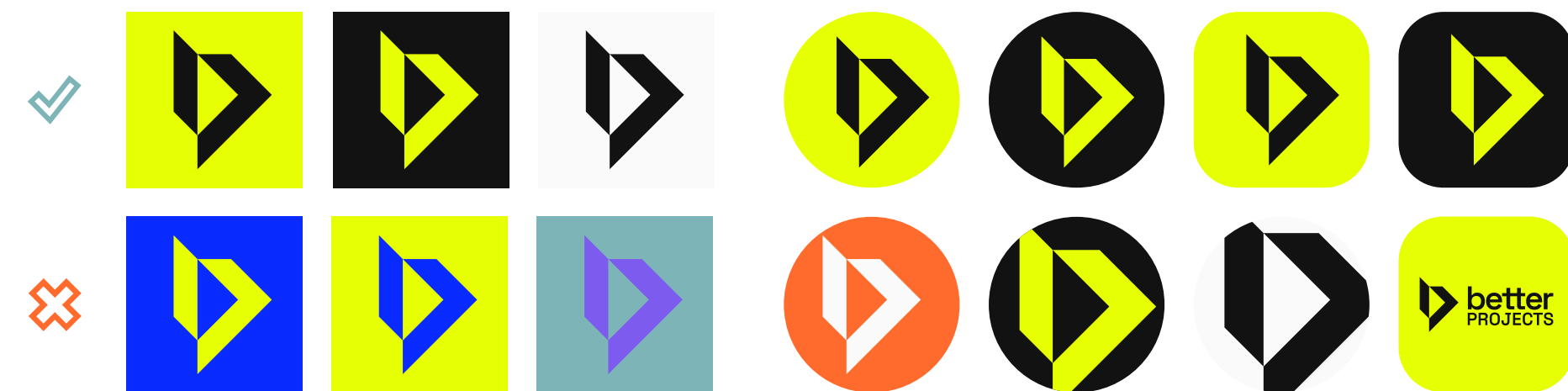
In bestimmten Formaten – wie Favicons, Social Media Profilbildern oder als App-Icon – ist es sinnvoll oder notwendig, die Bildmarke alleinstehend zu verwenden. In diesen Fällen bietet sie eine klare Wiedererkennbarkeit auch auf kleinstem Raum.

Dabei gilt: Keine Verzerrungen, Stauchungen oder perspektivischen Transformationen. Das Symbol passt sich dynamisch an verschiedene Anwendungen an – seine Proportionen und Wirkung bleiben stets erhalten.



Positionierung des Stand-Alone-Symbols

Bei der Platzierung des Stand-Alone-Symbols ist auf optische Ausgewogenheit zu achten – nicht auf eine rein geometrische Zentrierung entlang der vertikalen oder horizontalen Mittelachse. Durch seine asymmetrische Form wirkt das Symbol bei exakter Zentrierung oft visuell unausgeglichen. Um dem entgegenzuwirken, sollte es leicht nach rechts versetzt innerhalb von Rahmen, Flächen oder Containern positioniert werden.



Inhalt

Einleitung

Logo

Submarken

Clearspace

Stand-Alone-Symbol

Claim / Slogan

Farben

Key Visual

Typografie

Icons

Bildsprache

Gestaltungsprinzipien

Beispiele

Brand World

Claim

Der Claim von betterprojects bringt die Markenessenz präzise auf den Punkt:

■ Wachstum braucht Richtung.

Er verbindet strategisches Denken mit operativer Klarheit und zeigt: Erfolg entsteht nicht zufällig, sondern durch klare Strukturen, effiziente Prozesse und die richtigen Systeme.

Slogan

Die Slogans ergänzen den Claim durch kampagnenfähige, variable Aussagen – oft mit spielerischem Bezug auf das Thema ERP. Sie transportieren Haltung und sorgen für Wiedererkennbarkeit:

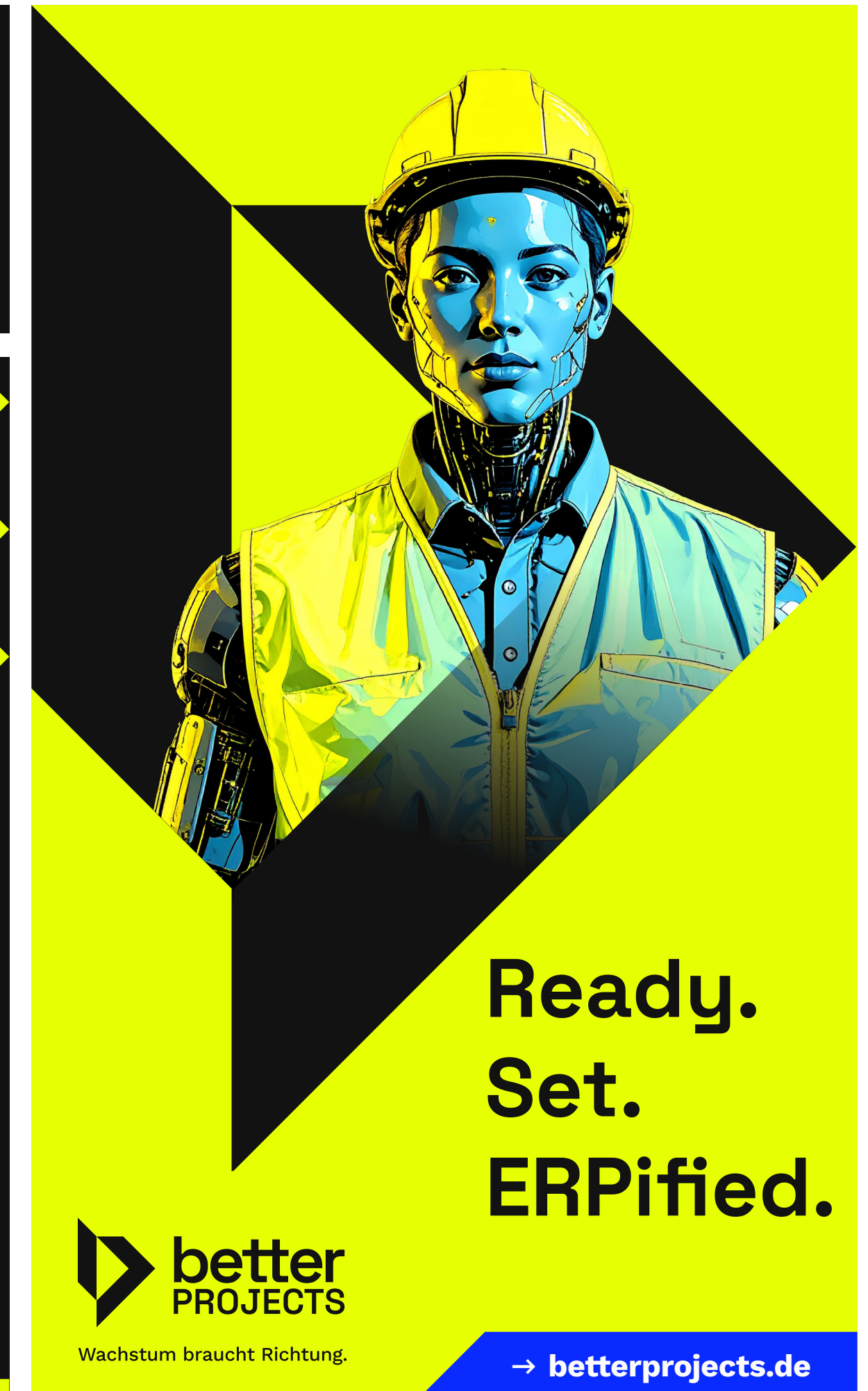
- **Wir ERPifizieren. Ihr wachst.**
- **Ready. Set. ERPified.**
- **Weniger Chaos. Mehr ERPfolg.**

Das Wording rund um „ERPifizierung“ bietet Potenzial für langfristige Markenprägung – als Stilmittel, Methode oder sogar geschützter Begriff.

Verwendung des Claims in Kombination mit Logo

Der Claim „Wachstum braucht Richtung.“ kann optional unter dem Logo platziert werden gemäß Clearspace-Regel. Ideal bei großzügigen Layouts wie Plakaten, Titelseiten oder Broschüren.

Bei begrenztem Platz, z. B. in Bannern oder Flyern, kann der Claim auch im Umfeld des Logos positioniert werden: in CTA-Boxen, in Verbindung mit der URL oder als Textanker.



Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben**
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Farben

Das Farbsystem von betterprojects ist klar, kontrastreich und funktional. Es übersetzt die Markenwerte in ein präzises, modernes Erscheinungsbild und schafft visuelle Orientierung durch eine klare Farbstruktur.

Better yellow steht als Signalfarbe für Klarheit und Dynamik – im Kontrast zu better black, das Stabilität und Tiefe verleiht. Gemeinsam bilden sie das visuelle Fundament der Marke: selbstbewusst, reduziert und auf den Punkt.

Better blue ergänzt das Farbsystem um eine digitale, technische Note. Es wird gezielt eingesetzt, z. B. in Infografiken, für CTAs oder zur visuellen Akzentuierung.

Die Sekundärfarben sorgen für Ruhe und Ausgleich. Sie kommen vor allem in Flächen und Hintergründen zum Einsatz und tragen zu einem harmonischen Gesamtbild bei.

Die Hilfsfarben erweitern das System um zusätzliche Differenzierungsoptionen – ideal für modulare Anwendungen, Kodierungen oder zur Hervorhebung einzelner Elemente, ohne die gestalterische Klarheit zu verlieren.

Primärfarben

better yellow

RGB 230/255/3
 HEX #E6FF03
 CMYK 16/0/100/0
 PMS 2296 C

60 %
40 %
20 %

better black

RGB 18/18/18
 HEX #121212
 CMYK 0/0/0/100
 PMS Black 6 C

80 %	40 %
70 %	30 %
60 %	20 %
50 %	10 %

Akzentfarbe

better blue

RGB 230/255/3
 HEX #0A2BFF
 CMYK 91/73/0/0
 PMS 2728 C

80 %	40 %
70 %	30 %
60 %	20 %
50 %	10 %

Sekundärfarben

<p>better grey</p> <p>RGB 231/236/239 HEX #E7ECEF CMYK 11/5/6/0</p>	<p>better light grey</p> <p>RGB 250/250/250 HEX #FAFAFA CMYK 2/1/1/0</p>	<p>better off white</p> <p>RGB 253/252/252 HEX #FDFCFD CMYK 1/1/1/0</p>	<p>better pure white</p> <p>RGB 255/255/255 HEX #FFFFFF CMYK 0/0/0/0</p>
--	---	--	---

Hilfsfarben

<p>better deep blue</p> <p>RGB 20/52/74 HEX #14344A CMYK 96/71/45/45</p>	<p>better purple</p> <p>RGB 126/91/239 HEX #7E5BEF CMYK 65/69/0/0</p>	<p>better orange</p> <p>RGB 255/107/45 HEX #FF6B2D CMYK 0/72/89/0</p>	<p>better petrol</p> <p>RGB 124/180/252 HEX #7CB4B8 CMYK 52/14/26/0</p>
---	--	--	--

Farbverwendung: Print vs. Digital

Für digitale Anwendungen wird das RGB-Farbsystem verwendet. Für den professionellen Print-Einsatz erfolgt die Umsetzung im CMYK-Farbraum. Falls aus technischen oder drucktechnischen Gründen keine exakte Umsetzung möglich ist, können für definierte Farben passende Pantone-Werte verwendet werden. So bleibt die Markenwirkung auch im Druck konsistent und hochwertig.

Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual**
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Key Visual

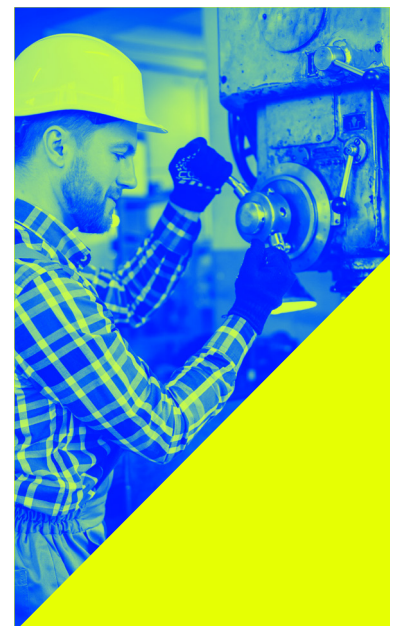
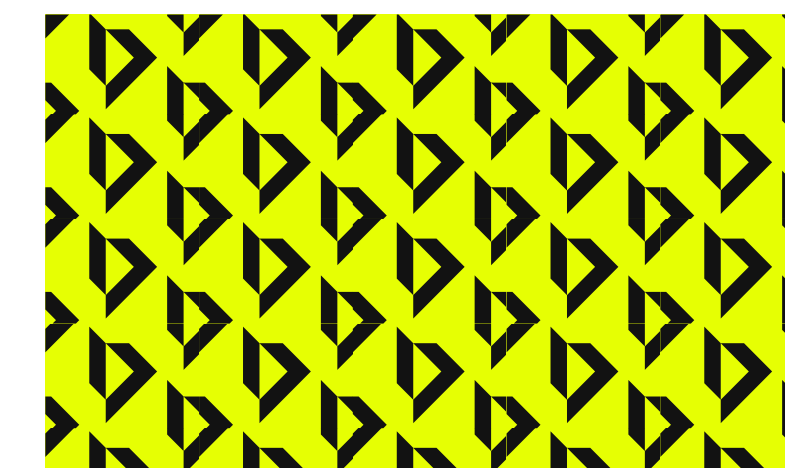
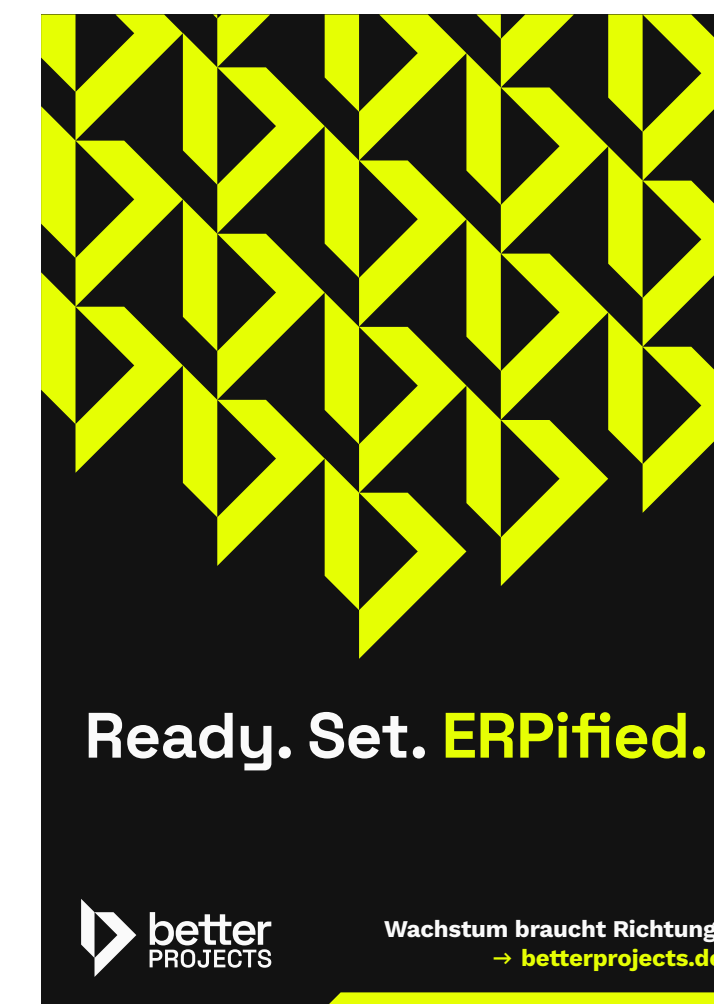
Das Key Visual von betterprojects basiert auf geometrischen Fragmenten der Bildmarke. Klare Formen, harte Linien und eine reduzierte Gestaltung verleihen Flächen und Hintergründen Tiefe und Dynamik.

Es ist modular einsetzbar – als grafisches Leitelement, das Struktur sichtbar macht und das Markenversprechen visuell übersetzt: Klarheit durch Struktur. Wachstum durch Richtung.

Pattern

Das Pattern leitet sich aus der Bildmarke ab und wird in einem 45°-Raster aufgebaut. Die Abstände orientieren sich an der Breite und lassen sich flexibel an Medium und Wirkung anpassen.

Ob dezent im Hintergrund oder plakativ im Layout – das Pattern schafft Struktur mit Rhythmus und eine klare Wiedererkennung.



Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie**
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Typografie

Betterprojects nutzt zwei serifenlose Schriften: Space Grotesk für Headlines und markante Aussagen, Work Sans für Fließtexte und kleinere Textpassagen. Beide Schriften sind modern, klar und lizenzfrei über Google Fonts verfügbar – ideal für Print und Digital.

Space Grotesk bringt Charakter und kraftvolle Aussagekraft in die Kommunikation. Work Sans ergänzt mit ruhiger Lesbarkeit – sachlich, funktional, unaufgeregt.

Gemeinsam schaffen sie ein konsistentes, skalierbares Schriftbild – präzise im Ausdruck, klar in der Haltung.

Bei technischen Einschränkungen:

Als Ersatz für Work Sans – etwa in der E-Mail-Kommunikation – kann auf systemverfügbare Schriften wie Helvetica oder Arial zurückgegriffen werden.

Space Grotesk

für Headlines und Hauptaussagen in der Kommunikation.

Space Grotesk Bold

Space Grotesk Regular

aäb cde fgh ijk lmn ööp qrsß tuü vwx yz
AÄBC DEF GHI JKL MNO ÖPQ RST UÜV
WXYZ !“\$ %& /() =?* ,<> #|; ^_` @'` @«»
¼× [] aäb cde fgh ijk lmn ööp qrsß tuü
vwx yz

Work Sans

für Fließtexte, URL, Claim, Slogans

Work Sans Bold

Work Sans Semibold

Work Sans Regular

Work Sans Italic

aäb cde fgh ijk lmn ööp qrsß tuü vwx yz
AÄBC DEF GHI JKL MNO ÖPQ RST UÜV
WXYZ !“\$ %& /() =?* ,<> #|; ^_` @'` @«»
©«» ¼× {} aäb cde fgh ijk lmn ööp qrsß
tuü vwx yz

Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons**
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Icons

Die Icons stammen aus dem Sharp Remix Set von Streamline. Ihre Ästhetik ist reduziert und kantig und passen perfekt zur Marke betterprojects. Sie schaffen Ordnung, unterstützen bei der Navigation und erklären Komplexes visuell.

Die Icons können frei gewählt und thematisch passend verwendet werden. Ideal für Infografiken, UI-Designs oder Präsentationen.



Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache**
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Bildsprache: cybERPunk

Die Bildwelt von betterprojects bewegt sich zwischen KI-generierter Technik und menschlicher Vertrautheit und bringt das Markenversprechen visuell auf den Punkt: Klarheit schaffen, Wandel gestalten.

Unter dem Begriff CybERPunk werden ERP-Systeme personifiziert: als smarte, technahe Charaktere, die Struktur, Verlässlichkeit und Hands-On-Mentalität verkörpern. Ihnen gegenüber stehen Motive wie der überforderte ERP-Crashtest-Dummy – als Symbol für veraltete, dysfunktionale Systeme.

Die Visuals sind teils KI-generiert und variieren stilistisch: von realistischen Studio-Szenen bis zu abstrakt-leuchtenden Neon-Charakteren. Beide Welten zeigen unterschiedliche Aspekte des gleichen Narrativs: ERP als Motor für Wachstum, Klarheit und Transformation.

So entsteht eine Bildsprache, die nicht nur auffällt – sondern auch Haltung zeigt. Ein Stil, der wie die Marke denkt: systematisch anders.



Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache**
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele
- Brand World

Bildsprache: RealFrame

Neben den konzeptuellen, KI-gestützten Visuals rund um „CybERPunk“ nutzt betterprojects mit „RealFrame“ eine zweite visuelle Ebene, um die reale Welt der Menschen und Unternehmen abzubilden.

RealFrame steht für dokumentarische Authentizität und verbindet visuelle Klarheit mit gelebter Realität: kontrastreiche Duo-Tone-Umsetzungen in den Markenfarben, reduziert im Stil, aber reich an Ausdruck.

Diese Bildsprache zeigt echte Menschen, echte Räume, echte Herausforderungen – nahbar, authentisch und gleichzeitig wertig. Sie schlägt die Brücke zwischen visionärer Technologie und operativer Wirklichkeit. Zwischen Ambition und Alltag. Zwischen System und Mensch.



Inhalt

Einleitung

Logo

Submarken

Clearspace

Stand-Alone-Symbol

Claim / Slogan

Farben

Key Visual

Typografie

Icons

Bildsprache

Gestaltungsprinzipien

Beispiele

Brand World

Gestaltungsprinzipien

Das Design von betterprojects folgt klaren Prinzipien: Alles hat Funktion – nichts ist Zufall. Die gestalterische Linie ist reduziert, technisch und modular aufgebaut. Sie zielt darauf ab, komplexe Themen verständlich zu machen – durch visuelle Ordnung und gezielte Akzente.

1. Klarheit vor Komplexität

Gestaltung dient der Verständlichkeit. Elemente werden bewusst eingesetzt. Weißraum schafft Fokus, starke Kontraste lenken gezielt die Aufmerksamkeit.

2. Modularität & Systematik

Das Designsystem basiert auf klaren Rastern, wiederkehrenden Formprinzipien und konsistenter Typografie. Elemente lassen sich flexibel kombinieren – in Print, Digital und Motion.

3. Signal durch Reduktion

Farben, Formen und Typografie sind aufeinander abgestimmt. Weniger ist mehr: Nur was wirklich nötig ist, wird betont – der Rest bleibt im Hintergrund. Das schafft Klarheit.

4. Haltung zeigen

Gestaltung ist auch Kommunikation. betterprojects steht für Klarheit, Wirkung und Unverblümtheit. Das visuelle System transportiert diese Werte konsequent – ehrlich und direkt.

5. Skalierbare Wiedererkennbarkeit

Ob Landingpage, Social Media Ad oder Flyer – die Designprinzipien funktionieren über alle Formate hinweg. Das sorgt für Konsistenz, auch bei Wachstum und in neuen Einsatzbereichen.

Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele**
- Brand World

Beispiele Visuals: cybERPunk



Ihre neue Lieblingsmitarbeiterin – ERP, das mitdenkt.

Prozesse, Daten, Reports – alles läuft.
Ihr ERP wird zum Teamplayer, der mitdenkt, mitarbeitet und mitwächst.

better PROJECTS
Wachstum braucht Richtung.

betterprojects.de →



Ihr neuer Lieblingsmitarbeiter.

better PROJECTS Klar besser mit ERP →



ERP schöpft? Muss nicht sein!

better PROJECTS ERP, aber besser →



Ihr ERP ist mehr Crashtest-Dummy, als es hilft?

Zeit für ein System, das nicht testet, sondern liefert.

better PROJECTS
Wachstum braucht Richtung.

ERP, aber besser →



Ihr ERP crasht öfter als es hilft?

Höchste Zeit für ein System, das mehr für Sie tun kann.

better PROJECTS
Wachstum braucht Richtung.

Jetzt beraten lassen →

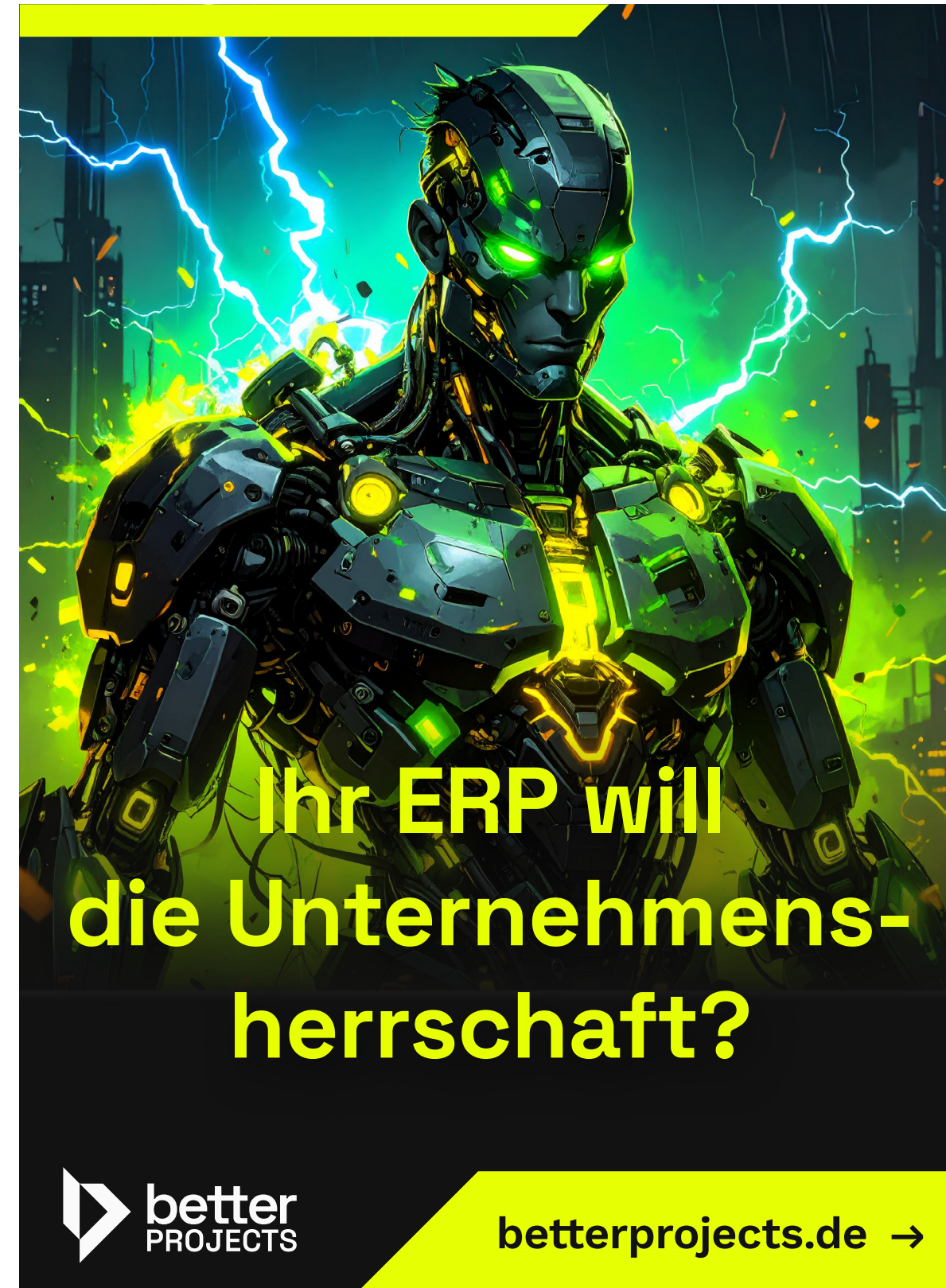
Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien

Beispiele

- Brand World

Beispiele Visuals: cybERPunk



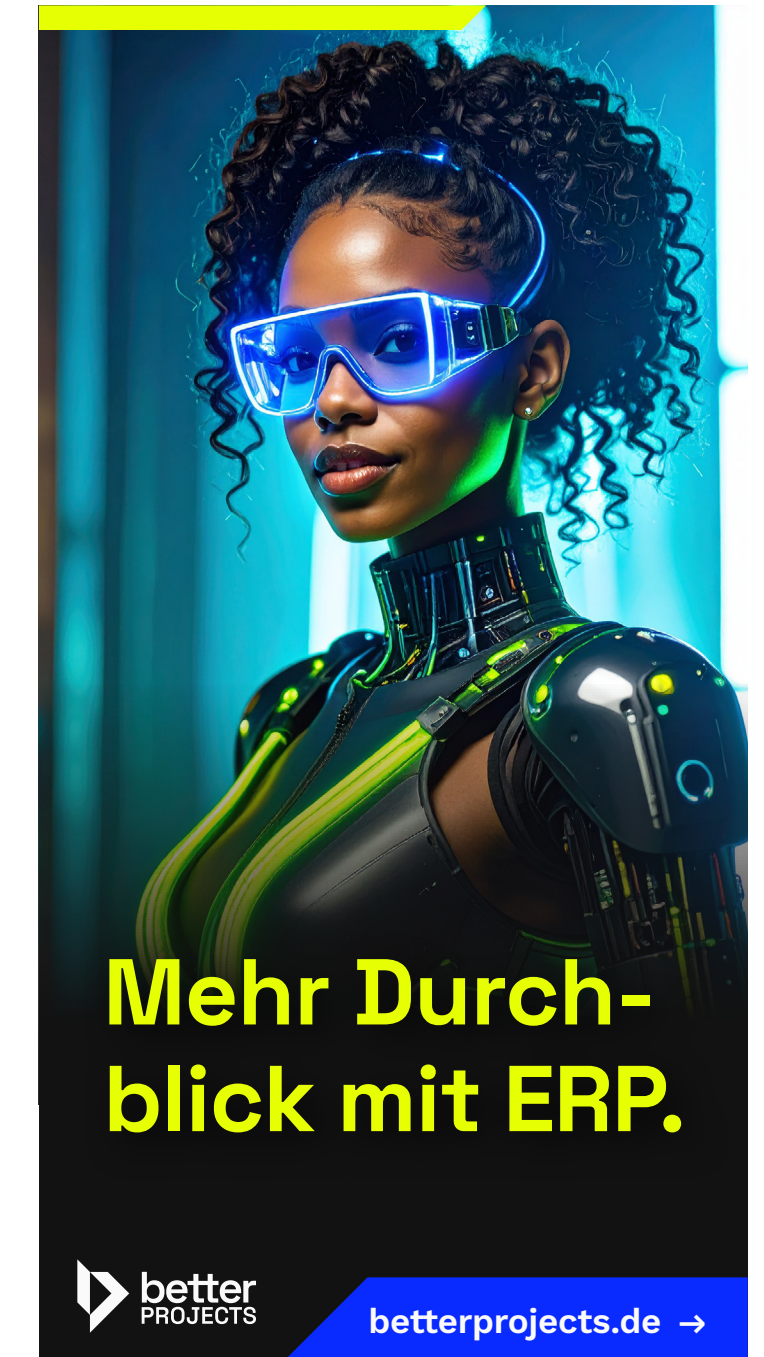
Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien

Beispiele

Brand World

Beispiele Visuals: cybERPunk



Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien

Beispiele

Brand World

Beispiele Visuals: Mixed

**Wir
ERPifizieren.
Ihr wachst.**

better
PROJECTS

Wachstum braucht Richtung.
→ betterprojects.de

**Besser
ERPifiziert.**

Mehr Wachstum
im Mittelstand.

better
PROJECTS

Wachstum braucht Richtung.
betterprojects.de →

**ERPifizierte
Unternehmen
wachsen 3 x
schneller.***

better
PROJECTS

Mit uns mehr ERPfolg:
→ betterprojects.de

*Basierend auf Daten von Eurostat/MonitorERP.

**Rund 50 % der
produzierenden
Mittelständler sind
nicht ERPifiziert.***

better
PROJECTS

Wachstum braucht Richtung.
→ betterprojects.de

*Basierend auf Daten von Eurostat/
MonitorERP. Nur rund 50 % aller deutschen
Unternehmen setzen ERP-Systeme ein.

Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien

Beispiele

Brand World

Beispiele Visuals: RealFrame

„Ich wollte keine Beratung – ich wollte Ergebnisse. Bekommen hab ich beides. ERP ohne Drama. Endlich.“

R. Funden, Geschäftsführer einer Firma

better
PROJECTS

Wachstum braucht Richtung.

betterprojects.de →

„Das alte ERP war mehr Stolperfalle als Lösung. Jetzt haben wir endlich wieder Durchblick.“

F. Ehler
Geschäftsführer einer Firma

better
PROJECTS

betterprojects.de →

„Andere haben nur geredet. Die Jungs von Betterprojects machen einfach. Kein Bullshit. Nur Lösungen, die super zu uns passen.“

B. Rechnet
Geschäftsführerin eines Unternehmens

better
PROJECTS

betterprojects.de →

„Wir dachten, es geht um ERP-Software. Tatsächlich wurde unser ganzes Unternehmen besser.“

Petra und Erik Ogyn, Teamleitung einer Firma

better
PROJECTS

betterprojects.de →

**Echte Unternehmen.
Echte Menschen.
Echte Probleme.
Echte Erfolge.**

betterprojects.de/stories →

Wo andere nur quatschen, liefern wir. Echte Stories aus echten Projekten.

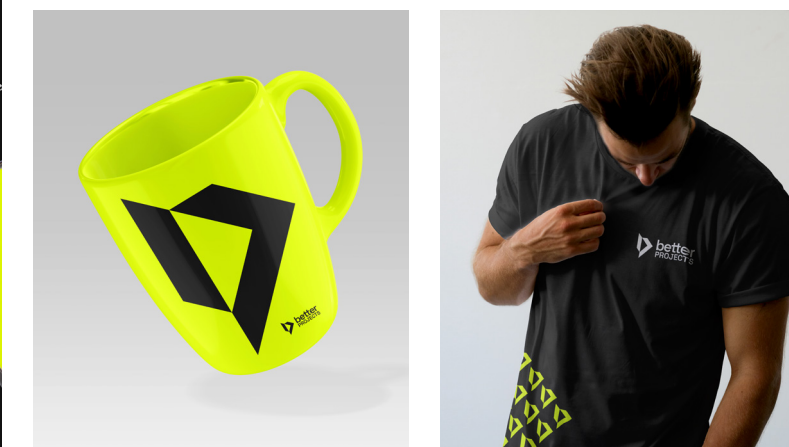
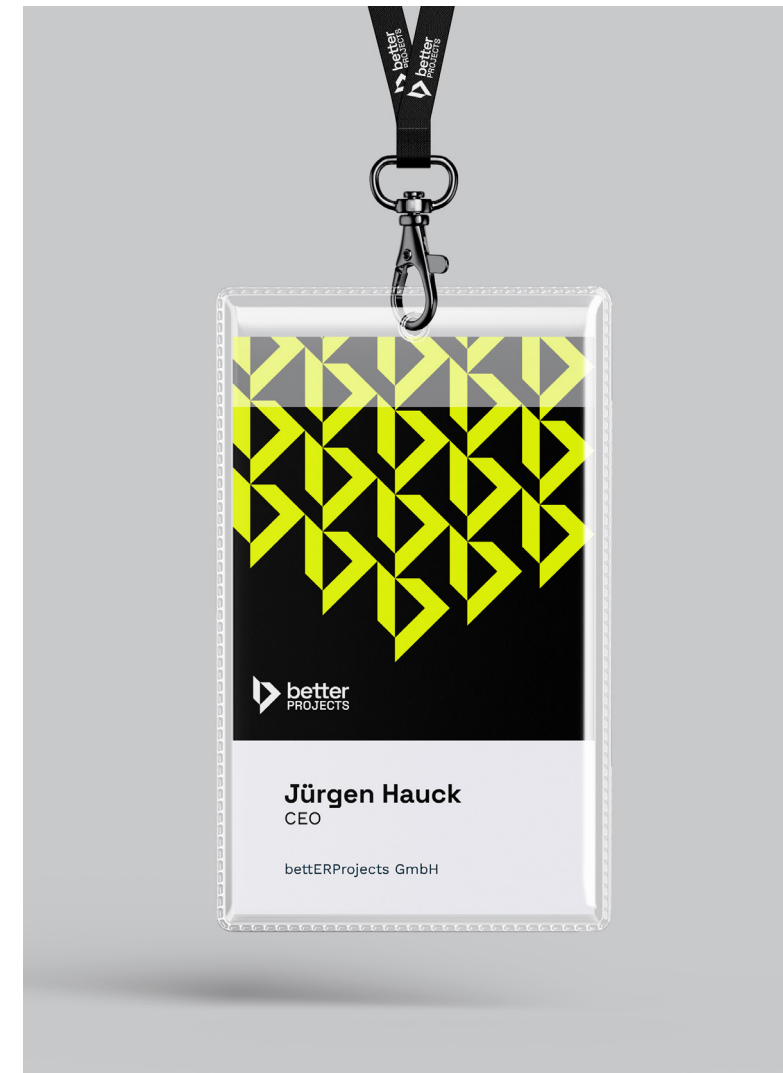
→ betterprojects.de/stories

Inhalt

- Einleitung
- Logo
- Submarken
- Clearspace
- Stand-Alone-Symbol
- Claim / Slogan
- Farben
- Key Visual
- Typografie
- Icons
- Bildsprache
- Gestaltungsprinzipien
- Beispiele

Brand World

Brand World



bettERProjects GmbH

Brüsseler Ring 14
76344 Eggenstein-Leopoldshafen
Deutschland

+49 151 42635216
info@betterprojects.de

→ betterprojects.de



Wachstum braucht Richtung.

