



EDELWEISSBRAUEREI

**FARNY**



# Corporate Design Manual

Whiz Weizenbier  
Weizenbier  
und mehr... und mehr

## Vorwort

---

Mit über 175 Jahren blickt die Edelweissbrauerei FARNY auf ein traditionsreiches Unternehmen zurück. In dieser Zeit wurden durch die kontinuierliche Arbeit mit der Marke und den Markenelementen neue Bedürfnisse erkannt, sowie Neuerungen erarbeitet, die nun in das FARNY Corporate Design Manual übernommen worden sind.

Das vorliegende Corporate Design Manual fasst alle Grundlagen zusammen. Es zeigt die Anwendungsmöglichkeiten in den verschiedenen Bereichen. Es unterstützt die Kontinuität des Markenauftritts in Zusammenarbeit mit Dritten und richtet sich vor allem an Kommunikationsagenturen, Grafikbüros und Druckereien.

Wie man mit den FARNY-Elementen in der täglichen Praxis zielsetzungsgerecht umgeht, zeigen die folgenden Anwendungen.



## Inhalt

---

1. Logo und Wappen	
1.1 Logo	S. 6
1.2 Logovarianten	S. 8
1.3 Unzulässige Logovarianten	S. 10
1.4 Wappen	S. 12
1.5 Unzulässige Wappen	S. 13
1.6 Logovarianten für Biersorten	S. 14
1.7 Größenverhältnisse	S. 15
1.8 Schutzzone	S. 17
1.9 Slogan	S. 18
2. Schriften	
2.1 Schriften	S. 22
3. Farben	
3.1 Farben	S. 26
3.2 Farbbeispiele	S. 28
4. Anwendungsbeispiele	
4.1 Anzeigen	S. 30
4.2 Unzulässige Anzeigen	S. 31
4.3 Anzeigenrahmen	S. 32
4.4 Anzeigenrahmen Hofgutsbier	S. 33
4.5 Unzulässige Anzeigenrahmen	S. 34
4.6 Anwendung in der Gastronomie	S. 36
4.7 Beispiel Werbemittel	S. 37
4.8 Beispiel Fahrzeuge	S. 38
5. Biersorten	
5.1 Etikettengestaltung	S. 40
5.2 Flaschen	S. 41
5.3 Glasabbildung	S. 42

# 1. Logo und Wappen

## 1.1 Logo

---

Das Logo legt den Grundbaustein des Corporate Design-Systems. Als Hauptelemente sind der Schriftzug „FARNY“ und der Dreispitz, welcher über dem Schriftzug platziert ist, definiert worden.

Der Markenname FARNY steht immer in Versalien geschrieben, in der Farbe Gold und einem dreidimensionalen schwarzen Schatten. Der Dreispitz, mit dem weißen Edelweiss im Kreis, vermittelt eine starke Regionsverbundenheit. Die drei Initialien im Edelweiss „O, F, D“ basieren auf „Oskar, Farny, Dürren“ und werden mit der Farbe Gold in einer Art Kreis dargestellt.



Standard-Variante

Neben dem Hauptelement FARNY und dem Dreispitz wird im Logo die Unternehmensbezeichnung „Edelweissbrauerei“ und der Slogan „Weizenbiere und mehr ...!“ als Hauptkommunikationsinstrument genutzt.

Die Schrift EDELWEISSBRAUEREI wird in Versalien und in schwarz über dem Wort FARNY gesetzt. Mit einer großen Spationierung zwischen den Buchstaben steht das Wort bündig mit FARNY. Der Slogan „Weizenbiere und mehr ...!“ steht in schwarzer Schrift bündig unter dem Wort FARNY und schließt mit der Gesamtbreite das Logo ab.



Variante mit Unternehmensbezeichnung



Standard-Variante mit Slogan

## 1.2 Logovarianten

---

Als Standard-Variante wird das Logo mit den Hauptelementen FARNY und Dreispitz verwendet. Im Idealfall steht das Logo mit den folgenden Varianten immer auf Weiß. Die beiden Logovarianten können bei allen Werbemaßnahmen in Verbindung mit der Marke und Biersorte (außer Hofgutsbier) eingesetzt werden.



Standard-Variante



Standard-Variante mit Slogan

## Interne Verwendung bei FARNY

---



Variante mit Unternehmensbezeichnung

Bei andersfarbigen Hintergründen muss das Logo mit weißer Schrift verwendet werden. Das Logo in negativ darf nur im Ausnahmefall verwendet werden. Zum Beispiel, wenn nur einfarbig gedruckt wird.



Variante mit Slogan in weiß auf einem Blau-Verlauf als definierter FARNY Hintergrund



Variante mit Unternehmensbezeichnung in weiß auf einem Blau-Verlauf als definierter FARNY Hintergrund



Variante mit Slogan für S/W-Drucke



Standard-Variante für S/W-Drucke

### 1.3 Unzulässige Logovarianten

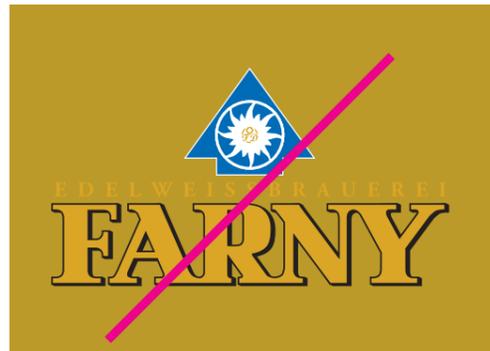
Die hier gezeigten Varianten sind nicht zulässig.



Variante mit roten und zwei Schrifzügen nicht zulässig



Variante mit blauem Schrifzug nicht zulässig



Reine Gold-Variante auf goldenem Hintergrund nicht erlaubt



Gold-Variante auf blauem Hintergrund ist nicht stimmig

Es befinden sich noch alte Versionen des Logos im Umlauf, diese sind nicht mehr zulässig und sollen für zukünftige Produktionen durch das neue Logo ersetzt werden.



Logo mit Goldverlauf und nur mit Unternehmensbezeichnung



Falscher Goldton, ohne Schattierung



Logo mit Goldverlauf und Slogan dreizeilig, Hintergrund mit Flaschenhälsen nicht mehr aktuell



Logo mit Goldverlauf und Slogan in Gelb



Logo mit Goldverlauf und Dreispitz unbearbeitet



Logo mit Goldverlauf und Slogan in rot, falscher Dreispitz

## 1.4 Wappen

Der Inhalt des Wappens besteht aus dem FARNY Logo, dem Dreispitz, dem Entstehungsjahr und dem Slogan. Alle Elemente werden mit der Wappenform zusammengehalten. Die Unternehmensbezeichnung steht im äußeren Rahmen. Es gibt nur eine definierte Farbvariante für die Verwendung.



Standard-Variante



Standard-Variante für S/W-Drucke

## 1.5 Unzulässige Wappen

Es befinden sich noch alte Versionen des Wappens im Umlauf, diese sind nicht mehr zulässig. Es sind auch keine abweichenden Farb- und Schriftvarianten erlaubt.



Variante mit Schmuckelementen und roter Schrift nicht mehr zulässig



Variante mit Schmuckelementen und falscher s/w-Definition



Variante mit roter Schrift für den Slogan



Variante mit falschen Bezeichnungen

## 1.6 Logovarianten für Biersorten

Wenn es um eine spezielle Biersorte geht, werden Logovarianten nur in Verbindung mit der Biersorte eingesetzt. Beispielhaft werden folgende Sorten gezeigt:



Hofgut



Hofgut für S/W-Drucke



Premium Pils



Premium Pils für S/W-Drucke



Kristall-Weizen



Kristall-Weizen für S/W-Drucke



Hefe-Weizen



Hefe-Weizen für S/W-Drucke



Alkoholfrei



Alkoholfrei für S/W-Drucke

## 1.7 Größenverhältnisse

Die kleinste mögliche Größe der Logos und des Wappens wird hier an Beispielen gezeigt. Die kleinste Logodarstellung ohne Slogan beträgt 10 mm in der Höhe. Beim Logo mit Slogan beträgt die Mindesthöhe 15 mm und beim Wappen 20 mm. Die Logos für interne Zwecke haben eine Mindesthöhe von 15 mm.

Alle Größen sind proportional skalierbar. Die Staffelung geht von der Höhe aus in 5-mm-Schritten.

Standard-Variante



Kleinste Darstellung

In 5-mm-Schritten skalieren ...



Standard-Variante mit Slogan



Wappen

## Interne Verwendung bei FARNY



Variante mit Unternehmensbezeichnung

## 1.7 Größenverhältnisse

Die kleinste mögliche Größe der Biersorten wird hier an Beispielen gezeigt. Alle Größen sind proportional skalierbar. Die Staffelung geht von der Höhe aus in 5-mm-Schritten.



Hofgutsbier



Premium Pils



Kristall-Weizen

Alkoholfrei

Hefe-Weizen

## 1.8 Schutzzone

Innerhalb der Schutzzone dürfen keine weiteren Elemente stehen. Bei extrem großen Formaten muss dem Logo bzw. dem Wappen mehr Raum für eine bessere Wahrnehmung gegeben werden. Beispielsweise bei Fahrzeugen oder Bannern.

Der Schutzraum ergibt sich proportional aus der Größe des Logos. Als Hilfe dient die Breite des „F“ von FARNY.

Logovariante



Schutzraum



Schutzraum

Wappen



Schutzraum

## 1.9 Slogan

1924 ist zum allerersten Mal ein Kristall-Weizen gebraut worden. Somit ist die Brauerei stolzer Erfinder dieser besonderen Bierspezialität. In der Region Westallgäu, Bodensee und Oberschwaben ist Farny bekannt als „Der Weizenbier-Spezialist“.

Diese Benennung wurde als Slogan eingeführt in Verbindung mit der Biersorte Kristall-Weizen. Seitdem findet man ihn hauptsächlich auf Etiketten und darf nur in Verbindung mit Weizenbieren verwendet werden. Eine Logovariante mit den Hauptelementen und dem Schriftzug gibt es ebenfalls speziell für die Weizenbiersorten.

Einzeilig *Der Weizenbier-Spezialist*



Logo-Variante mit weiterem Slogan  
(Verwendung auf Etiketten und Gläsern)



Logo-Variante nicht zulässig bei falscher  
Schreibweise im Slogan

Nach einer erfolgreichen Erweiterung der Biersorten Farny Hofgutsbier und Oskar Farny Premium Pils, ist der Slogan: „Farny Weizenbiere und mehr ...!“ eingeführt worden.

Dieser Slogan kann bei allen Anwendungen verwendet werden. Er sollte bestenfalls in Verbindung mit dem Logo stehen. Je nach Verwendung sollte er in Schwarz, Weiß oder Gold geschrieben werden. Die Ausnahme für den Slogan besteht, wenn er als typografisches Gestaltungsmittel verwendet wird. Hier wird er mehrmals übereinander und verschoben, in mehreren Schriftgrößen und mit unterschiedlicher Deckkraft gesetzt.

Einzeilig *Weizenbiere und mehr ...!*

Zweizeilig  
*Weizenbiere  
und mehr ...!*

Zweizeilig  
und auf  
farbiger Fläche

The slogan "Weizenbiere und mehr ...!" is written in a white, serif font on a solid blue rectangular background.

Slogan als  
typografisches  
Mittel



FARNY | Corporate Design Manual

## 2. Schriften

## 2.1 Schriften

---

FARNY charakterisiert sein Erscheinungsbild durch die Hausschrift Adobe Garamond. Sie wird im Fließtext für alle Drucksachen wie Broschüren, Anzeigen, Plakate, usw. verwendet. Elegant und souverän spiegelt sie die hochwertige Marke FARNY wider. Sie kann in vier Schriftschnitten eingesetzt werden.

Adobe Garamond Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !“§\$%&/()=?@

Adobe Garamond Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890 !“§\$%&/()=?@**

Adobe Garamond Pro Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890 !“§\$%&/()=?@*

Adobe Garamond Pro BoldItalic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***1234567890 !“§\$%&/()=?@***

Aa

Für Überschriften wird die offene und lesefreundliche Akkurat verwendet. Sie steht in vier Schriftschnitten zur Verfügung.

Akkurat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !“§\$%&/()=?@

Akkurat Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890 !“§\$%&/()=?@**

Akkurat Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890 !“§\$%&/()=?@

Akkurat Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890 !“§\$%&/()=?@*

FARNY | Corporate Design Manual

## 3. Farben

### 3.1 Farben

Zu den Basiselementen von FARNY gehören genau definierte Farben. Diese Farben haben die Aufgabe ein prägnantes Farbklima zu schaffen, das von Kunden und Mitarbeitern eindeutig zugeordnet werden kann. Das Farbklima basiert auf einem edlen Gold und einem tiefen Blau. Alle weiteren Farben spiegeln sich in den Biersorten wider. Schwarz und Weiß runden das Spektrum ab.

Die Druckfarben sind nach dem Pantone-Farbsystem definiert. Wenn nicht mit Pantone-Farben gedruckt werden kann, gelten die 4c-Werte. Alle weiteren Farbbezeichnungen sind in der Tabelle aufgeführt.

		Pantone	CMYK	RGB	HKS	RAL Classic	Avery 800 PremiumCast
	Farny-Blau	2935 C   2935 U	100   60   0   0	0   105   189	44 K   39 N	5005 Signalblau	808 Cosmos Blue
	Farny-Gold	871 C   871 U	0   18   88   30	199   169   79	98	1036 Perlgold	836 Gold Metallic
	Farny-Gelb	137 C   123 U	0   50   100   0	252   161   0	5 K   5 N	1028 Melonengelb	860 Corn Yellow
	Farny-Rot	185 C   032 U	0   100   90   0	216   25   51	14 K   23 N	3020 Verkehrsrot	850 Tomato Red
	Farny-Silber	877 C   877 U	0   0   0   40	185   186   191	99	9022 Perlhellgrau	835 Silver Metallic
	Farny-Fond	Der Blau-Verlauf ist vordefiniert und nur als Bilddatei zu verwenden					

## 3.2 Farbbeispiele

Die Farben sind ein tragendes Gestaltungselement im Markenauftritt von FARNY. Gold spielt eine große Rolle, hauptsächlich im Firmennamen und wird gerne für Rahmen verwendet. Blau ist ein wesentlicher Bestandteil. Es findet neben dem Dreispitz Verwendung als Fondfarbe. Schwarz bildet die Basis für die Schrift.

Standard-Variante Logo mit Slogan



Standard-Variante Wappen



FARNY | Corporate Design Manual

## 4. Anwendungsbeispiele

## 4.1 Anzeigen

Es gibt zwei Anzeigenvarianten. Zur ersten Variante gehören die Kultur-, Image- und Produktanzeigen und haben entweder vordefinierte Inhalte oder können noch mit Text ergänzt werden.

Diese Anzeigen werden z. B. in Fachzeitschriften eingesetzt. Der Wiedererkennungswert liegt bei dem blauen Fond für FARNY und soll immer im Hintergrund der Anzeigen platziert werden. Die Vorlagen sind als Standardgröße in A4, A5 und A6, im Hoch- und Querformat, angelegt.



Anzeige Kultur, Sport und Brauchtum  
Vorlage Hoch- und Querformat



Anzeige Imageanzeige  
Vorlage Hoch- und Querformat



## 4.2 Unzulässige Anzeigen

Diese Variante sind alte Gestaltungen und nicht mehr zulässig.



Anzeige mit altem Logo und Flaschenhalse als  
Fond nicht mehr zulässig

## 4.3 Anzeigenrahmen

Die zweite Variante sind die Anzeigenrahmen. Diese werden meistens in Printmedien verwendet und können mit, vom Kunden gewünschten Inhalten gestaltet werden. Alle Vorlagen der Anzeigenrahmen sind in Standardgrößen angelegt. Die Vorlagen gibt es in CMYK und Schwarz-Weiß. Sie dürfen nur proportional verändert werden, aber auf keinen Fall verzerrt werden!

1-spaltig, 45 x 105 mm



CMYK

s/w

2-spaltig, 90 x 105 mm



CMYK

s/w

3-spaltig, 135 x 157,5 mm



CMYK

s/w

## 4.4 Anzeigenrahmen Hofgutsbier

Für die Sorte Hofgutsbier gibt es extra Anzeigenrahmen für den Zeitungsdruck. Die Vorlagen sind in Standardgrößen angelegt. \*Hier ist wichtig zu beachten das der Inhalt mit dem Logo übereinstimmt, d.h. wenn Hofgutsbier abgebildet wird, muss auch mit Hofgutsbier geworben werden.

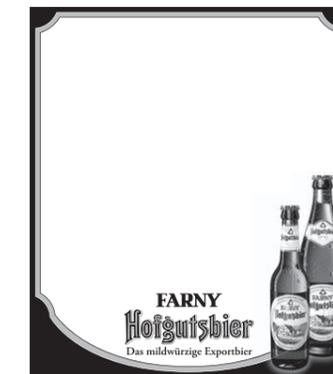
Auch hier gilt: Die Rahmen dürfen nur proportional verändert werden, aber auf keinen Fall verzerrt werden!

1-spaltig, 45 x 105 mm



s/w

2-spaltig, 90 x 105 mm



s/w



\*Inhalt stimmt nicht mit Vorlage überein, nicht zulässig

# 4.5 Unzulässige Anzeigenrahmen

Diese Varianten sind nicht zulässig.



Alte Gestaltung und falsche schwarz-weiß Definition nicht zulässig



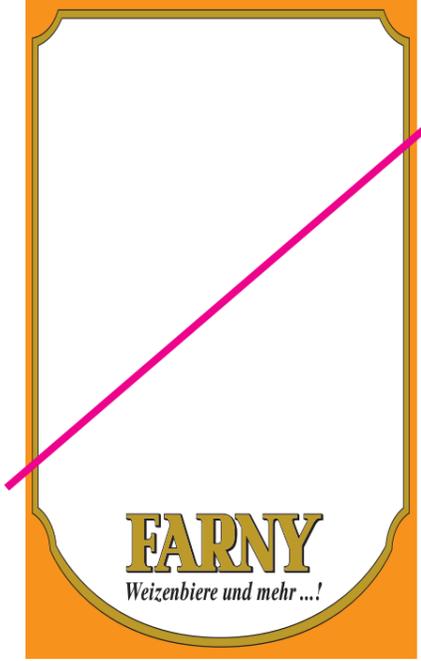
Alte Gestaltung nicht mehr zulässig



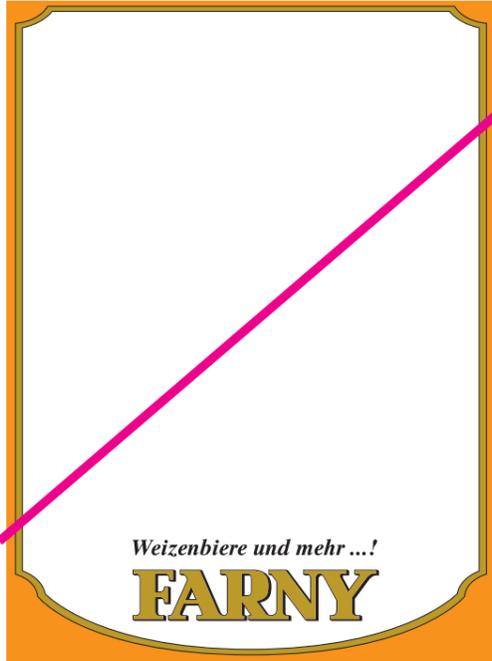
Alte Gestaltung und mit Adressfeld nicht zulässig



Alte Gestaltung nicht mehr zulässig



Gesamtes Layout verzerren ist nicht erlaubt



Rahmen verzerren oder Logo mit Slogan umstellen ist nicht zulässig



Alte Gestaltung und mit Adressfeld nicht zulässig



Gesamtes Layout verzerren ist nicht erlaubt

## 4.6 Anwendung in der Gastronomie

Zusammen mit den bekannten Farben von FARNY in gold und blau, signalisiert das Logo in der Gastronomie Qualität. Mit dem Slogan „Der Weizenbier-Spezialist“ wird diese Botschaft unterstrichen.

Durch den einheitlichen Einsatz der Gestaltungsmittel bei allen Maßnahmen, mit denen sich FARNY darstellt, kann die Beständigkeit der Marke in der Öffentlichkeit nachhaltig verankert werden. An Beispielen werden verschiedene Gestaltungsmaßnahmen gezeigt.



## 4.7 Beispiel Werbemittel

In der Region Bodensee, Oberschwaben und dem Westallgäu ist FARNY regionaler Marktführer bei Weizenbieren. An Beispielen werden verschiedene Werbemittel aufgezeigt.



# 4.8 Beispiel Fahrzeuge

LKW



Schankwagen



FARNY | Corporate Design Manual

# 5. Biersorten

## 5.1 Etikettengestaltung

Die Etiketten der Brauerei haben 2012 ein vollständiges Redesign bekommen. Die Vorgabe für die Überarbeitung war die Kommunikation einer traditionsbewussten, regionsbezogenen Bierspezialität. Für die Sorten „Hofgutsbier“ und „Hofgutsradler“ ist ein neues Erscheinungsbild entwickelt worden. Durch die neue Gestaltung hat jede Biersorte ihr eigenes Leitbild erhalten und bekommt einen Wiedererkennungswert.

Das Vorder- und Halsetikett transportiert ausschließlich das Markenbild. Die sortenspezifischen Informationen und EAN Codes werden auf dem Rücketikett platziert. Alle Etiketten werden in Pantone gedruckt und haben definierte Farbuweisungen.



## 5.2 Flaschen

Die Abbildungen zeigen alle elf Biersorten von FARNY in der neuen Gestaltung. Man erkennt sofort die Zusammengehörigkeit der unterschiedlichen Biere, obwohl jedes für sich mit Hilfe eines prägnanten Leitbildes klar seinen Inhalt kommuniziert.



## 5.3 Glasabbildung

---

Das klassische Weizenglas von FARNY wird neben der Flasche oft als Abbildung verwendet.



Glasabbildung



Beispiel für Zusammenstellung

## EDELWEISSBRAUEREI FARNY

Hofgut Dürren, 88353 Kisllegg

Telefon 0 75 22/97 88 0

Fax 0 75 22/97 88 10

E-Mail [info@farny.de](mailto:info@farny.de)

