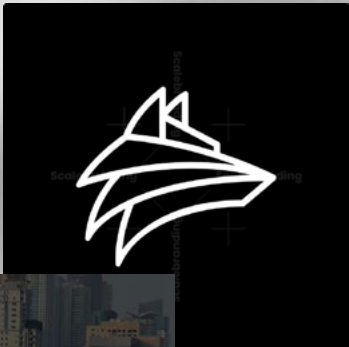


MINDFUL MONEY

INSPIRATION

BRAND BOOK

FOSLIN



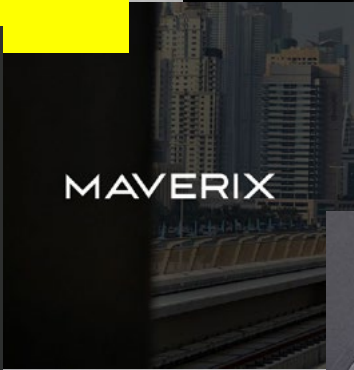
BLANC SALVAGE

BLANC
SALVAGE

20

BLANC
SALVAGE

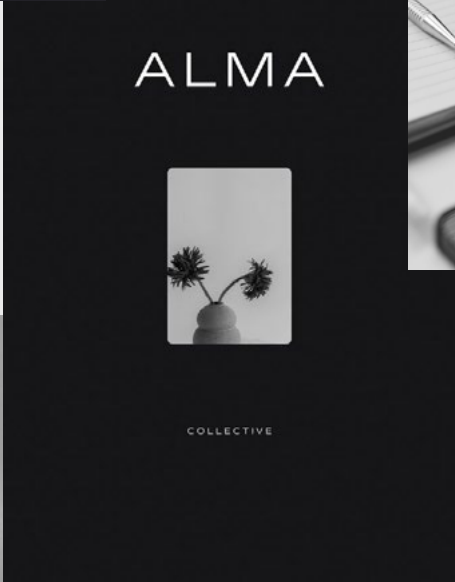
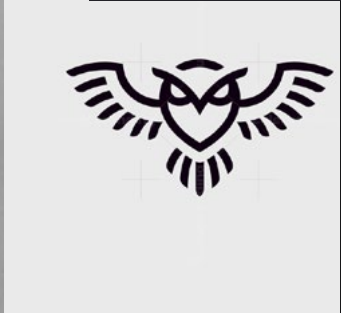
22



Black,
obviously.



A DEEP NETWORK
PRODUCT, GROWTH
STARTUP EXPERT



ut & Stra



SIMPEL

FOSLIN

ELEGANT

DARK



MAVERIX

FEKETE
ROBERT

ACTOR

phone / +36 706 368 632
info / feketerobert@post.com

IT'S
WHATEVER
WE
LOVE

DÉTROIT
IS THE
NEW
BLACK.



THE STUDIO



TWO LOCATIONS

SOUTH DOWNS
4333 Pelham Road
Beverly Hills, CA
90210

HIGHLAND PARK
12800 Pelham Road
East Haven, CT
06424

BOOK A CLASS

SERVICES

TEAM

PRICES

AUFFALLENDE

SERIÖS

A DEEP NETWORK
PRODUCT, GROWTH
STARTUP EXPERTS



ALMA



COLLECTIVE

MODERN

DK TALKIES

DKT™

DKT™

DK TALKIES™

Online

Kristian's Online
Design & Development



01 FONT

Die Auswahl der Schriftarten für das Logo schafft einen modernen und cleanen Kontrast, der durch Charakter auffällt. Serifenlose Großbuchstaben werden geschickt mit einer sehr einfachen serifenlosen Schrift mit großer Laufweite kombiniert. Der clevere Einsatz einer Serifenlosen Schrift bringt eine weitere Ebene der Leichtigkeit ins Spiel. Wörter können in einer kontrastierenden Farbe hervorgehoben werden, wobei eine minimalistische Schrift sinnvoll ist, um ein ausgewogenes und ruhiges Erscheinungsbild zu bewahren.

MINIMAL

ELEGANT

SERIÖS

DK TALKIES™



FOSLIN



NEON

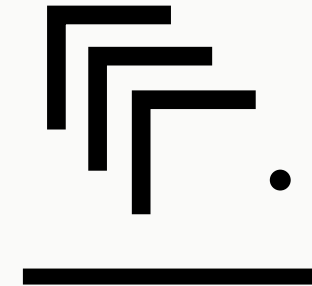
A DEEP NETWORK OF
PRODUCT. GROWTH &

01 LOGO

Das neue Logo verkörpert die Essenz der Marke auf beeindruckende Weise. Mit einem modernen Schriftzug, der die Identität klar und prägnant kommuniziert, und einer geometrischen Form, die den Kopf eines Fuchses stilvoll einfängt, strahlt das Logo Eleganz und Ausdruckskraft aus. Der Fuchs als Spirittier symbolisiert die Werte Cleverness, Anpassungsfähigkeit und Stärke, und macht es zu einem kraftvollen visuellen Element. Diese vielseitige Gestaltung erlaubt es auch auf kleinem Raum einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen und gibt der Marke einen unverwechselbaren Wiedererkennungswert.



MAIN LOGO



GRAPHIC ELEMENT

**MINDFUL.MONEY**

VARIATIONS



VARIATION

02 FONTS

HEADLINE

NIKEA Regular – volume 100 –
line spacing 30 – only CAPITAL LETTERS

SUBHEADLINE

Montserrat Medium – volume 450 –
line spacing 20 pt- only CAPITAL LETTERS

Das ist ein Beispielabsatz. So sollen
Textabschnitte **bei der Umsetzung** aussehen.

Montserrat Light (highlights in Bold) – volume 40 –
line spacing 9 pt. –

SUBHEADLINE

Montserrat Light – volume 450 –
line spacing 20 pt- only CAPITAL LETTERS

DO IT ANYWAY DEVELOPING YOUR MINDSET

SUB HEADLINE

Die Subheadline besteht aus Großbuchstaben, um Aufmerksamkeit zu erregen. Dennoch wird durch die Größe des Schriftsatzes eine klare visuelle Hierarchie sichergestellt.

Als Alternative besteht auch eine Subheadline im selben Stil, jedoch in der Light-Version, um einen größeren Kontrast zur Hauptüberschrift zu erzielen.

SUB HEADLINE

03 COLORS

Die Farbgebung spielt eine entscheidende Rolle im Branding-Prozess, da sie maßgeblich die Wahrnehmung und Identität einer Marke beeinflusst. Die gewählte Farbpalette, bestehend aus Limettengrün, Anthrazit und Weiß, bietet einen starken Kontrast, der eine einzigartige Frische vermittelt. Diese Kombination spiegelt perfekt die Werte der Marke wider, indem sie Innovation, Stil und Klarheit miteinander verbindet.

	#252525	WHITE	
		sRGB 255 255 255 CMYK 0 0 0 0 HEX #FFFFFF	
	#6E6A6B	ANTHRAZIT	
		sRGB 18 20 18 CMYK 80 67 64 87 HEX #121412	
	#F3F3F3	LIGHT GREY	
		sRGB 232 232 232 CMYK 11 7 8 0 HEX #E8E8E8	
	#F3F4C9	LIME	
		sRGB 217 224 83 CMYK 22 0 77 0 HEX #D9E053	
			#E9EA9A

03 BILDWELT

Die Bildwelt zeigt lebendige Szenen, in denen Menschen miteinander kommunizieren. Dennoch sollte stets ein Bezug zum Thema Geld erkennbar sein. Die Bilder sollen ein starkes Gefühl der Gemeinschaft und Zusammenarbeit vermitteln.

