

WERTGARNER

---

# Markenmanual

*„Präzision mit Geschichte.“*

Dieses Manual bringt die Marke Wertgarner auf den Punkt — eine visuelle Identität, getragen von über zweihundert Jahren Handwerk und dem Anspruch auf Präzision in jedem Detail. Es gibt Linien vor, innerhalb derer Gestaltung frei atmen kann. **Tradition, die trifft.**

# Inhalt

---

## 1 MARKE

Markenframework

---

Markencharakter

---

Heritage — seit 1820

---

Zielgruppen

---

---

## 2 DESIGN-SYSTEM

System-Übersicht

---

Farben

---

Logo

---

Konstruktion & Schutzraum

---

Logo-Don'ts

---

Typografie

---

Grafikelement

---

Ikonografie

---

Piktogramme

---

---

## 3 ANWENDUNG

Bildwelt

---

Fotografie

---

Raster & Layout

---

Tone of Voice

---

Social Media

---

Geschäftsausstattung

---

Anwendungen

---

Kontakt

---

# 1

# Marke

Markenframework

Markencharakter

Heritage — seit 1820

Zielgruppen

## MARKENFRAMEWORK

Ein Rahmen, der jeder Markenäußerung Haltung gibt — von der Werkstatt bis zum Onlineshop.

### ZWECK

#### Präzision zugänglich machen

Jagd, Sport und Sammeln verdienen Werkzeug, auf das Verlass ist — fachkundig betreut, sauber gefertigt.

### VISION

#### Das verlässlichste Haus Österreichs

Erste Adresse für Büchsenmacher-Handwerk, Schießstand und Beratung — analog wie digital.

### POSITIONIERUNG

#### Tradition trifft modernen Service

Über 200 Jahre Erfahrung, gepaart mit Onlineshop und digitaler Schießstand-Buchung.

### WERTE

#### Präzision · Tradition · Verlass

Handwerk als Haltung. Wir messen uns am Detail und am Wort, das wir geben.

## MARKENCHARAKTER

Fünf Eigenschaften prägen jeden Auftritt — sie lassen sich je nach Anlass lauter oder leiser stellen.

---

### Präzise

Exakt, sorgfältig, auf den Punkt — in Arbeit und Auftritt.

---

### Traditionsreich

Verwurzelt seit 1820, eines der ältesten Häuser Österreichs.

---

### Bodenständig

Ehrlich und unaufgeregt. Substanz vor Show.

---

### Verlässlich

Verbindlich in Beratung, Service und Qualität.

---

### Souverän

Fachlich führend — ruhig, sicher, kompetent.



## HERITAGE

Eines der ältesten noch aktiven  
Waffenfachgeschäfte Österreichs — seit  
1820.

Seit über zweihundert Jahren stehen Vielseitigkeit, höchste Sorgfalt  
und Präzision im Mittelpunkt der Büchsenmacherfamilie Wertgarner.  
Nach der Sanierung 2019 folgte der Neustart mit modernem  
Onlineshop und digitaler Schießstand-Buchung.

**1820**

Gründungsjahr

**200+**

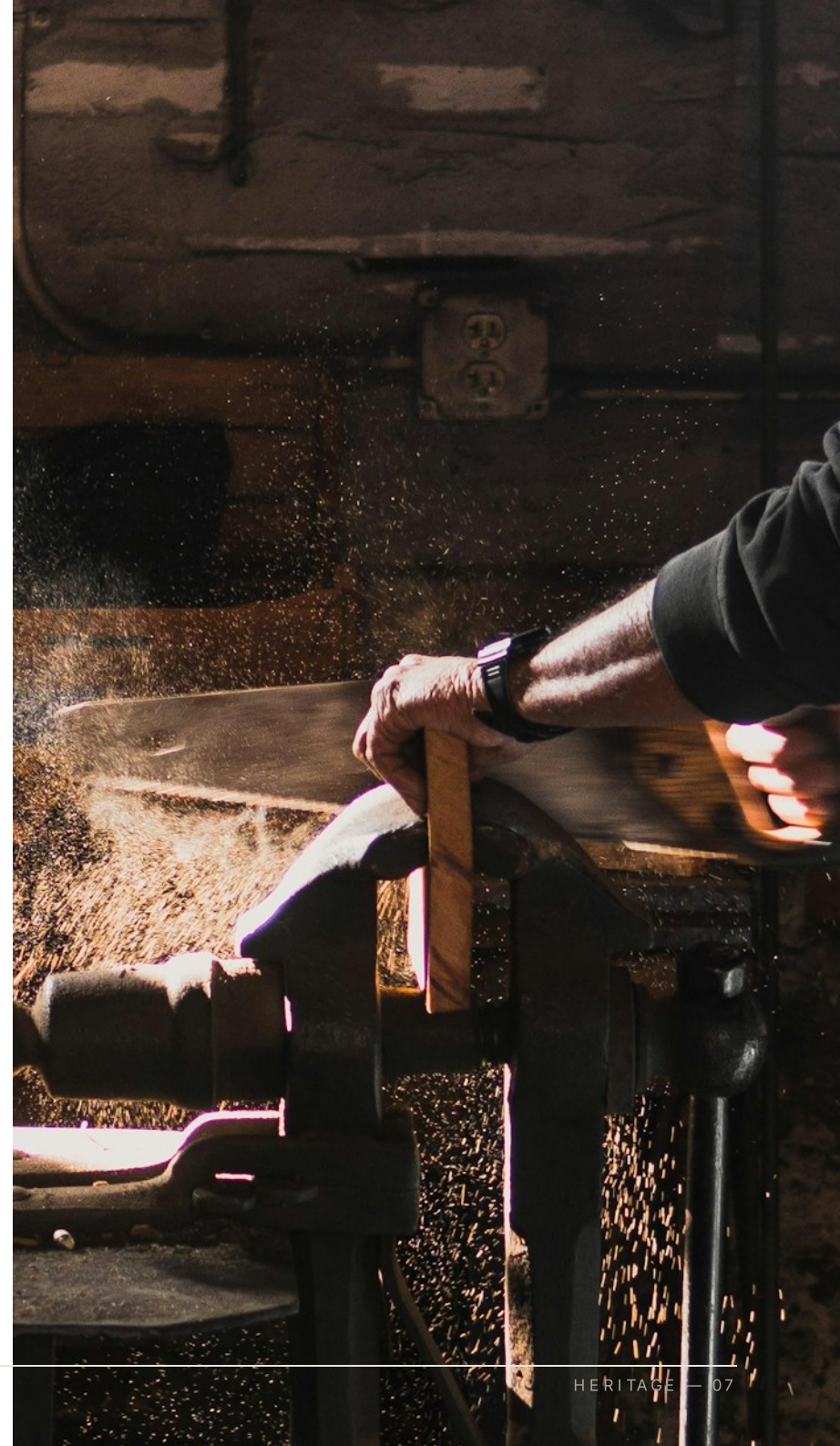
Jahre Handwerk

**270+**

Google-Bewertungen

**100 m**

Schießstand



## ZIELGRUPPEN

Wen Wertgarner erreichen will — und worüber.



### Lokale Laufkundschaft

Sucht „Büchsenmacher Wels“. Das Google Business Profil ist der erste Kontakt.



### Sportschützen (25–55)

Schießstand-Besucher, technikaffin. Instagram, YouTube & WhatsApp.



### Händler & Vereine (B2B)

Lieferanten & Schützenvereine. LinkedIn — geringe Priorität.



### Jäger (regional, 40–65)

Traditionsbewusst, kaufstark, vereinsnah. Erreichbar über Facebook & Google.



### Sammler & Liebhaber

Handwerk & Heritage seit 1820. Instagram & YouTube (Werkstatt-Einblicke).

# 2

# Design-System

Farben & Logo

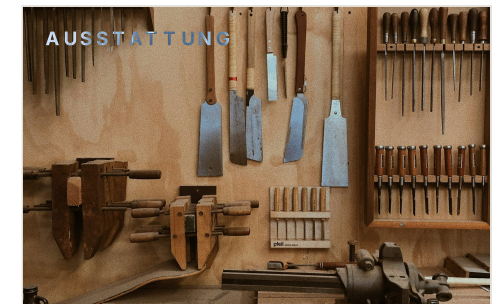
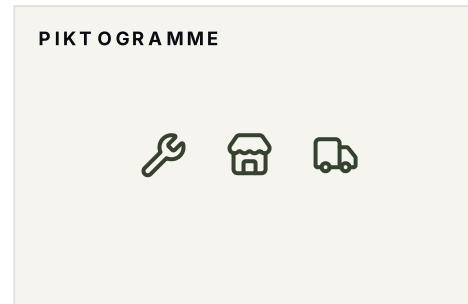
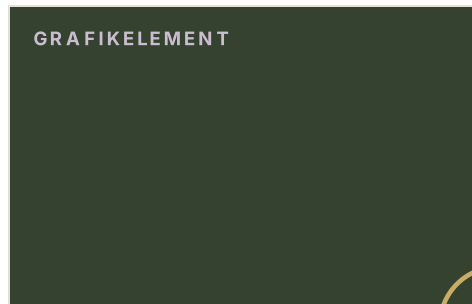
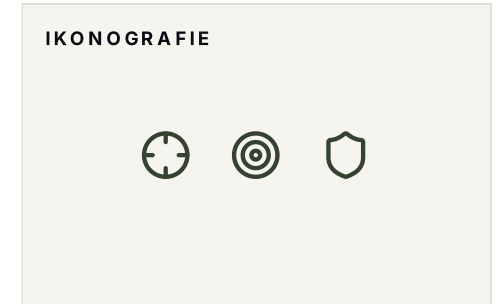
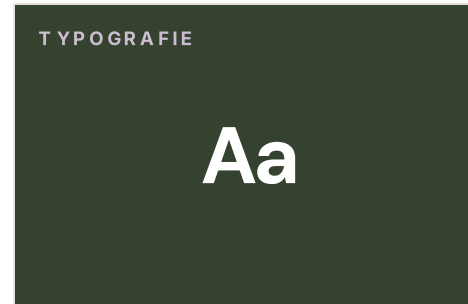
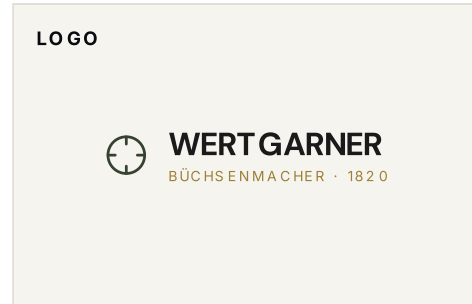
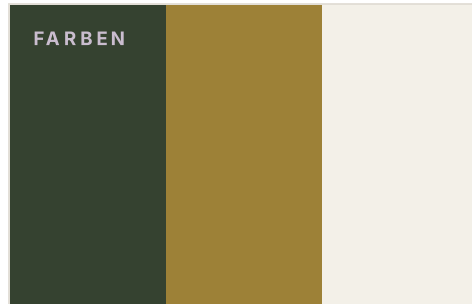
Konstruktion & Schutzraum

Typografie & Ikonografie

Grafikelement & Piktogramme

## SYSTEMELEMENTE

Die Bausteine der Marke auf einen Blick — kombinierbar zu einem unverwechselbaren Auftritt.



## FARBEN

Bayrisch Grün trägt, Messing Gold akzentuiert, Cremegold gibt Raum.  
Verhältnis ~ 60 / 30 / 10.



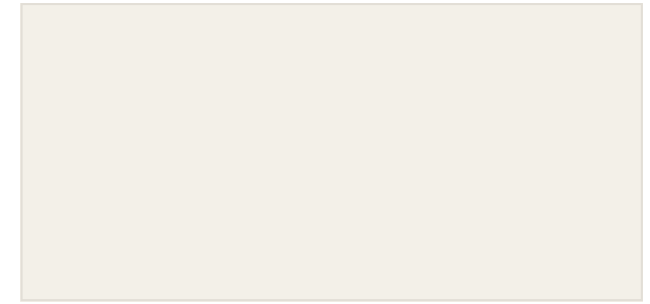
### Bayrisch Grün

Primär · #354230



### Messing Gold

Akzent · #9D8137



### Cremegold

Fläche · #F3F0E8

### BAYRISCH GRÜN — TONWERTE



50

500

950

### MESSING GELB — TONWERTE



50

500

950

## LOGO

Emblem und Wortmarke bilden das Lockup. Auf Grün in Gold/Weiß, auf Hell in Grün/Anthrazit.



### EMBLEM

Fadenkreuz — steht für Präzision & Zielgenauigkeit. Auch solo einsetzbar.

### WORTMARKE

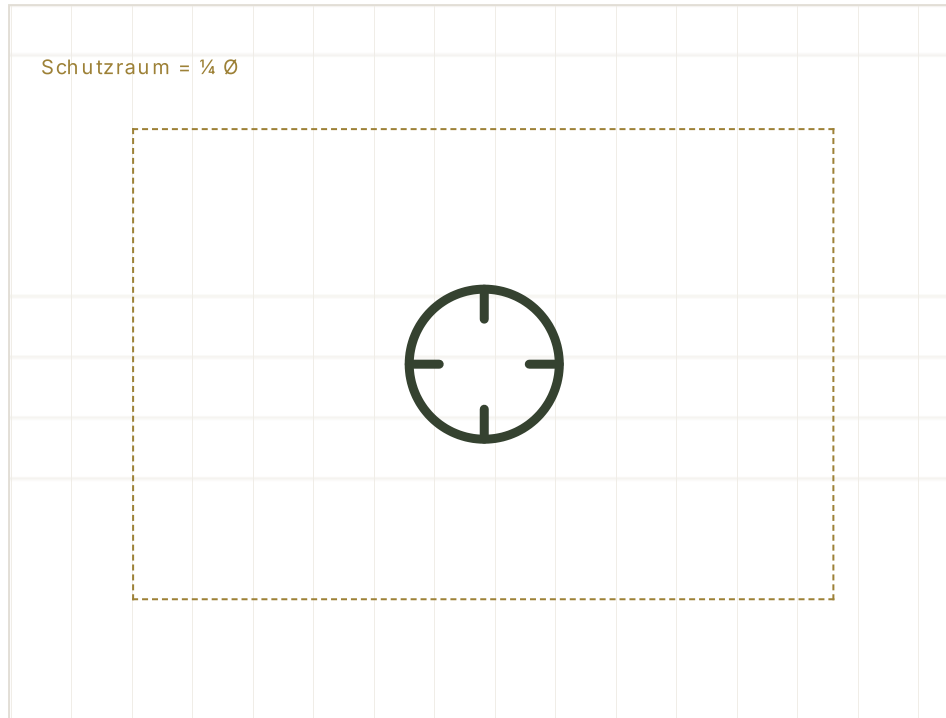
WERTGARNER in DM Sans, darunter „Büchsenmacher · 1820“.

### ANWENDUNG

Bevorzugt auf Grün. Nie unter Mindestgröße oder auf unruhigem Grund.

## KONSTRUKTION & SCHUTZRAUM

Geometrisch konstruiert auf Basis des Fadenkreuzes. Schutzraum und Mindestgröße immer wahren.



### MINDESTGRÖSSE



Print  $\geq 8$  mm



Web  $\geq 24$  px

---

Das Emblem wird stets aus der gelieferten Vektordatei verwendet — nie nachgebaut, verzerrt oder neu eingefärbt. Der Schutzraum entspricht einem Viertel des Emblem-Durchmessers; darin steht kein weiteres Element.

## LOGO-DON'TS

---

⊗ Nicht verzerren oder unproportional skalieren

---

⊗ Kein Schlagschatten, kein Verlauf, kein 3D

---

⊗ Nicht auf unruhigem Hintergrund platzieren

---

⊗ Farben nicht tauschen oder einfärben

---

⊗ Nicht drehen oder kippen

---

⊗ Schutzraum nie unterschreiten

## TYPOGRAFIE

DM Sans für Display, Source Sans Pro für Text. Mindest-Fließtext 16 px,  
Caption nie unter 14 px.

### SCHRIFT-FAMILIEN

# DM Sans

Display & Headlines

# Source Sans Pro

Fließtext, Klein-Text, Tabellen

### HIERARCHIE

---

Lead	21px · 400
Fließtext	18px · 400
Klein	16px · 400
Caption / Label	14px · 600

---

## GRAFIKELEMENT

Das Fadenkreuz ist mehr als Logo — als Muster und Anschnitt trägt es die Markenwelt.

---

### ANSCHNITT

Großes Fadenkreuz an den Rand gesetzt, stark beschnitten — als ruhiges Hintergrund-Motiv.

---

### ZIELRASTER

Konzentrische Kreise & Achsen als feines Linienmuster für Flächen und Trenner.

---

### DEZENT

Immer untergeordnet: Gold auf Grün, niedrige Deckkraft, nie mit Inhalt konkurrierend.



## IKONOGRAFIE

Lineare Outline-Icons, Strichstärke 1,75. Monochrom oder mit dezentem Gold-Akzent.



### STIL

Einheitlicher Linienstil über alle Icons, am Pixelraster ausgerichtet.

### FARBE

Monochrom Grün/Anthrazit, Akzente sparsam in Gold.

### DON'T

Keine gefüllten, 3D- oder Emoji-Icons. Stile nicht mischen.

## PIKTOGRAMME

Für die Leistungen: ein reduziertes, einheitliches Set — gleiche Bauweise wie die Icons.



**Meisterwerkstatt**



**100-m-Schießstand**



**Fachgeschäft**



**Beratung**



**Onlineshop**



**Versand & Service**

# 3

# Anwendung

Bildwelt & Fotografie

Raster & Layout

Tone of Voice

Social Media

Geschäftsausstattung

Anwendungen



BILDWELT

## Echtes Handwerk, echte Natur

Werkstatt & Material, Jagd & Wald, Sportschützen am Stand. Natürliches Licht, warme Töne — kein Stock-Look.

## FOTOGRAFIE

Dokumentarisch statt inszeniert. Menschen, Material und Moment — ehrlich eingefangen.



### SO JA

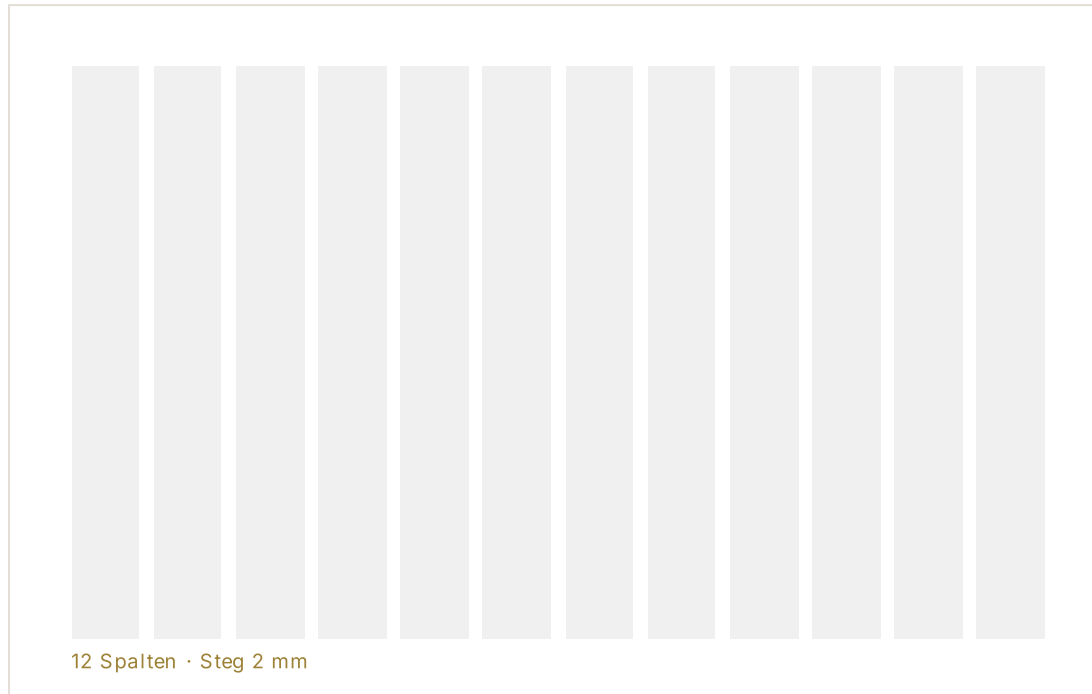
- ✓ Werkstatt & echte Arbeit
- ✓ Natürliches, warmes Licht
- ✓ Material im Vordergrund
- ✓ Echte Menschen

### SO NICHT

- ✗ Glatter Stock-Look
- ✗ Grelle Effekt-Filter
- ✗ Anonyme Modelle
- ✗ Kalte, harte Blitze

## RASTER & LAYOUT

12-Spalten-Raster, großzügige Ränder, klare Basislinie. Weißraum ist Teil der Gestaltung.



---

### RÄNDER

Außen großzügig ( $\geq 14$  mm Print). Inhalt atmet, nichts klebt am Rand.

---

### SPALTEN

12 Spalten als Basis — für 2-, 3- und 4-spaltige Layouts teilbar.

---

### BASISLINIE

Durchgehende untere Linie pro Seite verankert Fußzeile & Seitenzahl.

---

### WEISSRAUM

Bewusst eingesetzt — Ruhe ist ein Markenzeichen, kein leerer Platz.

## tone of voice

Fachlich, respektvoll und ohne Floskeln. Ansprache per „Sie“ — persönlich, aber präzise.

### SO KLINGT ES








- ✓ Fachlich korrekt, aber verständlich
- ✓ Kurze, klare Sätze
- ✓ Story & Mehrwert statt reiner Werbung
- ✓ Tradition selbstbewusst betonen

### SO NICHT

- ✗ Floskel-Deutsch & Marketing-Phrasen
- ✗ Übertreibung & Superlative
- ✗ Distanzlose Du-Ansprache
- ✗ Mehrere CTAs auf einmal

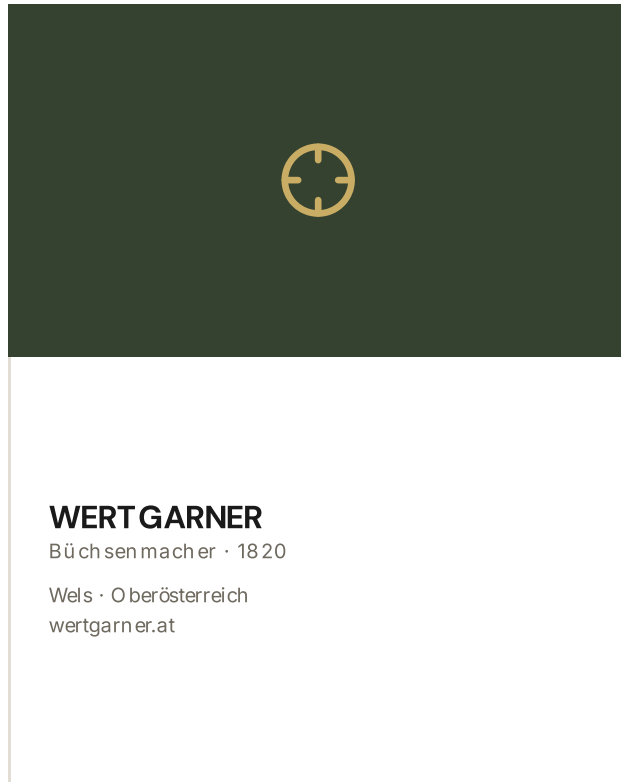
## SOCIAL MEDIA

Priorität: Google Business → Facebook → Instagram → WhatsApp → YouTube  
→ LinkedIn → TikTok.

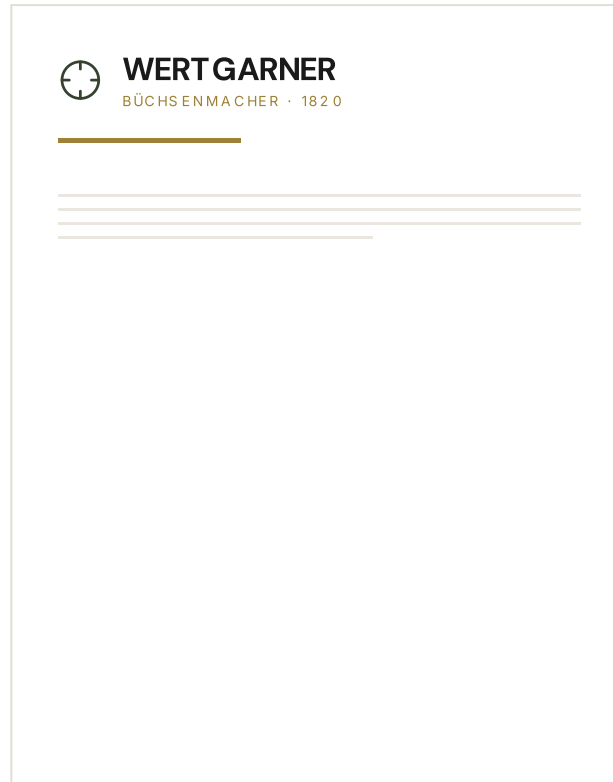
PLATTFORM	EIGNUNG	PROFILBILD	BANNER	BIO
 <b>Google Business Profil</b>	<b>Pflicht</b>	720 × 720 px	1080 × 608 px	750 Zeichen
 <b>Facebook</b>	<b>Hoch</b>	360 × 360 px	1640 × 624 px	255 Zeichen
 <b>Instagram</b>	<b>Hoch</b>	320 × 320 px	—	150 Zeichen
 <b>WhatsApp Business</b>	<b>Hoch</b>	640 × 640 px	—	139 Zeichen
 <b>YouTube</b>	<b>Mittel</b>	800 × 800 px	2560 × 1440 px	1000 Zeichen
 <b>LinkedIn</b>	<b>Optional</b>	300 × 300 px	1128 × 191 px	120 Zeichen
 <b>TikTok</b>	<b>Vorsicht</b>	1080 × 1080 px	—	80 Zeichen

Bezahlte Waffen-Werbung auf Meta untersagt; TikTok nur mit Vorsicht (Plattform-Richtlinien).

# GESCHÄFTS- AUSSTATTUNG



Visitenkarte · 85 × 55 mm



Briefbogen · DIN A4



Stempel · Siegel

## ANWENDUNGEN

Die Marke in der Welt — vom Ladenschild bis zum Onlineshop, immer wiedererkennbar.





---

# Präzision mit Geschichte.

Dieses Manual ist die Grundlage aller Marken- und Design-Entscheidungen. Es wird laufend gepflegt — die jeweils aktuelle Fassung steht unter [wertgarner.at](http://wertgarner.at) zum Download.