

# Branding

the next agency



## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	3
2. Markenidentität.....	4
3. Logo und Anwendungen.....	5
4. Farbkonzept.....	8
5. Typografie.....	10
6. Bildwelt und Gestaltungselemente.....	12
7. Beispiele und Templates.....	13



## 1. Einleitung

«the next agency» ist die Medienagentur der BKW – und wird komplett von uns Mediamatik-Lernenden geführt. Hier setzen wir kreative Projekte selbstständig um und lernen dabei ganz praktisch, wie gute Medien entstehen.

Wir machen Videos, Fotos, Grafiken und unterstützen andere Teams mit starken Inhalten. Wichtig ist uns dabei: modernes Design, gute Ideen und ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen.

Dieses Branding Manual hilft uns, unseren Auftritt einheitlich und wiedererkennbar zu gestalten. Es zeigt, wer wir sind, wie wir ticken und worauf wir Wert legen. Denn: Wir stehen für klare Kommunikation, kreative Zusammenarbeit und Medien, die was bewirken.



## 2. Markenidentität

Wir sind ***the next agency***, eine Lernenden Mediamatik-Agentur. Ob Videos, Fotos oder Grafiken – wir schaffen Inhalte mit Impact, die im Kopf bleiben.

Unser Stil ist ästhetisch, klar und regt zum Nachdenken an. Wir sind frisch, frech und fokussiert – immer mit Blick fürs Wesentliche.

Perfekt sind wir nicht – genau das macht uns menschlich. Wir verbessern uns stetig und stecken viel Herz in jedes Projekt. Wir glauben daran, dass die besten Ergebnisse gemeinsam auf Augenhöhe entstehen.

### 2.1. Animation Markenidentität

Powerpoint Präsentation 1.Folie

[Markenidentität\\_Intro.mp4](#)



## 3. Logo und Anwendungen

### 3.1. Hauptlogo und Varianten

**THENEXT**  
agency



### 3.2. Varianten

#### Primärlogo:

Verwendung für allgemeine Anwendungen, insbesondere in offiziellen und repräsentativen Kontexten z. B. Website, Unternehmenspräsentationen, Agenturvorstellungen.

**THENEXT**  
agency

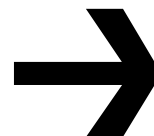
#### Kompaktlogo:

Für Anwendungen mit begrenztem horizontalem Raum, etwa bei Flyern, Broschüren oder Social-Media-Icons.



#### Mini-Logo /Icon:

Für kleine Darstellungen, z.B. als Wasserzeichen oder Favicon.



### 3.3. Einsatzbereich

Das Logo ist das zentrale visuelle Erkennungsmerkmal der Marke und darf ausschliesslich in den freigegebenen Varianten und unter Einhaltung der Richtlinien eingesetzt werden.



## Zulässige Einsatzbereiche

Website, Social Media, Newsletter, E-Mail-Signaturen, Flyer, Visitenkarten, Broschüren, Plakate, Merchandise, Verpackungen, Giveaways, PowerPoint, PDFs, Pitches, Kundenunterlagen, Messen, Events, Office Branding und als App-Icon oder Favicon

### 3.4. Mindestgrösse

Das Logo darf nicht kleiner als 5 mm in der Breite verwendet, werden.

### 3.5. Schutzraum



### 3.6. Hintergrundregeln

Das Logo darf nur auf schwarzem oder weissem Hintergrund verwendet werden. Dabei ist stets auf ausreichenden Kontrast zu achten: Die schwarze Logo-Variante darf nur auf weissem Hintergrund eingesetzt werden und die weisse Logo-Variante darf nur auf schwarzem Hintergrund eingesetzt werden.

### 3.7. Don't's

#### Verzerrungen



#### Andere Logofarbe



#### Verändertes Logo

#### Hintergrundfarbe oder Umrahmungen





### 3.8. Logo Animation

Unsere Logo Animation ist simple und funktional. Ziel war es, den Pfeil wie gezeichnet zu machen und die restlichen Elemente des Logos passend einzublenden. (siehe PowerPoint, Folie 29)



## 4. Farbkonzept

Das Farbkonzept von the next Agency ist bewusst klar und kontrastreich gehalten. Es kombiniert neutrale Grundfarben mit einem starken Grün und einem auffälligen Pink als Akzent, ergänzt durch dezente Sekundärfarben, die gestalterischen Spielraum schaffen. Dieses Farbschema trägt zur Wiedererkennbarkeit und zum modernen und jungen Charakter der der Agency auf.

### 4.1. Primärfarben

Die Primärfarben bilden die visuelle Basis des Markenauftritts und kommen bevorzugt in Hauptlayouts, Texten und Hintergrundflächen zum Einsatz.

Farbname	HEX	RGB	CMYK	Verwendung
Clean White	#FFFFFF	255, 255, 255	0, 0, 0, 0	Hintergrundfarbe
Next Pink	#E62E73	230, 46, 115	0, 80, 50, 10	Hauptakzentfarbe und Call-to-Action, Gradient
Next Green	#328e13	50, 142, 19	65, 0, 87, 44	Positive Zustände, Gradient

### 4.2. Sekundärfarben

Die Sekundärfarben unterstützen die Primärfarben und sorgen für visuelle Vielfalt, ohne die Markenidentität zu überlagern. Sie werden für Akzente, Hervorhebungen oder Flächen verwendet.

Farbname	HEX	RGB	CMYK	Verwendung
Soft Yellow	#EBD999	235, 217, 153	0, 8, 35, 8	Hintergründe und illustrative Flächen
Dirty Black	#000000	0, 0, 0	0, 0, 0, 100	Textfarbe



### 4.3. Farbverlauf

Unsere Farben harmonieren so gut miteinander, dass wir sie nicht nur einzeln einsetzen, sondern auch in Form von verschiedenen Farbverläufen kombinieren. Diese Farbverläufe können wir flexibel in Hintergründen oder grafischen Elementen einsetzen.





## 5. Typografie

### 5.1. Schriftauswahl und Definition

Die Hausschrift «**Bricolage Grotesque**» ist eine moderne, serifenlose Schrift mit einzigartigen, kreativen Akzenten. Sie wird sowohl für Fliesstexte als auch für Überschriften verwendet. Aufgrund ihrer klar lesbaren Art eignet sich diese Schrift für jegliche Anwendungen (Fliesstext und Überschriften).

### **Bricolage Grotesque**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr  
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz



## 5.2. Schrifthierarchie / Textbeispiele

# Platz für ein Titel

35 pt / 40pt | Light

## Überschrift 1

24pt / 27pt | Bold

## Überschrift 2

18pt / 21pt | Bold

## Überschrift 3

12pt / 14pt | Bold

Fliesstext Magnima et re, situs, optatem ut labo. Et faceaqui delitiae poreictas aliqua auda doluptas et et quo occatur aut rehenim invent quamus aut atus et molo iusandus aut minciet, tectatus adi dolendis moditiantur sin por molestiant. Andusape runtis min pro il eum eium di aut eturemquat odita dolo exeria dia cone voluptint laccuptis ad magnihi ctatiores evellenda consequis prepta dolore et magnihit aut odionsequam eicaerior sit voluptatur, cus, que omnima consequos etum et autectorio berorem etur, officius, samus remo et verfernam fugias magnatet doluptatem harci.

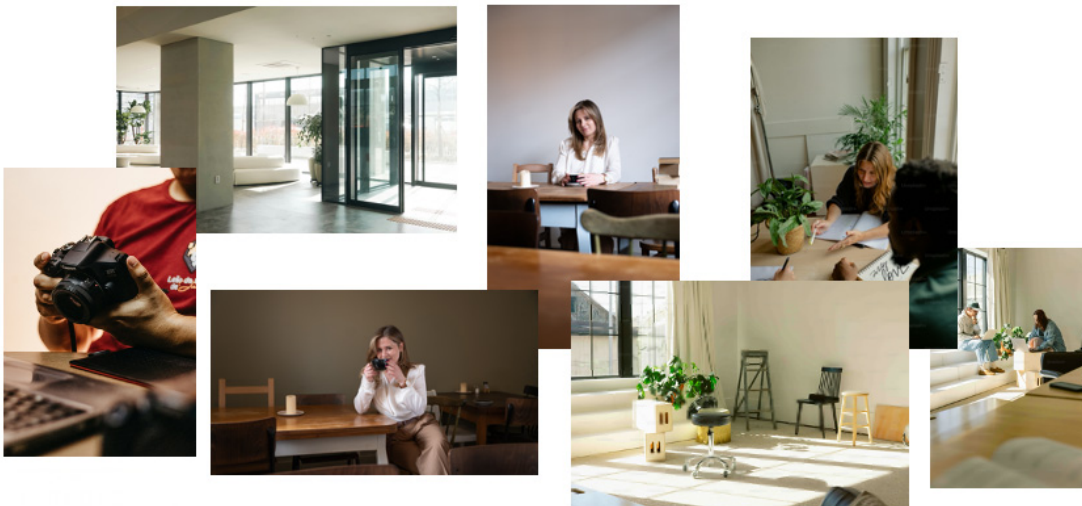
11pt / 13pt | Light



## 6. Bildwelt und Gestaltungselemente

Unsere Bildwelt zeichnet sich durch eine helle, freundliche und moderne Ästhetik aus. Die Motive sind gut ausgeleuchtet, mit natürlichem Licht oder dezent eingesetzter Studiobeleuchtung, um eine authentische und hochwertige Wirkung zu erzielen. Farblich bewegen sich die Bilder in einem klaren, leicht entsättigten Farbspektrum mit warmen oder neutralen Tönen. Der Bildstil ist ruhig und aufgeräumt, mit einem klaren Fokus auf das Wesentliche. Personen und Szenen wirken nahbar, professionell und authentisch – nie überinszeniert.

Die Komposition folgt einem zeitgemäßen, visuellen Storytelling, bei dem viel mit negativer Fläche, Tiefenschärfe und natürlichem Kontext gearbeitet wird.



### 6.1. Bildwelt Dont's



Zu fest ausgeläuchtet



Zu überfüllte Umgebungen



Nicht gute Wetterverhältnisse

Unsere Bildwelt folgt internen Qualitätsstandards mit klaren Don'ts. Bei Projekten für Kund:innen orientieren wir uns hingegen flexibel an deren Vorgaben – ohne starre Regeln, dafür mit viel Gespür für ihre Markenidentität.

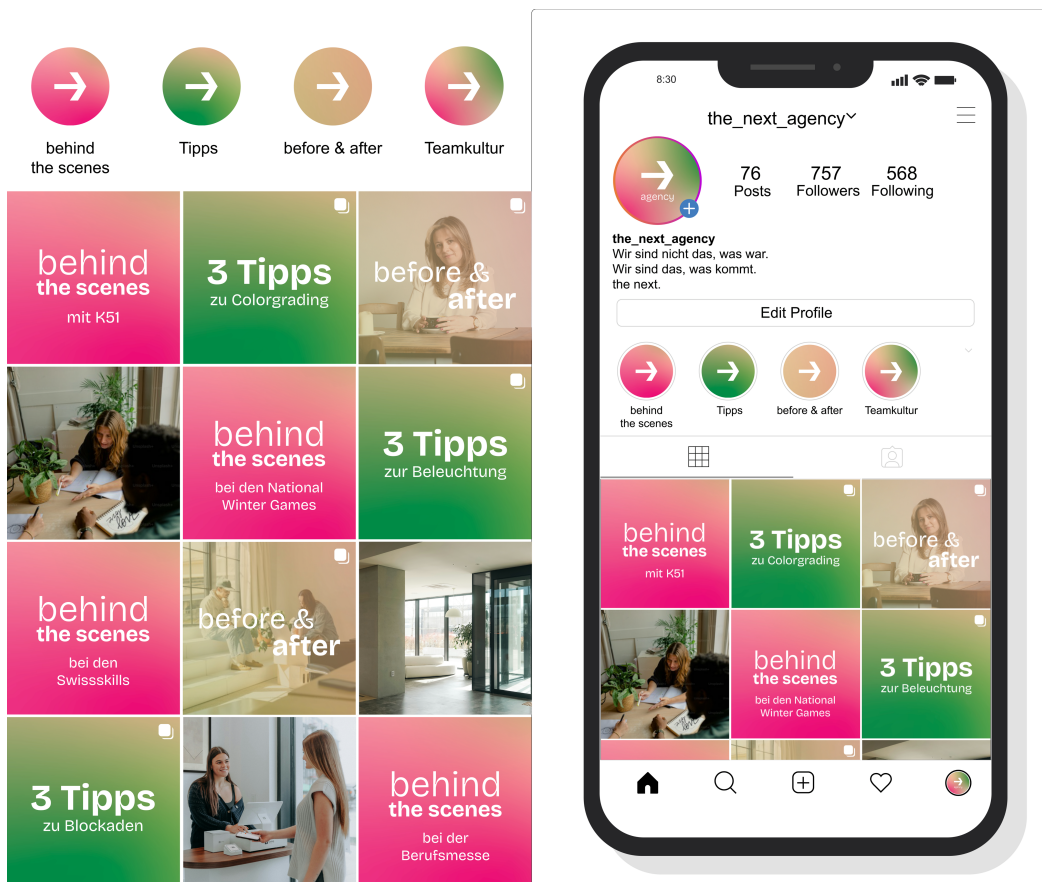


## 7. Beispiele und Templates

### 7.1. Instagram Feed und Story

Unser Instagram-Auftritt ist ein zentraler Bestandteil unserer Markenkommunikation. Er zeigt, wie wir arbeiten, wofür wir stehen und wer wir als Team sind. Die Inhalte sind in vier Hauptthemen gegliedert – jedes mit einer eigenen Farbe – um ein einheitliches, wiedererkennbares Gesamtbild zu schaffen.

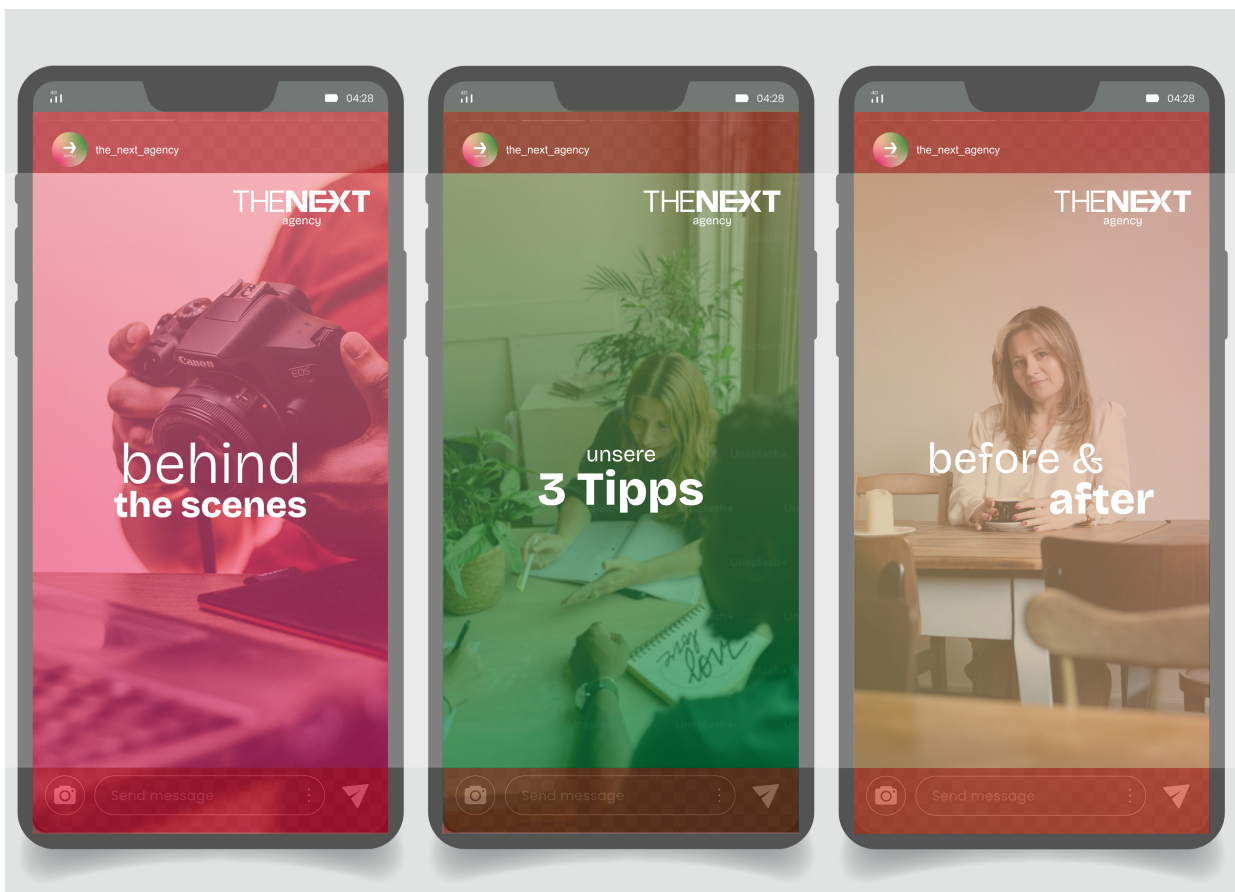
**Behind the Scenes** zeigt Einblicke in unsere Projektarbeit – mit Reels oder Karussells dokumentieren wir den Entstehungsprozess direkt aus dem Arbeitsalltag. **Multimedia-Tipps** liefern kurze, praxisnahe Tipps zu Design, Foto, Video, Grafiken etc. in Form von Slideshows. **Before & After** stellt Vorher-Nachher-Vergleiche unserer Arbeiten gegenüber und macht die Verbesserungen sichtbar. Bei **Teamkultur** zeigen wir persönliche Einblicke, die unsere Agentur als menschlich und nahbar erlebbar machen. Ergänzt wird der Feed durch **Instagram Highlights**, in denen wir Stories mit dauerhaftem Mehrwert sammeln.





Auch unsere Instagram Stories folgen einem einheitlichen Designkonzept. Dafür nutzen wir vorbereitete Story-Templates, die wie der Feed auf den vier Hauptthemen basieren und farblich differenziert sind. In der Mitte steht der kurze Thementext, rechts oben ist das Logo platziert. Der Hintergrund und der Text können individuell nach Projekt angepasst werden, um einen ersten visuellen Eindruck des Projekts zu geben.

Die Templates dienen als Einstiegsfolie für neue Projekte und zugleich als Vorschau bild für die gesamte Story-Reihe. Oben und unten markieren rote Balken die Zonen, die freigehalten werden müssen, da dort systemseitig Elemente wie die Nachrichtenbox oder Icons liegen. So bleibt der Content klar lesbar und technisch sauber umgesetzt.





## 7.2. Signatur

Die Signatur wurde gemäss unseren Signaturstandards erstellt. Sie verwendet unsere Hausschrift, enthält unser Logo sowie die persönlichen Angaben der jeweiligen Person. Der Name ist – wie auf der Visitenkarte – in unserem «Next Pink» gehalten.

Liebe Grüsse

**THENEXT**  
agency

**Aline Schmutz**

Lernende Mediamatikerin

**The next agency**

Projekt Team

Viktoriaplatz 2

3013 Bern

Telefon [+41 58 477 57 79](tel:+41584775779)

[aline.schmutz@bkw.ch](mailto:aline.schmutz@bkw.ch)

[www.bkw.ch](http://www.bkw.ch)

Folgen Sie uns!





### 7.3. Visitenkarte

Unsere Visitenkarten sind klar und strukturiert aufgebaut. Der Inhalt besitzt rundum einen Abstand von 5 mm zum Kartenrand. Für alle Textinhalte kommt unsere Hausschrift **Bricolage Grotesque** zum Einsatz.

Auf der **Vorderseite** befindet sich unser Logo, das mittig auf einem Farberlauf in den Farbe Next Pink, Next Green und Soft Yellow platziert ist. Diese Seite dient als Markenfläche.

Die **Rückseite** enthält alle Kontaktinformationen und ist auf einem Hintergrund in Clean White gestaltet. Die typografische Gestaltung ist schlicht, klar und strukturiert, wodurch die Informationen schnell erfassbar sind.

Inhalt	Schriftgrösse	Farbe	Still
Vor- und Nachname	11Pt	Next Pink	Bold
Position	8Pt	Dirty Black	Regular
Kontaktdaten	8Pt	Dirty Black	Regular
Firmenadresse	8Pt	Dirty Black	Regular
Pfeil (Icon)	-	Next Pink	-





## 7.4. PowerPoint Vorlage

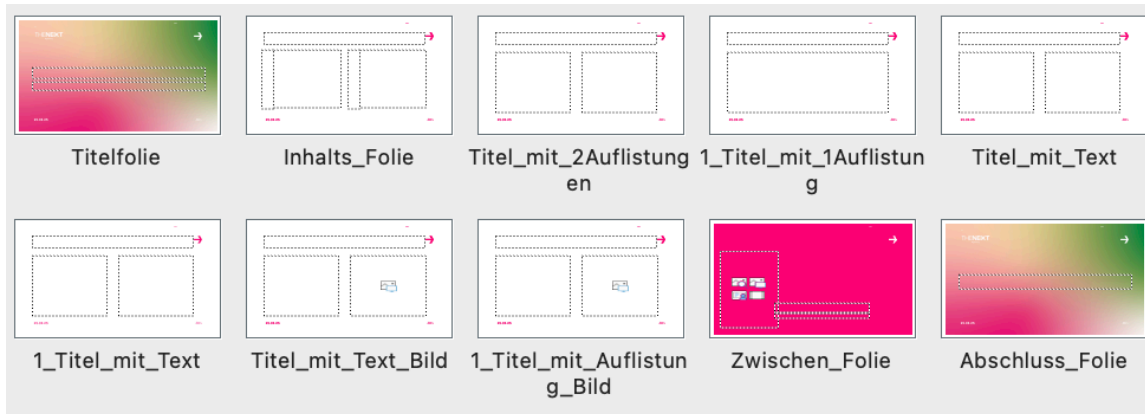
Unsere Präsentationsfolien sind **schlicht, übersichtlich und funktional** gestaltet. Auf jeder Folie ist oben rechts unser Pfeil-Icon platziert, ein wiederkehrendes Markenelement. In der Fusszeile stehen jeweils die Foliennummer und das Datum.

Die gesamte Vorlage basiert auf einem **Folienmaster**, der grundlegende Gestaltungselemente wie Schriftarten, Farben, Platzhalter und Abstände definiert. So wird sichergestellt, dass alle Präsentationen einheitlich aussehen.

Folgende **Folientypen** stehen in der Vorlage zur Verfügung:

- Startfolie
- Inhaltsverzeichnis
- Verschiedene Textfolien
- Kapiteltrenner (Zwischenfolie)
- Abschlussfolie

Verwendet wird unsere Hausschrift Bricolage Grotesque in Kombination mit den Markenfarben Next Pink, Clean White, Soft Yellow und Dirty Black.





### 7.5. Produktblatt

Das Produktblatt wurde in Adobe InDesign gestaltet und dient als fiktives Beispiel zur Anwendung des Corporate Designs auf ein Print-Kommunikationsmittel. Ziel war eine klar strukturierte, markenkonforme Vorlage, die sich flexibel für Produkte, Services oder interne Inhalte adaptieren lässt.

#### Layout, Raster & Spaltenstruktur:

Das Layout basiert auf einem Gestaltungsraster mit 18 mm Randabstand rundum sowie einem Grundlinienraster zur typografischen Ausrichtung der Inhalte. Zusätzlich wurde ein 9-spaltiges Spaltenraster angelegt, das einen flexiblen Aufbau ermöglicht. Inhalte lassen sich je nach Bedarf auf mehreren oder wenigen Spalten platzieren. Bei geringerem Textvolumen können einzelne Spalten gezielt für Bilder oder grafische Elemente genutzt werden.

#### Typografie:

Verwendet wird die Hausschrift Bricolage Grotesque in klarer Hierarchie (Titel, Überschrift, Fliesstext). Die typografische Gestaltung folgt dem Branding und sorgt für gute Lesbarkeit und strukturelle Klarheit.

#### Farbkonzzept:

Eingesetzt werden die Markenfarben: Next Pink, Clean White und Dirty Black.

#### Branding-Elemente:

Das Pfeil-Icon oben rechts fungiert als konstanter visueller Marker und sorgt für Wiedererkennbarkeit. Die Fusszeile mit Kontakt und Logo folgt der CD und schliesst das Layout harmonisch ab.

