



Mohammad Emmon

WORDPRESS MALWARE ANALYST EXPERT & WEB DEVELOPER

GROVANT

Strategy Before Design

BRAND GUIDE

Die Marke in einem Gedanken

Erst die Strategie, dann das Design.
GROVANT macht *Positionierung*
sichtbar — damit die richtigen
Kunden bleiben.

POSITIONIERUNG

Strategisch orientierte Web- und Markenarbeit für Unternehmen und Selbstständige. Klarheit vor Ästhetik: wofür Sie stehen, für wen, und warum ausgerechnet Sie.

ZIELGRUPPE

Lokale Unternehmen & Selbstständige (v. a. DACH), die sich klar positionieren und mit einem vertrauenswürdigen Auftritt wachsen möchten.

MARKENPERSÖNLICHKEIT

Klar

Strategisch

Premium

Vertrauenswürdig

Persönlich

Editorial

TONALITÄT

Ruhig, hochwertig, nutzenorientiert. Nie marktschreierisch. „Sie“-Ansprache. Das Design folgt der Strategie — nicht umgekehrt.

Der Wortmarke

Die Wortmarke GROVANT trägt die Marke: „GROVA“ in warmem Grau, „NT“ im Signature-Bordeaux. Immer mit ausreichend Freiraum, nie verzerren oder neu einfärben.



GROVANT

Primär — auf hellem Grund (Paper / Weiß)



GROVANT

Auf dunklem Grund — Wortmarke in Weiß + Gold

Do & Don't

- ✓ Ausreichend Freiraum lassen (mind. Höhe des „G“).
- ✓ Nur Markenfarben verwenden (Bordeaux/Grau/Weiß).
- ✓ Auf ruhigem, kontrastreichem Grund platzieren.
- ✗ Nicht verzerren, drehen oder stauchen.
- ✗ Nicht neu einfärben oder mit Schatten versehen.
- ✗ Nicht auf unruhige Fotos ohne Overlay setzen.

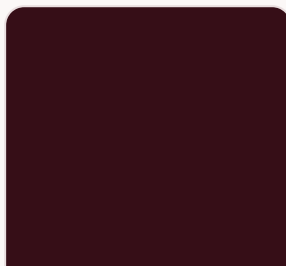
Farben

Bordeaux ist die Signature-Farbe (Logo, Buttons, dunkle Bänder). Rosétöne und ein Champagner-Gold setzen premium Akzente. Warme Neutraltöne tragen die Fläche. Alle Text/Grund-Paare erfüllen WCAG AA.



Bordeaux

#4A1520 · rgb 74,21,32



Bordeaux Deep

#360E17



Bordeaux Soft

#6B2634



Gold

#BB9A5F

Rosé

#C98B95

Rosé Light

#EAD0D5

Rosé Mist

#F6EEF0

Paper

#FBF8F7

Ink

#241A1C

Ink Soft

#5C4F51

Muted

#9A8B8D

Line

#E9DEDf

Schrift

Fraunces (Serif) für Überschriften & editoriale Aussagen. **Raleway** (Sans, die Markenschrift) für Fließtext, Navigation, Buttons und Labels.

DISPLAY / H1

Strategy Before Design

H2

Erst die Strategie

H3

Warum Strategie zuerst?

LEAD

Klare Positionierung als Grundlage.

BODY

Design ohne Strategie ist Dekoration. Wir beginnen beim Geschäft.

CAPTION

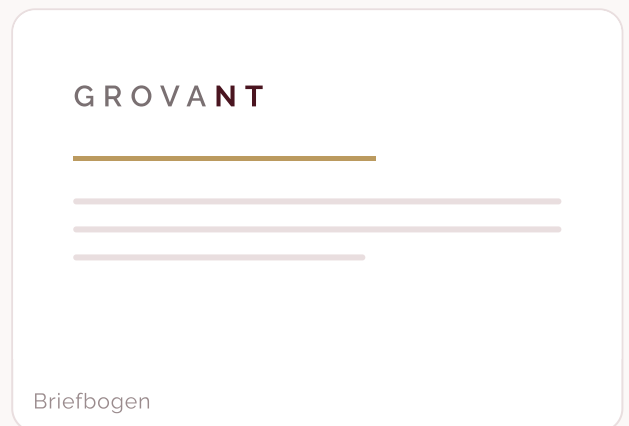
Betriebswirtin & Web-Designerin

Businessverständnis trifft *strategisches Webdesign*.

Fraunces liefert den editorialen, hochwertigen Ton; Raleway hält die Lesefläche klar und modern. Zusammen ergeben sie einen ruhigen, premium Auftritt — genau die Reihenfolge der Marke: erst Klarheit, dann Schönheit.

AABBCCDD 0123 — FRAUNCES · AABBCCDD 0123 — RALEWAY

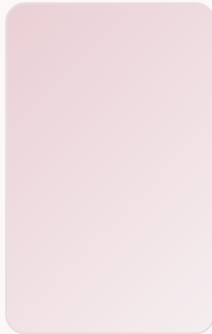
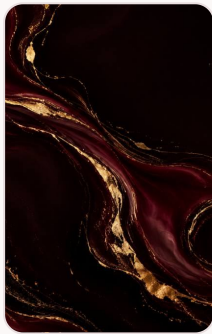
Anwendung



Bildsprache

Fotografie: ruhig, hochwertig, mit Fokus auf die Gründerin — echte, professionelle Porträts vor neutralem Hintergrund. Personenzentriert schafft Vertrauen und hebt GROVANT vom gesichtslosen Wettbewerb ab.

Texturen: fließende Seide und Marmor in Bordeaux/Rosé mit Gold — dezent als Hintergrund für Hero- und Akzentflächen. Immer mit dunklem/hellem Overlay, damit Text lesbar bleibt.



Markenstimme

Ruhig, klar, strategisch, nutzenorientiert. Wir verkaufen Klarheit — nicht Hype. Jede Aussage hat eine Grundlage. Zweisprachig DE (primär) / EN.

- | | |
|--|--|
| ✓ Nutzen und Ergebnis zuerst benennen. | ✗ Keine leeren Superlative oder Buzzwords. |
| ✓ Positionierung vor Ästhetik betonen. | ✗ Keine erfundenen Zahlen, Bewertungen oder Logos. |
| ✓ Persönlich, auf Augenhöhe („Sie“). | ✗ Nicht marktschreierisch oder generisch klingen. |
| ✓ Premium durch Ruhe & Weißraum. | ✗ Fläche nicht mit Effekten überladen. |



Mohammad Emmon

WORDPRESS MALWARE ANALYST EXPERT & WEB DEVELOPER

*Erst die Klarheit.
Dann die Schönheit.*

GROVANT