

# AZUBI4ME

Kein Redesign. Ein Cut.

Neue Farbe. Neue Typo.  
Neue Energie.

The logo features the text 'AZUBI4ME' in a bold, sans-serif font. The '4' is rendered in a vibrant pink color with a thick, hand-painted brushstroke effect, overlapping the 'B' and 'M'. The 'AZUBI' and 'ME' are in white, while the 'M' is also in black. The entire logo is set against a solid teal background.

# Logo History



## Vom Logo zur Brand.

Das alte Logo war ein Platzhalter – funktional, aber beliebig. Was fehlte: Charakter. Richtung. Energie. Mit dem Rebranding wurde aus einem Namen eine Haltung. AZUBI4ME steht heute für Eigenständigkeit, Direktheit und Relevanz im digitalen Raum. Die neue Bildsprache, Farbwelt und Typografie wurden so gewählt, dass sie nicht nur auffallen, sondern ein Gefühl erzeugen.



The logo consists of the word 'AZUBI' in a bold, cyan, sans-serif font, followed by a large, stylized pink number '4' with a thick, hand-drawn appearance, and the word 'ME' in a bold, black, sans-serif font.

# Das Logo? Keine Deko. Es führt.

Marke in drei Zeichen.  
Laut, klar, wiedererkennbar.

Das Logo funktioniert wie die Marke selbst: schnell erfassbar, bewusst unperfekt, visuell laut.

Die Kombination aus festen Großbuchstaben, einer überproportionalen „4“ und dem gebrochenen „ME“ schafft Reibung – gewollt. Es denkt in Bewegung: funktioniert digital, kleinteilig, im Flow. So gebaut, dass es sich selbst behauptet – auf Cap, Website oder Hoodie.



# Logo Font



**ZING RUST BASE**

**A Z U B I M E**

*Adlery swash*

**4**

## Typo mit Haltung

Zwei Schriftsysteme. Eine Aussage. Zing Rust bringt Druck und Kante – Adlery Swash bricht bewusst aus. Die „4“ wird zur Figur – laut, unregelmäßig, menschlich. Kein Look von der Stange. Ein Code, der bleibt.

**ZING RUST BASE**

**ABCDEFGHIJKLM  
NOPQRSTUVWXYZ  
1234567890**

*Adlery Swash*

*abcdefghijklm  
nopqrstuvwxyz  
1234567890*



The logo consists of the word "AZUBI" in a teal, sans-serif font, followed by a large, stylized pink number "4" that overlaps the word "ME". The word "ME" is in a black, sans-serif font.The logo consists of the word "AZUBI" in a teal, sans-serif font, followed by a large, stylized pink number "4" that overlaps the word "ME". The word "ME" is in a black, sans-serif font.The logo consists of a large, stylized pink number "4" on the left, followed by the word "AZUBI" in a teal, sans-serif font, and the word "ME" in a black, sans-serif font below it.The logo consists of the word "AZUBI" in a teal, sans-serif font, followed by a large, stylized pink number "4" that overlaps the word "ME". The word "ME" is in a black, sans-serif font, and the word "FAMILY" is in a smaller, black, sans-serif font below it.

# One Logo, Many Faces.

Flexibel im Look.  
Stringent in der Haltung.

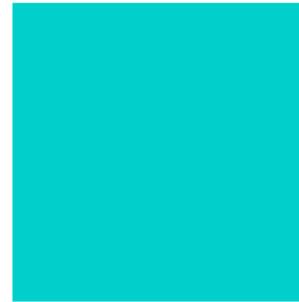
Jede Variante hat ihren Raum – ob quer, stacked oder als Icon. Die „4“ funktioniert auch losgelöst als Brandcode, ob in UI, Print oder Kampagne. Das Logo passt sich an, ohne sich zu verbiegen.



# Brand Colors

## Farbe mit Ansage.

Die Farbwelt ist laut, aber kontrolliert. Konzipiert für maximale Präsenz in digitalen Räumen. Kontraste, die auf kleinen Screens wirken – und groß auf Markenfläche. Ob UI, Social oder Print: Das System bleibt stabil, auch wenn's knallt.



**#00CFCB**

Die Primärfarbe. Klar, frisch, direkt – und im digitalen Raum sofort wiedererkennbar. Sie bildet die Grundlage für UI-Elemente, Headlines und Flächen. Dominant genug für Struktur, zurückhaltend genug für Vielfalt.



**#FF2E88**

Der stärkste Kontrast im System. Emotional, laut, unverwechselbar. Vor allem als „4“ im Logo prägt sie das Branding. Ideal für Call-to-Actions, Markierungen und visuelle Breaks im Layout.



**#9E1DCD**

Die Tiefe in der Farbwelt. Violett steht hier nicht für Ruhe, sondern für Intensität. Eingesetzt als Secondary Color bringt es Balance, schafft Kontraste und erweitert das visuelle Spektrum ohne Dominanz.



**#C6FE00**

Das Ausrufezeichen im Farbsystem. Neon, auffällig, grenzwertig – und genau deshalb wirkungsvoll. Als Akzentfarbe für Highlights, Microinteractions oder kontextuelle Marker gedacht. Wenig Fläche, viel Präsenz.





# Logo Applications

Klar im Design.  
Stark im Auftritt.

Ob auf Textilien, Digitalplattformen oder Print – das Logo bleibt überall stark. Die markante „4“ funktioniert auch losgelöst und eröffnet neue Wege für Branding-Elemente, Patterns oder Icons. So entsteht eine vielseitige Markenwelt, die konsistent bleibt und trotzdem flexibel spielt.

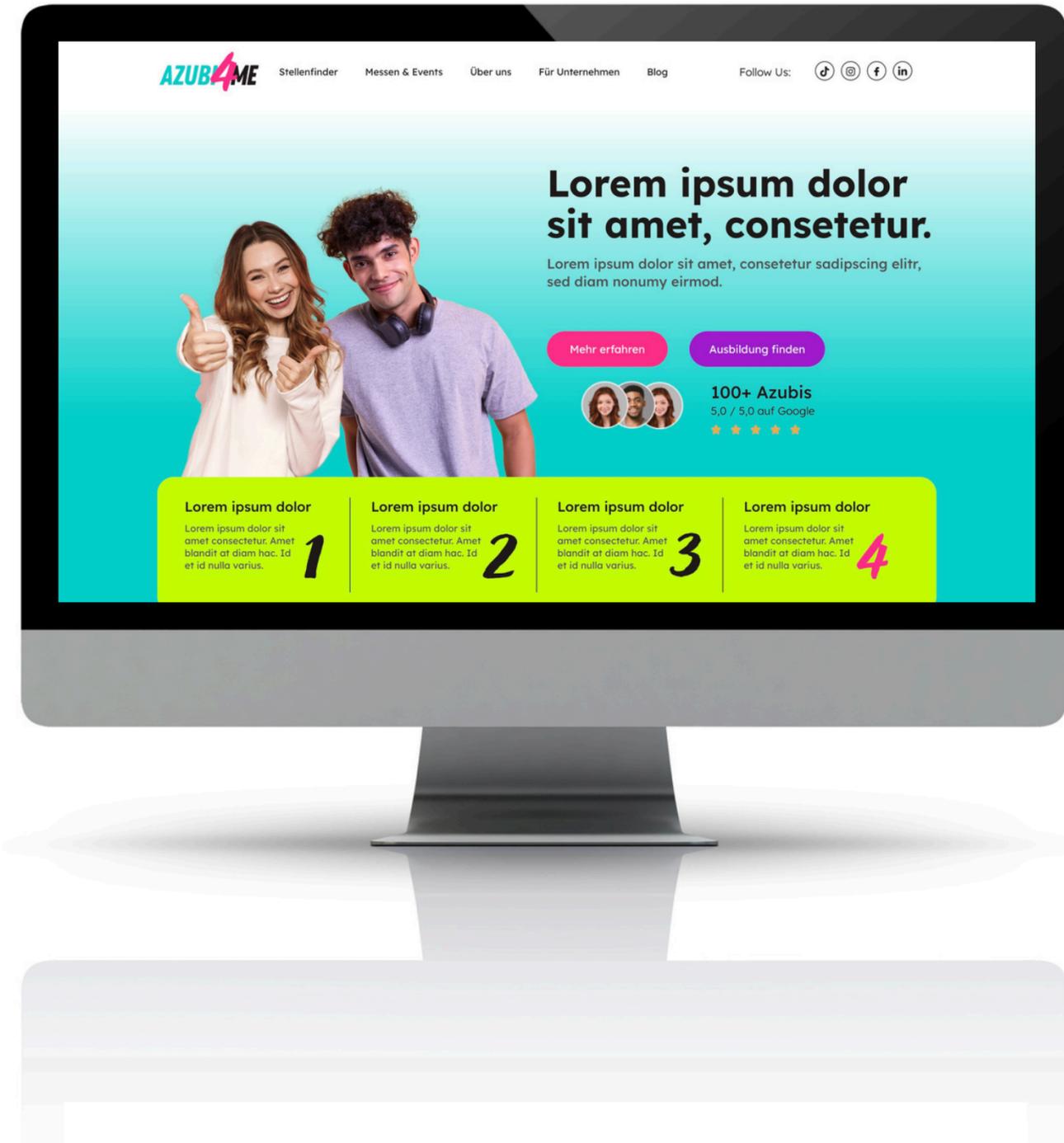


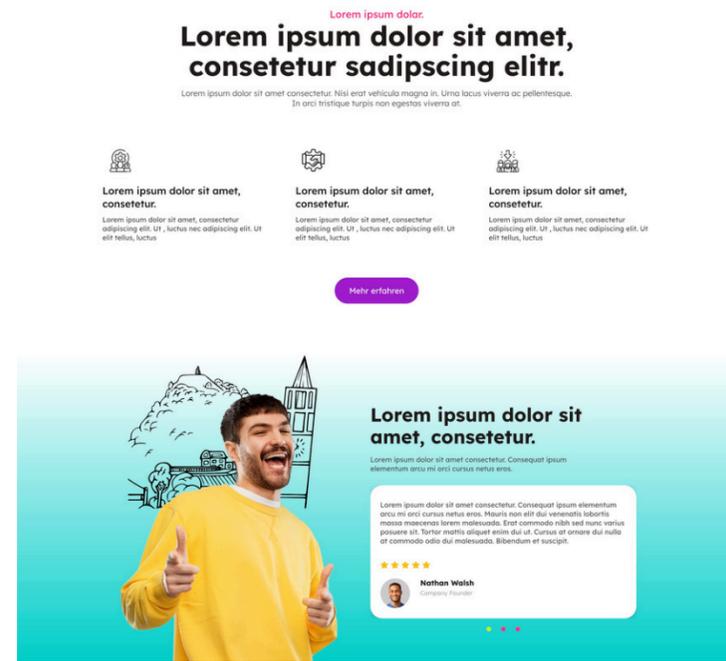
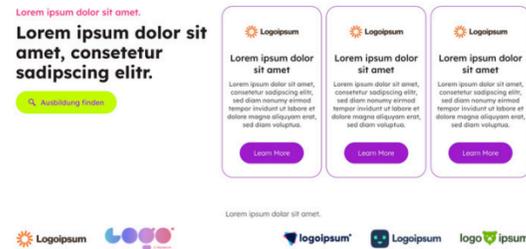


# Homepage

## Digitaler Einstieg mit Haltung.

Die Startseite bringt die Essenz der Marke direkt auf den Punkt: laut, jung, klar – ohne Umwege. Farbwelt, Typografie und Bildsprache greifen nahtlos ineinander. Die plakative „4“ wird als zentrales Navigations- und Gestaltungselement integriert und schafft Wiedererkennung auf den ersten Blick. So wird die Homepage zur Bühne – nicht nur für Inhalte, sondern für Haltung.





# Scroll & Connect

Eine Startseite, die nicht nur informiert – sondern einlädt.

Das Design bringt Bewegung in die Sache: klare Struktur, mutige Farbflächen und authentische Gesichter sorgen für einen dynamischen Flow durch die Seite. Die visuelle Sprache bleibt spielerisch, aber zielgerichtet – perfekt abgestimmt auf eine Zielgruppe, die nicht scrollt, weil sie muss, sondern weil sie will.

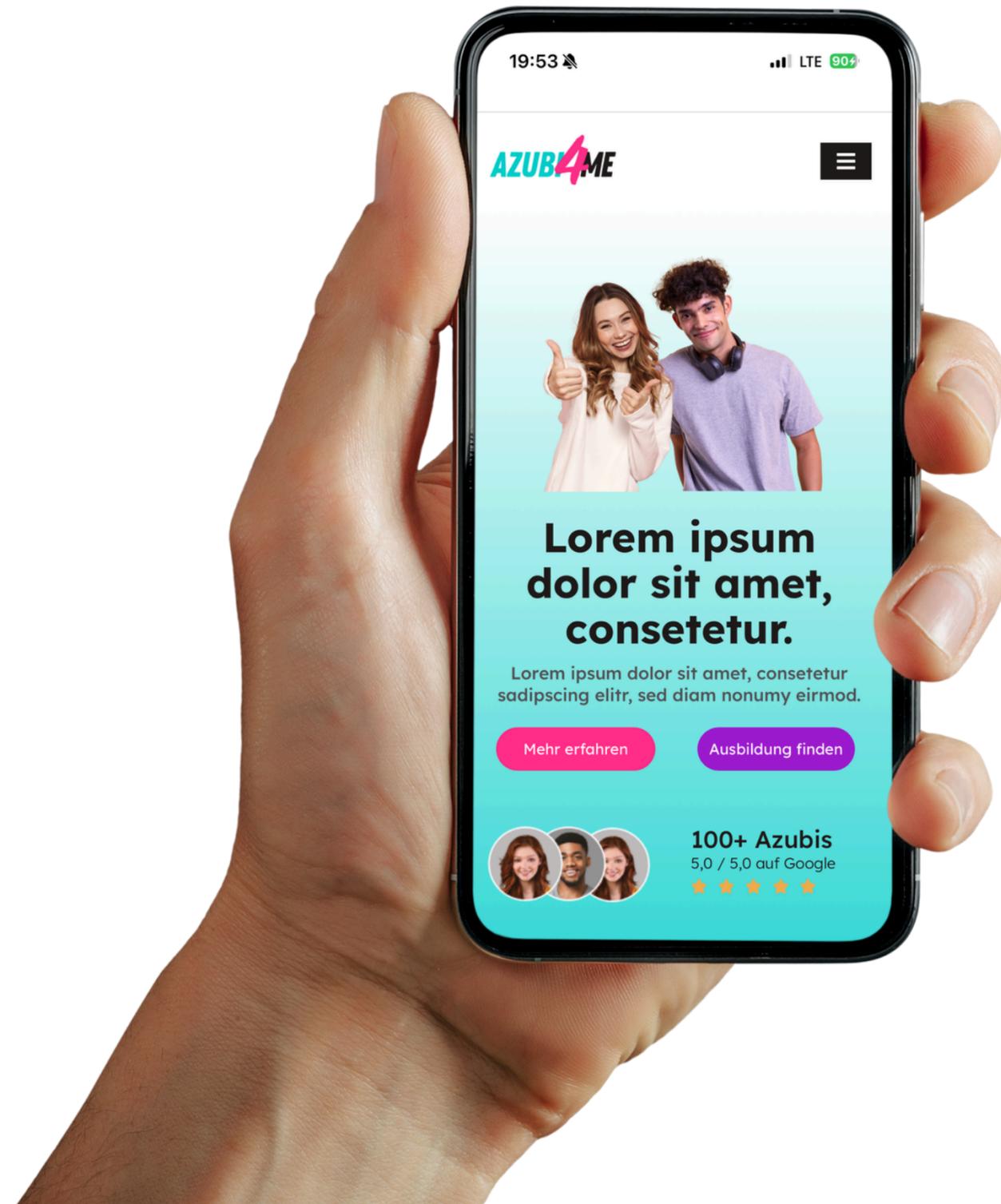




# Responsive Ready

Von Desktop zu Daumen  
– ohne Bruch.

Ob am Schreibtisch oder unterwegs: Das Design bleibt stark. Die Inhalte skalieren flüssig auf jedes Device, ohne an Klarheit, Farbe oder Aussagekraft zu verlieren. Das mobile Erlebnis ist kein Kompromiss, sondern Teil des Konzepts – schnell, intuitiv, direkt. Genau so, wie junge Zielgruppen heute navigieren.



# JENS SCHROECK

KOMMUNIKATION & MARKETING

[www.jensschroeck.de](http://www.jensschroeck.de)

