

GLASPERLENSPIEL

GPS 26

BRAND & DESIGN GUIDELINE · AUSGABE 2026

Das verbindliche Betriebssystem für die sechste Album-Ära. Ein Ton:
Signalrot. Eine Welt: Seoul bei Nacht. Eine Regel: Wiedererkennung
vor Vielfalt.

VERTRAULICH – FÜR INTERNE VERWENDUNG UND BEAUFTRAGTE PARTNER. NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG.

V1.1 · STAND 08/2026



01	Markenkern	3
02	Logo & Wortmarke	4
03	Farbsystem	6
04	Typografie	8
05	Bildwelt	10
06	Die GPS-26-Ära	12
07	Anwendungen & Merch	13
08	Live Assets	14
+	Tonalität	16
+	Assets & Downloads	17

DIE VIER KERNREGELN

Logo nur **Schwarz oder Weiß**

Rot ist **Signal** , kein Dekor

Bildwelt ist **Seoul bei Nacht**

Wiedererkennung vor Vielfalt

EIN SYSTEM, KEIN MOODBOARD.

GLASPERLENSPIEL ist deutscher Electropop mit Kante: analoge Wärme, digitale Härte. GPS 26 übersetzt das in eine Bildsprache — nächtlich, urban, signalrot. Diese Guideline ist kein Vorschlag, sondern die Messlatte für jedes Asset.

01 — SIGNAL VOR LÄRM

Rot ist die lauteste Farbe im System — und eine Ressource: selten gesetzt, immer dominant. Wer es streut, verbrennt die Wirkung.

02 — NACHT ALS BÜHNE

Die Welt spielt nach Sonnenuntergang: Neon, Beton, Kabel, fremde Schriftzeichen. Tageslicht ist die Ausnahme.

03 — KONSEQUENZ SCHLÄGT KREATIVITÄT

Ein Duo, zwei Gesichter, ein Wiedererkennungswert. Lieber diszipliniert wiederholen als variantenreich verwässern.

04 — PIXEL-ERBE SICHTBAR HALTEN

Das pixelige „G“ und Pexico tragen die 8bit-DNA der Marke. Der Tech-Layer bleibt Teil der Handschrift.

DIE MARKE, DREI ZUSTÄNDE.

Primäre Wortmarke, invertierte Wortmarke und das Pixel-Symbol „G“.
Mehr braucht es nicht — und mehr ist auch nicht erlaubt.

GLASPERLENSPIEL

PRIMARY LOGO – BLACK



SYMBOL / MONOGRAMM

GLASPERLENSPIEL

PRIMARY LOGO – WHITE

SCHUTZRAUM

GLASPERLENSPIEL

Mindestabstand rundum = Höhe des Pixel-„G“. In diesem Radius: kein Text, kein Bild, keine Kante.

MONOGRAMM-EINSATZ



Das „G“ ersetzt die Wortmarke nur dort, wo Platz oder Format sie killen: Avatar, Favicon, Stempel, Sticker, Vinyl-Label.

**ERA-WORTMARKE — „GPS 26“**

Die Signatur der sechsten Album-Ära: Gyparody Heavy, Versalien, „26“ in Signalrot als einziger erlaubter Farbeinsatz. Steht **neben** der Wortmarke — sie ersetzt sie nicht.

NON-NEGOTIABLE

Wortmarke nie verzerren, umfärben, mit Outline versehen, in Verläufe tauchen oder neu setzen. Sie kennt genau zwei Farben: Schwarz auf Hell, Weiß auf Dunkel.

◆ SO JA

- + Wortmarke auf ruhigem Grund, mit vollem Schutzraum
- + „G“-Symbol als kompakter Marker in engen Formaten
- + Schwarz/Weiß strikt nach Hintergrundhelligkeit wählen

◆ SO NICHT

- ✗ Logo in Rot oder Blau einfärben (Rot ist Akzent, nicht Logo)
- ✗ Wortmarke stauchen, sperren oder händisch nachbauen
- ✗ Logo über unruhigem Bildbereich ohne Kontrast platzieren

VIER FARBEN. EINE HIERARCHIE.

Rot führt, Blau stört, Weiß atmet, Grau trägt — und Schwarz ist die Bühne, auf der alles passiert. Die Farben sind nicht gleichberechtigt. Genau das ist der Punkt.



Signalrot

#FF2946
rgb 255 41 70

HERO / SIGNAL

Key-Farbe der Ära. Titel-Lockups, Akzente, CTAs, Neon. Laut — deshalb sparsam.

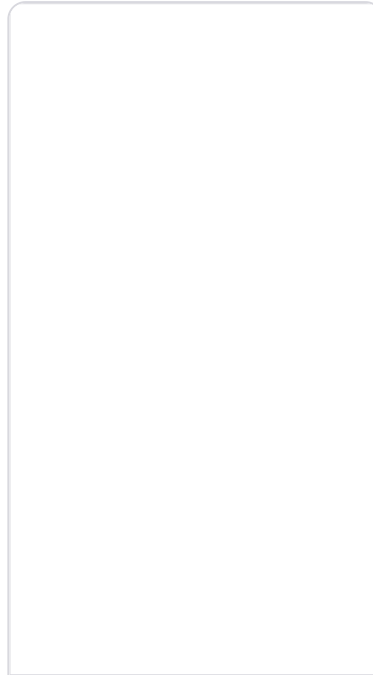


Electric Blue

#0006FF
rgb 0 6 255

STÖRFARBE / TECH

Der digitale Kontrapunkt. Selten, gezielt, nie flächig direkt neben Rot.

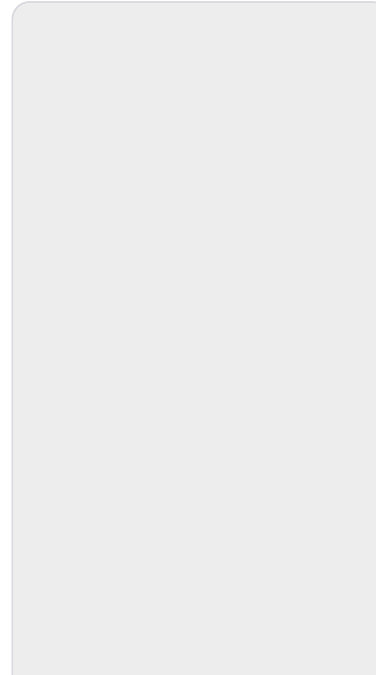


Pure White

#FFFFFF
rgb 255 255 255

TYPO / AIR

Text auf Dunkel, Weißraum, Reinheit. Der ruhige Gegenpol zum Neon.



Studio Grey

#EDED
rgb 237 237 237

BÜHNE / PACKSHOT

Neutraler Grund für Merch- & Produkt-Renderings. Nie als Textfarbe.



Ink Black

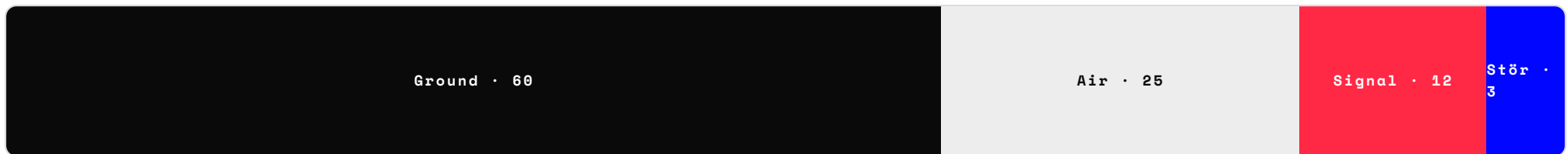
#0A0A0B
funktional

GROUND / MACHT

Fundament der Nachtwelt. Der Raum, in dem Rot glüht.

MISCHUNGSVERHÄLTNIS

Flächen-Richtwert pro Layout. Rot bleibt Minderheit — sonst ist es kein Signal, sondern Grundrauschen.



◆ SO JA

- + Rot als einzelner, dominanter Akzent gegen tiefes Schwarz
- + Rot-Monochrom-Grade für die GPS-26-Kampagnenwelt
- + Blau punktuell als „Glitch“ — ein Element, nicht das Layout

◆ SO NICHT

- × Rot und Blau großflächig aneinander (Farb-Vibration)
- × Rot als Fließtext- oder Hintergrundfarbe über ganze Flächen
- × Fremdfarben erfinden — Orange gilt ausschließlich live, siehe Seite 14

LAUT, MITTEL, PIXEL, STILL.

Vier Rollen, vier Schriften. Gyparody Heavy schreit, Gyparody Regular spricht, Pexico funkelt den Tech-Layer — und Archivo trägt still den Fließtext. Wer die Ordnung hält, hält den Look.

DISPLAY / HERO GYPARODY HEAVY · UPPERCASE

GPS 26

Die Stimme der großen Momente: Album-Lockup, Titel, Plakatzeile. Immer Versalien, eng gesetzt, maximaler Impact. Nie für Fließtext.

SUB / NAVIGATION GYPARODY REGULAR

DIE ZWEITE EBENE DER HIERARCHIE.

Sublines, Tracklisten, Navigationslabels, Zwischenüberschriften. Trägt die Handschrift der Heavy-Version, ohne zu übersteuern.

TECH / PIXEL PEXICO REGULAR · 8BIT-LAYER

SIGNAL // 001 — TAP PHONE

Der Interface-Layer: Captions, Codes, NFC-/Superfan-Mechaniken. Verbindet die Marke mit ihrer 8bit-Herkunft. Homöopathisch dosieren.

BODY /
FLIESSTEXT ARCHIVO · REGULAR &
MEDIUM

Die unsichtbare Arbeitsschrift. Sie soll nicht auffallen, sondern tragen.

Neutrale Grotesk als vierte Rolle. Sie hält Gyparody da, wo es hingehört: im Display. Kostenlos verfügbar, damit jeder Partner sie sofort einsetzen kann.

TYPO-SKALA (RICHTWERT)

HERO · GYPARODY HV

IMPACT-ZEILE

H2 · GYPARODY HV

SEKTIONSTITEL

SUB · GYPARODY RG

UNTERZEILE / NAVIGATION

LABEL · PEXICO

SYSTEM LABEL 26

BODY · ARCHIVO

Fließtext — 15–17 px bzw. 9–10 pt, Zeilenhöhe 1,5

NON-NEGOTIABLE

Gyparody ist ein Display-Werkzeug. Ab etwa drei Zeilen Fließtext übernimmt Archivo — immer. Keine fünfte Schrift, keine Systemschrift-Ersatzlösungen.



05 — BILDWELT / PHOTOGRAPHY DIRECTION

SEOUL, NACH MITTERNACHT.

Enge Gassen, Kabelgewirr, Neonschilder in Hangul, Natriumlicht und harter Direktblitz. Ein Doku-Look, der wirkt, als wäre er zwischen zwei Sets aufgenommen — nicht inszeniert, sondern erwischt.

VERTRAULICH — NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG

BRANDING-GLASPERLENSPIEL.COM · V1.1 · SEITE 10

LOCATION

Asiatische Metropole bei Nacht. Street-Infrastruktur statt Studio: Rohre, Kabel, Schilder, Rollläden. Die Stadt ist Co-Star.

LICHT

Harter On-Camera-Blitz plus Mixed-Neon (Orange · Rot · Blau). Kontrastreich, leicht körnig, „shot-on-flash“.

STYLING

Basis Schwarz — Leder, Cargo, Oversize. Signal-Orange als bewusster Farbschock. Orange stylt, es brandet nicht.

HALTUNG

Direkt in die Kamera, kühl, ungerührt. Kein erzwungenes Lächeln. Zwei Menschen, die wissen, wo sie stehen.

◆ SO JA

- + Nächtliche Street-Szenen mit fremdsprachiger Neonschrift
- + Blitz-Doku-Ästhetik, sichtbares Korn, ehrliche Schärfe
- + Rot-Monochrom-Grade für Kampagnen-Keyvisuals

◆ SO NICHT

- × Clean-Beauty-Studio, weiches Beauty-Retusche-Licht
- × Tageslicht-Postkarte, Stockfoto-Anmutung
- × Über-Sättigung / HDR-Look (Grade bleibt kontrolliert)





ROTES NEON, EINE SIGNATUR.

Kapitel 05 regelt, wie fotografiert wird. Hier geht es darum, wie aus einem Foto ein Keyvisual wird: Rot-Monochrom-Grade, CJK-Schriftband als Textur, rundes Era-Emblem als Siegel, „GPS 26“-Lockup quer über allem.

GRADE · ROT-MONOCROM

TEXTUR · CJK-NEONBAND

MARK · RUNDES EMBLEM

LOCKUP · GPS 26 HEAVY

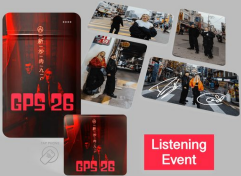
MOOD · NOIR · CYBER · STREET

ERA-REGEL

Jedes GPS-26-Keyvisual trägt mindestens zwei der vier Signatur-Elemente. Ein rotes Bild allein ist noch keine Kampagne.

VOM VINYL BIS ZUM TAP.

Das System hält über Bundles, Superfan-Mechaniken und Social hinweg:
grauer Studio-Grund als Bühne, Rot als wiederkehrender Reflex.

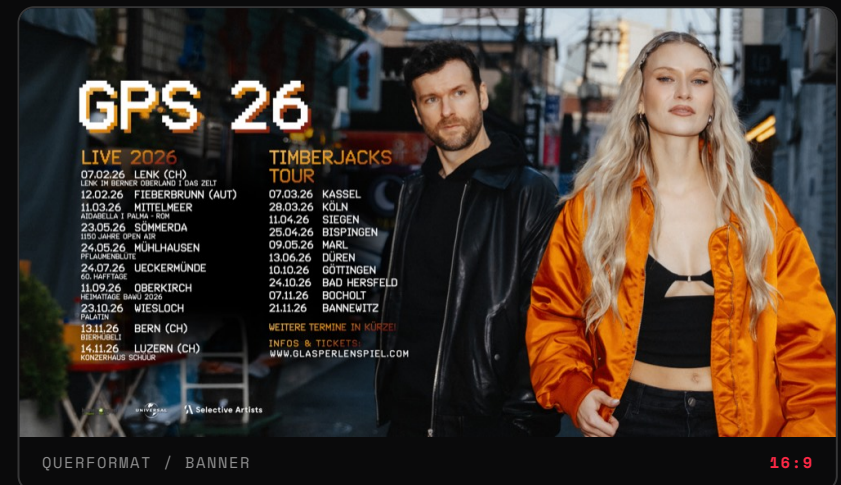
					
Vinyl — Standard COVER · INNENLABEL ROT	Vinyl + Fotokarten COLLECTOR · SIGNIERTE CARD	Tee-Bundle FRONT-MARK · BACKPRINT	CD — Listening Event PHYSICAL · TICKET-ADD-ON	CD — signiert HANDSIGNIERT · WIDMUNG	NFC „Tap Phone“ SUPERFAN · CRM-BRIDGE

MERCH-GOVERNANCE

Grauer Grund, roter Reflex, Gyparody-Lockup, Nachtwelt-Foto — diese vier Konstanten machen jedes Produkt sofort als GPS 26 lesbar. Ausnahmen brauchen einen Grund, keine Laune.

EIN MOTIV, DREI FORMATE.

Tour- und Announcement-Grafiken sind der lauteste Touchpoint der Ära. Ein Motiv, konsequent durchdekliniert: 16:9 Querformat (Web-Header / FB-Event), 4:5 Hochformat (Instagram-Post / Plakat), 9:16 Story (Instagram & TikTok). Alle drei aus einem Motiv abgeleitet — nie separat neu bauen.



MOTIV

Bandfoto aus der GPS-26-Bildwelt (Seoul bei Nacht, harter Direktblitz). Kein Fremdmaterial, kein zweiter Look pro Kanal.

LOCKUP

„GPS 26“ in Gyparody Heavy, oben links, im Pixel-Duktus. Fester Anker über alle Formate — voller Schutzraum.

DATENRASTER

Termine als Datum · Stadt (· Venue), Mono-/Pexico-Anmutung. Zweispaltig, wo Platz ist.

AKZENT

Signal-Orange **#E98807** für Tour-Titel, Status-Badges und Ticket-Zeile. Sparsam gesetzt — Orange stylt, es flutet nicht.

SONDERREGEL — SIGNAL-ORANGE

Live ist der einzige Ort, an dem Orange (#E98807) als Grafikfarbe erlaubt ist: Tour-Titel, Status-Badges, Ticket-Zeile. Im Kernsystem (Kapitel 03, Seite 6) bleibt es außen vor — dort ist Orange Styling im Bild, keine Markenfarbe.

STATUS-BADGES**SOLD OUT!****LOW TICKETS!****NEU!**

Statusmarker sitzen direkt hinter der Show-Zeile: schwarze Versalien auf Signal-Orange, kompaktes Kästchen. Nur diese drei Zustände — keine eigenen Wordings pro Show.

◆ SO JA

- + Ein Motiv sauber in 16:9 / 4:5 / 9:16 ausspielen
- + Lockup oben links, voller Schutzraum
- + Badges einheitlich schwarz auf Orange

◆ SO NICHT

- × Pro Kanal ein neues Foto oder Layout erfinden
- × Termine in Fremdschrift oder buntem Mix setzen
- × Orange großflächig fluten statt als Akzent

SO KLINGT DIE MARKE.

Direkt, selbstbewusst, warm mit Kante. Deutsch führt, englische Fragmente sind erlaubt, wo sie sitzen. Kein Marketing-Sprech, kein Anbiedern. Sag, wie's ist.

◆ SO SPRECHEN WIR

„GPS 26. Ab Freitag. Nachts laut stellen.“

◆ SO NICHT

~~„Wir freuen uns riesig, euch endlich unser brandneues Album präsentieren zu dürfen!“~~

◆ HALTUNG

Klartext vor Höflichkeitsfloskeln. Ein trockener Punchline-Reflex ist erwünscht.

◆ SPRACHE

Deutsch als Heimat, Englisch als Akzent. Nie Denglisch aus Bequemlichkeit.

ALLES GREIFBARE, AN EINEM ORT.

Code mit der Handykamera scannen — der Ordner öffnet sich direkt.
Maßgeblich bleibt immer die Website: Sie führt die aktuellen Adressen,
auch wenn ein Ordner einmal umzieht.



Logo-Paket

WORTMARKE & „G“



Pexico

TECH-LAYER-SCHRIFT



Album-Font

NUR HEADLINES



Cover

KEY VISUAL



Live-Assets

TOUR-GRAFIKEN

GLASPERLENSPIEL

WIEDERERKENNUNG VOR **VIELFALT.**

Ein lebendes Dokument. Es wächst mit der Ära — die vier Konstanten (Ground · Air · Signal · Stör) bleiben. Änderungen laufen zentral, nicht dezentral. Diese Druckfassung ist ein Versionsstand; maßgeblich ist die Website.



IMMER AKTUELL