



KantineHeimwerk

Konzept & Design: Maximilian Lemmen



Kantine Heimwerk
Projekt der BDM20
Frau Schernus

von Maximilian Lemmen

Inhaltsverzeichnis

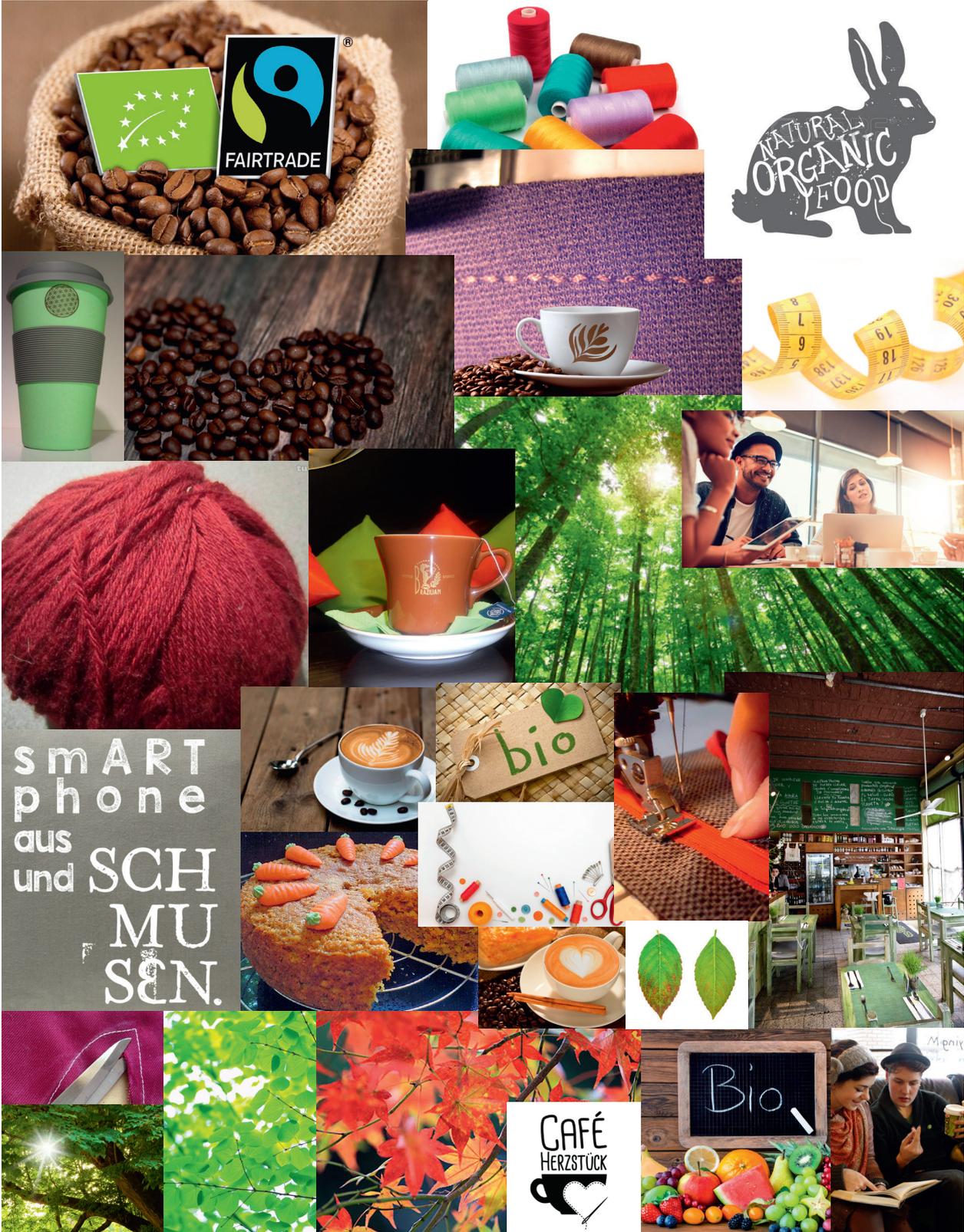
Seite	Thema
3	Briefing in Stichpunkten
4	Moodboard
5	Zielgruppenanalyse
8	Scribbles
11	Farbkonzept
13	Logo
15	Gestalterische Begründung
18	Schriftauswahl
19	Geplante Merchandiseprodukte
20	Mögliche Werbung



Briefing in Stichpunkten

- Handarbeitsgeschäft
- Wurde vor einem Jahr von einer Frau gegründet
- Erstes Geschäftsjahr erfolgreich
- Verkauft Biowolle und andere besondere Stoffe
- Verkauft ebenso Anleitungen für die Handarbeit zu Hause
- Kantine Heimwerk bietet Kaffee und Köstlichkeiten aus biologischem Anbau und fairem Handel an
- Spezialität des Hauses: Veganer Kuchen
- Besondere Geschenke & Accessoires gehören ebenfalls zum Angebot
- Kantine Heimwerk möchte Ort sein, wo man sich mit Gleichgesinnten austauschen kann
- Bietet Angebot an Projekten und Kursen
- Kantine Heimwerk möchte, dass die Kunden gemütlich miteinander Handarbeiten und in guter Atmosphäre entspannen können

Moodboard



Zielgruppenanalyse (Liste)

- Alter zwischen 20 und 47
- Wahrscheinlich die meisten so 25 - 35
- Ökologisch geprägt/sehr auf Natur und Umwelt bedacht
- Standardeinnahmen (1800 € - 3000 €)
- Eher konservativ
- Feministisch orientiert
- Feiern Bioprodukte
- Mögen alles rund um das Thema
meisten sind Vegetarier/teilweise auch Veganer
- Organisieren sich teilweise auch für Naturschutzprodukte
Geben Spenden dafür raus
Gibt Stammtisch in Kantine der sich mit Thema Naturschutz beschäftigt
- 90 % sind in einer Beziehung oder Ehe / 10 % Solo
- Politisch können 70 % den Grünen zugeordnet werden
Ansonsten ist es ein eher uneinheitliches Bild, restlichen 30 % wählen aber eher konservative Parteien

Zielgruppenanalyse (ausformuliert)

In der folgenden Zielgruppenanalyse möchte ich auf die Zielgruppe das Handarbeitsgeschäft Kantine Heimwerk eingehen, diese erläutern und anhand einer fiktiven Beispielperson verdeutlichen.

Kantine Heimwerk ist ein kleines, aber definitiv feines Handwerksgeschäft der besonderen Art. Es wurde im Jahr 2015 gegründet und hat seit dem im ersten Jahr bereits viele Menschen begeistert. Welche Menschen genau, darauf möchte ich jetzt eingehen. Besucher des kleinen Ladens sind zwischen 20 und 47 Jahren alt, die meisten sind allerdings zwischen 25 und 35. Es sind also die meisten Besucher noch relativ jung, es ist also nicht das klassische Nähcafe, dass die älteren Damen aufsuchen um den aktuellen Klatsch und Tratsch zu besprechen, es ist vor allem für ökologisch geprägte und auf die Natur und Umwelt bedachte Frauen und Männer, die gerne mit anderen an ökologischen Projekten arbeiten und sich mit Gleichgesinnten austauschen möchten. Im Schnitt sind es ca. 70% Frauen und 30% Männer die den kleinen Laden besuchen, beide sind zumeist feministisch und konservativ veranlagt. Insgesamt feiern Sie viele Bioprodukte, nicht nur in der Kantine Heimwerk, sondern auch außerhalb davon sind sie auf den Naturschutz bedacht und interessieren sich für das gesamte Thema. 90% von ihnen sind Vegetarier und Veganer, die restlichen 10% ernähren sich zum großen Teil ebenfalls bewusst, würde aber wahrscheinlich nicht komplett auf Fleisch verzichten. Weiterhin organisieren sich viele Besucher auch für Naturschutzprojekte, zum Beispiel mit Spenden oder auch durch ihre Ehrenamtlichkeit darin. An diesem Punkt ist das Gehalt natürlich auch ein wichtiger Punkt, dieses liegt in dem Bereich, den man als Standard-einkommen bezeichnen kann, nämlich zwischen 1400 € und 2800 €. Kaum einer von ihnen ist in einer führenden Managerposition, es sind ganz normale Arbeitnehmer, größtenteils auch den ganz normalen Jobs. Wichtig ist allerdings zu sagen, dass sie sich teilweise trotz geringerem Einkommen es trotzdem nicht nehmen lassen Geld zu spenden an Naturschutzorganisationen. Man kann sagen, dass viele sich der Natur verschrieben haben, einige feiern aber auch einfach Ihre Produkte zum Beispiel Thermobecher aus Bambus oder eben auch Biowolle, denn natürlich interessieren einige der Besucher sich, neben dem Naturschutz, auch für die Näharbeit und schätzen es den Naturschutz mit der Handarbeit, hier dem Nähen, zu verbinden. Insgesamt sind es hauptsächlich die Frauen die Wolle kaufen, aber auch 20% der Männer nähen gerne und kaufen dort die Biowolle und nehmen an den Nähkursen teil. Interessant ist aber auch zu sehen, dass 90% der Besucher in einer Beziehung oder verheiratet sind, nur 10% sind Single, was den Eindruck der konservativen Einstellung nochmal verstärkt. Politisch ist es da etwas anders, aber trotzdem vom gesamten Bild her logisch. Um die 70% sind Befürworter und Wähler der Grünen, hauptsächlich auf Bundestagebene. Bei den restlichen 30% ist es da etwas unausgeglichen, die meisten von ihnen sind aber Befürworter der konservativen Parteien. Nun möchte ich die genannten Punkte mal anhand einer fiktiven Person aufzeigen, bzw. darstellen wie eine Person die in die Zielgruppe passt aussehen würde. Renate ist 25 Jahre alt, hat eine Ausbildung zur Floristin gemacht und wurde von dem kleinen Blumenladen in ihrem Heimatort übernommen und arbeitet seit dem auch immer noch dort. Sie hat damit ihr Hobby zum Beruf gemacht und engagiert sich auch so viel für die Umwelt, so hat sie sich zum Beispiel in ihrer Jugend für die Grüne Jugend (Jugendpartei Bündnis 90 Die Grünen) engagiert und unterstützt auch einige lokale Naturschutzprojekte in ihrer Gegend, wie zum Beispiel die Errichtung eines großen Gartenparks in ihrem Ort. Ihr Einkommen liegt mit 1500 € nicht all zu hoch, aber für sie reicht es.

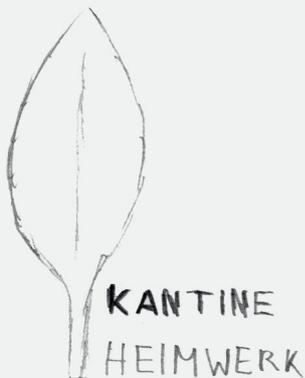
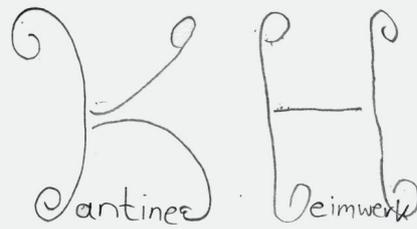


Seit ihrem 18 Lebensjahr ist sie Veganerin und ernährt sich zwar noch teilweise auch von Eiern, aber nur von Tieren, die auf ihrem Hof frei rum laufen und wie sie selbst sagt, nicht zum Eierlegen gezwungen werden und dadurch auch nicht gequält werden. Es geht ihr also nicht unbedingt gar keine tierischen Produkte zu essen, sondern die Tiere nicht zu quälen, denn für sie stehen die Tiere und die Natur zu den wichtigsten Dingen auf der Erde. So ist sie auch auf die Kantine Heimwerk gekommen. In Ihrer Freizeit näht Renate gerne und ist begeistert von der Biowolle die dort verkauft wird. Seitdem sie dort das erste Mal die Wolle gekauft hatte, kam sie immer wieder dort hin zurück und trifft sich mittlerweile Wöchentlich dort mit ihren Freundinnen, die sich ebenfalls dem Naturschutz verschrieben haben.

Abschließend kann man sagen, dass Natur- und Biofreunde sicherlich ein Teil der Hauptzielgruppe von Kantine Heimwerk sind und auch gerade dadurch, Nähfreunde dazukommen, da sie die Biowolle mit Sicherheit bevorzugen werden. Die Personen kommen alle größtenteils aus der Mittelschicht, wenn man das Sinus-Milieu betrachtet kann man denke ich auf die Traditionelle, die bürgerliche Mitte und die Sozial ökologische weisen. Von all diesen dreien steckt denke ich ein bisschen was in jedem von der Zielgruppe, mal ein bisschen mehr von dem, mal ein bisschen mehr von dem. Es sind eben nicht nur die Nähliebhaber und nicht nur die Naturfreunde, es sind auch die Leute die einfach gemütlich zusammen sitzen wollen, sich mit anderen treffen möchten, oder in die Themen rein kommen möchten. Dazu hat man in der Kantine Heimwerk nämlich die perfekte Möglichkeit, da sich ganz viele Männer, Frauen und Pärchen dort deswegen treffen um über diese Themen zu sprechen. Nahezu niemand aus dieser Zielgruppe wird reich oder abgehoben sein, es sind Leute aus der Mittelschicht, denen es größtenteils wichtig ist sich zu organisieren, etwas zu verbessern oder sich einfach nur mit anderen zu treffen.

Scribbles

Erste Ideen auf dem Papier



Scribbles (digital)

Der Weg zu meinem Logo



Kantine
Heimwerk 

Heimwerk


Kantine
 Heimwerk

Kantine 
Heimwerk



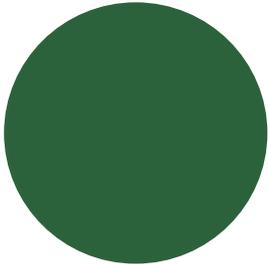
KantineHeimwerk



KantineHeimwerk

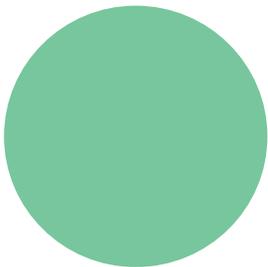


Farbkonzept



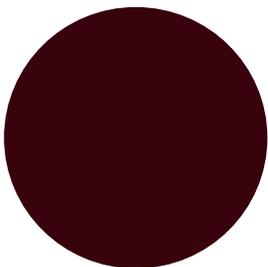
Hausfarbe

RGB: 73, 101, 61
CMYK: 71 %, 22 %, 80 %, 45 %
49643d



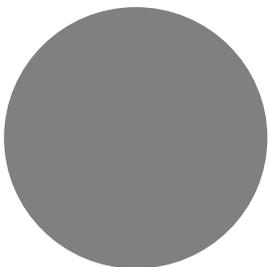
Nebenfarbe

RGB: 152, 194, 155
CMYK: 53 %, 1 %, 49 %, 0 %
98c29a



Auszeichnungssprache

RGB: 54, 19, 21
CMYK: 39 %, 87 %, 65 %, 79 %
361314



Schriftfarbe

RGB: 135, 135, 136
CMYK: 42 %, 33 %, 33 %, 23 %
878787

Für das Farbkonzept von Kantine Heimwerk habe ich insgesamt vier Farben ausgewählt. Eine Hausfarbe, eine Nebenfärbefarbe, eine Auszeichnungsfärbefarbe und zu guter Letzt eine Schriftfärbefarbe.

Beginnen möchte ich mit der Hausfärbefarbe und der Nebenfärbefarbe, die direkt zusammen gehören. Bei der Hausfärbefarbe habe ich mich für einen dunkleren Grünton entschieden. Dass die Farbe Grün die Hauptfärbefarbe sein wird, hatte ich sofort fest gelegt, denn Grün ist nicht nur die Farbe der Natur, es ist auch die Farbe der Hoffnung, der Friedlichkeit, des Wachstums und der Gesundheit. Somit passt es perfekt für die Zielgruppe, die zum großen Teil auf ihre Ernährung achtet und vor allem die Natur schützen möchte, das Wachstum der Natur fördern möchten und gemütlich in der Kantine Heimwerk mit ihren Freunden darüber sprechen möchte, daher war für mich sofort klar, dass die Wahl bei der Hausfärbefarbe nur auf Grün fallen konnte. Auch die Nebenfärbefarbe, hier genannt Nebenfärbefarbe, da sie eigentlich immer in Verbindung mit der Hauptfärbefarbe steht, ist grün. Allerdings unterscheiden sie sich in ihrem Ton. Die Hauptfärbefarbe ist ein dunkleres, mattes Grün, das sofort eine Ausstrahlung hat und eher das bereits vollendete, ausgewachsene aufgeblühte darstellen soll, während die Nebenfärbefarbe etwas heller ist und sich, wenn man es auf die Natur assoziiert, noch ein wenig entwickeln muss, vielleicht gerade erst anfängt zu blühen. Ich möchte mit diesen Farben die Wirkung erzielen, dass sich in der Kantine Heimwerk verschiedene Leute treffen, manche vielleicht bekennende Naturschützer die sich in vielen Organisationen ehrenamtlich beteiligen und manche die sich für das Thema interessieren und vielleicht erst einmal rein kommen möchten und natürlich auch wieder andere, die erstmal gar nichts mit dem Thema zu tun haben, aber durch den Besuch in der Kantine Heimwerk darauf gestoßen werden.

Nun widme ich mich der Auszeichnungsfärbefarbe, wie sofort auffällt, ist es eine sehr auffällige Farbe die man nicht sofort in Verbindung mit den beiden Grüntönen bringen würde. Jedoch ist es eine Komplementärfärbefarbe der Grüntöne, allerdings ist das natürlich nicht der einzige Grund warum ich mich für diese Farbe als Auszeichnungsfärbefarbe entscheiden habe. Als Erstes habe ich mir überlegt, was ich für eine Auszeichnungsfärbefarbe ich haben möchte und vor allem welche Wirkung sie erzielen soll. Da bin ich schnell zu dem Schluss gekommen, es soll eine Farbe sein die natürlich zur Hausfärbefarbe passen soll, sich aber trotzdem abheben muss. Es sollte keine Farbe sein, die zwingend im Logo auftauchen muss, oder in jedem Design vorkommen soll, es soll eine Farbe sein die etwas auszeichnet. Sie soll ganz dezent eingesetzt werden, quasi als i-Tüpfelchen bei einigen Designs und Produkten von Kantine Heimwerk. Für diesen dunkel Rotbraunen mit einem leichten Lilastich habe ich mich entschieden, da sie wie ich es wollte zur Haupt- und Nebenfärbefarbe passt, sich aber trotzdem abhebt und weil man in ihr vieles sehen kann. Man sieht in meinem Fall die verfärbten Blätter im Herbst die an den Bäumen hängen, die oft in so einem Ton gefärbt sind, man sieht die Wolle vor sich, die in dieser Farbe sehr beliebt ist und durch den relativ kräftigen Braunstich sieht man auch die dunklen Baumstämme vor sich und fühlt sich so wieder ein Stückchen näher zur Natur hingezogen.

Als letztes habe ich mich noch für eine Schriftfärbefarbe entscheiden. Hier war es mir nun sehr wichtig eine schlichte Farbe zu wählen, die man gut lesen können muss und die auch zu den anderen drei Farben passen musste. Hier habe ich mich für einen mittleren Grauton entschieden. So wirkt die Schrift nicht so starr und kalt, wie bei einer schwarzen Schriftfärbefarbe und wirkt sehr angenehm auf dem weißen Untergrund. Bei einem dunkleren Hintergrund würde man natürlich auf eine weiße Schriftfärbefarbe umsteigen.



Logo



KantineHeimwerk

Andere Logovarianten

Da mein Logo ein kombiniertes Zeichen ist, nämlich eine Wort-/Bildmarke, ist es hier ebenfalls möglich, das Bildzeichen alleine darzustellen. Diese Möglichkeit möchte ich hier einmal darstellen. Einmal das einfache Bildzeichen mit den Farben des Logos und einmal eine positiv- und eine negativ Variante des Logos. Diese sind zum Beispiel für den Fall gedacht, dass der Kontrast zwischen dem normalen Logo und dem Hintergrund zu gering wäre und es dadurch in weiß dargestellt werden sollte. Die positiv Variante (in schwarz) ist ebenfalls für den Fall gedacht, dass der Kontrast zum Hintergrund bei den normalen Farben zu gering wäre, oder man zum Beispiel eine schwarz/weiß Variante erstellen muss. Diese drei Bildmarken sind die einzigen Möglichkeiten wie sie verwendet werden dürfen, alle anderen Verwendungen sind untersagt.



Bildmarke



Bildmarke (negativ)



Bildmarke (positiv)

Für das Standardlogo, also das kombinierte Zeichen gibt es ebenfalls eine positiv und eine negativ Variante, aus den gleichen Gründen, die ich bereits beim Bildzeichen genannt habe. Insgesamt dürfen nur die hier genannten Logovarianten und das Standardlogo auf der linken Seite verwendet werden. Alle anderen Varianten, oder Veränderungen sind, wie beim Bildzeichen bereits gesagt, untersagt.



KantineHeimwerk

Kombiniertes Zeichen (positiv)



Kombiniertes Zeichen (negativ)



Gestalterische Begründung

In der folgenden gestalterischen Begründung möchte ich meine Gestaltung für das Logo von Kantine Heimwerk erläutern. Die Kantine Heimwerk ist ein kleines Handarbeitsgeschäft, in dem neben Biowolle auch Kaffee und Kuchen gekauft werden kann und in dem sich vor allem Naturliebhaber gerne treffen um zum Beispiel gemeinsam an kleinen Projekten zu arbeiten.

Wie gerade bereits beschrieben sind es vor allem Naturliebhaber die es in die Kantine Heimwerk zieht. Mit der Spezialität des Hauses, dem Veganen Kuchen und dem köstlichen Kaffee aus fairem Handel, kann man dort in guter Atmosphäre entspannen und auch zusammen handarbeiten, oder auch an kleinen Kursen teilnehmen. Außerdem verkaufen sie noch kleine Geschenke und Accessoires, Biowolle und andere besondere Stoffe, genauso wie Anleitungen für die Handarbeit zu Hause. Man sieht es richtet sich alles nach dem Thema Bio und Handarbeit und genau das wollte ich mit meinem Logo wiedergeben bzw. ausdrücken. Der Wunsch der Gründerin von Kantine Heimwerk war ein kombiniertes Zeichen, also eine Wort-/Bildmarke. Diesen Wunsch habe ich selbstverständlich umgesetzt und die Wort-/Bildmarke im Ankerprinzip angeordnet, was bedeutet, dass die Bildmarke mittig oben über der Wortmarke steht. Ich habe mich für diese Variante entschieden, da die Bildmarke so im Gleichgewicht mit der Wortmarke steht, nämlich beide ausgewogen untereinander, so steht die Bildmarke stabil auf der Wortmarke und macht einen stabilen, aber auch sehr harmonischen Eindruck. Nun möchte ich mich zuerst der Bildmarke widmen. Dieses besteht aus zwei Elementen, einem Blatt und einem gestrichelten Kreis, in dem sich das Blatt befindet. Das Blatt liegt auf einer optischen Linie, von links unten nach rechts oben, es ist also vertikal abgebildet und leicht nach rechts geneigt. Für die Neigung habe ich mich entschieden, da wir wenn etwas von links unten nach rechts oben zeigt, es mit dem positiven assoziieren, es ist ein aufsteigendes Blatt, das leicht ist und nahezu schwerelos schwebt. Außerdem kommt natürlich unsere Leserichtung dazu, von links nach rechts, wodurch das Blatt eher vorwärts, als rückwärts schweben würde, was ebenfalls positiv wahrgenommen wird. Hinzu kommt auch, dass wenn wir das Blatt zuerst von oben betrachten, da die Bildmarke der Eyecatcher ist und wir dann von oben nach unten herunter schauen, das Blatt in seinem Stil als eine Art Pfeil auf die Wortmarke darunter verweist, aber zu dieser erst später. Ein weiterer Grund in dieser Anordnung des Blattes liegt in seiner Form, denn wenn wir es seitlich von rechts betrachten wirkt es durch seine Form wie ein abstrakt lächelnder Mund. Bei der Farbe des Blattes habe ich mich für ein helles Grün entschieden. Wie schon bei der Auswahl des Farbkonzeptes beschrieben, habe ich diese Farbe gewählt, da sie die Farbe der Natur, der Hoffnung, der Friedlichkeit, des Wachstums und der Gesundheit ist und somit perfekt zur Marke und dem Angebot von Kantine Heimwerk passt und ebenso gut die Zielgruppe erreicht, die sich auch zum großen Teil für die Natur einsetzt, gerne mit anderen Leuten an kleinen Projekten arbeitet und ihre eigene Gesundheit sehr am Herzen liegt. Speziell diesen hellen Grünton habe ich hier gewählt, da ich finde, dass es ein helles Grün ist das für Pflanzen steht die noch wachsen können, die Leben und sich vor allem noch entwickeln können, wofür ein Blatt, das erst eine kleine Knospe ist und dann immer weiter wächst, ein perfektes Beispiel ist. Kommen wir nun zum Kreis der sich um das Blatt herum befindet. Als Erstes habe ich mich für einen Kreis entschieden da er den ewigen Kreislauf perfekt widerspiegelt der in der Natur stattfindet, außerdem steht er aber auch für etwas vollkommen fertiges und rundet, ganz einfach gesagt, das Blatt noch einmal schön ab.

Hier habe ich mich bewusst für eine gestrichelte und nicht für eine durchgezogene Linie entschieden und zwar aus folgenden Gründen. In erster Linie unterstützt es die leichte Verspieltheit, die im Logo vorhanden ist und grenzt kein Element klar ab, wie es ein durchgezogener Kreis tun würde. Er hebt so das Blatt noch einmal besonders hervor, aber grenzt es auch keinesfalls komplett aus, das war mir sehr wichtig, da ich wollte, dass alle Elemente im Logo zueinander passen und miteinander verbunden ein Gesamtbild ergeben. Es gibt aber noch einen weiteren Grund für meine Wahl der gestrichelten Linie und zwar findet man diese beim Nähen. Die gestrichelte Linie erinnert nämlich an die Naht, die man beim Nähen erzielt, da man mit der Nadel immer wieder durch den Stoff durch sticht, ein Stückchen zieht und wieder durch den Stoff sticht um auf der anderen Sache das gleiche zu erzielen, dadurch entsteht die gestrichelte Linie. Mit dieser Assoziation verbunden steht der Kreis noch einmal mehr für Zusammenhalt, da ein Nähpfaden Stoffe oder andere Sachen natürlich zusammen halten soll. Mir ist selbstverständlich bewusst, dass nicht jeder direkt einen Nähpfaden mit einem gestrichelten Halbkreis verbindet, aber an dieser Stelle möchte ich auch einmal betonen, dass es mir sehr lieb ist wenn die Leute sich mit dem Logo auseinander setzen, denn sie sollen sich natürlich denken, das sieht interessant aus, ich möchte mal sehen was es dort noch so alles gibt, oder sich fragen: Was macht die Kantine Heimwerk, was bekomme ich da? Vom Namen wird das natürlich nicht sofort klar und mit diesem Logo möchte ich es dem Betrachter ganz klar machen, das es definitiv keine normale Kantine ist, wie man sie sonst vielleicht aus dem Büro kennt und das wird denke ich mit diesem Logo auch absolut klar. Bei der Farbe des Kreises habe ich mich ebenfalls für einen Grünton entschieden, nämlich die Hausfarbe von Kantine Heimwerk, ihr Tonwert ist ein ganzes Stück dunkler als die der Nebenfarbe, die wir im Blatt sehen können. Ganz im Gegensatz zum helleren Ton soll dieser Ton sofort eine Ausstrahlung haben und das bereits vollendete, ausgewachsene aufgeblühte darstellen. Kurz gesagt, die beiden Grünen Farbtöne sollen dem Betrachter zeigen, dass die Kantine Heimwerk ein junges Unternehmen ist, dass auf jeden Fall noch wachsen kann und dies auch immer können wird, aber das trotzdem auch jetzt schon viel hier möglich ist und es eine große Zahl an Möglichkeiten gibt, von kleinen Projekten bis zur gemütlichen Auszeit zwischendurch bei einem Kaffee, oder einem Veganen Kuchen. Genau habe ich das noch einmal in meinem Farbkonzept geschildert (Siehe S. 11, 12). So viel zur Bildmarke, nun widme ich mich der Wortmarke. Hier möchte ich als Erstes auf die Typografie eingehen. Ich habe mich für die Hausschrift von Kantine Heimwerk entschieden, die BioRhyme. Sie ist genau wie die Bildmarke eher verspielt, vor allem aufgrund ihrer großen Punzen und Serifen, sie ist trotzdem aufgrund ihrer geringen Strichstärke sehr gut lesbar, auch wenn man das Logo skaliert (sowohl größer als auch kleiner). Durch die Serifen wird das Auge nochmal besonders gut vom ersten bis zum letzten Buchstaben geleitet und diese wirken dadurch wie verbunden. Dies bewirkt nochmal besonders, dass der gesamte Name wie eins wirkt und alles zusammengehört. Aus diesem Grund habe ich auch bewusst auf das Leerzeichen zwischen den beiden Wörtern verzichtet und sie nur optisch durch die Farbe getrennt, aber dazu gleich mehr. Die Schrift passt optisch auch sehr gut zum Handwerksteil von Kantine Heimwerk, da man wie ich finde durch ihre Verspieltheit und geringe Strichstärke schnell an feine Handarbeiten, wie zum Beispiel die Näharbeit denkt. Weiterhin passt sie aber auch genau aufgrund dieser Schrifteigenschaften in den Biobereich und die Natur, da dort alles individuell und ebenfalls verspielt ist.



Diese Individualität, die man übrigens auch bei eigenen Handarbeiten wieder findet, spiegelt die Schrift sehr gut wieder. Wie eben gesagt noch einmal kurz zur Schriftfarbe, hier gibt es allerdings gar nicht mehr so viel zu sagen. Ich habe mich für die beiden Farben entschieden, die ich auch in der Wortmarke verwendet habe, damit die Bildmarke und die Wortmarke noch einmal mehr optisch zueinander passen und die Farben, wie ich finde auch und eben schon gesagt die Marke und die Zielgruppe von Kantine Heimberg sehr gut vertreten und wiedergeben.

Abschließend möchte ich noch einmal sagen, dass ich in dieser Begründung sicherlich mehr mit der Bioseite argumentiert habe, als mit der Handwerksseite und auch diese im Logo sicherlich ein Stück weit mehr vertreten ist. Obwohl die Grundformen aus denen das Logo besteht, ein Kreis und ein Rechteck, in der Handwerksbranche relativ häufig vorkommen. Aber ich wollte auch gar nicht mein Hauptaugenmerk auf den Handwerksbereich legen, es soll eine gute Mischung sein bei der die Natur und die Bioprodukte im Vordergrund stehen und das hat auch seine Gründe. Erstens natürlich, weil auch die Handwerksprodukte, die man zum Handwerkern in der Kantine Heimwerk bekommt, aus Bioprodukten bestehen, viel wichtiger war mir aber noch sich abzusetzen. Es gibt einige Nähcafes, mit denen man Kantine Heimwerk sicherlich auch ein Stück weit vergleichen kann und sehr viele Logos dieser Nähcafes ähneln sich, aber ich wollte etwas anderes. Ich wollte ein Logo das sich abhebt, da auch Kantine Heimwerk ein Laden ist, der sich abhebt, der noch viel mehr bietet als ein gewöhnliches Nähcafe und genau darum ging es mir. Vor allem um den großen Mehrwert, die Natur. Also habe ich darauf auch mein Hauptaugenmerk gelegt, aber natürlich war mir auch von Anfang wichtig, dass man sich das Logo schnell merken kann und auch wieder erkennt, daher habe ich wie eben gesagt einfache Grundformen für den Grundaufbau gewählt. Zum Schluss möchte ich noch ergänzen, dass man die Bildmarke, wie ich es in den Logovarianten auch gezeigt habe, natürlich auch alleine darstellen kann, dies würde ich am Anfang aber nicht empfehlen, da die Kantine Heimwerk noch nicht so bekannt ist, dass jeder bei der Bildmarke sofort wüsste worum es geht. Wenn sie aber irgendwann so bekannt werden sollte, wirkt auch das Bildzeichen alleine stimmig und kann sehr gut für sich alleine stehen, ohne das man den Eindruck bekommt es fehlt etwas. Man könnte es jetzt schon, zum Beispiel für Merchandise Artikel oder die Tassen, bzw. Teller in der Kantine alleine nutzen, da die Leute die den Laden besuchen wissen wofür es steht.

Schriftauswahl

Nach der Farbauswahl und der gestalterischen Begründung des Logos, in der ich auch schon auf meine Schriftauswahl eingegangen bin und diese begründet habe, möchte hier noch einmal kurz die Schriftauswahl für Kantine Heimwerk darstellen.

BioRhyme

Hier sehen wir die Auszeichnungsschrift von Kantine Heimwerk, die Bio Rhyme. Sie ist die Hausschrift und damit natürlich auch ein Stück weit das Erkennungsmerkmal. Nicht zuletzt, weil sie auch im Logo verwendet wird. Wie der Name schon sagt soll sie ausschließlich zum Auszeichnen benutzt werden, das heißt für Hauptüberschriften, oder wichtige Punkte die sofort auffallen sollen, sie wird auf keinen Fall als Fließtext verwendet. Sie wird bei Kantine Heimwerk, ebenfalls nur im Schriftschnitt Regular verwendet, da sie so besser zum Gesamtbild passt und ihre Verspieltheit besser zur Geltung kommt.

Avenir Next Regular

Avenir Next Bold

Hier sehen wir die Avenir Next, sie wird bei Kantine Heimwerk für alle Fließtexte und teilweise auch Zwischenüberschriften genutzt. Sie ist eine sehr einfache Schrift, ohne jede Verspieltheit die sehr gut lesbar ist und in einem guten Kontrast zur Auszeichnungsschrift steht, aber trotzdem gut zu ihr passt. Sie wird hauptsächlich im Schriftschnitt Regular genutzt, falls nötig kann sie für manche Zwischenüberschriften aber auch im Schriftschnitt Bold genutzt werden.

Die Schriftgröße ist immer vom jeweiligen Medium abhängig zu bestimmen, für Fließtext empfiehlt sich im Normalfall aber eine Schriftgröße zwischen 10 Pt und 12 Pt. Für Überschriften sollte sie zwischen 16 Pt und 20 Pt liegen, das hängt aber natürlich immer davon ab, wie groß das jeweilige Endformat ist.



Geplante Merchandiseprodukte



Bambus to go Becher

Coffe to go Becher aus Bambus für den Umweltschutz



Tasse Heimwerk

Kaffeetasse im modernen Biologisch angehauchten Design



Bio Jute Beutel

Bio Jute Beutel aus biologischen Stoffen, im Stile eines Kaffeebeutels der zu jedem Einkauf gratis dazugegeben wird um die Umwelt zu schützen



Nähkasten aus Holz

Kleines Nähkästchen, zum Transportieren, oder aufbewahren des Nähwerkzeugs.

Mögliche Werbung



