



MÖÖKKI

BRANDBOOK CORPORATE DESIGN



Raja se on raittiudellakin
Auch Enthaltsamkeit hat ihre Grenzen

INHALT

01 MISSION

IDENTITÄT	07
VISION.....	08

02 BRANDING

LOGO	12
DESIGNELEMENTE.....	18
FARBEN	22
TYPOGRAFIE.....	24
BILDERWELT	32

03 STATIONERY

BRIEFPAPIER.....	38
KUVERT.....	40
VISITENKARTE	42
STEMPEL.....	44

04 WERBUNG

PLAKAT	48
ROLL-UP	50
FOLDER	52
SPEISEKARTE.....	54

05 LOKAL

GESCHIRR	58
VERPACKUNG TO-GO	60
ARBEITSKLEIDUNG	62
FOODTRUCK	64
SCHILD.....	66
BESCHRIFTUNG FENSTER	68

IMPRESSUM.....	70
----------------	----

”

Ei vesi seulassa pysy

Das Wasser hält sich nicht im Sieb

MISSION

O1



IDENTITÄT

Unser Kaffeehaus ist das einzige seiner Art in Wien. Es bringt die unvergleichliche Kulinarik, Lebensqualität und Gastfreundschaft Finnlands nach Österreich.

Zudem sind die Finnen Europameister im Kaffeetrinken. Wer soll also sonst am besten wissen, was wirklich guter Kaffee ist?

Bewohner urbaner Regionen benötigen Oasen der Ruhe, um Abstand von der Hektik der Großstadt zu nehmen und neue Energie zu schöpfen. Besonders junge Menschen begeistern sich für fremde Kulturen und sind offen für neue Impressionen und kreative Ideen.

Mökki gelingt es, beides zu vereinen und dabei einen einzigartigen Mehrwert in der Wiener Gastronomie zu schaffen. Mit Höflichkeit und skandinavischem Charme lädt es ein, den Geist für neue Dinge zu öffnen und sich in eine andere Welt hineinversetzen zu lassen.

Mökki bietet als erstes Café in Österreich finnische Kultur und Kulinarik. Angesiedelt im 7. Wiener Gemeindebezirk, lädt es seine Gäste ein, in eine Welt von Naturbelassenheit und Lebensgefühl zu tauchen und den Alltag gelassen zu nehmen.

VISION

Unsere Vision sind zufriedene Gäste in unserem Lokal, die sich wohl fühlen. Die Kunden stehen klar im Vordergrund und nicht der Geschäftserfolg. Das Kaffeehaus *Mökki* bietet ein lockeres und freundliches Klima zwischen allen Beteiligten.

In Österreich leben rund 4.000 Menschen mit finnischen Wurzeln. Für diese möchten wir vor allem ein Stück Heimat nach Wien holen. Für Österreicher und auch Touristen aus anderen Ländern soll das Lokal ein Kaffeehausbesuch der anderen Art sein.

Mökki trifft den Zeitgeist der aktuellen Generation. Indem es als junges, dynamisches Unternehmen mit technisch versierten Gründern frischen Wind in die Kaffeehauskultur bringt (Social Media Marketing oder vereinfachte, digitale Bestell- & Bezahlssysteme). Die derzeit starke Nachfrage nach „Migration-Food“ wird ebenso bedient.

MARKENSTART

Für ein Preopening-Event im Cafe *Mökki* werden Einladungen an wichtige Partner,

Journalisten, lokale Politiker, Mitarbeiter der finnischen Botschaft, Vorstände der finnischen Vereine und Studentenvertreter gesendet.

Bei der Veranstaltung werden finnische Köstlichkeiten serviert: Getrocknetes Rentierfleisch, Moltebeerenlikör und Dessertvariationen. Zur Begrüßung gibt es Goodies.

Für die lokale Presse wird ein PR-Letter erstellt und verteilt.

ZEITEINTEILUNG FÜR DAS PREOPENING-EVENT

Die Einladung werden 4 Wochen vorher versendet. Die Vorbereitungen für das Event nehmen ca. 2 Wochen in Anspruch.

Durch das Verteilen von Flyern und das Anbringen von Postern in anderen Lokalen (z.B. Finnshop), sollen Gäste angelockt werden. Weiters wird mittels Social Media - Facebook & Instagram - auf unser Café aufmerksam gemacht.

Die Mitarbeiter werden mit der gebrandeten Arbeitskleidung ausgestattet.



”

Mitä tuuli kivelle mahtaa

Was kann der Wind dem Stein
schon anhaben

BRANDING

02

LOGO

Die Marke *Mökki* vereint finnische Natürlichkeit und modernes Design. Das Logo zeichnet sich durch seine organische Einfachheit aus. Auf Grund des spielerischen Umgangs mit Schrift, Farbe und Symbolik wird ein einzigartiges Markenbranding geschaffen.

Die Schriftzeichen erinnern an gewachsene Baumstämme. Das signifikante Symbol, das den Buchstaben „ö“ verdeutlicht, stellt die typische finnische Blaubeere dar.

MÖKKKI

LOGO

Das Logo der Marke *Mökki* kann in verschiedenen Varianten verwendet werden. Wichtig ist, dass das Logo gut erkennbar ist und ein ausreichender Kontrast mit dem Hintergrund gewährleistet ist. Monochrome Versionen in Graustufen, schwarz und weiß sind ebenso möglich, wie die Varianten mit dem Beeren-symbol in blau und orange.

Es ist darauf zu achten, dass das Logo nicht verzerrt dargestellt wird. Die Größe des Logos soll die Lesbarkeit nicht unterschreiten. Rund um das Logo soll genügend Abstand zu anderen Elementen gehalten werden.

MÖKKI

MÖKKI

MÖKKI

MÖKKI

MÖKKI

LOGO

Zur Veranschaulichung einige Varianten, die in dieser Art und Weise **nicht** erlaubt sind.

Wenn der Hintergrund ausreichend Helligkeit bietet, soll immer das Logo mit der bunten Beere und der grauen Schrift verwendet werden. Bei dunklem Hintergrund darf nur die weiße Variante verwendet werden.

Die Farbkombination blau und orange soll nicht eingesetzt werden.

MÖKKI

MÖKKI

MÖKKI

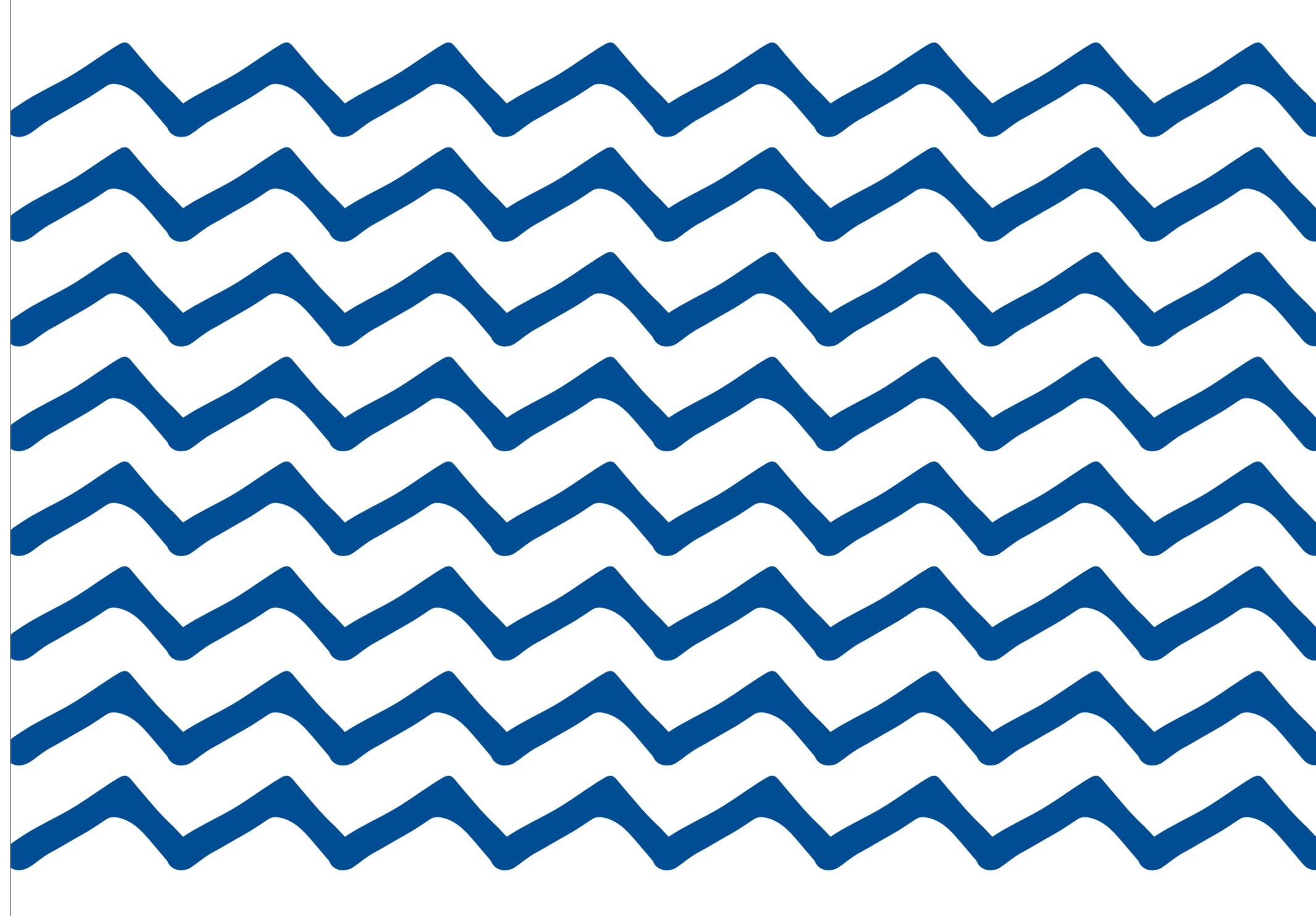
MÖKKI

MÖKKI

DESIGNELEMENTE

Zur Unterstreichung der finnischen Symbolik wurde ein Element entworfen, das sich kohärent im gesamten Design wiederfindet.

Finnland ist für seine Seenlandschaften bekannt, deshalb wurde dieses blaue Wellenmuster entwickelt. Auf dunklen Hintergründen wird es auch als weiße Variante verwendet. Diese Version soll Schneehaufen symbolisieren. Die Welle kann einzeln aber auch als vollflächiges Muster verwendet werden.



DESIGNELEMENTE

Das Beerensymbol aus dem Logo wird ebenfalls als Designelement verwendet. In den Farben blau, orange oder weiß, je nach Kontrast der durch den Hintergrund erzeugt wird. Gerne darf die Beere auch „angeschnitten“ werden.



FARBEN

Das Design der Marke *Mökki* kommt mit drei Hauptfarben aus. Blau steht für Finnland und die Blaubeere. Die Farbe Orange steht für die für Finnland typische Moltebeere. Der Grauton soll einen neutralen Kontrast zu den beiden bunten Farben erzeugen.

Je nach Anwendung und Medium sollen die vorgegebenen Farbwerte eingehalten werden, dies soll ein durchgängiges Farbdesign gewährleisten.

CMYK 100 65 0 15

RGB 0 76 217

HEX #004CD9

PANTONE 294

RAL 505

CMYK 0 55 100 0

RGB 255 115 0

HEX #ff7300

PANTONE ORANGE 021

RAL 2000

CMYK 0 0 0 80

RGB 51 51 51

HEX #333333

PANTONE 425

RAL 7024

TYPOGRAFIE

Für ein durchgängiges Design ist auch die Auswahl der Schriften von Bedeutsamkeit. Für das Corporate Design der Marke *Mökki* wurde auf vier Schriften gesetzt. Es handelt sich dabei um jeweils zwei korrespondierende Schriften für die Printproduktion, sowie für den Webauftritt.

Für gedruckte Medien werden die Schriften Neutra Text und Gazette eingesetzt. Für den digitalen Einsatz werden Montserrat und Georgia benutzt.

Neutra Text ist eine stilvolle, konstruierte, serifenlose Grotteskschrift. Obwohl diese Schrift geometrisch anmutet, hat sie doch eine humanistische und dynamische Ausstrahlung. Neutra Text wird im Design für Überschriften und für aussagekräftige Designvarianten eingesetzt. Eine Reihe von verschiedenen Schriftschnitten bietet eine vorteilhafte Flexibilität in der Anwendung.

NEUTRA TEXT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (.,:;?!\$@)

FINNNLAND

TYPOGRAFIE

Die perfekte Kombination zu konstruierten Groteskschriften bieten Schriften aus der Klasse der Barock Antiqua. Diese schönen Serifenschriften runden ein gutes Layout ab und bieten hohe Lesbarkeit.

Die Gazette ist eine Schrift dieser Klassifizierung und ist das perfekte Pendant zur konstruierten Neutra Text. Die Gazette wird für sämtliche längere Texte eingesetzt. Drei verschiedene Schriftschnitte werden angeboten.

GAZETTE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (.,:?!\$@)

SUOMI

TYPOGRAFIE

Als Äquivalent zur Neutra Text wird für den Webauftritt die lizenzfreie Montserrat benutzt. Diese Schrift glänzt durch ihr geometrisches Design und ist für Überschriften oder Call-to-Action Buttons geeignet.

Montserrat ist in zahlreichen Schriftschnitten bei Google Fonts frei erhältlich.

MONTSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (.,:?!\$@)

HELSINKI

TYPOGRAFIE

Den Schriftreigen beendet die bekannte Georgia. Ebenso wie die Gazette eine Barock Antiqua, die sich gut mit konstruierten Schriften verbinden lässt.

Georgia wird wegen ihrer guten Lesbarkeit häufig und gerne verwendet. Google Fonts bietet diese Schrift ebenso lizenzfrei an.

GEORGIA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 (.,:;!\$@)

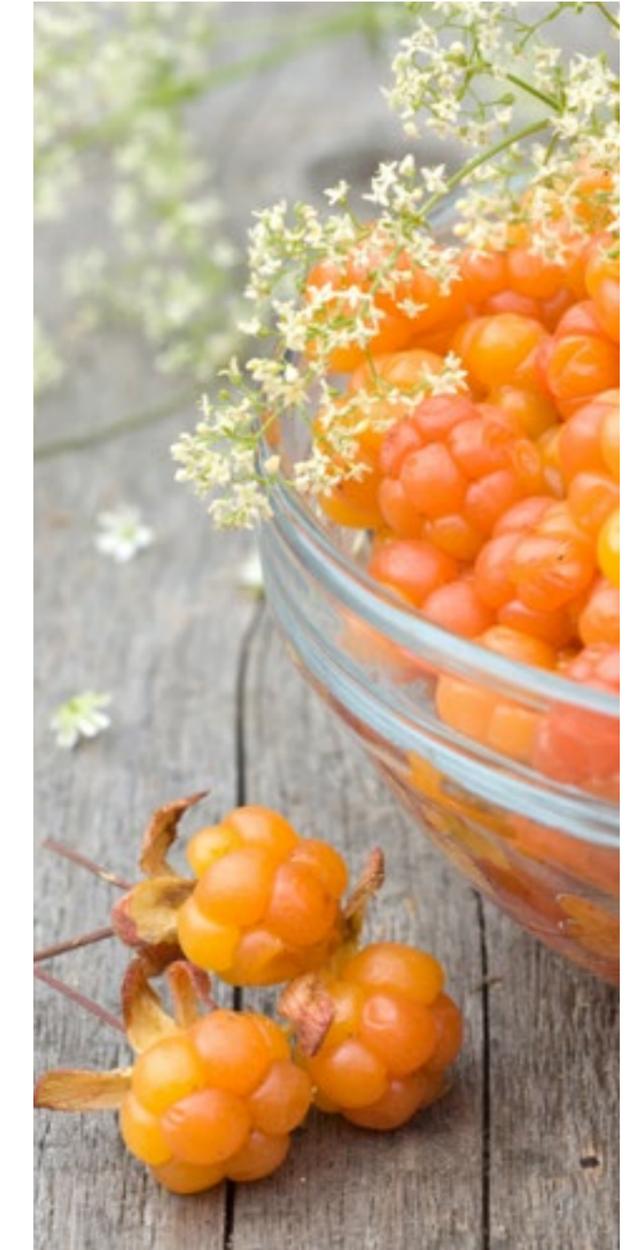
RENTIER

BILDERWELT

Die Bilderwelt zeigt die finnische Natürlichkeit, mit ihren wunderbaren Landschaften und den einzigartigen Früchten, die die Natur bietet.

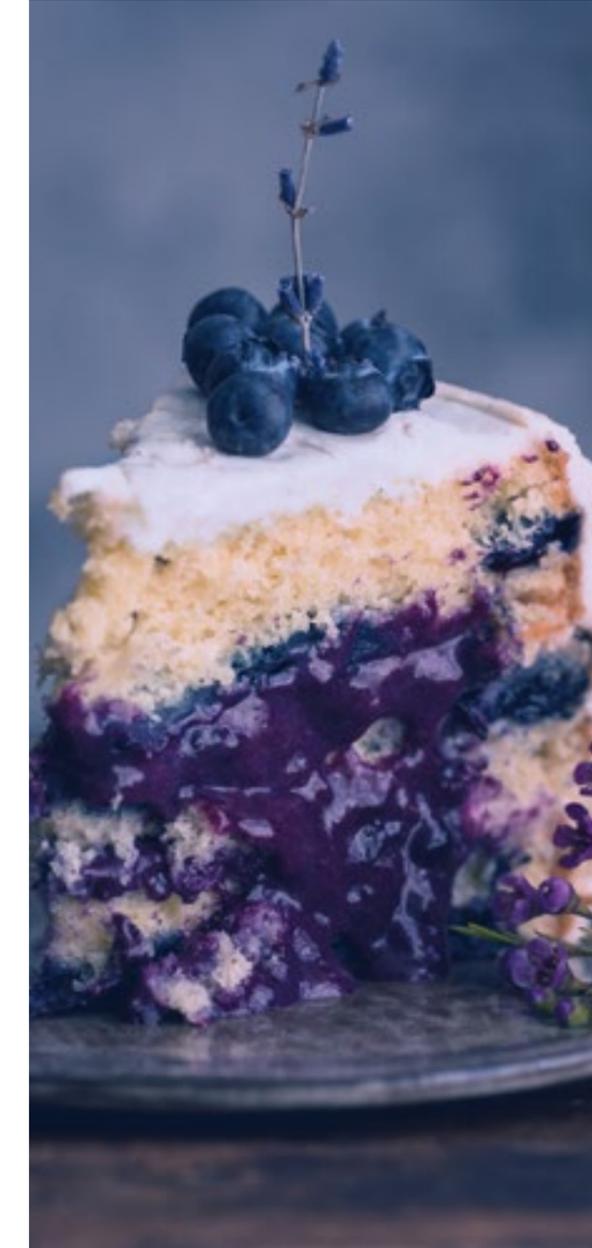
Die Bilder werden kontrastreich bearbeitet, dass die Farben gut zur Geltung kommen.

Als Designelement werden auch Bilder in monochromen Blautönen mit durchgehendem Wellenmuster, das Schritt für Schritt transparenter wird, eingesetzt. Beispiele dieser Designvariante sind im Brandbook ebenfalls zu finden.



BILDERWELT

Die angepriesenen finnischen Köstlichkeiten dürfen in der Bilderwelt nicht fehlen. Die ansprechenden Farben und die perfekte Qualität der Aufnahmen, sprechen die Geschmackssinne direkt an.



”

Uusi lumi on vanhan surma

Der neue Schnee ist der Tod des alten

STATIONERY

03

BRIEFPAPIER

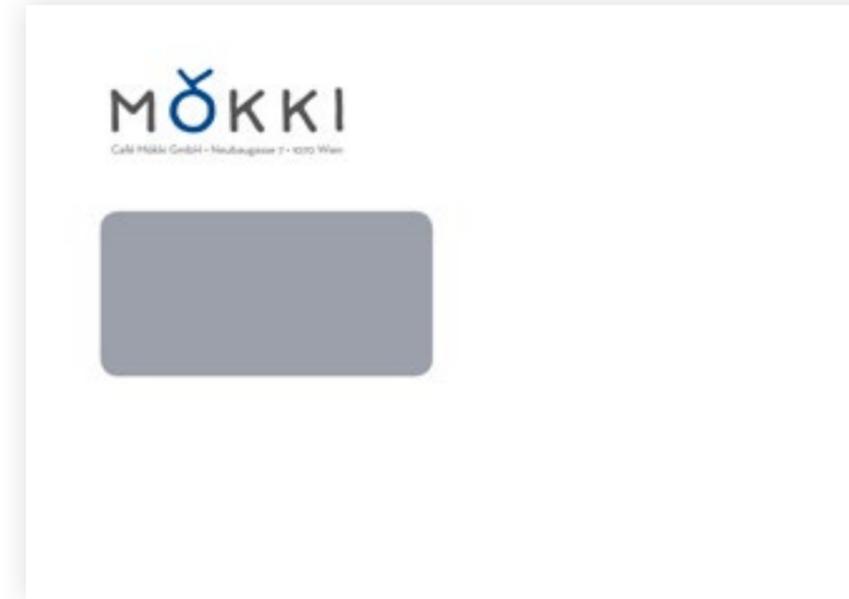
Für die Geschäftsausstattung wird nachhaltiges Papier verwendet, das aber auch für den Inkjet Drucker im Büro geeignet ist.

Das Briefpapier weist die wichtigsten Firmendaten auf und entspricht den Anforderungen. Das Logo hat genug Freiraum. Seitlich sind Falzmarken angebracht. Der Satzspiegel lässt genug Weißraum und die markante blaue Welle rundet das Design ab.



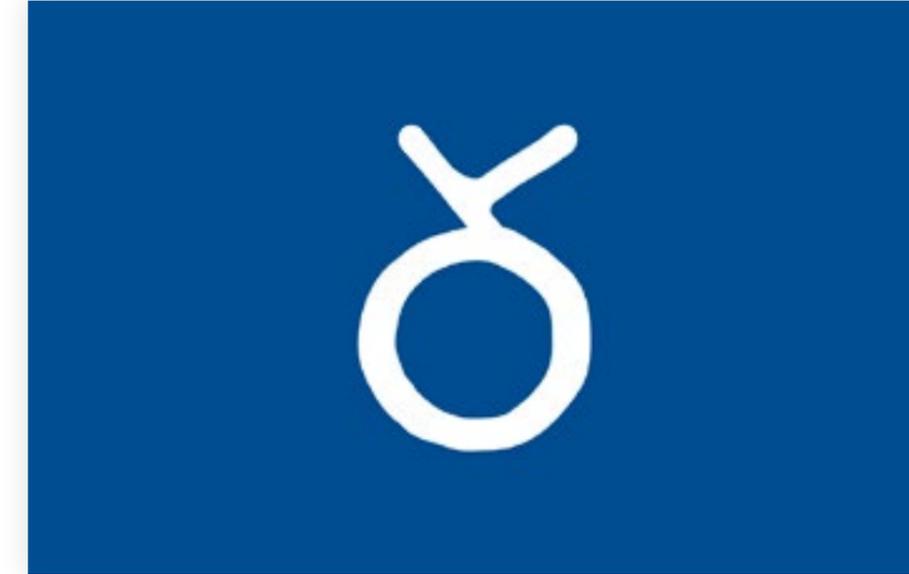
KUVERT

Die rückseitige Lasche des praktischen C5 Kuverts ist mit dem Wellenmuster bedruckt. Die für die Post relevante Kodierzone ist rundum freigehalten.



VISITENKARTE

Die Visitenkarte hebt sich kontrastreich vom Rest der Geschäftsausstattung ab. Die vollflächige blaue Rückseite mit dem weißen Beerenlogo zieht den Betrachter magisch an. Für den Druck wird hochwertiger 600 g/m² starker Visitenkarton verwendet. Das weiße Beerenymbol ist mit partiellem UV-Lack veredelt.



STEMPEL

Ein Stempel im Firmendesign darf nicht fehlen. Die nötigsten Daten sind gut lesbar und werden mit dem Designelement unterstrichen.



”

Ei silmä osaa ota

Das Auge nimmt nichts weg

WERBUNG

O4

PLAKAT

Plakate dienen als Instrument der Werbung im urbanen Raum. City-Lights sind eine effektive Variante, das neue Kaffeehaus zu bewerben. Die Bilderwelt wird auch hier dominant eingesetzt. Der Betrachter soll emotional angesprochen werden. Die Produkte sind das Aushängeschild des Unternehmens.



ROLL-UP

Verschiedenfarbige Roll-Ups werden als Werbemittel eingesetzt. Die Bilderwelt wird als Stilmittel verwendet, um die Blicke anzuziehen.



FOLDER

Der Folder spricht die To-Go Schiene des Kaffeehauses an. Wer keine Zeit hat, sich in gemütlicher Atmosphäre niederzulassen, soll nicht auf die delikaten Kaffee- und Dessertspezialitäten verzichten müssen. Die schmackhaften Gaumenfreuden können mitgenommen und überall verzehrt werden.



”

Vanha suola janottaa

Altes Salz macht durstig

LOKAL

OS5

GESCHIRR

Feines, aber belastbares Porzellan mit Firmen-
aufdruck. Für den Gast ansprechend und für
den täglichen Arbeitsprozess in der Gastro-
nomie optimiert.



VERPACKUNG TO-GO

Umweltbewusstsein spielt für die Verpackung eine große Rolle. Recyclingstoffe werden als Material gewählt. Für den Druck werden nachhaltige Farben verwendet. Im To-Go-Design wird auch speziell die Farbe Orange eingesetzt.



ARBEITSKLEIDUNG

Praktisch und designorientiert ist die Arbeitskleidung für die Mitarbeiter. Strapazierfähige Baumwollstoffe die jeder Belastung trotzen und auch bequem zu tragen sind. Die Firmeninsignien sind im Siebdruckverfahren aufgebracht.



FOODTRUCK

Für die mobile Verköstigung steht ein Foodtruck im Firmendesign zur Verfügung. Ausgestattet mit einer Schnellküche, lässt man die hungrigen Kunden nicht lange warten. Der Truck steuert zielgenau durch die Stadt, um an fixen Punkten die Köstlichkeiten anzubieten.



SCHILD

Ein Lichtblick zu jeder Tageszeit – das Firmenschild. Gut ersichtlich angebracht, soll es schon von Weiten potentielle Kunden anlocken. Als Verankerung ein edles Schmiedeeisengestell, das jeder Witterung stand hält.



BESCHRIFTUNG FENSTER

Ein Blickfang ist die Beschriftung der Fenster und der Eingangstür. Eine spezielle Sandstrahlfolie vermittelt ein hochwertiges Design.

Eine kostengünstige Variante die jederzeit erneuert oder verändert werden kann.



IMPRESSUM

DESIGN UND KONZEPTION

Andrea Schönhofer, Bsc
Sabine Hubner, Bsc
Maximilian Döringer, Bsc
Gerald Neubacher, BA

Gestaltung Brandbook: Gerald Neubacher, BA



Masterklasse Digitale Medientechnologien
Lehrveranstaltung Corporate Design: Mag. Jochen Elias



