



*Corporate Design Manual*

## Vorwort

*Das Corporate Design von „Vinzi's Donut“ sorgt für einen freundlichen Auftritt des Unternehmens und zeigt durch die kompakte und verspielte Gestaltung, eine angenehme Ausstrahlung.*

*Das vorliegende CD Manual enthält die wichtigsten Informationen rund um die visuellen Gestaltungselemente, Schriften und Richtlinien sowie deren Anwendung.*

## INHALT

### **Einführung**

Vorwort .....	3
Inhalt .....	3

### **Erscheinungsbild**

Zielgruppe .....	3
Auftritt .....	3
Claim .....	4

### **Logo**

Hintergründe .....	5
Schutzraum .....	5
Verwendung .....	6
Entwicklung .....	7

### **Farbe**

Hauptfarben .....	8
-------------------	---

### **Schrift**

Hausschrift .....	9
-------------------	---

### **Gestaltungsraster**

Grundlinienraster .....	10
Abstand zum Rahmen .....	10

## Zielgruppe

*Die Zielgruppe von „Vinzi's Donut“ umfasst insbesondere junge Menschen, jeden der Süßes mag, sowie regelmäßige Stammkunden. Durch unsere vielfältiges Sortiment können wir beinahe jedem Geschmack gerecht werden.*

## Auftritt

*„Vinzi's Donut“ möchte mit seinen Produkten seine Kunden ehrlich mit einem Imbiss versorgen, der ihnen den Magen füllt und nicht mehr verspricht als er hält. Hierfür benutzen wir ausschließlich natürliche, und wenn möglich regionale Produkte. Unsere Donuts werden mehrmals täglich direkt im Laden frisch zubereitet und noch am selben Tag verkauft. Unsere Mitmenschen und unsere Umwelt ist uns wichtig, deshalb werden übrig geblieben Waren jeden Abend an gemeinnützige Stiftungen weitergegeben.*



## Claim

Bei „Vinzi's Donut“ handelt sich um einen familiengeführten Betrieb, der seinen Fokus darauf gelegt hat, seinem Kunden für minimalste Aufwendung einen Imbiss zu geben, der kurzfristig den Magen füllt, und dies in seinem Claim widerspiegelt.

Mit „Loch im Magen? Donutladen!“ sollen außerdem Passanten neugewonnen werden, die beim Vorbeilaufen am Laden und beim Lesen des Slogans Hunger assoziieren und darauf in das Geschäft eintreten. Dank des Reimes ist der Claim einprägsam und bleibt im Kopf, gleichzeitig ist er einzigartig auf dem Markt und steht nur mit „Vinzi's Donut“ in Verbindung.

In der Regel tritt der Claim nicht gemeinsam mit dem Logo auf, da diese aufgrund schwieriger Hierarchisierung im Konflikt zueinander stehen.

LOCH IM MAGEN?  
DONUTLADEN!



## Hintergründe

Der Fokus liegt auf dem D, welches durch einen angebissenen Donut symbolisiert wird. Oft gesehen ist die Verwendung des Donuts an Stelle des O's, was bei „Vinzi's Donut“ nicht der Fall ist. Dies lässt das Logo flüssig einlaufen und bildet so keine Unterbrechung.

## Schutzraum

Als Schutzraum dient das innere D des Donuts.



## Verwendung

Das Logo darf proportional beliebig in jede Größe skaliert werden. Als Minimalgröße gelten 7,5 mm in der Höhe.

Bei der Verwendung in Graustufen ist ein Schwarzanteil von 40% vorgeschrieben.

Die nächstbeste Version zu einem Halbtonlogo ist das vollschwarze Logo.



## falsche Verwendung



## Entwicklung

Vorerst wurde mehr Wert auf eine Bildmarke gelegt, doch dadurch ist der Schriftzug bei Verwendung in kleiner Größe unleserlich.

Entwurf 2 bis 6 dienen zum Test verschiedener Schriftarten. Entwurf 3 bildet zu starke Höhenunterschiede der Buchstaben und ist somit unleserlich. Entwurf 5 entspricht der Urschrift, jedoch in erhöhter Schriftstärke. Aufgrund der verschiedenen Buchstabenneigung entfiel dieser Vorschlag. Ebenso Idee 6 – jedoch wegen der Verspieltheit.

Somit bleibt Entwurf 4, welcher locker, aber trotzdem in allen Größen gut lesbar ist. Also entstand Konzeption 7 im getrennten Stil. Da das Wort „House“ nun frei im Raum hängt, wurde dies auf „Vинzi's Donut“ abgeändert und neu angeordnet. Um eine verstärkte Trennung der Wörter herzustellen, bekam der Teil „Vinzi's“ ebenfalls das Candy-Pink.

Entwurf 1:



Donuthouse

Entwurf 2:



Entwurf 3:



Entwurf 4:



Entwurf 5:



Entwurf 6:



Entwurf 8:



Finales Logo:



## Hauptfarben

Man assoziiert mit den Farben Candy-Pink und Cloudy-Blue die allbekanntesten Donut-Glasuren. Beide Farben sind sehr freundlich und harmonisieren miteinander.

Des Weiteren symbolisiert die Farbe Gold-Dough, wie der Name schon preisgibt, einen Goldbraunen Donutteig.

### Candy-Pink

**CMYK:** 2-61-3-0  
**RGB:** 236-132-177  
**HEX:** # ec84b0  
**Pantone:** 204 C



### Cloudy-Blue

**CMYK:** 45-1-15-0  
**RGB:** 150-209-220  
**HEX:** # 96d1dc  
**Pantone:** 629 C



### Gold-Dough

**CMYK:** 2-24-58-0  
**RGB:** 249-202-125  
**HEX:** # f9ca7c  
**Pantone:** 1345 C



## Hausschrift

Die Schriftart „Take it Easy“ entspricht der, des Logos und bildet somit einen starken Wiedererkennungswert. Sie wird lediglich für den Gebrauch von großen Überschriften verwendet wie z. B. für die Überkategorie „Donuts“ auf der Speisekarte. Für Detailtexte jedoch ist sie nicht vorgesehen.

Für Unterüberschriften wird die Schriftart „Raleway Semibold Italic“ verwendet. Sie ist gut leserlich und sehr plakativ.

Der Fließtext, wie auch Detailtext stammt ebenfalls aus Schriftfamilie Raleway, jedoch im dünneren Stil. Dadurch, dass der Schriftschnitt kursiv ist, behält das Schriftbild seinen Schwung bei.

### Überschriften

TAKE IT EASY

### Unterüberschriften

**Raleway Semibold Italic**  
*Raleway Semibold Italic*

### Fließtext (8 pt)

*Raleway Italic*

### Detailtext (6 pt)

*Raleway Italic*

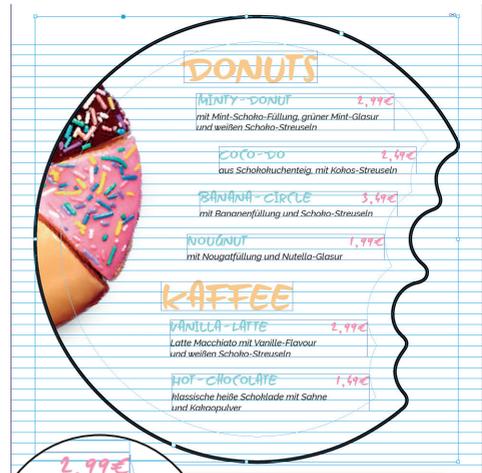
## Grundlinienraster

Aufgrund einer Standard-schriftgröße von 8 pt ergibt sich ein Grundlinienraster mit einer Zeilenhöhe von 9,6 pt.

Bewusst wurde bei den Überschriften mit einem Grundlinienversatz gearbeitet, da sich andernfalls zu hohe bzw. zu geringe Abstände ergeben, welche das luftige Gestaltungskonzept zu sehr stören.

## Abstand zum Rahmen

Um das Gesamtbild genauso flüchtig, wie die Süßwaren wirken zu lassen, wurde als Schutzraum zur Außenkontur ein Abstand von 8 mm vorgesehen.



# 2016

*Für individuelle Projekte,  
die keine Lösung durch den  
Style-Guide hervorbringen, ist  
Vinzi's Donut zu kontaktieren.*

---

**Vinzi's Donut Kontakt  
Corporate Design**

Vinzi's Donut  
Vinzent Zörlaut  
Freinzweg 19  
87452 Kempten  
0831 82 1231

**LOCH IM MAGEN?  
DONUTLADEN!**