

café
BERLIN
Cozy - Simple - Calm

Name: Angelina Rubow
Class: PBM2H24A

ANNEX

Außerdem fand ich es sehr unprofessionell von manchen Lehrern – ich werde keine Namen nennen – uns zu sagen, dass wir während der KOM-Woche auch über Teams mit ihnen kommunizieren können und Feedback holen können, um unsere Projektaufgaben fertigzustellen, aber dann hört man, dass die Nachrichten gesehen, aber nicht beantwortet wurden. Und als dann tatsächlich nach wiederholter Anfrage 3-4 Tage später geantwortet wurde, kam keine Entschuldigung oder Erklärung, warum sie nicht geantwortet haben, sondern nur die Aussage, dass wir ja Glück hätten, dass auch am Wochenende auf Teams geschaut wurde (obwohl die Nachricht offensichtlich schon gesehen wurde). Dieses Verhalten finde ich unakzeptabel, da viele von uns wirklich versuchen zu lernen und Feedback von den Experten zu bekommen, wofür wir ja auch bezahlen, und das dann mit fast schon Arroganz beantwortet wird.

Alles in allem war das Projekt sehr holprig aufgestellt und hat besonders zum Ende hin extrem an den Nerven und auch an der psychischen Gesundheit gekratzt.

PREFACE

“Coffee is a language in itself.” – Jackie Chan

The world we live in is full of hustle and bustle most of the time. Café Berlin, on the other hand, offers a place of peace and simplicity. Our motto is: less is more – less distraction, less unnecessary abundance, but space for the essential: the enjoyment of the moment.

Our resources are carefully selected, and coffee craftsmanship. Everything that happens within our walls is authentic and in harmony with nature. We are not interested in unnecessary frills. We concentrate on the essentials:

We believe that beauty lies in simplicity. It is important to us to emphasize craftsmanship and the careful selection of our ingredients. We promise that every drink, every dish here is prepared with love and dedication.

Our café is not just about coffee or pastries. It's about finding a moment of silence and enjoyment in an often noisy world. That's why we offer an uncomplicated service – from ordering to payment.our café is a retreat where you can simply enjoy yourself.

Reduced, but just right, we look forward to welcoming you here.

LOGO (cmyk)



- Nur zu nutzen mit passenden Kontrasten -

ANNEX (Personal conclusion - Deutsch für besseres Lesen)

Also in erster Linie fand ich, dass das Projekt technisch gesehen mit 8 Wochen Bearbeitungszeit genug Spielraum gegeben hat, um die Aufgaben ordentlich zu bearbeiten und fertigzustellen. Auch wenn zwischendurch mal unerwartete Probleme auftreten sollten, hätte man diese innerhalb des Zeitrahmens gut lösen und an den Aufgaben weiterarbeiten können.

ABER die Organisation und die Starthilfen für das Projekt waren einfach schlecht.

Uns wurden in fast allen Fächern, bis auf in den Fächern IMG und LAT, kaum Starthilfen gegeben oder es wurde nicht wirklich erklärt, wie wir arbeiten sollen oder was die unterschiedlichen Stile überhaupt ausmachen. Besonders im Fach COD habe ich mich am wenigsten auf die Aufgabe vorbereitet gefühlt. Wir wurden in fast jedem Fach ins kalte Wasser geworfen und mussten uns jede Kleinigkeit selbst erarbeiten.

Das schließt in die Fächer mit ein:

COD: Recherche über die einzelnen Stile, was ein Design-Manual überhaupt ist, wie das aussieht, was rein muss. Erst zum Ende des Projektes wurde uns ein Beispiel gezeigt, an dem wir uns schon von Anfang an hätten orientieren können. Dieses Beispiel wurde uns aber nicht wirklich zur Verfügung gestellt, sondern einfach danach wieder vergessen.

LAT: Die Informationen, die ein Imageplakat darstellen sollen, oder auch mal ein Beispiel zu zeigen.

FEE: Beispiele für Websites der einzelnen Stile oder generell Richtlinien für die Website geben - und nicht so unkonkret, dass man nur eine Beispiel-Website bearbeitet hat, an der noch nicht wirklich viel dran war.

Neben diesem Faktor gab es noch das Ereignis der KOM-Woche, die uns kurz vor der Abgabe eine ganze Woche an Arbeitszeit geraubt hat. Ich weiß nicht, wer auf die Idee gekommen ist, die dahin zu legen, aber derjenige hat dafür gesorgt, dass der Stresspegel der ganzen Klasse um mindestens 50% gestiegen ist. Vor allem ich, die kein Bafög bezieht und auch nach der Schule regelmäßig arbeiten gehen muss, um mir diese Ausbildung leisten zu können, bin extrem in Verzug mit Aufgaben gekommen, bei denen ich eigentlich schon weit gekommen war. Ich musste sehr oft bis in die Nacht an meinem Projekt arbeiten, da natürlich die KOM-Woche auch von uns verlangte, dass wir am Nachmittag Vorbereitungen für die nächsten Tage und Präsentationen treffen, was wiederum zu Schlafmangel und Einschränkungen meiner mentalen Gesundheit führte - was eigentlich bei mir persönlich sehr schwer zu erreichen ist.

ANNEX
(Conclusion – Deutsch für besseres Lesen)

Ein Design Manual ist das Herzstück eines guten Corporate Designs. Ohne dieses fehlen die grundlegenden Richtlinien, die die Markenidentität definieren. Informationen wie die Logo-Gestaltung, die festgelegte Farbpalette und die Hausschrift sind darin enthalten und bilden den Grundstein des Unternehmens.

Die Logo-Gestaltung war für mich anfangs schwierig, weil ich eine Wortmarke mit einer Bildmarke kombiniert habe. Das führte dazu, dass ich anderthalb Wochen mit einem Entwurfslogo gearbeitet habe, das nicht richtig funktionierte. Nach Rücksprache mit meinen Mitschülern habe ich mich entschieden, den Stil zu wechseln. Durch den Fokus auf Minimalismus fielen mir mehr Beispiele für Wortmarken ein, was mir bei der Entwicklung geholfen hat.

Nachdem ich meinen Stil geändert hatte, habe ich eine neue Zielgruppenanalyse durchgeführt, weil sich die Ansprache von glamourös zu minimalistisch stark unterscheidet. Diese Analyse hat mir geholfen, die Gestaltung gezielt neu zu beginnen. Ich muss sagen, dass es schwierig war, ein Logo von Grund auf zu entwickeln, ohne vorher konkrete Vorgaben oder Übungen durchgegangen zu sein. Für mich persönlich wäre etwas mehr Anleitung hilfreich gewesen, anstatt selbst im Internet recherchieren zu müssen und mich dabei von den gefundenen Beispielen beeinflussen zu lassen oder sie unbewusst zu kopieren.

Die Absprachen mit meinem COD-Dozenten haben mir aber sehr geholfen. Durch seine Rückmeldungen habe ich neue Perspektiven auf mein bereits entwickeltes Logo gewonnen. Mein Logo ist sehr schlicht gehalten – eine einfache, geradeaus gestaltete Wortmarke, wie es die Aufgabe verlangt hat. Ich habe versucht, den Stil von Berlin zu vereinen: das etwas Altmodische (durch die Berlin-Schrift) und das Moderne und Digitale (durch die Schrift „Source Code Variable“). Auf den Tipp meines Dozenten hin habe ich dann sogar festgestellt, dass ich unbewusst das Brandenburger Tor in meiner Wortmarke angedeutet habe.

Meine Farben habe ich in wärmeren Tönen gehalten, die gut miteinander harmonieren. Zusätzlich habe ich Sekundärfarben eingesetzt, um Akzente zu den Primärfarben zu setzen.

Insgesamt bin ich zufrieden mit meiner Leistung im Fach COD – auch wenn es einige Schwierigkeiten gab und mein Ergebnis noch nicht zu 100 % professionell wirkt. Das liegt wahrscheinlich daran, dass wir alle noch keine Erfahrung mit der Erstellung eines Design Manuals haben. Trotzdem war die Erfahrung sehr wertvoll, und die Kenntnisse, die ich daraus ziehen konnte, sind enorm. Ich habe gelernt, wie man ein Logo oder eine Wortmarke entwickelt, wie diese angeordnet werden sollen und welche Bedeutung die Farben eines Unternehmens haben – und was man dabei alles beachten muss.

LOGO
(semitone)



LOGO
(Black-white)

café
BERLIN
Cozy - Simple - Calm

ANNEX
(Verworfenes)



SOURCES

Coffee with bear ice cubes:

- <https://images.app.goo.gl/xget8Xzd6B9Zbwjx8>

Tiramisu:

- <https://pin.it/3EtMbTjmi>

Dalgona Latte:

- <https://images.app.goo.gl/8bGTqEw5cmxFDoV58>

Sign Cafe Front Blank:

- <https://images.app.goo.gl/Sag2HqkmCL6iaMkc8Moodboard>

Colours:

- <https://images.app.goo.gl/NVWqbx9E81XDCVTy5>
- <https://images.app.goo.gl/ywy5VTVQPNXXr2qv7>
- <https://images.app.goo.gl/bUYKth45fe7sqxus7>
- <https://images.app.goo.gl/sdi7L9meKeXPJ62cA>

Employees Images:

- <https://de.pinterest.com/pin/889812838858914029>
- <https://in.pinterest.com/pin/873205815225240965/>
- <https://in.pinterest.com/pin/313774299052878463/>
- <https://in.pinterest.com/pin/92605336080478923/>

Placeholder images on the website:

- <https://www.blessroll.com/dessert-menu.html>
- <https://www.blessroll.com/coffee-menu.html>

Schrift: <https://de.pinterest.com/pin/46795283621596812/>

LOGO
(Negative)

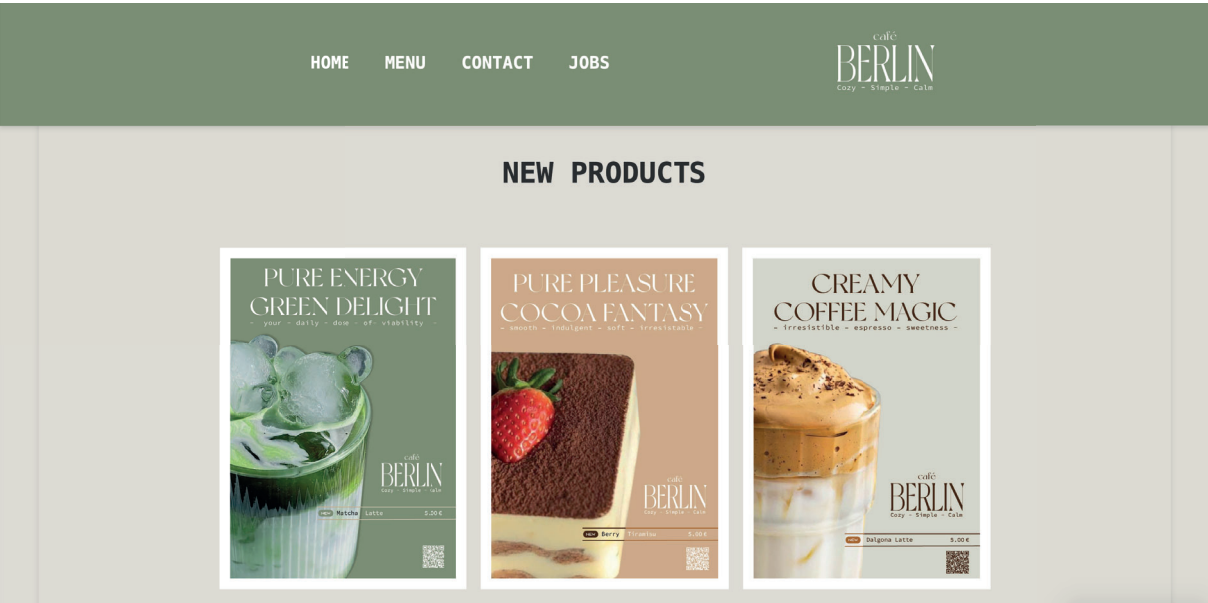
café
BERLIN
Cozy - Simple - Calm

LOGO
(Sizes)

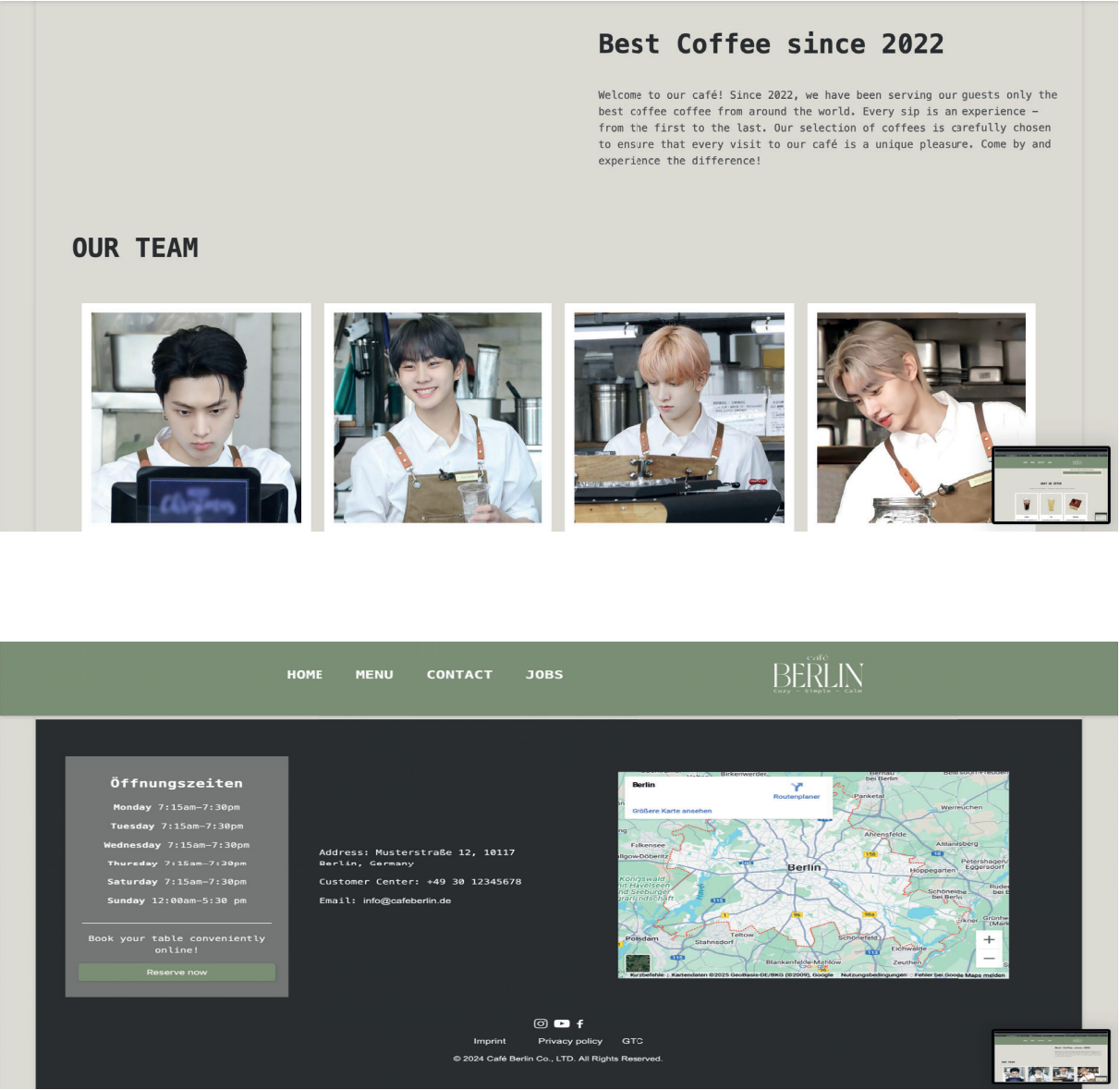
min. size: 10 mm, but without the logo signature: Cozy-Simple-Calm



REALISATION
(Subject FEE)



REALISATION
(Subject FEE)



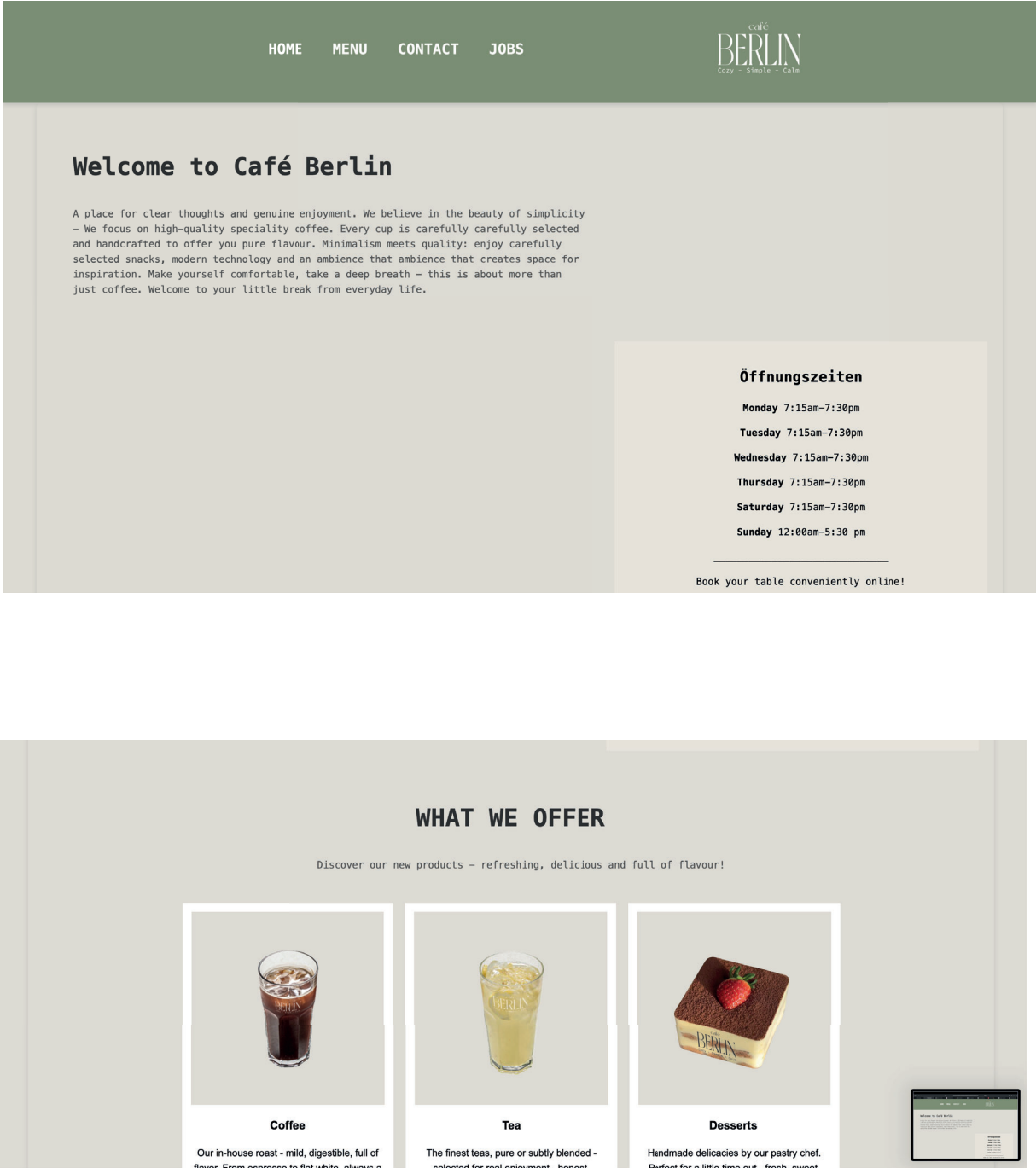
LOGO
(Shelters)



LOGO
(CLAIM)



REALISATION
(Subject FEE)



REALISATION

(Subject IMG)



LOGO

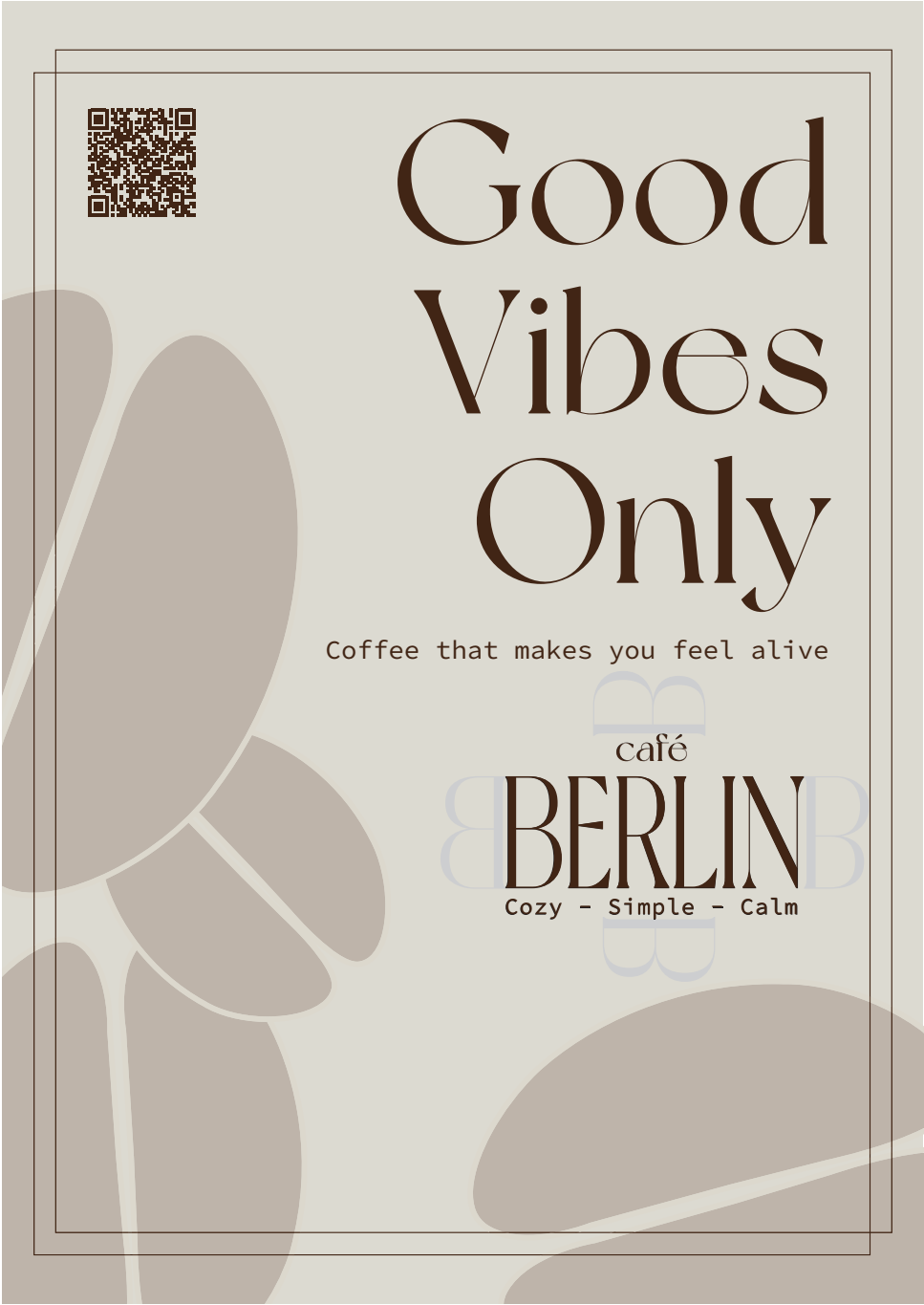
(Dont's)



COLOUR CLIMATE



REALISATION
(Subject LAT)



REALISATION
(Subject LAT)



COLOUR CLIMATE
(Primary colours)

CMYK: 13 / 10 / 15 / 0
RGB: 228 / 225 / 218
HEXA: #E4E1DAF

Minimalist & Elegant: Describes a simple, clear and modern aesthetic.
Natural: warmer than pure white, reminiscent of ceramics - much more like ceramic cups.
Versatile: can be easily combined with other minimalist shades.
Associations: Reminiscent of Oatmilk and the drinks that are made with it.

CMYK: 16 / 29 / 46 / 6
RGB: 211 / 178 / 140
HEXA: #D3B28CFF

Natural & creamy: a warm color that is reminiscent of natural materials
Connection to coffee: reminiscent of caramel, freshly baked or latte art.
Warmth & coziness: combination of cream and brown, creates an inviting atmosphere.
Restrained: looks modern without having an obtrusive character.

CMYK: 13 / 10 / 15 / 0
RGB: 228 / 225 / 218
HEXA: #809671

Natural & calming: conveys a sustainable and cozy concept.
Nature & freshness: association with matcha, herbs or natural aesthetics, emphasizes the value of fresh ingredients and an environmentally conscious, healthy corporate design.
Down-to-earth: does not appear too gaudy, but minimalist and harmonizes well with neutral off-white colors

CMYK: 51 / 29 / 55 / 12
RGB: 134 / 147 / 118
HEXA: #869376

Consistency: conveys a calm, reliable aura. Unlike a bright green it stands for stability.
Freshness & quality: impression of freshness without appearing artificial
Seasonal concept: serves as a neutral base that can be supplemented with accent colors or secondary colors depending on the season

COLOUR CLIMATE

(Secondary colours)

CMYK: 14 / 15 / 27 / 1 RGB: 224 / 213 / 191 HEXA:#E0D5BF

Gentle addition: brings a calm, understated component to the design.
Natural: reminiscent of sand or eggshells/ Provides a calming atmosphere.

CMYK: 5 / 13 / 34 / 0 RGB: 245 / 223 / 182 HEXA:#F5DFB6

Liveliness: warm and yellowish nuance brings a friendly, fresh feeling into the room.
Mood-enhancing: yellow is associated with positive energy.

CMYK: 16 / 29 / 46 / 6 RGB: 211 / 178 / 140 HEXA:#D3B28C

Gentle warmth: brings a subtle warmth to the design that is pleasant and not dominant.
Harmony with primary colors: harmonizes without disturbing the clarity of the minimalist design.

CMYK: 28 / 62 / 90 / 15 RGB: 171 / 102 / 42 HEXA:#AB662A

Accent color: complements the more neutral tones (brings a certain depth)
Coffee & tea related: Hue reminiscent of certain teas like the Assam or coffee promises a strong connection with the products of a café

CMYK: 27 / 75 / 85 / 18 RGB: 166 / 77 / 45 HEXA:#A64D2D

Tea & Spices: reminiscent of chai/herbal teas and more, often associated with spices such as cinnamon; reflects the warm sustainable tones associated with such products.

CMYK: 49 / 71 / 81 / 66 RGB: 74 / 44 / 26 HEXA:#4A2A1A

Depth & elegance: gives an upscale touch and can be well integrated into the interior
Rich in contrast: creates a noble contrast to the lighter primary colors

CMYK: 46 / 48 / 67 / 42 RGB: 110 / 94 / 67 HEXA:#6E5E43

Rustic minimalism: combines traditional craftsmanship with modern style
Color balance: blends well with the green tones

REALISATION

(Subject LAT)



REALISATION
(Subject LAT)



TYPOGRAPHY
(House typography)

The harmony between New York and Source Code Variable is created by the contrast between classic elegance and modern simplicity. New York offers tradition and stability, while Source Code Variable emphasises functionality and precision. Together they create a balanced, calm atmosphere that is both aesthetic and functional

NEW YORK

This serif font combines classic elegance with a modern look. It reflects tradition and stability, which is particularly well suited to the Berlin location. With clear lines and a structured form, it appeals to creative target groups such as freelancers, designers and students. Its sophistication and quality fit perfectly into the minimalist context of the café and emphasise the desire for aesthetic simplicity and functional beauty. The typeface brings calm and value to the space and creates an atmosphere that appeals to creative people who prefer an understated and inspiring environment.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Source Code Variable

Is a sans serif, modern font with clear, geometric shapes. It emphasises functionality and precision and fits perfectly with the minimalist design. The font appeals to a technology-savvy target group and combines clarity with simplicity. In combination with New York, it creates a balance between aesthetic appeal and practical functionality for conscious consumers.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

TYPOGRAPHY

(+ Web presence)

Helvetica

This sans serif font impresses with its clear, reduced form, which is particularly suitable for digital use. Compared to the serif NEW YORK, Helvetica offers better legibility on screens, as its simple, straight lines remain sharp and clear even at smaller font sizes or lower resolutions. Its neutral and timeless design ensures that text appears consistent and easy to read on a variety of devices, from smartphones to large monitors, and while NEW YORK with serifs conveys a classic elegance, this can lead to blurring or a choppy appearance on digital displays.

Helvetica, on the other hand, is optimised for modern display technologies and remains clearly legible with variable screen quality.

Helvetica's versatile, no-nonsense aesthetic appeals to a broad, urban audience and fits particularly well into digital environments that focus on functionality and user-friendliness. Its clarity and simplicity create an intuitive reading experience and support a modern, professional brand image - ideal for web presences that prioritise accessibility and clarity.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

REALISATION

(Subject LAT)

