

Styleguide



KAFFETÅR'N

2021

Indholdsfortegnelse

Introduktion	3
Brand	4
Kerneværdier	4
Tone of Voice	5
Logo	6
Typer af logo	6
Form og farver	7
Farver	8
Typografi	9
Billeder	10
Stemning	10
Kvalitet & størrelse	10
Video	11
Stemning	11
Opløsning og format	11
Videoeksempler	12
Grafiske elementer	13
Sociale medier	16
Facebook	16
Instagram	16

Introduktion

Hvad er formålet med guiden?

For at få et ens udtryk for KAFFETÅR'N, på tværs af forskellige medier, som fx. hjemmeside, sociale medier, printet materiale mv. er denne guide udarbejdet med en række retningslinje til at hjælpe med dette.

Hvem kan bruge guiden?

Guiden kan bruges af professionelle eller øvede amatører, der skal designe digitalt eller lave printet materiale, for KAFFETÅR'N

Hvad er KAFFETÅR 'N?

KAFFETÅR'N er en lille café, der ligger i bunden af det gule vandtårn i Nykøbing F.

Caféen åbnede i 2020 efter ejeren Dea, overtog lokalet og drømmen om at servere en god kop kaffe, sandwich, kage eller andet, lavet på friske lokale råvare, i rare, trygge omgivelser, blev en realitet.

Brand

Kerneværdier

For KAFFETÅR'N, er der tre værdier, der er det overordnede budskab for caféen og vigtig del af forretningen.

Lokale Råvare

hvor det er muligt, at bruge råvarer, der er dyrket af den lokale landmand eller varer, der er produceret af lokale virksomheder.

At fokusere på, at lave det meste fra bunden efter egne opskrifter.

Genbrug

At gå op i genbrug og miljøet, lige fra maden der laves, til møblerne og indretningen i caféen.

At gå op i at bruge så mange af de indkøbte råvarer, til så mange forskellige retter som muligt og mindske madspild.

At finde møbler og inventar på de lokale loppemarkeder eller fra folk, der gerne vil donere fx deres gamle duge eller service til caféen.

Hygge og Tryghed

Alle er velkomne, uanset hvem man er eller hvad man har på hjertet.

Fokus ligger i, at det skal være hyggeligt og afslappende samt en stemning af hjemlighed.

Brand

Tone of Voice

Når der kommunikeres, er det vigtigt at talen i det skriftlige materiale er:

- Kort og præcis
- Let forståelig og ikke for abstrakt
- Skrevet i nutid
- En 1. eller 3. person fortæller

Stemningen i teksten skal skabe en følelse af hygge, hjemlighed, afslappethed og tryghed, og skal være med til at vise stemningen og stilen i caféen.

Den skal være imødekommende, gerne personlig og må gerne have lidt hverdagshumor i sig, som kan bringe et smil fra hos modtageren.

Et eksempel på Tone of Voice

Logo

Typer af logo

KAFFETÅR'N har tre forskellige logotyper, der kan bruges på forskellige måde:

1. Logo/bomærke

Bruges som ikon eller profilbillede fx de sociale medier.

2. Logotype

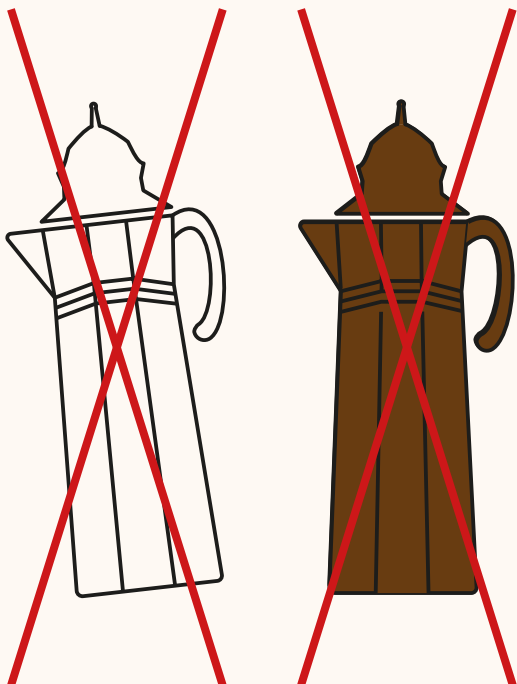
Er KAFFETÅR'Ns reele varemærke, og skal som udgangspunkt bruges til hjemmeside, skilte og andre større digitale og printede materiale.

3. Logolockup

Bruges til mindre printet materiale som fx visitkort, flyers og lignende.



Logo



Form og farver

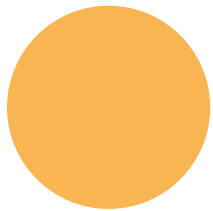
De tre logotyper er KAFFETÅR'Ns kendetegn og må derfor ikke laves om, så fx. former, farver, eller typografi bliver anderledes end de tre typer, der er vist på forrige side.

Logoet må heller ikke være pixeleret eller sløret, det skal kunne ses tydeligt i forhold til baggrund eller andre grafiske elementer.

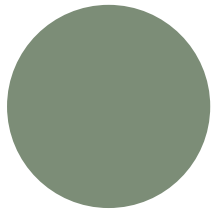
Det er også vigtig, at det er plads rundt om logoet, så det ikke står for tæt på andre grafiske elementer.



Farver



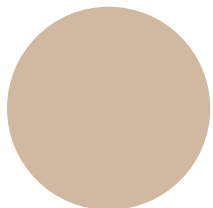
HSB: 36/67/97
RGB: 248/181/81
CMYK: 1/34/74/0
HEX: #f8b551



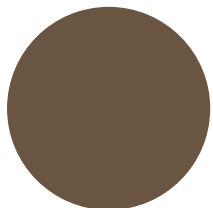
HSB: 106/16/55
RGB: 124/141/119
CMYK: 54/31/53/14
HEX: #7c8d77



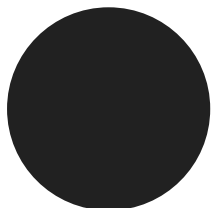
HSB: 33/4/100
RGB: 254/249/243
CMYK: 0/3/5/0
HEX: #fef9f3



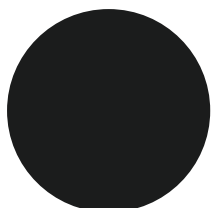
HSB: 29/23/82
RGB: 209/184/160
CMYK: 18/27/37/4
HEX: #d1b8a0



HSB: 30/38/41
RGB: 105/85/65
CMYK: 44/51/63/46
HEX: #695541



HSB: 0/0/13
RGB: 33/33/33
CMYK: 74/65/60/79
HEX: #212121



HSB: 180/4/11
RGB: 27/28/28
CMYK: 76/66/61/81
HEX: #1b1c1c

Farver her kan anvendes fri og i forskellige sammenhæng, så længe det er de syv vidste farver til venstre.

Dog skal den gule farve altid være repræsenteret på den ene eller anden måde, fx. som et grafisk element da den bruges som en brandfarve.

Sort og hvid farve kan anvendes til nød, dog kun meget lidt og helst som farver til typografi, eller andre mindre grafiske elementer.

I tilfælde, hvor det kan være nødvendigt, kan lysbalancen justeres i farveren, så de bliver en smule lysere eller mørkere.

Dog må farverne ikke ændre fuldstændig karakter eller på anden vis, bryde brandets koncept.

Typografi

Overskrifter

Futura PT Cond Medium 40 pkt.

Futura PT Cond Book 40 pkt.

Futura PT Cond Medium 30 pkt.

Futura PT Cond Book 30 pkt.

Futura PT Cond Book 20 pkt.

Brødtekst

Jost Regular 16 pkt.

Jost Regular 14 pkt.

Jost Regular 12 pkt.

Knapper

Futura PT Cond Medium 24 pkt.

Futura-pt-condensed og Jost skal bruges til henholdsvis overskrifter og brødtekst, både til digitale og printet materiale.

Man kan godt bruge andre størrelser, og tykkelser, end dem der er vist, så længe de passer ind til tidligere design og bruges hierarkisk korrekt.

Farven til typografien, kan være en af de farver, der er vist i afsnittet "Farver", samt hvid og sort.

Tekst skal altid være let at se og skille sig ud fra baggrunden eller andre grafiske elementer, så budskabet eller informationen let kan læses.

Billeder



Stemning

For at billederne udtrykker det samme som brandet værdier, er det vigtig at billederne udtrykker en stemning så som hjemlighed, hygge, varme eller afslappethed.

Det er også vigtig, at billederne indholder elementer fra caféen der afspejler stilen som fx træelementer, service, mad mm.

Kvalitet & størrelse

Billeder skal altid være klare, pæne og må ikke være pixelerede, uanset hvilken størrelse, de skal bruges eller ses i.

Formatet og størrelsen for billeder på hjemmeside og printet materiale, kan variere alt efter designet, der er derfor ingen krav andet end det førnævnte.

For de sociale medier, skal der bruges følgende formater og størrelser, for at billeder bliver vist optimalt:

Format: 4:5 Opløsning: 1200 x 1500px

Format: 1:1 Opløsning: 1200 x 1200px

Format: 9:16 Opløsning: 1080 x 1920px



Video

Stemning

For at video, udtrykker det samme som brandets værdier, er det vigtig at billederne udtrykker en stemning, så som hjemlighed, hygge, varme eller afslappethed.

Det er også vigtig at video indholder elementer fra caféen der afspejler stilen som fx. træelementer, servicen, maden mm.

Opløsning og format

Videomateriale skal som udgangspunkt optages med opløsning på 1080i.

For videoer, der skal bruges til de sociale medier og som har en længde på et par minutter eller mindre, skal video optages vertikalt, i følgende format:

Format: 4:5

Format: 1:1

Format: 9:16

For video til de sociale medier, der var varer længere end et minut, kan det være en fordel at filme horisontalt, i følgende format:

Format: 16:9

Video

Videoeksempler

Vertikal



https://www.youtube.com/watch?v=MdcGGt21_1M

Horisontal



<https://www.youtube.com/watch?v=As7drnY-ay8>

Grafiske elementer



Grafiske elementer



Overskrift



Overskrift



Overskrift



Overskrift



Klik her

Klik her

Klik her

Grafiske elementer



FROKOST

Kyllingesandwich Økologisk Delfsbakkegaard kylling med bacon og solerede tomater	65 dkk
Pulled-pork sandwich Lufelandsgris med syltede rødlæg	65 dkk
Laksesandwich Med æblepeberrodskulet	65 dkk
Tunseletsandwich Med majs, peberfrugt og kapers	65 dkk
Hummussandwich Med avocado og solerede tomater	65 dkk
Skinkesandwich Med landvinke og ost	65 dkk



I KAFFETÅR'N tilbyder vi friskbagte kager og har altid friskbrygget kaffe og te.

Prøv også vores Afternoon Tea
180,- pr. person
(bestilles 3 dage før)



KAFFETÅR'N
hyggen i centrum

 Hollands Gaard 30 - 4800 Nykøbing F.

 +45 93 94 64 54

 kaffetaarn@gmail.com

 KAFFETÅR'N

 kaffetaar'n

 www.hjemmeside.dk

Sociale medier

Facebook



Instagram

