



TSUKI
—
SUSHI

Designkonzeption

Fachqualifikation Projekt: Sushi Restaurant

01

01 Willkommen 6

1.1 Rebriefing 7

02

02 Analyse 8

2.1 Zielgruppenanalyse 9

2.2 Wettbewerbsanalyse 10

2.3 Personas 11

01 03

03 Designkonzept 12

3.1 Moodboard 13

3.2 Farben 14

3.3 Typografie 16

3.4 Name 17

3.5 Logo 18

3.6 Nutzung 21



04

04 Printmedien 22

Die Karten 23

4.1 Menükarte kompakt 24

4.2 Menükarte groß 25

4.4 Flyer 28

05

05 Digitalmedien 30

Zuhause sein im Internet..... 31

5.1 Website 32

5.2 Socialmedia (Instagram)..... 34

06

06 Bildmaterial..... 36

6.1 Mockups im Alltag 37

01 07

07 Referenzen 38

7.1 Quellenangabe 39

7.2 Technik 39



01 Willkommen

1.1 Rebriefing

Das Ziel des Projekts ist die Entwicklung eines Rebrandings für ein Sushi-Restaurant, das durch Eleganz und moderne Ästhetik neue Maßstäbe setzt. Das Restaurant soll sich als Premium-Adresse für hochwertige, authentische und kreative Sushi-Gerichte positionieren und ein gehobenes, anspruchsvolles Publikum ansprechen. Durch ein harmonisches Zusammenspiel aus edler Gestaltung, innovativen Konzepten und einer klaren Markenidentität soll das Rebranding das Restaurant von der Konkurrenz abheben und es als stilvolle, moderne Marke etablieren.

Der innovative Charakter des Rebrandings zeigt sich auch in der Menü- und Markenkommunikation. Die Speisekarte wird als Designelement inszeniert, klar strukturiert und mit hochwertigen Materialien gestaltet. Die kulinarischen Kreationen selbst, geprägt von Kreativität und saisonalen Einflüssen, werden durch eine künstlerische Präsentation hervorgehoben.

Das Rebranding zielt darauf ab, ein unverwechselbares, luxuriöses Erlebnis zu schaffen, das traditionelle Werte mit moderner Eleganz kombiniert. Es spricht sowohl bestehende Sushi-Liebhaber als auch Neukunden an, die eine exklusive Kulinarik suchen, und positioniert das Restaurant langfristig als eine führende Marke im gehobenen Gastronomiebereich.





02 Analyse

01

2.1 Zielgruppenanalyse

B2B Business to Business

Im B2B-Bereich richtet sich das Sushi-Restaurant vor allem an Unternehmen, die hochwertige Catering-Dienstleistungen oder kulinarische Partner für exklusive Veranstaltungen suchen. Hierzu zählen Eventagenturen, gehobene Hotels, Coworking-Spaces sowie Unternehmen, die Geschäftsessen oder Firmenveranstaltungen mit einem besonderen kulinarischen Highlight ausrichten möchten. Diese Geschäftskunden legen großen Wert auf Zuverlässigkeit, Flexibilität und die Fähigkeit, individuelle Wünsche umzusetzen. Sie erwarten ein professionelles Auftreten, klare Kommunikation und die Möglichkeit, maßgeschneiderte Angebote zu erhalten, die sowohl Qualität als auch Kreativität widerspiegeln. Das Sushi-Restaurant kann sich in diesem Segment durch seine Kombination aus erstklassiger Produktqualität, innovativen Präsentationen und einem professionellen Service klar von der Konkurrenz abheben.

B2C Business to customer

Das hochwertige, edle Sushi-Restaurant richtet sich an eine anspruchsvolle Zielgruppe, die sowohl kulinarische Exzellenz als auch ein stilvolles Ambiente schätzt. Die Kernzielgruppe besteht aus urbanen Genießern im Alter von 25 bis 55 Jahren, die über ein mittleres bis hohes Einkommen verfügen und einen gehobenen Lebensstil pflegen. Diese Gäste legen großen Wert auf Qualität und Authentizität, suchen jedoch gleichzeitig nach kreativen und innovativen Ansätzen, die das traditionelle Sushi-Erlebnis auf eine neue Ebene heben. Sie bevorzugen Restaurants, die nicht nur durch exquisite Speisen, sondern auch durch ein durchdachtes Gesamtkonzept überzeugen, das Design, Service und Atmosphäre harmonisch vereint.

2.2 Wettbewerbsanalyse

Die Wettbewerbsanalyse zeigt, dass der Markt für Sushi-Restaurants stark umkämpft ist, wobei sich klare Chancen zur Differenzierung ergeben. Traditionelle Sushi-Restaurants punkten mit Authentizität und Qualität, wirken jedoch oft weniger modern und ansprechend für ein trendbewusstes Publikum. Moderne Sushi-Bars und Fusion-Konzepte setzen auf kreative Variationen und ästhetische Inszenierung, leiden jedoch häufig unter Qualitäts- und Authentizitätsdefiziten.

Hochwertige asiatische Restaurants sprechen eine exklusive Zielgruppe an, bieten jedoch meist kein spezialisiertes Sushi-Erlebnis. Gleichzeitig adressieren günstige Anbieter und Lieferservices ein preissensibles Publikum, das nicht zur Zielgruppe des Premium-Restaurants gehört, verdeutlichen aber die Relevanz einer klaren Premium-Positionierung.

Das neue Konzept kann sich durch eine Kombination aus exzellenter Qualität, kreativem Design und einem klaren Fokus auf authentisches, hochwertiges Sushi abheben. Dies schafft eine einzigartige Positionierung im Premium-Segment, die sowohl erfahrene Sushi-Liebhaber als auch trendbewusste Genießer anspricht.

01

2.3 Personas



Lukas, 28

Creative Director mit gehobenem Lebensstil, legt Wert auf außergewöhnliche kulinarische und visuelle Erlebnisse. Er sucht ein Restaurant mit moderner, edler Atmosphäre, kreativem Sushi und exzellentem Service. Ästhetik und Innovation stehen für ihn im Vordergrund, und er liebt es, trendige Locations zu entdecken, die seinen hohen Ansprüchen gerecht werden. Seine Freizeit verbringt er gern in angesagten Restaurants und teilt seine Erlebnisse auf sozialen Medien.



Anna, 48

PR-Managerin in einer führenden Agentur, schätzt hochwertige, nachhaltige Gastronomie und stilvolle Atmosphäre. Sie liebt kreative Sushi-Kreationen, exzellenten Service und teilt ihre kulinarischen Erlebnisse gern auf Instagram. In ihrer Freizeit besucht sie kulturelle Events und entdeckt Lokale, die Qualität, Frische und Detailtreue vereinen. Für Anna ist ein Restaurant ein Ort für exklusive Erlebnisse, die über gutes Essen hinausgehen und inspirieren.



03 Designkonzept

01

3.1 Moodboard



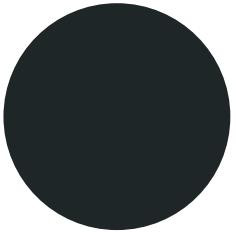
Dieses Moodboard spiegelt die Vision eines luxuriösen Restaurants wider, das moderne Eleganz mit zeitloser Klasse kombiniert. Die Mischung aus tiefem Schwarz und goldenen Akzenten schafft eine stilvolle, gehobene Atmosphäre, die sofort fesselt. Dunkle Töne erzeugen Intimität, während goldene Details in Beleuchtung und Dekoration einen Hauch von Glamour verleihen. Hochwertige Materialien und durchdachtes Design schaffen ein harmonisches Ambiente, das Ästhetik und Funktionalität vereint.

Die Beleuchtung setzt gezielte Akzente und taucht den Raum in warmes, einladendes Licht. Goldene Details, wie elegante Leuchten und metallische Verzierungen, verleihen dem Restaurant Luxus, ohne aufzutragen. Polierte Oberflächen, samtige Texturen und klare Linien betonen die Qualität und Exklusivität des Designs. Dieses Konzept eignet sich perfekt für gehobene Gastronomiekonzepte, die sowohl kulinarisch als auch atmosphärisch beeindrucken möchten.



03

3.2 Farben



Harmonic Black

Die Farbe #262A24 ist ein dunkler, gedämpfter Grünton mit einem subtilen Hauch von Grau, der eine ruhige und erdige Ausstrahlung besitzt. Sie vereint Eleganz und Zurückhaltung, wodurch sie zeitlos und vielseitig wirkt. Mit ihrer Tiefe vermittelt sie zugleich Stabilität und eine natürliche, beruhigende Wirkung.

Assoziationen:

CMYK: 35-20-25-90

RGB: 39-42-37

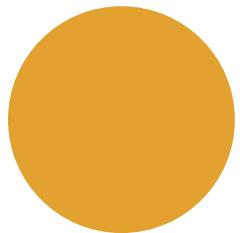
Hex #262A24

Eleganz und Seriosität:

Die Farbe strahlt durch ihren gedämpften, zurückhaltenden Charakter eine dezente Eleganz aus. Ihr tiefer und unaufdringlicher Grünton vermittelt eine zeitlose Ästhetik, die nicht nur Raffinesse, sondern auch Professionalität verkörpert. Sie eignet sich besonders für klassische und minimalistische Designs, da sie ohne Ablenkung Klarheit und Stil in den Vordergrund rückt. Diese Farbe wirkt unaufdringlich, aber dennoch präsent, was sie ideal für Anwendungen macht, die Seriosität und Verlässlichkeit ausstrahlen sollen.

Ruhe und Beständigkeit:

Die dunkle Nuance hat eine beruhigende Wirkung. Sie strahlt Stabilität, Sicherheit und Ausgeglichenheit aus, wodurch sie eine ideale Wahl ist, um ein Gefühl von Vertrauen und Ruhe zu erzeugen. Ihr subtiler, gräulicher Unterton trägt dazu bei, dass sie weder aufdringlich noch erdrückend wirkt, sondern vielmehr sanft und ausgleichend. Sie bietet einen verlässlichen Anker und kann sowohl körperlich als auch emotional für Entspannung sorgen.



Gold

Die Farbe #D4AF37 ist ein strahlendes, warmes Gold mit leicht metallischem Glanz. Sie wirkt luxuriös, edel und lebendig, wobei sie durch ihre goldene Nuance Reichtum und Wertigkeit symbolisiert. Der Farbton verkörpert sowohl eine klassische Eleganz als auch eine dynamische und energiegeladene Ausstrahlung.

Assoziationen:

CMYK: 03-35-90-08

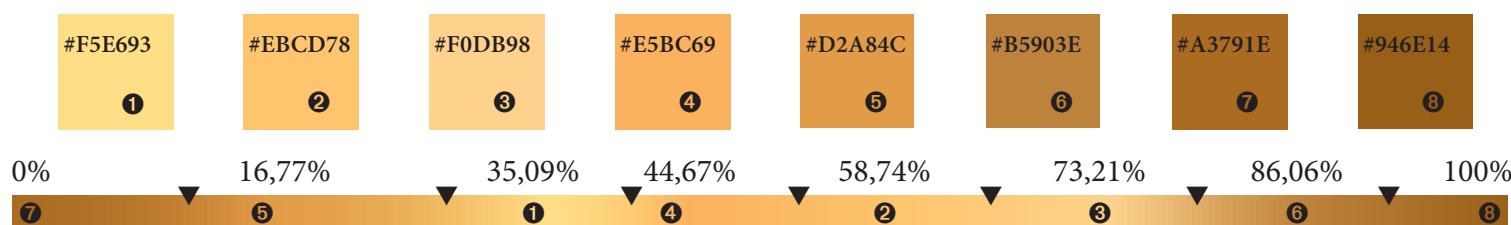
RGB: 211-173-53

Hex: #D4AF37

Tradition und Eleganz:

Die Farbe Gold besitzt nicht nur materiellen, sondern auch kulturellen und historischen Wert. Sie erinnert an königliche Insignien, prächtige Paläste und kunstvolle Verzierungen, die Adel, Macht und Erhabenheit symbolisieren. Über Jahrhunderte hinweg wurde Gold in vielen Kulturen als Ausdruck spiritueller Bedeutung genutzt, etwa in religiösen Zeremonien oder heiligen Objekten. Sein warmer Glanz steht für Ewigkeit, Raffinesse und eine zeitlose Eleganz, welche historische Bedeutung mit moderner Hochwertigkeit vereint. Unsere Anwendung im Verlauf:

Der glänzende Effekt entsteht durch die harmonische Kombination verschiedener Nuancen des Haupttons #D4AF37. Die %-Zahl weist auf die Positionen hin.



03

3.3 Typografie

Die Schriftart „Timeburner“ eignet sich hervorragend für den Einsatz eines Restaurants, insbesondere wenn man ein modernes und gleichzeitig rustikales Ambiente anstrebt. Mit ihrem dynamischen, handgefertigten Look vermittelt sie eine Mischung aus Tradition und kreativer Frische. Die organischen, leicht verspielten Buchstabenformen könnten perfekt zu einem Restaurant passen, das auf ein unkonventionelles Design setzt oder eine gemütliche, aber zugleich elegante Atmosphäre schaffen möchte. Besonders geeignet wäre sie für Restaurantlogos, Menüs oder Werbematerialien, die eine persönliche und einladende Note ausstrahlen, während sie trotzdem stilvoll und gut lesbar bleibt.

Diese Schriftart kann sowohl für Casual Dining als auch für gehobene Küchen verwendet werden, wenn der Stil des Lokals eine gewisse Wärme und Individualität ausstrahlen soll. Die lebendige, fast handschriftliche Anmutung von „Timeburner“ sorgt dafür, dass das Restaurant in den Köpfen der Gäste bleibt und eine emotionale Verbindung schafft.

Timeburner Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Ä Ö Ü
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ä ö üß
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Timeburner Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Ä Ö Ü
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ä ö üß
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

3.4 Name

Warum TSUKI?

Der Name Tsuki ist eine kraftvolle Wahl, die tief in der japanischen Kultur und Symbolik verwurzelt ist. Tsuki bedeutet „Mond“ und trägt eine Vielzahl von kulturellen und ästhetischen Bedeutungen, die sich perfekt für Marken oder Restaurants eignen, die Ruhe, Eleganz und zeitlose Schönheit ausstrahlen möchten.

Eleganz und Schönheit:

Der Mond wird häufig als Symbol für zarte, fast ätherische Schönheit betrachtet. In der Kunst und Literatur Japans wird der Mond oft als eine Quelle der Inspiration für klassische Schönheit und Anmut verwendet. Hierdurch ist er ein ideales Symbol für Orte, die raffiniert und ästhetisch ansprechend sind.

Ruhige Besinnung:

Der Mond, besonders im Kontext des Mondscheins, ruft Gefühle von Stille und Gelassenheit hervor. Da er kulturell oft mit Ruhe und Besinnung assoziiert wird, ist er ein hervorragendes Symbol für eine entspannende Atmosphäre oder ein meditatives Erlebnis.

Reinheit:

Der Mond wird in der japanischen Ästhetik und in Gedichten wie Haikus oft mit Klarheit und Reinheit verbunden. Diese Assoziationen spiegeln sich in der minimalistischen, klaren Gestaltung vieler japanischer Kunstwerke wider und können einen Raum oder eine Marke mit einer tiefen Reinheit und Einfachheit ausstatten.

Zusammengefasst:

Tsuki verkörpert nicht nur Schönheit und Vergänglichkeit, sondern auch die Ruhe und Reinheit des Mondes, die tief in der japanischen Kunst, Literatur und Mythologie verwurzelt sind. Für ein Restaurant, das Eleganz, Kultur und eine friedliche, meditative Atmosphäre ausstrahlen möchte, ist der Name Tsuki eine perfekte Wahl.



03

3.5 Logo



Wie entstand das Logo?

Die Entscheidung, das Restaurant „Mond“ bzw. „Tsuki“ zu benennen, trägt eine starke symbolische Bedeutung, die eine klare, elegante und moderne Darstellung im Logo erfordert. Ein simpler Kreis könnte tatsächlich zu simpel wirken und in einem modernen, eleganten Kontext leicht untergehen. Andererseits würde ein detaillierter Mond das Design möglicherweise überladen und den gewünschten minimalistischen Ansatz stören.

Schrift:

Um die gewünschte moderne und minimalistische Eleganz, die perfekt mit der Symbolik des Mondes harmoniert, zu erreichen, wird innerhalb des Logo die Hausschrifart "Timeburner" in einer Laufweite von 150 verwendet. Diese großzügige Laufweite sorgt zusätzlich für ein luftiges, leichtes Erscheinungsbild und unterstreicht den gehobenen, zeitlosen Charakter des Restaurants.

Lösung durch abstrakte Darstellung:

Eine Option, diese Balance zu finden, wäre eine abstrakte Darstellung des Mondes. Anstatt den Mond in seiner vollen Pracht zu zeigen, könnte er durch eine stilisierte Umrissform dargestellt werden, die nur die wesentlichen Merkmale aufgreift.



01

Integration des Goldenen Schnitts:

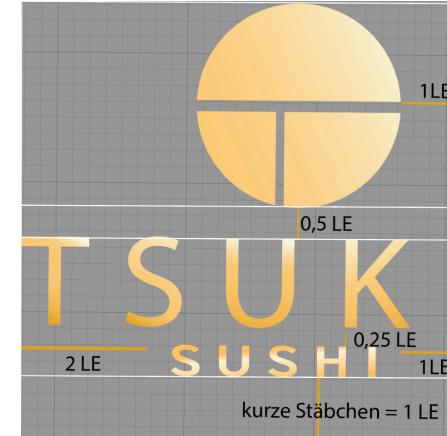
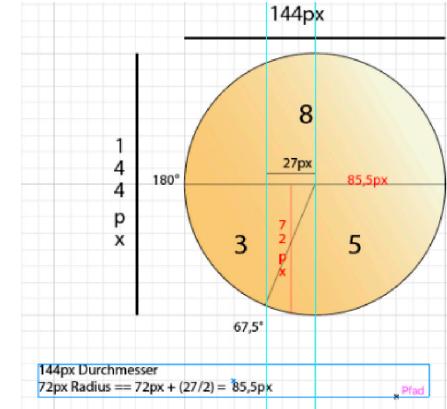
Die Anwendung des Goldenen Schnitts auf das Design könnte ebenfalls eine harmonische und ausgewogene Lösung bieten. Anstatt den Mond komplett darzustellen, könnte er durch eine spiralförmige Linie oder eine einfache Teilung des Kreises symbolisiert werden, die das Prinzip des Goldenen Schnitts in die Struktur des Logos integriert.

Die Brücke:

Eine Brücke symbolisiert den Übergang von hektischen Gedanken zu einer ruhigeren Mentalität. Die Teilung des Mondes im Verhältnis 3:5:8 nach dem Goldenen Schnitt betont diese Harmonie und Gleichgewicht. Sie schafft eine ästhetische, natürliche Form, die den sanften Übergang symbolisch und visuell unterstreicht.

Symbolik der Zahlen (3:5:8):

Die Verwendung der Zahlen 3, 5 und 8 in Verbindung mit dem Goldenen Schnitt könnte zusätzlich tiefere kulturelle und symbolische Bedeutung haben. In vielen Kulturen, darunter auch in der japanischen, haben bestimmte Zahlen spezielle Assoziationen. Die Zahl **3** wird oft mit Harmonie und Ausgewogenheit in Verbindung gebracht, während **5** für Veränderung und **8** für Unendlichkeit und ewige Zyklen steht. Diese Zahlen in Verbindung mit dem Mond und der Brücke könnten also auch eine Geschichte von kontinuierlichem Wachstum, Veränderung und der Suche nach innerer Balance erzählen.



03

3.5 Schutzraum

Die Logo-Schutzraumdefinition bezieht sich auf den Raum, der um das Logo herum freigehalten werden sollte, um sicherzustellen, dass das Logo in seiner Klarheit und Wirkung nicht durch andere Elemente oder Texte beeinträchtigt wird. Diese Definition wird oft als „Schutzraum“ bezeichnet und ist ein zentraler Bestandteil eines konsistenten Corporate Designs.

Proportionale Ausrichtung:

Um ein harmonisches und visuell ansprechendes Design zu gewährleisten, sollte der Schutzraum in Bezug auf den gesamten Schriftzug oder das Logo angewendet werden.

Im Fall des ersten Buchstabens „T“ aus dem Tsuki-Logo wird der Schutzraum folgendermaßen definiert:



01

3.6 Nutzung



Das Logo darf ausschließlich auf dem vorgegebenen schwarzen Hintergrund verwendet werden. Alternativ kann ein weißer Hintergrund genutzt werden, wenn das Logo in einer monochromen Version vorliegt. Alle anderen Farben sind nicht gestattet. Diese Vorgaben gewährleisten, dass das Design stets in seiner klarsten und effektivsten Form präsentiert wird, ohne visuelle Ablenkungen oder Störungen.





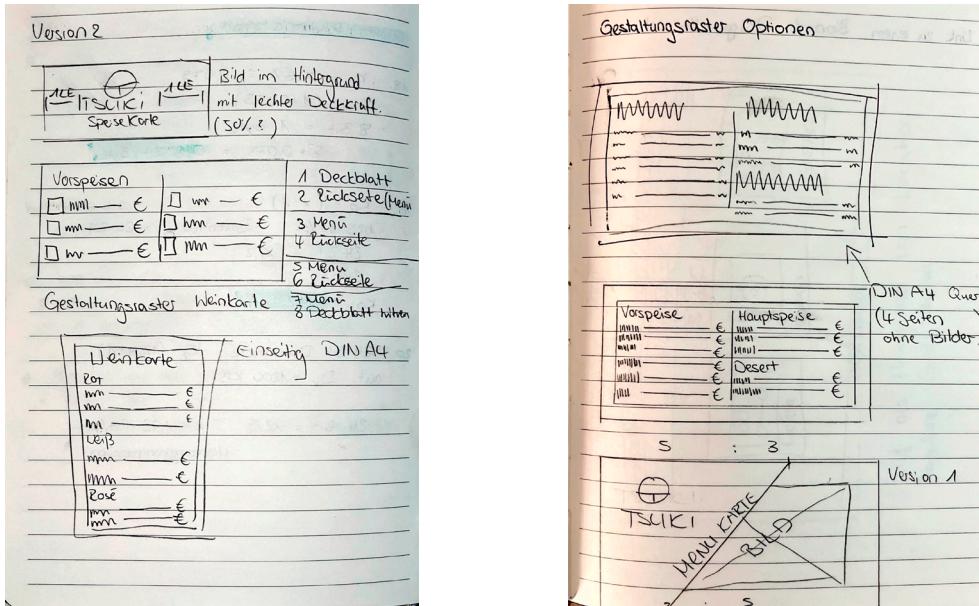
04 Printmedien

01

Die Karten

Willkommen zu einem kulinarischen Erlebnis, das alle Sinne begeistert. Unsere Menü- und Getränkekarten wurden mit größter Sorgfalt gestaltet, um Ihnen eine perfekte Balance aus Geschmack, Qualität und Ästhetik zu bieten. Jede Karte bietet Ihnen nicht nur eine Vielfalt an exquisiten Speisen und Getränken, sondern auch eine einzigartige Präsentation:

Wählen Sie zwischen unserer A4 Querformat-Karte mit 4 Seiten, die kompakt und übersichtlich gestaltet ist, oder unserer A4 Hochformat-Karte mit 8 Seiten, die Ihnen noch mehr Raum für Entdeckungen bietet. Beide Varianten vereinen kreatives Design mit exzellenten kulinarischen Angeboten.



04

4.1 Menükarte kompakt

- DIN A4 Quer (297 x 210mm)
- 4 farbige Seiten (4/4)
- 250 g/m² eignet sich gut für eine flexible, aber dennoch stabile Menükarte.
- (optional foliert/laminiert für Langlebigkeit)
- Drahtrückenstichheftung



01

4.2 Menükarte groß

- DIN A4 Hoch (210 x 297mm)
- 8 farbige Seiten (4/4)
- 250 g/m² eignet sich gut für eine flexible, aber dennoch stabile Menükarte.
- (optional foliert/laminiert für Langlebigkeit)
- Drahtrückenstichheftung



04

4.3 Getränkekarte kompakt

- Das jeweilige Pendant zur Menükarte
- 4 oder 8 farbige Seiten (4/4)
- 250 g/m² eignet sich gut für eine flexible, aber dennoch stabile Menükarte.
- (optional foliert/laminiert für Langlebigkeit)
- Drahtrückenstichheftung





04

4.4 Flyer

- Format: DL (99 mm x 210 mm) – schlank und lang
- Kompakt und handlich: Ideal für schnelle Übergabe oder Platzierung an verschiedenen Orten
- Kostenbewusst: Effektive Lösung für größere Verteilaktionen zu günstigen Produktionskosten
- Vielseitig einsetzbar: Optimal für Angebote, Event-Einladungen, Aktionen oder Produktwerbung
- Aufmerksamkeit erregend: Das längliche Format sorgt für einen modernen und auffälligen Eindruck
- Einfache, klare Botschaft: Perfekt, um Informationen schnell und direkt zu übermitteln







05 Digitalmedien

Zuhause sein im Internet

Im Folgenden präsentieren wir Ihnen Ihr neues Zuhause in der digitalen Welt. Mit einer perfekt abgestimmten Online-Präsenz bieten wir Ihnen eine Plattform, die Ästhetik, Innovation und Benutzerfreundlichkeit vereint.

Auf unserer Website erwartet Sie ein interaktives Erlebnis: Hochwertige Inhalte, ansprechendes Design und eine intuitive Navigation laden dazu ein, unsere Welt digital zu erkunden.

Unsere Instagram-Präsenz inspiriert mit ästhetischen Bildern, exklusiven Einblicken hinter die Kulissen und aktuellen Highlights. Hier verbinden wir Community, Kreativität und Stil. Folgen Sie uns und lassen Sie sich inspirieren!

05

5.1 Website

Das Erscheinungsbild des „Tsuki Sushi Restaurants“ wird durch eine elegante und moderne Online-Präsenz geprägt, in der Schwarz und Gold als zentrale Designfarben dominieren. Diese Farbkombination vermittelt Luxus und Raffinesse, passend zum hochwertigen Sushi-Angebot und der stilvollen Atmosphäre des Restaurants.

Die Website ist klar strukturiert und nutzt große, eindrucksvolle Bilder von frischen Sushi-Kreationen und japanischen Spezialitäten. Die vertikale Navigation sorgt für eine übersichtliche Benutzerführung, während die Startseite einen Slider bietet, der wechselnde visuelle Eindrücke des Restaurants, der Speisekarten und besonderer Angebote zeigt. Eine Menüleiste ermöglicht den schnellen Zugriff auf die gewünschten Bereiche der Website wie die Speisekarte, Reservierungen und Kontaktinformationen.

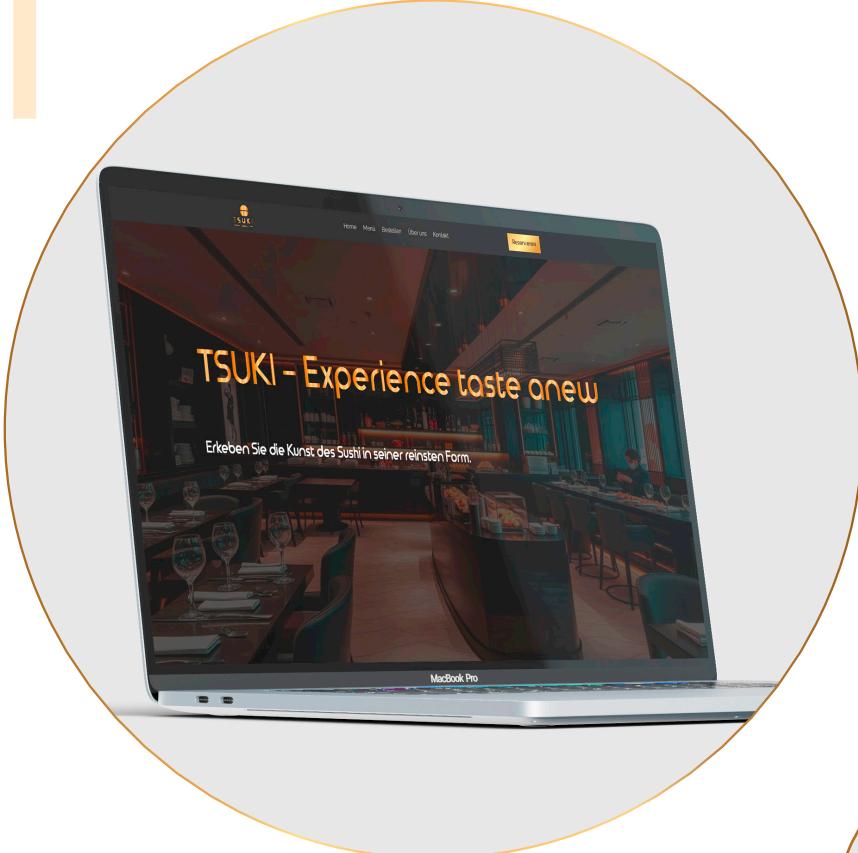
Für die Verwaltung der Website-Inhalte wird ein Content-Management-System (CMS) eingesetzt, in das die zuständige Person eingearbeitet wird. Diese übernimmt dann die regelmäßige Pflege und Aktualisierung der Website.

Die Hausschrift „Timeburner“ wird für die Darstellung auf der Website verwendet. Diese Schrift passt perfekt zur eleganten Ausstrahlung des Tsuki Sushi Restaurants und sorgt für eine moderne, aber dennoch stilvolle Lesbarkeit. Die Verwendung von „Timeburner“ sorgt für eine starke Markenidentität und hebt die wichtigsten Elemente der Website hervor.

Insgesamt spiegelt die Website die Exklusivität und die moderne Ästhetik des Restaurants wider und bietet den Gästen eine ansprechende, benutzerfreundliche Erfahrung.



01



5.2 Socialmedia (Instagram)

Der Social-Media-Auftritt des Tsuki Sushi Restaurants auf Instagram wird eine visuelle und emotionale Verbindung zu seinen Gästen aufbauen und die Eleganz sowie die Exklusivität des Restaurants widerspiegeln. Die Markenfarben Schwarz und Gold werden konsequent verwendet, um das luxuriöse Ambiente zu unterstreichen.

Visuelle Ästhetik:

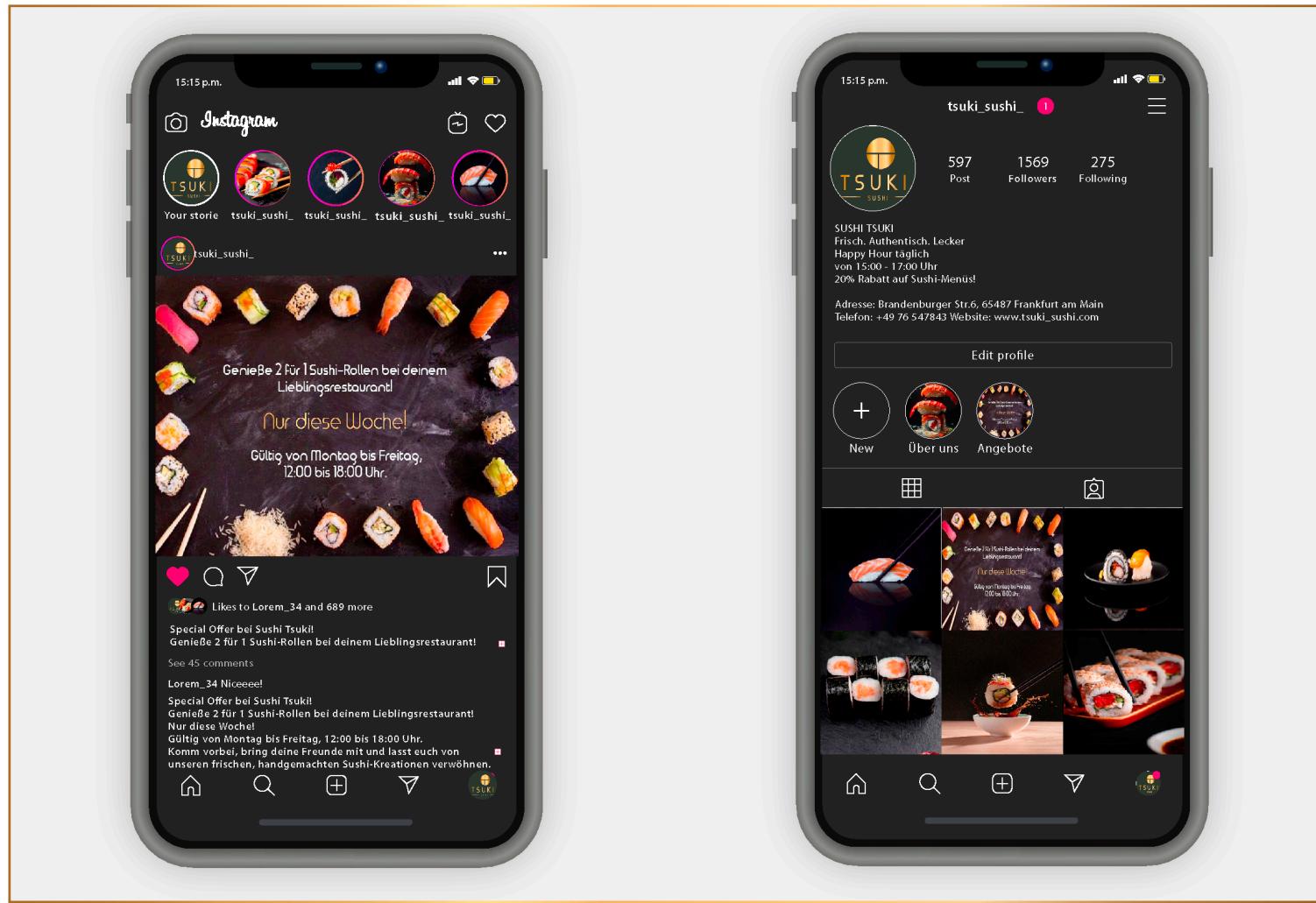
Farbpalette: Der Feed wird überwiegend in Schwarz, Gold und Weiß gehalten, um eine edle und gleichzeitig moderne Atmosphäre zu schaffen. Sushi-Kreationen und kulinarische Erlebnisse werden in hochwertigem Licht inszeniert, mit klaren und eleganten Bildern.

Bilder und Videos: Der Fokus liegt auf hochwertigen, detailreichen Fotos von Sushi-Platten, Bento-Boxen und anderen Spezialitäten, die in edlen, japanisch inspirierten Sets arrangiert sind. Close-ups der Speisen und slow-motion Videos von Sushi- und Sashimi-Zubereitungen fangen die Handwerkskunst ein. Gelegentlich werden Behind-the-Scenes-Bilder und -Videos des Küchenteams und der Zubereitung geteilt, um Authentizität zu zeigen.

Interaktive Elemente:

Stories: Tägliche Stories bieten einen Blick hinter die Kulissen, kurze Umfragen oder Abstimmungen zu neuen Gerichten oder Angeboten. Gelegentlich könnten „Swipe-Up“-Links zu Reservierungen oder saisonalen Aktionen führen.

Reels: Kurze, dynamische Videos zeigen den Prozess der Sushi-Zubereitung, kulinarische Tipps oder kurze Interviews mit den Köchen. Diese bieten eine Mischung aus Unterhaltung und Information.





06 Bildmaterial

01

6.1 Mockups im Alltag





07 Referenzen

7.1 Quellenangabe

Aus den folgenden Seiten stammen alle Bilder, entweder aus dem Creative-Commons-Pool oder wurden mit der Free-Version mithilfe einer KI generiert

- <https://de.freepik.com>
- <https://www.canva.com>
- <https://leonardo.ai>
- <https://chatgpt.com>
- <https://mockups-design.com>

7.2 Technik

Adobe Creative Suite:

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign
- Adobe Acrobat

