

**VANTASTIC
FOODS®**

CORPORATE DESIGN MANUAL



Visuelles Erscheinungsbild
VANTASTIC FOODS



Grafische Grundlagen
und Anwendungsbeispiele



Das visuelle Erscheinungsbild von VANTAST!C FOODS ist in einem klaren System organisiert, das auf gut abgestimmten visuellen Grundlagen basiert. In diesem Corporate-Design-Manual werden diese Schritt für Schritt dargestellt und erklärt.

05	Markenhaus	32	Packaging Design
		33	Schuber
08	Schlüsselemente	34	Faltschachtel
09	Signet	35	Süßwaren
10	Juicy Food Styling	36	Schlauchbeutel
11	Produkttitel	37	Dose
12	Leitidee		
12	Klare vegane Auszeichnung	38	Bildstil Foodporn
14	Bildmarke Vantastic Foods	44	Bildstil Menschen
	Logographie Ursprung		
16	Bevorzugte Platzierung	46	Illustration & Grafik
	Abstand		
17	Do's & don'ts	48	Social Media
		49	Facebook
19	Die Farben Web & Print	51	Pinterest
20	Die Grundfarbe		
21	Die Grundfarbe für Typographie	52	PowerPoint
	Die Grundfarbe für Auszeichnungen		
22	Farben im Packaging Design	56	Flyer Gestaltung
24	Interner Farblook	58	Produktflyer
		60	Rezeptflyer
26	Die Typographie		
27	Hausschrift		
28	Ergänzung		
	Webfont		
29	Anwendung		

MARKEN HAUS

Leitidee »ISS GUT«

Die Leitidee »Iss gut!« enthält eine positive Mehrdimensionalität für den Konsumenten. Einerseits sind pflanzliche Produkte sehr leckere Produkte, der Konsument muss auf nichts mehr Verzicht leisten sondern gewinnt an Vergnügen. Er tut sich und der Umwelt etwas gutes. Damit werden pflanzliche Lebensmittel selbstbewusst als »the new normal« kommuniziert und nicht mehr als Lebensmittel zweiter Klasse. Darüberhinaus erfolgt eine starke Betonung des »feelgood« Charakters. Pflanzlich schmeckt gut und tut gut #healthyhedonism



Iss
gut!

ZIELGRUPPE

Freunde von sinnlichem Genuss und nachhaltiger Lebensqualität

EMOTIONALER BENEFIT

Ich kann mit gutem Gefühl genießen, weil mir Essen viel Spaß macht und gut für mich ist

RATIONALER BENEFIT

- Wir stellen bekannte und beliebte Produkte in pflanzlicher Qualität her, die einen Erinnerungseffekt wecken und unverzichtbar werden
- Einzigartige & leckere Lebensmittel
- Jedes Produkt ist 100% vegan, nachhaltig, umweltbewusst und ressourcenschonend
- Unsere Produkte sind überall verfügbar
- Wir verwenden keine künstlichen Geschmacksverstärker und Gentechnik ist für uns tabu
- Wir legen Wert auf regionale Herstellung und Rohstoffe
- Palmöl wird nur in Ausnahmefällen und aus zertifiziert nachhaltiger Quelle verwendet
- Unsere Produkte zeichnen sich z.T. durch einen hohen Proteinanteil aus und das kommunizieren wir auch klar und deutlich
- Unsere Produkte haben einen gesunden Mehrwert

UNVERZICHTBARE SYMBOLE

- Unser VANTAST!C FOODS Logo
- Moderne Produktbilder, die einem das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen
- Veganblume der Vegan Society bzw. V-Label von proveg
- Hinweis auf Nährwerte, Gesundheit & Protein

TONALITÄT

- Genießerisch
- Augenhöhe, locker, freundlich
- Bunt, lebendig, aktiv, vibrierend, auffällig
- Weltoffen, ohne erhobenen Zeigefinger
- Mehr London als Lippstadt
- Alltagstauglich, verzichtsfrei

In Deutschland leben rund 1 Mio Menschen vegan und mehr als 17 Mio bezeichnen sich als Flexitarier, mit stetig steigender Tendenz. Mit der Begeisterung der Flexitarier wird Vantastic foods Marktführer in den veganen LEH-Kategorien.

VANTAST!C FOODS sorgt für Begeisterung

- 😊 Genuss steht im Vordergrund
#healthyhedonism
- 😊 Selbstbewusste Kommunikation
der Marke
- 😊 Sympathische Alternative auf Augenhöhe
mit Start-up-Charakter
- 😊 Erscheinungsbild bricht bewusst
mit tradierten Markenbildern
- 😊 Vegan tritt in den Hintergrund

SCHLÜSSEL ELEMENTE

Ein kurzer Überblick über das Corporate Design.

Das Corporate Design besteht aus fünf zentralen Einzelkomponenten, die hier wie ein Baukasten wiedergegeben werden. Diese sollten in jedem Medium Anwendung, in absteigender Hierarchie, finden.

01

Signet

02

Juicy food styling

03

Produkttitel

04

Leitidee

05

Klare vegane Auszeichnung

01. Signet

Das Signet setzt den Genuss ins Zentrum der Markenwelt: Bildlich wird der Moment beim Essen, in dem etwas so lecker ist, dass die Lippen noch einmal abgeschleckt werden, als Signet umgesetzt. Die Typographie ist dabei progressiv, modern und im Wechsel mit dem Signet aufregend. Dies ist die Basis für eine undogmatische und lebensfrohe zukünftige Kommunikation der Marke VANTAST!C FOODS im LEH #healthyhedonism.



02. Juicy food styling

Visualisierung von Genuss: Leckerer und saftiger geht's nicht mehr. Der Serviervorschlag hebt pflanzliche Produkte auf Augenhöhe und ist von einem klassisch fleischbasiertem Lebensmittel ohne Hinweis nicht mehr zu unterscheiden. Der Genuss steht dabei an allererster Stelle.



03. Produkttitel

Als Teil des Markennamens wird jedes Produkt um den Zusatz »VANTASTIC« im Sinne eines Neologismus erweitert. Dies dient einerseits einem verstärkten Branding und andererseits einer sympathischen Auszeichnung der veganen Ernährung.

**VANTASTIC
BURGER**

**VANTASTIC
FISH FINGERS**

**VANTASTIC
SCHAKABERRY**

04. Leitidee

Iss gut! | Version DE



Iss gut! | Version EN



05. Klare vegane Auszeichnung

Für den Verbraucher ist die klare Erkannbarkeit eines veganen Produktes entscheidend. Dieses Label wird immer auf der Packungsfront montiert.

Vegan Society



V-Label



Deutsches Bio-Siegel



EU Organic Logo



Pflichtangabe bei
Bio-Produkten
→ Rückseite

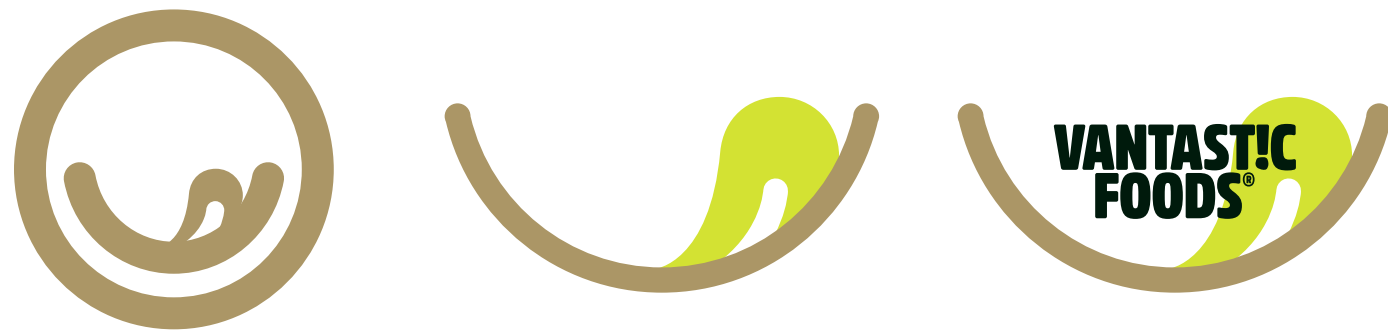
Beispiele für die korrekte Anwendung des Corporate Designs.



BILDMARKE VANTAST!C FOODS

Logographie | Ursprung

Die Logographie besteht aus zwei grundlegenden grafischen Elementen: dem Typologo (Schriftzug »VANTAST!C FOODS«), dem zentriert dahinter angeführten Mund-Icon. Ein Typologo ist ein Schriftzug, in diesem Fall das Wort »VANTAST!C FOODS«. Die Schrifttype, die dafür verwendet wird, ist die »AMSI« und wurde 2015 vom Schriftdesigner Stawix Ruecha entworfen. Das Signet geht auf den Emoji zurück, der sich im Moment des Genusses die Mundwinkel ableckt. Daraus abgeleitet wird ein stark abstrahierter Zungenbogen, der mit Zunge und Typographie ergänzt wird. Die Typographie ist dabei progressiv, modern und im Wechsel mit dem Signet aufregend.



Verwendung auf mittleren Pastelltönen



Verwendung auf hellen Tönen



Verwendung auf dunkleren Tönen



Bevorzugte Positionierung: zentriert

Zentriert, im oberen Bereich einer Seite ist ein besonders guter Platz, um ein Logo auffällig zu platzieren. Aus diesem Grund ist die bevorzugte Position des Vantastic Foods-Logos der obere, zentrierte Seitenbereich.



Abstände: »Luft lassen!«

Bei jeder Positionierung ist darauf zu achten, dass das Logo rundherum genug „Luft“ hat. Es sollte deshalb nicht zu knapp an den Seitenrand bzw. an Textblöcke, Bilder oder Kästen platziert werden. Die untenstehende Skizze zeigt den Standardabstand, der rundherum 1/3 der Höhe des VANTAST!C FOODS-Zeichens entspricht.



Do's and dont's

Optimaler Kontrast zwischen Signet und Hintergrundfarbe



Unzulässiger Kontrast zwischen Signet und Hintergrundfarbe



Für die Farbe des Zungenbogens stehen nur zwei Farbtöne bereit



Die Logos dürfen nur in den vorbereiteten Farbvarianten verwendet werden.



Für die Farbe des Zungenbogens stehen nur zwei Farbtöne bereit



Die Logos dürfen nur in den vorbereiteten Farbvarianten verwendet werden.



Do's and don't's

Proportionale Wiedergabe



Die Proportionen des Logos dürfen nicht verändert werden!



Auf schwarzem Hintergrund:
die negative Standardvariante



Die Zunge darf nicht gefüllt sein.



Rein typographische Verwendung

**VANTAST!C
FOODS®**

Laufweite beachten!

**VANTAST!C
FOODS**



Logo Laufweite und Zeilenabstand:
Schriftgröße: 40 Pt
Laufweite: -30
Zeilenabstand: 30,5 Pt

Tipp: Schriftzug aus bestehender
Logodatei entnehmen und als Bild oder
Vektor in Zieldatei einfügen.

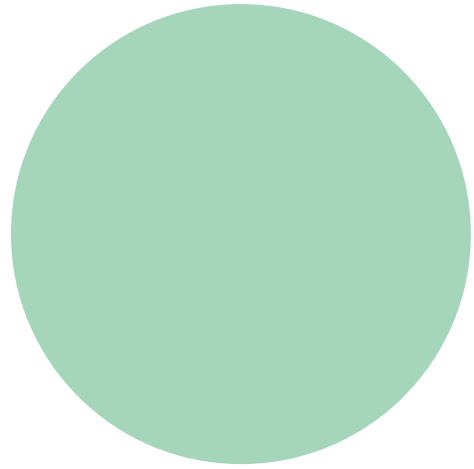
Für andere Größen proportional anpassen.

DIE FARBEN WEB & PRINT

01. Farbkanon

Der Farbkanon im visuellen Erscheinungsbild von VANTAST!C FOODS ist geprägt von der Leitfarbe Mint. Ergänzt wird diese durch Farben für die einzelnen Kategorien im Packaging Design und den dunklen Grünton für die Schriftfarbe.

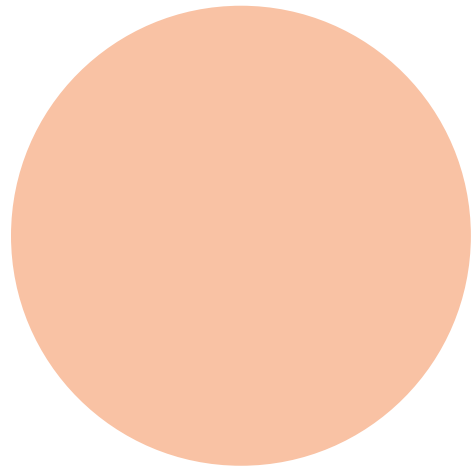
01: Die Grundfarben

**VANTASTIC MINT**

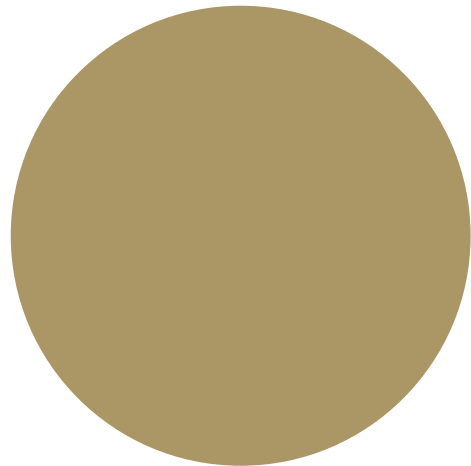
CMYK 41 0 34 0
RGB 165 213 187
WEB #A5D5BB

**VANTASTIC WHITE**

CMYK 0 2 8 0
RGB 255 250 240
WEB #FFFAF0

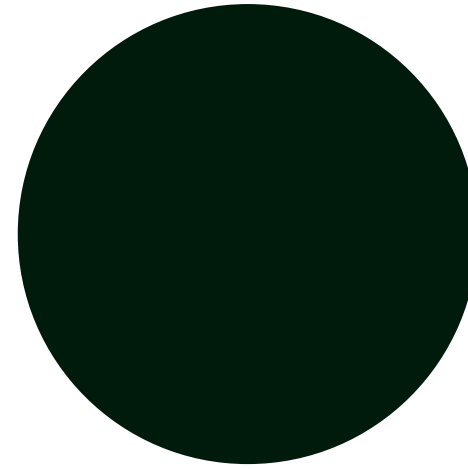
**VANTASTIC PINKY**

CMYK 0 31 36 0
RGB 249 194 164
WEB #F9C2A4

**VANTASTIC GOLD**

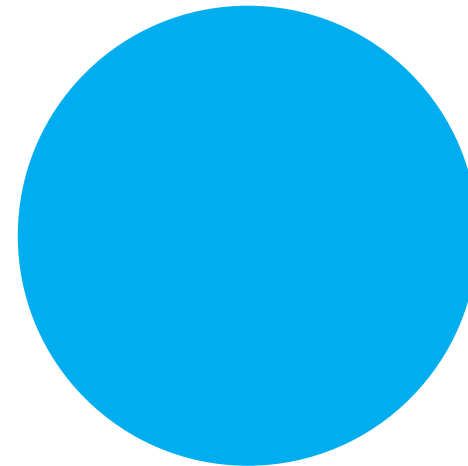
CMYK 18 25 58 22
RGB 182 159 106
WEB #B69F6A

02: Die Grundfarbe für Typographie

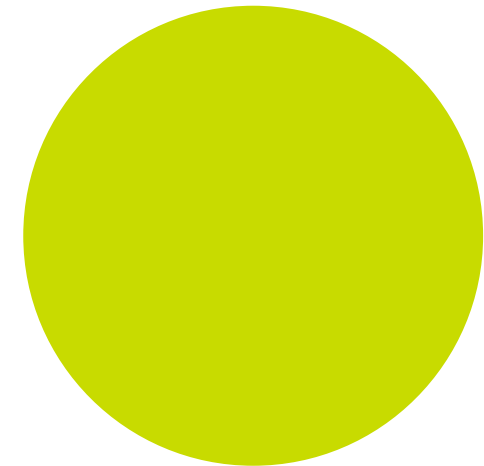
**VANTASTIC TYPE COLOUR**

CMYK 83 47 76 84
RGB 8 34 20
WEB #082214

03: Die Grundfarbe für Auszeichnung

**VANTASTIC CYAN**

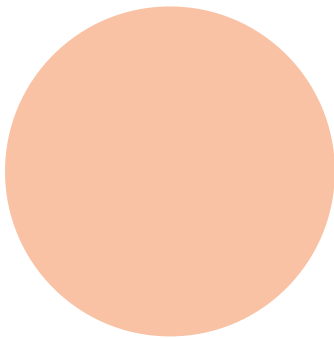
CMYK 100 0 0 0
RGB 0 159 227
WEB #009FE3

**VANTASTIC GRÜN**

CMYK 31 0 95 0
RGB 200 219 0
WEB #C8DB00

03: Farben im Packaging Design

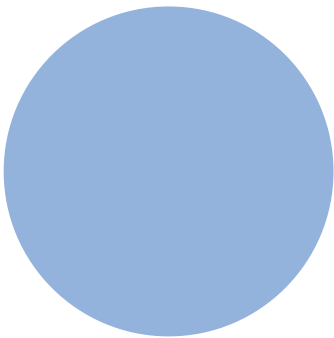
Für die Komplexität des Vollsortiments und die einzelnen Kategorien Webshop ist eine zusätzliche Farbordnung notwendig. Diese Zuweisung trägt inhaltlich der jeweiligen Kategorie Rechnung und erklärt ein komplexes Zusammenspiel im Packaging Design.



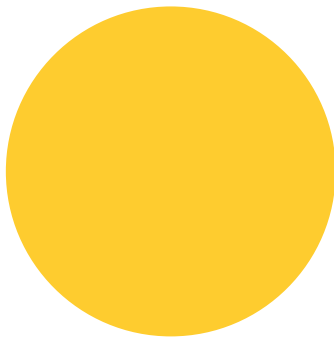
FLEISCHALTERNATIVEN
CMYK 0 31 36 0
RGB 249 194 164
WEB #F9C2A4



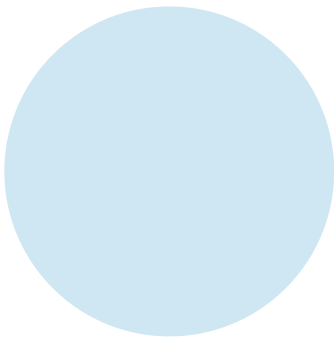
WURSTALTERNATIVEN
CMYK 0 2 8 0
RGB 255 250 240
WEB #FFFAF0



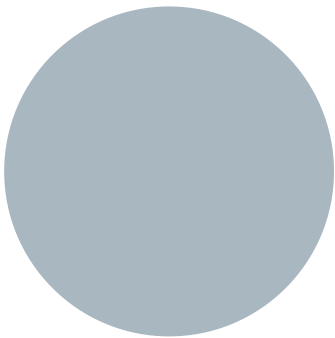
SEAFOOD
CMYK 40 20 0 1
RGB 163 188 226
WEB #A3BCE2



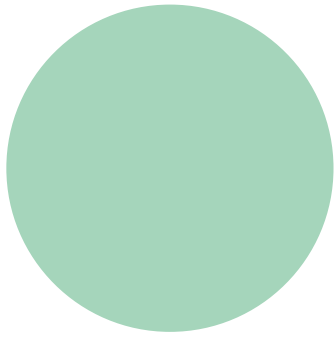
KÄSEALTERNATIVEN
CMYK 0 21 85 0
RGB 254 204 47
WEB #FECC2F



MILCHALTERNATIVEN
CMYK 23 2 4 0
RGB 207 231 243
WEB #CFE7F3



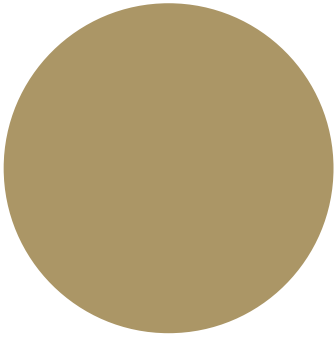
BASICS
CMYK 33 20 17 1
RGB 182 191 201
WEB #B6BFC9



CONVENIENCE
CMYK 41 0 34 0
RGB 165 213 187
WEB #A5D5BB



CANDY
bunt



SNACKS
CMYK 18 25 58 22
RGB 182 159 106
WEB #B69F6A

03: Interner Farblook



FLEISCHALTERNATIVEN
CMYK 0 31 36 0
RGB 249 194 164
WEB #F9C2A4



WURSTALTERNATIVEN
CMYK 0 2 8 0
RGB 255 250 240
WEB #FFFAF0



SEAFOOD
CMYK 40 20 0 1
RGB 163 188 226
WEB #A3BCE2



KÄSEALTERNATIVEN
CMYK 0 21 85 0
RGB 254 204 47
WEB #fecc2f



MILCHALTERNATIVEN
CMYK 23 2 4 0
RGB 207 231 243
WEB #CFE7F3



BASICS
CMYK 33 20 17 1
RGB 182 191 201
WEB #B6BFC9



CONVENIENCE
CMYK 41 0 34 0
RGB 165 213 187
WEB #A5D5BB



CANDY
bunt



SNACKS
CMYK 18 25 58 22
RGB 182 159 106
WEB #B69F6A

DIE TYPO- GRAPHIE

Durch den Umgang mit Schrift eine bestimmte visuelle Kultur zu entwickeln, zählt zu den wichtigsten Aufgaben eines Corporate Designs. Ein richtiger, d.h. stilsicherer und bis ins typografische Detail genauer Umgang mit Schrift ist deshalb auch ein wichtiges Ziele des hier vorgestellten visuellen Erscheinungsbildes.

Die Hausschrift: Amsi

Die Schrift Amsi wurde 2015 von Stawiw Ruecha entworfen. Sie wurde für das Corporate Design von VANTAST!C FOODS ausgewählt, da sie einerseits durch die markante Plakativität und ihre gebogenen Ecken auffällt und andererseits sowohl als Condensed als auch als Regular Schnitt angelegt ist. Die Amsi ist so charakteristisch, dass sie einerseits unerschwerlich neben dem Logo zu einem zentralen Element der Wiedererkennung im visuellen Erscheinungsbild wird. Andererseits fällt sie dabei gestalterisch nicht zu weit aus dem Rahmen, lenkt also durch eine zu außergewöhnliche Gestaltung nicht vom eigentlichen Gegenstand ab. Charakter und Neutralität halten sich angenehm die Waage. Ihre organischen Formen sorgen zudem für ein lebendiges Schriftbild und überaus gute Lesbarkeit der Schrift.

Grundschnitt:
Amsi Pro Condensed Ultra

Verwendung:

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890ß!“§\$%&/()=?+ #-.,;:_'**

- „starke“ Hervorhebungen eines Wortes oder kürzerer Textabschnitte
- Headlines
- **Nicht für Fließtexte geeignet.**

Grundschnitt:
Amsi Pro Normal Ultra

Verwendung:

**abcdefghijklmnopqrstuvw
xyz ABCDEFGHIJKLM-
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890ß!“§\$%&/()=?
+ #-.,;:_'**

- Sublines, Zwischentitel
- keine längeren Texte!
- Für Sublines geeignet.

Ergänzung: FF MARK & Intro Skript

Zur Ergänzung in längeren Fließtexten oder bei Deklarationen im Packaging findet die FF MARK Verwendung. Dies geschieht aus Gründen der Lesbarkeit und den Möglichkeiten zur Ersparnis von Textmengen.

Grundschnitt:
FF MARK MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ WXYZ
1234567890ß!"\$%&/()=?+ #-.,;:_'

Grundschnitt:
FF MARK CONDENSED

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890ß!"\$%&/()=?+ #-.,;:_'

Grundschnitt:
Intro Skript

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890ß!"\$%&/()=?+ #-.,;:_'

Webfont: Tahoma

Grundschnitt:
Tahoma

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890ß!"\$%&/()=?+ #-.,;:_'

Verwendung:

→ längere Texte,
Sublines

Verwendung:

→ Deklaration
Packaging

Verwendung:

→ Nur für besondere
Störer, z.B. Iss gut

Verwendung:

→ Webfont für die
neuen Webseite

Anwendung: Packaging Design

→ **[DE] VEGANES ERZEUGNIS NACH ART VON FISCHSTÄBCHEN AUF BASIS VON SOJAPROTEIN, PANIERT, FRITTIERT, GEGART, TIEGEGFROREN**

ZUTATEN: (Finiwasser, texturiertes Sojaproteinkonzentrat (16%), Weizenmehl (Raps), Kartoffelstärke, Aroma, Meersalz, Leinsamenöl, Verdickungsmittel (Methylcellulose, Gewürze, Speisesalz, Hefe, Dextrose, Leinsamenmehl, Maismehl), (Kann Spuren von Ei, Milch, Senf und Sellerie enthalten). **• ZUBEREITUNG:** PFANNE: Fett in einer beschriebenen Pfanne erhitzen. Die veganen Fish Fingers gefahren hincubieren. Bei mittlerer Hitze 5 bis 6 Minuten braten, dabei mehrmals wenden. | OFEN (UMLUFT): Backofen auf 220°C vorheizen. Die veganen Fish Fingers gefahren auf ein mit Backpapier ausgelegtes Backblech geben und in die mittlere Schiene schieben. 10 bis 11 Minuten backen, nach ca. 5 Minuten einmal wenden. | OFEN (OBER- & UNTERHITZ): Backofen auf 220°C vorheizen. Die veganen Fish Fingers gefahren auf ein mit Backpapier ausgelegtes Backblech geben und in die obere Schiene schieben. 11 bis 12 Minuten backen, nach ca. 5 Minuten einmal wenden. Nicht zum Kalbverzehr geeignet. Vor dem Verzehr vollständig durchgefrieren! Nach dem Auftauen nicht wieder einfrieren!

OHNE GESCHMACKS-
VERSTÄRKER

OHNE KONSER-
VIERUNGSSOFFE

#VANTASTICFOODS
VANTASTICFOODS.COM

*Die angegebenen Zubereitungszeiten sind Richtwerte, die je nach Gerätetyp/-hersteller variieren können. Bei- oder aufgetauten Produkten verringern sich die Zubereitungszeiten.

Durchschnittliche Nährwerte pro	100g	Portion (5 Stück à 30g)
Energie	868kJ / 207kcal	1334kJ / 319kcal
Fett	8,4g	13g
davon gesättigte Fettsäuren	1,0g	1,5g
Kohlenhydrate	7,7g	2,6g
davon Zucker	0,4g	0,6g
Ballaststoffe	5,9g	8,9g
Eiweiß	19g	29g
Salz	1,5g	2,3g

FF MARK CONDENSED
Amsi Pro Normal Ultra

Amsi Pro
Condensed Ultra

FF MARK CONDENSED

**VANTASTIC
FISH FINGERS**

auf Basis von
Sojaprotein

VEGAN

Iss gut!

450g e

Amsi Pro Condensed Ultra

Amsi Pro Normal Ultra

Amsi Pro Condensed Ultra



Anwendung: Plakate



Amsi Pro
Normal Ultra

Amsi Pro
Condensed Ultra



Anwendung: Online Grafiken



Amsi Pro Normal Ultra
Amsi Pro Condensed Ultra



Amsi Pro Normal Ultra
Amsi Pro Condensed Ultra

PACKAGING DESIGN

Das neue Designkonzept positioniert sich selbstbewusst und durch seine Plakativität mit maximaler Aufmerksamkeit innerhalb des Segments. Die Reduktion auf das wesentliche räumt mit traditionellen und tradierten Produktverpackungen auf. Die Flexitarier werden am POS durch eine neue und aufregende Designsprache angesprochen. #healthyhedonism

Packaging Design Schuber

Serviovorschlag
immer 2/3
der Verpackung

USP
Genuss & dezenter
Hinweis pflanzlich



← moderne Wiedergabe
der Dachmarke

← Produktlogo
plakativ

← Leitidee
»Iss gut!«

Packaging Design
Faltschachtel



Serviertvorschlag
immer 2/3
der Verpackung

USP
Genuss & dezenter
Hinweis pflanzlich

moderne Wiedergabe
der Dachmarke

Produktlogo
plakativ

Sortenbezeichnung
»Classic Falafel«

Packaging Design
Süßwaren



Leitidee
»Iss gut!«

Zusätzliche Illustration
als Sortenbezeichnung

moderne Wiedergabe
der Dachmarke

Produktlogo
plakativ

Illustration
des Produktes

Packaging Design

Schlauchbeutel

Packaging Design

Dose

Serviovorschlag
immer 2/3
der Verpackung

USP
Genuss & dezenter
Hinweis pflanzlich



← moderne Wiedergabe
der Dachmarke

← Produktlogo
plakativ

← Leitidee
»Iss gut!«

VISUALISIERUNG VON GENUSS

Bildstil: Foodporn für Serviervorschläge

Leckerer und saftiger geht's nicht mehr. Der Serviervorschlag hebt pflanzliche Produkte auf Augenhöhe und ist von einem klassisch fleischbasiertem Burger ohne Hinweis nicht mehr zu unterscheiden. Die Saftigkeit (Juicy) und der Genuss stehen dabei an allererster Stelle #juicy



Serviervorschlag | Vantastic Burger

Serviervorschlag | Vantastic Fish Fingers



Serviervorschlag | Vantastic Falafel



Serviovorschlag | Vantastic Pancake



Serviovorschlag | Vantastic Pancake

BILDSTIL MENSCHEN

Testimonials

Wie könnte man Genuss besser ausdrücken, als durch junge und dynamische Testimonials, die mit größter Freude das Produkt verzehren? Der Gesichtsausdruck spiegelt dabei die Freude und die Überraschung über dieses Vantastic Produkt wieder.



ILLUSTRATION & GRAFIK

Illustration & Ikonographie sind zwei zentrale Bestandteile im Corporate Design. Diese finden Anwendung auf dem Packaging Design, auf Werbegrafiken oder in Printmedien. Auf den nächsten Seiten werden diese abgebildet.

01. Elemente Corporate Identity

Das Corporate Design ist bereits sehr illustrativ und die einzelnen Elemente können in seine Teilbereiche zerlegt und verwendet werden.

Iss gut! | Auszeichnung Leitidee



Vantastic taste | Zunge



Smiley | Bulletpoint oder Ornament



kombinierte Illustrationen



SOCIAL MEDIA

Ohne Social Media geht heutzutage so gut wie nichts mehr – Wir teilen unseren Alltag, tolle Erlebnisse und natürlich auch unser Essen. Eine starke Markenpräsenz ist an dieser Stelle also unabdinglich. Hierbei setzen wir auf eine Mischung aus Information, Interaktion und dem gewissen bisschen #Foodporn.

01. Facebook

Rabatt-Aktion | Sonderangebot

Headline
zwischen 50Pt
und 60Pt
je nach länge.

Zweizeilig und
zweifarbzig
auf Zeilenabstand
achten

Nach Möglichkeit
mittelachsig und
Zentriert ausgerichtet,
ansonsten linksbündig
und links.

Format:
1200x1200px

Produktvorstellung

Headline
zwischen 50Pt
und 60Pt
je nach länge.

Zweizeilig und
zweifarbzig
auf Zeilenabstand
achten

Nach Möglichkeit
mittelachsig und
Zentriert ausgerichtet,
ansonsten linksbündig
und links.

Format:
1200x1200px



im oberen 1/3
des Post

Produktbild
immer 2/3
des Post



Subline
zwischen 12Pt
und 18Pt
je nach länge.

Nach Möglichkeit
mittelachsig und Zen-
triert ausgerichtet,
ansonsten linksbün-
dig und links.

Produktbild
bei Posts mit Subline
immer 1/2
des Post

01. Facebook

Produkt der Woche



Hintergrund
Freigestellt einfarbig
oder
als Vollflächen Foto

Produktbild
vollflächig im Hinter-
grund
des Post

Format:
1200x1200px

331px 43px

341px 53px

Störer
immer an der selben
stelle.
Farben können vari-
ieren

02. Pinterest

Produktvorstellung



Headline
zwischen 50Pt und 70Pt
je nach länge.

Zweizeilig und zweifarbig
auf Zeilenabstand achten

Nach möglichkeit
mittelachsig und Zentriert
ausgerichtet, ansonsten
linksbündig und links.

Format:
1000x1500px

Rabatt-Aktion | Sonderangebot



Subline
zwischen 12Pt und 20Pt
je nach länge.

Nach möglichkeit
mittelachsig und Zentriert
ausgerichtet, ansonsten
linksbündig und links.

Produktbild
immer 1/3
des Post

Störer
immer unterhalb
der Headline und
der Subline

POWER POINT

Ideen vermitteln und Visionen greifbar machen – das ist die Aufgabe eines Guten Pitch. Mit Hilfe der richtigen Präsentation gelingt das im Handumdrehen. Darum setzen wir beim Thema PowerPoint Präsentationen auf konstant, ohne monoton zu werden. Inhaltlich halten wir uns kurz und präzise. Die Bildwelt soll, so wie allgemein appetit auf mehr machen.

01. PowerPoint

Logo



Logo und Arbeitstitel oder Slogan kann als Startchart genutzt werden.

Kapitel



Vantastic taste Zunge mit Headline als Kapitel Cover

01. PowerPoint

Inhalt

REZEPTERSTELLUNG + KOMMUNIKATION

- REZEPTENTWICKLUNG UND FOTOGRAFIE**
für 1 Produkt (3-5 Bilder)
- 3 POSTS AUF FACEBOOK**
inklusive Gestaltung und Auswertung
verteilt auf mehrere Monate
- 1 B2C STANDALONE NEWSLETTER**
mit Rezept und bis zu 5 Produkten
- KOSTEN:**
3.800 €



Vignette als Form für Bilder,
als Rahmen für Bilder
oder als Rahmen für Texte.

Smileys als Bulletpoints.

Logo konstant oben rechts.

Farbliche Anpassung der Prä-
sentation an das behandelte
Thema.

LOREM IPSUM

- STAND ALONE NEWSLETTER**
mit einem oder mehreren Produkten
- OCCUM HARCI DIAE DOLOREST**
quis ut lignam aut pra con nonsectaspit ele-
ni sum, ium fugiat aut expedit eveliquitem
- RES MOLUPTAM, SAPICIPIT,**
untur apelest, comnisc iendus dolum que ma



EINMALIGE PRODUKTEINFÜHRUNG

- 1 X PRODUKT TEASER IM NEWSLETTER**
+ MIN 2 WOCHEN BANNER STARTSEITE
+ 1 X SOCIAL MEDIA POST AUF IG & FB
- KOSTEN:**
1.500 €
- INKLUSIVE GESTALTUNG**



01. PowerPoint

Stimmungsbild




Stimmungsbilder
um einen besseren Einblick in die
Produktwelt zu ermöglichen

Kontakt

LUST AUF MEHR?

IHR ANSPRECHPARTNER:
Max Mustermann

KONTAKT:
E-Mail: info@avevg
Tel. +49 9433 20413-0
Fax +49 9433 20413-129



Vantastic taste Zunge mit Head-
line und Kontaktdaten
kann beispielsweise als Endchart
genutzt werden

FLYER GESTALTUNG

Flyer transportieren Informationen und wir entscheiden wie sie aufgenommen werden. Mit einem strukturierten Aufbau und wiederkehrenden Elementen ist es uns möglich den Lesefluss und die Wahrnehmung des Flyers zu bestimmen und so den best möglichen Eindruck bei den Betrachtern zu hinterlassen.

01. Flyer Gestaltung

Für die Gestaltung der Flyer gelten die gleichen Vorgaben, wie für die vorangegangenen Kapitel. Die Farben sind je nach Einsatzbereich zu wählen, die Schriften sind in einheitlichen Größen abzubilden und Bulletpoints sind als Smiley darzustellen. An passenden Stellen kann das Layout durch den Leitidee Störer oder durch simple Illustrationen ergänzt werden. Bilder sind ähnlich der PowerPoint Präsentation einzubinden – entweder mit Hintergrund als vollflächige Seite oder innerhalb der Vignette, besser aber noch als Freisteller. Bei letzterem auf gute Kontraste und realistische Schatten achten.



Anwendung: Produktflyer

Vorderseite

Format:
DIN lang, Hochformat, Zweibruch Wickelfalz

Seiten-Headline
zwischen 40Pt
und 55Pt
je nach länge.

Zweizeilig und
zweifarbige
auf Zeilenabstand
achten

Nach Möglichkeit
mittelachsig und
Zentriert ausge-
richtet, ansonsten
linksbündig und
links.

Smiley
als Bulletpoint.
Ca. 2 Zeilen hoch



Flyer-Headline
zwischen 40Pt
und 70Pt
je nach länge.

Zweizeilig und
zweifarbige
auf Zeilenabstand
achten

Nach Möglichkeit
mittelachsig und
Zentriert ausge-
richtet, ansonsten
linksbündig und
links.

Fließtext
zwischen 8Pt
und 14Pt

Störer
nach Möglichkeit
mittig und recht
ausgerichtet

Produktbild
etwa 1/2
der Seite

Rückseite

Format:
DIN lang, Hochformat, Zweibruch Wickelfalz

Seiten-Headline
zwischen 40Pt
und 55Pt
je nach länge.

Zweizeilig und
zweifarbige
auf Zeilenabstand
achten

Nach Möglichkeit
mittelachsig und
Zentriert ausge-
richtet, ansonsten
linksbündig und
links.

Produktbild
als Anleser für
Produkt-
beschreibungen



Betonter Fließtext
zwischen 8Pt
und 14Pt

Vantastic taste
Zunge
als Grafisches
Ausgleichselement

Anwendung: Rezeptflyer

Umschlag

Format:
DIN A5, Hochformat, Einbruchfalz

Seiten-Headline zwischen 40Pt und 55Pt je nach länge.

Zweizeilig und zweifarbig auf Zeilenabstand achten

Nach Möglichkeit mittelachsig und Zentriert ausgerichtet, ansonsten linksbündig und links.

Flyer-Headline zwischen 40Pt und 70Pt je nach länge.

Zweizeilig und zweifarbig auf Zeilenabstand achten

Nach Möglichkeit mittelachsig und Zentriert ausgerichtet, ansonsten linksbündig und links.

Störer nach Möglichkeit mittig und recht ausgerichtet

Bild leicht abgeschrägt für optische Lockerung alternativ die Vignette als Form nutzen

Innenseiten

Format:
DIN A5, Hochformat, Einbruchfalz

Seiten-Headline zwischen 40Pt und 55Pt je nach länge.

Zweizeilig und zweifarbig auf Zeilenabstand achten

Nach Möglichkeit mittelachsig und Zentriert ausgerichtet, ansonsten linksbündig und links.

Einkaufsliste als simple Illustration zur Auflockerung des Layouts

Produkt als Freisteller. Falls mehrere Produkte benötigt werden, wird an dieser stelle ein Composing empfohlen.

Vignette als Reihenfolgen-Indikator

NOCH FRAGEN?

**Ihr Ansprechpartner
bei VANTAST!C FOODS:**

Kontakt:

E-Mail marketing@vantastic-foods.com
Tel. +49 9433 20413-0
Fax +49 9433 20413-129

**Ihr Ansprechpartner
bei GK+:**

Lena Gruschka
CREATIVE DIRECTOR

Kontakt:

E-Mail gruschka@gruschkakramer.de
Tel. 0202.75857721

VANTASTIC FOODS®

WE ARE THE PIONEERS

