



Styleguide Samy & Salem

KATHARINA KINZLER, JAN WEREL
DIGITALE MARKENENTWICKLUNG WS19/20
SOCIAL MEDIA SYSTEMS - THM GIEBEN

Inhaltsverzeichnis

1. Konzept	3
2. Markensondierung	4
3. Wortideen	5
4. Wortmarke	6
5. Grafische Ideen	7
6. Wortbildmarke	9
7. Schutzraum	10
8. Vermaßung	11
9. Darstellungsvarianten	12
10. Schrift	15
11. Farben	16
12. Bildwelt	17
13. Mediale Verwendung	20

Konzept

Konzept

Bei Samy & Salem legen wir besonderen Wert auf die Herstellung gesunden und hochwertigen Katzenfutters, welches frei von Farbstoffen, Geschmacksverstärkern, Konservierungsstoffen und Allergenen ist. Hergestellt in Deutschland und frei von Schlachtabfällen mit einem hohen Muskelfleischanteil. Unsere Besonderheit: Du kannst das gesunde Lieblingsfutter individuell nach den Vorlieben deiner Katze zusammenstellen. Die Bezahlung erfolgt dabei pro Bestellung und ab einem Bestellwert von 30€ ist der Versand innerhalb von Deutschland kostenfrei.

Branche	Mobilität	Unterhaltung	Lifestyle	Bildung	Soziales Engagement	
USP	Nachhaltigkeit	Exklusivität	Personalisierung	Gemeinschaft		
Art	Produkt	Dienstleistung	Plattform	Shop	Geschenk	
Ort	Filiale	Online	Event/Messe	Medien		
Zielgruppe	14-18	19-29	30-49	50-59	60+	
Konsum	Property	Convenience	Sharing	Charity	Incentives	
Nutzen	Produktivität	Genussorientiert	Gesundheitsfördernd	Unterhaltsam		
Bezahlung	Einmalig	Abonnement	Spende	Investment	Beteiligung	Kostenlos

Zielgruppe

Laut einer Studie aus dem Jahr 2018 gaben rund 45% aller deutschen Haushalte an ein Haustier zu halten. Das mit über 55% beliebteste Haustier war dabei die Katze. Der Umsatz mit Katzenfutter in Deutschland im Jahr 2018 betrug 1,58 Mrd. Euro. Die Hälfte der Befragten gab dabei an, dass sie im Monat zwischen 25 und 100€ für ihr Haustier ausgeben würden. 63% der Haustierbesitzer in Deutschland sind dabei weiblich, 37% männlich. 38% der Haustierhalter in Deutschland befinden sich dabei in der Altersgruppe 30 - 49.

Ansprache

Bei der Tonalität handelt es sich um einen freundlichen, modernen Sprachstil. Die Zielgruppe wird per du angesprochen, um eine lockere Atmosphäre zu schaffen. Dabei wird der Fokus auch leicht verständliche und kurze Sätze gelegt und es wird weitestgehend auf die Verwendung von Fachbegriffen verzichtet.

Markensondierung

Wettbewerbsanalyse

Zu den größten Wettbewerbern in Deutschland zählen neben Whiskas mit 14% Marktanteil auch Felix mit 13%, KiteKat mit 11% und Sheba mit 10%. Dabei ist der Anteil von Frischfutter im Futtermix ca. 2/3 im Vergleich zu Trockenfutter und Katzensnacks.

Whiskas Lila-gelbe Farbwelt, grau-getiegrte Katze, schlichte Schrift, Ansprache per du, Katze im Logo, Futterleitfaden

Felix blau-gelbe Farbwelt, schwarz-weiß-getupfte gezeichnete Katze, keine Webseite, Ansprach per du, reiner Schriftzug

KiteKat grün-rote Farbwelt, rot-getiegrter Kater, schlichte Schrift, Ansprache per Sie, reiner Schriftzug, Katzenwissen

Sheba schwarz-goldene Farbwelt, Britischkurzhaar-Katze, schlichte Schrift, Ansprache per Sie, schwarze Katzensilhouette im Logo

Alle Futermittelherstellen fügen den Produkten pflanzliche Nebenerzeugnisse hinzu und der Fleischgehalt im Futter ist gering. Online befindet sich kein Futterberater und es können keine Futter individuell zusammengestellt werden.

Marktlücke

Viele Katzenfutterhersteller mischen zur Kostenreduzierung dem Futter für die Katze ungesunde Zusatzstoffe hinzu, welche die Katze auf längere Zeit krank machen können. Dabei können beigemischtes Phosphor sowie Natrium dafür sorgen, dass die Katze an Nieren oder Herzproblemen erkrankt. Hinzu kommt, dass einige Katzen sehr wählerisch bei der Futterwahl sind und gerade Haushalte mit mehrern Katzen zu unterschiedlichen Futtermittelherstellern zurückgreifen müssen. Samy & Salem bedient dabei genau diese Marktlücke. Mit dem eigens entiwckelten Futtermix ist es dem Besitzer möglich, das Katzenfutter individuell nach den Bedürfnissen der Katze anzupassen und dabei Rücksicht auf etwaige Unverträglichkeiten, Allergien und Vorlieben zu nehmen.

Botschaft

Individuelle, gesunde Ernährung in 100% Lebensmittelqualität für Katzen zu erschwinglichen Preisen.

Wortideen (Jan & Katharina)

Catality

ZUSAMMENSETZUNG AUS „CAT“ UND „VITALITY“

Nuzu

ZUSAMMENSETZUNG AUS „NULL“ UND „ZUSÄTZE“

PureSnacks

PURE (IM SINNE VON REIN/OHNE ZUSÄTZ) SNACKS

Coockitty

ZUSAMMENSETZUNG AUS „COOK“ UND KITTY

Mealthy

ZUSAMMENSETZUNG AUS „MEAL“ UND „HEALTHY“

CatInd.

ZUSAMMENSETZUNG AUS ENGL. FÜR KATZE UND DEM WORT „INDIVIDUELL“

Zimi

SPITZNAME VON SAMY

Samy & Salem

NAMEN DER KATZEN, AUF WELCHE DIE GRÜNDUNGSDIEE ZURÜCKGEHT

Fealthy

ZUSAMMENSETZUNG AUS ENGL. „FOOD“ UND „HEALTHY“

Catino

ZUSAMMENSETZUNG AUS ENGL. „CAT“, „INDIVIDUELL“ UND „FOOD“

Samy & Salem

Samy und Salem sind die Namen zweier Katzen, auf welche die Gründungsidee zurück geht. Samy hat im Gegensatz zu ihrem Spielgefährten Salem einige Futterunverträglichkeiten, weshalb die Beiden nicht das gleiche Futter bekommen können. Das extra Futter des Tierarztes schmeckt Samy jedoch nicht so gut, weshalb sie lieber Salems möchte. Damit Samy & Salem das gleiche hochwertige Futter bekommen können, wurde die Marke gegründet.

HOCHWERTIGES, GESUNDES UND INDIVIDUELLES FUTTER FÜR JEDE KATZE.

Grafische Ideen (Jan)



- Wortzusammensetzung aus Cat und Vitality
- Unser Futter ist für Katzen
- Vitality durch frisches und gesundes Futter
- Blau als Symbol für Harmonie, Freundlichkeit, Sportlichkeit und Seriosität
- Geschwungene Schrift soll mit Dynamik und Sportlichkeit assoziiert werden



- Wortzusammensetzung aus Null und Zusätze
- Rote Form als schmetaische Andeutung eines Leckerlies
- Farbe rot als Eyecatcher und als Symbol für Kraft, Vitalität und Anziehung
- Das alleinstehende „n“ wirkt verspielt, was ebenfalls an Katzen erinnern soll



- PureSnacks soll direkt schon in der kombinierten Wortbildmarke klarmachen worum es geht
- Katzenfoto impliziert die Zielgruppe
- Wortmarke erklärt worum es geht
- Farbe rot als Eyecatcher und als Symbol für Kraft, Vitalität und Anziehung

Grafische Ideen (Katharina)



- Samy ist eine Siamkatze
- Katzenkopf entspricht der Kopfform einer Siamkatze
- Polygon setzt sich aus mehreren Dreiecken zusammen
- Erinnert an Futter zusammensetzen
- Schlicht, da Futter frei von Zusätzen ist „clean eating“



- Rundes Logo wirkt geschlossen und ansprechend für das Auge
- Erinnert an Manufakturstempel
- Mit einer Manufaktur werden qualitativ hochwertige Produkte assoziiert
- Puzzle-Pfote bildet das individuelle Zusammenstellen des Futters ab
- Grün als Symbolfarbe für natürlich und gesund



- Zusammengesetzter Katzenkopf aus Siamkatze und EKH Katze
- Entspricht den Köpfen von Samy und Salem
- Spiegelt die Gründungsgesichte wieder

Wortbildmarke

Das Logo erinnert durch die Form und den Schriftzügen auf der Kreislinie an einen Manufakturstempel und impliziert somit qualitativ-hochwertige Produkte. Die runde Form ist dabei für das Auge optisch besonders ansprechend. Der Katzenkopf einer Siamkatze steht symbolisch für die Siamkatze Samy, durch welche die Idee zur Gründung entstanden ist, da diese einige Futter-Unverträglichkeiten hat. Der Kopf setzt sich aus diversen Dreiecken zusammen und steht somit für die individuelle Futterzusammensetzung durch den FutterMix. Durch verschiedene Konturstärken der Formen erscheint das Logo stabiler und erhält eine gewisse Plastizität.

Ebenso wie das Futter von Samy & Salem, ist das Logo frei von unnötigen Zusätzen und Spielerein. Hierdurch wirkt es zudem sehr modern und spricht so die Zielgruppe an.



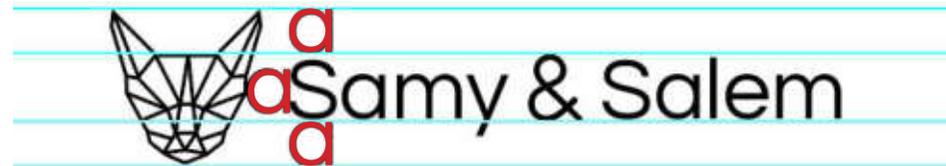
Schutzraum



Aus der Höhe des Logos wird zunächst ein Quadrat um das Logo gezogen, sodass dieses mit der Ober- und Unterseite abschließt. Aus dem Mittelpunkt heraus wird ein Kreis um das Quadrat gezogen, sodass dieser mit dessen Ecken abschließt. (Quadratur des Kreises)

Der Schutzraum entspricht jeweils einem kleinen a in der Schriftart Questrial sowie der entsprechenden Schriftgröße der Wortmarke. Dieser Abstand muss sowohl ober- und unterhalb sowie links und rechts eingehalten werden. Der Schutzraum schließt sich nahtlos an die Versalien an siehe Hilfslinien.

Die Minimalversion wird stets links der Wortmarke im Abstand eines kleinen a platziert und schließt oben und unten mit dem Schutzraum der Wortmarke ab.



Vermaßung



MINIMALGRÖßE 30 MM
185 X 185 PX @72PPI

MINIMALGRÖßE 30 MM

Bei Printmedien entspricht die Größe des Logos
2/8 der Breite des Mediums.

FORMEL ZUR BERECHNUNG DER GRÖßE

$(b/8)*2$

Die Wort-Bildmarke darf in sämtlichen Größen genutzt werden. Eine Ausnahme stellen dabei Printmedien dar. Der Schutzraum ist dabei stets einzuhalten und entspricht dem jeweiligen Größenverhältnis. Ab einem Durchmesser kleiner als 30 mm muss die Minimalversion genutzt werden.

Zulässig ist ebenso die Verwendung der Minimalversion in Kombination mit der Wortmarke.



Darstellungsvarianten

Positiv



Minimalversion



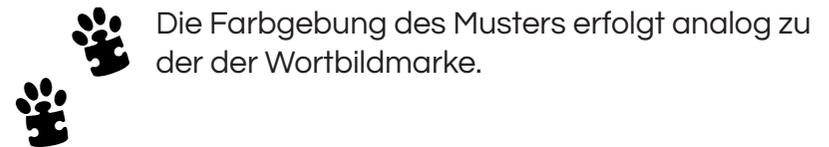
Negativ



Minimalversion mit Wortmarke



Muster



Die Farbgebung des Musters erfolgt analog zu der der Wortbildmarke.

Darstellungsvarianten

Zulässig



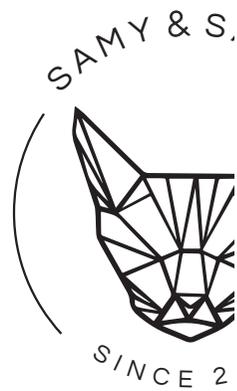
Darstellungsvarianten

Unzulässig

Drehen



Beschneiden



Farbig



Verzerren



DIE HIER DARGESTELLTEN VARIANTEN SIND ANALOG IN DER DARSTELLUNG DER WORT- BILDMARKE ANZUWENDEN.

Schrift

Beispiel

Primärschrift - Questrial

Gende dolupti volo doluptatem lab
ipis miligen ihilici liquis aliqui bea
con peritat emposse quiaerita con
nonsenitae. Nem. Neque volupti
accatib usaepero eos sintur ma
duciuscitia dio odi incturit, od quo
temperc iaturibus, comnim volut
accupti auda cus aliqui corem qlibus
sumquo et i

Header - 30pt

SUBHEADER - 19pt

Brotschrift - 12pt

Die Mindestgröße beträgt 12 pt. Fließtexte werden im Blocksatz, letzte Zeile linksbündig und ohne Silbentrennung verfasst.
Das Schriftverhältnis entspricht dem Goldenen Schnitt und beträgt 1:1,61.

Größe der Schrift in pt. * 1,61 (Vergrößerung)

Größe der Schrift in pt. / 1,61 (Verkleinerung)

SEKUNDÄRSCHRIFT - PANTON

SOLES AT. AM RERSPE VITIATQUAS
PERIBUS SECTUR? OFFICIURI VITIAE
COREM QUAM ET VOLUPTATQUID
ET EA ASPEL INCTEMO DIANTIAT HIT
ET, CUM VOLESTET FUGIT AS VOLES
QUATUS DUS INCID QUO IDIT ASIN
NONSERCIT UT VELLA DITATEM EUM
IUS NOBIS SINIENTOTATE IN PED UT
OFFICATISIM QUI I

HEADER - 30PT

SUBHEADER - 19PT

BROTSCHRIFT - 12PT

Farben

Primärfarben

RGB #C69B91

75%

50%

25%

C = 21% M = 41% Y = 37% K = 8%

RGB #B5C3D3

75%

50%

25%

C = 33% M = 18% Y = 12% K = 0%

RGB #3F5541

75%

50%

25%

C = 72% M = 44% Y = 70% K = 43%

Sekundärfarben

RGB #6B6263

75%

50%

25%

C = 52% M = 49% Y = 44% K = 34%

RGB #815D43

75%

50%

25%

C = 35% M = 54% Y = 66% K = 38%

Bildwelt



Das Futter wird in einem silbernen, schlichten Napf präsentiert. Der Hintergrund ist entweder einheitlich weiß oder besitzt eine Holzstruktur. Aufgenommen werden die Bilder aus Vogelperspektive in Nahaufnahme. Abgebildet wird der Futternapf und die im Futter enthaltenen frischen Zutaten, welche aufgeschnitten werden dürfen. Zudem befindet sich ein Teil der Zutaten auf einem Holz- oder Granitbrett, welches schräg am Rand des Bildes plziert wird. Die Farben sind kontrastreich, satt und unverfälscht, da es sich um frische Lebensmittel handelt.

Bildwelt



Died Produktbilder werden ebenfalls vor einem weißem einheitlichen Hintergrund gemacht, damit diese gut zur Geltung kommen. Aufgenommen werden die Bilder frontal und in Nahaufnahme. Neben der Verpackung sind auch hier die frischen Zutaten mitabgebildet, welche im Futter enthalten sind. Diese entsprechen dabei der jeweiligen Sorte. Präsentiert wird das Futter in einem grauen Napf. Bei Trockenfutter, kann darauf verzichtet werden (siehe Bild links). Die Farben sind kontrastreich und unverfälscht, da auch hier Lebensmittel abgebildet werden.

Bildwelt

Die Katzen sollten gesund sein und ein gepflegtes Fell haben. Die Fell- und Augenfarbe ist nicht relevant, da Samy & Salem für Individualität und Vielfalt steht. Aufgenommen werden die Bilder vor einem ruhigen Hintergrund und mit Tiefenschärfe. Die Farbe des Hintergrundes kann sich im blau-grauen oder warmen braunen Bereich bewegen. Die Perspektive ist frontal und die Katze wird in Nahaufnahme abgebildet.



Mediale Verwendung



The billboard features the SAMY & SALEM logo, which is a stylized cat face with the text 'SAMY & SALEM' above it and 'SINCE 1955' below it. The main headline reads 'Einfach gesund füttern' (Simply healthy feeding) and '100% LEBENSMITTELQUALITÄT' (100% food quality). Below this, there is an image of two cat food pouches, one labeled 'HUHN' (chicken) and one labeled 'RIND' (beef), along with fresh ingredients like salmon, carrots, and broccoli. To the right of the image, the text says 'Stelle jetzt das individuelle Katzenfutter für Deinen Liebling zusammen!' (Put together the individual cat food for your favorite now!). At the bottom of the billboard, the website 'www.samyundsalem.de' is displayed. The billboard is mounted on a brick wall in an urban setting, with bicycles parked in front of it.

SAMY & SALEM
SINCE 1955

Einfach gesund füttern

100% LEBENSMITTELQUALITÄT

Stelle jetzt das individuelle Katzenfutter für Deinen Liebling zusammen!

www.samyundsalem.de

Mediale Verwendung



Mediale Verwendung



Bei der Verwendung auf Taschen und Tüten ist darauf zu achten, dass die Wortbildmarke möglichst großflächig unter Berücksichtigung des Schutzraums zu verwenden ist. Alternativ ist beispielsweise auf T-Shirts eine Verwendung der alternativen Darstellung der Wortbildmarke am Rand zulässig. Hier ist ebenfalls darauf zu achten, dass die Verwendung möglichst großflächig erfolgt.

Mediale Verwendung



Mediale Verwendung



Mediale Verwendung



Mediale Verwendung

Mediale Verwendung

