



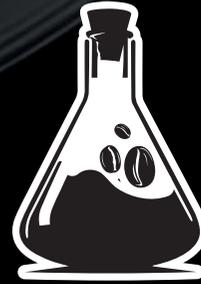
kaffeelabor.com.tr

The Formula of **Coffee.**

2025

# Kurumsal Kimlik **Kılavuzu**

Corporate Identity  
Guide



**kaffeelabor**<sup>®</sup>

**G2BRAND**<sup>®</sup>  
TO BE A BRAND



kaffee labor®

# Introduction

Introduction  
/ Giriş

*Damakta iz bırakan bir deneyim, tasarımı kusursuz bir uyum.*

*Kaffeelabor, kahveye tutkuyla yaklaşan bir markadır. Her fincanda deneyimi, her detayda estetiği ön planda tutar. Bu kurumsal kimlik rehberi, markamızın görsel ve iletişim dilini tanımlar; logo kullanımından renk paletine, tipografi kurallarından baskı standartlarına kadar tüm tasarım bileşenlerini tutarlı bir bütünlük içinde sunar.*

*Amacımız; Kaffeelabor'un sofistike, yenilikçi ve sıcak marka karakterini her temas noktasında aynı titizlikle yansıtmak, hedef kitlemizle kurduğumuz bağı güçlendirmektir.*

*Bu rehber, tüm paydaşlarımız için bir referans niteliği taşıır ve markamızın tutarlı şekilde temsil edilmesini sağlar.*

[kaffeelabor.com.tr](http://kaffeelabor.com.tr)

*A flavor that leaves a mark, a flawless harmony in design.*

*Kaffeelabor is a brand that approaches coffee with passion. It prioritizes experience in every cup and aesthetics in every detail. This corporate identity guide defines our brand's visual and communication language; presenting all design components—from logo usage to color palette, from typography rules to printing standards—in a consistent and cohesive manner.*

*Our goal is to reflect Kaffeelabor's sophisticated, innovative, and warm brand character with the same precision at every point of contact, and to strengthen the bond we have established with our target audience.*

*This guide serves as a reference for all our stakeholders and ensures our brand is represented consistently.*



- *LOGO - LOGO*
- *ORANLAR - RATIOS*
- *GÜVENLİK ALANI - SAFE AREA*
- *MINİMUM BOYUT - MINIMUM SIZE*
- *RENK - COLOR*
- *KURUMSAL YAZI KARAKTERİ - CORPORATE TYPEFACE*

## **Bölüm 1** / *Section 1*

# Seco



kaffee labor®

# ctition



### 01.KAFFEELABOR LOGOSU

*Logo, marka duruşunu görsel ve anlamsal olarak ifade eden en önemli unsurdur Logo, markanın kurumsal kimliğinin önemli bir parçasıdır ve değiştirilemez bir öğedir. Kurumsal kimlikle ilgili tüm bilgilere KAFFEELABOR Kurumsal İletişim biriminden ulaşabilirsiniz.*

### 01.KAFFEELABOR LOGO

*The logo is the most important element that visually and semantically expresses the brand's stance. It is a vital part of the brand's corporate identity and is an irreplaceable asset. For all information related to the corporate identity, please contact the KAFFEELABOR Corporate Communications Department.*

The Formula of **Coffee.**

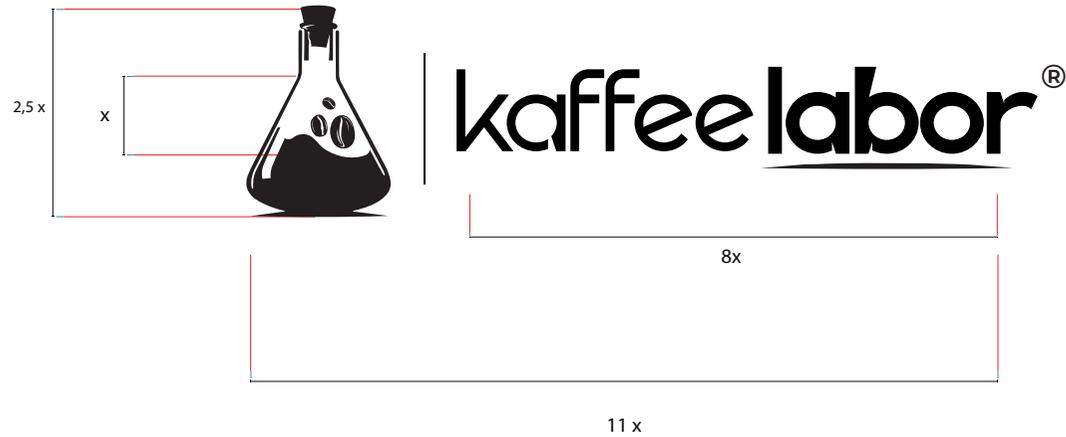


## 02. ORANLAR

Logo ve tipografi unsurları birbirleriyle oranları ve uzaklıkları ölçülere dayanarak belirlenmiştir ve bu ölçümlerde herhangi bir değişiklik yapılmamalıdır.

## 02. PROPORTIONS

The proportions and distances between the logo and typography elements have been determined based on specific measurements, and no changes should be made to these measurements.



### 03. GÜVENLİK ALANI

Logo'yu çevreleyen açık alan, logo ile diğer herhangi bir logo, desen, işaret veya görselin kenarı arasındaki minimum mesafeyi tanımlar. Bu alan minimum gereksinimdir ve mümkün olduğunca maksimuma çıkarılmalıdır.

Marka bütünlüğünü korumak için bu güvenlik alanına hiçbir grafik öğe, fotoğraf veya metin yerleştirilmemelidir.

### 03.SAFETY AREA

The clear space surrounding the logo defines the minimum distance between the logo and any other logo, pattern, symbol, or visual element. This is the minimum requirement and should be maximized whenever possible.

To maintain brand integrity, no graphic elements, photos, or text should be placed within this safety area.

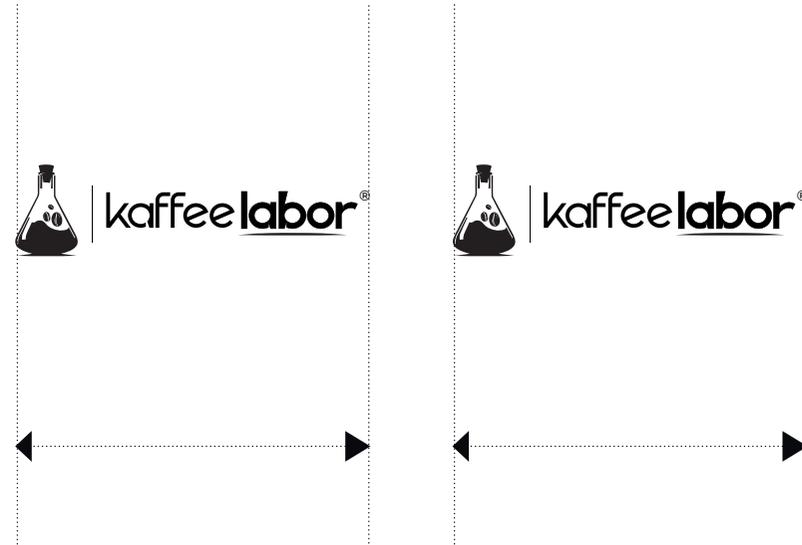


#### 04. MİNİMUM BOYUT

Logo'nun minimum boyutu hiçbir zaman 15 mm'den küçük olmamalıdır. Okunabilirliği sağlamak için logo mümkün olduğu kadar büyük olmalıdır; maksimum boyut sınırı yoktur.

#### 04. MINIMUM SIZE

The minimum size of the logo should never be smaller than 15 mm. To ensure readability, the logo should be as large as possible; there is no maximum size limit.



Minimum Size

15 mm

Minimum Size

42px

**05. RENK**

Logo ve kurumsal kimliğin temel kullanımında, belirli RGB ve CMYK renk kodlarıyla ifade edilen kurumsal renklere yer verilmiştir. Logonun kullanımında, siyah, gri, metalik gri (Gümüş Yıldız) ve metalik sarı (altın yıldız) dışında hiçbir renk kullanılmamalıdır.

**05.COLOR**

In the primary use of the logo and corporate identity, the corporate colors are represented by specific RGB and CMYK color codes. For the logo, no colors other than black, gray, metallic gray (silver foil), and metallic yellow (gold foil) should be used.

| Pantone | CMYK | RGB | WEB |

BLACK

0, 0, 0, 100

0.0.0.

1d1d1b

WHITE

0,0,0,0

255.255.255

ffffff

## 07.KURUMSAL YAZI KARAKTERİ

*KAFFEELABOR kurumsal yazı karakteri Haas Neue Font Ailesi'dir.  
Varsayılan olarak belirtilmedikçe, başka bir font tercih edilmemelidir.*

## 07.CORPORATE TYPE

*The corporate typeface for KAFFEELABOR is the Haas Neue Font Family.  
Unless otherwise specified, no other font should be used.*

Haas Neue Font Family

abcdefghijklmnop  
rstuvwyz

ABCDEFGHIJKLMNO  
PRSTUVWYZ

123456789

Haas Neue Font Family

abcdefghijklmnop  
rstuvwyz

ABCDEFGHIJKLMNO  
PRSTUVWYZ

123456789

Haas Neue Font Family

**abcdefghijklmnop  
rstuvwyz**

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PRSTUVWYZ**

**123456789**

Haas Neue Font Family

**abcdefghijklmnop  
rstuvwyz**

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PRSTUVWYZ**

**123456789**

Haas Neue Font Family

**abcdefghijklmnop  
rstuvwyz**

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PRSTUVWYZ**

**123456789**

Haas Neue Font Family

abcdefghijklmnop  
rstuvwyz

ABCDEFGHIJKLMNO  
PRSTUVWYZ

123456789



- *MARKANIN AMACI -PURPOSE OF THE BRAND*
- *MARKANIN VİZYONU - VISION OF THE BRAND*
- *MARKANIN DEĞERLERİ - VALUES OF THE BRAND*
- *HEDEF KİTLE - TARGET AUDIENCE*
- *MARKA KONUMLANDIRMASI - BRAND POSITIONING*
- *MARKA KİŞİLİĞİ - BRAND PERSONALITY*
- *MARKA ARKETİPLERİ - BRAND ARCHETYPES*

## **Bölüm 2 / Section 2**

# seo



kaffee labor<sup>®</sup>

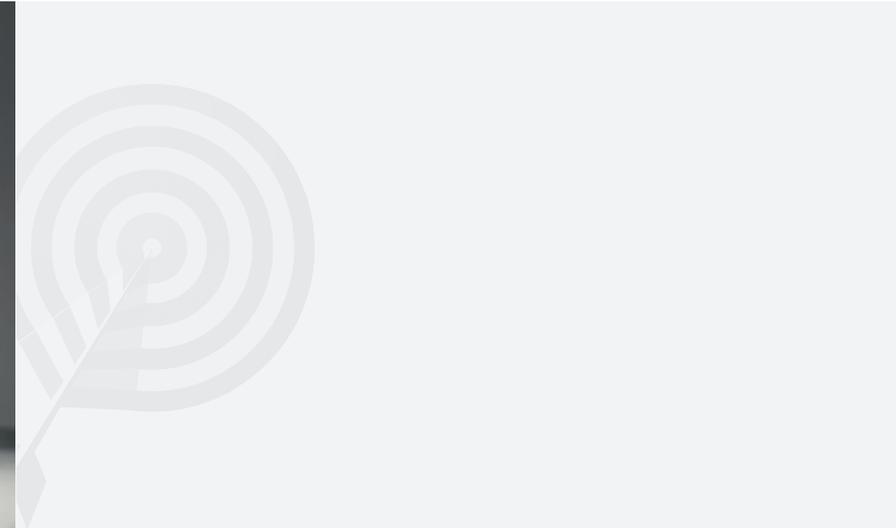
cti on

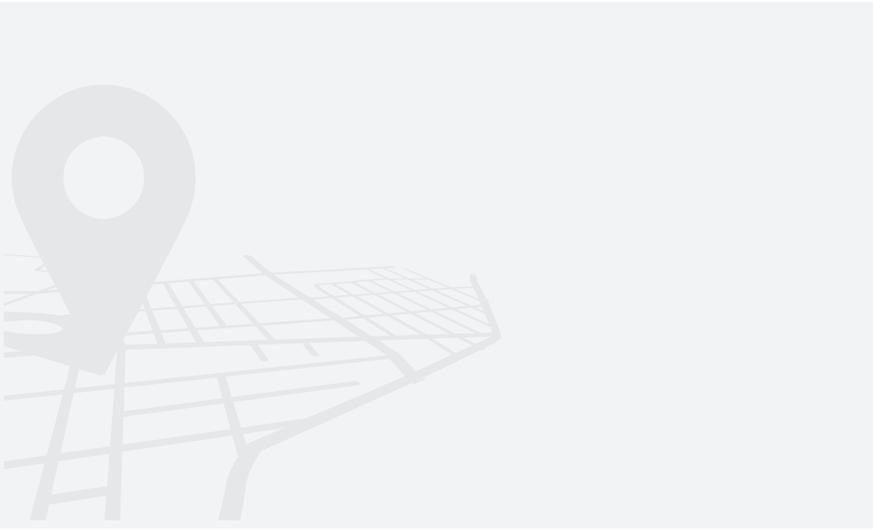
## 08. MARKANIN AMACI

*Kaffeelabor'un amacı; nitelikli kahveyi bilimsel titizlik ve estetik anlayışla harmanlayarak, her fincanda keşif hissi sunmaktır.*

## 08. BRAND PURPOSE

*Kaffeelabor's purpose is to blend quality coffee with scientific precision and aesthetic sensibility, delivering a sense of discovery in every cup.*





## 09. MARKANIN VİZYONU

*Kaffeelabor, kahve deneyimini sadece bir içecekten öteye taşıyan, ilham verici bir yaşam tarzı markası olmayı hedefler.*

## 09. BRAND VISION

*Kaffeelabor aims to become an inspiring lifestyle brand that elevates the coffee experience beyond just a beverage.*

**10. MARKA DEĞERLERİ**

*Kalite, özgünlük, tutku, sürdürülebilirlik ve yenilikçilik.*

**10. BRAND VALUES**

*Quality, authenticity, passion, sustainability, and innovation.*





## 11. HEDEF KİTLE

*Kaffeelabor; kahve tutkusunu bir ritüele dönüştüren, özgün deneyimler arayan, estetik ve kaliteye önem veren bireyleri hedefler.*

## 11.TARGET AUDIENCE

*Kaffeelabor targets individuals who transform coffee into a ritual, seek unique experiences, and value aesthetics and quality.*

## 12. MARKA KONUMLANDIRMA

*Kaffeelabor; modern kahve kültürünü bilimsel bir yaklaşım ve tasarım estetiğiyle birleştiren premium bir marka olarak konumlanır.*

## 12. BRAND POSITIONING

*Kaffeelabor is positioned as a premium brand that fuses modern coffee culture with scientific approach and design aesthetics.*





### 13. MARKA ARKETİPLERİ

*Birincil arketip olan Bilge (The Sage), markanın kahveyi bilimsel titizlikle ele alan, araştırma ve öğrenmeye dayalı yapısını temsil eder. Her fincan, keşfetmeye teşvik eden bir bilgi yolculuğudur.*

*İkincil arketip olan Yaratıcı (The Creator) ise markanın tasarıma ve sanatsal anlatıma verdiği önemi yansıtır. Kaffeelabor, ambalajından iç mimariye kadar her detayda özgünlük, zarafet ve estetik ifade sunar.*

### 13. BRAND ARCHETYPES

*The primary archetype, The Sage, reflects the brand's scientific approach to coffee—rooted in research, precision, and intellectual curiosity. Each cup invites discovery and deeper understanding.*

*The secondary archetype, The Creator, embodies the brand's devotion to design and artistic expression. From packaging to interior design, Kaffeelabor showcases originality, elegance, and a refined creative vision.*

- *LOGONUN FARKLI ZEMİNLERDE KULLANIMI - USAGE OF THE LOGO ON DIFFERENT BACKGROUNDS*
- *LOGONUN FOTOĞRAF ÜZERİNDE KULLANIMI - USAGE OF THE LOGO ON PHOTOGRAPHS*
- *LOGO YANLIŞ KULLANIMLAR - INCORRECT USAGE OF THE LOGO*
- *LOGO'NUN GÖRÜNTÜ VE ZEMİN ÜZERİNDE YANLIŞ KULLANIMLAR - INCORRECT USAGE OF THE LOGO ON IMAGES AND BACKGROUNDS*

*Bölüm 3 / Section 3*

*sec*



kaffee labor®



ctiion

**15. LOGO'NUN FARKLI ZEMİNLERDE KULLANIMI**

Logo, kurumsal kimlikte yer alan renklerin kullanıldığı beyaz, açık tonlu ve pastel zeminler üzerinde kullanımı aşağıda ki gibidir. Tek renk baskılı işlerde veya zeminin beyaz veya siyah olduğu durumlar haricinde, bu kurala mutlaka uyulmalıdır.

**15. THE USE OF THE LOGOTYPE ON VARIUS BACKGROUNDS**

The logo , in which the colors of the corporate identity are used. Its use on white, light-toned and pastel floors is as follows. Except for single color printed works or where the background is white or black, this rule must be followed.



## 16. LOGO'NUN FOTOĞRAF ÜZERİNDE KULLANIMI

Logo, fotoğraflı bir zemin üzerinde kullanıldığında, zeminle en yüksek kontrastı oluşturacak versiyonu tercih edilmelidir. Logo, zemin üzerinde okunaklı olmadığı durumlarda siyah veya beyaz kullanılabilir.

## 16. USE OF THE LOGO ON THE PHOTO

When the logo is used on a photographic background, The version that will create the highest contrast with the ground should be preferred. Where the logo is not legible on the floor Available in black or white



## 17. LOGO YANLIŞ KULLANIMLARI

Logo, herhangi bir sebeple kesinlikle değiştirilmemeli ve bozulmamalıdır.

## 17. MISUE OF THE LOGO

The logo should never be changed or deteriorated for any reason..



— Farklı bir renk kullanılmamalıdır.



— Logonun içi doldurulmamalıdır.



— Renklerin yerleri değiştirilmemelidir.



— Logo deforme edilmemelidir.



— Farklı Degrade verilmemelidir.



— Bulanıklaştırılmamalıdır.

### 18. LOGO'NUN GÖRÜNTÜ VE ZEMİN ÜZERİNDE YANLIŞ KULLANIMLARI

Aşağıda ki örnekler, fotoğraflar üzerinde logonun kontrastının yetersiz kaldığı ve okunaklılığını yitirdiği durumları göstermektedir. Benzeri uygulamalardan kaçınılmalıdır.

### 18. MISUSE OF THE LOGO ON THE IMAGE AND THE FLOOR

The examples below show insufficient contrast of the logo on the photos. It shows the cases where it stays and loses its legibility. Like applications should be avoided.



- *KARTVİZİT / BUSINESS CARD*
- *ANTETLİ KAĞIT / LETTERHEAD*
- *CEPLİ DOSYA / POCKET FOLDER*
- *DİPLOMAT ZARF / DL ENVELOPE*
- *KARTON ÇANTA / CARDBOARD BAG*
- *PLASTİK KLASÖR / PLASTIC FOLDER*
- *TORBA ZARF / A4 ENVELOPE (ZARE YAZIM HATASI DÜZELTİLDİ)*
- *YAKA KARTI / NAME BADGE*
- *GÖNDER BAYRAK / FLAGPOLE FLAG*
- *KUPA BARDAK / MUG*
- *TUTKALLI BLOKNOT / PADDED NOTEPAD*
- *MASA BAYRAĞI / DESK FLAG*
- *E-POSTA İMZASI / E-MAIL SIGNATURE*
- *METAL KALEM / METAL PEN*
- *POLO YAKA T-SHIRT / POLO T-SHIRT*
- *DEFTER / NOTEBOOK*
- *ARAÇ GİYDİRME TASARIMI / VEHICLE WRAP DESIGN*
- *ESPRESSO FİNCANI / ESPRESSO CUP*
- *TÜRK KAHVESİ FİNCANI / TURKISH COFFEE CUP*
- *KARTON BARDAK / PAPER CUP*
- *SOĞUK İÇECEK BARDAĞI / COLD DRINK CUP*
- *DOYPACK / DOYPACK*
- *ISLAK MENDİL / WET WIPE*
- *KARTON KUTU / CARDBOARD BOX*
- *KARGO POŞETİ / SHIPPING BAG*

## Bölüm 4 / Section 4

# Section 4



kaffee labor®

ctition





**Boyut:** 84 mm x 52 mm  
**Kağıt:** 800 gr Çift Taraflı Kabartma Laklı  
**Font:** Haas Neue

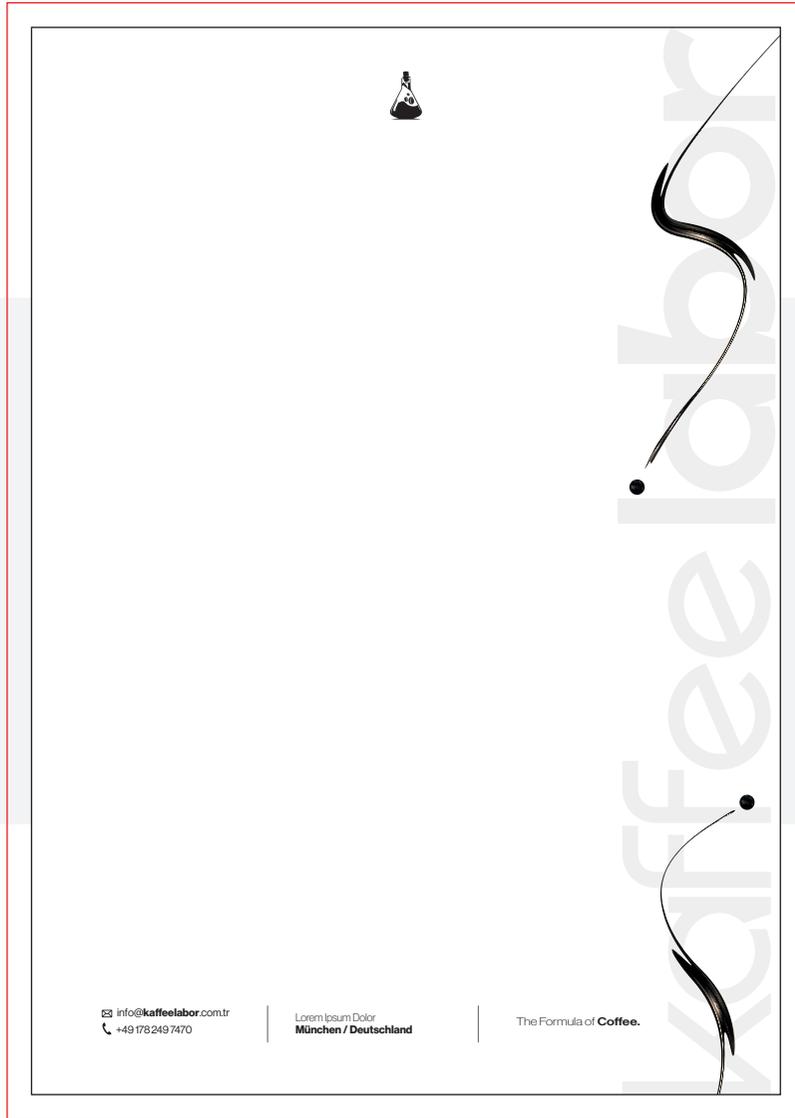


kaffeelabor

✉ info@kaffeelabor.com.tr  
☎ +49 178 249 7470

Lorem Ipsum Dolor  
 München / Deutschland

The Formula of **Coffee.**



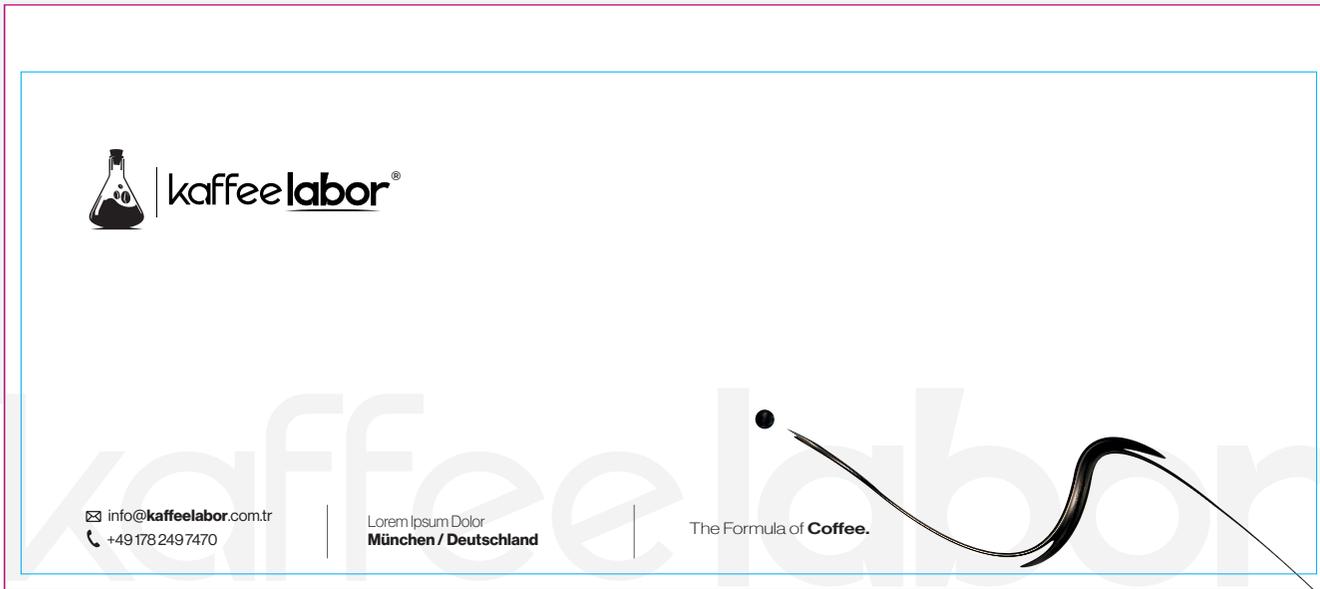
**Boyut:** 210 mm x 297 mm  
**Baskı Detay:** 80 gr. 1.Hamur -  
Ön 4 Renk Arka Yok  
**Font:** Haas Neue





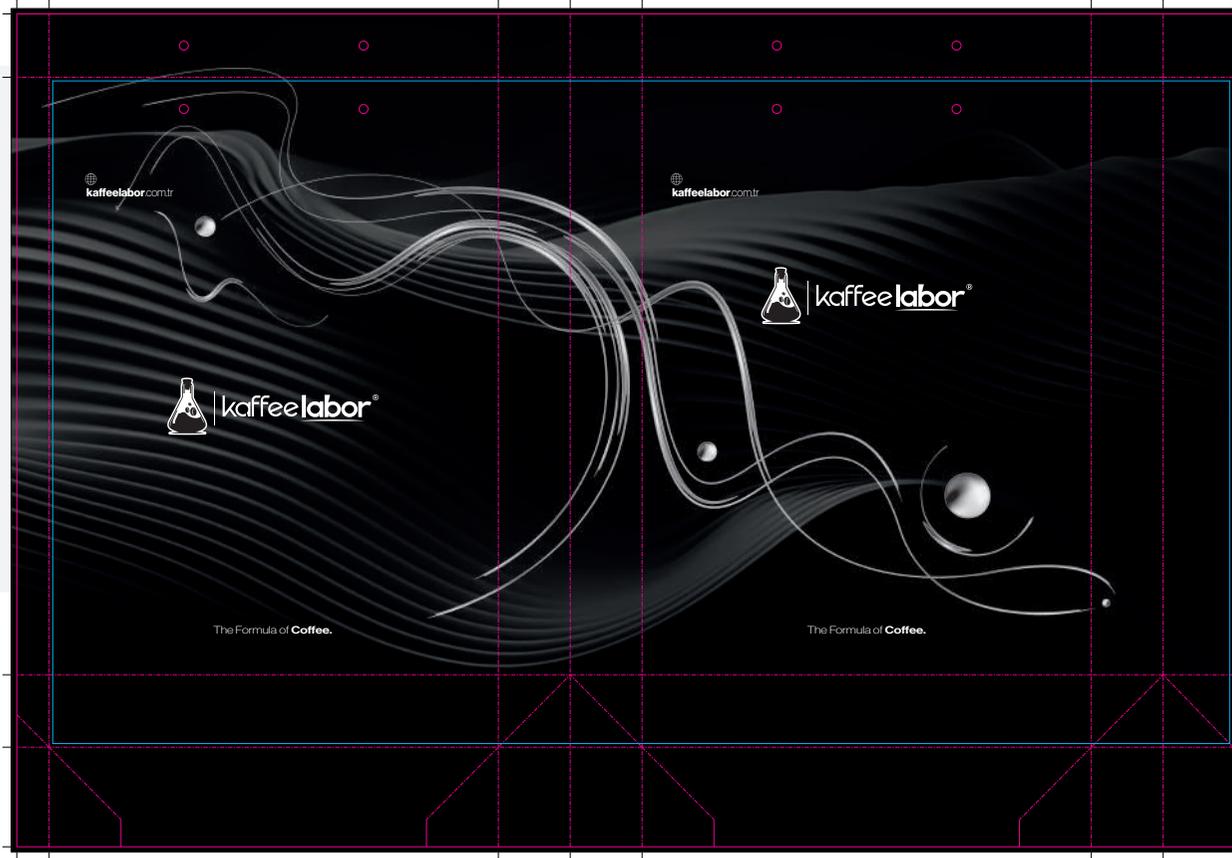
**Boyut:** 220 mm x 310 mm  
**Baskı Detay:** 80 gr 1. Hamur  
**Font:** Haas Neue





**Boyut:** 105 mm x 240 mm  
**Baskı Detay:** 80 gr 1. Hamur  
**Font:** Haas Neue





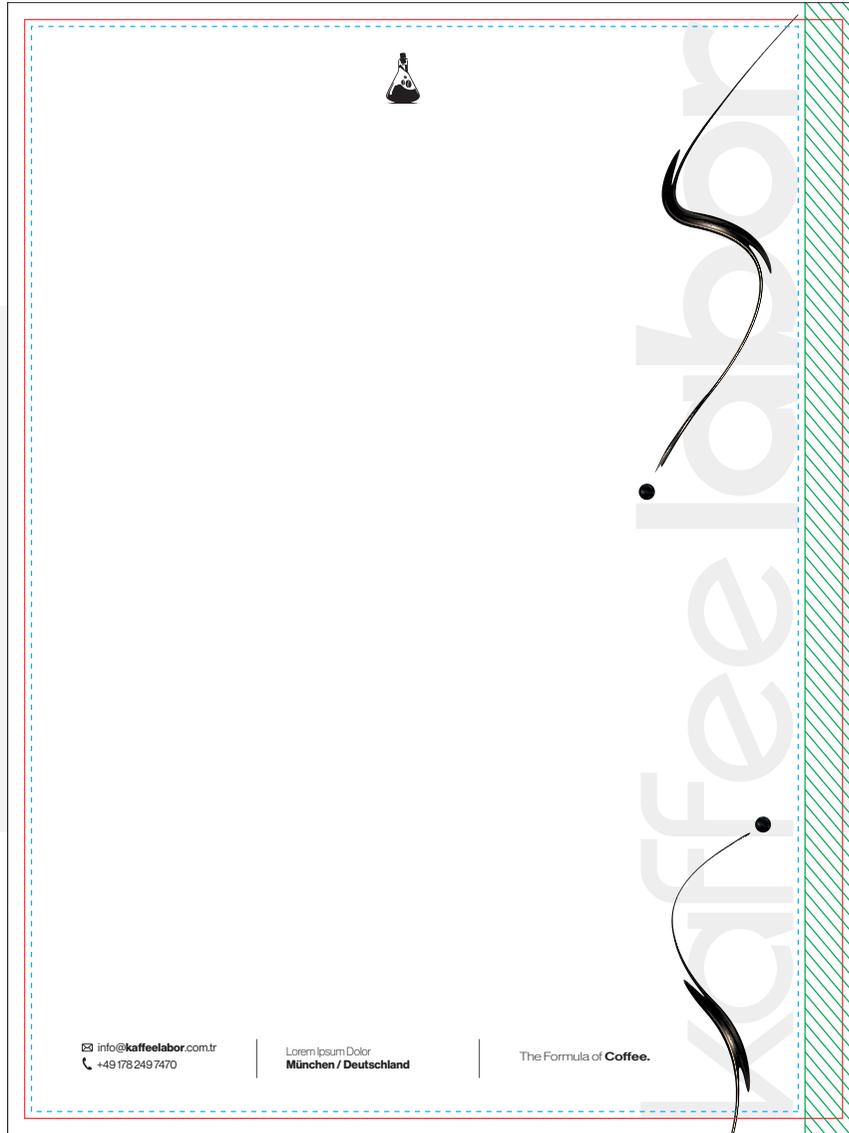
**Boyut:** 659 mm x 405 mm  
**Baskı Detay:** Kalın Gramaj  
**Font:** Haas Neue





**Boyut:** 84 mm x 52 mm  
**Baskı Detay:** 800 gr Çift Taraflı  
Kabartma Laklı  
**Font:** Haas Neue





**Boyut:** 240 mm x 320 mm  
**Baskı Detay:** :110 Gr. 1. Hamur  
**Font:** Haas Neue





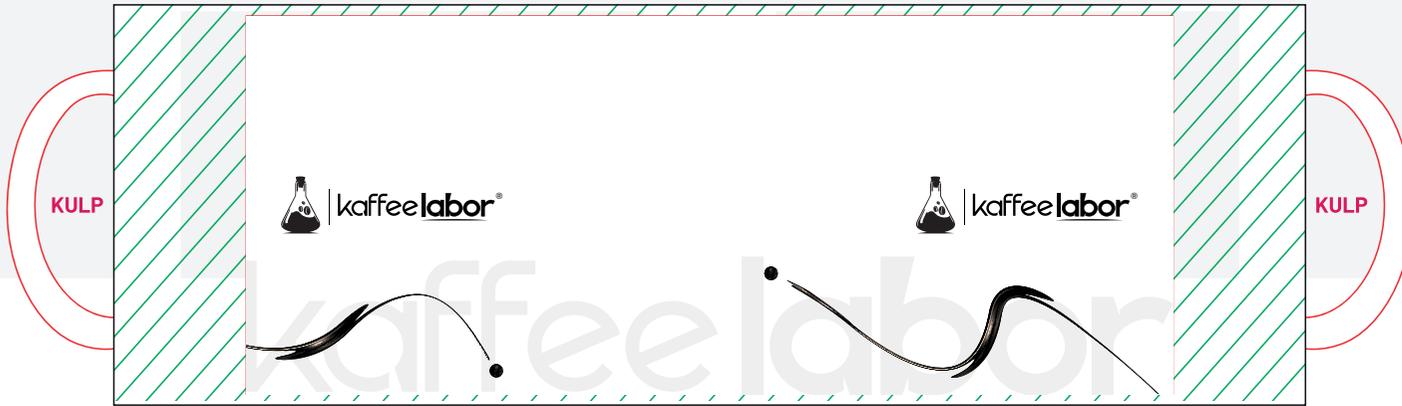
**Boyut:** 86 mm x 54 mm  
**Baskı Detay:** 760 Mikron Plastik  
**Font:** Haas Neue



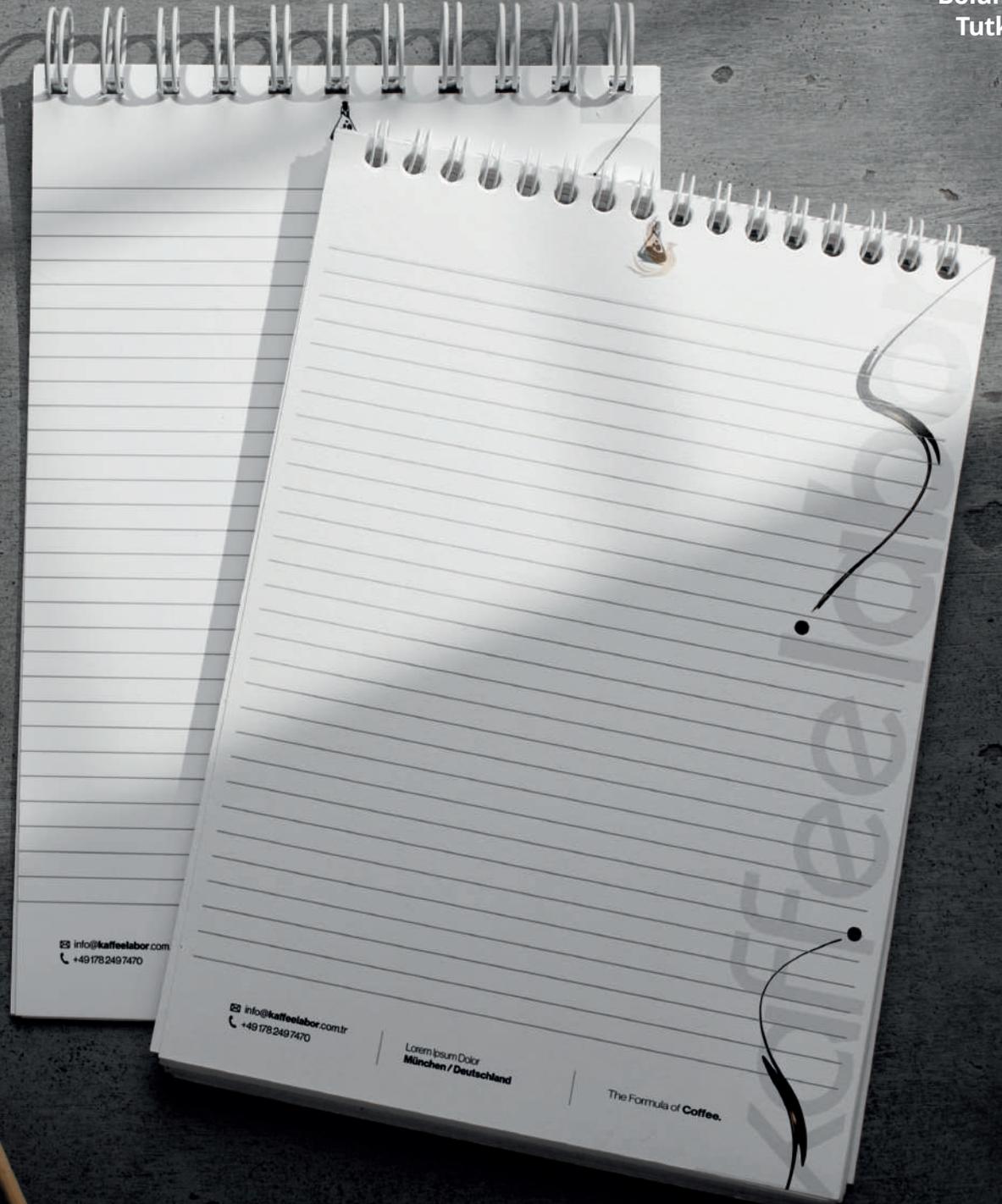


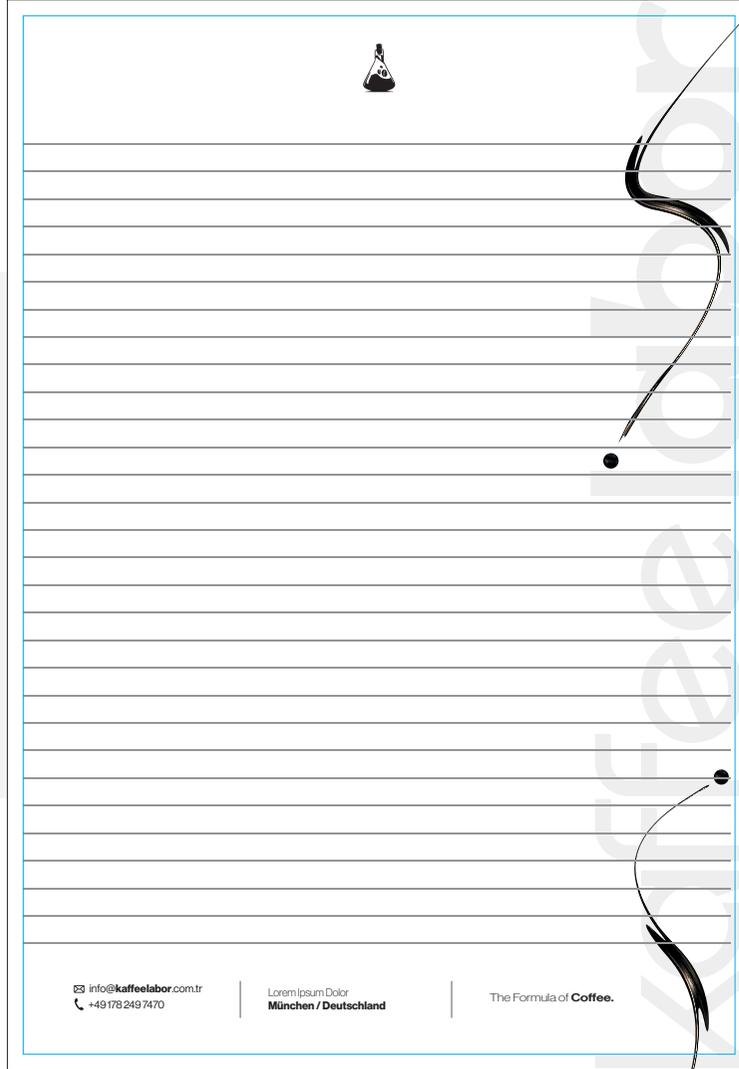
Önerilen Bayrak Standardı yanda  
gösterilmektedir





**Boyut:** 350 ml  
**Baskı Detay:** 4+0 Seramik Baskı  
**Font:** Haas Neue





**Boyut:** 240 mm x 320 mm  
**Baskı Detay:** 110 Gr. 1. Hamur  
**Font:** Haas Neue





**Boyut:** 159 mm x 225 mm  
**Baskı Detay:** 160 Gr. Saten Kumas  
**Font:** Haas Neue







 kaffeelabor.com.tr

The Formula of Coffee.











Önerilen Karton Bardak Standardı  
yanda gösterilmektedir.









kaffeelabor®

El Salvador Santa Rita Honey

|   |             |             |          |
|---|-------------|-------------|----------|
| REGION  | : Santa Ana | ALTITUDE    | : 1704 m |
| PROCESS   | : Honey     | HARVEST     | : 19-20  |
| VARIETAL  | : Bourbon   | ROAST DATE: |          |
| TASTE PROFILE : Plum, Blackberry, Berry, Jam, Vanilla |             |             |          |

100  
ARABICA

The Formula of Coffee.

1000gr  
COFFEE

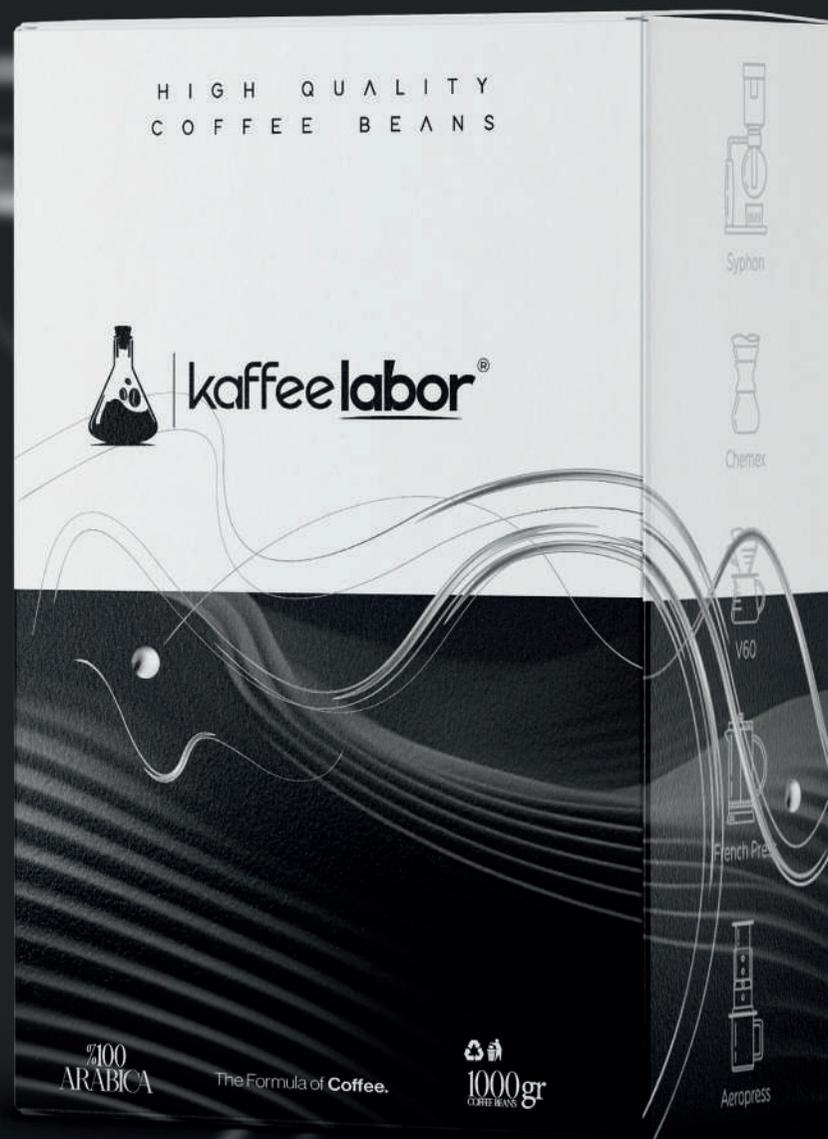


kaffeelabor®





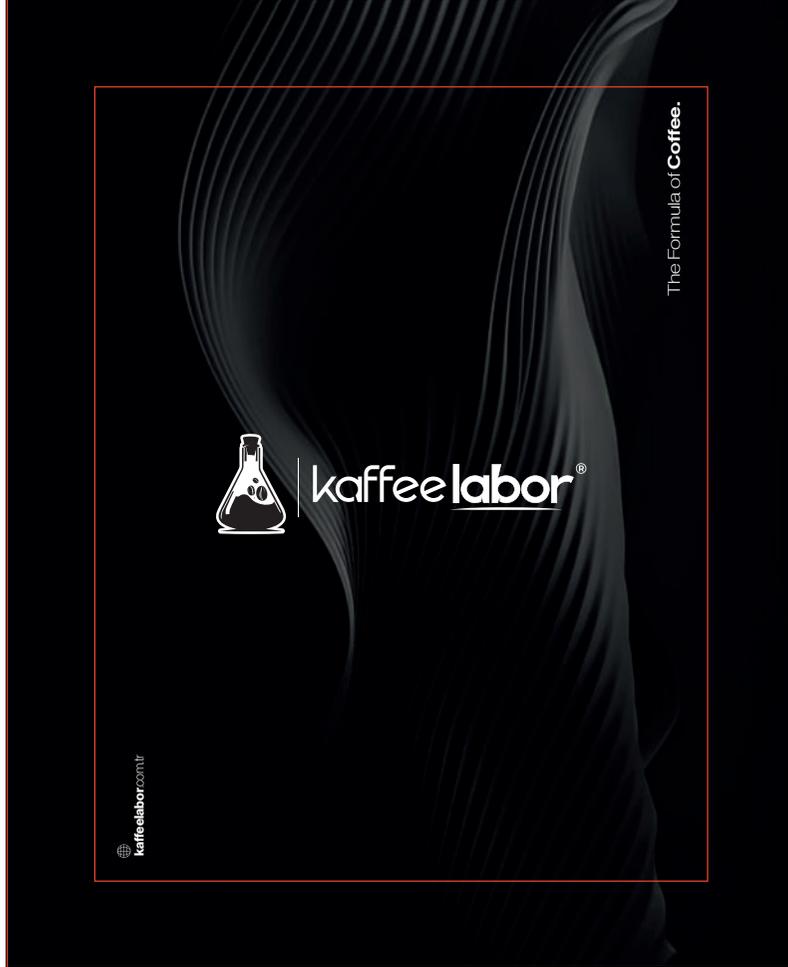
Önerilen Islak Mendil Standardı  
yanda gösterilmektedir.





Önerilen Kutu Standardı  
yanda gösterilmektedir.



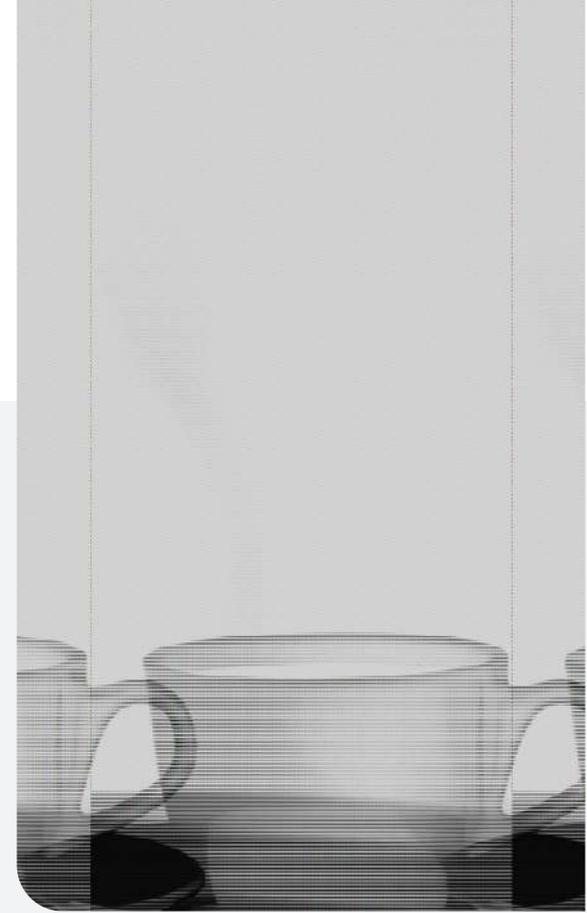


Önerilen Kargo Poşeti Standardı  
yanda gösterilmektedir.

## Soru ve Görüşleriniz için;

*Bu kurumsal kimlik kılavuzu, Kaffeelabor markasının iletişimde tutarlılık sağlaması amacıyla hazırlanmıştır. Kimlik uygulamalarıyla ilgili her türlü soru, öneri ya da destek talepleriniz için lütfen G2BRAND ile iletişime geçiniz.*

 E-posta: [info@g2brand.com](mailto:info@g2brand.com)  
 Web: [www.g2brand.com](http://www.g2brand.com)





kaffeelabor.com.tr

The Formula of **Coffee.**

2025

# Kurumsal Kimlik **Kılavuzu**

Corporate Identity  
Guide



**kaffeelabor**<sup>®</sup>