



nomadic.

Das Selbstverständnis

Geschäftsidee

Unsere Geschäftsidee ist die Produktion von hochwertigen Ginsorten und den passenden Geschmackskombinationen, wie z. B. Tonic-Waters, Kräuter und Soda-Waters. Hierbei wird Wert auf einen nachhaltigen und biologischen Anbau von natürlichen Produkten und die faire Behandlung von allen Arbeitern gelegt. Spezialisiert wird sich hier auch auf das Aufklären und Informieren der unterschiedlichen Geschmacksrichtungen sowie die Verkostung der Produkte. Den Kunden wird eine gesamte Welt der Möglichkeiten in Bezug auf Gin geboten, dabei wird auf eine freundliche und entspannte Atmosphäre geachtet. Ein Ort an dem man sich trifft, austauscht und zudem den Geschmackshorizont mit fabelhaften Ginprodukten erweitert. Exklusivität wird durch eigene Filialen und Gin Cafés geboten.



Leistungsangebot

Wir bieten unseren Kunden einen Rund-um-Service zum Thema Gin. Dieser beginnt bei der Produktion unserer hochwertigen Gin Sorten. In einem traditionellen Verfahren destillieren wir unsere unterschiedlichen Gins. Hierbei verwenden wir ausschließlich regionale Produkte, wodurch wir Frische garantieren können, die Umwelt schonen und einen typischen und charakteristischen Gin für jeden unserer Standorte produzieren. In unserem Repertoire befinden sich folgende Sorten 50 Sorten.

Unser Leistungsangebot erstreckt sich von der Produktion und des Vertriebs unserer unterschiedlichen Ginsorten (50), einer großen Auswahl von Kombinationsprodukten und den daraus erstellten Gin-Paketen (Gin, 4 Tonic-Water und Kräuter) über die Verkostung und Aufklärung der Gins durch unser hervorragend ausgebildetes Team in den exklusiven Gin Cafés.



abu-dabi. tel aviv. mumbai. bangkok. singapur. hongkong.
seoul. tokiyo. peking. moskau. sydney. reykjavik. nuuk.
toronto. montreal. seattle. san francisco. portland.
new orleans. new york. havana. kingston. mexico city.
panama city. buenos aires. rio de janero. münchen. berlin.
london. dublin. amsterdam. kopenhagen. brüssel. paris.
zürich. wien. prag. oslo. stockholm. helsinki. warschau.
budapest. istanbul. mailand. rom. barcelona. madrid.
lissabon. kairo. kapstadt. dubai. medellin.

Vision

»Wir wollen Gin zu einem internationalen Kulturgut machen.«

Mission

Mit unseren internationalen Standorten begeistern wir unseren Kunden mit spezifischen Gins. Wir setzen uns mit der Nachhaltigkeit des jeweiligen Landes auseinander und kreieren Ginsorten die die Nationalität des Landes widerspiegelt. Dies animiert die Kunden unsere internationalen Geschäfte zu besuchen und schafft somit ein Global Outreach. Wir regen sie dazu an über Grenzen zu reisen und somit ihr Kulturverständnis zu erweitern.

Wir wecken das Interesse unserer Kunden ihren Kulturhorizont zu erweitern, Fragen zu stellen und sich von uns begeistern zu lassen. Die unterschiedlichen Ginsorten bewegen unsere Kunden indem sie angespornt werden die kulturellen Gins zu verkosten und unsere Standorte zu besuchen. Wir bieten einen Raum für Kultur, Toleranz und Austausch.

»Unsere Begeisterung für die Kultur des Gins mit unseren Kunden teilen. Das Interesse durch Geschmacksunterschiedlichen Ginsorten und ausgefallenen Varianten wecken.«

Kernkompetenzen

Die Kernkompetenz liegt im **Wissen** der Geschichte und Kultur, Technik der Destillation, Wissenschaft der Geschmackskunde und deren Zusammenwirken was zu erstklassigen Produkten führt. Die **Erfahrungen in der Produktion** auf internationaler Ebene ermöglicht nomadic nicht nur umfassende und hochklassige Gins zu destillieren, sondern sie auch in der Verkostung und Mischung anzuwenden. Durch eine ausgeprägte **Menschenkenntnis** ist nomadic in der Lage seinen Kunden eine optimale Beratung zu bieten und somit eine Community zu schaffen in der sich Kunden und Mitarbeiter wohlfühlen.

entflammend.
exklusiv.
empathisch.
kantig.

Kernwerte

Wir sind entflammend, weil wir für die Welt des Gins brennen und unseren Kunden von den Geschmacksmöglichkeiten des Gins begeistern können. Wir strahlen Euphorie aus und ziehen die Massen an.

Wir sind exklusiv, weil wir eine ausgewählte Produktplatzierung haben. Unsere Produkte werden nur in eigenen Gin Cafés angeboten. Gin zu Kosten ist einfach aber durch unsere gewählte Produkplatzierung und den ungewöhnlichen Erfahrungen in den Gin Cafés werden unsere Kunden animiert uns persönlich zu besuchen. Sie fühlen sich Teil einer Gemeinschaft, eines Clubs, einer Familie die exklusiv auf sie zugespielt ist.

Wir sind empathisch, weil uns das Wohlbefinden unserer Kunden von hoher Bedeutung ist. Wir sind Kunden orientiert, gehen auf die Vielfalt derer Charaktere ein und bieten ihnen ungewöhnliche und individuell gestaltete Erlebnisse in unseren Gin Cafés an.

Wir sind Kantig, weil wir Charakter haben und von einer Vielfalt von Individuen bestehen. Wir gehen nicht nur einen Weg, wir haben Ecken und Kanten. Bei uns kommen unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Eigenschaften zusammen da wir unseren Kunden das Beste Erlebnis bieten.

Zielgruppe

Die Zielgruppe ist vor allem das gehobene Soziale Milieu, wobei das Exeditive Milieu und das Performer Milieu hauptsächlich angesprochen wird.

Das Exeditive Milieu (ca. 8%):

Die ambitionierte kreative Avantgarde: Urbane Styler: jung, hip, nonkonformistisch; globale Mobilität: mental, kulturell, sozial, geographisch; Leistungsorientiert – aber kein klassisches Karrieredenken, auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen
Elite der Zukunft.

Das Performer Milieu (ca. 8%):

Die multi-optionale, effizienz-orientierte Leistungselite: globalökonomisches Denken; Selbstbild als Konsum- und Stil-Avantgarde; hohe Technik und IT-Affinität; Etablierungstendenz, Erosion des visionären Elans.

Des Weiteren wollen wir auch vereinzelt Milieus aus dem mittleren Bereich, wie das Sozialökologische oder auch das Adaptiv-Pragmatische Milieu ansprechen, auf dessen Stammkundschaften aber nicht gezählt wird.

Sozialökologische Milieu (ca. 7%):

Engagiert gesellschaftskritisches Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben: ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen; Globalisierungs-Skeptiker, Bannerträger von Political Correctness und Diversity (Multikulti).

Adaptive-Pragmatische Milieu (ca. 10%):

Die moderne junge Mitte: Ausgeprägter Lebenspragmatismus, Realismus und Nützlichkeitsdenken; Leistungs- und anpassungsbereit, aber auch Wunsch nach Spaß und Unterhaltung; Zielstrebig, flexibel, aufgeschlossen – gleichzeitig starkes Bedürfnis nach Verankerung und Zugehörigkeit. (Klassische Familie der Zukunft)

Paolo Zanzotti

Alter: 45
Beruf: Erfolgreiche Modedesigner
Familie: Geschieden, Kinder sind über 20
Motto: Neue Möglichkeiten befinden sich hinter jeder Ecke
Interessen: Reist von Großstadt zu Großstadt
Immer auf Suche nach Spaß und
Kein Champagner ist zu teuer
Liebt ungesundes Essen

Johanna Gier

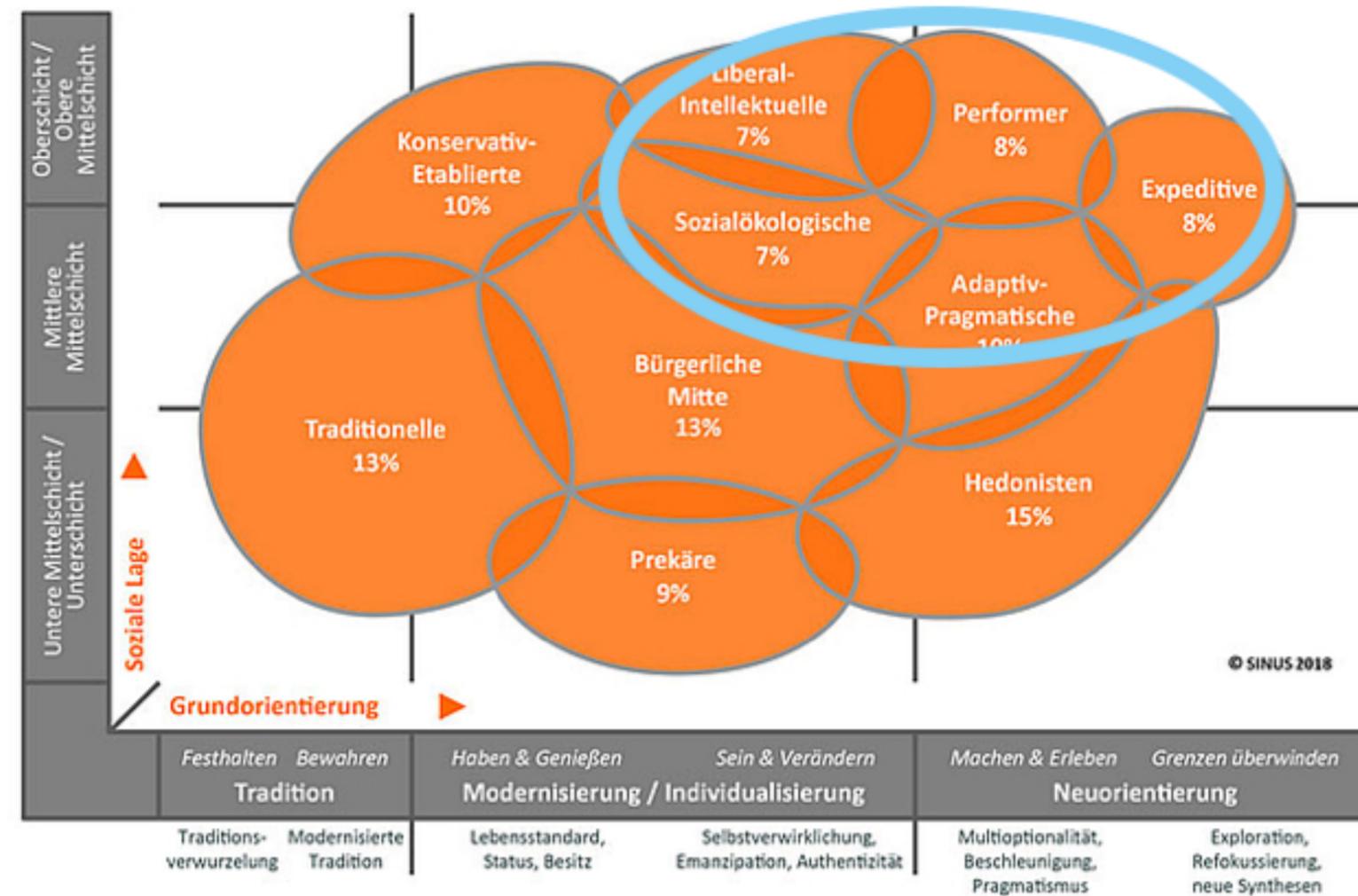
Alter: 35
Beruf: CNO eines Automobilkonzerns
Familie: Ledig, feste Freundin
Motto: Work Hard, Play Hard
Interessen: Abenteuer, Golf, Gourmet,
Fashion, Design, Lifestyle,
Young Professional

Amber Lee Svedson

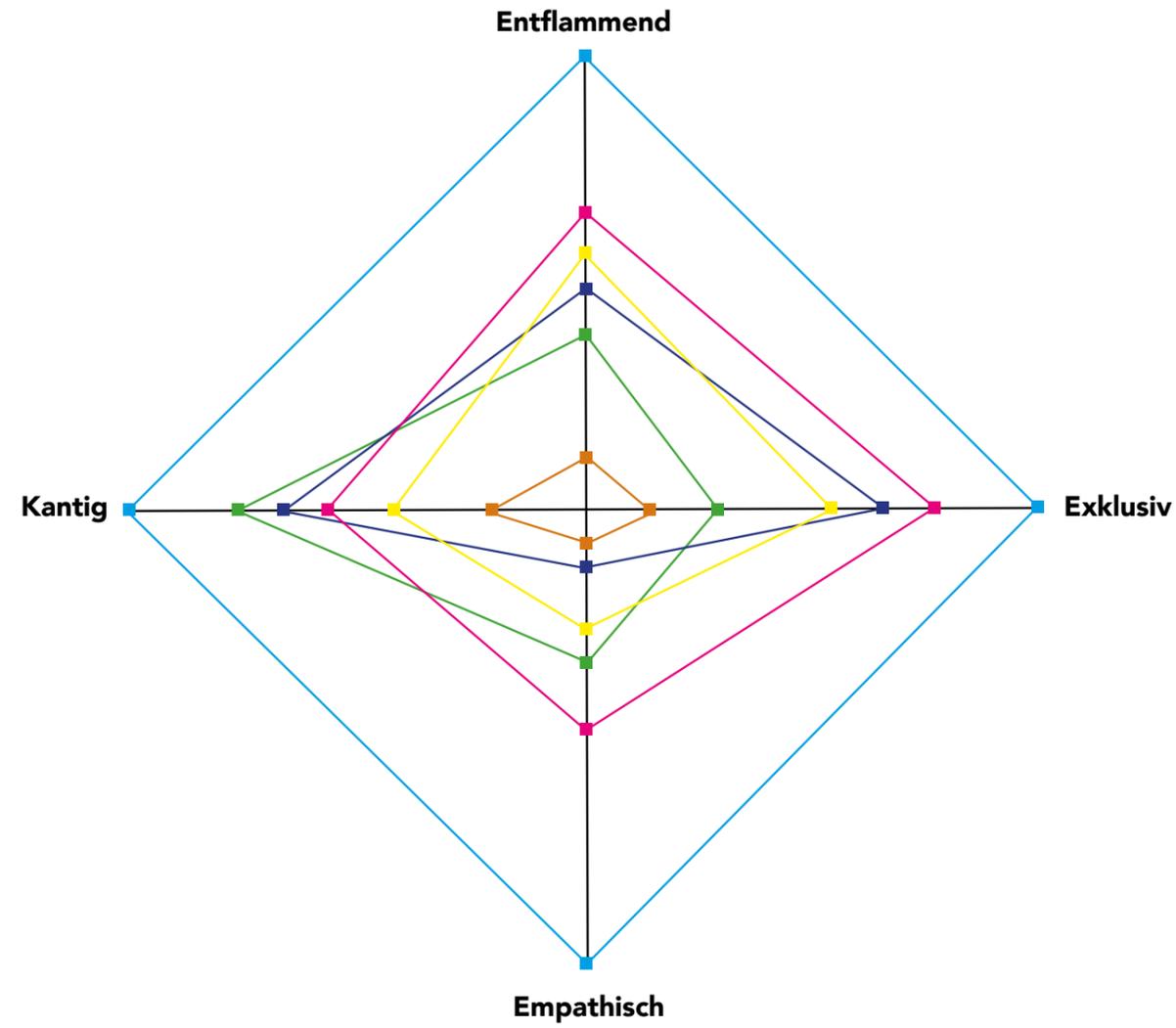
Alter: 25
Beruf: Abschluss Medizinstudium
Familie: Mutter einer Tochter,
glücklich verheiratet
Motto: The World is my Oyster
Interessen: Schönes und Gutes, Familie,
Abenteuer, alle Arten von
Sport, Gesundheit, Leben

Zielgruppe

Die Sinus-Milieus[®] in Deutschland 2018 Soziale Lage und Grundorientierung



Positionierung



Markenpersönlichkeit

Luuk Van der Buis hat vor drei Jahren ein Start Up gegründet. Er hat seine Leidenschaft im Produktdesign gefunden und stellt minimalistische und exquisite Möbel her. In kürzester Zeit konnte er sich mit seinem kleinen Unternehmen, »Voorpret«, unter internationale Möbeldesignern behaupten und somit großen Erfolg spüren. Luuk lässt sich schnell von dem Schönen in dieser Welt begeistern. Er beschäftigt sich nicht nur in der Möbelindustrie mit Design sondern erforscht gerne alle Arten der modernen Gestaltung. Die Natur ist seine zweite Leidenschaft, viele Wochenenden verbringt er in den Alpen beim Bergsteigen oder Klettern oder am Meer beim Surfen. Sein Traum ist es eine Segel- und Surfweltreise zu machen und sein Start Up auch für diese Bereiche zu erweitern. Derzeit baut er an einem holzverzierten Surfboard. Wenn Luuk sich von seinen abenteuerlustigen Tagen zurück zieht lässt er gerne den Tag mit seinen Freunden ausklingen und schätzt einen guten »Gin & Tonic« oder »Martini with a Twist«. Geschmack ist für Luuk nicht nur im Aussehen wichtig, mit gutem und exotischem Essen und Trinken versucht er jeden Tag seinen Horizont zu erweitern.



Designbriefing

entflammend.

dynamisch.

exklusiv.

hochwertig.

empathisch.

lebendig.

kantig.

rustikal.

Designleitbild

dynamisch.



hochwertig.



rustikal.



lebendig.

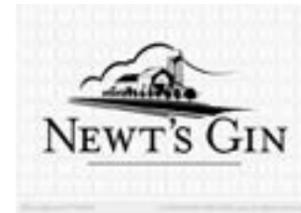


nomadic. \ nō-‘ma-dik \

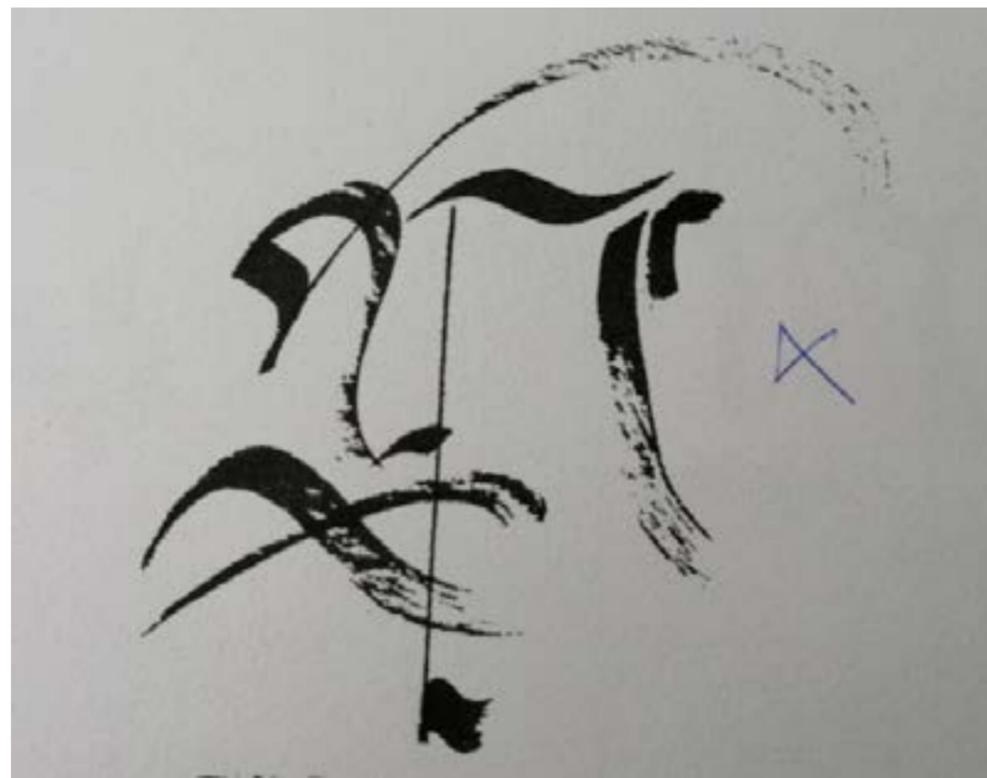
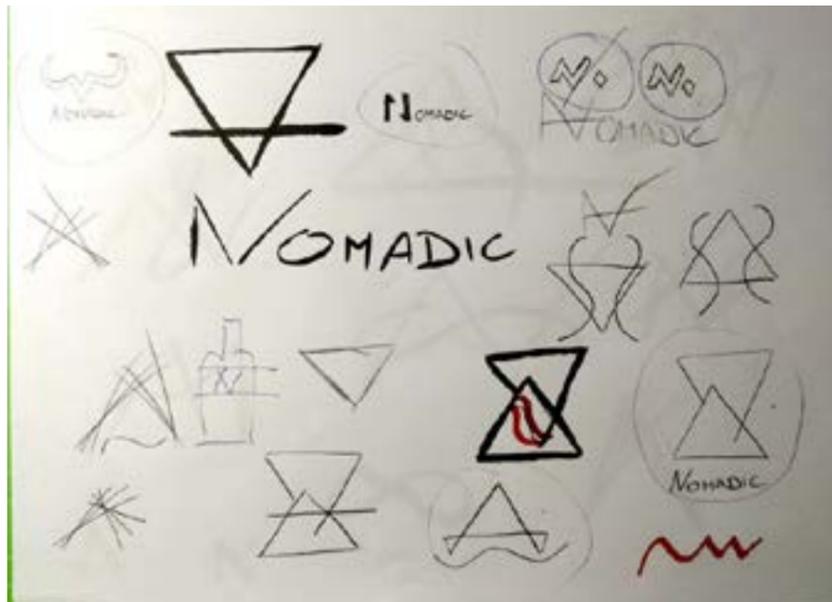
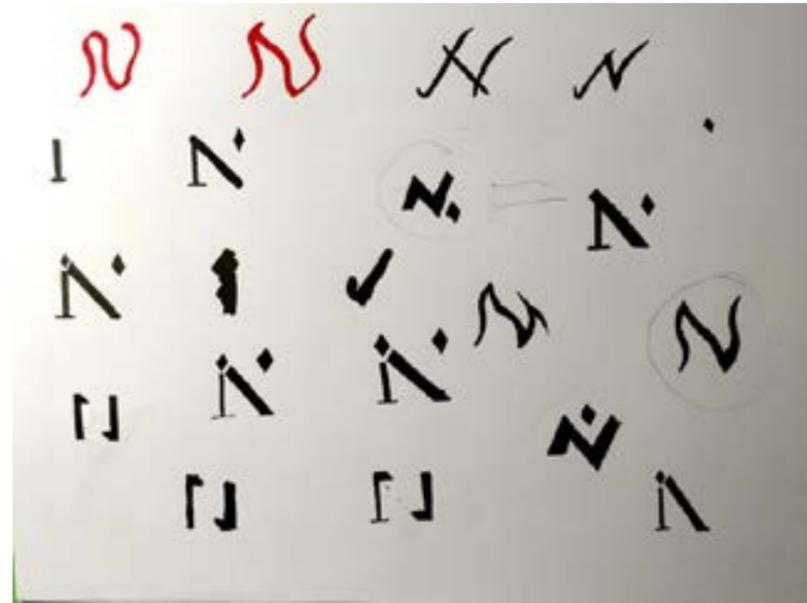
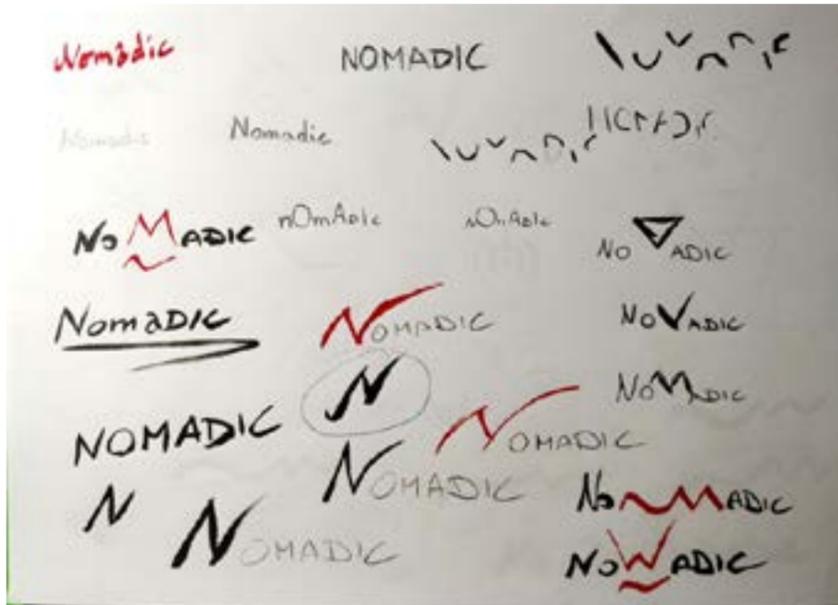
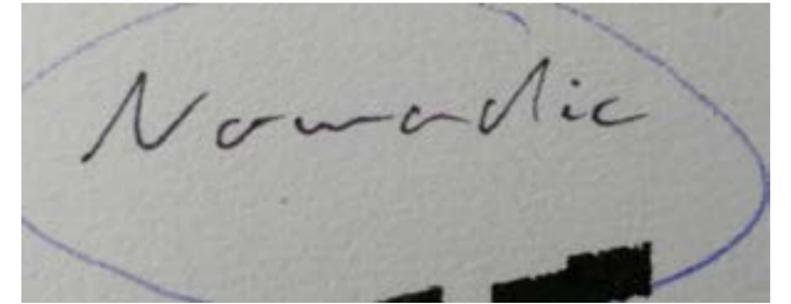
»roaming about from place to place aimlessly, frequently,
or without a fixed pattern of movement«

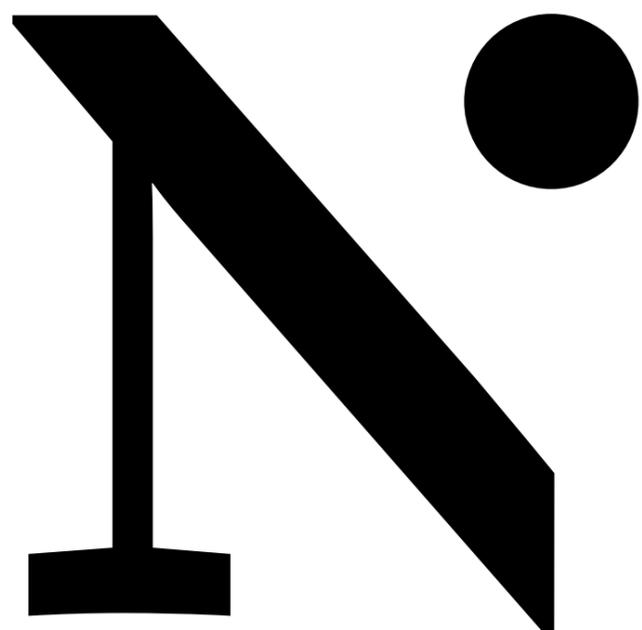
Sich häufig von Ort zu Ort bewegen ohne ein bestimmtes
Ziel oder ein Bewegungsmuster zu haben.

Die Konkurrenz



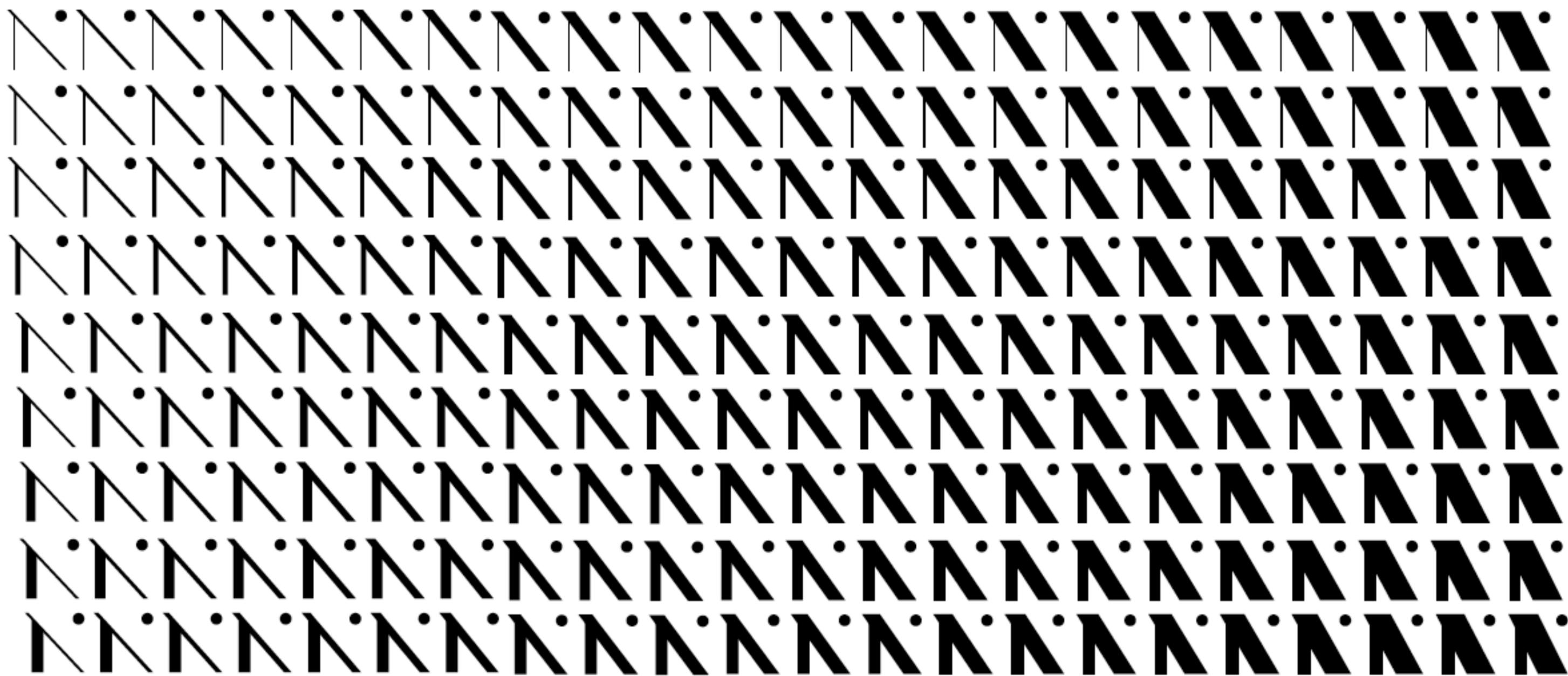
Logoentwicklung



A stylized lowercase letter 'n' in a bold, black, sans-serif font. The letter has a vertical stem on the left and a diagonal stroke on the right. A solid black circle is positioned above the right side of the letter, serving as a dot.

nomadic.

A stylized uppercase letter 'N' in a bold, black, sans-serif font. The letter has a vertical stem on the left and a diagonal stroke on the right. A solid black circle is positioned above the right side of the letter, serving as a dot.



Logoerklärung

Das N steht nicht nur als Initiale des Markennamens »nomadic« sondern zeigt einen Weg an. Durch die Vielfalt der Kulturen und der Begeisterung Neues zu erleben kommt man nicht davon weg Berge und Meere zu überqueren. Die markante Serifen des Ns soll den Beginn von Meer zu Land darstellen, der Abstrich Land zu Gebirge und die Diagonale das Gebirge der Welt. Der schwarze Punkt stellt den täglichen Begleiter Mond und Sonne dar. Weiters weist das Logo auch Ähnlichkeiten mit dem Prozentzeichen vor, welches in Verbindung von Gin gebracht wird und somit ein Zeichen der Destillation darstellt. Das Ziel der Gindestillation ist es unterschiedliche Aromen in eine ehrliche und klare Substanz zu vereinen und die Geschmacksorgane anzuregen.

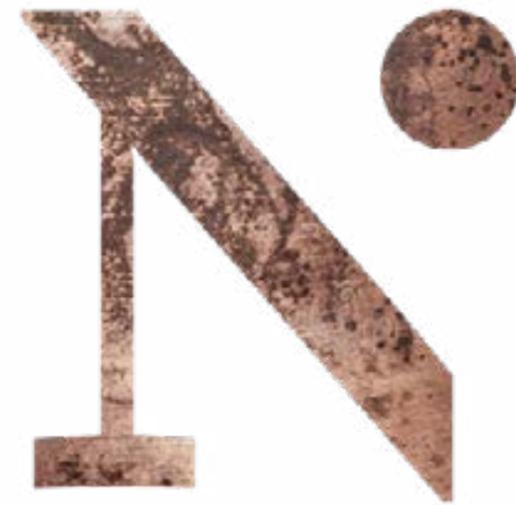
Das Logo steht zu meist in Kombination mit dem Markennamen nomadic, welches immer in Minuskeln geschrieben und mit einem Punkt betont wird.

Da Kupfer in der Destillation angewendet wird und somit als Markenzeichen der klaren Spiritosen gilt, wird das nomadic N und auch in Kupfer befüllt. Somit ergibt sich ein interessantes Gesamtbild welches in Zusammenhang mit dem Endprodukt gebracht wird.

Das nomadic N steht immer in Verbindung der Genath und somit werden wichtiger Informationen, Headlines etc in der Schrift Genath Regular geschrieben. Die Genath lässt am ästhetischsten mit der Theinhardt kombinieren.

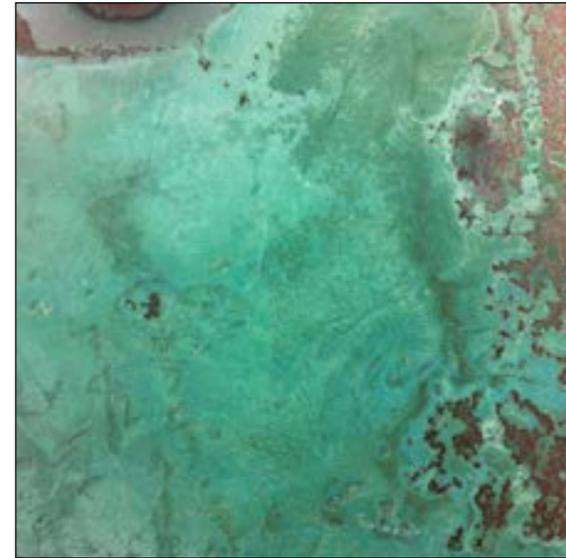


nomadic.



nomadic.

Farben



Anwendungen

Geschäftspapiere



Geschäftspapiere

nomadic GmbH - Musterstraße 3 | 80339 München

Einerschreiben
 Frau
 Maria Mustermann
 Musterstraße 123
 12345 Musterstadt

Rechnungs-Nr.: 234567
 Anrechnung: 1000 €
 Abrechnung: 1000 €
 Telefon: +49 (0) 89 123456
 E-Mail: max.jansen@nomadic.com
 Website: www.nomadic.com

nomadic. GmbH
 Musterstraße 3
 80339 München

Telefon: +49 (0) 89 123456
 E-Mail: max.jansen@nomadic.com
 Website: www.nomadic.com

Sehr geehrte Frau Mustermann,

Fictus atque quaeptur molptas etur? Equidem deres dis apic tem quatin
 esimus sam fuga conet quid cultusto versperchi min cum que dolut volup-
 ta sum acest perum que licinus parunde licio ea sam nonsequi est explabo
 rposam ea cupictusam hancidndt est harum soluptur? Pore et, tona molore
 eosae id ut optatem excepia listat uriores, ne commolo corruptectio evefici-
 am ipsanda id

et, que perimet et ad culent que platur aliqua illeudi aut et, corrae volupie-
 nihil et minitam quantur ea acist, voluptas in etusda atis et labor arion rest,
 seque nus et, que nonetur? Nequat. Iquunt, tem quo evocsa velalibus ad exerit
 ut mos nia voluptas ut es lumquid que conesequi occusa volero int quam kus
 omni dolor sanducia veliquia simpot autempore nus moluptat, incillorios prat
 ill rihant occus, sed quo tes et eost pro consedita diciandit exiltatit praesitia
 et ilia con nam, oditatem fugiani minctem quibus apedicaborem ero verchie

Mit freundlichen Grüßen,
 nomadic. GmbH

Janina Engel
 Janina Engel

Rechnungsbeleg
 1000 234567
 1000 234567
 1000 234567

nomadic. GmbH
 Musterstraße 3
 80339 München

munich.

nomadic. GmbH
 Musterstraße 3
 80339 München

150
 150
 150

nomadic.

max mustermann
 nomadic. GmbH
 co founder

max@nomadic.de | +49 294 8476248
 claudius-straße 7, 81669 münchen, de

Print



Gin Flaschen



Waters und Botanicals



Gin Pakete



Verpackungen



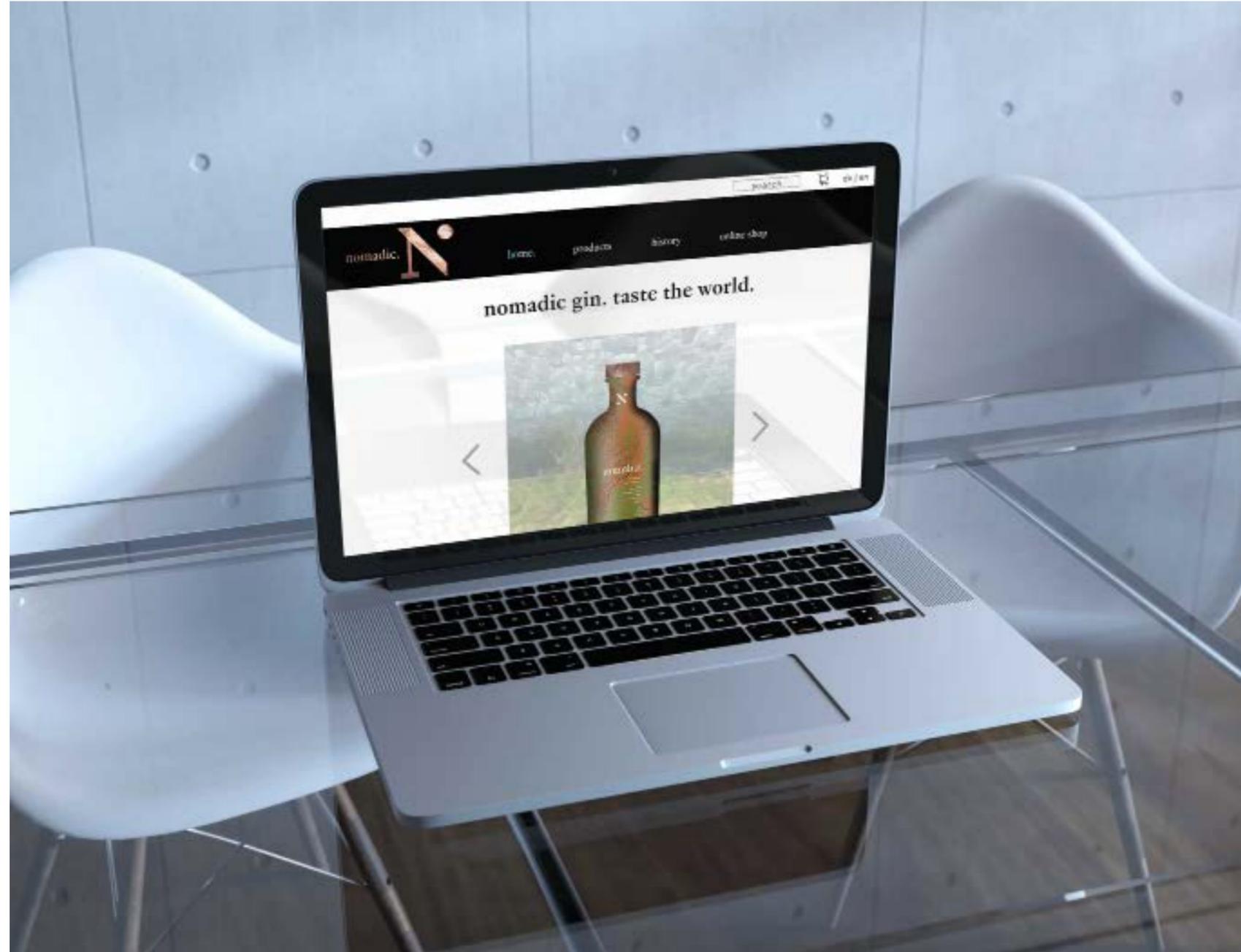
Merchandise



Corporate Fashion



Webauftritt



Geschäft



Firmenwagen



Janina Engel

Nico Janson

Jan-Marc Zublassing