



Corporate Design

Basis-Styleguide

01. Farben

- Hausfarben
- Verwendung

02. Zeichen

- Logo
- Farben des Logos
- Verwendung

03. Typographie

- Hausschrift
- Verwendung
- Beispiele

Eine kurze Einführung

Was Sie davon haben und wie wir Sie dabei unterstützen.

In diesem Basis-Styleguide beschreiben wir die wichtigsten visuellen Elemente, mit denen die SEO-Küche nach außen auftritt. Im Wesentlichen sind das: das Firmenlogo, die Schriftart und die Farbwelt.

Ziel ist es, das Erscheinungsbild der SEO-Küche nach außen im Hinblick auf Wiedererkennung und Kontinuität zu optimieren.

Im Anhang zum Basis-Styleguide finden Sie außerdem eine Bibliothek der verschiedenen Elemente. Damit wollen wir Ihnen die Verwendung und Einhaltung der Richtlinien erleichtern!

Bei Rückfragen stehen wir Ihnen gerne per E-Mail an daniel@internatives.de zur Verfügung.

Neustadt a.d. Donau im Juni 2015

Daniel Ulrich

Farben

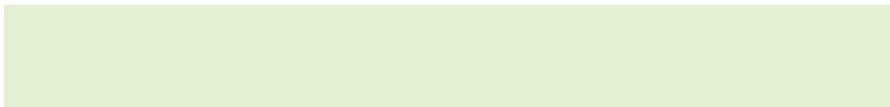
Zentrale Farben in der Kommunikation der SEO-Küche sind ein frisches Grün sowie ein elegantes Grau, die bei Bedarf jeweils in Abstufungen (inkl. weiß) eingesetzt werden können.



HKS: 67 N
CMYK: 40 / 0 / 100 / 0
RGB: 175 / 202 / 11
HEX: #afca0a



HKS: 67 N 60%
CMYK: 30 / 0 / 65 / 0
RGB: 192 / 216 / 120
HEX: #c5d878



HKS: 67 N 20%
CMYK: 10 / 0 / 20 / 0
RGB: 236 / 243 / 218
HEX: #ecf3da

Farben

Zentrale Farben in der Kommunikation der SEO-Küche sind ein frisches Grün sowie ein elegantes Grau, die bei Bedarf jeweils in Abstufungen (inkl. weiß) eingesetzt werden können.



CMYK: 0/0/0/90
RGB: 60/60/60
HEX: #3c3c3c



CMYK: 0/0/0/60
RGB: 135/135/135
HEX: #878787



CMYK: 0/0/0/40
RGB: 178/178/178
HEX: #b2b2b2



CMYK: 0/0/0/20
RGB: 218/218/218
HEX: #dadada

Farben: Verwendung

Farben beeinflussen die Wahrnehmung und polarisieren. Deswegen gilt hier: Vorsicht ist die Mutter der Porzellanke.

Grün

Die verschiedenen Grüntöne kommen insbesondere bei Flächen sowie bei „Highlight“-Elementen in Texten (z.B. Info-Boxen) oder Call-to-Action-Buttons zum Einsatz. Außerdem kann der 100% Grünton auch für Überschriften zum Einsatz kommen. Hier bitte aber nur für die Schnitte „Bold“ und „Black“.

Grau

Die verschiedenen Grautöne kommen insbesondere bei Fließtexten und Sublines zum Einsatz. Außerdem ist der 60% Grauton Standardfarbe des Logos.

~~Lorem ipsum Dolor Sit amet~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet,
 consetetur sadipscing elitr, sed diam
 nonamny eirmod tempor invidunt ut
 labore et dolore magna aliquyam erat,~~



Das Logo

*Das Logo ist eines der zentralen Elemente der Corporate Identity.
Deswegen verdient es besondere Aufmerksamkeit.*

Im Einheitsbrei der Online-Marketing-Agentur-Logos sticht das Logo der SEO-Küche ganz besonders hervor; aber nur wenn es richtig verwendet wird.



Das Logo: Farben

Das Logo ist eines der zentralen Elemente der Corporate Identity. Deswegen verdient es besondere Aufmerksamkeit.

Bevorzugter Farbton für das Logo ist der 60% Grauton. Alternativ ist auf einfarbigen, homogenen Hintergründen auch die negative Umsetzung des Logos zulässig. Ausnahmen sind abzustimmen.



Das Logo: Farben

*Das Logo ist eines der zentralen Elemente der Corporate Identity.
Deswegen verdient es besondere Aufmerksamkeit.*

Insbesondere zu unterlassen sind folgende Umsetzungen des Logos, z.B. Darstellung in einer abweichenden Farbe, in einer nicht zugelassenen Hausfarbe oder auf unruhigem, mehrfarbigem Hintergrund.



Typographie: Die Schrift

Die Schrift erweckt Dokumente und Texte zum Leben, auch wenn sie nicht direkt ins Auge fällt, gibt sie doch das gewisse Extra.

Hausschrift ist die „Lato“ in verschiedenen Schnitten. Im Gegensatz zur sehr klaren und nüchternen Schrift im Logo ist sie etwas verspielter, aber gleichzeitig seriös und sowohl im Druck als auch am Bildschirm sehr gut lesbar. Die Lato ist auch als Webfont verfügbar und damit auf Internetseiten problemlos einsetzbar.

Wenn nötig und passend kann parallel zur Lato, insbesondere für Dokumententitel und Headlines in Werbematerialien, zusätzlich noch die „Market OT“ verwendet werden. Passend zum Thema „Küche“ eine gut lesbare aber dennoch authentische Schreibschrift. Ihr Einsatz ist allerdings auf ein absolutes Minimum zu beschränken.

Für die Darstellung von Quelltexten / Programmcode ist die „Ubuntu Mono“ zu verwenden.

Im folgenden finden Sie einige Beispiele für den Einsatz der Schriftarten (Achtung: nicht abschließende Liste!).

Typographie: verwendete Schnitte (regulär, fett)

AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890

Lato Light

AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890

Lato Regular

**AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890**

Lato Bold

Typographie: verwendete Schnitte (kursiv, Schmuck, Quelltext)

AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890

Lato Light Italic

AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890

Lato Black Italic

AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890

Market OT

AÄBCDEFGHIJKLMNOPQRSSTUÜVWXYZ
aäbcdefghijklmnoöpqrsßtuüvwxyz 1234567890

Ubuntu Mono

Typographie: Beispiele

Lato Italic, 14 Pt / Zeilenabstand 18 Pt., 60% Grau, für Sublines

Die Schrift erweckt Dokumente und Texte zum Leben, auch wenn sie nicht direkt ins Auge fällt, gibt sie doch das gewisse Extra.

Lato Regular, 9 Pt / Zeilenabstand 14 Pt., 90% Grau, für Fließtext

Hauschrift ist die „Lato“ in verschiedenen Schnitten. Im Gegensatz zur sehr klaren und nüchternen Schrift im Logo ist sie etwas verspielter, aber gleichzeitig seriös und sowohl im Druck als auch am Bildschirm sehr gut lesbar. Die Lato ist auch als Webfont verfügbar und damit auf Internetseiten problemlos einsetzbar.

Lato Black, 15 Pt / Zeilenabstand 20 Pt, 100% Grün, für Überschriften

Typographie: Beispiele

Typographie: Beispiele

Lato Bold, 9 Pt. / Zeilenabstand 14 Pt + Lato Regular Italic 8 Pt. (Absatzlinie 1pt), alle 90% grau, für Hervorhebungen

⚠ Wichtig

Wenn Sie Google Analytics nutzen, müssen Sie das Ihren Besuchern in Ihrer Datenschutzerklärung mitteilen. Im Folgenden finden Sie ein Beispiel dafür, das Sie gegebenenfalls noch an Ihre Bedürfnisse anpassen müssen.

Mit Ubuntu Mono auch für Code

⚙ Code:

```
if code {  
    use Ubuntu Mono !important;  
}
```

Typographie: Beispiele

Lato Regular, 9 Pt. / Zeilenabstand 14 Pt, 60% grau, für Kontaktinformationen

Herausgeber:

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG

Fraunhoferstraße 6 | 83059 Kolbermoor

Lato Regular, 7 Pt. / Zeilenabstand 14 Pt, 60% grau, für Kopf- und Fußzeilen
(Absatzlinie 0.5 Pt über / unter Text)

Google Analytics datenschutzkonform einrichten – SEO-Küche Internet-Marketing GmbH & Co KG

Market OT, verschiedene Größen und Farben, für Titel und Schmuckelemente



Rückfragen, Vorlagen

Hinweis: Beispiele dienen nur der Veranschaulichung; Aufzählung nicht (!) abschließend.

Vorlagen erhalten Sie unter daniel@internatives.de, dort stehen wir Ihnen auch für Rückfragen jederzeit zur Verfügung.

Dieser Styleguide wird ständig erweitert und überarbeitet.