

crowdmedia Styleguide.

Design Reboot 2018.



Vorwort.

Nach all der harten Arbeit, die wir in das Entwickeln eines schlüssigen Brand-Designs gesteckt haben, wollen wir sicherstellen, dass alle Elemente richtig verwendet werden. Dazu findet ihr auf den nachfolgenden Seiten Richtlinien, die zeigen, wie ihr das Logo, die Farben und andere Designelemente so benutzt, dass der ästhetische Standard hochgehalten und die Marke professionell und einheitlich präsentiert wird.

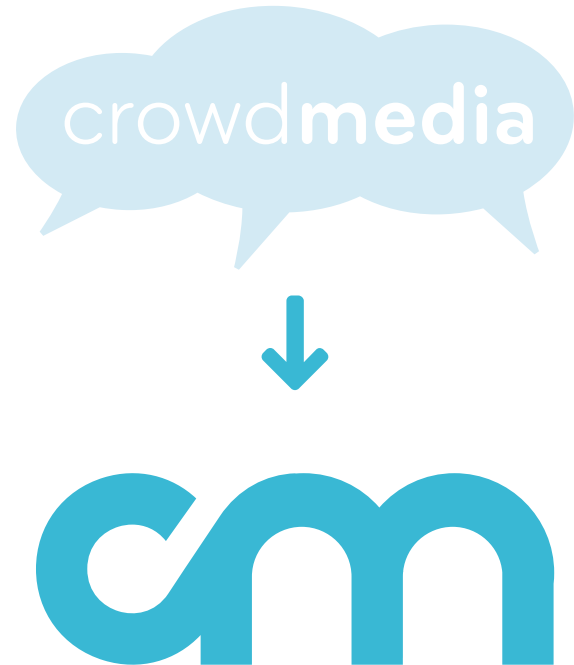
Inhalt.

Einleitung	3
Logo	4
Farbe	8
Schrift	14
Sonstige Elemente	19
Gestaltungsbeispiele	29

Einleitung.

Das alte Design war klasse, aber da wir immer größer werden und uns stetig weiterentwickeln, haben wir uns gefragt: „Passt das überhaupt noch zu crowdmedia?“. Umso länger wir darüber nachgedacht haben, stellten wir fest, dass wir viele Sachen gut finden, aber die Verbindung zwischen Design und Identity fehlte. Dieses Problem wollen wir mit einem Reboot des Designs lösen.

Mit dem neuen Design, das auf Grundlage des neuen Logos entstanden ist, wollen wir professioneller, einheitlicher und repräsentativer nach außen wirken. Hauptmerkmale sind runde Formen und ein durchgehendes Flat Design (Eintönige Farben, keine Verläufe, wenig Schlagschatten).



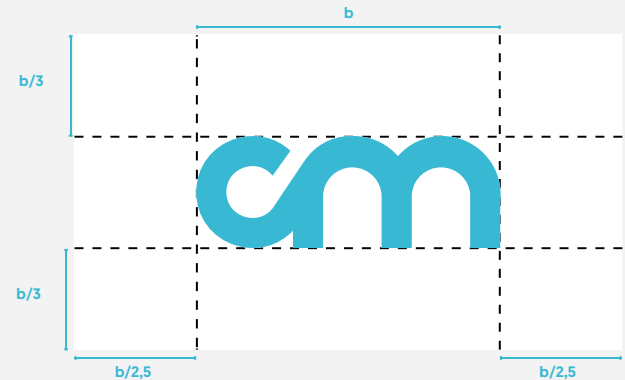
Raus mit dem Alten.

Das neue Logo ist eine Mischung aus einer Bildmarke und den Initialen von crowdmedia. Durch die einfache Struktur soll eine hohe Prägnanz und ein hoher Wiedererkennungswert entstehen. Grundsätzlich sollte das Logo allein stehen, da es durch seinen hohen Wiedererkennungswert die Firma alleinstehend repräsentieren kann.

Wenn das Logo nicht ausreicht, um das Unternehmen zu repräsentieren, kann das Logo mit Schriftzug verwendet werden.

Das Logo kann in den vorgegeben crowdmedia-Farben verwendet werden, allerdings ist das blaue Logo auf weißem Grund bevorzugt für die Darstellung zu wählen.

Beim Einbinden des Logos ist zu beachten, dass die Schutzzone eingehalten wird.



Logo Color Usage.

How to do it right.

Das Logo wird ausschließlich auf weißem, schwarzem und blauem Hintergrund und auf Bildern platziert. Wenn ein farbiger Hintergrund vorhanden ist, wird das Logo immer in Weiß dargestellt. Eine Ausnahme bildet der weiße Hintergrund, auf dem das Logo in Blau abgebildet wird.

Wenn das Logo auf Bildern platziert wird, ist darauf zu achten, wie hell das Bild ist. Wenn das Logo auf dem Bild nicht mehr zu erkennen ist, ist dieses mit einem schwarzen Overlay von 10–30% Deckkraft, je nach Helligkeitsgrad zu versehen, um für eine höhere Lesbarkeit zu sorgen.



cm



cm



cm



cm

Logo Color Usage.

Darauf sollte man verzichten.

Verläufe, zu helle Hintergrundfarben, überbelichtete Bilder und andere als die festgelegten Farben sind No-Gos.

Das Logo sollte immer klar zu erkennen sein und nicht vom Hintergrund verschlungen oder eingeschränkt werden. Außerdem sollte das Logo immer in einem Flatdesign dargestellt werden.

Tipps zur Auswahl von Fotos:

1. Fotos mit leichter Tiefenschärfe eignen sich am besten.
2. Fotos mit zu vielen Details vermeiden.



Unacceptable Usage.

Wie man es nicht machen sollte.

- A.** Logo nicht rotieren.
- B.** Logo nicht quetschen oder strecken.
- C.** Form des Logos nicht verändern.
- D.** Keine Objekte in die Schutzzone des Logos platzieren.
- E.** Keine farblichen Anpassungen, die im Styleguide nicht vermerkt sind.
- F.** Logo nicht in eine Box packen, wenn dieses auf einem Hintergrund platziert wurde.
- G.** Logo nicht schattieren.
- H.** Schriftzug als Ersatz für das Logo verwenden.



Klassensystem.

Um die Nutzung der verschiedenen Farben besser zu verstehen, wurden diese in Klassen unterteilt, die auf den folgenden Seiten erläutert werden.

Schattierungen dürfen nur von der Brand und Support Color erstellt werden. Alle Farben sind im Flat Design zu verwenden und dürfen nicht innerhalb eines Verlaufes vermischt werden

Brand Color

B

Highlight Colors

H

H

H

H

Support Color

S

S

S

S

S

S

Font Colors

F

F

Background Colors

BG

BG

BG

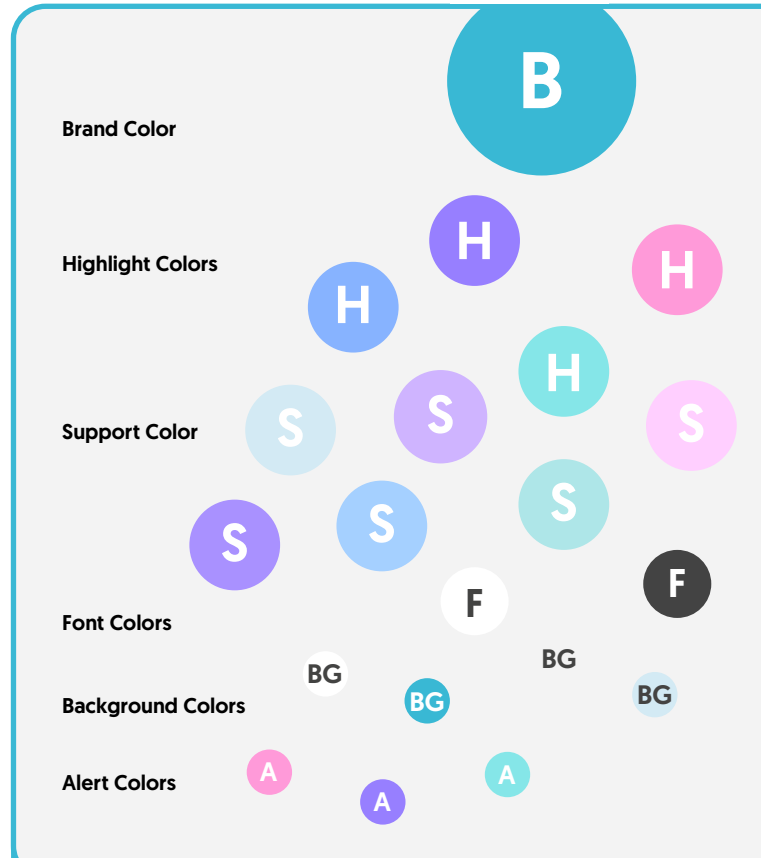
BG

Alert Colors

A

A

A



Colors.

Brand Color.

Das crowdmedia-Blau ist das Hauptmerkmal des Unternehmens und sollte in jedem Dokument und in jeder Grafik vorkommen. Alle anderen Farben dienen als Unterstützung für dieses.

Es kann sowohl großflächig benutzt werden, um Aufmerksamkeit zu erzielen oder auch als Highlight, um etwas hervozuheben. Der erste Touchpoint, den der Nutzer zu sehen bekommt, sollte immer dieses Blau beinhalten.

Brand

RGB:

57 | 184 | 212

CMYK:

68 | 3 | 16 | 0

RAL:

6034

cm blue

Hexcode:

#39b8d4



Hier kommt ein Titel rein.

Hier kommt ein Subtitle rein.

Agenturvorstellung



Colors.

Highlight explanation.

Diese Farben werden zusätzlich zu dem Blau verwendet, um dieses zu unterstützen oder bestimmte Inhalte hervorzuheben.

Sie sollten nicht mit dem Blau oder untereinander vermischt werden. Die Farben sollen eigenständige Element abbilden. Am Ende des Abschnitts der Farben folgen Beispiele, bei denen Unterschied zwischen Highlight- und Support Farben klarer wird.

Die Farben können überall angewendet werden, wo grafische und Text-Elemente farblich markiert werden sollen und das crowdmedia-Blau nicht ausreicht.

Focus	RGB:	255 154 217
	CMYK:	5 50 0 0
	RAL:	4003
	Hexcode:	#ff9ad9

pink

Focus	RGB:	133 230 232
	CMYK:	47 0 16 0
	RAL:	6027
	Hexcode:	#85e6e8

turquoise

Focus	RGB:	135 179 255
	CMYK:	49 24 0 0
	RAL:	5024
	Hexcode:	#87b3ff

blue

Focus	RGB:	151 127 255
	CMYK:	57 53 0 0
	RAL:	6034
	Hexcode:	#977fff

violet

Colors.

Support explanation.

Die Support-Farben sollen die restliche Farben unterstützen und nur in Verbindung mit diesem verwendet werden. Diese Farben sind optional und sollten nur bei Grafiken genutzt werden, bei denen die Verwendung vieler Farben notwendig ist.

Eine Ausnahme bietet die Farbe „light blue“. Sie kann auch in grafischen Elementen mit weniger Farben oder als Hintergrund verwendet werden.

Dabei ist zu beachten, dass diese Farben nie im Vordergrund stehen sollten. Zwischen den dazugehörigen Highlight-Farben und den Support-Farben dürfen auch zusätzlich Abstufungen / Schattierungen vorgenommen werden, falls notwendig.

Support	RGB:	57 184 212
	CMYK:	68 3 16 0
	RAL:	6034
light blue	Hexcode:	#d3eaf4

Support	RGB:	255 207 255
	CMYK:	6 25 0 0
	RAL:	-
pastel pink	Hexcode:	#ffcfff

Support	RGB:	174 230 232
	CMYK:	47 0 16 0
	RAL:	-
pastel turquoise	Hexcode:	#aee6e8

Support	RGB:	165 208 255
	CMYK:	38 11 0 0
	RAL:	-
pastel blue	Hexcode:	#a5d0ff

Support	RGB:	207 179 255
	CMYK:	27 34 0 0
	RAL:	6034
lilac	Hexcode:	#cfb3ff

Support	RGB:	169 145 255
	CMYK:	47 46 0 0
	RAL:	6034
pastel violet	Hexcode:	#a991ff

Colors.

Highlights & Support example.

In dieser Folie werden fünf verschiedene Tabs verwendet, die alle ein anderes Thema umfassen. Aus diesem Grund werden die vier „Focus“-Farben verwendet.

Hier baut ein Schritt auf dem anderen auf, sodass die Elemente nicht sechs individuelle Schritte, sondern einen Prozess bilden. In diesem Fall wird die „Support“-Farbe verwendet.

Im a Headline.
im a Subheadline.

Zeile 1 in 40 pt
Zeile 2 in 40 pt

2015
Initiatives
Monitoring

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est.



13

Colors.

Font color.

Für die Schrift werden ausschließlich Weiß und ein dunkles Grau benutzt. Die Verwendung der beiden Farben unterscheidet sich je nach Hintergrund. Bei dunklem und farbigem Hintergrund wird Weiß verwendet, bei hellen Hintergründen Grau. Beide Farben bilden einen hohen Kontrast zu ihren jeweiligen Hintergrundfarben und sind dadurch gut zu erkennen und leserlich.

Das Weiß mit blauem Hintergrund ist zu verwenden, wenn Aufmerksamkeit generiert werden soll. Diese Art der Darstellung soll ins Auge stechen und wichtige Informationen sofort vermitteln.

Das Grau wurde gewählt, um eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten und sollte deswegen vorwiegend für Textpassagen genutzt werden.

Light

RGB: 255 | 255 | 255
CMYK: 0 | 0 | 0 | 0
RAL: 9016
Hexcode: #ffffff

white

Dark

RGB: 67 | 67 | 67
CMYK: 65 | 55 | 53 | 55
RAL: 7024
Hexcode: #434343

grey

Colors.

Background Color.

Die Hintergrundfarben werden je nach Ebenen und Wichtigkeit der Elemente eingesetzt. Gut zu erkennen ist dies an der Website. Auf der untersten Ebene befindet sich Hellgrau, das sich standardmäßig über die ganze Seite zieht. Textelemente sind innerhalb von weißen Boxen dargestellt, die sich über dem hellgrauen Hintergrund befinden. Besonders wichtige Elemente wie Infoboxen, Formulare oder Buttons haben einen blauen Hintergrund.

Brand	RGB:	57 184 212
	CMYK:	68 3 16 0
	RAL:	6034
	Hexcode:	#39b8d4

cm blue

Support	RGB:	57 184 212
	CMYK:	68 3 16 0
	RAL:	6034
	Hexcode:	#d3eaf4

light blue

Light	RGB:	255 255 255
	CMYK:	0 0 0 0
	RAL:	9016
	Hexcode:	#ffffff

white

Neutral	RGB:	243 243 243
	CMYK:	6 4 5 0
	RAL:	9003
	Hexcode:	#f3f3f3

light grey

Schrift für eine klare Struktur.

Die zwei Hauptschriften Geomanist und Poppins heben sich wenig von anderen ab, sind dafür aber sehr gut leserlich und sorgen für ein cleanes Erscheinungsbild der Dokumente. Da im

restlichen Corporate Design viel mit Farben, Bildern und Formen gearbeitet wird, soll die Schrift dabei helfen, das Design aufgeräumt zu halten und den Nutzer nicht zu überfordern.

Ich bin eine Überschrift

Ich bin ein Text consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Ich bin ein Text consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

“

Ich bin ein Zitat. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est

Geomanist

Headline 1

Poppins

Subheadline, Formulare

Geomanist

Headline 2

Poppins

short important texts

Geomanist

Headline 3

Poppins

Bodytext

Geomanist

Headline 4

Poppins bold

Links, Highlights

Geomanist

Headline 5

Chaparral

Quotes

Geomanist

Headline 6

Typography.

Merkmale.

Poppins wird als Schrift für Fließtext, Subheadlines und Formulare verwendet. Es ist eine runde Schrift, mit nahezu kreisförmigem Bauch, welche zum restlichen geometrischen Ansatz des Designs passt. Die kreisförmige Form und hohe Laufweite lässt die Schrift größer erscheinen und sorgt dafür, dass weniger Wörter in eine Zeile passen als bei anderen Webfonts. Dadurch nimmt sie mehr Platz im Layout ein, hilft aber auch bei der Lesbarkeit der Texte.

Schriftschnitte.

Poppins Regular - Fließtext

Poppins Medium - Formulare

Poppins Bold - Links, Highlights

Poppins

Regular, Medium, Bold

A B C D E F G K J L

M N O P Q R S T U V

W X Y Z Ö Ü Ä

a b c d e f g k j l

m n o p q r s t u v

w x y z ö ü ä

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typography.

Merkmale.

Geomanist ist genau wie Poppins eine runde Schrift mit nahezu kreisförmigen Bauch. Sie wird für Headlines, Navigation und Buttons verwendet. Aufgrund ihres fetten Schriftschnitts fällt sie neben der eher leicht wirkenden Fließtext-Schrift Poppins auf und hilft dabei, Überschriften und somit das Thema leichter zu erfassen.

Schriftschnitte.

Geomanist Medium – Headlines, Navigation, Buttons

Geomanist Bold – Wird nur als Stilmittel für plakative Fälle verwendet. Beispiele sind Überschriften, die alleinstehend sind oder ein Spruch auf einem Social Media Titelbild.

Geomanist

Medium, Bold

A B C D E F G K J L

M N O P Q R S T U V

W X Y Z Ö Ü Ä

a b c d e f g k j l

m n o p q r s t u v

w x y z ö ü ä

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Typography.

Merkmale.

Chaparral Pro ist eine Serifenschrift und wird in dem Design nur für Zitate verwendet. Sie weist außer der guten Lesbarkeit wenig gemeinsame Merkmale mit den anderen Schriften auf, da sie eher klassisch wirkt und wenig geometrischen Züge besitzt. Genau durch diesen Unterschied zu den anderen Schriften, sollen die Zitate innerhalb der Texte auffallen und mehr Aufmerksamkeit generieren. Da die Schrift ansonsten nicht mit den anderen Schriften harmonisiert, wird sie mit Trennlinien und einem Anführungszeichen von dem anderen Inhalt abgetrennt. Wie das aussieht, seht ihr unten in einem Beispiel.

parenz für die Nutzer, auf der anderen Seite werden auf Unternehmen deutlich höhere Anforderungen zukommen. Darauf weist auch Rechtsanwältin Nina Diercks hin:

„Die DSGVO greift tief in die Unternehmensprozesse ein. Wer jetzt schon 100% nach dem BDSG arbeitet, hat nur einen relativ geringen Anpassungsaufwand, wer dies jedoch nicht tut, wird um eine umfassende Ist- und Gap-Analyse nicht herumkommen.“

Nina hat auf ihrem Blog bislang elf Teile ihrer DSGVO-Serie veröffentlicht und da sind bei

Chaparral Pro

Italic

A B C D E F G K J L

M N O P Q R S T U V

W X Y Z Ö Ü Ä

a b c d e f g k j l

m n o p q r s t u v

w x y z ö ü ä

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Supporting Elements

Sonstige Elemente

Auf den folgenden Seiten werden alle restlichen Elemente, auf die bisher nicht näher eingegangen wurde, erläutert. Dazu gehören Icons, Buttons, Formulare und Formen.

Was steckt dahinter?

Ein paar Infos über uns und unser Arbeitsleben.
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat



Flache Hierarchien



Agile Arbeitsweisen



Work-Life-Balance



Teamleistungen



Weiterbildungen



Spaß und Events

Wie arbeiten wir?

Ein paar Infos über uns und unser Arbeitsleben.
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat

Icons.

Verwendung.

Das ausgewählte Iconset enthält ausschließlich detailreiche Icons mit Kontur. Sie sollen sowohl für einfache Anwendung wie zum Beispiel in Präsentationen als auch für eine komplexere grafische Anwendung auf der Website funktionieren. Die Kontur der Icons ist weder besonders dünn noch dick im Vergleich zu anderen Icons. Diese Art von Kontur sorgt dafür, dass Überschriften nicht überschattet werden und die Icons dennoch selbst nicht im Text untergehen.

Die Icons dürfen in der Brand und Highlight Color, je nach Anwendungsfall, genutzt werden. Geometrische Formen sollen die Icons besonders in Szene setzen, sind allerdings kein Muss, nur wenn man die Inhalte für besonders wichtig hält.

Das bekommt ihr von uns.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et.



Content Erstellung



Content Erstellung



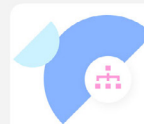
Content Erstellung



Content Erstellung

Was steckt dahinter?

Ein paar Infos über uns und unser Arbeitsleben.
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat



Flache Hierarchien



Agile Arbeitsweisen



Work-Life-Balance



Teamleistungen



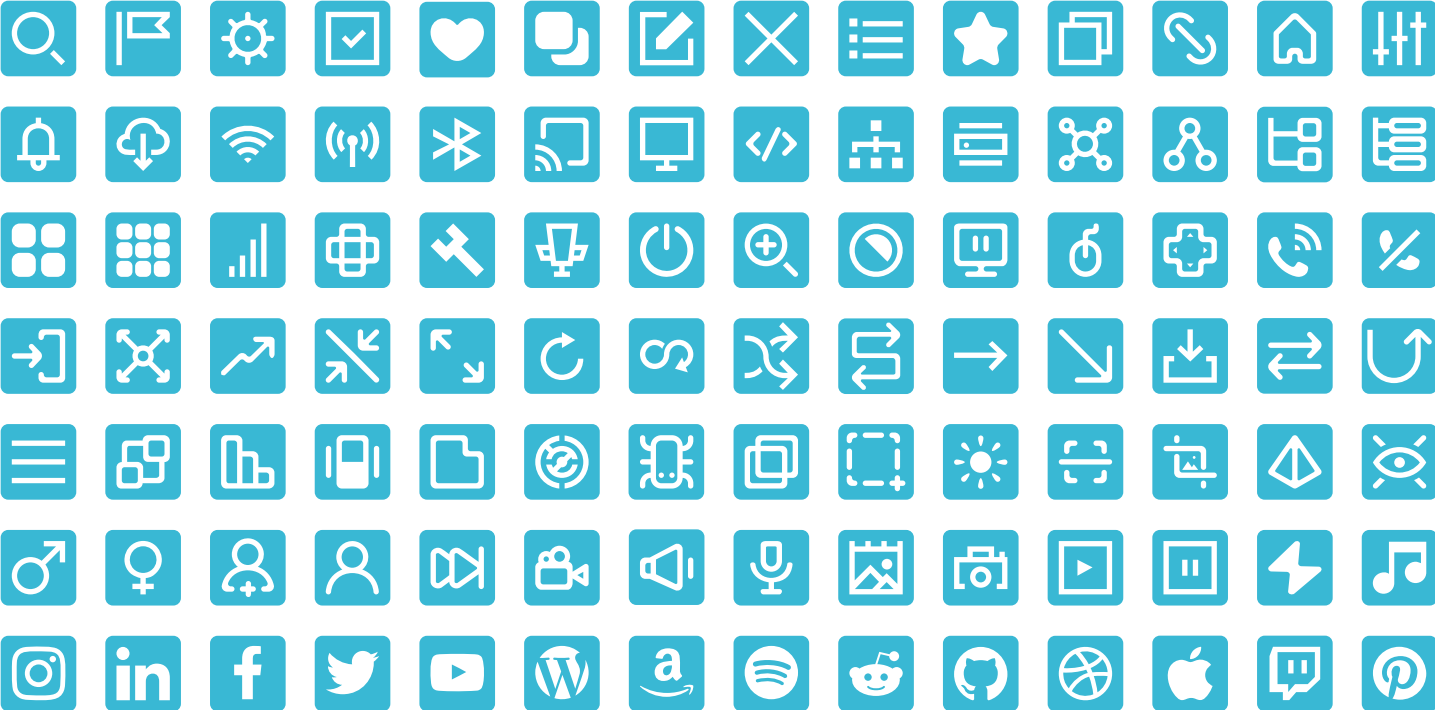
Weiterbildungen



Spass und Events

Iconset

from dribbble.com/ by Alexandru Stoica. Die Icons befinden sich auf der Diskstation unter crowdmedia_kunden_auslagerung/crowdmedia/iconsammlung oder als Keynote unter CloudStation/001_Administration/002_Vorlagen/Keynote/Zusätzliche Folien/Icons



Buttons.

Verwendung.

Buttons unterteilen sich in zwei Klassen:

Flat und **Stroke**. **Flat** sind die ausgefüllten Buttons, sie werden nur für endgültige Aktionen verwendet, zum Beispiel, wenn der User etwas kauft, Daten abschickt oder eine Eingabe tätigt. Die Buttons der Klasse **Stroke** sind für navigierende Aktionen, zum Beispiel für Weiterleitungen auf bestimmte Elemente oder andere Seiten.

Die Größe des Buttons sollte ungefähr dem unten gezeigten Beispiel entsprechen. Links und Rechts ist das Verhältnis 1:2 zum Text und oben und unten 1:3 zum Text. Die Texte sollten kurz gehalten werden.



Abschicken

Abschicken

Abschicken

Abschicken



Formulare.

Verwendung.

Formulare werden bevorzugt mit weißer Farbe auf blauem Hintergrund verwendet, können aber auch in grau - weiß gestaltet werden, wenn sich keine anderen Inhalte auf der Seite befinden oder sich das Blau nicht anbietet.

Einen potentiellen Kunden zu akquirieren ist das Ziel eines Formulars, weshalb dieses eines der wichtigsten Elemente auf einer Seite ist. Dementsprechend muss es auffallen: Die Schrift ist verhältnismäßig groß, der Hintergrund ist blau und das Formular erstreckt sich zentral über einen großen Raum.

Außerdem sollten die Formulare kurz und einfach zu bedienen sein, um den Nutzer nicht abzuschrecken.

Vor & Nachname

E-Mail Adresse

Telefonnummer

Grund

Leistung

Budget

- 1000 - 5000 €
 - 5000 - 20000 €
 - 20000 - 50000 €
 - 2 + 2 = 4 (Quick Maths)
-
- Ja, ich akzeptiere die AGB und Datenschutzbestimmungen.
 - Ja, ich habe die Wiederrufsbelehrungen gelesen und kann hier ein Wiederrufsformular ausdrucken.

Abschicken

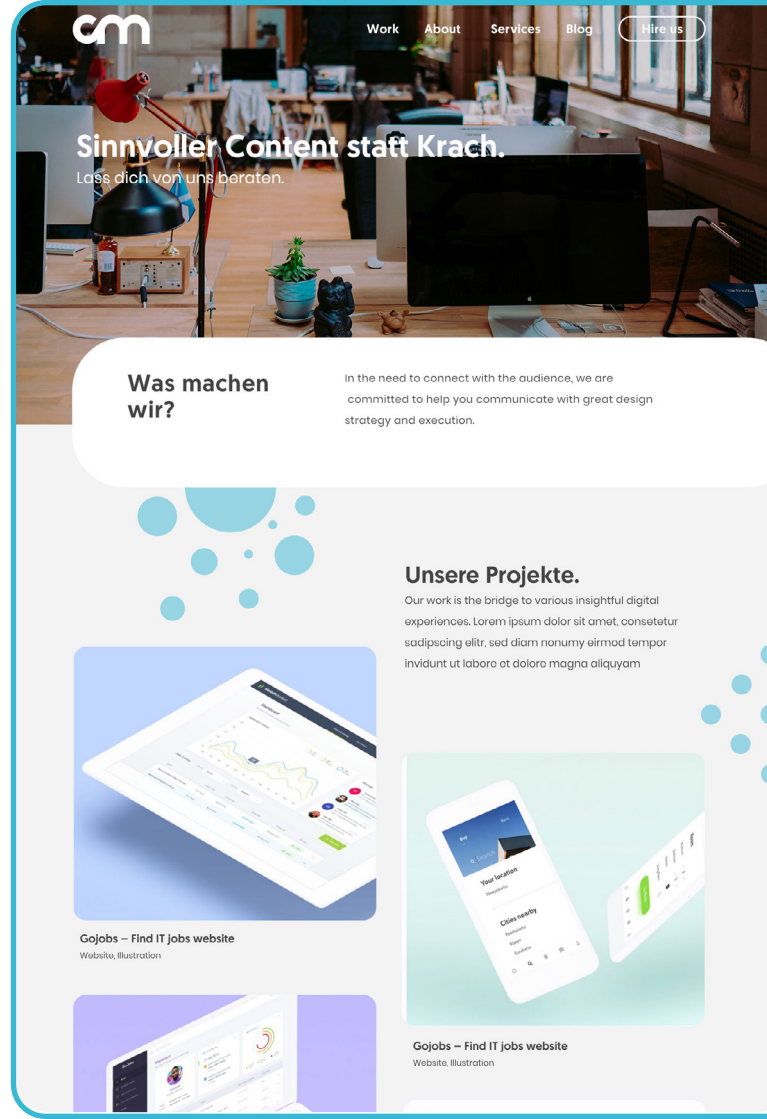
Formen.

Runde Ecken.

Bilder, Hintergründe, Rahmen, Balken – alles ist rund. Wie bereits erwähnt, wurde das Design auf Grundlage des Logos entwickelt und somit gibt es so gut wie keine eckigen Elemente in dem Corporate Design von crowdmedia. Ausnahmen bilden Elemente wie der Header der Website und einige geometrische Elemente in den Hintergründen.

Außerdem sollen die runden Ecken das sonst sehr strukturierte und aufgeräumte Design ein wenig auflockern.

Bei der Neuerstellung runder Elemente ist zu beachten, die Lesbarkeit der Inhalte, Einheitlichkeit sowie die klare Struktur des Dokumentes gewährleisten.



Sinnvoller Content statt Krach.

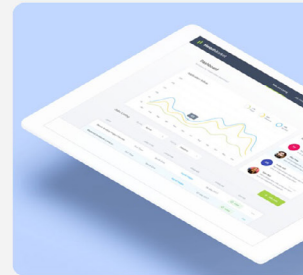
Lass dich von uns beraten.

Was machen wir?

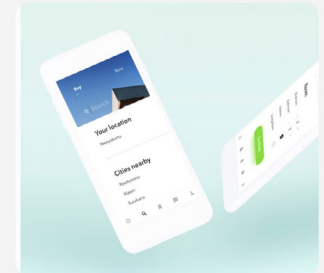
In the need to connect with the audience, we are committed to help you communicate with great design strategy and execution.

Unsere Projekte.

Our work is the bridge to various insightful digital experiences. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy airdod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam



Gojobs – Find IT jobs website
Website, Illustration



Gojobs – Find IT jobs website
Website, Illustration

Formen.

Geometrische Formen.

Auf vielen Dokumenten befinden sich Kreise, Rechtecke, parallele Linien, Rauten etc. Diese sollen, wie auch schon die runden Ecken, das Design auflockern, Elemente und Dokumente ästhetisch hervorheben.

Warum gerade bunte geometrische Formen? Die geometrischen Formen sollen den Dokumenten ein wenig technischen Charakter verleihen um die zahlengetriebene Seite von crowdmedia zu zeigen. Dagegen sollen die verschiedenen Farben und Kombinationen der geometrischen Formen zeigen, dass wir kreativ, vielfältig und ein bunter Haufen sind.

Bei der Neuerstellung ist darauf zu achten, dass die Elemente auch wirklich geometrisch sind und eher im Hintergrund auftretren, da sie nicht den Fokus von dem eigentlichen Inhalt weglenken sollen.

Was machen wir?

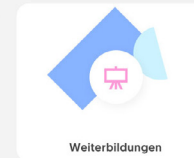
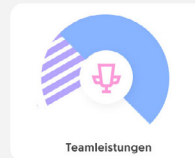
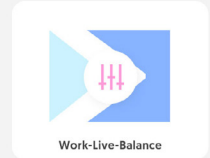
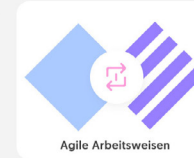
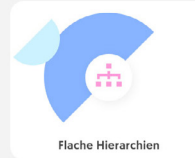
In the need to connect with the audience, we are committed to help you communicate with great design strategy and execution.

Unsere Projekte.

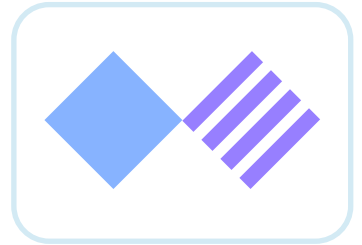
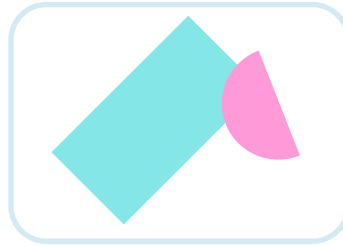
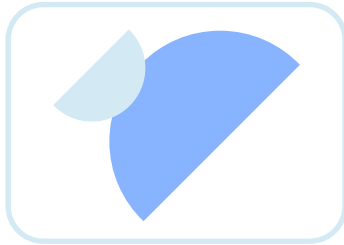
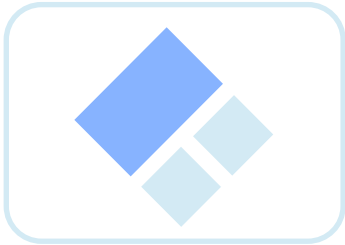
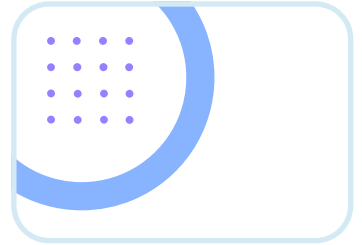
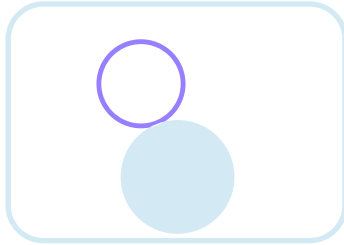
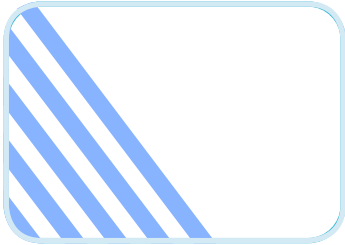
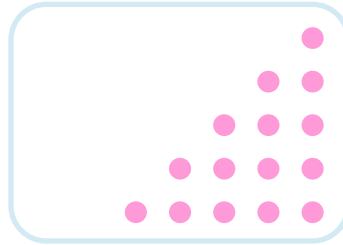
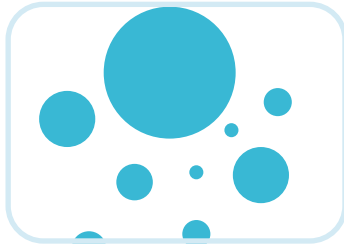
Our work is the bridge to various insightful digital experiences. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam

Was steckt dahinter?

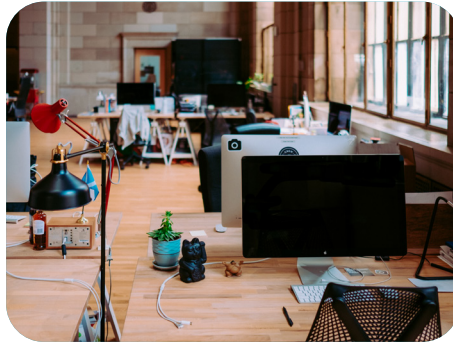
Ein paar Infos über uns und unser Arbeitsleben. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat



Beispiele Formen.



Bildwelt



Bildwelt.

Motivauswahl.

Bilder sollten authentisch, locker, offen, aber auch seriös wirken. Digitale Kompetenz, eine fokussierte Arbeitsstimmung und eine gesunde Work-Life Balance sollten sich in den Bildern widerspiegeln. Durch Winkel und Einstellungen der Brand-Fotografie sollte der Nutzer sich fühlen, als wenn er selbst Teil des Geschehens wäre. Auf gar keinen Fall möchten wir gestellte Stockfotos, bei denen Menschen in die Kamera grinsen.

Farbauswahl.

Die Farbe der Bilder sollte im Kontrast zu der Seite des Dokumentes stehen. Da im neuen Design mit vielen weißen Flächen gearbeitet wird, sollten die Bilder farbenfroh sein und viele Details enthalten.



Information

Fotos mit Menschen, die nicht von crowdmedia sind, sollten ausschließlich als Hintergrundbilder verwendet werden.



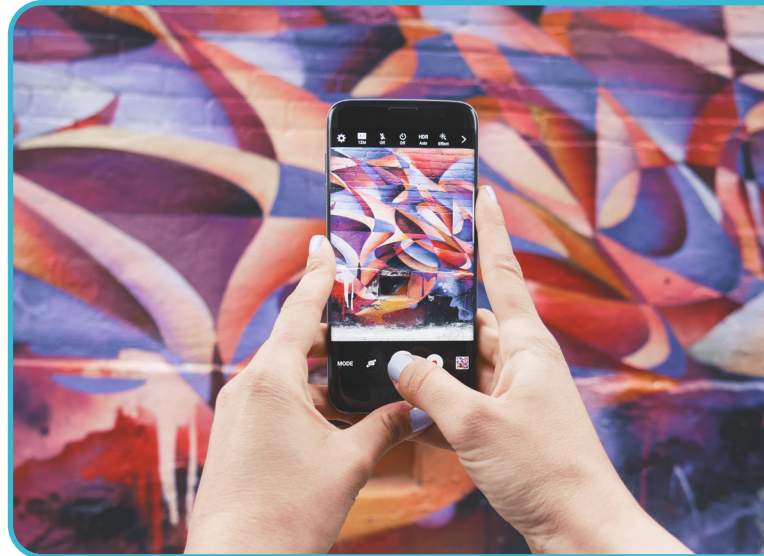
Bildwelt.

Details.

Wie im letzten Absatz erwähnt, sollten die Bilder detailreich sein. Nahaufnahmen von Objekten oder große eintönige Wände passen nicht zu dem restlichen Design und sollten daher nicht gewählt werden. Aufgrund des Flatdesigns und der cleanen Atmosphäre des Designs würden sich solche Bilder mit dem restlichen Layout vermischen, sodass ein Einheitsbrei entstehen.

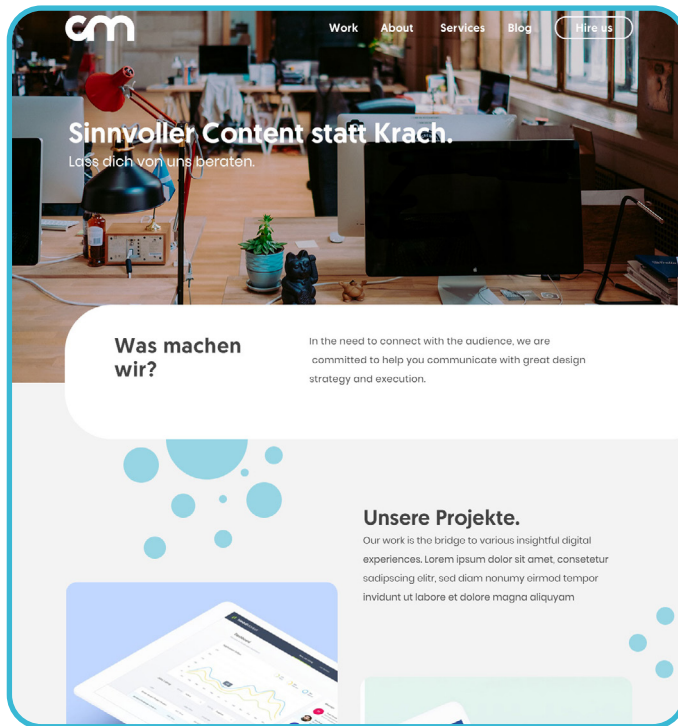
Präsentationen.

Für Präsentationen werden in Zukunft Themenbereiche erstellt, die auf bestimmte Typen von Kunden zugeschnitten sind. Bilder mit inhaltlichem Einfluss aber geringer Ästhetik sollten eher als Zwischenbilder verwendet werden und nicht als großflächige Folien.



Gestaltungsbeispiele

Startseite der Website

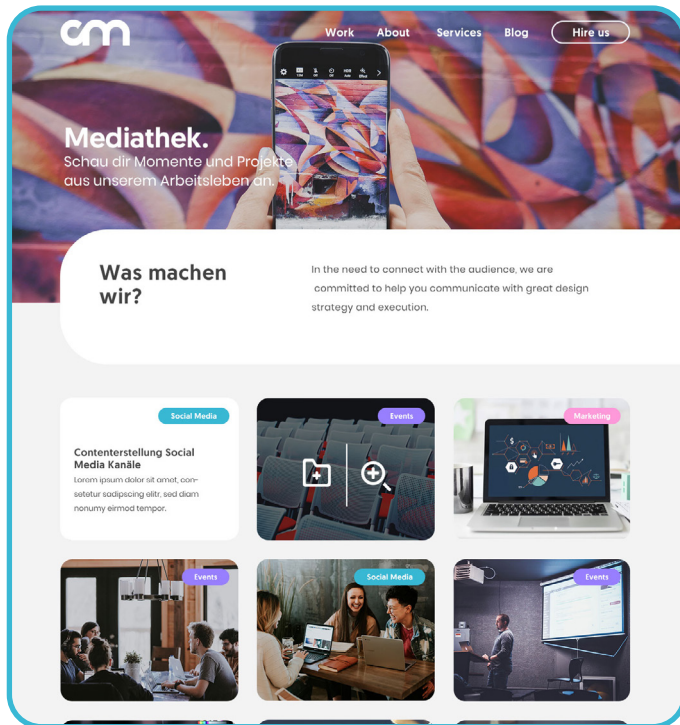


Detailseite des Blog

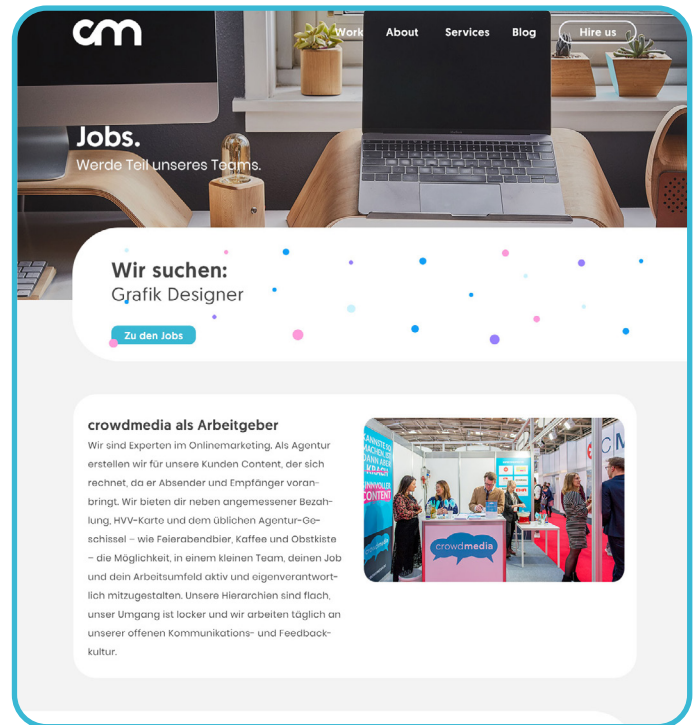


Gestaltungsbeispiele

Mediathek der Website



Karriereseite der Website



Gestaltungsbeispiele

Masterfolien in Keynote

Hier kommt ein Titel rein.
Hier kommt ein Subtitle rein.

Agenturvorstellung



Masterfolien in Keynote

Im a Headline.

im a Subheadline.

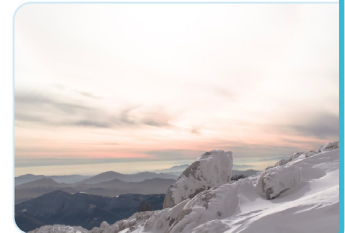
Zelle 1 in 40 pt

Zelle 2 in 40 pt

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed diam nonummy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet cilia kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet cilia kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.



Im a Headline. – 80-100PT

Im a Subheadline. – 40-50PT

Zelle 1 in 40 pt

Zelle 2 in 40 pt

Ich bin eine H2. – Geomanist Medium 40PT

Ich bin eine H3. – Geomanist Medium 35PT

Ich bin eine H4. – Geomanist Medium 30PT

Ich bin der normale Fließtext. – Poppins Regular 25PT
Ich bin ein **Highlight** in einem Text. – Poppins Bold 25PT
Ich bin der etwas kleinere Fließtext. – Poppins Regular 20PT

Text immer mit 12 Zeilenabstand einstellen.
Textgrößen in Präsentationen einheitlich halten. Wenn eine
Headline auf 80PT gesetzt wurde, werden alle auf 80PT gesetzt.

Im a Headline.

im a Subheadline.

Zelle 1 in 40 pt

Zelle 2 in 40 pt



Gestaltungsbeispiele

Newsletter



crowdmedia News

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

Moin!

während du diesen Newsletter liest, stehen wir entweder noch in München auf der CMCX oder sind gerade erst wieder im hohen

Visitenkarte + Logo

