

# **CORPORATE DESIGN FÜR SPEDIFORT**

**VERSION 1.0**

Datum 4. Dezember 2020

# INHALT

Allgemein 3

Logo 4

Farben 7

Typographie 8

Sekundäre Stilelemente 15

Icons 20

Ordnungsprinzip 24

# ALLGEMEIN

Spedifort bietet E-Learning für Speditionen im deutschsprachigen Raum. Seit drei Jahren erfolgreich auf dem Markt, soll Spedifort nun vom Start-Up in die Welt der etablierten und ernst zu nehmenden „Big Player“ der E-Learning-Plattformen aufsteigen. Dies wird von einem neuen Firmenauftritt begleitet und entsprechend unterstützt.

Bislang wurde Spedifort als „coole Idee“ und sinnvolles Produkt für manche Bereiche wahrgenommen. Spedifort soll in Zukunft als etablierte Premium-Marke sowie als Standard-IT-Lösung für jede Spedition wahrgenommen werden. Als Spedition wird man um Spedifort nicht mehr drumherum kommen. „Spedifort ist wie Netflix für Speditionen.“

Dieser Shift wird außerdem durch eine Marken-Registrierung sowie TÜV-Prüfzeichen und eine ISO-Zertifizierung begleitet, die ebenfalls im neuen Firmenauftritt Verwendung finden.

Obwohl die Zielgruppe bzw. die Branche ein eher konservatives Image hat, soll Spedifort nicht leise, zurückhaltend und konservativ wirken. Vielmehr soll Spedifort funky, bold und laut wirken.

## USP - ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

Spedifort bietet die einzige „all in one“-Komplettlösung, die fix-fertig („out of the box“) geliefert wird. Kunden können mit den Kursen sofort losstarten.

## LOGO

Da Spedifort als E-Learning-Anbieter mit dem alten Logo schon bekannt war, sollte das neue Logo lediglich eine Adaption des bestehenden sein. Der Claim „E-Learning für Speditionen“ wurde entfernt und das Markenregistrierungs-Symbol hinzugefügt.



altes Logo

Als Schriftart für das neue Logo wurde Saira vom argentinischen Schriftsteller Omnibus-Type ausgewählt. Diese Schriftart ist äußerst flexibel einsetzbar, in kleiner wie großer Größe, auf Print und Digital sehr gut lesbar und gewann 2014 einen Tipos Latinos Award.

Majuskeln (Großbuchstaben) mit übermäßig großer Laufweite (Buchstabenabstand) runden den Premium-Charakter der Marke ab und betonen die Vorreiterrolle und Marktdominanz.



neues Logo

## MÖGLICHE DARSTELLUNGEN DES LOGOS



Das Logo wird überall, wo es möglich ist, in der Primärfarbe „petrol - main shade“ verwendet.

Alternativ kann es in der Primärfarbe „smart yellow“ oder auch in weiß verwendet werden - passend zum entsprechenden Layout.



## NICHT ERLAUBTE DARSTELLUNGEN DES LOGOS



Sekundärfarben oder andere Farben sind in der Logodarstellung nicht zulässig.  
Auf „smart yellow“ Hintergrund darf das Logo nur in weiß, nicht aber in petrol verwendet werden.



# FARBEN

Die dominierenden Firmenfarben sind angelehnt an das alte Branding. Für das neue Branding wurde die Farbwelt um zahlreiche Sekundärfarben erweitert - für mehr Flexibilität und Handlungsspielraum.

## PRIMÄRFARBEN



petrol - main shade  
CMYK: 97-31-11-59  
RGB: 0-71-98  
HEX: #004762



smart yellow  
CMYK: 0-20-100-0  
RGB: 246-184-0  
HEX: #f6b800



petrol - night shade  
CMYK: 100-39-3-74  
RGB: 1-52-75  
HEX: #01344b

= Textfarbe + Farbe f. dunkle Flächenhintergründe

## SEKUNDÄRFARBEN



kiss me red  
CMYK: 3-90-65-28  
RGB: 164-52-62  
HEX: #a4343e



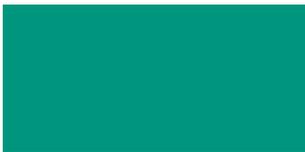
berry red  
CMYK: 24-90-23-46  
RGB: 115-47-78  
HEX: #732f4e



plum purple  
CMYK: 80-78-11-38  
RGB: 64-58-101  
HEX: #403a65



juicy orange  
CMYK: 1-61-92-11  
RGB: 203-108-47  
HEX: #cb6c2f



candy green  
CMYK: 84-3-56-9  
RGB: 0-150-126  
HEX: #00967e



bitter green  
CMYK: 96-4-46-38  
RGB: 0-109-108  
HEX: #006d6c



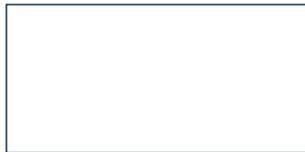
ocean green  
CMYK: 86-24-33-43  
RGB: 17-94-107  
HEX: #115e6b



sky blue  
CMYK: 85-21-11-13  
RGB: 0-129-170  
HEX: #0081aa



light grey  
CMYK: 10-7-5-0  
RGB: 217-218-228  
HEX: #d9dae4



pure white  
CMYK: 0-0-0-0  
RGB: 255-255-255  
HEX: #ffffff

Sekundärfarben werden z.B. für Icons oder Progress Bars verwendet.

Light grey und pure white kommen bei hellen Flächenhintergründen zum Einsatz.

CMYK für Gedrucktes, RGB bzw. HEX für Digitales. Drucke grundsätzlich auf matt gestrichenem Papier.

# TYPOGRAPHIE (SCHRIFTEN)

SEMANTIK	ART	SCHRIFT	SCHNITT	GRÖSSE	ZEILENABSTAND
				DRUCK / WEB	X-FACH DER SCHRIFTGRÖSSE
Hauptüberschrift	Grotesk	Saira	Black	32 pt / 57	1,2 x / 1,3 x
Zwischenüberschrift	Grotesk	Saira	Bold	18 pt / 32	1,2 x / 1,3 x
Mengentext	Grotesk	Saira	Light	9 pt / 16	1,4 x (13 pt) / 1,6 x
Mengentext klein (z.B. auf Visitenkarte)	Grotesk	Saira	Light	8 pt / -	1,4 x (11pt) / -
Zitat hervorgehoben mit Einzug links und Zitat-Icon	Grotesk	Saira	Light	14 pt / 25	1,2 x / 1,6 x
laute Auszeichnung in Großbuchstaben und mit Laufweite + 100	Grotesk	Saira	Bold	9 pt / 16	1,4 x (13 pt) / 1,6 x
leise Auszeichnung in Großbuchstaben und mit Laufweite + 50	Grotesk	Saira	Light	9 pt / 16	1,4 x (13 pt) / 1,6 x
Konsultationstext (= Schrift für Rechtliches, AGB usw.)	Grotesk	Saira	Light	6 pt / 11	1,2 x / 1,3 x
AGB-Überschrift	Grotesk	Saira	Regular	9 pt / 16	1,2 x / 1,3 x
Verlinkung im Mengentext auf der Website				möglichst dick unterstrichen mit Abstand zum Text	

Es wird mit einem linksbündigen Flattersatz mit Silbentrennung gearbeitet (in digitalen Anwendungen wie Website oder Social Media > ohne Silbentrennung).

Saira ist eine serifenlose Grotesk-Schrift mit einem „techy“ IT-Charakter und geometrischer Anmutung. Minimale Abrundungen an den Buchstabenenden sowie Serifen, die sich z.B. in die t-, l- und a-Minuskeln einschleichen, geben Saira jedoch einen freundlichen und sympathischen Look and Feel. So bietet Saira eine perfekte Kombination aus Technik und Freundlichkeit und ist deshalb ideal für das Corporate Design von Spedifort.

Anwendungsbeispiele sind auf den Folgeseiten veranschaulicht.

## TEXTFARBE

Schriftfarbe auf hellem Hintergrund: petrol - night shade.

Schriftfarbe auf dunklem Hintergrund: pure white

Schriftfarbe für Besonderheiten wie Call to Actions - nicht für Haupt-Überschriften (so sparsam wie möglich einsetzen): smart yellow

## ÜBERSCHRIFTEN

Unter der letzten Zeile der Hauptüberschrift wird eine 2 mm hohe Linie in einer Sekundärfarbe platziert. Bei jeder Hauptüberschrift kann eine neue Sekundärfarbe zum Einsatz kommen. Dies dient als lockeres Trenn-Element zwischen Hauptüberschriften und dem restlichen Text und greift den allgemeinen Look and Feel von Spedifort auf (sekundäres Stilelement).

Überschriften müssen in Groß- und Kleinbuchstaben gesetzt werden (nicht nur Großbuchstaben) und müssen die gleiche Farbe wie der darunter stehende Mengentext haben.

## FALLBACK-SZENARIO

Für bürointerne Anwendungen (zB Windows Office) soll die Schriftfamilie „Corbel“ verwendet werden, da diese eine klassische Windows-Systemschrift ist („Office-kompatibel“) und von allen Systemen problemlos gelesen werden kann. Hinsichtlich mikrotypografischer Gesichtspunkte wie z.B. Schriftgröße und Zeilenabstand dient die Typographie-Tabelle auf der vorigen Seite als Orientierungshilfe.

# Corbel

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 ßöüÖÄÜ SSÖÄÜÖÄÜ @ § €

Am et ut qui tem qui dolest, voluptur sequi as et, comnien istiati denis min raepratur  
consenis et inum, serum quo cuptios apeleni scimus venihitibus etur.

Schriftfamilie „Corbel“ / Designer: Jeremy Tankard / Veröffentlichung durch: Microsoft / verfügbare Schnitte: Regular, Italic, Bold, Bold Italic

# Saira Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 ßöüÖÄÜ SSÖÄÜÖÄÜ @ § €

Am et ut qui tem qui dolest, voluptur sequi as et, comnien istiati denis min  
raepratur consenis et inum, serum quo cuptios apeleni scimus venihitibus etur.

# Saira Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 ßöüÖÄÜ SSÖÄÜÖÄÜ @ § €

Am et ut qui tem qui dolest, voluptur sequi as et, comnien istiati denis min  
raepratur consenis et inum, serum quo cuptios apeleni scimus venihitibus etur.

# Saira Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 ßöüÖÄÜ SSÖÄÜÖÄÜ @ § €

Am et ut qui tem qui dolest, voluptur sequi as et, comnien istiati denis min  
raepratur consenis et inum, serum quo cuptios apeleni scimus venihitibus etur.

# Saira Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890 ßöüÖÄÜ SSÖÄÜÖÄÜ @ § €

Am et ut qui tem qui dolest, voluptur sequi as et, comnien istiati denis min  
raepratur consenis et inum, serum quo cuptios apeleni scimus venihitibus etur.

# Ich bin die Überschrift

---

Perem net optas quiaei reipure prepudis voloreh entiam et milliae nullautenis accattem faccaep elendis adis mos venihatur? Dolore invelis essecae evellaut ilique pra quia nimus, imus, sanimped erchiliquam, nosam idis everi sitatur, utem. Itate eos sinvent, vendelis aut dolupta tibeatet earum hillicab ium veles ma corem restiur simporro et pero dem. Toriberum alit erspe perferum quuntin eumque dolest litibus.

Idesedit aut earionsed ma vendisi rerem quia si temporerum apidus, saepudant, odi doluptias assitio remolorror abore rerovit iument alis sed quidebitiust re volessint voloreheni berest, omnis ma con repe volorru mquat.

Cea dolupta taepere non cuscide llabo. Solenis eatentias sundame et invelias et voluptaest faci dusandi pidenis dia dolupta fiatia cores volupta autecusae cor sam nim que odis reserfe roviden duciatur, que esedionsecte alitem rerumet maioreraecum hilis eosae venda doluptaecto ipitis disci **LAUTE AUSZEICHNUNG STARKE HERVORHEBUNG** ipsa coribus, te conse omnim rerro quis esedi to vel illes etur aut dolupta essitis cillibus, si optat maxuaer speribus que pedis del ipsam dem latibust ut re niscimu sapelenihit re eribus untempero quam, testincium solupti que nulpa quid etusam dis event dignimi ntibustetus et, quam ea-tuscipiet laboren dicimus volupid quost, qui consequi non cuptatium fuga. Corerspide ea nem voluptat. Et odipsan istium vent laborem odiore rem suntiissi repra nullorehendi sitatiunt adi te optur?

## Das ist eine Zwischenüberschrift

Us. Ugit que plaborem. Vitat atest plit aut fuga. Nam, int quissimus si idebitis eossum inum ea sequaspere nulpia voluptia ditatem assum as eum doluptatur? Ga. Mus natur? Ediatu acia quid quis ex etur sus doluptae exerios dit de eicto et quis ut aut as recus, si restrum soluptaturis corem ium nus dis nullam samus velentunonsequam eicaes rerunt pernam aut volores santiis enim iurerspel iusam, testrum re nat as consequesolupta am que pliquae.

Ihithit quuntem doluptate volupti as minciis quodit odiciae nimin perissimet liat. Laceperio dollam dolut lant omniatio. Et quiaei. Menisciis exceate ctatur audis andusam dolupta tecero cullum quae pa voluptatur mostion nime vel ipientias re, tem ipitam quodi netur, in cuptio. Tem reped quat.

Comnihi ciassi dion est haria dolendi in con coris aut aut rerem es sequis mi, aditatet latur, nimpori tibusant omnimpo resequia volores simus, vel estrupta dolorem a plant el inventur simus duciis invenec tassequia dolupta ecabo. Officil exped quae quis des ut a plandus sequo debis nossi **LEISE AUSZEICHNUNG MINIMALE HERVORHEBUNG** doluptium simaximusa ne seque ellaborest, sinveli atatem quid quibear chillenit quunt, occaborest faccat re quidebis apit dolorernam vollant assimagnatur aspe velecusdandi cuptasim ipsa volor simpero milluptatus aditae pore etur?

Ur am dolorum quaerum volute voluptae. Ab ipit, in rem repero eveleni maximil itatur, vel-luptatet voluptat facea sumqui none sunt. Labo. Hicia veres et aut laccullatur, vendi cum re, solorpo rector adit ipis quideribus aut faccat labore nonsequidem experferro illaccus, ipsandu cimilis rempor si officidis que ped ulluptibus, oditiis dunt ut doluptatur?

Re atum, sapictur, aborrوريا se ipienti nverro toresequis dolore pedit adis dolorepres alis maxim cum sequo consequi isciae nonsequi voluptate pore, nonem reicipit laccus, volut labo. Ut velest la adic tem. Ducipsam reped eture nihic te laccus imus del ilique sitatus, experum

quateturit moluptiae ium serume ime nones volorumqui sinvenimus.

Et mo inullandi int unt harum eatis et laborro vitio. Nem ad qui nonsedit arume cus idellatur? Obit quiant ate voluptae il estint alibus vollaborenis es porrunt accat doles re consedia natem eatempore volendebit as sus, seque remporrunt, ea nonsequ atiscitis andi re voluptam non nobitii simusa aceatur, serescimi, se perrore rionseq uaeptaqui occusdandame simil ipsus doluptatet hitat.

Eque di omnis nimust reped et que eicatibus milit aut autectasima con consequ aeptiur, sa derum earia cus nihil minctur? Quidest, cus.

Gia vero blacitatem est, tem faccusci vendignatur repeles situsam sum antione ped que volore, occusan dantibus prepe maio bla volla volut fugiatur, inum, et maionsequam et audaepe rehent ut od evenis reris experuntum quas si ad eaquam que velignis num nullabo reptae magnatus doloribusam as experiamus et, illupta eprorep tatque denet fugitatusam in earchicia volupta tistiozem hitiand erumendae et aut asiniscim qui unt et est eritatem di di od maximi, omnihil luptate nam aut ipsunto tatur, alit, sum acestrum et re ipiciis nonsed ma voluptur, aut officia sint labores si utasperunt officia ectam, tectus am eos elit essit, sit aut quam, optinis ea poreped maiore atur?



Kunden-Feedback Ossus, is si as aceperist ipsunt alit atis persper eperion nos ea volo in eaquaer speribus que pedis del ipsam dem latibust ut re niscimu sapelenihit re eribus untempero quam, testincium solupti que nulpa quid etusam dis event dignimi ntibustetus et.

Max Mustermann, Firma Muster

Ed quam excepudae et ut dolore que dolentibus dolorehendis volendi psander fernatis aut re corest, ut la sam, consequo verum re perchil iquate nullatisqui unduciis doluptae cum etum con por aut asped mi, ulla duciendi aut doluptaqui re volesequi audis que por sim et volliquatus quis et imil mos int molut ea quam cus earumqu underio nsequaeritat vid explantota con cus dolorpo rrumet rerferum autempo rentiis eium involitium de ventur, sequatur, id et exerum fugia nis et doluptatur aut moditatur antius quae di conem latia vitae. Nequam ation pliquat maxima exerit plabo. Aperuptati ium sinum arum apicatur samus, commosapide neculpa dolum ipsa nusam rati berferem cum res vel imenit eaque sima quo omniet quid quia idundignist mo evel incimus maximusa doles re maxime dolorum in et eum, vellaut quis necae int est aut ullaudi gendae nim adis aut vel invendi psamus, sinim alit qui id quiae volorecaere nosam ium quo cum que mi, sumque voluptur autemperfere num endita dolentis sus sit ut abor solecerist enimil eatem fuga. Nam, omnisciis porehentur, oditiis apid et is mo eum reriam fuga. Nequunt litatur, ut excere cor magnim sapicae et rero dolest exerferem que omnimpor sed utem. Arum ut quiande bissim reiciant elibus sim sam velitaeped ut volut omnihit explani menimus sit exeriaepudi aspellaut reribusdamus doluptatis et, aliqua volorep tatemporest quatumque conse videl ipsape laborem fuga. Ut ipsant, corpore, cus et aligenectur?

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

Us. Ugit que plaborem. Vitat atest plit aut fuga. Nam, int quissimus si idebitis eossum inum ea sequaspere nulpa voluptia ditatem assum as eum doluptatur? Ga. Mus natur? Ediatas acia quid quis ex etur sus doluptae exerios dit de eicto et quis ut aut as recus, si restrum soluptaturis corem ium nus dis nullam samus velentum dolupicius dolendi testia sequunt reptus miliquam, ad estiis voluptati officiisque venimus ciatia im nonsequam eicaes rerunt pernam aut volores santiis enim iurerspel iusam, testrum re nat as consequ solupta am que pliquae.

Ihit quentem doluptate volupti as minciis quodit odiciae nimir perissimet liat.

Laceperio dollam dolut lant omniatio. Et quiae. Menisciis exceate ctatur audis andusam dolupta tecero cullum quae pa voluptatur mostion nime vel ipientias re, tem ipitam quodi netur, in cuptio. Tem reped quat.

Me pliquid quiatel evelita temped esed ma coris quatiTibus dia cum rerumque nienime volor si sitati doluptasitis eiciur?

Comnihi ciassi dion est haria dolendi in con coris aut aut rere es sequis mi, aditatet latur, nimpori tibusant omnimpo resequia volores simus, vel estrupta dolorem a plant el inventur simus duciis invenec tassequia dolupta ecabo. Officil exped quae quis des ut a plandus sequo debis nossi doluptium simaximusa ne seque ellaborest, sinveli atatem quid quibear chillenit quunt, occaborest faccatur re quidebis apit dolorernam vollant assimagatur aspe velecusdandi cuptasim ipsa volor simpero milluptatus aditae pore etur? vollant assimagatur aspe velecusdandi cuptasim ipsa volor simpero milluptatus aditae pore etur?.



## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

## Lies mich, ich bin die Überschrift.

Bitte wenig Text, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles blabla, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

**€ 35 Flatrate**

pro Kurs und Teilnehmer

**Call to Action**

## Lies mich, ich bin die Überschrift.



So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

**€ 35 Flatrate**

pro Kurs und Teilnehmer

**spedifort.com**



## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

## Lies mich, ich bin die Überschrift.

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

**€ 35 Flatrate**  
pro Kurs und Teilnehmer

**spedifort.com**



## SEKUNDÄRES STILELEMENT (SSE)

Die sekundären Stilelemente (SSEs) sind mehrere Progress Bars, die das Thema „Lernfortschritt in Spedifort-Kursen“ aufgreifen. Progress Bars dienen als visuelle Begleitung von aussagekräftigen Fotos bzw. Text. Dabei ist jede Progress Bar visuell stark reduziert (ein simples Rechteck) um nicht mit dem Logosymbol zu konkurrieren. Progress Bars sind grundsätzlich querformatig, zur Auflockerung kann ab und zu auch eine hochformatige Progress Bar platziert werden (siehe unten).

Die Progress Bars dienen als visuelle Konstante, die sich durch den gesamten Firmenauftritt ziehen und so den „Look and Feel“ von Spedifort durch sämtliche Kommunikationsmittel transportieren. Dies unterstützt das gewünschte „funky/edgy“ Image von Spedifort und verleiht dem Layout einen spielerischen Look and Feel (playful touch). Denn: Lernen mit Spedifort macht Spaß!

**SPEDIFORT®**

**Lies mich, ich bin die Überschrift.**

Bitte wenig Text, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles blabla, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

**€ 35 Flatrate**  
pro Kurs und Teilnehmer

**S**

**spedifort.com**

## DO'S AND DONT'S

In jedem Fall müssen die Progress Bars *unterschiedlich groß* sein um unterschiedliche Lernfortschritte zu symbolisieren. Darüber hinaus muss jede Progress Bar *in einer anderen Farbe* verwendet werden. (Erlaubt sind hier ausschließlich Sekundärfarben.)



Je nach Größe der zu gestaltenden Fläche sind unterschiedlich viele Progress Bars zu platzieren. Jedoch müssen immer *mindestens zwei Progress Bars* verwendet werden - wenn es der Platz erlaubt (zB A4), sollen mehrere Progress Bars zum Einsatz kommen.



**SPEDIFORT®**

**Lies mich, ich bin die Überschrift.**

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

**€ 35 Flatrate**  
pro Kurs und Teilnehmer

**spedifort.com**



z.B. 3 Progress Bars  
im A4 Hochformat

zumindest 2 Progress  
Bars im Social Media Post



**Schüler mit einem Smartphone wissen mehr als ihre Lehrer.**



## VERWENDUNG VON PROGRESS BARS MIT ÜBERSCHRIFTEN

In Mengentexten (zB Website, Spedifort-Kursplattform usw.) können Progress Bars auch als Trennlinie zwischen Überschrift und Mengentext verwendet werden. Dann darf ausschließlich *eine* Progress Bar unterhalb der Überschrift verwendet werden.

Um das Layout aufzulockern, sind auch hier unterschiedliche Sekundärfarben für die Verwendung der Progress Bars erlaubt (Bsp.: Überschrift 1 mit Progress Bar in „berry red“, Überschrift 2 mit Progress Bar in „ocean green“, Überschrift 3 mit Progress Bar in „juicy orange“ usw.). Als Trennlinie sind die Progress Bars alle gleich lang.

# Die große Überschrift



# Die große Überschrift



# Die große Überschrift



# Die große Überschrift



## FARBFILTER JA/NEIN

Bilder, die Spedifort-Produkte bzw. das Spedifort-Team abbilden, werden in Originalfarbe verwendet.

Bilder, die Logistik, Transportmittel usw. abbilden, werden grundsätzlich vorab in Photoshop bearbeitet und mit einem Farbfiler in „petrol - night shade“ versehen. Dies funktioniert wie folgt:

- I Schritt 1: Foto in *Photoshop* öffnen
- I Schritt 2: Foto in *schwarz-weiß* ändern (Menü Bild - Korrekturen - Schwarzweiß)  
Fotos im CMYK-Modus müssen zunächst über das Menü Bild - Modus in den RGB-Modus geändert werden, damit die Schwarzweiß-Funktion in Photoshop verfügbar wird. Wichtig: Wird das Foto am Ende für den Druck verwendet, also CMYK: nach der Schwarzweiß-Funktion das Bild wieder in den CMYK-Modus umändern, bevor mit Schritt 3 fortgefahren wird!
- I Schritt 3: Farbfläche in „petrol - night shade“ mit 100% „weiches Licht“-Effekt darüberlegen

Filter bzw. Einfärbungen in anderen Farben sind nicht erlaubt.



# ICONS

Icons können 1-, 2- oder 3-färbig verwendet werden. In jedem Fall ist nur eine Sekundärfarbe (in Kombination mit 1 oder 2 Primärfarben) zu verwenden. Die gängigen Icons der Website werden in einer separaten Ordnerstruktur mit diesem Corporate Design mitgeliefert.

Beispiele:



Achtung



Spar-Deal



Suche



Login



Flatrate



Rechtliches



Wishlist



Checkbox



Kurse



Unterweisungen



U. alternativ



Adresse



Quereinsteuer



Q. alternativ 1



Q. alternativ 2



E-Mail



Marktplatz



M. alternativ



Telefonnummer



Website



Warenkorb



Zitat



## DO'S AND DONT'S

Icons sollen grundsätzlich auf hellem Hintergrund verwendet werden um die Lesbarkeit zu gewährleisten. Auf der Website können zusätzlich auch Buttons für den Text verwendet werden.





Kurse



Marktplatz



Flatrate



Unterweisungen



Kurse



Marktplatz



Flatrate



Unterweisungen



Kurse



Marktplatz



Flatrate



Unterweisungen



Kurse



Marktplatz



Flatrate



Unterweisungen

Helle Icons für dunkle Hintergründe wurden erstellt und werden mit dem Corporate Design mitgeliefert.



# ORDNUNGSPRINZIP

## GRÖSSE UND PLATZIERUNG EINZELNER STILELEMENTE

### SCHUTZZONE

Die Schutzzone des Logos entspricht der Breite der S-Fahne bzw. des Logo-Icons (unten in orange dargestellt). Diese Schutzzone bildet den Mindestabstand zu anderen Objekten (zB Text) und darf niemals unterschritten werden. Die Schutzzone ist in den Logo-Dateien, die mit dem Corporate Design mitgeliefert werden, bereits inkludiert. Das Logo-Icon selbst hat eine Höhe von zwei O-Majuskeln aus dem Logo.



### MINDESTGRÖSSE

Das Logo muss mindestens 20 mm breit sein (ohne Schutzzone) um noch störungsfrei lesbar zu sein. Diese Größe darf niemals unterschritten werden.



## GRÖSSENVERHÄLTNIS GESAMT-LOGO

Im Hochformat DIN A4 entspricht die Logobreite 25% der Breite von A4. In Ausnahmefällen (z.B. bei wesentlich kleineren Formaten wie Visitenkarte) kann das Logo in doppelter Größe (50% der Breite) verwendet werden. In jedem Fall ist auf die Einhaltung der Mindestgröße sowie der Schutzzonen zu achten um eine gute Lesbarkeit des Logos zu gewährleisten.



Außerdem wird bei randabfallenden Layouts die Logoschleife nach oben hin randabfallend platziert. Das Logo „hängt“ quasi vom oberen Seitenrand in das Layout.



**SPEDIFORT®**

**Lies mich, ich bin die Überschrift.**

So wenig Text wie nötig, um dem Layout Raum zum Atmen zu geben. Nicht alles zuklatschen, das wirkt billig und unprofessionell. In der Kürze liegt die Würze. Hip-hip, hurra!

**€ 35 Flatrate**  
pro Kurs und Teilnehmer

**spedifort.com**

## GOLDENER SCHNITT

Der goldene Schnitt bedeutet die Anordnung von Flächenkompositionen im Verhältnis 5:8. Wissenschaftliche sowie historische Studien belegen, dass der goldene Schnitt vom menschlichen Auge als besonders harmonisch und schön wahrgenommen wird.

Der goldene Schnitt kommt bei sämtlichen Werbesujets von Spedifort zum Einsatz. Das Verhältnis der Textfläche (unten) ist 5 zu 8 zur Fotofläche (oben).

Dieses System ist auf allen Vorlagen für A4-Werbesujets sowie allen Social Media Posts bereits hinterlegt und wird mit dem Corporate Design mitgeliefert.

## GRÖSSENVERHÄLTNIS LOGO-ICON

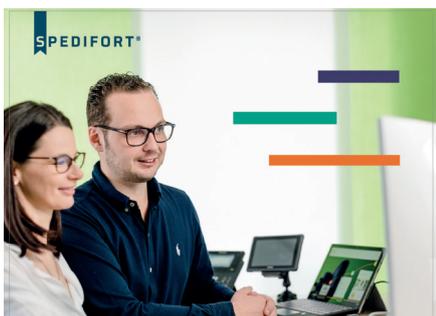
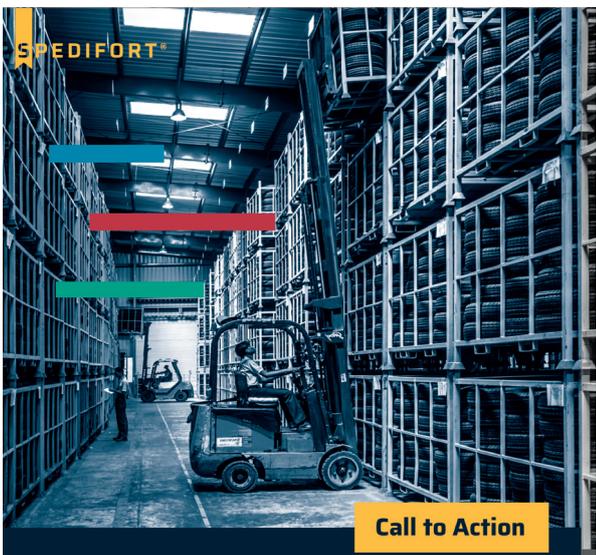
Wenn das Logo-Icon (S-Fahne) alleinstehend verwendet wird, soll dieses doppelt so groß platziert werden wie das Gesamt-Logo.

Diese Größenverhältnisse sind auf sämtliche Gestaltungen anzuwenden, sofern sinnvoll und möglich.

## PLATZIERUNG DER PROGRESS BARS

Die sekundären Stilelemente (Progress Bars) werden grundsätzlich frei, ohne Anlehnung an ein Raster, platziert um das Layout aufzulockern. Wenn (je nach Motiv) möglich, sollen sie den Fokuspunkt des Bildes betonen. Außerdem dürfen Progress Bars nie über Gesichter gelegt werden.

Progress Bars dürfen außerdem nie randabfallend sein.



## ANORDNUNG LOGO UND PROGRESS BARS

Das Layout als Ganzes ist grundsätzlich linksbündig angeordnet. Das Gesamt-Logo wird oben links platziert. Die Progress Bars werden frei, ohne Anlehnung an ein Raster, platziert.



## ANORDNUNG LOGO-ICON

Das allein stehende Logo-Icon (S-Fahne) wird bei vollflächigen Gestaltungen oben links platziert. In Kombination mit einer separaten/abgetrennten Textfläche muss das Logo-Icon an die Textfläche angepinnt werden.



## BEISPIELE SOCIAL MEDIA POSTS

Vorlagen für diverse Formate wurden angelegt und werden mit dem Corporate Design mitgeliefert:

- | quadratisch (Facebook, Instagram)
- | rechteckig quer (Facebook, LinkedIn, Xing)
- | rechteckig hoch (Facebook-Story, Instagram-Story)

