

shopping24 GmbH

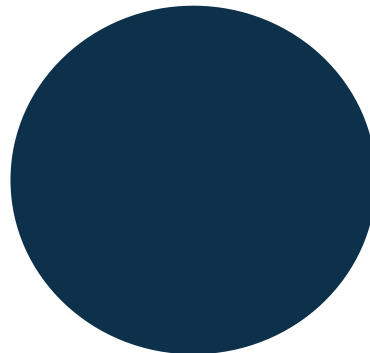
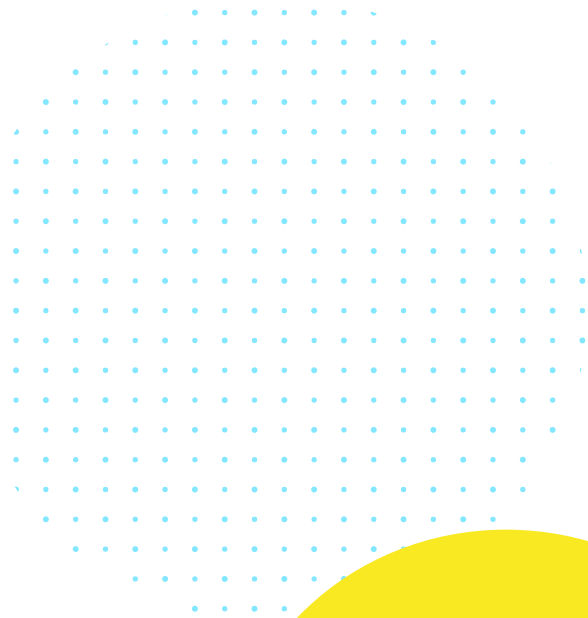
Corporate Style Guide

Version 07/2019

*Wie Du unseren
Unternehmensauftritt
mitgestaltest.*

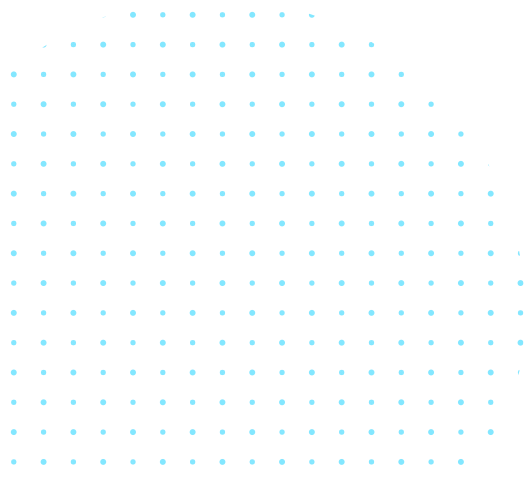
Hi Designer!

Wie schön, dass Du vorbei schaust, um Dich mit unserem shopping24 Design zubeschäftigen. Wir haben hier für Dich eine einfache Guideline erstellt, wie Du uns helfen kannst, unseren Unternehmensauftritt schön und konsistent zu gestalten. Vielen Dank für deine Hilfe.



Inhalt

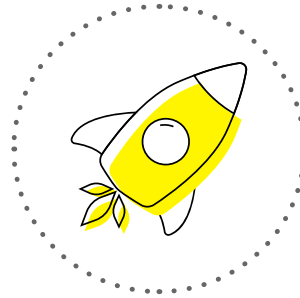
1. *Unsere Mission*
2. *Das Logo*
3. *Die Farben*
4. *Die Schrift*
5. *Grafische Elemente*



1. Unsere Mission

Wir sind shopping24.

Wir empfehlen unsern Nutzern passende Produkte von über 1.000 Advertisern. Dafür betreiben wir ein Commerce Network aus spezialisierten Produktsuchmaschinen, über 100 namhaften Publishern und einer interaktionsstarken Community auf WOHNKLAMOTTE. Das shopping24 commerce network ist der Wachstumsmotor für mehr Umsatz.



Dein Wachstumsmotor für mehr Umsatz

Unser commerce network steigert
das Wachstum unserer Partner
durch passende Produktempfehlungen
auf Portalen, Publishern
& Communities.

2. Das Logo

Wie jedes Logo ist unser Logo einzigartig und elementar für unseren Unternehmensauftritt. Ein konsequent eingesetztes Logo unterstützt die seriöse Außenwirkung unseres Unternehmens und schafft Vertrauen. Daher bitten wir Dich, sorgsam mit unserem Logo umzugehen und folgende Dinge zu beachten.



Für diese Variante
entscheidest Du
Dich immer bei einem
weißen oder hellen
Hintergrund.



Die ‚invertierte‘
Version kommt auf
dem Blauton und auf
dunklen Hintergründen
zum Einsatz.

Das ist unser Hauptlogo, das Du in diesen beiden Varianten je nach Hintergrund bevorzugt verwenden darfst. Es stellt unser Unternehmen shopping24 mit seiner Bezeichnung als commerce network klar heraus und visualisiert das Netzwerk aus Portalen, Shops und Publishern. Je nach Hintergrund kommt die blaue Variante auf weiß bzw.

einem hellen Ton oder die weiße Variante auf dem Blauton zum Einsatz. Bitte beachte stets, dass der Kontrast zwischen Logo und Hintergrund hoch genug ist oder verwende die jeweils andere Variante. Hinterlege das Logo bitte niemals mit einem farbigen Kasten.

Farbvarianten

Wir wissen, dass es nicht immer möglich ist, das Logo in seiner Originalversion zu verwenden. Deshalb findest du hier Varianten, die dir das Leben erleichtern. Bitte verwende sie aber nur, wenn es nicht anders geht.



Standard weiß



Standard blau



Negativ



Positiv



Mehrfarbiges Logo:
Je nach Hintergrund entscheidest du dich bevorzugt für eine dieser beiden Varianten.



Einfarbiges Logo:
Auf andersfarbigen Hintergründen (nicht dunkelblau oder weiß) kommt je nach Kontrast die negative dunkelblaue bzw. positive weiße Variante zum Einsatz.



Logovarianten

Je nach Einsatzgebiet ist es erforderlich, dass Du dich für eine Variante des Standardlogos entscheidest.



Standard

Das bevorzugte Logo ist immer die Standardvariante in der passenden Farbe.



Signet

Das Signet kommt immer dort zur Verwendung, wo wenig Platz zur Verfügung steht. Aber Achtung: Bitte bedenke, dass für das Verständnis zuvor das vollständige Logo gezeigt werden muss.



Klein

Bei Darstellungen unter 3 cm bzw. 100 px kannst Du auf die vereinfachte kleine Variante zurückgreifen, die hinsichtlich der Lesbarkeit optimiert ist.



Der umlaufende Abstand ergibt sich aus der halben Logohöhe (x) ohne die Kreise.



Der Abstand links und oben ergibt sich aus der halben Logohöhe (x). Der Abstand links und ist halbiert ($0,5x$).

Ausrichtung und Schutzzone

Um die Lesbarkeit und eine gute Wirkung unseres Logos zu gewährleisten, solltest Du Texte und Grafiken immer in ausreichend Abstand platzieren. Der Mindestabstand den du aber auf jeden Fall beachten solltest, entspricht bei digitalen Anwendungen der. Bei der Druckversion ist er doppelt so groß. Wird das Logo mit seiner linken Seite

an einer optischen Kante ausgerichtet, so orientiert sich das c von »commerce« an dieser. Die Kreise stehen also leicht über diese Kante. So bekommt es optisch einen besseren Stand.

Logo-Fails

Du machst uns glücklich, wenn die Darstellung unseres Logos einheitlich ist. Deshalb bitten wir Dich, es nur im Sinne dieses Style Guides zu verwenden.

Da wir für alle passenden Varianten des Logos für alle Anwendungen zur Verfügung stellen, darf niemals etwas verändert werden. Hier zeigen wir ein paar Beispiele straight out of hell für den Fehlgebrauch.



Nö

Verzerre oder rotiere das Logo nicht.



Nein!!!!

Verändere die Farben nicht.



Nee

Lösche niemals die Unterzeile.



Nope

Färbe weder die Kreise noch die 24 ein.



Nicht mehr

Verwende nicht mehr die alte Version.



Uargh

Verwende niemals grau oder schwarz.



Nene

Umrande kein Element des Logos.

Logo und Hintergrund

Hier ein paar Dos & Don'ts für die Verwendung unseres Logos auf Hintergründen

Neeeein



Platziere das Logo nicht auf Muster oder unruhige Hintergründe.

So ist gut



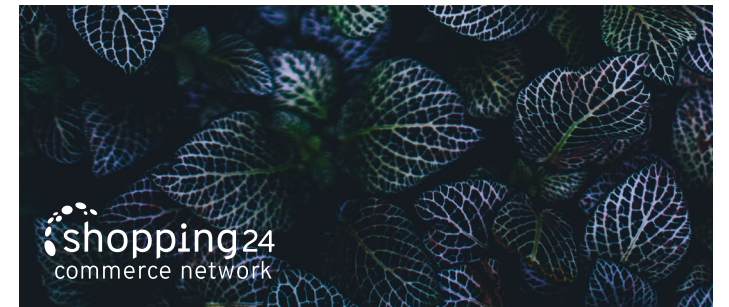
Auf einfarbigen Flächen sieht es am besten aus.

So nicht



Verwende keine Kästen unter dem Logo

Jap



Nimm dann die invertierte Variante.

So auch nicht



Verwende nicht die falsche Farbvariante

So gehts



Achte auf ausreichend Kontrast zwischen Hintergrund und Logo.

3. Die Farben

Unser Unternehmen gibt es inzwischen schon 15 Jahre. Wir kombinieren diese Erfahrung täglich mit frischen Ideen. Das spiegeln auch unsere klaren shopping24 Farben wieder. Zusammen mit unserem Logo sind sie für die Wiedererkennung essentiell. Wofür und nach welcher Priorität Du sie richtig verwendest, erfährst Du in diesem Abschnitt.

Die Basisfarben machen unseren freshen, unverwechselbaren Look aus. Verwende sie daher bevorzugt.

Unsere Farbpalette

Das shopping24 commerce network ist so bunt wie unsere Partner. Daher sind **Schwarz und Grau tabu!** Die Basisfarben bestehen aus zwei klaren Blautönen und einem kräftigen Gelb. Ergänzt werden sie durch weiße Akzente. Die Sekundär- und Tertiärfarben kommen seltener – meist für Hintergründe oder Schriften zum Einsatz.

Basisfarben

Sekundärfarben

Tertiärfarben

Tertiärfarben		Sekundärfarben		Basisfarben		
15% Meer	Meer	70% Nacht	90% Nacht	Nacht	Himmel	Zitrone
	RGB 23 · 139 · 204 CMYK 79 · 33 · 0 · 0 HEX #178bcc			RGB 14 · 49 · 75 CMYK 100 · 76 · 43 · 43 HEX #0a314c	RGB 131 · 231 · 255 CMYK 45 · 0 · 5 · 0 HEX #83e7ff	RGB 249 · 230 · 0 CMYK 7 · 2 · 92 · 0 HEX #fff500
Anwendung: Hintergründe	Anwendung: Auszeichnung (z.B. Diagramme)	Anwendung: Schriften	Anwendung: Schriften, Hintergründe	Anwendung: Schriften, Muster, Hintergründe	Anwendung: Hintergründe, Icons, Muster	Anwendung: Hintergründe, Icons, Muster



Die Schriften

Jetzt fehlen noch die Schriften für ein perfektes shopping24 Gesamtbild. Schrift ist für die Kommunikation an den meisten Schnittstellen unabdingbar. Deshalb achten wir darauf, dass ein Text auf den ersten Blick als shopping24 Text erkennbar ist. Eine konsequente und einheitliche Verwendung unserer Schriften erzielt somit nicht nur den gewünschten Wiedererkennungseffekt, sondern vermittelt auch Kontinuität und Vertrauen. Schrift wirkt.

Fun Fact:

shopping24 commerce network
schreiben wir in unserer
Corporate-Schreibweise immer
klein und ohne Leerzeichen
vor der Zahl.

Primärschrift

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ßäöü ! " # % & ' () * , - . / : ; , ? @ [\]
 0123456789

Fira Sans Light + *Light Italic*
 Fira Sans Regular + *Italic*
Fira Sans Medium + *Medium Italic*

Das ist die Schrift,
 die hauptsächlich zum
 Einsatz kommt. Wie
 genau, erfährst Du auf
 den nächsten Seiten.

Fira Sans

Die Fira Sans ist eine sowohl für Print- als auch für Webanwendungen sehr gut geeignete Serifenlose. Die schlichte, aber doch charakterstarke Schrift, wirkt freundlich und besitzt durch ihre Kursive einen hohen Wiedererkennungswert.

Du kannst sie dir [hier](#) kostenfrei herunterladen.

Sekundärschrift

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ßäöü ! " # % & ' () * , - . /
 : ; , ? @ [\]
 0123456789

Overpass Mono Regular
Overpass Mono Bold

Diese Schrift verwenden
 wir sehr ausgewählt als
 Auszeichnungsschrift.

Overpass Mono

Wir sind ein Tech-Unternehmen. Dafür steht die geradlinige Monospace-Schrift Overpass Mono. Da sie für Mengentexte aufgrund ihrer Lesbarkeit nicht so gut geeignet ist, verwenden wir sie nur für kurze Textabschnitte als Auszeichnungsschrift.

Du kannst sie dir [hier](#) kostenfrei herunterladen.


Anwendung Fira Sans

Hier erfährst Du, wie Du die Fira Sans in Fließtexten optimal einsetzt. Bitte gehe sorgsam mit ihr um, um die optische Konstanz unserer Außendarstellung zu wahren.

Typo-Checkliste

- ✓ Schriftfarbe: Nachtblau
(das hier)
- ✓ Verwendete Schnitte: Light, Regular, Medium
- ✓ Wir bevorzugen den Light-Schnitt
- ✓ Auf farbigen Hintergründen zu dem nächstfetteren Schnitt greifen.
- ✓ Die Laufweite, solltest du, wenn möglich um 10 erhöhen
- ✓ Bitte verwende Flattersatz
(keinen Blocksatz)

Ein Textabschnitt at
it's best.



Eine gerade Überschrift (18 pt. Light)

wird mit kursivem Fließtext in 13 pt und einem Zeilenabstand von 20 pt ebenfalls in Light kombiniert. Im Optimalfall ist der Absatz zwischen der Überschrift und dem Text etwas verringert (hier 26pt). Die Laufweite der Schrift kannst Du gerne um 10 erhöhen, damit gerade die Kursive besser lesbar ist. Bitte verwende keinen Blocksatz, sondern Flattersatz. **Für Hervorhebungen im Text verwenden wir den normalen Italic-Schnitt.** Ach ja, mach doch Typografen glücklich und denk im Print gern an den optischen Randausgleich! :)


Anwendung Overpass Mono

Hier erfährst Du, wie Du die Overpass Mono als Auszeichnungsschrift verwendest. Bitte gehe sorgsam mit ihr um, um und setze sie nicht anders ein.

Typo-Checkliste

- ✓ Überschrift (Fira): Nachtblau
Text: 70% Nachtblau
([hier entlang](#))
- ✓ Verwendete Schnitte: Regular + Bold
Wir bevorzugen den Regular-Schnitt, Bold nur auf Hintergründen
- ✓ Die Overpass Mono fühlt sich auf weißem Hintergrund am wohlsten
- ✓ Im Print empfiehlt es sich die Abstände manuell z.B. von Zeichen zu Zahlen zu verringern.
- ✓ Bitte verwende diese Schrift zentriert (mittelaxial), einzelne Worte richten sich als Auszeichnung natürlich links aus.

In Kombination mit der Overpass darf die Fira etwas fatter sein.



Überschrift in Fira Sans Italic (besten einzeilig)

Die Overpass Mono benutzen wir vor allem für Vorteilskommunikation oder Zitate.

Letztere kommen dann ohne Überschrift aus, beide werden zentriert ausgerichtet.

Ansonsten kommt diese Schrift nur sehr ausgewählt als Auszeichnung zum Einsatz.

Tipp für Typoprofis: Auf unschöne Trennungen achten und die Zeilen lang/kurz im Wechsel umbrechen.

Schrift-Fails

Für den Charakter des Corporate Designs ist es von großer Wichtigkeit, dass Du keine andere Schrift benutzt und Dich bei der Anwendung an unsere Vorgaben hältst.

Ja!

Eine Überschrift

Nobis rerero magnatur? Rum sequidu ciendis moluptas non net qui voluptatia quam, cum idictur, sedi de magnis eum apit et, testi dolores tionessim que prem excersp

So ist der Text super.

Nö

Eine Überschrift

Nobis rerero magnatur? Rum sequidu ciendis moluptas non net qui voluptatia quam, cum idictur, sedi de magnis eum apit et, testi dolores tionessim que prem

Verwende keinen fetteren Schriftschnitt.

Nein

Eine Überschrift

Nobis rerero magnatur? Rum sequidu ciendis moluptas non net qui voluptatia quam, cum idictur, sedi de magnis eum apit et, testi dolores tionessim que prem

Verwende weder die Kursive für die Überschrift noch die gerade für den Fließtext.

iih

EINE ÜBERSCHRIFT

NOBIS RERERO MAGNATUR? RUM SEQUIDU CIENDIS MOLUPTAS NON NET QUI VOLUPTATIA QUAM, CUM IDICTUR, SEDI DE MAGNIS EUM APIT ET, TESTI DOLORES TIONES

Die Verwendung von Versalien ist nicht vorgesehen.

Nee

Eine Überschrift

Nobis rerero magnatur? Rum sequidu ciendis moluptas non net qui voluptatia quam, cum idictur, sedi de magnis eum apit et, testi dolores tionessim que prem excersp

Die Overpass ist nicht für Überschriften vorgesehen.

Nope

Eine Überschrift

Nobis rerero magnatur? Rum sequidu ciendis moluptas non net qui voluptatia quam, cum idictur, sedi de magnis eum apit et, testi dolores tionessim que prem excersp

Verwende keine farbigen Schriften mit schlechten Kontrasten.

5. Grafische Elemente

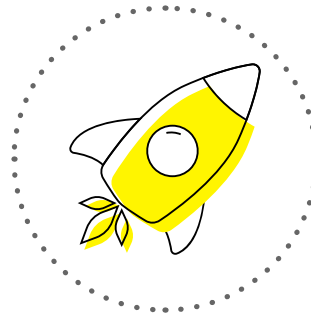
Ergänzend zu dem Logo, den Farben und Schriften zeigen wir Dir hier ein paar grafische Elemente, die Du zur Gestaltung unseres Unternehmensauftritts benutzen kannst.

Icons

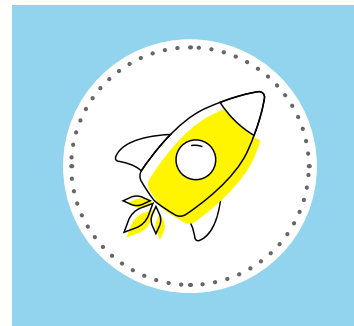
Prägend für den Eindruck des shopping24 Unternehmensauftritts sind einfache Icons mit der etwas verschobenen Farbfläche. Sie kommen in Gelb und in Blau zum Einsatz.

Geheimtipp:

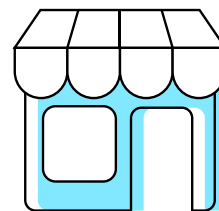
Benötigst Du ein spezielles Icon, das es noch nicht gibt? Kein Problem, sprich uns an!



Vor allem für die Vorteilskommunikation kommen die Icons in Gelb zum Einsatz. Sie stehen bevorzugt innerhalb eines Kreises mit gepunkteter Linie.



Auf farbigem Hintergrund bekommen sie einen weißen Kreis, der über die anderen herausragt.



Die blauen Icons werden in Grafiken oder alleinstehend verwendet, um sie von der Vorteilskommunikation abzugrenzen.

Muster

Unser einzigartiges Erscheinungsbild prägen – in Anlehnung an unser Logo – runde Formen, die neben den Icons auch als gestalterisches Element genutzt werden. Hinzukommen Hinterlegungen von Text, die sich auch in den Icons wiederfinden.



Eine fancy Hinterlegung


mit nicem 3D-Effekt

Elemente wie diese Hinterlegungen mit zwei verschobenen Flächen können spielerisch eingesetzt werden und greifen der Idee der Icons auf.



Eine schlichte Textmarkierung

Flächen wie diese kannst du zur Hervorhebung einsetzen. Entweder für Überschriften oder (sehr ausgewählt) im Fließtext.



Der Kreis ist prägendes Element in unserer Corporate Identity. Er symbolisiert unser commerce network und kann entweder Vollton oder gerastert eingesetzt werden. Bitte verwende dafür aber ausschließlich unsere drei Basisfarben und weiß.

Grafische Fails

Damit alles schön einheitlich bleibt, bitten wir Dich, dich auch bei den grafischen Elementen an unsere gestalterischen Richtlinien zu halten.

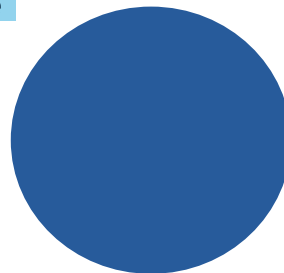
Nö



Bitte verwende keine anderen Icons.

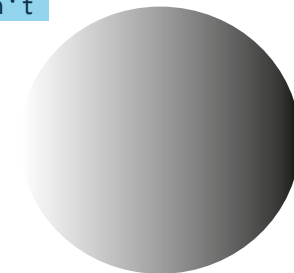
Wir haben (bald) ein super ausgestattetes Iconset. Wenn dir doch noch eins fehlen sollte, wende dich gerne an unsere Designer.

Nee



Halte dich bitte an unsere Farbpalette und erfinde auch keine neuen Blau- oder Gelbtöne.

Please don't



Wir mögen klare Farben am liebsten. Daher sind Verläufe tabu.

Danke für Dein Engagement!

*Falls du Fragen und Anmerkungen zu unserem
Corporate Design hast oder Icons benötigst, kannst
Du Dich gern jeder Zeit an uns wenden.*