Achtzehn ● Grad

CHEAT SHEET

BRAND GUIDELINES

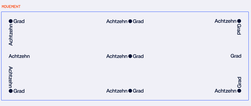
Logo

Unser Logo ist dynamisch und flexibel gestaltet – es passt sich mühelos an Ecken, Kanten und sein Umfeld an. Durch seine Anpassungsfähigkeit wird es ein integraler Bestandteil jedes Designs.

Größe
Das Logo wird zunächst an die Breite des jeweiligen Elements angepasst und anschließend auf 10 % bis 20 % seiner ursprünglichen Größe skaliert.
Mindestgröße für das Logo ist 2 cm (gekürzte Version 1,5 cm)

CAPTURE

MOVEMENT



Platzierung von Hinweisen und Informationen.

Typographie

Die Hauptschrift unseres Brandings ist die „Britti Sans". In der Nutzbaren Instanz der Headline-Hierarchie wird sie in Versalien gesetzt, insbesondern für herausragende Elemente oder wenn es inhaltlich sinnvoll ist, die Aussagekraft zu betonen.

Als Eyebrow-Font verwenden wir die „VCR OSD Mono". Sie verwebt dezent auf unsere digitalen Wurzeln, ohne dabei aufdringlich zu wirken, und bildet einen ansprechenden Kontrast zur „Britti Sans". Die Eyebrow wird typischerweise in unserer Sekundärfarbe oder in einer 50 % Tönung der Hauptfarbe eingesetzt, um visuelle Akzente subtil zu unterstreichen.

Link zu den Schriften:
Fonts

BEYOND THE OBVIOUS

Eyebrow & Hervorhebung | VCR OSD Mono Versalien | 14 px | Zeilenabstand: 1.2

VERSALIEN

H1 | Britti Sans Medium Versalien | > 96 px | Zeilenabstand: 0.8 bis 1

Anwendung der Headlines

H2 – H6 | Britti Sans Medium | 70 - 10 px | Zeilenabstand: 1.2

Wer die Augen offen hat muss nicht blind glauben, ob etwas funktioniert, sondern sieht Potenzial.

Subheadline/Einleitung | Britti Sans Medium | 24 px | Zeilenabstand: 1.2

Unsere Fähigkeit, genauer hinzusehen, skeptisch zuzuhören und uns tet hineinzufühlen. Das erste Briefing nicht für bare Münze zu nehmen, über den Tellerrand hinauszuhören. Etwas, das wir auch von unseren Kunden, wie Systemen, als Feedback bekommen. Viele MarkenKunden sind blind für ihre eigenen Barrieren. Sie sind so mit sich selbst beschäftigt, dass sie neue Perspektiven nicht wahrnehmen – wollen aber Veränderung.

Paragraph | Britti Sans Regular | 16 – 18 px | Zeilenabstand: 1.5

BEISPIEL

Farbwelt

Unsere Farbwelt orientiert sich am Farbspektrum des Verlaufs. Dabei vermeiden wir den Einsatz des dunkelsten Tons (#000000) und des hellsten Tons (#ffffff) und greifen stattdessen auf einen dezenten Blauton zurück, der unser Design harmonisch abrundet.

Für die hierarchische Abgrenzung setzen wir gezielt auf Kontraste. Am häufigsten verwenden wir dabei 50 % unseres dunkelsten Tons, um subtile, aber effektive Differenzierungen zu schaffen.

Für ein dynamisches Design und klare Hervorhebungen stehen uns zwei Akzentfarben zur Verfügung: ein leuchtendes Blau und ein kontrastreiches Orangerot. Diese Farben verleihen dem Design Energie und setzen prägnante Highlights.

ZENTRALE FARBEN

- #000103
- #000103 50 %
- #FFFIFF7
- #C4E0BF4
- #F6A3F7
- #FD4D307

VERLAUF

Hervorhebung

Hervorhebungen in Text und Menü werden mit einer dezenten 2 px Linie unterstrichen. Für Headlines wird eine Fläche im Hintergrund gesetzt. Die Höhe ergibt sich aus 1/3 der Schriftgröße und orientiert sich mittig an der unteren Kante.

AT VERO EOS

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.

Zahlen

Zahlen und Fakten werden prominent und zentral inszeniert.

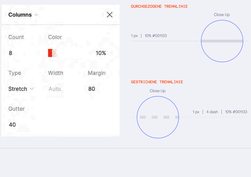
+ 60 %
KLICKS AUF SOCIAL MEDIA

1.588
KLICKS AUF SOCIAL MEDIA

Grid & Trennlinien

Für klare Strukturen und ein einheitliches Design setzen wir auf ein präzises Grid-System. Dieses basiert auf einem Basis- oder 4er-Grid, wobei sich die Flanken an den Margins und den Gutters orientieren. Das Raster sorgt für eine harmonische Gestaltung, kann und soll aber gezielt durchbrochen werden, um Akzente zu setzen und Dynamik zu schaffen.

Trennlinien
Trennlinien werden in einer dezenten Abstufung von 10 % von #000103 gestaltet, um klare Abgrenzungen zu schaffen, ohne die visuelle Ruhe zu stören.
Themen, die in sich geschlossen sind – wie beispielsweise die Trennung der Blog-Hero-Sektion vom eigentlichen Blog-Inhalt – werden durch durchgehende Linien voneinander abgegrenzt.
Inhalte, die kontextuell zusammengehören, können bei Bedarf mit einer gestrichelten Linie getrennt werden, um die inhaltliche Verbindung visuell zu unterstreichen.



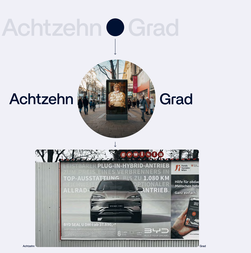
Corner Radius

Der Corner Radius orientiert sich dezent an den Rundungen unseres Logos und unserer Hausschrift. Mit 2 px bleibt er subtil, sorgt aber für eine sanfte Abrundung.

●

Der ● unseres Logos ist ein zentrales Gestaltungselement. Er ist dynamisch, kann sich bewegen und frei verformen. In unseren Cases dient er als Spotlight und hebt zentrale Elemente hervor.

Der Corner Radius des ganzseitigen Sujets darf größer als 2 px sein und kann an die verschiedenen Formate angepasst werden.



Mitarbeiter Fotos

Konzept: „Wir bei Achtzehn – Grad"

Designbedeutung: Einerseits zeigen wir die Menschen, die die Agentur ausmachen – andererseits zeigen wir uns bei Achtzehn Grad, wenn die Sonne aufgeht – kuschelig im Bett, schon am Arbeiten, manche beim Frühstück, manche noch beim Dösen.

Link zu den Fotos:
Mitarbeiter Fotos

Sticker

Um mehr Leichtigkeit in das Design zu bringen und natürlich beyond the obvious zu sein, binden wir auf den ersten Blick "random" Elemente ein. Diese stehen aber stellvertretend für die Agentur und denen verschiedene Personen und persönlichkeiten.

WORK IN PROGRESS!!

Achtzehn ● Grad