



# DIGITALE MEDIEN

SWB CORPORATE DESIGN / STAND: 12. JUNI 2014

**swb**

---

## **D / ALLGEMEINE HINWEISE / Zu diesem Handbuch**

---

Dieses Gestaltungs-Handbuch wird nach Bedarf aktualisiert. Bitte achten Sie darauf, nach den Vorgaben der jeweils aktuellen Version zu arbeiten. Die Kapitel des Handbuchs finden Sie online unter [www.swb-gruppe.de/cd](http://www.swb-gruppe.de/cd). Die konsequente Umsetzung dieser Vorgaben sichert ein einheitliches Erscheinungsbild und ist Voraussetzung für die Steuerung des swb-Markenauftritts.

Das Corporate Design gilt für den gesamten swb-Konzern, sofern nicht ausdrücklich ein eigenes Erscheinungsbild vorgesehen ist.

Aufgrund der Unterschiedlichkeit der für die Darstellung verschiedener Farbsysteme notwendigen technischen Verfahren sind die Farben in diesem Handbuch nicht verbindlich.

Ihre Ansprechpartner:

**swb AG, Unternehmenskommunikation**

**Nicole Block**

**T +49 421 359-3095**

**F +49 421 359-152 990**

**[nicole.block@swb-gruppe.de](mailto:nicole.block@swb-gruppe.de)**

**Susanne Schultze**

**T +49 421 359-3329**

**F +49 421 359-152 990**

**[susanne.schultze@swb-gruppe.de](mailto:susanne.schultze@swb-gruppe.de)**

Hinweis: Die individuellen Angaben in den Layouts dienen nur der grafischen Darstellung ohne Anspruch auf inhaltliche Richtigkeit und Aktualität.

# **D / MANUAL** / Gesamtübersicht der Kapitel

## **A / BASISELEMENTE**

Logo / Unternehmensschrift / Farben / Designelemente / Bildsprache / Tabellen, Grafiken und Illustrationen / Sprach- und Schreibregelungen / Look & Feel

## **B / LITERATUR**

Grundlagen / Typografie / Produkt- und Themenflyer / Broschüren / Infoblätter / Berichte / Weitere Fallbeispiele / Angaben für den Druck

## **C / WERBUNG**

Anzeigen / Plakate / Sonstige Außenwerbung / Werbemittel

## **D / DIGITALE MEDIEN**

Internet-Styleguide / Online-Banner-Styleguide / Intranet-Styleguide / Online-Newsletter / PowerPoint-Präsentationen

## **E / MESSEN UND SHOPDESIGN**

Messe- und Ausstellungstafeln / Grundlagen zum Shopdesign

## **F / REDAKTIONELLE MEDIEN**

Informationen für Mitarbeiter / externe Medien / Angaben für Druck

## **G / GESCHÄFTSPAPIERE**

Korrespondenz / Printmedien / Angaben für den Druck / Formulare

## **H / FAHRZEUGE UND BEKLEIDUNG**

Der Logoeinsatz / PKW, Kleinbusse, Transporter / Promotion-Fahrzeuge  
Berufsbekleidung / Anwendungen auf der Berufsbekleidung

## **I / BESCHILDERUNG UND ORIENTIERUNG**

Standortkennzeichnung / Leitsystem

## **K / CORPORATE SOUND**

<b>1.0</b>	<b>Internet-Styleguide</b>	<b>/ D 05</b>	<b>2.0</b>	<b>Online-Banner</b>	<b>/ D 45</b>
1.1	Farben	/ D 06	2.1	Grundlegendes	/ D 45
1.2	Typografie	/ D 07	2.2	Formate	/ D 46
1.3	Bildkonzept	/ D 09	2.3	Animation	/ D 47
1.4	Grafische Elemente	/ D 15	2.3.1	Textanimation (In & Out)	/ D 47
1.4.1	swb-Bubble und Störer	/ D 15	2.3.2	Animation beim Wechsel von Typovariante zur Produktfreistellervariante (oder umgekehrt)	/ D 48
1.4.2	Pfeile und Buttons	/ D 16	2.3.3	Animation beim Wechsel der Bildaufteilung 2:1 zu 1:1 (oder umgekehrt)	/ D 49
1.4.3	Aufzählungszeichen und Icons	/ D 17	2.3.4	Claim-Bubble-Animation (In / Einblenden)	/ D 50
1.4.4	Linien	/ D 18	2.3.5	Claim-Bubble-Animation (Out / Ausblenden)	/ D 51
1.4.5	Khaki-Verlauf	/ D 19	2.3.6	Störer-Animation	/ D 52
1.4.6	Schlagschatten	/ D 20			
1.5	Startseite	/ D 21	<b>3.0</b>	<b>Intranet-Stylguide</b>	<b>/ D 53</b>
1.6	Inhaltsseiten	/ D 22	3.1	Farben	/ D 54
1.6.1	Seitenaufbau	/ D 22	3.2	Typografie	/ D 55
1.6.2	Navigation	/ D 23	3.3	Seitenaufbau	/ D 56
1.6.2.1	Hauptnavigation	/ D 23	3.4	Navigation	/ D 57
1.6.2.2	Subnavigation	/ D 24	3.4.1	Footer und die Navigationselemente	/ D 58
1.6.2.3	Weitere Navigationselemente	/ D 25	3.5	Start- und Bereichsstartseiten	/ D 59
1.6.3	Contentbereich-Seitentypen	/ D 28	3.5.1	Zweispaltige Module	/ D 60
1.6.3.1	Übersichtsseiten	/ D 28	3.5.2	Einspaltige Module	/ D 62
1.6.3.2	Contentseiten	/ D 29	3.6	Inhaltsseiten	/ D 64
1.6.3.3	Sonderfall: Telekommunikations-Produkte	/ D 30	3.6.1	Text- und Bildmodule	/ D 65
1.6.4	Begleitmodule rechte Spalte	/ D 31	3.6.2	Listen mit Folgeseiten und Seiten mit integriertem Archiv	/ D 66
1.7	Anwendungsbeispiele	/ D 32	3.6.3	Downloadlisten	/ D 67
1.7.1	Teaser	/ D 32	3.6.4	Tabellen	/ D 68
1.7.2	Tabellen	/ D 33	3.7	Privatforum	/ D 69
1.7.3	Listen mit Folgeseiten	/ D 34	3.8	Speiseplan	/ D 70
1.7.4	Foto-Download-Modul	/ D 35	3.9	Lexikon	/ D 71
1.7.5	Downloadlisten	/ D 36	3.10	Popups	/ D 72
1.7.6	Slidermodule	/ D 37	3.11	Bewerbungsformular für interne Stellenangebote	/ D 73
1.7.7	Bildergalerie	/ D 39			
1.7.8	Formulare	/ D 40	<b>4.0</b>	<b>Online-Newsletter</b>	<b>/ D 74</b>
1.8	Modalfenster	/ D 41	<b>5.0</b>	<b>PowerPoint-Präsentationen</b>	<b>/ D 75</b>
1.9	Microsites	/ D 42			
1.9.1	Startseite	/ D 42			
1.9.2	Inhaltsseiten	/ D 43			
1.10	Landingpages	/ D 44			



Der vorliegende Internet-Styleguide basiert auf dem Corporate Design der swb-Gruppe und stellt als solcher eine medien-konforme Ableitung dar. Der Internet-Styleguide soll helfen, Websites von swb richtig zu gestalten.

Dieses bedeutet nicht, dass er eine bloße Anleitung zum Nachbauen des aktuellen swb-Webauftritts ist. Vielmehr enthält der Internet-Styleguide Vorgaben, die beachtet werden müssen sowie Gestaltungsbeispiele, die als Grundlage zur Weiterentwicklung genutzt werden können.

Aufgrund der verschiedenen technischen Voraussetzungen sind die Anforderungen an die Kompatibilität jeder neu zu gestalten- den Website grundsätzlich hoch. Dabei sind verschiedene Bildschirmformate und unterschiedliche Browser zu berücksichtigen.

swb-Internetauftritte sind Corporate Publishing-Medien, die den swb-Farbverlauf nur zurückhaltend einsetzen.

Ansprechpartner für die Anmeldung und Freigabe für neue swb-Internetauftritte:

**swb AG, Unternehmenskommunikation**

**Carsten Mallwitz**

**T +49 421 359-2519**

**F +49 421 359-2022**

**carsten.mallwitz@swb-gruppe.de**

Hinweis: Die individuellen Angaben in den Layouts dienen nur der grafischen Darstellung ohne Anspruch auf inhaltliche Richtigkeit und Aktualität.

**Vgl. Kapitel | A | 4.3 Basiselemente**

# D / 1.0 INTERNET / 1.1 Farben

**SWB-SCHWARZ**  
.....  
RGB 0|0|0  
HEX-WERTE #000000

**SWB-WEISS**  
.....  
RGB 255|255|255  
HEX-WERTE #FFFFFF

**SWB-ROT**  
.....  
RGB 223|37|43  
HEX-WERTE #DF252B

**SWB-GRAU**  
.....  
RGB 92|91|91  
HEX-WERTE #5C5B5B

**SWB-WEISS-KHAKI-  
VERLAUF**  
.....  
RGB 255|255|255  
HEX-WERTE #FFFFFF  
  
RGB 227|226|216  
HEX-WERTE #E3E2D2

**SWB-KHAKI**  
.....  
RGB 194|188|152  
HEX-WERTE #C2BC98

**SWB-GRÜN**  
.....  
RGB 106|175|33  
HEX-WERTE #6AAF21

RGB 123|123|123  
HEX-WERTE #7B7B7B

RGB 150|150|150  
HEX-WERTE #969696

RGB 155|155|155  
HEX-WERTE #9B9B9B

RGB 177|176|176  
HEX-WERTE #B1B0B0

RGB 185|185|184  
HEX-WERTE #B9B9B8

RGB 163|157|102  
HEX-WERTE #A39D66

RGB 166|160|107  
HEX-WERTE #A6A60B

RGB 212|210|186  
HEX-WERTE #D4D2BA

RGB 228|226|213  
HEX-WERTE #E4E2D5

**SWB-BLAU**  
.....  
RGB 0|81|151  
HEX-WERTE #005197

Die im Internet-Bereich zum Einsatz kommenden hier abgebildeten Farben sind abgeleitet aus den Vorgaben der definierten swb-Farben.

Wenn für Typografie, Tabellen und Hintergründe die angegebenen Farben eingesetzt werden, müssen diese den Farban-gaben entsprechen.

Die Grauwerte für die Schriften und deren Verwendung werden auf der folgenden Seiten in den Schrifttabellen detailliert beschrieben.

Die Khaki-Farbabstufungen leiten sich aus dem Verlauf von Weiß nach Khaki ab. Aus diesem Verlauf leiten sich alle weiteren Khaki-Töne für Rahmen und Schriften ab.

# D / 1.0 INTERNET / 1.2 Typografie

## TheSans-Plain

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

## TheSansSemiBold-Plain

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

## TheSansBold-Plain

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

## TheSans-Expert (für Zahlen in Adressen, Tabellen usw.)

1234567890

## TheSansBold-Expert

1234567890

**29,95** EUR mtl.<sup>1</sup>  
(in den ersten 12 Monaten)  
statt 34,95 EUR mtl.

Bsp. Preisangaben

## TheSans-Plain

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

## Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

## Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

## Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,“!?”&@%

Die für Digitale Medien zu verwendenden Schriften sind TheSans aus der Schriftsippe Thesis und als Systemschrift Arial (siehe Tabellen).

Für Fließtexte kommt Arial in den Schriftschnitten Regular und Bold in Schriftgröße 12 px zum Einsatz.

Die folgenden Tabellen zeigen die Verwendung der Schriften exemplarisch.

### Schriftgrößen/ZAB Navigation

<b>Hauptnavigation:</b> TheSans Weiß #FFFFFF	18 px
<b>Subnavigation:</b> Arial Grau #9B9B9B 1. Hierarchieebene Bold 2. Hierarchieebene Regular	12 / 24 px
<b>Metanavigation und Footer:</b> Arial Regular Grau #B1B0B0	12 px

### Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline:</b> TheSans Rot #DF252B	17 / 24 px
<b>Fließtext:</b> Arial Grau #5C5B5B <b>Headline:</b> Arial Bold	12 / 17 px
<b>Ziffern:</b> TheSans-Expert und TheSansBold-Expert	
<b>Telefon-Nr.:</b> TheSansBold-Expert Grau #7B7B7B	16 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.2 Typografie

## Sansa Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890,,“!?”@%**

## Anwendungsbeispiele

**Hereinspaziert in die swb-Lounge!**

**FÜR TREUE KUNDEN**  
swb-Lounge

swb bedankt sich mit der swb-Lounge bei treuen Kunden. >>

**swb lädt ein**



**LESE  
ART**

Anregende Lesungen aus allen Bereichen der Literatur. >>

## Sansa Pro Semibold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890,,“!?”@%**

**JETZT NEU!**  
**49,90 €**  
**INKL. FLAT  
XS 6000\***

Als markantes Brandelement kann die Sansa Pro Bold als zusätzliche Headline-schrift eingesetzt werden. Sie wird nur linksbündig und in Versalien gesetzt!

## Vgl. Kapitel | A | 2.0 Basiselemente

In diesem Zusammenhang werden für Sublines Schriftschnitte der TheSans eingesetzt.

Bei Störern wird die Sansa Pro Semibold verwendet. Ebenfalls nur in Versalien, aber zentriert gesetzt.

Dem Bildkonzept für die swb Websites liegt das Kapitel A.5.0 über die Bildsprache zugrunde.

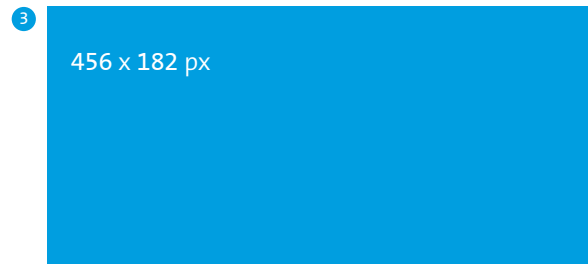
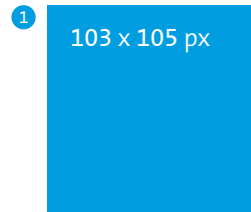
Im folgenden Abschnitt wird auf die Verwendung von Bildern in verschiedenen Formaten und für verschiedene Bereiche der Website eingegangen.

Im Speziellen wird die Einbettung von Headergrafiken auf den Produktdetailseiten im Kontext aller weiteren Seitenbestandteile beschrieben.

Vgl. Kapitel | A | 5.0 Bildsprache

## D / 1.0 INTERNET / 1.3 Bildkonzept Formate

---



swb Fotos in den Formaten für:

- (1) Teaser auf Produktübersichtsseiten
- (2) Headergrafik Produkte Energie
- (3) Headergrafik Produkte Telekommunikation
- (4) Headergrafik Spezialseiten

# D / 1.0 INTERNET / 1.3 Bildkonzept

## 1.3.1 Teaser auf Produktübersichtsseiten

Anwendungsbeispiele:

105

**swb Strom von hier** >>



103

Jetzt kommt ein Original ins Haus: Der neue Mix aus Bremen für Bremer, vor Ort in swb-Anlagen erzeugt – und klimaschonend.

Viertel-Teaser Produkte

**swb Strom proNatur Opel Ampera** >>



Den neuen Opel Ampera fahren Sie am besten mit dem passenden Ökostrom.

**swb Erdgas proNatur** >>



Sie wollen ökologisch heizen und kochen? Dann natürlich mit unserem swb Erdgas proNatur.

Die Teaser auf den Produktübersichtsseiten bieten eine Vorschau der swb Produkte durch das Kampagnen/Produkt-Bild, den Produktnamen und einen kurzen Teasertext. Die Bilder korrespondieren in den meisten Fällen mit dem Headerbild der dazugehörigen Produktseite. Sowohl in der Navigation (Menüpunkt) als auch in den Headlines wird der offizielle Produktname dargestellt.

Corporate Angaben zu Schriftgrößen und Zeilenabständen:

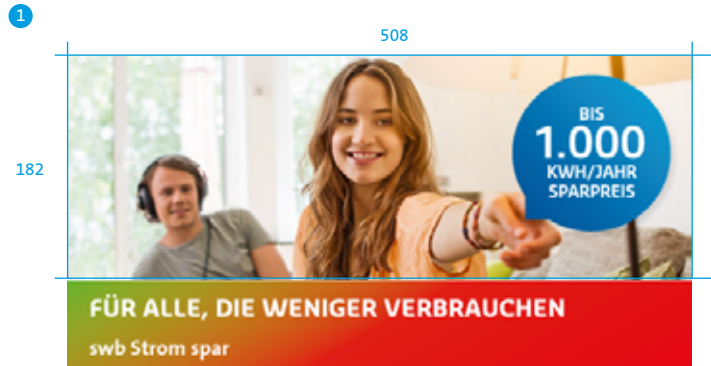
**Vgl. Kapitel | D | 1.6 Inhaltsseiten**

Schlagschatten nach rechts und unten:

- Multiplizieren
- Deckkraft 7 %
- Winkel 120°
- Abstand: 5 px
- Überfüllen 0 %
- Größe: 5 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.3 Bildkonzept

## 1.3.2 Headergrafiken Produktseiten Energie



Headergrafik Privatkunden Produkte mit Störer



Headergrafik Privatkunden Produkte ohne Störer



Headergrafik Geschäftskunden Produkte Bremerhaven

Die Produktseiten Energie werden mit der Headergrafik, bestehend aus Kampagnen-/Produkt-Bild und -Headline eingeleitet.

### (1) Headergrafik mit Störer

Um auf aktuelle Aktionen aufmerksam zu machen, kann die Headergrafik um einen blauen Störer ergänzt werden.

Headline in Sansa Pro Bold

Vgl. Kapitel | A | 2.0 Basiselemente

Störer swb-Blau

Vgl. | A | 4.8 Basiselemente

### (2) Headergrafik ohne Störer

### (3) Headergrafik Geschäftskunden Produkte

Bei den Produktseiten für Geschäftskunden richtet sich das Bildmotiv nach der Region. Bremen, Bremerhaven und Umland haben jeweils ein regionales Headerbild zur Wiedererkennung.



# D / 1.0 INTERNET / 1.3 Bildkonzept

## 1.3.3 Headergrafiken Produktseiten Telekommunikation

182

456

Im Paket enthalten:

- ✓ DSL-Anschluss mit bis zu 16.000 Kbit/s
- ✓ DSL-Flat
- ✓ Flat ins Festnetz
- ✓ swb-Flat
- ✓ swb Cloud & E-Mail Service
- ✓ Online-TV
- ✓ inkl.E-Mail-Adressen (1)
- ✓ 2 Leitung & 3 Rufnummern
- ✓ 1 Wunschoption

Flexibel kombinieren für: **34,95<sup>1</sup> EUR / Monat** [Jetzt bestellen >>](#)

Headergrafik Produkte Telekommunikation  
auch ohne Störer möglich

Im Paket enthalten:

- ✓ DSL-Anschluss mit bis zu 16.000 Kbit/s
- ✓ DSL-Flat
- ✓ Flat ins Festnetz
- ✓ swb-Flat
- ✓ swb Cloud & E-Mail Service
- ✓ Online-TV
- ✓ inkl.E-Mail-Adressen (1)
- ✓ 2 Leitung & 3 Rufnummern
- ✓ 1 Wunschoption

Flexibel kombinieren für: **34,95<sup>1</sup> EUR / Monat** [Jetzt bestellen >>](#)

Die Telekommunikations-Produktseiten werden im Headerbereich anders dargestellt als die Energie-Produktseiten.

Wesentliche Produktfeatures werden im Kopf der Seite rechts neben der Grafik abgebildet.

Der Aufbau von Headergrafik und Headline entspricht den der Energieseite. **Vgl. Kapitel | D | 1.3.2 Basiselemente**

Headergrafik, Headline und Informationen werden durch einen umfließenden Schlagschatten zu einer Einheit zusammengefasst.

Modul mit Schlagschatten:

- Multiplizieren
- Deckkraft 15 %
- Winkel 120°
- Abstand: 2 px
- Überfüllen 21 %
- Größe: 8 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.3 Bildkonzept

## 1.3.4 Headergrafik Spezialseite



Headergrafik Spezialseite

Für spezielle Anforderungen einiger Produktseiten wird eine andere Darstellung für die Headergrafik verwendet:

### (1) Headergrafik Spezialseite

Das Motiv muss soweit retuschiert werden, dass die Headline und ggf. ein Fließtext auf einer weißen Fläche innerhalb der Grafik stehen.

## D / 1.0 INTERNET / 1.4 Grafische Elemente

### 1.4.1 swb-Claimbubble und Störer



Zur Hervorhebung besonderer Schlagwortartiger Aussagen oder Angebote können Störerelemente benutzt werden.

#### (1) Claim-Bubble

Der Bubble mit dem swb-Farbverlauf wird ausschließlich für die Darstellung des swb-Claims verwendet.

Vgl. |A| 4.7 Basiselemente

#### (2) Störer swb-Blau

Es wird für Energie- und Telekommunikationsprodukte genutzt.

Vgl. |A| 4.8 Basiselemente

#### (3) Störer swb-Grün

Analog (2), wird er in grün für ökologische Produkte und Themen eingesetzt.

Vgl. |A| 4.8 Basiselemente

Die Ausrichtung der „Sprech-Richtung“ kann in 90-Grad-Stufen gedreht werden. Die Verlaufsrichtung muss allerdings beibehalten werden (45 Grad!); von swb-Grün zu swb-Hellgrün bzw. swb-Blau zu swb-Hellblau!

Die zu verwendenden Dateivorlagen finden Sie online unter:  
[www.swb-gruppe.de/cd](http://www.swb-gruppe.de/cd)

# D / 1.0 INTERNET / 1.4 Grafische Elemente

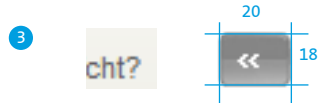
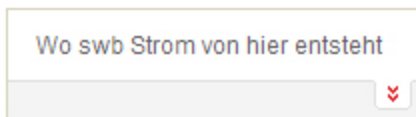
## 1.4.2 Pfeile und Buttons

1 >>

mehr >>

>> Kontaktformular

Anwendungsbeispiel Slider-Modul



### Button-Style

#### Schein nach Innen

- Negativ Multiplizieren
- Deckkraft: 46 %
- Größe: 5 px
- Bereich: 50 %
- Farbe: Weiß

#### Kontur

- Größe: 1 px außen
- Normal
- Deckkraft: 60 %
- Farbe: #CC4443 (rot)
- #B2B2B2 (grau)

#### Verlauf

- Normal
- Deckkraft 100 %
- Linear, 90° Winkel
- Farben (rot):  
#EB1615 / Position 78 %  
#FC6461 / Position 100 %
- Farben (grau):  
#939393 / Position 78 %  
#C6C6C6 / Position 100 %

Der swb-Pfeil wird in einfacher und doppelter Darstellung eingesetzt und findet in folgenden Elementen Verwendung:

### (1) Doppelpfeil

Der Doppelpfeil visualisiert weiterführende Links/Funktionen. Je nach Einsatzzweck kann der Pfeil in 90°-Stufen gedreht werden.

### (2) swb-Button (Rot-Verlauf)

Die Standard-Funktionsschaltfläche enthält mindestens einen Doppelpfeil und optional prägnante Begriffe zur Funktionsbeschreibung. Die Breite des Buttons ist flexibel.

### (3) swb-Button (Grau-Verlauf)

Der graue Button wird zur Darstellung von Sekundärfunktionen als grafische Alternative zum swb-Button im Rotverlauf (3) verwendet. Der Button beinhaltet ausschließlich den Doppel- oder Einfachpfeil in den erlaubten Varianten.

### (4) Einzelpfeil (Weiß-Grau-Verlauf)

Diese Schaltflächen werden als unterstützende grafische Elemente für bspw. eine „Blätter“-Funktion verwendet.

**Vgl. | D | 1.7.7 Digitale Medien**






### Schriftgrößen/ZAB

Schrift Button TheSans Bold  
Weiß #FFFFFF

18 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.4 Grafische Elemente

## 1.4.3 Aufzählungszeichen und Icons

- 1
  - swb-Bildungsinitiative prämiiert die besten Lernprojekte 2012
  - Neue Preise für Erdgas und Strom bei swb Vertrieb Bremen [...]
  - Nach zwei Jahren: Neue Preise für Erdgas und Strom bei swb [...]
- 2
  - Strom aus eigenen Bremer Anlagen
  - klimaschonend aus Wasserkraft und Müllverbrennung
  - ohne Atom- und Kohlestrom
  - für bis zu 30.000 kWh Jahresverbrauch
- 3 Webmail  mein swb - Login
- 4 RSS |  Seite drucken |  Seite empfehlen



### (1) Quadratische Aufzählungspunkte im Fließtext

Höhe: 4 px  
Breite: 4 px  
Farbe: swb-Rot (#DF252B)

### (2) Aufzählungspunkte für besondere Hervorhebungen

Höhe: 7 px  
Breite: 7 px  
Farbverlauf: von #D2343A zu #E2393E  
abgerundete Ecken

Beispiel vgl. | D | 1.6.3 Digitale Medien

### (3) Icons mit Farbverlauf

Outline: 1 px, #BEBEBE  
Verlauf: Grau-Weiß

### (4) Icons ohne Farbverlauf

Outline: 1 px, #989797

### (5) Icons swb-Khaki

Outline: 1 px, #D4D2BA  
Verlauf: Khaki-Weiß

### (6) Icons für Downloads

Outline: 1 px, #B9B9B9  
Verlauf: Grau-Weiß  
Farbige Icons erlaubt

Vgl. | D | 1.1 Digitale Medien  
Beispiel vgl. | D | 1.7.5 Digitale Medien

# D / 1.0 INTERNET / 1.4 Grafische Elemente

## 1.4.4 Linien



Anwendungsbeispiele:

Bremen

---

swb proNatur

---

swb Strom

---

swb Erdgas

---

swb Festnetz & Internet

---

**Verfügbarkeit**

Testen Sie hier, ob auch bei Ihnen ein swb DSL-Anschluss möglich ist.

[Verfügbarkeit prüfen >>](#)

Kunden-Nr: K-

**Produktpreis**

Festpreis:	<b>4,76 EUR / Monat</b>
Verbrauchspreis:	<b>23,21 Cent / kWh</b>

Preisgarantie bis 30. April 2013.

Alle Preise verstehen sich brutto inkl. 19 % MwSt.  
swb Vertrieb Bremen GmbH - Stand: 1. Januar 2012 - Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

**swb Tarifrechner**

Hier Erdgasverbrauch eingeben

kWh pro Jahr

[Besten Tarif ermitteln >>](#)

Sie kennen Ihren Verbrauch nicht?  
Wir helfen Ihnen.

- (1) gepunktete Linie**  
Linienstärke: 1 px  
Breite der Punkte: 1 px  
Abstand: 1 px  
Farbe: #B9B9B8
- (2) Outline swb-Khaki**  
Linienstärke: 1 px  
Farbe: #C2BC98
- (3) Outline swb-Grau**  
Linienstärke: 1 px  
Farbe: #B9B9B8

# D / 1.0 INTERNET / 1.4 Grafische Elemente

## 1.4.5 Khaki-Verlauf

① RGB 255|255|255  
HEX-WERTE #FFFFFF

RGB 227|226|216  
HEX-WERTE #E3E2D2

Anwendungsbeispiele:



Energie Telekommunikation

**mein swb**

Kundennummer  
K -

Passwort  
 >>

>> Passwort vergessen  
>> Jetzt registrieren  
>> Alle Services



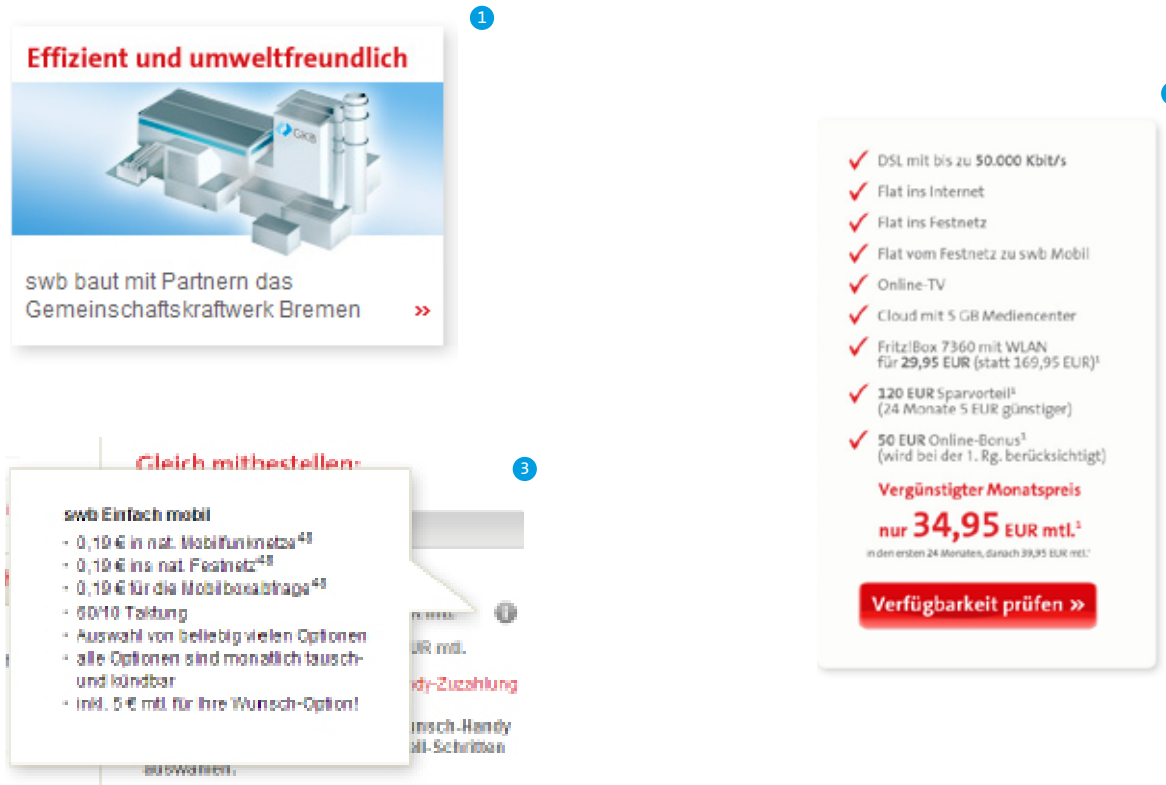
(1) Der Khaki-Verlauf wird an vielen Stellen als grafisches Element verwendet.

Der Verlauf ist immer vertikal ausgerichtet und verläuft von swb-Weiß zu Khaki.

Vgl. |D| 1.1 Digitale Medien

# D / 1.0 INTERNET / 1.4 Grafische Elemente

## 1.4.6 Schlagschatten



Zur Abhebung verschiedener Elemente kann ein Schlagschatten verwendet werden.

Siehe Anwendungsbeispiele:

### (1) Teaserboxen

- Multiplizieren
- Deckkraft 19 %
- Winkel 135°
- Abstand: 4 px
- Überfüllen 0 %
- Größe: 9 px

### (2) Seitenbegrenzung bei Landingpages

- Multiplizieren
- Deckkraft 19 %
- Winkel 120°
- Abstand: 5 px
- Überfüllen 0 %
- Größe: 10 px

### (3) Abhebung Infolayer und Lightboxen

- Multiplizieren
- Deckkraft 27 %
- Winkel 120°
- Abstand: 5 px
- Überfüllen 0 %
- Größe: 13 px



# D / 1.0 INTERNET / 1.5 Startseite



Die Startseite ist auf 1280 x 1024 Pixel optimiert und zentriert. Der Rand passt sich dabei der jeweiligen Bildschirm-Auflösung bis zu einem Minimum von 1024 Pixel Breite an.

Es darf **maximal ein blauer Störer** zur Zeit auf der Startseite in allen Modulen abgebildet werden.

**(1) Imagebereich mit Moodbild**  
Abweichend von den Inhaltsseiten erstreckt sich das Moodbild über die gesamte Breite von 1024 Pixel.

Das Motiv ist austauschbar, die anderen Elemente stehen fest.

**Einsatz des swb-Claims**  
vgl. |A| 4.7 Basiselemente

**(2) Kampagnenbereich**  
Bei jedem Laden der Seite wird zufällig eine der hinterlegten Kampagnen ausgewählt.

**(3) Modulbereich**  
Es werden nebeneinander vier Teasermodule mit Schlagschatten angezeigt.

- a) Regionalmodul (swb in Bremen)
- b) Meldungen
- c) Aktions-Bereich  
Abhängig von der in (2) angezeigten Kampagne wird entweder eine Telekommunikations oder Energie-Aktion angezeigt.
- d) Kontakt

# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.1 Seitenaufbau



Der Seitenaufbau unterteilt sich in folgende Bereiche:

### (1) Header

Der Header beinhaltet immer die Rubrik-Headline, Suchfeld, Meta-Navigation und das Logo. Die Hauptnavigation verfügt über rubrikabhängige Navigations-Buttons.

### (2) Linke Spalte (Subnavigation)

### (3) Mitte (Content-Bereich)

### (4) Rechte Spalte (Begleitmodule)

Zusätzlich zu den Begleitmodulen beinhaltet die rechte Spalte die Schriftvergrößerung sowie einen Link zum Kunden-Login und Webmail.

### (5) Footer

# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.2 Navigation / 1.6.2.1 Hauptnavigation



### (1) Navigations-Balken

Farbverlauf vgl. | A | 4.1 Basiselemente

Schlagschatten:

Der Schatten oberhalb der Hauptnavigation ist horizontal ausgerichtet und verläuft von weiß (#FFFEFE) nach Grau (#CECECE) und hat dabei die gleiche Breite wie die Navigation und eine Höhe von 13 Pixeln.

### (2) Khaki-Verlaufsbalken:

Vgl. | D | 1.4.5 Digitale Medien

### (3) Buttons:

Schriftfarbe: Weiß

Der Abstand von Links zum Textbeginn beträgt 20 Pixel. Der Abstand von der Pfeilspitze zum nächsten Button beträgt 8 Pixel. Die Gesamtbreite ist abhängig vom Inhalt und soll ein harmonisches Gesamtbild vermitteln.

Active-Zustand:

Der Text erhält einen weißen Glow-Effekt. Der swb-Khaki-Verlauf wird unterbrochen und der Button durch eine Pfeilspitze nach unten gekennzeichnet.

Hover-Zustand:

Der Text erhält einen weißen Glow-Effekt.

### Schriftgrößen/ZAB

Hauptnavigation: TheSans

18 px

# D / 2.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.2 Navigation / 1.6.2.2 Subnavigation



### (1) Regionalweiche

Die Regionalweiche ermöglicht es Privat- und Geschäftskunden, durch die Auswahl ihres Standorts regional zugeschnittene Informationen/Angebote zu erhalten.

### (2) Subnavigation

Die Subnavigation beinhaltet max. drei Hierarchie-Ebenen und ist in ihrem Umfang unbegrenzt:

Farbe: #5C5B5B, Hover: #DF252B

1. Ebene:  
Aktiv/aufgeklappt,  
gepunktete Trennlinie

2. Ebene  
Aktiv/aufgeklappt: swb-Rot (#DF252B),  
mit Pfeil eingerückt: 14 px

3. Ebene  
Aktiv/aufgeklappt: swb-Rot (#DF252B),  
mit Pfeil, eingerückt: 28 px

### (3) Verlaufshintergrund

Falls keine Subnavigation vorhanden ist, erscheint alternativ der Khaki-Verlaufshintergrund.

### Schriftgrößen/ZAB

#### Subnavigation:

Arial, Grau (#9B9B9B)

1. Ebene: Bold

2. Ebene: Regular

3. Ebene: Regular

12 / 24 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

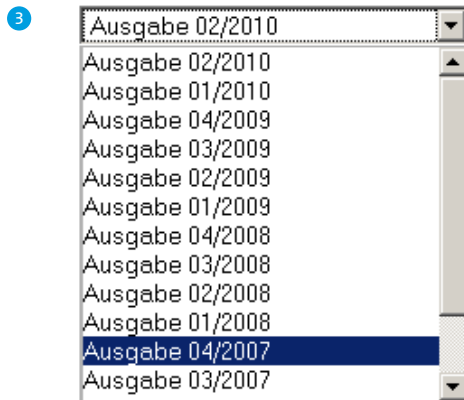
## 1.6.2 Navigation / 1.6.2.3 Weitere Navigationselemente

1 Für den weiteren Ausbau der erneuerbaren Energien hat sich swb **klare Ziele** gesetzt: Bis 2020 soll der Anteil der erneuerbaren an der von swb erzeugten Energie beachtliche 20 Prozent ausmachen. Bereits jetzt ist swb in wegweisenden Projekten engagiert. Einen wesentlichen Beitrag zum Ausbau wird die Windkraft leisten. Das Tochterunternehmen **swb CREA** entwickelt für swb das Geschäftsfeld Windenergie.

Text-Links



Buttons



Dropdown



Linkliste

### (1) Links im Fließtext

Farbe: swb-Rot (#DF252B)

Hover: underline

### (2) swb-Button (Rotverlauf)

Vgl. | D | 1.4.2 Digitale Medien

### (3) Dropdown

### (4) Linkliste

Kombination aus Link mit Doppelpfeil und gepunkteter Linie

Doppelpfeil vgl. | D | 1.4.2 Digitale Medien

gepunktete Linie  
vgl. | D | 1.4.4 Digitale Medien

### Schriftgrößen/ZAB Navigation

Dropdown-Text: Arial  
Schwarz #000000

12 px

1

30.11.2012	Senator Lohse und Umweltdeputation auf Kraftwerksbaustelle	swb Erzeugung / GKB	>> weiter
20.11.2012	Müllheizkraftwerk wird nach Umbau für Probebetrieb vorbereitet-Geräuschartwicklung rund um das MHKW in Findorff	swb Entsorgung	>> weiter
20.11.2012	swb-Bildungsinitiative prämiiert die besten Lernprojekte 2012	swb AG	>> weiter

Liste mit Folgeseite



Teaser in Begleitmodulspalte

## (1) Listen mit Folgeseiten (bspw. für aktuelle Meldungen)

Diese Listen mit Folgeseiten gibt es in verschiedenen Varianten. Als Schriftart und -farbe kommt grundsätzlich Arial, swb-Rot (#DF252B) zum Einsatz. Der gesamte Listeneintrag ist verlinkt.

Hover: swb-Rot (#DF252B), kein underline

Beispiele:

- <http://swb-gruppe.de/ueber-swb/aktuell.php>
- <http://swb-gruppe.de/ueber-swb/unternehmen/presse.php>

## (2) Begleitmodule

Für die Begleitmodul-Spalte sind vielfältige Varianten im Einsatz. Sofern auf einem Teaser ein einziger Link liegt, beansprucht dieser die komplette Teaserfläche.

Beispiel:

- <http://swb-gruppe.de/privatkunden/bremen/produkte/swb-pronatur.php>

## Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline:</b> TheSans Rot #DF252B	14 px
<b>Teaser-Text:</b> Arial Grau #5C5B5B <b>Hover:</b> swb-Rot #DF252B	12 px

3



Startseiten-Teaser

4



Viertel-Teaser

### (3) Startseiten-Teaser

Vgl. | D | 1.5 Digitale Medien

Sofern auf einem Teaser ein einziger Link liegt, beansprucht dieser die komplette Teaserfläche.

Modul mit Schlagschatten.

### (4) „Viertel“-Teaser

Diese Teaser stehen auf Übersichtsseiten und beinhalten die Themen der darauf folgenden Unterseiten. Der Teaser besteht aus den Elementen Headline, Themenbild, Beschreibungstext.

### Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Startseite-Teaser</b> <b>Headline:</b> TheSans swb-Rot #DF252B	15 px
<b>Teaser-Text:</b> Arial Grau #5C5B5B <b>Hover:</b> swb-Rot #DF252B	12 px
<b>„Viertel“-Teaser</b> <b>Headline:</b> TheSans swb-Rot #DF252B	18 px
<b>Teaser-Text:</b> Arial Grau #5C5B5B <b>Hover:</b> swb-Rot #DF252B	12 px



# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.3 Contentbereich - Seitentypen / 1.6.3.1 Übersichtsseiten

1



Produktgruppen-Übersicht

2



Produkt-Übersicht

3



Sonstige

Übersichtsseiten setzen sich aus einem Keyvisual und anschließenden Viertel-Teasern zusammen.

### (1) Produktgruppen-Übersicht

Keyvisual: Bild gemäß swb-Fotokonzept mit Headline, Bild schließt bündig an den Header an.

### (2) Produkt-Übersicht

Keyvisual: Bild gemäß swb-Fotokonzept (inkl. Produktgruppen-Icon) mit Headline und Standardabstand zum Header.

### (3) Sonstige Übersichtsseiten

Keyvisual: Bild gemäß swb-Fotokonzept Standardabstände

swb-Fotokonzept  
vgl. |A| 5.0 Basiselemente

### Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

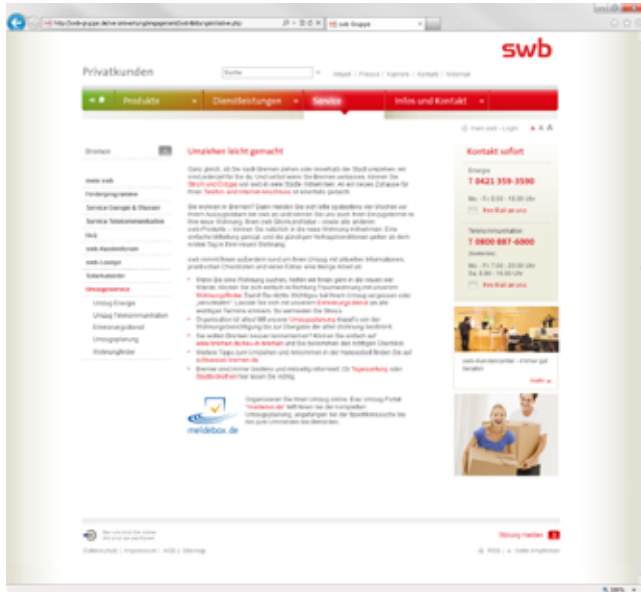
<b>Headline:</b> TheSans swb-Rot #DF252B	17 px
<b>Text:</b> Arial Grau #5C5B5B	12 px



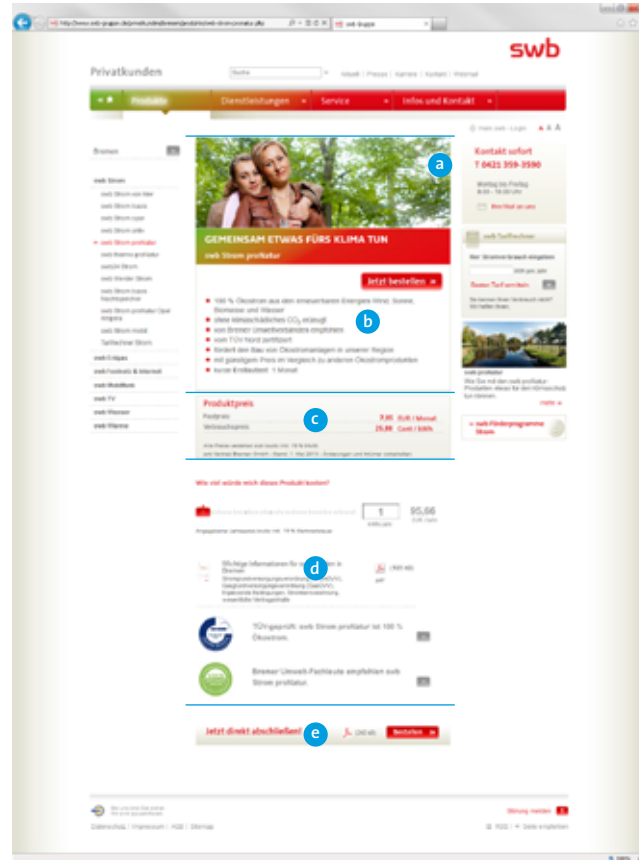
# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.3 Contentbereich - Seitentypen / 1.6.3.2 Contentseiten

1



2



### (1) Standard-Contentseite

Exemplarischer Aufbau einer Standard-Contentseite:

- Aktiver Navigationspunkt
- rote Headline
- beliebige, passende Module

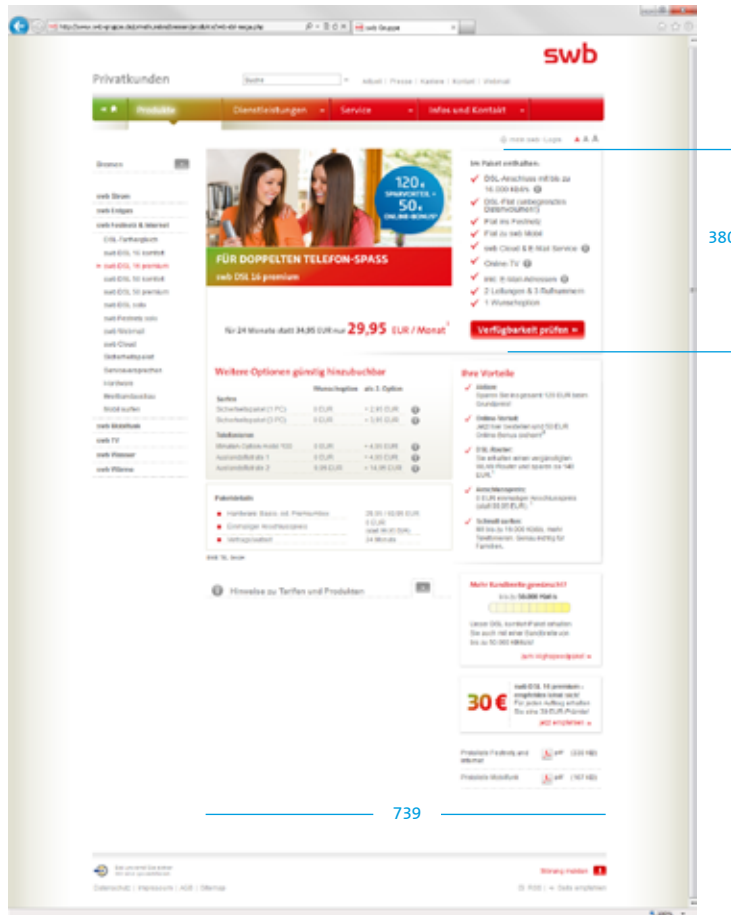
### (2) Produktseite Energie

Der Seitenaufbau aller Energie-Produktseiten folgt grundsätzlich dem Schema:

- a) Keyvisual gemäß swb-Fotokzept
- b) plakative Produktbeschreibung (mit Outline, schließt bündig mit Keyvisual ab)
  - Produktgruppen-Icon klein
  - Produktname
  - ggf. Bestell-Button
  - Produkteigenschaften als „Aufzählungspunkte für besondere Hervorhebungen“
- vgl. | D | 1.4.3 Digitale Medien
- c) Produktpreis (Modul mit Verlaufshintergrund und Outline)
- d) Modulbereich
- e) Vertragsabschluss als Seitenabbinder

# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.3 Contentbereich - Seitentypen / 1.6.3.3 Sonderfall: Telekommunikations-Produkte



380



Aufgrund der speziellen vertriebsorientierten Anforderungen an die Telekommunikations-Produkte wurde in diesem Fall von dem allgemein gültigen Seitenaufbau abgewichen. Dies ist ein absoluter Ausnahmefall.

Der Inhaltsbereich (inkl. Keyvisual) erstreckt sich hier über die mittlere und rechte Spalte (Begleitmodule entfallen).

# D / 1.0 INTERNET / 1.6 Inhaltsseiten

## 1.6.4 Begleitmodule rechte Spalte



Richtig!  
Übersichtsseite mit Kontaktmodul



Falsch!  
Keyvisual und Teaserbild ganz oben



Falsch!  
Themen-Foto schließt optisch nicht ab



Falsch!  
Kontaktmodul fehlt / Max. 1 Themenbild

Die Begleitmodule in der rechten Spalte haben eine feste Breite von 207 px.





Maßgeblich für die Auswahl der Begleitmodule ist ein harmonisches Gesamtbild der Seite. Hierbei ist auch der Inhalt des mittleren Contentbereichs zu berücksichtigen.

Um dieses Ziel zu erreichen, gelten u. a. folgende Regeln:

- mind. 1 Modul
- 1. Modul als „Dachgeber“, z.B. Kontaktmodul
- keine freigestellten Motive (Ausnahme: in Modulen mit Outline)
- keine „Weißraumbilder“ (3)
- Teaser mit Bild und Themenbilder nie als 1. Modul verwenden, sofern im Contentbereich ein Keyvisual zum Einsatz kommt (2)
- max. 1 Themenbild pro Seite (4)
- nicht „überladen“ mit zu vielen Modulen
- Kontakt-Infos in Kontaktmodul („Dachgeber“) anstatt im Fließtext des Contentbereichs (4)

# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.1 Teaser

247	14	1
40	<p><b>swb Strom</b> »</p>  <p>Von der Basisvariante bis zum 100 Prozent reinen Ökostrom. Hier findet jeder sein passendes Strom-Produkt.</p>	<p><b>swb Erdgas</b> »</p>  <p>Die umweltfreundliche Energie für viele Zwecke. Zuhause. Für jede Menge Wärme und Flamme.</p>
130	<p><b>swb Festnetz &amp; Internet</b> »</p>  <p>Ihre kurze Leitung für Telefon und Internet kommt aus der Nachbarschaft – mit allen Vorteilen dieser Nähe für Sie.</p>	<p><b>swb Mobilfunk</b> »</p>  <p>Machen Sie es sich beim mobilen Telefonieren und Surfen leicht: Nehmen Sie einfach nur das Beste für sich.</p>
	509	17

Viertel-Teaser Produkt-Übersicht

105	103
<p><b>Netzanschluss</b> »</p>  <p>Ob Strom, Wasser, Erdgas oder Wärme – wir liefern Ihnen den Anschluss zu all unseren Produkten.</p>	<p><b>swb smart info</b> »</p>  <p>Genau messen, gezielt sparen. Behalten Sie Ihren Stromverbrauch genau im Blick.</p>
<p><b>swb Erdgas-Check</b> »</p>  <p>Sind Ihre Erdgasleitungen volles Rohr dicht? Lassen Sie es von unseren Profis prüfen.</p>	<p><b>rundum-sorglos-service</b> »</p>  <p>Öl raus, Erdgas rein! Wir machen für Sie das Umsteigen von Öl auf umweltfreundliches Erdgas ohne große Kosten möglich.</p>

Viertel-Teaser sonstige



(1) Viertel-Teaser

(2) Startseiten-Teaser

(3) Teaser im Bereich Karriere

2	
<p><b>Effizient und umweltfreundlich</b></p>  <p>swb baut mit Partnern das Gemeinschaftskraftwerk Bremen »</p>	<p><b>Meldungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4. swb-Kundenforum – jetzt bewerben</li> <li>Breitbandausbau: Weitere 3.750 Bremerhavener Haushalte am Netz</li> <li>swb baut neue Windenergieanlage in Bremen</li> </ul>

Startseiten-Teaser

3	
<p><b>Unser Denken Über das Arbeiten</b></p>  <p>Wie beantworten wir die großen Fragen zwischen Leben und Arbeiten? Welchen Prinzipien sind wir als Unternehmen treu und welche Kerngedanken begleiten unser tägliches Handeln?</p> <p>Hier wächst Ihr Wissen über uns »</p>	<p><b>Heimvorteile Bremen Im Überblick</b></p>  <p>In der Heimat von swb verbinden sich Offenheit und Vielfalt an Facetten zu hoher Lebensqualität. Lernen Sie im Detail kennen, wie viel Ihnen und Ihrer Familie die Hansestadt Bremen bietet.</p> <p>mehr »</p>

Teaser im Bereich Karriere

# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.2 Tabellen

1

	2009	2008
Stromabsatz gesamt in Mio. kWh	8.654,0	6.697,4
davon Drehstrom	7.504,6	5.799,0
davon Bahnstrom	861,0	898,4
Erdgas in Mio. kWh	6.572,0	6.731,0
Wärme in Mio. kWh	861,0	844,0
Trinkwasser in Mio. m <sup>3</sup>	29,7	30,4
Mitarbeiter (zum 31.12.)	278	255

8 max. 509 8

i Informationen zur Stromkennzeichnung

Kennzeichnung der Stromlieferungen 2008 der swb Vertrieb Bremen	Ökostromlieferung von swb	Bundesweiter Vergleich
<b>Energieträgermix</b> Fossile und sonstige Energieträger <sup>1)</sup> Erneuerbare Energien <sup>2)</sup> Kernkraft	0 % 100 % 0 %	59 % 16 % 25 %
<b>Umweltauswirkungen</b> CO <sub>2</sub> -Emissionen Radioaktiver Abfall	0 g/MWh 0,0000 g/MWh	506 g/MWh 0,0007 g/MWh
<sup>1)</sup> z. B. Steinkohle, Erdgas <sup>2)</sup> z. B. Windkraft, Sonnenenergie, Wasserkraft		
swb Vertrieb Bremen GmbH Stand: Dezember 2009 Änderungen und Irrtümer vorbehalten.		

Mehrspaltige Tabelle im Slider-Modul

### (1) Tabelle

Der Headline-Balken mit dem khakifarbenen Verlauf ist mindestens 34 px hoch. Die Linien zur Unterteilung der Tabellenbereiche sind 1 Pixel breit in swb-Khaki (#D4D2BA).

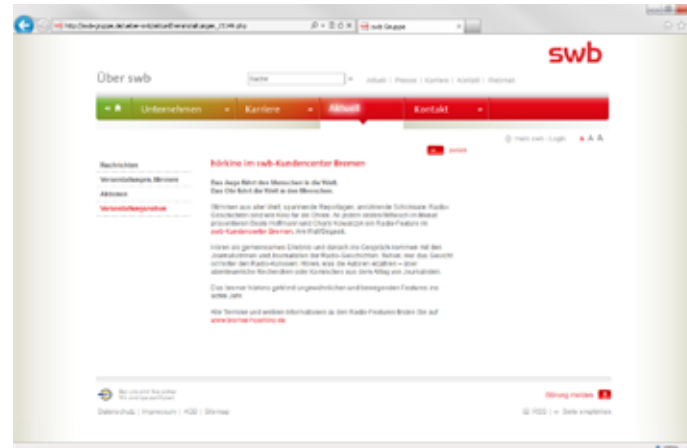
### Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline Khaki:</b> Arial Bold Khaki #A39D66	12 / 13 px
<b>Text:</b> Arial Bold Grau #5C5B5B	11 px
<b>Text:</b> Arial Regular Grau #5C5B5B	11 / 14 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.3 Listen mit Folgeseiten

The screenshot shows a website layout with two main sections: 'Veranstaltungen, Messen' and 'Aktionen'. The 'Veranstaltungen, Messen' section contains two entries: 'Hörkino: Angelika - Annäherung an ein Kinderleben' and 'HanseLife vom 11. bis 19. September 2010'. The 'Aktionen' section contains two entries: 'Bremer Umweltwochen – alte Glühbirnen für den NABU' and 'Wochen des Wassers 2010'. Numbered callouts (1-5) point to specific design elements: 1 points to the section header, 2 to the horizontal separator line, 3 to the vertical separator line, 4 to the image in the first action entry, and 5 to the text in the first action entry.



### (1) Listenmodul

Das exemplarische Listenmodul ist 509 px breit und mit einer Outline (3) versehen.

Vgl. | D | 1.4.4 Digitale Medien

Der Headline-Balken mit dem khakifarbenen Verlauf ist 36 px hoch.

### (2) Trennlinie

Die Listeneinträge sind durch die gepunktete Linie getrennt.

Vgl. | D | 1.4.4 Digitale Medien

### (4) Teaser-Bild

Die optionalen Teaser-Bilder haben eine verbindliche Größe von 64 x 48 px.

### (5) Teaser-Text

Der Teaser-Text ist linksbündig mit einem Abstand von 25 px zum Teaser-Bild ausgerichtet.

Hover: swb-Rot (#DF252B)

### (6) Folgeseite

#### Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline Balken:</b> Arial Bold Khaki #A39D66	12 / 13 px
<b>Headline Text:</b> Arial Bold Grau #5C5B5B	12 px
<b>Text:</b> Arial Regular Grau #5C5B5B	11 / 14 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.4 Foto-Download Module






	<p><b>1</b> Dr. Torsten Köhne</p> <p><b>2</b> Vorstandsmitglied seit Januar 2005. Verantwortlich u.a. für die Tochterunternehmen swb Erzeugung, swb Entsorgung, swb CREA / Erneuerbare Energien.</p> <p><b>3</b> jpg / 300 dpi (1,2 MB) <a href="#">Fotodownload</a></p>
	<p>Timo Poppe</p> <p>Vorstandsmitglied seit 1. Juli 2012. Verantwortlich für die Tochterunternehmen swb Netze, swb Netze Bremerhaven und die Beteiligung an der hanseWasser Bremen GmbH.</p> <p>jpg / 300 dpi (602 kB) <a href="#">Fotodownload</a></p>
	<p><b>Strom</b></p> <p>jpg / 300 dpi (127 KB) <a href="#">Fotodownload</a></p>
	<p><b>Erdgas</b></p> <p>jpg / 300 dpi (251 KB) <a href="#">Fotodownload</a></p>

Foto-Download Modul

34 px


02.09.2010  
**Kraftwerk Hastedt geht mit Block 15 in die Revision** [» Artikel](#)



**Heizkraftwerk Block 15 in Hastedt**

jpg / 300 dpi (2 MB) [Fotodownload](#)

02.08.2010  
**swb startet in Kürze die Biogasproduktion in Halle/Westfalen** [» Artikel](#)



**Baustelle der Biogasanlage in Halle/Westfalen**

jpg / 300 dpi (1,3 MB) [Fotodownload](#)

Presseinformation

Das Foto-Download-Modul hat eine Breite von 480 px und eine Outline

Vgl. | D | 1.4.4 Digitale Medien

(1) **Headline**

(2) **optionaler Beschreibungstext**

(3) **Dateiformat / Dateigröße / Download-Link**

(4) **Thumbnail**

Max. Breite: 108 px

Hintergrundfarbe: #FCFCFA

### Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline Text:</b> Arial Bold	11 px
<b>Headline Titel:</b> Arial Bold Grau #5C5B5B	12 px
<b>Text:</b> Arial Regular Grau #5C5B5B	11 / 15 px
<b>Text-Links:</b> Arial Regular <b>Links:</b> Arial Regular Rot #DF252B	11 px 12 px



# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.5 Downloadlisten

**1**

Printausgabe im PDF-Format 36

Editorial & Inhalt	pdf	(61 kB)	34 px
Termine und kurz notiert	pdf	(138 kB)	42
Klare Sache: Bremer Trinkwasser	pdf	(324 kB)	
Von Experten getestet	pdf	(1.380 kB)	
Regionaler Schulterschluss im Zeichen des Umweltschutzes Aktionen rund ums Wasser	pdf	(453 kB)	
Berechenbare Effekte	pdf	(221 kB)	
Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger - "Die Seenotretter"	pdf	(478 kB)	
Gesamtausgabe 02/2010	pdf	(3.380 kB)	

509

**2**

Verschiedenes

- Unsere Produkte und Preise in Bremen  
Stand: 1. Juli 2010 (63 kB)  
pdf
- Unsere Produkte und Preise in Stuhr, Weyhe und  
Thedinghausen  
Stand: 1. Juli 2010 (56 kB)  
pdf
- Ergänzende Bedingungen  
zur Strom- und Gasgrundversorgungsverordnung  
(StromGVV/GasGVV) sowie zu den Verordnungen über  
Allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Wasser  
und Fernwärme (AVB Wasser V/AVB Fernwärme V) (41 kB)  
pdf
- Energiespartipps von swb  
Alles zum Thema Energiesparen in einer Broschüre (1.711 kB)  
pdf
- Wenig Watt, viel Atmosphäre  
Die besten Beleuchtungstipps von swb. (2.455 kB)  
pdf

Ökologie

- proNatur-Förderantrag  
Förderkriterien und -Antrag für regenerative Anlagen (58 kB)  
pdf
- Energieausweis für Bremen, Stuhr, Weyhe und  
Thedinghausen  
Von heute nach morgen. Der kurze Weg zum  
Energieausweis (337 kB)  
pdf

Download-Listen im Content-Bereich beschränken sich auf zwei Varianten und setzen sich jeweils aus beliebig vielen Download-Elementen zusammen:

### (1) Kompakt-Liste

Bestandteile:

- optionaler Headerbalken mit Headline
- Download-Titel
- Dateiformat-Icon
- Dateigröße in Klammer (kB oder MB)
- Trenner: gepunktete Linie

Vgl. | D | 1.4.4 / 1.4.3 Digitale Medien

### (2) Detail-Liste

Bestandteile:

- optionaler Headerbalken mit Headline
- Thumbnail (feste Größe: 30 x 40 px)
- Download-Titel
- optionaler Beschreibungstext
- Dateiformat-Icon
- Dateigröße in Klammer (kB oder MB)
- Trenner: gepunktete Linie

Vgl. | D | 1.4.4 / 1.4.3 Digitale Medien

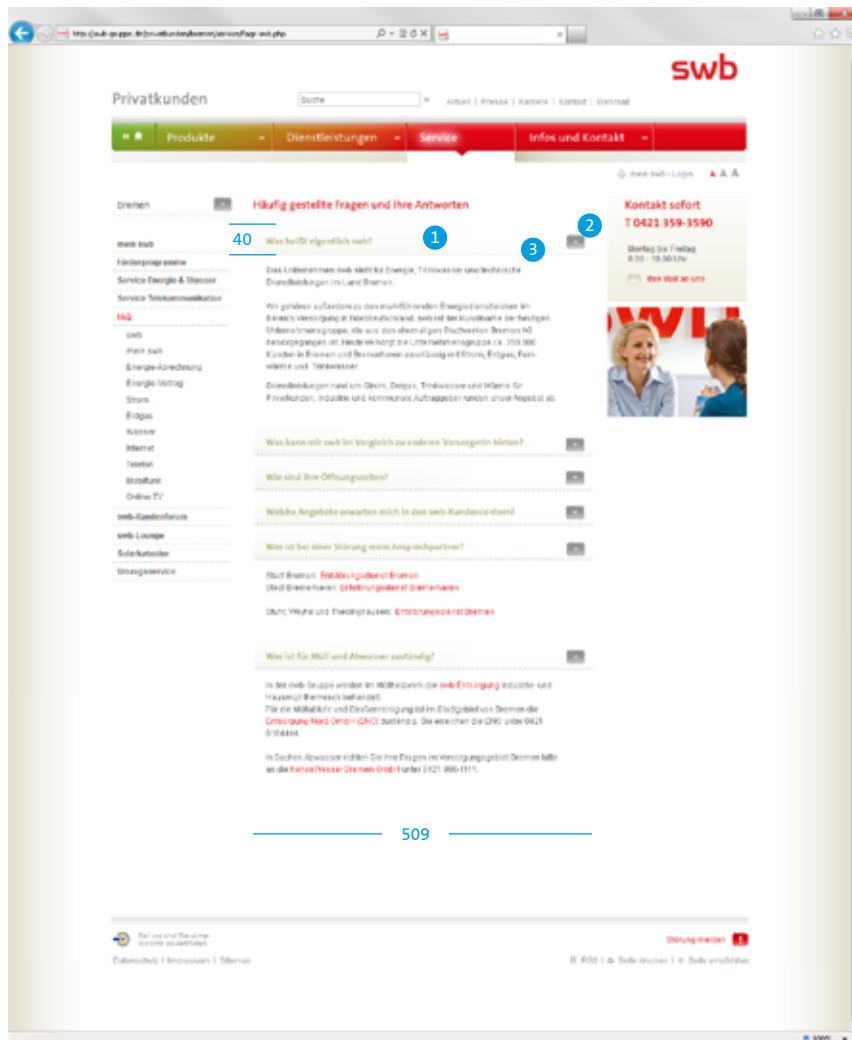
### Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline Balken:</b> TheSans-SemiBold Khaki #A39D66	14 px
<b>Download-Titel:</b> Arial Regular Grau #5C5B5B	13 / 15 px
<b>Optionaler Beschreibungstext:</b> Arial Regular, Grau #5C5B5B	11 / 14 px



# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.6 Slidermodule



Es gibt zwei unterschiedliche Varianten des Slidermoduls, die zum Einsatz kommen.

### Variante 1:

Für übersichtliche Kurzinformationen steht Variante 1 zur Verfügung. Diese lässt nur einzeilige Überschriften pro Inhaltspunkt zu und der Detailbereich ist für kurze bis mittlere Texte ohne Grafiken konzipiert.

(1) Der Slider-Header hat einen horizontalen, abgerundeten Weiß-Khaki-Verlauf.

(2) Am rechten Rand visualisiert ein Pfeilbutton die Funktion öffnen/schließen des Slider. Je nach Zustand (offen/geschlossen) zeigt die Pfeilspitze nach oben oder unten.

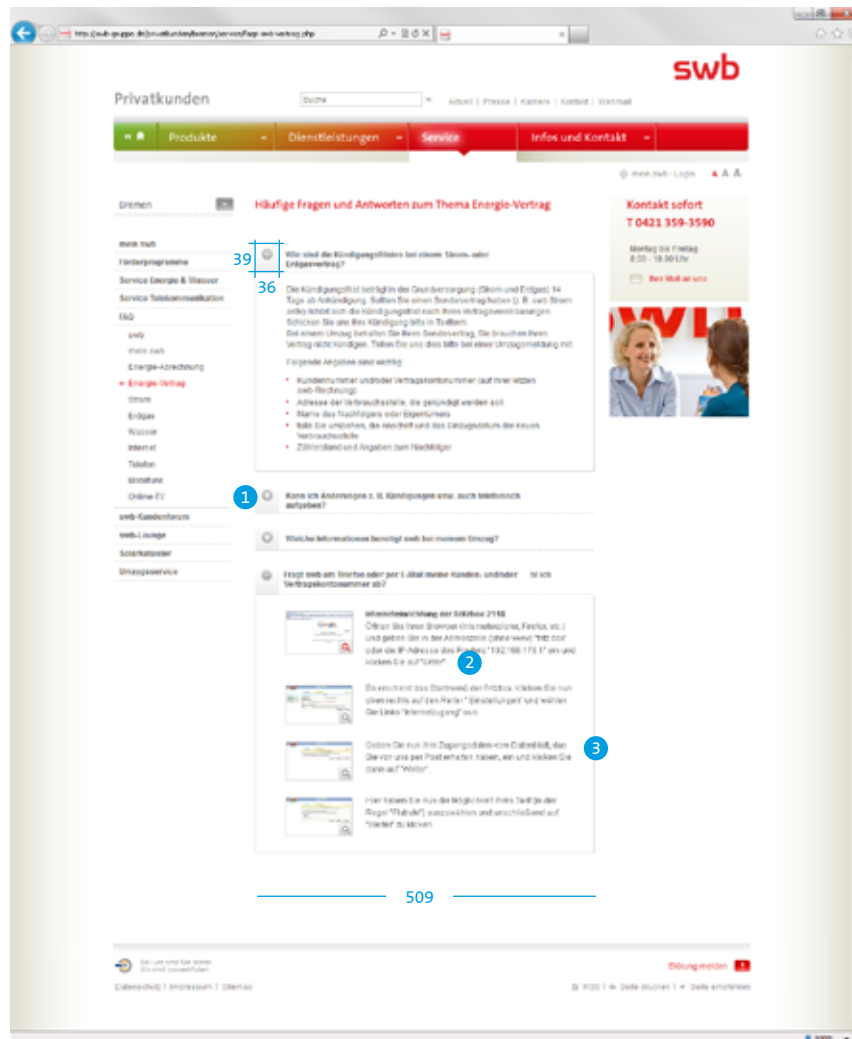
(3) Als Abschluss für den Header-Bereich wird eine gepunktete Linie verwendet, damit eine klare Trennung zum folgenden Slide-Element erfolgt.

Elemente vgl. | D | 1.4 Digitale Medien

### Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline:</b> TheSans Bold Khaki #B5AF83	14 px
<b>Fließtext:</b> Arial Grau #5C5B5B <b>Link:</b> Rot #DF252B	12 / 18 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele



Für umfangreichere Inhalte steht Variante 2 zur Verfügung. Hier ist es möglich, zwei- bzw. dreizeilige Überschriften zu setzen.

## Variante 2:

**(1)** Der Header des Sliders hat links stehend einen leichten Weiß-Grau-Verlauf. Jeweils in dem Verlauf oben (abhängig von der Anzahl der Zeilen) ist eine graue runde Fläche mit +/- Icons integriert, die den jeweils aktuellen Zustand offen/geschlossen anzeigt. Als Abschluss für den Header-Bereich wird eine gepunktete Linie verwendet, damit eine klare Trennung zum folgenden Slide-Element erfolgt.

**(2)** Der Detailbereich ist für umfangreichere Inhalte (inkl. Grafiken/Bilder) geeignet.

**(3)** Zur besseren Übersichtlichkeit/Abgrenzung ist der Contentbereich im Gegensatz zu Variante 1 durch eine durchgängige, graue Linie eingerahmt.

Elemente vgl. | D | 1.4 Digitale Medien

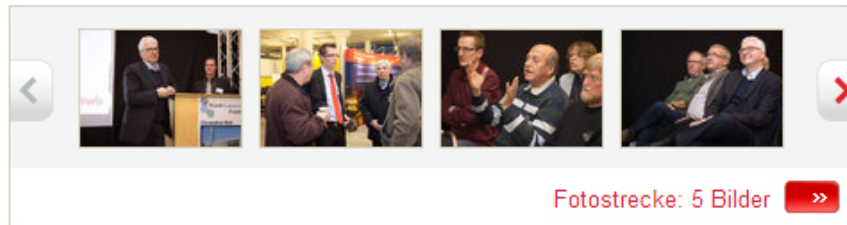
## Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline:</b> Arial Bold Grau #7B7B7B	12 / 16 px
<b>Fließtext:</b> Arial Grau #5C5B5B <b>Link:</b> Rot #DF252B	12 / 18 px

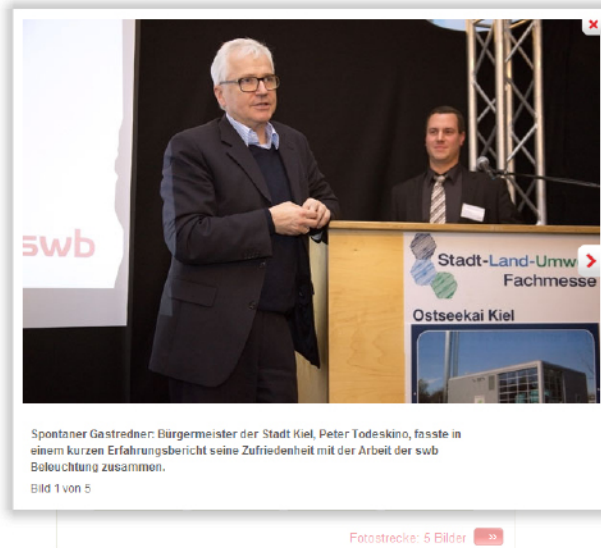
# D / 1.0 INTERNET / 1.7 Anwendungsbeispiele

## 1.7.7 Bildergalerie

1



2



### (1) Bildergalerie-Modul

Das Bildergalerie-Modul verfügt über vier sichtbare Vorschaubilder, unabhängig davon, wie viele Bilder sich in der Galerie befinden. Die Vorschaubilder haben eine feste Größe: 100 x 67 px.

### (2) Detailansicht in Lightbox

## 1.7.8 Formulare

26

**Kontaktformular** 3

Nachricht an: Kundenservice Privatkunden Energie 2

Kunden-Nr.: K-

Frau\*  Herr\*

4 Titel:  1

Vorname:  21

Nachname:  5

Firma:

Straße, Nr., Zusatz:

PLZ, Ort:

Telefon:

Fax:

E-Mail:

Nachricht:

6 \* Pflchtfelder

5 senden >>

958

(1) Input-Felder

(2) Dropdown-Menü

Vgl. | D | 1.6.2.3 Digitale Medien

(3) Headline

(4) Label für Input-Felder

(5) „senden“-Button:

rechtsbündig, abschließend mit Input-Feldern

Vgl. | D | 1.4.2 Digitale Medien

(6) Pflichtfelder-Hinweis:

linksbündig abschließend mit Label

### Schriftgrößen/ZAB

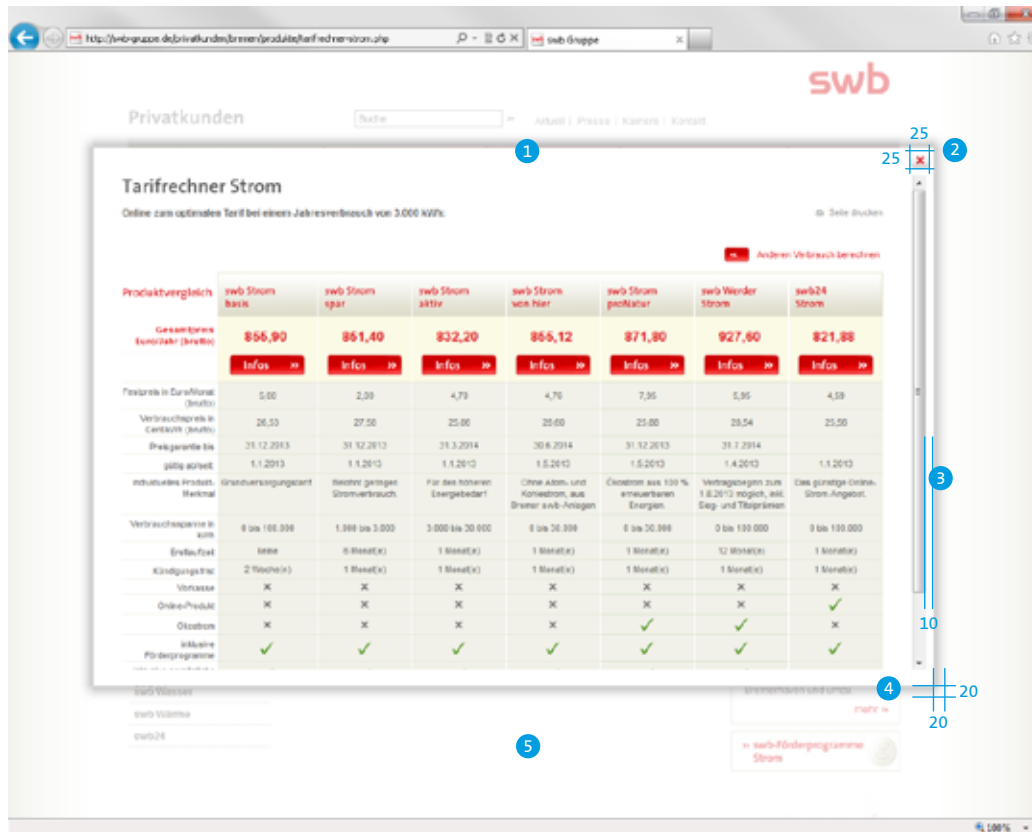
**Headline:** TheSans-Bold  
Rot #DF252B

17 / 24 px

**Text:** Arial Regular  
Grau #5C5B5B

12 / 26 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.8 Modalfenster



Der Inhaltsbereich kann beliebig innerhalb der allgemeinen CD-Vorgaben mit Texten, Grafiken und Tabellen gefüllt werden.

Die Modalfenster beinhalten folgende Elemente, die immer zum Einsatz kommen müssen.

(1) Die Fenster-Maße sind flexibel, dürfen allerdings nicht höher oder breiter sein als 90 % der maximalen Bildschirmgröße.

(2) Der weiße Close-Button mit rotem Kreuz befindet sich im rechten oberen Bereich unmittelbar über dem Scrollbalken.

(3) Der Abstand zum rechten Scrollbalken hat das fixe Maß von 10 px.

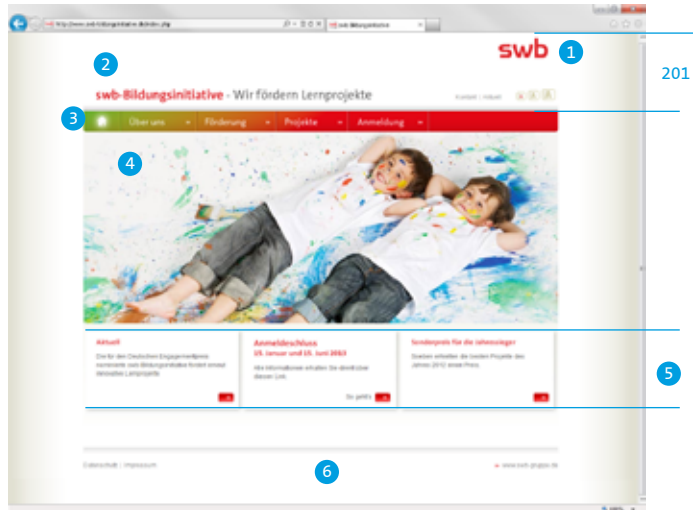
(4) Das Modalfenster verfügt über einen Schlagschatten.

Vgl. | D | 1.4.6 Digitale Medien

(5) Der Hintergrund, die Herkunftseite, wird in Gänze in 60 % weiß abgedeckt.

# D / 1.0 INTERNET / 1.9 Microsites

## 1.9.1 Startseite



Die Microsites sind von der swb-Gruppe-Website abgeleitet. Somit finden grundsätzlich alle CD-Regeln Anwendung.

### Aufbau Startseite:

#### (1) Logo

(2) Titel der Microsite mit optionaler Ergänzung (ein- oder zweizeilig gesetzt)

(3) Hauptnavigation analog [www.swb-gruppe.de](http://www.swb-gruppe.de)

#### (4) Themenabhängiges Keyvisual

(5) Modulbereich Der Modulbereich beinhaltet drei bis vier Module, optional alle mit Teaserbild. Es wird die komplette Breite der Website genutzt.

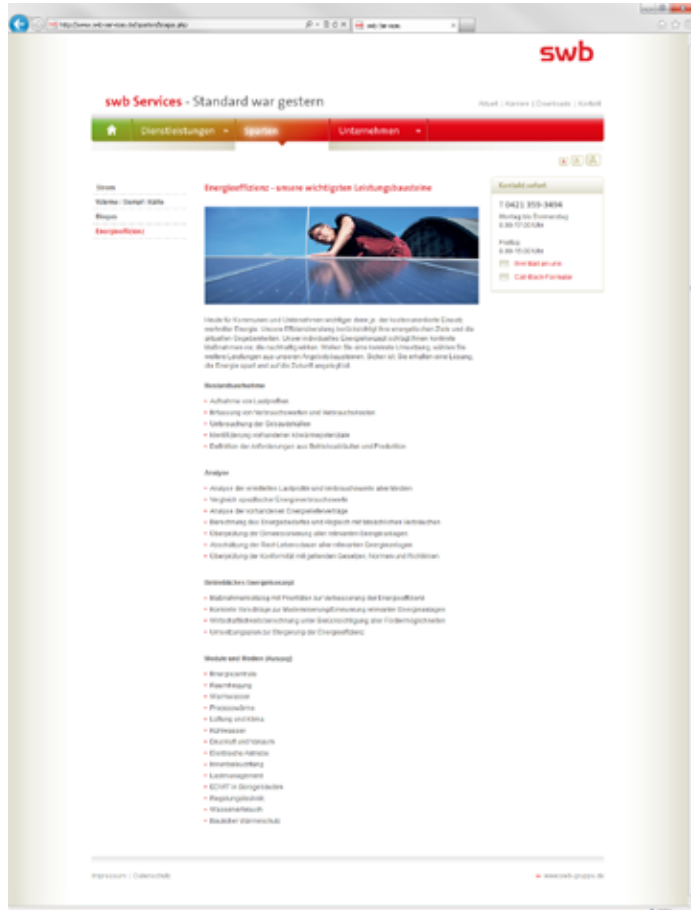
(6) Footer analog [www.swb-gruppe.de](http://www.swb-gruppe.de) mit themenabhängiger Footer-Navigation.

### Schriftgrößen/ZAB

<b>Titel:</b> TheSans-Bold, Rot (#DF252B)	26 px
<b>Claim:</b> TheSans-Plain, Grau (#616060)	24 / 26 px

# D / 1.0 INTERNET / 1.9 Microsites

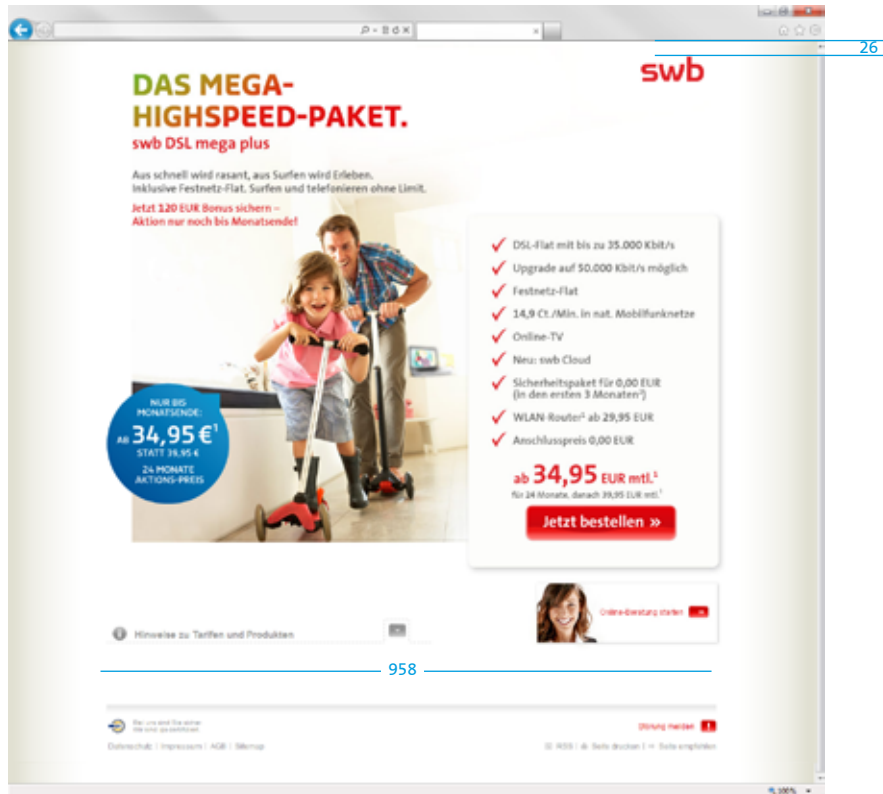
## 1.9.2 Inhaltsseiten



Aufbau und Inhalte analog den CD-Richtlinien der swb-Gruppe-Inhaltsseiten.

Sämtliche Module von www.swb-gruppe.de dürfen verwendet werden.

## D / 1.0 INTERNET / 1.10 Landingpages



Eine Landingpage ist im Gegensatz zu einer Microsite eine zeitlich begrenzte Kampagnenseite.

Landingpages sind auf 1280 px Breite optimiert und besitzen in der Regel keine eigene Unternavigation.

Die Gestaltung orientiert sich in Form-, Farb- und Schriftauswahl an den CD-Richtlinien der swb-Gruppe.

Zur Seitenbegrenzung werden in Modulen Schlagschatten eingesetzt.

**Vgl. | D | 1.4.6 Digitale Medien**

### Verpflichtende Elemente:

- Logo
- Footer im swb-Stil (ggf. mit Fußnoten)

### Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline Kampagne:</b> TheSansBold-Plain Grau (#616060)	32 / 34 px
---	------------

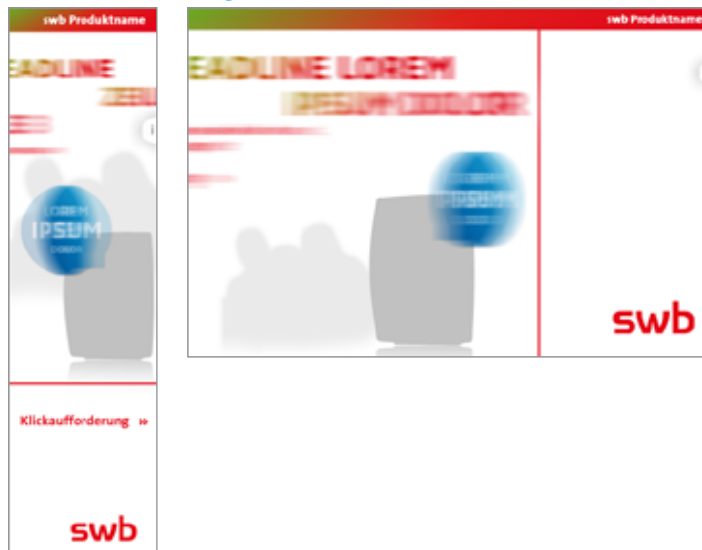


## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.1 Grundlegendes

### 1 Banner im B2C-Design



### 2 Banner im B2B-Design



Banner können für diverse Themen erstellt werden (z. B. Imagekampagnen, Energie- und Telekommunikationsprodukte).

Es gibt hinsichtlich des Layouts zwei verschiedene Arten von Bannern, deren Aufbau sich an den Vorgaben für die Anzeigengestaltung orientiert:

#### (1) Banner im B2C-Design

Vgl. | C | 1.5 ff. Werbung

#### (2) Banner im B2B-Design

Vgl. | C | 1.11 ff. Werbung

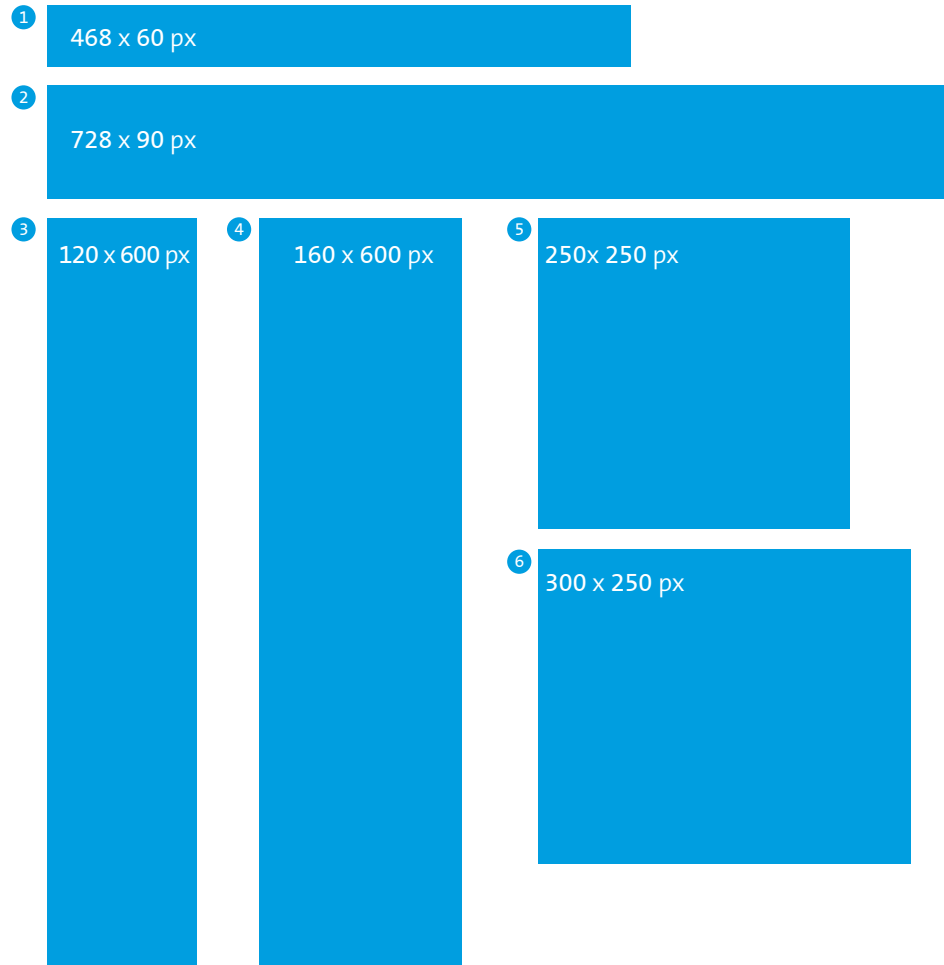
Neben **Bild-Text-Bannern** sind auch **Bild-Banner** mit minimal vorhandenen Text-Informationen denkbar. Lässt es das Format nicht zu oder gibt es kein Motiv zum Thema, sind auch reine **Text-Banner** möglich.

Die verwendeten Elemente (swb-Farbverlauf, Claimbubble, Typografie) entsprechen den allgemein gültigen Gestaltungsrichtlinien.

Vgl. | A | 4.1 Basiselemente

Die folgenden Animationen werden beispielhaft im B2C-Design erklärt.

## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.2 Formate



swb-Banner sind grundsätzlich in allen denkbaren Formaten realisierbar.

Z. B.:

**(1) Banner**

**(2) Leaderboard**

**(3) Skyscraper**

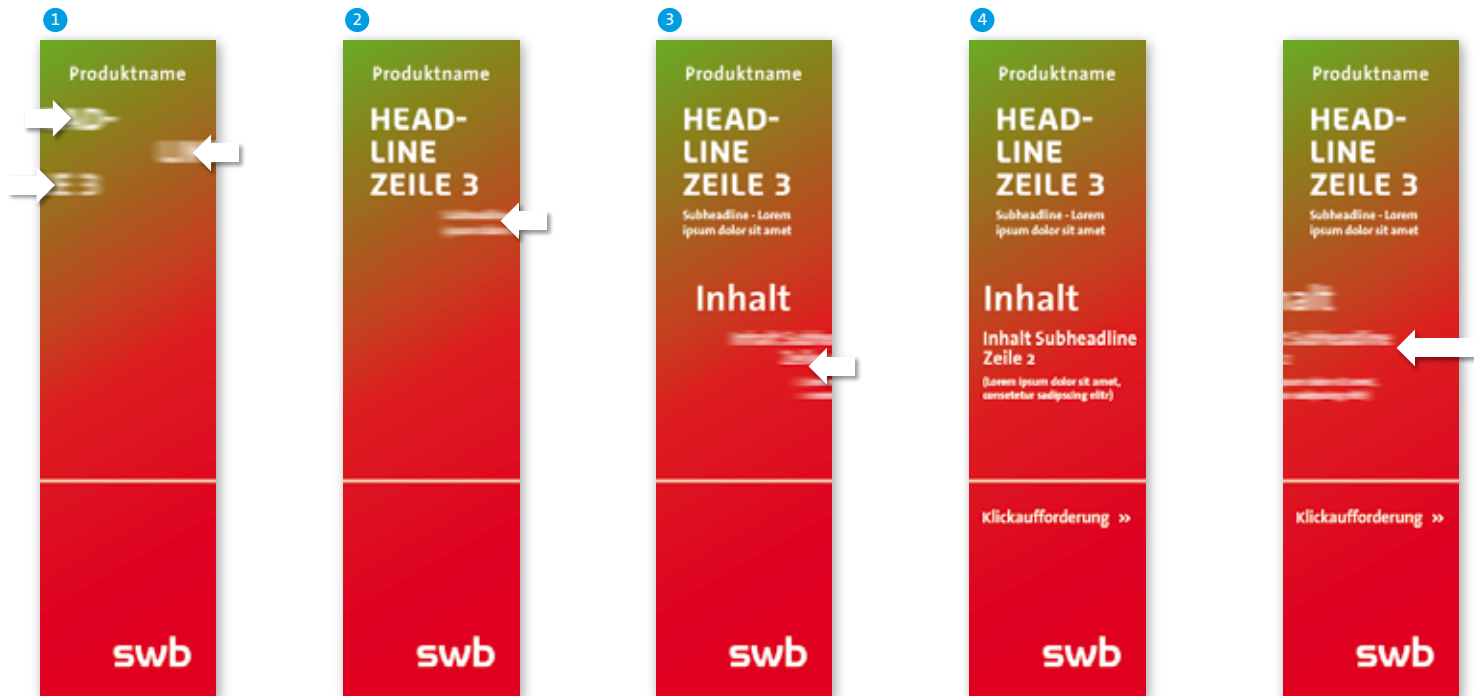
**(4) Wide Skyscraper**

**(5) Square**

**(6) Medium Rectangle**

## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.3 Animation

### 2.3.1 Textanimation (In & Out)



#### Ablauf: Textanimation (In und Out)

Auf dieser Seite wird beispielhaft gezeigt, wie die Animation von Texten in swb-Bannern aussehen soll.

Bei den abgebildeten Screens, handelt es sich um den Ausschnitt eines Banners. Es ist nicht vorgegeben, an welcher Stelle im Bannerverlauf die Animation stattfindet.

- (1) Die Headline kommt zeilenweise (abwechselnd links/rechts) und zeitversetzt horizontal ins Bild. Zu Beginn ist der Text unscharf.
- (2) Die Subheadline kommt unscharf von rechts horizontal ins Bild.
- (3) Anschließend fährt der Inhalt unscharf und zeilenweise von rechts nach links ins Bild.
- (4) Nach einer kurzen Pause fährt der Inhalt als Block links hinaus und wird unscharf.

**Die Animation wird beispielhaft im B2C-Design gezeigt. Sie ist ebenso für Banner im B2B-Design zu übersetzen und anzuwenden.**

## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.3 Animation

### 2.3.2 Animation beim Wechsel von Typovariante zur Produktfreistellervariante (oder umgekehrt)



#### **Ablauf:** Animation beim Wechsel von der Typovariante zur Produktfreistellervariante (oder umgekehrt)

Auf dieser Seite wird beispielhaft gezeigt, wie die Animation des swb-Farbverlaufs aussehen soll.

Bei den abgebildeten Screens, handelt es sich um den Ausschnitt eines Banners. Es ist nicht vorgegeben, an welcher Stelle im Bannerverlauf die Animation stattfindet.

#### **Verlauf-zu-Bild-Wechsel**

Der Verlauf skaliert von 100%, je nach Inhalt, auf 50% beziehungsweise 33% der Bannerhöhe. Die Typo verändert während der Animation die Farbe. Der Produktname wird rot und die Headline erhält den Rot-Grün-Verlauf.

**Die Animation wird beispielhaft im B2C-Design gezeigt. Sie ist ebenso für Banner im B2B-Design zu übersetzen und anzuwenden.**

## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.3 Animation

### 2.3.3 Animation beim Wechsel der Bildaufteilung 2:1 zu 1:1 (oder umgekehrt)



2:1 Aufteilung

1:1 Aufteilung

#### **Ablauf:** **Animation beim Wechsel der Bildaufteilung 2:1 zu 1:1 (oder umgekehrt)**

Auf dieser Seite wird beispielhaft gezeigt, wie die Animation des swb-Farbverlaufs aussehen soll.

Bei den abgebildeten Screens, handelt es sich um den Ausschnitt eines Banners. Es ist nicht vorgegeben, an welcher Stelle im Bannerverlauf die Animation stattfindet.

#### **Aufteilungswechsel (2:1 zu 1:1)**

Der Verlauf und der Trenner darüber stehen zunächst im unteren Drittel des Banners. Dann fahren sie erst gemeinsam ganz nach oben, anschließend wieder hinunter in die Mitte des Banners, wo sie stehen bleiben. Das Bild wird, nachdem der Verlauf oben stand, auf die spätere kleinere Fläche angepasst.

**Die Animation wird beispielhaft im B2C-Design gezeigt. Sie ist ebenso für Banner im B2B-Design zu übersetzen und anzuwenden.**

## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.3 Animation

### 2.3.4 Claim-Bubble-Animation (In / Einblenden)



#### Ablauf: Claim-Bubble-Animation (In / Einblenden)

Auf dieser Seite wird beispielhaft gezeigt, wie die Claim-Bubble-Animation aussehen soll.

Bei den abgebildeten Screens, handelt es sich um den Ausschnitt eines Banners. Es ist nicht vorgegeben, an welcher Stelle im Bannerverlauf die Animation stattfindet.

Die Claim-Bubble-Animation beginnt mit einer hohen Skalierung, einer Transparenz von 100% sowie einer Unschärfe. Die Form skaliert sich auf 100% und wird während der Animation opak und scharf. Die Animation wird mit einem „Bounce-Effekt“ beendet.

Die Claim-Bubble wird immer als letzte Sequenz in der Animation integriert.

#### Beispiel „Bounce-Effekt“

Start:	200%
1. Key-Frame:	65%
2. Key-Frame:	120%
3. Key-Frame:	85%
Ende:	100%

#### Hinweis:

Der beschriebene Bounce-Effekt ist für das Einblenden jeglicher Störer (blau und grün) in Bannern zu adaptieren.

**Die Animation wird beispielhaft im B2C-Design gezeigt. Sie ist ebenso für Banner im B2B-Design zu übersetzen und anzuwenden.**

## D / 2.0 ONLINE-BANNER / 2.3 Animation

### 2.3.5 Claim-Bubble-Animation (Out / Ausblenden)



#### Ablauf: Claim-Bubble-Animation (Out / Ausblenden)

Auf dieser Seite wird beispielhaft gezeigt, wie die Claim-Bubble-Animation aussehen soll.

Bei den abgebildeten Screens, handelt es sich um den Ausschnitt eines Banners. Es ist nicht vorgegeben, an welcher Stelle im Bannerverlauf die Animation stattfindet.

Die Bubble wird von 100% auf 0% skaliert. Die Animation erhält einen „Bounce-Effekt“.

#### Beispiel „Bounce-Effekt“

Start:	200%
1. Key-Frame:	80%
2. Key-Frame:	120%
Ende:	0%

Hinweis:  
Der beschriebene Bounce-Effekt ist für das Ausblenden aller Störer (blau und grün) in Bannern zu adaptieren.

**Die Animation wird beispielhaft im B2C-Design gezeigt. Sie ist ebenso für Banner im B2B-Design zu übersetzen und anzuwenden.**

### 2.3.6 Störer-Animation



#### Ablauf: Störer-Animation

Auf dieser Seite wird beispielhaft gezeigt, wie eine Störer-Animation aussehen soll.

Bei den abgebildeten Screens, handelt es sich um den Ausschnitt eines Banners. Es ist nicht vorgegeben, an welcher Stelle im Bannerverlauf die Animation stattfindet.

Sollen verschiedene Inhalte in dem Störer kommuniziert werden, wird der Übergang der Inhalte über eine Rotation des Störers um die eigene Achse (horizontal) animiert.

**Die Animation wird beispielhaft im B2C-Design gezeigt. Sie ist ebenso für Banner im B2B-Design zu übersetzen und anzuwenden.**



Der vorliegende Intranet-Styleguide basiert auf dem Corporate Design von swb-Gruppe und stellt als solcher eine medien-konforme Ableitung dar. Der Intranet-Styleguide soll helfen, das Intranet und weitere Fachnetze von der swb-Gruppe richtig zu gestalten.

Dieses bedeutet nicht, dass er eine bloße Anleitung zum Nachbauen des aktuellen swb-Intranets und der swb-Fachnetze ist. Vielmehr enthält der Intranet-Styleguide Vorgaben, die beachtet werden müssen sowie Gestaltungsbeispiele, die als Grundlage zur Weiterentwicklung genutzt werden können.

Aufgrund der verschiedenen technischen Voraussetzungen sind die Anforderungen an die Kompatibilität jeder neu zu gestalten- den Website grundsätzlich hoch. Dabei sind verschiedene Bildschirmformate und unterschiedliche Browser zu berücksichtigen.

Das swb-Intranet ist ein Corporate Publishing-Medium, das den swb-Farbverlauf nur zurückhaltend einsetzt.

Ansprechpartner für die Anmeldung und Freigabe für neue swb-Intranetauftritte:

Ihre Ansprechpartner:

**swb AG, Unternehmenskommunikation**

**Carsten Mallwitz**

**T +49 421 359-2519**

**F +49 421 359-2022**

**carsten.mallwitz@swb-gruppe.de**

Hinweis: Die individuellen Angaben in den Layouts dienen nur der grafischen Darstellung ohne Anspruch auf inhaltliche Richtigkeit und Aktualität.

**Vgl. Kapitel |A| 4.3 Basiselemente**

# D / 3.0 INTRANET / 3.1 Farben und erweiterter Farbbereich

**SWB-SCHWARZ**

RGB 0|0|0  
HEX-WERTE #000000

**SWB-WEISS**

RGB 255|255|255  
HEX-WERTE #FFFFFF

**SWB-ROT**

RGB 223|37|43  
HEX-WERTE #DF252B

**SWB-GRAU (1)**

RGB 57|66|66  
HEX-WERTE #394242

RGB 229|229|230 (2)  
HEX-WERTE #E5E5E6

RGB 244|244|244 (3)  
HEX-WERTE #F4F4F4

**SWB-KHAKI (1)**

RGB 159|149|77  
HEX-WERTE #9F954D

RGB 181|175|133 (2)  
HEX-WERTE #B5AF85

RGB 215|210|178 (3)  
HEX-WERTE #D7D2B2

RGB 228|226|203 (4)  
HEX-WERTE #E4E2CB

RGB 239|238|224 (5)  
HEX-WERTE #EFE0E0

RGB 249|248|243 (6)  
HEX-WERTE #E9F8F3

RGB 146|141|101 (7)  
HEX-WERTE #928D65

RGB 164|159|119 (8)  
HEX-WERTE #A49F77

**SWB-KHAKI-VERLAUF**

RGB 255|255|255  
HEX-WERTE #FFFFFF

RGB 227|226|216  
HEX-WERTE #E3E2D2

**SWB-GRÜN**

RGB 106|175|33  
HEX-WERTE #6AAF21

**SWB-BLAU**

RGB 0|81|151  
HEX-WERTE #005197

Die im Intranet-Bereich zum Einsatz kommenden Farben sind abgeleitet aus den Vorgaben der definierten swb-Farben. Für die Vielzahl der Module im Intranet, gibt es einen erweiterten Farbbereich.

Wenn für Typografie, Tabellen und Hintergründe die in der folgenden Tabelle angegebenen Farben eingesetzt werden, müssen diese den folgenden Farbangaben entsprechen.

# D / 3.0 INTRANET / 3.2 Typografie

## Verdana

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,,“!?!&@%

## Verdana Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234567890**  
**ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,,“!?!&@%**

## Tahoma

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234567890  
ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ,,“!?!&@%

## FFF Atlantis Pixeltyp 8 px

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU  
WXYZ

### Schriftgrößen/ZAB Module

<b>Headline Module:</b> Verdana Bold Schwarz #000000	14 px
<b>Fließtext Module:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	11 / 14 px
<b>Headline Tabellen:</b> Tahoma Bold Weiß #FFFFFF	11 px
<b>Headline Popup:</b> Verdana Regular Rot #DF252B	14 px

Die für den Intranet-Auftritt zu verwendenden System-Schriften sind Verdana und Tahoma. Zusätzlich wird für kleine Beschriftungen auf Buttons etc. die Pixel-Schrift FFF Atlantis verwendet. In den Texten werden Verlinkungen bei Mouse-over grundsätzlich rot dargestellt.

### Schriftgrößen/ZAB Navigation

<b>Hauptnavigation:</b> Verdana Bold Grau #394242	11 px
<b>Subnavigation:</b> Verdana Regular Grau #394242	11 px
<b>Metanavigation:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	10 px

### Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline Bereichsstartseite:</b> Verdana Regular Rot #DF252B	19 px
<b>Headline Startseite:</b> Verdana Bold Rot #DF252B	18 px
<b>Headline Artikel:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	14 px
<b>Headline Artikel Copyheads:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	12 px
<b>Fließtext:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	12 / 18 px
<b>Grafischer Link:</b> FFF Atlantis Khaki #9F954D	8 px

## D / 3.0 INTRANET / 3.3 Seitenaufbau

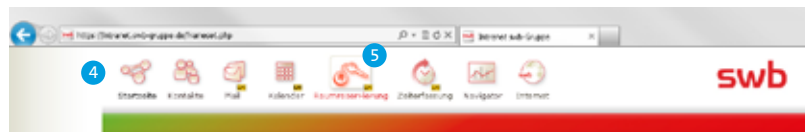


Die Intranetseite ist für eine Bildschirm-  
auflösung von 1024 x 768 px optimiert.

Der Seitenaufbau unterteilt sich in:

- (1) Horizontaler Frame für den Header  
inkl. Metanavigation
- (2) Frame für den Inhaltsbereich
- (3) Frame für die Hauptnavigation rechts  
inkl. Volltextsuche
- (4) Unten befindet sich ein abschließen-  
der horizontaler Frame für den Footer.
- (5) Bei größeren Auflösungen wird die  
gesamte Seite zentriert. Die leeren  
Flächen links und rechts haben jeweils  
einen horizontalen swb-Khaki-Verlauf.

## D / 3.0 INTRANET / 3.4 Navigation



Die Navigationsspalte enthält drei verschiedene Arten von Menüpunkten:

**(1)** Die sechs Hauptmenüpunkte führen zu einer Bereichsstartseite und öffnen gleichzeitig eine beliebig umfangreiche Unterstruktur.

**(2)** Ordner dienen ausschließlich zur Strukturierung und beinhalten keine Verlinkung zu einer Inhaltsseite. Wird ein Ordner aktiviert, öffnet sich lediglich das jeweilige Untermenü. Ordner sind nur in Ebene 2 bis 4 möglich.

**(3)** Dokumente befinden sich unterhalb von Hauptmenüpunkten oder innerhalb von Ordnern und führen auf Inhaltsseiten. Dokumente dürfen keine weitere Unterstruktur enthalten.

**(4)** Über die Icons der übergeordneten Metanavigation gelangt der User zu weiteren Inhalten, die entweder im Popup oder in LotusNotes geladen werden. Die Icons für Lotus-Notes-Links sind durch ein NL-Symbol gekennzeichnet.

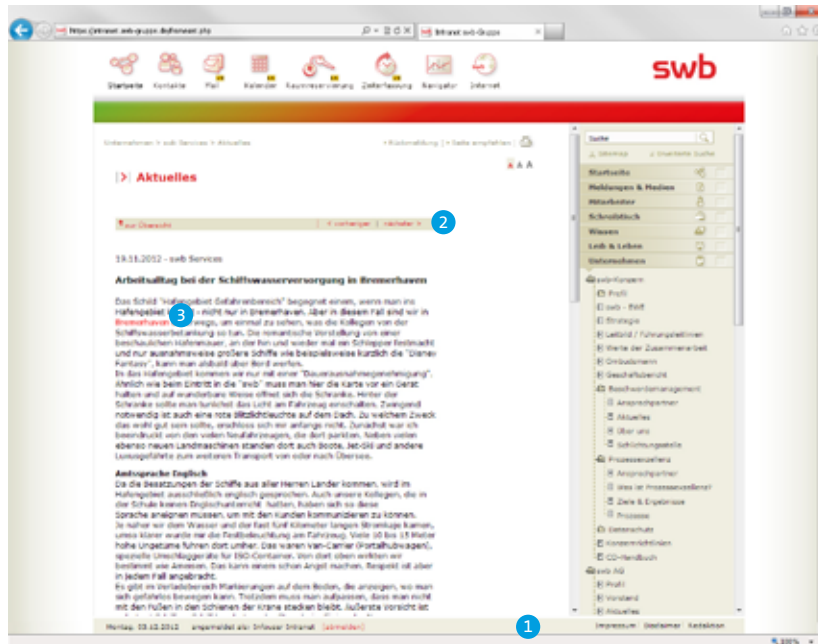
**(5)** Bei Mouseover wird das Icon plastisch und farblich hervorgehoben.

### Schriftgrößen/ZAB Navigation

<b>Hauptnavigation:</b> Verdana Bold Grau #394242	11 / 23 px
<b>Subnavigation:</b> Verdana Regular Grau #394242	11 / 20 px

# D / 3.0 INTRANET / 3.4 Navigation

## 3.4.1 Footer und die Navigationselemente



4 >> WEITER

Druckversion

5 Inhalt drucken Fenster schließen

6 Energieerzeugung  
Energietransport  
Wasserwerke  
Erdgasspeicher

7 Ausgabe 02 / 2007  
Ausgabe 03 / 2007  
Ausgabe 04 / 2007  
Ausgabe 05 / 2007  
Ausgabe 06 / 2007  
Ausgabe 01 / 2008  
Ausgabe 02 / 2008  
Ausgabe 03 / 2008  
Ausgabe 04 / 2008  
Ausgabe 05 / 2008  
Ausgabe 06 / 2008

(1) Im Footer befinden sich Verlinkungen zu den Seiten Impressum, Disclaimer und Redaktion, die sich in einem Popup öffnen. Die verlinkten Texte werden bei Mouseover rot.

Weitere Navigationselemente der Inhaltsseiten sind:

(2) Textlinks im Navigationsbalken (z.B. Pressespiegel, Meldungen, etc.)

(3) Link im Fließtext

(4) grafischer Link/Icons

(5) Buttons

(6) Linklisten

(7) Dropdown

# D / 3.0 INTRANET / 3.5 Start- und Bereichsstartseiten



swb-Startseite



Bereichsstartseite

Die Intranet-Startseite und die Bereichsstartseiten sind jeweils in zwei Spalten aufgeteilt. Die einzelnen Module haben eine fixe Breite:

- (1) Links zweispaltige Module: 410 Pixel
- (2) Rechts einspaltige Module: 207 Pixel
- (3) Die Bereichsstartseiten werden durch ein Icon klassifiziert. Dieses steht vor der Überschrift.
- (4) Die Symbolsprache wiederholt sich in den Menüpunkten der Hauptnavigation und unterstützt eine die Zuordnung.
- (5) Die Headline steht in rot neben dem Icon.
- (6) Das Modul ‚Im Fokus‘ befindet sich ausschließlich auf den Bereichsstartseiten und immer an oberster Position.

## Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline Bereichsstartseite:</b> Verdana Regular Rot #DF252B	19 px
--	-------

# D / 3.0 INTRANET / 3.5 Start- und Bereichsstartseiten

## 3.5.1 Zweispaltige Module

2

30.08.2007 **Krisen- und Notfallmanagement (KNM) ist nun scharf geschaltet**  
 Mit der Anschaffung eines Alarmservers ist jetzt auch die technische Projektumsetzung abgeschlossen. Mit der Hilfe des Servers können die Stäbe schnell auf elektronischem Wege einberufen werden.  
 swb Meldungen >> WEITER

17.08.2007 **Aktion: Sicherer Auftritt**  
 Stolper-, Ausrutsch- und Sturzsituationen sind noch immer viel zu häufig die Ursache für Unfälle. Berufsgenossenschaft und HSE-Management wollen mit der Aktion mehr Bewusstsein schaffen.  
 swb AG - AS/U >> WEITER

15.08.2007 **Überhitzungsgefahr: Nokia warnt vor defekten Akkus**  
 Betroffen sind Akkus aus der Baureihe BL-5C, die Matsushita zwischen Dezember 2005 und November 2006 für Nokia hergestellt hat. Defekte Akkus können sich beim Aufladen durch einen Kurzschluss sehr stark aufheizen.  
 swb AG - AS/U >> WEITER

74

410

Newsmodul

1

Im FOKUS  
 >>>>>>  
**Geschäftsbericht 2006 erschienen**  
 Hier können Sie ihn komplett oder in einzelnen Kapiteln als PDF-Datei herunterladen.  
 >> WEITER

410

4

5

swb-Lexikon  
 Begriffe aus der swb-Welt sind hier erläutert.  
 >> WEITER

6

101

410

### Schriftgrößen/ZAB Module

<b>Headline:</b> Verdana Bold Schwarz #000000	11 / 14 px
<b>Fließtext:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	11 / 14 px
<b>Datum:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	11 px
<b>Quellenangabe:</b> Verdana Regular Khaki #928D65	9 px
<b>Link:</b> FFF Atlantis Khaki 8	6 px

(1) Das spezielle Modul ‚Im Fokus‘ wird pro Bereichsstartseite für eine wichtige Meldung genutzt und steht an erster Position. Die rote Outline hat einen Abstand von 4 Pixel um die hinterlegte Fläche (Grau 3). Die Grafik ‚Im Fokus‘ ist mit der FFF Atlantis gesetzt. Die Höhe ist flexibel, darf allerdings nicht größer als 120 px sein.

(2) Das Newsmodul besteht aus einer grauen Spalte (74 px breit) mit Datum und einem optionalen Teaserbild sowie einem Textbereich mit Headline, Teasertext, Absender und ‚weiter‘-Button. Die einzelnen News werden durch Trennlinien (1 px breit, grau (#9C9E9C)) gegliedert. Die Höhe ist variabel und wächst mit dem Inhalt vertikal.

(3) Die Teaserbilder können zwei Formate haben:  
 - Querformat: 64 x 48 px  
 - Hochformat: 48 x 64 px

(4) Das Einzel-News-Modul passt sich in der Höhe den Inhalten an, sollte aber 100 px nicht überschreiten.


(7) Die Bilder links haben die exakten Maße: 140 x 94 px.


(8) Der graue Rahmen ist identisch mit denen, der einspaltigen Module: 1 px stark, Farbe #E7DFDE.




## Veranstaltungs-Modul

Regelmäßige externe Veranstaltungen 1

 **LESE-Art**  
Der literarische Treffpunkt im swb-Kundencenter Bremen [» WEITER](#)

 **"Hörkino" im swb-Kundencenter Bremen**  
Radio-Features sind wie eine Portion Kino für die Ohren. [» WEITER](#) 2

 **energiejazz**  
jeden zweiten Donnerstag im energiecafé

**(1)** Der Balken des Moduls ‚Regelmäßige externe Veranstaltungen‘ ist 29 px hoch und die Headline im Balken ist weiß. Die vertikalen Trennlinien zwischen Datum und Teaser-Text haben die Farbe Khaki 3. Die Headlines der Artikel werden im Schriftschnitt Regular gesetzt.

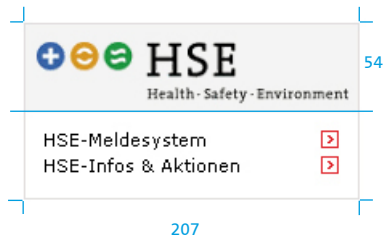
**(2)** Die einzelnen Artikel werden durch eine weiße Linie (1-px-stark) unterteilt. Das Grundlayout des Moduls wird mit Thumbnail-Bildern in der Größe 64 x 48 px für die Übersicht der Veranstaltungen genutzt.

### Schriftgrößen/ZAB Module

<b>Headline:</b> Verdana Bold Schwarz #000000	11 / 14 px
<b>Headline Balken:</b> Tahoma Bold Weiß #FFFFFF	11 px
<b>Datum:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	11 px
<b>Quellenangabe:</b> Verdana Regular Khaki #928D65	9 px

# D / 3.0 INTRANET / 3.5 Start- und Bereichsstartseiten

## 3.5.2 Einspaltige Module



(1) Die einspaltigen Module werden entweder von einem grauen Rahmen umgeben (Outline: 1 Pixel, Farbe: #E7DFDE) oder sind komplett grau (Grau 3).

(2) Die Module bestehen aus einem Header und einem Contentbereich. Der Header besteht aus einer Grafik, einem Icon und Text oder auch nur aus Text.

(3) Der Contentbereich beinhaltet eine Auflistung beliebig vieler Verlinkungen, die mit einem rechtsbündigen Linksymbol (Pfeil mit Outline) gekennzeichnet sind.

(4) Für Bilder im Contentbereich gibt es folgende Formate:  
- Hochformat (B x H): 90 x 119 px  
- Querformat (B x H): 140 x 94 px

### Schriftgrößen/ZAB Module

Aufzählung: Verdana Regular  
Schwarz #000000

11 / 21 px

## D / 3.0 INTRANET / 3.5 Start- und Bereichsstartseiten

**Zentrale Dienste** 1

---

Zugang Gelände ➤

Sperrzeiten, Alarmer ➤

Anmeldung Besucher ➤

Lieferungen ➤

Poolfahrzeuge ➤

Hausservice ➤

Verloren - Gefunden ➤

 **Für den Notfall** 2

---

Notruf-Nummern ➤

Ersthelfer ➤

Defibrillatoren: Standorte ➤

**Geschäftsbericht 2013** 3



**Alle Daten  
Alle Fakten**  
jetzt download  
- komplett oder  
nur einzelne  
Artikel ➤

Es gibt verschiedene Modulvarianten:

- (1) Geschäftsbericht ohne grauen Balken
- (2) Linkliste mit Headline und Trennlinie
- (3) Themenmodul mit Grafik (rot und 3D)

Alle verlinkten Texte werden bei Mouse-over rot.

# D / 3.0 INTRANET / 3.6 Inhaltsseiten



## Aufbau von Inhaltsseiten:

- (1) Das Pfeilsymbol wird vor jeder Headline auf den Inhaltsseiten abgebildet
- (2) Headline
- (3) Subline
- (4) Artikelheadline
- (5) Text (Breite 502 px)
- (6) Sprungmarke „nach oben“ (Kombination aus Textlink: Verdana 10 px, rot und Pfeilgrafik)

## Schriftgrößen/ZAB Inhaltsseiten

<b>Headline Startseite:</b> Verdana Bold Rot #DF252B	18 px
<b>Headline Artikel:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	14 px
<b>Headline Artikel Copyheads:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	12 px
<b>Fließtext:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	12 / 17 px

# D / 3.0 INTRANET / 3.6 Inhaltsseiten

## 3.6.1 Text- und Bildmodule



(1) Kontaktdaten auf den Inhaltsseiten werden wie der Fließtext gesetzt. Für Telefon und Fax stehen jeweils die Initialien. Die E-Mail ist entsprechend aller Textverlinkungen rot. Bei den Kontaktdaten mit Foto, wird der Ansprechpartner mit dem Schriftschnitt ‚Bold‘ hervorgehoben.

(2) Das Bild ‚Passfoto‘ hat eine feste Größe von 95 x 122 px. Vorname und Name werden rechts neben dem Foto dargestellt. Der Text für Kontaktdaten steht unterhalb des Namens.

(3) Bilder können neben den Texten stehen. Die maximale Breite ist 207 px. Der horizontale Abstand zwischen Text und Bild beträgt 40 px.

(4) Die Grafiken können eine maximale Breite bis zu 502 px haben.

(5) Bild und Text können sich auch umfließen. Dabei bleibt die Bildbreite unangetastet, die Höhe ist variabel.



# D / 3.0 INTRANET / 3.6 Inhaltsseiten

## 3.6.3 Downloadlisten



Das Raumkonzept im Detail	pdf (506 KB)
Präsentation Geschäftsführungen	ppt (563 KB)
Kurzporträt swb AG	doc (110 KB)
Listen der Kommunikationspaten	xls (102 KB)
Test PPS	pps (78 KB)
Test Zip	zip (74 KB)



(1) Die ‚Downloadlisten‘ entsprechen der Form der zweispaltigen Module von 3.5.1, jedoch passt sich das Modul hier der Inhaltsbreite an. Als Besonderheit wird beim ‚mag‘ die Seitenzahl der Druckversion in der Abbildung auf Farbflächen, 18 x 15 px mit der Farbe Khaki 3, hervorgehoben.

Das Download-Modul beinhaltet folgende Elemente:

- Seitenzahl (optional, nur bei mag)
- Headline
- PDF-Icon und Beschriftung
- Dateigröße in Klammern gesetzt
- optional der Link zur Bildergalerie

(2) Beispiel für Downloadliste mit Abbildungen der Datei-Icons.

(3) Die Bildergalerie kann optional über ein Icon verlinkt werden. Das Icon hat die Farbe (Khaki 3) wie auch die Schrift, gesetzt in der Pixelschrift FFF Atlantis.

### Schriftgrößen/ZAB

<b>Text:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	11 px
<b>Seitenzahl:</b> Verdana Regular Weiß #FFFFFF	11 px

## 3.6.4 Tabellen

1

Aktuelle Fundsachen	
Standort	Gefunden / Verloren
Bremen, Hauptstandort Theodor-Heuss-Alle 20, Tor 1	März 2007: Gefunden Datadisplay RGB 480, Fabrikat Liesegang, Ansprechpartner Herr Neubronner
	25.01.2007: Gefunden Ein silbernes Armband auf der Treppe neben dem Empfang
	08.11.2006: Gefunden Privat-Schlüsselbund (ohne swb-Schlüssel)
	02.11.2006: Gefunden Kundenkarte der Firma Adler
	01.11.2006: Gefunden Privat-Schlüsselbund (ohne swb-Schlüssel)
Bremen, Betriebsgelände Woltmershausen, Am Gaswerkgraben 2, Haupttor	Bei den Fahrradständern wurde ein Schlüssel gefunden. Er ist beim Pförtner abzuholen.

20

511

Personal (Konzern)	2006	2005	2004
Mitarbeiter* (zum 31.12.)	2.299	2.309	2.282
Auszubildende	167	167	149
*Mitarbeiter in Köpfen inkl. Teilzeit ohne Ruhende, Auszubildende und Geschäftsführung.			

(1) Der Headline-Balken in der Tabelle ist 23 px hoch in der Farbe Khaki 4, die Flächen für den Fließtext haben die Farbe Khaki 6. Die Linien zur Unterteilung der Tabellenbereiche sind weiß und zwei Pixel breit.

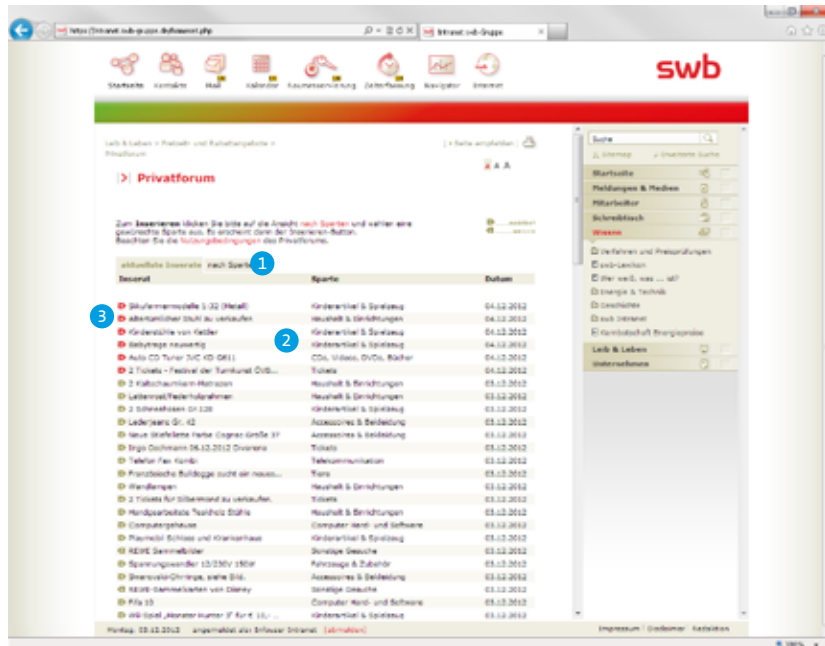
Das Grundlayout der Tabelle kann auch mehr als zwei Spalten haben. Es kann in Breite und Höhe mit den Anforderungen der Inhalte wachsen.

### Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline:</b> Tahoma Bold Schwarz #000000	11 bzw. 12 px
<b>Text:</b> Tahoma Regular Schwarz #000000	11 / 14 px 12 / 17 px

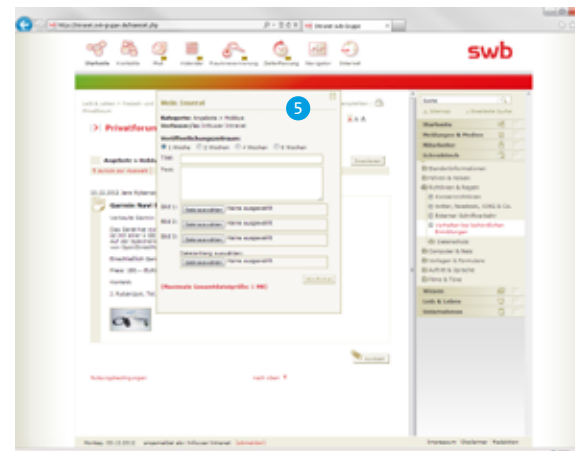
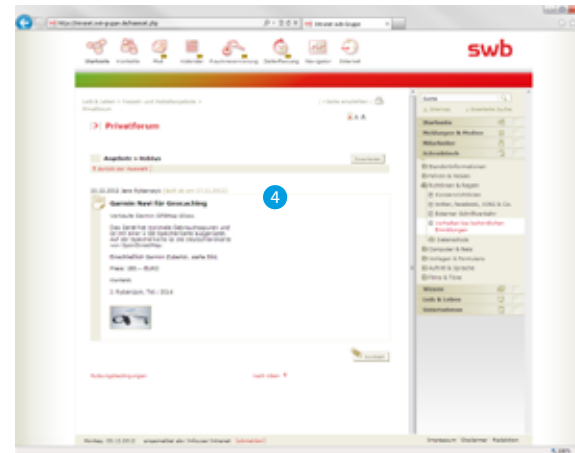


# D / 3.0 INTRANET / 3.7 Privatforum



## Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline:</b> Verdana Bold Schwarz #000000	11 px
<b>Text:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	11 / 15 px
<b>Textervorhebung:</b> Verdana Bold Khaki #D7D2B2	11 px
<b>Anzeigentext:</b> Verdana Regular Schwarz #0000000	11 / 13 px
<b>Anzeigentext Headline:</b> Verdana Bold Schwarz #0000000	14 px



(1) Das Privatforum gliedert die Angebote über die Reiternavigation nach Inseraten und nach Sparten. Der Reiter ist 42 px hoch und hat die Farbe Khaki 4.

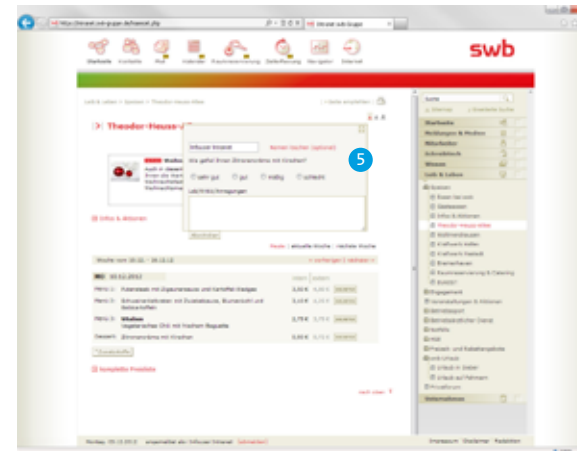
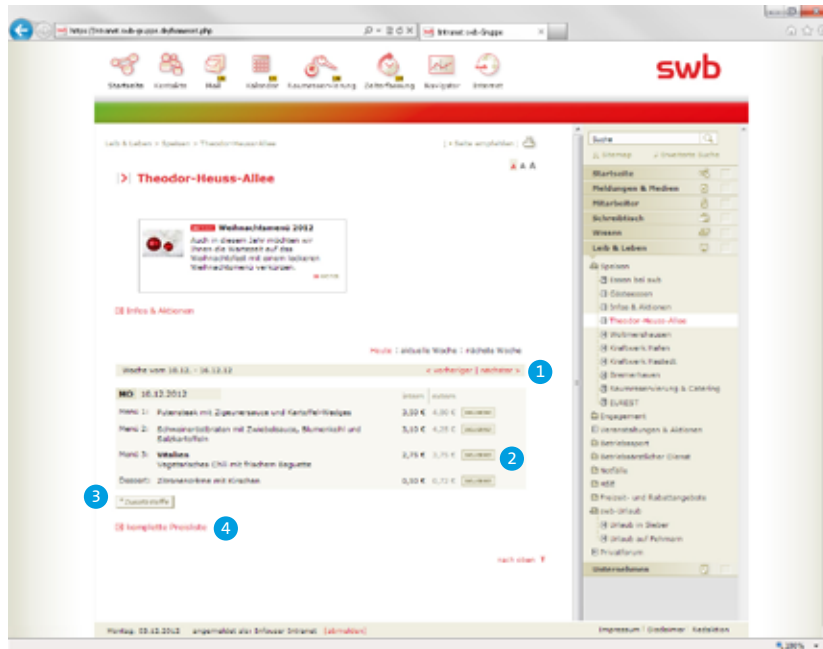
(2) Die Tabellen-Zeilen mit der Farbe Khaki 4 sind 17 px hoch und wechseln sich mit den weißen Zeilen ab. Bei Mouseover über die Tabellen-Zeilen wird die aktivierte Zeile grau und der Titel des Inserates rot.

(3) Tagesaktuelle Inserate werden durch das rote Icon am Anfang jeder Zeile markiert. Ferner gibt es die Unterscheidung zwischen Angebot und Gesuch.

(4) Bei Auswahl eines Inserates erscheint das entsprechende Angebot, das sich in einem 1 px starken Rahmen (Farbe: Khaki 4) darstellt. Links ist dieser Rahmen 22 px stark und beinhaltet oben ein grafisches Inserat-Icon. Der Kontaktbutton ist besonders hervorgehoben durch das Stift-Icon.

(5) Die Abbildung zeigt das Layout des Layers, mit dem der User ein Inserat aufgeben kann. Es hat die Maße 412 x 498 px und hebt sich farblich in Khaki 5 mit einem 1 px starken Rahmen vom Inhalt ab.

# D / 3.0 INTRANET / 3.8 Speiseplan



(1) Der Tagesspeiseplan wird auf einer Farbfläche mit Khaki 4 zusammengefaßt. Die Inhalte gliedern sich nach Gerichtart, Speise, Preis intern und extern.

(2/3) Über die Buttons ‚Bewerten‘ und ‚Zusatzstoffe‘ öffnen sich Layer.

(4) Über den Link ‚Preisliste‘ öffnet sich die komplette Preisliste in einem Popup.

(5) Der Layer ‚Bewerten‘ ist 410 x 253 px groß und hebt sich farblich in Khaki 5 mit einem 1 px starken Rahmen vom Inhalt ab.

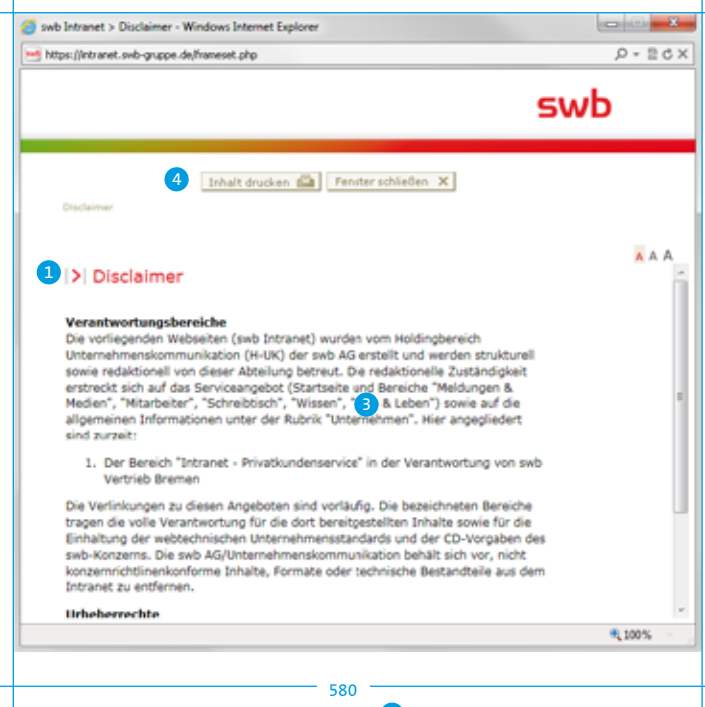
(6) Der Layer für ‚Zusatzstoffe‘ ist weiß, mit einer Fläche von 452 x 420 px. Der Rahmen ist wie die Schriftfarbe mit Khaki 1 besetzt.

## Schriftgrößen/ZAB

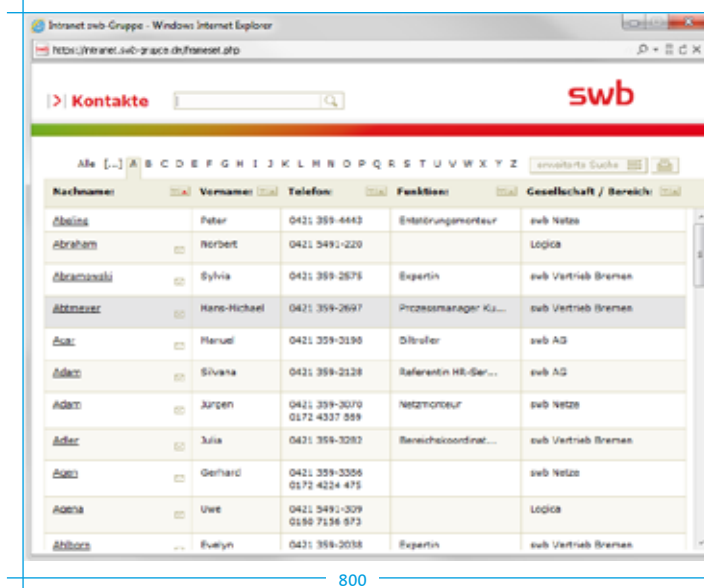
<b>Headline:</b> Verdana Bold Schwarz #000000	11 px
<b>Text:</b> Verdana Regular Schwarz #000000 Grau #E5E5E6	11 / 15 px
<b>Headline Text im Layer:</b> Verdana Bold Khaki #9F954D	10 px
<b>Text im Layer:</b> Verdana Regular Khaki #9F954D	10 / 16 px



# D / 3.0 INTRANET / 3.10 Popups



Disclaimer Popup



Kontakt Popup

(1) Die Inhalte beginnen immer mit einem grafischen Headline-Symbol, das vor der Headline steht.

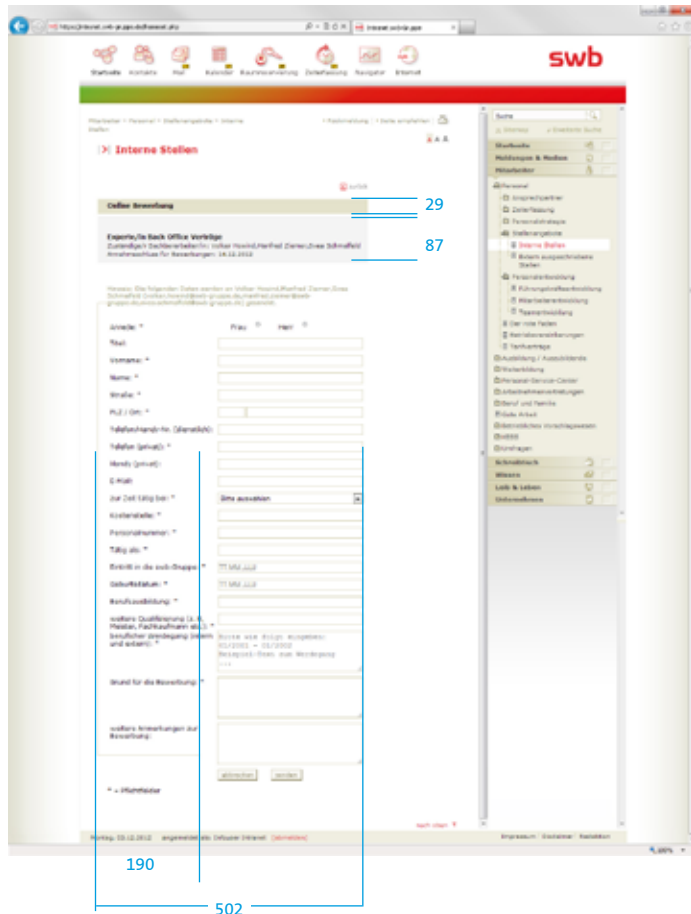
(2) Die Popups haben keine feste Größe. Die Größe kann entsprechend der abzubildenden Inhalte gewählt werden.

(3) Die Inhalte sind flexibel. Die Darstellung muss sich an den hier beschriebenen Gestaltungsrichtlinien orientieren.

(4) Unterhalb des Headers mit Logo und abgrenzendem Balken (Khaki 3) befinden sich oben die Buttons 'Inhalt drucken' und 'Fenster schließen'.

# D / 3.0 INTRANET / 3.11 Bewerbungsformular für interne Stellenangebote

1



(1) Das Bewerbungsformular für interne Stellenangebote hat eine Breite von 502 px. Das Stellenangebot wird durch zwei Flächen hervorgehoben. Die Fläche für die Headline ‚Online Bewerbung‘ ist 29 px hoch und hat die Farbe Khaki 4. Die graue Fläche für Titel/Ansprechpartner/ Annahmeschluss des Stellenangebotes entspricht Grau 2 und ist 87 px hoch.

Das Formular wird von links her mit einem 1 px starken Rahmen bis zur Breite von 190 px eingefasst. Die Farbe ist Khaki 1.

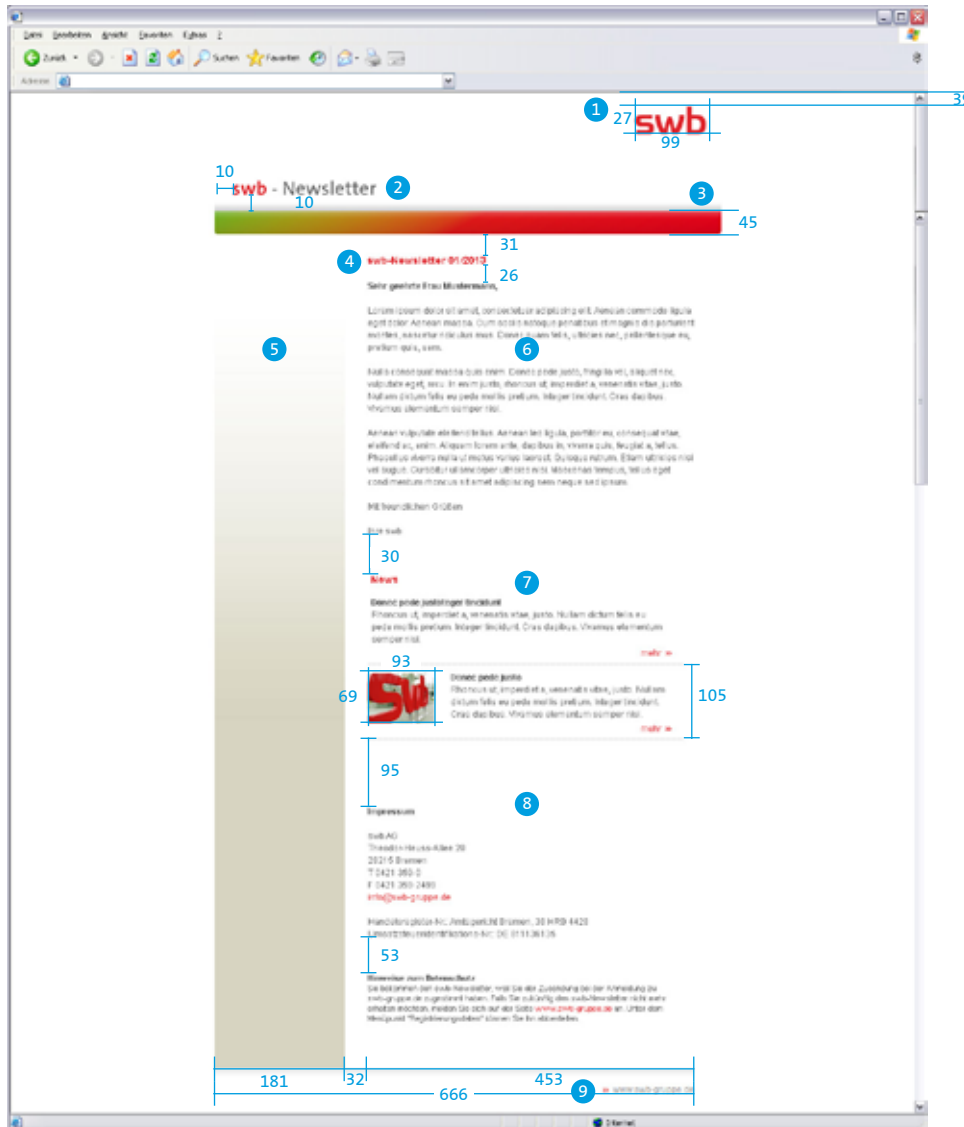
Die Beschriftung der Formularfelder beginnt mit einem linken Abstand zum Rahmen von 22 px und ist max. 200 px breit. Die Formularfelder sind 269 px breit, haben eine minimale Höhe von 20 px und einen 1 px starken Rahmen (Farbe Khaki 1). Die Buttons ‚abbrechen‘ und ‚senden‘ sind linksbündig mit den Formularfeldern nebeneinander angeordnet.

Nicht ausgefüllte Pflichtfelder werden nach dem ‚Abschicken‘ rot umrandet, die Beschriftung dieser Felder wird mit einer roten Hintergrundfarbe versehen, die Schriftfarbe wechselt von schwarz auf weiß.

## Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline:</b> Verdana Bold Schwarz #000000	12 px
<b>Text:</b> Verdana Regular Schwarz #000000	12 / 17 px
<b>Hinweis-Text:</b> Verdana Regular Khaki #9F954D	11 px

# D / 4.0 ONLINE-NEWSLETTER



Für swb und die swb-Tochtergesellschaften gibt es eine allgemeine Vorlage für Newsletter mit folgendem Aufbau:

- (1) swb Logo am oberen rechten Rand
- (2) Titel des Newsletter, z. B. swb Beleuchtung - Newsletter
- (3) Verlaufs balken im Header
- (4) Headline/Ausgabennummer
- (5) Khaki-Verlaufs balken
- (6) Contentbereich (User-Ansprache)
- (7) Bereich für Impressum und rechtliche Hinweise
- (8) Impressum
- (9) Link zu [www.swb-gruppe.de](http://www.swb-gruppe.de) bzw. der Website der Gesellschaft

Alle verwendeten Elemente beziehen sich auf die Gestaltung für Websites.

Vgl. | D | 1.4 Digitale Medien

## Schriftgrößen/ZAB

<b>Headline:</b> Arial Bold Rot #df252b	14 px
<b>Zwischenüberschriften:</b> Arial Bold Grau #5c5b5b	12 / 17 px
<b>Fließtext:</b> Arial Regular Grau #5c5b5b	12 / 17 px

---

## D / 5.0 POWERPOINT-PRÄSENTATIONEN

---

Powerpoint-Präsentationen Rernatiae. Ut ipsum apit, Erum a delis et int et pore magna dolorum ventibus dolorit unt parc reptia sam, alia quossus.

Tibus aperfer rumquia ipsum que et ita quid undaeperrum etur? Lent aut liquate mporep rta quos simporunt officiis reur sequae sus quatio pel orumnoy lectati tecestiatqui isimo quo debitaerunt. Estis aut aborpori dis simusam esse ayi i capoma vollabore id mil-luptaqui in praerangr emle iunre que recab is rest mincius as sitiis ercia vel et de arborpos sapelibus.

Itati sae sus etur, inus vellabor sim num faccum volecatem. Nam, volupta erchit, to comnimus ullorit omnienis sum dolor autent rat

**Inhalt ist in  
Abstimmung**