

Inspiratie document

Ik heb elementen gekozen vooral voor hun netheid en duidelijkheid. Dit zorg er heel erg voor dat goed leesbaar is en er verzorgd uitziet. Bij beide Twitter en Spotify is dit het geval. Van deze 2 zal ik daarom ook mijn inspiratie voor de brand guide halen.



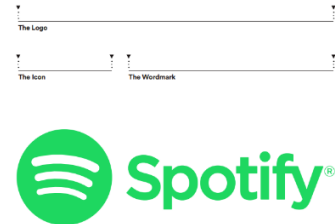
The Logo

First things first: while Spotify communications are made up of the four elements, the Logo is the focal point — an instantly recognizable symbol of the brand. That's why it's important to use the Logo exactly as specified in these guidelines.

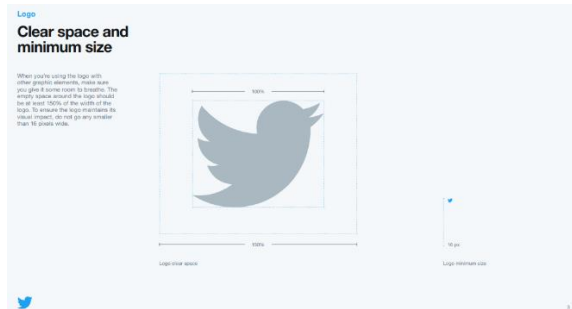
Our Logo is the combination of a simple and modern Wordmark with the Icon.

The Icon stands for a lot of things — streaming, of course, but also sound waves and movement, as well as sharing and community.

We are very proud of our Logo, and would appreciate if you could follow these guidelines to ensure it always looks its best.



Beide laten op het begin het logo zien en vertellen hier iets over. Ook zetten ze er meteen een aantal regels bij waar iedereen zich aan moet houden bij het gebruik van het logo.

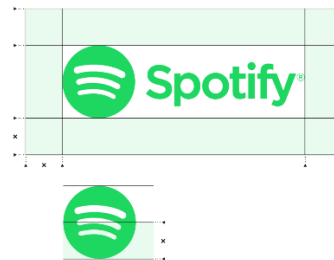


The Exclusion Zone

The Exclusion Zone ensures the legibility and impact of the wordmark by preventing other elements such as text and supporting graphics.

The word should be considered as an absolute minimum safe distance, it must cover the logo when the graphic elements are not visible.

The exclusion zone is equal to half the height of the icon (marked as 'x' in the diagram).

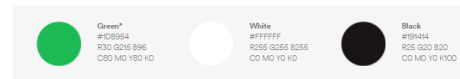


Daarna wordt er bij beide vertelt over de positionering. Dit doen ze op dezelfde duidelijke manier. Ze zetten de tekst aan de linkerkant met duidelijk grote afbeeldingen aan de rechterkant.



Our Colours

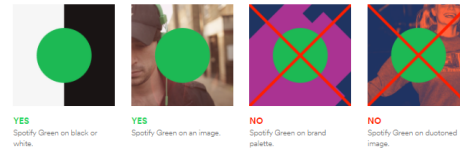
Spotify has always been green, and that won't change. While embracing a much more colourful language in our brand communications, Spotify Green is our resting colour, used only in situations where the brand palette is not being used.



*Note that this green is darker than the green we use on the Spotify logo, which we refer to as light green. The green featured above is optimized for accessibility and legibility. Light green is only intended to be used with the official Spotify logo.

Rules with Colours

Spotify Green should only ever sit on white, black, or a non-duotoned photograph. Spotify Green will mostly exist in the app. Spotify Green should never be used as or with a colour from the brand palette, or a duotoned image.



Our Fonts

These are our brand fonts. If a partner project is being built internally at Spotify, the Circular font can be used without licensing issues, if not fallback fonts must be used.



Kleuren zijn ook weer op een duidelijke manier opgezet. Ook hier vindt het Twitter iets beter. Het is gewoon iets netter opgezet.

Zoals ik dus al meerdere heb beschreven, zijn deze 2 vooral mijn inspiratie door de duidelijkheid en netheid. Dit ga ik ook gebruiken in mijn eigen brand guide.