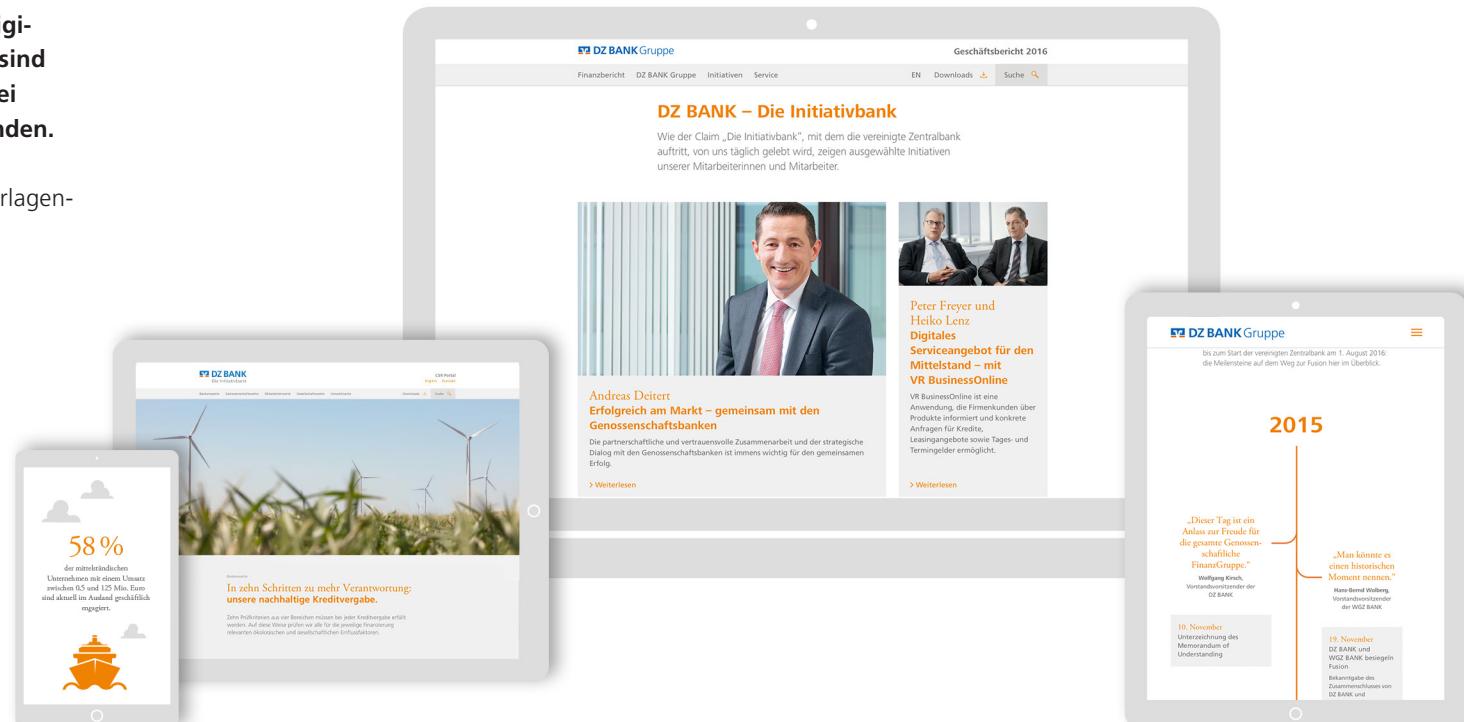


# Website. Allgemein.

Der Bereich der digitalen Medien umfasst eine große Bandbreite an Kommunikationsanwendungen. Je nach Anwendungsart und Zielgruppe können die Anforderungen, die an UX, UI und damit auch die Gestaltung gestellt werden, unterschiedlich sein.

**Um die Markenzugehörigkeit über alle digitalen Medien hinweg zu gewährleisten, sind die Gestaltungsvorgaben der DZ BANK bei allen Applikationen konsequent anzuwenden.**

- ☐ Auf dem DZ BANK Brandportal stehen Vorlagen- dateien zum Download bereit.



# Website. UX-/UI-Design.

Auch online wird die Marke DZ BANK über ein konsistentes Erscheinungsbild definiert. Darüber hinaus soll eine charakteristische Interaktion über alle Anwendungen und Geräte hinweg ein positives Nutzererlebnis mit der Marke assoziieren und eine langfristige Bindung unterstützen.

Ein klar definiertes UX-/UI-Design dient als gemeinsame Grundlage, um neue Anwendungen im digitalen Raum zu entwickeln und längerfristig zu verbessern.

## ANFORDERUNGEN AN DAS UX-/UI-DESIGN

### 1. KLARHEIT

- Fokussierung auf das Wesentliche und klare Hierarchien
- Verzicht auf überflüssige grafische Stilmittel und dekorative Elemente
- Nutzung klarer Begriffe in einer unmissverständlichen Sprache

### 2. KONTEXT

- Sinnvolle Verknüpfung von Inhalten
- Fokussierung auf die Bedürfnisse und Ziele der jeweiligen Nutzergruppen

### 3. KONSISTENZ

- Einheitliche Nutzung von Inhalten, Funktionen und Hierarchien über alle Geräte hinweg
- Konsistenter Einsatz des Corporate Designs

### 4. DETAILS

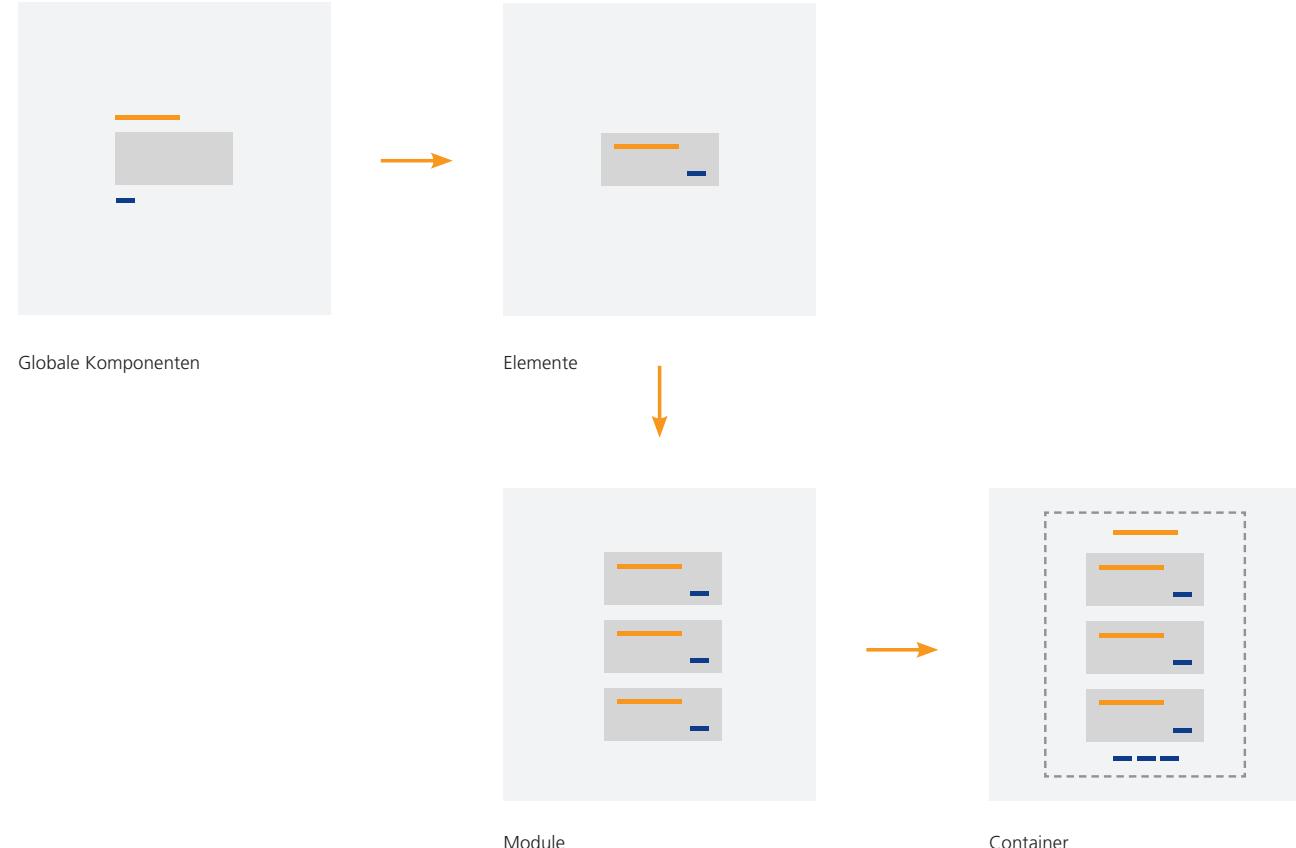
- Interaktionen und Animationen schaffen ein hochwertiges, begeisterndes und markentypisches Nutzererlebnis



# Website. Komponenten. Einführung.

Im Folgenden wird das Gestaltungsprinzip vorgestellt und der Einsatz von globalen Komponenten, Elementen, Modulen und Containern beschrieben. Das Kapitel „Gestaltungsprinzipien“ gibt einen Einblick in die grundlegende Systematik der Gestaltung einer Website. Das Kapitel „Globale Komponenten“ beschreibt den Umgang mit Logo, Typografie, Farbe etc. innerhalb dieser Anwendung. „Elemente“ bilden die Grundlage für die Erstellung von Modulen. Zu den Elementen zählen Buttons, Checkboxen, Formularfelder etc. „Module“ sind in sich geschlossene Einheiten, die eine Kernfunktion abbilden. „Container“ wiederum fassen mehrere Module mit ihren Funktionen zu einem zusammengehörigen Ablauf zusammen.

Eine Auswahl an CD-konformen Elementen und Modulen finden Sie im Brandportal als Sketchdatei zum Download. Bei Fragen hierzu wenden Sie sich bitte an das „Team Markenmanagement“.

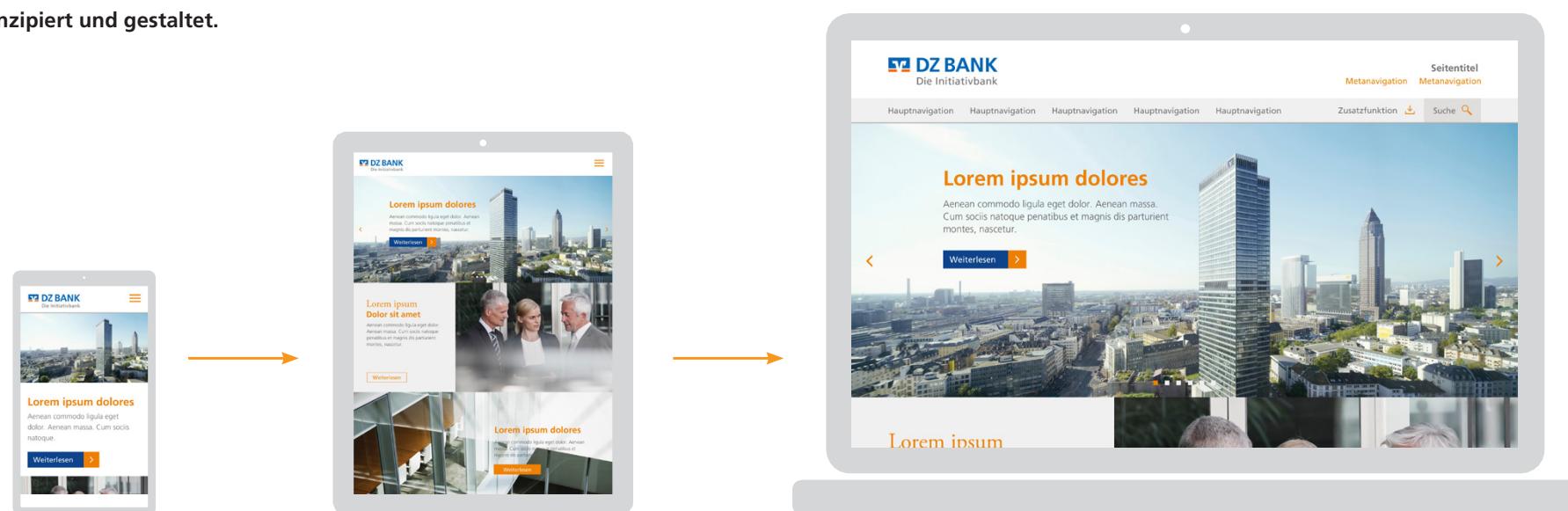


# Website. Gestaltungsprinzipien. User-Interface-Einstieg.

User Interfaces werden nutzerorientiert und immer dem Anspruch des jeweiligen Einsatzzweckes entsprechend umgesetzt. Der konsistente Einsatz des Erscheinungsbildes der DZ BANK schafft ein systemübergreifendes, ausbalanciertes Nutzererlebnis. Die Basis dafür ist ein Baukasten aus globalen Komponenten, Elementen und Modulen, die vielseitige Möglichkeiten für die Darstellung von Inhalten und Funktionen bieten.

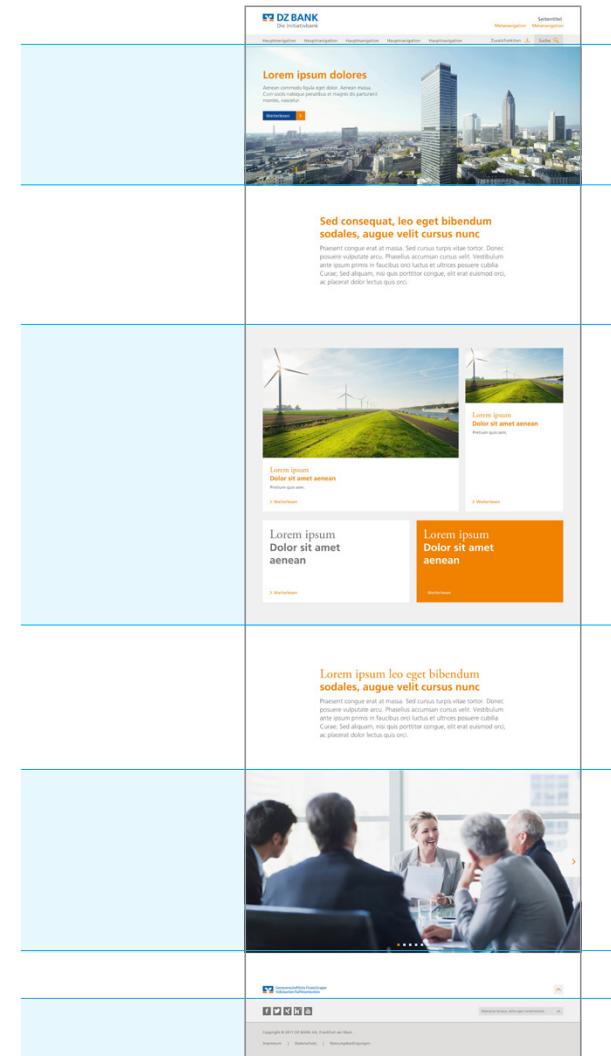
## MOBILE FIRST

Soll eine Anwendung auf unterschiedlichen Geräten ausgegeben werden, wird sie zuerst für kleine Viewports konzipiert und gestaltet.



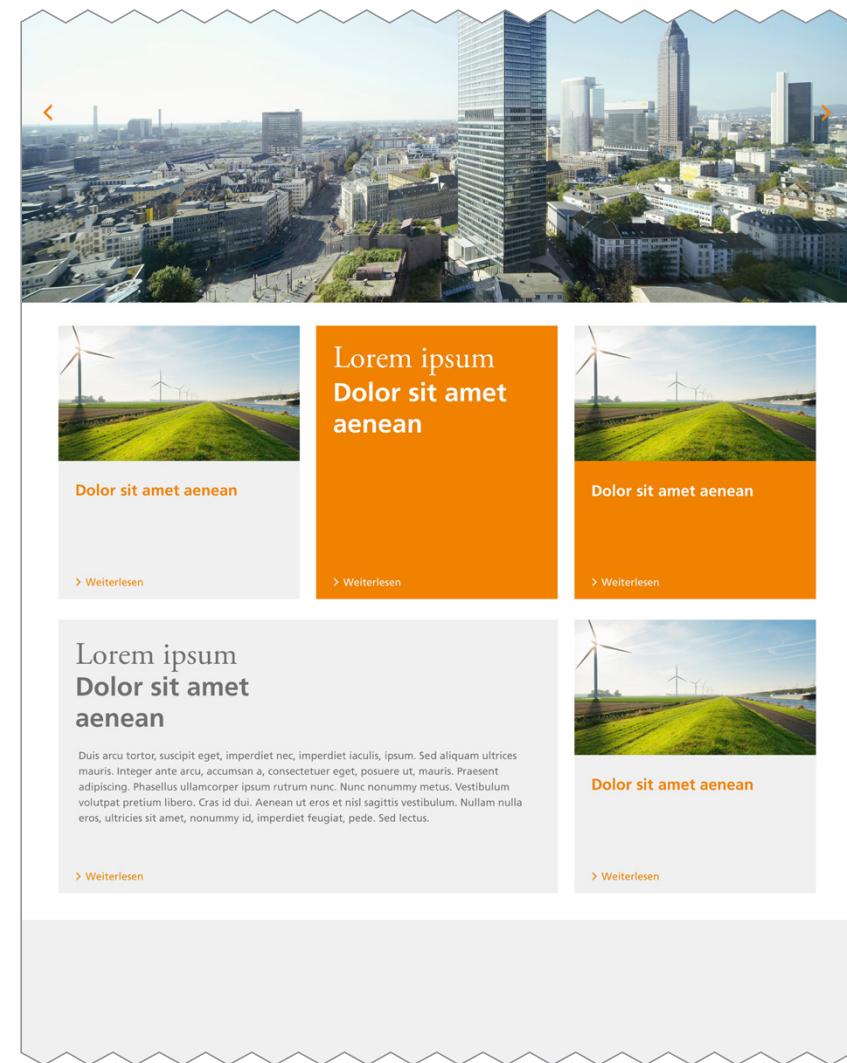
# Website. Gestaltungsprinzipien. Einteilung in Flächen.

Um Inhalte und Zusammenhänge klar zu strukturieren, wird das Layout durch eine horizontale flächige Aufteilung gegliedert.



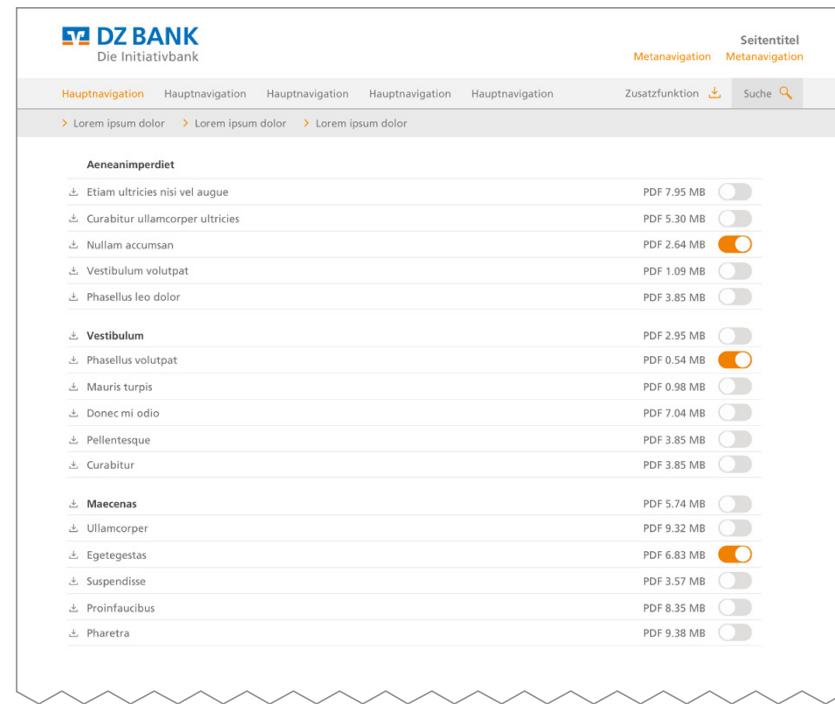
# Website. Gestaltungsprinzipien. Einsatz von Kacheln.

Inhalte können innerhalb rechteckiger Kacheln dargestellt werden, die bündig und mit deutlichem Abstand zueinander platziert werden. Kacheln können unterschiedliche Funktionen erfüllen, zum Beispiel als Teaser für weitere Inhalte oder zur Organisation kurzer Informationen.



# Website. Gestaltungsprinzipien. Trennung von Elementen.

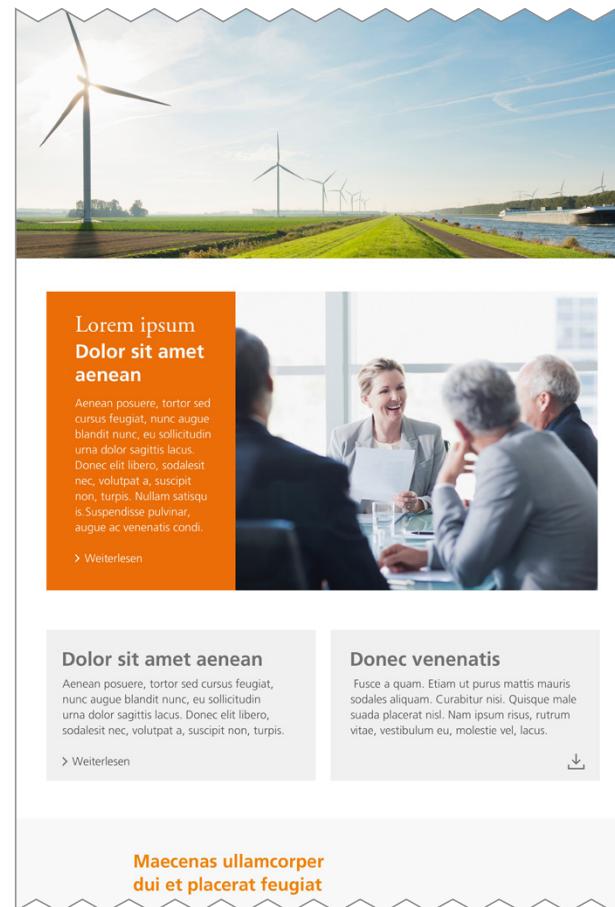
Elemente werden in einem deutlichen Abstand voneinander gesetzt. Müssen sie aus Platzgründen kompakter gruppiert werden, wird eine feine Linie als Trennelement genutzt.



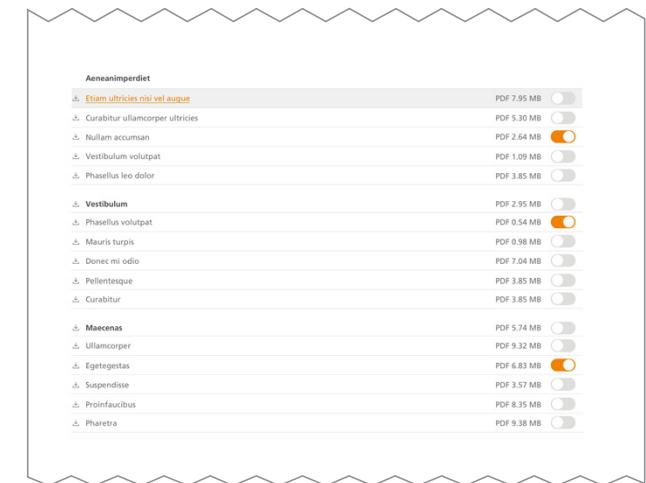
# Website. Gestaltungsprinzipien. Hierarchisierung und Hervorhebung.

Wichtige Elemente und Inhalte werden durch ihre Größe und Anordnung hervorgehoben. Ihre Aufmerksamkeitsstärke erhalten sie beispielsweise durch eine orangefarbene Unterlegung und prominente Platzierung, die sie in den Fokus des Nutzers rückt.

Aktive Navigationspunkte einer Liste werden in Orange und unterstrichen hervorgehoben und erhalten eine graue Hinterlegung.



Hervorhebung durch Farbe und Größe



Hervorhebung durch farbliche Markierung und Unterstreichung

# Website. Gestaltungsprinzipien. Überlagerungen.

Überlagerungen werden nur aus funktionalen Gründen genutzt, wie zum Beispiel bei einem „Sticky Header“. Auf Schlagschatten wird dabei verzichtet, die über dem Layout liegende Fläche wird durch eine feine Linie abgegrenzt.



Sticky Header in der Desktop-Ansicht



Sticky Header in der Mobile-Ansicht

# Website. Gestaltungsprinzipien. Horizontale und vertikale Platzierung.

**Die Anordnung von Elementen folgt der Regel einer vertikalen und horizontalen Bündigkeit. Diese sorgt für eine klare Gliederung der Website.** Die horizontale Platzierung kann sich an einem flexiblen und optional anwendbaren 12-spaltigen Raster orientieren. Einheitliche Abstände ergeben ein ruhiges und ausgewogenes Gesamtbild. Die maximale Breite wird nicht anhand globaler und an bestimmten Devicegrößen festgelegter Breakpoints abgeleitet, sondern für jedes Projekt festgelegt.

Inhalte werden generell zentriert innerhalb des Contentbereichs dargestellt. Flächen, die einer horizontalen Aufteilung dienen (wie Navigation, Hintergrundflächen und Footer), sowie große Module (wie Bühnenbilder und Slider) können die volle Breite des Viewports ausnutzen und werden abhängig vom Seitenverhältnis des Viewports skaliert. Navigations- und Textelemente sowie Teaser sollten nicht über den Contentbereich hinaus platziert werden.

Für Textelemente ist immer eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten. Schriftgröße und Zeilenlänge sind daher so zu gestalten, dass sich ein angenehmer Lesefluss ergibt. Für Fließtexte sollte die ungefähre Zeichenanzahl zwischen 45 und 75 Anschlägen pro Zeile liegen. Einlesetexte auf Teaserkacheln können kürzer sein.

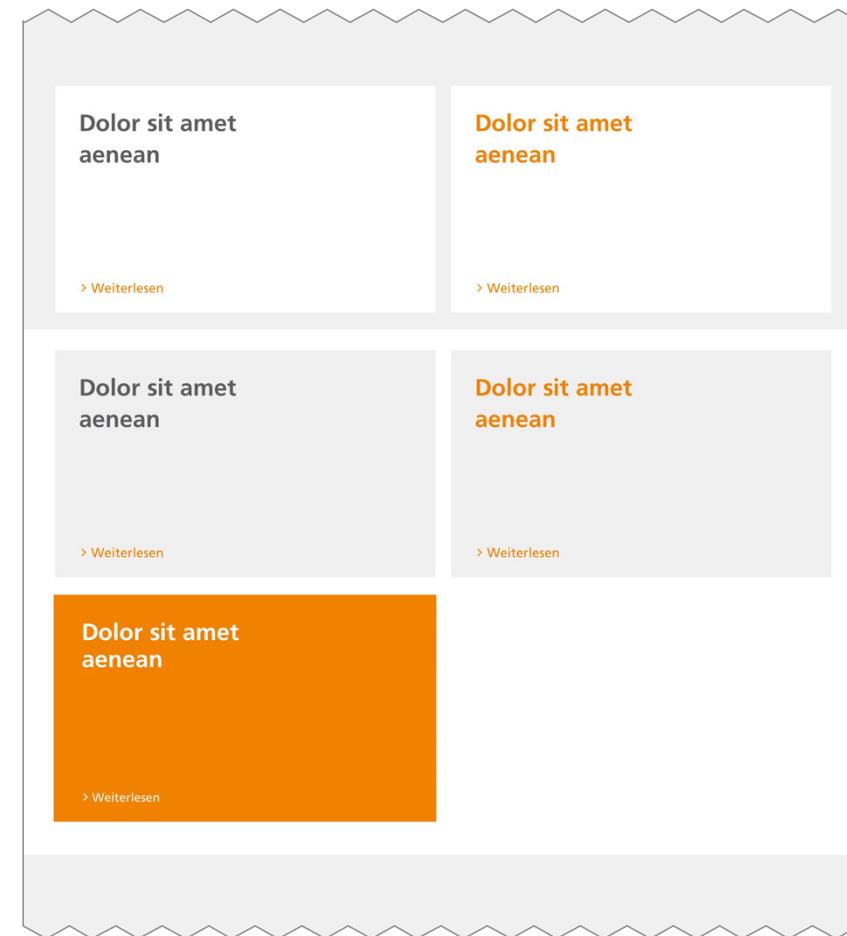
Kleine Module (wie bspw. Teaser) können innerhalb des Contentbereichs variabel platziert werden.



## Website. Gestaltungsprinzipien. Platzierung auf Farben.

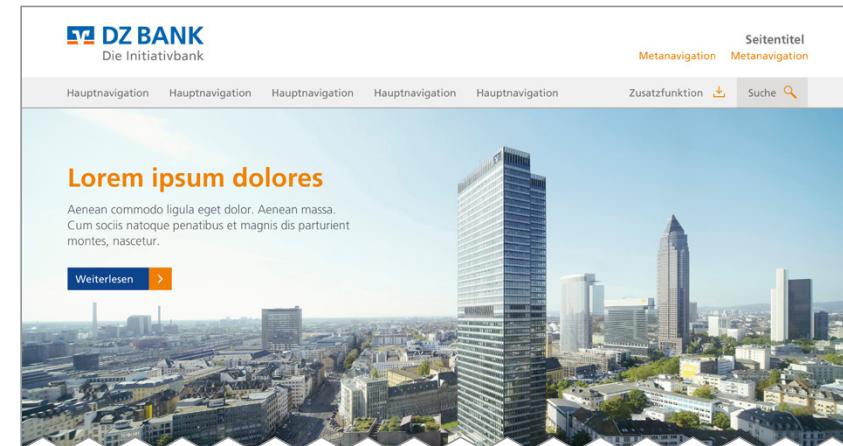
Bei der Platzierung von Elementen auf farbigen Hintergründen ist darauf zu achten, dass die Inhalte ausreichend zur Hintergrundfarbe kontrastieren. Ist der Hintergrund Weiß, werden darauf dunkle oder orangefarbene Komponenten platziert. Ist der Hintergrund Grau oder Orange, kommen darauf weiße und helle Komponenten zur Anwendung.

Bei Hover dunkelt sich die Hintergrundfläche ab. Hierbei kann sich an den Interaktionselementen orientiert werden. Das Animationsverhalten der Abdunklung kann dem Punkt „Animation“ entnommen werden.



# Website. Gestaltungsprinzipien. Platzierung auf Bildern und Videos.

Bei der Platzierung von Elementen auf Bildern und Videos ist eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten. Auf unruhigen oder dynamischen Hintergründen kann eine schwarze Fläche mit einer Deckkraft von bis zu 30 % über dem gesamten Bild oder Video eingesetzt werden.



Platzierung von Headline, Copytext und Button auf ruhigem Hintergrund



Platzierung von Headline und Button auf unruhigem oder dynamischem Hintergrund

# Website. Gestaltungsprinzipien. Platzierung der Logos.

Das DZ BANK Logo wird prominent im Header platziert. Auch auf den Unterseiten muss das Logo an dieser Position sichtbar sein. Die Höhe des Logobereichs inklusive des Logos kann beim Herunterscrollen kleiner skaliert werden, um den Content besser zur Geltung zu bringen.

In Ausnahmefällen (werbliche Kommunikation wie zum Beispiel die Landingpage einer Kampagne) ist der Einsatz des Positivlogos auf einer weißen Fläche in Größe des Schuttraumes zulässig.

Die dargestellten Logobeispiele gründen auf dem Kapitel 1.1.

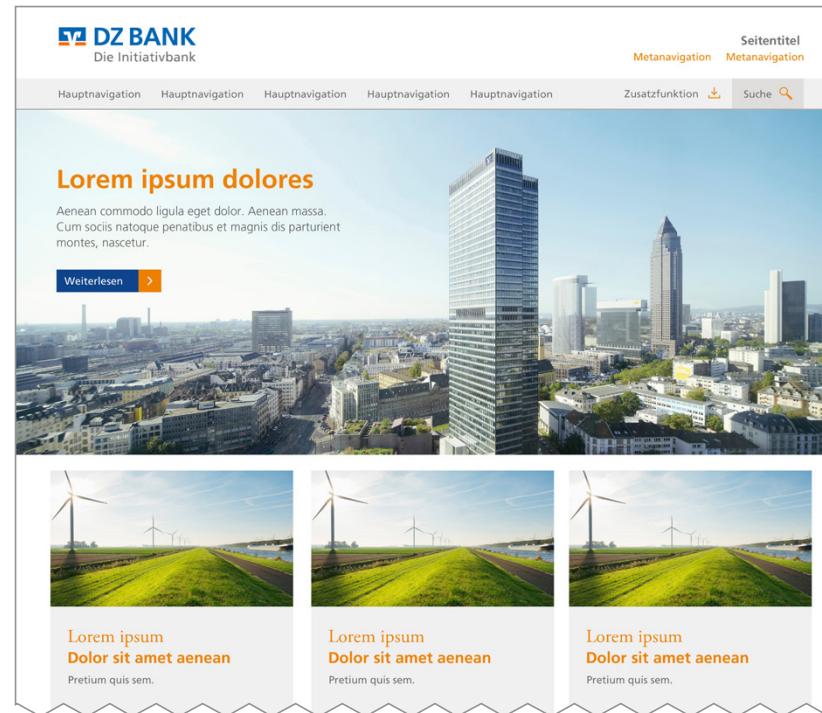
The image contains three screenshots of website pages from the DZ BANK Corporate Design Manual, demonstrating different ways to place the logo:

- Platzierung des Logos im Header der Startseite:** Shows the logo in the top left corner of the main page header, which includes a navigation bar with multiple "Hauptnavigation" items, a "Zusatzfunktion" button, and a search bar.
- Platzierung des Logos im schmäleren Header einer Unterseite:** Shows the logo in the top left corner of a narrower header on a secondary page, which has a single "Hauptnavigation" item and a "Weiterlesen" button.
- Platzierung des Logos auf weißer Fläche:** Shows the logo centered on a plain white background, which is part of a larger graphic element featuring a stylized building facade and a blue sky.

Each screenshot includes placeholder text ("Lorem ipsum") and a "Weiterlesen" button.

# Website. Gestaltungsprinzipien. Größe von Text und Komponenten.

Schriftgrößen und Komponenten sind in ihrer Größe so zu gestalten, dass sie sich an die Viewportbreite und ihren Verwendungszweck anpassen. Bei kleinen Viewports ist es ratsam, das Layout kompakt zu halten. Bei größeren Viewports bietet es sich an, mit mehr Weißraum zu arbeiten. Eine gute Les- und Sichtbarkeit auf allen Geräten ist dabei der Maßstab für die frei wählbaren Schriftgrößen.



Platzierung von Headline, Copytext und Call-to-Action-Button auf der Bildebene



Platzierung der Textebene unterhalb des Bildes bei kleiner Viewportgröße

# Website. Gestaltungsprinzipien. Buttons und Interaktionen.

Eine klare Hierarchie der Interaktionselemente ermöglicht dem Nutzer eine schnelle Orientierung. Das aufmerksamkeitsstärkste Element ist der „Primary Button“, der das Nutzerinteresse auf den wichtigsten Inhalt einer Seite lenkt. „Secondary Buttons“, „Text-Buttons“ und weitere Interaktionen werden je nach Informationshierarchie den einzelnen Elementen entsprechend zugeordnet.

Primary Button



Secondary Button



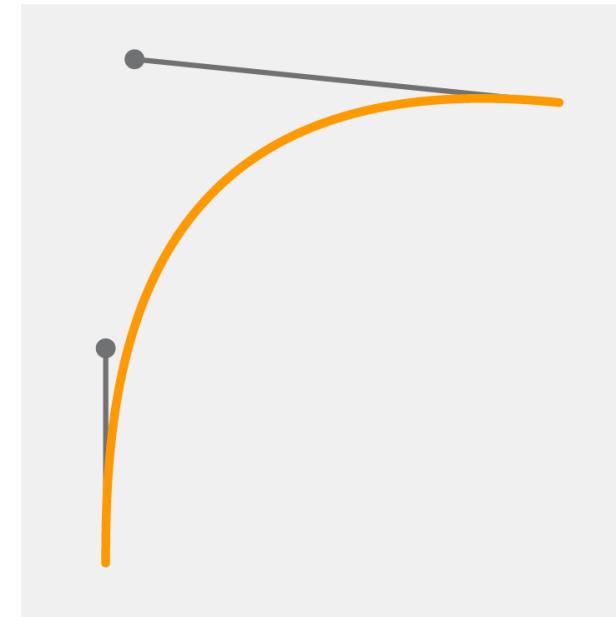
Text-Button



Icon-Button

## Website. Gestaltungsprinzipien. Animationen.

Animationen sorgen für ein lebendiges Erscheinungsbild einer Anwendung und verbessern das Nutzererlebnis. Die Animationsgeschwindigkeit beim Ein- und Ausblenden gehört zu den subtilen, markentypischen Charakteristika des DZ BANK Erscheinungsbildes und ist daher konsistent anzuwenden.



Definition CSS für  
Web-Anwendungen;  
Transitiontiming-Funk-  
tion: cubic-bezier  
(0, 0.42, 0.04, 1.1)

## Website. Globale Komponenten. Logo.

Die Logos der DZ BANK, der DZ BANK Gruppe und der Genossenschaftlichen FinanzGruppe werden unter Berücksichtigung des jeweils geltenden Schutzraumes linksbündig platziert. Alle Logos sind in identischer Skalierung eingesetzt, sodass die Bildmarken für die unterschiedlichen Viewports die gleiche Größe aufweisen.

Aus der nachfolgenden Tabelle können die Richtwerte für die Skalierung der Logos abgelesen werden.



Desktop-Ansicht

Mobile-Ansicht

## Website. Globale Komponenten. Logo.

Vermaßung des Logos ohne Schutzraum.	VIEWPORTS		
	größer als 1024 px	768 x 1024 px	kleiner als 768 px
 <b>DZ BANK</b> Die Initiativbank	Größe: <b>228 x 57 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">100 %</span> Abstand oben und unten: <b>30 px</b>	Größe: <b>190 x 47 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>	Größe: <b>129 x 32 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">56 %</span> Abstand oben und unten: <b>17 px</b>
 <b>DZ BANK</b>	Größe: <b>228 x 30 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">100 %</span> Abstand oben und unten: <b>30 px</b>	Größe: <b>190 x 25 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>	Größe: <b>129 x 17 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">56 %</span> Abstand oben und unten: <b>17 px</b>
 <b>DZ BANK Gruppe</b>	Größe: <b>354 x 38 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">100 %</span> Abstand oben und unten: <b>30 px</b>	Größe: <b>302 x 31 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>	Größe: <b>205 x 21 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">56 %</span> Abstand oben und unten: <b>17 px</b>
 <b>DZ BANK Group</b>	Größe: <b>338 x 38 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">100 %</span> Abstand oben und unten: <b>30 px</b>	Größe: <b>287 x 31 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>	Größe: <b>194 x 21 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">56 %</span> Abstand oben und unten: <b>17 px</b>
 Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken	Größe: <b>271 x 30 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">100 %</span> Abstand oben und unten: <b>30 px</b>	Größe: <b>226 x 25 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>	Größe: <b>226 x 25 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>
 Volksbanken Raiffeisenbanken cooperative financial network	Größe: <b>240 x 33 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">100 %</span> Abstand oben und unten: <b>30 px</b>	Größe: <b>201 x 28 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>	Größe: <b>201 x 28 px</b> <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">83 %</span> Abstand oben und unten: <b>25 px</b>

## Website. Globale Komponenten. Farben.

Der Einsatz von Farben orientiert sich am definierten Farbcode der DZ BANK. Die primären Corporate-Farben sind DZ BANK Orange und DZ BANK Blau sowie Weiß. Als sekundäre Farbe wird DZ BANK Grau verwendet.

**Orange ist die charakteristische Farbe der DZ BANK und kann im Onlineauftritt zur Hervorhebung von Auszeichnungen und Details berücksichtigt werden. Das Erscheinungsbild soll genug Weißraum und ein klares Bild erzeugen.**

DZ BANK Farbcode



**DZ BANK Orange**  
#F08200  
rgba (240, 130, 0, 0)

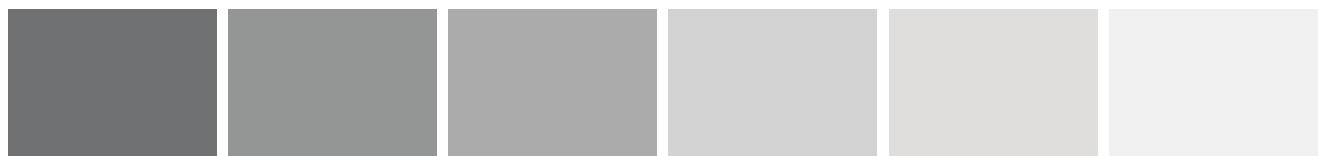
**DZ BANK Grau, dunkel**  
#707172  
rgba (112, 113, 114, 0)

**Weiß**  
#FFFFFF  
rgba (255, 255, 255, 0)

**DZ BANK Blau**  
#0e3c8a  
rgba (14, 60, 138, 0)

Grautöne

Zur Unterstützung der Farbpalette können Grautöne verwendet werden



#7F7F7F  
rgba (127, 127, 127, 0)

#949595  
rgba (148, 149, 149, 0)

#ABABAB  
rgba (171, 171, 171, 0)

#D2D2D2  
rgba (210, 210, 210, 0)

#DFDEDD  
rgba (223, 222, 221, 0)  
#F0F0F0  
rgba (240, 240, 240, 0)

## Website. Globale Komponenten. Typografie.

Der Einsatz der Typografie basiert auf den Hausschriften der DZ BANK. Online ist die primäre Hausschrift die Frutiger Next. Die Adobe Garamond ist die weitere Hausschrift der DZ BANK und wird online ausschließlich für die Schriftenkombination in Headlines der Bühne oder auf Hauptteaser verwendet. Besondere Inhalte können so mit geringem redaktionellem Aufwand hervorgehoben werden.

Die dargestellten Typografiebeispiele gründen auf dem Kapitel 1.4 und können je nach Projekt ergänzt und abgewandelt werden. Die Wahl der Schriftgrößen ist mit Blick auf ihren Verwendungszweck und die Viewportbreite zu treffen. Generell ist eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten. Schrift muss daher immer ausreichend groß abgebildet werden. Für alle Textelemente wird die gut lesbare Gemischt-Schreibweise verwendet. Unterschiedliche Schriftschnitte helfen bei einer klaren Gliederung von Inhalten.

Die Beispiele verdeutlichen die Hierarchie des Schriftein- satzes und können jeweils in den entsprechenden DZ BANK Farben eingesetzt werden.

### SCHRIFTMISCHUNG

Die plakative Schriftmischung von Garamond und Frutiger ist charakteristischer Bestandteil des Corporate Designs der DZ BANK. Vgl. Kapitel 1.4.

Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.

# Headline

# Headline

# Headline

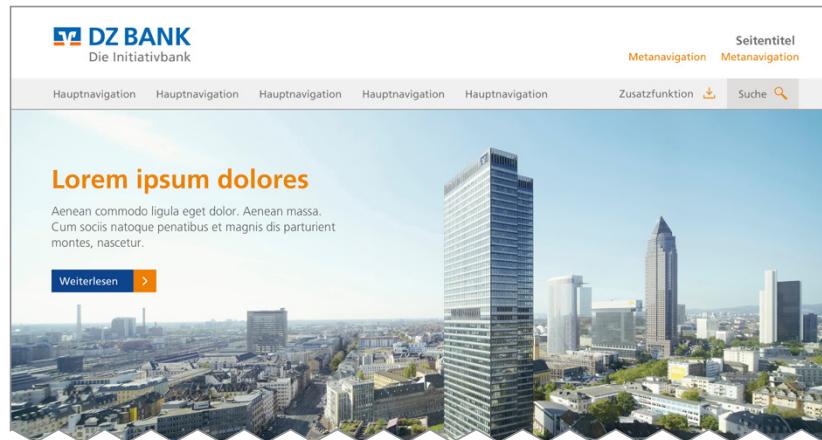
## Introtext

**Copytext: Ferum Hervorhebungen minum Cum sociis na-  
toque penatibus et magnis dis parturient montes, nasce-  
tur ridiculus mus. Donec quam felis.**

» Listen

# Website. Globale Komponenten. Typografie.

Generell ist eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten, die über alle Breakpoints erhalten bleibt.



Desktop-Ansicht: Platzierung der Headline und des Copytexts auf der Bildebene



Mobile-Ansicht: Platzierung der Textebene unterhalb des Bildes

## Website. Globale Komponenten. Icons.

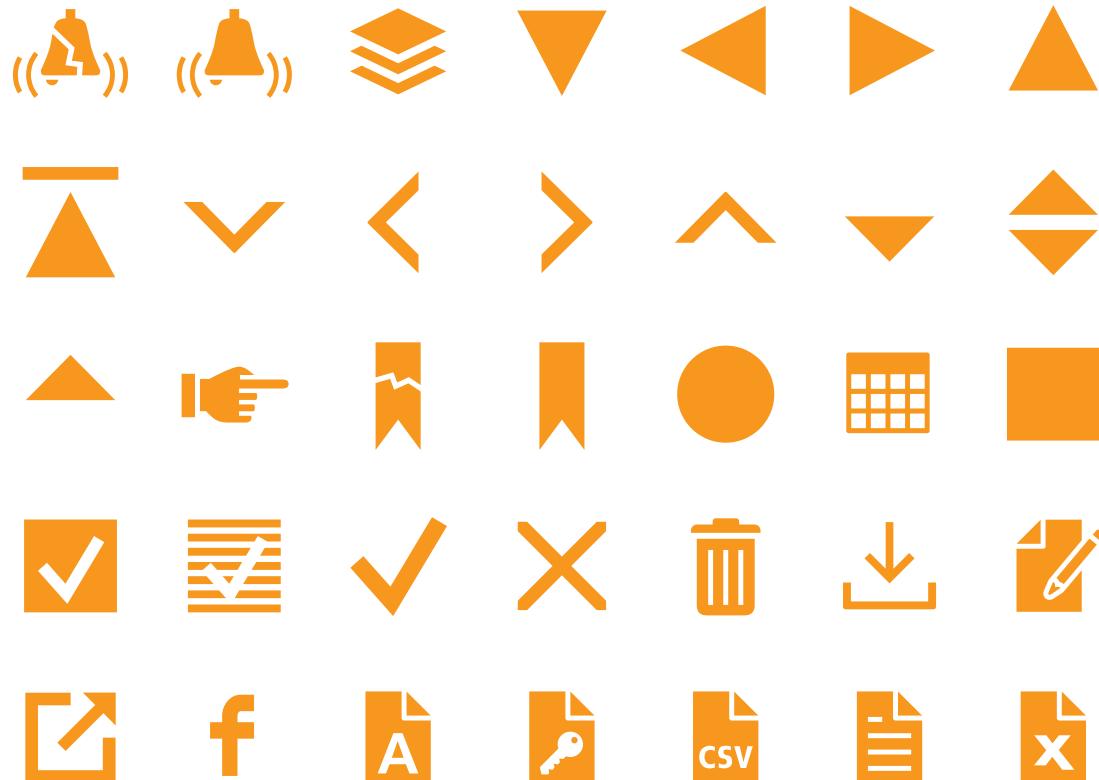
Grafische Symbole wie Icons unterstützen bei der Nutzerführung. Sie vereinfachen die Wegfindung auf einer Webseite, indem sie Begriffe illustrieren.

Icons sollten jeweils nur einen Begriff symbolisieren. Beispielsweise sollte das Zeichen für Home (⌂) nicht für einen anderen Zweck als den Hinweis auf den Weg zur Startseite verwendet werden.

### DESIGN

Alle Icons basieren auf Vektoren und werden im SVG-Format in einen Icon-Font eingebettet. Dadurch ermöglicht jedes Icon eine beliebige verlustfreie Skalierung. Die Icons werden zweidimensional gehalten und fügen sich somit in das Flächenkonzept der Webseite ein.

↳ Dies ist ein Auszug; der aktuelle Font kann auf dem DZ BANK Brandportal heruntergeladen werden.



# Website. Elemente. Interaktionen.

Buttons zeigen verschiedene Aktionsmöglichkeiten des Nutzers an und hierarchisieren diese deutlich. Zu welcher Seite sie weiterleiten oder welche Aktion sie auslösen, wird entweder auf textlicher Ebene oder durch ein Icon oder eine Kombination aus Icon und Text kommuniziert.

Die Buttongröße ist flexibel. Sie ist abhängig von der verwendeten Schriftgröße, die sich der jeweiligen Viewportbreite anpassen kann.

Die Alternative des „Primary Button“ kann genutzt werden, um ein stimmiges Erscheinungsbild zu erzeugen, z.B. um einen guten Kontrast zum Hintergrund zu gewährleisten.

Die Alternative des „Secondary Button“ ermöglicht eine Steuerung der Farbverteilung, um sich somit der jeweiligen Plattform anzupassen.

Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



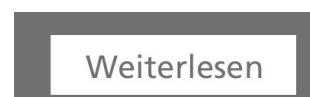
inactive



hover



inactive



hover



inactive



hover

## PRIMARY BUTTON

Der Primary Button steht bei der wichtigsten Informationshierarchie einer Website.

## SECONDARY BUTTON

Bei einer nachgeordneten Informationshierarchie wird der Secondary Button eingesetzt.

# Website. Elemente. Interaktionen.

› [Lorem ipsum dolor](#)

› [Lorem ipsum dolor](#)

› [Lorem ipsum dolor](#)

inactive

› [Lorem ipsum dolor](#)

› [Lorem ipsum dolor](#)

› [Lorem ipsum dolor](#)

hover

Suche

Suche

Downloads

Externer Link

inactive

Suche

Suche

Downloads

Externer Link

hover

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor



inactive

Lorem ipsum dolor

Lorem ipsum dolor



active

## TEXT-BUTTON

Der Text Button aus Pfeil-  
icon (oder einem anderen  
Icon aus dem Iconfont)  
und Text wird als subtiler  
Call-to-Action eingesetzt.

## ICON-BUTTON

Der Icon-Button dient  
dazu, klassische System-  
interaktionen wie zum  
Beispiel Speichern oder  
Drucken oder die Verlin-  
kung zu externen Inhalten  
anzuzeigen.

## RADIO-BUTTONS, CHECKBOXEN UND TOGGLES

Radio-Buttons und Tog-  
gles dienen der Auswahl  
von Informationen.

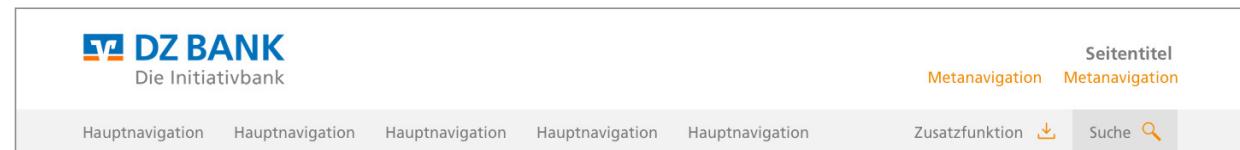
# Website. Module. Navigation große Viewports.

## NAVIGATION FÜR EINFACHE HIERARCHIEN

Unter dem Logostreifen ist die Navigation verankert, die bei Klick aufklappt, sodass weitere Navigationsunterpunkte ausgewählt werden können. Ein aktiver Navigationspunkt wird orange gehightlightet.

Der Nutzer erkennt anhand einer Breadcrumb-Navigation, auf welcher Ebene und in welchem Thema er sich befindet.

⚠ Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



Aufgeklappte Navigation auf Ebene 1



Unterseite mit Breadcrumb

# Website. Module. Navigation kleine Viewports.

## NAVIGATION FÜR EINFACHE HIERARCHIEN

Innerhalb des Logostreifens wird die Navigation durch einen Burger angezeigt, der bei Klick aufklappt, sodass weitere Navigationsunterpunkte ausgewählt werden können. Ein aktiver Navigationspunkt wird orange ge-highlightet.

Der Nutzer erkennt anhand einer Breadcrumb-Navigation, auf welcher Ebene und in welchem Thema er sich befindet. Die Nutzung einer Breadcrumb ist optional.

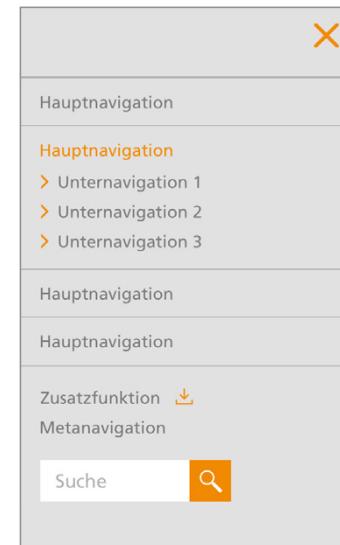
↓ Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



Burger



Aufgeklappte Navigation auf Ebene 1



Bei aktivierter Navigation auf Ebene 1 werden die Navigationspunkte der Ebene 2 angezeigt



Unterseite mit Breadcrumb

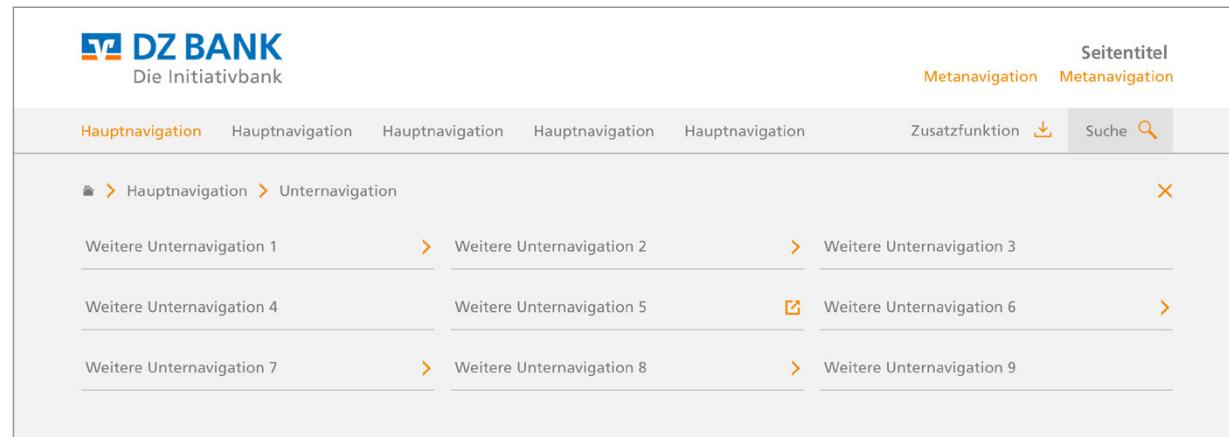
# Website. Module. Navigation große Viewports.

## NAVIGATION FÜR KOMPLEXE HIERARCHIEN

Unter dem Logostreifen ist die Navigation verankert, die bei Klick aufklappt, sodass weitere Navigationsunterpunkte ausgewählt werden können. Ein aktiver Navigationspunkt wird orange gehightlightet. Navigationspunkte mit zusätzlich tieferen Navigationsebenen erkennt man an einem Pfeil. Der Wechsel zwischen den Niveauebenen wird über eine horizontale Bewegung von rechts nach links visualisiert.

Der Nutzer erkennt anhand einer Breadcrumb in der Navigation, auf welcher Ebene und in welchem Thema er sich befindet. Über das Icon „X“ oder einen Klick außerhalb der Navigation wird diese geschlossen.

Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



Aufgeklappte Navigation auf Ebene 1



Unterseite mit Breadcrumb

# Website. Module. Navigation kleine Viewports.

## NAVIGATION FÜR KOMPLEXE HIERARCHIEN

Unter dem Logostreifen ist die Navigation verankert, die bei Klick aufklappt, sodass weitere Navigationsunterpunkte ausgewählt werden können. Ein aktiver Navigationspunkt wird orange gehightlightet. Navigationspunkte mit zusätzlich tieferen Navigationsebenen erkennt man an einem Pfeil. Der Wechsel zwischen den Navigationsebenen wird über eine horizontale Bewegung von rechts nach links visualisiert.

Im Header der Navigation kann der Nutzer sehen, auf welcher Ebene und in welchem Thema er sich befindet. Über den Pfeil zurück kann er in vorherige Navigationsebenen zurückgehen, über das Icon „X“ oder einen Klick außerhalb der Navigation wird diese geschlossen.

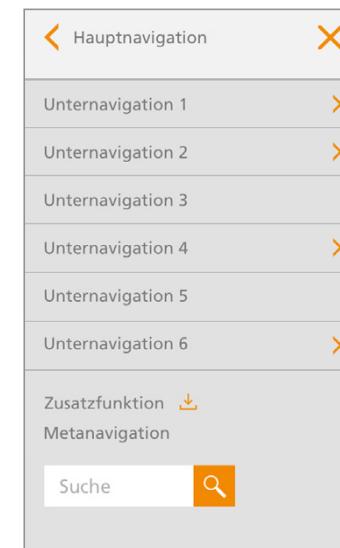
Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



Burger



Aufgeklappte Navigation auf Ebene 1



Aufgeklappte Navigation auf Ebene 2

# Website. Module. Navigation. Hauptnavigation.

## OPTIONALE ERWEITERUNG UM BILDTEASER

Zusätzlich können in dieser Variante im unteren Bereich Highlightthemen in Form von Bildteasern eingefügt werden. Besondere Themen können so prominent hervorgehoben werden.

Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.

The screenshot shows the DZ BANK website's main navigation bar. The navigation bar includes the DZ BANK logo, the text "Die Initiativbank", and several menu items labeled "Hauptnavigation". To the right of the menu, there are links for "Seitentitel", "Metanavigation", and "Metanavigation". Below the menu, a breadcrumb trail shows the path: "Hauptnavigation > Unternavigation". Underneath this, there are three rows of "Weitere Unternavigation" items, each preceded by a small orange arrow icon. At the bottom of the page, there is a section titled "Highlightthema" containing three images of wind turbines in a field, each with a caption and a link.

Highlightthema 1	Highlightthema 2	Highlightthema 3
Link zum Highlightthema 1	Link zum Highlightthema 2	Link zum Highlightthema 3

Aufgeklappte Navigation auf Ebene 1

## Website. Module. Footer.

Der Footer soll standardmäßig bei allen Medien und Viewportgrößen das Logo der Genossenschaftlichen FinanzGruppe und die Social-Media-Icons enthalten.

↓ Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



Desktop-Ansicht



Mobile-Ansicht

# Website. Module. Bühne.

Die Bühne ermöglicht unterschiedliche Positionen für die Platzierung von Headline, Copytext und Call-to-Action. Je nach Bildkomposition werden die Elemente entsprechend platziert. Die Bühnendarstellung unterscheidet sich nach den verschiedenen Viewportgrößen. Bei sehr kleinen Viewports werden Headline, Copytext und Button unterhalb des Bildes platziert.

Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



Mobile-Ansicht



Desktop-Ansicht, vollflächiger Hintergrund Bild oder Video



Desktop-Ansicht, vollflächiger Hintergrund Bild oder Video, Slider



Desktop-Ansicht



Desktop-Ansicht, vollflächiger Hintergrund Bild oder Video

## Website. Module. Teaser.

Teaser ermöglichen verschiedene Varianten der Darstellung. Text und Bildebene können kombiniert werden. Möglich ist auch die prominente Platzierung einer Headline auf farbigem Hintergrund. Unterschiedliche Teasergrößen und ihre Kombination ermöglichen einen abwechslungsreichen Aufbau der Website. Die Teasergröße und ihre Aufmerksamkeitsstärke sind je nach Gewichtung des Inhalts zu wählen.

↓ Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download erhältlich.



### Dolor sit amet aenean

Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis pasaret turient montes, nasce tur.

[> Weiterlesen](#)

Text-Bild-Teaser mit optionalem Copytext, vertikale Anordnung der Elemente

**Lorem ipsum  
Dolor sit amet  
aenean**

Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis pasaret turient montes, nasce tur. Donec sodales sagittis magna.

[> Weiterlesen](#)

**Lorem ipsum  
Dolor sit amet  
aenean**

[> Weiterlesen](#)

**Dolor sit amet aenean**

Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis pasaret turient montes, nasce tur. Donec sodales sagittis magna.

[> Weiterlesen](#)

Text-Teaser mit optionaler Schriftmischung und optionalem Copytext



**Dolor sit amet  
aenean**

Pretium quis sem. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue.

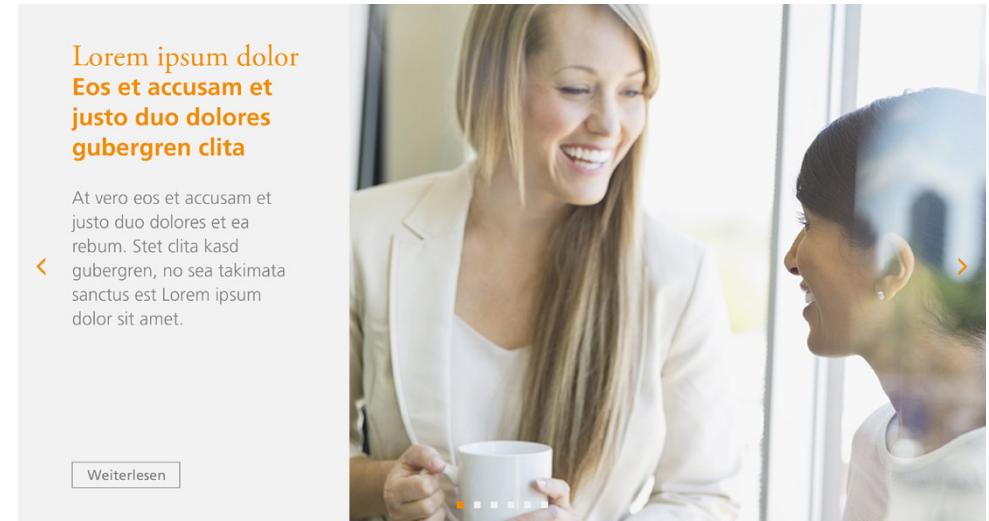
[> Weiterlesen](#)

Text-Bild-Teaser mit optionalem Copytext, horizontale Anordnung der Elemente

## Website. Module. Slider.



Slider, volle Breite, mit Text auf Bild



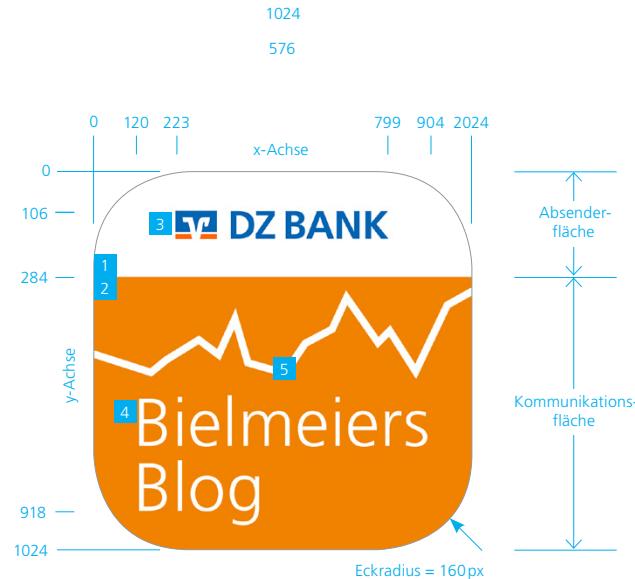
Slider, volle Breite, mit Textbox



Slider im Contentbereich

Sketchdaten sind auf dem Brandportal zum Download  
erhältlich.

## App Icons. Aufbau und Vermaßung.



App Icon  
am Beispiel Bielmeiers Blog

Angaben in px

### ICON GRÖSSE

Basisgröße für die Erstellung  
ist die Maximalgröße (iTunes)  
1024px x 1024px  
Eckradius: 160px

### 1 ABSENDERFLÄCHE

Breite: 1024px  
Höhe: 284px  
Hintergrundfarbe: #ffffff

### 2 KOMMUNIKATIONSFLÄCHE

Breite: 1024px  
Höhe: 740px  
Hintergrundfarbe: #f08200

### 3 POSITIVES DZ BANK LOGO

Breite: 576px  
Abstand oben: 106px  
Horizontal: zertrümt

### 4 NAME DER APP

Schrift: Frutiger 45 Light  
(variabel)  
Größe: 183px (variabel)  
Zeilenabstand: 175px (variabel)  
Schriftfarbe: #ffffffff

### 5 GRAFIK

Liniendicke: 20px (variabel)  
Farbe: #ffffffff



Weitere beispielhafte App Icons