



TRANSGOURMET

MONATSWERBUNG

ARTIKELSEITEN **STYLEGUIDE**

für Lieferanten

GESTALTUNGS-ELEMENTE

KATEGORIE-BANNER

Farbstreifen in der primären Markenfarbe mit textlicher Nennung des Markennamens.

LIEFERANTENLOGO

Maximale Fläche zur Platzierung des Logos, ange-dockt am oberen Rand. Kann auch je nach Format kleiner eingesetzt werden.

HINTERGRUNDBILD

Ideal wäre ein passendes Moodbild mit Hero-Artikel oder Appetite Appeal. Fokusbereich des Motivs sollte in der linken oberen Ecke liegen. Damit Headline und Text gut lesbar stehen, sollte das Motiv nach rechts flächig auslaufen. Im unteren Bildbereich verläuft das Motic ebenfalls in eine ruhige Farbfläche.

Alternativ kann auch ein Texturhintergrund (z.Bsp. Schiefer, Beton, Holz, etc.) entsprechend der Markenidentität gewählt werden, falls kein passendes Moodbild vorhanden ist.



HEADLINE

Erlauben wir hier den Einsatz eigener Markenschriften? Wurde bei Milram beispielsweise gestattet und stärkt die Markenwirkung. Ansonsten müssten wir den Styleguide um den Einsatz der TG-MW-Typo erweitern.

TEXTBEREICH

Hier können allgemeine Infos zur Marke, zu Hero-Produkten, Zertifikaten oder Links/QR-Code zu weiterführenden Informationen platziert werden.

ARTIKELFELDER

Hier stehen Artikelabbildung, Preis sowie zugehörige Daten. Diese Felder werden in einem festen Raster angeordnet. Eine genaue Aufschlüsselung folgt auf den nächsten Seiten.

CONTENTFELDER

Für zusätzliche Inhalte wie Rezeptbilder, Mood-Fotografie, Grafiken, etc. können Contentfelder ergänzt werden. Diese folgen dem gleichen Raster wie die Artikelfelder, stehen jedoch immer unten rechts.

Alle Elemente sind analog für das Doppelseiten-Layout einzusetzen (siehe Template).

ERKLÄRUNG ARTIKELFELD

FARBGEBUNG

Die Primär- und Sekundärfarbe werden abgeleitet aus der Markenidentität. Dafür sollten idealerweise die entsprechenden CI-Guidelines genutzt werden, um die korrekten Farbwerte zu finden.

Die Primärfarbe wird auch für das Banner am oberen Seitenrand genutzt.



ARTIKELNUMMER

Bitte unbedingt die *Artikelnummer des Transgourmet-Sortiments* nutzen, nicht die Artikelnummer aus dem Lieferantensystem!

Artikelabbildung
(wenn möglich Freisteller)

Marke und Produktname

Beschreibungstext. Ipit, cullaute eic tendand eligend ipsunt ut am, ut destis minis dellaboriat officitem qui consecte.

Karton 0 kg
(= 00 Stück à 000 g)
Art.-Nr. 000000

Portion

0.00

Packung 0.00

KENNZEICHNUNG / ICONLEGENDE

Fügen die Lieferanten die Icons selbst ein? Dann müssten wir die gesamte Iconlegende mit Erklärungen mitliefern im Styleguide.

PREISFELD

Werden die von den Lieferanten befüllt? Wenn ja, sollen wir Varianten nach Anzahl der Vor- und Nachkommastellen mit aufschlüsseln und entsprechend ein Templatefile ergänzen?

Portion:

Relevante Produkteinheit, auf die sich die Preisauslobung bezieht.

z.Bsp. Stück, Kilo, Liter, Dose, Glas, Packung, Becher, Flasche, etc.

Packung:

Gemeint ist hier eine übergreifende Verbundgröße, deren Preis gesondert ergänzt wird.

z.Bsp. Karton, Beutel, Packung, Eimer, etc.

Diese Angabe kann auch weggelassen werden, wenn sich keine entsprechende Zusatzinfo anbietet.

LAYOUT-VARIANTEN

HEADERBEREICH

Die erste Zeile bleibt immer dem Headerbereich (Logo, Headline und Text) vorbehalten. Hier werden *keine* Artikelfelder platziert.

ARTIKELFELDER

Artikelfelder können verschiedene Größen haben. Diese ergeben sich aus der Verbindung von Rasterfeldern.

Hierbei sind folgende Optionen vorgesehen:

Einzelfeld, 2er-Feld hoch, 2er-Feld quer, 3er-Feld quer und 4er-Feld.

Diese Artikelfelder können beliebig kombiniert werden, müssen jedoch stets innerhalb der Rasterlinien bleiben.

CONTENTFELDER

Contentfelder können variable Feldgrößen haben, analog zu den Artikelfeldern. Contentfelder werden jedoch immer in der unteren rechten Ecke platziert.

Contentfelder sind optional und können auch weggelassen werden.

Beispiele für den Einsatz verschiedener Größen für Artikelfelder und Contentfelder auf einer Seite:

