



#### ■ CD/CI-Richtlinien

(Stand Oktober 2004)

- **1 Corporate Design**
  - 1.1 Verwendung
- **2 Das Firmenzeichen**
  - 2.1 Konstruktion
  - 2.2 Abstände und Größen
  - 2.3 Die Farbdefinition des Firmenzeichens
- **3 Die Hausschrift**
  - 3.1 Die Schriftdefinition
  - 3.2 Die Ausnahmen
- **4 Die Farben**
  - 4.1 Verwendung im Bereich WebHosting
  - 4.2 Verwendung im Bereich Access
- **5 Die grafischen Elemente**
  - 5.1 Der blaue Balken
  - 5.2 Der „Kopf-Balken“
  - 5.3 Der „Fuß-Balken“ auf Titelseiten
  - 5.4 Der „Fuß-Balken“ auf 1/1 Anzeigen
  - 5.5 Der „Fuß-Balken“ auf 2/1 Anzeigen
  - 5.6 Der „Fuß-Balken“ im Beilagen-Innenteil
  - 5.7 Anwendung auf Rückseiten
  - 5.8 Paket-/Preis-Darstellungen
- **6 Die Aktionsstopper**
  - 6.1 Verwendung, Beispiele
- **7 Die Kampagnen-Visuals**
  - 7.1 Verwendung, Beispiele
- **8 Die Bildsprache**
  - 8.1 Allgemeine Ausrichtung
  - 8.2 Fotografie People
  - 8.3 Fotografie Sach/Produkt
  - 8.4 Illustration
  - 8.5 Was zu vermeiden ist



#### ■ 1 Corporate Design

##### 1.1 Verwendung

Die CD-Richtlinien gelten für alle Maßnahmen, mit denen sich die 1&1 Internet AG nach außen präsentiert.



##### **Printmedien:**

- Beilagen
- Anzeigen
- Mailings (Anschreiben, Flyer, Postkarten etc.)
- Vertriebskanal 1&1 Profiseller (Mailings, Newsletter)



##### **Online:**

- Homepage
- Banner
- E-Mails/E-Newsletter



##### **Sonstiges:**

- Verkaufsunterstützung in Form von PDFs
- Welcome-Packages
- Messen
- Powerpoint-Präsentationen

### 3.5.3 1&1 Corporate Design: CD/CI-Richtlinien

## ■ 2 Das Firmenzeichen

### 2.1 Konstruktion

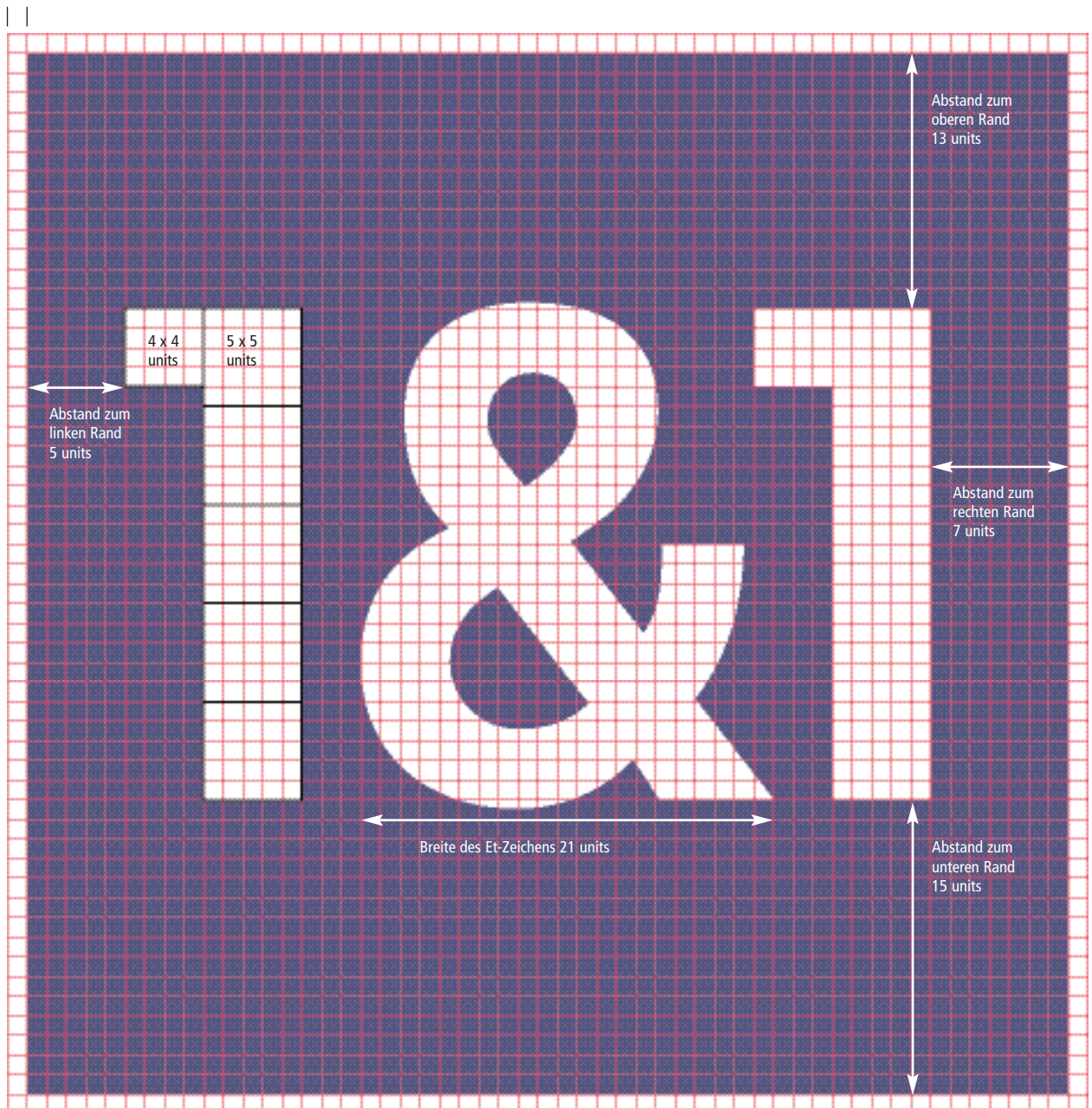
Der Name 1&1 steht negativ weiß in einem blauen Quadrat. Die Gestaltung des Logos basiert auf einem quadratischen Raster, das den quadratischen blauen Fond in 53 x 53 Units unterteilt. Dadurch werden die Größe und Platzierung der Einzelelemente genau definiert.

**Die Platzierung der Ziffern und des Et-Zeichens im Quadrat:** Der Abstand zum oberen Rand beträgt 13 Units, zum unteren 15, zum rechten 7 und zum linken 25 Units.

**Die weiße Kontur:** Nur wenn das Zeichen auf einem farbigen Fond steht, grenzt es sich durch einen weißen Rand vom Hintergrund ab. Diese weiße Kontur hat eine Stärke von 1 Unit. Addiert zu den 53 Units des blauen Quadratfonds ergibt sich dann eine Einteilung in 55 x 55 Units.

*Randbreite = 1 Unit  
wenn das Zeichen auf  
einem farbigen  
Hintergrund steht*

Das Zeichen darf nicht perspektivisch verzerrt oder modifiziert werden.

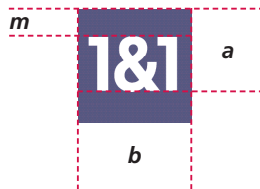


### 3.5.4 1&1 Corporate Design: CD/CI-Richtlinien

## ■ 2 Das Firmenzeichen

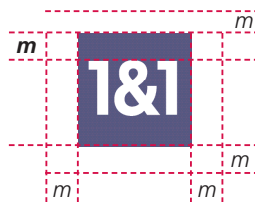
### 2.2 Abstände und Größen

Mindestabstand **m**  
Normalabstand **a**  
Erweiterter Abstand **b**



Um die Wirkung des Firmenzeichens nicht zu beeinträchtigen, müssen alle anderen Elemente mit Abstand von ihm platziert werden. Alle drei definierten Standardabstände ergeben sich direkt aus der Konstruktion des Firmenzeichens. Damit vergrößern oder verkleinern sie sich proportional mit seiner Anwendungsgröße. Sie gelten gleichermaßen vertikal wie horizontal.

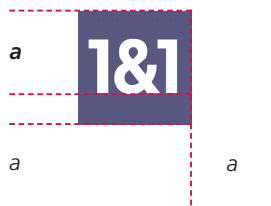
Mindestabstand **m**:  
Von der Oberkante  
des Zeichens bis zur  
Oberlänge des  
Schriftzuges



#### Mindestabstand

Der Mindestabstand **m** zu anderen Elementen und dem Formatrand entspricht dem Abstand vom oberen Rand des Quadrates bis zur Oberlänge des Schriftzuges. Er darf nicht unterschritten werden.

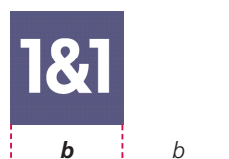
Normalabstand **a**:  
Von der Schriftlinie  
des Schriftzuges bis  
zur Oberkante des  
Zeichens



#### Normalabstand

Der Normalabstand **a** zu anderen Elementen und dem Formatrand entspricht der Strecke von der Schriftlinie des Schriftzuges bis zum oberen Rand des Quadrates.

Erweiterter Abstand **b**:  
Entspricht der Breite  
und Höhe des blauen  
Quadrats



#### Erweiterter Abstand

In Anwendungen, bei denen der Normalabstand nicht ausreicht, kann der erweiterte Abstand zu anderen Elementen auch der jeweiligen Zeichenbreite **b** entsprechen. Abstände, die darüber hinausgehen, sind unter Beachtung der Abstände des Gestaltungsrasters erlaubt.

Größe zum Copytext:  
Oberlänge der Schrift bis  
Unterlänge Schriftlinie  
vierte Zeile.



#### Platzierung und Größe

Die Größe des Firmenzeichens wird dem Zeilenabstand und der Schriftgröße des Copytextes angepasst. Oben steht es bündig mit der Oberlänge der Schrift, unten steht es bündig mit der Schriftlinie.



### ■ 2 Das Firmenzeichen

#### 2.3 Die Farbdefinition für das Firmenzeichen



1&1 Digital Blau  
Pantone 287

Die Identifizierung des 1&1 Firmenzeichens wird außer durch seine Form auch durch den Farbklang zwischen „1&1 Digital Blau“ und Weiß erreicht.

Überall, wo das Logo farbig eingesetzt werden kann, **muss** es daher auch farbig eingesetzt werden.

„1&1 Digital Blau“ ist definiert als Pantone 287.

Je nach Einsatzbereichen kann es aus technischen Gründen notwendig sein, diesen Ton auf andere Weise zu erzielen. Drucktechnische Abweichungen lassen sich nie vollständig vermeiden. In jedem Fall sollte aber versucht werden, dem „1&1 Digital Blau“ (Pantone 287) so genau wie möglich zu entsprechen.

#### Farbige Anwendung des Firmenzeichens

Einsatzbereich:	Printmedien
Produktionsart:	<b>Echt-Farben-Druck</b>
Farbdefinition:	Pantone 287 (ausweichen auf HKS-Ton, siehe Ausnahme unten)



1&1 Digital Blau  
100 % Cyan  
85 % Magenta

Einsatzbereich:	Printmedien
Produktionsart:	<b>Vierfarbdruck nach Euroskala</b>
Farbdefinition:	100 % Cyan      0 % Gelb 85 % Magenta      0 % Schwarz (nicht die voreingestellten Werte des Computers für Pantone 287 im Vierfarbmodus benutzen)

Einsatzbereich:	Architektur, Innenarchitektur, Messebau
Produktionsart:	<b>Siebdruck oder farbige Materialien</b>
Farbdefinition:	RAL 5002 oder Marabou 1531

Einsatzbereich:	Elektronische Medien
Produktionsart:	<b>RGB-Darstellung auf Bildschirmen</b>
Farbdefinition:	Rot    15 Grün   44 Blau   117

#### Ausnahme: Zeitungsdruck

Sollte die Verwendung von Pantone-Farben nicht möglich sein, kann Pantone 287 durch HKS 42 ersetzt werden. Diese Farbe entspricht nicht dem „1&1 Digital Blau“ und darf daher auch nicht als Vorlage für andere Farbsysteme benutzt werden!

**Bitte vorher unbedingt mit der Produktion abklären.**



## ■ 2 Das Firmenzeichen

### 2.3 Die Farbdefinition für das Firmenzeichen



*100 % positiv  
schwarz*

#### **s/w-Darstellung des Firmenzeichens**

In allen Anwendungsbereichen und Medien gilt:

Ist eine farbige Wiedergabe des Firmenzeichens nicht möglich, wird das 1&1 Digital Blau des quadratischen Fonds durch 100 % Schwarz ersetzt. Ziffern und Et-Zeichen sind weiß.

Die Negativ-Version (Ersetzen von „1&1 Digital Blau“ durch Weiß) ist verboten!





### ■ 3 Die Hausschrift

#### 3.1 Die Schriftdefinition

Als Hausschrift wird für alle Print-Werbemittel, in denen sich 1&1 darstellt, die Frutiger festgelegt. Sie wurde 1975/76 von Adrian Frutiger geschnitten und ist heute eine allgemein verbreitete Grotesk-Schrift.

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Light Condensed

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Light

*Viele 1&1 Leistungen inklusive!*

Frutiger Light Italic

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Roman Condensed

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Roman

*Viele 1&1 Leistungen inklusive!*

Frutiger Roman Italic

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Bold Condensed

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Bold

*Viele 1&1 Leistungen inklusive!*

Frutiger Bold Italic

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Black Condensed

Viele 1&1 Leistungen inklusive!

Frutiger Black

*Viele 1&1 Leistungen inklusive!*

Frutiger Black Italic

#### Headlines

Für Headlines steht der Schriftschnitt Frutiger Bold (65) oder speziell bei DSL Frutiger Black kursiv (76) in VERSAL-Schreibweise zur Verfügung. Die VERSAL-Schreibweise wird möglichst nur bei kurzen Headlines eingesetzt.

Längere Headlines sollten wegen der besseren Lesbarkeit im Schriftschnitt Frutiger Bold Condensed (67) groß/klein dargestellt werden.

Eine Kombination von Frutiger Bold (65) VERSAL und Frutiger Bold Condensed (67) groß/klein ist möglich. (Beispiele Kapitel 5)



### ■ 3 Die Hausschrift

#### 3.1 Die Schriftdefinition

Si meliora dies, ut vina, poemata reddit,  
scire velim, chartis pretium quotus arroget  
annus. scriptor abhinc annos centum qui  
decidit, inter perfectos veteresque referri  
dbet an inter -vilis atque novos? Excludat  
iurgia finis, "Est vetus atque probus, centum  
qui perficit annos." Quid, qui deperiit minor  
uno mense vel anno, inter quos referendus  
erit praesens et postera respuat aetas?

Si meliora dies, ut vina, poemata reddit,  
scire velim, chartis pretium quotus arroget  
annus. scriptor abhinc annos centum qui  
decidit, inter perfectos veteresque referri  
dbet an inter -vilis atque novos? Excludat  
iurgia finis, "Est vetus atque probus, cen-  
tum qui perficit annos." Quid, qui deperiit  
minor uno mense vel anno, inter quos  
referendus erit? Veter-esne poetas, an  
quos et praesens et postera respuat

##### Si meliora dies, ut vina

Poemata reddit, scire velim, chartis pretium  
quotus arroget annus. **Scriptor abhinc  
annos centum qui** decidit, inter perfectos  
veteresque referri dbet an inter -vilis atque  
novos? Excludat iurgia finis, „Est vetus  
atque probus, centum qui perficit annos.“  
Quid, qui deperiit minor uno mense vel  
anno, inter quos referendus erit? Et postera  
respuat aetas!

**Si meliora dies, ut vina quotus arroget  
decidit Si ies, ut vina quotus arroget deci-  
dit Si meliora dies, ut vinaarroget decidit.**

Quid, qui deperiit  
minor uno mense  
vel anno, inter quos  
referendus erit?  
Veter-esne poetas,  
an quos et praesens  
et postera

##### Copytexte

Es stehen die Schnitte Light Condensed, Roman Condensed und für Hervorhebungen Bold Condensed zur Verfügung.

Vor allem für Beilagen und Anzeigen haben sich die Condensed-Schnitte bewährt. Sie geben ein geschlossenes aber großzügiges Bild, sind gut lesbar und sparen Platz. Generell sollte für Copytexte die Mindestschriftgröße von 7,5 Punkt und für Sternchentexte 6 Punkt nicht unterschritten werden.

Der Zeilenabstand liegt optimal bei (+) 1/2 der Punktgröße, z. B. 8 Punkt Schriftgröße bei 12 Punkt Zeilenabstand. Oder 10 Punkt bei 15 Punkt.

Negativschrift ist erst ab Regular möglich. Je nach Druckverfahren sollte man besser die Bold einsetzen.

##### Sublines

Für Sublines werden in der Regel die Schnitte Bold Condensed und Black Condensed verwendet. Sublines oder Hervorhebungen im Copytext sollten immer mindesten 2 Schnitte fetter sein als die Grundschrift.

Ausnahme: zum Beispiel bei einem eigenständigen Einstiegstext kann auch mit den „nicht-condensed“ Schnitten Bold und Black gearbeitet werden. Die Italic-Schnitte sollen vor allem als Auszeichnungsschriften verwendet werden, können aber auch als eigenständige Schrift für den Einstiegstext oder Bildunterzeilen angewendet werden.

##### Ausrichtung:

Copytext: linksbündiger Flattersatz, Formsatz  
Subline: linksbündiger Flattersatz, in Ausnahmefällen freier Zeilenfall  
Headline: freier Zeilenfall

Die Verwendung eines Grundlinienrasters ist nicht zwingend notwendig.





## ■ 3 Die Hausschrift

### 3.2 Ausnahmen

#### **Internet:**

Für den Copy-Text wird im Online-Bereich auf die Arial zurückgegriffen. Headlines, Preise und Buttons werden in der Hausschrift Frutiger dargestellt.

#### **Briefbögen/Mailing-Anschreiben:**

Die Hausschrift Frutiger wird in den Printmedien für die vorgedruckten Informationen im Briefkopf (Absender, Telefon, Bankverbindung etc.) genutzt. Für den eigentlichen individuellen Briefftext wird aus technischen Gründen die **Humanist777** eingesetzt.



## ■ 4 Die Farben

### 4.1 Verwendung im Bereich „1&1 WebHosting“

Das 1&1 Blau zählt dominant auf die Marke 1&1 ein und findet sich immer im „Kopf-“ und im „Fuß-Balken“. Da die PC-Fachzeitschriften sehr stark mit 1&1 Beilagen frequentiert sind, zum großen Teil mit mind. 2 – 3 verschiedenen Produkten gleichzeitig, ist es unabdingbar, den Produkten Leitfarben oder Kombinationen von Leitfarben zuzuordnen.

Diese Farbwelt kann sich in Form von Flächen wiederfinden, aber auch in der Fotoanmutung oder in Illustrationen.





## ■ 4 Die Farben

### 4.2 Verwendung im Bereich „Access“

Für den Bereich der 1&1 Zugänge ist die Blau-Welt dominierend. Neben dem massiven Einsatz des 1&1 Blau in „Kopf“- und „Fuß-Balken“ und dem schmalen Streifen (5 mm) unterhalb des „Kopf-Balkens“ identifiziert sich 1&1 DSL außerdem mit einer eigenständigen Bildwelt/Fotosprache (viel blau, sehr leicht, Bewegungswischer als Symbol der Schnelligkeit ...)

1&1

C100/M85

DSL

C80/M40



XXL/WEEKEND

C100

INTERNET

C90/M50

AKTIONSFARBE

Y100

AKTIONSFARBE

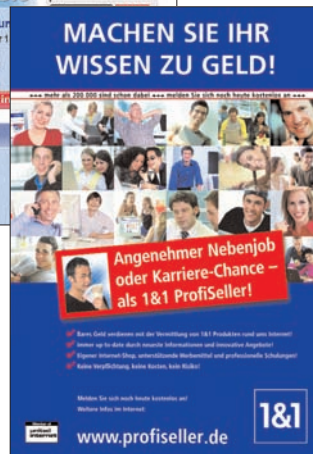
M100/Y80



## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.1 Beispiele

Der blaue „Kopf-Balken“ mit dem schmalen Farbstreifen und der untere blaue „Fuß-Balken“ sind das einheitlich durchgehende Gestaltungselement in allen Werbemitteln. Als Abschluss bzw. als Ausstieg auf jeder Seite befindet sich in dem Balken immer die Response-Aufforderung in Form der URL und/oder der Telefonnummer und rechts das 1&1 Logo als Absender.





## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.2 „Kopf-Balken“

Bei Anzeigen und Beilagen sitzt die Headline im blauen „Kopf-Balken“. Die Höhe des „Kopf-Balkens“ richtet sich nach dem Umfang der Headline. Darunter kennzeichnet ein 5 mm starker Farbstreifen in der entsprechenden Produkt-Leitfarbe den Produktbereich.

**1&1 SERVER: QUALITÄT ENTSCHIEDET.**

Jetzt starten und sparen! **99,-**

**TYPISCH 1&1: QUALITÄT, LEISTUNG UND SICHERHEIT.**

Stellen Sie sich auf optimale Power, Leistung und Verfügbarkeit, stehen Sie sich jetzt für 1&1 entscheiden. Mehr als 24.000 dedizierte Server in unserer Hochleistungs-Rechenzentren sorgen für 99,99% Uptime und nicht zuletzt über 100.000 Server haben aufgetragene Power-Modulare durch Profi-Techniker wie 100% VPP-Backup, Service-Kompetenz, DNS-Verwaltung, zusätzliche IP-Adressen, 24/7-Monitoring und 1&1 Recovery-Tool.

ROOT SERVER	WINDOWS SERVER	MANAGED SERVER
• 100% Uptime • 100% Verfügbarkeit • 100% Leistung • 100% Sicherheit • 100% Service	• 100% Uptime • 100% Verfügbarkeit • 100% Leistung • 100% Sicherheit • 100% Service	• 100% Uptime • 100% Verfügbarkeit • 100% Leistung • 100% Sicherheit • 100% Service
<b>€ 69,-</b>	<b>€ 89,-</b>	<b>€ 89,-</b>

www.1und1.de/server  
01 80/5 00-15 43

**1&1 E-SHOPS**  
für Ihr erfolgreiches Geschäft im Internet!

Jetzt günstig mit dem eigenen Shop starten: Machen Sie den kostenlosen 30-Tage-Test!

Schon ab **€ 19,-** pro Monat\*

1&1 BASIC-SHOP	1&1 PROFI-SHOP	1&1 PREMIUM-SHOP	1&1 POWER-SHOP
<b>€ 19,-</b>	<b>€ 29,-</b>	<b>€ 49,-</b>	<b>€ 99,-</b>

www.1und1.de/shop  
01 80/5 00-23 13

**1&1 HOMEPAGE AUF LIVE-SENDUNG!**

Mit 1&1 schnell und einfach zur eigenen Webcam!

Webcam Logitech QuickCam Express inklusive 1&1 EasyCam Software jetzt kostenlos mitbestellen!

**1&1 HOME € 6,99** pro Monat\*

**1&1 HOME € 4,99** pro Monat\*

1&1 HOME	1&1 HOME
• 100% Uptime • 100% Verfügbarkeit • 100% Leistung • 100% Sicherheit • 100% Service	• 100% Uptime • 100% Verfügbarkeit • 100% Leistung • 100% Sicherheit • 100% Service

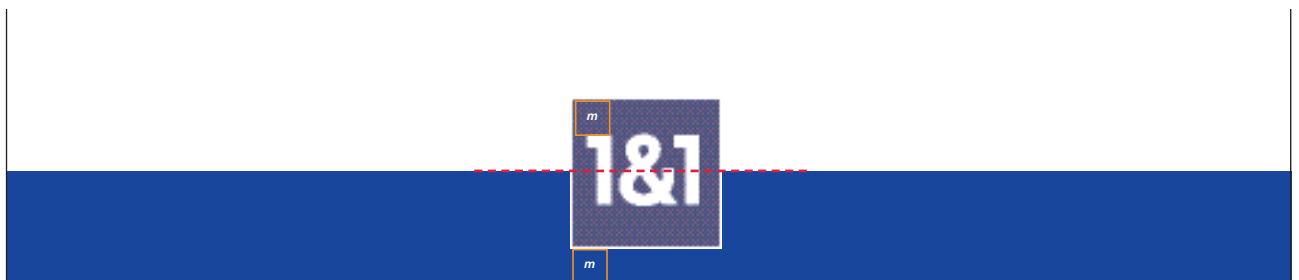
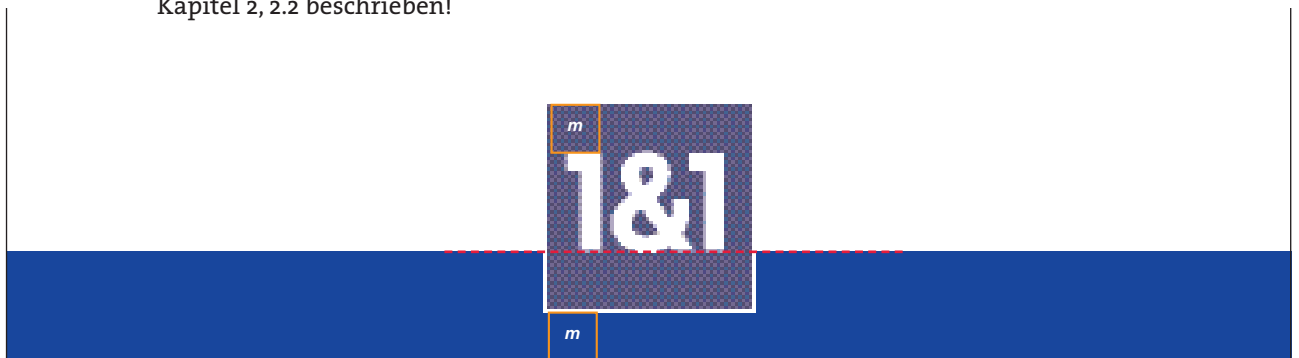
www.1und1.de/hosting  
01 80/5 00-15 35



## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.3 Der „Fuß-Balken“ auf Titelseiten

Der blaue Balken befindet sich am unteren Rand der Werbemittel immer im Anschnitt. Auf den Titelseiten steht das 1&1 Logo entweder mittig und ragt erhaben um den unteren Abstand (Unterkante Zeichen/Unterkante Logorand) oder um die Hälfte des Logos aus dem blauen Balken raus. Oder das 1&1 Logo ist z. B. aus Platzgründen rechts unten im Format angebracht. Wichtig bei der Platzierung: immer den Mindestabstand einhalten – wie in Kapitel 2, 2.2 beschrieben!







## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.4 Der „Fuß-Balken“ auf 1/1 Anzeigen

Bei Anzeigen trägt der blaue Balken gleichzeitig Absender und Response-Aufforderung. Deshalb ist er bei 1/1 Anzeigen meist wesentlich höher als bei 2/1 Anzeigen oder Beilagen.

Bei der Platzierung von Logo und Schrift sollte immer darauf geachtet werden, dass entsprechende Achsen aufgenommen werden und der Mindestabstand zum 1&1 Logo gewahrt wird. Bei URL und Telefon-Nummer wird der Schriftschnitt Frutiger Bold (65) angewendet.

Die blauen Balken lassen keinen gestalterischen Spielraum zu.





## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.5 Der „Fuß-Balken“ auf 2/1 Anzeigen



Positionierung Telefonzeile  
zentriert zur Seitenbreite

Positionierung URL  
zentriert vom Bund zum Logo

Ausnahme: Die zentrierte Positionierung der URL-Zeile kann aus gestalterischen Gründen abweichen, wenn sich eine markante Achse/Satzspiegel in unmittelbarer Nähe des Zeilenanfangs befindet.

Bei 2/1 Anzeigen und im Innenteil der Beilagen erstreckt sich der blaue Balken im Anschnitt über die komplette Doppelseite. Hier befindet sich die Response-Aufforderung in Form der URL und/oder der Telefonnummer und das 1&1 Logo als Absender.

Bei der Platzierung von Logo und Schrift sollte immer darauf geachtet werden, dass entsprechende Achsen aufgenommen werden und beim 1&1 Logo der Mindestabstand gewahrt wird.

Das Logo „Member of United Internet“ steht bei 2/1 Anzeigen immer links im blauen Balken.



## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.6 Der „Fuß-Balken“ im Beilagen-Innenteil

**DSL-MODEMS GIB T'S AB 0,- € DAZU!\***

**DSL-Modem**  
€ 0,-\*

**Kabelloser WLAN-Router**  
€ 29,90\*

**Kabelgebundenes DSL Modem**  
Die günstigste Lösung! Ideal, wenn Ihre PC an einem festen Platz steht und sich die Telefonkabel in der Nähe befinden.  
AVM FRITZ!Box SL  
Bei 1&1 ab 0,- €\* – Sie sparen bis zu 119,- €!

**Kabelloser WLAN-Router mit integriertem DSL Modem**  
Die ideale Lösung! Ideal, wenn Sie alle die Kabeln vermeiden wollen oder den Handout beuten, mit dem Sie sich viel unabhängig machen wollen – z.B. im Schlafzimmer, auf dem Balkon oder im Garten...  
AVM FRITZ!Box SL WLAN  
Bei 1&1 ab 29,90 €\* – Sie sparen bis zu 119,- €!

**FÜR JEDEN ANSPRUCH DAS RICHTIGE MODEM!**  
Für Ihren Start im Highspeed-Internet benötigen Sie ein spezielles DSL-Modem, das Sie bei 1&1 günstig bekommen und gleichzeitig selbstinstallieren können. Sie haben die Wahl zwischen zwei hochwertigen Modemen, die vom Weltmarkenhersteller AVM freigegeben. Zusammen mit dem 1&1 Internet-Modem werden Sie sofort einsatzbereit und liefern Ihnen 1&1 DSL-Internet an Bord.  
Das kabelgebundene DSL-Modem gibt's schon ab 0,- €\*! Und wer schneller online will, bestellt das WLAN-Router mit integriertem DSL-Modem schon ab 29,90 €\*! So oder so – beide Modelle lassen sich bequem per Plug&Play über den von 1&1 mitgelieferten „Splitter“ an Ihre Telefonkabel und Ihren PC anschließen. Ganz schnell und einfach!

**Überzeugen Sie alle, dass die Technik funktioniert durch Produkt- und Partner-Certifikate!** Das kostenlose 1&1-Internet vom „Cervus“-Partner (AVM) ist ein Garant für die bestmögliche DSL-Internetqualität. (AVM) – 1&1-Partner – handwerklich, nicht profitabile Einweisung. Mehr dazu im Internet.

**0180/560-54 05** **www.1und1.de/dsl**

Beispiel DSL-Beilage, offen 380 mm x 380 mm

Im Innenteil der Beilagen erstreckt sich der blaue Balken im Anschnitt über die komplette Doppelseite. Hier befindet sich die Response-Aufforderung: links die Telefonnummer und rechts das 1&1 Logo als Absender.

Bei der Platzierung von Logo und Schrift sollte immer darauf geachtet werden, dass entsprechende Achsen aufgenommen werden und beim 1&1 Logo der Mindestabstand gewahrt wird.

Auch hier gilt wie bei den 2/1 Anzeigen: Die Telefonnummer steht zentriert zur Seitenbreite, die URL-Zeile zentriert vom Bund zum 1&1 Logo. Dies kann aus gestalterischen Gründen leicht verschoben werden, sollte sich eine markante Achse/Satzspiegel in unmittelbarer Nähe befinden.

**www.1und1.de/dsl**

**1&1**

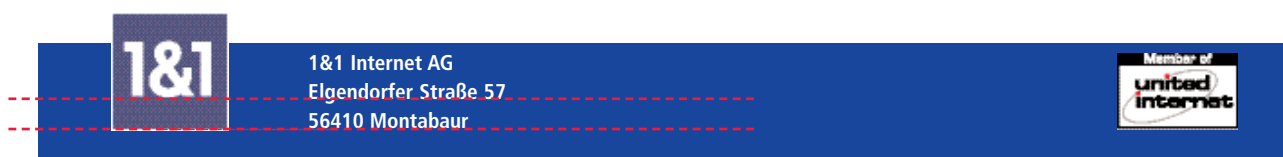


## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.7 Anwendung auf Beilagen-Rückseiten

Der postalische Absender kann bei Beilagen auf der Rückseite platziert werden. Er muss nicht zwingend im blauen Balken stehen. Aber er sollte sich unbedingt in der Nähe vom 1&1 Logo befinden.

1&1 Internet AG, Elgendorfer Straße 57, 56410 Montabaur



#### Einsatz Logo „Member of United Internet“

In Beilagen: Das Logo gehört auf jeder Rückseite zum Absender.  
In Anzeigen: Auf das Logo darf in Anzeigen nicht verzichtet werden.  
Die Mindestgröße 16 mm x 10 mm sollte nicht unterschritten werden.



## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.8 Paket-/Preis-Darstellungen

Das Angebot wird möglichst als geschlossenes Paket dargestellt, um eine klare Erfassung des Tarifs/ Angebots zu gewährleisten. Die Paket-Bezeichnung ist immer in der Frutiger Black (75) Versal im Balken, der Preis (Ziffer) immer in rot (100 m/80 y) in der Frutiger Black Italic (76). Die Währung sitzt hochgestellt vor dem Preis.

Die Bullet-Größe entspricht in den kleineren Tabellen 70 % der Schriftgröße, mit Grundlinienversatz 1. Bei den großen umfangreichen Tabellen mit zusätzlichen Linien sind die Bullets kleiner und entsprechen nur 60 % der Schriftgröße, ebenfalls mit Grundlinienversatz 1.

<b>REGISTER AND TRANSFER DOMAINS</b>	
<b>.CO.UK, .COM, .NET, .INFO, .NAME, .ORG ...</b>	<b>FROM</b> <b>£1.99</b> <small>PER YEAR/ALL INC.</small>

<b>1&amp;1 MAIL</b> <b>FROM</b> <b>£0.69</b> <small>PER MONTH</small>	<b>1&amp;1 ALL-INCLUSIVE WEB HOSTING</b> <b>FROM</b> <b>£4.99</b> <small>PER MONTH</small>	<b>1&amp;1 TURNKEY eSHOPS</b> <b>FROM</b> <b>£9.99</b> <small>PER MONTH</small>	<b>1&amp;1 DEDICATED SERVERS</b> <b>FROM</b> <b>£29</b> <small>PER MONTH</small>
--	---	--	---

<b>LE PACK PERSO</b> <p>Avec le Pack Perso, créez le site qui vous ressemble et partagez vos passions ou vos projets avec vos visiteurs en toute simplicité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Ensemble de logiciels gratuits</li> <li>■ Statistiques détaillées</li> <li>■ Outil de création WEBSITECREATOR</li> <li>■ 250 Mo d'espace disque</li> <li>■ 25 comptes e-mails personnalisés (POP3)</li> <li>■ CGI préinstallés (compteur de visites, livre d'or, formulaire de contact, forum)</li> </ul>	<b>E 3.99</b> <small>HT/an</small> <small>+ les services en service 9,99 E</small>
--	--

<b>1&amp;1 DEVELOPER</b> <p>Features as above, in addition to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 800 MB web space, 60 GB/month traffic</li> <li>■ FTP access</li> <li>■ Own SSL Certificate</li> <li>■ Unlimited product item catalogue</li> <li>■ Discounts for customers, and specific customer groups</li> <li>■ Unlimited shipping methods</li> <li>■ Export of orders &amp; append customer data</li> <li>■ Customer account management, including customer groupings</li> <li>■ Fully customisable templates</li> <li>■ Newsletter Tool</li> </ul>	<b>£39.99</b> <small>PER MONTH</small>
--	---

## ■ 5 Die grafischen Elemente

## 5.8 Paket-/Preis-Darstellungen, Beispiele

**1&1 HOME**

**E 6,99** pro Monat\*

**E 4,99** pro Monat\*

**1&1 Spar-Tipp:**  
Bei Teilnahme an der 1&1 Banner-Community<sup>1</sup> nur:

DOMAIN	
■ Anzahl Domains	2
■ Domainwahl zwischen .de, .com, .net, .org, .name, .info, .biz	✓
■ Anzahl Subdomains	5
■ Domain-Umleitung	✓
■ DNS-Verwaltung	✓
E-MAIL	
■ E-Mail-Postfächer	50
■ E-Mail-Weiterleitungen	500
■ 1&1 Webmailer	✓
■ Unified Messaging	✓
WEBSITE	
■ Webspace in MB	100
■ Monatliches Transfervolumen in MB	7.500
■ FTP-Zugang zum Aufspielen der Homepage	✓
■ 1&1 Multimedia-Archiv	✓
■ WebDesign-Schulung an der 1&1 Akademie im Wert von 249,- €	✓
TOOLS	
■ 1&1 Control-Center	✓
■ 1&1 Homepage-Baukasten (Seiten)	10
■ 1&1 Basic-CGIs	✓
■ 1&1 Chat (Anzahl)	2
■ 1&1 WebElements	✓
■ 1&1 WebDatabase	✓
■ in2site Dialog-Tool	✓
■ 1&1 WebStatistik	✓
■ Suchmaschinen-Eintragungs-Tools	✓
■ 1&1 Performance-Tools	✓
ENTWICKLER-TOOLS	
■ 1&1 SSL-Verschlüsselung	✓
SOFTWARE	
■ NetObjects FUSION 7.5 (Webdesign)	✓
■ PhotoImpact 8 SE (Bildbearbeitung)	✓
■ Inklusive-Software (Hello Engines! 4.0 u. v. m.)	✓
SUPPORT	
■ Kostenloser E-Mail-Support über die gesamte Vertragslaufzeit	✓
■ Kompetente Hotline an 7 Tagen, 24 Stunden, über günstige 01805-Telefonnummer (12 ct/Min.)	✓

**HOME PACKAGE**

FROM **\$ 4,99** PER MONTH

**INCLUDES 1 DOMAIN**




PACKAGE FEATURES	500 MB	500 MB
■ Web space	500 MB	500 MB
■ FTP accounts	1	1
■ Monthly Transfer Volume	25 GB	25 GB
■ 1&1 Control Panel	✓	✓
■ Logfiles	✓	✓
MARKETING TOOLS		
■ 1&1 Chat channels	1	1
■ 1&1 WebStatistics	✓	✓
SITE-BUILDING TOOLS		
■ WebsiteCreator	12 pages	12 pages
■ Software bundle worth \$600	✓	✓
■ FrontPage extensions	✓	✓
■ CGI library	✓	✓
■ Active Server Pages	–	✓
DOMAIN NAMES		
■ Included Domains	1	1
■ Subdomains	10	10
■ Run multiple independant sites	✓	✓
■ Full DNS management	✓	✓
E-MAIL		
■ POP3 accounts	50	50
■ Aliases, auto-responders, forwarding	✓	✓
■ 1&1 WebMail	✓	✓
■ Symantec Virus Scanners	1 account	1 account
SECURITY FEATURES		
■ Protected by up-to-date firewall	✓	✓
■ Daily backups	✓	✓
■ Password protected directories	✓	✓
■ Dedicated SSL Certificate	optional	optional
PER MONTH	<b>\$ 4,99</b>	<b>\$ 6,99</b>




**1&1 DOMAIN**Supergünstige  
.de-Internet-Adresse!**E 0,29**  
nur pro Monat\***1&1 HOSTING**Hochwertige Hosting-  
Komplett-Pakete!**E 4,99**  
ab pro Monat\***1&1 SERVER**Qualitäts-Server in vielen  
Variationen!**E 69,-**  
ab pro Monat\*



## ■ 5 Die grafischen Elemente

### 5.8 Paket-/Preis-Darstellungen, Beispiele

	1&1 ROOT SERVERS	1&1 MANAGED SERVERS	1&1 WINDOWS SERVER 2003
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Full Root access via SSH</li> <li>Completely flexible solution</li> <li><b>New!</b> Control Panel PLESK 7 Reloaded pre-installed</li> <li>RedHat Linux 9</li> <li>Instantly reset/reboot with our advanced recovery tool</li> <li>Additional IP's available</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>All the features of Shared Hosting with the power of a dedicated server</li> <li>Continuously updated firewall protection</li> <li>Unique 1&amp;1 Control Panel for easy administration</li> <li>Server configured and installed</li> <li>Daily backup included</li> <li>Own SSL Certificate included</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Windows Server 2003 – Standard Edition III (Web Edition available with I &amp; II)</li> <li>FrontPage 2003 included</li> <li>Unlimited administration access</li> <li>IIS 6.0 webserver with application pooling and kernel integrated HTTP driver</li> <li>.NET Framework 1.1 already integrated with support for C#, VB.NET, ASP.NET and XML</li> <li>Additional IP's available</li> </ul> 
<b>SERVER I</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intel Celeron 2.4 GHz</li> <li>512 MB DDR-RAM</li> <li>80 GB IDE hard drive</li> <li>50 GB traffic/month included</li> </ul>	<b>£ 49</b> PER MONTH	<b>£ 59</b> PER MONTH
<b>SERVER II</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intel Pentium 4, 2.66 GHz</li> <li>1,024 MB DDR-RAM</li> <li>80 GB IDE hard drive</li> <li>100 GB traffic/month included</li> </ul>	<b>£ 69</b> PER MONTH	<b>£ 79</b> PER MONTH
<b>SERVER III</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Intel Pentium 4, 3.06 GHz</li> <li>2,048 MB DDR-RAM</li> <li>120 GB IDE hard drive</li> <li>150 GB traffic/month included</li> </ul>	<b>£ 99</b> PER MONTH	<b>£ 109</b> PER MONTH
		<b>£ 129</b> PER MONTH	

WINDOWS- SERVER	ROOT- SERVER	MANAGED- SERVER
<p>Administration über neuestes <b>Windows-Betriebs-System!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Windows Server 2003 (vorinstalliert)</li> <li>Microsoft IIS 6.0 Webserver (inkl. ASP + .NET-Framework)</li> <li>FrontPage® 2002 + Webmatrix CD</li> <li>uneingeschränkter Admin-Zugriff</li> <li>100 % FTP-Backup</li> <li><b>Neu!</b> DNS-Verwaltung</li> <li><b>Neu!</b> Zusätzliche IPs möglich</li> </ul> 	<p>Maximale Handlungs-freiheit für <b>Linux-Profis!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Neu!</b> SuSE Linux 9.1</li> <li>CONFIXX 3.0 Professional (vorinstalliert)</li> <li>Serielle Konsole</li> <li>1&amp;1 Recovery-Tool</li> <li>100 % FTP-Backup</li> <li><b>Neu!</b> DNS-Verwaltung</li> <li><b>Neu!</b> Dreamweaver® MX</li> <li><b>Neu!</b> Zusätzliche IPs möglich</li> </ul> 	<p>Ein 1&amp;1 Hochleistungs-Server, für Sie reserviert. Inkl. <b>1&amp;1 Full-Service!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fix und Fertig vorkonfiguriert</li> <li>Komplettservice (Hardware-Einrichtung, Administration, Backup, Sicherheit)</li> <li>Alle 1&amp;1 Hosting-Features, wie z.B. in2site Dialog-Tool, 1&amp;1 WebDatabase, Dreamweaver® MX</li> <li><b>Neu!</b> Erweiterte Einstellungen und eigene Programme möglich</li> </ul> 
<b>E 89,-</b> schon ab pro Monat*	<b>E 69,-</b> schon ab pro Monat*	<b>E 89,-</b> schon ab pro Monat*
Intel Celeron mit 2,4 GHz, 512 MB-DDR-RAM, 80 GB Festplatte, 100 GB Traffic/Monat	Intel Celeron mit 2,4 GHz, 512 MB-DDR-RAM, 80 GB Festplatte, 100 GB Traffic/Monat	Intel Celeron mit 2,4 GHz, 512 MB-DDR-RAM, 80 GB Festplatte, 100 GB Traffic/Monat



## ■ 6 Die Aktionsstopper

### 6.1 Verwendung, Beispiele

Die Beilagen bzw. Direktwerbemittel müssen aktiv verkaufen. Daher ist es wichtig, dass der Preisvorteil ganz klar ins Auge fällt und nicht irgendwo untergeht. Eine gewisse Aggressivität ist notwendig. Als Preis- und Aktions-Stopper gibt es 3 Formen:

- der rote „Igel“ (z. B. bei aktiven Preis-Vorteilen, Bundlings etc.), möglichst immer gerade (Winkel 0°)
- die Banderole (z. B. bei zeitbegrenzten Aktionen, vorwiegend auf Titelseiten) im Winkel von 5°-6°
- der Kasten (z. B. Hervorhebungen wie „neu“, „inklusive“) im Winkel von 5°-6°



**WEBCAM INKLUSIVE!\***

Mit neuer 1&1 EasyCam-Software!

**PLUS PREMIUM SOFTWARE INCLUDED**

**1&1 VALUE SERVER ONLY**

**£29** PER MONTH (+VAT)

incl. 10 GB traffic

Mehr für 1&1 WebHosting-Kunden:

**NEU! Wertvolle Features inklusive!**

**NEW**

**INKLUSIVE**

**BUILD YOUR ULTIMATE WEBSITE WITH THE WORLD'S #1 WEB HOST**



**SOFTWARE BUNDLE INCLUDED**  
A \$600 VALUE

**PREMIUM SOFTWARE INCLUDED!** Featuring new versions of NetObjects Fusion® and PhotoImpact®.

REGISTER DOMAINS:  
.COM, .NET, .ORG, .INFO, .NAME, .US **\$5.99** PER YEAR

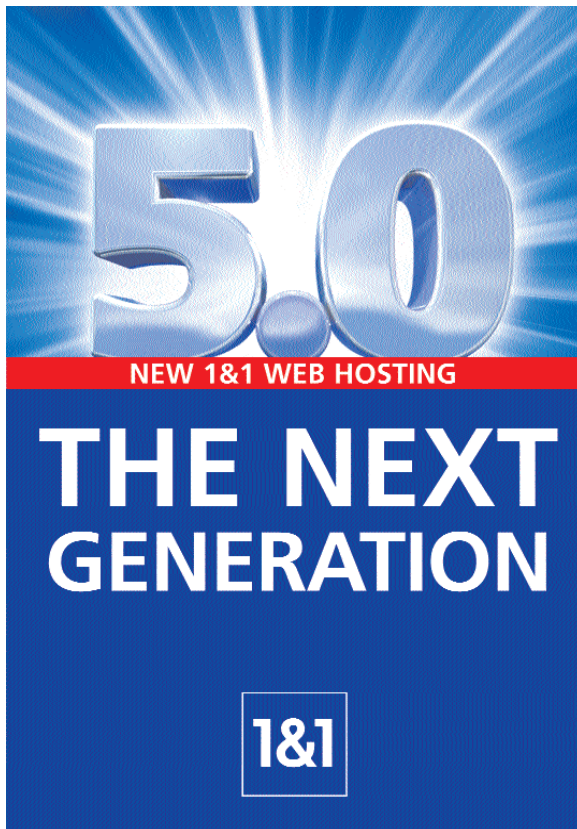
1&1 INSTANT MAIL	ALL-INCLUSIVE WEB HOSTING	TURNKEY eSHOPS	DEDICATED SERVERS
<b>\$0.99</b> PER MONTH	<b>\$4.99</b> PER MONTH	<b>\$9.99</b> PER MONTH	<b>\$49</b> PER MONTH

**1&1**

## ■ 7 Die Kampagnen-Visuals

### 7.1 Verwendung, Beispiele

Bei neuen Kampagnen für Produkt-Einführungen, speziellen Innovationen oder Relaunches ist es förderlich, ein entsprechendes Kampagnen-Logo/Visual zu entwickeln, das durchgängig in allen Medien eingesetzt wird.





## ■ 8 Die Bildsprache

### 8.1 Allgemeine Ausrichtung

Die teilweise virtuellen Produkte wie DSL- oder ISDN-Anschlüsse, WebHosting oder 0700er Wunschrufnummer wollen wir möglichst plakativ und einfach darstellen.

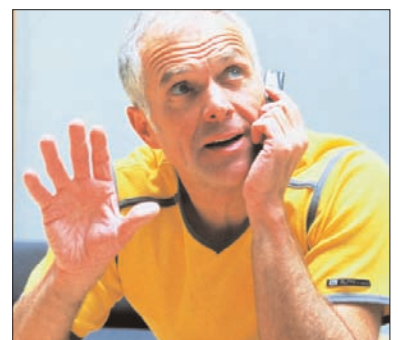
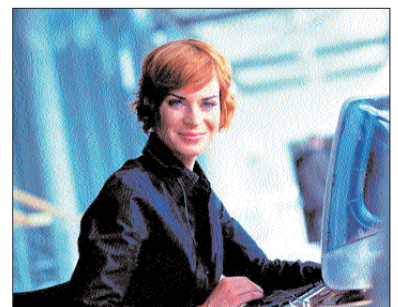
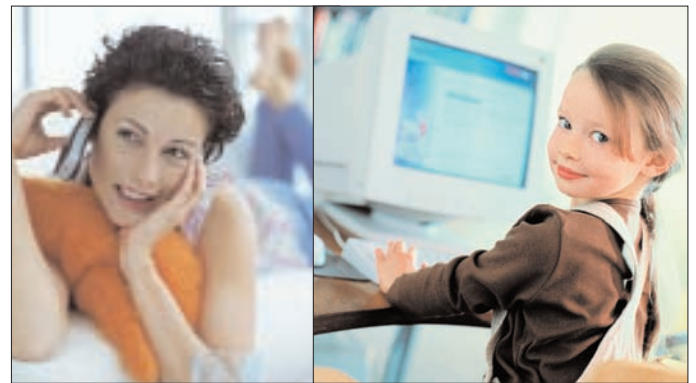
**Der visuelle Gesamteindruck:**  
**Modernität, HighTech-Welt, Großartigkeit**



### ■ 8 Die Bildsprache

#### 8.2 Fotografie „People“

Models im Alter von 20 bis 45 Jahren verkörpern unsere Zielgruppe: Privatpersonen wie Freiberufler und Unternehmen, kompetent, modern, selbstbewusst, technisch aufgeschlossen, sympathisch, gut drauf, Spaß am Leben. Und vor allem bedacht auf gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Keine coolen Modetypen, eher Leute aus dem richtigen Leben. Wir wollen keine Distanz aufbauen, sondern Vertrauen schaffen. „Das Leben wird leichter – mit 1&1.“



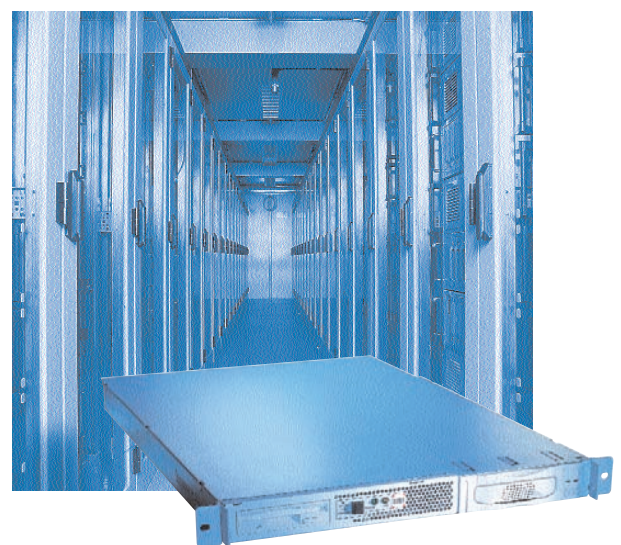
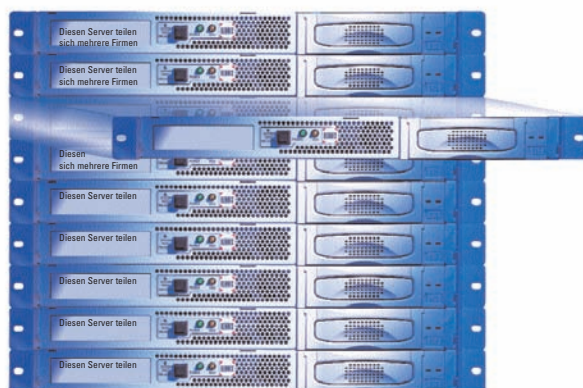


## ■ 8 Die Bildsprache

### 8.3 Fotografie „Sach/Produkt“

Der Gesamteindruck muss bei Objekt- oder Sachaufnahmen sehr hochwertig und technisch wirken.

Um gewisse technische Vorgänge zu verdeutlichen, können Aufnahmen in Form von Technischen Illustrationen überarbeitet werden.





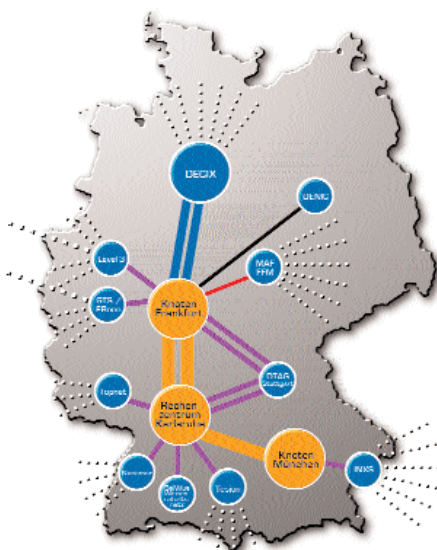
## ■ 8 Die Bildsprache

### 8.4 Illustration

Virtuelle Produkten wie DSL- oder ISDN-Anschlüsse, WebHosting oder 0700er Wunschrufnummer lassen sich nicht als „handfestes greifbares Produkt“ fotografieren. Hier hilft der Einsatz von Illustrationen oder kombinierten Foto-Illustrationen.

**Aber auch hier gilt:**

Der Gesamteindruck muss technisch und hochwertig sein.



Kombination Fotografie/Illustration



## ■ 8 Die Bildsprache

### 8.5 Was zu vermeiden ist

Naiv anmutende Illustrationen sowie ordinär provokante Fotografien passen nicht in die Unternehmens-Philosophie der seriösen und innovativen Hightech-Welt von 1&1.

Hier einige Negativ-Beispiele:

