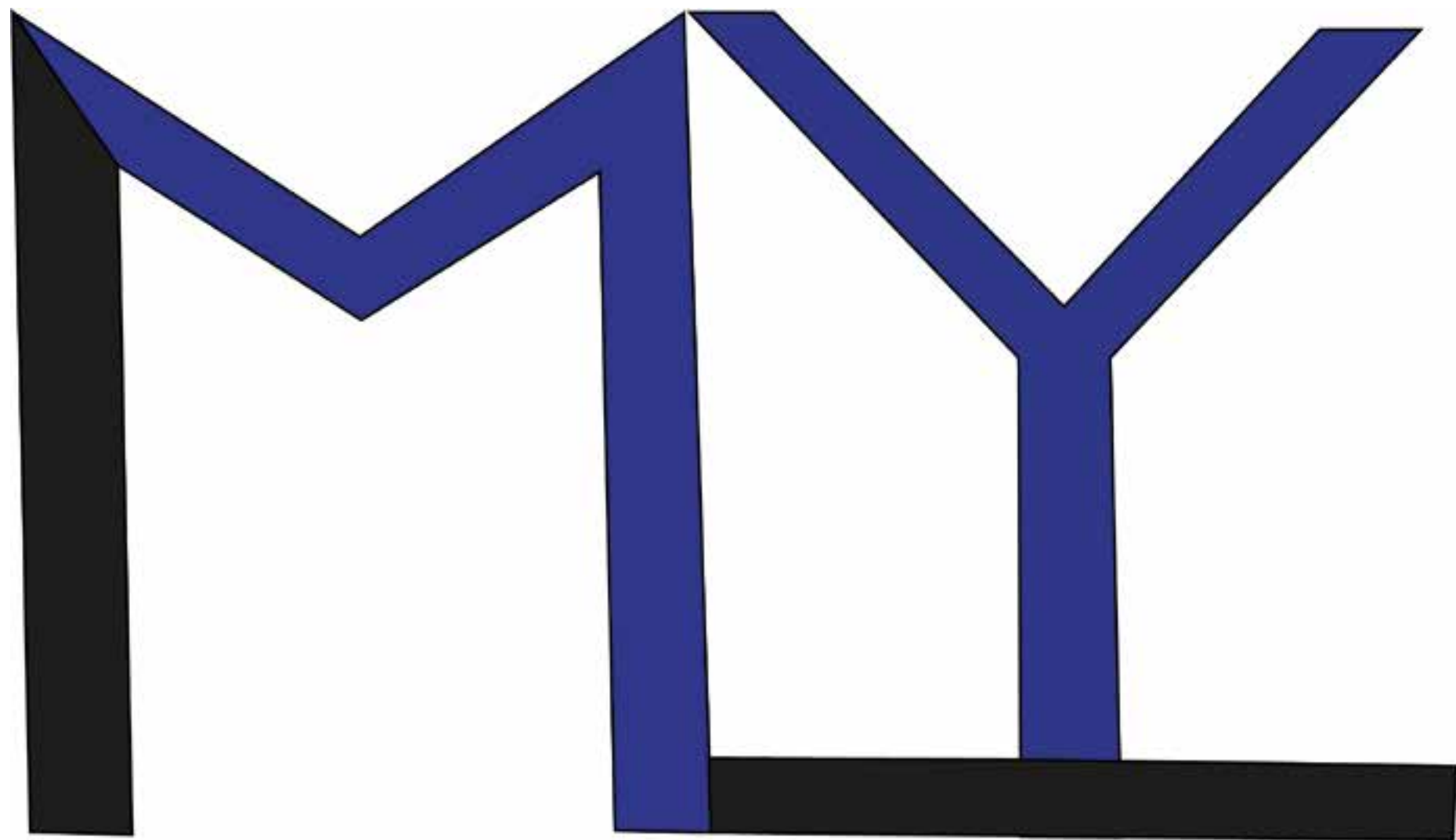




Web DESIGN



Persönlicher

Styleguide

Willkommen bei MY WebDesign

Kreativität trifft Struktur

Dieser Styleguide dient als Grundlage für die visuelle Identität meiner Marke MY WebDesign. Er fasst die wichtigsten Designrichtlinien zusammen und stellt sicher, dass Logo, Farben und Typografie konsistent angewendet werden. Mein Ziel ist es, eine klare und professionelle Markenidentität aufzubauen, die Wiedererkennung schafft und Vertrauen vermittelt.



EINFÜHRUNG

Die Idee für MY WebDesign basiert auf einer Doppelbedeutung:

Einerseits sind es meine Initialen MLY, andererseits liest man sie wie „MY“ – also mein Webdesign. Diese bewusste Doppeldeutigkeit macht die Marke persönlich und nahbar, aber zugleich modern und international.

Mein Ziel ist es, Webseiten und Designs zu gestalten, die klar, funktional und inspirierend sind. Die Gestaltung ist nicht nur ein ästhetischer Prozess, sondern auch eine Form der Kommunikation. Jede Farbe, jede Form, jede Typografie transportiert eine Botschaft.

Die Motivation hinter diesem Styleguide ist es, einen Rahmen zu schaffen, der diese Botschaft konsequent widerspiegelt und für alle zukünftigen Anwendungen Orientierung gibt.



Logo-Varianten I (heller Hintergrund)

Das Logo ist das Herzstück der Marke und repräsentiert die Identität von MY WebDesign. Es wurde bewusst minimalistisch gehalten, um zeitlos und vielseitig einsetzbar zu sein.

Auf hellem Hintergrund kommt das Logo in seiner Primärversion zur Anwendung. Diese zeigt die Hauptfarbe „MY Blau“ (#5384A0), die für Professionalität, Vertrauen und Stabilität steht.

Das Logo kann in unterschiedlichen Größen eingesetzt werden – von großen Bannern bis hin zu kleinen Profilbildern oder Icons. Wichtig ist dabei, dass es immer klar erkennbar bleibt und nicht seine Proportionen verliert.

Beispiele:

- Briefpapier und Rechnungen
- Webseiten mit hellem Layout
- Präsentationen oder Portfolios



Logo-Varianten II (dunkler Hintergrund)

Um die Lesbarkeit und Wirkung auch auf dunklen Flächen zu gewährleisten, gibt es alternative Versionen:

Negativ-Version (weißes Logo auf dunklem Hintergrund)

Schwarzweiß-Variante für Druck und Fax

Variante in Dunkelgrau für elegante Anwendungen

Diese Versionen stellen sicher, dass das Logo unabhängig vom Medium immer sichtbar, stark und konsistent bleibt.

Beispiele:

- Social Media Profilbilder im Dark Mode
- T-Shirts oder Sticker mit dunklem Hintergrund
- Präsentationen im schwarzen Design
- Das Ziel ist immer: Klarheit und Wiedererkennbarkeit.

Schutzraum

Ein Logo braucht Luft zum Atmen. Damit es seine volle Wirkung entfalten kann, ist ein definierter Schutzraum einzuhalten.

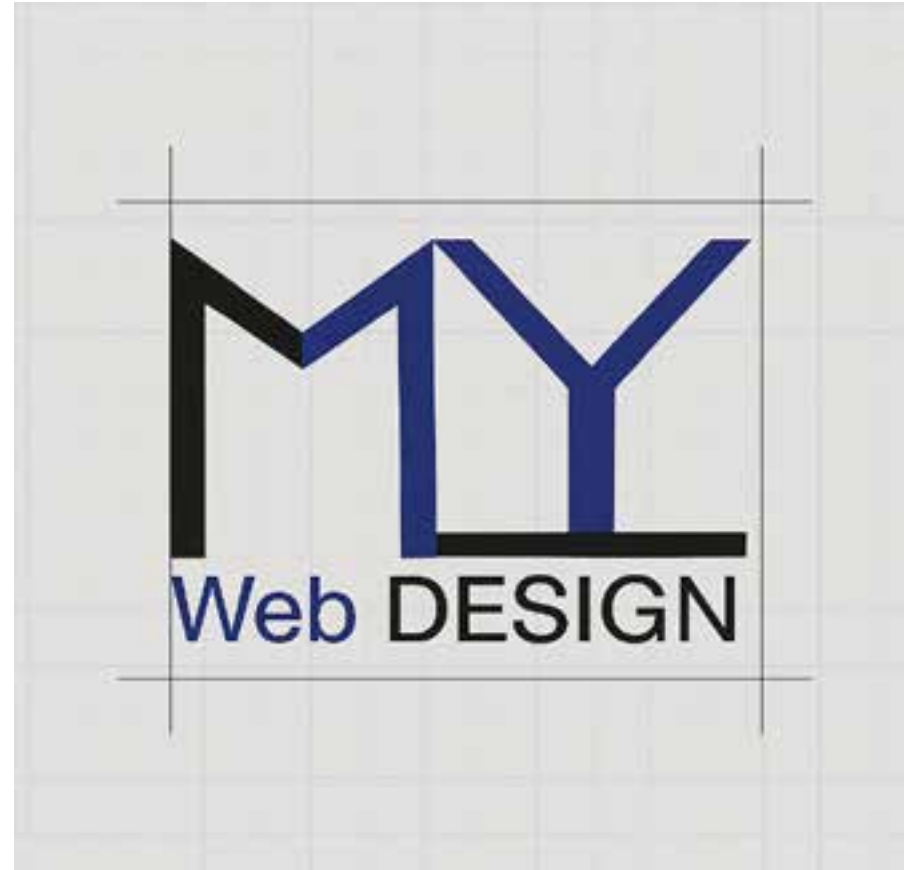
Der Mindestabstand entspricht der Höhe des Buchstabens „M“ im Logo. Dieser Bereich muss frei von Texten, Bildern oder anderen Elementen bleiben.

Der Schutzraum sorgt dafür, dass das Logo nicht verloren wirkt, sondern sich klar vom Hintergrund abhebt.

Das stärkt die Markenidentität und verhindert eine Überladung des Designs.

Beispiele für gute Anwendung:

- Logo im Header einer Webseite
- Logo auf einer Visitenkarte
- Logo in einer Präsentationsfolie



Farbpalette

Farben sind ein zentrales Gestaltungselement, weil sie Emotionen transportieren und eine Marke unverwechselbar machen.

Primärfarben:

- wBlau (#5384A0): Symbol für Vertrauen, Kreativität und Klarheit.
- Hellgrau (#F7F7F7): Neutral und zurückhaltend, sorgt für Ruhe im Layout.
- Dunkelgrau (#2F2F2F): Seriös, stabil und ideal für Kontraste.

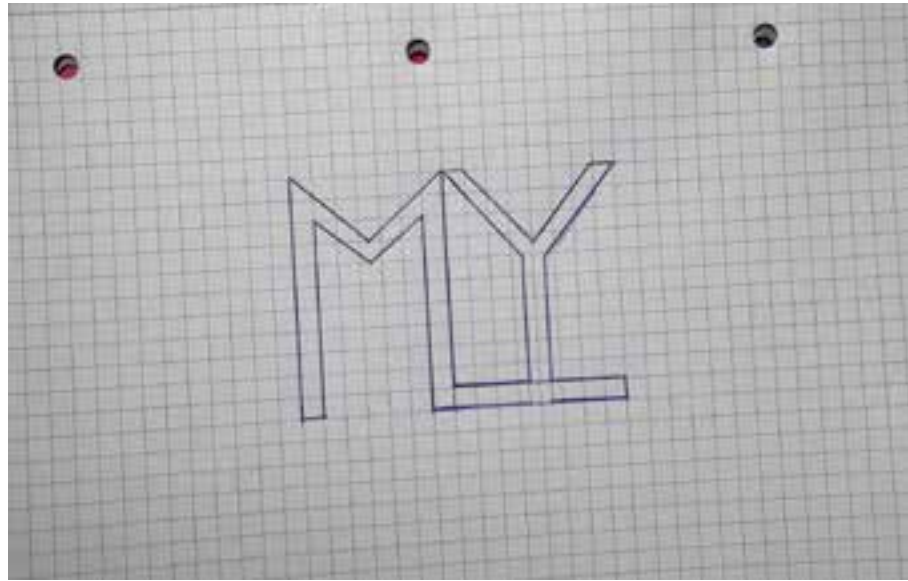
Sekundärfarben:

Je nach Projekt können dezente Akzentfarben wie Beige oder Gold ergänzt werden, um bestimmte Botschaften zu verstärken.

Die Kombination dieser Farben schafft ein harmonisches, modernes Gesamtbild und unterstreicht die Professionalität von MY WebDesign.



Typografie



Typografie ist die Stimme der Marke. Sie bestimmt, wie Inhalte gelesen und wahrgenommen werden.

Trebuchet MS ist die Hauptschrift für Logo, Überschriften und Navigation. Sie wirkt modern, klar und dynamisch.

Arial wird als Fließtext-Schrift eingesetzt. Sie ist neutral, einfach und auf allen Geräten gut lesbar.

Durch die bewusste Kombination entsteht eine klare Hierarchie:

Überschriften: prägnant, auffällig
Fließtexte: schlicht, gut verständlich

Zitate oder besondere Hervorhebungen: kursiv oder fett

RICHTIGE ANWENDUNGEN



Richtige Anwendungen

-Logo auf weißem oder kontrastierendem Hintergrund
Immer mit ausreichendem Schutzabstand

-Platzierung im oberen Bereich von Dokumenten oder Webseiten

-Farb- und Typokombinationen nach Styleguide
Keine Überlagerung mit komplexen Mustern

Durch die konsequente Umsetzung bleibt die Marke stark und einheitlich.

Falsche Anwendungen

- Verzerren (z. B. in die Breite ziehen)
- Einsatz von Effekten wie Schatten, Glow oder Verläufen
- Platzierung auf unruhigen Bildern
- Verwendung nicht genehmigter Farben
- Drehen, Spiegeln oder Ändern des Logos

Diese Fehler wirken unprofessionell und schwächen den Markenauftritt.



Visitenkarte Mockup

Eine Visitenkarte ist oft der erste physische Kontakt mit einer Marke. Sie muss auf einen Blick Professionalität und Seriosität vermitteln.

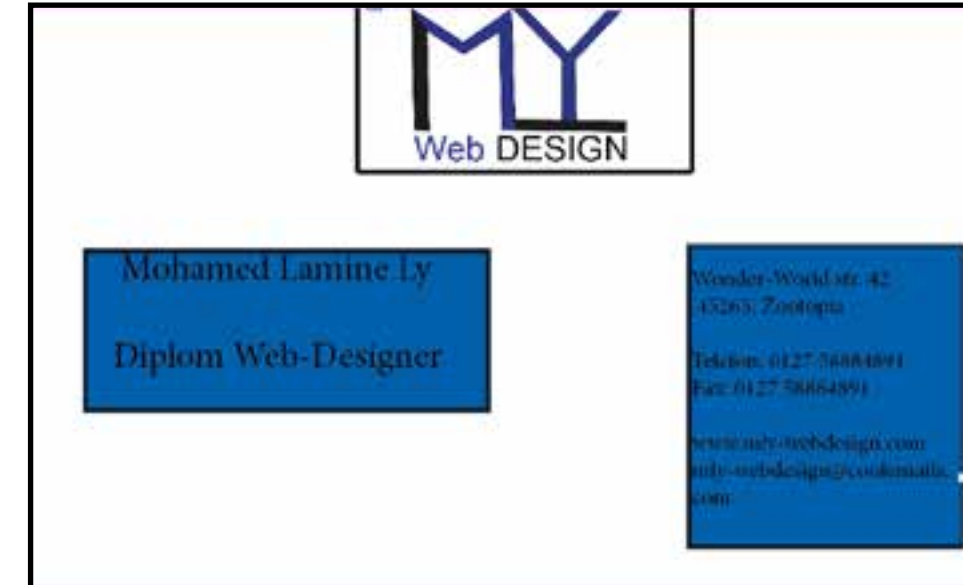
Gestaltungsideen:

Vorderseite: Logo, Name, Funktion, Kontaktdaten

Rückseite: Claim „Dein Stil. Dein Webdesign.“ mit MY Blau als Hintergrundfarbe

Optional: QR-Code zum Portfolio

So entsteht ein klarer, moderner Eindruck – klein, aber wirkungsvoll.



Zusammenfassung

Der Styleguide stellt die visuelle DNA von MY WebDesign dar.

Er zeigt, wie Logo, Farben und Typografie einheitlich und professionell eingesetzt werden können.

Kernbotschaften:

Klarheit: Saubere, strukturierte Designs

Identität: Verbindung von MLY (Name) und MY (Persönlichkeit)

Professionalität: Einheitliche Anwendung in allen Medien

Kontakt / Zitat

*„Design ist nicht nur, wie es aussieht
– Design ist, wie es funktioniert.“*

– Mohamed Lamine Ly

info@mywebdesign.de
Tel: +49 127 58884891
www.mlWywebdesign.de
Instagram: @mywebdesign