



Style Guide

• WEBSITE MOTORMARKETING.DE

Farben, Schriften, Elemente und Regeln der MotorMarketing-Website.
Grundlage für Social Media, Präsentationen, Angebote, Banner,
Messeauftritte und alles, was künftig zur Seite passen soll.

Schwarz, Weiß und Rennrot

Die Seite übersetzt das Logo in ein Cockpit: **tiefes Schwarz** wie ein Armaturenbrett, **Rot** wie die Nadel im Drehzahlbereich, dazu viel Weiß für Ruhe und Lesbarkeit. Dunkle und helle Bereiche wechseln sich ab, so bekommt jeder Abschnitt einen eigenen Takt.

Drei Erkennungsmerkmale ziehen sich durch alle Seiten:

- **Zweifarbige Überschriften:** der Kern der Aussage steht in Rot („Warum **MotorMarketing**?“, „Fokussiert auf die **Automotive-Branche**“).
- **Rote Eyebrow** über jeder Bereichsüberschrift: kurz, in Großbuchstaben, gesperrt („Deine Vorteile“, „Kundenstimmen“).
- **Rotes Glühen** auf dunklem Grund: ein weicher roter Lichtschein hinter Karten und Buttons statt harter Effekte.

Logo



Logo Original: für helle Hintergründe. Schriftzug „Marketing“ schwarz, „Motor“ und Tachobogen rot.



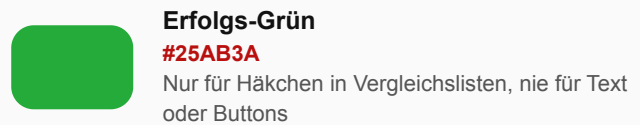
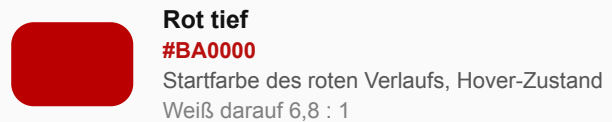
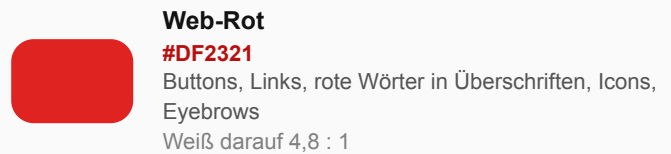
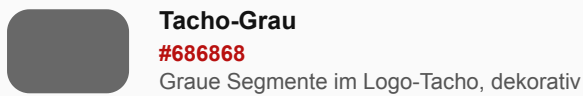
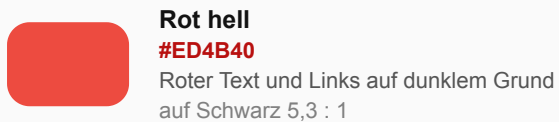
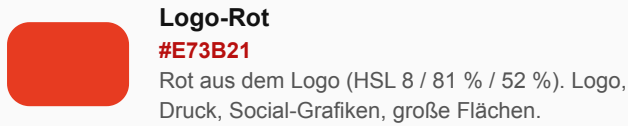
Logo White: für dunkle Hintergründe und Fotos, so auch im Kopf und Fuß der Website.

Rund um das Logo Platz lassen, etwa die Höhe des Wortes „Motor“. Nicht verzerren, nicht umfärben, keine Schatten. Der Zusatz „made by Michael Peschel“ gehört zum Logo und bleibt stehen.

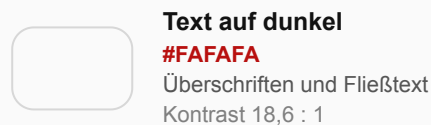
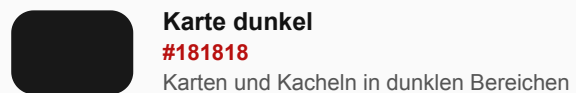
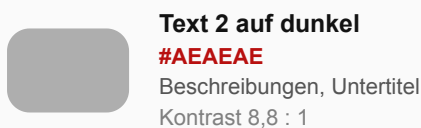
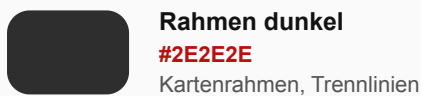
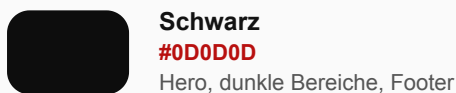
Alle Logo-Dateien (PNG, JPG, PDF, EPS) und dieser Style Guide zum Download: motormarketing.de/media/. MotorMarketing® ist eine bei der EUIPO unter Nr. 019217344 eingetragene Unionsmarke.

Farbpalette

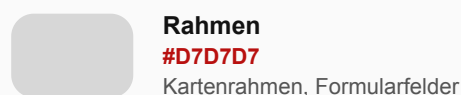
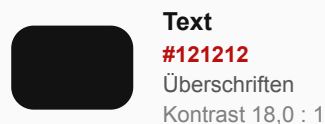
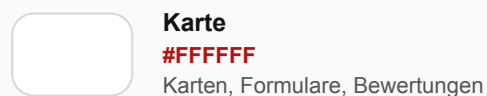
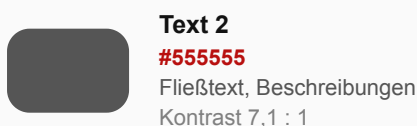
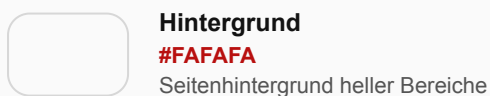
Markenfarben



Dunkle Bereiche



Helle Bereiche



Roter Verlauf



135°, von #BA0000 über #DF2321 zu #DE4F46, für Banner und große Flächen. Kontrast nach WCAG, ab 4,5 : 1 gut lesbar: roter Text auf Schwarz daher in „Rot hell“, auf Weiß in „Web-Rot“.

Typografie

Systemschrift

Überschriften, Eyebrows und Kennzahlen stehen in der Schrift des Geräts: San Francisco auf Mac und iPhone, Segoe UI auf Windows, Roboto auf Android. Stärken 600 bis 800, normale Schreibung, leicht enger gesetzt.

Für Grafiken, Präsentationen und Druck: **Inter** in Bold/ExtraBold, kostenlos bei Google Fonts und optisch am nächsten dran.

Arial

Text-Schrift für Fließtext, Buttons, Navigation und Formulare. Systemschrift, auf jedem Rechner vorhanden, auch in Word und PowerPoint.

Ersatz auf dem Mac: Helvetica.

Schriftgrößen auf der Website

Seitentitel

Systemschrift 800, bis 72 px (H1 Startseite), sonst bis 60 px

Bereichstitel

Systemschrift 700, bis 48 px (H2), Kernwort in Web-Rot

Zwischentitel

Systemschrift 600, 20 bis 28 px (H3)

EYEBROW ÜBER TITELN

Systemschrift 700, 13 px, Großbuchstaben, Laufweite 0,1 em, Web-Rot

Fließtext in Arial, ruhig und gut lesbar.

Arial 400, 16 px, Zeilenhöhe 1,65 bis 1,75, Text 2

NAVIGATION

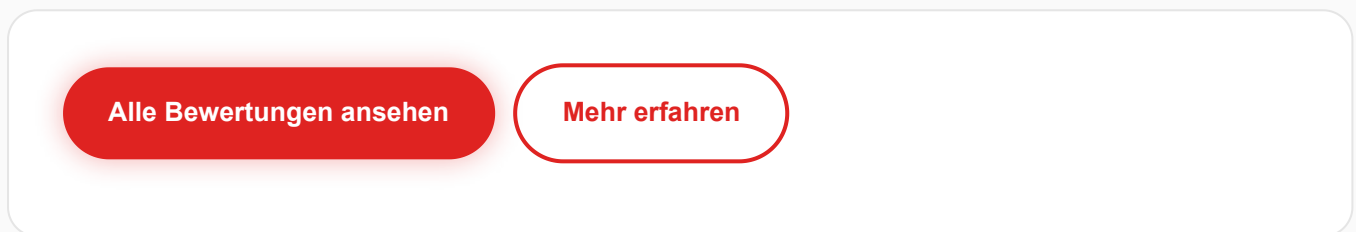
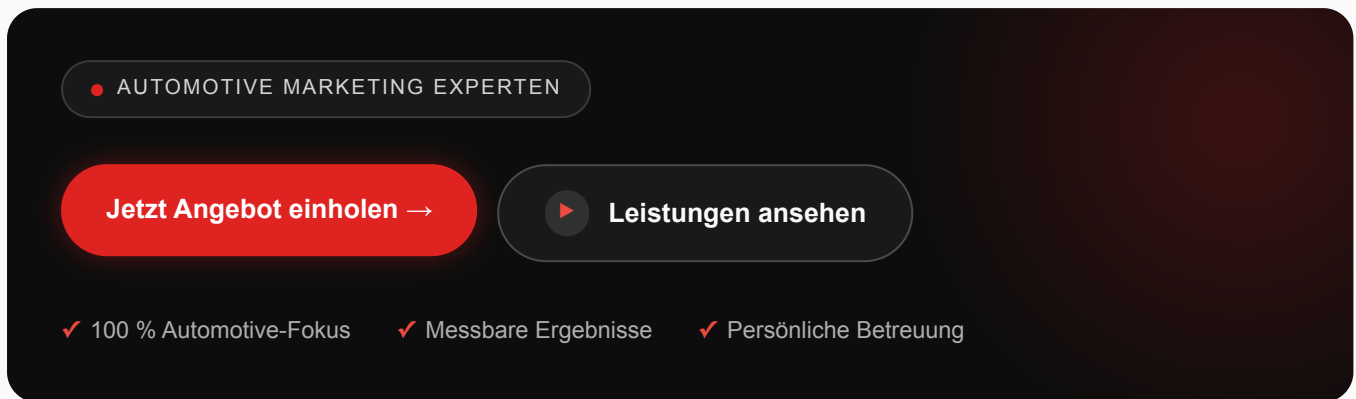
Arial 600, 16 px, Großbuchstaben, Laufweite 0,05 em

Zweifarbige Überschrift

Ergebnisse, die für sich sprechen

Erst die Einleitung in Schwarz (bzw. Weiß auf dunklem Grund), dann die Kernaussage in Rot. Nie mehr als ein roter Teil pro Überschrift.

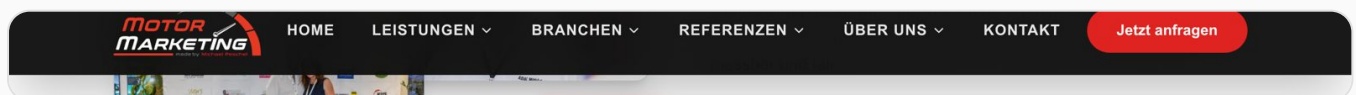
Buttons, Badges, Häkchen



ELEMENT EINSATZ

Roter Button	Hauptaktion: Anfrage, Angebot, Termin. Web-Rot #DF2321 mit weißer Schrift, voll gerundet, beim Überfahren dunkler mit rotem Glühen. Pro Bereich nur ein roter Button.
Glas-Button	Zweitaktion auf dunklem Grund, halbtransparent mit hellem Rand, optional mit rundem Icon links.
Umriss-Button	Zweitaktion auf hellem Grund: roter Rand, rote Schrift.
Badge	Kurze Einordnung über dem Seitentitel, Großbuchstaben, roter Punkt davor.
Häkchen	Rote Häkchen für Vorteile im Hero, grüne Häkchen und rote Kreuze nur im Vergleich „Was du sonst bekommst / Was du bei uns bekommst“.
Ecken	Buttons und Badges voll rund, Karten 12 px, große Karten 16 px.

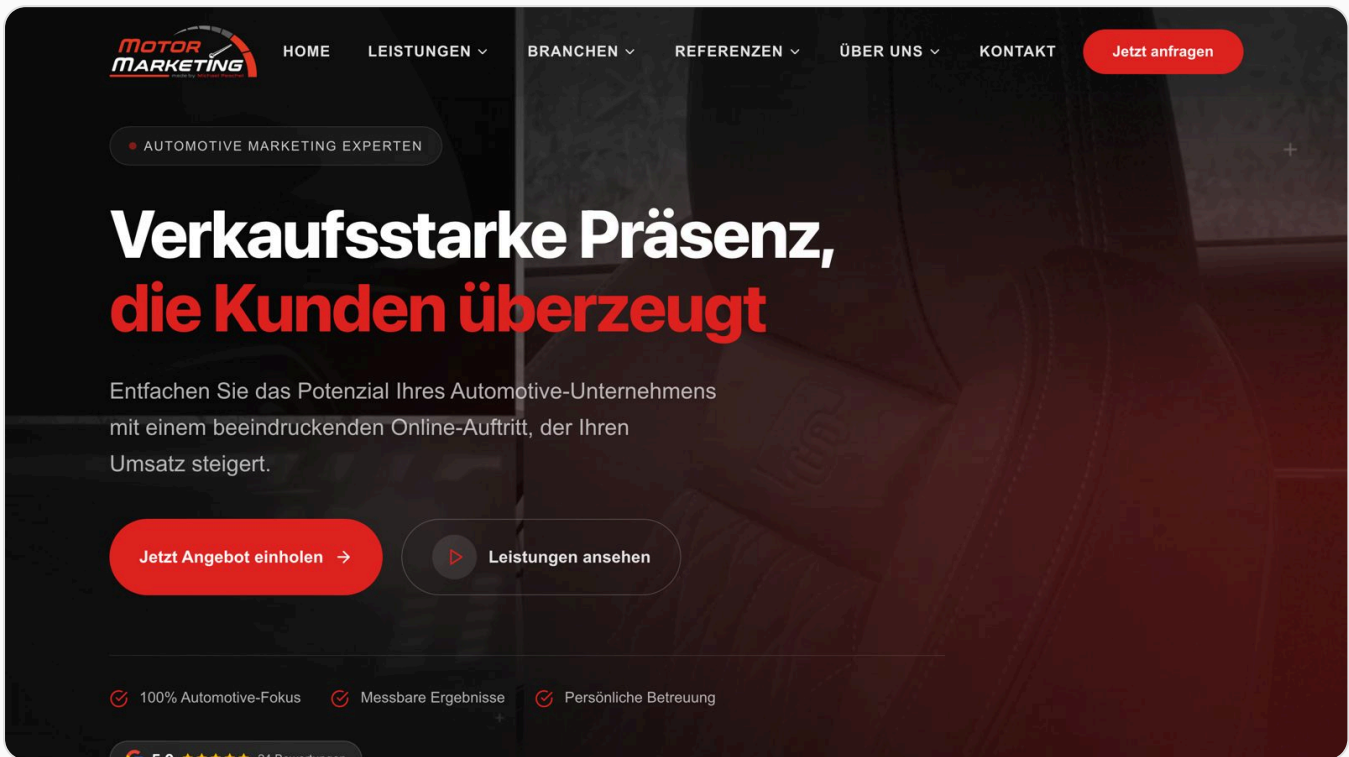
Kopfleiste



Über dem Hero transparent, beim Scrollen schwarz. Logo links, Navigation in Großbuchstaben, rechts der rote Button „Jetzt anfragen“.

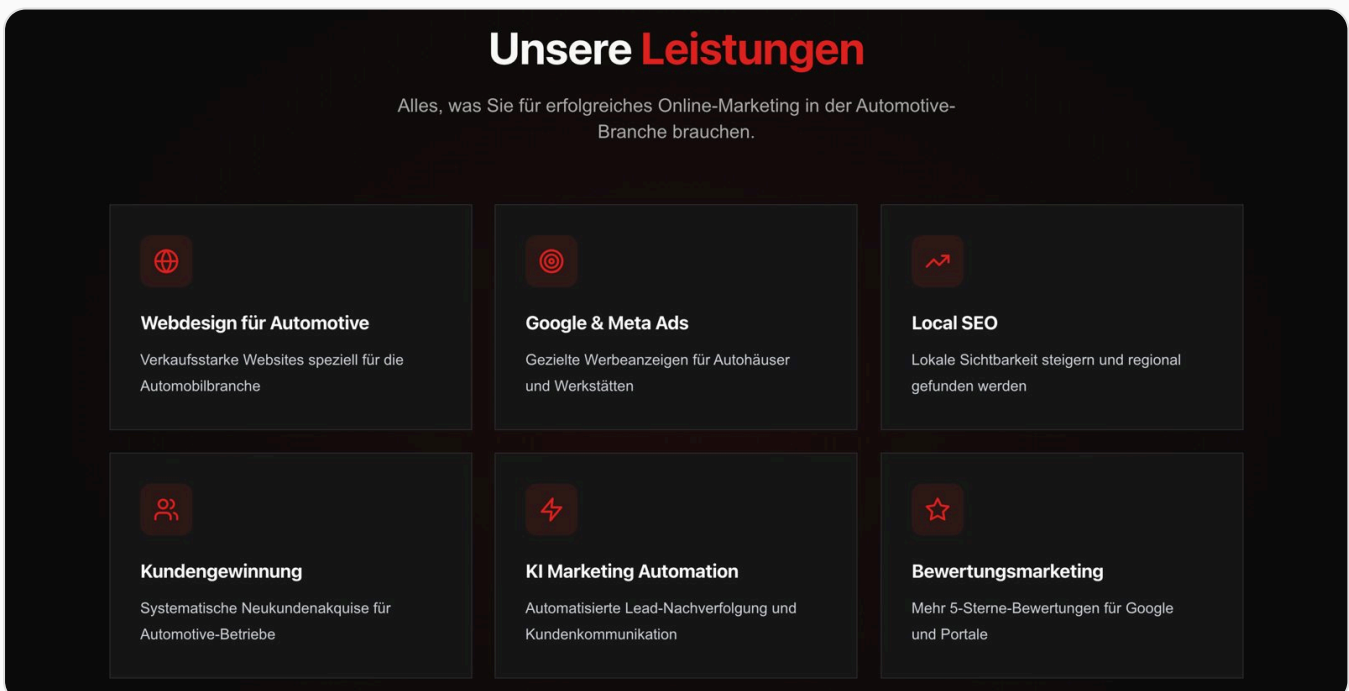
So sieht es aus

Hero der Startseite



Dunkles Foto mit Abdunklung und rotem Lichtschein von rechts unten. Badge, zweifarbige Überschrift, Unterzeile, zwei Buttons, drei Häkchen, Google-Bewertung.

Leistungskarten im dunklen Bereich



Karte #181818 mit feinem Rahmen, rotes Linien-Icon auf dunkelroter Kachel, weiße Überschrift, graue Beschreibung.

Helle Bereiche

Vergleich „Was du sonst bekommst“

DEINE VORTEILE

Warum **MotorMarketing**?

Effizient, persönlich und fair. Warum Kunden gerne mit uns arbeiten:

Was du sonst bekommst

- ✗ Allgemeine Marketingstrategien ohne Branchenfokus
- ✗ Viele Ansprechpartner, niemand fühlt sich zuständig
- ✗ Lange Wartezeiten und unklare Kommunikation
- ✗ Standard-Kampagnen ohne individuelle Anpassung
- ✗ Komplizierte Verträge und versteckte Kosten
- ✗ Keine Kenntnisse der Automotive-Zielgruppe
- ✗ Du musst selbst Inhalte und Ideen liefern
- ✗ Ergebnisse kaum messbar oder nachvollziehbar

Was du bei uns bekommst

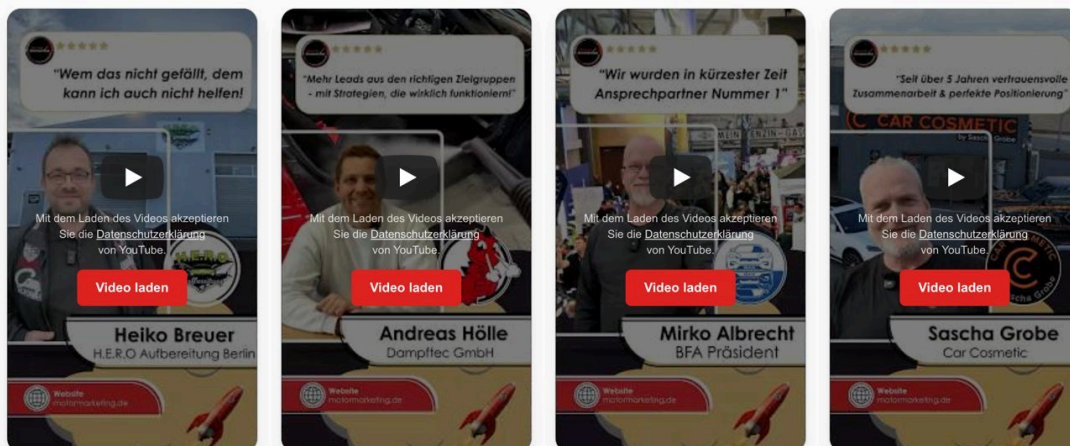
- ✓ 100% Fokus auf die Automotive-Branche
- ✓ Ein persönlicher Ansprechpartner für alles
- ✓ Schnelle Reaktionszeiten und klare Abläufe
- ✓ Individuell auf dein Unternehmen zugeschnitten
- ✓ Faire und transparente Preisgestaltung
- ✓ Wir kennen deine Zielgruppe und deren Bedürfnisse
- ✓ Wir entwickeln Strategie und Content für dich
- ✓ Transparentes Reporting mit echten Ergebnissen

Kundenstimmen und Bewertungen

KUNDENSTIMMEN

Ergebnisse, die **für sich sprechen**

Top-Bewertungen von unseren Kunden aus der Automotive-Branche.



[Alle Bewertungen ansehen](#)

Bildsprache und Formate

- **Echte Menschen, echte Autos:** Michael Peschel, Kunden, Werkstätten und Fahrzeuge zuerst, Stockfotos nur als Ergänzung.
- **Dunkel und satt:** Hero-Bilder werden abgedunkelt, damit weiße Schrift sicher lesbar bleibt.
- **Kundenstimmen als Video** mit Namen und Firma im Bild.

EINSATZ	FORMAT	HINWEIS
Hero-Bild	Querformat, mind. 1920 px breit	Motiv rechts oder mittig, links Platz für Text. Wird abgedunkelt.
Leistungs- und Branchenbild	4 : 3, z. B. 1024 × 768 px	Fahrzeug oder Betrieb im Mittelpunkt.
Social-Vorschau (Facebook, LinkedIn, WhatsApp)	1200 × 630 px	Logo auf schwarzer Fläche, eine zweifarbige Aussage.
Kundenlogo	PNG oder SVG, transparent	Für die Logoleiste auf hellem Grund.
Porträt	Hochformat, ca. 3 : 4	Für Über-uns, Ansprechpartner und Zitate.

Schreibregeln

- Name immer „**MotorMarketing**“ in einem Wort, M und M groß.
- Klare Nutzaussagen statt Floskeln: was der Betrieb davon hat, in einem Satz.
- Kein langer Gedankenstrich (—), stattdessen Komma, Punkt oder Doppelpunkt. Deutsche Anführungszeichen „so“.
- Der kurze Strich (–) nur bei Zeiträumen und Strecken, ohne Leerzeichen: Mo–Fr, 9–17 Uhr.
- Zahlen mit Einheit: „100 % Automotive-Fokus“, „5,0 Sterne“.