

07. Juni 2022

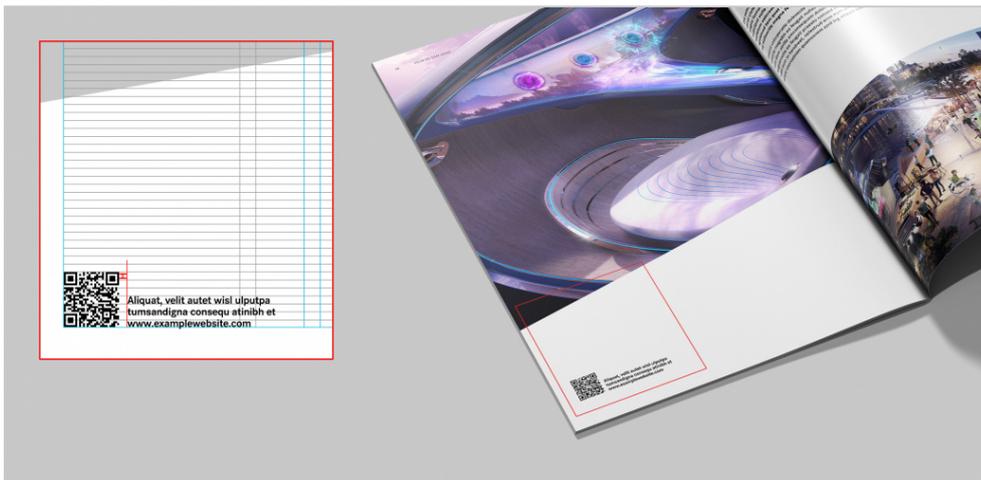
QR-Codes



QR-Codes sollen den Nutzer*innen einen Mehrwert liefern, der über den Inhalt des jeweiligen Mediums hinausgeht. Durch die Aktivierung des QR-Codes werden die Nutzer*innen mit zusätzlichen Informationen und Botschaften versorgt, die beispielsweise über das Printmedium nicht bereitgestellt werden können. So können z. B. Filme, Produktvideos, Musik, Webseiten, Animationen, Interaktionen o. ä. aufgerufen werden.



Durch Aktivierung des QR-Codes können den Nutzer*innen zusätzliche Informationen zur Verfügung gestellt werden.



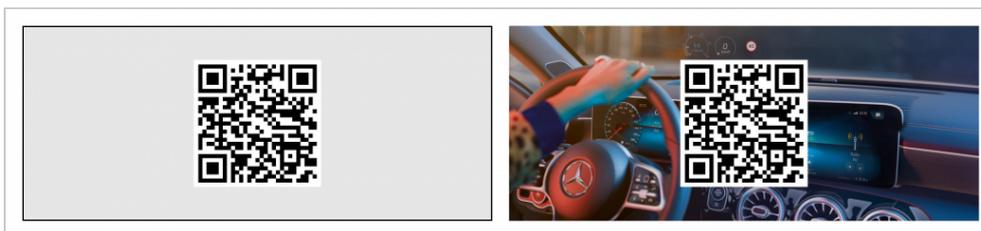
QR-Codes stehen innerhalb des Satzspiegels und werden am Gestaltungs- und Grundlinienraster ausgerichtet.



Der QR-Code ordnet sich in der Gestaltung immer unter und dominiert nicht das Medium.

Größe und Farbe

In der Gestaltung eines Mediums nimmt der QR-Code in der Regel eine untergeordnete Rolle ein. Er steht nicht im Fokus, sondern wird als ergänzendes Element möglichst klein in das Layout integriert. Die Lesbarkeit des Codes muss aber immer gewährleistet sein, die durch einen hohen Farbkontrast erreicht wird. Deshalb wird er immer in Schwarz auf einem weißen Hintergrund ohne Rahmen platziert, egal ob auf einem Bild oder auf einer Farbfläche. Farbige Codes oder QR-Codes auf farbigen Untergründen sind in der Gestaltung nicht gestattet. Vor Einsatz eines QR-Codes sollte dieser auf Funktionsfähigkeit getestet werden.



Der QR-Code wird auf Bildern oder Farbflächen immer in Schwarz auf einem weißen Hintergrund ohne Rahmen platziert. Er steht nie auf der silbernen Raising-Fläche.

Platzierung/Kombination mit Text

QR-Codes stehen innerhalb des Satzspiegels und werden am Gestaltungs- und Grundlinienraster ausgerichtet. Ein QR-Code wird in der Regel mit einer Erklärung oder der Angabe einer URL kombiniert. Die Erklärung enthält eine Ankündigung der Inhalte, die sich hinter dem QR-Code verbergen. Erklärungstext und QR-Code stehen unmittelbar beieinander. Der Erklärungstext wird wie eine Bildunterschrift in Daimler CS Bold gesetzt und mit einer Versalhöhe Abstand neben oder unter dem QR-Code platziert.

Der QR-Code erscheint nicht auf Titelseiten von Broschüren oder Flyern, sondern wird immer auf der Rückseite und/oder Innenseiten platziert. Der QR-Code steht nie auf der silbernen Raising-Fläche.



Der QR-Code wird im Satzspiegel platziert und mit einem Erklärungstext kombiniert.