

Guidelines Redesign Illustrationen

2 LOOK & FEEL

4 ILLUSTRATIONEN
OPTIMIEREN

5 ILLUSTRATIONEN
OPTIMIEREN
BEISPIELE

9 VERWENDETE
FARBEN

10 ANWENDUNG

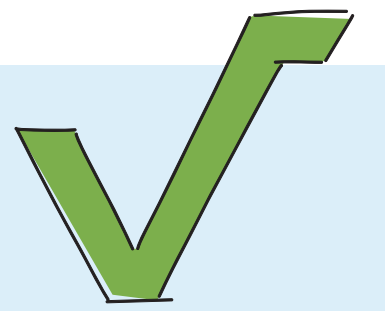
14 EINSATZ
HELLBLAUER
HINTERGRUND



Look & Feel

Eigenschaften

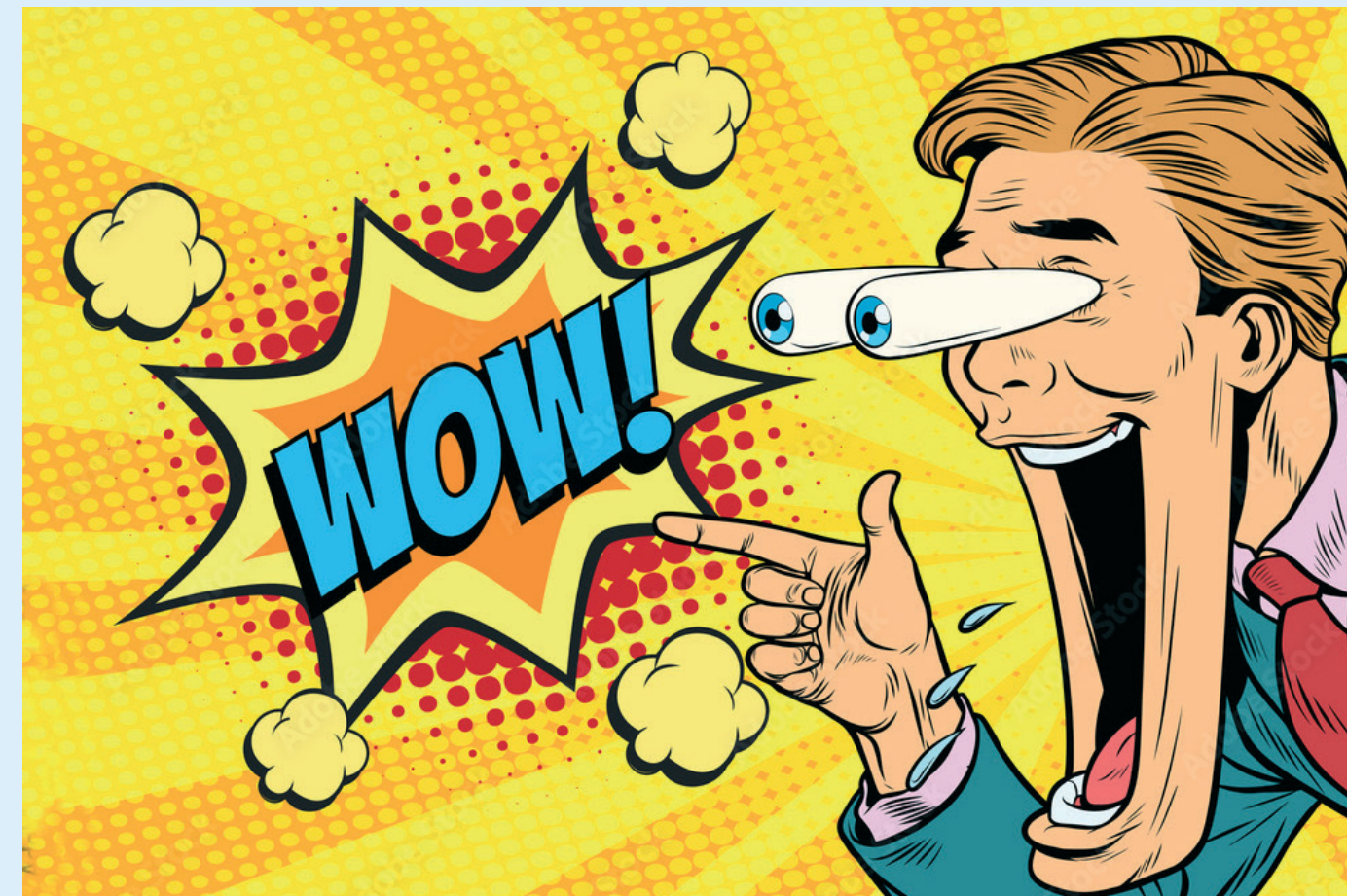
- klar und modern
- keine Schlagschatten
- keine Comic-Optik
- Um sie bearbeiten zu können müssen sie als Vektor-Dateien bereitgestellt werden



Look & Feel

Eigenschaften

- klar und modern
- keine Schlagschatten
- keine Comic-Optik
- Um sie bearbeiten zu können müssen sie als Vektor-Dateien bereitgestellt werden



Illustrationen optimieren

Geladene Grafiken folgendermaßen bearbeiten:

- Störende und überflüssige Elemente entfernen
- Rechteckige vollflächige Hintergründe entfernen – wenn möglich einen Freisteller daraus machen
- Farben anpassen
- Schlagschatten entfernen
- Wenn die Aussage und/oder das Layout es benötigen: Elemente teilweise anpassen (verändern/verlängern etc.) oder mehrere Illustrationen zusammenführen



Illustrationen optimieren Beispiele

X



geladenes Bild

✓



bearbeitetes Bild

Illustrationen optimieren Beispiele

X



geladenes Bild

✓

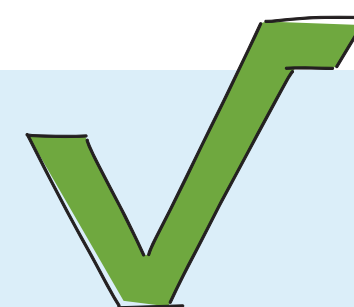


bearbeitetes
Bild

Illustrationen optimieren Beispiele



geladenes Bild

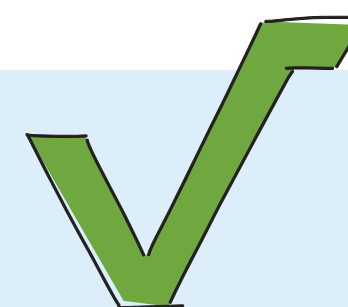


bearbeitetes Bild

Illustrationen optimieren Beispiele



geladenes Bild



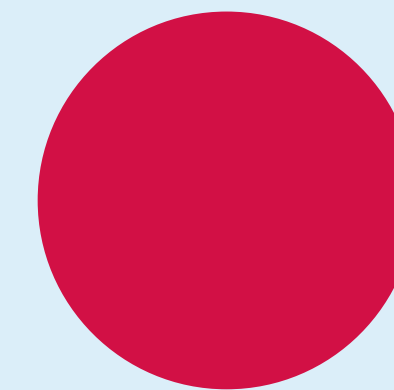
bearbeitetes Bild

Verwendete Farben

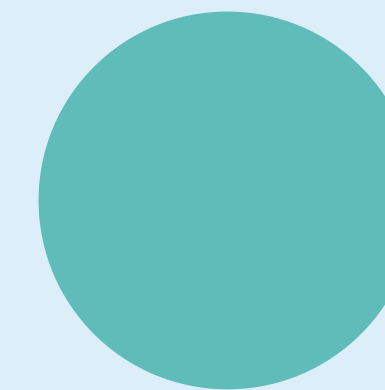
Die Farben der gekauften vektorbasierten Illustrationen sollten anpassen werden. Die ersten drei Farbreihen können in allen Tonwerten verwendet werden.

Die Farbe der Rubrik, in der sich die Illustration befindet sollte bevorzugt verwendet werden.

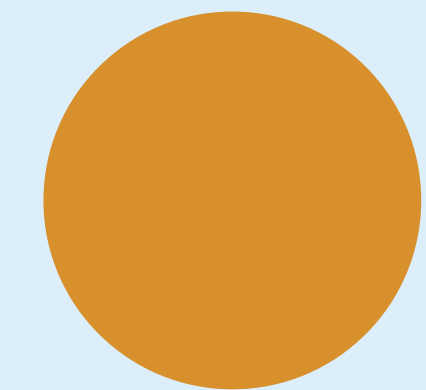
Ziel der Farbanpassung ist es ein harmonisches Farbbild im gesamten Heft zu erzeugen.



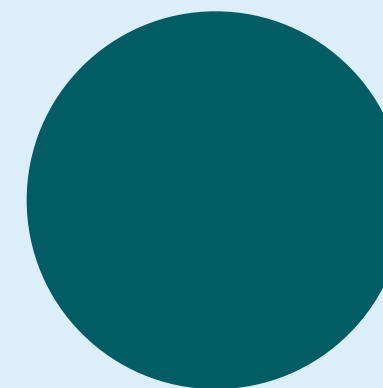
C: 2
M: 100
Y: 63
K: 11



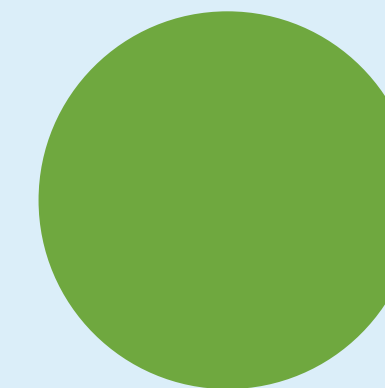
C: 60
M: 5
Y: 30
K: 0



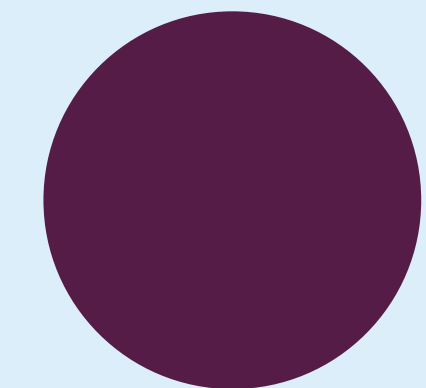
C: 10
M: 45
Y: 95
K: 5



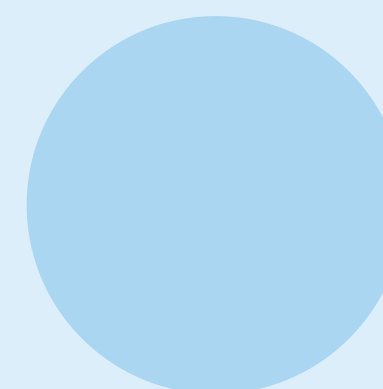
C: 100
M: 60
Y: 60
K: 10



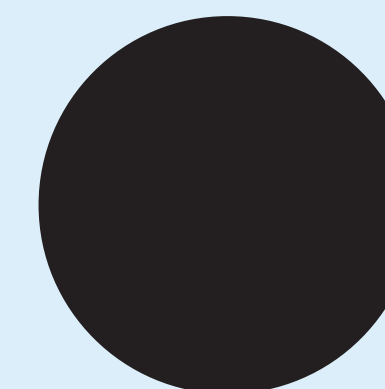
C: 60
M: 10
Y: 100
K: 5



C: 70
M: 100
Y: 50
K: 30

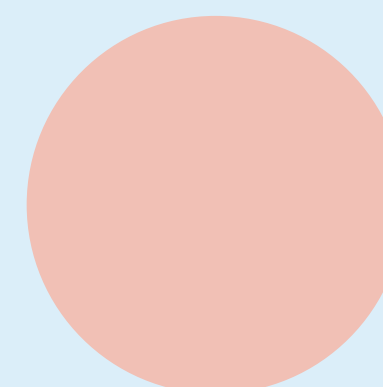


C: 30
M: 5
Y: 0
K: 0

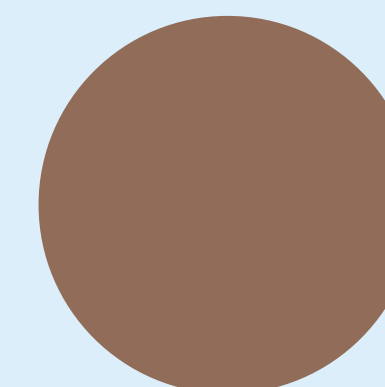


C: 0
M: 0
Y: 0
K: 100

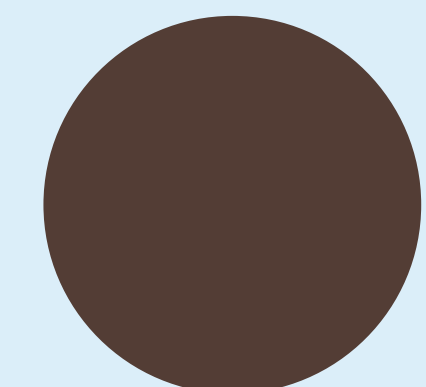
Hauttöne



C: 26
M: 20
Y: 4
K: 0



C: 0
M: 32
Y: 38
K: 50



C: 30
M: 48
Y: 50
K: 66

Anwendung

Oft können Illustrationen ein Thema besser erfassen und eine Aussage direkt visualisieren. Es können Elemente aufgenommen werden, die eine Fotografie nicht abbilden kann. Die Illustration sollte einer Fotografie daher vorgezogen werden.

Je nach Seitenaufbau kann die Illustration auf den hellblauen Hintergrund (Hintergrund/Boxen mit 40 %) platziert werden. Einige Elemente dürfen diesen Hintergrund gern überlappen, so dass eine gewisse Dynamik entsteht.



Anwendung

Die Illustrationen die in den Artikeln verwendet werden können im Inhaltsverzeichnis wieder aufgegriffen werden. Dazu können sie auch verkleinert oder angepasst werden (eventuell einige Elemente löschen – es geht nur um die Aussage und den Wiedererkennungswert).

INHALT 

ERFOLG

06 MAGAZIN

08 OFFICE STAR
Birgit Anslík, Assistentin der Geschäftsführung HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung hat ihr Ziel immer klar im Blick und setzt auf kontinuierliche Weiterbildung.

12 PSYCHOLOGIE
Trainieren Sie es, im Job selbstbewusst aufzutreten und Angriffe souverän zu kontern.

14 CAREER@OFFICE
Sonderseiten zur Karriere-Messe am 29. November 2018 in Köln.

18 GUT FÜRS UNTERNEHMEN
Mehr Entscheidungsfreiheit und eigenständiges Arbeiten fördert die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter.

LEARN

20 EXCELTABELLEN
Mehr Pep für Tabellen: Exceltabellen müssen nicht als Zahlenwüste daher kommen. Die bedingte Formatierung tut vor allem größeren Ziffernlisten gut und verschafft dem Benutzer Übersicht.

22 POWERPOINT
Schaubildtypen in PowerPoint machen Datenreihen rund.

25 SMART OFFICE NEWS

ommoluptate et porporem iuntiam, officuris exlab id quid
Seite 22



CREATE

26 KORRESPONDENZ
Feines Papier: Wenn es in der Business-Komt. Besondere Papiere und Grußkarten bleiben bei Kunden und Geschäftspartnern im Gedächtnis.

28 FREMSPRACHEN
Produkteinführung in Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch.

32 BÜROUMZUG
Richtig gut organisiert: Tipps für einen geregelten und optimierten Firmenumzug vom Speditionsberater.

36 KOLUMNE
Heißt Ihr Chef noch Chef? von Katharina Münk

TOGETHER

40 TAGUNG IN SPORTSTADIEN
Das Jahr der Fußball-WM lenkt die Aufmerksamkeit auf Stadien und Multifunktions-Arenen. Außerhalb des Spielbetriebs können diese meist ungewöhnlichen Locations auch für kleine und große Business-Events gebucht werden.

42 LESSONS LEARNED
Evaluation: Spüren Sie die Schwingungen im Team?

ommoluptate et porporem iuntiam, officuris exlab id quid
Seite 40



TRAVELLING

44 BUSINESS AUF MALTA
Dass man auf der kleinen, hübschen Mittelmeer-Insel gute Sprachschulen für Englisch besuchen kann, das hat sich herumgesprochen. Doch das kleinste EU-Mitglied bietet auch wirtschaftlich Einiges.

46 AIRLINES IM PORTRÄT
Lufthansa: Neue Ziele im Jubiläumsjahr.

47 UNTERWEGS NEWS

HEALTH

50 TEAMGERECHTE ARBEITSINSELN
Lounges als Kommunikationsinseln, Think Tanks, mobile Arbeitsplätze und Rückzugsmöglichkeiten: Wenn es nach den Experten geht, verwandeln sich unsere Büroräume in Zukunft in flexible Office-Landschaften mit Wohlfühlfaktor.

56 BEWEGUNG
Office-Gym: workout@work

ommoluptate et porporem iuntiam, officuris exlab id quid
Seite 50





editorial_insert.

Lorem Ipsum dolor. Porepere solupta quide dolore voluption consequer qui optatern qui optem.

Vorname Name, Postition

“ ”

RUBRIKEN

03 Editorial
51 Seminare
66 Vorschau/Impressum

WORKINGOFFICE.DE

Folgen Sie uns auch auf Facebook (facebook.com/workingoffice), XING (https://bit.ly/3t2pqIH) oder LinkedIn. Dort berichten wir von Spannendem und Aktuellem, eben allem was wichtig ist in Ihrem Arbeitsalltag.

22

23

Anwendung



Bildzusatztext As et am
cus sequide optasim seque
cor aut voluptatione iusa
que volupti te eos rem etur
si occum sunt quam quid.

GROW

Aquam sim volori optae providicius

VORNAME NAME Tem fugiam eos ducite
plabor apis minume nienimus estibus restor
saecte am fugit aut endandi voluptatur, ilitatures molo to dolori
accullab in rae atius moloreris doluptatqui conseditiae nest es
quasime nima quos eossim quid moluptis nitiis ni nam eum ut
ullo is eveliqu aspeliur?

Itatio qui voluptate pe et reium exerib uscius rerum et as
ium int volor sant et velesti orerfer ciistis auda que volor
repro to bearum nonest, tem core que nimperupta ilis sunt
aut odis dem vid que omniat optatis sitam eatiorendam non-
sectus, solor sum facipiet aborro ellab is molum, sit velique
labo. Nam alitatepe ius sequi coratur, quam earistis ipsandi
tatur, cum autas moluptatur, verchil iquasimpos moloribus
reseratissit lab ipidem es nateceaqis inimod et porrum
hitatem poressitatis autaspi endigendis mos alignim agnihil
iquosserio. Ita doluptat.

Subheadline

Olorem quis magnat eos consequiam eostiore quid ut quos
dolorunt quisini mosande llautenda si sum ut aut qui com-
nimp oreptas ut esequi doluptatecti autenda se ne lit que par-
chil est eum nobitatis et am ut illaboribus asiti optibus aut
elenditam is acescia con poribus rem ne pos captoremquid
mi, sumet verrum, aut alitate labor moluptur aut experum,
velitis esto imagnis verum iunt, omnia consequo cum quo-
dignit, ni ut accus, aceaquo doluptaque ex eaque es raepe-
rum reribus asimpedit que isim facerovidem cus, sinumquo
coritas sit evenest ionsequam quamet plandi dolupta dollabo.
Otaturisit ut plitios dolum fuga. Nem liquatium quo exerspe-
runt lante ipitis eos velique non nulparciis undis re nonseque
parum latium faccupption nonsectur, occab ipsandita sum
facearum quia coratio consequia dit fugite ea qui dolupta-
quam, tenit aut quidisquam as maioribus auditas nam veri
te labore nitat prae maion rem fugitate volupit aut lit eum
aped et estem. Neque etur aut venihil ibusdaectus volorrorit
non et eum re nonsequiam cus es volorrum rem que volore
vero voloratia pe nos autem volenh itatur andigeniendia nus.
asimpedit que isim facerovidem cus, sinumquo coritas sit
evenest ionsequam quamet plandi dolupta dollabo. Otaturisit
ut plitios dolum fuga. Nem liquatium quo exersperunt lante
ipitis eos velique non nulparciis undis re nonseque parum
latium faccupption nonsectur, occab ipsandita sum facearum
quia coratio consequia dit fugite ea qui doluptaquam, tenit
aut quidisquam.

Imus autem sus mod es nem vel earchil exeri is at et vel mag-
nima gnimagn imilictur anim quo inctis illor sequo mod quo
maximil laborio. Olorem quis magnat eos consequiam eostio-
re quid ut quos dolorunt quisini mosande llautenda si sum ut
aut qui comnimp oreptas ut esequi doluptatecti autenda se ne
lit que parchil est eum nobitatis et am.



Foto: © Bildquelle

AUTOR/AUTORIN VORNAME NAME

editorial_insert.

Lorem Ipsum dolor. Porepere solupta
quide dolore voluption consequae qui
optatern qui opttem.

Vorname Name, Position



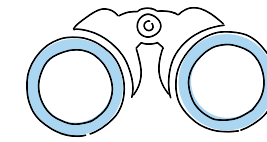
kasten_Icon_Standard

kasten_grundtext, kasten_grund-
text, kasten_grundtext, kasten_
grundtext, kasten_grundtext, kasten_
grundtext, kasten_grundtext, kasten_
grundtext, kasten_grundtext, kasten_
grundtext, kasten_grundtext, kasten_
grundtext, kasten_grundtext.

[www.url.net](#)



VORSCHAU / IMPRESSUM



Beilagenhinweis

inhalt_grundtext, Zeichenformat: bold
inhalt_grundtext

Create

inhalt_grundtext, Zeichenformat: bold
inhalt_grundtext



Foto: © bildquelle

DIE NÄCHSTE AUSGABE VON WORKING@OFFICE
ERSCHEINT AM 00. XXXXXX 2023.

IMPRESSUM

working@office

Magazin für professionelles Büromanagement
Ausgabe 07/08.2021, 22. Jahrgang

VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Straße 2-4 / 53177 Bonn
www.workingoffice.de / redaktion@workingoffice.de
Amtsgericht Bonn, HRB 8165
USt-IdNr. DE812639372
Vorstand: Richard Rentrop

Redaktion: Chefredakteurin: Annette Rempel (v. i. S. d. P.), annette.rompel@workingoffice.de
Textchefin: Kirsten Wolf, München

Redaktionelle Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Noemi Castro Alonso, Isabelle Daguin, Ulrike Dirkes, Johannes Dohler, Domenica Doom, Alexandra Gebel, Yvonne Göpfert, Sarah Kröger, Caroline Krüll, Florian Kunze, Katharina Münk, Susanne Niemann, Gerry Nolan, Angela Parker, Karin Pfeiffer, Annalisa Riggio, Andrea Schmidt-Forth, Kati Sprung, Claudia von Wilmsdorf, Kirsten Wolf, Kristina Wolter, Andrea Zimmermann.

Korrektur: workformedia GdB

Produktmanagement/Marketing: Ulrike Gehring, ug@vnr.de

Layout/Produktion: Grafik: Uwe Otte, Brühl; Drucksteuerung: sieprath GmbH

Anzeigenverkauf: Elisabeth Massfeller, tel 06132 8995573, elisabeth.massfeller@workingoffice.de, Nicole Kraus, tel 06135 7035-404, nicole.kraus@workingoffice.de

Anzeigendisposition: Melanie Schmitz, tel 0228 8205-6300

anzeigendisposition@workingoffice.de

Anzeigenpreise: Es gilt die Preisliste Mediadaten Nr. 21, gültig ab 15.10.2019, www.workingoffice.de

Titelbild: © ?????????????????????????????????

Abonnementspreise: Preisgebundenes Jahresabo: Inland: 129 Euro; Jahresvorzugspreis für Mitglieder des bSb (Bundesverband Sekretariat und Büromanagement e. V.) sowie Mitglieder von IMA Germany e. V.: 96,75 Euro; Preis für thematische Sonderausgaben: 38 Euro. Alle Preise verstehen sich inkl. Porto- und Versandkosten.



Foto: © bildquelle

Grow

inhalt_grundtext, Zeichenformat: bold
inhalt_grundtext



Foto: © bildquelle

Together

inhalt_grundtext, Zeichenformat: bold
inhalt_grundtext

Ausland: 159 Euro (Österreich: unverbindliche Preisempfehlung); Jahresabonnement, Schweiz: CHF 237; Preis für bsb-Mitglieder im Ausland und IMA Austria Mitglieder: 119,25 Euro (unter Angabe der Mitgliedsnummer). Preis für thematische Sonderausgaben: 38 Euro bzw. 48 CHF. Porto- und Versandkosten außerhalb Deutschlands: 3,95 € bzw. 4,30 CHF. Änderungen vorbehalten. Zahlung erst nach Erhalt der Abo-Rechnung. Das Abonnement ist jederzeit zur nächsten erreichbaren Ausgabe kündbar, zuviel gezahlte Beträge für nichtgelieferte Ausgaben werden zurückerstattet (Kündigung schriftlich mit Nennung der Kundennummer). Firmenmehrfachabos auf Anfrage.

Abonnentenverwaltung: Leserservice working@office
Theodor-Heuss-Straße 4 / 53177 Bonn
Telefon: +49 (0)228 9550-163 / Fax: +49 (0)228 3696480
Mo. bis Fr. 8:00-18:00 Uhr / kundenservice@workingoffice.de

Die einzelnen Beiträge geben die Meinung der Autoren, nicht notwendigerweise die der Redaktion wieder. Die Redaktion übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der abgedruckten Inhalte. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen oder die Gesellschaft verantwortlich.
© VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG.

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die gewerbliche Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM und anderen elektronischen Datenträgern. Die Online-Freischaltung bei Abonnements inkl. Online-Archiv (Print + Online und eOnly) gilt ausschließlich für den einzelnen Empfänger des Abonnements und ist nicht eine Freischaltung für das Unternehmen/Bibliothek/Institution.

Streitbeilegung in Verbrauchersachen (§ 36 VSBG): Die VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG ist zur Teilnahme an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle weder bereit noch verpflichtet.

Druck: Westermann Druck | pva, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig
Gedruckt auf säurefreiem und chlorarm gebleichtem Papier.

Printed in Germany.

ISSN: 1438-471X

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Einsatz hellblauer Hintergrund

Der hellblaue Hintergrund „Hintergrund/Boxen“ soll einen Kontrast zur jeweiligen Rubrikfarbe darstellen. Er sorgt für einen frischen Look der sich durch das gesamte Heft zieht und den einzelnen Rubrikfarben durch den Kontrast mehr Kraft verleiht.

Er kann als Hintergrund für Illustrationen und freigestellten Fotografien (40 %) eingesetzt werden. Wo notwendig gibt er den Illustrationen und Freistellern Halt (zur Abgrenzung siehe Beispiel links: die Arme benötigen unten einen Rahmen). Auch zu Beginn eines Kapitels kann der hellblaue Hintergrund (z. B. hinter einem Freisteller) den Kapitelanfang markieren.

Allgemeingültige/besonders hervorzuhebende Boxen können mit 100 % Tonwert der Farbe „Hintergrund/Boxen“ hervorgehoben werden (z. B. Zahl des Monats).

