

Damit das Logo in allen Medien optimal eingesetzt werden kann, braucht es klar definierte Gren und entsprechende Freiräume innerhalb einer Gestaltung.

Vermaßung und Freiraum werden anhand des Basis-Logos definiert und sind auf alle Logo-Varianten übertragbar: Graustufen- und schwarz-weiß Versionen sowie Satelliten-Logos.

Für fünf weitere Briefbögen wird das Basis-Logo mit einem jeweils fest definierten Zusatz verwendet (siehe Seite 38). Bei diesen Logos gilt es ebenfalls den Freiraum von **2 x** ab dem fest definierten Zusatz – oben, unten oder seitlich einzuhalten. Eigenständige Änderungen sind in diesen Fllen nicht erlaubt.

Freiraum – in diesem Raum dürfen keine anderen Objekte, wie zum Beispiel Texte, Kooperationslogos, Bilder oder ähnliches platziert werden und er ist als Mindestabstand zu verstehen. Grundwert für die Vermaßung und die Definition des Freiraums ist die Versalhöhe der Wortmarke:

Versalhöhe = 2 x

Der hier definierte Freiraum dient gleichzeitig als weiße, rechteckige Logo-Bühne für die Platzierung auf Farb- oder Fotohintergrnden.

Vermaßung



Freiraum



Um eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten, darf das Logo grundsätzlich eine Gesamthöhe von 10 mm nicht unterschreiten. Ausnahmen gelten nur für Werbemittel mit begrenzten Werbeflächen (z. B. Kugelschreiber, Bleistifte etc.).

Mindestgröße



Die Basis-Version des Logos und die Satelliten-Logos stehen immer auf weißem Hintergrund unter Berücksichtigung des fest definierten Freiraumes. Andere Anwendungsformen sind nicht zulässig.

Nicht zulässige Anwendungen

Verwendung des 4-farbigen Logos auf farbigen Flächen



Verwendung des Logos in Graustufen auf farbigen Hintergründen



Verwendung des 4-farbigen Logos auf Foto-Hintergründen



Verwendung der nicht vollständigen Wort-Bild-Märke



Veränderung der Größenverhältnisse der Wort- und / oder Bildmarke



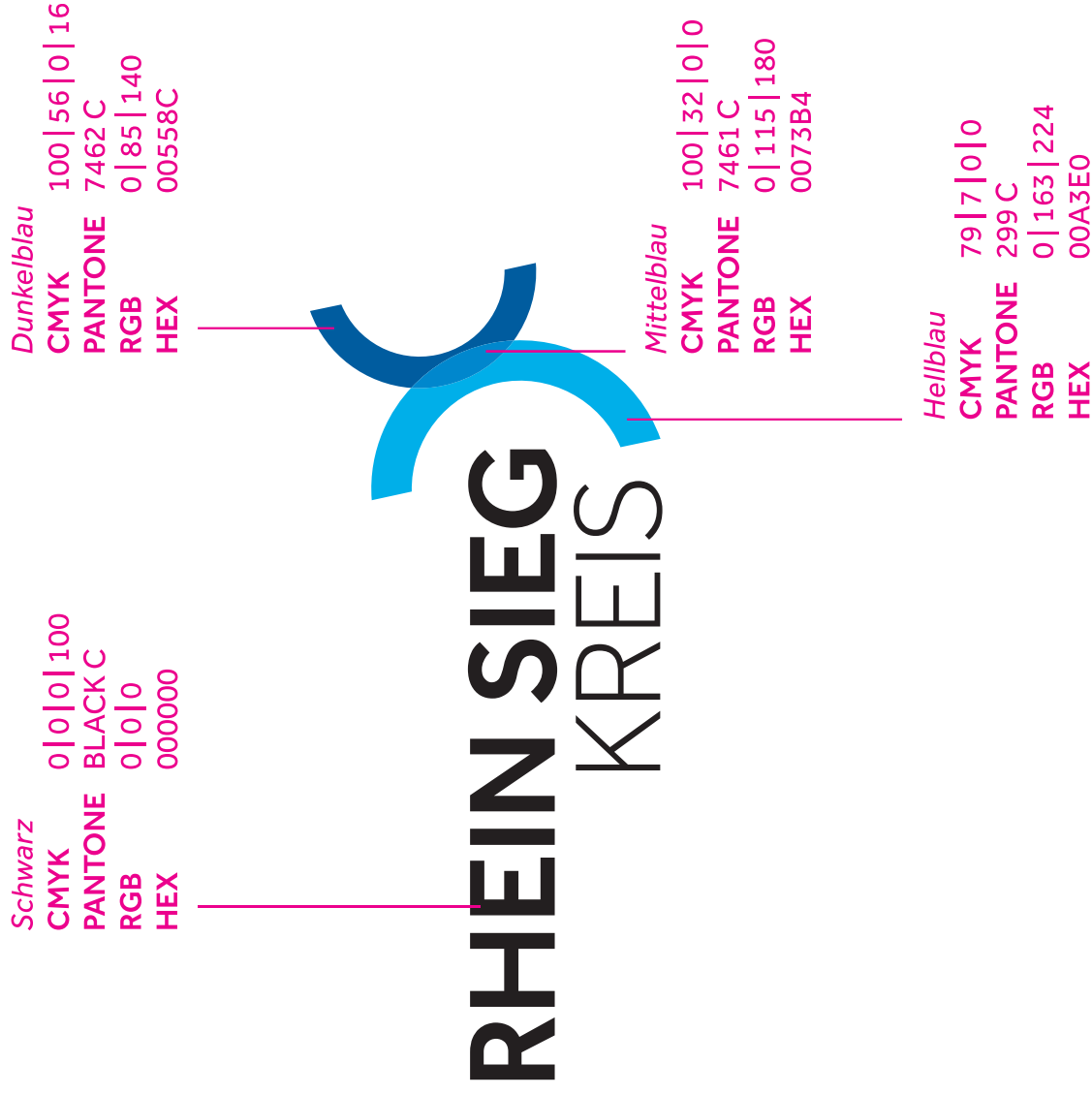
Veränderung der Positionen von Wort- und / oder Bildmarke



Um eine einheitliche Verwendung des Logos zu gewährleisten, sind die verbindlichen Farbdefinitionen einzuhalten.

Die Farben sind für unterschiedliche Medien und Räume genau festgelegt. Leichte Farbabweichungen lassen sich medienübergreifend aufgrund technischer Restriktionen bzw. unterschiedlicher Produktionsverfahren und Formate nicht vermeiden.

Wie bereits erwähnt, darf die Bildmarke in begründeten Ausnahmefällen alleine (d. h. ohne die Wortmarke) als Gestaltungselement platziert werden. Entweder in den definierten Blautönen oder als sogenanntes „Wasserzeichen“ in einem abgestuften Tonwert.



Die Version in Graustufen kommt nur in Ausnahmefällen zum Einsatz. Zum Beispiel im Zeitungsdruck, wenn ein Druck im Vierfarb-Modus oder in Sonderfarben nicht möglich ist.

Die Positiv-Version in schwarz-weiß wird vorrangig in der Korrespondenz verwendet, z. B. als Stempel oder auch als Freistempler bei Briefkuverts.

Die Negativ-Version in schwarz-weiß kommt zum Einsatz, wenn ein mehrfarbiger Druck nicht möglich ist, z. B. bei Werbearbeiten oder Textilien mit dunklem Hintergrund.



Positiv-Version in schwarz-weiß



Negativ-Version in schwarz-weiß

