



Logo Manual

meinTAL

©BRANDWORK-STUDIOS GmbH



Inhalt

1. Einleitung	5
Brand Design	7
2. Logo	9
Das Logo	11
Die No-Go's	13
Die SW-Lösung	15
Die Farb-Werte	17
Der Weissraum	19
Die optimale Grösse.....	21
Die Relationen.....	23

1. Einleitung



BRAND DESIGN

Mehr als nur ein Logo

Eine konstante Kommunikation schafft Wiedererkennung und fördert so den Dialog und die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit. Das Brand Design ist - mit allen Elementen und Ausprägungen - Teil einer wohlüberlegten, sorgfältig entwickelten Gesamtstrategie und positioniert **meinTAL** klar und deutlich durch eine einheitliche und wiederkehrende Gestaltungsform.

Um konsequent die Linie in der Kommunikation von **meinTAL** beizubehalten, steht dieses Brand Design Manual zur Verfügung. Es enthält wesentliche Richtlinien für die Verwendung der Kennzeichen der Marke, die verbindlich für alle visuellen Maßnahmen einzuhalten sind.

2. Das Logo



DAS LOGO

Das Logo ist die visuelle Umsetzung, das „Gesicht“ von **meinTAL**. Es gewährleistet und steuert die Wahrnehmung als gewachsene, authentische, unverwechselbare Marke und repräsentiert die Markenwerte. Kontinuität und Wiedererkennung sind zentrale Faktoren, auf die bei allen Kommunikationsmaßnahmen akribisch zu achten ist.

Das **meinTAL** Logo besteht aus zwei gestalterischen Elementen - dem Markennamen und dem Signet - sowie dem Claim.





DIE NO-GO'S

Das **meinTAL** Logo darf auf keinen Fall eigenmächtig verändert oder wie in einem der folgenden Beispiele manipuliert werden.

NICHT DREHEN



KEINE FARBVARIATIONEN



NICHT VERZERREN





DIE SW LÖSUNG

SW:

Das Logo in der „Strichvariante“ wird in erster Linie für Sonderproduktionen im Merchandising bei der Folienherstellung, im Sonderformenbau oder auch bei monochromen Darstellungsvarianten wie Sponsorleisten und dergleichen verwendet. Der Kreativität werden hier grundsätzlich keine Grenzen gesetzt. Zu bevorzugen ist die Variante mit Rahmen bis zu einer Verkleinerung von 20 mm Breite/Höhe.



Farbwahl: **Nach Bedarf**

Logo BLACK





DIE FARB-WERTE

CMYK:

CMYK-Farben sind standardmässig für den Offset- und Digitaldruck anzuwenden, wenn der Druck mit einer Schmuckfarbe nicht möglich oder nicht wirtschaftlich ist.

RGB:

Farben in RGB sind für die Bildschirmansicht (Web, TV, Email) zu verwenden.

SW:

Das Logo in der Strichvariante wird im Offset- und Siebdruck verwendet, wenn das Logo nur einfarbig sein soll. Es dient z.B. für die Fax-Anwendung oder zur Erstellung von Stempeln, Prägungen, Gravuren, Werbemitteln, etc.



CMYK: **070/000/100/030**

RGB: **064/137/039**

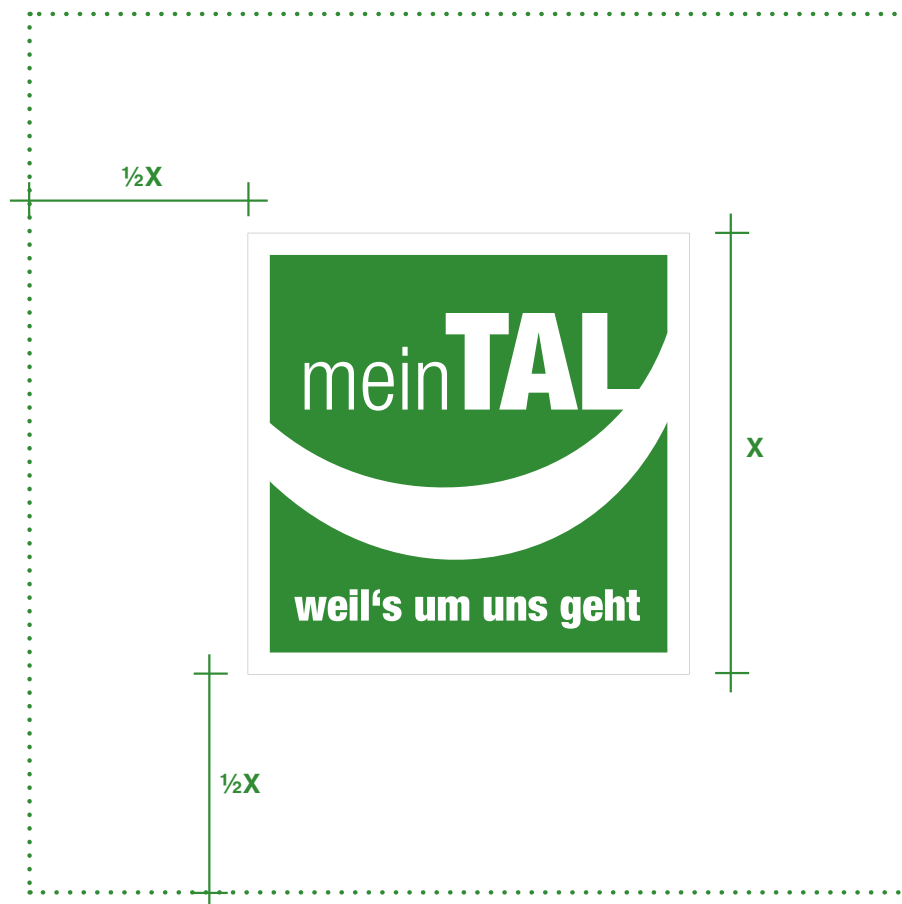


CMYK: **00/000/000/1000**



DER WEISS-, FREI-, UMRAUM

Das Logo ist der sichtbare Ausdruck der Persönlichkeit, der Tonalität und der grundlegenden Werte der Marke **meinTAL**. Als Kernstück der Markenidentität muss es daher durch angemessene Anwendung geschützt werden. Es sollte, wenn möglich, ein weisser Umraum geschaffen werden, der frei von Text, Bildern, Symbolen und anderen grafischen Elementen gehalten wird. Der einzuhaltende Weissraum entspricht der der HÄLFT der Höhe und Breite „X“ des Logos.





DIE OPTIMALE GRÖSSE

Nach Einbeziehung der Drucktechnik und dem zu erwartenden Druckergebnis ist eine Untergrenze von 20 mm Breite in der Darstellungsgröße einzuhalten. Insbesondere für die Abbildung auf ungestrichenen Papieren (Zeitungen) ist selbst diese Darstellungsgrenze zu niedrig. Für die Bildschirmdarstellung gilt eine minimale Breite von 80 px.





DIE RELATIONEN

Das Verhältnis der einzelnen Elemente und die Abstände zueinander sind fix definiert und dürfen in keiner Weise abgeändert werden.



BWS.

BRANDWORK-STUDIOS GmbH
Josef-Schwer-Gasse 9
5020 Salzburg
AUSTRIA