



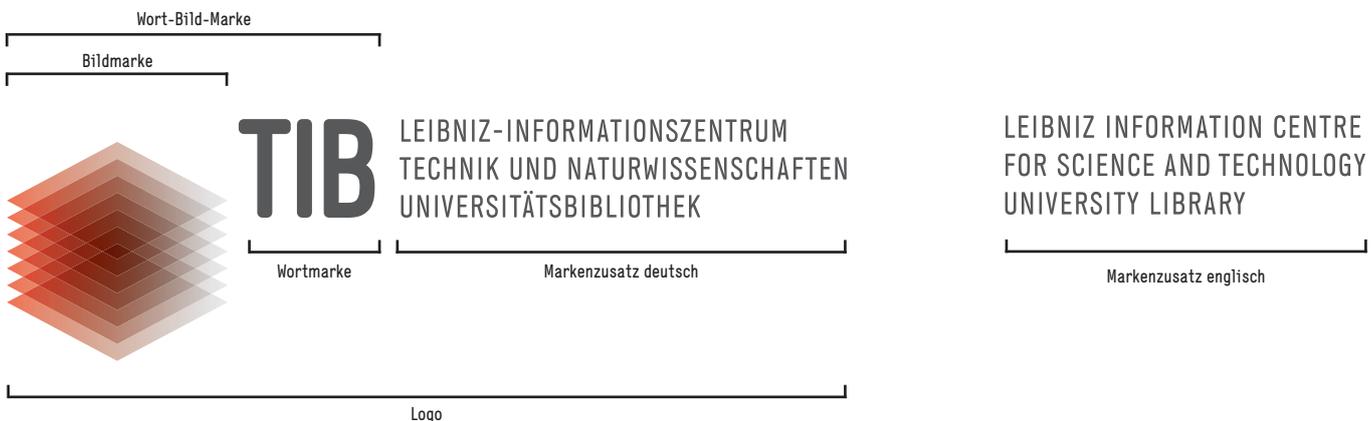
MANUAL //

TIB-LOGO

// DAS LOGO

LOGOAUFBAU

Das Logo ist eine eigens gezeichnete Wortmarke mit Bildelement. Es besteht aus insgesamt drei eigenständigen Elementen: der Bildmarke, der Wortmarke und dem Markenzusatz. Das Logo kann in seiner Gesamtheit, als Bildmarke, Wort-Bild-Marke oder Wortmarke mit Markenzusatz abgebildet werden. Vorzugsweise sollte das Logo jedoch als gesamtes Element verwendet werden. Bitte beachten Sie, dass das Logo in den Sprachen Deutsch und Englisch zur Verfügung gestellt wird. Bei gleichbleibender Größe der Wort-Bild-Marke variiert dadurch die Länge des Markenzusatzes.



Bitte beachten Sie:

Diese Vorlagen dürfen **nicht** verändert werden! (keine Farbveränderung, kein erneutes Abspeichern in einem anderen Dateiformat, keine selbsterzeugte Outlinevariante, keine Filter, keine Schatten etc.).

Wenn Sie das Logo in einem anderen Format oder einer anderen Variante benötigen, wenden Sie sich bitte an unten genannte E-Mail-Adresse.

LOGOFARBE

Optimal ist die Nutzung des farbigen Logos. Dabei steht das Logo auf einem weißen Untergrund mit mindestens 80 Prozent Deckkraft. In Ausnahmefällen (zum Beispiel bei unharmonischen Kontrasten zwischen Bild und Logo) kann auch die schwarze oder die negative Form verwendet werden. Diese Varianten erhalten Sie gern auf Nachfrage.



Beispiel schwarze und negative Logovariante

// VEKTORFORMAT

LOGODATEI

Für die vektorbasierte Anwendung stellen wir Ihnen das Logo im CMYK-Farbraum als EPS-Datei zur Verfügung. Wenn Sie das Logo in einer anderen Variante benötigen, wenden Sie sich bitte an die unten genannte E-Mail-Adresse.

LOGOPLATZIERUNG

Das Logo steht üblicherweise in CMYK auf weißem Untergrund mit mindestens 80 Prozent Deckkraft. Die Größe des Logos kann beliebig gewählt werden. Bei haus-eigenen Printerzeugnissen (wie beispielsweise Briefbögen, Visitenkarten, Flyer und Broschüren) gibt es fest definierte Vorgaben zur Logogröße und Platzierung.

Die Mindestgröße liegt bei der Wort-Bild-Marke bei 15 Prozent und bei dem Logo bei 20 Prozent Dateigröße.

Bei der Platzierung ist ein angemessener Schutzraum einzuhalten. In diesem Schutzraum sollten sich keine weiteren Elemente befinden, damit das Logo Raum hat, um differenziert wahrgenommen zu werden. Der Schutzraum ist bei beiden Logovarianten (mit und ohne Markenzusatz) unterschiedlich groß.

Logo – die Größe des Schutzraumes beträgt zu allen Seiten eine Größe von mindestens 10 Prozent der Logobreite.



Wort-Bild-Marke – die Größe des Schutzraumes beträgt zu allen Seiten eine Größe von 30 Prozent der Logobreite.



// WEBANWENDUNG

LOGODATEI

Für die Webanwendung stellen wir Ihnen zwei Standard-Logogrößen im RGB-Farbraum als PNG-Daten zur Verfügung. Wenn Sie das Logo in einer anderen Variante benötigen, wenden Sie sich bitte an die unten genannte E-Mail-Adresse.

Variante 1

Bitte verwenden Sie bevorzugt diese Variante. Die Höhe von 65 px darf bei der Verwendung nicht unterschritten werden, da der Markenzusatz darunter nicht mehr klar lesbar ist.

Variante 2

Wenn Sie das Logo kleiner als in einer Höhe von 65 px benötigen, verwenden Sie bitte Variante 2. Bei dieser Variante fällt der Markenzusatz weg. Diese Variante können Sie bis auf eine Höhe von 57 px verkleinern.

LOGOPLATZIERUNG

Die Platzierung des Logos ist im Internet generell sehr frei. Allerdings ist ein angemessener Schutzraum einzuhalten. In diesem Schutzraum sollten sich keine weiteren Elemente befinden, damit das Logo Raum hat, um differenziert wahrgenommen zu werden. Der Schutzraum ist bei beiden Logovarianten (mit und ohne Markenzusatz) unterschiedlich groß.

Logo – die Größe des Schutzraumes beträgt zu allen Seiten eine Größe von mindestens 10 Prozent der Logobreite.



Wort-Bild-Marke – die Größe des Schutzraumes beträgt zu allen Seiten eine Größe von 30 Prozent der Logobreite.



// OFFICEANWENDUNG

LOGODATEI

Für die Officeanwendung stellen wir Ihnen das Logo im RGB-Farbraum als BMP- und PNG-Daten zur Verfügung. Wenn Sie das Logo in einer anderen Variante benötigen, wenden Sie sich bitte an die unten genannte E-Mail-Adresse.

LOGOPLATZIERUNG

Das Logo steht üblicherweise in CMYK auf weißem Untergrund mit mindestens 80 Prozent Deckkraft. Die Größe des Logos kann beliebig gewählt werden. Bei hauseigenen Printerzeugnissen (wie beispielsweise Briefbögen, Visitenkarten, Flyer und Broschüren) gibt es fest definierte Vorgaben zur Logogröße und Platzierung.

Logo – die Größe des Schutzraumes beträgt zu allen Seiten eine Größe von mindestens 10 Prozent der Logobreite.



// KONTAKT

Bei Fragen zum TIB-Logo und der Anwendung kontaktieren Sie bitte
das Team Kommunikation und Marketing per E-Mail:

marketing@tib.eu