

## FRANKEN

### BRAND GUIDELINES

## LOGO

### LOGOGRÖSSEN

## LOGOGRÖSSEN

Die Logogröße hängt vom individuellen Einsatz und dem dabei angelegten Endformat ab. Um die Lesbarkeit des Logos zu gewährleisten, muss die Mindestgröße von 25 mm eingehalten werden. Generell ist die Verwendung von der Optimalgröße oder einer höheren Skalierung zu empfehlen.



Minimale Größe  
25 mm



## FRANKEN

### BRAND GUIDELINES

### LOGO

### SCHUTZRAUM

## SCHUTZRAUM

Der Mindestschutzraum für Wortbildmarke und Bild-Claim entspricht der Größe "x", die aus der Breite der beiden Anfangsbuchstaben der Wortmarke besteht.

Dieser sollte auf besonderen Formaten wie der Website, in einer App oder auf extremen Formaten eingehalten werden. Für weitere, noch undefinierte Medien sollte dieser Raum nach Möglichkeit erweitert werden.



## FRANKEN

### BRAND GUIDELINES

#### LOGO

#### PLEASE DON'T

#### PLEASE DON'T

Damit Kontinuität und Unverwechselbarkeit gewahrt bleiben, ist das Logo in all seinen Details und im Ganzen unveränderbar. Es muss in seiner Einheit und seinen Proportionen immer erhalten bleiben und darf nicht modifiziert werden. Der Umgang mit anderen Farbigkeiten ist nicht zulässig. Bei Fragen oder Anmerkungen ist hier mit einem CI- Verantwortlichen zu sprechen.



Logoelemente dürfen nicht umarrangiert werden.



Das Logo darf nicht gestreckt oder gestaucht werden.



Das Logo darf nicht mit einer Outline versehen werden.



Dem Logo dürfen keine Transparenzen oder Verläufe hinzugefügt werden.



Logoelemente dürfen nicht umgefärbt werden.



Dem Logo dürfen keine Effekte hinzugefügt werden.



Das Logo darf nicht rotiert werden.



Das Logo darf keine Fotografien, Symbole oder Grafiken enthalten.

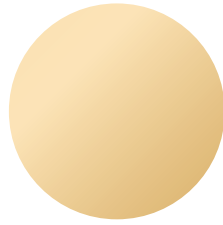
## FRANKEN

### BRAND GUIDELINES

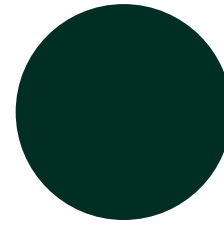
#### FARBEN

#### GRUNDLAGEN

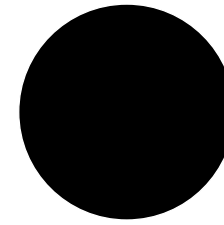
Vollflächige Hintergründe, Auszeichnungen und Bemerkungen können im FRANKEN Grün gesetzt werden. Ergänzend zum Grün bietet das FRANKEN Gold eine edle und kontrastreiche Möglichkeit wichtige Informationen, wie beispielsweise Headlines, hervorzuheben. Dabei sollte für die Umsetzung des FRANKEN Gold auf Printprodukten vorzugsweise die definierte Heißfolie verwendet werden. Das FRANKEN Gold ist immer Bestandteil der Wortbildmarke. Headlines und Fließtexte sollten hauptsächlich in folgenden Farben gesetzt werden: Schwarz und Weiß.



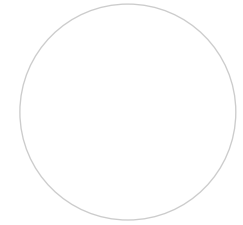
**GOLD**  
PANTONE 10120 C  
LUXOR 418  
C15 M25 Y55 KO



**GRÜN**  
PANTONE 560 C  
C80 M0 Y56 K87  
R0 G46 B35



**SCHWARZ**  
C0 M0 Y0 K100  
R0 G0 B0



**WEIß**  
C0 M0 Y0 K0  
R255 G255 B255