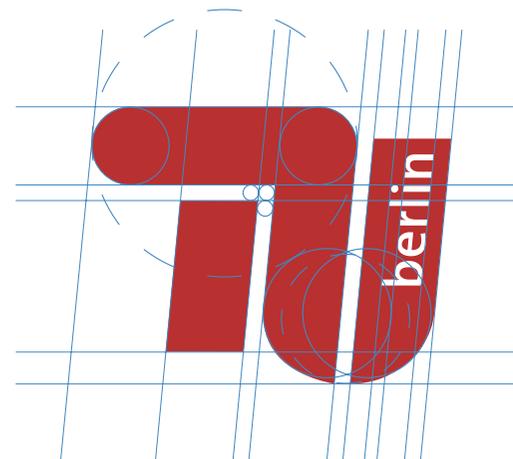
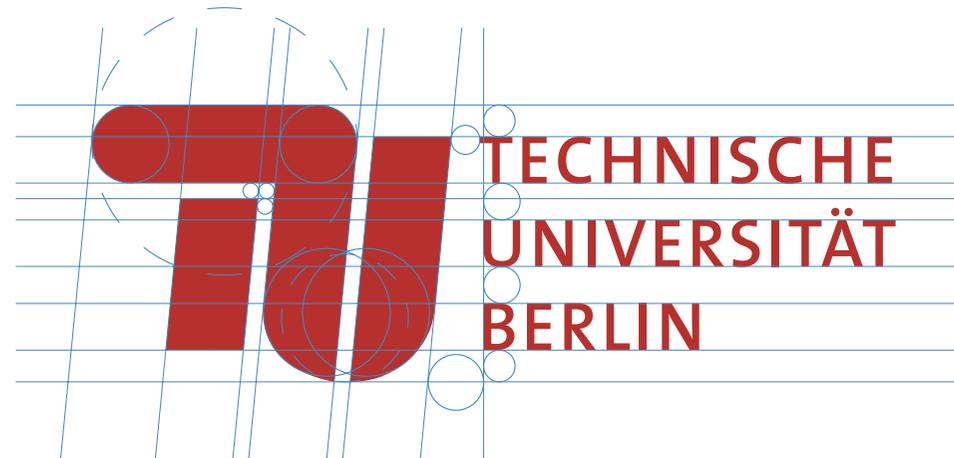


Logo

Die **Wort-Bildmarke (Langversion)** ist als primäres Logo zu verwenden. Der Schriftzug „Technische Universität Berlin“ (gesetzt in „The Sans“) steht neben der Bildmarke. Dieser darf nicht verändert werden. Es wird ausschließlich die deutsche Fassung des Logos verwendet, eine englische Version wird nicht angeboten. Hauptfarbe ist die Markenfarbe TU-Rot (siehe dazu Logofarben Seite 10).

Die **Bildmarke (Kurzversion)** findet Einsatz bei speziellen Kleinstanwendungen, z.B. bei Werbeartikeln wie Kugelschreiber, Bleistifte oder USB-Sticks.

Die **korrekte Verwendung des TU-Logos ist für alle TU-Mitglieder bindend**. Bei Verwendung des Logos der TU Berlin von Dritten wenden Sie sich bitte an die Stabsstelle Kommunikation, Events und Alumni: pressestelle@tu-berlin.de



Logo Farben

MARKENFARBE ROT

Primär wird das Logo in der Markenfarbe TU-Rot auf einem weißen Hintergrund eingesetzt. Nur in Ausnahmefällen und in Absprache mit der Stabsstelle Kommunikation, Events und Alumni der TU Berlin dürfen auf die Farbversionen Weiß und Schwarz zurückgegriffen werden.

SCHWARZE VERSION

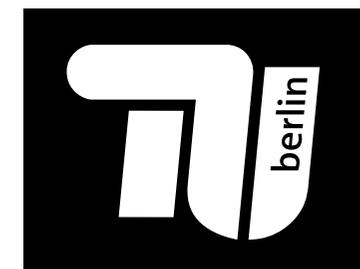
Kann ein Medium nur einfarbig schwarz oder in Graustufen gedruckt werden, wird die schwarze Variante des Logos eingesetzt. Diese ist komplett deckend schwarz.

WEISSE / NEGATIVE VERSION

Für die Verwendung auf Farbflächen oder Fotos ist die Negativ-Variante des Logos in Weiß vorgesehen. Fotos müssen hierbei ausreichend Kontrast bieten.

ACHTUNG:

Alte Logoformen verlieren ihre Gültigkeit und dürfen nicht mehr verwendet werden.



Wort- / Bildmarke (Langversion)

Bildmarke (Kurzversion)

Logo

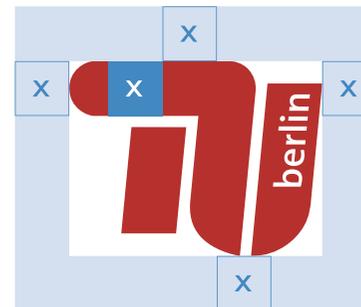
Schutzzone

Das Logo ist mit einer umlaufenden Schutzzone zu versehen. In dieser dürfen keine Elemente (Bilder, Texte oder Grafiken) platziert werden. Die freibleibende Schutzzone ergibt sich aus der Strichstärke (x) des Bildzeichens und ist als Mindestanforderung zu verstehen. Ausnahmen sind nur zulässig, wenn die Lesbarkeit nicht gegeben ist, wie beispielsweise beim Branding auf kleinen Gegenständen.

Alle im Styleguide aufgeführten Produkte berücksichtigen die Schutzzone in den Vorlagen.



Schutzzone Wort- / Bildmarke (Langversion)



Schutzzone Bildmarke (Kurzversion)

Logo Größen

Für die folgenden Formate innerhalb des Styleguides sind die Logogrößen und -positionen bereits fest definiert. Die Ausgangsgröße des Logos ohne Schutzzone beträgt 100 % (Breite von 50 mm). Die Logohöhe ergibt sich immer aus der Breite des Logos. Formate über DIN A3 können in 25 % oder 50 % Schritten weiter vergrößert werden.

LOGOGRÖSSEN FÜR PRINTPRODUKTE:

FORMAT	GRÖSSE	LOGOBREITE
DIN A3	150 %	75,0 mm
DIN A4	100 %	50,0 mm
DIN A5	75 %	37,5 mm
DIN Lang quer	75 %	37,5 mm
DIN Lang hoch	75 %	37,5 mm
Visitenkarte	50 %	25,0 mm
Mappen	100 %	50,0 mm
Präsentationen	125 %	62,5 mm
Roll-up	700 %	350 mm

MINDESTGRÖSSEN

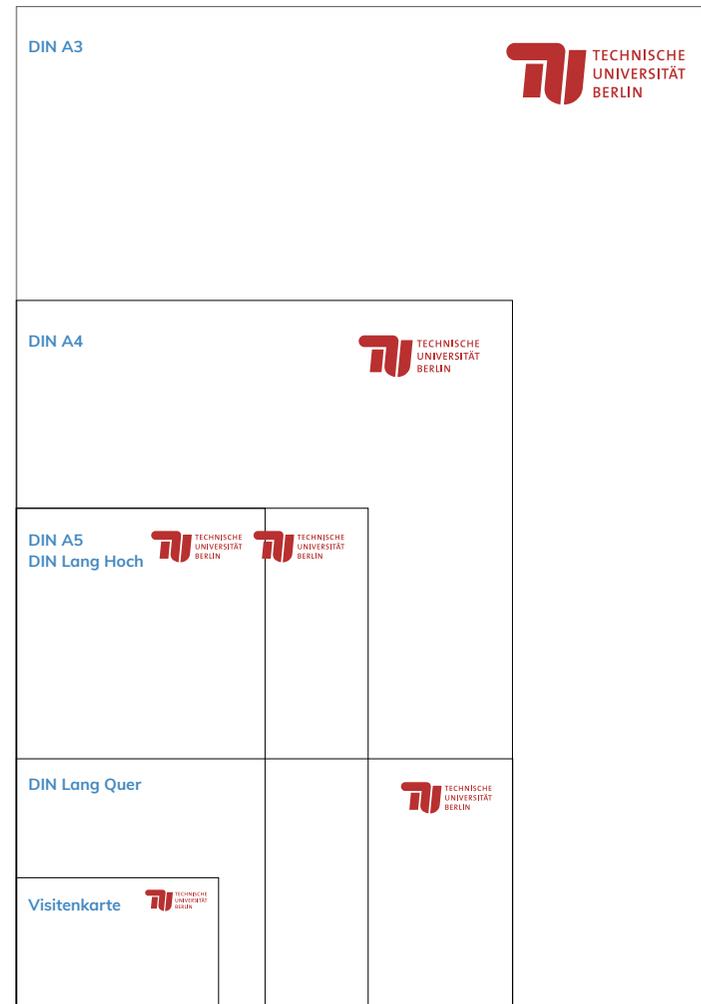
Um die Lesbarkeit zu erhalten, darf das Logo (Langversion) auf Printprodukten nicht kleiner als 25 mm (50 %) breit sein. In Online-Anwendungen sollte das Logo eine Pixelbreite von 100 px nicht unterschreiten. Für das Kurzlogo gilt auf Printprodukten nicht kleiner als 11,2 mm und auf Online-Anwendungen 45 Pixel.



Logo Positionierung

Die Wort-Bildmarke (Langversion) steht bei allen Printprodukten stets am oberen rechten Rand. Die Schutzzone des Logos darf nicht unterschritten werden.

Sublogos dürfen nur in dafür vorgesehenen Platzhaltern positioniert werden (siehe Seite 15).



DIN A3
Langversion, Breite 150 % = 75 mm
Seitenrand 15 mm umlaufend

DIN A4
Langversion, Breite 100 % = 50 mm
Seitenrand 15 mm umlaufend

**DIN A5,
DIN Lang hoch**
Langversion, Breite 75 % = 37,5 mm
Seitenrand 10 mm umlaufend

DIN Lang quer
Langversion, Breite 75 % = 37,5 mm
Seitenrand 10 mm umlaufend

Visitenkarte
Langversion, Breite 50 % = 25 mm
Seitenrand 5 mm umlaufend

Logo

Unzulässige Anwendungen



Nicht drehen



Nicht stauchen



Nicht dehnen



Möglichst nicht auf farbigen Flächen verwenden, sollte es unumgänglich sein, muss auf ausreichend Kontrast geachtet werden



Nicht auf unruhigen Hintergründen platzieren, wenn doch, auf ausreichend Kontrast achten



Nicht umfärben, keine Verläufe



Schutzbereich einhalten: nicht anschneiden, keine Elemente innerhalb der Schutzzone



Nicht umschreiben



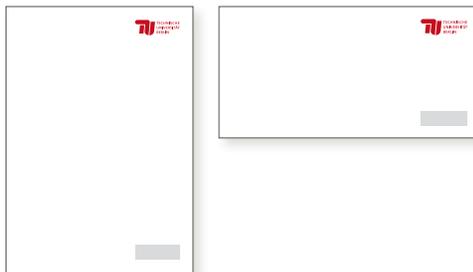
Nicht neu anordnen, keine Neugestaltung

Sublogos Positionierung

Für eine klare Hierarchie befindet sich das Hauptlogo der TU Berlin als eindeutiger Absender immer oben rechts. **Optionale** Sublogos wie z. B. Logos der Fakultäten, Institute und Einrichtungen sind nur in den jeweils vorgesehenen Platzhaltern der einzelnen Kommunikationsmittel zu setzen. Eine Größenänderung der Sublogos ist nicht gewünscht.

FARBIGKEIT

In Vorlagen ohne Verlauf und einer Platzierung auf Weiß sollen Sublogos vorrangig monochrom in Schwarz oder Graustufen eingesetzt werden, ein farbiger Einsatz ist jedoch auch möglich. In Vorlagen mit einer Platzierung auf Verläufen werden Sublogos monochrom Weiß eingesetzt. Sollte keine invertierte Version zur Verfügung stehen, kann das Logo in Ausnahmefällen auf einer weißen Fläche innerhalb des vorgesehenen Platzhalters platziert werden.



Hierarchie der Logos im Hoch- und Querformat
(Graue Flächen dienen als Platzhalter für Sublogos)



Gestaltungsbeispiel Cover mit Sublogo in Farbe



Gestaltungsbeispiel Cover mit Sublogo
in Weiß auf Verlaufsfläche

Sublogos

Gestaltungshinweise

Bevor Sie für Ihre TU-Einrichtung ein eigenes Sublogo erstellen lassen, kontaktieren Sie zur Beratung bitte die Stabsstelle Kommunikation, Events und Alumni: pressestelle@tu-berlin.de

ALLGEMEIN

Dezentrale Sublogos dürfen das allgemeine Logo der TU Berlin nicht beinhalten, dürfen also keine Collage oder Kombination mit diesem darstellen.

FARBIGKEIT

Die Farbwahl sollte möglichst so sein, dass bei einem gleichzeitigen Einsatz des roten TU-Logos und Sublogos (z. B. auf einer Website oder dem Cover eines Printprodukts) die Kombination nicht zu „wild“ aussieht. Bitte orientieren Sie sich deshalb bei der Auswahl der Farben an den Sekundärfarben. Das TU-Rot ist ausdrücklich auch für dezentrale Logos / Sublogos erlaubt.

Empfehlenswert ist außerdem, dass bei der Planung des Logos direkt eine invertierte bzw. weiße Variante mitgedacht wird, die ggf. auf dunklen Hintergründen zum Einsatz kommen kann.

TYPOGRAFIE

Falls das Sublogo einen Schriftzug enthalten sollte, sind Schriften zu bevorzugen, die bereits Teil des Corporate Designs der TU Berlin sind. Dies ist eine Empfehlung und keine zwingende Vorgabe. Außerdem sind sehr kleine Schriftzüge oder sehr dünne Schriftarten erfahrungsgemäß ungünstig, da diese bei kleinerer Darstellung des Logos schnell unleserlich werden.

Gestaltungsbeispiele für Sublogos



Unzulässige Kombinationen aus TU-Logo und Sublogo



Logoeinsatz

TU-Logo als Partnerlogo

Für den Einsatz als Partnerlogo sind folgende Regeln inhaltlich und grafisch zu beachten:

INHALTLICH

Das TU-Logo ist immer in der Langversion als Partnerlogo zu nutzen. Es darf nie als Absender verstanden werden, sondern immer als Partner. Das Logo darf nur für den genannten Zweck und das entsprechende Projekt eingesetzt werden. Werden darüber hinaus weitere Einsätze gewünscht, kontaktieren Sie uns bitte erneut unter:

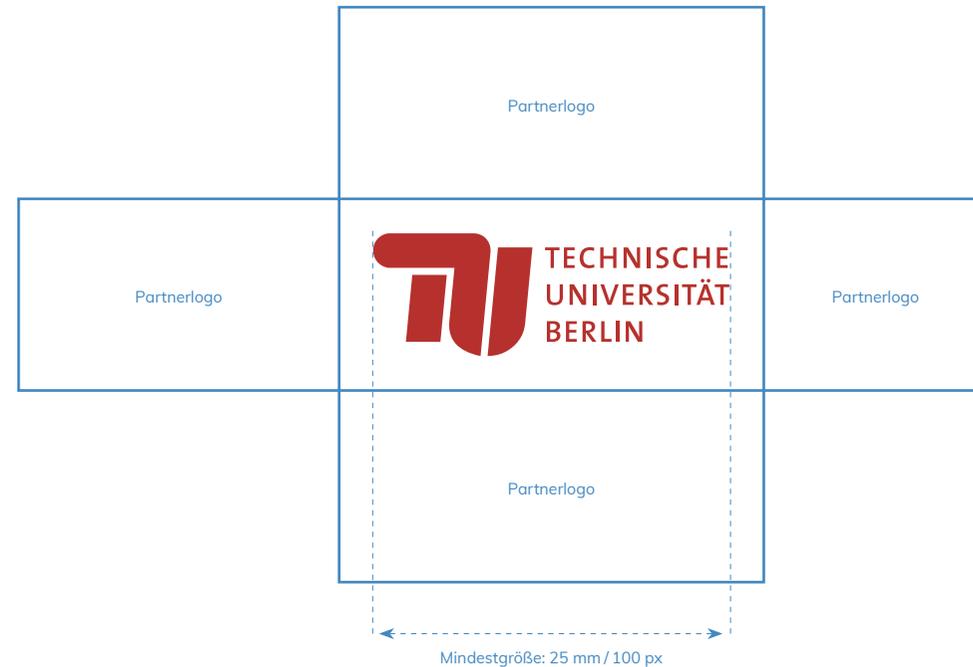
pressestelle@tu-berlin.de

Bei einer Online-Anwendung darf das TU-Logo nicht zum Download bereitgestellt werden. Auf Social-Media-Plattformen sollte das Logo nicht direkt gepostet, sondern muss immer in Zusammenhang mit dem benannten Projekt gezeigt werden.

Außerdem ist es wünschenswert, dass das TU-Logo neben inhaltlich ähnlichen Partner*innen eingesetzt wird: vorrangig neben anderen Universitäten oder Hochschulen und nicht z.B. neben einer Automarke.

GRAFISCH

Die Mindestgröße sowie der Schutzraum des Logos sind immer einzuhalten und dürfen nicht unterschritten werden. Als Hauptlogo ist das TU-Logo in TU-Rot einzusetzen. Sollte es ein Medium bspw. aufgrund der Kontraste nicht zulassen, dass die rote Version zum Tragen kommt, kann in Ausnahmefällen auch die weiße oder schwarze Logovariante eingesetzt werden. (siehe S. 10)



Einsatzmöglichkeiten Horizontal / Vertikal