

Einsatz der Marke(n) der Messe Frankfurt zu Werbezwecken

Aufbau der Marken

Die Unternehmensmarke ist eine kombinierte Bild-/Wortmarke und besteht aus der Bildmarke mit den vier Quadraten und der Wortmarke „messe frankfurt“. Bild- und Wortmarke bilden eine Einheit.

Die Marken der Veranstaltungen und Services sowie der Töchter der Messe Frankfurt bestehen in der Regel aus Schriftzügen, in manchen Fällen aus Bildzeichen und Schriftzug.

Digitale Formatvorlagen (Logokoffer)

Um die Qualität dieser Marken jederzeit zu gewährleisten, dürfen sie nur in den definierten Proportionen eingesetzt werden. Verwenden Sie daher ausschließlich die zur Verfügung gestellten Masterdateien. Sie liegen für alle Medien und Drucksysteme als digitale Vorlagen im Logokoffer vor (Print-Anwendungen, Internet, Office-Anwendungen sowie CAD).

Im Folgenden wird in der gestalterischen Umsetzung der Marken von Logos gesprochen.

Einsatz der Logos

Die Logos dürfen nicht verändert werden durch das Weglassen von Elementen oder fremde Typografie. Sie dürfen nicht verzerrt, gestaucht, umgefärbt, angeschnitten, verfremdet, gestürzt oder gedreht werden.

Freiraum

Die Logos verfügen über eine Schutzzone (Freiraum), in der kein anderes Element platziert werden darf.

Der Freiraum definiert den Mindestabstand zu anderen Gestaltungselemente wie Text oder Bild.

Rund um das Unternehmenslogo beträgt er zu jeder Seite zwei große Quadrate. Referenzgröße ist das große Quadrat der Bildmarke.

Der Freiraum um die Veranstaltungs- und Servicelogos beträgt eine h-Höhe zu jeder Seite des Logos.



Farbversionen und Hintergrundfarbe

Die Logos, insbesondere das der Dachmarke Messe Frankfurt, stehen immer auf Weiß. Soweit möglich, wird in allen Anwendungen die farbige Version des Logos eingesetzt.

Steht nur Schwarz als Druckfarbe zur Verfügung, wird die graue oder schwarze Version eingesetzt.

Die weiße Version wird nur in Ausnahmefällen verwendet, wenn es der Untergrund nicht anders zulässt.

Einsatz in digitalen Medien

Das Unternehmenslogo hat eine Mindestgröße von 100 Pixeln in der Breite.

Der Mindestabstand zu anderen Gestaltungselementen wie Text, Bild oder weiteren Marken beträgt: rechts und unten 1 Basisquadrat (BQ), links 1,5 BQ, oben 2 BQ.

Der Mindestabstand der Produktmarken zu anderen Elementen beträgt 11 Pixel.