

DO'S & DON'TS

VERWENDUNG DES LOGOS

Optimale Wirkung erzielt das Logo auf einem weißen Hintergrund.

Ist der Einsatz des Logos nur auf einem farbigen Untergrund möglich, muss der Hintergrund in einem eindeutigen Kontrast zum Logo stehen. In diesem Fall muss das Logo auf eine weiße oder weiß transparente Fläche gesetzt werden. Die Transparenz sollte 80% betragen.

Die Verwendung des Logos auf unruhigen Hintergründen ist zu vermeiden, da die **Lesbarkeit des Logos absoluten Vorrang** hat.

Einige Beispiele zeigen nicht erlaubte Anwendungen. Diese Beispielreihe deckt zwar nicht alle Formen des Missbrauchs auf, verdeutlicht aber die möglichen Risikobereiche.

Partnerlogos werden so platziert, dass der Westerwald Touristik-Service immer eindeutig als Absender wahrgenommen wird. Je nach Format und Gewichtung sind sie neben- oder übereinander anzuordnen. Partnerlogos dürfen nie größer als das Logo des Westerwald Touristik-Service erscheinen.

Do's



1



2



3

- 1 optimale Wirkung auf weißem Hintergrund
- 2 eindeutiger Kontrast des Logos zum Hintergrund
- 3 Verwendung des Logos auf transparenter Fläche

Don'ts

- 1 Der Hintergrund weist keinen oder einen ungenügend ausreichenden Kontrast zum Logo auf (schlechte Lesbarkeit, strengt das Auge zu sehr an)



- 2 Die Verwendung des Logos auf unruhigen Hintergründen ist nicht erlaubt (Lesbarkeit ist nicht gewährleistet)

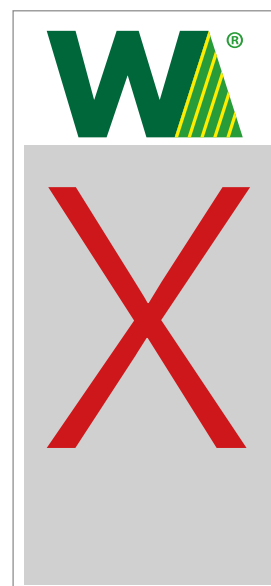
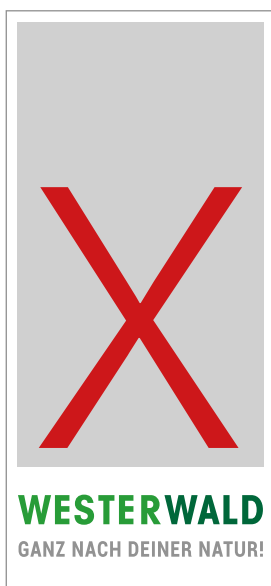
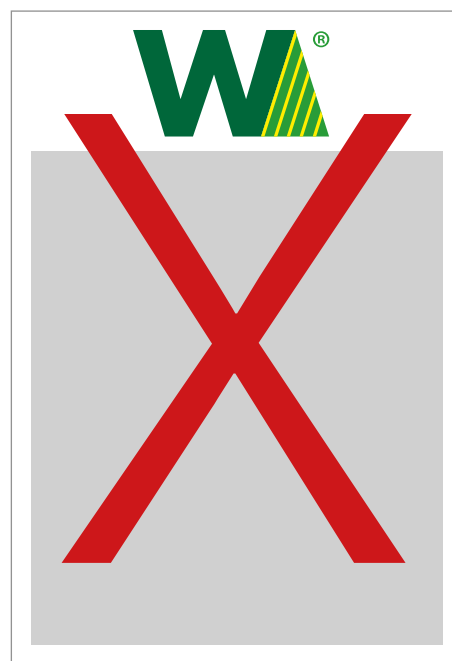
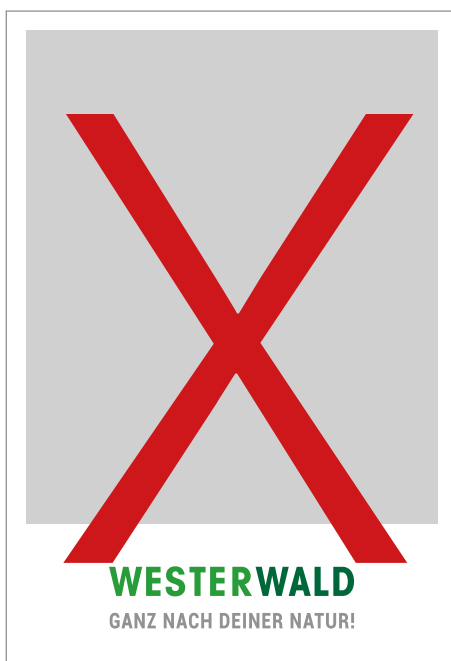


Grundsätzlich gilt:

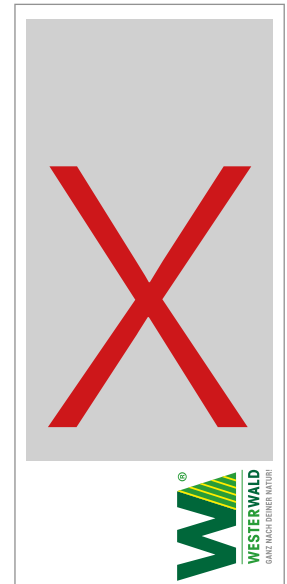
- das Logo darf nicht getrennt werden
- das Logo darf nicht schräg gestellt oder gestürzt, d. h. um 90° gedreht werden
- optimale Wirkung erzielt das Logo auf weißem Hintergrund
- Partnerlogos dürfen nie größer als das Logo des Westerwald Touristik-Service erscheinen

Don'ts

① unerlaubte Trennung des Logos



2 nicht erlaubtes Schrägstellen oder Stürzen des Logos



3 Partnerlogos dürfen nicht größer als das Marken-Logo sein

