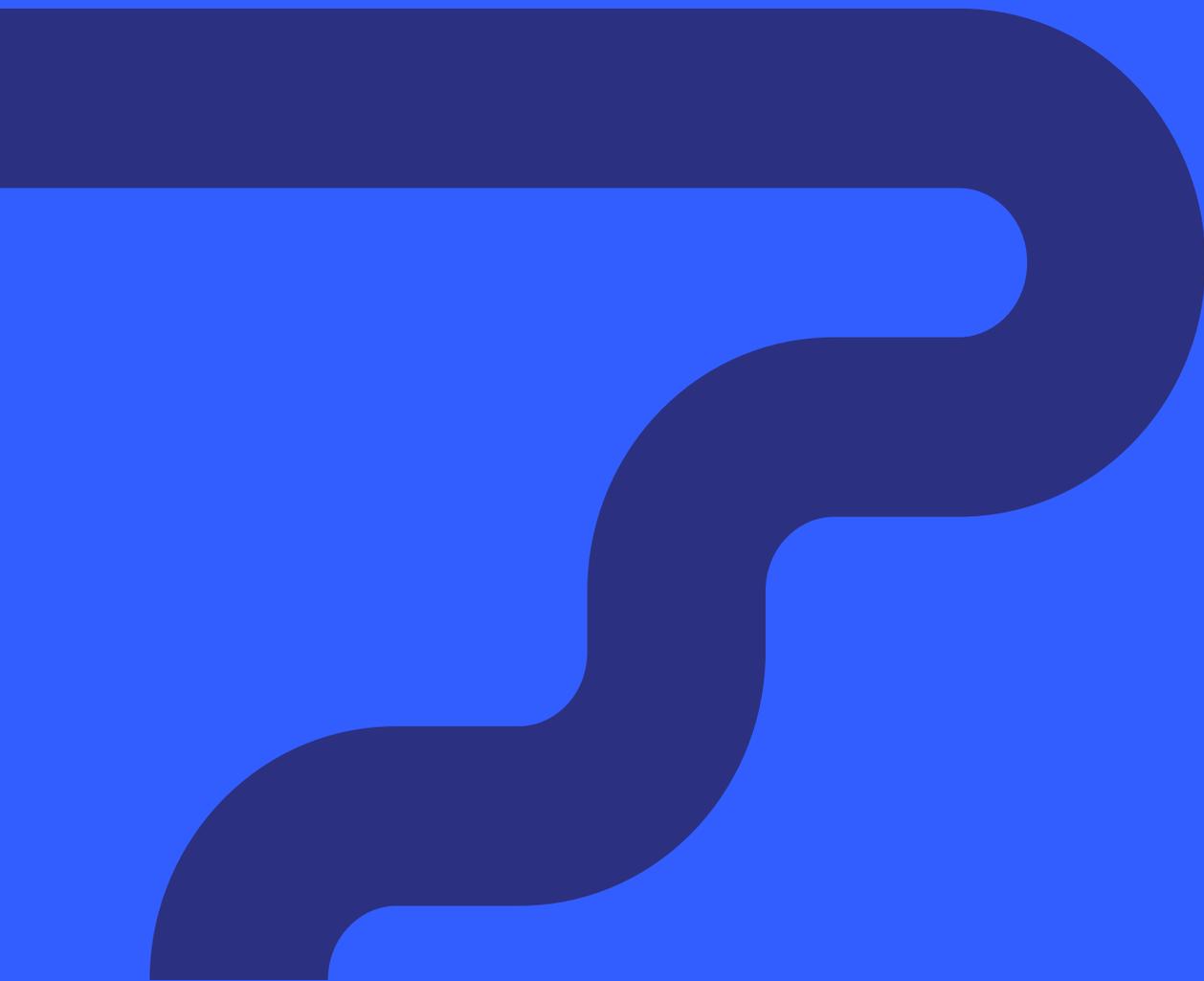


**TMB Tourismus-Marketing  
Brandenburg GmbH  
Brandbook**



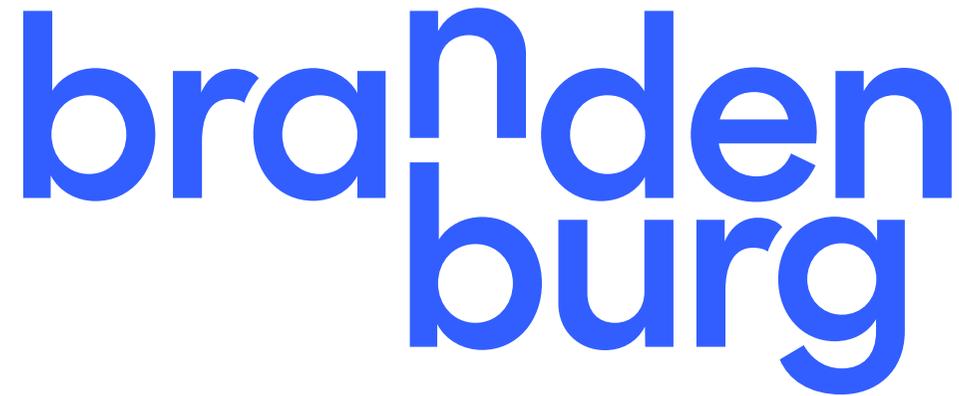
**branden  
burg**

# Wortmarke

## Mehr als nur ein Wort.

Wir orientieren uns am Markenkern und verzichten auf unnötige Ausgestaltungen der Marke, ganz nach dem Motto:  
*„Mehr brauchst du nicht.“*

Das Besondere an der Markengestaltung zeigt sich in der außergewöhnlichen Anordnung der Buchstaben: Die getrennten Worte wurden so gesetzt, dass sie ineinandergreifen. Optisch entsteht so die Wahrnehmung einer Bewegung, welche die Dynamik des Landes symbolisiert. Auch sorgt die Verschiebung der Buchstaben dafür, dass die Wortteile noch mehr in Verbundenheit stehen und zwischen den Worten ein fließender Übergang entsteht. So wird das Konzept der fluiden Verbindungen auch im Logo aufgegriffen.



branden  
burg

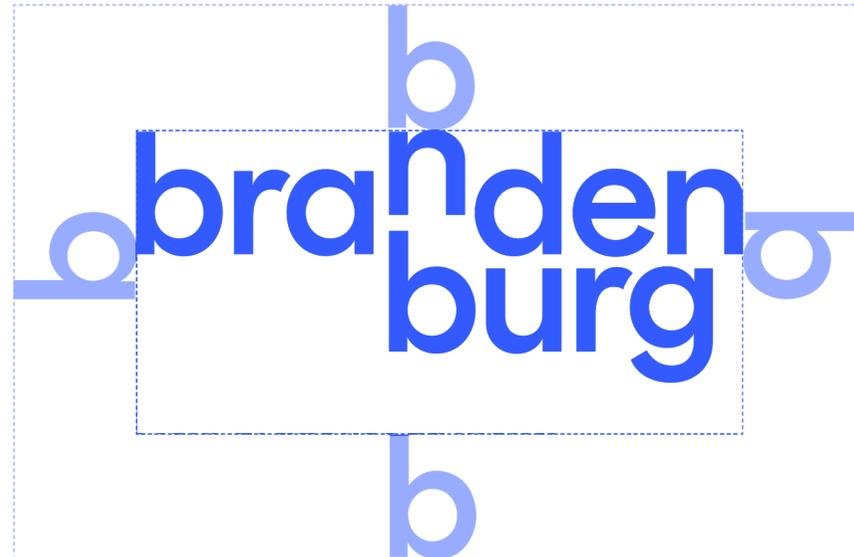
## Schutzzone

Um die Wirkung des Logos zu garantieren, muss rund um das Logo eine Schutzzone gewahrt werden, die von anderen Elementen freizuhalten ist. Sie ergibt sich aus der Höhe des Buchstabens „b“ und umschließt das gesamte Logo.

## Mindestgröße

Die Mindestgröße des Logos sollte dabei 20 mm in der Breite betragen, wobei eine größere Darstellung im Sinne der Aufmerksamkeit erwünscht ist.

Schutzzone



Mindestgröße

brandenburg

20 mm

## Farbvarianten

### Primäre Anwendung

Grundsätzlich wird das Logo in der farbigen, positiven Version gezeigt. Steht das Logo auf einem farbigen, ausreichend dunklen Hintergrund, wird das weiße Logo eingesetzt. Die schwarze Version kommt zum Einsatz, wenn eine Abbildung der farbigen Logos nicht möglich ist (z. B. beim Schwarz-Weiß-Druck).

**Aufgrund der eingeschränkten Druckbarkeit wird für Printprodukte der dunkle Blauton verwendet. Für alle digitalen Anwendungen wird aufgrund der hohen Wiedererkennbarkeit der hellere Blauton verwendet.**

### Sekundäre Anwendung

Für die firmeneigene Kommunikation sind unter Beachtung eines harmonischen Gesamtbildes auch andere Kombination der definierten Farben erlaubt. So wird eine optisch variable Gestaltung ermöglicht, die darüber hinaus den Facettenreichtum des Landes widerspiegelt.

Bei der Platzierung auf farbigen Hintergründen oder Bildern muss eine optimale Lesbarkeit gewährleistet sein.

Die Logovarianten stehen in den gängigen Dateiformaten für den Druck und die digitale Anwendung zur Verfügung.

Positiv-Version Digital



Positiv-Version Print



Negativ-Version



S/ W-Version



## Don'ts

### Das braucht die Marke nicht.

- 01 Dunkles Logo auf dunkler Farbfläche
- 02 Dunkles Logo auf dunklem Bild
- 03 Helles Logo auf heller Farbfläche
- 04 Helles Logo auf hellem Bild
- 05 Kombination zu ähnlicher Farben
- 06 Logoanwendung mit Trägerform
- 07 Platzierung auf unruhigen Hintergründen
- 08 Kippen/Drehen des Logos
- 09 Veränderung der Anordnung
- 10 Dehnen oder Stauchen des Logos
- 11 Verwendung von Effekten
- 12 Outlinedarstellung
- 13 mehrfarbige Darstellung
- 14 unzulässige Farbgebung

01



02



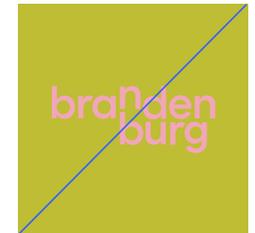
03



04



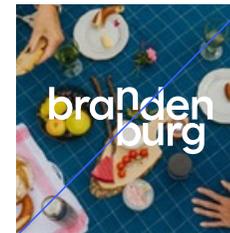
05



06



07



08



09



10



11



12



13

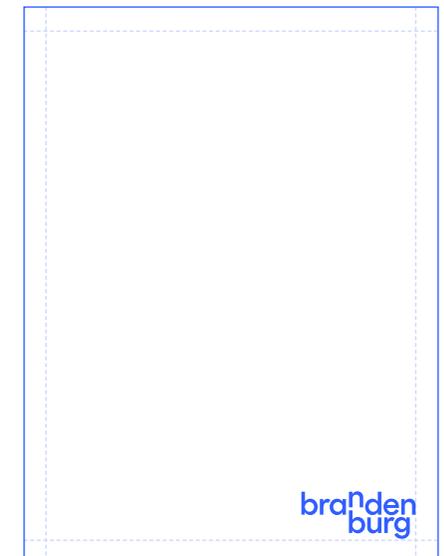
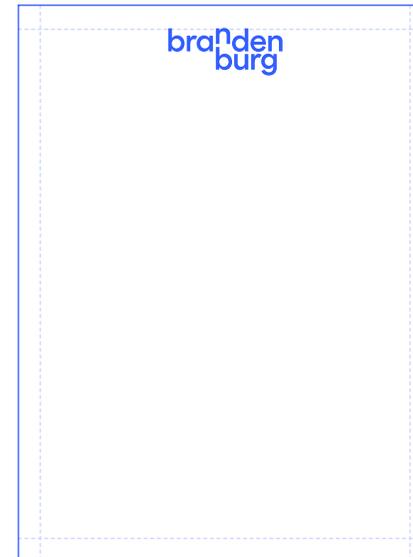
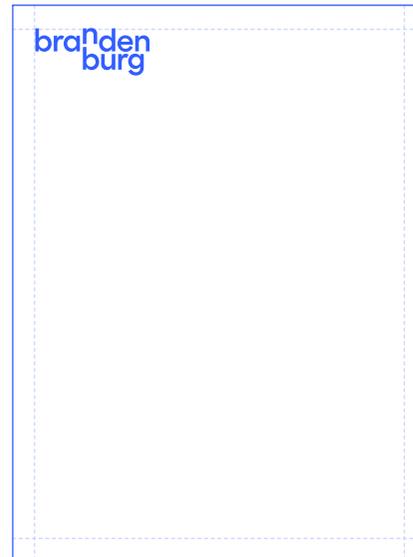


14



## Logoplatzierung

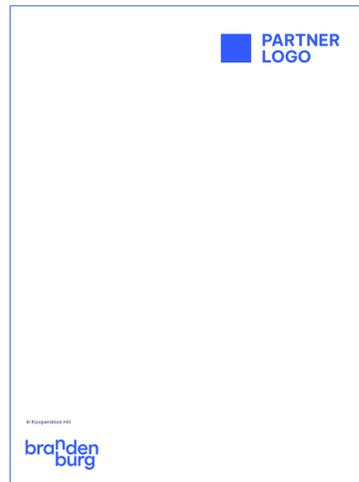
Das Logo steht immer in einer Ecke des Layouts oder zentriert oben oder unten. Dabei gilt die Schutzzone als Mindestabstand zum Rand.



# Co-Branding



**TMB ist Absender**  
TMB Design



**TMB ist Kooperationspartner**  
Design des Absenders



**TMB ist Kooperationspartner**  
Design des Absenders



**TMB ist u. a. Kooperationspartner**  
Design des Absenders



**TMB + Kooperationspartner sind Absender**  
Das Design beider Partner sollte optisch gleichwertig erscheinen.

Bei den blauen und weißen Flächen handelt es sich um die Aufteilung der zu bespielenden Fläche durch den jeweiligen Absender. Die Flächen sollen demnach keine Gestaltung darstellen, sondern diese als eine Art Platzhalter symbolisieren.

## TMB ist Kooperationspartner

Um eine eindeutige Absenderkennung zu gewährleisten, darf das untergeordnete Brandenburg-Logo optisch nicht dominanter oder gleichwertig zum Absenderlogo erscheinen.

Das Brandenburg-Logo kann in den beiden Farbtönen Blau (nur digitale Nutzung) und Dunkelblau oder in Weiß eingesetzt werden. Eine schwarze Version steht für den s/w-Druck zur Verfügung. Eine andere Farbversion ist nicht zulässig.

Die Schutzzone ist dabei einzuhalten.



In Kooperation mit

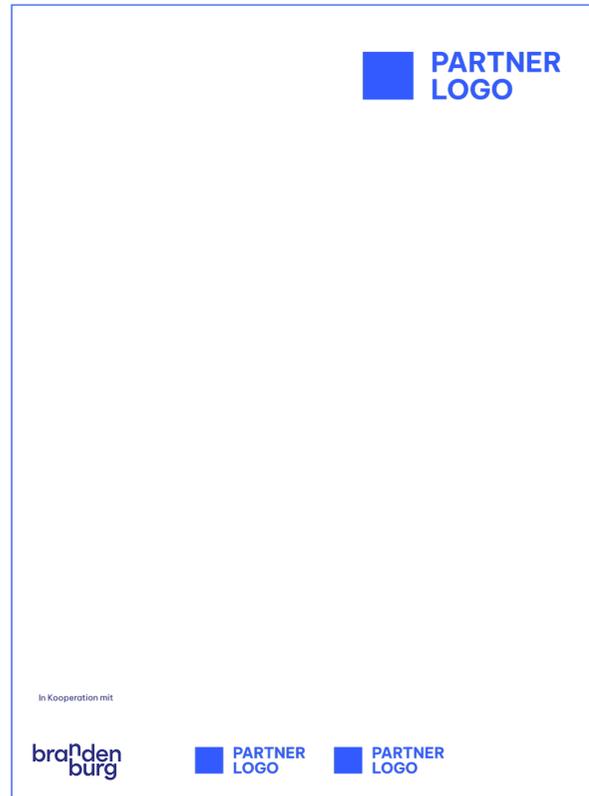
## TMB ist unter anderem Kooperationspartner

Um eine eindeutige Absenderkennung zu gewährleisten, dürfen die untergeordneten Logos optisch nicht dominanter oder gleichwertig zum Absenderlogo erscheinen.

Das Brandenburg-Logo kann in den beiden Farbtönen Blau (nur digitale Nutzung) und Dunkelblau oder in Weiß eingesetzt werden. Eine schwarze Version steht für den s/w-Druck zur Verfügung. Eine andere Farbversion ist nicht zulässig.

Die Schutzzonen aller Logos sind dabei einzuhalten.

In Kooperation mit



PARTNER  
LOGO



PARTNER  
LOGO

*Schutzzone beachten!*

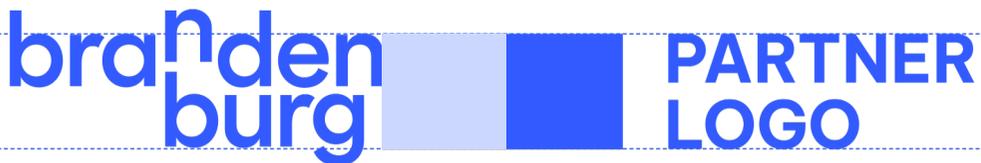
## Absender sind TMB und Kooperationspartner

Das Brandenburg-Logo kann in den beiden Farbtönen Blau (nur digitale Nutzung) und Dunkelblau oder in Weiß eingesetzt werden. Eine schwarze Version steht für den s/w- Druck zur Verfügung. Eine andere Farbversion ist nicht zulässig.

Die Schutzzonen aller Logos sind dabei unbedingt einzuhalten.



*Schutzzone beachten!*



# Kontakt



Benötigst du Schriften, Designvorlagen,  
Logodateien, Icons oder hast Du Fragen?  
Kontaktiere uns!

E-Mail: [layout@reiseland-brandenburg.de](mailto:layout@reiseland-brandenburg.de)