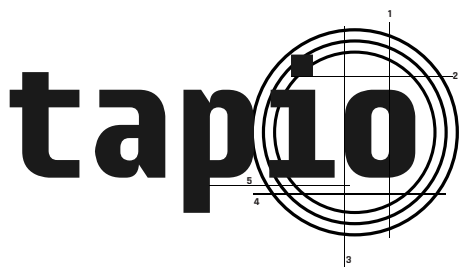




Logo-Redesign

Logo



Schritt 1

Gitterraster an bestehende Buchstaben anlegen, um gleichbleibende Schnitte zu setzen.

Unterhalb des „i“ bildet die Breite des Sockels den Abstand zum 4ten Schnitt. Der Abstand zum 5ten Schnitt bildet die Höhe des Sockels/2.

Schritt 2

Schnitte setzen und roten Bereich entfernen.



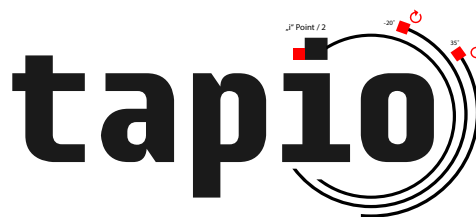
Schritt 3

Um den Datenströme eine optische Richtung zu geben, verschieben wir auf der y-Achse den mittleren Datenstrom +5 nach oben und den äußeren Datenstrom +10, um anzugleichen.

Logohöhe insgesamt 84,9101 cm
+5 entspricht +0,8467 cm
+10 entspricht 1,6228 cm

Schritt 4

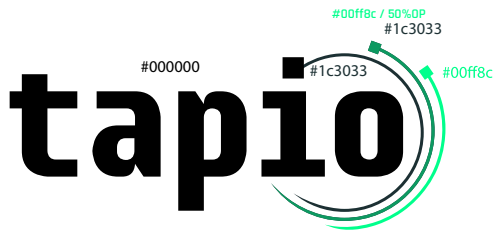
Für die Endstücke nutzen wir den „i-Punkt“ und teilen diesen durch 2. Um die Rotation anzugleichen, drehen wir den Punkt des mittleren Datenstroms um 340 ° und den äußeren Datenstrom 35 °.



Schritt 5

Um den unteren Bereich optisch anzugleichen, lassen wir die Datenströme auslaufen. Dafür entfernen wir bei den zwei mittleren Datenströmen den oberen Ankerpunkt. Beim äußeren Datenstrom erweitern wir die Spitze, bis es mit dem „i-Sockel“ fluchtet. So nehmen wir dem Logo Gewicht aus der rechten Seite.

Schritt 6.1 - Schwarzes Logo auf weißem Hintergrund



Die Farben der Datenströme ergeben sich aus dem Keyvisual und werden auch genau so eingefärbt.

Der äußere Datenstrom ergibt sich aus der Primärfarbe von tapio polar green. Der innere Datenstrom ergibt sich aus der verwendeten Randfarbe moss green unseres Keyvisuals. Der mittlere Datenstrom ergibt sich aus einer Schicht moss green mit einer darüber liegenden Schicht polar green mit einer Deckkraft von 50 %.

Das Schichten dient der Erhaltung der Farbtreue aus dem Keyvisual.

Schritt 6.2 - Weißes Logo auf schwarzem Hintergrund

Die Farben der Datenströme ergeben sich aus dem Keyvisual und werden auch genau so eingefärbt.

Der äußere Datenstrom ergibt sich aus der Primärfarbe von tapio polar green. Der innere Datenstrom ergibt sich aus der verwendeten Randfarbe silver grey unseres Keyvisuals. Der mittlere Datenstrom ergibt sich aus einer Schicht silver grey mit einer darüber liegenden Schicht polar green mit einer Deckkraft von 50 %.

Das Schichten dient der Erhaltung der Farbtreue aus dem Keyvisual.



Anwendung

Unser Logo ist zentrales Element unseres Markenauftritts und in seiner vorgegebenen Form unantastbar. Es ist einfach und prägnant gestaltet und bildet neben dem Keyvisual die visuelle DNA unserer Marke. Die Farben Schwarz und Weiß und unser tapio Schriftzug sind das primäre Element dieser DNA und ermöglichen es uns, mit geringsten Mitteln klar die Marke anzuzeigen.

Der Kontrast zwischen dem weichen Klang unseres Markennamens und der technisch wirkenden Typografie und Kleinschreibung ist ein bewusst gesetzter Kontrast. Dieser spiegelt unseren Anspruch der Verankerung im Werkstoff Holz und unserer technischen Exzellenz wider.

Mit den Datenströmen, die sich um die Buchstaben i & o bewegen, unterstreichen wir unsere technische Exzellenz. Die wiederkehrenden Farben aus unserem Keyvisuell hinterlassen einen bleibenden Eindruck.



Anwendung des Logos

Für unser Logo sind typografisch korrekt ausgearbeitete Schriftzüge in verschiedenen Farb- und Dateiformaten vorhanden. Diese sind unbedingt beim Einsatz des Logos zu verwenden.

Es steht in Schwarz für helle und in Weiß für dunkle Untergründe zur Verfügung. Unsere Farbvarianten sind für die Darstellung auf ihrem Hintergrund optimiert.

In bestimmten Fällen können Farben zu Konflikten führen. Tritt dieser Fall ein, dürfen die einfarbigen Varianten verwendet werden. Selbstständiges einfärben des Farblogos empfiehlt sich nicht.

Beispiele für Konflikte:

Logo lenkt unerwünscht Aufmerksamkeit auf sich.

Farbe im Logo führt zu hohen Kosten im Druckbereich.

Partner wollen für Ihre Website ein einfarbiges Logo.

E-Mail Logo für helles und dunkles Design.



Positionierung des Logos

Unser gesamtes Designsystem ist so einfach und robust wie möglich entwickelt. Es gibt keine favorisierte Logoposition. In einigen Medien wie dem Briefpapier liegt die Positionierung im linken oberen Bereich aus technischen Gründen nahe.

Grundsätzlich ist die Positionierung des Logos und Claims frei.

Schutzzone

Für eine bessere Wirkung und Erkennbarkeit, braucht das Logo einen festgelegten Freiraum. Die Schutzzone des Logos beträgt zu allen Seiten eine Logohöhe.

Bei einigen Formaten wie z.B. besonders kleinen Formaten oder Messemedien kann die Schutzzone nicht immer eingehalten werden. Hier muss die Schutzzone individuell bestimmt werden.

