

# Brand Assets

Richtlinien für die Verwendung unserer Markenressourcen.

## Einleitung

Dieses Corporate Design Manual fasst alle Grundlagen der bisherigen Markenentwicklung zusammen.

Es zeigt die Anwendungsmöglichkeiten in den verschiedenen Bereichen sowie verschiedene Ebenen der Integration. Es erklärt didaktisch und strukturell, was die Marke leistet, wie sie richtig eingesetzt wird und stellt alle Richtlinien und Markenelemente zur Verfügung. Das Brand Asset unterstützt die Kontinuität des Markenauftritts in der Zusammenarbeit mit Dritten und richtet sich vor allem an Kommunikationsagenturen, Grafiker und Designer.

Bitte halten Sie sich immer an die Richtlinien, denn Abweichungen würden das Markenbild und damit die Marke selbst schwächen.

## Das Logo

Das Logo ist ein Textlogo auf Basis der serifenlosen Schriftart Maven Pro.

Es setzt sich aus den Begriffen up und tain in den verschiedenen Grundfarben uptain-turquoise und uptain-anthracite zusammen.

Alle Buchstaben sind Minuskeln. Die Rundungen der Buchstaben, besonders bei u und p, sind verstärkt. Das u enthält das figurative Element eines nach oben gerichteten Pfeils und entspricht einem symbolischen Pleonasmus.

Das Schriftlogo

Nutzen Sie in jedem Fall immer bevorzugt das uptain-Schriftlogo für alle Kommunikationskanäle.



Schriftlogo auf hellem Hintergrund



Schriftlogo auf dunklem Hintergrund



Schriftlogo auf buntem Hintergrund

Letterforms

Die vereinfachte Version darf lediglich auf einem komplexen Hintergrund liegen, auf dem viel los ist, sodass das Schriftlogo nicht erkennbar wäre.



Letterform auf hellem Hintergrund

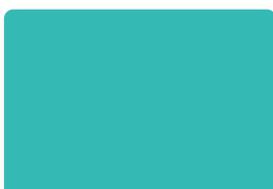


Letterform auf dunklem Hintergrund



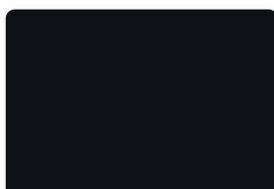
Letterform auf buntem Hintergrund

## Die Farben



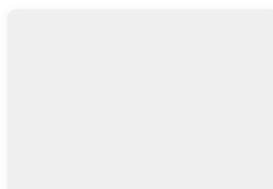
**uptain-turquoise**  
#35B9B5

Primary brand color  
für Highlights



**uptain-anthracite**  
#0D1015

Background color 01  
als Hintergrund- oder  
Schriftfarbe



**uptain-light grey**  
#EFEFEF

Background color 02  
als Hintergrund- oder  
Schriftfarbe



**uptain-red**  
#FF614C

Secondary brand color  
Aktionsfarbe

## Do

- ✓ Bitte lassen Sie um das Logo herum genügend Platz, um es atmen zu lassen und zu verhindern, dass seine Deutlichkeit und optische Wirkung negativ beeinträchtigt wird.
- ✓ Die digitale Mindestgröße muss sowohl für unsere Wortmarke als auch unser Logo mindestens 20 Pixel in der Höhe betragen.

## Don't

- ✗ Ändern Sie die Dateien in keiner Weise.
- ✗ Das Logo darf nicht gestreckt oder verzerrt werden.
- ✗ Verwenden Sie keine anderen Farbvarianten, als die von uns vorgegebenen.
- ✗ Platzieren Sie diese Grafiken nicht in einer Weise, die eine Beziehung, Zugehörigkeit oder Befürwortung Ihres Produkts, Ihrer Dienstleistung oder Ihres Unternehmens durch uptain impliziert, ohne ein offizielles Einverständnis von uptain.