WELTKLASSE ZÜRICH

BRAND GUIDELINES

Juli 2022, Version 02



LOGO

- Das Weltklasse Zürich Markenzeichen
- Farbvarianten
- Grössen
- Platzierung und Ausrichtung
- Ausnahmeversionen
- Responsives Logo
- Don´ts

LOGO
Das Weltklasse Zürich Markenzeichen

Unser dynamisches Logo in Dunkelblau stärkt unsere Markenpositionierung als führendes Athletik-Event und Expert:in rund um den Sport. Damit immer deutlich ist, dass es sich hierbei um eine Marke und ein Team handelt, müssen wir unser Logo konsequent und unverfälscht einsetzen.

Die Logo-Dateien können über die Marketingabteilung bezogen werden.

WELTKLASSE ZÜRICH

Aufbau



Das Logo besteht aus der Bildmarke (Icon) und der Wortmarke «Weltklasse Zürich». Der «Läufer» steht für die sportliche Herkunft und den humanen Charakter der Marke. Zusammen bilden sie das offizielle Markenzeichen von Weltklasse Zürich.

Schutzzone



Damit das Logo optimal wirken kann, definiert die sog. Schutzzone den minimalen Freiraum um das Logo, der weder von Schrift noch von anderen grafischen Elementen berührt werden sollte. Die Schutzzone wird mittels W im Logo definiert.

LOGO
Farbvarianten

Das Logo von Weltklasse Zürich existiert in verschiedenen Farbvarianten. Das Logo wird primär in Dunkelblau eingesetzt. Wo immer möglich, sollte das weisse Logo auf dunkelblauer Fläche, bzw. das dunkelblaue Logo auf weisser Fläche eingesetzt werden (Farbvarianten primär).

In Ausnahmeanwendungen wie z.B. Partnerauftritten, kann die schwarzweisse Version verwendet werden. Ansonsten ist die schwarzweisse Logodarstellung Anwendungen vorbehalten, welche nur eine Wiedergabe in schwarz und weiss zulassen.

Wird das Logo auf Bilder platziert (z.B. in Videos), sollte auf ausreichend Kontrast geachtet werden.

FARBVARIANTEN PRIMÄR



Weiss auf Dunkelblau, z.B. Markenkommunikation



Dunkelblau auf Weiss, z.B. Briefpapier

AUSNAHMEANWENDUNG SCHWARZWEISS



Weiss auf Schwarz



Schwarz auf Weiss

ANWENDUNG AUF BILD/VIDEO



Weiss auf dunklem Bild



Dunkelblau auf hellem Bild

LOGO
Responsives Logo

Mit dem responsiven Logo («Icon») kann Weltklasse Zürich als Marke in seiner kompaktesten Form präsentiert werden. Es wird hauptsächlich in digitalen Medien in kleiner Grösse eingesetzt:

1. Wenn das Standardlogo aus technischen Gründen nicht platziert werden kann.

2. Wenn das Standardlogo aufgrund seiner Breite in kleiner Grösse zu wenig visuelle Präsenz erhält.

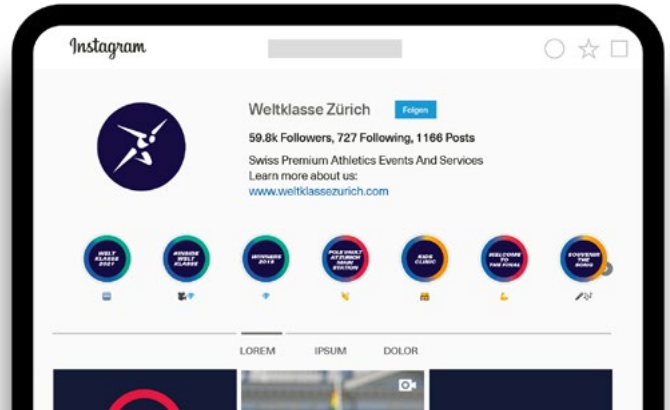
Konkrete Anwendungen sind z.B.:
– Social Media Profilbilder
– Website Favicon
– Mobile Webseiten und Apps
– Mobile Online-Werbebanner
– Gadgets und Give-Aways

Stellen Sie sicher, dass das responsive Logo (Icon ohne Wortmarke) nur so eingesetzt wird, dass sein Absender (Weltklasse Zürich) im Kontext immer klar erkennbar bleibt.

PLATZIERUNG
in der Fläche zentriert



Beispiel SoMe-Profil



FARBVERSIONEN
Primär: Weiss auf dunkelblauem Grund



Sekundär: Dunkelblau auf weissem Grund



Beispiel Website Favicon

