

STAND 01/24

# IAW Messe Brand Verwendungsrichtlinien

# Die IAW Wort-Bildmarke



---

Mindestgrößen



## Die "IAW Multichannel Platform" Bildmarke

Die neue Bildmarke setzt sich aus mehreren Kanälen zusammen, die parallel zueinander von links nach rechts mit einer dynamischen Neigung in einer Fläche münden. Sinnbildlich gesprochen, kann es sich hierbei bspw. um Vertriebskanäle, Marketingkanäle, Kommunikationskanäle etc. handeln, die gesammelt in die IAW, als zentraler Funnel und Hub der Branche, strömen. Eingefasst in einer kreisrunden Form entsteht so die "IAW Multichannel Platform".

Zusätzlich wird die Bildmarke vor der Wortmarke im sogenannten "Schubwagen-Prinzip" angeordnet. So kann die Dynamik des Neigungswinkels kraftvoll und ergänzend in die darauf folgenden Lettern übergehen.

Die Bildmarke ist ein in sich geschlossenes Konstrukt und besitzt genügend Strahlkraft und ikonischen Wiedererkennungswert, um im Zweifel auch alleinstehend die IAW repräsentieren zu können. Die Formgebung ergänzt sich nahtlos mit der darauf folgenden Wortmarke und kommt mit ausreichend Tragkraft daher, um interpretativ aufgeladen und eindeutig identifiziert zu werden.



Mindestgrößen



35 mm / 132 px



25 mm / 94 px

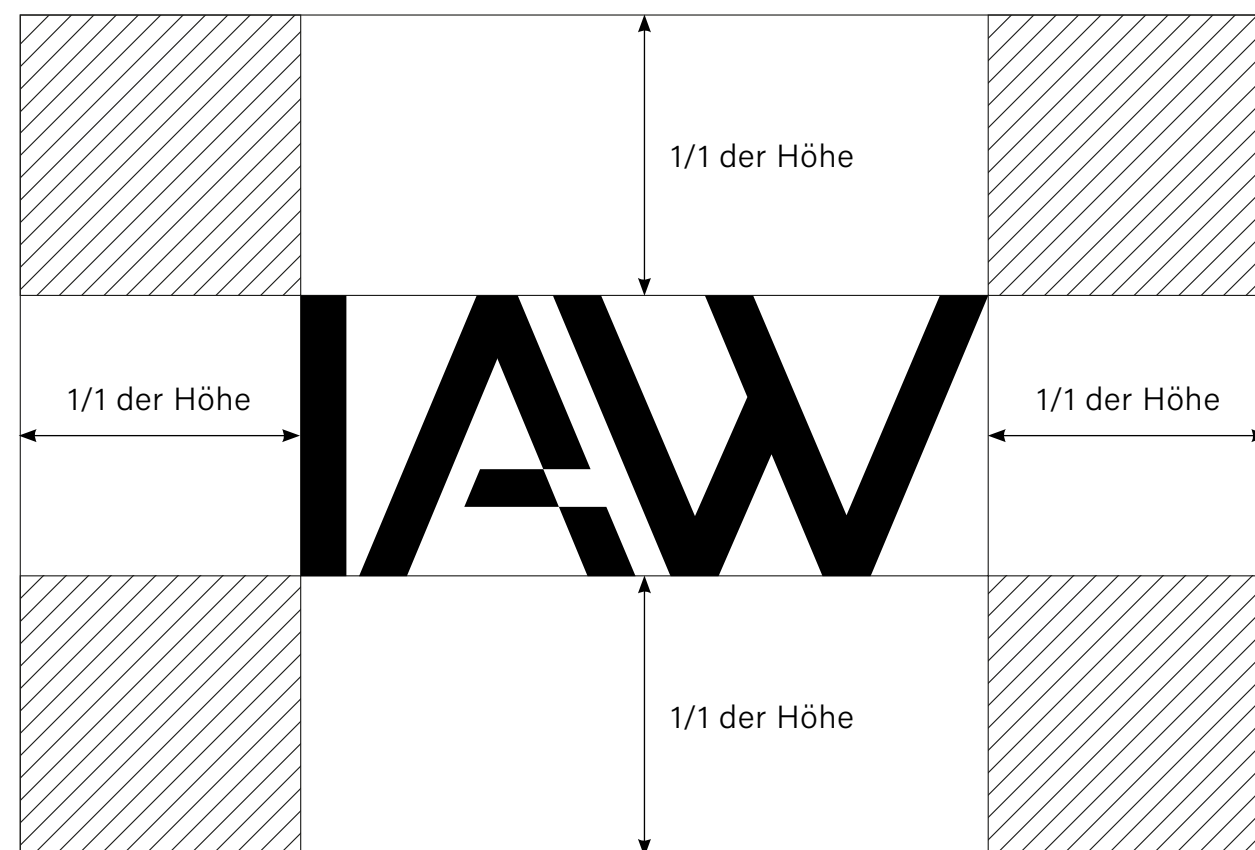


15 mm / 56 px

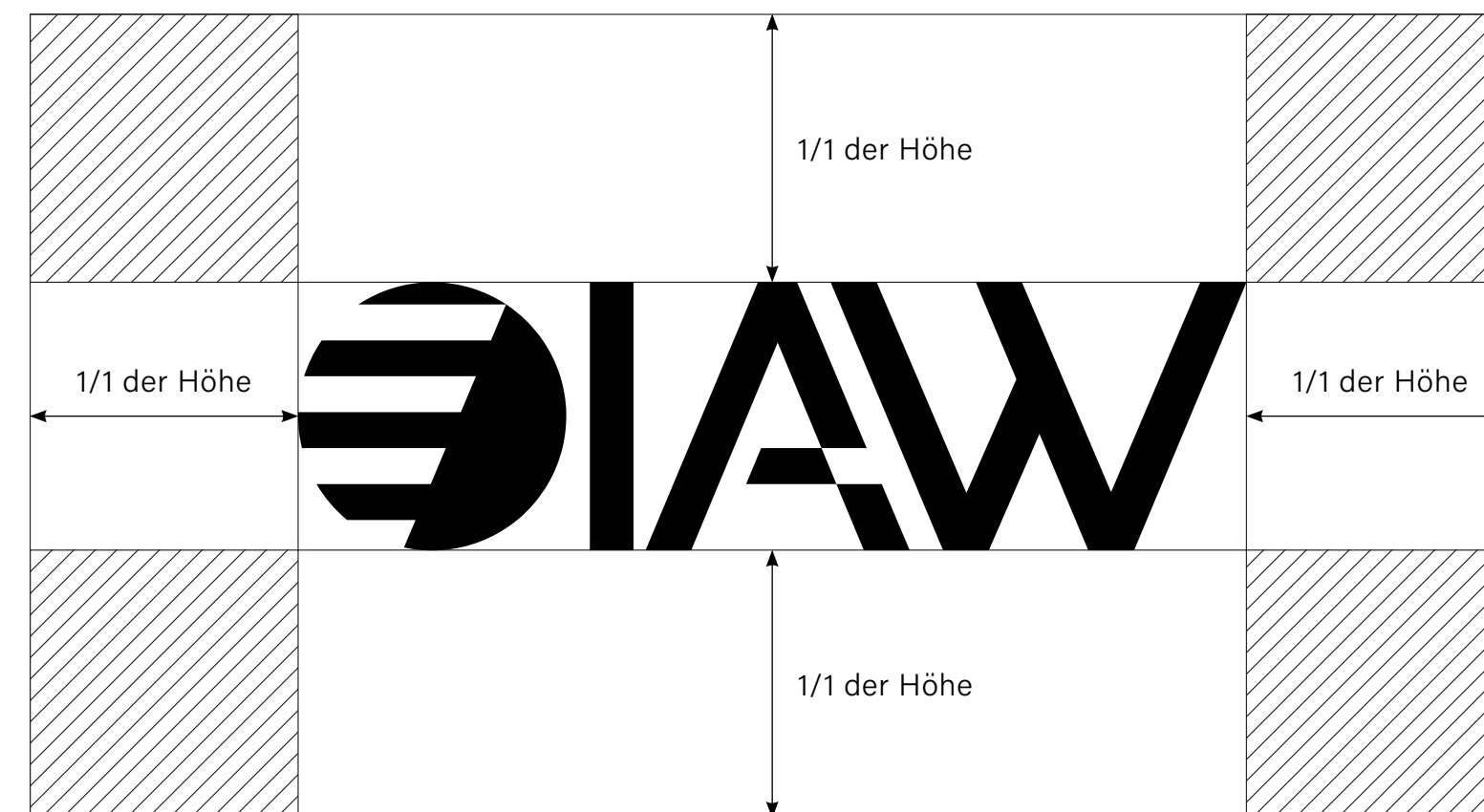
# Branding Sicherheitsbereiche

Der Freiraum ist der Bereich um das Logo herum, der frei von jeglichem Text oder grafischen Elementen o.Ä. bleiben muss. Der Mindestfreiraum beträgt 1/1 der Höhe des grafischen Elements bei Wort- und Wort-/Bildmarke und 1/2 bei der alleinstehenden Bildmarke.

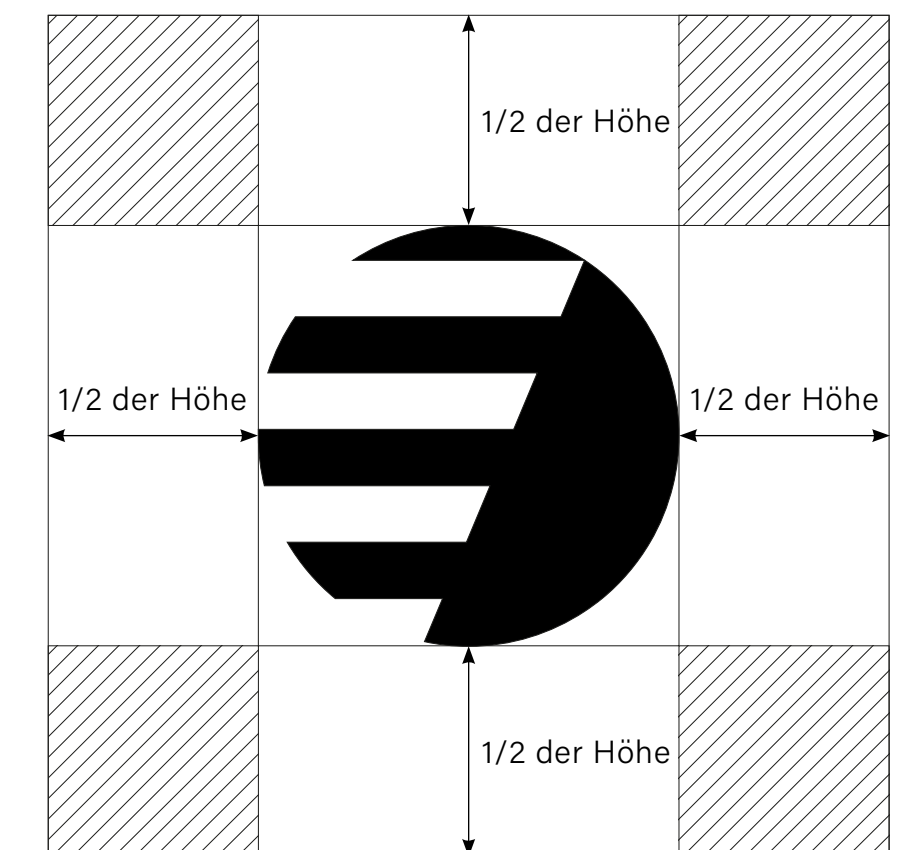
## Wortmarke



## Wort-/Bildmarke



## Bildmarke

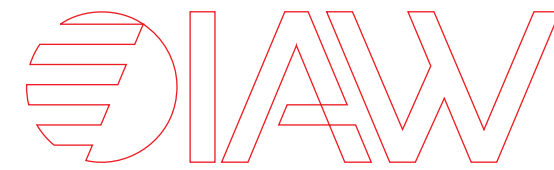


# Branding Don'ts

Jegliche Änderungen am Logo beeinträchtigen die Integrität und den Wert der Marke. Die untenstehenden Beispiele sind einige spezifische "Don'ts", die in jedem Fall vermieden werden sollten.



Die Logobestandteile dürfen nicht unterschiedlich oder neu eingefärbt werden.



Das Logo darf nicht als Kontur dargestellt werden.



Das Logo darf nicht unproportional skaliert oder gestaucht werden.



Die Logoelemente dürfen nicht neu ausgerichtet oder arrangiert werden.



Das Logo darf nicht in einem Kasten o.Ä. abgebildet werden.



Das Logo darf nicht mit einem Schlagschatten o. Ä. versehen werden.



Das Logo darf nicht gekippt, verzerrt oder verbogen werden.



Die Logoelemente dürfen nicht unabhängig voneinander skaliert werden.



Das Logo darf nicht mit einem Farbverlauf o. Ä. versehen werden.

# IAW Markenfarben und -hierarchie

Die Farbhierarchie definiert die Gewichtung und die damit verbundene Verwendungsvorgabe der Markenfarben. Der Bereich der Primärfarbe ist dabei stets zu priorisieren. Die Sekundärfarben dienen als erweitertes Spektrum für Gestaltungselemente o. Ä. Die Kontrast- bzw. Akzentfarben dienen um bspw. eine bessere Lesbarkeit von Fließtexten zu gewährleisten oder Elemente oder Bereiche einzufärben bzw. zu highlighten.

50%

## IAW Rot

Pantone  
2035 C

CMYK  
0 / 100 / 100 / 0

RGB  
227 / 6 / 19

HEX  
#e30613

80%

60%

40%

20%

30%

## Cool Gray 30 %

Pantone  
Cool Gray 1 C

CMYK  
9 / 7 / 7 / 0

RGB  
222 / 222 / 222

HEX  
#dedede

80%

60%

40%

20%

10%

## Schwarz 10 %

Pantone  
-

CMYK  
0 / 0 / 0 / 100

RGB  
0 / 0 / 0

HEX  
#000000

80%

60%

40%

20%

10%

## Weiß 10 %

Pantone  
-

CMYK  
0 / 0 / 0 / 0

RGB  
255 / 255 / 255

HEX  
#ffffff

# Der IAW Gradient

Der IAW Gradient gilt als Gestaltungselement und kommt immer dann zum Einsatz, wenn große Farbflächen wie bspw. Hintergründe, etwas mehr Dynamik und Pepp benötigen (siehe Anwendungsbeispiele).

## IAW Rot

Pantone  
2035 C

CMYK  
0 / 100 / 100 / 0

RGB  
227 / 6 / 19

HEX  
#e30613

70%

## IAW Magic Purple

Pantone  
2603 C

CMYK  
68 / 100 / 12 / 2

RGB  
112 / 32 / 130

HEX  
#702082

30%



## Farbkombinationen Do's

Die nebenstehenden Beispiele zeigen, welche Kombinationen in bestimmten Fällen je nach Farbe und Kontrast zu verwenden sind. Die Verwendung der aufgeführten Farbkombinationen garantiert, dass das Logo jederzeit gut lesbar und erkennbar ist.

Diese Kombinationen gelten sowohl für alle Logos als auch für jede andere Textanwendung innerhalb der IAW Visual Identity. Verwende bitte keine selbstkreierten Farbkombinationen außerhalb dieser Szenarien.



IAW Rot auf Weiß



Weiß auf IAW Rot



Schwarz auf Weiß



Weiß auf Schwarz



Schwarz auf Cool Gray



Weiß auf IAW Gradient



IAW Rot auf Bildhintergrund



Weiß auf Bildhintergrund



STAND 01/24



NORDWESTDEUTSCHE MESSEGESELLSCHAFT BREMEN-HANNOVER MBH

HEIDPLACKENWEG 9, 26209 HATTEN

+49 (0) 441 / 9 20 70 777 – INFO@IAW-MESSE.DE

WWW.IAW-MESSE.DE