

Das CARE-Markenzeichen ist das wichtigste Element in unserer Markenkommunikation. Es ist der Anker zu uns, und kennzeichnet uns als Absender der Information. Deshalb ist künftig bei der Verwendung unseres Logo darauf zu achten, dass wir als Absender klar erkennbar bleiben. Es gibt keine Vorgaben hinsichtlich einer minimalen Abbildungsgröße des Logos, vielmehr soll es immer in deutlich wahrnehmbarer Größe abgebildet werden.

Basistypen



A



B

Guidelines

- Verwende Wort- und Bildmarke ausschließlich gemeinsam
- Unser präferierter Logotyp ist die vertikale Variante (A). Ist diese Variante nur unzureichend anwendbar, wird Variante (B) verwendet