

Auch die B2C-Logo-Variante mit „Österreich“ stellt eine ausgewogene Kombination aus Text und Illustration dar. Der Claim „ankommen und aufleben“ ist fixer Bestandteil dieses Logos, das in dieser Form ausschließlich auf Kampagnensujets zum Einsatz kommt.

Um auch im Out-of-Home-Bereich (OOH-Bereich) genügend Lesbarkeit auf allen Werbemitteln zu garantieren, gibt es eine stärkere Logo-Variante. Auf allen Werbemitteln, die eine gute Fernwirkung haben müssen, ist auf dieses Logo zurückzugreifen.

Die weiteren Anwendungsregeln gelten für beide Logos gleichermaßen.

Auch auf Partnerwerbemitteln soll die stärkere Logo-Variante verwendet werden – aufgrund der besseren Lesbarkeit.



B2C-Logo für den Print-Bereich



B2C-Logo für den OOH-Bereich