

DAIMLER TRUCK

13. Mai 2025

Logo



Wortmarke

Das Logo von TruckCharge ist eine Wortmarke, basierend auf den Versalien der Daimler CS, und zeichnet sich durch Standhaftigkeit aus. Die erhöhte Laufweite und die Anpassung einzelner Zeichen geben der Marke eine Eigenständigkeit.

Zwar bildet die Wortmarke eine Einheit, jedoch werden „Truck“ und „Charge“ optisch über einen Kontrast der Schriftschnitte voneinander differenziert. Dabei wird vor allem „Charge“ durch den fetten Schriftschnitt hervorgehoben und ordnet die Marke ein.

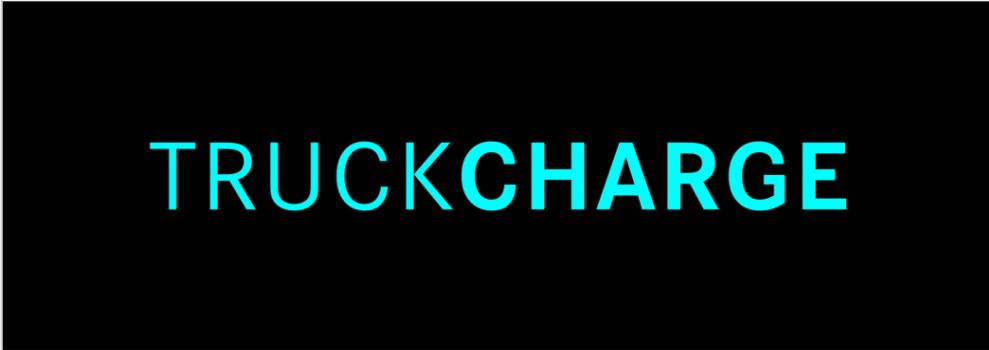
Das Logo darf unter keinen Umständen verändert werden, indem es anders eingefärbt als vorgegeben, verzerrt oder in seiner Form transformiert wird.

TRUCKCHARGE

Farbvarianten

Die Wortmarke kann, je nach Gegebenheit, in den Farben Schwarz, Weiß und Cyan genutzt werden.

Eine gute Erkennbarkeit der Wortmarke muss in jedem Fall sichergestellt werden. Farbkombinationen, wie Cyan und Weiß, bilden kein barrierefreies Verhältnis und können beim Logo aufgrund dessen nicht miteinander kombiniert werden.



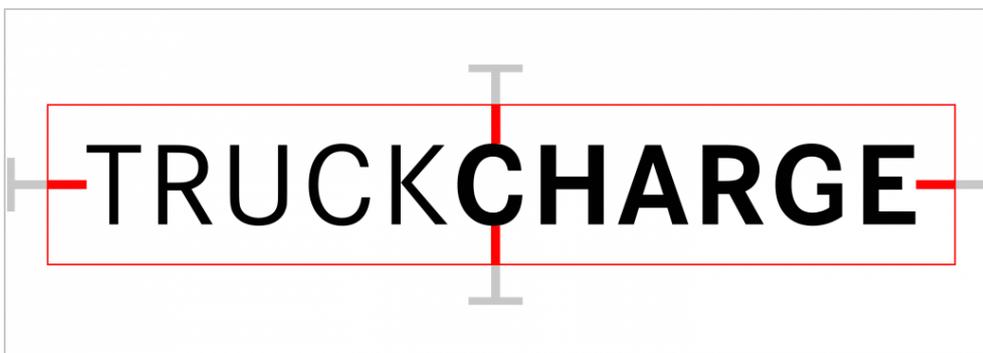
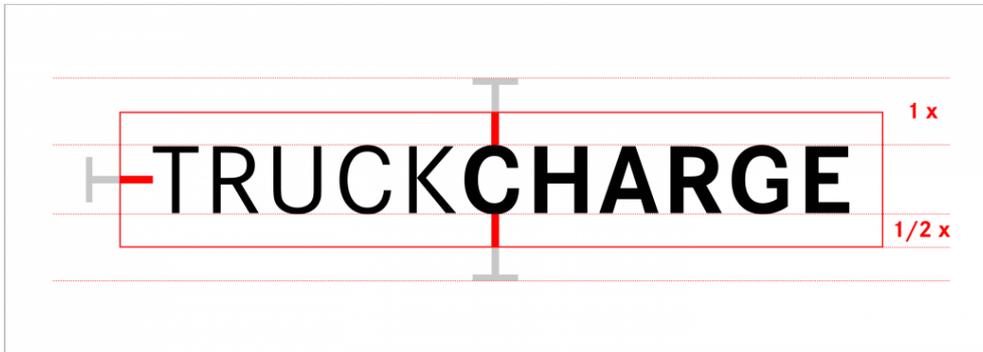
TRUCKCHARGE



TRUCKCHARGE

Maße und Schutzzzone

Die Größeneinheit ist über die Logohöhe mit x definiert. Für das Logo ist eine Schutzzone von 1/2 x bemessen und stellt sicher, dass das Logo gut sichtbar ist. Der Mindestabstand für gestalterische Elemente zum Logo beträgt 1 x.



Im Regelfall ist TruckCharge eine „affiliated brand“ und agiert mit zugehörigen Marken der Daimler Truck AG. Auf eine Platzierung neben dem Partnerlogo ist in der Kommunikation innerhalb der Daimler Truck-Markenwelt nach Möglichkeit zu verzichten. Ein Co-Branding mit außenstehenden Marken ist unter der entsprechenden Bezeichnung aufgeführt. Grundsätzlich ist bei der Verwendung der Wortmarke TruckCharge im Layout auf eine bündige Anordnung zu anderen gestalterischen Elementen zu achten.

Bei einer eigenständigen Markenkommunikation von TruckCharge kann das Logo beliebig innerhalb des Satzspiegels positioniert werden oder mit einem Abstand von mindestens 2 x zum Formatrand. Bei der Platzierung auf Bildern sollte ein ruhiger Hintergrund gewählt werden, der ein möglichst hohes Kontrastverhältnis zum Logo sicherstellt und die Schutzzone berücksichtigt.

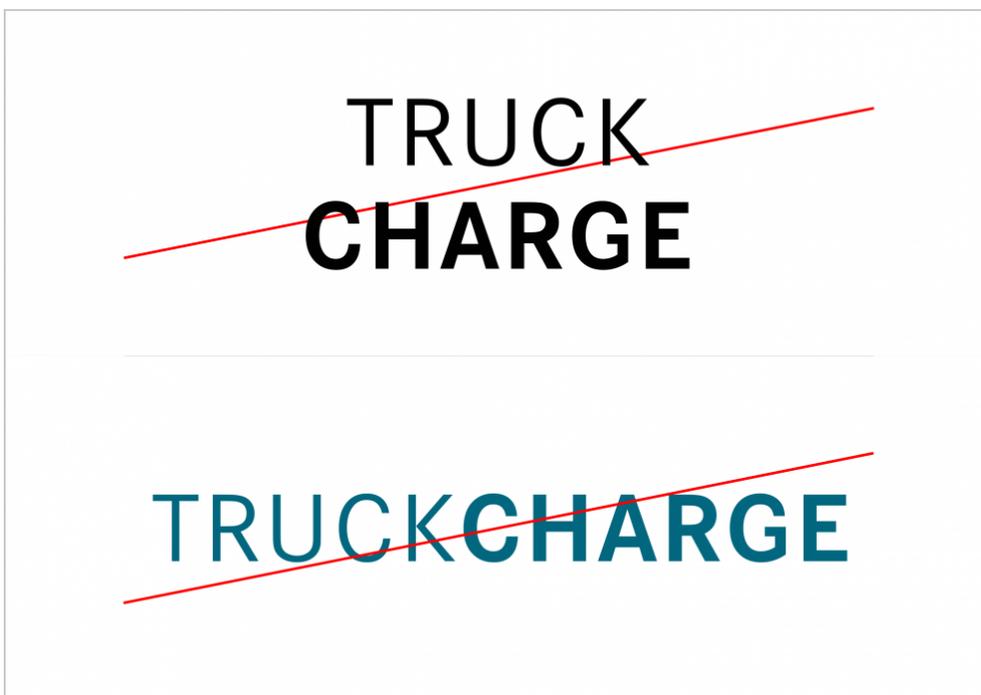
Das Logo darf eine Mindestbreite von 17 mm bei Print und 80 px bei digitalen Medien

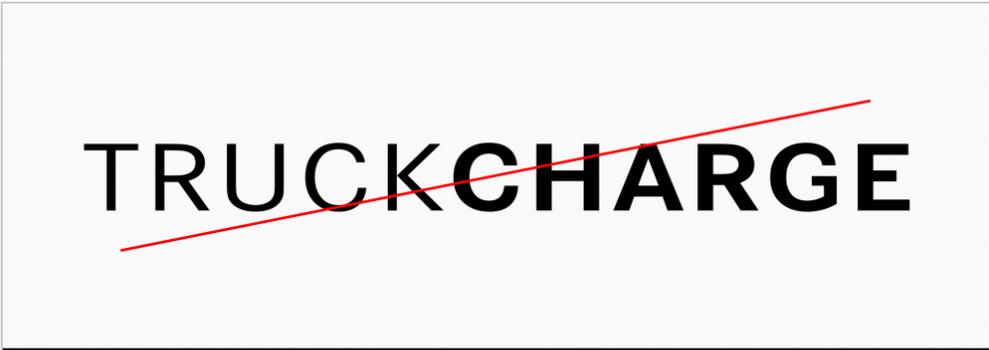
nicht unterschreiten. Die Erkennbarkeit muss in jedem Fall gewährleistet sein. Die einzige Ausnahme, die eine Unterschreitung der Mindestgröße beim Logo erlaubt, bilden Sonderformate, wie z. B. Kugelschreiber, bei denen die Fläche keine andere Größe zulässt.

Negativbeispiele

Die folgenden Beispiele zeigen, wie das Logo nicht eingesetzt werden darf:

- Das Logo darf nicht gestreckt, gedreht oder anderweitig transformiert werden.
- Ein Umfärben des Logos ist ausgeschlossen.
- Das Logo in Cyan auf Weiß und umgekehrt ist, aufgrund des zu geringen Kontrasts, nicht möglich.

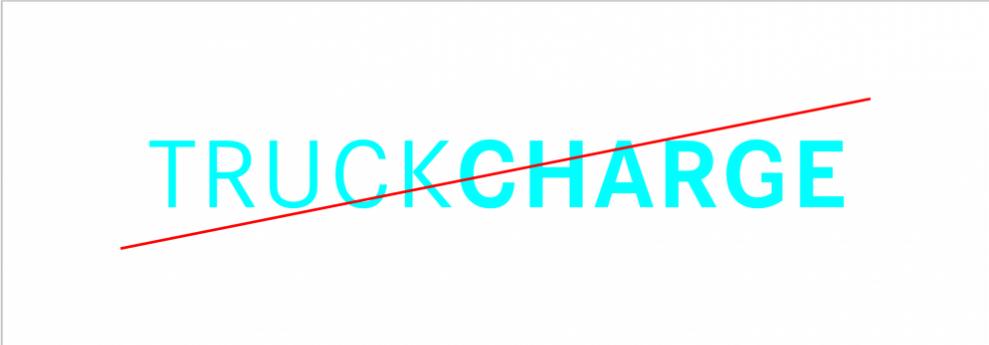




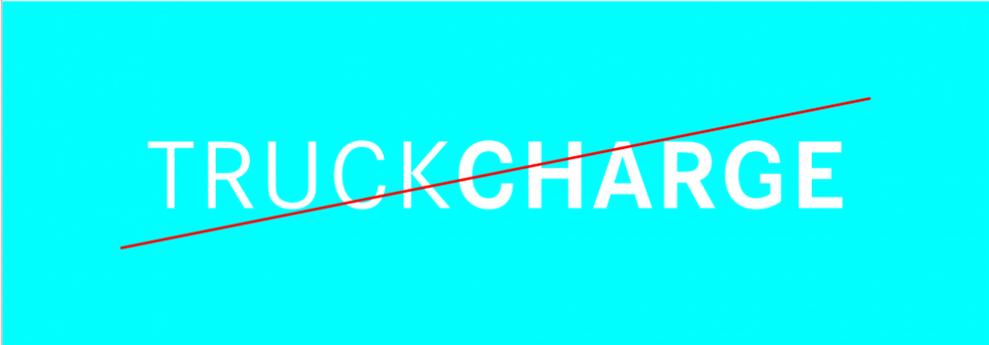
TRUCKCHARGE



TRUCKCHARGE



TRUCKCHARGE



TRUCKCHARGE

Die Wortmarke darf nicht zweizeilig angeordnet werden. Ein Sonderfall bildet das App-Icon, welches eigens für das Format angelegt ist.