

Markenrichtlinien



Die Grundlagen

Das Twitter Logo ist ein aussagekräftiges Symbol für aktuelles Geschehen weltweit und die einzigartigen sowie wirkungsvollen Unterhaltungen, die jeden Tag auf der Plattform entstehen. Hier sind einige Regeln für den Umgang mit unserem Logo.

- Bilde das Logo ausschließlich in Twitter-blau oder weiß ab.
- Verändere, drehe und modifiziere das Logo nicht.
- Animiere das Logo nicht und bringe es nicht zum Sprechen, Singen oder Fliegen.
- Umgib das Logo nicht mit anderen Vögeln oder Wesen.
- Füge dem Logo keine Accessoires oder zusätzlichen Elemente wie Sprechblasen hinzu.
- Vermenschliche das Logo nicht.
- Betone das Logo nicht übermäßig.
- Verwende keine Vorgängerversionen des Logos.
- Halte dich an die hier aufgeführten Angaben für Freiraum.

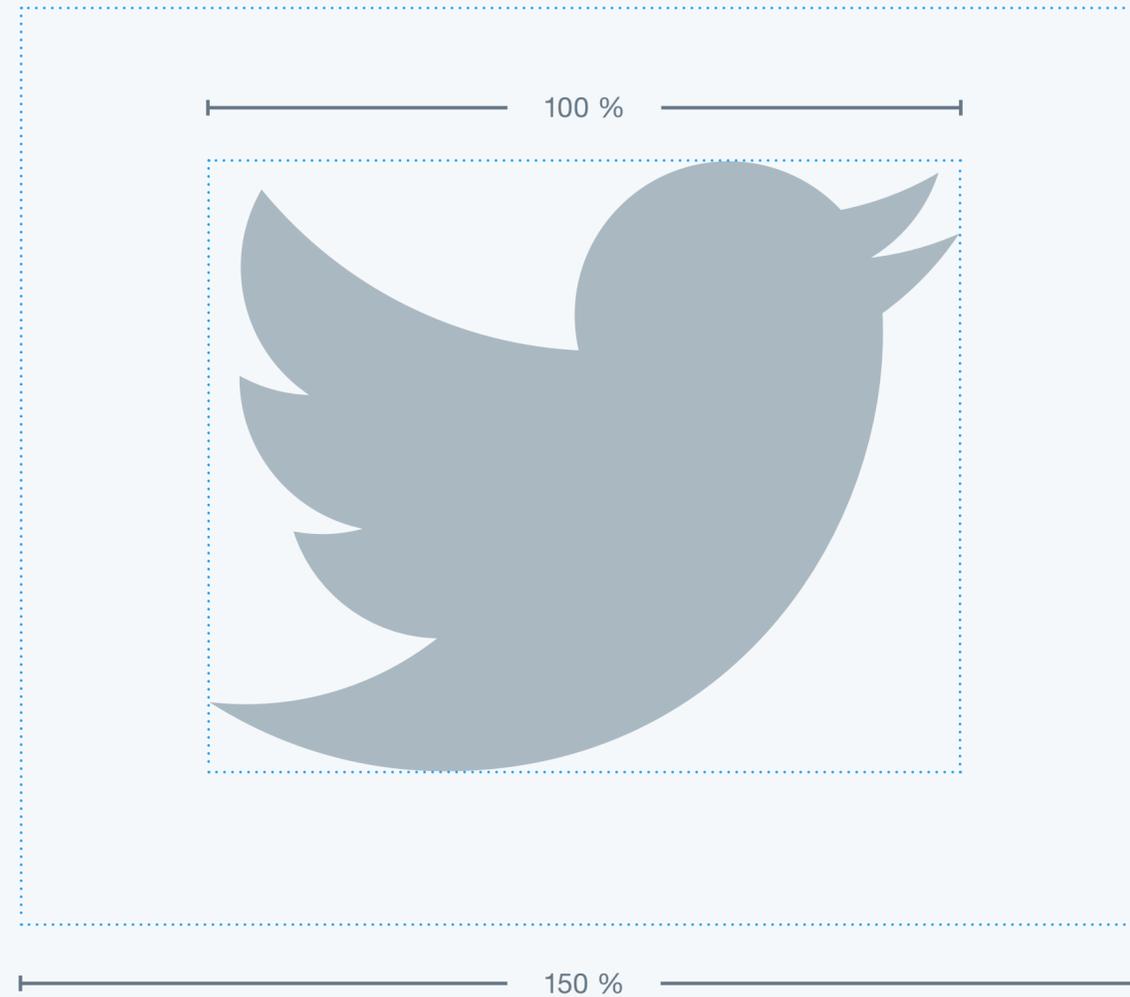


Logo

Freiraum und Mindestgröße

Wenn du das Logo mit anderen grafischen Elementen verwendest, achte darauf, dass es ausreichend Platz zum Atmen hat. Der Freiraum um das Logo sollte mindestens 150 % der Breite des Logos betragen. Damit das Logo seine optische Wirkung behält, sollte es nicht kleiner als 16 Pixel breit sein.

Siehe dazu auch in dem Starter Kit nach, das du hier brand.twitter.com downloaden kannst.



Logo-Freiraum



Mindestgröße des Logos



Logo

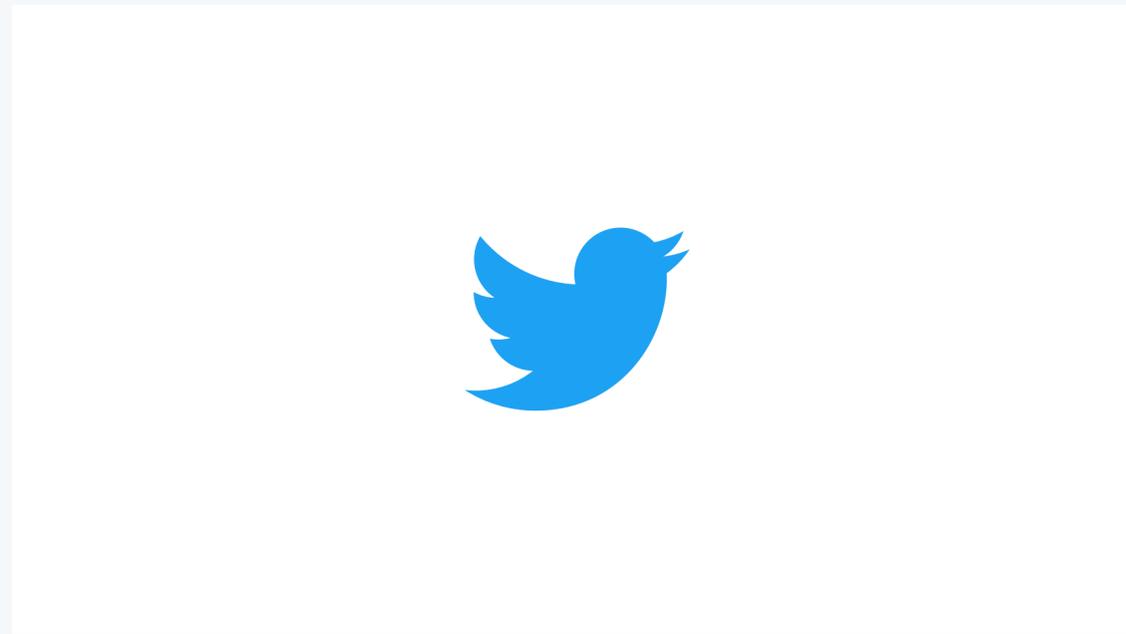
Farbe

Das Twitter Logo ist entweder blau oder weiß. Es muss klar erkennbar sein und die Form darf nicht beeinträchtigt werden.

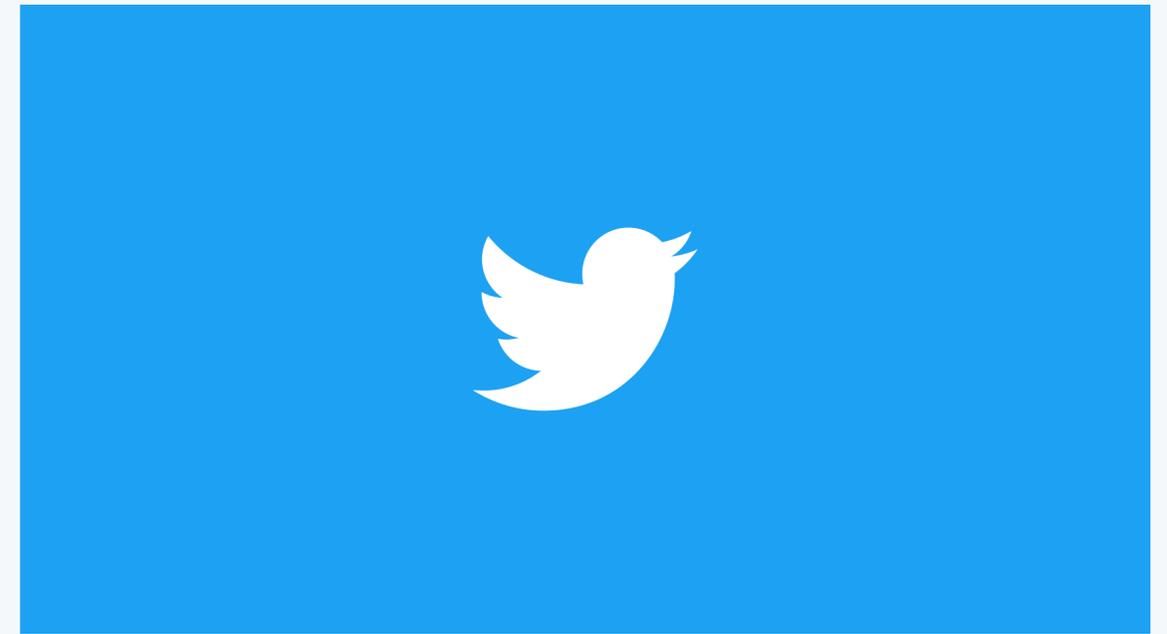
Verwende immer die weiße Version des Logos, sobald du es auf ein Bild setzt. Für Bilder mit hellem Hintergrund empfehlen wir, das gesamte Bild mit einer zehn- bis zwanzigprozentigen Schwarzfärbung abzudunkeln, um die Erkennbarkeit des weißen Logos zu bewahren.

Und verwende niemals Schwarz oder andere Farben für das Twitter Logo.

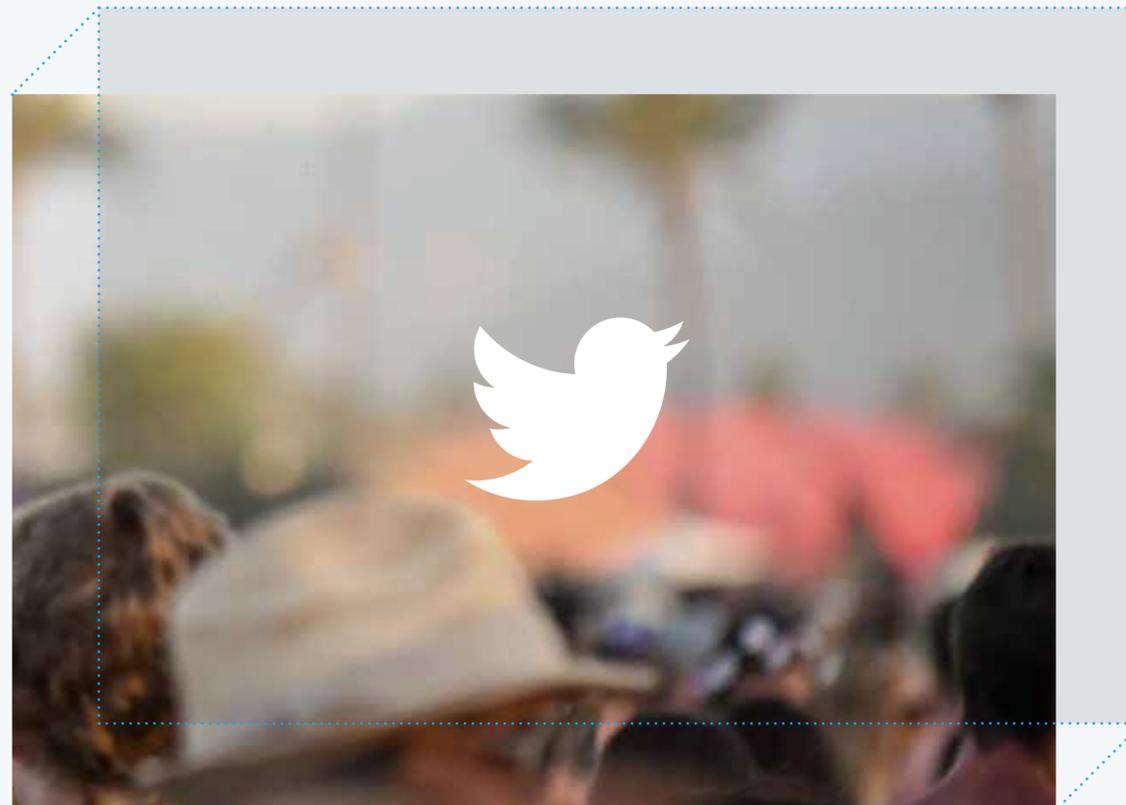
Es gibt jedoch eine kleine Ausnahme: bei Farbdrucken kann es zu Einschränkungen kommen. Dies ist der einzige Fall, in dem das Logo in Schwarz verwendet werden darf, ohne vorher eine Erlaubnis von Twitter einzuholen.



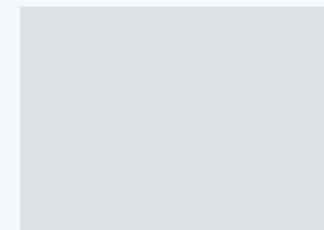
Blaues Logo auf weißem Hintergrund



Weißes Logo auf blauem Hintergrund



Weißes Logo auf einem Hintergrundbild



Ebene 2

10 % - 20 % Schwarzfärbung



Ebene 1

Originalbild

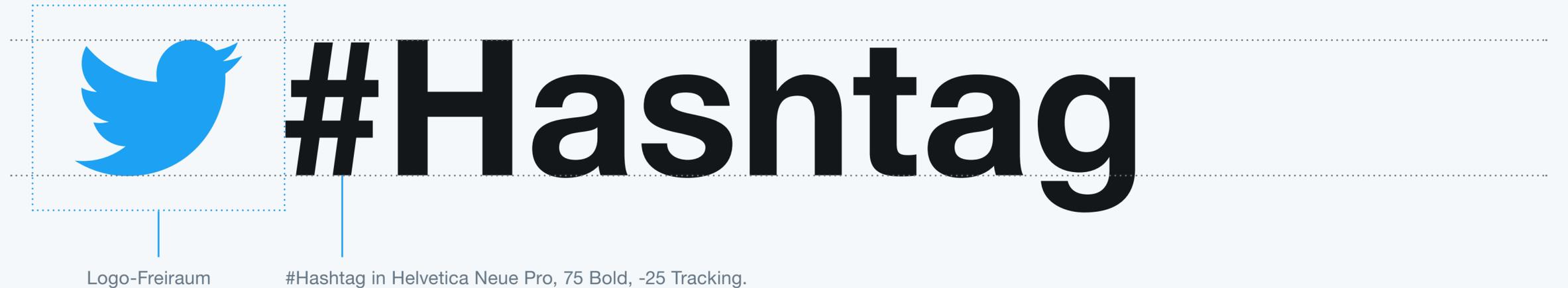


Kombinationen

Bitte achte darauf, dass die Twitter Marken nicht als Sponsoring, Unterstützung durch oder Zugehörigkeit zu Twitter missverstanden werden oder mit einer anderen Marke verwechselt werden können.

Wenn du zeigen willst, dass ein #Hashtag oder ein @Nutzername zu Twitter gehört, fügst du das Logo hinzu und nutzt die Schriftart Helvetica Neue Pro 75 Bold. Beachte die Regeln bezüglich des Freiraums und skaliere den Text auf 100 % der Höhe des Logos.

Siehe dazu auch in dem Starter Kit nach, das du hier brand.twitter.com downloaden kannst.



Social Media-Symbole

Wenn du das Logo benutzt, um zu zeigen, dass du auf Twitter vertreten bist — entweder einzeln oder zusammen mit anderen Social Media-Symbolen — kannst du das Logo entweder in blau oder in weiß verwenden, wobei das Logo die gleiche Größe und Höhe wie andere Social Media-Symbole haben muss. Wenn du das Logo in weiß benutzt, kann der Hintergrund eine beliebige Farbe haben.

Wir bevorzugen unser Logo ohne einen Container, aber wenn du für deinen Zweck einen Container benötigst, kannst du einen Kreis, ein Quadrat oder ein Quadrat mit abgerundeten Ecken wählen.

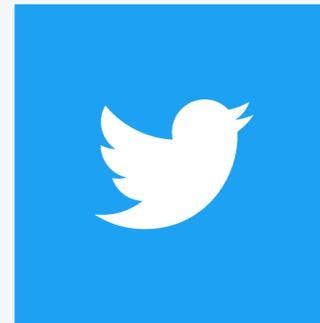
Siehe dazu auch in dem Starter Kit nach, das du hier brand.twitter.com downloaden kannst.



Logo Social Media-Symbol



Mindestbreite
32 px



Quadratisches Social Media-Symbol



Mindestbreite
32 px



Quadratisches Social Media-Symbol mit abgerundeten Ecken



Mindestbreite
32 px



Kreisförmiges Social Media-Symbol



Mindestbreite
32 px



Missbrauch



Füge keine Umrandung hinzu



Füge keinen Schatten hinzu



Füge keine Effekte hinzu



Benutze keinen Farbverlauf



Fülle das Logo nicht mehrfarbig aus



Drehe, strecke oder stauche das Logo nicht



Verändere die Orientierung nicht



Füge keine zusätzlichen Elemente hinzu



Füge keine Anatomie hinzu



Vervielfältige das Logo nicht



Benutze nicht unser altes Logo



Benutze nicht unsere alte Wortmarke



Benutze das Logo nicht metaphorisch, um einen Vogel darzustellen. Es ist kein Vogel, es ist das Twitter Symbol.



Schließe unser Logo nicht direkt an Text, Überschriften oder andere Logos an.



Setze das Wort „Twitter“ nicht direkt anschließend an unser Logo. Unser Logo wird durch das Symbol alleine repräsentiert.



Füge es nicht in eine Form ein



Stapel nicht mehrere Logos



Fülle das Logo nicht mit Mustern aus



Personifiziere das Logo nicht



Benutze nicht unser altes Symbol



Primär

Blau

HEX #1DA1F2
RGB 29 161 242

CMYK 69 26 0 0
PANTONE 2382 C

Sekundär

Schwarz

HEX #14171A
RGB 20 23 26

CMYK 76 68 63 78
PANTONE Black 7 C

Dunkelgrau

HEX #657786
RGB 101 119 134

CMYK 65 46 37 8
PANTONE Cool Gray 9 C

Hellgrau

HEX #AAB8C2
RGB 170 184 194

CMYK 34 20 18 0
PANTONE Cool Gray 7 C

Sehr helles Grau

HEX #E1E8ED
RGB 225 232 237

CMYK 10 4 4 0
PANTONE Cool Gray 3 C

Sehr, sehr helles Grau

HEX #F5F8FA
RGB 245 248 250

CMYK 3 1 1 0
PANTONE Cool Gray 1 C

Weiß

HEX #FFFFFF
RGB 255 255 255

CMYK 0 0 0 0



Unser Schriftbild

Unser Schriftbild ist plakativ, einfach und universell — es ist der Leitfaden unserer Marke und es ermöglicht uns, den Stimmen auf Twitter Gehör zu verschaffen.

Für Kombinationen mit @Nutzernamen und #Hashtags benutzen wir Helvetica Neue Pro 75 Bold ([Seite 5](#)).

Bei der Darstellung von Tweets nutzen wir Helvetica Neue Pro 75 Bold für den Namen, den Tweet selbst sowie für den Zeitstempel, und Helvetica Neue Pro 55 Roman für den @Nutzernamen ([Seite 10](#)).

Helvetica

Neue

Pro

55

Roman

75 Bold



Aufbau

Tweets sind die Bausteine des Twitter Erlebnisses und die wahren Stimmen, die hinter dem Geschehen auf unserer Plattform stehen. Wenn du Tweets außerhalb von Twitter zeigst, stelle sie genau so dar, wie du sie vorgefunden hast. Tweets sollten wortwörtlich wiedergegeben werden – verändere, editiere oder variiere niemals einen Aspekt des Tweets.

- Nimm Elemente nicht aus dem Kontext und bearbeite sie nicht. Diskriminiere nicht aufgrund des Inhalts.
- Verändere niemals Nutzernamen, Klarnamen oder Hashtags (behalte die Groß- und Kleinschreibung, Zahlen, Unterstriche usw. bei).
- Gib die Quelle der Tweets an, indem du den vollständigen Namen des Accounts, den @Nutzernamen und die Twitter Plattform mit Logo nennst.
- Twitter kann dir nicht die Berechtigung erteilen, Tweets, Logos oder Bilder Dritter zu benutzen. Wenn du Inhalte Dritter nutzt, wende dich bitte an unsere Rechtsabteilung, um rechtliche Risiken auszuschließen. Wenn es um deine eigenen Tweets geht, kannst du diese frei benutzen und abbilden, solange sie diesen Richtlinien entsprechen.



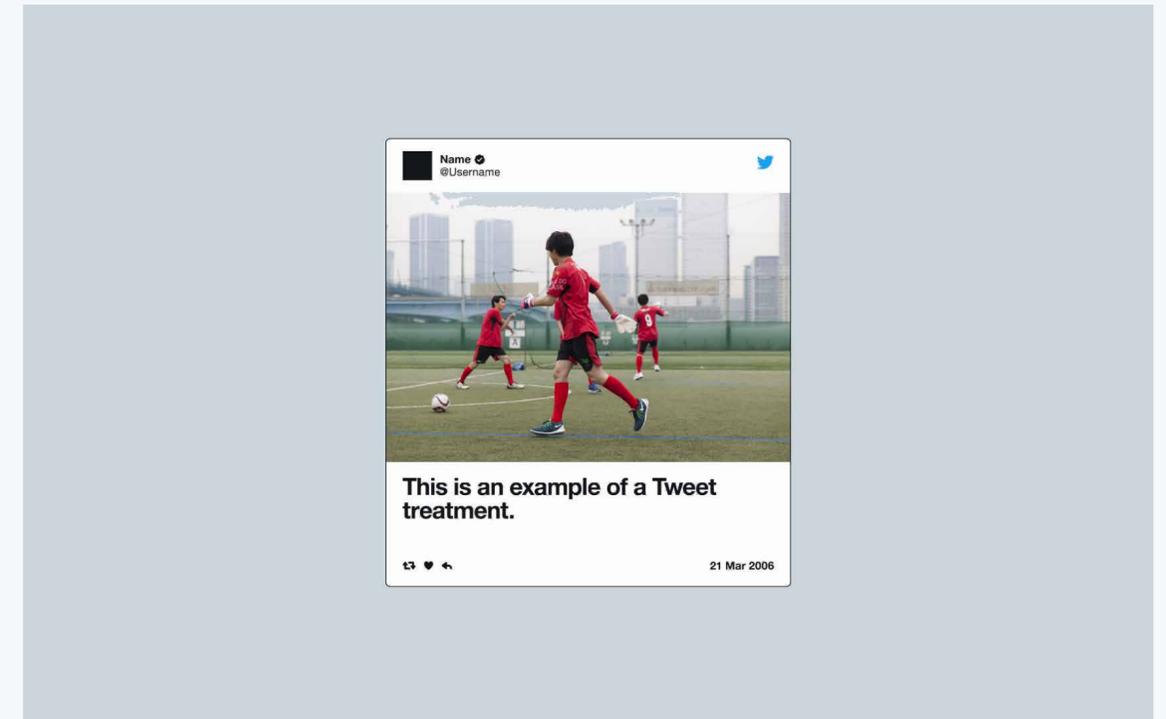
Variationen

Abhängig vom Kontext, der Zielgruppe und der gewünschten Detailtiefe gibt es viele Möglichkeiten, einen Tweet darzustellen. Wenn du Tweets zeigst, empfehlen wir so viel Kontext wie möglich hinzuzufügen. Diese einheitliche Behandlung steigert den Wiedererkennungswert und die Assoziation mit unserer Plattform.

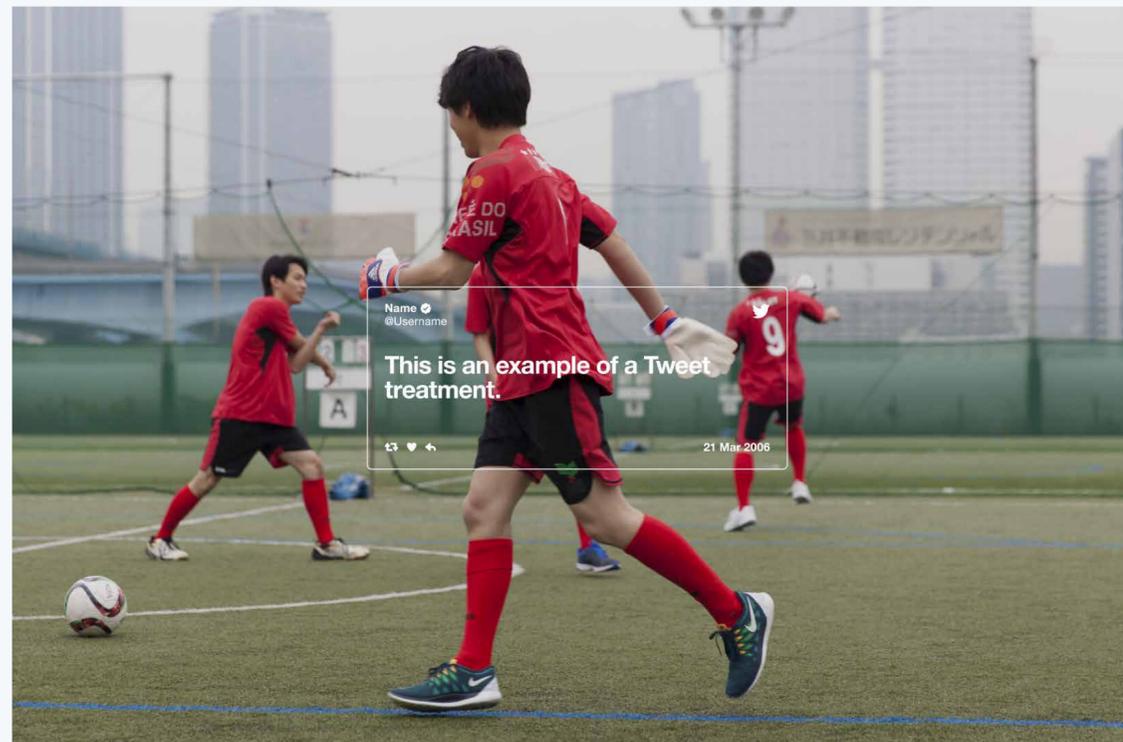
Siehe dazu auch in dem Starter Kit nach, das du hier brand.twitter.com downloaden kannst.



Die Darstellung von Text-Tweets



Die Darstellung von Tweets mit Text und Medien



Die Darstellung von Tweet-Text auf Medien



Die Verwendung von Twitter Marken

Zu den Twitter Marken gehören unter anderem der Twitter Name, das Twitter Logo, der Begriff „Tweet“ und alle anderen Wörter, Formulierungen und Bezeichnungen, die die Quelle oder den Ursprung als eines der Twitter Produkte identifizieren. Schreibe das T in „Twitter“ sowie alle abgeleiteten Nomen der Wörter „Tweet“ und „Retweet“ stets groß.

Namensgebung und Visual Design (Logos, Websites, Produkte)

Gib die Logos und Symbole von Twitter niemals als deine eigenen aus.

Integriere keine der Twitter Marken – weder als Ganzes noch Teile davon – in den Namen deines Unternehmens, Produkts, Services oder deiner Website und auch nicht in deine Domain oder Applikation.

Bücher und andere Publikationen (Bildung, Anleitungen, Leitfäden, Konferenzen)

Stelle stets klar, dass es um Twitter geht, aber die Inhalte nicht von Twitter sind. Gib deinen Büchern und anderen Veröffentlichungen einen eindeutigen Namen, und integriere nicht die Twitter Marken (Twitter, Tweet, Retweet und das Logo) in den Titel oder den Buchdeckel.

Merchandise

Ein Produkt mit dem Twitter Namen oder Logo ist ein Spiegelbild von Twitter. Wir erlauben die Produktion, den Verkauf oder die kostenlose Verteilung von Produkten mit unserem Namen oder Logo nicht, es sei denn, das Logo ist mit einem #Hashtag oder @Nutzernamen verbunden, oder es wird zusammen mit anderen Social Media-Symbolen verwendet.

Funktionale Verwendung (eingebettete Tweets, Timelines und Buttons)

Wenn du Code einbetten willst, um Twitter Content zu veröffentlichen, schau bei publish.twitter.com vorbei.



Twitter Markenrichtlinie

Wenn du die in dieser Markenrichtlinie aufgeführten Twitter Marken verwendest, stimmst du zu, die Twitter Markenrichtlinie („die Richtlinie“), die allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie alle anderen Twitter Regeln und Richtlinien einzuhalten.

Twitter Inc. („Twitter“) behält sich das Recht vor, diese Richtlinie jederzeit, nach eigenem Ermessen und ohne Vorankündigung zu widerrufen, anzupassen oder zu verändern.

Deine Nutzung der Twitter Marken unterliegt dieser Richtlinie. Du kannst die Twitter Marken ausschließlich für den von Twitter autorisierten Zweck verwenden. Eine strenge Einhaltung der Richtlinie ist jederzeit zu gewährleisten. Jede Nutzung der Twitter Marken, die diese Richtlinie verletzt, führt zu einem automatischen Erlöschen aller deiner Nutzungsrechte an den Twitter Marken.

1 Die Twitter Marken dürfen weder verändert werden, noch dürfen Elemente hinzugefügt oder entfernt werden. Dies beinhaltet, ist jedoch nicht beschränkt auf das Verändern der Proportionen, der Farbe oder der Form der Twitter Marken.

2 Die Twitter Marken müssen alleinstehend auftreten und beidseitig einen deutlich sichtbaren Abstand zu anderen Bild-, Grafik- und Text-Elementen aufweisen.

3 Die Twitter Marken dürfen nicht so gesetzt werden, dass die Lesbarkeit oder die Darstellung der Gesamtheit der Twitter Marken beeinflusst wird.

4 Ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung und Lizenzerteilung von Twitter dürfen die Twitter Marken nicht so eingesetzt werden, dass sie ein Sponsoring oder eine Unterstützung von Twitter implizieren.

5 Die Twitter Marken dürfen nicht zur Verunglimpfung von Twitter, seinen Produkten oder Services verwendet werden oder auf eine Art und Weise eingesetzt werden, durch die, nach Twitters alleinigem Ermessen, der Goodwill von Twitter innerhalb der Twitter Marken reduziert oder beschädigt wird.

6 Die Twitter Marken dürfen nicht verwendet werden, um auf andere Produkte oder Services als Twitter zu verweisen. Die Marken TWEET und RETWEET dürfen nur in Bezug auf Twitters Produkte Tweet und Retweet genutzt werden.

7 Wenn du ein Produkt, eine App, eine Website oder andere Services anbietest, die Twitter nutzen oder mit Twitter interagieren, wähle den Namen, das Logo und Design so, dass sie eindeutig erkennbar sind und nicht mit den Twitter Marken verwechselt werden können. Versuche nicht, Markenzeichen einzutragen oder Domains zu registrieren, die die Twitter Marken oder leicht zu verwechselnde Abwandlungen enthalten.

8 Folgende Angabe muss in Materialien eingebunden werden, die Twitter Marken enthalten: „TWITTER, TWEET, RETWEET und das Twitter Logo sind eingetragene Markenzeichen von Twitter, Inc. oder angeschlossenen Unternehmen.“

9 Du nimmst zur Kenntnis, dass alle Rechte an den Twitter Marken ausschließliches Eigentum von Twitter sind und dass der durch die Verwendung der Twitter Marken entstehende Goodwill ausschließlich Twitter zukommt. Du wirst keine Bestrebungen unternehmen, die in Konflikt mit Twitters Rechten oder Eigentumsrechten der Twitter Marken stehen.

Twitter behält sich das Recht vor, diese Richtlinie, die Markenrichtlinie und/oder die Twitter Marken jederzeit und nach eigenem Ermessen zu verändern und entsprechende Maßnahmen gegen eigenmächtige oder unzulässige Nutzung der Twitter Marken zu ergreifen.

Wenn du Fragen zu der Richtlinie hast, wende dich bitte an trademarks@twitter.com.



Brauchst du Hilfe?

Hast du noch Fragen?
Kontaktiere uns unter trademarks@twitter.com

