



THE CORPORATE
INTELLIGENCE

DESIGN & BRAND GUIDELINES

Wir bringen zusammen,
was zusammen gehört.

UNSERE DESIGNRICHTLINIEN

Diese Richtlinien beschreiben die visuellen und verbalen Elemente, die die Corporate Identity von TCI darstellen. Dazu gehören unser Name, Logo und andere Elemente wie Farbe, Typo und Grafik.

Eine konsistente und kontrollierte Botschaft von dem zu geben, wer wir sind, ist wesentlich, um ein starkes, einheitliches Bild unseres Unternehmens zu präsentieren.

Diese Richtlinien spiegeln das Engagement von TCI für Qualität, Individualität und Teamgeist wider.

Die Marke TCI, einschließlich des Logos, des Namens, der Farben und der identifizierenden Elemente, ist ein wertvolles Unternehmensvermögen.

Wir alle sind dafür verantwortlich, die Interessen des Unternehmens zu schützen, indem wir die unautorisierte oder inkorrekte Verwendung des Namens und der Marke von TCI verhindern.

INDEX

- 4 Corporate Logo
- 8 Schriftarten & Typografie
- 12 Farbwelt
- 14 Grafische Elemente
- 16 Gestaltungskonzept & Raster
- 20 Bilderwelt
- 22 Kontakt

01 CORPORATE LOGO

Unser Logo ist der visuelle Schlüsselbaustein unserer Identität, das primäre Element, das uns identifiziert. Das Logo ist eine Kombination aus dem Symbol selbst und dem flankierenden Text "The Corporate Intelligence", als Flanker bezeichnet. Diese beiden Elemente stehen in einer festen Beziehung, die in keiner Weise geändert werden darf.

Zusammensetzung

Das TCI Corporate Logo ist im Frühjahr 2014 von Daniela Weiss entworfen worden und löste das ehemalige „Intelligence & Performance“ ab.

In seiner Form bildet das Logo einen Kubus mit den Buchstaben TCI und einem rechts angehängten, zweizeiligen Flanker „The Corporate Intelligence“ in Blockschrift.

Es vermittelt in seiner grünen Farbe Fortschrittllichkeit und Vertrauen und soll für die gesamte Kommunikation nach außen wie innen eingesetzt werden. Es muss in seinen Proportionen unverändert belassen werden. Die Elemente dürfen nicht umgeordnet werden.
Für jegliche Abweichung bedarf es einer Genehmigung der Geschäftsführung.

Grundsätzlich wird das Logo immer in Farbe auf weißem Hintergrund oder auf grünem Hintergrund verwendet. Ist dies nicht möglich, kann es in schwarzer Farbe oder negativ weiß platziert werden. Das Logo sollte immer mit transparentem Hintergrund extern (z.B. an Partnerwebsites) weitergegeben werden. Vermieden wird damit ein weißer Block um das Logo.

Empfohlene Formate

.eps / .ai / .png / .jpg

Hinweis

Die Verwendung von stilisierten, animierten, handgezeichneten oder anderen Versionen eines inoffiziellen Logos ist nur mit Freigabe der Geschäftsführung gestattet.



Das allgemeine Logo
Das Hauptlogo ist das
grüne Logo auf weißem
Hintergrund. Für
dunklere Hintergründe
finden Sie unten eine
Alternative.



Das Logo "Light
Version"
wird verwendet, wenn
die Hintergrundfarbe
dunkel gefärbt ist.



Das Logo "Dark
Version"
wird für einfarbige
Drucksorten
verwendet.

Verwendungsvarianten

Größen

Die Höhe des Logos errechnet sich proportional zur Logobreite.

Hintergründe

Bei einfarbigen Hintergründen kommt die "Light Version" des Logos zum Einsatz.
Wird das Logo auf einem Bild platziert, so wird dieses mit einem weißen, transparenten Balken hinterlegt. Die Schutzhöhe ist dabei zu berücksichtigen.



Logogröße: B 50 mm
Format: A4



Logogröße: B 45 mm
Format: A5



Logogröße: B 40 mm
Format: A6 / A6 lang



Mindest-Logo-Größe: B 22 mm
Für diverse Kleinformate

Schutzhöhe

Es ist wichtig, das Logo von anderen grafischen Elementen freizuhalten. Um dies zu regeln, wurde eine Schutzhöhe um die Unternehmensmarke herum eingerichtet. Diese Schutzhöhe bzw. die Markierung um das Logo zeigt an, ab wo ein anderes Grafikelement oder ein Text am nächsten positioniert werden darf. Die Schutzhöhe ist als Mindesthöhe zu verstehen - mehr Abstand zwischen Logo und Elementen kann und soll eingebaut werden.

Definition

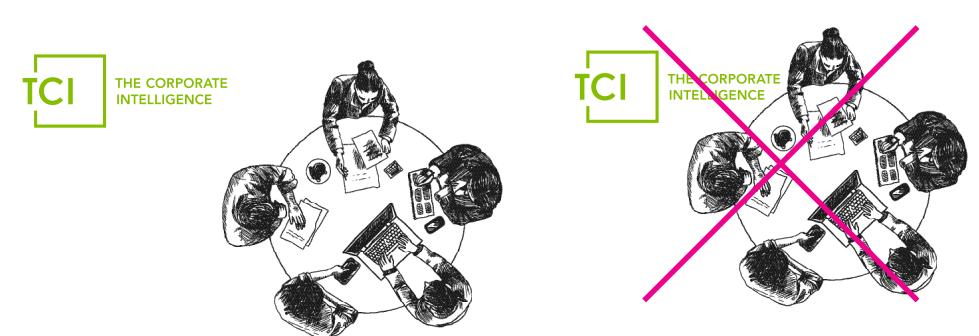
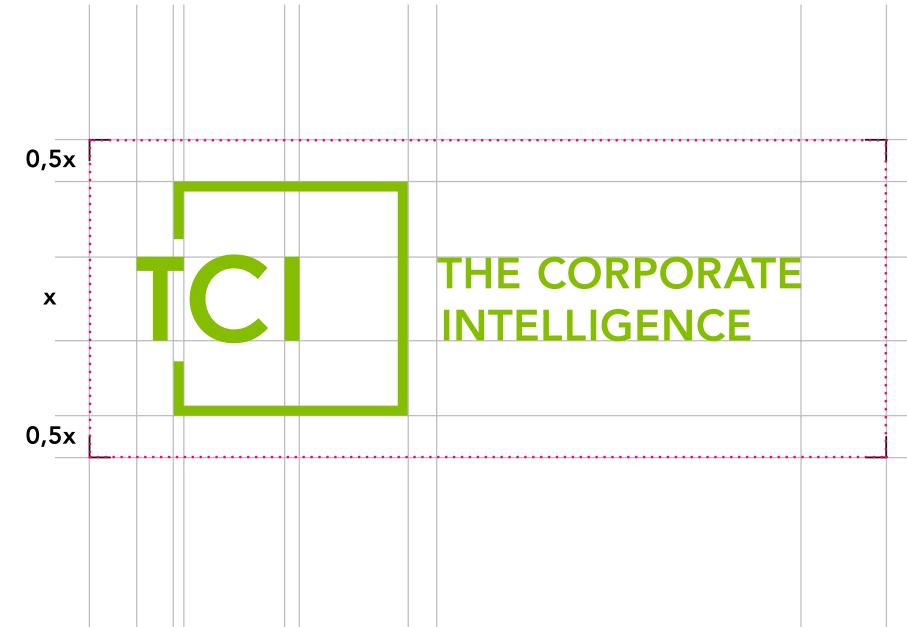
Das Logo sollte mit Freiraum umgeben sein, um seine Sichtbarkeit und Wirkung sicherzustellen. Keine grafischen Elemente irgendeiner Art sollten in diese Zone eindringen.

Berechnung

Um die Schutzhöhe zu berechnen, teilen Sie die Höhe x in zwei Hälften.
(Schutzhöhe = $x / 2$).

Logoschrift

Avenir Heavy



02 SCHRIFTARTEN & TYPOGRAFIE

Bei der typografischen Hierarchie wird die Beschriftungsgröße so gewählt, dass die wichtigsten Wörter mit der größten Schrift angezeigt werden, sodass Benutzer den Text nach Schlüsselinformationen durchsuchen können. Die typografische Hierarchie erzeugt einen Kontrast zwischen den Elementen. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie man ein Gefühl für die Hierarchie erzeugen kann. Hier sind einige der häufigsten Techniken für TCI Layouts.

Corporate Schrift - Calibri

Calibri ist eine seriflose Schrift des Typedesigners Lucas de Groot. Sie ist Teil einer Reihe von Schriftarten, die mit Microsoft Windows Vista eingeführt wurden und ist auch in Microsoft Office seit der Windows-Version 2007 beziehungsweise der Mac-OS-X-Version 2008 enthalten. Hier löste sie Verdana als Standard-Sans-Serif-Schrift ab. 2012 wurden mit einem Windows-7-Update die neuen Schriftschnitte Light und Light Italic veröffentlicht.

Headline

Art: Versalien (Großbuchstaben)

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Subheadline

Art: Groß-/Kleinschreibung

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Fließtext

Art: Groß-/Kleinschreibung

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Sonderzeichen

1 2 3 4 5 6 7 8 9 + - @ # < >
! “ § \$ % & / () = ? ` ; : i “ ¶ ¢ [] | { } ≠ ð ‘
« ∑ € ® † Ω “ / ø π • ± ‘ æ œ @ Δ ø ȝ © f ð , å ¥ ≈ ç

Headline

Calibri Regular
ab 36 pt

Versalien (Großbuchstaben)
Zeilenabstände: -3 pt d.h. bei 40 pt, ZA: 37 pt
Zeilenabstand Word: 1,0
Farbe: Dunkelgrau oder Grün

THE HEADER

Subheadline 1

Calibri Regular
20 pt

Groß-/Kleinschreibung
Zeilenabstände: +2 pt d.h. bei 20 pt, ZA: 22 pt
Zeilenabstand Word: 1,0
Farbe: Dunkelgrau

The Corporate Intelligence

Subheadline 2

Calibri Regular
14 pt

Groß-/Kleinschreibung
Zeilenabstände: +2 pt d.h. bei 14 pt, ZA: 16 pt
Zeilenabstand Word: 1,0
Absatzabstand zum Fließtext Word: Nach 6 pt
Farbe: Dunkelgrau

The Corporate Intelligence

Hervorhebungen/ Zitate

Calibri Regular / Grün
16 pt

Zeilenabstände: +2 pt d.h. bei 16 pt, ZA: 18 pt
Zeilenabstand Word: 1,0
Farbe: Grün

The
Corporate
Intelligence

Fließtext

Calibri Regular
11 pt

The Corporate Intelligence

Hervorhebungen im Fließtext

Calibri Regular + Fett
11 pt

Groß-/Kleinschreibung
Zeilenabstände: +2 pt d.h. bei 11 pt, ZA: 13 pt
Zeilenabstand Word: 1,0
Farbe: Dunkelgrau

The Corporate Intelligence

Copyright

Calibri Regular
8 pt

The Corporate Intelligence

Beispiel

Farben können individuell zusammengestellt werden. Eine grüne oder schwarze Headline sollte immer vorhanden sein. Hervorhebungen werden immer grün platziert.

THINK OUTSIDE THE BOX

Wir bringen zusammen,
was zusammen gehört.

Wir sagen wer wir sind.

TCI Consult ist ein Expertenteam für sämtliche Fragestellungen rund um Business Intelligence und Technologiemanagement. Wir begleiten unsere Klienten von ersten Ideen über Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen, Technologieevaluierungen bis hin zur Realisierung.

Wir sorgen für
Entscheidungssicherheit im
Informationsmanagement.

©TCI Consult GmbH. Dies ist ein Mustertext. Im Copyright sind Urheberrechte, Fotoquellen, Grafikquellen etc. anzuführen.

03 FARBWELT

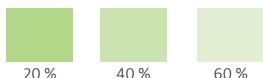
Farbe spielt eine wichtige Rolle im Corporate Identity Programm von TCI.

Die konsequente Verwendung unserer Farben trägt zum einheitlichen und harmonischen Erscheinungsbild der TCI-Markenidentität in allen relevanten Medien bei. Überprüfen Sie mit Ihrem Drucker, wenn Sie die Unternehmensfarben verwenden, ob sie immer richtig dargestellt werden.

Als Textfarbe wird zwecks Lesbarkeit Dunkelgrau verwendet.

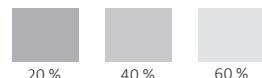
Hausfarben

TCI hat drei offizielle Farben: Grün, Grau und Dunkelgrau. Diese Farben sind zu einem Erkennungsmerkmal für das Unternehmen geworden. Verwendet werden die Farben für alle internen und externen visuellen Präsentationen/Vorlagen des Unternehmens.



Grün

Pantone coated
(glänzend): 375 C
Pantone uncoated
(matt): 375 U
CMYK: 54 0 100 0
RGB: 120 190 32
RGB: 147 203 77
RGB: 174 216 121
RGB: 201 229 166
Web: #78be20



Grau

Pantone coated
(glänzend): Cool Gray 9 C
Pantone uncoated
(matt): Cool Gray 9 U
CMYK: 0 2 0 60
RGB: 135 134 134
RGB: 159 157 157
RGB: 183 182 182
RGB: 207 206 206
Web: #878585

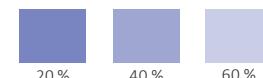


Dunkelgrau/
Schriftfarbe

Pantone coated
(glänzend): -
Pantone uncoated
(matt): -
CMYK: 68 58 56 64
RGB: 54 54 54
Web: #363636

Akzentfarbe

Die Akzentfarben ergänzen unsere Hausfarben, sind aber für unser Unternehmen keine erkennbaren Kennzeichnungen. Sekundärfarben sollten sparsam verwendet werden. Sie kommen bei Grafiken, Hervorhebungen oder Elementen zum Einsatz und sollen das Grundgestaltungssystem unterstützen.



Blau

Pantone coated
(glänzend): 7691 C
Pantone uncoated
(matt): 300 U
CMYK: 93 76 1 0
RGB: 46 73 153
RGB: 88 109 173
RGB: 130 146 194
RGB: 171 182 214
Web: #2d4899

04 GRAFISCHE ELEMENTE

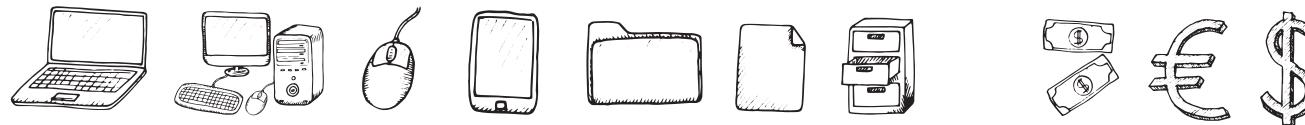
Ein Symbol ist ein Piktogramm, das auf einem Bildschirm oder Drucklayout angezeigt wird, um dem Benutzer zu helfen, leichter durch den Inhalt zu navigieren. Das Symbol selbst ist ein kleines Bild, das der schnellen, „intuitiven“ Darstellung eines Begriffes dient.

- Verwenden Sie nur ein Icon mit einem weißen/transparenten Hintergrund
- Skalieren Sie Icons immer proportional

Icons, Bullet Points

Ein Icon ist ein Symbol, dass auf einem Bildschirm oder Drucklayout angezeigt wird, um dem Benutzer zu helfen, leichter durch den Inhalt zu navigieren.

Bullet Points (Aufzählungszeichen) werden in 2 Ebenen verwendet - siehe Darstellung unten. Sie werden in der Schriftfarbe angeführt. Nummerierungen werden mit der Schrift Calibri Regular verwendet.



Bullet Point
Ebene 1

Bullet Point
Ebene 2

05 GESTALTUNGS-KONZEPT & RASTER

Konzept

Bevor Sie mit der Gestaltung eines Dokuments beginnen, sollten Sie sich zuerst die Frage stellen – Wofür wird mein Dokument verwendet – als Arbeitsunterlage, für einen Vortrag oder ist es ein öffentliches Dokument, welches für Marketingzwecke verwendet wird? Nach dieser Fragestellung können Sie Ihr Dokument exakt zuordnen. Dafür stehen 3 Kategorien zur Verfügung:

1. Arbeitsunterlagen

Diese sind, in der Regel, mit viel Text und wenig grafischen Elementen aufgebaut. Hier wird der Fokus auf die richtige Verwendung der Schriftvarianten/-farben zwecks Einheitlichkeit gelegt.

2. Präsentationsunterlagen

Diese Unterlagen werden visuell gut aufbereitet: Kurze Texte, aussagekräftige Illustrationen bzw. Prozessgrafiken. Um die Aufmerksamkeit des Zuschauers zu gewinnen, werden Präsentationen frontal mitkommentiert und durch die Unterlagen lediglich visuell unterstützt.

3. Marketingunterlagen

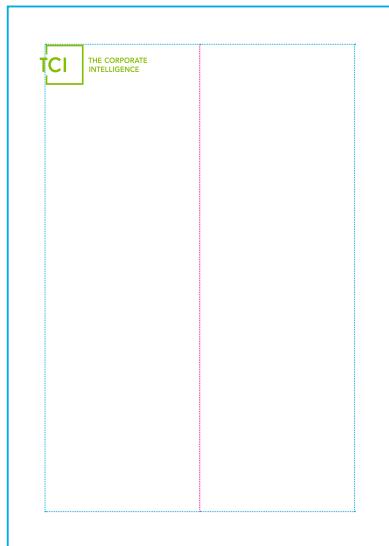
Folder, Imagebroschüren, Flyer etc. sind Marketingunterlagen und werden selbsterklärend bzw. visuell ansprechend aufbereitet. Die Marketingabteilung unterstützt Sie gerne bei der Auswahl der richtigen Illustrationen bzw. Elemente. Bitte fragen Sie aktiv nach.

Raster

In der grafischen Gestaltung ist ein Raster eine Struktur, die aus einer Reihe von sich kreuzenden geraden (vertikalen, horizontalen und eckigen) oder gekrümmten Hilfslinien besteht, die zur Strukturierung des Inhalts verwendet werden. Das Raster dient als ein Anker, auf dem ein Mitarbeiter grafische Elemente & Texte leicht organisieren kann.

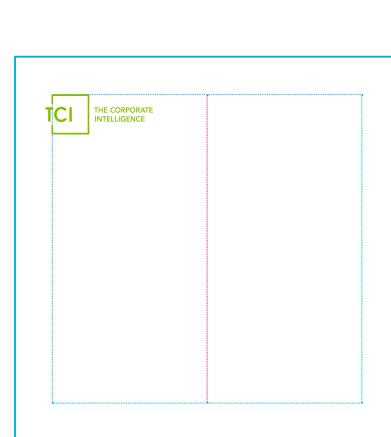
TCI Logo Verwendungsvarianten & Formate

Um das TCI Logo richtig zu platzieren, verwenden Sie bitte einen der zugelassenen Stile. Das TCI Logo auf andere Arten zu platzieren, ist nur nach Zustimmung der Geschäftsführung erlaubt.



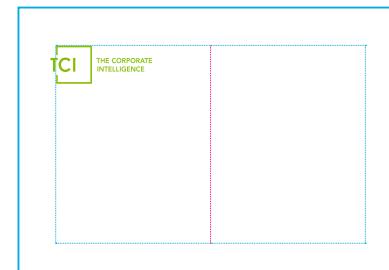
A4

B 210 x H 297 mm
Logogröße: B 50 mm
2 Spalten: je 85 mm
Spaltenabstand: 6 mm
Seitenränder: 19 mm



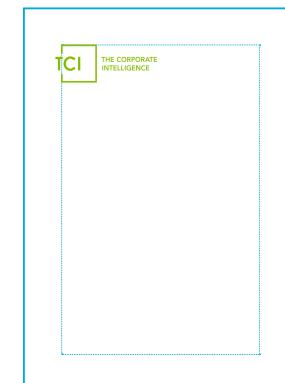
Quadrat

B 210 x H 297 mm
Logogröße: B 50 mm
2 Spalten: je 85 mm
Spaltenabstand: 6 mm
Seitenränder: 19 mm



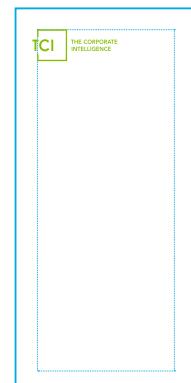
A5 quer

B 210 x H 148 mm
Logogröße: B 45 mm
2 Spalten: je 85 mm
Spaltenabstand: 6 mm
Seitenränder: 19 mm



A5 hoch

B 148 x H 210 mm
Logogröße: B 45 mm
1 Spalte: 112 mm
Seitenränder: 19 mm



A6

B 105 x H 210 mm
Logogröße: B 40 mm
1 Spalte: 79 mm
Seitenränder: 13 mm

Gestaltungsbeispiele

WE WANT YOU!

Business Consultant
Financial Reporting

TCI Consult ist ein Wiener Beratungsums Unternehmen mit Fokus auf gesamthaftes Unternehmens- bzw. Konzernsteuerung, Banksteuerung, Controlling & Berichtswesen und Business Performance Management.

Mehr als 20 Jahre Erfahrung im Informationsmanagement sowie das Vertrauen haufmärtiger Unternehmen zeichnen uns aus.

Unabdingbarkeit von Technologieherstellern bildet die Basis für objektive Beratungsfähigkeit und handfester Umsatzvermögen im Zusammenspiel mit Technologieeinsatz.

Wir begleiten unsere Kunden von ersten Betrachtungen zur Wirtschaftlichkeit über die Erstellung von Roadmaps bis hin zur Realisierung von Data Warehousing und Business Intelligence Lösungen. Dabei stellen wir durch die Brückenfunktion zwischen Fachberatern und IT alle Aspekte für eine erfolgreiche Projektakommunikation sicher.

Wir konzentrieren uns auf die Branchen Finanzdienstleistung, Telekommunikation, Energie und auf den öffentlichen Bereich.

Wenn Sie gerne Teil unseres Teams werden möchten, freuen wir uns über die Zustellung Ihrer Unterlagen mit Foto an:

Gabriele Sevignani, BA
gabriele.sevignani@tciconsult.eu

TCI Consult GmbH
Eschenbachgasse 11 | 1010 Wien
T +43 1 51 200 51 | F +43 1 58 504 94

Wir freuen uns auf Sie!

© TCI Consult © Inhalt 2009

THE CORPORATE INTELLIGENCE



TITEL CALIBRI 36 BLOCK

Untertitel Calibri 20 über maximal zwei Zeilen und nicht ganz an den rechten Rand schreiben

Von Vorname Nachname (Calibri 14)

Die Schriftart ist hier Calibri 14

Calibri 11. Internet der Dinge und Pay-per-Use hatten ursprünglich keinen Zusammenhang. Ich habe das Bild gewählt, weil es optisch gut aussieht und noch an die handzuwendende Idee angelehnt. Zum Vergleich gibt es ein zweites Papier, in welches Fotos eingefügt sind. Dies ist besonders in



B2B Geschäftsbeziehungen der Fall. Einmalige Erträge wandeln sich zunehmend in dauerhafte so Cashflows. Daher schreibe ich hier noch eine Zeile dazu, weil es sich sonst hier am Papier nicht so gut ausgibt.

Ihr Aufgabengebiet

- Arbeiten im Team von Experten und Unterstützung bei der Erstellung von aufsichtsrechtlichen Meldungen mit dem Schwerpunkt Financial Reporting (FinRep)
- Erstellung fachlicher Konzepte, vorwiegend IFRS 9 im Bereich Accounting
- Erstellung der Fachberichtsanforderungen und Abschöpfung mit der DWH Modellierung

Ihr Profil

- Wirtschaftliche Ausbildung an einer Universität oder Fachhochschule, idealerweise mit Schwerpunkt Informationsmanagement, Banking & Finance
- Qualifizierung als „IFRS Accountant“ oder vergleichbare Berufsausbildung
- 7 – 10 Jahre Erfahrung in komplexen Datenverarbeitungsprojekten
- Wissen und Erfahrung im regulatorischen Umfeld (FinReg, Basel II/III, IFRS etc.)
- Excellent Deutsch- und sehr gute Englischkenntnisse
- Ausgezeichnete Kommunikationsfähigkeit
- Lösungsorientierte Arbeitsweise

Wir freuen uns auf Sie!

Nicht Blocksatz, sondern linksbündig

Nicht Blocksatz, sondern linksbündig. Die Nutzung moderner Technologien ermöglicht eine Unternehmensübergreifende Entwicklung und Anwendung von Pay-Per-Use Services. Dies bietet die Chance alle Beteiligten der Wertschöpfungskette Kunden- und Verbraucherorientiert zu integrieren und zu entlohen. Wie können solche Geschäftsmodelle entlang der Wertschöpfungskette aussehen und welche weiteren Aspekte sind zu bedenken? Welche Technologien können hilfreich sein?

„Ein Zitat oder eine Hervorhebung ist etwas größer (16 pt) und grün sowie in Anführungszeichen. Es schließt nicht mit einem Punkt ab.“

„Am Ende des Papiers steht neben den Kontaktdaten etwas zur Person oder der Firma, zB: Nils Holgeron verfügt über weit mehr als 20 Jahre Berufserfahrung. Dadurch kann er jederzeit mit



den Gütern über die Welt liegen. Er ist sehr gut befreundet mit Frieda, einer isländischen Kückin, die sich durch etwas Übergewicht auszeichnete.“

Am Ende des Papiers steht neben den Kontaktdaten etwas zur Person oder der Firma, zB: Patrick Pähler verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Beratung und Finanzindustrie und hat zahlreiche fachliche und technische Innovationen gestaltet und eingeführt

TCI Consult © Inhalt 2009

THE CORPORATE INTELLIGENCE

Hier steht eine linksbündige Überschrift, aus zwei Zeilen

Zitat oder Hervorhebung etwas größer (16 pt) und grün

Wie können solche Geschäftsmodelle entlang der Wertschöpfungskette aussehen und welche neu hinzukommenden Aspekte sind zu bedenken? Welche Technologien können dazu hilfreich sein? Der Kandidat hat zahlreiche fachliche und auch technische Innovationen gestaltet.



Internet der Dinge und Pay-per-Use hatten zuvor keinen Zusammenhang. Ich habe das Bild neu gewählt, weil es gut aussieht und sich an die Idee lehnt, handelszweckhaft zu illustrieren. Im gleichen Vergleich gibt es ein zweites Papier, in welches es eingefügt werden kann. Dieser Text ist nur ein Platzhalter.

Nicht Blocksatz, sondern linksbündig. Die elektronische Nutzung moderner Technologien kann eine Unternehmensübergreifende Entwicklung und Anwendung von Pay-Per-Use Services ermöglichen. Dies bietet die Chance alle noch Beteiligten der Wertschöpfungskette Kunden- und Verbraucherorientiert zu integrieren und zu entlohen. Das Unternehmen legt Wert auf hohe Loyalität aller Mitarbeiter. Lorem ipsum dolor.

Kontaktieren Sie uns jederzeit, sollten Sie weitere Fragen haben. Wir freuen uns auf Ihre Nachricht.

TCI Consult GmbH
www.tciconsult.eu
info@tciconsult.eu
Eschenbachgasse 11 | 1010 Wien
T +43 1 51 200 51 | F +43 1 58 504 94
Mainzer Landstraße 41 | 60329 Frankfurt/Main
T +49 69 95 925 256 | F +49 69 95 925 120

© TCI Consult © Inhalt 2009

Seite 2

Jobausschreibung / A4

White Paper / A4



THE CORPORATE INTELLIGENCE

Texte und Bilder

Stil der Bilder, Zitate und Hervorhebungen

Text soll in zwei Spalten aufgeteilt sein.
Wenn Bilder verwendet werden, ist
auf den Stil „hand drawn“ zu achten.
Hand drawn sieht so aus:



Wir illustrieren ausschließlich in schwarz-weiß, nur in Ausnahmefällen werden bunte Bilder oder Fotos verwendet.

„Zitat oder Hervorhebung“

Text schließt an den linken Rand.
Blocksatz wird nur selten verwendet
Bitte generell darauf achten, dass
Präsentationen nicht zu viele
Textpassagen enthalten.

„Zitate oder Hervorhebungen werden in Grün und Schriftgröße 22 dargestellt.“

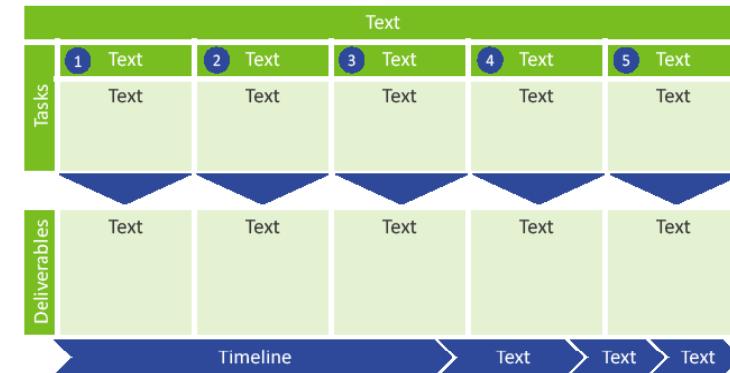
Wer auf die Suche nach geeigneten Bildern gehen möchte, kann das in adobestock machen. Handzeichner kann man auch selber versuchen!



THE CORPORAT

Beispiel Timeline

Tabellenformat



06 BILDERWELT

Die TCI Bildsprache ist durch folgende Stilmittel definiert:

Die Sujets bzw. Vorlagen sind Kombinationen aus Text
(unterschiedliche Größen) und handgezeichneten Illustrationen
(Hand Drawn Vector). Der handgezeichnete Stil wird mit
"persönlich" und "modern" assoziiert.

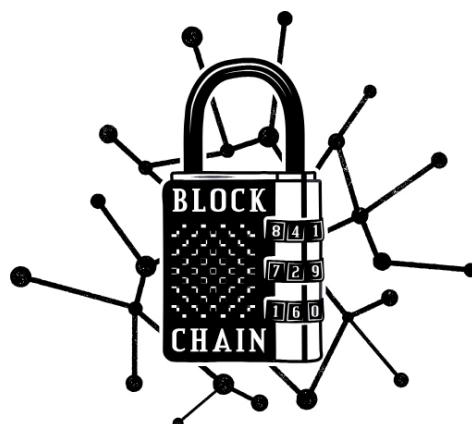
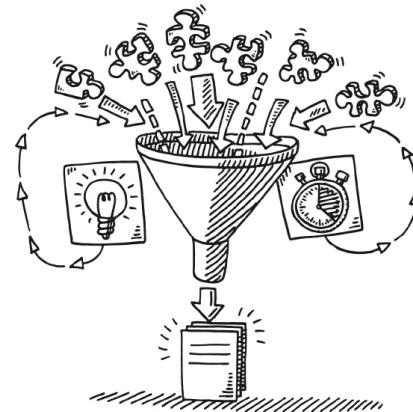
Die Auswahl des Motivs ist entscheidend - die Illustrationen sollten
immer nach den Kriterien "positiv & lösungsorientiert" ausgewählt
werden (Storytelling). Hierbei ist der lange Bestand der Illustration
wichtig und nicht so sehr, den Trends zu folgen.

Gebäude werden im handgezeichneten Architektur-Stil dargestellt.

Suchbegriffe für Bilddatenbanken: hand drawn / sketchy /
Vektorgrafik / architectur drawing / doodle

Illustrationen werden mit der Farbe Dunkelgrau gefüllt. Teile
können jedoch auch in den definierten Farben eingefärbt werden.

Hand Drawn Stil



Architektur Stil



07 KONTAKT

Designer

ERFINDERISCH] Werbe- & Grafikdesign
Anna Lakatos
office@erfinderisch.at
T +43 699 112 15 342
www.erfinderisch.at

TCI Corporate Communications

Gabriele Sevignani, BA
gabriele.sevignani@tciconsult.eu
T +43 1 51 200 51

Wien

TCI Consult GmbH
Office Palais Eschenbach
Eschenbachgasse 11/DG
A-1010 Wien

Frankfurt

TCI Consult GmbH
Office Frankfurt
Mainzer Landstraße 41
D-60329 Frankfurt/Main

Telefon

Wien: +43 1 51 200 51
Frankfurt: +49 69 95 925 256

Online

info@tciconsult.eu
www.tciconsult.eu