

LEITFADEN ZUM VISUELLEN KONZEPT



LUTHERISCHER
WELTBUND

Eine
Kirchengemeinschaft

*Unsere Vision
Befreit durch
Gottes Gnade,
eine Gemeinschaft
in Christus, die
gemeinsam lebt
und arbeitet für eine
gerechte, friedliche
und versöhnte Welt.*

Vorwort

Der Lutherische Weltbund (LWB) ist eine Gemeinschaft von 143 Mitgliedskirchen, denen über 70 Millionen Lutheraner/innen angehören. Wir leben und arbeiten gemeinsam, um die einmütige Bezeugung des Evangeliums von Jesus Christus zu fördern und wir stärken unsere Mitgliedskirchen bei der Erfüllung der Mission Gottes durch die Verkündigung des Evangeliums, den gemeinsamen Dienst (Diakonie) an den Bedürftigen und den Einsatz für eine gerechte, friedliche und versöhnte Welt.

Gemeinsam sind wir verpflichtet:

- das Evangelium durch Wort und Werk zu verkündigen;
- die Einheit der weltweiten Christenheit zu fördern;
- unseren Glauben durch Studien und den theologischen Dialog zu stärken;
- einen Beitrag zu Dialog und Versöhnung in Kirche und Gesellschaft zu leisten;
- die Menschenrechte zu fördern;
- menschliches Leid zu lindern;
- die Schöpfung Gottes zu bewahren.

Der LWB hat eine lange Geschichte und seine Wurzeln reichen tief. Wir sind einen langen Weg als Gemeinschaft gegangen, und wir werden als Gemeinschaft in die Zukunft gehen.

Unser visuelles Konzept soll unsere Wurzeln und unsere lutherische Identität mit unserer Zukunft und unserem gemeinsamen Wirken im Dienste eines ganzheitlichen Missionsauftrags verbinden. In unserer Strategie wird diese Verbindung zwischen unserer Tradition und unserem Weg in die Zukunft wie folgt zusammengefasst: „Die lutherische Tradition ist durch das eigene Selbstverständnis aufgerufen, dynamisch, selbstkritisch und offen für die Zukunft zu sein.“ (LWB-Strategie, S. 8).

Mit dem neuen visuellen Konzept des LWB wollen wir einen neuen Ansatz aufzeigen, wie wir eine visuelle Verbindung zu unseren Wurzeln und unserer Identität schaffen können und gleichzeitig darlegen, wie diese Wurzeln und unsere Identität Grundlage sind für unsere Arbeit und unser gemeinsames Wirken für die Zukunft.

Aus dem Inhalt

<i>Vorwort</i>	3	Die Anwendung unseres visuellen Konzepts	27	5
<i>Das neue LWB-Logo</i>	6	<i>Masse des Logos</i>	28	
<i>Das LWB-Logo</i>	8	<i>Platzierung unseres Logos</i>	29	
		<i>Platzierung und Grösse</i>	30	
<i>Die Primärfarben des LWB</i>	11	<i>Beispiele</i>	32	
<i>Die LWB-Schrift</i>	12			
		<i>Öffentliches Co-Branding</i>	34	
<i>Ausführungen des Logos</i>	14	<i>Co-Branding in den Länderprogrammen</i>	36	
<i>Versionen des Logos</i>	15			
<i>Horizontales Logo</i>	16			
<i>Verkürztes Logo</i>	17			
<i>Leerraum</i>	18			
<i>Unzulässiger Gebrauch des Logos</i>	20			
<i>Die Logos der LWB-Abteilungen und -Büros</i>	21			
<i>Die Ergänzung zu unserem Namen</i>	22			
<i>Elemente zur graphischen Unterstützung</i>	24			
<i>Sekundärfarben</i>	25			

Das neue LWB-Logo



LUTHERISCHER
WELTBUND

Eine Kirchengemeinschaft

6

Theologische Grundlegung und Symbolik des neuen visuellen Konzepts für den Lutherischen Weltbund

Eine aktuelle Interpretation der Lutherrose

Das neue Logo basiert auf dem Siegel Martin Luthers, das auch als Lutherrose bezeichnet wird.

Alle wichtigen Elemente des Logos – das Kreuz, der Ring/Kreis, die Rose, die Taube mit dem Zweig und die Hand – sagen etwas aus über unsere Identität als Kirchengemeinschaft und über den Auftrag, den wir als den unseren erkannt haben (siehe LWB-Strategie).

In der LWB-Strategie heisst es:

Lutherisch zu sein bedeutet, evangelisch zu sein

Wir sind gerettet durch Gnade aus dem Glauben. Unser Glaube ist der Kern unserer Identität. Im visuellen Konzept wird dies durch das Kreuz im Zentrum ausgedrückt.

Wir verkündigen allen Menschen die frohe Botschaft. Im visuellen Konzept entspricht dies

der Bewegung, die sich vom Kreuz nach aussen vollzieht, und der ausgestreckten Hand.

Lutherisch zu sein bedeutet, sakramental zu sein.

Wir stehen in Gemeinschaft miteinander und unser Gottesdienst hat den dreieinigen Gott zum Mittelpunkt.

Der Kreis um das Kreuz versinnbildlicht dies. Er erinnert uns an Taufbecken, Kelch und Patene.

Lutherisch zu sein bedeutet, diakonisch zu sein.

Christus befreit uns, unseren Nächsten zu dienen. Das im Zentrum platzierte Kreuz, der Kreis und die Hand, die den Nächsten gereicht wird, stellen diesen Aspekt im visuellen Konzept dar und zeigen auf, wie die Diakonie als Ausdruck der ganzheitlichen Mission Gottes im Zentrum unseres Glaubens wurzelt. Wir sind zum Dienst in unserer Welt befreit.

Lutherisch zu sein bedeutet, konfessionell zu sein.

Das neue visuelle Konzept symbolisiert die Verkündigung durch die Doppelfunktion der Taube mit dem Zweig im Schnabel, die einerseits in den Tagen Noahs das Ende der göttlichen Strafe verkündete, aber auch den Heiligen Geist darstellt, dessen Kraft in der Verkündigung des Wortes wirkt.

Das Kreuz steht für den Inhalt unserer Verkündigung, gleichzeitig verweist es auch auf die Herausforderungen, die sich uns in unserer Advocacy-Arbeit stellen.

Die Hand erinnert an das Werk, zu dem wir gerufen sind, die Diakonie.

Der grüne Zweig schliesslich, den die Taube im Schnabel hält, stellt die Versöhnung dar, für deren Verwirklichung wir eintreten und um deren willen wir den Dialog suchen. Zudem verweist der Zweig auch darauf, dass wir als Volk Gottes berufen sind, als gute Haushalterinnen und Haushalter die Schöpfung zu bewahren.

Die Farben

Das neue visuelle Konzept des LWB hat weiterhin Blau als Grundfarbe. Blau ist die Farbe der Ruhe und der Kraft. Es steht für ewige Hoffnung und für den Himmel, aus dem Christus herabgestiegen ist. Zudem steht die Farbe Blau für das Wasser, mithilfe dessen uns in der Taufe unser christlicher Glaube durch die Gnade Gottes angeboten wird.

Die Farbe Grün symbolisiert Leben, Wachstum, Erneuerung sowie Mitgefühl und die Bewahrung der Schöpfung.

Logotype und Schrift

Die Schrift des Logos (der Name des LWB und die verwendete Schriftart) sind klar und kräftig, um die Tatsache zu unterstreichen, dass der LWB ein klares Ziel sowie eine Mission hat, die wir deutlich kommunizieren möchten. Die klare Schrift bildet einen Ausgleich zur komplexen Symbolik des Logos. Durch das Gleichgewicht von Logo und Schrift möchten wir unsere wunderbar starke Geschichte und Identität zum Ausdruck bringen, die uns ermutigen, unseren Missionsauftrag mit einem klaren Ziel zu verfolgen.

Das Symbol der Lutherrose wie auch die prägnante, reine und klare Farbe Blau unterstreichen unseren Glauben in Hoffnung und die Zentralität des Kreuzes, um das sich die weiteren Symbole unserer Identität gruppieren. Die Blütenblätter stehen für die „Sündenvergebung und Heiligung“, die hervorgehen aus dem Einssein Gottes, das der Kreis symbolisiert.

Lutherisch zu sein bedeutet, ökumenisch zu sein.

Wir bekennen die eine, heilige, katholische und apostolische Kirche und fördern die Einheit der Christenheit in der ganzen Welt. Der Kreis des visuellen Konzepts symbolisiert die Ewigkeit und vollkommene Beziehung der Trinität, der wir nahefeiern in den Beziehungen zwischen den Mitgliedskirchen und den ökumenischen Dialogen.

Ganzheitlicher Missionsauftrag

Der LWB ist entschlossen, die Mitgliedskirchen in ihrer Mitwirkung an Gottes ganzheitlichem Missionsauftrag zu stärken. Dazu gehören Verkündigung, Diakonie und Advocacy.

Das LWB-Logo

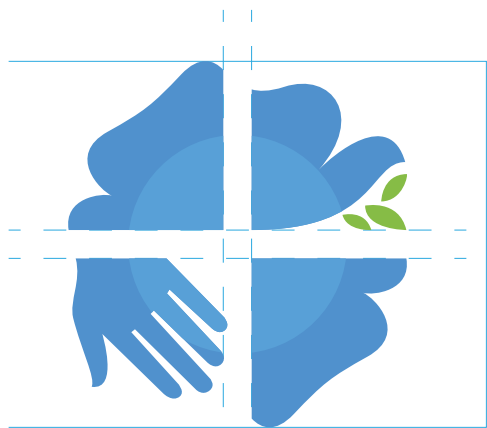


8

THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION

Das LWB-Logo

Unser Logo ist eine sorgfältig entwickelte visuelle Darstellung unseres Gesamtkonzepts. Dieses Primärlogo sollte die erste Wahl sein, wenn die Arbeit des LWB präsentiert werden soll.

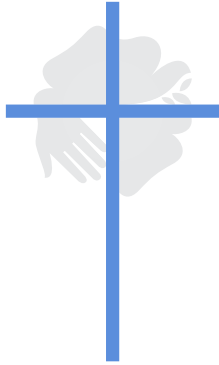


Emblem

THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION

Logo type

Das LWB-Logo besteht aus zwei Komponenten:
dem Emblem und der Logotype. Dieser
Leitfaden zeigt Ihnen die zulässigen
Verwendungsmöglichkeiten des gesamten Logos.



Glaube



Lutherische Identität



Gemeinschaft

10



Diakonie



Versöhnung



Schöpfung

Das Emblem ist mit Symbolen gefüllt, die das Leben und die Arbeit des LWB visuell darstellen.

Die Symbole illustrieren, wie unsere lutherischen Wurzeln und unsere lutherische Identität in Verbindung stehen mit unserer Zukunft und unserem gemeinsamen Wirken.

Es ist wichtig, dass Sie die symbolische Bedeutung des Logos verstehen und erklären können.

Die Primärfarben des LWB



LWB-Blau „Glaube“

PMS
279u

CMYK
68/34/0/0

RGB
116/147/199

hexa
7493C7



LWB-Grün „Mitgefühl“

PMS
382u

CMYK
53/5/96/0

RGB
163/193/57

hexa
A3C139



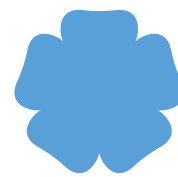
LWB-Grau „Engagement“

PMS
546u

CMYK
20/0/0/80

RGB
78/85/92

hexa
4E555C



LWB-Blau „Inklusion“

PMS
542u

CMYK
63/25/0/0

RGB
128/163/211

hexa
80A3D3

Die Primärfarben des LWB

Die Symbolik unseres Logos kommt auch durch die verwendeten Farben zum Ausdruck. Innerhalb der Symbolik hat jede Farbe ihre eigene Funktion. Diese vier Grundfarben haben Namen erhalten, die unseren Glauben und unsere Werte zum Ausdruck bringen.

Eine Übersicht über die Sekundärfarben ist ebenfalls erhältlich (siehe Seite 25).

Die LWB-Schrift

Verantwortliche
Haushalterschaft.

*Inspiriert von der Liebe
Gottes zu den Menschen.*

**Weggemeinschaft.
Gemeinschaft.**

Verkündigung. *Gottesdienst.*

12

Die Schriftfamilie „Trade-Gothic“

Ein einheitliches Erscheinungsbild unseres neuen visuellen Konzepts erreichen wir durch die Verwendung einer einzigen Schriftart für alle unsere Texte. Die offizielle Schriftart für unsere gesamte gedruckte Kommunikation ist die Schriftart Trade Gothic Light.

Um die Aufmerksamkeit auf einen bestimmten Teil des Textes zu lenken oder um bestimmte Textelemente hervorzuheben, können wir entweder

die Schriftart Trade Gothic Bold #2 oder die kursiv gestellten Zeichen der Schriftfamilie verwenden. Diese kursiv gestellten Zeichen werden als ‚Oblique‘ bezeichnet. Der Zeichenabstand darf nicht geändert oder die Schrift gestreckt werden.

Die Schriftart Trade Gothic kann online erworben werden (www.linotype.com).

Dies ist unsere reguläre, für Korrespondenz und E-Mails zu verwendende Schriftart: Arial Narrow. **Arial Narrow Bold.**

13

Unsere Fliesstexte (einschliesslich des vorliegenden Textes) werden in 100% schwarz editiert; die Überschriften – wie oben zu sehen – sind in unserem LWB-Grau „Engagement“ oder in dessen Entsprechung in einer Farbabstufung von 86% Schwarz zu halten. Zum Hervorheben und der besonderen Betonung von Textstellen darf eine andere LWB-Primärfarbe oder auch eine Abstufung der gewählten Farbe hinzugenommen werden.

Damit auch Nichtmitglieder des LWB Zugriff auf unsere Kommunikation, zum Beispiel auf den Inhalt von E-Mails oder Präsentationen, die mit Microsoft® PowerPoint erstellt wurden, haben, ist es zulässig, die Schriftfamilie Arial-Narrow zu verwenden.

Arial Narrow ist eine gängige Schriftart, die auf allen PCs zur Verfügung steht. Mithilfe dieser Schriftart können wir gewährleisten, dass unsere Dokumente einheitlich gestaltet bleiben, sowohl, wenn sie auf dem Bildschirm betrachtet, als auch, wenn sie ausserhalb der LWB-Büros ausgedruckt werden. Die Schriftfamilie Arial-Narrow findet nur in unseren Bürodokumenten Verwendung, die in Office-Anwendungen generiert werden (E-Mail, Briefe, Präsentationen, Tabellen, nichtöffentliche Berichte, Sitzungsprotokolle etc.).

Öffentliche Texte werden immer in der Schriftfamilie Trade-Gothic erstellt.

Ausführungen des Logos



LUTHERISCHER
WELTBUND

Primärlogo des LWB
Vollfarbe (CMYK)
oder Spotfarbe (Pantone®)

Hierbei handelt es sich um die
bevorzugte Version und
Ausführung des Logos.



LUTHERISCHER
WELTBUND

Primärlogo des LWB
Schwarz-Weiss.

Bitte verwenden Sie diese
Ausführung des Logo nur,
wenn Sie in Schwarz-Weiss drucken.



Primärlogo des LWB auf einem Farbfeld
Weiss + 33% Feldfarbe
(Vollfarbe, Spotfarbe oder Schwarz-Weiss)

Diese Ausführung des Logos darf NICHT
auf einem blauen Quadrat erscheinen!
Das Blau stellt hier nur einen Ausschnitt
aus einem grösseren (blauen) Hintergrund dar.

14

Um verschiedene Ausdrucksformen unseres
Markenzeichens zu ermöglichen, ist unser Logo in
unterschiedlichen Ausführungen erhältlich.

Die vollfarbige Ausführung ist zu bevorzugen,
doch da aufgrund von Budgetbeschränkungen
die Produktionskosten möglicherweise begrenzt
werden müssen, kann auch die Ausführung des
Logos in Schwarz-Weiss verwendet werden.

Zudem wird eine Version des Logos bereitgestellt,
die auf einem Farbfeld verwendet werden
kann. Diese Ausführung des Logos ist
ausschliesslich weiss, mit einer Abstufung von
33% der Hintergrundfarbe beim Symbol für die
Gemeinschaft (der Kreis).

Versionen des Logos



THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION

Primärlogo des LWB
Englisch

vorhanden als:
Vollfarbe (CMYK)
Spotfarbe (Pantone®)
Schwarz-Weiss



FÉDÉRATION
LUTHÉRIENNE
MONDIALE

Primärlogo des LWB
Französisch (Français)

vorhanden als:
Vollfarbe (CMYK)
Spotfarbe (Pantone®)
Schwarz-Weiss



FEDERACIÓN
LUTERANA
MUNDIAL

Primärlogo des LWB
Spanisch (Español)

vorhanden als:
Vollfarbe (CMYK)
Spotfarbe (Pantone®)
Schwarz-Weiss

Unser Logo ist in unseren offiziellen Sprachen erhältlich (Deutsch, Englisch, Französisch und Spanisch); die einzelnen Sprachversionen sind in allen vier Farboptionen erhältlich.

Horizontales Logo



THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION



LUTHERISCHER
WELTBUND



FÉDÉRATION
LUTHÉRIENNE
MONDIALE



FEDERACIÓN
LUTERANA
MUNDIAL

16



THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION



Für den Fall, dass vertikal nicht genug Platz vorhanden ist, haben wir ein horizontal ausgerichtetes Logo entwickelt, bei dem die Logotype auf der rechten Seite des Emblems erscheint.

Der Einfachheit halber nennen wir dieses Logo unser Sekundärlogo. Das Sekundärlogo darf nur verwendet werden, wenn es nicht möglich ist, unser Primärlogo zu verwenden.

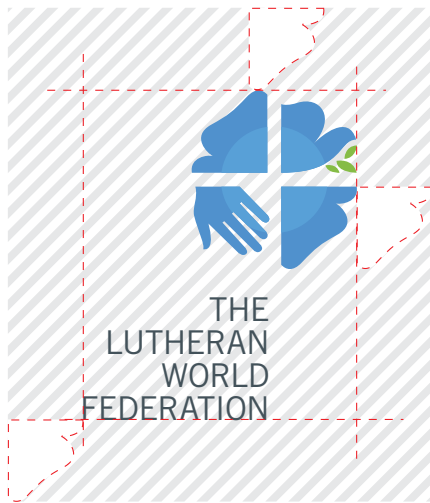
Verkürztes Logo



Für eine begrenzte Verwendung steht zudem eine verkürzte Version unseres Logos zur Verfügung, bei der das Emblem durch eine verkürzte Logotype ergänzt wird. Das Emblem selbst bleibt jedoch vollständig und unverändert erhalten.

Sämtliche verkürzten Logos sind in unseren offiziellen Sprachen erhältlich sowie in den verschiedenen offiziellen Ausführungen.

Leerraum



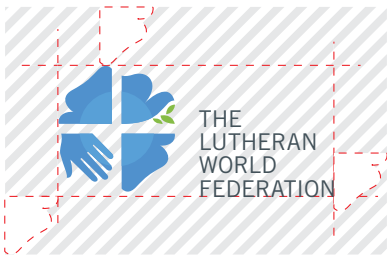
18

Beim Leerraum – oder der Logo-Sperrung – handelt es sich um die Fläche um das Logo herum, die frei von jeglichen, nicht zum LWB gehörigen Elementen bleiben muss. Auf diese Weise hat unser Logo genug Platz „zum Atmen“.

Die Fläche, die um das Logo herum frei bleiben muss, wird berechnet, indem man die Breite und Höhe des rechten Blütenblatts der Lutherrose auf

allen vier Seiten rund um die Aussenlinien des Logos hinzufügt.

Die Einhaltung dieses Leerraums ist insbesondere dann wichtig, wenn unser Logo zusammen mit den Logos anderer Organisationen oder Marken verwendet wird.



Unser Logo ist so inmitten von weiteren Logos oder von visuellen Elementen Dritter besser zu erkennen.

Die Berechnung des Leerraums sollte auch bei allen anderen offiziellen Versionen unseres Logos berücksichtigt werden. Die Berechnung des Leerraums erfolgt immer ausgehend von den äusseren Linien des Logos.

Die grauen Linien in unseren Beispielen wurden lediglich aus Darstellungsgründen hinzugefügt. Bei der Verwendung des Logos erscheinen diese Linien nicht.

Unzulässiger Gebrauch des Logos



Keine Veränderung der Textposition.



Keine Veränderung der Textfarbe.



Keine Veränderung der Textausrichtung.



Keine Veränderung der Farbgebung der Elemente.



Kein Weglassen von Elementen.



Keine Veränderung der Farbgebung der Elemente.



Kein Weglassen von Elementen und keine Veränderung der Farbgebung der Elemente.

Auf dieser Seite sehen Sie einige Beispiele für den unzulässigen Gebrauch unseres Logos. Die Faustregel lautet: Wenn Sie das Logo, das Sie verwenden möchten, nicht vom Kommunikationsbüro des LWB erhalten, dürfen Sie dieses Logo nicht verwenden.

Wenn Sie das Logo verwenden, beachten Sie bitte Folgendes:

- Keine Veränderung der Position der Elemente.
- Keine eigenmächtige Farbgestaltung der Elemente.
- Keine Neuordnung des Logos.
- Kein Weglassen von Elementen.
- Logo-Datei keinesfalls verändern.

Die Logos der LWB-Abteilungen und -Büros



LUTHERISCHER
WELTBUND

Abteilung für Theologie
und Öffentliches Zeugnis



LUTHERISCHER
WELTBUND

Abteilung für Mission
und Entwicklung



LUTHERISCHER
WELTBUND

Abteilung für
Weltdienst

LWB  AWD

21

Die einzelnen LWB-Abteilungen haben jeweils ihre eigene Logo-Version. Diese Versionen sind beim Kommunikationsbüro des LWB erhältlich und existieren ausschliesslich in der dargestellten Version. Sie basieren auf unserem Sekundärlogo.

Der vorliegende Leitfaden zur Verwendung des Logos gilt auch für die Logos der einzelnen Abteilungen.

Die Büros oder Arbeitsbereiche innerhalb der LWB-Abteilungen können gegebenenfalls auf Briefköpfen

oder bei anderweitiger Verwendung visuell kenntlich gemacht werden. Bitte orientieren Sie sich beim Hinzufügen des Büro- oder Bereichsnamen am Beispiel oben (Graphik links unten).

Falls der Name der Abteilung erwähnt werden muss, aber nicht Teil des Logos ist, ist es möglich, ihn nicht unter der Logotype zu platzieren. In jedem Falle muss der Leerraum oder die Logo-Sperrung berücksichtigt werden (siehe Seite 18).

Die Ergänzung zu unserem Namen



LUTHERISCHER
WELTBUND

Eine
Kirchengemeinschaft



LUTHERISCHER
WELTBUND

Eine
Kirchengemeinschaft

22

LUTHERISCHER WELTBUND
Eine Kirchengemeinschaft

Die Ergänzung zu unserem Namen – „Eine Kirchengemeinschaft“ – sollte in allen LWB-Publikationen zusammen mit dem Logo verwendet werden.

Sie kann auch bei allen anderen Produkten zusammen mit dem Logo verwendet werden. Wenn die Ergänzung zu unserem Namen zusammen mit dem Logo verwendet wird, muss sie immer wie oben dargestellt positioniert sein.

Die Ergänzung wird immer in der gleichen Schriftart dargestellt wie die Logotype, jedoch in 70%-Farbabstufung der Logotype.



Die Ergänzung wird weder mit unseren Abteilungs- bzw. Bürologos noch mit unseren verkürzten Logos verwendet.

Leerraum

Bei der Kombination von Logo und Ergänzung zu unserem Namen gelten dieselben Regeln zur Festlegung des Leerraums wie für unser Primär- und Sekundärlogo.

Alle Vorgaben zur Verwendung des Logos, die im vorliegenden Leitfadens dargestellt sind, gelten auch für unsere Logos, die zusammen mit der Ergänzung zu unserem Namen verwendet werden.

Unser Logo mit der Ergänzung zum Namen ist ebenfalls in allen Versionen und Ausführungen erhältlich, sowie in all unseren offiziellen Sprachen.

Elemente zur graphischen Unterstützung



Kreuz



Blütenblatt



Kreis

24



Hand



Taube



Blätter

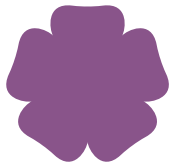
Unser visuelles Konzept ist mit einer Reihe von Elementen verknüpft, die Sie verwenden können, um Ihre Publikationen visuell ansprechender zu gestalten. Diese Elemente sind unserem Logo entnommen und dürfen ausschliesslich wie im vorliegenden Leitfaden beschrieben Verwendung finden.

Auf dieser Seite sehen Sie verschiedene Elemente, die verwendet werden können. Keine anderen Elemente oder Teile des Logos dürfen jedoch als Elemente zur graphischen Unterstützung verwendet werden.

Auch ist es nicht erlaubt, selbst weitere Elemente zu entwerfen bzw. zu verwenden. Es ist nicht zulässig, zwei aneinander angrenzende Elemente unseres Logos auf die gleiche Weise zu verwenden, wie im Logo selbst dargestellt. Die einzelnen Elemente des Logos müssen jedoch immer so verwendet werden, wie sie im Logo erscheinen.

Es besteht die Möglichkeit, zwei Elemente zu kombinieren, doch deren Verwendung hat in erster Linie das Ziel, Ihre schriftliche Darstellung zu illustrieren, und nicht, Leerraum zu füllen.

Sekundärfarben



Violett „Würde“

PMS
513u

CMYK
34/68/0/25

RGB
132/88/135

hexa
845887



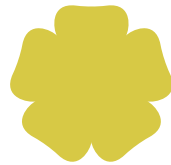
Orange „Vielfalt“

PMS
130u

CMYK
5/53/96/0

RGB
211/137/40

hexa
D38928



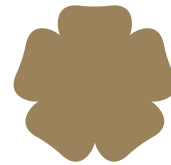
Ocker „Teilhabe“

PMS
605u

CMYK
0/0/80/20

RGB
215/203/74

hexa
D7CB4A



Braun „Verantwortung“

PMS
7557u

CMYK
25/34/63/25

RGB
157/137/93

hexa
9D895D

Die Sekundärfarben wurden entwickelt, um unserer Kommunikation eine Weite und Tiefe zu geben, die die Weite und Tiefe unserer Gemeinschaft widerspiegelt. Die Primär- und die Sekundärfarben spiegeln unsere Werte als Gemeinschaft wider und sind in Anlehnung an diese Werte benannt, die in der LWB-Strategie dargelegt sind.

Bei den Sekundärfarben handelt es sich lediglich um Farben zur Unterstützung, die nicht in der

Farbgebung unseres Logos Verwendung finden dürfen. Sie sollten auch nicht bestimmten Themen, Abteilungen, Büros oder Regionen zugeordnet werden.

Die Anwendung unseres visuellen Konzepts

In diesem Kapitel möchten wir Sie mit Leitlinien zur angemessenen Verwendung der Elemente unseres visuellen Konzepts vertraut machen, damit jegliche von uns veröffentlichte Kommunikation unsere Identität als LWB auf die gleiche Weise zum Ausdruck bringt.

Die Beachtung der Leitlinien trägt auch dazu bei, dass Ihre Kommunikation als Teil der visuellen Identität unserer Gemeinschaft wahrgenommen wird.

Masse des Logos



Mindestmass: Höhe Emblem = 12 mm



Mindestmass: Höhe Emblem = 12 mm

28

Mindestmass

Das Mindestmass unseres Logos kann nur als kleinste lesbare Grösse festgelegt werden, wobei jedoch nicht jeder Mensch die gleiche Sehfähigkeit besitzt.

Um einen allgemein gültiges Mindestmass festzulegen, haben wir das Logo auf einem Stift dargestellt. Auf diese Weise haben wir ein Mindestmass erhalten, das uns als Grundregel dient: Unser Logo darf nicht kleiner als mit einem Emblem von mind. 12 mm Höhe dargestellt werden, und es darf nicht kleiner sein als das Logo

(oder Emblem), mit dem es im Rahmen eines Co-Branding erscheint.

Diese Regel gilt für beide Versionen des Logos.

Höchstmass

Ein Höchstmasse kann nicht festgelegt werden, denn das Logo bleibt, ausgehend von den Mindestmassen, in jeder Grösse lesbar.

Platzierung unseres Logos

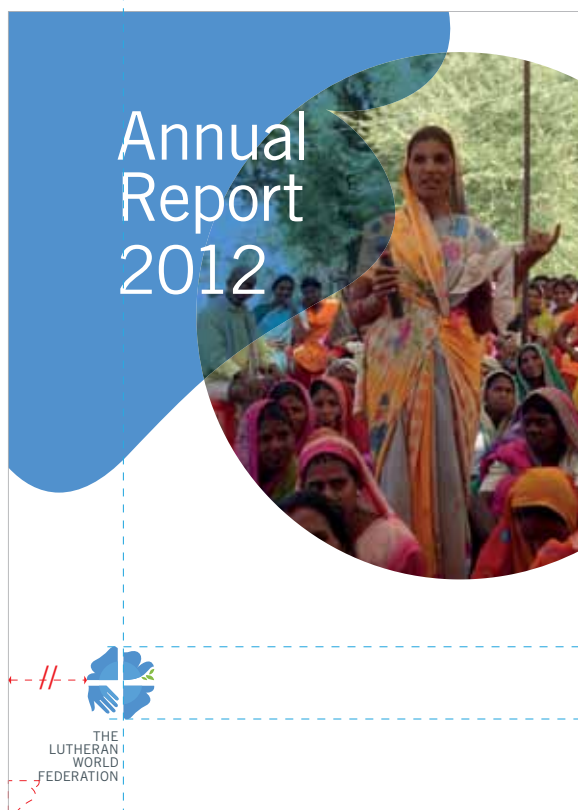


Alle Versionen unseres Logos müssen immer am linken Rand einer Seite, eines Banners, Posters, Gebäudes usw. platziert sein, sofern der Platz vorhanden ist. Die senkrechte Ausrichtung kann auf jeder beliebigen Höhe erfolgen. Die vorgegebene Platzierung des Logos auf offiziellen Vorlagen ist jedoch zu beachten.

Im Falle von Co-Branding gelten andere Regeln (siehe den Abschnitt über Co-Branding).

Bitte wenden Sie die Leerraum- (oder Sperr-)Regel an, um den Abstand zur Ober- oder Unterkante und zum linken Rand des Trägers zu berechnen, auf dem das Logo aufgebracht wird.

Platzierung und Grösse



Textausrichtung



Die Höhe des Emblems entspricht 9%

30

Die Grösse unseres Logos auf einem Träger mit dem normalen europäischen Standardformat (A4) ist so zu berechnen, dass die Höhe des Emblems 9% der Höhe des Trägers entspricht.

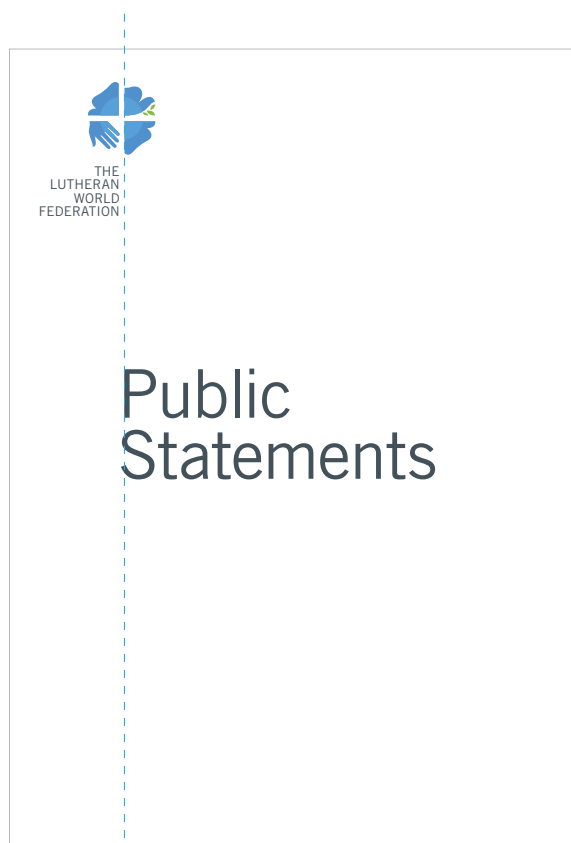
Sobald das Logo die richtige Grösse hat, können Sie den korrekten Abstand von den Rändern des Trägers mithilfe der Leerraum-Regel bestimmen.

Bei der Verwendung unseres Sekundärlogos mit der Ergänzung zu unserem Namen auf dem Einband einer Publikation ist der gleiche Abstand vom linken Rand einzuhalten wie bei der Verwendung eines Primärlogos.

Platzierung und Grösse



12% der Breite des Trägers



Textausrichtung

Wenn ein Format deutlich von einem europäischen Standardformat (DIN-A-Formate) abweicht, wird die Grösse des Logos berechnet, indem 12% der Breite des Trägers zugrunde gelegt werden.

Einbände sehen am besten aus, wenn der Text an unserem Logo ausgerichtet ist, wobei die linke Ecke unserer Taube als Referenzpunkt für die Ausrichtung gilt.

Zur Gestaltung eines Einbandes, eines Banners für Ihre Konferenz oder einer Dokumentenmappe beachten Sie bitte die entsprechenden Regeln, doch seien Sie bei der farblichen und bildlichen Gestaltung oder beispielsweise bei der Gestaltung der Elemente zur graphischen Unterstützung kreativ.

Hier sehen Sie einige Beispiele für Gestaltungsmöglichkeiten im Rahmen der vorliegenden Leitlinien.

Beispiele



32

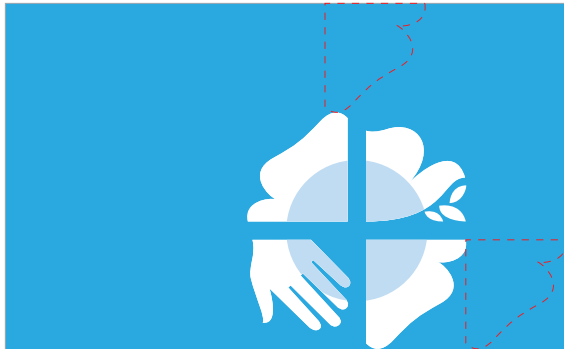
Im Falle von nicht standardisierten Trägergrößen müssen die Größe und die Platzierung unseres Logos mithilfe der Leerraum-Regeln bestimmt werden. Auf der nächsten Seite sehen Sie Beispiele dafür, wie die korrekte Masse des Logos für ein dekoratives Konferenzbanner berechnet werden können. In einem solchen Fall muss sich die Ausrichtung des Textes nicht an unserem Logo orientieren.



Church+
ecology
Conference
2014



THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION



THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION

Öffentliches Co-Branding



34

Wir verwenden unser Logo auch in Verbindung mit den Logos unserer Partnerorganisationen, Mitveranstalter usw.

In solchen Fällen ist es wichtig, dass unserem Logo der gleiche Stellenwert zukommt wie den Logos der anderen Organisationen, die auf dem jeweiligen Träger dargestellt sind.

Es gibt verschiedene Arten des Co-Branding, doch im Allgemeinen gelten folgende Regeln:

LWB ist Initiator

Wenn der LWB Initiator ist, erscheint unser Logo zuerst und das Layout und die Ausführung wird in der Regel auf der Grundlage unseres visuellen Konzepts gestaltet. Das bedeutet, dass unser Logo nach den im vorliegenden Leitfaden festgelegten Regeln platziert wird. Die Logos

unserer Partnerorganisation(en) stehen in diesem Fall rechts von unserem Logo, wobei zwischen unserem und den folgenden Logos eine dünne graue Linie gesetzt wird. Unser Logo kann aufgrund der Tatsache, dass mehrere Logos auf einem Träger erscheinen, kleiner ausfallen als im vorliegenden Leitfaden dargestellt.

LWB ist nicht Initiator

Falls sich der LWB der Initiative einer anderen Organisation anschliesst, steht unser Logo an zweiter oder späterer Stelle, je nachdem, welche Einteilung der Initiator vornimmt. Wenn wir uns der Initiative einer anderen Organisation anschließen, stellen wir unser Logo und den vorliegenden Leitfaden zu unserem visuellen Konzept zwar zur Verfügung, haben jedoch nicht die Möglichkeit, auf die Einhaltung unserer Regeln zu bestehen. Unter Umständen können wir die Empfehlung

Co-Branding in den Länderprogrammen



35

abgeben, die zu unserem visuellen Konzept gehörigen Elemente in der folgenden Reihenfolge zu verwenden:

- unser vollfarbiges Primärlogo;
- unser vollfarbiges Sekundärlogo (horizontale Ausrichtung);
- unser Primärlogo in anderen Ausführungen;
- unser Sekundärlogo in anderen Ausführungen;
- die dünne graue Linie im Falle eines Co-Branding mit lediglich einem oder wenigen anderen Partnern.

Unser verkürztes Logo, seine verschiedenen Ausführungen oder Versionen sollten nur in einem mit dem LWF sehr stark vertrauten Kontext zur Hervorhebung unserer Präsenz zum Einsatz kommen.



THE
LUTHERAN
WORLD
FEDERATION

Member of the **actalliance**

In den Länderprogrammen können wir im Falle von Co-Branding unser kurzes Logo einsetzen, wobei ein solches Vorgehen in dem meisten Fällen über unsere Abteilung für Weltdienst läuft.

Unser kurzes Logo kann dann entweder oberhalb oder unterhalb des Partnerlogos platziert werden.

Co-Branding in den Länderprogrammen



36

Bitte verwenden Sie keine andere Farbgebung für unser Logo, als im vorliegenden Leitfaden dargelegt (vollfarbig, blau oder schwarz).

Farbgebung unseres Logos

Wenn das vorhandene Budget oder die möglichen Herstellungsmethoden die Einhaltung unserer Richtlinien in Bezug auf die Farbgebung nicht möglich machen, ist es zulässig, unser Logo in der Farbe zu gestalten, die der Partner, auf den die Initiative zurückgeht, ausgewählt hat (Graphik oben links).

Im vorliegenden Beispiel ist unser Logo im Blau des UNHCR gestaltet, wobei für das Symbol für die Gemeinschaft (der Kreis) eine 80%-Farbabstufung verwendet wurde. In einem solchen Fall ist es wichtig, dass alle unsere Elemente weiterhin vorhanden und deutlich erkennbar sind. Daher ist darauf zu achten, dass die am besten passende prozentuale Farbabstufung für das Symbol für die Gemeinschaft ausgewählt wird.

Ist der LWB selbst der Initiator und das vorhandene Budget erlaubt keine Einhaltung unserer Leitlinien, haben Sie die Möglichkeit, unser Logo mit unserem Blau „Glaube“ farblich zu gestalten und für das Symbol für die Gemeinschaft eine 85%-Abstufung des Blaus „Glaube“ zu verwenden.

Sollte das vorhandene Budget im Falle eines Co-Brandings mit einer Partnerorganisation beschränkt sein und das Branding der Partnerorganisation keine Farben tragen, die unserem Blau oder einem normalen Schwarzton ähnlich sind, ist die Verwendung einer anderen Farbe als Schwarz für unser Logo nicht zulässig, wobei das Logo der Partnerorganisation in seiner ursprünglichen Farbe belassen werden kann. In diesem Fall ist es nur zulässig, die Schwarz-Weiss-Ausführung unseres Logos zu verwenden. Bei dieser Art von Co-Branding ist das Resultat eine zweifarbige Ausführung.