WELTLADEN
DACHVERBAND

Weltladen-Dachverband e.V.

Corporate Design Handbuch für Weltläden

Stand: September 2018

Inhalt

	Re-Design Weltladen-Logo	3
	Das modernisierte Weltladen-Logo	4
	Das Standard-Logo: Aufbau der Wort-Bild-Marke	5
	Die Farben	7
	Die Farbwerte	8
	Mögliche Farbvarianten	11
	Sonderform weiß auf orange bzw. transparent	12
	Individuelle Logos	13
	Übersicht Dateiformate	15
	Die Hausschrift	17
	Das Ladenschild	18
	Anwendungsbeispiele	
	CD-Materialien aus dem Produktkatalog	20
NEU	Gestaltungsvorschläge/-raster für verschiedene Materialien	23
NEU	Logozusätze	35
	Kontakt	36

Re-Design Weltladen-Logo

Wir freuen uns, Euch das neue Gestaltungshandbuch mit überarbeitetem Weltladen-Logo vorlegen zu können. Es löst das in den 90er Jahren entwickelte Logo ab, das aktuellen technischen und visuellen Anforderungen nicht mehr entsprochen hat. Der Schriftzug Weltladen war nur schwer lesbar und die optische Wahrnehmung bei Verkleinerung und Vergrößerung nicht ideal. Das überarbeitete visuelle Erscheinungsbild, auch Corporate Design (CD) genannt, ermöglicht einen professionellen und frischen Außenauftritt, der das Selbstverständnis der Weltläden als wichtiger Akteur im Fairen Handel widerspiegelt.

Das Corporate Design legt die Standards eines definierten Erscheinungsbildes fest. Es verschafft durch ein einheitliches Auftreten in der Öffentlichkeit einen hohen Wiedererkennungswert und bietet die Basis für die Ansprache der Zielgruppen. Je konsequenter und einheitlicher dieses Erscheinungsbild genutzt wird, desto schneller und nachhaltiger erzielt es die beabsichtigte Wirkung. Damit dies gelingt, sind die Angaben in diesem Handbuch verbindlich und konsequent anzuwenden.

Das Corporate Design bietet einen verbindlichen Rahmen innerhalb dessen Weltläden individuelle und kreative Lösungen entwickeln können und sollen. Durch die Bereitstellung von vorproduzierten CD-Materialien können knappe personelle, finanzielle und zeitliche Ressourcen geschont werden.

Das vorliegende Corporate Design Handbuch soll Weltläden helfen, Inspirationen zu finden und eigene Kommunikationsmaterialien im Einklang mit der existierenden CD-Linie zu entwickeln. Das Handbuch richtet sich an interessierte Ladenmitarbeiter/innen und Grafiker/innen und soll einen fundierten Einblick in das Corporate Design der Weltläden bieten. Daher haben wir versucht, möglichst viele Anwendungsbeispiele zu zeigen.

Bei Fragen zur Gestaltung einzelner Materialien und zur Anwendung des Corporate Designs stehen wir Euch gerne zur Verfügung. Wir wünschen Euch für Eure Projekte viel Kreativität sowie viel Freude und Erfolg bei der Umsetzung.

Dieses Handbuch wird in der folgenden Zeit aktualisiert und ergänzt.

Das modernisierte Weltladen-Logo

WELTLADEN
FAIR HANDELN

Das Weltladen-Logo ist entsprechend neuer kommunikativer Anforderungen angepasst worden. Es ist klar und einfach.

WELTLADEN in Versalien ist markant und lässt sich auch aus der Entfernung gut lesen; zudem steht es für ein selbstbewusstes Auftreten der Weltläden in der Gesellschaft. Farblich liegt die Betonung durch einen dunkleren Grauton auf dem Wort WELTLADEN. Die Spirale umspannt dabei nicht nur optisch die (Buchstaben)-WELT, sondern symbolisiert den heutigen Welthandel mit seinen vielfältigen Beziehungen.
Der neue Claim FAIR HANDELN spezifiziert unsere Tätigkeit und unser Selbstverständnis.

Die überarbeitete Wort-Bild-Marke ist im Markenregister beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen. Die Nutzung des Logos ist nur Mitgliedern des Weltladen-Dachverbandes erlaubt, die sich im Rahmen ihrer Mitgliedschaft zur Einhaltung der Konvention der Weltläden verpflichtet haben.

Das Logo darf nicht verzerrt, gespiegelt oder umgefärbt werden.

Das Standard-Logo: Aufbau der Wort-Bild-Marke

Das modernisierte Logo der Weltläden in seiner Standardform besteht aus drei Elementen:

1. Bildzeichen

Die Spirale bleibt als Gestaltungselement erhalten, wurde grafisch jedoch überarbeitet und erscheint nun deutlich schlichter und klarer. Sie umschließt symbolisch den ersten Wortteil WELT.

2. Schriftzug WELTLADEN

Der Schriftzug WELTLADEN ist in Versalien in der Schriftart Futura Bold Condensed gesetzt.

3. Claim FAIR HANDELN

Der Zusatz FAIR HANDELN ist ebenfalls in Versalien gesetzt, die Schriftart ist Futura Medium Condensed. Der Claim ist linksbündig mit dem T und rechtsbündig mit dem N von WELTLADEN.

Das Standard-Logo: Aufbau der Wort-Bild-Marke

Der Mindestabstand zu anderen Elementen beträgt 2 x A.
A ergibt sich aus dem Abstand der beiden Textzeilen.

Die Farben

Im Rahmen des Corporate Designs werden einheitliche Farben vorgegeben. Das Logo sollte auf Weiß stehen.
Basis sind die Pantone Druckfarben.

Pantone Cool Gray 11 C

WELTLADEN
FAIR HANDELN

Pantone Cool Gray 7 C

Pantone 144 C

Die Farbwerte

Unsere Farben entstammen dem Pantone-Fächer.
Aus technischen Gründen kann es je nach Einsatzbereichen notwendig sein, diesen Ton auf andere Weise zu erzielen.
Drucktechnische Abweichungen lassen sich nie vollständig vermeiden.
In jedem Fall sollte aber versucht werden, den Pantone-Tönen so genau wie möglich zu entsprechen.

Farbige Anwendung des Logos

Die Farbwerte	Pantone 144 C
Einsatzbereich:	**Printmedien**
Produktionsart:	Echt-Farben-Druck
Farbdefinition:	Pantone 144 c
Produktionsart:	Vierfarbdruck nach Euroskala (cmyk)
Farbdefinition:	0 % Cyan 48 % Magenta 100 % Gelb 0 % Schwarz
Umsetzung in Grauwert	37 % Schwarz
Einsatzbereich:	**Architektur, Innenarchitektur, Messebau**
Produktionsart:	Farbige Materialien
Farbdefinition:	RAL 2011
Folien	MACal 8902-00 (matt) MACal 9801-04 (glänzend)
Einsatzbereich:	**Elektronische Medien**
Produktionsart:	RGB-Darstellung auf Bildschirmen
Farbdefinition:	Rot 243 Grün 152 Blau 0 # F39800

Die Farbwerte	Pantone Cool Gray 11 C
Einsatzbereich:	**Printmedien**
Produktionsart:	Echt-Farben-Druck
Farbdefinition:	Pantone Cool Gray 11 C
Produktionsart:	Vierfarbdruck nach Euroskala (cmyk)
Farbdefinition:	0 % Cyan
	2 % Magenta
	0 % Gelb
	68 % Schwarz
Umsetzung in Grauwert	69 % Schwarz
Einsatzbereich:	**Elektronische Medien**
Produktionsart:	RGB-Darstellung auf Bildschirmen
Farbdefinition:	Rot 116
	Grün 116
	Blau 118
	# 747476

Die Farbwerte	Pantone Cool Gray 7 C
Einsatzbereich:	**Printmedien**
Produktionsart:	Echt-Farben-Druck
Farbdefinition:	Pantone Cool Gray 7 C
Produktionsart:	Vierfarbdruck nach Euroskala (cmyk)
Farbdefinition:	0 % Cyan
	0 % Magenta
	0 % Gelb
	37 % Schwarz
Umsetzung in Grauwert	37 % Schwarz
Einsatzbereich:	**Elektronische Medien**
Produktionsart:	RGB-Darstellung auf Bildschirmen
Farbdefinition:	Rot 183
	Grün 185
	Blau 186
	# B7B9BA

Die Farbwerte

Unsere Farben entstammen dem Pantone-Fächer.
Für den zweifarbigen Echt-Farben-Druck nehmen wir zusätzlich Pantone 141 C.

Drucktechnische Abweichungen lassen sich nie vollständig vermeiden.
In jedem Fall sollte aber versucht werden, den Pantone-Tönen so genau wie möglich zu entsprechen.

Farbige Anwendung des Logos

Die Farbwerte	Pantone 141 C
Einsatzbereich:	**Printmedien**
Produktionsart:	Echt-Farben-Druck
Farbdefinition:	Pantone 141 c
Produktionsart:	Vierfarbdruck nach Euroskala (cmyk)
Farbdefinition:	0 % Cyan 19 % Magenta 51 % Gelb 0 % Schwarz
Umsetzung in Grauwert	20% Schwarz
Einsatzbereich:	**Elektronische Medien**
Produktionsart:	RGB-Darstellung auf Bildschirmen
Farbdefinition:	Rot 253 Grün 213 Blau 142 #ffc951

Mögliche Farbvarianten

dreifarbig

grau

orange

Sonderform weiß auf orange bzw. transparent

Sonderform schwarz

In S/W wird das Logo nicht in aufgerasteter Form (Graustufen) benutzt, sondern in „Strichform“ um eine stärkere Prägnanz zu gewährleisten und einen Qualitätsverlust (z.B. Zeitungsdruck - grobes Raster) zu vermeiden.

Individuelle Logos

Logo mit unterstelltem Zusatz

Individuelle Logos mit einem Orts- oder Namenszusatz können über den Weltladen-Dachverband bestellt werden. Es gibt zwei Möglichkeiten der Platzierung von Zusätzen: unterstellt oder nachgestellt.

WELTLADEN
STADTNAME

WELTLADEN
MUSTERSTADTNAME

dreifarbig

WELTLADEN
STADTNAME

WELTLADEN
MUSTERSTADTNAME

grau

WELTLADEN
STADTNAME

WELTLADEN
MUSTERSTADTNAME

orange

Logo mit nachgestelltem Zusatz

Wird der Name oder der Ort nachgestellt, so wird dieser standardmäßig mit einem „I“ abgetrennt. Fängt der Ort oder Name mit einem „I“ an, kann der senkrechte Trennstrich weggelassen werden. Dieses Logo ist sowohl mit dem Claim FAIR HANDELN als auch ohne möglich.

dreifarbig

WELTLADEN I MUSTERSTADT
FAIR HANDELN

WELTLADEN INNENSTADT
FAIR HANDELN

grau

WELTLADEN I MUSTERSTADT

WELTLADEN INNENSTADT

Übersicht Dateiformate

Dateiname .pdf

Das Portable Document Format (PDF) gilt als Nachfolger beziehungsweise Weiterentwicklung von PostScript-basierten Daten. Das PDF-Format wurde von Adobe aus PostScript heraus entwickelt und um bestimmte Funktionalitäten wie Verschlüsselung und Hyperlink erweitert. PDF-Dateien können mit einem Acrobat-Reader betrachtet werden. Das Dateiformat kann bei vielen Grafikprogrammen über eine spezielle Druckfunktion erzeugt werden. Es eignet sich ideal für elektronische Publikationen, ebenso wie für die Erstellung von Druckerzeugnissen, die Verteilung über das Internet und die Langzeitarchivierung.

Dateiname .eps

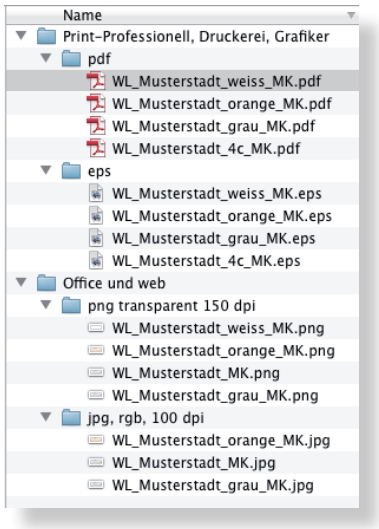
Eine Encapsulated PostScript-Datei (EPS) ist eine Grafikdatei, die besondere Anforderungen erfüllt, um das Einbinden in ein Dokument zu ermöglichen. Eine EPS-Datei enthält Objekt-, Rastergrafik- und Separationsdaten und ist verlustfrei. Auch Schriften können eingebettet sein.
EPS können bei fertig gestalteten Grafiken(z. B. Logos) aber auch bei gelayouteten Dokumenten verwendet werden, um diese an Druckereien zu schicken. Je nach Auftrag nehmen diese manchmal lieber PDFs oder gar JPGs.

Dateiname .png

Heutzutage ist das Portable Network Graphics (PNG) das Standardformat im Web. Logos, Banner, Icons, Balken und so weiter dürften heute konsequent PNGs sein. Fotos trifft man zum Teil auch als PNG an, wobei sich für jene meistens JPG besser eignet. Genau wie GIFs unterstützen auch PNGs transparente Bildbereiche, PNGs unterstützen aber mehr Farben als GIFs.

Dateiname .jpg

Joint Photographic Experts Group (JPG) ist das Fotoformat schlechthin. Ist es eine Fotografie, muss es JPG sein, sonst hat es im Internet eigentlich nichts zu suchen. Nur in Ausnahmefällen kann man anstelle von JPGs bei Fotos auch PNGs nehmen, etwa bei Thumbnail-Bildern. Und natürlich bei allem, wofür PNGs besser geeignet sind. Siehe: PNGs.



In diesen Formaten stellen wir Euch die individualisierten Weltladen-Logos zur Verfügung. Dabei unterscheiden wir grundsätzlich zwischen zwei verschiedenen Anwendungen: „Print-Professionell, Druckerei, Grafiker“ (pdf, eps) und „Office und web“ (png, jpg).

© Grafiker

_MK.

_4c_
grau
orange
weiss

.eps
.pdf
.png
.jpg

Weltladen
Fair Handeln

WLFH_Farbangabe_MK.Dateiformat

WELTLADEN FAIR HANDELN

Weltladen

WL_Farbangabe_MK.Dateiformat

WELTLADEN

Weltladen

WL_Musterstadt_Farbangabe_MK.Dateiformat

WELTLADEN MUSTERSTADT

Weltladen
Fair Handeln

Nachgestellt

WLFH_Musterstadt_**NG**_Farbangabe_MK.Dateiformat

WELTLADEN FAIR HANDELN | MUSTERSTADT

Weltladen

WL_Musterstadt_**NG**_Farbangabe_MK.Dateiformat

WELTLADEN | MUSTERSTADT

Die Hausschrift

Im Rahmen des Corporate Designs wird die Schrift Gill Sans eingesetzt.

Diese Schriftfamilie besteht aus mehreren Schriftschnitten, die aus einer Hand stammen und formal aufeinander abgestimmt sind.

Bei Gill handelt es sich um eine serifenlose Linear-Antiqua, die vom Künstler und Designer Eric Gill in den 30er Jahren des letzten Jahrhunderts entworfen wurde. Sie zeichnet sich durch eine ruhige Eleganz und vielseitige Verwendbarkeit aus.

Die Gill Sans ist ab Microsoft Office 2003 als Schriftart enthalten und muss für Office Anwendungen nicht käuflich erworben werden.

In Microsoft Office 2003 findet Ihr die Schrift mit der Angabe (MT).
MT steht für den Hersteller MonoType.

Das Ladenschild

Die Standardversion des Ladenschildes hat einen weißen Hintergrund.
Das Anfügen des Ortsnamens ist zulässig, wenn er in Versalien und in der Schrift FUTURA erfolgt.
Zulässig ist nur eine Nachstellung oder die Unterstellung.
Für die Farbgebung gelten die allgemeinen Angaben zu den Farben in diesem Leitfaden.

WELTLADEN
FAIR HANDELN

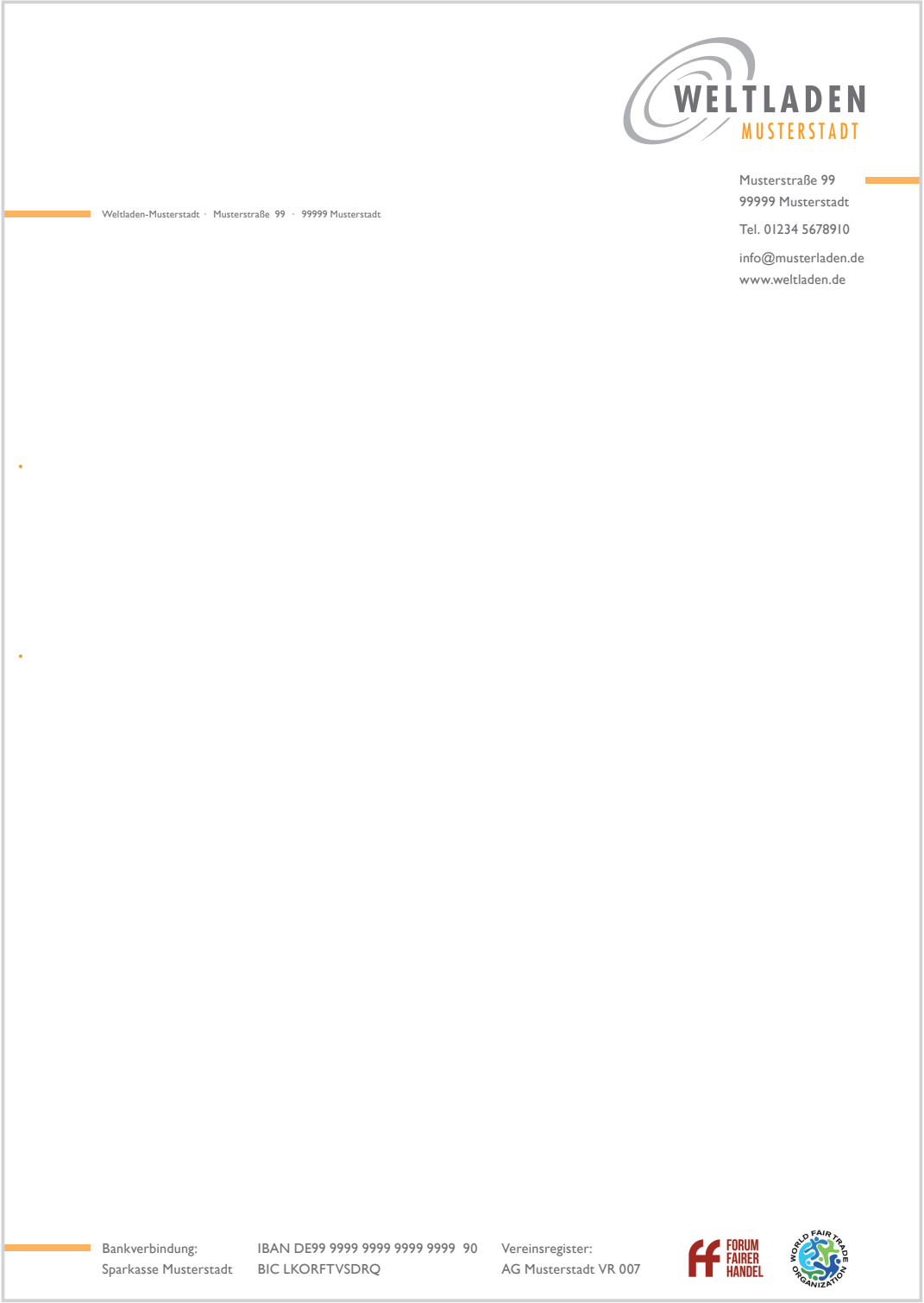
Das Ladenschild

Ein Untergrund in Orange ist zulässig.
Nachfolgend einige Gestaltungsbeispiele aus der Entwurfsphase.

Anwendungsbeispiele

CD-Materialien aus dem Produktkatalog

Briefbogen



CD-Materialien aus dem Produktkatalog

Visitenkarte

CD-Materialien aus dem Produktkatalog

Roll-Up

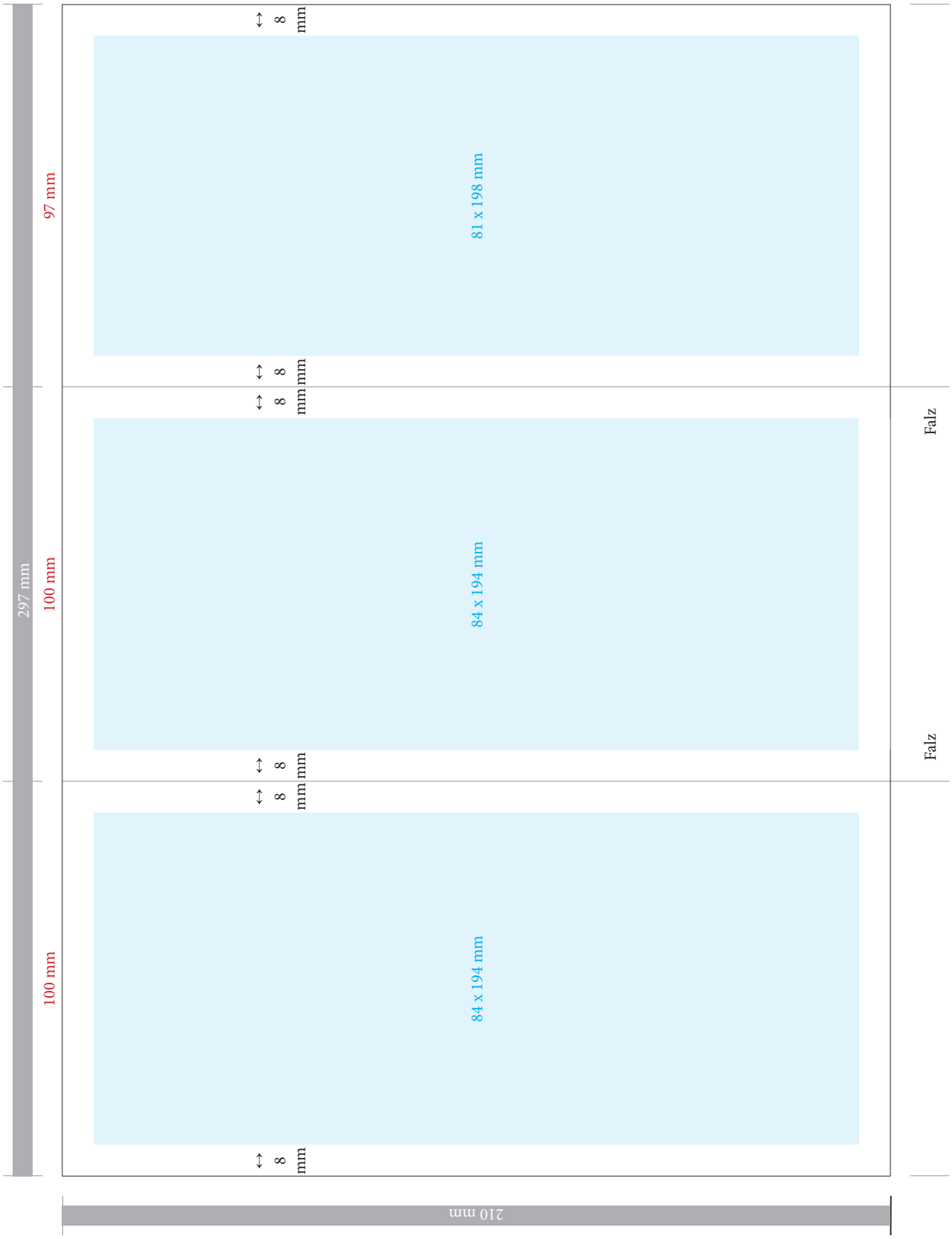
Gestaltungsvorschläge/-raster

Die folgenden Seiten dienen bei der Gestaltung von verschiedenen Materialien wie Flyern & Plakaten als Orientierung. Die Vorgabe von Rastern (Anordnung von Text & Bild, Schriftgröße etc.) erleichtert die Materialerstellung und unterstützt dabei gleichzeitig das Ziel eines einheitlichen Corporate Designs.

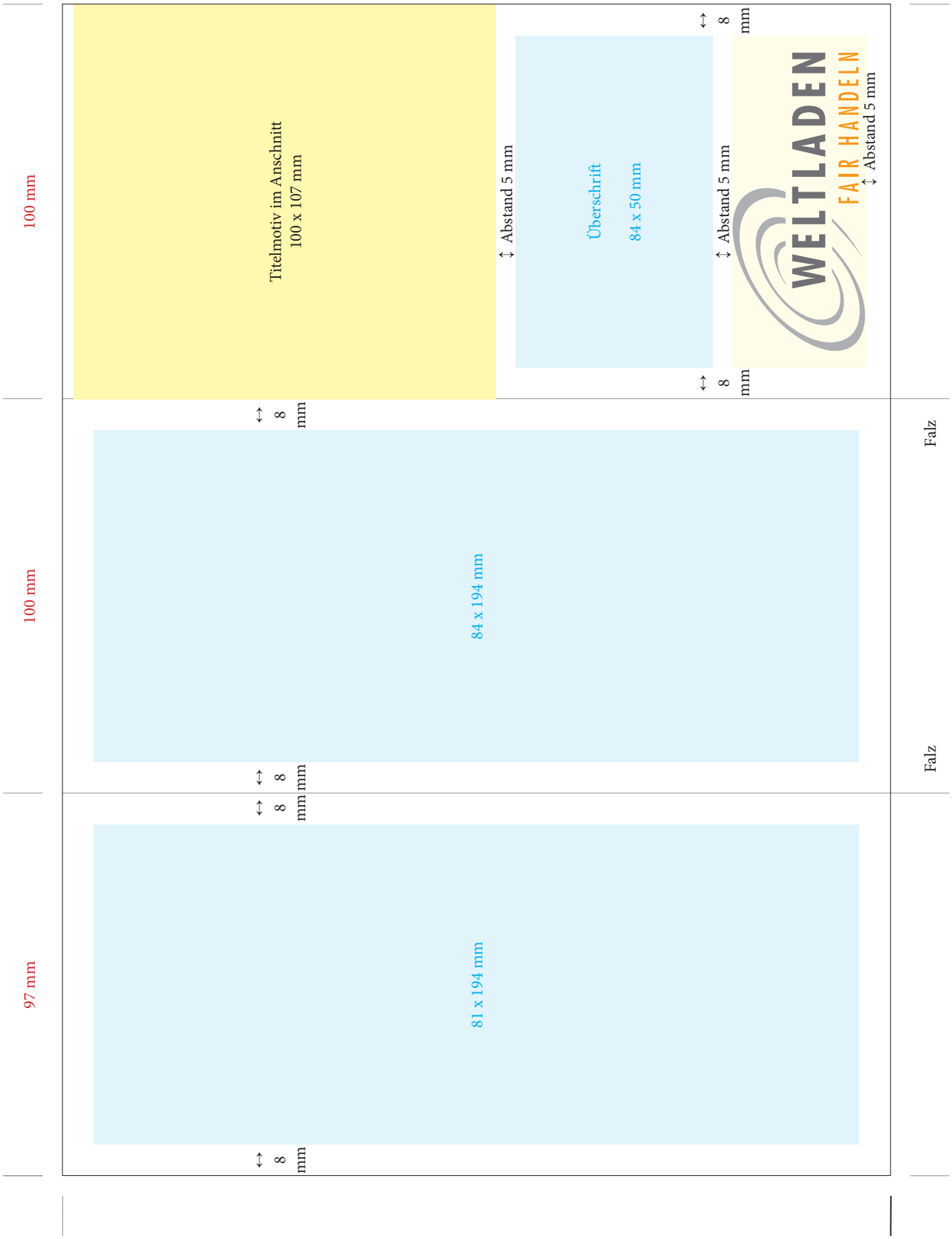
Gerechtigkeit ist eine Schnecke, helfen wir ihr auf die Sprünge.

WELTLADEN
FAIR HANDELN

Flyer DIN lang: Innenseite



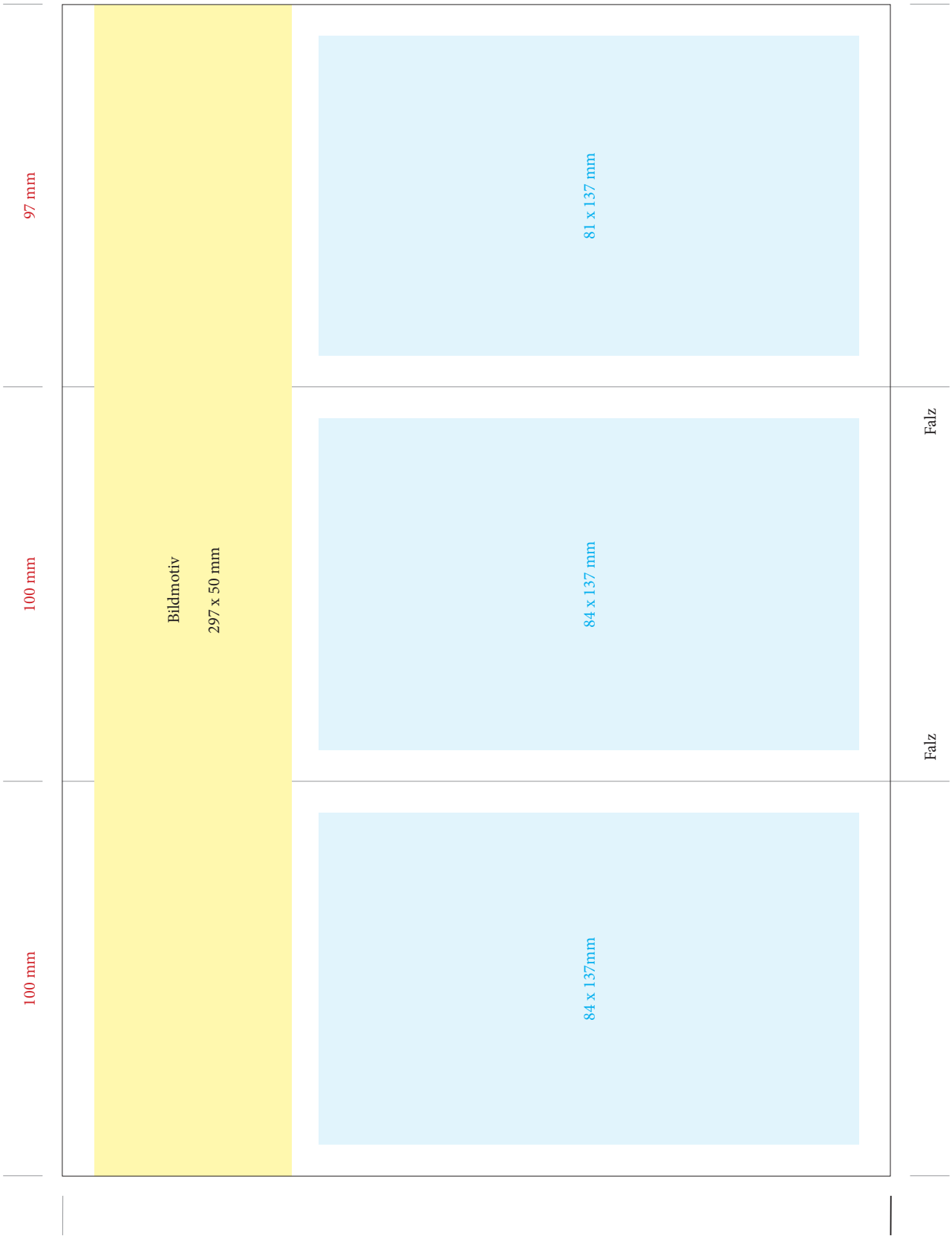
Flyer DIN lang: Außenseite



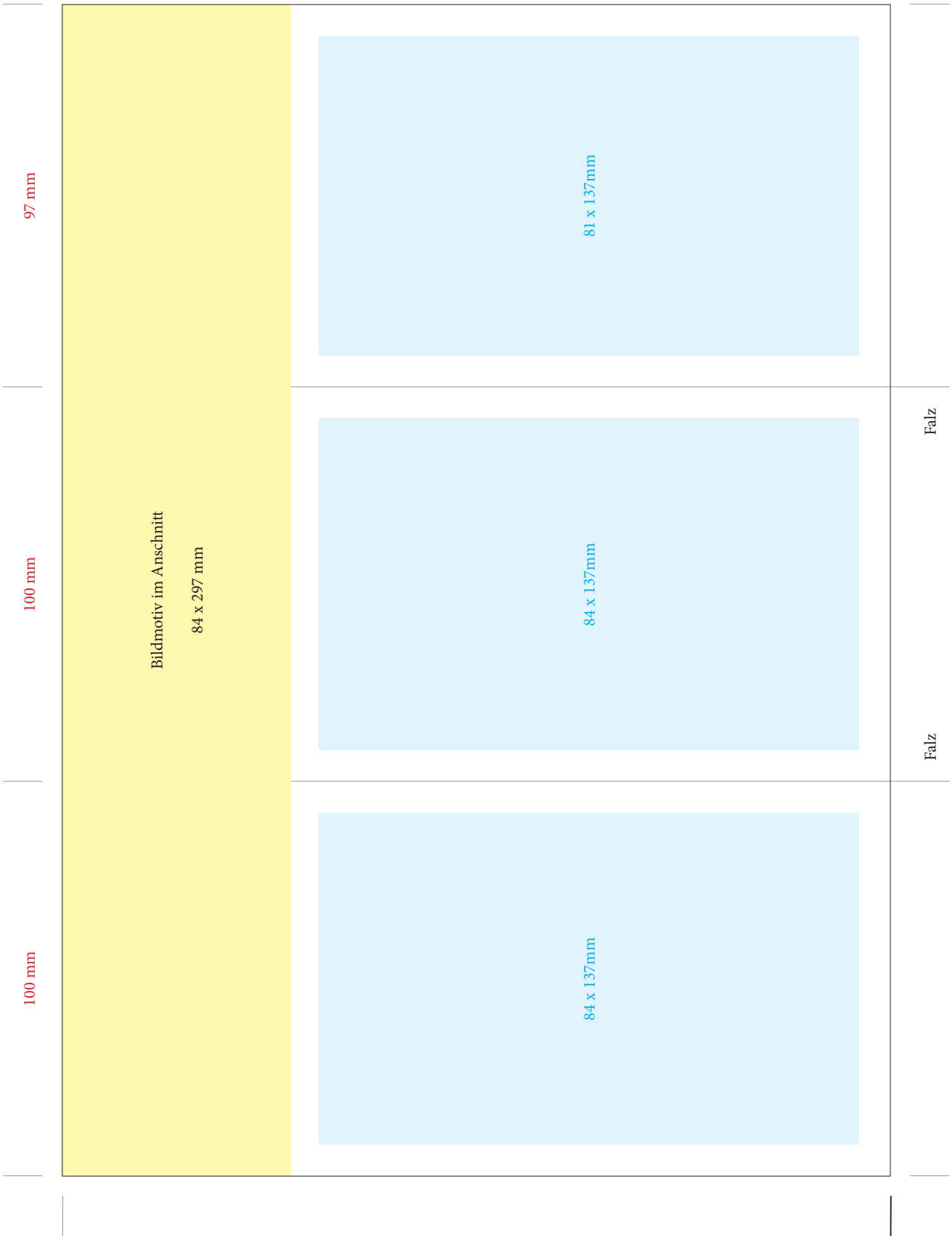
Flyer DIN lang: Innenseite mit Bildmotiven, Variante I

Flyer DIN lang: Innenseite mit Bildmotiven, Variante 2

Flyer DIN lang: Innenseite mit durchgehendem Bildmotiv, Variante I



Flyer DIN lang: Innenseite mit durchgehendem Bildmotiv, Variante 2



Flyer DIN lang: Schriftgröße, Absatz & Zeilenabstand

100 mm | 100 mm | 97 mm

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea re-

Gill Sans Bold
Pantone 144

Schriftgröße 16pt
Absatz 3 mm

Gill Sans Bold
Pantone Cool Gray 11

Schriftgröße 14pt
Zeilen-Absatz

Gill Sans Regular
Pantone Cool Gray 11

Flattersatz linksbündig

Absatz 2 mm

Schriftgröße 11pt
Zeilenabstand 14pt

ICH BIN DIE ÜBERSCHRIFT

Und ich die zweite

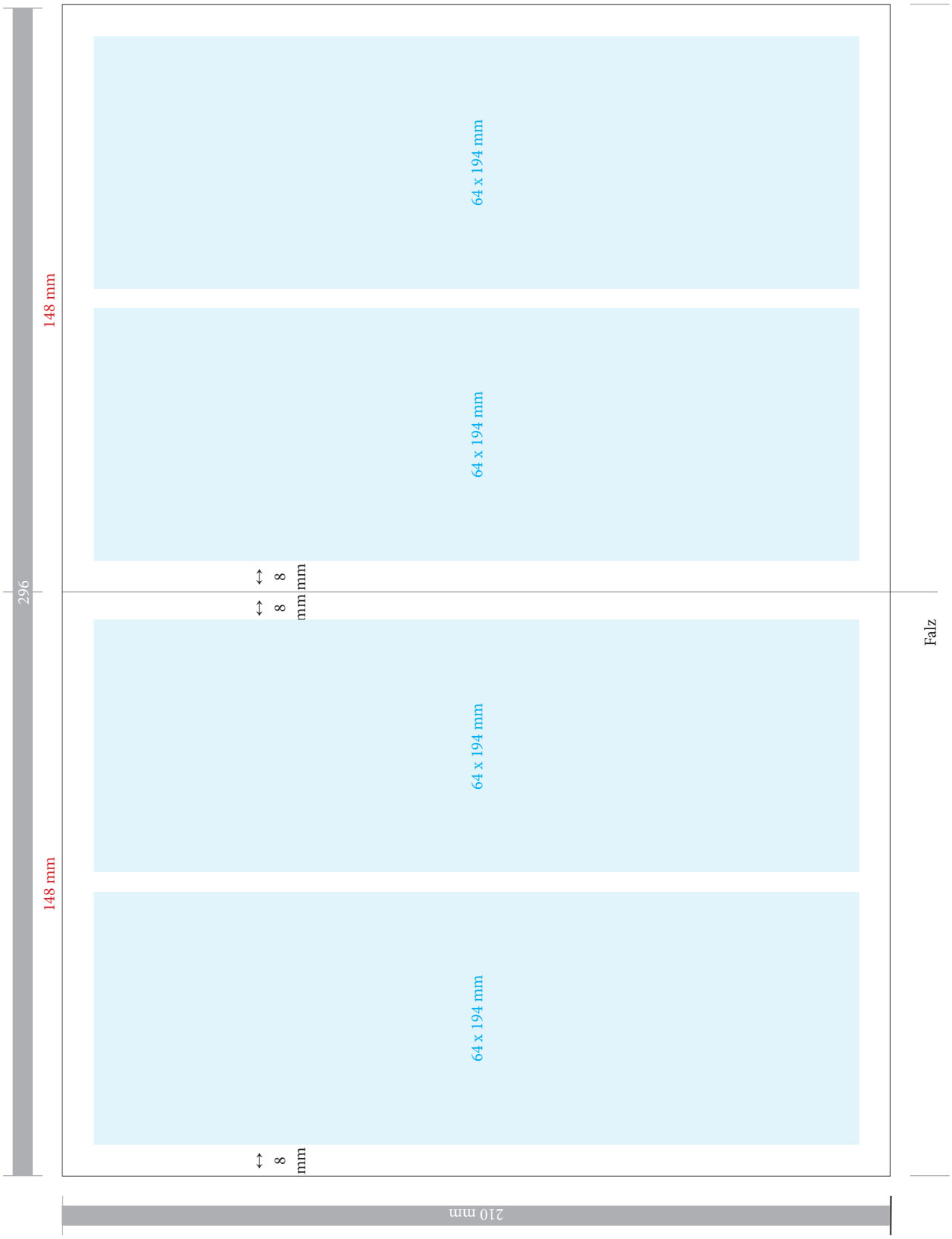
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet,consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.

Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

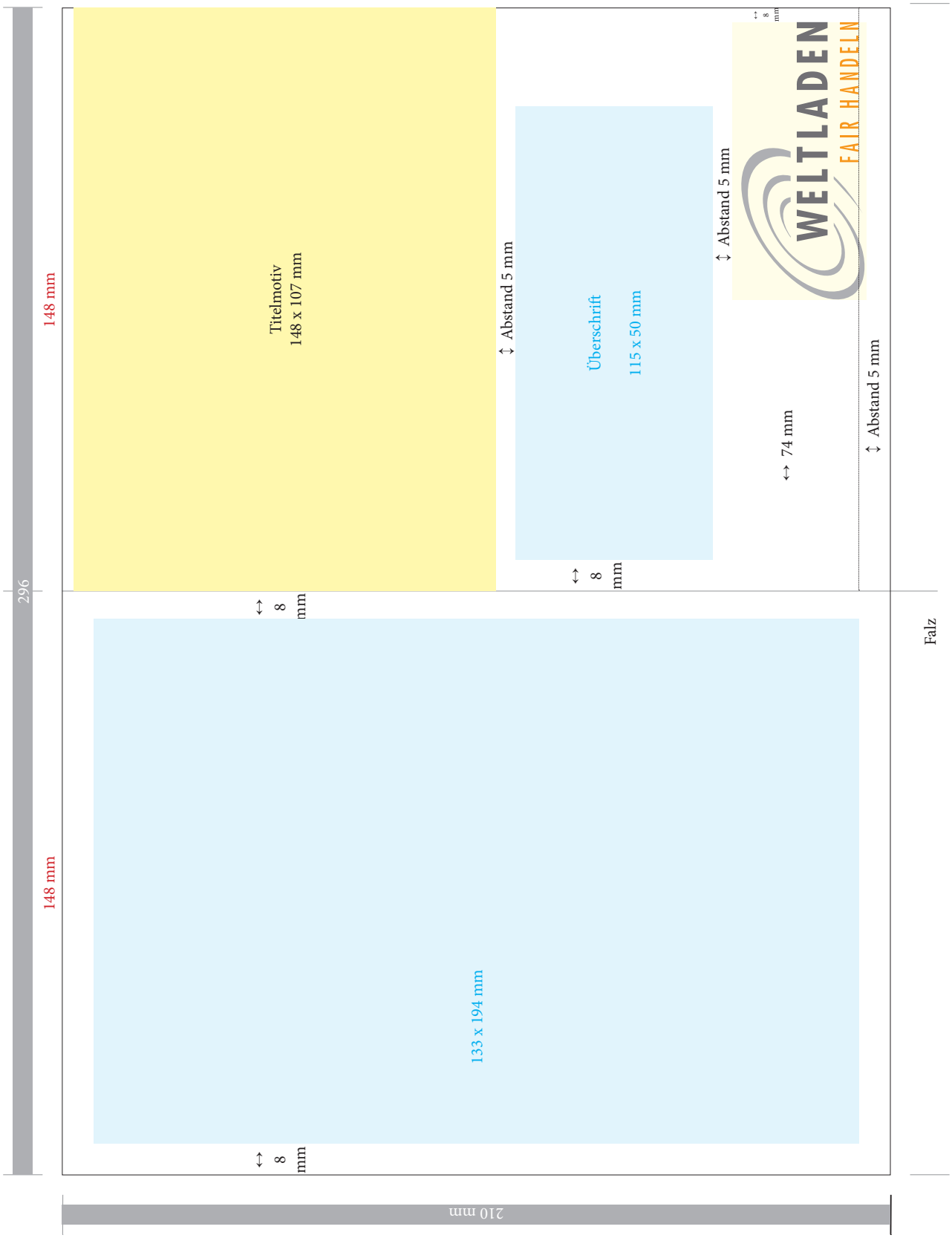
At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

Falz | Falz

Flyer DIN A5: Innenseite



Flyer DIN A5: Außenseite

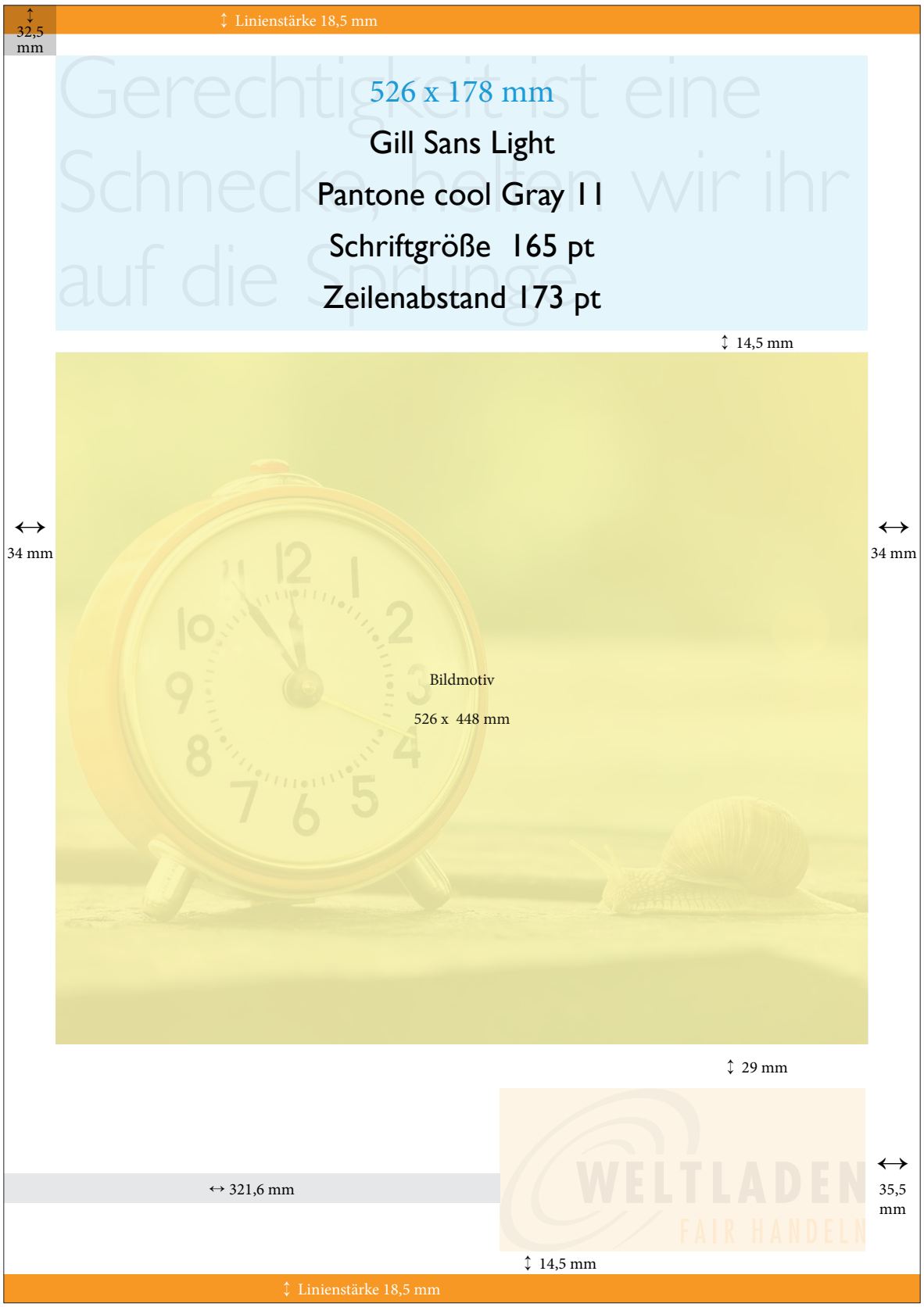


Plakat: DIN A 1 (594 x 841)

Gerechtigkeit ist eine Schnecke, helfen wir ihr auf die Sprünge.

WELTLADEN
FAIR HANDELN

Plakat: DIN A 1 (594 x 841)



Logozusätze – abgesehen von Orts- oder Eigennamen

Manchmal besteht, neben der Angabe des Orts-/Eigennamens, das Bedürfnis bzw. die Notwendigkeit das Weltladen-Logo mit weiteren Zusätzen zu versehen. Vielleicht gibt es ein angeschlossenes Café, für das Ihr ein eigenständiges, aber zum Corporate Design passendes Logo benötigt, oder Ihr wollt das Jubiläum Eures Weltladens betonen.

Auf dieser Seite findet Ihr Vorschläge für zwei verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten. Wenn Ihr Euch unsicher seid oder keine/n Grafiker/in zur Hand habt, nehmt gerne Kontakt mit uns auf.

CAFÉ TIME

WELTLADEN
MUSTERSTADT

25 JAHRE WELTLADEN
MUSTERSTADT

Kontakt:

Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstraße 11
55116 Mainz

Stefanie Krass
Telefon 06131 68907-98
s.krass@weltladen.de