

# **Design-Handbuch für den Kirchenkreis Harzer Land**

## **Die Wort-Bild-Marke und ihre Anwendung**



**Osterode, den 15. November 2013**

***Pastorin Riikka Hinkelmann***

*Beauftragte für Öffentlichkeitsarbeit im Kirchenkreis Harzer Land*

*Bergstr. 26*

*37441 Bad Sachsa-Steina*

*05523 93 0 20*

*riikka.hinkelmann@posteo.de*

## 1. Grundelemente

Die definierten Elemente wie Farbe, Schrift und Wort-Bild-Marke sind die grundlegenden Bausteine des gesamten grafischen Erscheinungsbildes.

Zusammen mit Ordnungsprinzipien und typografischen Regeln bilden sie einen „visuellen Baukasten“.

Damit ist jeder Einzelentwurf auf wiederkehrende und gleichbleibende Qualitätsmerkmale gestützt.

## 2. Intention

Die Wort-Bild-Marke des Kirchenkreises Harzer Land wurde von der Agentur deerns & jung, agentur für corporate design und branding, Hamburg/Köln entwickelt ([www.deernsundjung-design.de](http://www.deernsundjung-design.de)).

Kreise, von Wind und Wellenbewegungen geprägt, fließen flüssig zu einer dynamischen Kreuzform zusammen.

Lebendigkeit und Vielfalt vereinen sich im gut erkennbaren Kreuz.

Die Transparenz der Punkte bringt Leichtigkeit, Licht und Helligkeit sowie Transparenz im wahrsten Sinne des Wortes in die Gedanken.

Sie erinnern an bunte Glasscheiben in Kirchenfenstern, Lichtpunkte oder Sonnenreflexe.

Der traditionelle Schriftzug ist fest und hält das schwebende Kreuz am Boden wie ein Anker.

Durch die leicht versetzte Position ist aber auch er beweglich und nicht starr.

Das Kreuz empfängt den Betrachter mit offenen Armen, wirkt herzlich und sympathisch und strahlt Freude aus.



### **3. Die Wort-Bild-Marke**

Beim Logo des Kirchenkreises Harzer Land handelt es sich um eine Wort-Bild-Marke, die fest definiert ist. Das Kreuz und der Schriftzug dürfen nur gemeinsam verwendet werden, eine Veränderung ist unzulässig.

#### **Proportion**

Das Größenverhältnis von Schrift zum Kreuz und der Abstand zwischen beiden sind nicht zu verändern.

#### **Interpretation**

Einzelne Elemente der Wort-Bild-Marke sind nicht zu isolieren oder in neue Wort-Bild-Schöpfungen zu integrieren. Ergänzende Elemente sind unzulässig

#### **Schrift/Typografie**

Die Schrift ist ein prägender Bestandteil der Wort-Bild-Marke und darf nicht durch eine andere Schrift oder einen falschen Schriftschnitt ersetzt werden

#### **Farbe**

Die Veränderung der Farbe oder des Tonwertes einer oder mehrerer Elemente führt zu einer verfälschten Wahrnehmung der Wort-Bild-Marke.

#### **Verzerrung**

Die Wort-Bild-Marke darf weder gestreckt, noch gestaucht oder auf andere Weise verzerrt oder gebogen werden

#### **Kontext**

Das Logo des Kirchenkreises Harzer Land darf in keinen fremden/ neuen Zusammenhang gestellt werden.

Für die Fälle, in denen andere Logos oder Signets neben der Wort-Bild-Marke stehen, sollte die Wort-Bild-Marke in dem definierten Weißraum/ Freiraum stehen, damit sie optisch als Einheit wahrgenommen werden kann

Andernfalls könnten optisch falsche Beziehungen zwischen der eigenen und der dazugestellten Marke entstehen.

### **3. Verwendung bei offiziellen Briefen des Kirchenkreises (Superintendent, Leitungsteam, Beauftragte, Kirchenkreisamt)**

#### **3.1 Erstbogen**

Der farbige Briefbogen ist stets nur für die Seite 1 vorgesehen. Nachfolgende Seiten werden auf Blanko-Papier gedruckt.

Die Seitennummer befindet sich auf etwaigen Folgeseiten in der Kopfzeile.

Für den Schriftverkehr sollte die Verdana oder eine andere Grotesk-Schrift verwendet werden, die auf nahezu allen Computersystemen als Systemschrift vorinstalliert sind.

Sie kommen bei der Korrespondenz und bei Office-Anwendungen zum Einsatz und werden in den Schriftschnitten „Regular“ (normal) und „Bold“ (fett) verwendet.

Folgende Vorgaben sollten beim Briefbogen eingehalten werden, um die Wort-Bild-Marke gut zur Geltung zu bringen:

#### **3. 1.1 Fensterkopfzeile**

Jede Absenderinformation beginnt mit „Ev.-luth. Kirchenkreis Harzer Land“.  
Dann folgen weitere Absenderinformationen

Schriftart: Verdana, Regular

Nicht unterstrichen

Schriftgröße: 5,5pt

Laufweite: 0,25 (Word) / 50 (ID)

#### **3.1.2 Adressat**

Schriftart: Verdana, Regular

Schriftgröße: 10pt

Zeilenabstand: 14pt

Laufweite: 0,05 (Word) / 10 (ID)

### **3.1.3 Betreff**

Schriftart: Verdana, Bold

Schriftgröße: 10pt

Zeilenabstand: 14pt

Laufweite: 0,05 (Word) / 10 (ID)

### **3.1.4 Fließtext**

Schriftart: Verdana, Regular

Schriftgröße: 10pt

Zeilenabstand: 14pt

Laufweite: 0,05 (Word) / 10 (ID)

### **3.1.5 Absender / linke Spalte**

Schriftart: Verdana, Regular

Schriftgröße: 5,5pt

Laufweite: 0,25 (Word) / 50 (ID)

Ohne Doppelpunkte

### **3.1.6 Absender / rechte Spalte**

Schriftart: Verdana, Regular

Schriftgröße: 8 pt

Laufweite: 0,15 (Word) / 30 (ID)

### **3.1.7 Wort-Bild-Marke**

Breite: 43,4 mm

Höhe: 30 mm

### **3.1.7 Abstände auf dem Erstbogen**

#### Wort-Bild-Marke

- Abstand vom linken Seitenrand: 145 mm
- Abstand vom oberen Seitenrand: 10 mm

#### Briefinhalt:

- Seitenrand rechts: 25 mm
- Seitenrand links: 50 mm
- Seitenrand oben: 115 mm
- Seitenrand unten: 25 mm

#### Absenderfeld links

- Größe: 70 mm x 6 mm
- Position: 25 mm vom linken Seitenrand – 52 mm vom oberen Seitenrand

#### Adressatenfeld

- Größe: 70 mm x 50 mm
- Position: 25 mm vom linken Seitenrand – 58 mm vom oberen Seitenrand

#### Absenderfeld rechts

- Größe: 70 mm x 50 mm
- Position: 130 mm vom linken Seitenrand – 52 mm vom oberen Seitenrand

#### Fußzeile

- Abstand zum Briefinhalt: 5 mm
- Höhe der Zeile: 7 mm

## **4. Titelgestaltung von Kirchenkreis-Publikationen**

### **4.1 Darstellungsgröße und Platzierung der Wort-Bild-Marke auf DIN-Formaten**

#### **Hochformat DIN A3, A4 und DIN A5**

Formatbreite : 2,5 = Breite/Wort-Bild-Marke

oder

40% der Formatbreite = Breite/Wort-Bild-Marke

#### **DIN lang**

Formatbreite : 2 = Breite/Wort-Bild-Marke

oder

50% der Formatbreite = Breite/Wort-Bild-Marke

#### **Querformat: DIN A3, A4 und DIN A5**

Formathöhe : 2,5 = Breite/Wort-Bild-Marke

oder

40% der Formathöhe = Breite/Wort-Bild-Marke

#### **DIN lang**

Formathöhe : 2 = Breite/Wort-Bild-Marke

oder

50% der Formathöhe = Breite/Wort-Bild-Marke

### **4.2 Platzierung der Wort-Bild-Marke**

#### **Hochformat**

Für alle DIN-Formate gilt

Formathöhe : 30 = Abstand des Kreuzes zum rechten und unteren Formatrand.

#### **Querformat**

Für alle DIN-Formate gilt

Formatbreite : 30 = Abstand des Kreuzes zum rechten und unteren Formatrand.

## **5. Versionen der Wort-Bild-Marke /Farbwerte**

Die Wort-Bild-Marke liegt in folgenden Fassungen vor:

a) 4c: Farbfassung für den Ausdruck am heimischen PC oder die Einarbeitung in Publikationen

KKHL\_Logo\_4C.eps

KKHL\_Logo\_4C.jpg

b) Pantone: Farbfassung für den professionellen Druck

KKHL\_Logo\_P5125\_P390.eps

c) Schwarz: Schwarz-weiß-Fassung für den Ausdruck am heimischen PC oder die Einarbeitung in Publikationen

KKHL\_Logo\_S.eps

KKHL\_Logo\_S.jpg

d) Farbwerte der Wort-Bild-Marke zur Design-Abstimmung von Publikationen etc.

Lila = 6A061

Grün = B6BF00

### **Die Pantonewerte**

Lila = 5125

Grün = 390

### **RGB**

Lila = 106/64/97

Grün = 182/191/0

### **CMYK**

Lila = 44/81/11/51

Grün = 31/0/100/3



## **6. Downloads**

Es stehen auf der Homepage des Kirchenkreises Harzer Land unter [www.kirche-harzer-land.de/gremien\\_verwaltung/download](http://www.kirche-harzer-land.de/gremien_verwaltung/download) alle oben aufgeführten Fassungen der Wort-Bild-Marke sowie mehrere Briefvorlagen (WORD-Format) zum Download zur Verfügung.

## **7. Sonstiges**

Kombinationen mit anderen Wort-Bild-Marken sind grundsätzlich möglich. Dabei sollte nach Möglichkeit die in den offiziellen Briefbögen definierte Position der Wort-Bild-Marke beibehalten werden.

Wenn das aus grafischen Gründen nicht sinnvoll ist, sollten aber zumindest die Hinweise zur Verwendung der Wort-Bild-Marke unter 3. beachtet werden. Bei Designfragen kann u.U. das Evangelische Medien-Service-Zentrum der Landeskirche (EMSZ) weiterhelfen ([www.e-msz.de](http://www.e-msz.de)).

Über die Öffentlichkeitsarbeit im Kirchenkreis kann auch ein Kontakt zur Agentur hergestellt werden, die die Wort-Bild-Marke entwickelt hat und die ggf. auch bei grafischen Fragen weiterhelfen kann. Allerdings ist diese Beratung u.U. kostenpflichtig.