



**gesunde kids**  
Fit fürs Leben

## Visual Identity – Mini-Guide

Stand: Januar 2014

# Inhalt

Claim.....	4
Formel .....	5
Logoidee .....	6
Markenlogo mit Claim .....	7
Logo-Schutzraum.....	8
Farbkonzept .....	9
Farbdefinitionen .....	10
Typografie.....	11
Geschäftsausstattung.....	12
Urheberschaft und Nutzung .....	13

# Vorwort

Liebe Freunde und Partner von gesundekids,

unsere Initiative ist mittlerweile eine breit akzeptierte und aktiv praktizierte Institution. Sie folgt dabei klaren, einheitlichen Zielen und Wertmaßstäben. Das soll sich auch im öffentlichen Auftritt widerspiegeln, der immer und überall den gleichen Kriterien folgen soll. Nur so lässt sich aus gesundekids eine **Marke** machen, die der unmissverständlichen Botschaft „**Fit fürs Leben**“ und der Formel „**gesünder ernähren + mehr bewegen = besser lernen und leben**“ folgt. Deshalb ist dieser kleine Gestaltungsführer entstanden.

Bitte folgen Sie bei allen Initiativen rund um gesundekids den Angaben oder kommen Sie auf uns zu, wenn Fragen offen sind.

Vielen Dank im Voraus

Ihre  
Dieter Kampe, Reinhild Link, Hermann Ufer  
Vorstand gesundekids eG

**[www.gesundekids.de](http://www.gesundekids.de)**

Hinweis: Es findet eine fortlaufende Ergänzung und Aktualisierung des Mini-Guides statt.

# Claim

Die Initiative gesundekids setzt sich **für gesunde, erfolgreiche und glückliche Kinder ein**. Mit nachhaltigen, permanenten und impulsstarken Projekten und Maßnahmen zur Gesundheitsförderung und Prävention möchte gesundekids Verhalten und Rahmenbedingungen ändern, um Kinder **fit fürs Leben** zu machen.

Denn: Gesunde Kinder und gute Bildung sind das wertvollste Kapital unserer Gesellschaft.

**Achtung:** Der Claim steht immer in fester Verbindung zum Logo (siehe Seite 7, Markenlogo mit Claim).

# Fit fürs Leben

# Formel

Der handschriftliche Charakter unterstützt den optischen Eindruck einer einfachen Formel auf der Schultafel, die den Weg beschreibt, wie Kinder **fit fürs Leben** gemacht werden können.

**Download:**

Die Formel steht in verschiedenen Formaten zum Download auf der Website bereit:

[www.gesundekids.de/werbemittel/logo/](http://www.gesundekids.de/werbemittel/logo/)

gesünder ernähren  
+ mehr bewegen

---

= besser lernen  
und leben

# Logoidee

- Der Apfel steht als Symbol für gesunde Ernährung: **An apple a day keeps the doctor away.** Die Kontur des Apfels dient als markante Außenform des Bildzeichens. Im Inneren unterteilt eine weiße Figur, die symbolhaft für Bewegung steht, die Fläche in bunte Einzelsegmente.
- Der Positiv-Negativ-Kontrast ist ein Phänomen aus der Wahrnehmungsphysiologie, der bei der Gestaltung bewusst eingesetzt wird, um ein Wechselspiel zu erzeugen.
- Mal tritt die Grundform des Apfels (Ernährung), mal die darin befindlichen Figur (Bewegung) in den Vordergrund.
- Wer nicht auf Anhieb eine Figur sieht, entdeckt sie spätestens dann, wenn man ihm einen Hinweis gibt. Ist die Figur einmal erkannt, ist sie im Gehirn verankert!
- Vorteil: das Zeichen ist (und bleibt) interessant, weil sich der Betrachter immer wieder mit dem Wechselspiel der Formen beschäftigen kann.
- Das Zusammenspiel von Form und Farbe schafft ein im positiven Sinne **MERK-würdiges** Zeichen.



# Markenlogo mit Claim

Das Markenlogo – die **Wort-Bildmarke** – ist der Grundbaustein des Erscheinungsbilds (Corporate Design). Als abstraktes Zeichen hat es die Funktion, für Wiedererkennbarkeit und Prägnanz in allen Medien zu sorgen.

Auf die einheitliche und konsequente Anwendung des Markenlogos muss ein besonderer Augenmerk gelegt werden!

- Das Logo darf nur in seiner Gesamtheit (Bildzeichen **PLUS** typografische Elemente) eingesetzt werden und bildet immer eine feste Einheit.
- Die Proportionen und Abstände des Logos sind so optimiert worden, dass eine bestmögliche Verwendung für eine Bandbreite an Formaten möglich ist.
- Abweichungen von festgelegten Konventionen sind in Ausnahmefällen nur dann möglich, wenn z.B. format- oder produktionstechnische Gründe gegen den Einsatz der festgelegten Logoverversionen sprechen.

## Download:

Die nebenstehenden Logoverversionen stehen in verschiedenen Formaten zum Download auf der Website bereit:

[www.gesundekids.de/werbemittel/logo/](http://www.gesundekids.de/werbemittel/logo/)



**gesundekids**  
Fit fürs Leben



**gesundekids**  
Fit fürs Leben

# Logo-Schutzraum

Elemente wie Grafiken, Bilder oder Texte, die zu nah an einem Logo platziert werden, können dessen Wirkung schwächen oder sogar erheblich beeinträchtigen.

Achten Sie deshalb auf genügend Weißraum um das Logo herum, damit es „atmen“ kann. So wird das Logo „geschützt“ und bleibt für den Betrachter immer gut lesbar und wahrnehmbar.

Platzieren Sie zudem das Logo immer mit genügend Abstand zum Formatrand.

## **EMPFEHLUNG:**

Unterschreiten Sie in keinem Fall den definierten Mindestabstand ( $x$  = Abstand Bildzeichen – Schriftzug) zu benachbarten Elementen.

## **Mehr ist besser!**



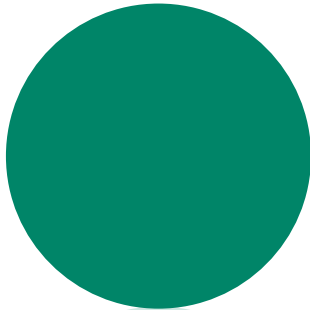


# Farbkonzept

- Die Segmente des Bildzeichens werden durch Farben optisch zusammengehalten, die sich im Farbkreis nahe stehen (Grün- und Blautöne).
- Leuchtende, helle Farben stehen für Klarheit, Reinheit und Lebendigkeit. Die dezenten, dunklen Farben sind der ruhige Gegenpol im gesundekids Farbspektrum.
- Durch die simultane Wirkung von Kontrasten (Hell-Dunkel-Kontrast/Farbkontrast) entsteht eine Farbdynamik, die als harmonisch empfunden wird.

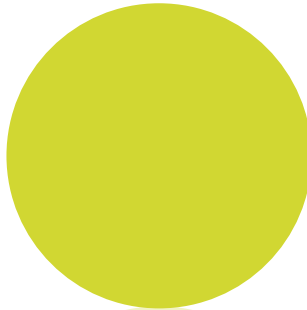


# Farbdefinitionen



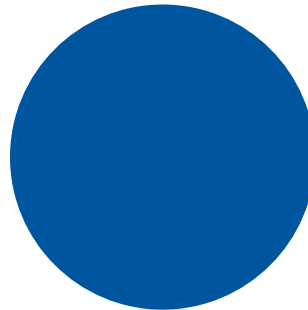
## **Dunkelgrün**

Pantone 3288 C  
CMYK: 96/0/64/18  
RGB: 0/133/104  
Web: 006633



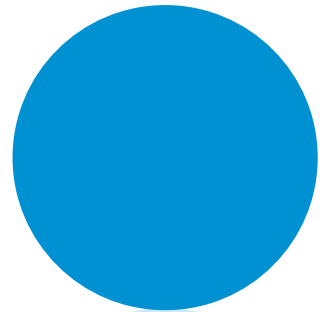
## **Hellgrün**

Pantone 381 C  
CMYK: 26/0/88/0  
RGB: 209/216/51  
Web: CCFF33



## **Dunkelblau (Rotary-Blau)**

Pantone 286 C  
CMYK: 100/66/0/2  
RGB: 0/85/160  
Web: 003399



## **Hellblau**

Pantone Process Blue C  
CMYK: 100/8/0/5  
RGB: 0/145/210  
Web: 0099CC

# Typografie

## FF Sari - Printmedien

Sari ist eine Groteskschrift mit weichen, fließenden Formen und variierenden Strichstärken. Sie verbindet gute Lesbarkeit mit einem organischen Charakter, der Lebendigkeit ausstrahlt. Mit zahlreichen Schriftschnitten ist sie bei Printprojekten flexibel einsetzbar.

Sari Light

Sari Regular

Sari Medium

Sari Bold

Sari Extra Bold

Sari Black

*Sari Light Italic*

*Sari Regular Italic*

***Sari Bold Italic***

***Sari Black Italic***

## Verdana - Word und PowerPoint

Die Verdana ist eine Schrift, die für den Einsatz am Bildschirm entwickelt worden ist. Durch die hohe Laufweite und das klare Satzbild wird das Lesen von Texten am Bildschirm erleichtert. Zudem erleichtert sie als gängige Systemschrift den Austausch von Word- und PowerPoint-Dokumenten zwischen PC- und Mac-Anwendern.

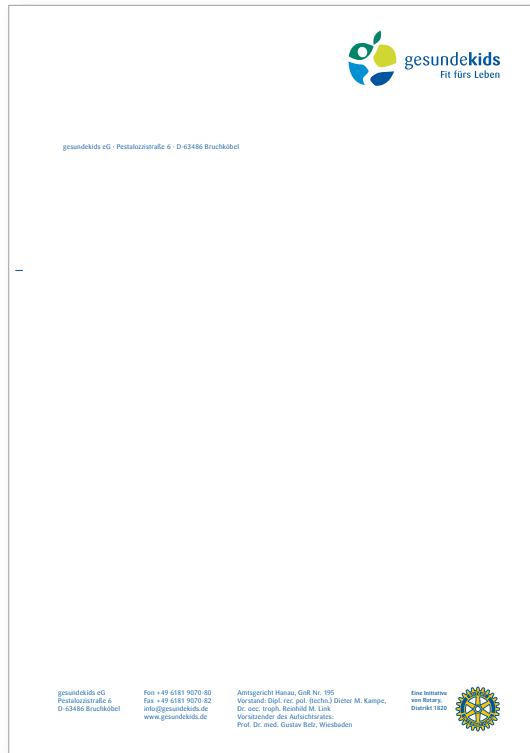
Verdana Regular

**Verdana Bold**

*Verdana Italic*

***Verdana Bold Italic***

# Geschäftsausstattung



Briefbogen A4



Visitenkarten 55 x 58 mm

# Logo – Urheberschaft und Nutzung

**Döbeledesign Werbeagentur GmbH** ist der Urheber folgender Elemente:

- „gesundekids“ (Name der Initiative)
- „Fit fürs Leben“ (Claim)
- Wort-Bildmarke (Markenlogo)

Alle Texte und Gestaltungen des gesundekids-Erscheinungsbilds sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht von Dritten ohne ausdrückliche Zustimmung verändert werden.

Döbeledesign bzw. der Rotary-Distrikt 1820 stellt allen übrigen Rotary-Distrikten sowie deren Dienstleistern die digitalen Daten für Print- und Digitalmedien zur Verfügung (siehe auch Downloadbereich auf [www.gesundekids.de](http://www.gesundekids.de)).

Die Nutzung beschränkt sich auf Kommunikationsmaßnahmen (PR, Event, Print- und Digitalmedien), die bundesweit von den verschiedenen Rotary-Distrikten in Eigenregie realisiert werden und die im Rahmen der gesundekids-Initiative entstehen.

Die Rotary-Distrikte sind dazu angehalten, die Daten gemäß den Gestaltungsregeln und Definitionen einzusetzen, um die Etablierung und Wahrung eines einheitlichen gesundekids-Erscheinungsbild zu unterstützen.

Kommunikationsmaßnahmen, die im Rahmen des Corporate Design von gesundekids (Logo, Farben, Typografie) umgesetzt werden, müssen folgenden Hinweis enthalten:

**Logo und Corporate Design:  
Döbeledesign Werbeagentur GmbH, Wiesbaden**