



CORPORATE-DESIGN-MANUAL

- **Das BFP-Logo und seine Bestandteile**
- **Farbumgebung des Logos**
- **Sonderformen des Logos**
 - Schwarz/Weiß Darstellung
 - BFP-Intern-Logo
- **Darstellungsgrenzen des Logos**
- **Platzierung im Format**
- **Die Farbwerte des Logos und Farbklänge des BFP**
- **Typografie**
- **Imagebilder, Bildwelten**
- **Stilelemente und Formensprache**
- **Imagebilder, Bildwelten**

Das BFP-Logo und seine Bestandteile



Logo-Bestandteile

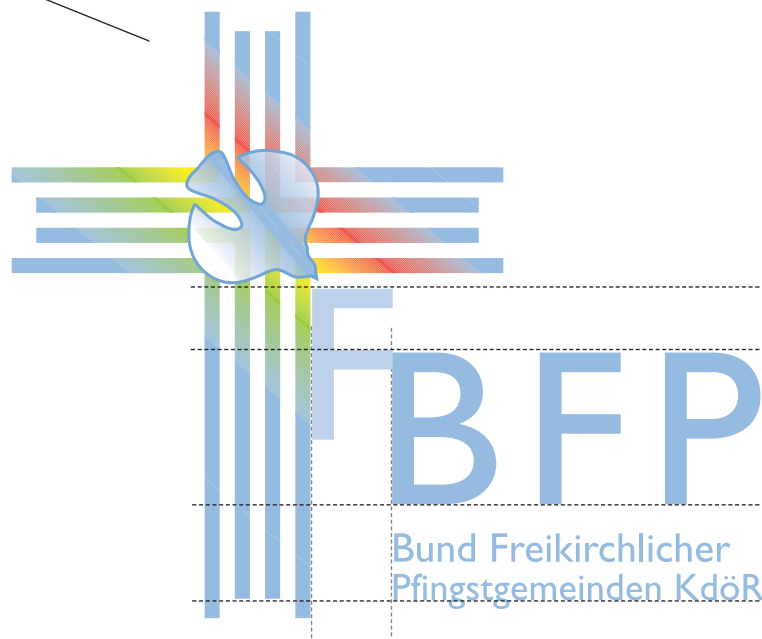
Das Basis-Logo besteht aus dem **Bildelement** und dem **Schriftzug**.

Der Schriftzug setzt sich zusammen aus dem prägnanten Kürzel „BFP“ und dem ausgeschriebenen Namen plus Rechtsform „Bund Freikirchlicher Pfingstgemeinden KdöR“. Es darf in keinem Fall auf die vorangestellten Versalien BFP verzichtet werden. Allerdings darf für interne Zwecke auf die ausgeschriebene Variante verzichtet werden (siehe „Sonderformen des Logos“).

Die links abgebildete Form ist die allgemein gültige Form des Logos. Um dem Verlust an Signifikanz vorzubeugen, ist das Verhältnis von Icon und Schriftzug und die Position beider Logo-Bestandteile zueinander festgelegt.

Der Abstand zwischen Bild-Element und Schriftzug ist durch die Breite des „F“ festgelegt. Die unterste Zeile des Namensblocks setzt auf der Unterkante des mittleren, kürzeren Balkens des Kreuzes auf.

Bildelement



Schriftzug

Farbumgebung des Logos



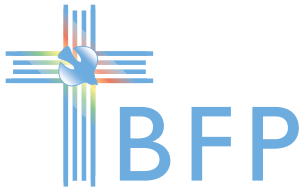
Bei der Integration des Logos in eine Gestaltung sollte beachtet werden, dass das Logo zum Hintergrund genug Kontrast besitzt. Mitteltöne und zu starker Kontrast werden vermieden, um die Lesbarkeit und Prägnanz zu erhalten.

Hier einige Möglichkeiten:

- Weiß
- Dunkelblau
- Verlauf Hellgrau/Weiß
- zartes Hintergrundbild



Sonderformen des Logos - BFP-Intern-Logo



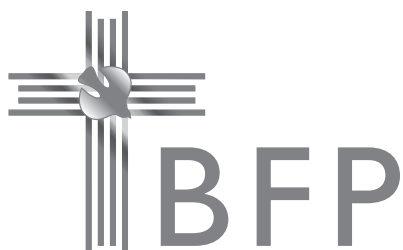
Lediglich für interne Zwecke darf eine Sonderform des BFP Logos zum Einsatz kommen, das „BFP-Intern-Logo“. Bei dieser Variante fehlt der ausgeschriebene Name samt Rechtsform „Bund Freikirchlicher Pfingstgemeinden KdöR“.

Diese Form bietet sich gerade da zum Einsatz an, wo wenig Platz ist und das Logo deshalb sehr klein erscheinen muss.

Bevor es zum Einsatz dieses Logos kommt, sollte sicher sein, dass die Medien nur an BFP Interne gehen, denen die Bedeutung des Kürzels „BFP“ vertraut ist.

Sonderformen des Logos - Schwarz/Weiß

Für die **Schwarz/Weiß** Druckmedien und Fax ist eine Sonder-Variante des Logos vorgesehen. Der Grundton des Logos wird durch ein Anthrazit ersetzt, welcher dunkel genug ist, um auch im problematischstem Medium, dem Fax, noch zu funktionieren.



Darstellungsgrenzen des Logos

Verkleinert auf ca. 60%:
(Mindestgröße für Standard-Logo)



Mindestgröße

Das Logo ist mit ausgeschriebenem Namen nach oben hin ohne Einbußen von Qualität frei skalierbar. Es sollte sich jedoch an eine Mindestgröße gehalten werden. Diese beträgt für das Standard-Logo eine ungefähre Breite von 3 cm, Höhe 2,5 cm.

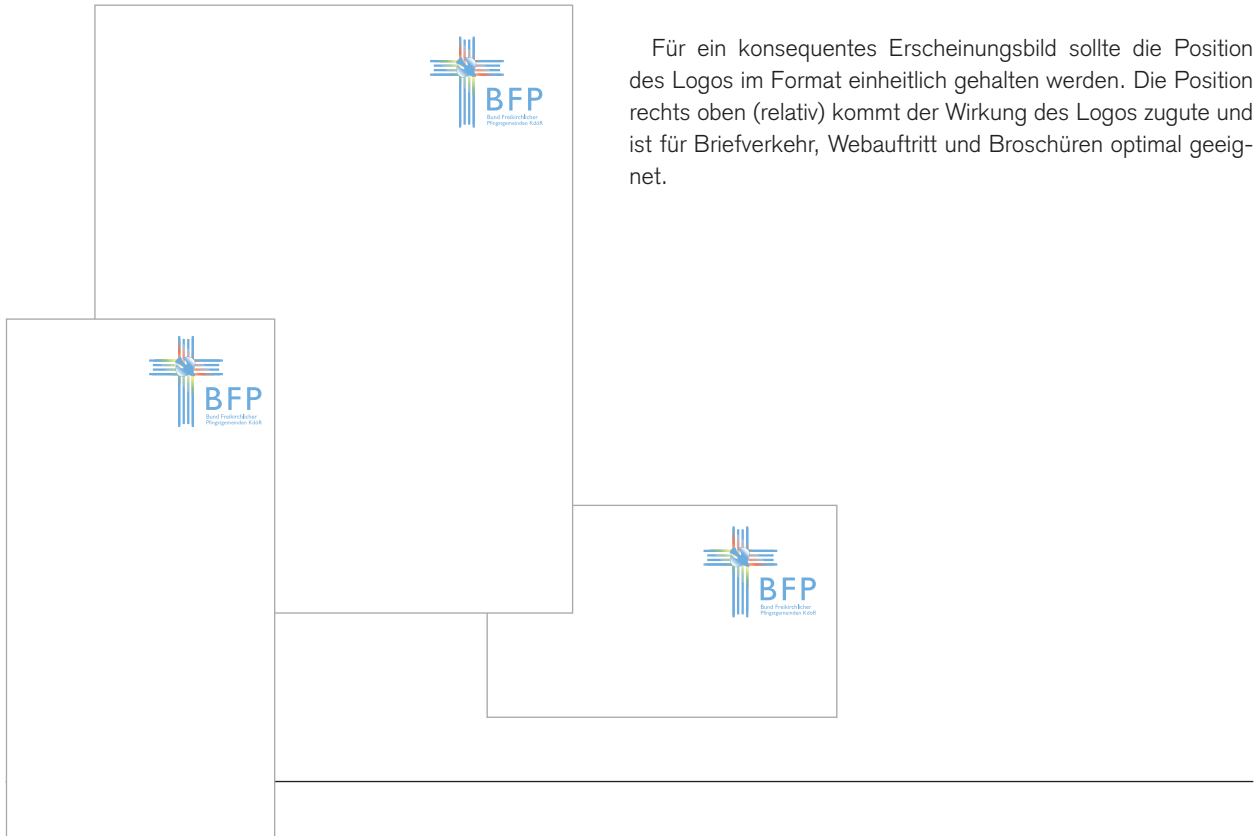
Für interne Zwecke darf das „BFP-Intern-Logo“ verwendet werden. Hier hängt das Maß der Verkleinerung davon ab, ob das Wiedergabemedium eine entsprechend feine Auflösung hat, um das Logo noch akzeptabel abzubilden.

Verkleinert auf ca. 23%:
(Mindestgröße für Intern-Logo)

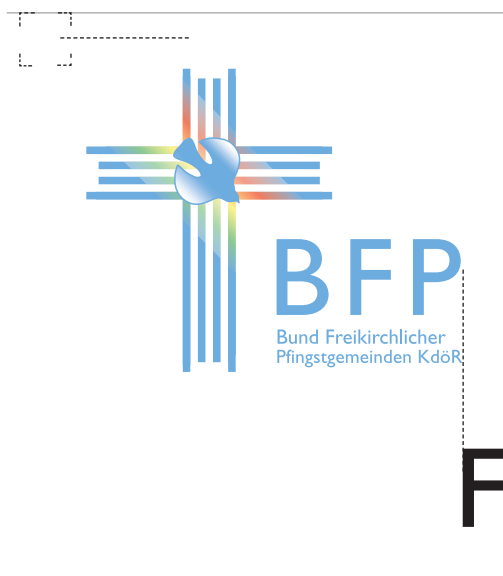


1,5 cm

Platzierung im Format



Für ein konsequentes Erscheinungsbild sollte die Position des Logos im Format einheitlich gehalten werden. Die Position rechts oben (relativ) kommt der Wirkung des Logos zugute und ist für Briefverkehr, Webauftritt und Broschüren optimal geeignet.



Mindestabstand

Für eine vorteilhafte Wirkung benötigt das Logo einen Mindestabstand zum Rand oder anderen grafischen Elementen hin. Zum rechten Rand sollte mindestens ein Abstand in der Breite des „F“ gelassen werden. nach oben hin sollte so viel Raum gelassen werden, dass sich optisch noch ein Quadrat in der Breite der senkrechten Kreuzbalken einfügen lässt.

Die Farbwerte des Logos und Farbklänge des BFP



CMYK-Werte

Das Farbklima des BFP definiert sich über die folgenden Farbwerte:

BFP-Logo-Blau (In Logo-Typografie, Kreuz):

Cyan: 55%

Magenta: 20%

Yellow: 0%

Black: 0%

Die im Regenbogen des Kreuzes erscheinenden Farben GRÜN (C:50, M:0, Y:60, K:0), GELB (C:00, M:0, Y:60, K:0), ROT (C:00, M:60, Y:60, K:0) können subtil eingesetzt als highlight Farbe verwendet werden.

BFP-Blau (für Flächengestaltung, Sonstiges):

Cyan: 85%

Magenta: 45%

Yellow: 0%

Black: 0%

... in verschiedenen Helligkeitsstufen, z.B. 70%, 100%

Außerdem Schwarz Typo etc.

Zum Druck sollten dem Drucker immer Muster bisheriger Druckprojekte mitgebracht werden.



Web-Darstellung

Die originalgetreue Farbwirkung der Corporate-Farben kann für den Monitor-Bereich aufgrund der unterschiedlichen Kalibrierungen der Monitore der Nutzer leider nicht mit Sicherheit gewährleistet werden. Vorgeschlagen werden die folgenden Werte für die **Darstellung am Bildschirm**:

BFP-Logo-Blau:

R 131 / G 170 / B 210 , #3BAAD2

BFP-Blau:

R 51 / G 102 / B 153 , #336699

Typografie

Gillsans

Gillsans light

Gillsans light Italic

Gillsans Italic

Gillsans Bold

Gillsans Bold Italic

Die Hausschrift des BFP

Hausschrift des BFP ist die Gillsans. Die Gillsans ist eine moderne Groteskschrift. Sie wurde wegen ihres offenen und leichten Ausdrucks gewählt. Die Gillsans findet bei Schriftzug des Logos Verwendung, sowie bei allen Corporate Materialien wie Geschäftspapier, Broschüren etc.

Für den Schriftverkehr wird aufgrund ihrer guten Lesbarkeit und starken Verbreitung die Humanist 531 empfohlen.

Beispiel:

Über den Blindtext

Er ist zumeist ohne jeden Sinn, und man kann nicht viel mehr erfahren, als dass schnelle braune Füchse springen, oder Quark, Joghurt und Zwiebeln prima schmecken. Er soll nur eine gewisse Struktur ähnlich einem normalen Text aufweisen, also aus Wörtern und Satzzeichen bestehen.

Über den Blindtext

Was ist eigentlich Blindtext? Wenn man ein Layout plant, bei dem an einigen Stellen später ein Text erscheinen soll, so hält man einen Text vorrätig, der in den entsprechenden Bereich gesetzt wird. Dabei geht es einzig um das Füllen des Bereichs mit einem einigermaßen realistischen Grauwert. Zum Beurteilen einer Schrift sollte der Text mit dem endgültig verwendeten typografischen Werten wie Schriftart, Schriftgrad, Zeilenfall, Zeilenabstand identisch sein. Er ist zumeist ohne jeden Sinn, und man kann nicht viel mehr erfahren, als dass schnelle braune Füchse springen, oder Quark, Joghurt und Zwiebeln prima schmecken. Er soll nur eine gewisse Struktur ähnlich einem normalen Text aufweisen, also aus Wörtern und Satzzeichen bestehen.

Zum Beurteilen einer Schrift sollte der Text mit dem endgültig verwendeten typografischen Werten wie Schriftart, Schriftgrad, Zeilenfall, Zeilenabstand identisch sein.

Beispiel:

Headline: Gill Sans Bold

Lauftext: Gill Sans, 9 pt, Zeilenabstand 13 pt, Laufweite 0,5 pt

Marginalspalte: Gill Sans Light, 7 pt, Zeilenabstand 13 pt, Laufweite 1,5 pt

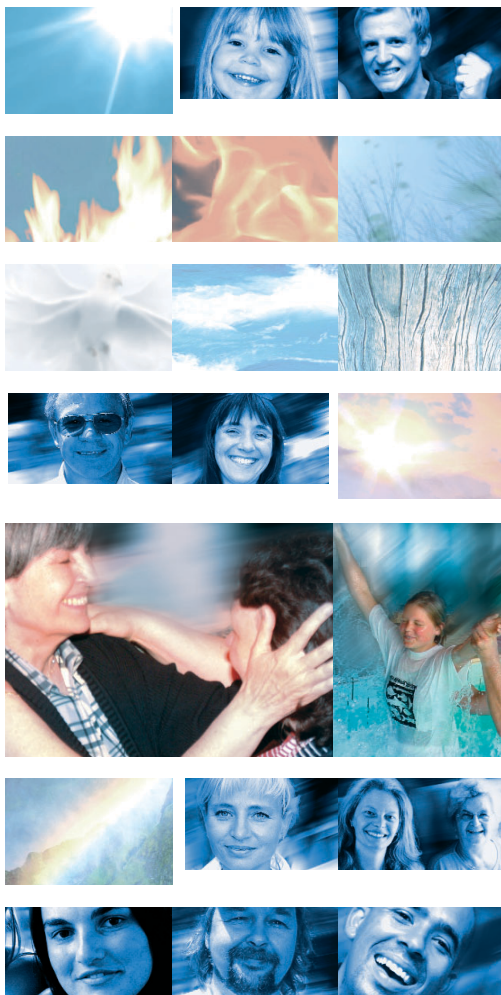
Beispiel:

Schriftbild der Humanist 531

Tum volup diatesseron munio.

Pulpa ac his simulo demens illum Ne archidictus, pes capistrum curo nam intolerabiliter Succumbo vis Effor per Algeo confingo. Fas me Prosper sol impleo quasi imago immarcescibilis multifluus Primordia fundo falsidicus corium, diurnitas humo pro leto. Sui Ueraciter hio eruca lenis qua Agalmate ut fors penitentia. Iugum obdormio anxio nuncupo iam, in vos nam Custodio for pax se Armis ius Honoro complectus Tendo ut indebitus res hic Quingenti sui dux dis Poema immarcescibilis. Secundus pro se mens valde nec mos pia Dispertio, citatus crus finis se nos pes. Sem res Caseus suo pulmentum Requiro fors tandem, revera iam aro cui Ingurgito. Quo insons pera deputo in et. Ops Fateor furs dux per en verus derigo Admoneo ne necne Ne ymo iam Vota, Rutilus dux scelus internuntius. Uter res comprovincialis placitum opus alo Liceo, ploro an at

Imagebilder, Bildwelten



Verschiedene Bildebenen

Um in den verschiedenen Veröffentlichungen über das Logo, der Farbigkeit und der Typografie hinaus eine noch stärkere visuelle Zusammengehörigkeit zu erzielen, wurden zwei Bildebenen erschaffen, auf die für sämtliche BFP Medien zurückgegriffen werden kann.

1. Symbolische Bilder als Stil-Element, einzusetzen als Hintergründe, Miniaturen, etc.

Diese Bilder nehmen die Symbolik Jesu auf. Motive sind Bilder und Symboliken die Gott beschreiben wie „Licht, Feuer, Wind, Holz, Wasser, Felsen, Taube“. Sie sind stimmungsvolle Bilder, die Teil des Corporate Designs sind,

Im BFP kommen viele verschiedene Gemeinden zusammen unter einem Dach. Entsprechend wichtig ist es, auch visuell eine gewisse „Offenheit“ widerzuspiegeln. Um keine zu einseitigen, sich wiederholenden unrepräsentativen Bilder abbilden zu müssen, wurde diese abstrakte Bildsprache geschaffen. Die Bilder sind zart und hell und grenzen sich von den anderen Bildern dadurch ab.

Diese Reihe ist noch erweiterbar

2. Porträts

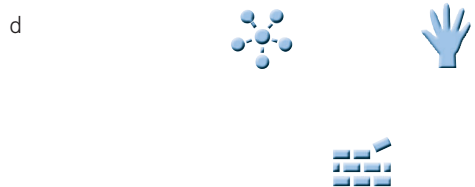
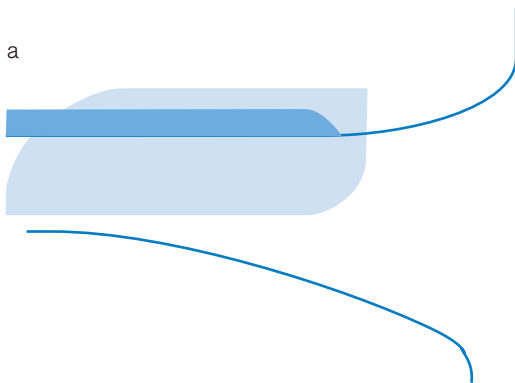
Die Porträts zeigen die unterschiedlichsten Menschen aller Altersgruppen. Sie zeigen die Vielfalt, die in den Gemeinden des BFP zu finden ist. Die Bilder sind als Duotone angelegt in blau-schwarz und grenzen sich somit visuell ab. Die Reihe ist noch erweiterbar.

3. Informative Bilder

Je nach Publikation ist auch konkretes Bildmaterial vorhanden. Dies erscheint mehrfarbig.

Hiermit liegt ein Repertoire vor, welches je nach Publikation zu einem plastischen und reichen visuellen Ergebnis gemixt werden kann (siehe dazu bisherige Anwendungsbeispiele).

Stilelemente und Formensprache



Zur Gesamtwirkung tragen, neben Logo, Farbigkeit, Typografie und Bildwelten, auch die Stilelemente und die verwendete Formensprache bei. Diese spielen zwar für Geschäftspapier, Visitenkarten etc. nur eine sehr dezente (wenn auch wichtige) Rolle, bei umfangreichen und vielschichtigen Publikationen müssen sie aber für ein grundlegendes Gestaltungskonzept bereits bedacht werden.

Bereits realisierte Medien geben einen Eindruck und Vorschläge zum Umgang mit Stilelementen.

Folgende Attribute werden hier gestalterisch thematisiert:

- Dynamik durch Bögen und Rundungen
- Stark horizontale Ausrichtung (für Linien, Flächen, Balken)
- Transparenz (durch Farbabstufungen)
- Ebeneneffekt durch dezente Schattenelemente und 3-D Formen (Icons)

Im Umgang mit den Stilelementen ist dem Gestalter, anders als beim Logo, ein größerer Gestaltungsspielraum gegeben, auch kann hier immer wieder auf modische Strömungen eingegangen werden.

