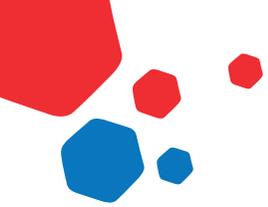




Corporate Design Logo Logo Deutsches Kinderhilfswerk

Version 01 – Stand 21. Dezember 2011





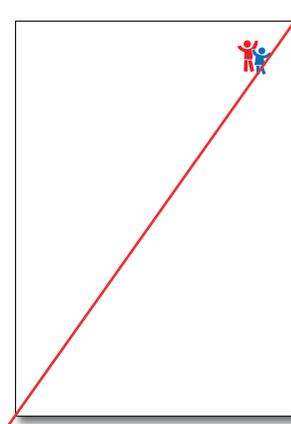
Logo

Mindestabstand und Farben

Um die Wiedererkennbarkeit der Marke Deutsches Kinderhilfswerk zu gewährleisten, muss die konsequente Verwendung der Originalvorlagen sichergestellt werden. Die Größe des Logos und die Einhaltung der definierten Abstände um das Logo herum sind deshalb von äußerster Wichtigkeit.

Der Mindestabstand definiert den Bereich um das Logo, der grundsätzlich frei gehalten werden muss und in den keine anderen Elemente platziert werden dürfen.

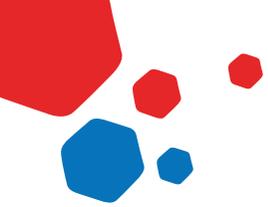
Als Referenz zur Festlegung des Mindestabstands dient die Höhe des „K“ aus der Wortmarke.



Corporate Farben

	Rot	
	CMYK	0/100/100/0
	Pantone*	1795 C
	HKS	14
	RAL-Des.	030 40 60
	RGB	227/6/19
	HEX	e30613

	Blau	
	CMYK	100/50/0/0
	Pantone*	2935 C
	HKS	44
	RAL-Des.	260 40 45
	RGB	0/105/180
	HEX	0069b4



Reinzeichnungsdateien DKHW

Das Logo ist digital verfügbar; die Vorlagen dürfen nur in der Originalversion und -größe verwendet werden. Änderungen sind nicht zulässig.

Standardanwendungen

Einsatz Logo farbig

– überall, wo möglich

Logo 4-farbig

DKHW_Logo_4c.eps



Logo Pantone

DKHW_Logo_P.eps



Logo RGB

DKHW_Logo_RGB.eps



Ausnahmeanwendungen

Einsatz Logo Graustufen

– Beispiel: Anzeigen in Graustufen

Logo Graustufen

DKHW_Logo_Graustufen.eps



Einsatz Logo farbig

Beispiel: 1-farbige Anzeigen

Logo 1-farbig

DKHW_Logo_1c.eps



Einsatz Logo einfarbig

– Beispiele Schwarz: Fax, Sponsoring, Co-Branding

Logo Schwarz

DKHW_Logo_SW.eps



Einsatz Logo Negativ

– Beispiele: negativ-Darstellungen (weiß auf Farbe)

Logo Weiß

DKHW_Logo_Neg.eps



Einsatz Logo Pantone Kontur

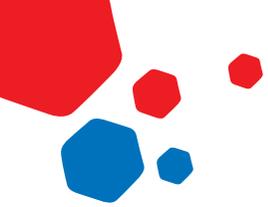
– nur auf der Spendendose

Logo Pantone

DKHW_Logo_P_Kontur.eps



Sollte das Medium die Farbe vorgeben, kann das Logo in weiß eingesetzt werden. Die Hintergrundfarben sollten dem Farbspektrum von DKHW entsprechen.



Größen DKHW

Für DIN Formate ist das Logo des Deutschen Kinderhilfswerkes in drei verschiedenen Größen mit jeweiligen Platzierungsabständen definiert.

Für weitere Mediengrößen wird auf Basis des nächstliegenden DIN-Formats (Seitenverhältnis) das Logo proportional auf das gewünschte Format skaliert.

Hochformate – Standard

DIN A4 hoch (210 x 297 mm)

Logobreite:	45 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	4x
Abstand nach rechts bzw. links	4x

DIN A5 hoch (148 x 210 mm)

Logobreite:	40 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	3x
Abstand nach rechts bzw. links	3x

DIN lang hoch (99 x 210 mm)

Logobreite:	40 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	3x
Abstand nach rechts bzw. links	3x

Querformate – Standard

DIN A4 quer (297 x 210 mm)

Logobreite:	45 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	4x
Abstand nach rechts bzw. links	4x

DIN A5 quer (210 x 148 mm)

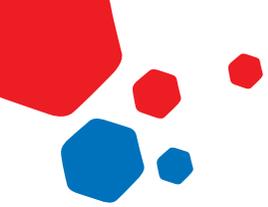
Logobreite:	40 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	3x
Abstand nach rechts bzw. links	3x

DIN lang quer (210 x 99 mm)

Logobreite:	40 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	3x
Abstand nach rechts bzw. links	3x

Visitenkarte quer (85 x 55 mm)

Logobreite:	30 mm
Abstand oben bzw. unten (x= Höhe des „K“ aus der Wortmarke):	3x
Abstand nach rechts bzw. links	3x



Positiv- und Negativbeispiele

Damit das Logo des Deutschen Kinderhilfswerkes sofort und leicht erkannt wird, muss eine stets einheitliche Präsentation gewährleistet sein.

Vorbildlich



Das Logo steht immer auf weißem Hintergrund in den korrekten Proportionen.

Nicht zulässig



Farbiger Hintergrund



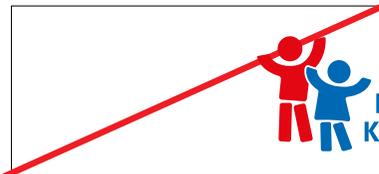
Bildhintergrund



Isolierung der Bildmarke



Verzerrung (Dehnung oder Stauchung)

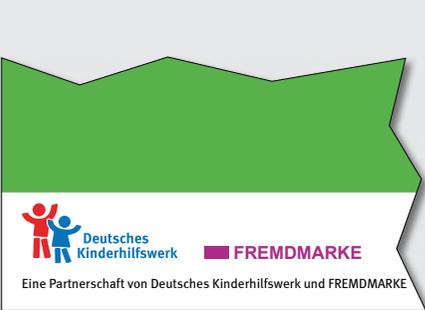
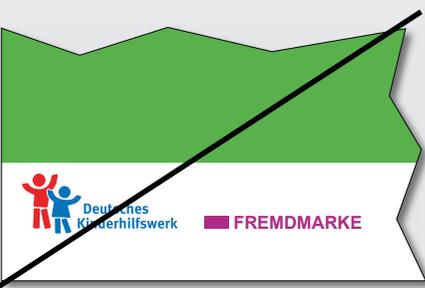


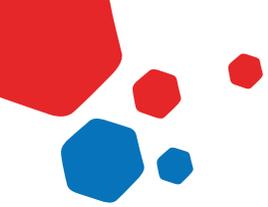
Anschnitte



Isolierung der Wortmarke

Layoutprinzip Co-Branding und Sponsoring

	Deutsches Kinderhilfswerk als Gastgeber für Andere	Deutsches Kinderhilfswerk und Andere als gleichwertige Partner	Deutsches Kinderhilfswerk zu Gast bei Anderen
<p>Verbales Co-Branding Nur der Gastgeber tritt mit Logo auf. Gäste und gleichberechtigte Partner treten lediglich über einen verbalen Verweis in Erscheinung. Dieser kann als knappe, sachliche Anbindung formuliert oder in kommunikativer Form in den Text integriert werden.</p>			
<p>Verbal-visuelles Co-Branding Gäste und gleichberechtigte Partner treten mit Logo und einem erklärenden verbalen Zusatz in Erscheinung. Dieser ist knapp und sachlich gehalten und erläutert, in welchem Verhältnis Gast und Gastgeber bzw. die Partner zueinander stehen.</p>			<p>a)</p>  <p>oder</p> <p>b)</p> 
<p>Visuelles Co-Branding Alle Beteiligten (Gastgeber, Gäste, gleichberechtigte Partner) treten lediglich mit Logo auf. Ein verbaler Verweis, der die Beziehung zwischen den Beteiligten erläutert, fehlt. Deshalb ist ein rein visuelles Co-Branding zu vermeiden.</p>			



Layoutprinzip Platzierung der Co-Branding-Linie

Zur Verdeutlichung der Beziehung zwischen der Marke Deutsches Kinderhilfswerk und Gästen, Partnern, Sponsoren etc. wird eine Co-Branding-Linie verwendet. Abhängig von der Anzahl der kooperierenden Marken und der Art der Anwendung gibt es verschiedene Möglichkeiten zur Darstellung des Co-Branding-Hinweises (siehe Beispiele rechts).

Version 1a-c: Das Logo der Gäste bzw. Sponsoren wird in Verbindung mit der Co-Branding-Linie (z.B. „In Kooperation mit + Gäste bzw. Sponsoren Logo“) eingesetzt.

Alternative Formulierungen zu „in Kooperation mit“ sind ebenfalls zulässig, sofern sie die Art der Kooperation, des Sponsorings oder auch der Förderung besser verdeutlichen. Derartige Hinweise sollten immer kurz und beschreibend sein. Bei gleichzeitiger Präsentation von mehr als nur einem Gast bzw. Sponsor sollten die jeweiligen Marken horizontal oder vertikal mit dem angegebenen Mindestabstand (siehe rechts) ausgerichtet werden.

Version 2a und b: Die Marke Deutsches Kinderhilfswerk ist zu Gast bei Dritten. Das Logo kann entweder farbig auf weißer Fläche oder invers auf dem Hintergrund der Fremdmarke erscheinen.

Darstellung der Co-Branding-Linie

Schrift
Meta Book Roman

Schriftgröße
Die Zeichenhöhe beträgt bei
DIN A4 Format = 9 pt
< DIN A5 Format = 7 pt
> DIN A4 = proportional

Farbe
DKHW-Blau, Schwarz oder Weiß. Nutzen Sie bitte für Informationstext und Linie die selber Farbe.

Linie
Die Linie wird unterhalb des Co-Branding-Textes platziert und dient zur Erklärung, in welchem Bezug die Marke bzw. Fremdmarke zu anderen Marken steht. Die Linie beginnt immer linksbündig mit dem Co-Branding-Text und dem Logo. Liniendstärke: 0,5 pt

Der Abstand zwischen dem Co-Branding-Text und der Linie sollte möglichst $\frac{1}{2}x$ betragen, zwischen Linie und Logo $1x$.

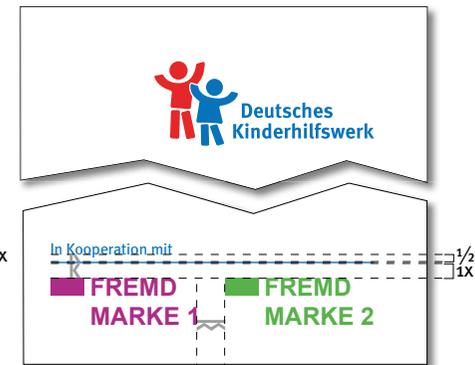
Werden mehrere Logos unter der Co-Branding-Linie platziert, sollte mindestens ein Abstand von mindestens $2x$ horizontal und vertikal zwischen den Logos gehalten werden.

Version 1a



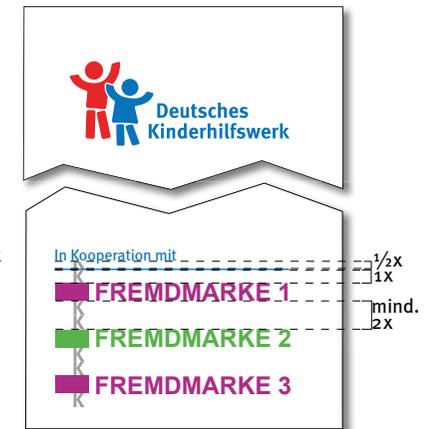
$1x = K$ -Höhe aus dem Logo

Version 1b



mind. $2x$

Version 1c



Version 2a



Version 2b

