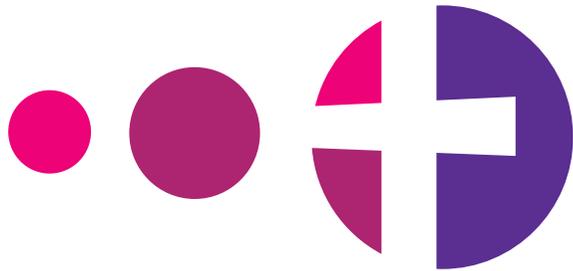




CD-Manual

Richtlinien zur Gestaltung von Medien

Evangelisch-lutherischer **Kirchenkreis** Hannover



Kirchenkreis Hannover

- 1. Das Logo**
 - 1.1 Beispiel Logo-Untergruppe
- 2. Die Schriften**
- 3. Das Farbspektrum**
- 4. Gestaltungsbeispiele**
 - 4.1 Ausstattung (Visitenkarte/Brief)
 - 4.2 Beschilderungen
 - 4.3 Außenbeschilderungen
 - 4.4 Anwendungsbeispiele

1. Das Logo



Logo-Grundversion: Dreipunkt-Version „Kirchenkreis Hannover“

Die Logo-Grundversion („main“) besteht aus drei anwachsenden Kreisen in den drei Hauptfarben (Warmes Magenta, Brombeer, Violett).

Der dritte Kreis wird durch ein offenes Kreuz durchbrochen, so dass sich hier drei farbige Kreissegmente in den Hauptfarben ergeben.

Diese Grundversion soll vorrangig genutzt werden.

Es gilt, einen Schutzraum von umlaufend $\frac{1}{2} x$ (Hälfte der großen Kreishöhe) einzuhalten (siehe links).

Alle Logo-Versionen existieren als Datensatz mit der Wortmarke „Kirchenkreis Hannover“ und dürfen nicht in anderen Anordnungen von Wort- und Bildmarke oder in anderen Farben verwendet oder anderweitig verändert werden.

Abweichungen von Schrifttype, Schriftfarbe und Platzierung, Veränderungen der Bild- und Wortmarke (Verzerrung, Drehung, veränderte Anordnung, Farbänderung o.ä.) erzeugen ein uneinheitliches Auftreten und schwächen somit ein geschlossenes Gesamtbild des Corporate Designs.

Bitte immer nur Logo-Versionen aus dem gelieferten Logo-Datensatz verwenden, um Abweichungen zu vermeiden – nur so ist ein einheitliches Auftreten gewährleistet.

1. Das Logo



Smarte Version zweizeilig:
Notwendig, wenn die Schrifthöhe der Grundversion unter 3,5 mm fällt



Smarte Version einzeilig, wenn die Kreishöhe unter 10 mm fällt



Duftmarke – geeignet für den verkürzten Einsatz im Internet und auf kleinstem Raum wie z.B. Brandings

Logo-Kurzformen: Herausgelöste Version „Kirchenkreis Hannover“

Unter einer Höhe der Bildmarke von $x = 17,5$ mm (Schrifthöhe der Logo-Grundversion 3,5 mm) kommt die „smart“-Version mit herausgelöstem Kreuzpunkt zum Einsatz.

Die smarte Version mit zweizeilig gesetztem Namen findet ihre Anwendung bis zu einer Kreishöhe von 10 mm.

Um die Lesbarkeit des Namens auch in noch kleineren Größen zu gewährleisten, wird unter einer Kreishöhe von 10 mm die einzeilige „smart“-Version eingesetzt.

Die herausgelösten Kurzformen dienen der Nutzung auf sehr kleinem Raum und in kurz getakteten Medien (digital/Video). Sie können zudem in extremen Hoch- oder Querformaten eingesetzt werden (z.B. Banner/Hissflaggen ö.Ä.)

Auch bei den „smart“-Versionen des Logos gilt es, einen Schutzraum von umlaufend $\frac{1}{2} x$ (Hälfte der Kreishöhe) einzuhalten.

Alles, was unter eine Kreishöhe von 7 mm fällt, wird auf die „Duftmarke“ reduziert (herausgelöste Bildmarke ohne Text).

Die Duftmarke eignet sich für den Einsatz im Internet (z.B. als favicon) oder auf kleinstem Raum (z.B. als Branding).

1.1 Beispiel Logo-Untergruppe



In Anlehnung an die Dachmarke können Logo-Untergruppen gebildet werden, die sich durch ihre typografische Anordnung und einen anderen Farbcode von der Grundform unterscheiden.

Beispiel:

Logo KITS – Kitas im Kirchenkreis Hannover

Dreipunkt-Version mit variiertem Farbcode

Im Logo-Beispiel der Untergruppe „KITS“ wird „Kirchenkreis Hannover“ aus der Grundform ergänzt durch die Benennung „KITS – Kitas im“ unter Einsatz des bereits bestehenden Schriftzugs „KITS“.

Die Farbcodierung besteht aus der Hauptfarbe Violett plus den beiden Grüntönen aus dem CD-basierten Farbspektrum (siehe 3.)

Es ist bei der Gestaltung eines Untergruppen-Logos unbedingt darauf zu achten, dass der Abstand und das Größenverhältnis des ergänzenden Textes zur Bildmarke (Dreipunkt) harmonisch bleibt und die Gesamtbreite der Grundform nicht überschritten wird (vgl. MAV, Kirche im Blick, KiKiMu...).

Auch beim Untergruppen-Logo gilt es, einen Schutzraum von umlaufend $\frac{1}{2}x$ (Hälfte der Kreishöhe) einzuhalten.

Alle Logo-Versionen liegen als Datensatz vor und dürfen nicht in anderen Anordnungen von Wort- und Bildmarke oder in anderen Farben verwendet oder anderweitig verändert werden.

Abweichungen von Schrifttype, Schriftfarbe und Platzierung, Veränderungen der Bild- und Wortmarke (Verzerrung, Drehung, veränderte Anordnung, Farbänderung o.ä.) erzeugen ein uneinheitliches Auftreten und schwächen somit ein geschlossenes Gesamtbild des Corporate Designs.

Bitte immer nur Logo-Versionen aus dem gelieferten Logo-Datensatz verwenden, um Abweichungen zu vermeiden – nur so ist ein einheitliches Auftreten gewährleistet.

1.1 Beispiel Logo-Untergruppe



Smarte Version mit KITAS-Schriftzug:
Notwendig, wenn die Schrifthöhe der Grundversion unter 3,5 mm fällt



Duftmarke – geeignet für den verkürzten Einsatz im Internet und auf kleinstem Raum wie z.B. Brandings

Logo-Kurzform: Herausgelöste Version eines Untergruppen-Logos

Beispiel:

Logo KITAS – KITAS im Kirchenkreis Hannover

Herausgelöste Kreuzpunkt-Form mit Schriftzug „KITAS“

Unter einer Höhe der Bildmarke von $x = 17,5$ mm (Schrifthöhe der Logo-Grundversion 3,5 mm) kommt auch in den Untergruppen eine „smart“-Version mit herausgelöstem Kreuzpunkt zum Einsatz.

In diesem Beispiel wird der Kreuzpunkt mit dem Schriftzug „KITAS“ ergänzt; „im Kirchenkreis Hannover“ entfällt.

Hier muss gewährleistet sein, dass die Zugehörigkeit zum evangelisch-lutherischen Kirchenkreis Hannover an anderer Stelle deutlich gemacht wird.

Die herausgelöste Kurzform „smart“ dient der Nutzung auf sehr kleinem Raum und in kurz getakteten Medien (digital/Video). Sie kann zudem in extremen Hoch- oder Querformaten eingesetzt werden (z.B. Banner/Hissflaggen ö.Ä.)

Auch bei den „smart“-Versionen eines Untergruppen-Logos gilt es, einen Schutzraum von umlaufend $\frac{1}{2}x$ (Hälfte der Kreishöhe) einzuhalten.

Alles, was unter eine Kreishöhe von 4 mm fällt, wird auf die „Duftmarke“ reduziert (herausgelöste Bildmarke ohne Text).

Die Duftmarke eignet sich für den Einsatz im Internet (z.B. als favicon) oder auf kleinstem Raum (z.B. als Branding).

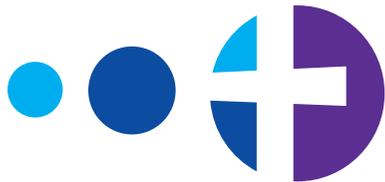
1.1 weitere Beispiele Logo-Untergruppe



**MAV im
Kirchenkreis Hannover**



**Kirche im Blick
Wiedereintrittsstelle**



**SBV im
Kirchenkreis Hannover**

In Anlehnung an die Dachmarke erstellte
weitere Untergruppen-Logos:

- MAV (Mitarbeitendenvertretung im Kirchenkreis Hannover)
- SBV (Schwerbehindertenvertretung im Kirchenkreis Hannover)
- Kirche im Blick (Wiedereintrittsstelle im Kirchenkreis Hannover)

Auch für diese Logos, die als Datensatz dem Kirchenkreis vorliegen,
gelten die oben genannten Regeln.



2. Die Schriften

Für den täglichen Gebrauch (E-Mails, Briefe, Dokumente) findet grundsätzlich die **Segoe UI** Verwendung. Diese Schrift ist im Microsoft Office-Paket enthalten.

Sollte die Segoe UI nicht verfügbar sein, können alternativ auch die **Neue Haas Grotesk** oder (als letzte Möglichkeit) die **Arial** genutzt werden. (Auch diese Schriftfamilien sind im MS Office-Paket enthalten).

>> Agenturen/professioneller Einsatz:

Für gestaltete Medien gilt als Hausschrift die **Frutiger**, die auch in der Wortmarke zum Einsatz kommt (Condensed/Condensed Bold).

Gestaltete Medien sind immer von der zuständigen Stelle im Kirchenkreis Hannover freizugeben.

The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.

Frutiger Light, Roman, Italic und Bold
Fließtextschrift (Light oder Roman), Auszeichnungsschrift (Bold oder Italic)
>> Bitte maximal drei unterschiedliche Schnitte verwenden.

The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.

Segoe UI Light, Roman, Italic und Bold (Microsoft)
Fließtextschrift (Light oder Roman), Auszeichnungsschrift (Bold oder Italic)
>> Bitte maximal drei unterschiedliche Schnitte verwenden.

The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.

Neue Haas Grotesk Light, Roman, Italic und Medium (Microsoft)
Fließtextschrift (Light oder Roman), Auszeichnungsschrift (Medium oder Italic)
>> Bitte maximal drei unterschiedliche Schnitte verwenden.

The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.
The fast brown fox jumps over the lazy dog.

Arial Light, Roman, Italic und Bold
Fließtextschrift (Light oder Roman), Auszeichnungsschrift (Bold oder Italic)
>> Bitte maximal drei unterschiedliche Schnitte verwenden.

3. Farbspektrum im Dreiklang mit Violett



0C 100M 20Y 0K
Pantone 213 C
#e3006a



35C 100M 30Y 0K
Pantone 675 C
#af1867



80C 100M 0Y 0K
Pantone 2597 C
#5b2282



5C 60M 20Y 0K
Pantone 701 C
#e6849a



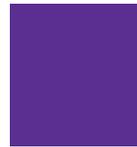
15C 100M 100Y 0K
Pantone 1795 C
#dc071e



0C 40M 100Y 0K
Pantone 130 C
#f6a800



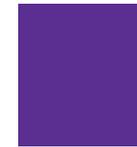
0C 70M 100Y 0K
Pantone 158 C
#eb6a0a



50C 0M 30Y 0K
Pantone 564 C
#bcabd



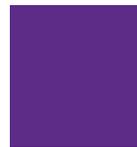
100C 0M 40Y 10K
Pantone 320 C
#008e96



25C 0M 100Y 0K
Pantone 809 C
#d4d600



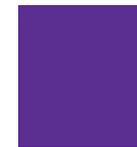
50C 12M 100Y 0K
Pantone 583 C
#97b015



100C 0M 0Y 0K
Pantone Cyan C
#009ee3



100C 80M 0Y 0K
Pantone 661 C
#004494



80C 100M 0Y 0K
Pantone 2597 C
#5b2282

Hauptfarben (primär)

Die im Logo enthaltenen Farben **Warmes Magenta**, **Brombeer** und **Violett** bilden einen farbigen Dreiklang, der sich als Farbharmonie durch alle Medien zieht. Diese drei Farben sind als Primärfarben im CD gesetzt.

Sekundärfarben

Zusätzlich zum Dreiklang der Hauptfarben können Farb-Dreiklänge mit den Sekundärfarben des CD-Farbspektrums gebildet werden. Ein neuer Dreiklang bildet sich immer aus der Hauptfarbe Violett und einem der sekundären Farbpaare. Einsatz finden diese neuen Dreiklänge z.B. in den Untergruppen-Logos. (siehe 1.1)

Alle Farben des Spektrums harmonieren miteinander. Abweichungen von diesem Spektrum sind nicht erwünscht. Sie würden ein uneinheitliches Auftreten erzeugen und somit ein geschlossenes Gesamtbild des Corporate Designs schwächen.

4.1 Gestaltungs- beispiel Ausstattung



Kirchenkreis Hannover

Kirchenamt Hannover · Hildesheimer Str. 165 · 30173 Hannover

Ev.-luth. Kirchengemeinde xy
Herrn/Frau xy
Straße, Haus-Nr.
PLZ, Ort

**DIE VORSITZENDE DER
KIRCHENKREISSYNODE**

Aktenzeichen: 205 / 111
(bei Antwort bitte angeben)

Kontakt:

Vorname Nachname
Telefon 0511 9878- xxx
vorname.nachname @evlka.de

www.kirche-hannover.de

Hannover, den 27.05.2024



REFERAT FÜR
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Kirchenkreis Hannover

Evangelisch-lutherischer
Kirchenkreis Hannover
Hanns-Lilje-Platz 3
30159 Hannover
Tel.: 0162 7857981
severine.bunzel@evlka.de

Severine Bunzel
Öffentlichkeitsarbeit & Social Media



www.kirche-hannover.de

Besuchen Sie uns auch auf:

 [www.facebook.com/
kirchenkreishannover](https://www.facebook.com/kirchenkreishannover)

 [www.instagram.com/
kirchenkreishannover](https://www.instagram.com/kirchenkreishannover)

4.2 Gestaltungsbeispiele Beschilderung



Schild Superintendentur Mitte, 300 x 210 mm (M 1:4)



KITS Türschild 594 x 420 mm (M 1:8)



Türschild, 140 x 140 mm (M 1:4)

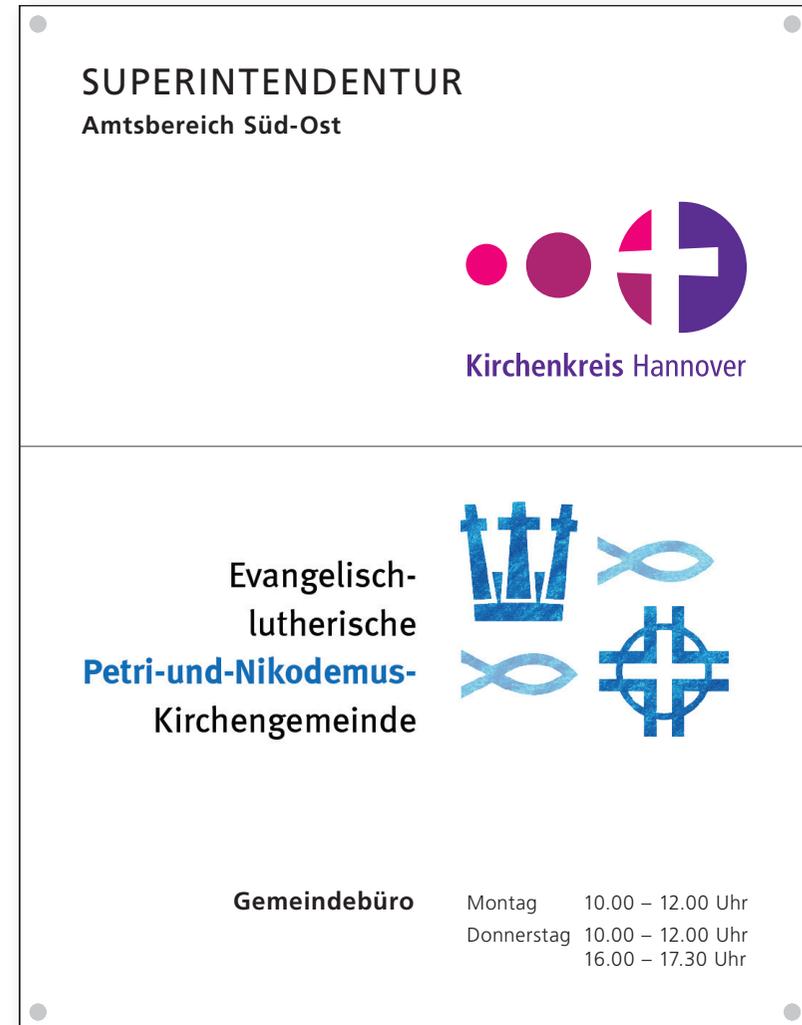


Türschild, 140 x 140 mm (M 1:4)



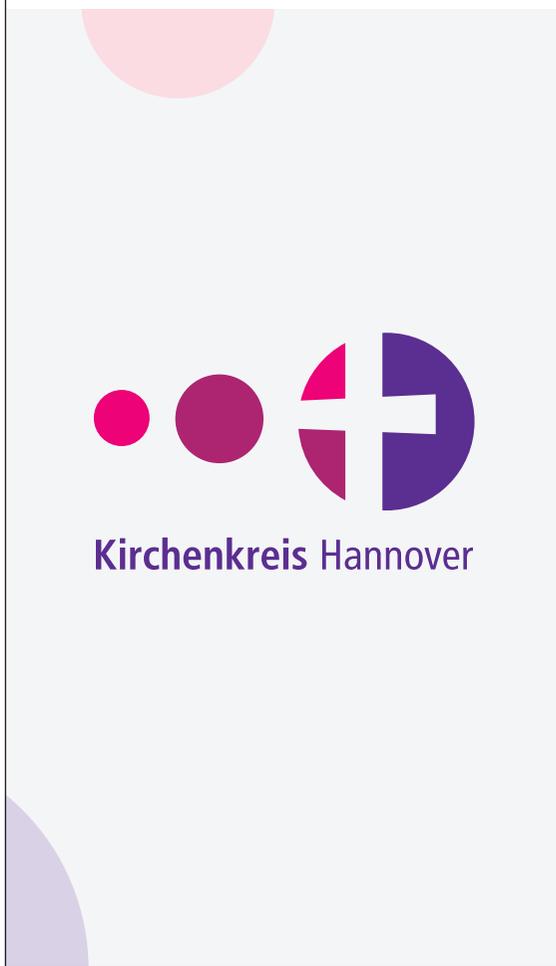
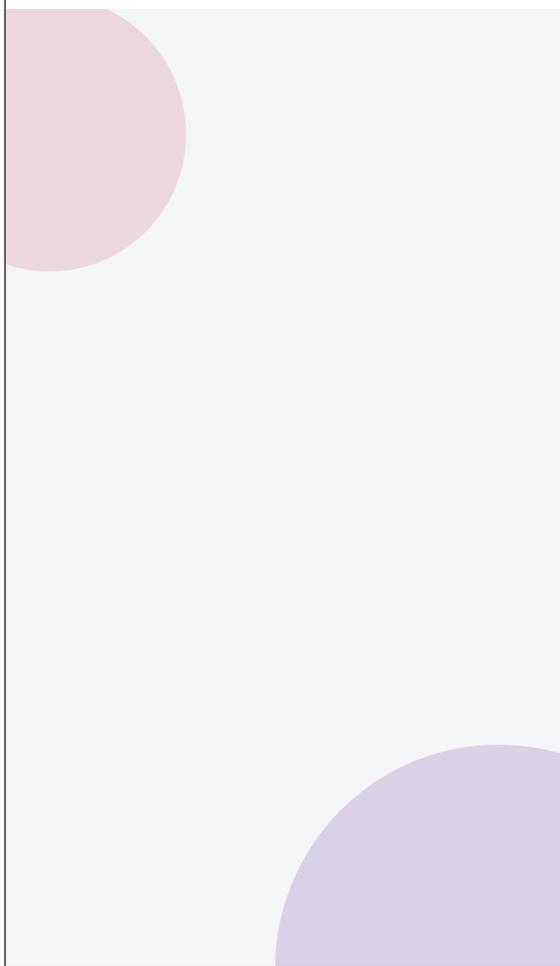
Türschild, 140 x 140 mm (M 1:4)

... mit weiterem Logo

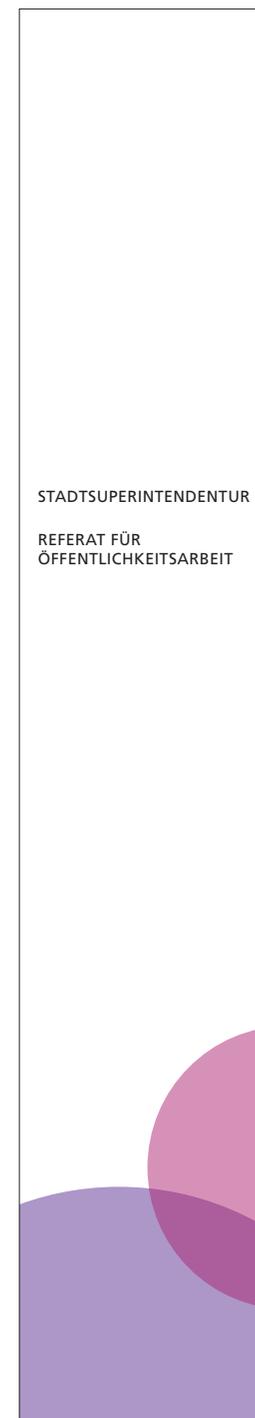


Schild Superintendentur Süd-Ost, 420 x 540 mm (M 1:4)

4.2 Gestaltungsbeispiele Beschilderung | Glastüren

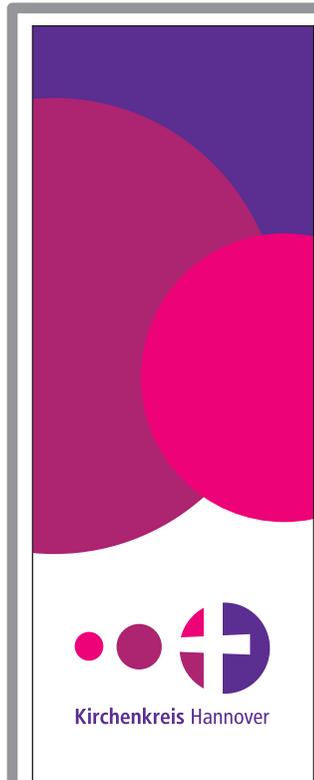


Schild Schuhstraße 4, Eingangstüren Glas | jeweils 740 x 1260 mm (M 1:10)



Schild Schuhstraße 4, Innentüren Glas | jeweils 335 x 1860 mm (M 1:10)

4.3 Gestaltungsbeispiel Außenbeschilderung Kirchenamt



Hissflagge mit Ausleger
1500 x 4000 mm (M 1:40)



Schild Kirchenamt, Fassade, 3200 x 1600 mm (M 1:20)



Banner Kirchenamt, Fassade, 3430 x 1830 mm (M 1:20)

4.4 Anwendungsbeispiele

Plakativer Einsatz

Bei plakativen Medien kommt es zum großzügigen Einsatz von Farbkreisflächen im **Warmen Magenta, Brombeer** und **Violett**, wobei jede der drei Kreisflächen jeweils nur eine der Primärfarben abbildet.

Die Größen der Kreisflächen sind variabel. Sie sollten sich sichtbar unterscheiden und analog zum Logo möglichst heranwachsend sein.

Die Kreisflächen liegen auf Weißraum, einem Bildmotiv oder einer der drei Farben und befinden sich immer im Anschnitt. Sie können auch gestaffelt übereinander liegen.

Das farbige Logo muss immer auf einer ruhigen hellen Fläche platziert werden, so dass die Lesbarkeit garantiert wird.

Auf dunkleren oder farbverwandten Untergründen wird auf die negativ gestellte Weißform des Logos zurückgegriffen.



Plakate (DIN-Formate)



Ströer Motiv (1024 x 768 px)



Roll-Up (80 x 200 cm)



Banner (300 x 100 cm)

4.4 Anwendungsbeispiele

Illustrativer Einsatz

Die Farbkreisflächen im **Warmen Magenta**, **Brombeer** und **Violett** dürfen auch – soweit es thematisch passend ist – illustrativ angewendet werden. So können die Kreisformen leicht modifiziert inhaltlichen Bezug zum Thema herstellen (siehe Beispiel rechts „Flyer 75 Jahre Grundgesetz“).

Streuartikel

Auf Werbematerialien (siehe abgebildete Beispiele) kommen die Primärfarben und die Logoverision dem jeweiligen Artikel angepasst zum Einsatz.



Kugelschreiber



Samentütchen



Gummibärchen



Flyer 75 Jahre Grundgesetz

lirchenamt der Ev.-luth. Landeskirche Hannovers.
 Moderation: Oberlandeskirchenrat Prof. Dr. Christoph Gooß, Wolfenbüttel
 Zur Teilnahme an der digitalen Veranstaltung ist eine Anmeldung via E-Mail erforderlich: bevollmaechtigte@evangelische-konfoederation.de

Donnerstag • 30. Mai • 20 Uhr
Marktkirche Hannover
 Wortwechsel
 „Die Freiheit des Glaubens, des Gewissens und des religiösen Bekenntnisses – Demokratie und Religion“
 Prof. Dr. jur. Florian Meinel, Georg-August-Universität Göttingen
 Dr. Stephan Schaede, Vizepräsident des Kirchenamtes der Evangelischen Kirche in Deutschland Hannover
 Moderation: Dr. Thela Wernstedt, Präsidentin der Klosterkammer Hannover
 Musikalische Gestaltung: Aiel LaDeur, Saxophon
 Eine Veranstaltung der Marktkirchengemeinde Hannover und der Hanns-Lilje-Stiftung. In Kooperation mit dem Sprengel Hannover.

Sonntag • 26. Mai 2024 • 10 Uhr
Marktkirche Hannover
 Festgottesdienst 75 Jahre Grundgesetz
 Menschenwürde und Gottebenbildlichkeit
 Dialogpredigt Landesbischof Ralf Meister
 Klosterkammer Hannover
 Universitätspräsident Prof. Dr. jur. Volker Epping (Hannover)
 Pastor Marc Blessing, Liturgie

Dienstag • 21. Mai 2024 • 18 Uhr
Neustädter Hof- und Stadtkirche
 Hanns-Lilje-Forum
 „Angezhöhte Demokratie: Vielfalt und Zusammenhalt in Gefahr?“
 Mit Bundespräsident a. D. Christian Wulff (Impulsvortrag), anschließend Gespräch mit ihm und Schülerinnen und Schülern, Kaiserin-Auguste-Viktoria-Gymnasium Celle, und Jugenddiakon Jan Mönlich (Northem)
 Moderation: Prof. Dr. Christoph Dahling-Sander, Geschäftsführer der Hanns-Lilje-Stiftung
 Musikalische Gestaltung: Juvenis Jugendchor Celle unter Leitung von Stephan Doormann
 Eine Veranstaltung der Hanns-Lilje-Stiftung und der Ev.-luth. Landeskirche Hannovers

E-Mail erforderlich: info@haus-der-regionen.de



Segenbändchen

4.4 Anwendungsbeispiele

Beispiel Untergruppe KITS

Für „KITS – Kitas im Kirchenkreis Hannover“ wurden Kampagnenmotive entwickelt, die ebenfalls mit den Kreisformen spielen.

Sie verbinden sich hier zu variablen Wolkenformen (Bubbles), die entweder mit dem jeweiligen Bildmotiv gefüllt sind oder als Vollfläche im KITS-Farbdreiklang (bzw. negativ) eingesetzt werden.

Auch diese Formen stehen vorrangig im Anschnitt.

Das gesamte Farbklima bildet den Farbdreiklang des Logos ab.

Das farbige KITS-Logo muss immer auf einer ruhigen hellen Fläche platziert werden, so dass die Lesbarkeit garantiert wird.

Auf dunkleren oder farbverwandten Untergründen wird auf die negativ gestellte Weißform des Logos zurückgegriffen.



KITS Einkaufswagenlöser (Schlüsselanhänger)



**Herzlich
willkommen!**



**KITS – Kitas im
Kirchenkreis Hannover**

Roll-Up (80 x 200 cm)



KITS Sattelschoner



Flyer KITS Recruiting