

Corporate Design der FF NRW

**FREIWILLIGE
FEUERWEHR** Für mich.
Für alle.

Stand Mai 2017

INHALT

WORT-BILD-MARKE	3	Collagen	17
Farbvarianten	4	Collagen don'ts	18
Falsche Anwendungen	5	Format-Adaption Beispiele	19
Schutzzone	6		
Größe	7	UNTERSTÜTZER-STICKER	20
Linien als Gestaltungselement	8		
 FARBEN	9		
 SCHRIFTEN	10		
 HINTERGRUND	11		
 PRINT-PLAKATE	12		
Editierbarer Motiv-Aufbau	12		
Editierbarers Masterlayout	13		
Übersicht der editierbaren Motive	14		
Headlines/Call-to-Action	15		
Headlines Beispiele	16		

WORT-BILD-MARKE

Diese Nutzungshinweise sollen ein einheitliches Erscheinungsbild der Wort-Bild-Marke „**Freiwillige Feuerwehr** Für mich. Für alle.“ gewährleisten.

Das Design der grafischen Elemente und des Textes ist festgelegt. Eine Veränderung dieser Elemente, der Wort-Bild-Marke und Texte ist nicht zulässig. Werden diese Dateien in Grafik- oder Textverarbeitungsprogrammen platziert bzw. eingefügt, dürfen sie nicht verzerrt werden.

Die Wort-Bild-Marke steht immer auf weißem Grund. In Ausnahmefällen kann sie auch auf sehr hellem einfarbigen Grund stehen. Farbiger oder fotografischer Grund ist nicht zulässig.

Hinweis:

Weitere Informationen zu Ausnahmefällen, siehe Farbvarianten auf S. 4.



**FREIWILLIGE
FEUERWEHR** Für mich.
Für alle.

WORT-BILD-MARKE – FARBVARIANTEN

In der Verwendung ist bevorzugt auf die CMYK-Variante zurückzugreifen. Ist eine solche aus tatsächlichen oder wirtschaftlichen Gründen nicht möglich, kann eine schwarze oder eine invertierte Darstellung gewählt werden.



CMYK-Variante



schwarze Darstellung



invertierte Darstellung

WORT-BILD-MARKE – FALSCH ANWENDUNGEN

Die Verwendung der Wort-Bild-Marke ist festgelegt. Folgende Beispiele zeigen Anwendungen, die nicht erlaubt sind.

Keine Verzerrungen!



Keine Modifikationen!



Keine unruhigen Hintergründe!



WORT-BILD-MARKE – SCHUTZZONE

Je mehr Freiraum der Wort-Bild-Marke zugeschrieben wird, desto repräsentativer kann sie wirken.

Um ein Mindestmaß dieser Fläche zu gewährleisten, wird eine Schutzzone eingerichtet. Diese definierte Schutzzone ist bei allen Anwendungen einzuhalten.

Die Wort-Bild-Marke steht immer auf einer weißen Fläche (Ausnahmen siehe Wort-Bild-Marke S. 3), die mindestens der Schutzzone entspricht. Die Größe der Schutzzone ergibt sich aus der Höhe des Versalbuchstabens „F“. Daraus resultiert ein Schutzzonen-Modul. Dieses Maß wird umlaufend als Schutzzone definiert.



WORT-BILD-MARKE – GRÖSSE

Die Mindestbreite der Wort-Bild-Marke beträgt 25 mm. Eine kleinere Darstellung würde die Lesbarkeit des Textes sowie die Erkennbarkeit der Wort-Bild-Marke gefährden.

Die Wort-Bild-Marke kann beliebig vergrößert werden.



WORT-BILD-MARKE – LINIEN ALS GESTALTUNGSELEMENT

Die Linien dürfen versetzt zueinander stehen. In den meisten Fällen sollten sie aber auf gleicher X-Achse platziert werden.

Auf Grundlage des Masterlayouts haben die Linien eine Strichstärke von 2 pt und werden mit einem Dreh- und Scherwinkel (X-Achse) von 7 Grad platziert.

Die Linien sind, je nach Farbvariante der Wort-Bild-Marke, schwarz oder weiß einsetzbar.

Hinweis:

Wenn Linien als Gestaltungselemente eingesetzt werden darf die Schutzzone des Logos nach oben und unten um $\frac{1}{3}$ verkleinert werden!

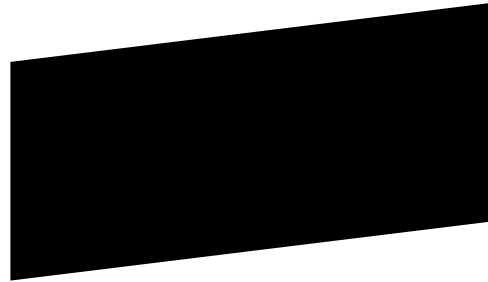
Die hier gezeigten Beispiele sind nur Gestaltungsvorschläge. Die Linien dürfen bei Bedarf in Länge und Versatz individuell ans Layout oder Format angepasst werden.



FARBEN

Die Hauptfarben der Freiwilligen Feuerwehr sind Rot und Schwarz. Beide Farben werden in der Wort-Bild-Marke verwendet.

Rot wird vor allem als Signalfarbe eingesetzt, z. B. für Headlines oder Kästen.



Schwarz

CMYK: 0/0/0/100
RGB: 0/0/0
SC: Pantone Black C



Rot

CMYK: 0/100/100/0
RGB: 227/6/19
SC: Pantone 485 C

SCHRIFTEN

Die Schriften, die die Freiwillige Feuerwehr für ihr Corporate Design verwendet, entstammen der Franklin Gothic-Familie.

Im Wesentlichen werden drei Schriften verwendet:

1. **Franklin Gothic Extra Condensed:**
Headline
2. **Franklin Gothic Medium Condensed:**
erste Zeile des Call-to-Action
3. **Franklin Gothic Demi Condensed:**
zweite Zeile des Call-to-Action

Logoschrift

Die Schrift Franklin Gothic Demi Condensed ist in der Wort-Bild-Marke zu verwenden.

ITC Franklin Gothic Medium Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ITC Franklin Gothic Demi Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Franklin Gothic Extra Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

HINTERGRUND

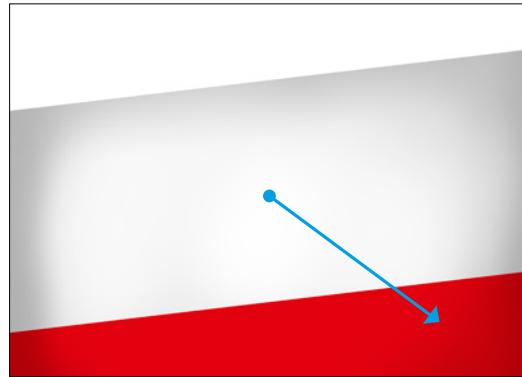
Zentrales grafisches Element der Werbemaßnahmen ist der weiß-grau-rote Hintergrund. Er wurde exklusiv für die Freiwillige Feuerwehr erstellt und darf nur in dieser Form verwendet werden. Es ist nicht möglich, den Hintergrund durch eigene, „ähnliche“ Hintergründe zu ersetzen.

Der Helligkeitsverlauf auf dem rot-grauen Hintergrund geht stets von der Mitte nach außen.

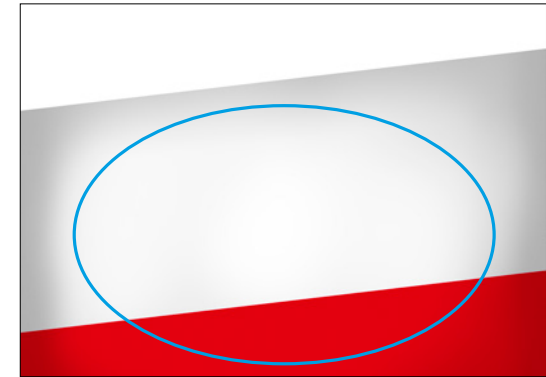
Die hellste Stelle sollte stets im mittleren Teil liegen. Bei extremen Formaten wird der weiß-grau-rote Hintergrund entsprechend angepasst.

Weißer und roter Hintergrund werden mit einem Drehwinkel von 7 Grad platziert.

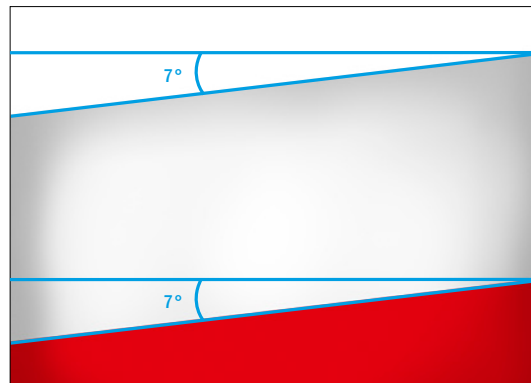
Beide Hintergründe sollten die gleiche Höhe aufweisen. Die Höhe kann aber bei Formatadaptionen variieren bzw. unterschiedlich ausfallen.



Helligkeitsverlauf



Hellster Teil des Hintergrunds



Drehwinkel 7 Grad



Weißer Hintergrundhöhe = Roter Hintergrundhöhe

PRINT-PLAKATE – EDITIERBARER MOTIV-AUFBAU

Anzeigen und Plakate der Werbekampagne sind stets aus denselben Elementen aufgebaut: Hintergrund, editierbarer Bereich, Collage, Headline, Wort-Bild-Marke der Freiwillige Feuerwehr und Call-to-Action sowie das Freiwillige Feuerwehr-Logo. Für alle Formate werden diese Elemente, ausgehend von einem Masterlayout, adaptiert.

Um ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten, ist sicherzustellen, dass bei Formatadaptionen alle Elemente zusammen eingesetzt werden. Die einzelnen Elemente dürfen nicht angeschnitten oder willkürlich weggelassen werden, sodass z. B. die Collage ohne Headline dasteht.

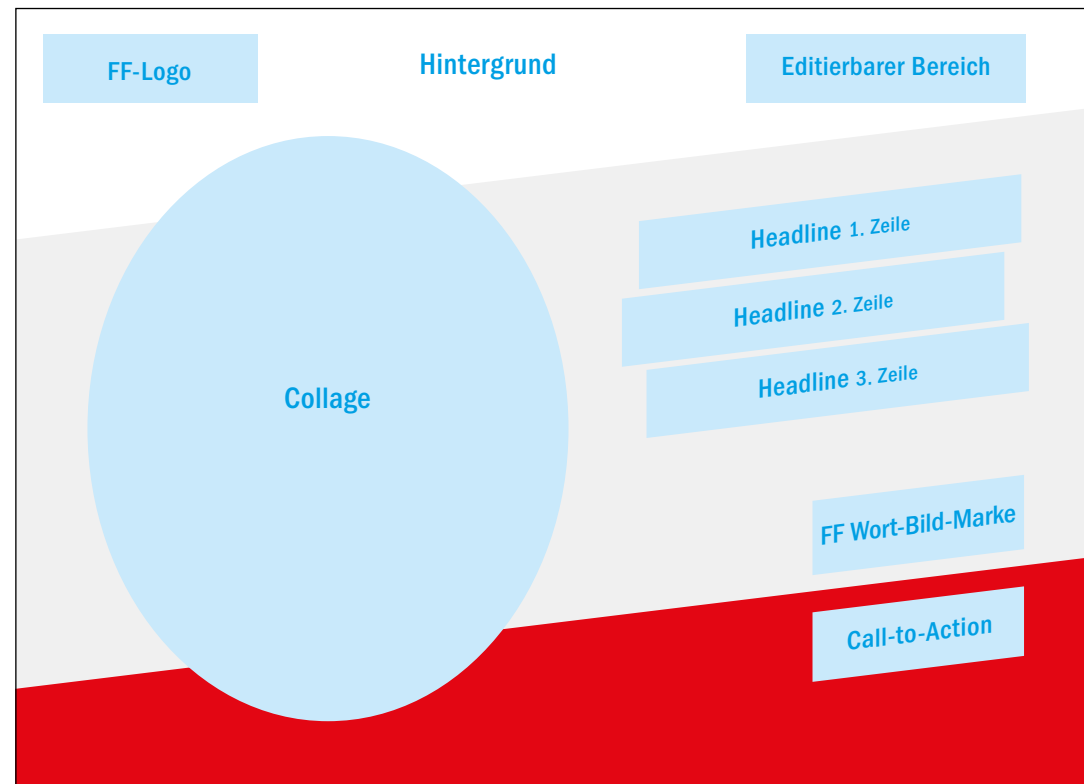
Headline Versatzprinzip

Die Anordnung der Headline folgt dem „Versatzprinzip“. Die Zeilen werden dabei horizontal zueinander versetzt. Dadurch entsteht eine moderne und hochwertige Optik.

Hintergrund

Der editierbare Bereich sowie das Freiwillige Feuerwehr-Logo steht auf dem weißen Hintergrund.

Die Headlines und die Wort-Bild-Marke stehen auf dem grauen Hintergrund. Der Call-to-Action wird immer auf dem roten Hintergrund platziert.



PRINT-PLAKATE – EDITIERBARES MASTERLAYOUT

Das editierbare Masterlayout regelt auf Grundlage eines DIN-A4-Querformats (Schrift-)Größen und Abstände. Von diesem Format ausgehend, werden alle anderen Formate adaptiert.

Freiwillige Feuerwehren dürfen oben rechts Namen und Adresse eintragen, oben links das eigene Logo. Wenn nur das Logo eingesetzt wird, dann anstelle der Adresse oben rechts.

Satzspiegel

Der Satzspiegel beträgt links, rechts und unten 12,7 mm, oben 8 mm. Der editierbare Bereich, Headlines, Gestaltungslinie der Wort-Bild-Marke, Collage sowie das Freiwillige Feuerwehr-Logo der Feuerwehren sollten am Satzspiegel ausgerichtet sein.

Headline

Die Headline sollte so groß wie möglich gesetzt werden. Sie besteht aus einer Schriftgröße. Der Zeilenabstand richtet sich ebenfalls nach der Schriftgröße. Der Zeilenabstand beträgt zwischen 100 % und 104 % der Schriftgröße, abhängig von Unterlängen in der Headline.

Größe der Wort-Bild-Marke

Die Größe der Wort-Bild-Marke steht im Verhältnis zur ersten Zeile des Call-to-Action. Die zwei "F's" im roten Bereich der Wort-Bild-Marke betragen 100 % der Schriftgröße des Call-to-Action. Da das Verhältnis der Wort-Bild-Marke festgelegt ist, ergibt sich daraus die Größe der Wort-Bild-Marke.

Call-to-Action

Die Schriftgröße beträgt 20 pt bei der ersten Zeile und 23 pt bei der zweiten. Der Zeilenabstand beträgt 125 % der kleineren Schriftgröße. Der Call-to-Action ist rechtsbündig an der Wort-Bild-Marke ausgerichtet.



Editierbarer Bereich

Namen und Adressen der Freiwilligen Feuerwehren werden rechtsbündig am Satzspiegel ausgerichtet. Dafür werden folgende Zeichenformatierungen verwendet:

Erste Zeile: Arial Bold, 15 pt, ZAB 18 pt

Zweite Zeile: Arial, 12 pt, ZAB 14,4 pt

Freiwillige Feuerwehr-Logo

Das Logo der jeweiligen Freiwilligen Feuerwehr wird linksbündig am Satzspiegel ausgerichtet. Die Logohöhe darf maximal 12 mm betragen.

PRINT-PLAKATE – ÜBERSICHT DER EDITIERBAREN MOTIVE

Übersicht der editierbaren Motive.



PRINT-PLAKATE – HEADLINES/CALL-TO-ACTION

Die Headlines werden in mehreren Zeilen gesetzt, die versetzt zueinander stehen. Headlines haben keinen Satzpunkt am Ende. Besteht eine Headline aus mehreren Sätzen, hat nur der erste einen Satzpunkt, der zweite Satz nicht. Ausrufezeichen und Fragezeichen bleiben davon unberührt, sie werden am Satzende gesetzt.

Hinter der Schrift liegt der graue Hintergrund. Für die Headlines wird eine Schriftgröße verwendet. Die Schrift der Headlines ist Franklin Gothic Extra Condensed. Der erste Satz bzw. die erste Zeile wird immer in rot gesetzt. Die Anführungszeichen werden horizontal mittig zum Text ausgerichtet. Sie sind 30 % größer als die Headline und werden in schwarz gesetzt.

Die tatsächlichen Größen der Schriften lassen sich nur schwer allgemein festlegen. Als Richtlinie dient die A4-Mastervorlage.

Headlines und Call-to-Action werden mit einem Dreh- und Scherwinkel (X-Achse) von 7 Grad platziert.

» **Wir brennen für**
den Einsatz. Alles andere
können wir löschen «



Jetzt mitmachen:
freiwillige-feuerwehr.nrw



PRINT-PLAKATE – HEADLINES BEISPIELE

Die folgenden Beispiele zeigen das Versatzprinzip anhand verschiedener Texte. Ziel der Gestaltung ist es, einen dynamischen Aufbau der Headlines zu erzeugen. Die Lesbarkeit steht jedoch an oberster Stelle – eine zu unruhige Gestaltung mit unnötigen Versätzen sollte vermieden werden.

» **Wir retten Leben.**
Manchmal auch
sieben auf einmal «

» **Wir kämpfen mit Bits und Bytes.**
Gegen Feuer und Flamme «

» **Wir sind die Jugend**
von heute. Und die
Retter von morgen «

PRINT-PLAKATE – COLLAGEN

Die Collagen sind festgelegt. Eine Veränderung der einzelnen Bildelemente ist nicht zulässig.

Die Collagen ragen immer ein wenig über den weißen und roten Hintergrund hinaus. In Ausnahmefällen können sie auch nur über den weißen Hintergrund stehen – wenn es das Format nicht anders zulässt.



Collage ragt über den weißen und roten Hintergrund



Collage ragt über den weißen Hintergrund

PRINT-PLAKATE – COLLAGEN DON'TS

Die folgenden Beispiele zeigen Anwendungen, die nicht zulässig sind:



Verzerren



Farbliche Veränderungen



Bildelemente verändern
oder hinzufügen



Farbiger oder fotografischer Grund



Die Proportion darf nicht
verändert werden

PRINT-PLAKATE – FORMAT-ADAPTION BEISPIELE

Die folgenden Adaptionen zeigen verschiedene Formate. Ziel der Gestaltung ist es, ein einheitliches Erscheinungsbild der Kampagne zu gewährleisten.



UNTERSTÜTZER-STICKER – WIR SIND DABEI

Die Wort-Bild-Marke bzw. der Kampagnen-Claim dürfen nicht auf Nicht-Kampagnenmotiven eingesetzt werden. Wer dennoch zeigen will, dass er die Kampagne unterstützt, kann die Sticker in seinen eigenen Werbematerialien und Motiven einsetzen.

Der Unterstützer-Sticker darf für Social Media und Offline-Medien genutzt werden. Die Nutzung ist ausschließlich gemäß den Abbildungen rechts zulässig.

Um eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten, sollten die Sticker nicht zu klein eingesetzt und dem jeweiligen Medium entsprechend in ihrer Größe angepasst werden.

Hinweis:

Es dürfen keine weiteren Kampagnen-Elemente der Freiwilligen Feuerwehr NRW auf eigene Werbematerialien und Motive eingesetzt oder imitiert werden.

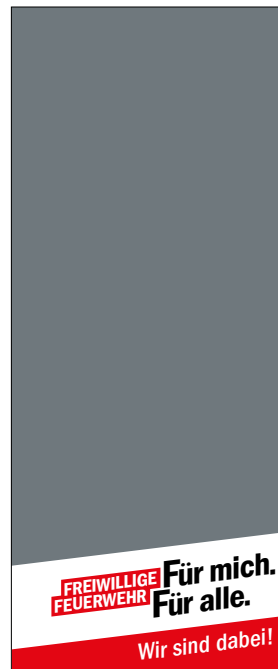
Der Sticker darf nicht verzerrt oder modifiziert werden.



Verwendung des Stickers im Facebook-Profilbild



Verwendung des Stickers im Querformat (z. B. Facebook-Titelbild)



Verwendung des Stickers im schmalen Hochformat



Verwendung des Stickers im Hochformat