

Corporate Design Manual



Freikirche der
Siebenten-Tags-Adventisten
Deutschland, Österreich & Schweiz
Version 1.5 | Mai 2024

Einleitung

Das neue Corporate Design, das speziell auf den deutschsprachigen Raum in Europa angepasst ist, gibt das dafür passende visuelle Aussehen vor. Unsere Kirche erlangt dadurch einen höheren Wiedererkennungswert, wirkt vertrauenserweckend und seriös. Damit dies gelingen kann, gilt es, die Regeln und Vorgaben aus diesem Manual konsequent anzuwenden.

Zentrale Elemente des Corporate Designs sind ein gemeinsames Basis-Logo, Layout- und Gestaltungsregeln, das zu verwendete Farbspektrum sowie Typografie und Bildsprache.

Zugriff zu allen Ressourcen (Logos, Dateivorlagen, Schriften etc.) finden sich am Ende des CD-Manuals. Falls Fragen auftauchen oder eine Anwendung in einem bestimmten Fall unklar ist, gerne hier melden:

Österreich: p.grau@adventisten.at

Schweiz: nicole.buergi@adventisten.ch

Deutschland: ruben.grieco@adventisten.de

Kommunikationsprinzipien	4	Umsetzung	
Logo	5	Geschäftsausstattung	27
Farben	14	Gebäudebeschriftung	41
Typografie	16	Werbung	57
Gestaltungselemente	19	Impressumspflicht	59
Bildsprache	20	Hope Partnerschaft	69
Sprache	25	Impressum	83

Inhalt

Kommunikationsprinzipien

Kommunizieren ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Kirche, denn als Zeugen haben wir einen Auftrag. Um diesem nachzukommen ist eine professionelle und kohärente Markenidentität zu gewährleisten. Daher wurden 4 Kommunikationsprinzipien entwickelt, welche für unsere Sprache wie auch Bilder gelten. Die vier Kommunikationsprinzipien bilden das Fundament für alle Arbeiten und Produkte, die kommunizieren. Sie dienen als Leitlinien, um sicherzustellen, dass unsere Botschaften persönlich, authentisch, leicht verständlich, fokussiert und natürlich ansprechend sind.

fokussiert & reduziert

Wir reduzieren unsere Kommunikation immer auf das Wesentliche, um klare und prägnante Botschaften zu vermitteln. Unser Ziel ist es, den Empfangenden die Informationen zu liefern, die sie benötigen, ohne sie mit überflüssigen Details zu überfrachten. Durch diese Reduzierung ist unsere Kommunikation auch jedes Mal intuitiv und leicht verständlich.

authentisch & transparent

Authentizität und Transparenz sind grundlegende Werte unserer Kirche. Daher ist es uns wichtig, ehrlich und offen zu kommunizieren. Authentizität schafft Vertrauen bei unserem Gegenüber. Wir streben danach, stets klare und verständliche Informationen zu liefern.

ansprechend & modern

Unsere Kommunikation ist stets ansprechend und modern gestaltet. Wir legen großen Wert auf ein zeitgemäßes Erscheinungsbild, das die jeweilige Zielgruppe anspricht. Unsere Kommunikation ist dynamisch, visuell ansprechend und nutzt moderne Technologien, um eine positive und bleibende Wirkung bei unseren Empfangenden zu erzielen.

persönlich & freundlich

Eine persönliche Kommunikation und ein freundlicher, nahbarer Ton stehen an erster Stelle. Wir möchten dadurch ein Stück weit die persönliche Liebe Gottes für jeden einzelnen Menschen vermitteln. Durch diese direkte, persönliche Ansprache bauen wir vertrauensvolle Beziehungen und überwinden eventuelle Vorurteile. Wir sind bevorzugt per „du“, so wie wir auch einen persönlichen, freundschaftlichen Umgang innerhalb unserer Kirche pflegen.

Logo

Das Logo ist eines der wichtigsten gestalterischen Kernmerkmale des Corporate Designs. Das Logo der Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten ist zweigeteilt.

Das Icon besteht aus einem geöffneten Buch, einem Kreuz und Flammen die davon aufsteigen. Der Schriftzug ist in der AdventSans geschrieben.

Achtung:

Eine Differenz zwischen Österreich und der Schweiz und Deutschland, die es immer zu beachten gilt: **Kirche** und **Freikirche**. Es muss auf jedenfall der richtige Wortlaut benutzt werden. **Kirche** in AT. **Freikirche** in CH und D.

Das Icon sowie der Schriftzug werden in verschiedenen Varianten zur Verfügung gestellt. Es gibt darüber hinaus eine klare Reihenfolge, welche Variante bevorzugt verwendet wird. Die verschiedenen Varianten des Logos dürfen nicht eigenständig in Farbe oder Form angepasst werden.

Logonutzung

Prinzipiell wird jedes Medium, egal ob Print, Digital, oder anderes mit unserem Logo versehen. Wenn Produkte im Verband vorkommen, muss natürlich nicht auf jedes einzelne das Logo platziert werden. (Beispiel: Der Instagram-Kanal ist an sich gebrandet, daher muss nicht jeder Post und jedes Reel zusätzlich mit dem Logo versehen werden.)

Auf den ersten Blick muss unsere Marke erkennbar sein. Daher wird immer auf der Hauptseite/Vorderseite/Front) das Icon angebracht.



Kirche der
Siebenten-Tags-Adventisten



Freikirche der
Siebenten-Tags-Adventisten

Logo

Das Logo unserer weltweiten Kirche wird wann immer möglich im Kreis genutzt. Das Logo wirkt dadurch moderner, klarer erkennbar (alle Teile des Icons sind umschlossen von einem einfarbigen Kreis) und ist dadurch besser wahrnehmbar.

Der Name **Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten** ist unser offizieller Name, gleichzeitig gibt es seit Bestehen unserer deutschen Kirche viele Subvarianten, welche aus der Komplexität unseres Namens heraus entstanden sind (Adventmission, Adventisten, STA, Adventgemeinde etc.). Diese Veränderungen sind praktisch im Sprachgebrauch, erschweren jedoch ein einheitliches Branding unserer Kirche.

Um unser öffentliches Auftreten zu stärken, benutzen wir vermehrt das optische Zeichen (= rundes Icon) und der Schriftzug rückt in den Hintergrund. Diese Vorgehensweise ist kongruent mit den offiziellen Vorgaben der Generalkonferenz.

Dadurch ergeben sich 3 Varianten, wobei Variante 1 zu bevorzugen ist. Die anderen 2 Varianten sind Sonderfällen vorbehalten, bzw. Alternativen, wenn Variante 1 nicht möglich ist.

Logovarianten

1. Rundes Icon und „adventisten.at“ (natürlich die passende Länderkennung einsetzen) oder „Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten“ als gesetzter Text im Rahmen der Hauptseite des Produkts, aber nicht in unmittelbarer Nähe zum runden Icon.
2. Nur rundes Icon
3. Klassisches Icon und Text direkt zusammen (die bisher vorherrschende Variante im DACH-Raum)

Das runde Logo steht im Vordergrund.



Logo

Logovarianten

Variante 1



Icon und Schriftzug passend platziert auf der Rückseite der Visitenkarte.



Icon und Schriftzug passend platziert auf der Vorderseite des Manuals.



Icon und URL passend platziert auf Schaukastenplakat. Schriftzug ist in passender Schriftart zum restlichen Plakat gesetzt.

Logo

Logovarianten

Variante 2



Auf einem (internen) Flyer noch extra unseren vollständigen Namen anzuführen führt nur zu einem überfüllten Design.

Variante 3

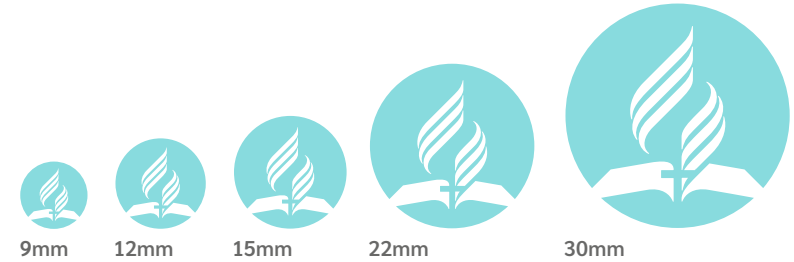


Icon in runder Variante passt nicht zum Layout. (2 Kreise)

Logo Größe

Es gilt eine Mindestgröße von 9mm im Durchmesser.

Bei ungefährer A5 Größe:	mindestens 12 mm
Bei ungefährer A4 Größe:	mindestens 15 mm
Bei ungefährer A3 Größe:	mindestens 22 mm
Bei ungefährer A2 Größe:	mindestens 30 mm
Bei ungefährer A1 Größe:	mindestens 50 mm
Größer als A1:	mindestens 100 mm



Logo Schutzzone

Das Icon weist eine Schutzzone auf, in die keine anderen Elemente ragen dürfen und die unbedingt einzuhalten ist.

Die Schutzzone berechnet sich aus dem Durchmesser des Icons.

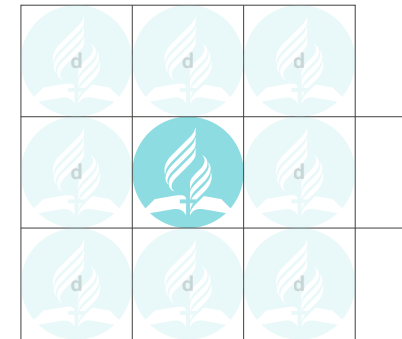
- Das Icon hat mindestens den einfachen Durchmesser Abstand zu Text.
- Das Icon hat mindestens den halben Durchmesser Abstand zum Rand eines Produkts.

Bilder, großflächige Grafiken sowie Farbflächen hinter dem Logo sind erlaubt, solange es nicht optisch mit dem Logo in Konkurrenz tritt. Es sollten keine Linien oder optische Linien durch das Logo gehen.

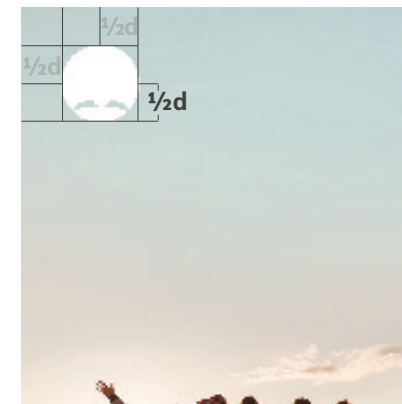
Hinweis:

Besondere Sorgfalt ist nötig, wenn der Hintergrund unruhig ist, und einzelne Teile des Logos (meist einzelne Flammteile) nicht mehr klar erkennbar sind.

Entweder muss dann der Hintergrund verändert werden, oder ein farbig an den Hintergrund angepasster Kreis auf „multiplizieren“ und mit weichem Verlauf hinter das Logo gesetzt werden. So, dass man das Hilfsmittel selbst nicht sieht, aber das Logo dadurch klar erkennbar ist.



Im Normalfall gilt es mindestens den einfachen Durchmesser Abstand zu halten zu anderen Elementen.



Zum Rand eines Produkts hin reicht der halbe Durchmesser.

Logo mit Schriftzug Größe


Es gilt eine Mindestgröße von 2mm der x-Höhe.

Logo mit Schriftzug Schutzzone

Das Logo weist eine Schutzzone auf, in die keine anderen Elemente ragen dürfen und die unbedingt einzuhalten ist. Die zweifache x-Höhe des Textes muss in alle Richtungen freigehalten werden.

Logozusatz Abteilungen

Das runde Icon steht immer für die gesamte Kirche und wird keinesfalls mit irgendwelchen Zusätzen benutzt. Das neue Design ist darauf ausgelegt eine Gesamt-Markenstrategie (One Voice) zu verfolgen. Bisherige Logos von einzelnen Abteilungen gilt es grundsätzlich zu vermeiden (hierzu gab es eine Weisung der GK im Jahr 2020). Wenn eine Abteilung ihre Abteilungsbezeichnung unbedingt platzieren möchte, dann muss die Variante 3 benutzt werden: Logo mit Schriftzug in folgender Größenaufteilung. Von eigenen Illustrationen ist Abstand zu nehmen. Sie sind nur in äußerst seltenen Fällen und nach Absprache zulässig.

2x		2x
	 Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten	x
2x		2x

	Kirche der	x
	Siebenten-Tags-Adventisten	x
	SECONDARY IDENTIFIER	x
	ACROSS TWO LINES	.75x
		.5x
		.75x

Logozusatz Vereinigungen

Wenn eine Vereinigung genannt werden muss, dann wird Variante 3 benutzt.

Es gilt dabei zu bedenken, dass für einen Gast meist irrelevant ist, welche organisatorische Untereinheit der Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten der Absender ist. Daher sollten die Vereinigungszusätze nur dort eingesetzt werden, wo es unbedingt notwendig ist. Ebenfalls ist oftmals durch andere Hinweise klar ersichtlich, welcher Teil der Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten gemeint ist (z. B.: ein Briefpapier mit Absender in Berlin ist logischerweise nicht die bayrische Vereinigung).

Durch einheitliches Auftreten kann hier das Branding der gemeinsamen Kirche gestärkt werden, statt sich voneinander abzugrenzen, wo es nicht notwendig ist.



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

IN BREMEN, HAMBURG, MECKLENBURG-VORPOMMERN,
NIEDERSACHSEN UND SCHLESWIG-HOLSTEIN



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

IN HESSEN, RHEINLAND-PFALZ
UND IM SAARLAND



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

IN BADEN-WÜRTTEMBERG



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

IN BAYERN



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

IN BERLIN, IM LAND BRANDENBURG, IN SACHSEN,
SACHSEN-ANHALT UND THÜRINGEN



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Zulässige Anwendung

In der Standardanwendung des Logos ist das Icon Türkis. Bei Graustufen und einfarbigen Anwendungen wird bevorzugt das graue Logo eingesetzt. Schwarz und weiß ist ebenfalls zulässig.

Farbvarianten

Das Logo muss immer vollflächig in einer Farbe dargestellt werden. Bei offiziellen Produkten müssen die primären Hauptfarben (siehe Kapitel XY): Türkis, Weiß oder Grau benutzt werden. Werbung darf mehr und bewegt sich daher im erweiterten Rahmen der Vorgaben: Hier darf auch eine sekundäre Farbe oder eine andere zum Hintergrund passende Farbe eingesetzt werden.

Ist aus drucktechnischen Gründen ein farbiges Logo nicht möglich, wird das Logo in Grau oder Weiß eingesetzt.



Bei Anwendung auf Fotos ist auf ausreichenden Kontrast zu achten.

Unzulässige Anwendungen

Es dürfen nur die Dateien über den zur Verfügung gestellten Download-Link benutzt werden. Diese Daten dürfen nicht bearbeitet oder verändert werden. (Bzgl. Farben im Werberebereich siehe Kapitel XY)



Untergrund extrem feinteilig, Linien gehen durch das Logo selbst, Flammen nicht mehr gut erkennbar.



Verzerren, Stauchen oder Verfremden



Das Logo mit einem Bild füllen, auch als Hintergrundbild zu unruhig



Drehung des Logos



falsche Auflösung, Pixel-Datei statt Vektor



Veränderung des Kreises



Rundes Logo mit Schriftzug



Unterschiedliche Farben von Logo und Schriftzug



Andere Schriftart als Advent-Sans, oder eine veränderte Platzierung von Text.

Das Logo als Gestaltungselement

Das runde Icon kann auch als grafisches Gestaltungselement genutzt werden. Es wird bevorzugt an zwei Kanten angeschnitten. Pro Produkt darf dieses Gestaltungselement nur einmal genutzt werden. (Vorderseite eines Kuverts, hinten daher nicht mehr erlaubt.) Der Hintergrund ist in diesem Fall einfarbig zu halten, am besten weiß mit türkisen Logo.

Die abgeschnittenen Elemente des Logos werden nicht auf einer etwaigen Rückseite fortgesetzt. Sie werden einfach abgeschnitten.

Eine Nutzung des Icons als grafisches Element ersetzt das Icon. Es befinden sich also nie zwei Logos auf einer Seite. Der Schriftzug wird je nach Situation platziert (für extern zwingend erforderlich, intern kann von Fall zu Fall abgewogen werden).



C6-Kuvert eingeklebt in die Gebetslesung. Reine interne Nutzung.



Kuvert für den Briefversand hat Schriftzug als Absender angebracht. Hinweis: Auf die örtlichen Vorgaben bzgl Kuvert Gestaltung ist zu achten.

Farben

Die Hauptfarbe ist Türkis.

Es gibt eine primäre und eine sekundäre Farbpalette. Die Farbwerte sind vordefiniert.

Diese Farbpalette steht in enger Verbindung zur Marke und darf nicht verändert werden.

Primärfarben

Türkis wird bei allen Geschäftseinsätzen benutzt (Visitenkarte, Briefpapier, Banner etc.).

Unterstützend gehört zur Primärpalette Grau, Weiß und Schwarz. Falls beim Gestalten eine weitere Farbe notwendig ist, wird Orange benutzt.

Es gibt für alle Farben eine dunkle Variante. Diese ist dann einzusetzen, wenn aus Gründen der Lesbarkeit oder des Drucks die Hauptvariante nicht sinnvoll ist.

Achtung:

Für die höchste Farbtreue immer diese zwei Farbräume benutzen.
CMYK-Farbraum: isocoatedV2-300
RGB-Farbraum: sRGB IEC61966-2.1

Akzentfarbe

Wenn eine weitere Farbe benötigt wird, soll Orange als Akzentfarbe eingesetzt werden.



Light Türkis
CMYK: C=57 M=0 Y=20 K=0
Hex: #6EC6D1



Light Grey
CMYK: C=0 M=0 Y=0 K=70
Hex: #6E6E6E



Light Orange
CMYK: C=0 M=43 Y=90 K=0
Hex: #F6A231



Dark Türkis
CMYK: C=70 M=0 Y=25 K=0
Hex: #29B8C5



Dark Grey
CMYK: C=0 M=0 Y=0 K=82
Hex: #565655



Dark Orange
CMYK: C=0 M=53 Y=95 K=0
Hex: #F28B0D

Sekundärfarben

Die Sekundärfarben dürfen nicht willkürlich anstelle des Türkis eingesetzt werden. Persönliche Vorlieben für eine andere Farbe entbinden nicht von der Vorgabe Türkis.

Das sekundäre Farbspektrum bietet Unterscheidungsmerkmale und eine größere Vielfalt.

Die Farben werden nicht untereinander vermischt. Beim Einsatz der Farben ist auf die Lesbarkeit der Schrift und des Logos zu achten, welche bevorzugt in weiß dargestellt werden.

Achtung:

Für die höchste Farbtreue immer diese zwei Farbräume benutzen.
CMYK-Farbraum: isocoatedV2-300
RGB-Farbraum: sRGB IEC61966-2.1



Light Orange
C=0 M=43 Y=85 K=0
Hex: #F6A231



Light Green
C=37 M=0 Y=83 K=0
Hex: #B5CF48



Light Magenta
C=0 M=47 Y=0 K=0
Hex: #F3A5C8



Light Flieder
C=24 M=44 Y=0 K=0
Hex: #C89ECA



Light Lachs
C=0 M=44 Y=36 K=0
Hex: #F5A797



Blue
C=88 M=0 Y=0 K=51
Hex: #00678B



Green
C=80 M=0 Y=65 K=50
Hex: #00694B



Dark Orange
C=0 M=53 Y=95 K=0
Hex: #F28B0D



Dark Green
C=46 M=0 Y=83 K=0
Hex: #9EC64C



Dark Magenta
C=0 M=57 Y=0 K=0
Hex: #F08EBA



Dark Flieder
C=31 M=52 Y=0 K=0
Hex: #B98BBE



Dark Lachs
C=0 M=51 Y=36 K=0
Hex: #F39890



Dark Blue
C=88 M=0 Y=0 K=61
Hex: #005877



Sad Green
C=80 M=0 Y=65 K=61
Hex: #00593E

Typografie

Sarabun ist die Hauptschrift der Adventisten und wird für alle offiziellen Produkte benutzt. Sie ist eine Open Source Schrift und serifenlos. Es sind verschiedene Schriftschnitte erhältlich und es können alle benutzt werden.

ß

“
a a a
a a a
”

Die Sarabun Schriftart wird mit einem erhöhten Zeilenabstand (mindestens 1,6fach) benutzt und tendenziell mit einer erhöhten Laufweite. So entsteht ein leichtes, gut lesbares Erscheinungsbild. Für Fließtext ist der Light-Schnitt zu bevorzugen.

Office-Anwendungen

Bei Office-Anwendungen, E-Mails sowie bei offenen Daten, die weitergegeben werden, wird Calibri bzw. Helvetica benutzt.

Sekundär Schriftarten

Es gibt eine Auswahl an verschiedenen weiteren Schriftarten, die Open Source sind und zur Verfügung stehen, um als komplementäre Schriftart benutzt zu werden. Wenn in dem grafischen Druckprodukt nur eine Schriftart benutzt wird, ist das Sarabun. Ansonsten kann zum Beispiel Sarabun auch als Fließtext Schrift benutzt werden und die Sekundärschriftart für Überschriften.

So ist eine Einheitlichkeit gegeben, mit gleichzeitigem Gestaltungsspielraum für erfolgreiche, gewinnende Designs.

Rockness
äöü

IBM Plex Serif
äöü

Roboto Slab
äöü

Playfair Display
äöü

Comfortaa
äöü

Angelin
äöü

AMATICA
äöü

Covered by your grace
äöü

Changa One
äöü

BUNGEE
ÄÖÜ

Caveat
äöü

Typografische Standards und Schreibweisen

Schreibweisen von Webadressen

Auf Produkten wird die URL ohne „www“ oder „http://“ geschrieben.

Die Position der adventisten.com-Webadresse ist häufig unter dem Logo bei einer mittigen Platzierung oder auf einer gemeinsamen optischen Grundlinie seitlich davon. Die Schriftgröße wird nach Möglichkeit an die Logoschriftgröße angepasst.

Abkürzungen

Leerräume von 1/8 -Geviert einfügen

- | z. B.
- | d. h.
- | u. a.
- | p. P.
- | u. U.
- | i. d. R.

Prozentzeichen, Maße

Leerräume von 1/8 -Geviert einfügen

- | 100 %
- | 100 cm

Währungen, Paragraphen, Seitenzahlen

Geschütztes Leerzeichen (feste Breite) einfügen

- | € 100, EUR 100, 100 Euro,
- | Fr. 100.00, CHF 100.00 S. 2

Mathematische Zeichen

Tausenderstellen mit Punkt

- | 100.000

Minuszeichen und Malzeichen verwenden (Glyphen → math. Symbole)

- | 6 – 2 = 4
- | 3 × 3 = 9

Zeitangaben

Uhrzeit mit Doppelpunkt ohne führende Null

- | 9 Uhr
- | 9:15 Uhr
- | 9:00 – 9:15 Uhr
- | 9:00 bis 9:15 Uhr

In Tabellen mit führender Null

- | Abfahrt: 08:30 Uhr

Halbgeviertstrich

Als Gedankenstrich mit Leerzeichen davor und danach

- | Ein – zugegebenermaßen recht
| simples – Beispiel.

Als Bis-Strich und Streckenstrich mit 1/24-Geviert davor und danach

- | Wien – Linz
- | 1998 – 2014

Ausnahme: Bei ausgeschriebenen Daten werden Leerzeichen verwendet

- | 1. September – 2. Oktober

Als Nullersatzstrich ohne Abstand davor

- | € 100,-
- | 15,- EUR, Fr. 15,-

Viertelgeviertstrich

Als Bindestrich ohne Leerräume davor und danach

- | EU-Ratsvorsitz
- | Dr.-Karl-Renner-Ring
- | 30-Stunden-Woche

Als Ergänzungsstrich ohne Leerraum davor

- | Ober- und Unterhaus

Als Trennstrich ohne Leerraum davor

- | Tren-
| nung

Datum, Ziffern-Hochstellungen

Leerräume von 1/24-Geviert einfügen

- | 1. 10. 2019
- | hochgestellt 8

Schrägstriche

Leerräume von 1/24-Geviert davor und danach einfügen

- | 2000 /2001
- | und / oder
- | Müller / Maier

Bei mehreren Wörtern 1/8 -Geviert setzen

- | Fr. Müller / Fr. Maier

Anführungszeichen

- | Deutsch: „Guten Tag!“
- | Englisch: “Hello!”
- | Schweiz: »Bonjour !«

Apostroph

- | Sei’s drum!

Scharfes ß / ss

- | Österreich: Scharfes ß wird in der Klein-
| schreibung benutzt.
- | Bei GROSSBUCHSTABEN durch SS
| ersetzt.
- | Schweiz: immer nur ss

Auslassungspunkte (Ellipse)

Die drei Punkte sind ein Zeichen mit einem Leerzeichen davor und danach. Am Satzende entfällt der nachfolgende Punkt, Ausrufezeichen und Fragezeichen werden aber gesetzt. Schriftzeichen davor, wie Komma entfallen.

- | ...

Gestaltungselemente

Im folgenden Kapitel wird auf verschiedene Gestaltungselemente und ihren Rahmen innerhalb des Corporate Design Manuals eingegangen. Die Farbwerte können über den Design-Link abgerufen werden.

Farben

Als Gestaltungselement kann eine der Haupt- oder Sekundärfarben benutzt werden, bzw. ein radialer Farbverlauf von hell zu dunkel derselben Farbe. Wichtig: Die ausgewählten Farben nicht auf einer Fläche einsetzen.

Hinweis:

Im Bereich der Werbung dürfen auch andere Farben benutzt werden. Wichtig dabei sind die klare Erkennbarkeit des Logos und dass keine unnatürlichen Farben, z. B.: keine Neonfarben, benutzt werden.



Unterlagen für die Delegierten:
Jedes Heft hat eine eigene Farbe für einfache Handhabung.

Adventisten auf einen Blick:
Türkis als Hauptfarbe, bei Kapiteln im Heft Farben aus der Sekundärpalette.

Bildsprache

Neben Farbflächen werden vor allem Bilder als grafische Gestaltungselemente benutzt. Fotos übermitteln Botschaften unmittelbar und direkt.

Die Fotos, die wir im Zusammenhang mit unserer Marke benutzen, sprechen eine einheitliche und authentische Bildsprache. Die Bilder zeigen die Vielfalt der Adventisten und die Freiheit, die der adventistische Glaube schenkt.

Es gibt ein paar Regeln die es zu beachten gilt:

- Fotos sind prinzipiell hell und freundlich
- Natürliche, authentische Bilder im Gegensatz zu Stockbild-Ästhetik mit gestellten Posen
- Typische Klischees werden vermieden
- Fotos haben klare Blickpunkte und Unschärfbereiche
- Bei Illustrationen wird ein simpler, handgezeichneter Stil bevorzugt



Bildsprache

Es wird ein freundlicher, persönlicher Umgang gezeigt.

Bevorzugt werden Bilder mit Personen benutzt. Wenn Bilder ohne Personen verwendet werden, dann sind diese modern, ansprechend und atmosphärisch.



Nicht empfohlener Bildstil

Einige Fotos passen nicht in die Fotowelt der Adventisten. Dazu zählen ältere Aufnahmen in schlechter Qualität und niedriger Auflösung, inszenierte Fotos, künstlich wirkende Illustrationen und typische Klischees. Diese gilt es zu vermeiden.

Achtung:

Es ist auf eine ausreichende Auflösung zu achten: bis A3 mindestens 300dpi, A2 250dpi, A1 200dpi und bei noch größeren Plakaten zumindest 75dpi.

Achtung:

Bilder aus dem Internet dürfen nicht einfach so verwendet werden. Es muss eine unmissverständliche Erlaubnis vorhanden sein, die Bilder benutzen zu dürfen und die damit verbundenen Bedingungen (z. B. Anführung des Fotografen/Anbieters) sind zu beachten.



Zu dunkel, unscharf und nicht ausreichende Auflösung.



Foto wird abfotografiert, kein sauberer Rahmen.



Verzerrt



Stock-Bild mit Fake Posen

Nicht empfohlener Bildstil

Übertrieben stark bearbeitete Bilder oder typische Hintergründe für Geschäftsberichte passen nicht zu dem Bildstil der Kirche. Bei der Bildauswahl muss sehr genau vorgegangen werden.



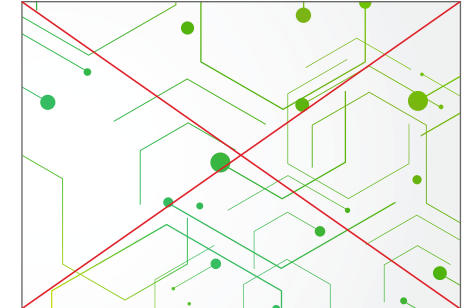
Unnatürlich verändertes Bild, drückendes, angstmachendes Motiv



Unnatürlich verändertes Bild (ausgetauschter Himmel, Regenbogen, andere Lichtstimmung im Grünen etc.)



Unnatürlich verändertes Bild und Klischee Motiv



Geschäftsmäßige Muster die offensichtlich aus dem Internet stammen.

Icons

Einsatzbereiche für Icons sind Infografiken, Publikationen, Social-Media-Sharepics, (Cover-)Illustrationen, Apps und mehr.

Wir verwenden für ein einheitliches Erscheinungsbild die vorgefertigten Streamline-Icons in der Outline-Variante. Diese sind gratis und können effektiv eingefärbt und benutzt werden.

streamlineicons.com

Streamline

INTERFACE ESSENTIAL > EDIT 76 ICONS



INTERFACE ESSENTIAL > HOME 5 ICONS



Sprache

Die Sprache spiegelt unsere Wertehaltungen wider. Unsere Texte und Formulierungen senden genauso Botschaften wie Design und Bilder. Daher gilt es folgende Prinzipien zu beachten.

Persönlich

Wir sind mit unserem Gegenüber bevorzugt per „du“. So wie wir innerhalb unserer Kirche einen freundlichen, persönlichen Umgang pflegen, setzen wir dies konsequent auf alle anderen Formate um.

Verständlich

Wir verwenden eine klare und verständliche Sprache, um unsere Botschaften effektiv zu vermitteln. Wir vermeiden übermäßig komplizierte Ausdrücke, christlichen/ adventistischen Fachjargon oder unnötig komplexe Satzstellungen. Immer mehr Menschen haben noch nie in ihrem Leben eine Bibel gesehen oder darin gelesen. Wir tendieren oftmals dazu Wörter oder Ausdrücke, die für einen Großteil unserer Gesellschaft Fremdwörter sind, zu benutzen. Denke an: Kapellenfonds, Außerordentlicher Vereinigungsausschuss, Bruttozehnten, Heiligung etc.

Inklusiv

Wir involvieren in schriftlichen wie mündlichen Formulierungen beide Geschlechter. Wo es möglich ist wird inklusiv kommuniziert. Anstelle der männlichen Form als Platzhalter werden geschlechtsneutrale oder inklusive Bezeichnungen benützt. Wenn es wichtig ist, Frauen ausdrücklich anzusprechen, etwa weil der Bereich typischerweise Männern zugeschrieben wird, ist die gleichwertige Nennung der weiblichen und männlichen Form eine gute Möglichkeit darauf hinzuweisen, dass beide Geschlechter gemeint sind.

Hinweis:


Die Texte auf adventisten.at sowie adventisten.ch geben einen Einblick, wie Botschaften simpel, freundlich und persönlich formuliert werden können.

Briefpapier

Der Brief für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist zum Ausdruck auf Bürodruckern konzipiert. Die Schrift ist durchgängig die Office-Schrift Calibri.

Word

InDesign



An alle Gemeinde-, Gruppen- und Technikleiter, Predigern, Abteilungsleitern, Büromitarbeitern und UA-Mitgliedern zur Info

Info-Schreiben zur Onlinekonferenz
Liebe Gemeinde- und Gruppenleiter, liebe Gemeindetechniker!

In zweieinhalb Wochen ist es soweit. Dann sehen wir uns zur Onlinekonferenz. Mit dieser E-Mail senden wir euch weitere Informationen. Bitte nehmt euch zwei Minuten Zeit, um den Inhalt aufmerksam zu lesen. Danke!

Informationen zur Onlinekonferenz
Auf der Seite reden.adventisten.at findet ihr alle relevanten Informationen zur Onlinekonferenz. Der Inhalt wird laufend erweitert. Auch unter <https://termine.adventisten.at/Online-Sabbat/> findet ihr einen Überblick. Danke, dass ihr eure Geschwister darauf aufmerksam machen werdet!

Info-Video für Gemeinden
Wir bitten euch, dieses an alle Geschwister weiterzuleiten und nach Möglichkeit am kommenden Sabbat im Gottesdienst zu zeigen:

- ✓ Vimeo Link: <https://vimeo.com/623562755/7463c7fda3>
- ✓ Download Link für Gemeinden <https://vimeo.com/adventistenaustria/download/623562755/fbc9e2e800>

Sonderausgabe adventisten aktuell
Unter sta.at/sonderausgabe findet ihr die Spezialausgabe von adventisten aktuell. Anfang nächster Woche wird dieses Heft an jeden STA-Haushalt verschickt. Sollten zusätzliche Exemplare benötigt werden, sind diese über den Büchertisch erhältlich. Die PDF könnt ihr gerne bereits jetzt mit allen Geschwistern teilen.

Auf den Seiten 6-7 findet ihr Informationen zur Onlinekonferenz, sowie die Bibelgesprächsfragen. Ab Seite 12 findet ihr Schwerpunktartikel zur Gemeindeanalyse und ab Seite 30 den Studienteil zur Gebetsinitiative Nehemia.

Fragen?
Falls ihr noch weitere Fragen habt, wendet euch bitte themenbezogen an:
Kinderprogramm: Brigitt Zschuber b.zschuber@adventisten.at
Technik und Zoom: Philipp Grau p.grau@adventisten.at
Allgemeine Fragen: Reinhard Schwab r.schwab@adventisten.at
Im Namen des Unions-Teams möchte ich euch danken, dass wir uns gemeinsam auf eine Reise begeben haben.

Danke für euren Einsatz!
Liebe Grüße

Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

Österreichische Union ☎ +43 1 31 99 301 ✉ info@adventisten.at BMUKK 12.053
Prager Straße 287 | 1210 Wien ☎ +43 1 31 99 301-199 🌐 www.adventisten.at Bank Austria: IBAN AT42 1100 0007 4122 4000
BIC BKAUAT33

Kuverts

Verschiedene Kuverts in C6 für Sondersammlungen.
Weitere Standardgrößen: C5, DIN Lang

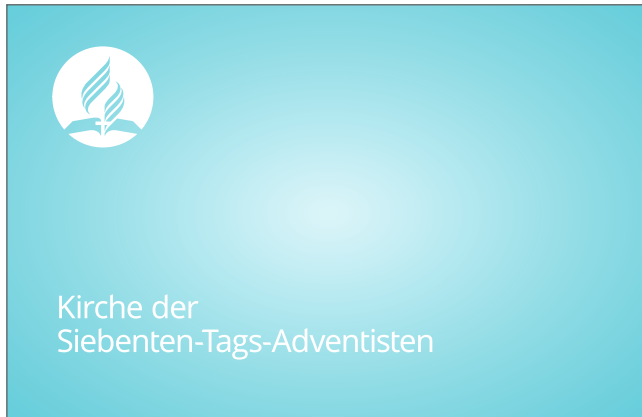
InDesign



Visitenkarte

Es gibt zwei Varianten der Visitenkarten. Mit Bild oder ohne. Es wird empfohlen innerhalb derselben Organisationsstruktur sich für eine Version davon zu entscheiden.

InDesign



Visitenkarte für missionarische Zwecke

Falls eine Gemeinde Visitenkarten weitergeben möchte, kann diese Art je nach Bedürfnis weiter entwickelt werden.

InDesign



Ausweis

Der Ausweis ist zweisprachig gehalten, da vor allem im internationalen Rahmen dieser Ausweis benutzt wird. Das genaue Wording gibt die Working Policy der GK vor. Derzeit noch Work in Progress.

InDesign



**Seelsorger-Ausweis**
CHRISTOPH TARITA | PASTOR

Mit diesem Ausweis wird bestätigt, dass der Inhaber, geboren am 11.1.2022 in Wien, als Pastor der Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten autorisiert ist.

Gültig bis 1. Juni 2028

 Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten
Prager Straße 287, 1210 Wien


Reinhard Schwab
Präsident

Vorderseite:



**Ministerial Credential**
CHRISTOPH TARITA | PASTOR

This is to certify that the owner of this card is an licensed minister in good standing in the Seventh-day Adventist Church, Austrian Union of Churches, and is authorized to perform the duties of said office for the term ending June 1st, 2028.

 Seventh-day Adventist Church
Prager Straße 287, 1210 Vienna, Austria


Reinhard Schwab
Präsident

Rückseite in Englisch oder wie Visitenkarte.

E-Mail-Signatur

Die Textsignatur mit unkompliziertem, klarem Aufbau ist schnell erfassbar. Die Darstellung ist in E-Mail-Programmen und Webmails gleichermaßen gewährleistet. Die Farbe Türkis schafft eine Verbindung zum Corporate Design, hebt den übergeordneten Absender hervor und trennt die Signatur optisch vom Inhalt des E-Mails.

Die E-Mail-Signatur ist in einer Word-Vorlage vorbereitet und kann per Copy + Paste in Outlook eingefügt werden. Bei anderen Programmen wie Apple Mail muss händisch nachjustiert werden.

Word

Musterbeispiel für Büromitarbeiter und Abteilungsleitung in Österreich:



Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten
Österreichische Union

Philipp Grau
Abteilung Kommunikation & Medien

Prager Straße 287 | 1210 Wien
Mobil [+43 664 50 47 390](tel:+436645047390)
E-Mail p.grau@adventisten.at
Web www.adventisten.at

Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten Österreich

URKUNDE

DER ORDINATION

HARRI GAISER

geboren am 4. September 1986 in Kasten, Österreich

wurde am 30. Mai 2020 nach der Ordnung
der Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten
zum **Pastor** ordiniert.

Gehet hin in alle Welt und predigt das Evangelium.
Markus 16,15

Präsident



Koordination Pastorenamt

Präsentation

Es gibt die Präsentation in verschiedenen Farben.
Die türkise Variante ist zu bevorzugen.

PowerPoint



Hochformat Bildseite mit Text

- Hier steht Mustertext

Überschrift 1

- Extrem wichtige Aufzählung
- Weitere Aufzählungspunkte

Titelfolie

Für eine gelungene Präsentation

Kirche der
Siebenten-Tags-Adventisten

Websites

Als Designvorlage für Websites existiert zur Zeit nur eine Vorlage für den bereits umgesetzten landesweiten Web-Auftritt.

Weitere Vorlagen für Gemeinde-Websites sowie interne Bereiche für Mitglieder sind im Entstehen.

Adobe XD

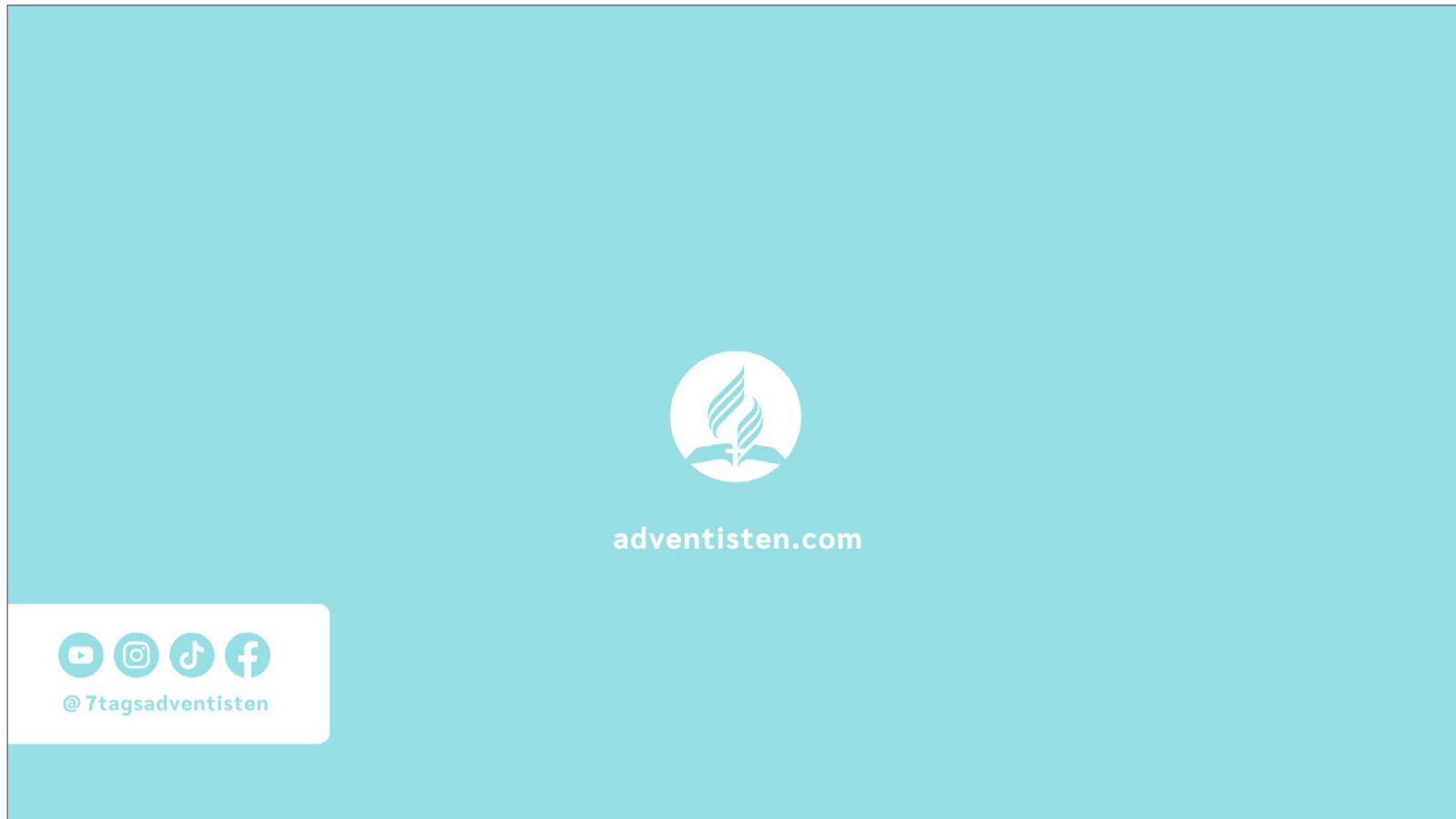


Video-Abspann

Der Video-Abspann wurde in After Effects erstellt.

Da sich Gewohnheiten und Bedürfnisse auf Video-Plattformen ändern, kann der Abspann im Rahmen der Prinzipien des CDs jederzeit weiter entwickelt werden.

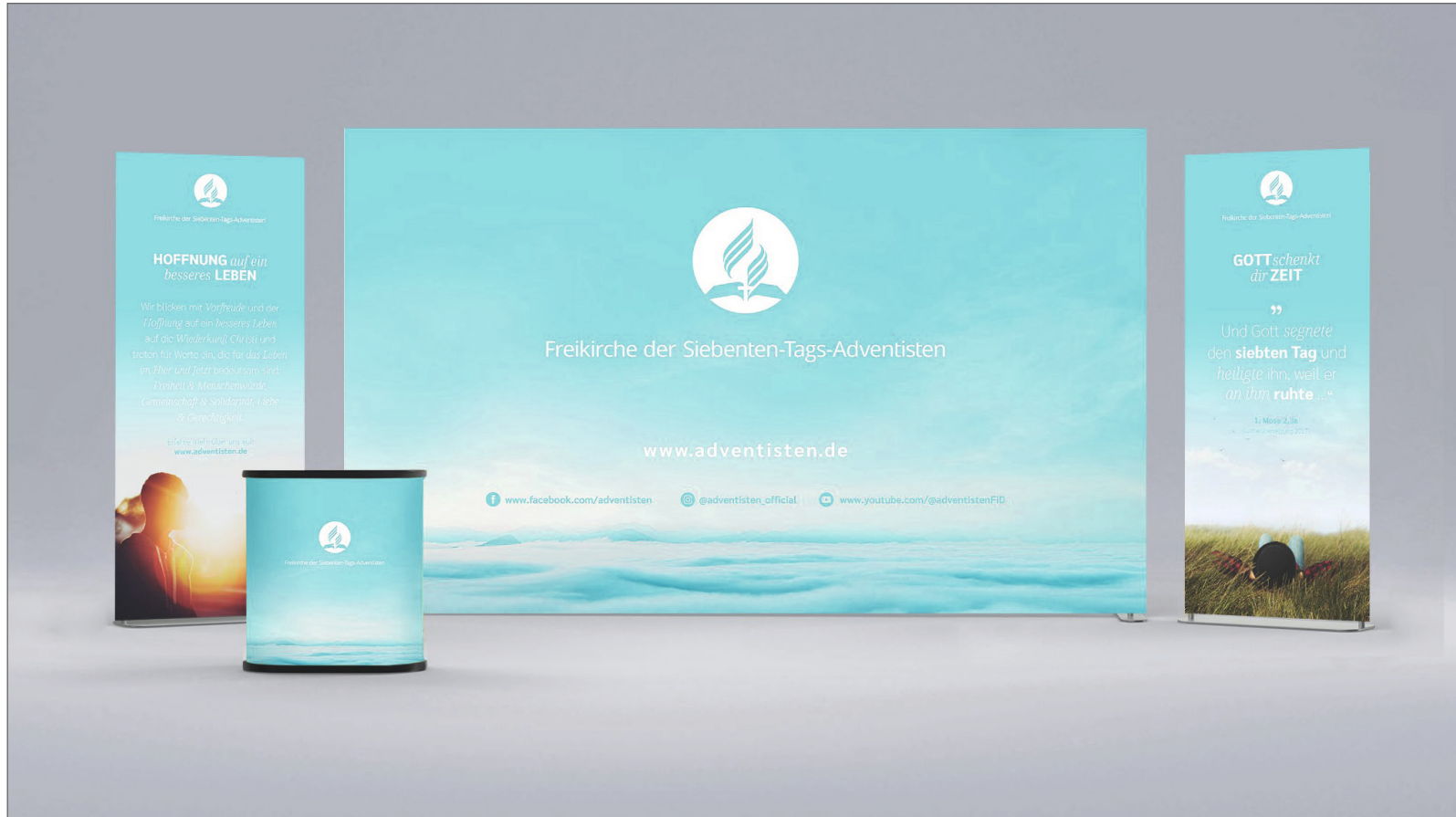
AfterEffects



Messe Stand

Der neue Messestand hat eine breite Wand als Rückseite, sowie zwei passende Roll-Ups auf den Seiten. Es gibt ein Design für eine Theke.

auf Anfrage



Fahnen

Für bestimmte Veranstaltungen können Fahnen ein effektives Werbemittel sein.

auf Anfrage



Gebäudebeschriftung

Im Gegensatz zu anderen Medien widmet der Betrachter einer Gebäudebeschriftung nur wenig Zeit und diese gilt es auszunutzen. Gleichzeitig ist die Beschriftung meist einer der ersten Berührungspunkte mit unserer Kirche. Daher ist es äußerst wichtig, die Kernelemente unserer Marke möglichst stark hervorzuheben und den Text so gut lesbar wie möglich zu gestalten. Im Gegensatz zu einem Flyer oder einer Website geht es nicht um Kreativität, sondern um Signalwirkung.

Im Sinne der Customer Journey wird daher folgende Beschilderung empfohlen:

- Botschaft: Ein ganz kurzer Spruch der Passanten inspiriert.
- Freistehende Säule, diese dient dazu, den Betrachter darauf aufmerksam zu machen, dass in diesem Gebäude eine Kirche ist.
- Alternative: Rundes, in die Straße ragendes Schild, wo keine Säule montiert werden kann.
- Vertikales Schild an der Fassade mit Kirchennamen (z. B. neben dem Eingang).
- Neben der Tür auf Brusthöhe wird eine Hinweistafel mit allen genauen Informationen wie Uhrzeit, Zweigstellen oder anderes angebracht.

So wird zuerst die Aufmerksamkeit erregt und bei konkreter Interesse sind alle Informationen öffentlich zugänglich.

Hinweis:

Diese Designvorgabe (der GK) erfordert einen Bruch mit alten Konventionen, da bisher möglichst viel Information, statt dem Wesentlichen platziert wurde.

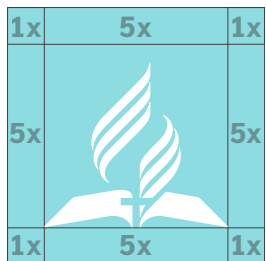


Freistehende Säule

Die Proportionen der Säule sind 1:3, wobei das oberste Drittel der Säule durch unser Logo ausgefüllt wird. Neben unserem Kirchennamen und der genauen Bezeichnung der Kirchengemeinde kann in kleinerer Schrift noch weitere Angaben wie Uhrzeit oder lokalen Gegebenheiten platziert werden.

Es gilt jedoch zu bedenken, dass diese Uhrzeiten oder Treffpunkte Änderungen unterliegen, und dann die Angaben auf der Säule nicht mehr stimmen. Die sicherere Variante ist daher, keine solchen Infos anzubringen, sondern diese beim Eingang separat zu platzieren.

Eine freistehende Beschilderung wird empfohlen. Für Bereiche, wo das nicht erlaubt oder angemessen ist, gibt es eine horizontale Version als Alternative. Für Gebäude, die nicht frei stehen, wird empfohlen anstelle des freistehenden vertikalen Schildes zum einen ein Schild direkt an der Fassade, sowie ein in die Straße hineinragendes Schild anzubringen.



Die vorgegebenen Abstände gilt es auf jeden Fall einzuhalten. Der Logo Bereich wird durch 7 geteilt, eine Spalte bleibt runderum frei. Der Text orientiert sich an der x-Höhe des Schriftzuges.



Hinweis:
Wenn Uhrzeiten o. a. auf der Säule platziert werden sollen, muss auch die länderspezifische Website angegeben werden.

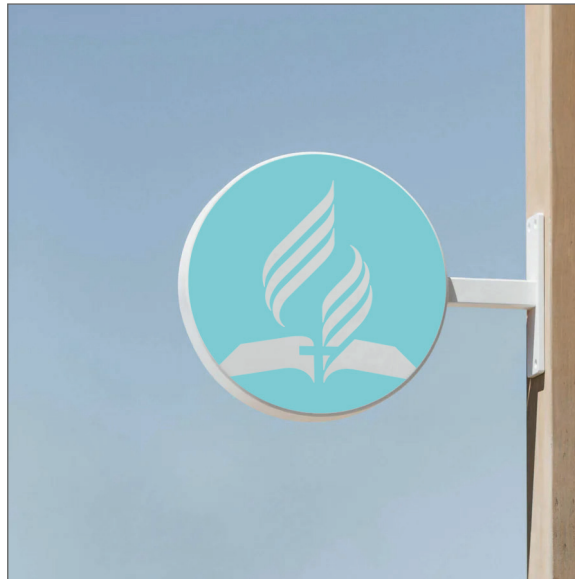


Rundes Schild

Eine freistehende Beschilderung wird empfohlen. Für Gebäude und Situationen, wo das nicht möglich ist, wird ein in die Straße hineinragendes Schild angebracht.

Darauf ist nur unser rundes Kirchenlogo zu sehen, für mehr Informationen mit unserem Kirchennamen gibt es ein großes Schild über dem Eingang oder an der Fassade, sowie ein kleines Schild direkt neben dem Eingang.

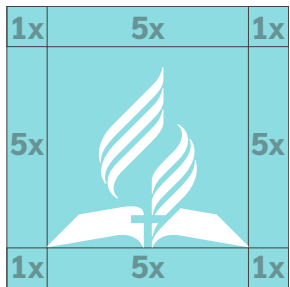
Das Schild selber ist in mattem weiß gehalten, und weist eine Mindestdicke von 5cm sowie einen Durchmesser von mindestens 40 cm und maximal 75 cm. Das Schild ist nicht hinterleuchtet.



Hinweis:
Das hier gezeigte Mock-Up stammt von der
Firma George & Willy.
eu.georgeandwilly.com „Round Sign“

Fassadenschild

Wo kein freistehendes Schild benutzt werden kann oder an der Fassade selbst auch noch ein größeres Schild angebracht werden soll, gibt es zwei Varianten: Entweder wie das freistehende vertikale Schild, oder im Querformat. Das Seitenverhältnis ist 3:1, im linken Drittel ist unser Logo, rechts davon der Kirchenname.



Hinweis:
Das hochformatige Schild kann am Gebäude neben der Tür angebracht werden, wenn es nicht genügend Platz in die Breite gibt. Aufgrund der kleineren Schrift ist diese Variante aber nicht zu bevorzugen.

Die vorgegebenen Abstände gilt es auf jeden Fall einzuhalten.
Der Logo Bereich wird durch 7 Spalten aufgeteilt, eine Spalte bleibt rundherum frei.
Der Text orientiert sich an der x-Höhe des Schriftzuges.



Eingang

Direkt neben dem Eingang befindet sich das letzte Schild mit weiteren Informationen zu Terminen und Zeiten. Hier werden, falls notwendig, eventuelle Zweigstellen von Vereinen angebracht.



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

Gemeinde Winterthur

Veranstaltungen

Jeden Samstag Gottesdienst

 Bibelgespräch	10.00 - 10.50 Uhr
 Lobpreis + Predigt	11.00 - 12.00 Uhr
 Kinderprogramm	10.00 - 10.50 Uhr



Pastor
Dominic Bornand
076 675 09 40

Internet
winterthur.adventgemeinde.ch

Christliche Pfadfinder
ADWA Wintscha 7 - 16 Jährige
Cachorros Wintscha 3 - 6 Jährige



Adventist Development and Relief Agency
Entwicklungs- und Katastrophenhilfe im In- und Ausland
www.adra.ch

Die Maße sind 470mm in der Höhe und 350mm in der Breite. Diese Größe wird angepasst an die örtlichen Gegebenheiten, aber sollte nach Möglichkeit so groß sein.



Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten

Gemeinde Winterthur

Veranstaltungen

Jeden Samstag Gottesdienst

 Bibelgespräch	10.00 - 10.50 Uhr
 Lobpreis + Predigt	11.00 - 12.00 Uhr
 Kinderprogramm	10.00 - 10.50 Uhr



Pastor
Dominic Bornand
076 675 09 40

Internet
winterthur.adventgemeinde.ch

Christliche Pfadfinder
ADWA Wintscha 7 - 16 Jährige
Cachorros Wintscha 3 - 6 Jährige



ADRA
Adventist Development and Relief Agency
Entwicklungs- und Katastrophenhilfe im In- und Ausland
www.adra.ch

Falls das Schild keinen guten Kontrast mit der Fassade erreicht, dann werden die Farben invertiert.

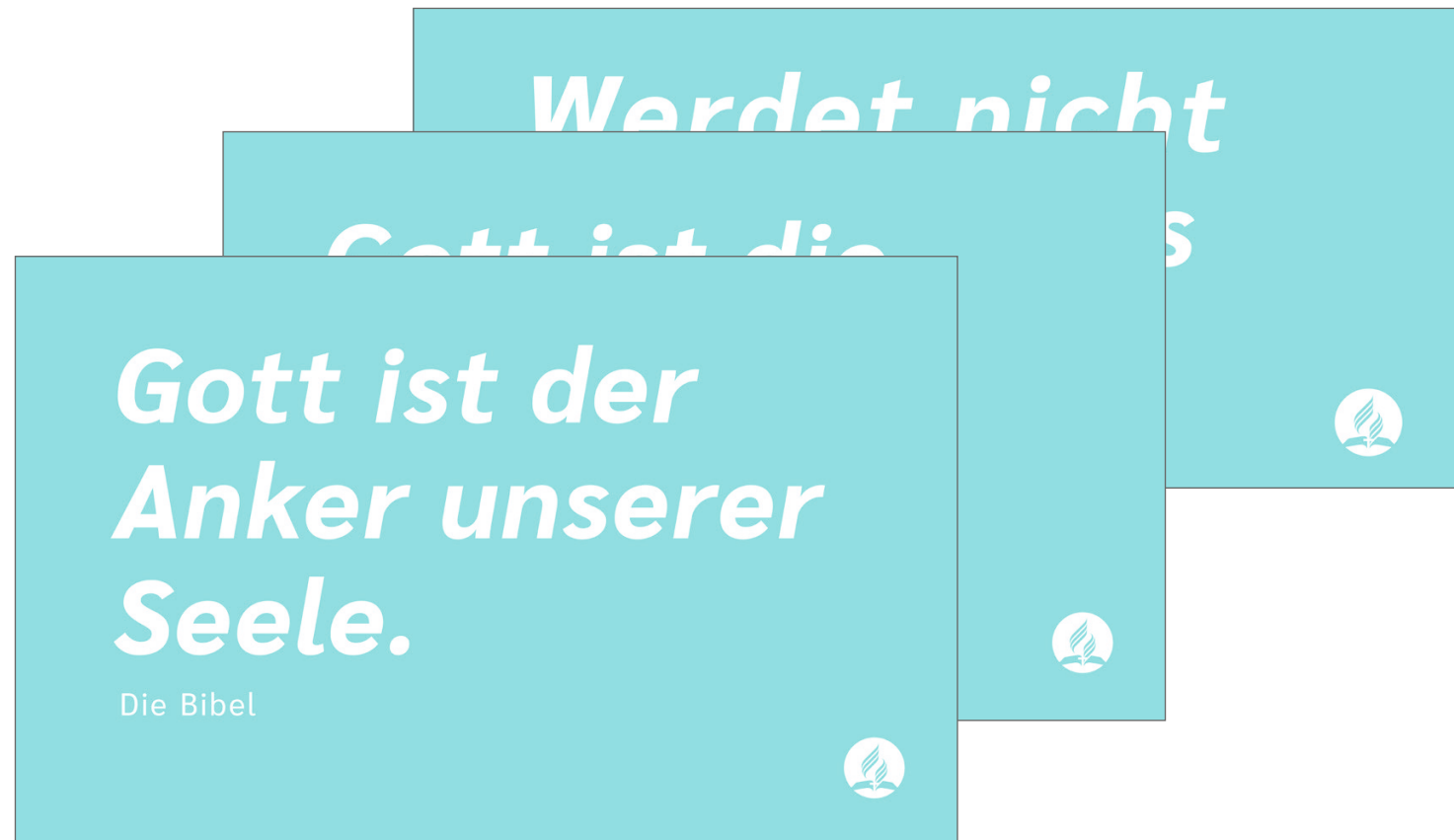
Gebäudebeschriftung Variante

Wenn eine lokale Kirchengemeinde eine andere strategische Ausrichtung hat (Hope-Partner oder HopeCenter) dann wird die Gebäudebeschriftung daran angepasst.

Derzeit sind die Entwürfe dafür noch in Bearbeitung und werden sobald sie fertig sind, hier ins CI eingebaut werden.

Botschaft

Wir möchten Menschen inspirieren und ihrer Seele etwas Gutes tun. Diese Plakate können direkt am Gebäude angebracht werden. So sieht der Passant eventuell zuerst eine Botschaft, und erst dann, dass es unser Kirchenlokal ist.



Botschaft

Wir möchten Menschen inspirieren und ihrer Seele etwas Gutes tun. Diese Plakate können direkt am Gebäude angebracht werden. So sieht der Passant eventuell zuerst eine Botschaft, und dann, dass es unser Kirchenlokal ist.



Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.



derzeit:



Neues Konzept:

Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.



derzeit:



Neues Konzept:

Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.



derzeit:



Neues Konzept:

Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.



derzeit:



Neues Konzept:

Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.



derzeit:



Neues Konzept:

In Kombination mit Schule

Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.



derzeit:



Neues Konzept:

Prototypische Entwürfe

Um eine Vorstellung zu bekommen, wie so eine Beschilderung jetzt in der Realität aussehen könnte, einige Beispiele von Lokalen in Österreich mit einem vorher - nachher Vergleich.

Diese Bilder sind noch mit keiner Ortsgemeinde abgesprochen und stellen Beispiele dar.

Hinweis:
Türkis ist die bevorzugte Farbe. Wenn aufgrund baulicher Gegebenheiten das unpassend ist, wird das Design Team an eine lokal angepasste Lösung erarbeiten.



derzeit:



Neues Konzept:

Werbung

Werbung darf mehr und bewegt sich daher im erweiterten Rahmen der Vorgaben. Hierbei werden vor allem die Kommunikationsprinzipien eingehalten, Zielgruppen gerecht kommuniziert und die Marke langfristig gestärkt.

Auf den folgenden Seiten werden zum einen Beispiele gezeigt, wie Werbung aussehen kann, zum anderen gibt es Vorlagen für InDesign, in die nur Text und ein passendes Sujet eingefügt werden muss und die sofort benutzt werden kann.

Hochformat

Aufgrund der stark digitalisierten Welt und der damit einhergehenden erhöhten Smartphone Nutzung werden vor allem hochformatige, schmale Layouts produziert. So kann ein Flyer leichter per Bild verschickt werden und die vorhandene Fläche wird möglichst effektiv genutzt.

Farben

Die primäre und sekundäre Farbpalette ist nicht bindend für Werbeprodukte. Nachdem hauptsächlich das Keyvisual der Werbung ein ausdrucksstarkes, ästhetisch schönes Bild ist, wird aus dem Bild heraus eine Farbe benutzt um Ton in Ton zu bleiben. Eine strikte Farbvorgabe würde in so einem Fall nur der effektiven Kommunikation im Wege stehen. Damit die Produkte nicht zu bunt werden, wird vor allem weiß und grau für das Logo benutzt.

Typografie

Große Schriften, welche über den Rand des Produkts hinausgehen, sind oft in unserem Werbematerial vorhanden. Eine Mischung aus Sarabun und einem handschriftlichen Font macht sich sehr gut.

Generell gilt analog zu den Kommunikationsprinzipien: Weniger ist mehr!
Mehr Bilder, mehr Schriftarten, bunte Farben verschlechtern die Sichtbarkeit.

Impressumspflicht

Es gelten in jedem Land unterschiedliche Regeln, z. B. für Periodika (elektronisch / gedruckt), Bücher und Werbeflyer. Die Informationen auf dieser Seite sind nur Leitlinien, keine vollumfänglich, rechtlich bindende Aussage.

Deutschland

Die Impressumspflicht für Drucksachen ist in den Landespressegesetzen (LPG) der Bundesländer geregelt. Bestimmte Druckwerke sind in den LPG ausdrücklich von der Impressumspf. ausgenommen. Unter bestimmten Bedingungen muss aufgrund des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) ein Impressum abgedruckt werden. Im Zweifelsfall ist ein Minimalimpressum bestehend aus: Namen, Rechtsforms, Herstellungsort und Vertretungsberechtigten sinnvoll.

Beispiel: Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten KdöR | Senefelderstr. 15, 73760 Ostfildern | Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Werner Dullinger

Österreich

Für Plakate und Werbeflyer reicht ein sehr kurzes Impressum. Der Medieninhaber sowie Hersteller und Herstellungsort muss genannt werden.

Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten *Wien* | Druck: Top-Life Wegweiser Verlag GmbH *Wien*

Diese Informationen können sehr klein angebracht werden. Wenn der Medieninhaber am Plakat klar zu erkennen ist (Veranstalter: Kirche der ...) dann reicht Hersteller und Druckort aus.

Schweiz

Bei Druckwerke für externe Veranstaltungen ist ein Impressum notwendig. Entweder die Kirchgemeinde (Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten in Schaffhausen) oder der Freikirche Schriftzug wird angebracht. Das runde Logo alleine ist nicht ausreichend.

Flyer

Ausdrucksstarke Typografie mit simplen Farbverlauf kombiniert.

InDesign





Ein extremes Hochformat wird nur selten benutzt, für die Handynutzung ist es jedoch ideal.

Flyer

Wenn der Bildhintergrund zu unruhig ist, benutzen wir ein Overlay, um eine gute Lesbarkeit zu erreichen. Dieses Overlay legt sich typischerweise von links über das Produkt, die zwei Ecken im Bild sind mit einem sehr niedrigen Radius abgerundet. Eine leichte Transparenz wird eingestellt, damit zum einen das Bild dahinter noch erahnt werden kann, zum anderen verdeckt es dadurch den restlichen Flyer nicht.

InDesign



Flyer

Wenn sehr viel Text auf einer einzelnen Seite platziert werden muss, bietet sich eine Banderole an, in der kompakt gesetzt der gesamte Text Platz hat, das Motiv jedoch nicht zerstört.

InDesign



**LOST
AND
FOUND**

Impulswochenende

Do	20. Okt. 2022	🕒 19:30	Wie „lost“ sind wir eigentlich?
Fr	21. Okt. 2022	🕒 19:30	Was hat sich Gott DABEI gedacht?
Sa	22. Okt. 2022	🕒 10:30	Born to be what?
Sa	22. Okt. 2022	🕒 14:30	Victory's Secret

Livestream verfügbar unter: sta.at/lostandfound

Sprecher MMag. Heinz Schaidinger, MT, MA Dozent am Theol. Seminar Schloss Bogenhofen Direktor des ORG Bogenhofen, Oberösterreich	Adresse Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten Jüptnergasse 4-8, 1220 Wien wien-kagran.adventisten.at
--	---

Flyer

Für eine Informationskampagne wurde das Overlay adaptiert, um den vielen Text unterzubringen.

InDesign

The flyer features a background image of a glass jar filled with coins, with a small green plant growing out of the top. In the top left corner, there is a circular logo containing a stylized flame or leaf. The main text is in white, bold, uppercase letters, followed by a subtitle in a smaller, regular font. Below the text, there are three paragraphs of smaller text, each enclosed in a white rounded rectangle with a drop shadow.



GEMEINSAM UNTERSTÜTZEN.

Für die Gemeinde
Mistelbach.

Entdecke unsere neue Heimat im Herzen von Mistelbach! Seit 2022 befinden wir uns in einem neuen Mietlokal in der Mitte der Stadt. Doch das ist nicht alles – im selben Gebäude ist auch das Zentrum für Familien und Begegnung (*ZeFaBe*) mit einer Fundgrube für Kleidung, Lebensmittelausgabe und weiteren sozialen Initiativen. Gemeinsam haben wir bereits vielen Menschen geholfen und können so ein Segen für die Stadt sein.

Jetzt bietet sich uns eine Chance: Wir können sowohl unser Gemeindelokal als auch die Räumlichkeiten des ZeFaBe erwerben. Durch diesen Schritt sichern wir langfristig den zentralen Standort und senken gleichzeitig die monatlichen Kosten. Gemeinde und Union haben sich für den Kauf des Gemeindelokals entschieden, während der Verein ZeFaBe die restlichen Flächen erwirbt.

Werde Teil dieser tollen Entwicklung und hilf mit! Gemeinsam können wir noch mehr Menschen unterstützen und unsere Mission in Mistelbach weiter stärken.

Leaflet

Ein Falzflyer muss nur wenige Informationen auf der Vorderseite transportieren, daher kann besonderer Fokus auf das Motiv gelegt werden.



InDesign



Leaflet

Das Leaflet Adventisten auf einen Blick ist ein offizielles Dokument, daher wird die Primärfarbe Türkis benutzt. Ein Bild mit orangener Farbgebung harmonisiert sehr gut.

InDesign



Schaukastenplakat

Es wird eine Banderole im untersten Bereich des Plakats gemacht, so wird kompakt alle wichtige Information platziert, gleichzeitig wird das Hauptmotiv dadurch nicht zu stark beeinflusst und steht weiterhin für sich selbst.

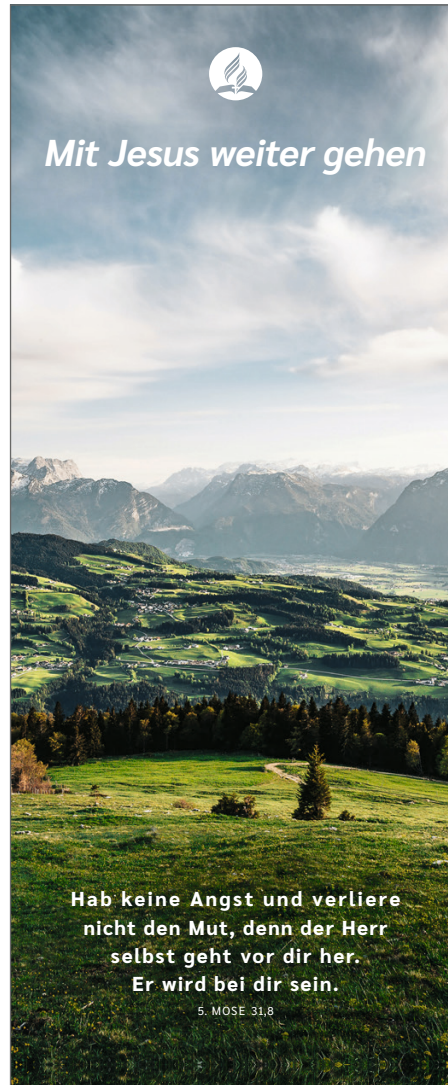
InDesign



Roll-Up

Bei einem Roll-Up ist zu beachten, dass das Logo nach Möglichkeit oben platziert wird, oder ansonsten nach unten hin ein ausreichend großer Abstand zum Boden ist. Die sogenannte Pinkelzone ist zu beachten (der Bereich, den ein Hund erreichen würde, typischerweise wird dieser Bereich mit der Zeit dreckig), daher platzieren wir dort nicht das Logo.

InDesign



Hope Partner Logo

Als Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten nutzen wir immer vordergründig das Logo der Kirche. Das Hope Partner Logo wird nie für sich alleine stehend benutzt, sondern in Kombination mit dem Kirchen-Logo.



Vertikal



Horizontal

Hinweis:

Die horizontale Variante wird nur eingesetzt wenn das Partner-Logo für sich alleine stehen kann. (Siehe z. B. Polygon und Banner)

Hope Corporate Design:

Falls du noch genauere Vorgaben für die Hope Marke benötigst, bekommst du bei Hope Media Europe das Hope Design Manual. Für die Hope Partnerschaft ist das aber normalerweise nicht relevant.

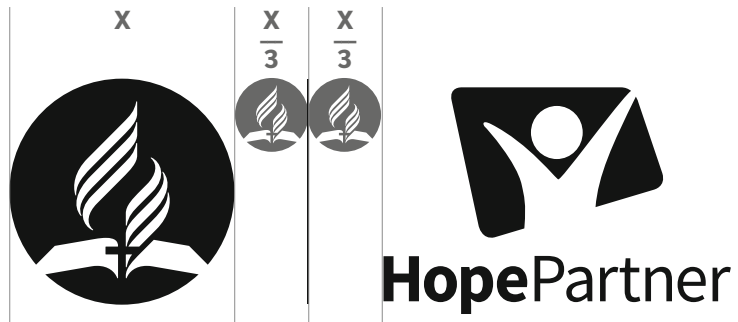
Hope Partner Logo-Kombination

Als Hope Partner nutzt die lokale Kirche die Kombination der zwei Logos. Diese Kombination gilt es immer gemeinsam einzusetzen, wo sonst nur das Kirchen Logo genutzt wird.

Die Gestaltungsgrundlagen wie Abstände, Farben, Hintergründe oder Größenvorgaben sind ab Seite 5 in diesem Dokument zu entnehmen und gelten prinzipiell für alle HopePartner Kombinationen.



Hinweis:
Das Hope Partner Logo übernimmt immer die Farbgebung des Adventisten Logos

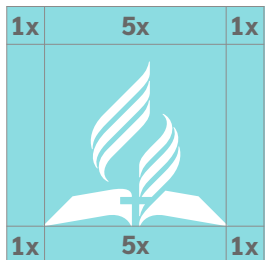


Hinweis:
An jeder Stelle wo laut Vorgaben das Adventisten-Logo eingesetzt wird, muss das Hope Partner Logo als Kombination eingesetzt werden.

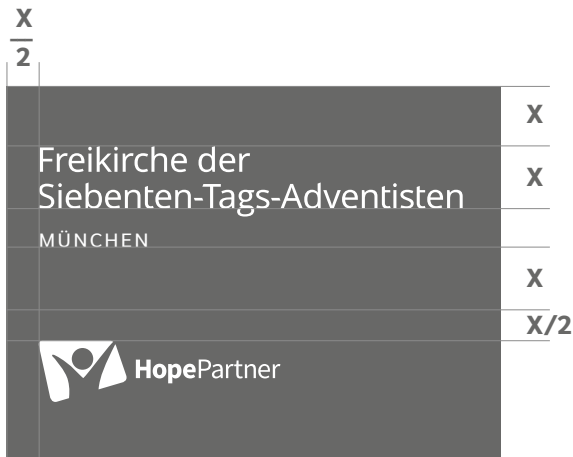
Freistehende Säule

Genauere Vorgaben zur Gebäudebeschriftung findest du ab Seite 41.

Die Schilder werden nicht verändert, unter dem Namen und der genauen Bezeichnung der Kirchengemeinde wird das Hope Partner Logo platziert.



Die vorgegebenen Abstände gilt es auf jeden Fall einzuhalten. Der Logo Bereich wird durch 7 geteilt, eine Spalte bleibt rundherum frei. Der Text orientiert sich an der x-Höhe des Schriftzuges.



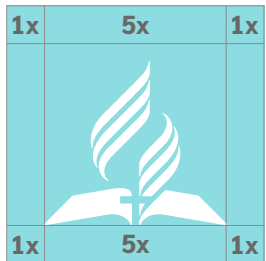
Hinweis:

Wenn Uhrzeiten o. a. auf der Säule platziert werden sollen, muss auch die länderspezifische Website angegeben werden.



Querformat

Auch im Querformat gilt das Seitenverhältnis von 3:1, im linken Drittel ist das Adventisten Logo, rechts davon der Kirchenname sowie das Hope Partner Logo.



Die vorgebenen Abstände gilt es auf jeden Fall einzuhalten. Der Logo Bereich wird durch 7 geteilt, eine Spalte bleibt rundherum frei. Der Text orientiert sich an der x-Höhe des Schriftzuges.



Prototypischer Entwurf

Hier ein Beispiel wie eine Beschilderung anhand eines Neubaus aussehen könnte.



Eingang

Direkt neben dem Eingang befindet sich das Schild mit weiteren Informationen zu Terminen und Zeiten. Hier wird die Standard Kombination der zwei Logos genutzt.

**Freikirche der
Siebenten-Tags-Adventisten**
München

Veranstaltungen

Jeden Samstag Gottesdienst

- Bibelgespräch 10:00 – 11:00
- Predigt 11:00 – 12:00
- Kinderprogramm 10:15 – 11:00

Jeden 2. & 4. Freitag im Monat Abendstunde

- Lobpreis & Bibelgespräch 19:00 – 20:30

Kontakt

- muenchen.adventisten.de
- muenchen@adventisten.de



**Freikirche der
Siebenten-Tags-Adventisten**
München

Veranstaltungen

Jeden Samstag Gottesdienst

- Bibelgespräch 10:00 – 11:00
- Predigt 11:00 – 12:00
- Kinderprogramm 10:15 – 11:00

Jeden 2. & 4. Freitag im Monat Abendstunde

- Lobpreis & Bibelgespräch 19:00 – 20:30

Kontakt

- muenchen.adventisten.de
- muenchen@adventisten.de



Zweigstellen

 **ADRA**
Adventistische Entwicklungs-
und Katastrophenhilfe
adra.de



**Freikirche der
Siebenten-Tags-Adventisten**
München

Veranstaltungen

Jeden Samstag Gottesdienst

- Bibelgespräch 10:00 – 11:00
- Predigt 11:00 – 12:00
- Kinderprogramm 10:15 – 11:00

Jeden 2. & 4. Freitag im Monat Abendstunde

- Lobpreis & Bibelgespräch 19:00 – 20:30

Kontakt

- muenchen.adventisten.de
- muenchen@adventisten.de



Die Maße sind 470mm in der Höhe und 350mm in der Breite. Diese Größe wird angepasst an die örtlichen Gegebenheiten, aber sollte nach Möglichkeit so groß sein.

Falls das Schild keinen guten Kontrast mit der Fassade erreicht, dann werden die Farben invertiert.

Prototypischer Entwurf

Hier ein Beispiel wie eine Beschilderung anhand einer Fassade aussehen könnte.



Prototypische Entwürfe

Hier ein Beispiel wie die Logo-Kombination auf Flyer eingesetzt werden sollen.



Prototypische Entwürfe

Hier ein Beispiel wie die Logo-Kombination auf Flyer eingesetzt werden sollen.



Prototypische Entwürfe

Hier ein Beispiel wie die Logo-Kombination auf Flyer eingesetzt werden sollen.



Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten Österreich

Prager Straße 287, 1210 Wien

Konzeption:

Nicole Bürgi, Simon Eitzenberger, Philipp Grau, Ruben Grieco, Sebastian Wöber

Ein Projekt der Kirche der Siebenten-Tags-Adventisten Österreich, und der Freikirche der Siebenten-Tags-Adventisten Deutschland und Schweiz

Inhalt und Redaktion:

Abteilung Kommunikation & Medien – Philipp Grau

Rückmeldungen bitte an design@adventisten.at

Wien, Mai 2024 (Version 1.5)

Copyright und Haftung:

Der auszugsweise Abdruck dieser Publikation ist nur mit Quellenangabe gestattet.

Alle sonstigen Rechte sind ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers

unzulässig. Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen trotz sorgfältiger

Bearbeitung ohne Gewähr. Eine Haftung der (Frei)Kirche der Siebenten-Tags-

Adventisten ist ausgeschlossen.

