



# Markenrichtlinien von Lions Clubs International

---

Repräsentation der größten Hilfsorganisation der Welt.

# Warum sind Markenrichtlinien wichtig?

---

Markenrichtlinien helfen Lions Clubs International dabei, der Welt zu zeigen, wer wir sind und was wir tun. Indem all unsere Clubs einheitliche Richtlinien bezüglich Terminologie, Logos, Schrifttypen, Farben und Abbildungen nutzen, erzeugen wir ein universell erkennbares Image für die weltweit führende Hilfsorganisation.

Die korrekte Nutzung dieser Richtlinien sorgt außerdem für den Erhalt der geschützten Logos und Botschaften wie „We Serve / Wir helfen<sup>TM</sup>“, so dass diese in Zukunft weiterhin von Lions genutzt werden können.

# Inhaltsverzeichnis

---

## **1.0 //** Formulierings-Richtlinien

- 1.1 Lions-Terminologie
- 1.2 Standardübersicht zur Organisation

## **2.0 //** Emblem und Name

- 2.1 Nutzung von Emblem und Namen
- 2.2 Korrekter Umgang

## **3.0 //** Designgrundlagen

- 3.1 Farbpalette
- 3.2 Typografie

## **4.0 //** Fotoaufnahmen

- 4.1 Anleitung für gute Fotoaufnahmen
- 4.2 Korrekter Umgang
- 4.3 Verwendung von Bildmaterial

## **5.0 //** Design-Inspiration

- 5.1 Digitale Beispiele
- 5.2 Druckbeispiele
- 5.3 Außer-Haus-Beispiele
- 5.4 Social-Media-Beispiele

## **6.0 //** Markenbildung für unsere globalen Anliegen

- 6.1 Ikonografie

## **7.0 //** Fragen zur Marke

- 7.1 Abstimmung mit der Marke

A person is seen from behind, sitting at a desk and working on a laptop. The laptop screen displays a document with text. The person's hands are on the keyboard. To the right of the laptop, there is a white cup with a black straw and some sticky notes. The background is dark and out of focus.

# 1.0 // Formulierungs-Richtlinien

# 1.1 Lions-Terminologie

---

## Unser Name

Erstnennung: Lions Clubs International

Zweitnennung: Lions International

Nutzen Sie „Organisation“ statt „Vereinigung“, wenn Sie auf Lions International als allgemeine Einheit verweisen.

Vermeiden Sie die folgenden Begriffe in Bezug auf die Organisation:

- Lions Clubs
- Lions
- LCI

## Lions

Der Begriff „Lions“ verweist immer auf unsere Mitglieder, nie auf die Organisation, und wird immer groß geschrieben.

Nutzen Sie „Lions“ außerdem, wenn Sie sich auf kollektive Zuschreibungen beziehen (beispielsweise Lions-Hilfe, Lions-Anteilnahme, Lions-Engagement).

Nutzen Sie „Lions Club“ und „Lions Clubs“ mit großem „C“, wenn Sie sich auf Clubs beziehen.

# 1.2 Standardübersicht zur Organisation

---

## Nutzen Sie unsere standardisierte Übersicht zur Organisation?

Diese Übersicht besteht aus einer Standard-Formulierung, die in Pressemitteilungen, Faktenblättern und Medienresonanzen genutzt wird, um Lions Clubs International einheitlich zu definieren.

Beispiele:

- Ihre Lokalzeitung hat vor, einen Artikel über ein Hilfsprojekt zu schreiben, das Ihr Club kürzlich durchgeführt hat. Sie senden der Zeitung die Eckdaten dieses Hilfsprojekts und fügen außerdem die Übersicht zur Organisation bei, um Hintergrunddaten über uns zu liefern.
- Sie verfassen eine Pressemitteilung über eine neue Partnerschaft zwischen Ihrem Club und einer anderen lokalen Organisation. Am Ende der Pressemitteilung fügen Sie die Übersicht zur Organisation bei, um zusätzlichen Kontext bereitzustellen.

## Übersicht zu Lions Clubs International

Lions Clubs International ist die weltweit größte Hilfsorganisation. Unsere 1,42 Millionen Mitglieder in über 48.000 Clubs leisten ehrenamtliche Hilfsdienste in mehr als 200 Ländern und geographischen Gebieten auf der ganzen Welt. Seit 1917 engagieren sich Lions kommunal mit praktischen Hilfsprojekten, um humanitäre Hilfe zu leisten. Dank der großzügigen Unterstützung unserer Lions Clubs International Foundation sind wir in der Lage, unseren Wirkungsbereich zu erweitern. Wir bemühen uns vor allem, Sehkraft zu erhalten, Hungerhilfe zu leisten, die Umwelt zu schützen sowie Kinderkrebs zu bekämpfen und engagieren uns zugunsten unseres neuen globalen Anliegens, Diabetes. Somit widmen wir uns einigen der dringendsten Probleme, unter denen die Menschheit leidet. Lions haben sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, 200 Millionen Menschen pro Jahr zu helfen, um so noch mehr Menschen als je zuvor Hilfe zu bieten. Weitere Informationen über Lions Clubs International finden Sie auf [lionsclubs.org](http://lionsclubs.org).



## 2.0 // Emblem und Name

## 2.1 Nutzung von Emblem und Namen

### Emblem

Das Emblem von Lions Clubs International darf nur wie unten abgebildet verwendet werden. Die korrekte Verwendung unseres Emblems hilft dabei, die Marke des Emblems weltweit zu schützen. Wenn Sie das Emblem wie dargestellt verwenden, helfen Sie uns dabei, unser wichtigstes Symbol für zukünftige Lions-Generationen zu bewahren.



EMBLEM

### Name

Der Schriftzug ist die korrekte Art, den Namen unserer Organisation auf Ihren Marketingunterlagen darzustellen. Das **Emblem** darf alleine verwendet werden. Der **Schriftzug** darf lediglich in Verbindung mit dem Emblem aufgeführt werden. Wenn Emblem und Namensabbildung gemeinsam auftauchen, wird dies als **Signatur** bezeichnet.

## Lions Clubs International

SCHRIFTZUG



## Lions Clubs International

SIGNATUR

## 2.2 Korrekter Umgang

### KORREKT



**Lions Clubs International**

### NICHT KORREKT

Nicht verzerren.



~~Lions Clubs International~~

Schriftart nicht ändern.



~~Lions Clubs International~~

Einzelne Elemente nicht umstellen.



~~Lions Clubs International~~

Signatur nicht abschneiden.



~~Lions Clubs International~~

Farben nicht verändern.



~~Lions Clubs International~~

Nicht kippen.



~~Lions Clubs International~~

Farben nicht filtern.



~~Lions Clubs International~~

Logo nicht über ein Muster legen.

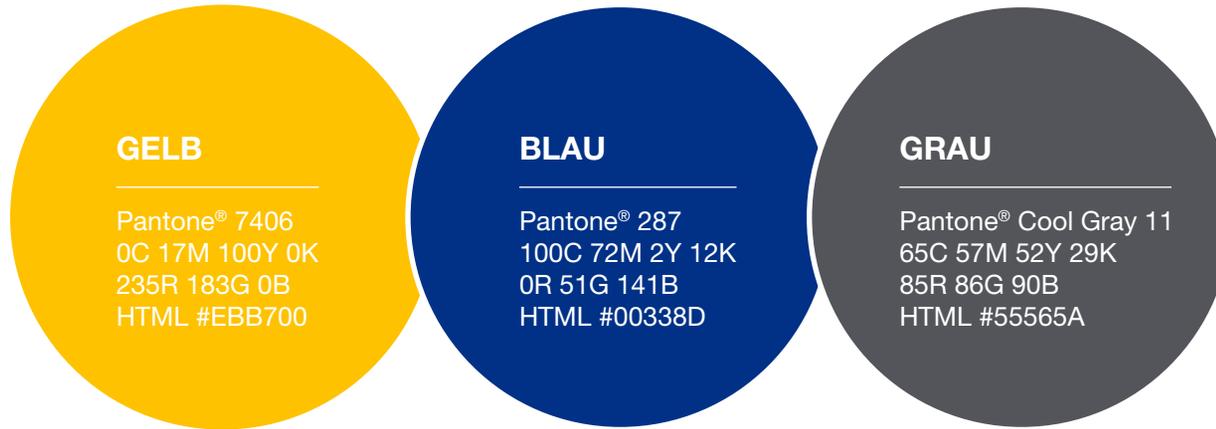


~~Lions Clubs International~~

A man and a woman are sitting at a wooden table, looking at papers and smiling. The man is on the left, wearing a dark jacket, and the woman is on the right, wearing a red and black patterned jacket. They appear to be in a collaborative work or study environment. The image has a dark overlay, and the text '3.0 // Designgrundlagen' is centered over it.

**3.0 //** Designgrundlagen

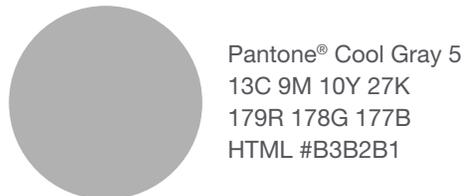
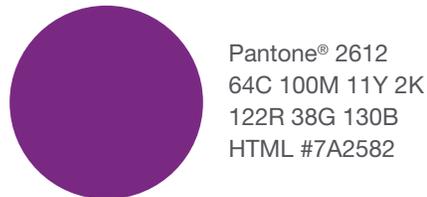
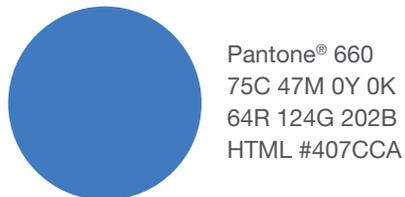
# 3.1 Farbpalette



## Primäre Farbpalette

Die primäre Farbpalette von Lions Club International besteht aus gelb, blau und grau.

Sie wird vor allem für typografische Handhabung und Akzente genutzt und dazu verwendet, größere Flächen mit Farbe zu füllen.



## Sekundäre Farbpalette

Die sekundäre Farbpalette von Lions Club International rundet unsere primäre Farbpalette ab. Die darin enthaltenen Farben dienen der Markenerweiterung und sollten nur sparsam verwendet werden.

Sie eignen sich gut als Akzentfarben und lassen sich einsetzen, um Hervorhebungen zu machen.

## 3.2 Typografie

### Primäre Schriftarten

**Helvetica Neue** wurde zur primären Schriftart für Mitteilungen von Lions Clubs International gewählt. Die unterschiedlichen Gewichtungen der Schriftart ermöglichen Flexibilität und kreativen Ausdruck bei Text und Darstellung.

Helvetica Neue Schriftfamilie

**Wir verändern die Welt.**

### Nicht-römische Schrifttypen

Bei Sprachen, die das römische Alphabet nicht verwenden, wählen Sie bitte Schriftarten, die den oben genannten ähneln oder Schriftarten, die in Ihrem Gebiet gebräuchlich sind. Wir empfehlen Schriftarten, die gut zu einfacheren serifenlosen Schriftarten passen und die nicht zu kunstvoll oder dekorativ sind.

### Sekundäre Schriftarten

**Adobe Caslon** wurde zur primären Schriftart für Mitteilungen von Lions Clubs International gewählt. Diese Schriftart sollte für längere Fließtexte genutzt werden, die auf Überschriften folgen. Sie sollte nicht für Überschriften oder Unterüberschriften verwendet werden.

Adobe Caslon Schriftfamilie

**Wir verändern die Welt.**

### Standardschriftarten

**Helvetica, Arial und Times** wurden zu Standardschriftarten für Mitteilungen von Lions Clubs International gewählt. Sie sollten zur Textverarbeitung gewählt werden, oder dann, wenn die primären und sekundären Schriftarten nicht verfügbar sind.

Helvetica Schriftfamilie

**Wir verändern die Welt.**

Arial Schriftfamilie

**Wir verändern die Welt.**

Times Schriftfamilie

**Wir verändern die Welt.**



**4.0** // Fotoaufnahmen

# 4.1 Anleitung für gute Fotoaufnahmen



## Licht und Fokus

Gutes Licht ist die Voraussetzung für gute Bildaufnahmen. Es empfiehlt sich, Fotos draußen bei Tageslicht aufzunehmen, da natürliches Licht ästhetisch ist und Details gut darstellt. Vermeiden Sie den Blitz Ihres Handys oder Ihrer Kamera. Das Objekt eines Fotos sollte immer klar und scharf zu sehen sein.

## Bildkomposition

Für ein gutes Foto ist es außerdem wichtig, das Objekt zu rahmen. Hierbei hilft die „Drittel-Regel“, die darin anweist, dass Objekte strategisch im Rahmen platziert werden. Manche Kameras erlauben es sogar, ein Raster im Bildschirm anzuzeigen, das bei der Anwendung der „Drittel-Regel“ behilflich sein kann.

## Ungestellte Bilder

Ungestellte Bilder und „Schnappschüsse“ Ihrer Objekte zeigen unser Engagement besser als gestellte oder inszenierte Fotos. Fotos von Lions, die Hilfe leisten, sind ein guter Anfang. Ungestellte Fotos von Hilfe in Aktion eignen sich perfekt und zeigen klar, was wir Lions alles bewirken.

## 4.2 Korrekter Umgang



### Richtig

- Fotos mit natürlicher Beleuchtung, die hell und farbenfroh sind.
- Objekt ist im Mittelpunkt.
- Fotos zeigen Lions in Aktion.



### Falsch

- Die Fotos in der unteren Reihe sind schlecht beleuchtet: zu dunkel und überbelichtet.
- Das obere Foto ist inszeniert und wirkt gestellt. Es zeigt nicht, wie Lions sich engagieren.

## 4.3 Verwendung von Bildmaterial

### Vermeiden Sie es, auf Bilder aus Suchdiensten zurückzugreifen

Natürlich ist es schnell und einfach, Bilder zu nutzen, die Sie bei Google oder Pinterest finden. Aber ist Ihnen auch klar, dass Sie damit möglicherweise das Urheberrecht verletzen? Fotos und Bilder, die sich online finden lassen, stehen zwar zum freien Herunterladen bereit, aber das bedeutet nicht, dass man sie auch ohne Quellenangabe nutzen kann. Mit Suchmaschinen gefundene Bilder werden normalerweise außerhalb des Kontexts der Website, auf der sie veröffentlicht wurden, angezeigt und sind möglicherweise nicht kostenlos verfügbar.

### Informieren Sie sich

Urheberrechtsgesetze sind länderspezifisch. Informieren Sie sich unbedingt über die diesbezügliche Gesetzgebung, bevor Sie Bilder nutzen, die Sie nicht selbst produziert haben.



Bild von slobo

### Wo sich Bilder finden lassen

Bei der Suche nach Archivbildern empfehlen sich Websites, die öffentlich zugängliche Bilder ohne Urheberrechtsbeschränkungen anbieten. Eine übliche Form kreativer Online-Lizenzen ist die "Creative Commons"-Lizenz. Solche Lizenzen erlauben es Urhebern, Arbeiten wie Fotografien online verfügbar zu machen, und besagen gleichzeitig klar, unter welchen Bedingungen der Urheber die Nutzung dieser erlaubt. Die meisten Bilder mit einer „Creative Commons“-Lizenz sind frei verfügbar, manchmal aber nur unter Angabe des Urhebers. Sie können Arbeiten mit derartigen Lizenzen auf der Creative Commons-Website finden. Am wichtigsten ist es, die Lizenz, unter der ein Bild aufgeführt wird, zu prüfen, bevor Sie es verwenden.

### Quellen angeben

Einige Bildlizenzen schreiben vor, dass der Urheber angegeben werden muss. Dies lässt sich einfach über eine diesbezügliche Textzeile innerhalb oder unterhalb des Bildes angeben.



Bild von slobo

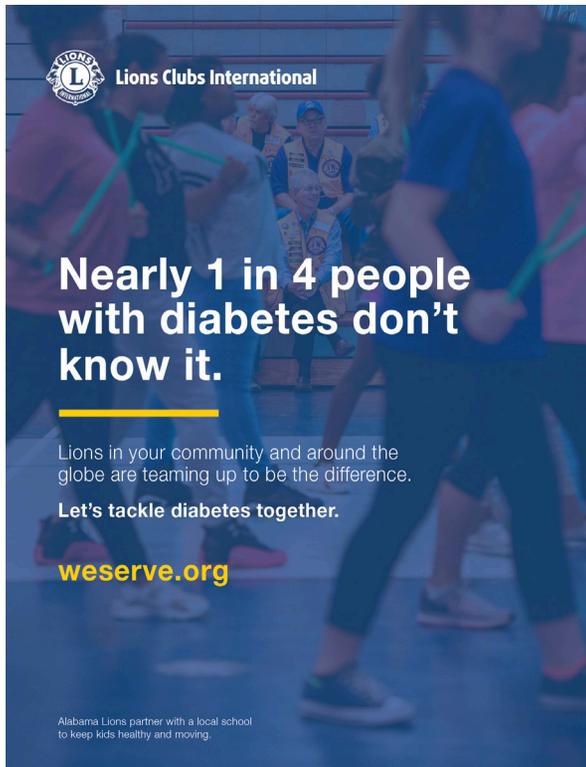
An elderly woman with short, grey hair is sitting on a light-colored metal patio chair. She is wearing a pink short-sleeved shirt and a patterned skirt. She is holding a clear glass of water in her right hand and a magazine in her left hand, looking down at it. The background shows some greenery and a blurred outdoor setting. The text '5.0 // Design-Inspiration' is overlaid on the image in white and yellow.

# 5.0 // Design-Inspiration

# 5.1 Digitale Beispiele



## 5.2 Druckbeispiele



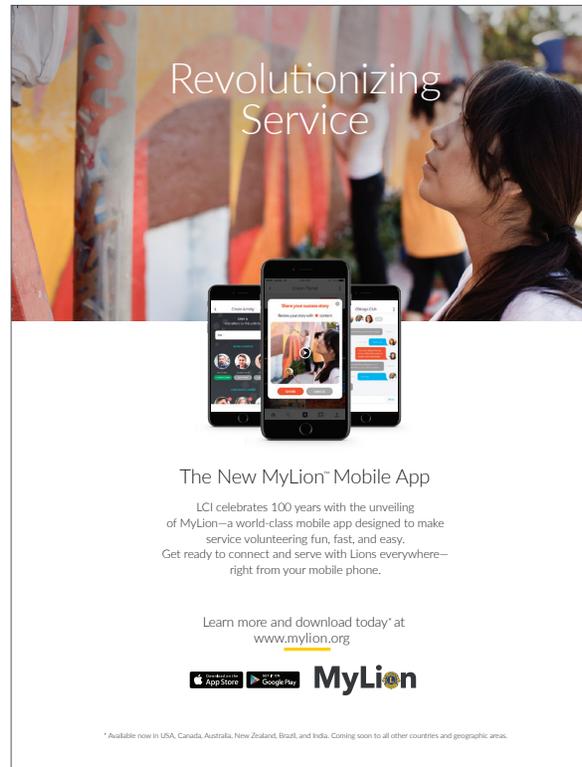
**Lions Clubs International**

**Nearly 1 in 4 people with diabetes don't know it.**

Lions in your community and around the globe are teaming up to be the difference.  
**Let's tackle diabetes together.**

[weserve.org](http://weserve.org)

Alabama Lions partner with a local school to keep kids healthy and moving.



**Revolutionizing Service**

**The New MyLion™ Mobile App**

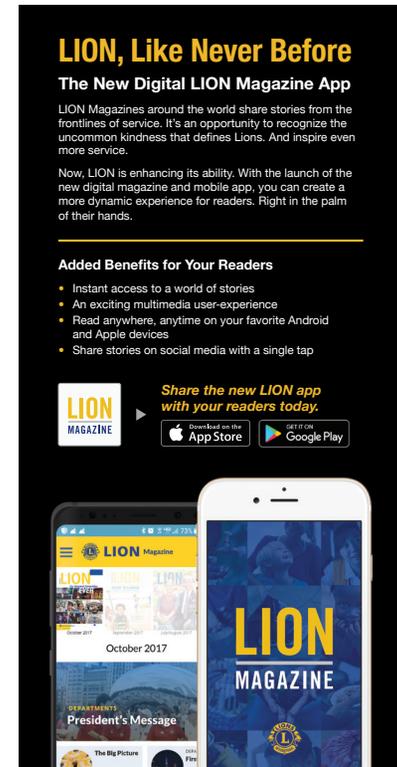
LCI celebrates 100 years with the unveiling of MyLion—a world-class mobile app designed to make service volunteering fun, fast, and easy. Get ready to connect and serve with Lions everywhere—right from your mobile phone.

Learn more and download today\* at [www.mylion.org](http://www.mylion.org)



**MyLion**

\* Available now in USA, Canada, Australia, New Zealand, Brazil, and India. Coming soon to all other countries and geographic areas.



**LION, Like Never Before**

**The New Digital LION Magazine App**

LION Magazines around the world share stories from the frontlines of service. It's an opportunity to recognize the uncommon kindness that defines Lions. And inspire even more service.

Now, LION is enhancing its ability. With the launch of the new digital magazine and mobile app, you can create a more dynamic experience for readers. Right in the palm of their hands.

**Added Benefits for Your Readers**

- Instant access to a world of stories
- An exciting multimedia user-experience
- Read anywhere, anytime on your favorite Android and Apple devices
- Share stories on social media with a single tap


 Share the new LION app with your readers today.



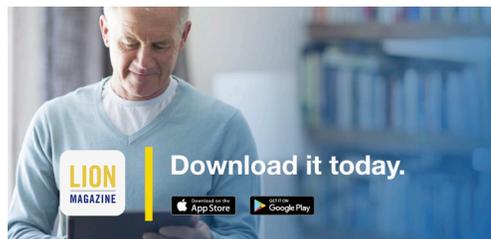
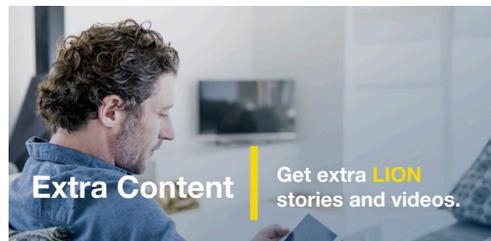
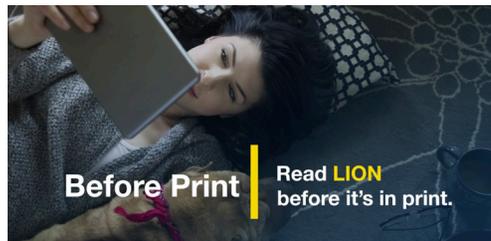

Ausgewählte Werbematerialien und Unterlagen

## 5.3 Außer-Haus-Beispiele



Beispiele in verschiedenen Umgebungen (Plakate, Wartehäuschen usw.)

# 5.4 Social-Media-Beispiele



## Videowerbung und Facebook-Posts

A group of people are engaged in planting activities in an outdoor setting. In the foreground, several young plants in yellow and red plastic pots are arranged on the ground. A person in a dark jacket and cap is bent over, working with one of the plants. To the left, another person in a grey hoodie stands near a large, dark evergreen shrub. On the right, a person in a bright green jacket is partially visible. The background shows a paved area, a street lamp, and more trees under a slightly overcast sky. The overall scene suggests a community or organizational effort to improve the local environment.

# 6.0 // Markenbildung für unsere globalen Anliegen

# 6.1 Ikonografie

---



DIABETES



UMWELT



HUNGER



SEHKRAFT



KINDERKREBS

## Ein Symbol pro Anliegen

**Jedes unserer globalen Anliegen wird mithilfe eines Symbols dargestellt.**

Diese sollen bei jeder Vermarktung einzelner Anliegen verwendet werden, um die individuelle Markenbildung zu fördern.

Wenn alle Anliegen aufgezählt werden, sollten entweder alle Symbole oder keines verwendet werden.



# 7.0 // Fragen zur Marke

# 7.1 Abstimmung mit der Marke

---

## Abstimmung mit der Marke

Eine einheitliche Marke sorgt für eine einheitliche Identität sowohl lokal als auch global von Lions und Lions Clubs International. Bei Fragen zum Inhalt dieser Markenrichtlinien oder bei allgemeinen Fragen bezüglich der Marke wenden Sie sich bitte an **[lionsbrand@lionsclubs.org](mailto:lionsbrand@lionsclubs.org)**.