

Berlin, am 15. Juli 2005

**An alle Landesverbände,
den Verband der Schwesternschaften,
Kreisverbände und Ortsvereine**

Aktualisierung des einheitlichen Erscheinungsbild DRK

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,

Sie alle kennen den Spruch: "Der erste Eindruck ist immer der wichtigste." Für einen so großen Verband wie das Deutsche Rote Kreuz ist es entscheidend, dass das DRK in jeder einzelnen Gliederung und Einrichtung auf den ersten Blick als Einheit wahrgenommen wird – egal ob das über den Briefkopf, ein Werbefaltblatt oder einen Aktionsstand erfolgt.

Da dieser einheitliche Auftritt ein wichtiger Wettbewerbsfaktor ist, hat das Deutsche Rote Kreuz vor mehr als zehn Jahren ein einheitliches Erscheinungsbild (Corporate Design, kurz CD) eingeführt. Bestätigt durch einen Beschluss des Präsidialrates ist dieses für jede Rotkreuzgliederung in Deutschland verbindlich.

Aufgrund der Weiterentwicklung von internationalen Standards der Informationstechnologie muss das Erscheinungsbild des DRK technologisch aktualisiert und seine Anwendbarkeit verbessert werden. So können beispielsweise die bisherigen Schrifttypen nicht weltweit – und oft auch innerhalb Deutschlands - per email versendet werden. Durch die Nutzung zeitgemäßer Technologie soll die Anwendbarkeit für die Verbandsgliederungen vereinfacht und verbessert, die Vereinbarkeit mit internationalen Standards der Informationstechnologien sichergestellt und der Markenwert des Deutschen Roten Kreuzes erhöht werden. Diese Gelegenheit wird zu einer behutsamen Überarbeitung des grafischen Erscheinungsbildes genutzt.

Das Präsidium hat im März 2004 eine Arbeitsgruppe unter Federführung des Bereiches Kommunikation und Marketing im Generalsekretariat beauftragt, Vorschläge zu erarbeiten und zur Beschlussfassung vorzulegen. Die Arbeitsgruppe unter Beteiligung verschiedener Landesverbände, des Verbandes der Schwesternschaften, des Fachverlages DRK-Service GmbH und externer Experten hat diese Empfehlungen im Oktober desselben Jahres zum ersten Mal vorgestellt. Die Entscheidung wurde angesichts der unmittelbar bevorstehenden Strategiekonferenz im Dezember 2004 vertagt und ein Meinungsbild der Mitgliedsverbände eingeholt. Nachdem die Landesgeschäftsführer den Vorschlägen im November 2004 einmütig zugestimmt und um eine rasche Entscheidung des Präsidiums gebeten hatten, hat das Präsidium die Empfehlungen auf seiner Sitzung am 24.04.2005 angenommen und dem Präsidialrat vorgelegt. Der Präsidialrat hat auf seiner Sitzung am 13.07.2005 nach §19.3 der Satzung zugestimmt. Damit ist die Anwendung des aktualisierten Erscheinungsbildes für den Gesamtverband verbindlich. Dieses tritt zum 1. Januar 2006 in Kraft.

Was wird aktualisiert?

a) Die Grundschriften werden optimiert:

Da sich die Grundschriften (Gill, Rockwell) im alltäglichen Gebrauch als schwierig und für die digitalen Medien nicht umsetzbar erwiesen haben, wird der Wechsel auf die Arial vollzogen, die künftig innerhalb des DRK für den Geschäftsverkehr genutzt wird. Für Briefe, Mails, Rundschreiben und vieles mehr wird also künftig eine Schrift angewendet, die als Standard in jedem PC vorhanden, medienadäquat (E-Mail, Powerpoint) und universell ist. Auf ein exklusives Schriftbild, das vor zehn Jahren mit den Schriften Gill und Rockwell angestrebt wurde, wird bewusst verzichtet. – Für die Rotkreuzgliederungen kommen mit dem Umstieg auf die Arial keine zusätzlichen Kosten zu.

Für die professionelle grafik- und drucktechnische Umsetzung von Werbe- und Informationsmaterialien wird die zur gleichen Schriftfamilie gehörende Helvetica eingesetzt (Grafik, Druck).

b) Einführung eines Kompaktlogos

Um das Rotkreuzzeichens optimal zu präsentieren, bieten weder Lang- noch Rundlogo ausreichende Möglichkeiten. Das bisher bevorzugt verwendete Langlogo lässt das Zeichen unproportional klein erscheinen.

Daher wird **zusätzlich** ein Kompaktlogo eingeführt. Dieses stellt das Rotkreuzzeichen an den Anfang und sticht im Größenverhältnis deutlicher und prägnanter hervor.



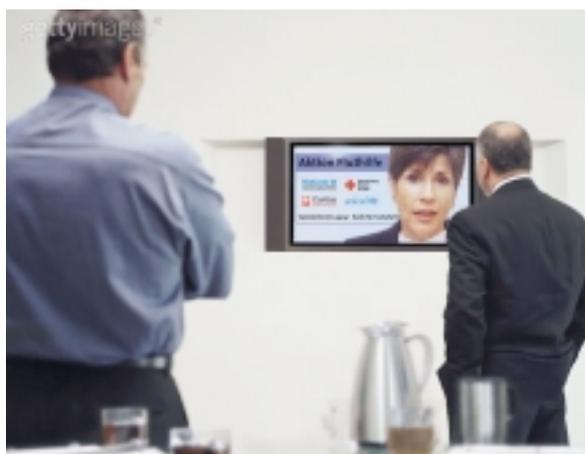
bisher:

Rotkreuzzeichen zu klein:



neu: durch Kompaktlogo

Rotkreuzzeichen größer



In Lang- und Rundlogo wird die Gill durch die neue Schrifttype ersetzt.
 Bei den bisher eingeführten Zusatzlogos (Schwesternschaften, Wasserwacht, Bergwachten, Jugendrotkreuz) wird dies freigestellt.

Logosystem:

Neues Kompaktlogo, Langlogo und Rundlogo bleiben

Bisher: **Deutsches Rotes Kreuz** 



Neu: **Deutsches Rotes Kreuz** 



c) Aufgabe der Dienstfarben, Übergang zum Schwarz-Weiß-Rot-Raster

Das vor zehn Jahren eingeführte Spektrum der Dienstfarben hat die ursprünglich vorgesehene Orientierungsfunktion nicht erfüllt. Für Außenstehende ist die Zuordnung der Arbeitsgebiete in der Fülle der Farben nicht nachvollziehbar. Deshalb wird die Verbindlichkeit der Dienstfarben aufgehoben und zu einem Schwarz-Weiß-Rot-Raster übergegangen, das durch farbige Gestaltung (Fotos, Grafiken) ergänzt wird. Damit wird gleichzeitig das Rotkreuzzeichen stärker in der Wirkung hervorgehoben. Dienstfarben, die sich inzwischen etabliert haben, können aber weiter eingesetzt werden.

Anwendungsbeispiel Broschüre: Option Einsatz Dienstfarbe



Die Umsetzung des aktualisierten Erscheinungsbildes wird zum 1. Januar 2006 für alle DRK-Gliederungen verbindlich und durch angemessene Übergangsfristen und einige Vereinfachungen erleichtert.

Um zusätzlichen finanziellen Aufwand zu vermeiden, werden für alle Veränderungen **Übergangsfristen** eingeräumt. Sie beruhen auf Erfahrungswerten in den Verbänden und sollen den notwendigen Spielraum lassen, im Rahmen von regulären Neuanschaffungen das aktualisierte Erscheinungsbild umzusetzen.

Für alle Rotkreuzgliederungen gilt damit folgendes:

- Umstellung der Geschäftspapiere und Werbe- und Informationsmaterialien sowie sonstigen Publikationen bis Dezember 09 (2 Jahre),
- alle neuen Fahrzeuge werden ab 2006 gemäß aktuellem CD gestaltet, alte Fahrzeuge können bis zu ihrem Nutzungsende verbleiben.

Die DRK-Service-GmbH wird im Rahmen ihrer Handbuchreihe zu Jahresbeginn 2006 eine **digitalisierte Fassung des Erscheinungsbildes** mit den aktualisierten Grundlagen kostenpflichtig an alle bisherigen Abonnenten des Erscheinungsbildhandbuches ausliefern und selbstverständlich auch neuen Abonnenten anbieten. Diese CD-Rom wird möglichst schnell im zweiten Halbjahr 2006 ergänzt durch eine weitere CD-Rom mit Vorlagen für die Gestaltung von Geschäftspapieren. Beide CDs sind sowohl für Rotkreuzmitarbeiter als auch für Partner wie Druckereien und Agenturen vorgesehen.

Um die Umsetzung des Erscheinungsbildes weiter zu erleichtern, werden mit Ergänzungslieferungen schrittweise Vorlagen für Druckerzeugnisse und weitere Inhalte nachgeliefert. Damit wird es möglich sein, mit geringerem Aufwand als bisher einen professionellen Auftritt zu gestalten. Alle grundsätzlichen Richtlinien werden ab 01. Januar 2006 auch in unserem Internetauftritt präsentiert.

Nachdem nun die Beschlüsse gefasst sind, werden die notwendigen Medien erstellt, die Ihnen allen die Umsetzung erleichtern sollen. Bitte haben Sie Verständnis, dass dies angesichts der Komplexität einige Zeit in Anspruch nehmen wird. Deshalb ist die Umsetzung des aktualisierten Erscheinungsbildes ab 1. Januar 2006 vorgesehen. Anfragen und Anregungen zum Thema Erscheinungsbild richten Sie bitte an die zuständige Sachgebietsleiterin Kampagnen, Werbung, PR-Service, Frau Susanne Arabi, Tel. 030-85404-150, arabis@DRK.de

Der einheitliche Auftritt ist wichtig

Der erste Eindruck vom Deutschen Roten Kreuz soll - unabhängig davon wo und durch wen es in Erscheinung tritt - überall gleich professionell und kompetent vermittelt werden. Außerdem erfordert die zunehmende Zahl wirtschaftlich selbständiger Gliederungen eine stringente Markenführung, um das Gesamtbild mit einem einheitlichen Auftritt zu stärken.

Auf den ersten Blick muss das Deutsche Rote Kreuz, seine Vertreter, seine Einrichtungen, seine Fahrzeuge und alles, was zu uns gehört, als Einheit wiedererkannt werden. Mit dieser spontanen Wiedererkennbarkeit des Gesamtspektrums und der Nutzung von Standards ist das Corporate Design ein echter Wirtschaftsfaktor und ermöglicht eine effektive Kommunikation.

Für Mitglieder, Spender, Kunden, Partner sowie die breite Bevölkerung stärkt ein einheitliches Erscheinungsbild das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit und Seriosität des DRK ebenso wie die Identifikation der Mitarbeiter.

Ich bedanke mich bereits im Voraus bei Ihnen für die tatkräftige Unterstützung einer umfassenden Umsetzung und Durchdringung des aktualisierten Erscheinungsbildes ab 2006.

gez. Clemens Graf von Waldburg-Zeil

Adrian Teetz
Bereichsleiter Kommunikation und Marketing