



# Markenrichtlinien von Lions International

---

Repräsentation der führenden  
Hilfsorganisation der Welt.

# So verwenden Sie diesen Leitfaden

---

Dieses Handbuch enthält die bewilligten Standardelemente des visuellen und verbalen Identitätssystems von Lions International. Es wurde zu dem Zweck entwickelt und vertrieben, den Erfolg dieser Identität zu wahren.

Bitte halten Sie sich an diese Richtlinien, die grundlegend aber dennoch flexibel genug sind, um individuellen Ausdruck zu erlauben.

# Informationen über unsere Marke

## Die Lions-International-Marke

Die Lions International-Marke bringt Lions Clubs International und die Lions Clubs International Foundation (LCIF) unter einer „Dachmarke“ – Lions International – zusammen, die weltweit für unsere gemeinsamen Hilfeleistungen und positiven Auswirkungen steht.

## Verwendung der Marken

Lions International dient als „Hauptmarke“ und wird als solche verwendet, wenn über unsere Vereinigung und Stiftung gemeinsam gesprochen wird. Aufgrund der Geschäftsfunktion und der Einschränkungen ihres jeweiligen Status der Gemeinnützigkeit gibt es jedoch einige wichtige Ausnahmen, die die Verwendung der Marke von Lions Clubs International oder der Marke der Lions Clubs International Foundation erfordern: Lions Clubs International ist eine nach IRS 501(c) (4) und Lions Clubs International Foundation ist eine nach IRS 501(c)(3) steuerbefreite Organisation. Ziehen Sie bei der Entscheidung, welche Marke zu verwenden ist, folgende Markenmatrix zu Rate.

	Hauptverwendung	Markenhinweise
 <b>Lions International</b>	In allen Fällen zu verwenden, außer in den unten genannten Ausnahmen.	Diese Marke wird im Umgang mit Lions und der Welt verwendet.
 <b>Lions Clubs International</b>	Zur Verwendung für alle internen Initiativen zur Lions-Unternehmensführung und Gesetzgebung/Lobbytätigkeit.	Die Sensibilisierung für Lions, Projekte oder gemeinnützige Zwecke gilt nicht als gesetzgeberische Lobbyarbeit betrachtet, daher sollte Lions International verwendet werden.
 <b>Lions Clubs International FOUNDATION</b>	Zur Verwendung für Programme, Mitteilungen und Kampagnen, die sich ausschließlich auf LCIF-Fundraising und Zuschüsse konzentrieren.	LCIF-Updates, -Programme und -Erfolgsberichte können unter der Marke „Lions International“ veröffentlicht werden, wenn LCIF deutlich erwähnt wird.  Spendenaufrufe an LCIF können als untergeordnete Botschaft Teil anderer Mitteilungen sein, die die Marke „Lions International“ verwenden (z. B. Newsletters).

# Inhaltsverzeichnis

---

## 1.0 // Globale verbale Richtlinien

- 1.1 Definition von Lions International
- 1.2 Sprachgebrauch von Lions Clubs International
- 1.3 Sprache der Lions Clubs International Foundation
- 1.4 Kommunikationstaktik von Lions International

## 2.0 // Globale visuelle Richtlinien

- 2.1 Emblem
- 2.2 Lions International
- 2.3 Lions Clubs International
- 2.4 Lions Clubs International Foundation
- 2.5 Logonutzung

## 3.0 // Designgrundlagen

- 3.1 Farbpalette
- 3.2 Farbverläufe
- 3.3 Primäre Typografie
- 3.4 Sekundäre Typografie
- 3.5 System-/Standard-Typografie
- 3.6 Digitale/Web-Typografie
- 3.7 Grafische Elemente
- 3.8 Ikonografie

## 4.0 // Fotografie

- 4.1 Bildlicher Ausdruck
- 4.2 Lions im Mittelpunkt
- 4.3 Kontrast und Dynamik
- 4.4 Quellenangaben

## 5.0 // Design-Inspiration

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

## 6.0 // Kontaktinformationen

- 6.1 Fragen zur Marke



# 1.0// Globale verbale Richtlinien

# Legende zum Inhalt

---

In diesem Leitfaden werden drei Arten von Inhalt verwendet. Die folgenden Schriftart-Verfahren ermöglichen die Unterscheidung von Inhalt und geben Content-Designern visuelle Hilfen:

## **Übersichtstext**

Hintergrund- und Setup-Content nutzt eine schwarze Standardschrift ohne Kursivschrift.

## ***Tipps und Anleitungen***

Für hilfreiche Tipps und Richtlinien zum Inhalt wird *Kursivschrift* verwendet.

## **Genehmigter Text**

Fertige Texte für die Verwendung in Mitteilungen, Kampagnen und Werbemaßnahmen sind **blau**.

## 1.1 Definition von Lions International

### Unser Unternehmensleitbild

*Eine formelle Erklärung unserer organisatorischen Zwecke und humanitären Ziele. Wird mit Lions International, Lions Clubs International und der Lions Clubs International Foundation verwendet.*

**Lions Clubs, ehrenamtliche Helfer und Partnerorganisationen dazu befähigen, die Gesundheit und das Wohlbefinden von Menschen zu verbessern, Gemeinschaften zu stärken und Bedürftige durch humanitäre Hilfe und Zuschüsse zu unterstützen, die die Lebenssituationen von Menschen weltweit verbessern und damit wesentlich zum Weltfrieden und zu internationaler Verständigung beitragen.**

### Unsere Tagline

*Eine externe oder an die Öffentlichkeit gerichtete Botschaft, die der Welt rasch mitteilt, was wir tun. Mit Lions International zu verwenden.*

**Einer Welt in Not helfen**

### Unsere Aufgabenschwerpunkte

*Unsere Aufgabenschwerpunkte bieten einen Überblick darüber, wie wir kommunale Hilfe leisten. Sie gehen über individuelle Anliegen und Projekte hinaus, um klar zu kommunizieren, was wir durch unsere Hilfeleistungen erzielen. Mit Lions Clubs International, Lions Clubs International und Lions Clubs International Foundation zu verwenden*

**Gesundheit und Wohlbefinden verbessern**  
**Gemeinschaften stärken**  
**Bedürftige Menschen unterstützen**

## 1.1 Definition von Lions International

---

### **Lions International Boilerplate (Textbausteine)**

*Sollte verwendet werden, wenn ein formellerer Überblick der Organisation erforderlich ist, wie z. B. in Freigabemitteilungen oder offiziellen Dokumenten.*

***Lions International repräsentiert Lions Clubs International und die Lions Clubs International Foundation. Mithilfe von 1,4 Millionen Mitgliedern in über 49.000 Clubs und der finanziellen Unterstützung der Lions Clubs International Foundation gehen Lions einige der größten lokalen und globalen Herausforderungen an. Wir verbessern die Gesundheit und das Wohlbefinden, stärken Communitys und helfen Menschen auf lokaler und globaler Ebene. Bei Lions International engagieren wir uns für eine Welt in Not. Erfahren Sie auf [lionsclubs.org](https://lionsclubs.org) mehr darüber, wer wir sind und was wir tun.***

## 1.1 Definition von Lions International

### Styleguide

- **Erste Verwendung** – Lions International
- **Zweite Verwendung** – Verwenden Sie eine „Erklärung“ von Lions International. Die erste, allgemeinere Aussage sollte in den meisten Fällen verwendet werden und die zweite, wenn die Organisationen formeller genannt werden sollen..
  - Mithilfe von 1,4 Millionen Mitgliedern und der finanziellen Unterstützung unserer Stiftung, Lions International...
  - Mithilfe der 1,4 Millionen Mitglieder von Lions Clubs International und der finanziellen Unterstützung der Lions Clubs International Foundation (LCIF), Lions International...
- **Dritte Verwendung** – Unsere globale Organisation, unsere Organisation

*Bitte kürzen Sie Lions International in keinem der Verwendungsfälle mit „LI“ ab.*

## 1.2 Sprache von Lions Clubs International

### Die Organisation

Unsere 1,4 Millionen Mitglieder in 49.000 Clubs bringen Hilfsbereitschaft und Mitgefühl in unsere Communitys, denen wir in fast jedem Land der Erde helfen. Mit der Unterstützung von Lions Clubs International leisten Lions und Leos praktische Hilfe, sammeln Spenden und setzen sich für lokale und globale Anliegen ein. Jedes Jahr helfen Lions Hunderten von Millionen Menschen auf der ganzen Welt.

### Unser Motto

### Wir helfen

### Lions Clubs International Boilerplate (Textbausteine)

Lions Clubs International ist die größte mitgliederbasierte Hilfsorganisation der Welt. Unsere 1,4 Millionen Mitglieder in über 49.000 Clubs leisten in 200 Ländern und geographischen Gebieten ehrenamtliche Hilfe. Wir Lions verbessern seit 1917 die Gesundheit und das Wohlbefinden, stärken Communitys und helfen bedürftigen Menschen auf lokaler und globaler Ebene. Unser Motto bei Lions Clubs International lautet „We Serve / Wir helfen“. Erfahren Sie auf [lionsclubs.org](https://lionsclubs.org) mehr darüber, wer wir sind und was wir tun.

### STYLEGUIDE

- **Erste Verwendung** – Lions Clubs International
- **Zweite Verwendung** – Unsere Organisation (extern), unsere Vereinigung (intern/Lions)

*Vermeiden Sie bitte die Verwendung von „LCI“, „Lions“ oder „Lions Clubs“ anstelle von Lions Clubs International.*

## 1.3 Sprache der Lions Clubs International Foundation

### Die Stiftung

Unsere globale Stiftung sammelt Spenden, um Zuschüsse zu gewähren und entwickelt Programme, um die ehrenamtliche Arbeit von Lions und Leos auf der ganzen Welt zu fördern. Die Lions Clubs International Foundation (LCIF) ist der gemeinnützige Arm 501(c)3 von Lions International. Seit ihrer Gründung im Jahr 1968 hat LCIF Zuschüsse in Höhe von mehr als 1,2 Milliarden USD gewährt, um Lions-Hilfe zu verstärken und lokal und global nachhaltige Lösungen zu finden. Jede Spende wird zu hundert Prozent zur Unterstützung von LCIF-Zuschüssen und -Programmen verwendet.

### Lions Clubs International Foundation Boilerplate (Textbausteine)

Die globale Stiftung Lions Clubs International Foundation (LCIF) unterstützt die 1,4 Millionen Mitglieder von Lions Clubs International mit Zuschüssen, um ihre gemeinnützige Arbeit auszuweiten und Hilfe auf lokaler und globaler Ebene zu fördern. Seit der Gründung im Jahr 1968 hat LCIF mehr als 19.000 Zuschüsse im Gesamtwert von über 1,2 Milliarden USD gewährt. Wir verbessern die Gesundheit und das Wohlbefinden, stärken Communitys und helfen Menschen auf lokaler und globaler Ebene. Erfahren Sie auf [lionsclubs.org/lcif](https://lionsclubs.org/lcif) mehr darüber, wer wir sind und was wir tun, oder spenden Sie unter [lionsclubs.org/donate](https://lionsclubs.org/donate) an LCIF.

#### VERWENDUNG

- **Erste Verwendung** – Lions Clubs International Foundation (LCIF)
- **Zweite Verwendung** – LCIF
- **Dritte Verwendung** – unsere globale Stiftung, Ihre Stiftung, LCIF

## 1.4 Kommunikationstaktik von Lions International

### Sprache

Die Sprache von Lions International drückt eine Reihe gewünschter Eigenschaften und Tonfälle durch eine stilisierte und klare Sprache aus.

Im Namen von Lions International schreibt man:

- ❶ Kurz und prägnant
- ❷ In Aktiv- statt Passivkonstruktionen
- ❸ Generell in der dritten Person, aber auch in der Ich-Perspektive oder zweiten Person, wenn es angemessen erscheint

### Tonfall

Die Stimme der Organisation kann sich mehrerer Tonfälle bedienen. Wir streben eine Balance zwischen informell und seriös an. Wenn wir über die Organisation und ihre Mitglieder sprechen, ist ein informeller Ton passend. Wenn wir jedoch über Hilfsinitiativen und bedürftige Menschen schreiben, ist es wichtig, dass wir Mitgefühl und Tiefsinn zeigen.

- ❶ Vertrauenswürdig
- ❷ Anteilnehmend
- ❸ Informativ

*Obgleich Lions International ab und an Witz und Verspieltheit einsetzt, sollte sich LCIF jederzeit direkt und dem jeweiligen Anliegen entsprechend mit angemessenem Ernst äußern, um die Würde der begünstigten Menschen zu wahren und unsere Aufrichtigkeit und Dankbarkeit auszudrücken, wenn wir um Spenden bitten.*

### Stil

Für eine stilisierte, klare und effektvolle Praxis hat Lions International die folgenden Stil-Punkte zusammengestellt:

#### ÜBERSCHRIFTEN UND TEILÜBERSCHRIFTEN

- ❶ Überschriften sind hochrangig, emotional und wecken Interesse
- ❷ Teilüberschriften erläutern, definieren oder ergänzen Überschriften
- ❸ Reguläre Groß- und Kleinschreibung und Satzzeichen am Satzende bei vollständigen Sätzen

#### FLIESSTEXT

- ❶ Eine gute Einleitung übermittelt die wichtigsten Infos und fesselt den Leser
- ❷ Abwechslung in der Satzlänge steuert das Tempo und schafft Lesefluss
- ❸ Grundsätzlich AP-Stil, aber Regelbrüche erzeugen interessante Effekte (z. B. Fragmente, Sätze mit Konjunktionen beginnen)

#### AUFRUFE ZUM HANDELN

- ❶ Sind kraftvoll, einladend, eindeutig
- ❷ Visuell abgesetzt oder hervorgehoben, so dass sie deutlich sind
- ❸ Übermitteln angekündigte Inhalte und sind praktisch



# 2.0 // Globale visuelle Richtlinien

## 2.1 Emblem



Zweifarbiges Emblem



Einfarbiges Emblem



Einfarbiges Emblem



Einfarbiges Emblem



### Das Emblem

Das Lions International-Emblem spiegelt den zeitgenössischen und sich weiterentwickelnden Charakter der heutigen Organisation wider und feiert gleichzeitig deren Geschichte und internationale Bekanntheit. Das Emblem wurde mit kleineren Updates aufgefrischt und ist nun besser les- und reproduzierbar.

Die einzige zulässige Art der Darstellung unseres Emblems finden Sie auf dieser Seite abgebildet. Es darf auf keinerlei Weise rekonstruiert oder abgeändert werden. Es muss von Vorlagen mit Produktionsqualität oder von hochauflösenden digitalen Dateien reproduziert werden.

Das Emblem von Lions International wurde als Bestandteil eines flexiblen und zusammenhängenden visuellen Systems entworfen. Wenn Emblem und Namenszug gemeinsam verwendet werden, wird dies als Signatur bezeichnet.



Die Markenrichtlinien von Lions Clubs International genehmigen unseren Mitgliedern automatisch, die eingetragenen Markenzeichen der Organisation auf verschiedene Weise anzuwenden, unter anderem in Druckmaterialien, die mit Club- und Distriktabläufen in Verbindung stehen und in digitalen Medien wie Websites und Social-Media-Kanälen.

Sonstige Verwendungszwecke von Markenzeichen, die nicht direkt in den Markenrichtlinien erlaubt werden, bedürfen der schriftlichen Genehmigung vom Hauptsitz von Lions Clubs International und unterliegen gegebenenfalls Lizenzgebühren.

Anfragen zur Nutzung der Marke können an [trademarkuse@lionsclubs.org](mailto:trademarkuse@lionsclubs.org) gerichtet werden.

## 2.2 Lions International // Signaturen



### Die Primärsignatur

**Die Signatur ist Hauptelement der Markenidentität. Sie besteht aus zwei Komponenten: dem Emblem und dem Namenszug.**

Die zwei aufgeführten Signaturen sind die primären Konfigurationen. Sie sind die bevorzugte Wahl für sämtliche Anwendungen.

Signaturen dürfen nicht neu gestaltet oder neu entworfen werden. Es sollten immer die online verfügbaren, genehmigten elektronischen Grafiken verwendet werden.



### Sekundäre Signaturanordnungen

**Aus Gründen der Flexibilität und Kreativität wurden alternative Anordnungen für die Signatur erstellt.**

Signaturen dürfen nicht neu gestaltet oder neu entworfen werden. Es sollten immer die online verfügbaren, genehmigten elektronischen Grafiken verwendet werden.



## 2.2 Lions International // Abstand und Größe bei Signaturen



### Freiraum

Um nicht von den Signaturen abzulenken, sollte der Bereich um die Signatur von Lions International keinen anderen Text oder andere Grafiken beinhalten.

Andere um die Signatur platzierte Elemente (wie z. B. Text, Fotos und sonstige Grafikelemente) sollten, wie oben gezeigt, außerhalb des erforderlichen Freiraums platziert sein. Dies umfasst auch die Platzierung in E-Mails und sonstigen digitalen Anwendungen.

Der Mindestabstand und Freiraum um die Signatur herum wird durch Messen der Höhe des Buchstaben „L“ in der Mitte des Emblems ermittelt.

Als Beispiel finden Sie hier nur eine der primären Konfigurationen der Signatur. Diese Regelungen gelten auch für die anderen Versionen.

### BEVORZUGTE GRÖSSE

1,42875 cm  
(0,5625 Inch)



**Lions International**

### MINDESTGRÖSSE

0,9525 cm  
(0,375 Inch)



**Lions International**

### Bevorzugte Größe

Um optimale Lesbarkeit zu gewährleisten, sollten die Signaturen von Lions International in den empfohlenen Größen verwendet werden.

Die Größe der Signatur wird nach der Höhe des Emblems gemessen. Bei der Mehrzahl der Druckanwendungen sollte die Signatur in den bevorzugten Größen verwendet werden: 1,42875 cm bei Primär- und Sekundärsignaturen und 1,905 cm bei Tertiärsignaturen.

Um die Lesbarkeit zu gewährleisten, muss die Signatur mindestens 0,9525 cm hoch sein. Für Ausnahmen ist eventuell eine zusätzliche Genehmigung erforderlich.

Oben finden Sie einige Beispiele dafür. Diese Regelung trifft auf sämtliche Konfigurationen zu.

## 2.3 Lions Clubs International // Signaturen



### Die Primärsignatur

Die Signatur ist das Hauptelement der Markenidentität. Sie besteht aus zwei Komponenten: dem Emblem und dem Namenszug.

Die zwei aufgeführten Signaturen sind die primären Konfigurationen. Sie sind die bevorzugte Wahl für sämtliche Anwendungen.

Signaturen dürfen nicht neu gestaltet oder neu entworfen werden. Bitte nutzen Sie immer die zugelassenen elektronischen Grafiken, die auch online zur Verfügung stehen.



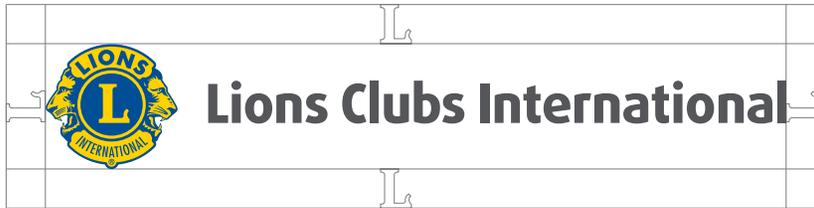
### Sekundäre Signaturanordnungen

Aus Gründen der Flexibilität und Kreativität wurden alternative Anordnungen für die Signatur erstellt.

Signaturen dürfen nicht neu gestaltet oder neu entworfen werden. Bitte nutzen Sie immer die zugelassenen elektronischen Grafiken, die auch online zur Verfügung stehen.



## 2.3 Lions Clubs International // Abstand und Größe bei Signaturen



### Freiraum

Um nicht von den Signaturen abzulenken, sollte der Bereich um die Signatur der Lions Clubs International Foundation keinen anderen Text oder andere Grafiken beinhalten.

Andere um die Signatur platzierte Elemente (wie z. B. Text, Fotos und sonstige Grafikelemente) sollten, wie oben gezeigt, außerhalb des erforderlichen Freiraums platziert sein. Dies umfasst auch die Platzierung in E-Mails und sonstigen digitalen Anwendungen.

Der Mindestabstand und Freiraum um die Signatur herum wird durch Messen der Höhe des Buchstaben „L“ in der Mitte des Emblems ermittelt.

Als Beispiel finden Sie hier nur eine der primären Konfigurationen der Signatur. Diese Regelungen gelten auch für die anderen Versionen.

### BEVORZUGTE GRÖSSE

1,42875 cm  
(0,5625 Inch)



**Lions Clubs International**

### MINDESTGRÖSSE

0,9525 cm  
(0,375 Inch)



**Lions Clubs International**

### Bevorzugte Größe

Um optimale Lesbarkeit zu gewährleisten, sollten die Signaturen von Lions International in den empfohlenen Größen verwendet werden.

Die Größe der Signatur wird nach der Höhe des Emblems gemessen. Bei der Mehrzahl der Druckausgaben sollte die Signatur in den bevorzugten Größen verwendet werden: 1,42875 cm bei Primär- und Sekundärsignaturen und 1,905 cm bei Tertiärsignaturen.

Um die Lesbarkeit zu gewährleisten, muss die Signatur mindestens 0,9525 cm hoch sein. Für Ausnahmen ist eventuell eine zusätzliche Genehmigung erforderlich.

Oben finden Sie einige Beispiele dafür. Diese Regelung trifft auf sämtliche Konfigurationen zu.

## 2.4 Lions Clubs International Foundation // Signaturen



### Die Primärsignatur

Die Signatur ist Hauptelement der Markenidentität. Sie besteht aus zwei Komponenten: dem Emblem und dem Namenszug.

Die zwei aufgeführten Signaturen sind die primären Konfigurationen. Sie sind die bevorzugte Wahl für sämtliche Anwendungen.

Signaturen dürfen nicht neu gestaltet oder neu entworfen werden. Bitte nutzen Sie immer die zugelassenen elektronischen Grafiken, die auch online zur Verfügung stehen.



### Sekundäre Signaturanordnungen

Aus Gründen der Flexibilität und Kreativität wurden alternative Anordnungen für die Signatur erstellt.

Signaturen dürfen nicht neu gestaltet oder neu entworfen werden. Bitte nutzen Sie immer die zugelassenen elektronischen Grafiken, die auch online zur Verfügung stehen..

## 2.4 Lions Clubs International Foundation // Eigenschaften von Signaturen



### Farbgebung

Zur Signatur wird die Farbgebung **Blau, Gelb, Grau, Weiß und Schwarz** verwendet.

Optimale Lesbarkeit wird gesichert, indem die dreifarbigen, zweifarbigen und einfarbigen Signaturen auf hellem Hintergrund platziert werden. Stellen Sie auch sicher, dass die Hintergrundfarben auf die Farbgebung der Signatur abgestimmt sind.

Die einfarbige Signatur kann vor einem Hintergrund mit beliebiger Farbe platziert werden, solange genügend Kontrast für optimale Lesbarkeit besteht.

Signaturen von Lions International können mithilfe von Fotografien reproduziert werden. Auch hier gelten die Regeln von ausreichend Kontrast und relativer Schlichtheit für erhöhte Lesbarkeit.

## 2.4 Lions Clubs International Foundation // Abstand und Größe bei Signaturen



### Freiraum

Um nicht von den Signaturen abzulenken, sollte der Bereich um die Signatur der Lions Clubs International Foundation keinen anderen Text oder andere Grafiken beinhalten.

Andere um die Signatur platzierte Elemente (wie z. B. Text, Fotos und sonstige Grafikelemente) sollten, wie oben gezeigt, außerhalb des erforderlichen Freiraums platziert sein. Dies umfasst auch die Platzierung in E-Mails und sonstigen digitalen Anwendungen.

Der Mindestabstand und Freiraum um die Signatur herum wird durch Messen der Höhe des Buchstaben „L“ in der Mitte des Emblems ermittelt.

Als Beispiel finden Sie hier nur eine der primären Konfigurationen der Signatur. Diese Regelungen gelten auch für die anderen Versionen.

#### BEVORZUGTE GRÖSSE

1,42875 cm  
(0,5625 Inch)



#### MINDESTGRÖSSE

0,9525 cm  
(0,375 Inch)



### Bevorzugte Größe

Um optimale Lesbarkeit zu gewährleisten, sollten die Signaturen von Lions Clubs International in den empfohlenen Größen verwendet werden.

Die Größe wird nach der Höhe des Emblems gemessen. Bei der Mehrzahl der Druckausgaben sollte die Signatur in den bevorzugten Größen verwendet werden: 1,42875 cm bei Primär- und Sekundärsignaturen und 1,905 cm bei Tertiärsignaturen.

Um die Lesbarkeit zu gewährleisten, muss die Signatur mindestens 0,9525 cm hoch sein. Für Ausnahmen ist eventuell eine zusätzliche Genehmigung erforderlich.

Oben finden Sie einige Beispiele dafür. Diese Regelungen treffen auf sämtliche Konfigurationen zu.

## 2.5 Logonutzung

Beachten Sie bitte, dass die nachstehend aufgeführten Richtlinien zur Verwendung des Logos auf alle drei Marken der Organisation zutreffen:

Lions International, Lions Clubs International und Lions Clubs International Foundation (LCIF).

### ZULÄSSIG



**Lions International**

### NICHT ZULÄSSIG

Nicht verzerren.



**Lions International**

Einzelne Elemente nicht umstellen.



**Lions International**

Farben nicht verändern. (Die zulässigen Farbkombinationen finden Sie im Abschnitt 2.3.)



**Lions Clubs International**

Farben nicht filtern.



**Lions Clubs International  
FOUNDATION**

Schriftart nicht ändern.



**Lions International**

Signatur nicht abschneiden.



**Lions International**

Nicht kippen.



**Lions Clubs International**

Logo nicht über ein Muster platzieren.



**Lions Clubs International  
FOUNDATION**

## Unzulässige Logonutzung

Die obigen Beispiele zeigen Signaturen in unzulässigen Konfigurationen und Bearbeitungen. Diese Liste ist nicht vollständig.

Als Beispiel finden Sie hier nur eine der primären Konfigurationen der Signatur. Diese Regelungen gelten auch für die anderen Versionen.



# 3.0 // Designgrundlagen

## 3.1 Farbpalette

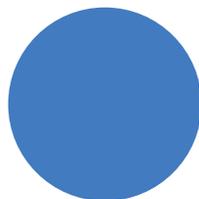


### Primäre Farbpalette

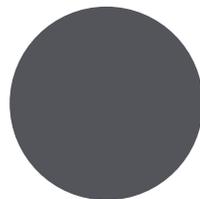
Die primäre Farbpalette von Lions International besteht aus den Farben Blau, Gelb, Violett.

Diese Farben wurden gewählt, um das aktualisierte Emblem zu komplementieren und gleichzeitig einen starken Markenwert beizubehalten.

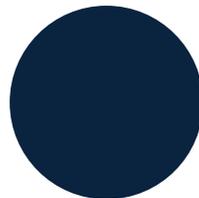
Die Primärpalette wird vor allem für typografische Handhabung und Akzente genutzt und um größere Flächen mit Farbe zu füllen.



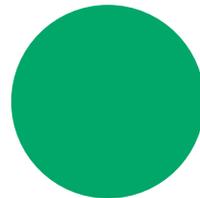
Pantone® 660  
75C 47M 0Y 0K  
64R 124G 202B  
HTML #407CCA



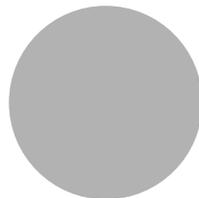
Pantone® Cool Gray 11  
65C 57M 52Y 29K  
85R 86G 90B  
HTML #55565A



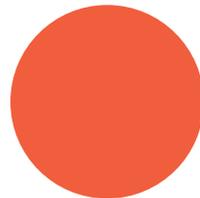
Pantone® 289  
98C 84M 45Y 51K  
13R 34G 64B  
HTML #0D2240



Pantone® 3405  
100C 0M 82Y 0K  
0R 172G 105B  
HTML #00AB68



Pantone® Cool Gray 5  
13C 9M 10Y 27K  
179R 178G 177B  
HTML #B3B2B1



Pantone® 171  
0C 79M 81Y 0K  
255R 92G 53B  
HTML #FF5B35

### Die sekundäre Farbpalette

Die sekundäre Farbpalette von Lions 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 Text zu beleben und Hervorhebungen zu machen.



Als Faustregel gilt: Helle Farben kommen auf dunklem Hintergrund am besten zur Geltung. Gelb, Weiß und helles Grau beispielsweise eignen sich gut auf den anderen dunkleren, satteren Farben. Wenn Text auf Farbhintergründen erscheint, muss der Kontrast stark genug sein, um gute Lesbarkeit sicherzustellen.

## 3.2 Farbverläufe

Solider Farbverlauf



**Opazität: 100 %**  
 Pantone® 289  
 98C 84M 45Y 51K  
 13R 34G 64B  
 HTML #0D2240

**Opazität: 100 %**  
 Pantone® 287  
 100C 72M 2Y 12K  
 0R 51G 141B  
 HTML #00338D

**Opazität: 100 %**  
 Pantone® 2612  
 64C 100M 11Y 2K  
 122R 38G 130B  
 HTML #7A2582

Farbverlauf-Bildoverlay



**Opazität: 100 %**  
 Pantone® 2612  
 64C 100M 11Y 2K  
 122R 38G 130B  
 HTML #7A2582

**Opazität: 100 %**  
 Pantone® 287  
 100C 72M 2Y 12K  
 0R 51G 141B  
 HTML #00338D

**Opazität: 5 %**  
 Pantone® 287  
 100C 72M 2Y 12K  
 0R 51G 141B  
 HTML #00338D

**Farbverläufe verleihen unseren visuellen Markenelementen Tiefe, Dynamik und zusätzliche Bedeutung.**

Unsere offiziellen Farbverläufe zeigen die Geschlossenheit und Kollaboration unserer Organisationsidentität – und erkennen die wichtige Geschichte unserer Marke an – durch die absichtliche Mischung von Farben aus unserer Farbpalette.



Als Faustregel gilt: Helle Farben kommen auf dunklem Hintergrund am besten zur Geltung. Gelb, Weiß und helles Grau eignen sich beispielsweise gut auf den anderen dunkleren, satteren Farben. Wenn Text auf Farbhintergründen erscheint, muss der Kontrast stark genug sein, um gute Lesbarkeit sicherzustellen.

### 3.3 Schriftart, primär

Helvetica Neue 35 schmal

Einer Welt in Not helfen

Helvetica Neue 35 schmal, kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Helvetica Neue 45 leicht

Einer Welt in Not helfen

Helvetica Neue 45 leicht, kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Helvetica Neue 55 Roman

Einer Welt in Not helfen

Helvetica Neue 56 kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Helvetica Neue 65 halbfett

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica Neue 66 halbfett, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

Helvetica Neue 75 fett

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica Neue 76 fett, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

Helvetica Neue 95 Black

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica Neue 96 Black, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

Helvetica 37 dünn, schmal

Einer Welt in Not helfen

Helvetica 37 dünn, schmal, oblique

*Einer Welt in Not helfen*

Helvetica Neue 47 leicht, schmal

Einer Welt in Not helfen

Helvetica Neue 47 leicht, schmal, oblique

*Einer Welt in Not helfen*

Helvetica Neue 57, schmal

Einer Welt in Not helfen

Helvetica Neue 57, schmal, oblique

*Einer Welt in Not helfen*

Helvetica Neue 67, mittelfett, schmal

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica Neue 67 mittelfett, schmal, oblique

***Einer Welt in Not helfen***

Helvetica Neue 77 fett, schmal

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica Neue 77 fett, schmal, oblique

***Einer Welt in Not helfen***

Helvetica Neue 87 fett, schmal

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica Neue 87 fett, schmal, oblique

***Einer Welt in Not helfen***

Helvetica 97 Black, schmal

**Einer Welt in Not helfen**

Helvetica 97 Black, schmal, oblique

***Einer Welt in Not helfen***

#### Primäre Schriftarten

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



Stilistisch sollte das Layout nach Hierarchie geregelt werden: Für Überschriften wird eine größere, fette Schriftart gewählt, für Teilüberschriften eine mittlere und für den Fließtext die kleinste.

## 3.4 Schriftart, sekundär

Adobe Caslon Pro Roman

Einer Welt in Not helfen

Adobe Caslon Pro kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Adobe Caslon Pro halbfett

**Einer Welt in Not helfen**

Adobe Caslon Pro halbfett, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

Adobe Caslon Pro fett

**Einer Welt in Not helfen**

Adobe Caslon Pro fett, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

### Sekundäre Schriftarten

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



Stilistisch sollte das Layout nach Hierarchie geregelt werden: Für Überschriften wird eine größere, fette Schriftart gewählt, für Teilüberschriften eine mittlere und für den Fließtext die kleinste.

## 3.5 Schriftart, System/Standard

Helvetica

Einer Welt in Not helfen

Arial

Einer Welt in Not helfen

Times

Einer Welt in Not helfen

### Die System-/Standardschriftarten

**Helvetica, Arial und Times** wurden zu Standardschriftarten für Mitteilungen von Lions International gewählt.

Sie sollten zur Textverarbeitung und für interne Mitteilungen gewählt werden, oder dann, wenn die primären und sekundären Schriftarten nicht verfügbar sind.



Stilistisch sollte das Layout nach Hierarchie geregelt werden: Für Überschriften wird eine größere, fette Schriftart gewählt, für Teilüberschriften eine mittlere und für den Fließtext die kleinste.

## 3.6 Schriftart, digital/Web

Roboto Thin 100

Einer Welt in Not helfen

Roboto Thin 100, kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Roboto Light 300

Einer Welt in Not helfen

Roboto Light 300, kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Roboto Regular 400

Einer Welt in Not helfen

Roboto Regular 400, kursiv

*Einer Welt in Not helfen*

Roboto Medium 500

**Einer Welt in Not helfen**

Roboto Medium 500, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

Roboto Bold 700

**Einer Welt in Not helfen**

Roboto Bold 700, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

Roboto Black 900

**Einer Welt in Not helfen**

Roboto Black 900, kursiv

***Einer Welt in Not helfen***

### Die digitalen/Web-Schriftarten

**Roboto** wurde zu den digitalen Schriftarten für Mitteilungen von Lions International gewählt.

Sie können für Online-Anwendungen verwendet werden, wenn die primären und sekundären Schriftarten nicht verfügbar sind.



Stilistisch sollte das Layout nach Hierarchie geregelt werden: Für Überschriften wird eine größere, fette Schriftart gewählt, für Teilüberschriften eine mittlere und für den Fließtext die kleinste.

## 3.7 Grafikelemente

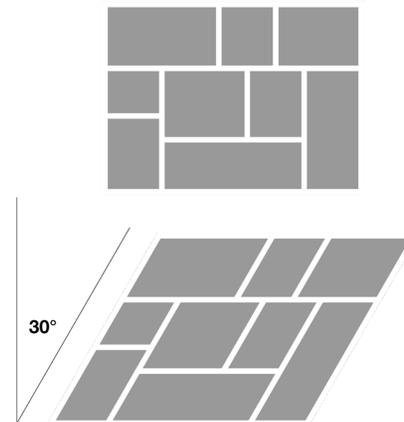
### 1 DER GELBE UNTERSTRICH



Die Unterstreichung in Gelb weckt Aufmerksamkeit und verleiht einem bestimmten Teil des Inhalts Nachdruck. Sie kann außerdem Inhalte unterteilen und voneinander absetzen.



### 2 WINKEL



Diagonale Tönungen und Überlagerungen gestalten ein dynamisches Gesamtbild und sind visuell ansprechend. Für Winkel halten Sie sich bitte an die bereitgestellten Beispiele.

### 3 FARBFÜLLUNGEN UND ÜBERLAGERUNGEN



Mit Überlagerungen werden Bildmaterial sowie Inhalt zu Hauptmerkmalen. Dies ist auch eine gute Methode, um schlechte Bildqualität zu überdecken.

## Thematische Unterteilung, Farben und Überlagerung

Die folgenden Methoden sind wesentlich für Gesamtoptik und -Eindruck. Sie können diese Beispiele zur Orientierung bei der Erstellung eigener Materialien im Rahmen von Lions International nutzen.

## 3.8 Ikonografie



KINDERKREBSHILFE



DIABETES



KATASTROPHEN



UMWELT



HUMANITÄRE HILFE



HUNGER



SEHKRAFTERHALTUNG



JUGENDFÖRDERUNG

### 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.



# 4.0 // Fotoaufnahmen

## 4.1 Bildlicher Ausdruck



### Lions in Aktion

Ungestellt und natürlich wirkende Fotos, in deren Mittelpunkt handelnde Personen stehen, zeigen Hilfeleistungen am besten. Sie sollten Lionsmitglieder beim ehrenamtlichen Engagement zeigen und die Begünstigten der Initiative hervorheben.

Sie sollten eine warme, freundliche und positive Atmosphäre ausstrahlen. Wichtig ist außerdem eine Vielfalt an Altersgruppen und Ethnien.

Bei der Fotoauswahl oder -aufnahme sollte auch Negativ-Raum berücksichtigt werden, der Platz für schriftlichen Inhalt bietet.

Auch die Schärfentiefe darf als potenzielles Narrationsmittel nicht außer Acht gelassen werden. Mit dieser Methode wird die Stimmung sowie ein klarer Fokus aufs Foto-Objekt erzeugt.

## 4.1 Bildlicher Ausdruck



### Lions bringen Veränderung

Ungestellt und natürlich wirkende Fotos, in deren Mittelpunkt handelnde Personen stehen, zeigen Hilfeleistungen am besten. Sie sollten Lions bei Hilfsinitiativen in ihren Gemeinschaften zeigen und die Notwendigkeit für Maßnahmen bezüglich der Anliegen unterstreichen.

Eine wichtige Erwägung ist außerdem eine Vielfalt von Altersgruppen, Geschlechtern und Ethnien.

Bei der Fotoauswahl oder -aufnahme sollte auch Negativ-Raum berücksichtigt werden, der Platz für schriftlichen Inhalt bietet.

Auch die Schärfentiefe darf als potenzielles Narrationsmittel nicht außer Acht gelassen werden. Mit dieser Methode wird die Stimmung sowie ein klarer Fokus aufs Foto-Objekt erzeugt.

## 4.2 Kontrast und Dynamik

### ANFÄNGER



**Vor der Korrektur von Helligkeit, Kontrast oder Belichtung**



**Nach der Korrektur von Helligkeit, Kontrast oder Belichtung**

Mit der Hilfe von Foto-Bearbeitungssoftware lassen sich Helligkeit, Kontrast und/oder Belichtung korrigieren. Für ein möglichst natürliches Ergebnis sollten graduelle Anpassungen vorgenommen werden, eine Einstellung nach der anderen, bis das gewünschte Resultat erzielt wird.

### FORTGESCHRITTENE



**Vor Anpassung der Bildbalance und Zugabe von Wärme und einer Lichtquelle**



**Nach Anpassung der Bildbalance und Zugabe von Wärme und einer Lichtquelle**

Mit der Hilfe von Fotobearbeitungssoftware lässt sich die Bildqualität korrigieren. Danach können Wärme, Vignetten und Leuchteffekte hinzugefügt und in einer eigenen Ebene bearbeitet werden. Mit solchen Methoden lässt sich eine Stimmung erzeugen, die das Bild feingeschliffen wirken lassen.

Falls möglich, können Sie mithilfe der RAW-Einstellung die Beleuchtung vollständig kontrollieren.

Für ein möglichst natürliches Ergebnis sollten graduelle Anpassungen vorgenommen werden, eine Einstellung nach der anderen, bis das gewünschte Resultat erzielt wird.

## Korrektur der Bildqualität

**Helle und ausbalancierte Fotos wirken positiv und dynamisch für unsere Lions. Bildern fehlt oft die optimale Lichtbalance und guter Kontrast. Um dies anzupassen, lassen sich Bearbeitungsverfahren anwenden.**

Die Beurteilung liegt natürlich immer bei demjenigen, der die Bearbeitung der Fotos durchführt, allerdings ist es wichtig, dass das Bild so natürlich und realistisch wie möglich aussieht. Die obigen Beispiele zeigen einige einfachen Möglichkeiten zur Bearbeitung eines Fotos.

## 4.3 Quellenangaben



Bild von: slobo

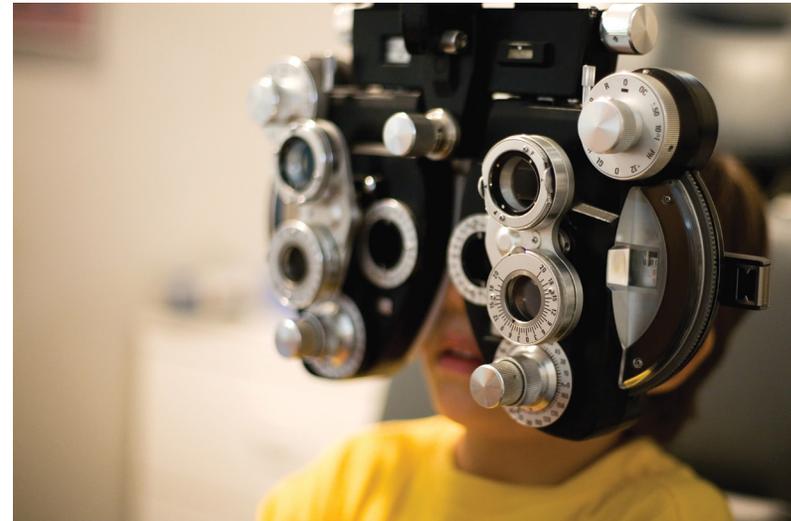


Bild von: slobo

### Vorgehensweise bei Quellenangaben

**Einige Bildlizenzen schreiben vor, dass der Urheber (Fotograf oder Organisation) angegeben werden muss.**

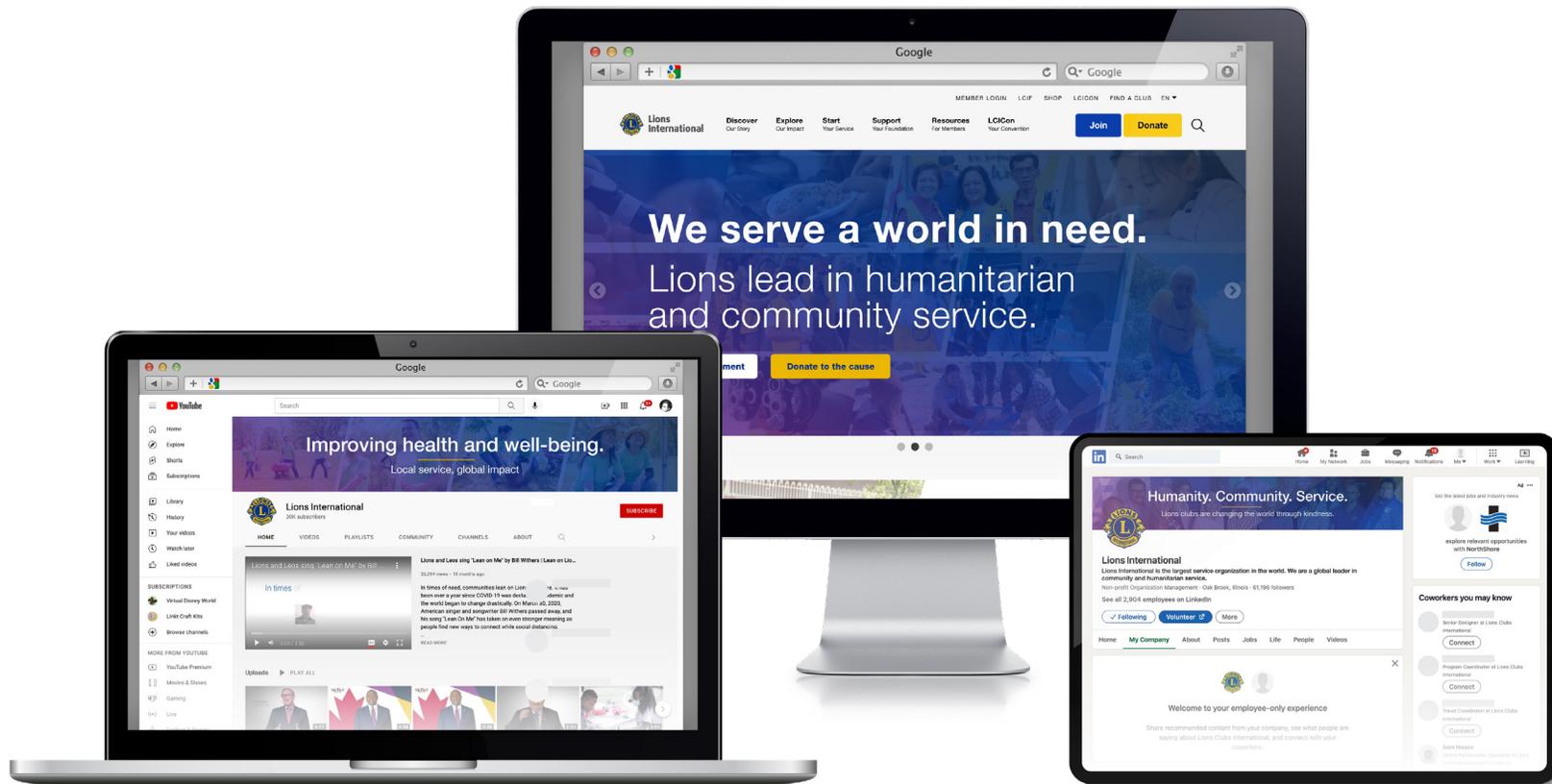
Solche Urheberangaben lassen sich innerhalb des Bildes links unten oder direkt unterhalb eines Bildes angeben. Falls dies nicht möglich ist, können sie anderweitig platziert werden, sollten aber nicht vom Bild ablenken.

Die Quellenangabe ist auf 7,5 Punkt Helvetica Neue Roman mit 9 Punkt Durchschuss ausgerichtet.

A woman with short grey hair is sitting in a white wicker chair outdoors. She is wearing a light pink t-shirt and patterned shorts. She is holding a clear glass of water in her right hand and reading a magazine or book in her left hand. The background shows some greenery and a white wall. The entire image has a dark blue overlay.

# 5.0 // Design-Inspiration

## 5.1 Digitale Beispiele



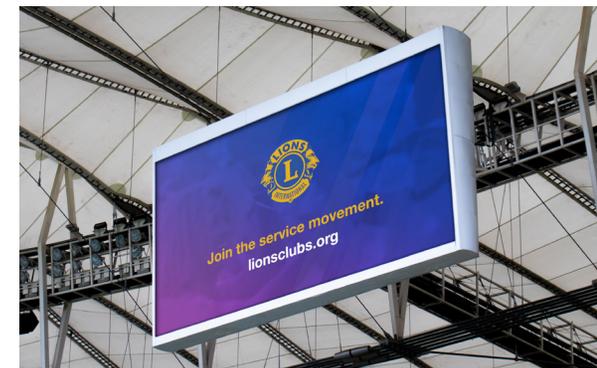
[lionsclubs.org](https://lionsclubs.org), [youtube.com](https://youtube.com), [linkedin.com](https://linkedin.com)

## 5.2 Druckbeispiele



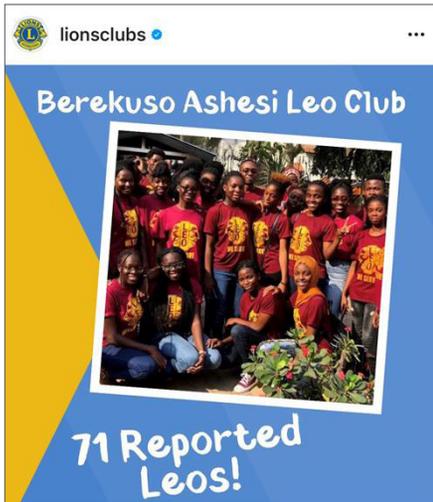
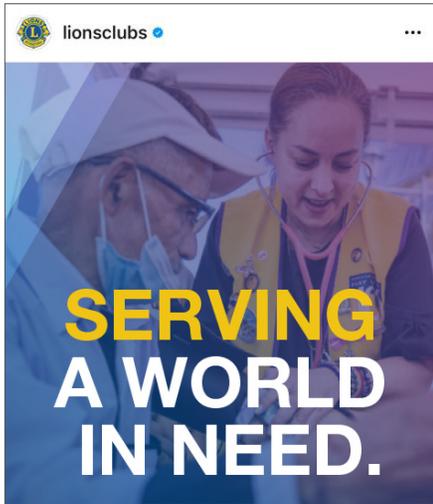
Ausgewählte Werbematerialien und Unterlagen

## 5.3 Außer-Haus-Beispiele



Beispiele in verschiedenen Umgebungen (Plakate, Wartehäuschen usw.)

## 5.4 Social-Media-Beispiele



Videowerbung und Facebook-Posts



# 6.0 // Kontaktinformationen

## 6.1 Fragen zur Marke

---

### Abstimmung mit der Marke

Eine einheitliche Marke sorgt sowohl lokal als auch global für eine einheitliche Identität von Lions und Lions 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)**.