



Leitfaden für Logo, Schriften und Gestaltung

V1.0

Wortbild-Marke

Die Wortbild-Marke kombiniert die Bildmarke mit dem vollständigen Schriftzug:

„NaturFreunde Deutschlands“, die Teillgliederung steht darunter.

Die ist die Standardvariante für die Kommunikation, zum Beispiel für Briefköpfe, Flyer, Plakate, Präsentationen. usw.



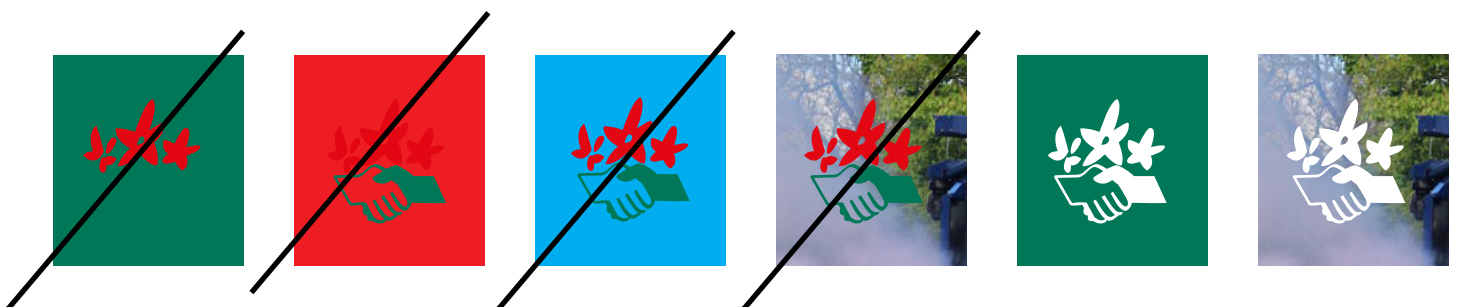
Bildmarke

Die Bildmarke - zwei sich haltende Hände unter drei Alpenrosen - kann eigenständig verwendet werden, wenn der Kontext klar ist, zum Beispiel als Profilbild, Stempel oder Erkennungszeichen.

WICHTIG:



Auf farbigem Hintergrund - egal ob NaturFreunde-Rot oder Grün, oder einer andere Vollfarbe - wird die Bildmarke und die Wortbild-Marke ausschließlich in der vollständig weißen Version verwendet. Die rot-grüne Originalversion ist nur auf weißem oder sehr hellem Untergrund zulässig.



Schutzraum

Der Schutzraum ist der Mindestabstand zwischen dem Logo und anderen Elementen (Text, Bilder, Rahmen). Er stellt sicher, dass das Logo wirken kann und nicht gedrängt aussieht. Der Mindestabstand rund um das Logo entspricht der Höhe des Buchstabens „N“ in der Wortbild-Marke. In Word oder Canva: Halte mindestens 1 cm Abstand zu allen anderen Elementen.



Mindestgröße

Wird das Logo zu klein dargestellt, leidet die Lesbarkeit – besonders beim Schriftzug. Halte folgende Mindestgrößen ein:

Medium	Mindestbreite Wortbild-Marke	Mindestbreite Bildmarke
Printmedien (z.B. Flyer, Plakat)	40 mm	15 mm
Digitale Medien (Homepage, Social Media)	160 px	60 px
Präsentation (z.B. PowerPoint)	5 cm / 190 px	2 cm / 75 px



Bitte mach das nicht:

Das Logo strecken, stauchen oder verzerren.



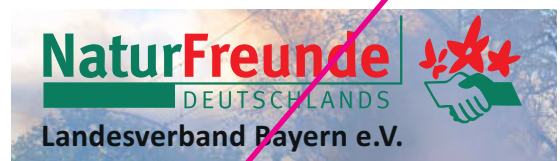
Farben des Logos verändern oder durch andere Farben ersetzen.



Dem Logo einen Schatten, eine Umrandung oder Effekte hinzufügen.



Das Logo auf einem unruhigen Hintergrund ohne weißen Schutzbereich platzieren.



Das Logo ohne Schutzraum direkt an andere Texte oder Bilder setzen.



Temperae
sam,
cuptatie
venimil

Die rot-grüne Version auf farbigem oder dunklem Hintergrund verwenden.



Schriftzug und Bildmarke voneinander lösen und getrennt in neuen Kombinationen verwenden (ausgenommen eigenständige Bildmarken-Verwendung wie Profilbild).



Farben

Die zwei Hauptfarben der NaturFreunde Bayern - Rot und Grün - sind unser stärkstes Erkennungsmerkmal. Je nachdem, ob du etwas für den Druck, für Word oder Canva anlegst, gelten dabei unterschiedliche Werte, damit am Ende möglichst ähnliche Farben sichtbar sind.

Je nach Oberfläche oder Medium werden Farben anders dargestellt. Damit dieselbe Farbe in verschiedenen Medien so ähnlich wie möglich aussehen, müssen wir die Farben in den entsprechenden Farbsystemen angepasst mischen.

CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Schwarz) beschreibt, wie im Druck Farben aus vier Grundfarben gemischt werden. **HKS** und **PANTONE** sind Farbfächersystem für genormte Sonderfarben und nur relevant, wenn die Druckerei gezielt danach fragt.

RGB (Rot, Grün, Blau) beschreibt Farben so, wie ein Bildschirm sie aus Licht zusammensetzt.

Hexadezimal (**HEX**) ist dieselbe RGB-Farbe in Kurzform: ein Rautezeichen gefolgt von sechs Zeichen.

NaturFreunde-Rot



Medium	Farbwert	Wo gebe ich das ein?
Printmedien (z.B. Flyer, Plakat)	CMYK: 0 - 100 - 100 - 0 (HKS 14K)	Im Layout anlegen
Web, PowerPoint, Canva	HEX: #E3001A	In Word: Farbe > Wert nach dem # eingeben
Web (alternativ)	RGB: 226 - 0 - 26	In PowerPoint: Benutzerdefinierte Farbe

NaturFreunde-Grün



Medium	Farbwert	Wo gebe ich das ein?
Printmedien (z.B. Flyer, Plakat)	CMYK: 100 - 0 - 70 - 30 (Pantone 341C)	Im Layout anlegen
Web, PowerPoint, Canva	HEX: #007556	In Word: Farbe > Wert nach dem # eingeben
Web (alternativ)	RGB: 0 - 117 - 86	In PowerPoint: Benutzerdefinierte Farbe

Typografie

Gut gesetzte Texte wirken professionell und einladend und tragen ebenfalls zum Wiedererkennungswert bei.

Alltagsschrift: Calibri

Calibri ist die empfohlene Schrift für alle Kommunikationsmittel der NaturFreunde Bayern. Sie ist auf jedem Windows-Computer vorinstalliert, gut lesbar und funktioniert in Word, PowerPoint und als E-Mail-Schrift.

Verwendung	Formatierung	Beispielgröße
Hauptüberschrift (H1)	Calibri Bold	22–28 pt / groß
Abschnittsüberschrift (H2)	Calibri Bold	16–18 pt / mittel
Unterüberschrift (H3)	Calibri Bold oder Regular	13–14 pt
Fließtext	Calibri Regular	10–12 pt
Bildunterschrift / Fußnote	Calibri Regular oder Italic	8–9 pt
Hervorhebung im Text	Calibri Bold	gleiche Größe wie Fließtext

Alternativen (für andere Betriebssysteme, Canva, etc.)

Calibri ist nicht immer verfügbar. Diese Alternativen sind optisch ähnlich und kostenlos:

Alternative	Stil	Empfehlung
Lato NaturFreunde Bayern	Modern, klar, ähnlich Calibri	Erste Wahl in Canva
Open Sans NaturFreunde Bayern	Offen, gut lesbar	Zweite Wahl, besonders für viel Text
Nunito NaturFreunde Bayern	Rund, freundlich	Für informelle, einladende Designs

Grundregeln für gute Typografie

1. Nicht zu viele Schriftgrößen nehmen

Halte dich an maximal drei Größen in einem Dokument für ein ruhiges Schriftbild. Eine für Überschriften, eine für Zwischenüberschriften, eine für den Text.

2. Kein kursiv für ganze Absätze

Kursiv ist für kurze Hervorhebungen, Bildunterschriften oder Hinweise gut. Aber ein kursiv gesetzter Absatz ist sehr anstrengend zu lesen.

3. Vermeide Sperren und Unterstreichen

GESPERRTER TEXT oder unterstrichener Text wirken altmodisch. Wenn du etwas betonen willst, verwende **gefetteten Text**.

4. Wähle den Zeilenabstand großzügig

In Word: Zeilenabstand 1,15 bis 1,5 erhöht die Lesbarkeit deutlich. Nie einzeilig bei Fließtexten.

5. Benutze Flattersatz für Fließtext

Linksbündiger Text (Flattersatz) ist für kurze Dokumente, Social-Media-Texte und Flyer besser lesbar als Blocksatz. Blocksatz nur wenn automatische Silbentrennung aktiviert ist.

6. Setze Farbe sparsam ein

Schwarzer oder sehr dunkelgrauer Text (#333333) ist am besten lesbar. Verwende NF-Rot oder NF-Grün nur für Überschriften, nie für lange Textpassagen.

Bildsprache, Bildrechte & Urheberrecht

Gerade online sind es zuerst Bilder, die unsere Angebote und Werte transportieren. Dabei gibt es ästhetische und rechtliche Aspekte zu beachten.

Unsere Bildsprache

Jede Ortsgruppe erzählt ihre eigene Geschichte. Gleichzeitig teilen wir eine gemeinsame Identität, die wir auch in unsere Bildsprache widerspiegeln möchten.

Kategorie	Was zeigen	Was vermeiden
Natur	Bayerische Landschaften, Jahreszeiten, Details (Blumen, Tiere, Felsen)	Naturbilder ohne Bezug, Kitsch-Sonnenuntergänge
Menschen	Menschen bei Aktivitäten, Gruppen, Generationenmix	Gestellte Hochglanzfotos, anonyme Silhouetten
Aktivität	Wandern, Klettern, Rad, Paddeln: Menschen in Aktion	Leere Landschaften ohne Menschen (wenn Gemeinschaft Thema ist)
Stimmung	Freude, Konzentration, Erschöpfung, Zusammensein	Übertriebene Emotionen, Klischees (Gruppe springt gemeinsam in die Luft, Enthusiastisches High-Five, etc.)

Urheberrecht – das Wichtigste

Wer ein Foto, Video, eine Tonaufnahme oder einen Text angefertigt hat, besitzt automatisch das Urheberrecht, und zwar ohne Anmeldung und ohne Kennzeichnung. Das gilt auch für Inhalte, die wir auf Google-Bildersuche, in Social-Media-Posts oder Websites finden. Diese geschützten Werke dürfen ohne Zustimmung des:der Urheber:in nicht genutzt werden. Manchmal werden diese Werke mit „Alle Rechte vorbehalten“ gekennzeichnet, die Regeln gelten aber auch ohne diesen zusätzlichen Hinweis.

WICHTIG: Bilder aus der Google-Bildersuche dürfen nicht verwendet werden, auch nicht von gemeinnützige Vereinen. Wer erwischt wird, riskiert Abmahnungen mit Kosten von mehreren Hunderten bis Tausenden Euro.

Wo du lizenzfreie Bilder findest

Manchmal musst du auf Symbolbilder ausweichen, um eine Veranstaltung oder ein Thema angemessen zu illustrieren. Auf diesen Plattformen findest du Bilder, die du kostenlos und ohne Lizenzgebühr für nicht-kommerzielle Vereinszwecke nutzen kannst.

Prüfe bei jeder Plattform die aktuellen Nutzungsbedingungen!

Website	Angebot
pixabay.com	Fotos, Videos, Vektorgrafiken, Illustrationen, Soundeffekte
pexels.com unsplash.com	Fotos und Videos, zum Teil kommerziell
commons.wikimedia.org	Freie Medien. WICHTIG: Immer Lizenz prüfen
openverse.org	Suchmaschine für mehrere CC-Quellen gleichzeitig

Creative Commons-Lizenzen kurz erklärt

Viele Bilder auf Plattformen wie Wikimedia oder Openverse tragen Creative-Commons-Lizenzen (CC). Diese erlauben die Nutzung, stellen aber Bedingungen. Für alle gilt immer: Nenne den Urheber und setze den Lizenzlink, auch bei Online-Publikationen. Ein Überblick über die geläufige Lizenzmodelle:

Kürzel	Bedeutung	Für uns nutzbar?
 CC0	Public Domain – komplett frei	Ja, keine Einschränkungen
 CC BY	Nutzung frei, Urheber nennen	Ja, mit Namensnennung
 CC BY-SA	Frei, Urheber nennen, gleiche Lizenz	Ja, mit Bedingungen
 CC BY-NC	Nur nicht-kommerziell, Urheber nennen	Ja, für Verein meist ok
 CC BY-ND	Keine Bearbeitung erlaubt	Eingeschränkt, kein Zuschneiden
 CC BY-NC-ND	Nicht-kommerziell, keine Bearbeitung	Eingeschränkt

Fotos von Mitgliedern und Veranstaltungen

Wenn du eigene Fotos von Vereinsveranstaltungen verwendest, musst du dir über die Urheberrechte keine Gedanken machen. Aber: Auch die Personen auf den Fotos haben Persönlichkeitsrechte. Darum musst du in den meisten Fällen eine Einwilligung der abgebildeten Personen einholen, wenn du ein Foto mit ihnen verwenden willst. Einwilligungen können übrigens jederzeit widerrufen werden. TIPP: Obwohl sie mündlich erfolgen kann, bist du mit einer schriftlichen Einwilligung auf der sicheren Seite.

Situation	Regel
Gruppe bei öffentlicher Veranstaltung	In der Regel keine Einwilligung nötig (öffentliche Person in öffentlicher Situation)
Einzelperson erkennbar im Vordergrund	Einwilligung einholen, auch bei Erwachsenen
Kinder und Jugendliche	Bei Minderjährigen IMMER schriftliche Einwilligung der Erziehungsberechtigten einholen
Interne Veranstaltung	Einwilligung der abgebildeten Personen empfehlenswert

WICHTIG: Für Fotos von Kindern und Jugendlichen gilt: Immer vor der Veranstaltung eine schriftliche Einwilligung der Erziehungsberechtigten einholen. Eine mündliche Zusage reicht nicht aus!

KI-generierte Bilder

Die Rechtslage zur Verwendung von KI-generierten Bildern ist noch nicht abschließend geklärt. Vor allem ist der Vorgang sehr energieintensiv: Pro einzelner generierten Bild werden im Schnitt ein halber Liter Wasser verbraucht und dieselbe Menge Strom, um ein Handy voll zu laden.

Daher empfehlen wir, KI-Bilder für deine Kommunikation zu vermeiden oder nur sehr bewusst einzusetzen - und stets mit einem Hinweis auf die KI-Nutzung zu versehen.