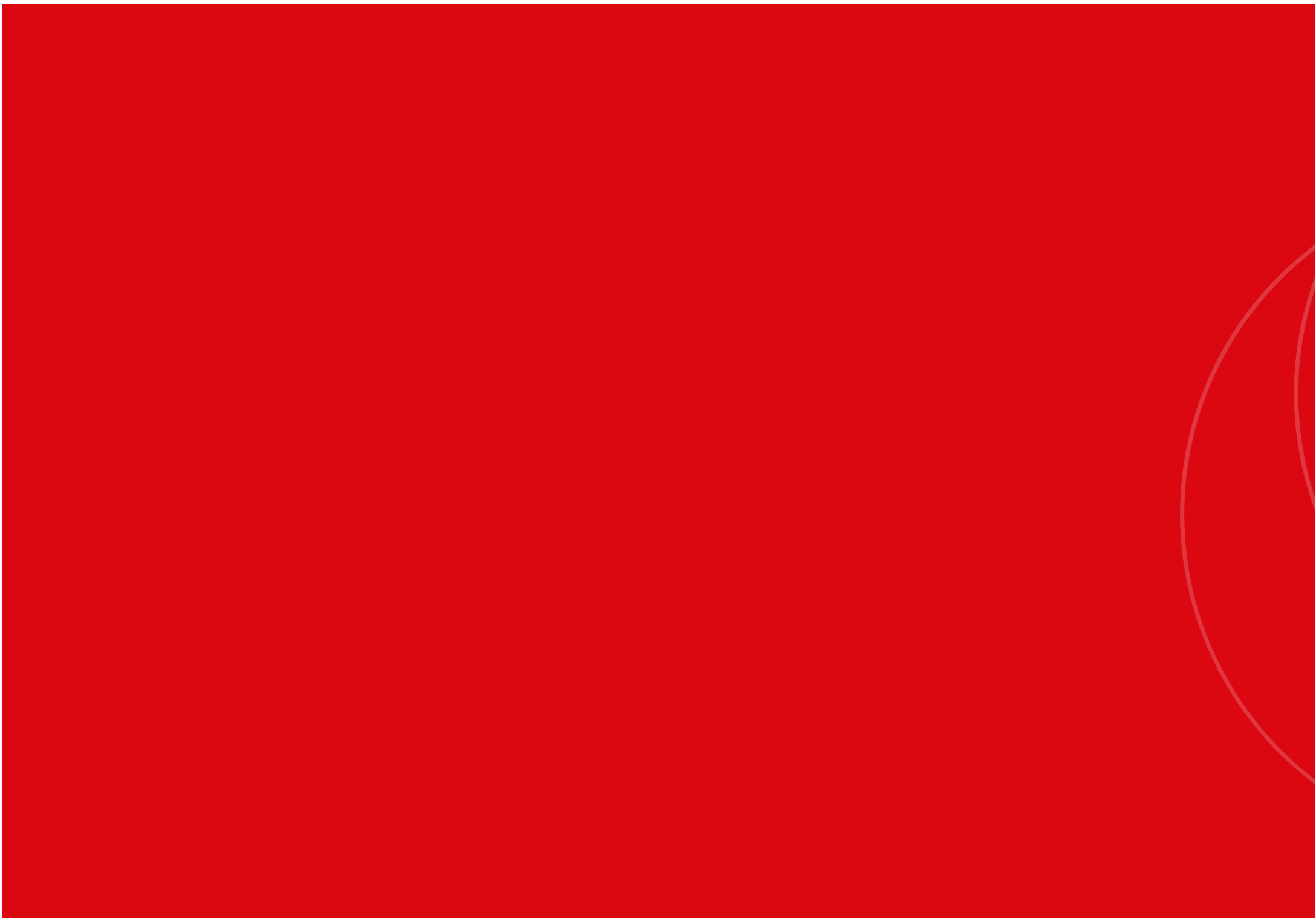




Corporate Design Manual

Die Basiselemente

Stand: 07-2025





Die Basiselemente

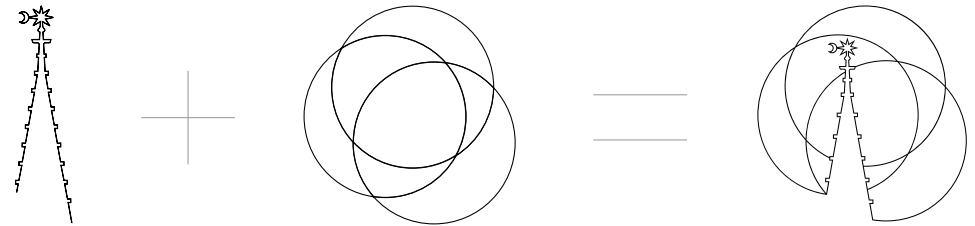
1. Das Logo	4
Schutzzone und Mindestgröße	6
Platzierung	7
Standardgrößen	8
Farbanwendungen	9
Projektlogos	12
Platzierung mit Partnerlogo	14
2. Die Bildmarke	16
Die Bildmarke als Gestaltungselement	16
3. Die Hausfarben	20
4. Die Hausschrift	22
Die Lucida Sans	22
Die Ersatzschrift	24
Anwendungsbeispiele	25
5. Die Geschäftspapiere	26
Der Briefbogen	26
Die Visitenkarte	28
6. Digitale Medien	30
Die E-Mail-Signatur	
7. Die Icons	32

1.

Das Logo



Alle Abstände innerhalb des Logos sind festgelegt und dürfen nicht verändert werden. Es darf nur proportional vergrößert oder verkleinert werden. Weitere Hinweise zur richtigen Verwendung und Verbote, finden Sie auf den Seiten 10 und 11.



Das Logo der Erzdiözese ist einfach und prägnant. Die Bildmarke besteht lediglich aus zwei Elementen: dem **Münsterturm** und dem **Kreis**. Trotz dieser einfachen Grundkonzeption öffnet es jedoch einen weiten Raum für Assoziation und Interpretation. Erst diese subjektiven Ausdeutungen sorgen dafür, dass die „Empfänger“ – die Menschen, die das Logo sehen – es tatsächlich wahr- und annehmen.

Warum der Münsterturm?

Der Münsterturm ist nicht nur das Wahrzeichen der ganzen Region, sondern das diözesane Erkennungszeichen schlechthin. Mehr noch: Er steht für Tradition und die Kirche an sich.

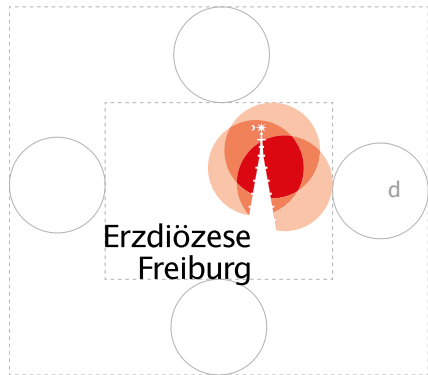
Warum das Symbol des Kreises?

Der Turm muss eingebunden werden. Denn Kirche ist Gemeinschaft. Und mit welcher Form könnte dieses „Wir-Gefühl“ besser visualisiert werden als mit einem Kreis? Der Kreis gibt Geborgenheit und lädt Außenstehende ein, selbst in den Kreis einzutreten.

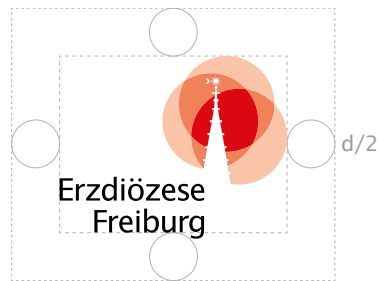
Warum drei Kreise?

Weil die Erzdiözese keine geschlossene Gesellschaft ist. Sie gestaltet aktiv eine offene Nachbarschaft zum Elsass und zur Schweiz. Und sie ist eingebunden in die moderne Welt mit ihrer Vielfalt an Volksgruppen und Mentalitäten. Die drei Kreise sind dynamisch angeordnet und bilden verschiedene Schnittmengen, die sich zum Zentrum – zur Mitte kirchlichen Tuns – hin farblich verdichten.

Schleiner + Partner | 17.01.2005



Schutzzone

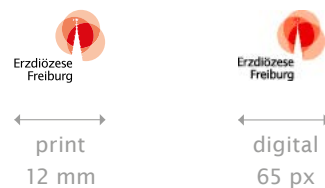


für schmale Formate

Schutzzone

Die Einhaltung der Schutzzone, dem Weißraum um das Logo, sichert seine Signalwirkung und ist verbindlich.

Sie ergibt sich aus dem **Durchmesser (d) eines Kreises der Bildmarke**. Bei **seltenen Ausnahmefällen**, wie z. B. dem Internetauftritt oder schmalen Formaten, wo nur ein geringer Freiraum zur Verfügung steht, verringert sich die Schutzzone um die Hälfte.



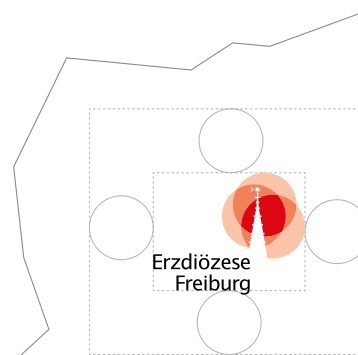
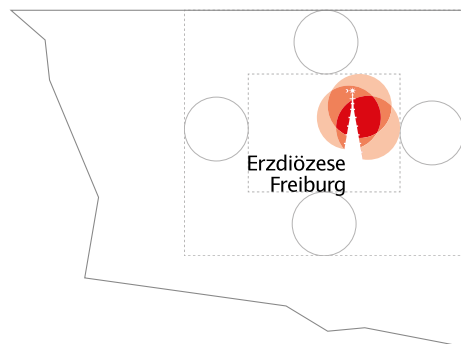
Mindestgröße

Damit eine gute Darstellungsqualität garantiert ist, sollte das Logo bei Printmedien eine Breite von 12 mm und im digitalen Bereich 65 px nicht unterschreiten.

Platzierung

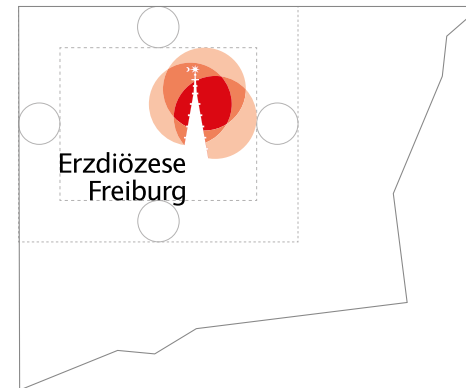
Die Platzierung des Logos ist in der Regel oben rechts. Es besteht aber auch die Möglichkeit, es unten rechts zu setzen. Mittig oder links ist nicht erlaubt. Die Abstände zum Seitenrand sind im Verhältnis immer gleich groß.

Eine **Ausnahme** bilden Briefumschläge und Postkarten. Hier sind die Regeln der **Deutschen Post** zu befolgen.

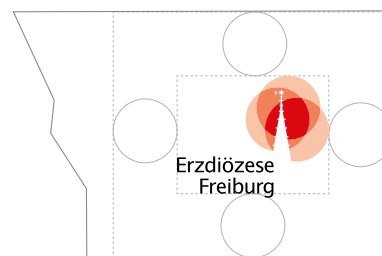
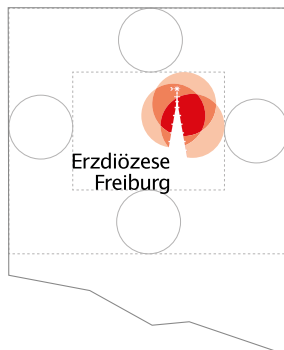


Platzierung Internetseite

Hier wird das Logo oben links gesetzt.



Schmale
Formate,
Hoch- und
Quer-
format





DIN A6



DIN A5



DIN Lang



DIN A4

Standardgrößen

Für die Größe des Logos in Printmedien sind für die Formate DIN A6 bis DIN A4 folgende verbindliche Maße definiert:

DIN A6	Breite 15 mm
DIN A5	Breite 20 mm
DIN Lang	Breite 25 mm
DIN A4	Breite 30 mm

Bei größeren Formaten ist eine gute Erkennbarkeit aus größerer Distanz wichtig.

Farbanwendungen

- ① Farbe
- ② Graustufen
- ③ + ④ Schwarzweiß





Logo auf Weiß



Logo auf Weiß

Bei der schwarze Version ist ein hellgrauer Hintergrund von 0 - 30 % Schwarz erlaubt.



Logo auf Weiß



Logo auf heller Farbfläche



Logo auf hellem Bild



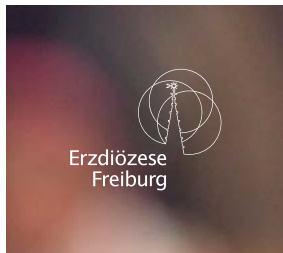
Logo auf Hellgrau



Logo auf Schwarz



Logo auf Rot/dunkler Fläche



Logo auf dunklem Bild



Logo auf Hellgrau

Bei der negativ-weißen Version ist ein hellgrauer Hintergrund von 40 - 100 % Schwarz erlaubt.

Erlaubte Anwendungen

Das Logo in den Farbenanwendungen „Farbe“ und „Grau“ steht immer auf einem weißen Hintergrund.

Die „graue Version“ wird eingesetzt, wenn eine farbige Umsetzung nicht möglich ist.

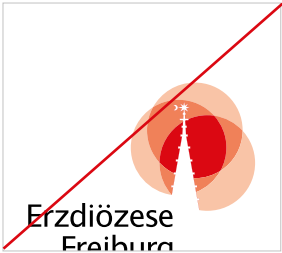
Bei Farbflächen, Bildern und einfarbigem Druck soll die „schwarzweiße Version“ verwendet werden. Dies setzt allerdings einen ruhigen Bildbereich oder Hintergrund zur Logo-Positionierung voraus. Ein guter Kontrast zwischen den Elementen ist zu beachten.

Für das Fax ist auch diese Version zu verwenden.

Falsche Anwendungen

Es ist nicht gestattet, das Logo zu modifizieren – z. B. es zu verzerren, verkrümmen oder zu spiegeln.

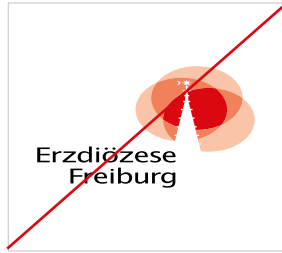
Die Platzierung auf Bildern oder Hintergründen, die in diesem Manual nicht beschrieben sind, sind verboten.



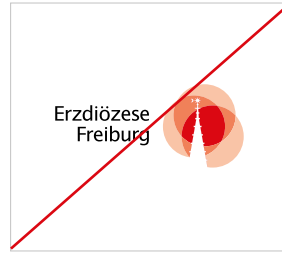
nicht anschneiden



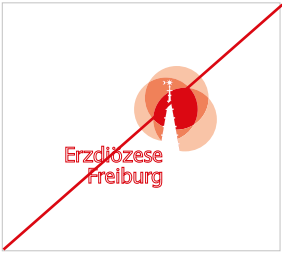
nicht anschneiden



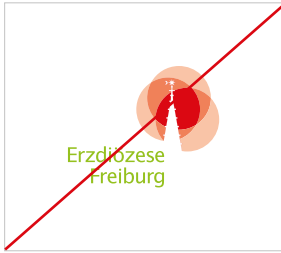
nicht verzerren



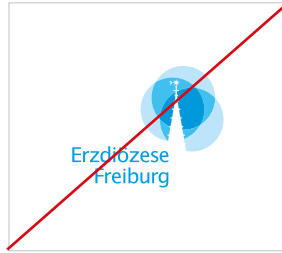
keine neue Kombination



Wortmarke nicht ändern



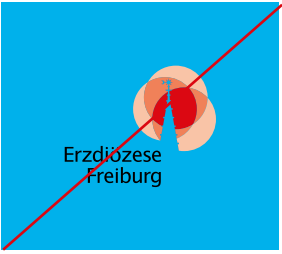
Wortmarke nicht ändern



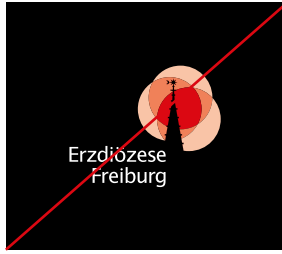
Farbgebung nicht ändern



keine Transparenz



farb. Vers. auf Farbflächen



keine neue Kombination



farbige Version auf Bild



Schwarz/Weiß nicht komb.



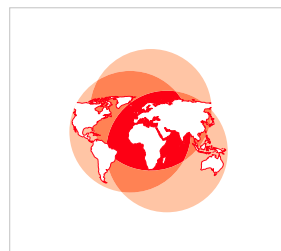
auf unruhigem Hintergrund



auf unruhigem Hintergrund



Darstellung einer Einrichtung innerhalb des Ordinariats



Integration von Bildelementen des Diözesanlogos



Projektlogo in Übereinstimmung mit dem CD

Projektlogos

Unselbständige Einrichtungen der Erzdiözese Freiburg haben keine eigenen Logos / Bildmarken. Sie sind erkennbar durch den Namen der Einrichtung, z.B.

Erzbischöfl. Ordinariat

Hauptabteilung 6 - Grundsatzfragen, Strategie und Kommunikation
Referat Kommunikation

Dies betrifft alle Hauptabteilungen, Referate, Stabsstellen, Diözesanstellen und weiteren Einrichtungen der Kurie.

Es ist möglich, für **eigenständige Projekte**, die zeitlich, räumlich, oder inhaltlich klar begrenzt sind, eigene Logos zu erstellen. Eine Zuordnung zur Erzdiözese Freiburg muss gegeben sein durch

- Die Integration von Bildelementen des Diözesanlogos
- Die Farben oder
- Die Typographie (Schriftart Lucida Sans Regular)

Ein Zweitlogo darf nur in Übereinstimmung mit dem Referat Kommunikation erstellt und verwendet werden.

Logos selbständiger Einrichtungen der Erzdiözese

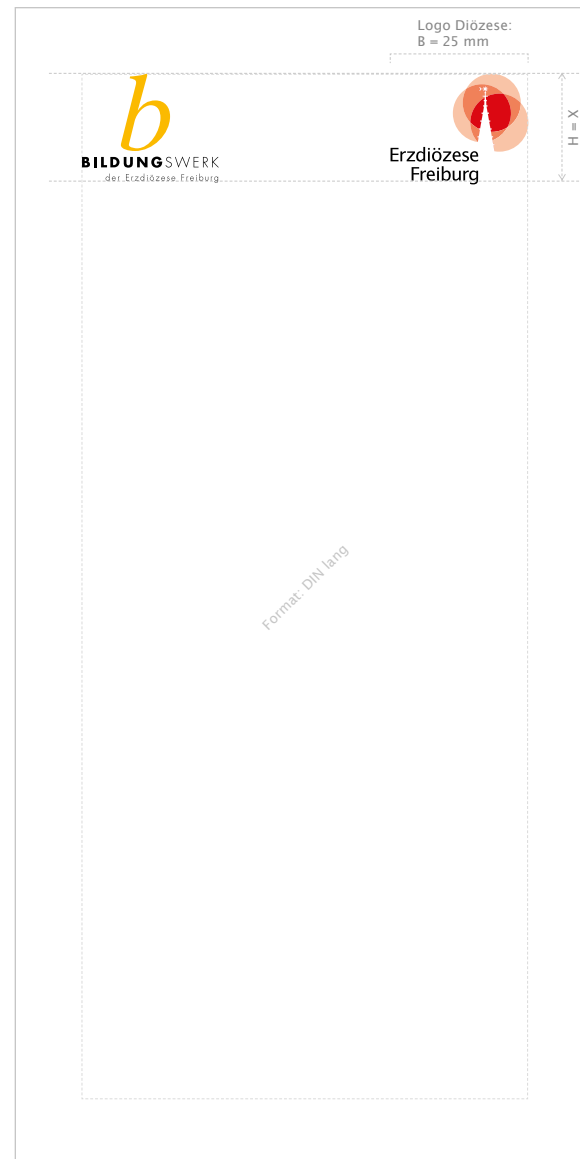
Selbständige Einrichtungen der Erzdiözese Freiburg können eigene Logos verwenden. Soll das Logo zusammen mit dem Logo der Erzdiözese verwendet werden, gelten dafür folgende Richtlinien:

- Eine organische Kombination von eigenem Logo mit dem Logo der Erzdiözese ist nicht gestattet.
- Die Verwendung von mehreren Logos auf einer Drucksache erfolgt nach dem Corporate Design der Erzdiözese.

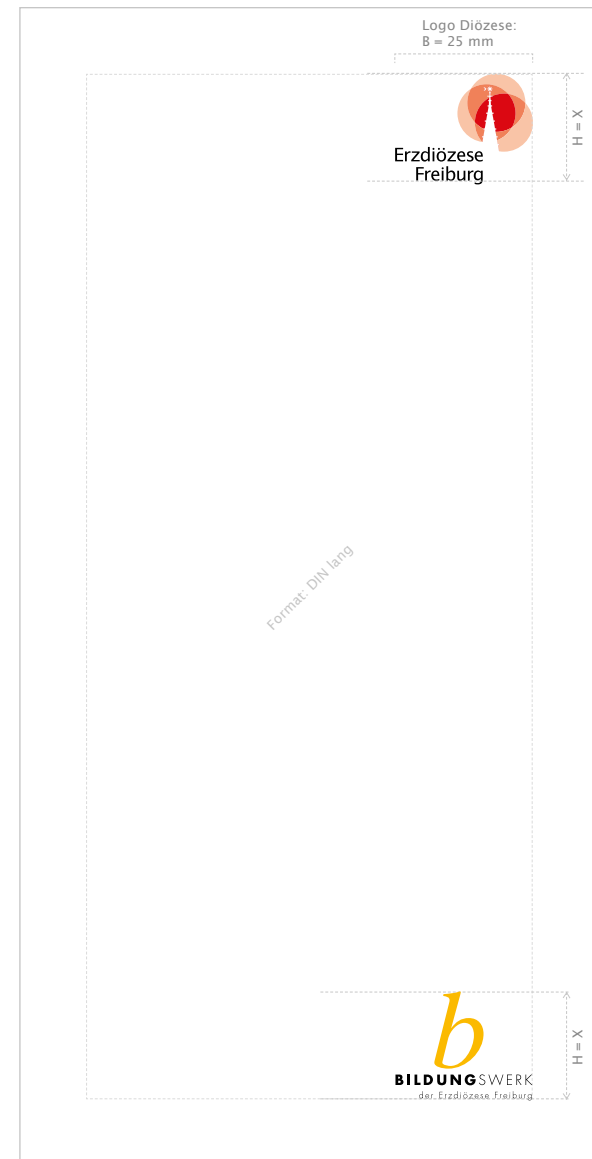
Platzierung in Kombination mit einem anderem Logo

Rechts finden Sie beide Platzierungsmöglichkeiten am Beispiel des Bildungswerkes.

Eine Ausnahme gibt es, die auf der darauffolgenden Seite erläutert wird.



①



②

Ausnahme – Platzierung in Kombination mit einem anderen Logo

Wenn eine *externe Firma* in Verbindung mit der *Erzdiözese Freiburg* gezeigt wird, sie aber thematisch nicht im Vordergrund steht, sondern, wie im Beispiel rechts, die Fa. KIST mit ihrer Produktauswahl an Büromöbeln, dann sieht die Logoplatzierung, wie folgt aus:

Oben rechts das Logo der **externen Firma** und
unten rechts, das der **Erzdiözese Freiburg**



Titelblatt

2.

Die Bildmarke

Die Bildmarke als Gestaltungselement

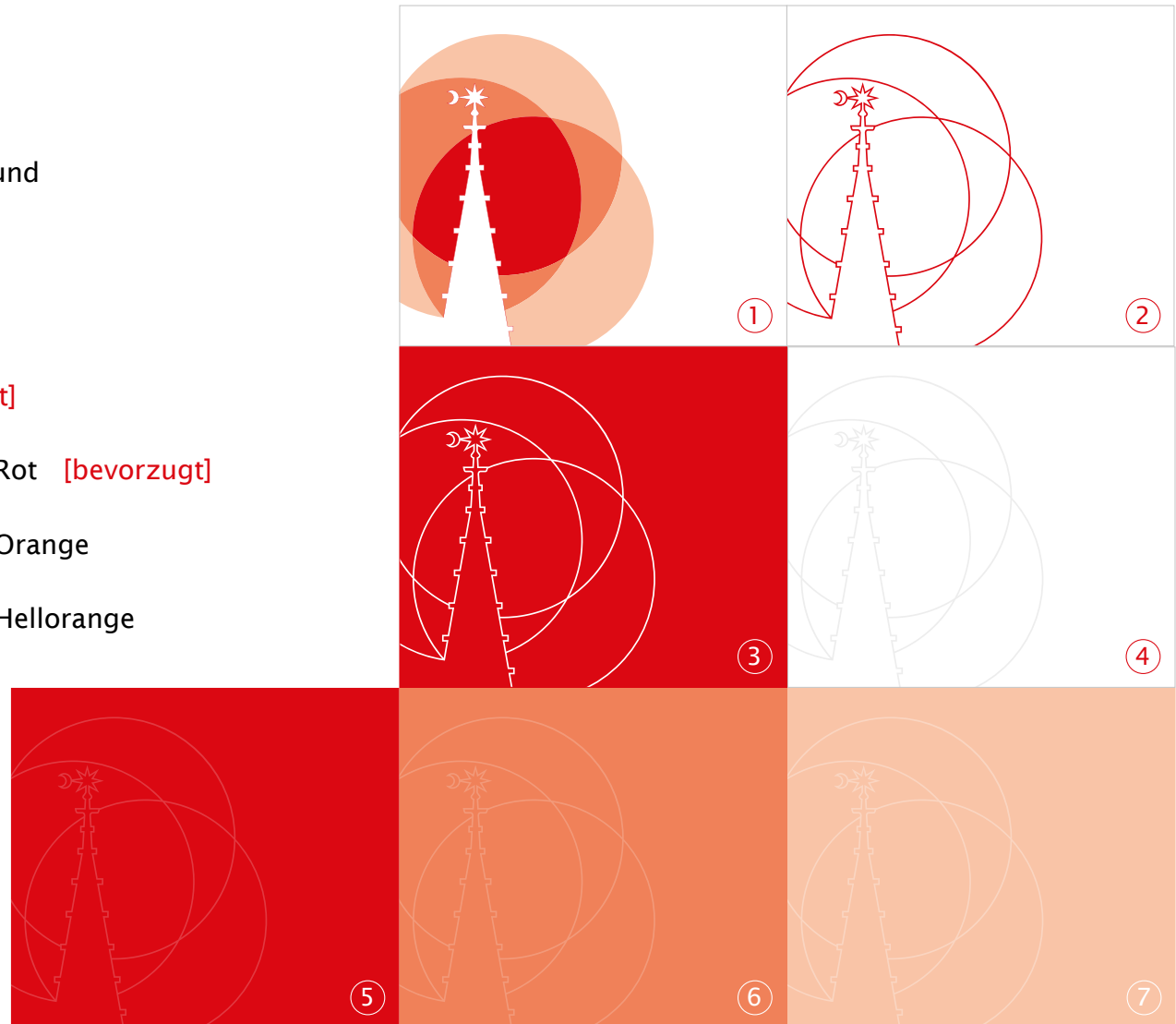
Die Bildmarke wird als unterstützendes Element eingesetzt. Dadurch darf das Logo nicht ersetzt oder visuell bedeutungslos werden. Denn sie dient zur Verstärkung der Wirkung und Wiedererkennung.

Erlaubte Anwendungen

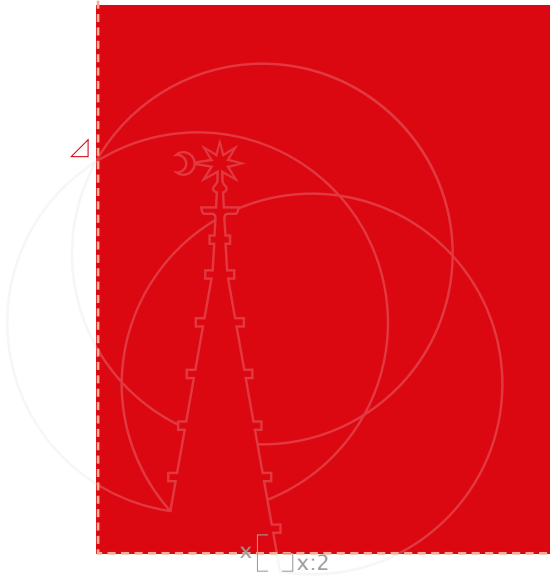
- ① Farbige Version **[bevorzugt]**
- ② Schwarzweiß | in Rot auf weißem Hintergrund
- ③ Negativ-Version | auf rotem Hintergrund

Als Wasserzeichen

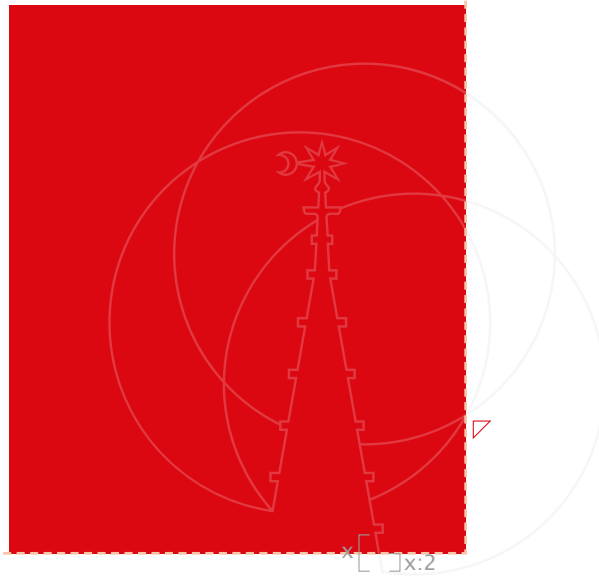
- ④ Negativ-Version | Schwarz 4 % **[bevorzugt]**
- ⑤ Negativ-Version | Transparenz: 20 % | auf Rot **[bevorzugt]**
- ⑥ Negativ-Version | Transparenz: 20 % | auf Orange
- ⑦ Negativ-Version | Transparenz: 30 % | auf Hellorange



Platzierung links



Platzierung rechts



Erlaubte Ausschnitte

Die Bildmarke wird als Gestaltungselement immer angeschnitten dargestellt. Die Trennungen erfolgen an den Überlappungen zweier Kreise und an den Schnittstellen „x“ und „y“.

Die erlaubten Möglichkeiten sind auf dieser Seite aufgeführt, am Beispiel der Negativ-Version auf rotem Hintergrund.

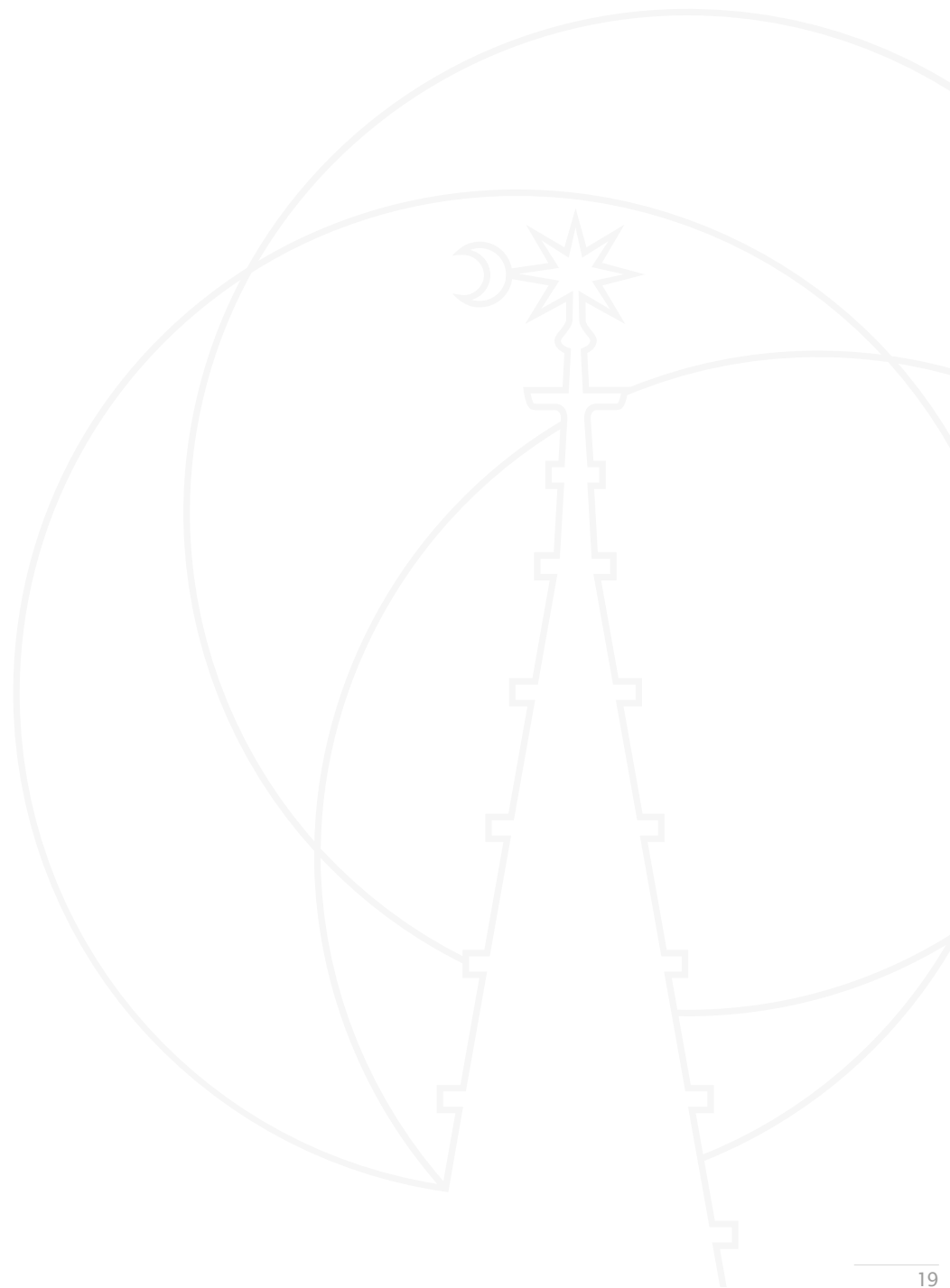
Platzierung rechts



Platzierung links



schmale
Formate



3.

Die Hausfarben

Die Hausfarben der Erzdiözese Freiburg

Die rechts aufgeführten Farben stehen zur Gestaltung jeglicher Printmedien der Erzdiözese Freiburg zur Verfügung. Diese sollen bevorzugt mit viel Weißraum verwendet werden.

Farbverhältnis



3. Die Hausfarben

HKS 14 K/N
CMYK C 0 | M 100 | Y 100 | K 5
RGB R 219 | G 8 | B 18
HEX #DB0812

Rot

CMYK C 0 | M 60 | Y 65 | K 0
RGB R 238 | G 130 | B 88
HEX #EE8258

Orange

CMYK C 0 | M 30 | Y 35 | K 0
RGB R 248 | G 196 | B 165
HEX #F8C4A5

Hellorange

CMYK C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
RGB R 0 | G 0 | B 0
HEX #000000

Schwarz

70 % 50 % 30 % 10 %

CMYK C 0 | M 0 | Y 0 | K 50
RGB R 155 | G 155 | B 155
HEX #9b9b99

Grau

Weiß

4.

Die Hausschrift

A black uppercase letter 'E' in the Lucida Sans Demibold font, characterized by its thick, uniform strokes and a clean, geometric design.

Lucida Sans, Demibold

A black uppercase letter 'E' in the Lucida Sans Regular font, featuring a classic sans-serif design with a slightly wider body and a distinct horizontal bar.

Lucida Sans, Regular

A black uppercase letter 'E' in the Lucida Sans Italic font, which is slanted to the right, maintaining the geometric structure of the other variants.

Lucida Sans, Italic

Die Lucida Sans

Die Hausschrift ist ein wesentlicher Bestandteil des Corporate Designs und spielt bei der Wiedererkennung und der Prägnanz eine wesentliche Rolle. Deshalb ist für alle Texte in Printmedien die Verwendung der Hausschrift Lucida Sans vorgesehen.

Die Ausnahme für freie themenspezifische Schriftenwahl bilden hervorgehobene Veranstaltungsbezeichnungen, Buchtitel, Aktionsüberschriften u. Ä. nach Rücksprache mit der Stabsstelle Medienkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit.

Lucida Sans, Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !? & * () ; : “ „

Lucida Sans, Demibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !? & * () ; : “ „

Lucida Sans, Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890 !? & * () ; : “ „*

Arial, Bold

Arial, Regular

Arial, Italic

Die Ersatzschrift

In der Bürokommunikation sowie im Onlinebereich steht Ihnen die Arial als Ersatzschrift für die Lucida Sans zur Verfügung.

Arial, Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ! ? & * () ; : " ,

Arial, Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ! ? & * () ; : " ,

Arial, Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*1234567890 ! ? & * () ; : " ,*

Aufzählungszeichen

- Aufzählung 1
- Aufzählung 2
- Aufzählung 3

◁ Schriftgröße „Punkt“: 11 pt | Bold
 Zeilenabstand: 15 pt,
 Farbe: C 0 | M 100 | Y 100 | K 5
 Absatz: 1,5 pt
 Abstand von Aufzählungszeichen und Text:
 4 mm

Zitat: ▷

Schriftgröße: 12 pt | Bold | Zeilenabstand: 18 pt | Laufweite: 40
 Farbe: 50 % Schwarz | Versalien | linksbündiger Blocksatz

Quellenangabe:

Schriftgröße: 8 pt | Regular | Zeilenabstand: 12 pt | Laufweite: 40
 Farbe: 50 % Schwarz | Versalien | rechtsbündiger Blocksatz

Anführungszeichen Konturdicke:
 0,4 pt

Zitate

Bei wichtigen Zitaten besteht die Möglichkeit, sie stärker hervorzuheben als „normalerweise“. Proportionales Vergrößern oder Verkleinern ist erlaubt. Dabei sollte das Verhältnis von der Schriftgröße „z“ zum oberen Teil der Anführungszeichen gleich bleiben. Hier ein passendes Beispiel dazu:

””””” ADM IN NECTORE PETALLAM ALIQUOS
 DITAMET OPTAPELDION PRORERIS
 EATUR SUS, TE EST PRE MOLESTRUM,
 AUT RESTISQ UOSSUS EIUMQUE PE
 EARUM FUGA. SUM EAQUAM NON PE
 LITEM QUIA DOLUTATQUAM, SA SO
 LUNTISTORE NONSEQUATER ETUREM
 NEM A SI VERUM EOSSUNTEM.

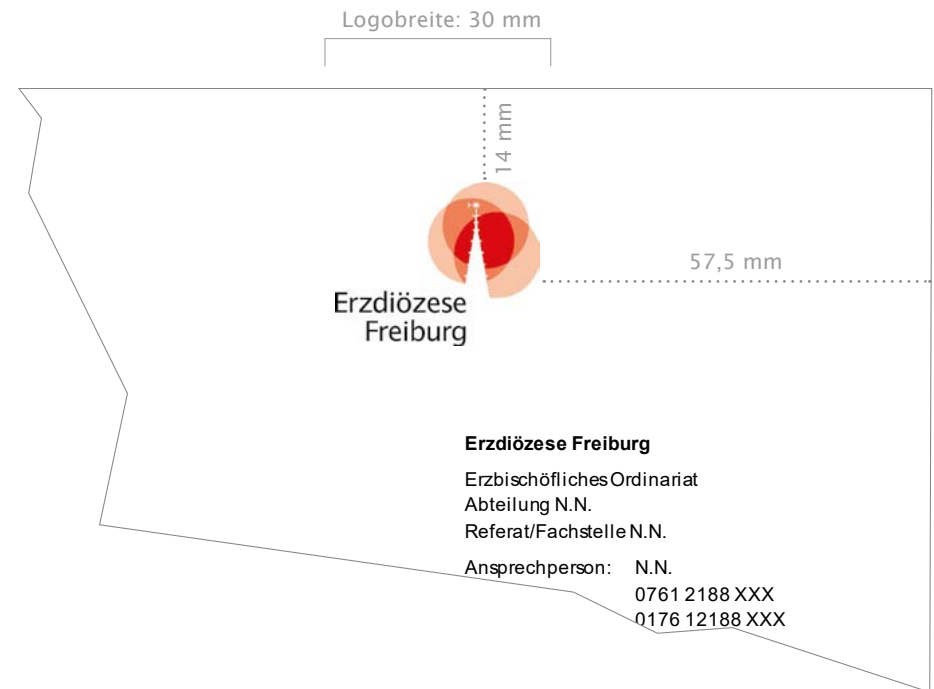
“““
 z
 z
 z
 QUELLENANGABE

5.

Die Geschäfts- papiere

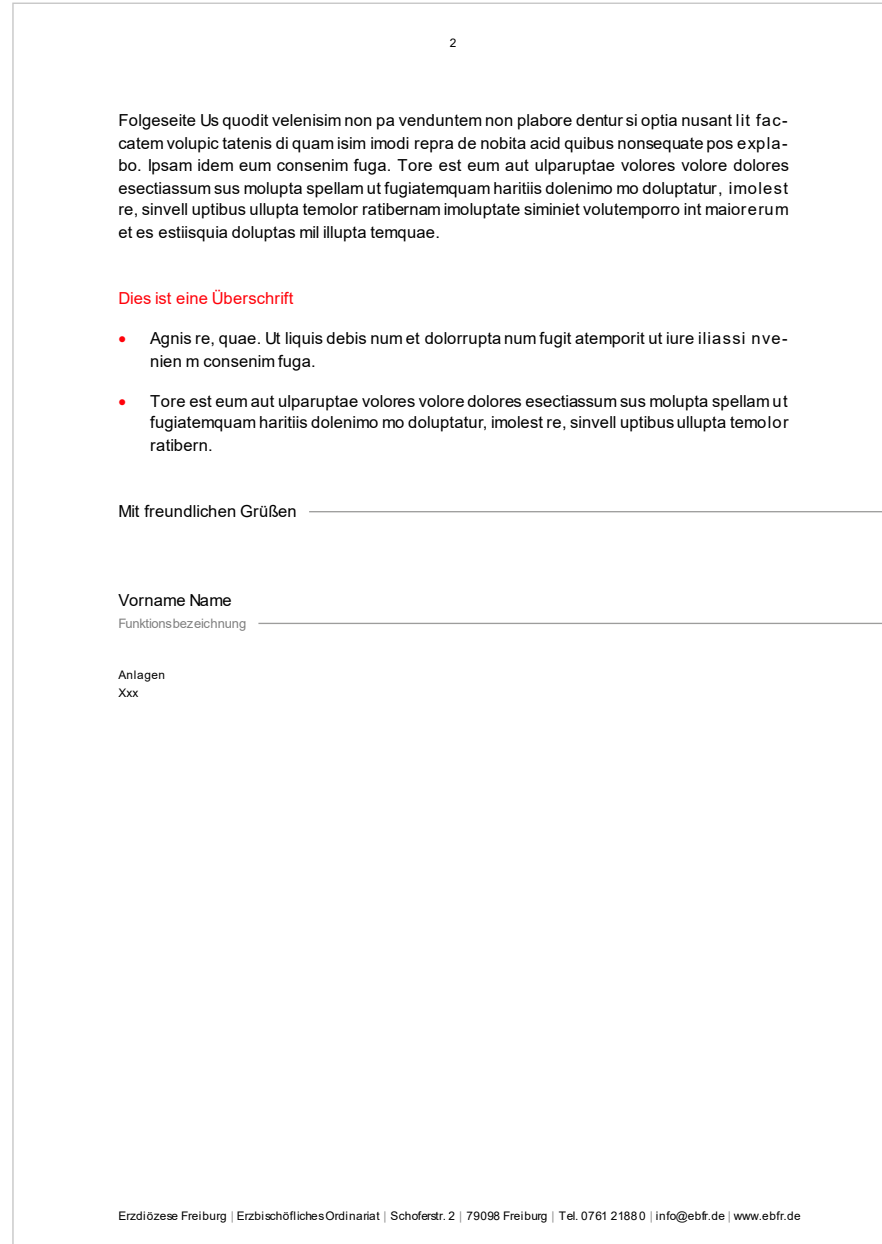
Das Briefpapier

Normalerweise sind die Abstände zu den Seitenrändern immer gleich groß. Eine Ausnahme bildet der Briefbogen, da dieser rechts viel Platz für die Daten braucht. An dieser Stelle ist der Abstand zum rechten Seitenrand größer.





Briefpapier, Bsp. Erzbischöfliches Ordinariat, farbige Version (Darstellung 55 %)



Briefpapier, farbige Version, Folgeseite (Darstellung 55 %)

Arial 11 pt,
Schwarz

Arial 9 pt,
60% Schwarz

Die Visitenkarte

Visitenkarten sind ein wichtiges Mittel der Kommunikation: Eine Visitenkarte ermöglicht die Kontaktaufnahme mit der Person, von der die Visitenkarte übergeben wurde. Zugleich stellt sie über die darin aufgeführten Daten Informationen über die übergebende Person zur Verfügung.

Visitenkarten sind vor allem für Außenkontakte wichtig. In dieser Funktion ist es wichtig, dass alle Visitenkarten des Erzbistums Freiburg dem Corporate Design gestaltet sind. Ebenso sollte die Art der Angaben einheitlich sein. Deshalb sind die Visitenkarten nach folgendem Schema aufgebaut:

- **Logo**

Eingefügt wird das Logo der Erzdiözese Freiburg.

Selbständige Einrichtungen (Kirchengemeinden) können an dieser Stelle ihr eigenes Logo einfügen, sofern dieses in ausreichender Qualität vorliegt.

Bei Projektverantwortlichen kann an dieser Stelle ein Projektlogo eingefügt werden, sofern ein solches in ausreichender Qualität vorliegt, jedoch nicht zusätzlich zum Logo der Erzdiözese Freiburg.



6,5 pt,
60% Schwarz

8,5 pt,
CMYK: 0|100|100|5

6,5 pt,
Schwarz

Erzdiözese Freiburg

Amtsbezeichnung & Ehrentitel
Vorname Name
Funktionsbeschreibung

Erzdiözese Freiburg
Erzbischöfliches Ordinariat
HA ? - Bezeichnung der Hauptabteilung
Referat XY
Schoferstraße 2 | 79098 Freiburg
Tel. +49 761 2188 XXX | Mobil +49 1761 2188 XXX
vorname.nachname@ordinariat-freiburg.de | www.ebfr.de

- **Zeile 1**

Zulässig sind kirchenbeamtenrechtliche Titel, sowie folgende Ehrentitel: Geistlicher Rat, Monsignore, Prälat, Apostolischer Protonotar.

Außerdem zulässig ist die Amtsbezeichnung „Prof.“, jedoch ohne die Zusätze „Univ.“, „apl.“, „Honorar“ oder „Junior“.

Weitere Bezeichnungen sind unzulässig.

- **Vorname Name**

Angegeben werden Vorname und Nachname sowie Namensbestandteile (wie der Dokortitel ohne Angabe der Fachrichtung).

Weitere akademischen Grade oder sonstige Abschlüsse sind unzulässig und werden nicht angegeben.

- **Funktionsbezeichnung**

Angegeben wird nur die direkte Funktion. Nicht angegeben werden Berufsbezeichnungen, Aufgabenbereiche, Projektverantwortlichkeiten oder Beauftragungen.

Bsp.: Generalvikar, Pressesprecher, Hauptabteilungsleiterin, Referatsleiter, Referentin

Ggf. können für Projektverantwortliche für diese Funktion eigene Visitenkarten erstellt werden.

Arbeitet eine Person in Teilzeit auf mehreren Stellen, so werden ggf. auch mehrere Visitenkarten erstellt, nicht jedoch eine Visitenkarte mit den verschiedenen Funktionen und ggf. Telefonnummern

- **Hauptabteilung**

Im Format HA XY – Volle Bezeichnung

- **Referat**

Hier wird die aktuelle Referatsbezeichnung eingetragen.

Organisationsstrukturen unterhalb der Referatsebene (Sachgebiet, Arbeitsbereich) werden nicht angegeben.

- **Adresse**

Angegeben wird die Adresse, an der die Mitarbeiterin / der Mitarbeiter ihren / seinen regulären Arbeitsplatz hat. Bei Außenstellen ist die konkrete Gebäudeadresse anzugeben, nicht die Postanschrift (also Kartäuserstr. 47 und nicht Schoferstr. 2)

- **Telefonnummern**

Die Angabe der Telefonnummer und der Mobilnummer erfolgt nach DIN-Norm. Nach dieser Norm werden zukünftig auch die Telefonnummern auf der Internetseite ausgegeben.

Fax-Nummern werden nicht mehr angegeben – bei Bedarf kann die Fax-Nummer alternativ zur Mobilnummer angegeben werden.

- **E-Mail-Adressen**

An dieser Stelle wird eine namentliche E-Mail-Adresse angegeben.

Funktionsadressen sind unzulässig.

- **Internetseite**

Angegeben wird nur die Hauptdomain der jeweiligen Einrichtung, also z.B. www.ebfr.de.

Nicht angegeben werden Subdomains oder einzelne Abteilungsseiten oder virtuelle Links.

6.

Digitale- Medien

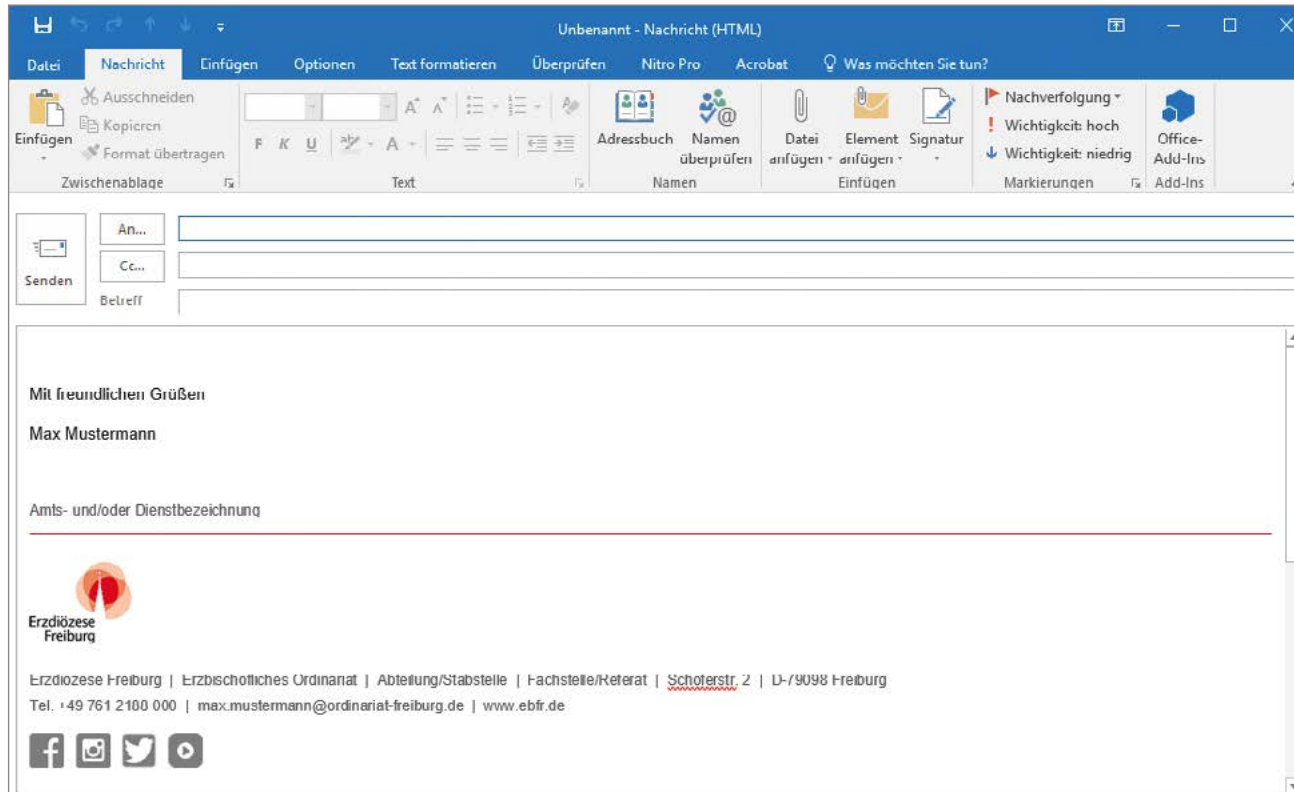
Die E-Mail-Signatur

Besonders beim täglichen E-Mail-Verkehr ist es wichtig zu wissen, mit wem man im Gespräch ist. Deshalb hat das gesamte Haus eine einheitliche Absendergestaltung.

Für das Verfassen einer E-Mail wählen Sie „Arial“ in der Schriftgröße 11 pt. Die Schriftfarbe ist „Schwarz“ (nicht „Automatisch“).

Auf Disclaimer (rechtliche Hinweise) unter der Signatur soll verzichtet werden.

Hinweise auf eigene Veranstaltungen oder Aktionen sind erlaubt.



11 pt,
Schwarz

9 pt,
RGB: 107 | 107 | 107
HEX: #6B6B6B

1 pt,
RGB: 218 | 0 | 26
HEX: #DA001A

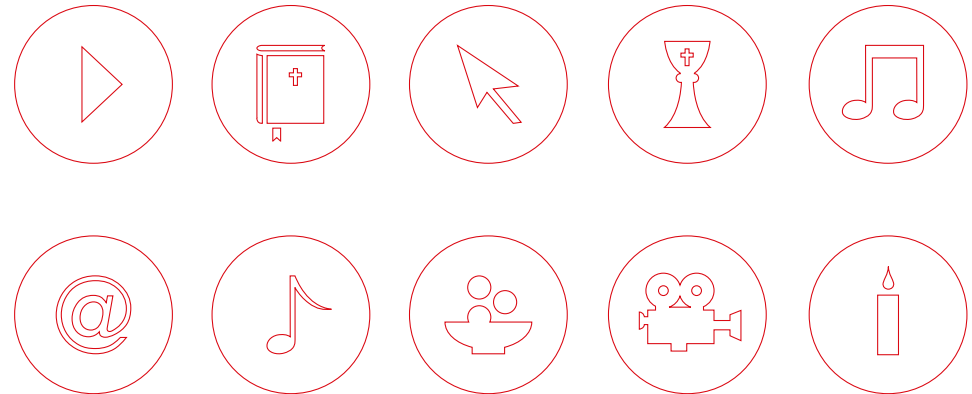
7.

Die Icons

Die Icons

Das verbindliche Aussehen der Icons können Sie an den unteren Beispielen erkennen. Sie bestehen aus feinen Konturlinien, die in den unten gezeigten Farbmöglichkeiten dargestellt werden können.

Konturstärke: 0,4 pt



Farbauswahl

Noch Fragen?

An dieser Stelle wünschen wir Ihnen viel Erfolg beim Gestalten aller Printprodukte. Wir freuen uns über Ihre tatkräftige Unterstützung und sind gespannt auf all die Ergebnisse, die zukünftig unsere Erzdiözese bereichern.

Falls Sie Fragen haben oder Hilfe brauchen, steht Ihnen die Stabsstelle Medienkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit jederzeit zur Seite.

Tel. 0761 2188 243 | kommunikation@ordinariat-freiburg.de



