

A close-up photograph of two hands shaking, one with dark skin and one with light skin, symbolizing partnership and unity. The background is a plain, light grey color.

# UNSERE MARKE ROTARY

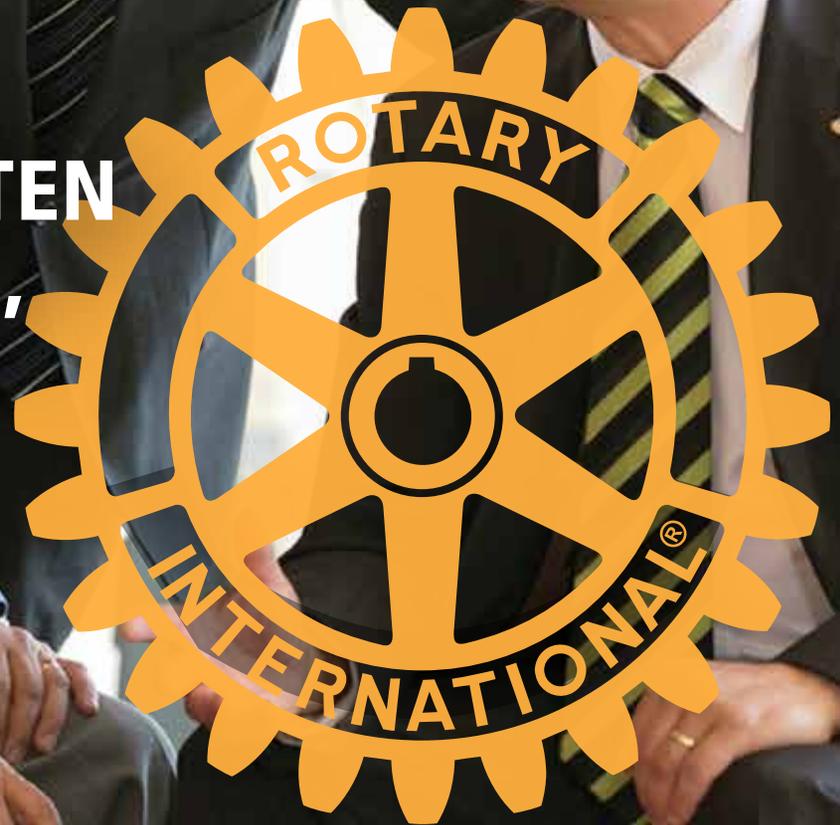
Leitfaden zur visuellen  
Gestaltung und dem  
Auftritt von Rotary



A photograph of four business professionals in a meeting. A woman with short grey hair is seated on the left, looking towards a man in a blue shirt. Another man in a dark suit is leaning over them from the center, smiling. A man with glasses is seated on the right, looking towards the man in the blue shirt. The background shows a modern office interior with large windows.

**„DIE GRÖSSTEN ERFOLGE...  
ENTSTEHEN AUS DER PERFEKTEN  
ZUSAMMENARBEIT VON HERZ,  
HAND UND VERSTAND.“**

**PAUL P. HARRIS, GRÜNDER  
VON ROTARY**



# Inhalt

## EINLEITUNG

- 4 **Hintergrund**  
Warum wir unser Image stärken  
Was wir bereits getan haben  
Was noch zu tun ist

## WER WIR SIND

- 5 Warum wir so sind
- 6 Gelebte Werte
- 7 Unsere Stimme

## WIE WIR UNS ORGANISIEREN UND PRÄSENTIEREN

- 9 Unser Wesen und unsere Organisationsprinzipien
- 10 Signatur-System
- 11 Wie wir uns nennen

## UNSER LOOK

- 12 **Übersicht**
- 13 **Logos**  
Konfiguration,  
Farbvariationen,  
Masterbrand-Farbvariationen,  
Gütesiegel Verwendung des Gütesiegels, mark of excellence  
Abstand und Mindestgröße für Druck- und Digitalmedien,  
Signatur-System für Clubs, Distrikte und Zonen  
Bewährte Praktiken
- 23 **Farbpalette**  
Übersicht Formeln  
Bewährte Praktiken
- 26 **Typografie**  
Haupt-, Sekundär- und Alternativtyp  
Bewährte Praktiken
- 28 **Bilder**  
Stilübersicht und Thematik
- 29 **Symbole und Infografiken**  
Übersicht  
Schwerpunktbereiche

## IM GESAMTBILD BETRACHTET

- 31 **Design-Anregungen**  
Broschüren-umschläge  
Doppelseiten Poster vertikal  
Poster horizontal  
Broschüren Reklametafeln  
Digital E-Newsletter  
Handelsartikel

## ADDENDUM

- 54 **Für Lizenznehmer**  
Verwendung der Logos eingetragener Marken
- 55 **Für die Rotary World Magazine Press**

## KONTAKT-INFORMATIONEN

- 56 **graphics@rotary.org**  
**rilicensingservices@rotary.org**

## IHRE ROTARY-NADEL



Das Symbol unserer Mitgliedschaft – die Rotary-Nadel – verändert sich nicht.

## IN KÜRZE

Die Hilfen und Vorlagen sind in Kürze auch online verfügbar, um Ihnen die Gestaltung Ihrer Broschüren, Materialien usw. zu erleichtern.

### Warum wir unser Image stärken

Seit über 100 Jahren kommen bei Rotary Vertreter aller Berufsgruppen freundschaftlich zusammen und setzen ihre vielfältigen Berufserfahrungen für andere ein. Doch trotz eines Jahrhunderts sozialen Engagements hat Rotary nicht die öffentliche

Anerkennung erreicht, die unseren humanitären Leistungen entspricht.

Daher müssen wir neue Wege gehen, wie wir Rotary der Allgemeinheit vermitteln, so dass Menschen ein besseres Verständnis darüber erlangen, wer wir sind und wofür wir einstehen.

2011 schickte sich Rotary an, in einer vorher nie dagewesenen mehrjährigen Initiative an seinem Markenimage zu arbeiten und es gründlich zu überholen. Dabei geht es zum einen um ein besseres Verständnis der Öffentlichkeit über Rotary, zum anderen möchten wir damit auch unsere Mitglieder motivieren – und wir wollen attraktiver für neue Mitglieder, Mitarbeiter, Spender und strategische Partner werden.

### Was wir bereits getan haben

Zur Stärkung unserer Marke mussten wir diese zunächst auf der Basis einer umfassenden globalen Untersuchung definieren. Dazu unternahmen wir die folgenden Schritte:

#### Definition unserer Grundwerte und wie wir uns von anderen Organisationen unterscheiden

#### Umsetzung der Werte in Aktionen, damit unseren Worten Taten folgen

#### Etablierung unserer Stimme um uns abzugrenzen

#### Neue Selbstdarstellung damit Menschen erfahren, was wir tun und wie sie mithelfen können

#### Erneuerung der visuellen Identität mit neuer Energie unter gleichzeitiger Berücksichtigung unserer Geschichte

### Was noch zu tun ist

Dieser Leitfaden soll Ihnen dazu dienen, den neuen „Look“ und die neue Stimme unserer Marke effektiv einzusetzen. Ein global einheitliches Image und eine einheitliche Markenidentität fördern nicht nur unseren Ruf, sondern die gesamte Rotary-Erfahrung.

In den kommenden Monaten finden Sie online weitere Tools und Vorlagen für Ihre Broschüren, PowerPoint Präsentationen und weiteren gedruckten und digitalen Botschaften.

---

## AUSWERTUNG UNSERER MARKENERSCHEINUNG

---

Die umfassende globale Untersuchung ergab drei Einsichten

---

**Rotarier übernehmen  
Führungsverantwortung –  
in sozialer wie in moralischer  
Hinsicht**

---

**Die Schaffung von  
Verbindungen wird immer  
die zentrale Kraft in Rotary  
sein**

---

**Es geht nicht nur um globale  
Wirkung – wir wirken in  
Gemeinwesen im globalen  
Maßstab**

---

## FORMULIERUNG UNSERER STÄRKEN

---

Die Ergebnisse definieren, wer wir sind (verantwortungsvoll), was wir tun (Kontakte schaffen) und warum wir relevant sind (Wirkung im Gemeinwesen). Die Untersuchung ergab auch, wie wir diese Stärken überzeugend darstellen müssen.

---

**Definition von Führung durch  
Bewusstsein und Ansatz, nicht  
durch Titel**

---

**Betonung der Verbindungen  
und Gemeinschaften, nicht  
der Einzelperson**

---

**Klärung der Art der Wirkung  
von Rotary (also lokale  
Ergebnisse weltweit addiert;  
bleibende Veränderungen)**

---

## Was sind die Werte?

Sie bestimmen unser Tun.  
Sie repräsentieren unsere  
Überzeugungen und unser  
Handeln.

## Wie definieren wir unsere Werte?

Unsere Werte sind begründet  
in den Leitprinzipien, die Rotary  
schon immer bestimmt haben.  
Diese Werte füllen wir mit  
neuem Leben, indem wir sie  
in Gemeinwesen in aller Welt  
demonstrieren.

### THEMEN UNSERER LEITPRINZIPIEN

Freundschaft und  
globales Verständnis



**Wir bauen lebenslange  
freundschaftliche  
Beziehungen auf**

Moral und Integrität



**Wir erfüllen unsere  
Versprechen**

Vielfalt



**Wir verbinden  
verschiedene  
Perspektiven**

Berufs(fach)erfahrung,  
Service und Führung



**Wir setzen unsere  
Führungserfahrung ein,  
um soziale Probleme zu  
lösen**

## Was ist das?

Unsere Stimme charakterisiert unseren ganz eigenen Kommunikationsstil.

## Warum ist sie wichtig für Rotary?

Es gibt keine andere Organisation genau wie Rotary. Um sicherzustellen, dass unsere Kommunikation unserem originalen Charakter entspricht, und einheitlich wahrgenommen wird, müssen wir bei allen unseren Interaktionen mit einer Stimme sprechen. Durch ein einheitliches Design kommt unsere Kommunikation als unmissverständlich „rotarisch“ an.

## Wie sollten wir unsere Stimme einsetzen?

Die Stimmattribute dienen als Anhaltspunkt dafür, wie wir rotarisch reden, schreiben, gestalten. Nehmen Sie sie als Kriterien für die Beurteilung Ihrer Kommunikation. Eine Reihe visueller und verbaler Tools (z.B. Infografiken) kann Ihnen dabei helfen. Mehr dazu auf den Seiten 12-30.

### UNSERE STIMME IST ...

**intelligent**

### DAS BEDEUTET ...

Wir betrachten Probleme aus verschiedenen Sichtweisen und setzen unsere Erfahrungen ein, wie es anderen nicht möglich ist. Wir sind einsichtig und kritisch.

### UNSERE KOMMUNIKATION IST ...

**sachkundig  
einfühlsam  
selbstbewusst**

**mitfühlend**

Die großen Probleme der Welt erfordern Mitgefühl. Wir erreichen dies, indem wir reale Geschichten vermitteln, die universal nachvollziehbar sind.

**umsichtig  
ehrlich  
verbindlich**

**beharrlich**

Wir finden nachhaltige Lösungen für systemische Missstände, zuhause und in anderen Ländern. Wir formulieren klar und überzeugt.

**entschlossen  
zielbewusst  
beherzt**

**inspirierend**

Motiviert durch unsere Erfolge, regen wir auch andere zur Aktion an. Wir vermitteln, Hoffnung, Leidenschaft und Engagement.

**optimistisch  
hoffnungsvoll  
visionär**

Hier sind Beispiele aus der englischen Sprache, die den neuen Ansatz verdeutlichen sollen (Hinweis: diese Beispiele treffen nicht für die deutsche Sprache zu, weil der Paradigmenwechsel in Übersetzungen bereits berücksichtigt wird)

## BEISPIELE

### VORHER (without Rotary's voice)

### NACHHER (neue Tonalität)

### WARUM ES BESSER FUNKTIONIERT

Einladung zum im Umweltschutz, im Kampf gegen Polio, bei der Verbesserung außerordentlichen Einsätzen engagieren.

Rotary besteht aus Menschen in Clubbesuch aller Welt, die sich gemeinsam ihrer Gemeinwesen und anderen



**Es ist wunderbar, zu sehen, was wir erreichen können, wenn Herz und Hand zusammenarbeiten. Hier sehen Sie, wie Menschen aus den verschiedensten Ländern, Kulturen und Berufen die Initiative ergreifen. Gemeinsam werden sie in der Friedensarbeit, im Gesundheitswesen und im Jugenddienst aktiv.**

- Aktiv, inspirierend, einladend
- Balanciert Kopf und Herz
- Definiert Führung als Einstellung, Perspektive und Aktion
- Erklärt unsere Wirkung
- Enthält klaren Aktionsaufruf

Mehr über uns bei [rotary.org](http://rotary.org).

**Auch Sie können mitmachen.**

Auszug aus  
[Rotary.org](http://Rotary.org)

Rotarys Jubiläum



Rotarys 108. Geburtstag markiert ein Jahr großer Leistungen im Kampf gegen die Kinderlähmung und eines verstärkten Engagements zur endgültigen Ausrottung der Krankheit. Was weiterhin gebraucht wird ist Fürsprache bei den verantwortlichen Stellen, um auch weiter eine staatliche Unterstützung der Initiative zu sichern.

**Wieder ein Jahr, in dem wir Geschichte schreiben.**

**Wir sind kurz davor, Polio für immer auszurotten. Doch auch an unserem 108. Geburtstag ist klar, dass es noch viel mehr zu tun gibt. Helfen Sie mit.**

- Überschrift beschreibt nicht, sondern inspiriert
- Beleuchtet Rotarys Geist der Beständigkeit
- Ist mehr menschlich teilnehmend und in der „Wir“-Form
- Enthält klaren Aktionsaufruf

# Unser Wesen und unsere Organisations-Prinzipien

## Unser Wesen ist klar

Drei Kernideen helfen Rotariern die Frage zu beantworten: „Was ist Rotary?“

- 1 Rotary **knüpft Kontakte** zwischen Führungspersönlichkeiten aller Kontinente, Kulturen und Berufe.
- 2 Wir **tauschen Ideen aus** und bringen unsere unterschiedlichen Erfahrungen und Perspektiven zusammen, um uns einigen der schwierigsten Probleme dieser Welt zu stellen.
- 3 Und wir **werden aktiv**, um nachhaltige Verbesserungen in unseren Gemeinwesen und in aller Welt zu erzielen.

Durch diese drei Kernideen vermitteln wir wofür Rotary steht und wie wir uns von anderen Organisationen unterscheiden.

## Organisationsprinzipien

Oben genannte Ideen bieten uns auch ein System dafür wie wir uns organisieren und präsentieren.

Organisationsprinzipien

	<b>KONTAKTE KNÜPFEN</b>		<b>IDEEN AUSTAUSCHEN</b>			<b>AKTIV WERDEN</b>	
Unterkategorie	Nachwuchsführungskräfte	Führungskräfte	Gemeinsame Interessen	Kultureller Austausch	Globaler Austausch	Lokal	Global
Definition	Kontakte zu Führungskräften aller Kontinente, Kulturen und Berufe		Neue Perspektiven kennenlernen			Positive Veränderungen in unseren Gemeinwesen anstoßen	
Ebene des Engagements	Das KNÜPFEN VON KONTAKTEN ist der Beginn und Eintrittspunkt bei Rotary, Rotaract und Interact		Der AUSTAUSCH VON IDEEN findet auf der nächsten Ebene des Engagements statt. Während Events und Programmen bei denen Menschen zusammenkommen entdecken sie gemeinsame Interessen und neue Perspektiven.			AKTIV werden Rotarier, die Partner von Rotary und freiwillige Helfer auf lokaler sowie internationaler Ebene während des Dienstes für ihre Mitmenschen.	
Beispiele	Rotary Clubs Rotaract Clubs Interact Clubs RYLA		International Convention Jugendaustausch Fellowships Friedensstipendien			Clubprojekte PolioPlus Rotary Action Groups Rotary Community Corp	

## Handlungsaufrufe

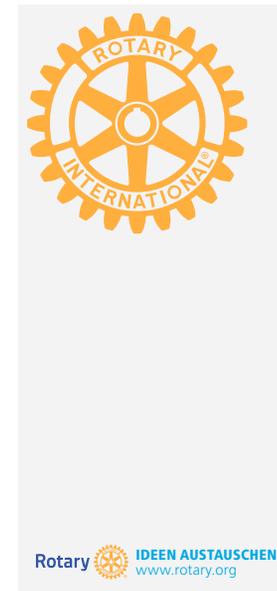
Zusammengenommen erläutern unsere Organisationsprinzipien was Rotary tut. Individuell betrachtet sind sie zudem Handlungsaufrufe. Mit anderen Worten, sie vermitteln, dass man mit Rotary „Kontakte knüpfen“, „Ideen austauschen“ und „aktiv werden“ kann. Sie sollen Hauptüberschriften und Botschaften ergänzen – nicht ersetzen.

Bedenken Sie bei der Ausarbeitung von Kommunikationsmaterialien stets, wen Sie ansprechen wollen und was Ihr Anliegen ist.

Zusammensetzung von Handlungsaufrufen



Beispiele



## Wir sind Rotary

„Rotary“ ist das Band, das Rotary International und die Rotary Foundation verbindet. Rotarier nennen unsere Organisation schlicht „Rotary“. Und dies sollte auch unser kommunikativer Name sein. Es ist ein einfacher jedoch wichtiger Schritt, um unsere Organisation als Ganzes zu betrachten und unsere Botschaft zu stärken.

<b>ROTARY</b>	<b>ROTARY INTERNATIONAL</b>	<b>ROTARY FOUNDATION</b>
<b>UNSER KOMMUNIKATIVER NAME</b>	<b>UNSER OFFIZIELLER NAME UND DIE VERWALTUNG</b>	<b>UNSER STIFTUNGSARM</b>
<b>Wie wir uns selbst nennen wenn wir auf unsere Gesamtorganisation verweisen</b>	<b>Wenn wir Bezug nehmen auf unsere globale Vereinigung aus 34.000 Clubs und den Verwaltungsapparat, der diese unterstützt</b>	<b>Wenn wir Bezug nehmen auf Rotarys Stiftungs- und Grant-Vergabe-Arm</b>

## Fokus, Absicht, Inspiration – und etwas Gold.

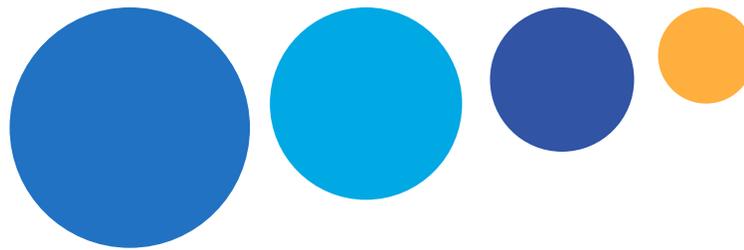
Hier finden Sie die Grundelemente unseres visuellen Systems.

Es enthält unsere Logos, eine robuste Farbpalette, Typografie, Ikonografie, Infografik-Stile, Foto-Stile und Textentwürfe.

Jedes Element passt harmonisch zu den anderen und bietet Flexibilität innerhalb eines Rahmens. In Kombination miteinander übermitteln sie aktive Führung, Standhaftigkeit und Mitgefühl.

## Farben S. 23-25

Rotary Hauptfarben



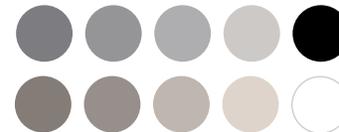
Sekundär



Pastellfarben



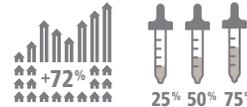
Neutrale Farben



## Ikonografie S. 29



## Informationsgrafiken S. 29



## Typografie S. 26-27

Licensed Option

Haupttyp

**FRUTIGER BLACK  
CONDENSED  
GROSSBUCH-  
STABEN FÜR TITEL  
UND HAUPT-  
NAVIGATION**

Frutiger für Zwischenüberschriften, Secondärnav. Infografiken und Lockups  
**Light Italic**  
**Roman Italic**  
**Bold Italic**  
**Black Italic**  
**Ultra Black**

Sekundärtyp

Sentinel für Text  
Zwischenüberschriften, Bildunterschriften, Callouts  
**Light Italic**  
**Book Italic**  
**Medium Italic**  
**Semibold Italic**  
**Bold Italic**

Free Option

**OPEN SANS CONDENSED  
OR ARIAL NARROW**

Arial

Georgia

## Logos S. 13-22

Masterbrand-Signatur



„Gütesiegel“



## Bilder S. 28

Rotarier, vereint und im Austausch



Rotarier in Aktion für die Gemeinschaft



Metaphorik



# Logos Konfigurationen

Unser Logo hat sich erweitert, so dass es nun auch unsere Wortmarke Rotary enthält, neben dem Emblem des Rotary-Rads.

Rotary erscheint jetzt in allen Signaturen vor dem Emblem, um noch klarer in der Öffentlichkeit erkannt zu werden.

Dieses offizielle Logo ist unsere „Masterbrand“-Signatur und sollte wo immer möglich verwendet werden. Unser Gütesiegel („Mark of excellence“) sollte nicht alleinstehen, sondern stets in der Nähe der Masterbrand-Signatur, und es sollte zur besseren Wirkung maßstabsgerecht vergrößert werden.

Die Design-Beispiele auf S. 16, 35 und 40 zeigen wie Sie diese Richtlinien ganz einfach befolgen können.

Masterbrand-Signatur



Gütesiegel (Unser Rad)



Wann verwende ich welches Logo-Format?

Druck	.eps	spot oder cmyk
Stickereien	.eps	spot oder cmyk
Siebdruck	.eps	spot oder cmyk
Word Doc (Print)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digital:		
Web/E-Mail	.png	rgb
Tablet/Mobil		

# Logo Farbvariationen, Masterbrand

Die vollfarbige Rotary-Signatur ist unsere offizielle und bevorzugte Version. Sie ist grundsätzlich im digitalen Bereich zu verwenden, sowie überall, wo der Druck zweifarbig möglich ist. Das Wort „Rotary“ sollte in Königsblau oder Weiß abgebildet werden gefolgt von dem Rad in Gold, es sei den Zweifarbdruk ist nicht verfügbar oder Gold ist auf dem Hintergrund unleserlich.

Einfarbige Variationen der Rotary-Signaturen werden in schwarz, Rotary-Azurblau und weiß (Umkehrtyp) gestellt. Diese können im Einfarbdruk verwendet werden, ebenso bei komplexen Hintergründen, die sonst eine Lesbarkeit oder Farbenwirkung erschweren.

Verwenden Sie die passende Farbversion, um den besten Kontrast und optimale Lesbarkeit zu erzielen: positiv für helle Hintergründe, negativ für dunkle Hintergründe.

Vergleichbare Metallic-Versionen der Rotary-Farben werden hier ebenfalls gezeigt und sind unter besonderen Umständen einsetzbar.

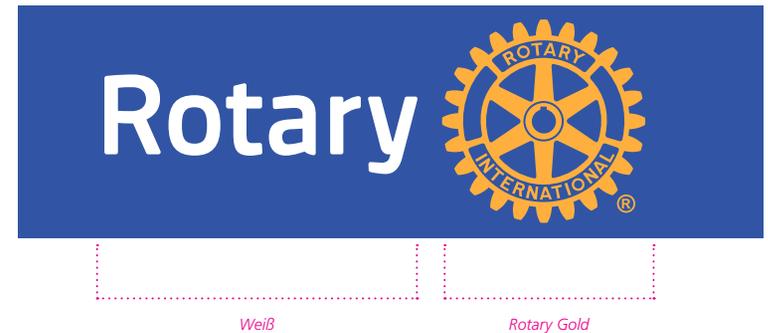
Weitere Details zu unserer Farbpalette auf den Seiten 23-24.

## Vollfarbig

Positiv (für helle oder weiße Hintergründe)



Umkehrtyp (für dunkle Hintergründe)



## Einfarbig

100% schwarz



100% Rotary-Azurblau



100% weiß (für dunkle Hintergründe)



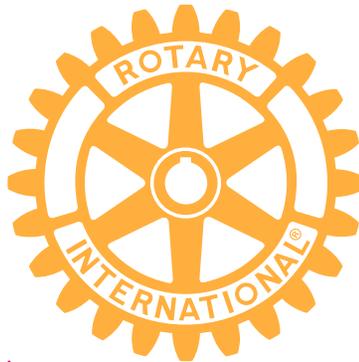
# Logo Farbvariationen, Gütesiegel

Unser Gütesiegel muss grundsätzlich in Rotary-Gold erscheinen, es sei denn, Zweifarbdruk ist nicht verfügbar. Achten Sie bei Druck auf weißem Hintergrund auf die korrekten Farbformeln (siehe S. 24).

Einfarbige Variationen der Rotary-Signaturen werden in schwarz, Rotary-Azublau und weiß (Umkehrtyp) gestellt. Diese können im Einfarbdruk verwendet werden.

Vergleichbare Metallic-Versionen der Rotary-Farben werden hier ebenfalls gezeigt und sind unter besonderen Umständen einsetzbar.

Weitere Details zu unserer Farbpalette auf den Seiten 23-24.



Rotary Gold

Wann verwende ich welches Logo-Format?

Druck	.eps	spot oder cmyk
Stickereien	.eps	spot oder cmyk
Siebdruck	.eps	spot oder cmyk
Word Doc (Print)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digital:		
Web/E-Mail	.png	rgb
Tablet/Mobil		

## Vollfarbig

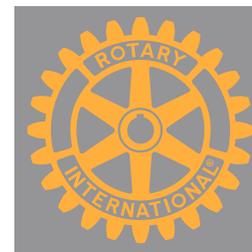
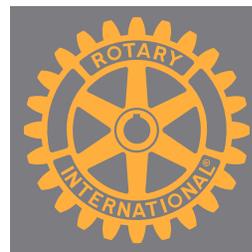
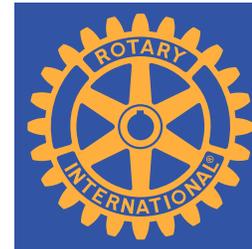
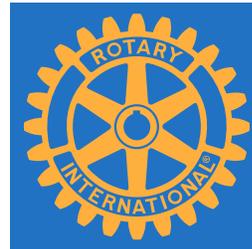
Dunkles Bild



Helles Bild

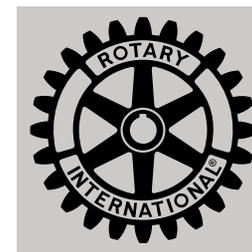


Akzeptable Hintergrundfarben



## Einfarbig

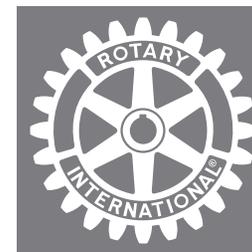
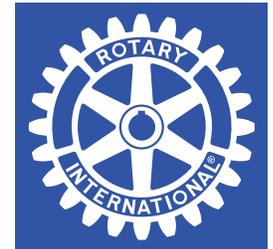
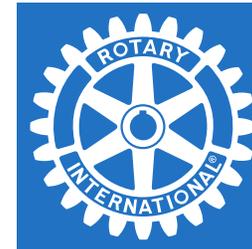
100% schwarz



100% Azublau



100% weiß (Umkehrtyp)



# Logo

## Richtige Verwendung des Gütesiegels

### Stets die richtige Gewichtung

Unser Gütesiegel repräsentiert unseren Führungsanspruch. Es sollte daher stets groß im Verhältnis abgebildet werden, um herauszustechen und die Wiedererkennung zu fördern.

### Immer neben der Masterbrand-Signatur

Das Gütesiegel sollte stets gemeinsam mit einer unserer Signaturen abgebildet werden, niemals alleine.

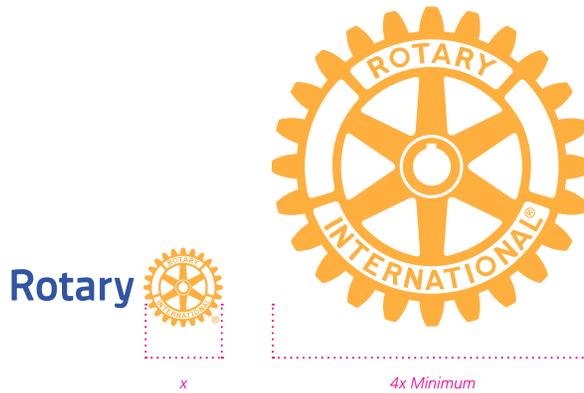
### Weniger ist mehr

Behalten Sie sich das Gütesiegel für die Titelseite oder einseitige Marketing-Materialien, wie Poster vor. In Kommunikationen sollte es nicht zu häufig verwendet oder nachgeordnet (auf Innenseiten, untergeordneten Websites etc.) abgebildet werden.

Farboptionen auf Seite 15.

### Größe

Größenverhältnis: Gütesiegel/ Masterbrand-Signatur



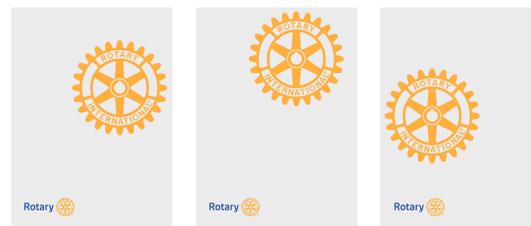
### Deckkraft

100% deckend auf solidem Hintergrund

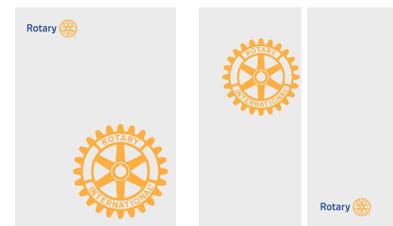


### Beispiele (Gütesiegel stets nahe der Masterbrand-Signatur)

#### Einseitige Kommunikation



#### Mehrseitig (Front/Rück)



# Logo Abstand & Mindestgröße – Druck

## LOGO

### Masterbrand-Signatur

Mindestgröße  
13 mm / 0.5"

Keine Beschränkungen  
bei maximaler Höhe



## MINDESTGRÖSSE FÜR DRUCK



### Gütesiegel

Mindestgröße 4x die Höhe  
des Rades, wie in der  
nächstgelegenen Masterbrand-  
Signatur abgebildeten.

Wann verwende ich welches  
Logo-Format?



Mindestverhältnis:  
52mm / 2" bei Kombination mit  
Masterbrand-Signatur

### Wann verwende ich welches Logo-Format?

Druck	.eps	spot oder cmyk
Stickereien	.eps	spot oder cmyk
Siebdruck	.eps	spot oder cmyk
Word Doc (Print)	.png	rgb
PowerPoint	.png	rgb
Digital:		
Web/E-Mail	.png	rgb
Tablet/Mobil		

### ABSTAND



Der Abstand zur  
Masterbrand-Signatur  
muss der Höhe des großen  
„R“ in dem Wort Rotary  
entsprechen.

# Logos Abstand & Mindestgröße – Digital

**LOGO**

**Masterbrand-Signatur**

Mindestgröße  
60px

Keine Beschränkungen  
für maximale Höhe



**MINDESTGRÖSSE FÜR DESKTOP/LAPTOP**



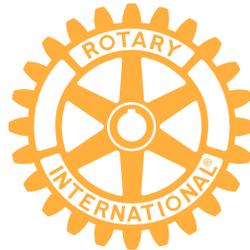
**MINDESTGRÖSSE FÜR MOBILTELEFON/TABLET**



**Gütesiegel**

Mindestgröße 4x die Höhe  
des Rades wie in der  
nächstgelegenen Masterbrand-  
Signatur abgebildet

Keine Beschränkungen  
bei maximaler Höhe



Mindestverhältnis:

240px bei Kombination mit  
Masterbrand Signatur

120px bei Kombination mit  
Vereinfachter Signatur

Mindestverhältnis:

320px bei Kombination mit  
Masterbrand Signatur

160px bei Kombination mit  
Vereinfachter Signatur

**Vereinfachte Signatur**

For digital small use and  
confined spaces

Maximale Höhe unter  
60px für Desktop/Laptop  
80px für Mobil/Tablet

Minimum size is  
30px für Desktop/Laptop  
40px für Mobil/Tablet



**ABSTAND**



Der Abstand zur  
Masterbrand-Signatur  
muss der Höhe der  
Kleinbuchstaben in dem  
Wort Rotary entsprechen.

# Logos Signatur-System für Clubs, Distrikte und Zonen

Das spezielle Signatur-System erlaubt es ganz einfach Kommunikationsmaterialien bestimmter Clubs, Distrikte oder Zonen zu identifizieren. Ein Tool für Clubs zur Erstellung der eigenen Signatur ist in den kommenden Monaten erhältlich.

## Rotary Clubs

Die Club-Signatur besteht aus der Masterbrand-Signatur und dem Clubnamen und sollte auf Clubebene nur in dieser Kombination verwendet werden.

Die bevorzugte Zusammensetzung ist: Rotary Club [Ort] mit dem Wort Rotary vorangestellt. Daneben gibt es eine Alternative (siehe nebenstehend).

Die Positionierung und das Größenverhältnis zwischen der Rotary-Wortmarke und dem Rad dürfen nicht verändert werden.

## Distrikte und Zonen

Distrikt- und Zonensignaturen bestehen aus der Masterbrand-Signatur und ersetzen die Masterbrand-Signatur auf Distrikt- und Zonenkommunikationen.

Halten Sie sich bei der Erstellung an die gleichen Spezifikationen, die auch für Club-Signaturen gelten (oben).

## ROTARY CLUBS

Bevorzugt



Alternative



0,5" / 13mm

Oben und unten:  
Frutiger LT STD 45 Light, 12 pt,  
Rotary Königsblau rechtsbündig  
ausgerichtet an der Rotary- Wortmarke

Beispiel für einen langen Clubnamen



## DISTRIKTE UND ZONEN

Distrikte



Zones



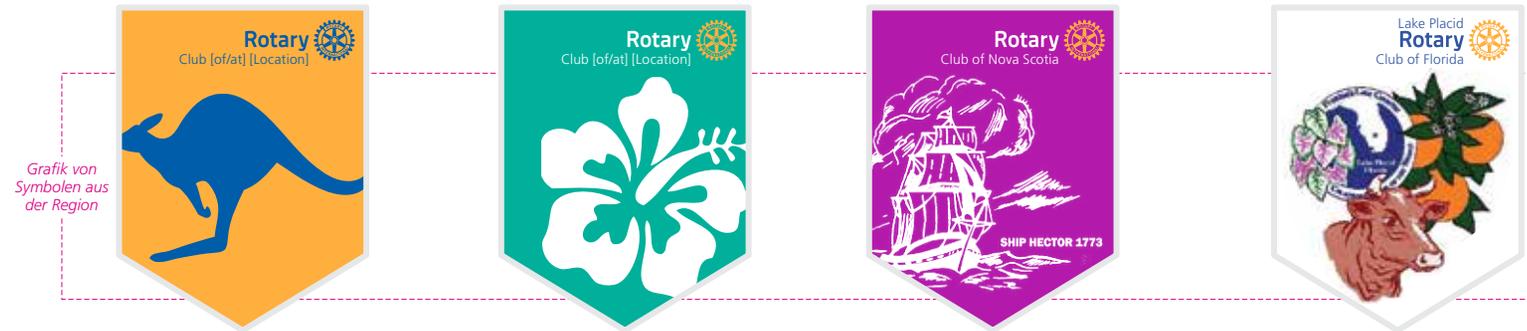
# Logos

## Signatur-System für Clubs, Distrikte und Zonen

Bei der Erstellung von Club-Bannern sollte die Signatur des Clubs in der oberen rechten Ecke platziert werden (zu Abständen siehe S. 17). Zudem sollten Illustrationen von typischen Symbolen aus der Region verwendet werden.

### ROTARY CLUBS

Banner



# Logos Signatur- System für Partner

Partner sind außenstehende Organisationen, die mit Rotary zusammenarbeiten, um Programme und Projekte umzusetzen.

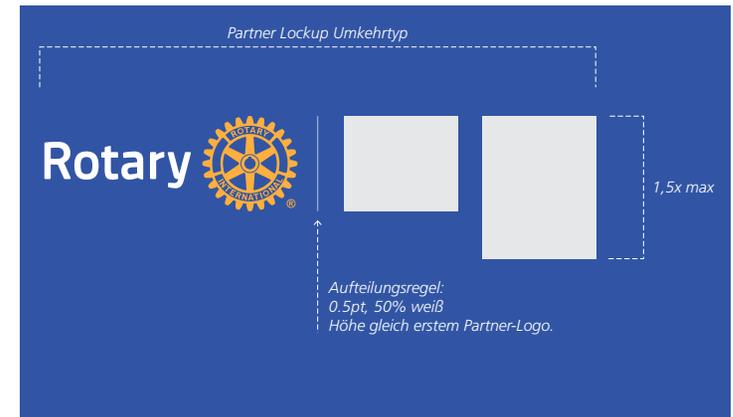
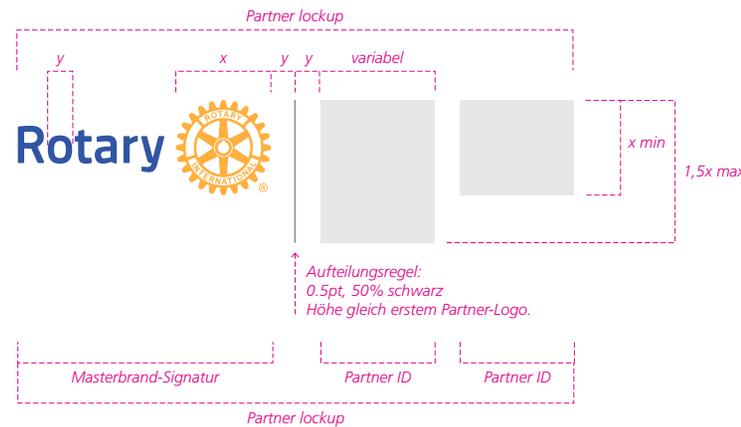
So erstellen Sie ein „Partner-Lockup“:

In einem Lockup können ein oder mehrere Partner-Logos abgebildet werden. Bitte halten Sie einheitliche Abstände zwischen den Logos ein.

Die Mindesthöhe für Partner-Logos entspricht der Höhe des Rotary-Logos. Die Maximalhöhe darf nicht mehr als 1,5 Mal der Höhe des Rotary-Logos entsprechen. Die Weite der Partner-Logos kann variieren, sollte die Masterbrand-Signatur jedoch nicht überwältigen.

## PARTNER

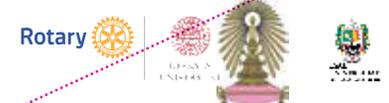
Zusammensetzung



Beispiele: Strategische-, Projekt- oder Service-Partner



Bitte vermeiden



Das Rotary-Logo sollte so prominent sein wie das Partner-Logo und nicht überragt werden. Abstände sollten gleich sein zwischen den Partner-Logos.

Beispiel: Centers for Peace



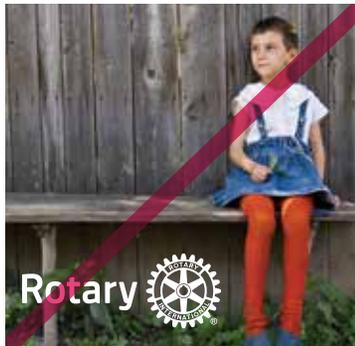
Beispiel: Fellowships



### Masterbrand-Signatur



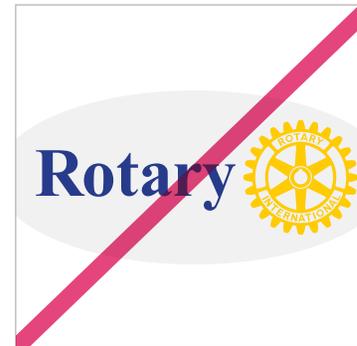
Platzieren Sie das Masterbrand nicht auf einem Hintergrund mit zu wenig Kontrast.



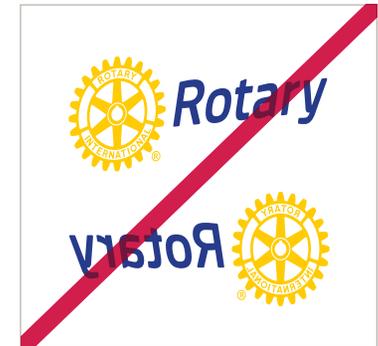
Verwenden Sie die zweifarbige Masterbrand-Signatur bei 4-Farb-Druck.



Vermeiden Sie Umrisslinien, Sondereffekte und andere Grafikelemente um die Masterbrand-Signatur herum.



Drucken Sie die Masterbrand-Signatur nicht in der falschen Schriftart oder ohne das © Symbol ab. Platzieren Sie das Logo nicht innerhalb einer Rahmenfläche/-form.

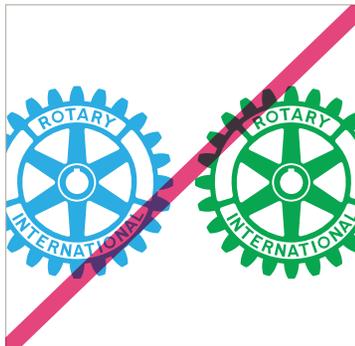


Drucken Sie die Masterbrand-Signatur nicht in verzierter, spiegelverkehrter oder umgestalteter Form ab.

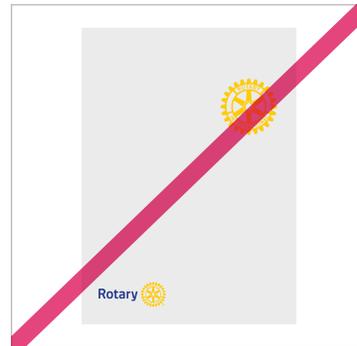
### Mark of excellence



Drucken Sie das Gütesiegel stets ganz und nie unvollständig ab.



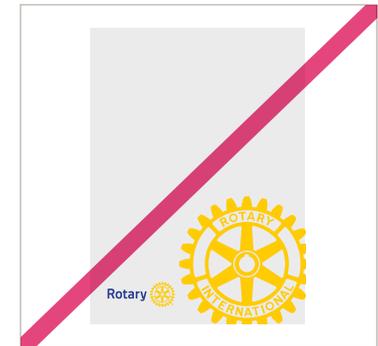
Drucken Sie das Gütesiegel niemals in einer anderen Farbe als den auf Seite 15 aufgeführten Farben ab.



Verwenden Sie das Gütesiegel bei der Verwendung mit dem Masterbrand in der korrekten Größe (siehe hierzu Seite 13).



Verwenden Sie keine Effekte mit übereinanderliegenden Schichten, die die Farbe oder Lesbarkeit des Gütesiegels beeinträchtigen.



Platzieren Sie das Gütesiegel nicht direkt neben der Masterbrand-Signatur.

Unsere Farben repräsentieren Rotary und bringen zum Ausdruck wofür wir stehen: Intelligenz, Mitgefühl, Beharrlichkeit und Inspiration.

Unsere vorwiegend verwendeten Markenfarben sind Schattierungen von **BLAU** und **GOLD**. Um einen einheitlichen Auftritt zu gewährleisten, sollten diese sogenannten Leadership Colors vornehmlich verwendet werden. Den Vorzug sollte dabei stets Rotary-Azurblau erhalten. Rotary-Himmelblau und Rotary-Königsblau dienen der Ergänzung und Komplementierung. Rotary-Gold schließlich rundet das Gesamtbild auf einer Seite ab.

Durch die wesentlich sparsamer eingesetzten Sekundärfarben können gelegentliche Akzente gesetzt werden.

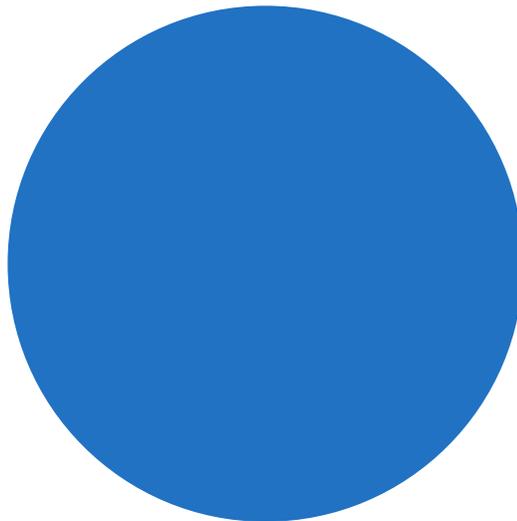
Pastell- und neutrale Farben bieten Flexibilität bei der Arbeit mit Hintergründen, Layouts und der hierarchischen Anordnung von Informationen.

Alle Farben sollten stets in ihrer reinen Form abgebildet werden.

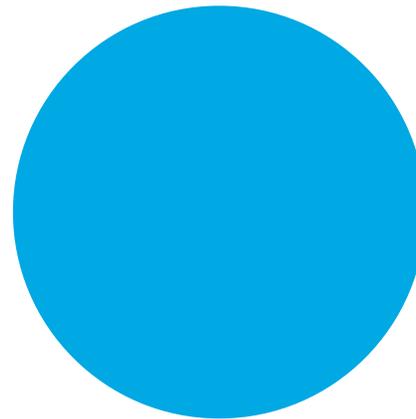
In speziellen Fällen, z.B. bei der Wiedergabe von Text oder Signaturen auf dreidimensionalen Metallprodukten (Schilder, Anstecknadeln) oder Folien (Einladungen, Zertifikate, Auszeichnungen), können vergleichbare Metallversionen der Farben verwendet werden.

### Rotary Leadership Colors (Hauptfarben)

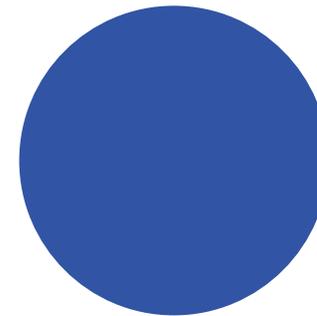
Rotary-Azurblau



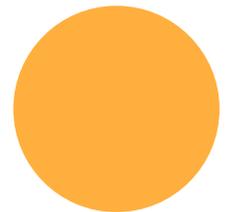
Rotary-Himmelblau



Rotary-Königsblau



Rotary-Gold



### Sekundärfarben

Cranberry



Turquoise



Violet



Orange



### Pastellfarben

Slate



Mist



Lavender



Powder Blue



Moss



Taupe



### Neutrale Farben

Charcoal



Pewter



Smoke



Silver



Black



Storm



Ash



Platinum



Cloud



White



Bei Verwendung unserer Farbpalette sollte stets auf die richtigen Farbformeln geachtet werden.

Unsere Farben dürfen niemals gefiltert oder abgeändert werden.

Es stehen für Folgendes Formeln zur Verfügung (für gestrichenes und ungestrichenes Material):

**Pantone™** Farben  
**CMYK** für 4-Farb-Druck  
**RGB** für Digital  
**Hexadecimal** für Web

Um ASE-Dateien mit Farbproben herunterzuladen oder zu kaufen, senden Sie bitte eine E-Mail an: [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).

## Rotary Leadership Colors



**Azure**  
PMS 2175C  
C99 M47 Y0 K0  
PMS 2175U  
C99 M53 Y0 K0  
Hex #005daa  
R0 G93 B170



**Sky Blue**  
PMS 2202C  
C96 M0 Y6 K0  
PMS 2202U  
C94 M0 Y6 K0  
Hex #01b4e7  
R1 G180 B231



**Royal Blue**  
PMS 286C  
C100 M80 Y9 K2  
PMS 286U  
C100 M92 Y9 K2  
Hex #17458f  
R23 G69 B143



**Gold**  
PMS 130C  
C0 M41 Y100 K0  
PMS 129U  
C0 M35 Y100 K0  
Hex #f7a81b  
R247 G168 B27

## Sekundärfarben



**Cranberry**  
PMS 214C  
C0 M100 Y22 K0  
Rubine RedU  
C0 M100 Y22 K0  
Hex #d91b5c  
R217 G27 B92



**Turquoise**  
PMS 7466C  
C90 M0 Y38 K0  
PMS 7466U  
C88 M0 Y27 K0  
Hex #009999  
R0 G153 B153



**Violet**  
PMS 2070C  
C57 M91 Y0 K0  
PMS 2070U  
C54 M99 Y0 K0  
Hex #872175  
R135 G33 B117



**Orange**  
PMS 2018C  
C0 M68 Y95 K0  
PMS 2018U  
C0 M58 Y95 K0  
Hex #ff7600  
R255 G118 B0

## Pastellfarben



**Slate**  
PMS 2165C  
C68 M43 Y30 K9  
PMS 2166U  
C68 M46 Y30 K13  
Hex #687d90  
R104 G125 B144



**Mist**  
PMS 2162C  
C40 M23 Y18 K1  
PMS 2162U  
C42 M26 Y18 K4  
Hex #9ea6b4  
R158 G166 B180



**Lavender**  
PMS 665C  
C17 M20 Y0 K8  
PMS 665U  
C17 M20 Y0 K8  
Hex #c6bcd0  
R198 G188 B208



**Powder Blue**  
PMS 290C  
C25 M4 Y5 K0  
PMS 545U  
C28 M4 Y0 K0  
Hex #c9dee9  
R201 G222 B233



**Moss**  
PMS 7537C  
C36 M23 Y34 K0  
PMS 7537U  
C36 M23 Y30 K0  
Hex #a7aca2  
R167 G172 B162



**Taupe**  
PMS 7501C  
C13 M16 Y35 K0  
PMS 7501U  
C13 M16 Y35 K0  
Hex #d9c89e  
R217 G200 B158

## Neutrale Farben



**Charcoal**  
Cool Gray 11C  
C48 M22 Y24 K66  
Cool Gray 11U  
C15 M0 Y0 K60  
Hex #58585a  
R88 G88 B90



**Pewter**  
Cool Gray 8C  
C23 M11 Y13 K41  
Cool Gray 8U  
C10 M0 Y0 K50  
Hex #919295  
R145 G146 B149



**Smoke**  
Cool Gray 5C  
C0 M0 Y0 K33  
Cool Gray 5U  
C0 M0 Y0 K33  
Hex #cbcdc0  
R188 G189 B192



**Silver**  
Cool Gray 2C  
C14 M10 Y13 K0  
Cool Gray 2U  
C14 M10 Y16 K0  
Hex #e7e7e8  
R231 G231 B232



**Storm**  
Warm Gray 10C  
C51 M46 Y55 K19  
Warm Gray 10U  
C51 M46 Y45 K19  
Hex #675d58  
R103 G93 B88



**Ash**  
Warm Gray 7C  
C41 M34 Y44 K4  
Warm Gray 7U  
C41 M38 Y37 K8  
Hex #958d85  
R149 G141 B133



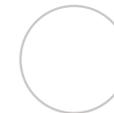
**Platinum**  
Warm Gray 3C  
C25 M22 Y32 K0  
Warm Gray 3U  
C25 M22 Y28 K2  
Hex #c5c1bb  
R197 G193 B187



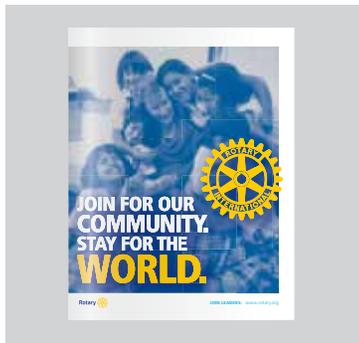
**Cloud**  
Warm Gray 1C  
C15 M12 Y17 K0  
Warm Gray 1U  
C15 M12 Y17 K0  
Hex #e6e5d8  
R230 G229 B216



**Black**  
C0 M0 Y0 K100  
Hex #000000  
R0 G0 B0



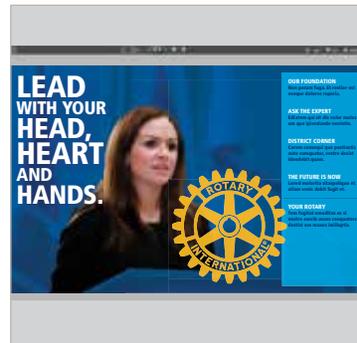
**White**  
C0 M0 Y0 K0  
Hex #ffffff  
R255 G255 B255



Sparen Sie Rotary Gold auf für Wörter die herausstechen sollen.



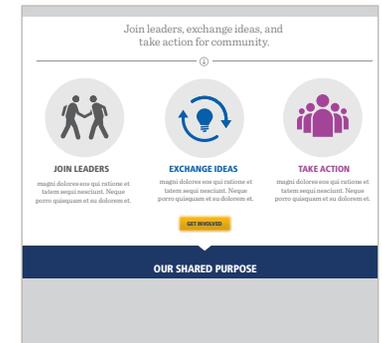
Heben Sie Überschriften, Zwischenüberschriften, Symbole und Buttons mit Farben aus unserer Palette. hervor.



Verwenden Sie die Blautöne der Leadership Colors als Hauptfarbthemen.



Nutzen Sie die Sekundärfarben nur, um Elemente hervorzuheben



Nutzen Sie die neutralen Farben und weiße Zwischenräume, um Ausgewogenheit und Klarheit zu schaffen.



Verwenden Sie keine Farben, die nicht in unserer Palette vorkommen.



Verwenden Sie keinen farbigen Text auf Hintergründen mit zu wenig Kontrast.



Verwenden Sie keine Sekundär-Farben auf größeren Flächen. Verwenden Sie keine schrillen Farben.



Halten Sie den Hintergrund einheitlich. Schaffen Sie keine Farbverläufe.



Verwenden Sie keine Schattierungen oder Tönungen der Farben in unserer Palette.

Lizenzierte Option - käuflich

**Hauptschriftart\***, Verwenden Sie für Überschriften und Hauptnavigationen GROSSSCHREIBUNG und für Zwischenüberschriften, sekundäre Navigationen, Infografiken etc. die reguläre Schreibweise.

## FRUTIGER LT STD

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

47 Light Condensed

57 Condensed

67 Bold Condensed

77 Black Condensed

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

45 Light

46 Light Italic

55 Roman

56 Italic

65 Bold

66 Bold Italic

75 Black

76 Black Italic

95 Ultra Black

**Sekundärschriftart\***, Fließtext, Zwischenüberschriften, Bildunterschriften, Callouts etc.

## Sentinel

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Book

Book Italic

Medium

Medium Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Black

Black Italic

Kostenlose Option, wenn Frutiger und Sentinel nicht verfügbar/nicht im Budget sind

**Primary**, for digital (web) applications or when Frutiger LT STD is not available

## OPEN SANS CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Condensed Light

Condensed Light Italic

Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Light

Light Italic

Regular

Italic

Semibold

Semibold Italic

Bold

Bold Italic

Extra Bold

Extra Bold Italic

**Primary**, for Microsoft Office applications or when Open Sans Condensed is not available. Font should be used similarly to Frutiger for headlines, secondary navigation, etc.

## ARIAL NARROW

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

## ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Italic

Bold

Bold Italic

**Alternative**, für Digital-Anwendungen und Microsoft Office Anwendungen oder wenn Sentinel nicht verfügbar ist. Sollte verwendet werden wie Sentinel im Fließtext.

## Georgia

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstu  
vwxyz1234567890

Regular

Italic

Bold

Bold Italic

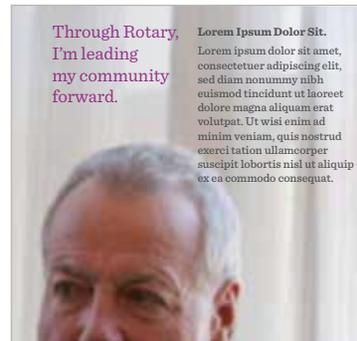
\* Um Schriftarten zu kaufen, senden Sie bitte eine E-Mail an: [graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org).



Heben Sie ein oder zwei Schlagwörter hervor durch eine größere Schriftgröße oder leichte Kursivschrift. Behalten Sie bei Kursivschreibung alle Wörter in einer Größe. Achten Sie auf Einheitlichkeit bei Unterschneidung und Zeilendurchschuss.



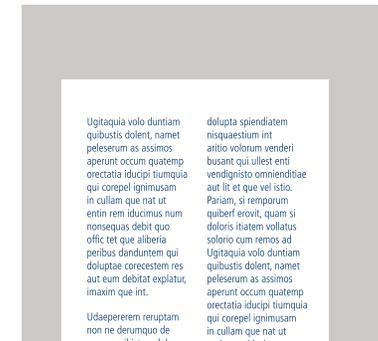
Verwenden Sie Sentinel oder Georgia für Zwischenüberschriften und Fließtext.



Verwenden Sie Fett- oder Kursivschrift nur, um bestimmte Wörter hervorzuheben.



Verwenden Sie für Callouts und Datenanzeigen Frutiger in großer Punktgröße.



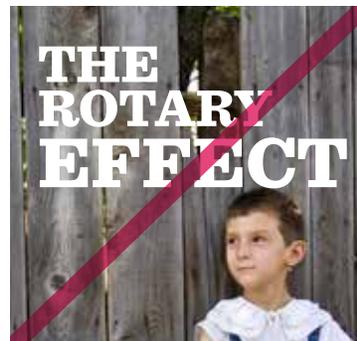
Verwenden Sie für Dokumente mit engem Fließtext Frutiger oder Arial.



Verwenden Sie keine Groß- und Kleinschreibung in Überschriften.



Achten Sie bei Unterschneidung und Zeilendurchschuss darauf, diese nicht zu öffnen oder unregelmäßig zu gestalten.



Setzen Sie keine Überschriften in Sentinel oder Georgia, sondern Frutiger.



Setzen Sie Fließtext mit leichtem Gewicht.



Verwenden Sie keine Farben im Text, die sich nicht genügend vom Hintergrund abheben.

# Bilder Stilübersicht und Thematik

Unser Fotomaterial konzentriert sich auf Verbindungen und Gemeinwesen.

Attraktiv sind besonders Fotos mit mehreren Rotariern, unterschiedlicher/ en Herkunft/Alters. Bilder von Einzelpersonen eignen sich bei speziellen Berichten zu diesen.

Bei Innenaufnahmen empfiehlt es sich, den Hintergrund verschwommen/ unauffällig zu halten, um unattraktive Objekte auszublenden.

Bei der Abbildung von Nutznießern sollten diese im aktiven Austausch mit Rotariern gezeigt werden bzw. als aktive Teilnehmer an einer Szene und nicht nur als Beobachter.

Achten Sie bei der Wahl/Aufnahme von Fotomaterial auf Folgendes:

- Journalismus- oder Reportagestil
- Natürliche Posen
- Echte, natürliche, sympathische Gesichtsausdrücke
- Demonstration von aktivem Einsatz
- Besondere Momente der Freundschaft, Wärme, Freude etc.
- Bewegung und Momentum
- Kräftige Farben oder Schwarzweiß
- Geringe Tiefenschärfe mit selektivem Fokus
- Weitwinkel
- Natürliche Hintergründe/realer Kontext (keine Studioaufnahmen)

## Rotarier vereinigt und im Austausch

Einzelperson



Kleinere Gruppen



Große Gruppen



## Rotarier im Gemeinwesen aktiv

Einzelperson



Kleinere Gruppen



Große Gruppen



Mit Nutznießern



Ohne Rotarier



## Metaphorische/konzeptionelle Motive



# Symbole und Infografiken

## Übersicht

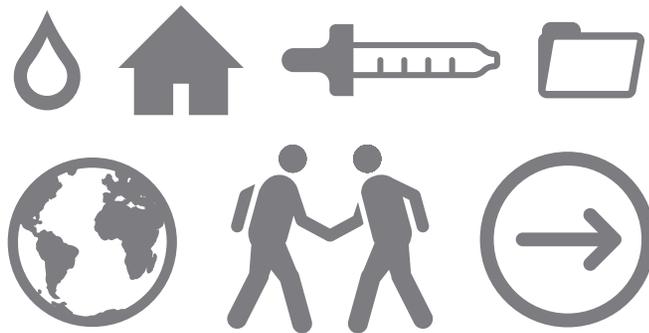
Bei der Auswahl oder der Entwicklung von Symbolen und Informationsgrafiken sollte ein einfacher, moderner und informativer Stil angewandt werden.

Verwenden Sie bei der Abbildung von Symbolen innerhalb anderer Formen Kreise, um einen Rückbezug zum Rotary Emblem herzustellen.

Verwenden Sie Symbole und Informationsgrafiken, um Fakten zu illustrieren oder die Navigation zu erleichtern. Verwenden Sie diese nicht als Logos.

### Symbol-Stil

Beispiele



Organisationsprinzipien

Kontakte knüpfen



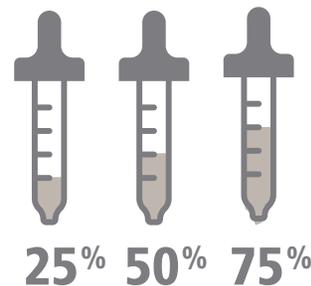
Ideen austauschen



Aktiv werden



### Informationsgrafiken



# Symbole und Infografiken

## Schwerpunkt- bereiche

### SCHWERPUNKTBEREICHE

Rotary engagiert sich weltweit in sechs Schwerpunktbereichen, die sich wichtigen humanitären

Anliegen widmen. Jedes der Symbole rechts verbildlicht einen der sechs Schwerpunktbereiche von Rotary:

- 1 Friedensarbeit
- 2 Krankheitsvorsorge & -behandlung
- 3 Wasser & Hygiene
- 4 Gesundheit von Mutter & Kind
- 5 Bildung
- 6 Kommunalentwicklung

Zeigen Sie stets alle 6 Symbole zusammen in einer neutralen Rotary-Farbe.

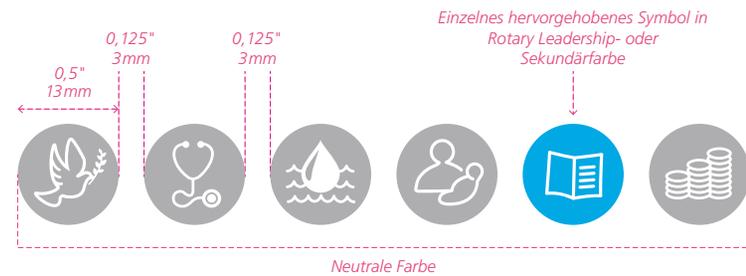
Um einen Bereich hervorzuheben, verwenden Sie eine Rotary Leadership- oder Sekundärfarbe für das entsprechende Symbol.

Sollen alle Bereiche hervorgehoben werden können alle Symbole in einer Leadership- oder Sekundärfarbe abgebildet werden.

Verwenden Sie nie mehr als eine Farbe innerhalb eines Dokuments, um Symbole hervorzuheben.

Verleihen Sie den Schwerpunktbereichen keine Farbcodes und verändern Sie nicht deren Proportionen oder die Form des Kreises um diese herum.

#### Horizontale Konfiguration



#### Vertikale Konfiguration



#### Gestapelte Konfiguration



#### Mindestgrößen

##### Druck



##### Digital – für Desktop/Laptop



##### Digital – für Mobil/Tablet



Umfassen Sie die Symbole nur mit einer Kreisumfassung als einfarbigem Hintergrund und einer anderen Rotary-Farbe, und heben Sie das jeweilige Symbol hervor wie oben gezeigt.



## FREUNDSCHAFT & EINSATZ

Wenn Rotarierinnen und Rotarier nach ihrem Beweggrund für eine Mitgliedschaft in Rotary gefragt werden, dann nennen die meisten die Einsatzmöglichkeiten im eigenen Gemeinwesen und die Freundschaft mit Gleichgesinnten. Und aus den gleichen Gründen helfen unsere Mitglieder auch Rotary und ihrem Club frei.

## GEMEINSAM STARK

Rotary verbindet Menschen wie Sie – führende Vertreter aller Kulturen und Berufe, die ihr Wissen teilen, zusammen, um Gutes zu tun. Menschen, die sich in ihren Gemeinwesen engagieren und auch vor größeren Herausforderungen nicht zurückweichen – und so überall auf der Welt für nachhaltige Verbesserungen sorgen.

Gemeinsam fördern wir junge Menschen, engagieren wir uns im Gemeinwesen, helfen wir Friedenarbeit und helfen wir Menschen, auf eigenen Beinen zu stehen.

Mit 1,2 Millionen aktiven Mitgliedern weltweit ist der positive Einfluss unserer globalen Gemeinschaft so groß wie nie zuvor – und er wächst weiter.

Wenn Rotarierinnen und Rotarier zusammenkommen und sich einem Anliegen widmen, dann bewegt sich etwas. Wie bei PolioPlus. Durch die Initiative konnte das Polio-Virus an dem Rand der Ausrottung gebracht werden. Und mit Ihrer Hilfe kämpfen wir weiter, bis die Welt von der grausamen Krankheit befreit ist.

Sie sind Rotary beigetreten, weil Sie helfen wollen. Weil Sie an unser Motto *Service Above Self* – Selbstlos für Andere glauben. Und weil die Schwerpunktbereiche, in denen wir besonders aktiv sind, Ihnen am Herzen liegen.

## Die 1,2 Millionen Mitglieder von Rotary bündeln ihre Ressourcen und schließen sich über Ländergrenzen hinweg zusammen, um Gemeinwesen zu helfen.

Mit Hilfe eines Global Grant können die Rotary-Unternehmen *Prose* erweitert werden, das kostenlose Webinare in Indien, Brasilien und Indonesien anbietet.

Sponsoren: Rotary Club Crystal Palace & Norwood, Greater London, England und District 9400 (Illinois, USA)

Durch ein Global Grant können an vier Schulen in Kenia in der Türkei mit insgesamt 2.500 Schülern und Schülern neue Sanitäranlagen angeschafft werden und die Bildung in Hygiene stattfinden.

Sponsoren: Rotary Club Akary Cukuras, Türkei und District 9400 (Illinois, USA)

Das durch ein Global Grant finanzierte Projekt *Adapa Village* ermöglicht die Renovierung eines Klassenzimmers und die Ausstattung mit Büchern, Computern und Mobilis. Weiter wurden ein Wasserlaufsperren installiert, ein Gesundheitszentrum im Bereich Genetische Transferteil und 25 Mikroschulungsgruppen in Uganda gegründet.

Sponsoren: Rotary Club Kampala North, Uganda und District 1130 (Kalifornien, USA)

Erzählen Sie uns von Ihren Verbindungen mit anderen Clubs bei [blog.rotary.org](http://blog.rotary.org).

### DIE VIER-FRAGEN-PROBE

Bei allem, was wir denken, sagen oder tun, sollten wir uns fragen:

- 1 Ist es WAHR?
- 2 Ist es FAIR für alle Betroffenen?
- 3 Wird es FREUNDSCHAFT und GOODWILL fördern?
- 4 Wird es dem WOHL aller Beteiligten dienen?

Frieden und Konfliktprävention/-lösung

Krankheitsvermeidung und -behandlung

Wasser und Hygiene

Gesundheit von Mutter und Kind

Bildung

Wirtschafts- und Kommunalentwicklung

# MAKE YOUR MONEY WORK 3 TIMES AS HARD

Rotary and the Bill & Melinda Gates Foundation are extending their partnership during the critical endgame phase of the **Global Polio Eradication Initiative**. Find out how your donation can triple your impact!

**LEARN**  
[ENDPOLIONOW.ORG](http://ENDPOLIONOW.ORG)  
**DONATE**  
[ROTARY.ORG/CONTRIBUTE](http://ROTARY.ORG/CONTRIBUTE)

## THE PROMISE

From 2013 to 2018, every us\$1 Rotary commits to WHO and UNICEF in direct support for polio immunization will be **matched a total** (up to us\$25 million per year) by the Bill & Melinda Gates Foundation.

**YOUR DONATION**  
**US\$25** + **US\$50**  
**BILL & MELINDA GATES FOUNDATION**

**TOTAL CONTRIBUTION**  
**US\$75**

**150**  
VESTS FOR VOLUNTEERS

Bright yellow vests help those seeking vaccination to recognize health workers and volunteers easily.

**75**  
VACCINE CARRIERS

Oral polio vaccine must be kept cool to remain effective.

**600**  
PURPLE FINGER MARKERS

Children's pinky fingers are marked with purple ink to show they've been immunized.

**WE'RE THIS CLOSE**

Only three countries are polio-endemic:

**THE REMAINING 1%**

of polio cases are the most difficult to prevent because the virus persists in the hardest-to-reach areas.

**YOU CAN HELP NOW** →

**"ROTARY CONTINUES TO BE THE HEART AND SOUL OF POLIO ERADICATION."**  
 — Bill Gates, Co-Chair, Bill & Melinda Gates Foundation

**"FAILURE TO ERADICATE POLIO IS UNFORGIVABLE, FOREVER."**  
 — Margaret Chan, Director-General, World Health Organization

**"WE'RE WORKING TO ENSURE THAT THE POLIOVIRUS WILL BE FOUND ONLY IN HISTORY BOOKS AND NOT IN CHILDREN."**  
 — Robert S. Scott, Chair, International Polio eradication Commission, Rotary International

**"WE HAVE THE ABILITY TO PROTECT EVERY LAST PERSON, ESPECIALLY CHILDREN, FROM THIS ENTIRELY PREVENTABLE DISEASE."**  
 — Anthony Lake, Executive Director, UNICEF

**"POLIO ANYWHERE IN THE WORLD IS A RISK EVERYWHERE IN THE WORLD."**  
 — Thomas Frieden, Director, U.S. Centers for Disease Control and Prevention



NO ONE IN OUR  
COMMUNITY  
SHOULD GO  
**HUNGRY.**  
WITH OUR HELP,  
NO ONE WILL.

Rotary  
Club [of/at] [Location]

TAKE ACTION: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)

### Rotary Club of [Location] Food Drive

All residents can give by placing non-perishable food at their doors.

Pick-up begins at 10:00 a.m. Saturday, October 6th.

Pre-packaged bags of items are available at the local IGA in varying dollar amounts.

Volunteers will check every front door in your town.



CELEBRATE DIVERSE  
PERSPECTIVES.  
DISCOVER SHARED  
INTERESTS.



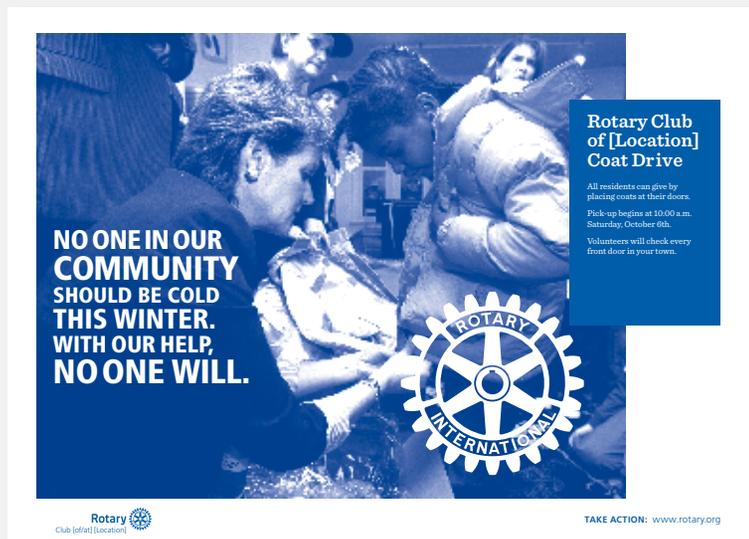
### Lisbon 2013

Ea commodo consequat duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulpue velit esse molestie consequat, vel illum doe eu feugiat nulla facilisis te feugait nulla facilisi.

eum iriure dolor in hrerit in vulputate velit esses molestie consequat, velo illum dolore eu feugiat augue duis dolore te estre feugait nulla facilisi.

Rotary  

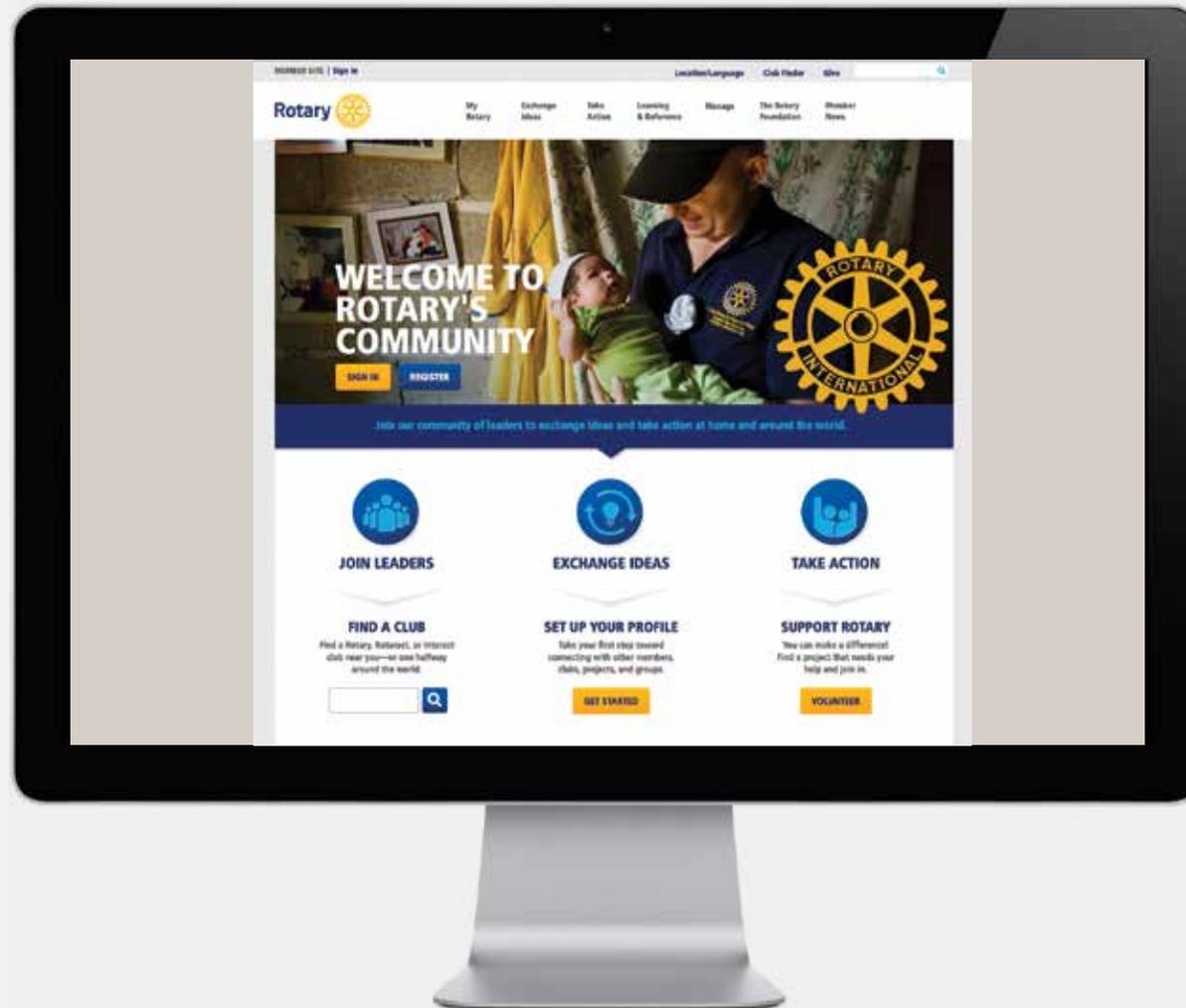
EXCHANGE IDEAS: [www.rotary.org](http://www.rotary.org)





JOIN LEADERS,  
EXCHANGE  
**IDEAS**  
AND TAKE  
ACTION  
FOR COMMUNITY.







# ROTARY LEADER

**WEITERGESAGT**  
Neue Tools zu Rotarys Botschaft  
und visueller Identität

**TOP PRIORITÄT**  
Rotary und Gates Foundation  
gemeinsam gegen Polio

**NEUE GENERATIONEN**  
Einbindung junger Menschen  
in Rotary

**GEMEINSAM STARK**  
Tipps für die Gewinnung neuer  
Mitglieder

**MEIN ROTARY.ORG**  
Fünf interessante Dinge über  
unsere neue Website

Auf dem Youth Exchange Officers  
Preconvention Meeting 2013 in Lissabon,  
berichtete Vanessa Lee, was sie in ihrer  
Gastfamilie so alles lernen durfte.  
**Mehr zum** Rotary Youth Exchange Program.

Rotary 

WIE...

# ...FINDE ICH EINEN GRANT-PARTNER?



Rotarier in Maputo, Mosambik, benötigten die Hilfe eines internationalen Partners bei der Finanzierung eines Schulsanitärprojektes mit einem Projektumfang von ungefähr 40.000 €. Über ihre Distriktkontakte erfuhren sie schließlich von einem dänischen Club, der an einer Beteiligung und Unterstützung eines Host Partners interessiert war.

„Ja, unser Club suchte nach einem Foundation-Projekt, da wir Gelder zur Verfügung hatten, die eingesetzt werden mussten“, bestätigt Stein Schierenbeck, Mitglied im dänischen Rotary Club Skanderborg. Als Club in einem Pilotdistrikt für die neuen **Global Grants** suchten wir nach einem Einsatzbereich in einem anderen Pilotdistrikt.“ Nachdem die Verbindung zwischen den Clubs hergestellt war, erhielten Sie ein Global Grant zur Projektdurchführung.

## HIER EIN PAAR ANREGUNGEN FÜR DIE SUCHE NACH PROJEKTPARTNERN:

### Soziale Medien

RI unterhält eine **LinkedIn group**; auf dieser Plattform publizieren Rotarier verschiedenliche Projektinformationen. Auch internen Anwendungen wie Rotary Club Central und Rotary Showcase bieten Foren, in denen man sich ebenso vorstellen und nach geeigneten Partnern suchen kann. Und schließlich sind Club- und Facebook-Websites effektive Mittel zur Selbstdarstellung.

### Fragen Sie Ihren DGE

Die International Assembly ist eine hervorragende Gelegenheit zum Kontakteküpfen und Informationsaustausch zu Projekten.

### Besuchen Sie die RI Convention

Selbst wenn nur ein paar Delegierte Ihres Distriktes (mit einer Projektliste!) zum Jahreskongress reisen, so sollten sie nicht dieses wichtigste globale Zusammenkommen der Mitglieder aus aller Welt versäumen. Am Rande der Plenarveranstaltungen und Workshops haben sich bereits unzählige Kooperationen zwischen Rotariern eingefädelt.

### Projektausstellungen

Viele Distrikte veranstalten regionale Projektmesen, um die internationale Zusammenarbeit anzuregen. Informationen zu anstehenden Veranstaltungen finden Sie bei [rotary.service@rotary.org](mailto:rotary.service@rotary.org).

### Web-Suche

Viele Distrikt-Websites sind daran beteiligt, Clubs zusammen zu führen.

### Neue Website

Letztlich soll auch auf den neuen Internet-Auftritt von Rotary international hingewiesen werden, für den weitere Tools und Anwendungen zur Kontaktherstellung zwischen Clubs geplant sind. Auch hier die Kontaktadresse für Informationsanfragen: [rotary.service@rotary.org](mailto:rotary.service@rotary.org).

## ROTARY LEADER

Juli 2013 — Vol. 4, Nr. 1

*Rotary Leader* ist eine elektronische Publikation für Rotary Club- und Distriktamtsträger und erscheint in acht Sprachen: **Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Japanisch, Koreanisch, Portugiesisch und Spanisch**. Herausgeber ist Rotary International, One Rotary Center, 1560 Sherman Avenue, Evanston, IL 60201-3698 USA.

**Web** [www.rotary.org/de](http://www.rotary.org/de) **Fax** +1 847-866-9732 **Tel** +1 847-866-3000

**Abonnements** *Rotary Leader* kann unter [www.rotary.org/de/rotaryleader](http://www.rotary.org/de/rotaryleader) kostenlos abonniert werden.

**Beiträge** *Rotary Leader* nimmt gerne Beiträge zu Club- und Distrikt-Erfolgen beispielsweise im Rahmen von Spendenaktionen, Mitgliederwerbung oder Dienstprojekten entgegen. Beschreibung, hochauflösende Farbfotos und Kontaktdaten bitte an [rotary.leader@rotary.org](mailto:rotary.leader@rotary.org). Aufgrund der Vielzahl an Einsendungen kann die Beitragsveröffentlichung nicht garantiert werden.

**Chefredaktion** Janis Young

**Leitung** Janice S. Chambers

**Graphikdesign** William Moran

**Mit Beiträgen von** Daniela Garcia, Vanessa Glavinskas, Arnold Grahl, Dan Nixon, Antoinette Toscano

**Fotos** Alyce Henson, Monika Lozinska

**Lektorat** Heather Antti, Beth Duncan

**Korrektur** Kelly Doherty, Susan Hyland

**Übersetzung** Katharina Klopfer, Stefan Meuser

Copyright © 2013 by Rotary International. Logos von Rotary International und *Rotary Leader* sind Warenzeichen und geistiges Eigentum von Rotary International. Alle Rechte vorbehalten.





# Handelsartikel

## Rotary- Mitgliedernadel

IM GESAMTBILD BETRACHTET

Leitfaden zur visuellen  
Gestaltung

17. Januar 2014

41

Die Anstecknadel von Rotary wird von Rotariern auf der ganzen Welt sofort erkannt und als Zeichen der Mitgliedschaft stolz getragen. Unter den neuen Design-Richtlinien werden keine Veränderungen an Design oder Farbe der Anstecknadel vorgenommen. Ihre derzeitige Anstecknadel und die Anstecknadeln, die von den lizenzierten Händlern von Rotary angeboten werden, sind daher auch weiter akzeptabel.

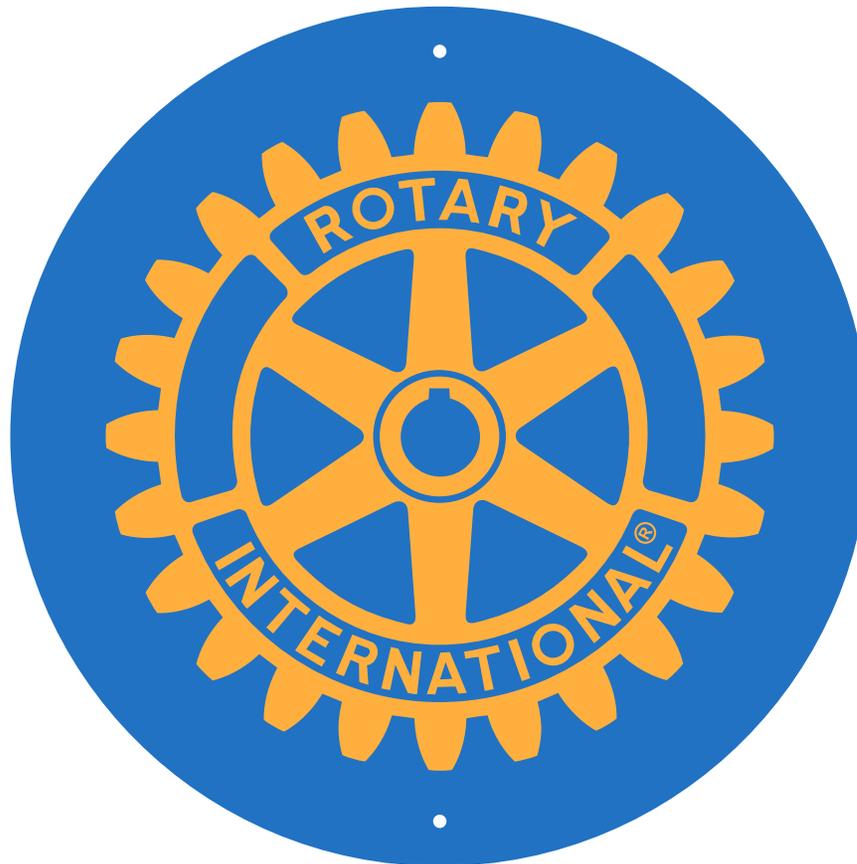
---

### Rotary-Mitgliedernadel



---

18"×18" (45 cm. x 45 cm.) oder 30"×30" (76 cm. x 76 cm.) ein- oder beidseitig (Azurblauer Hintergrund)



18"×18" (45 cm. x 45 cm.) Schild—Gütesiegel mit 14"×14" (35 cm. x 35 cm.) 30"×30"  
(76 cm. x 76 cm.) Schild—Gütesiegel mit 23"×23" (58 cm. x 58 cm.)

**Azurblaues Informationsschild**

8"x24" (20 cm. x 61 cm.) (3 ines) oder 10"x24" (25 cm. x 61 cm.) (4 Zeilen)

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED 1985**

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED  
1985**

**Weißes Informationsschild**

8"x24" (20 cm. x 61 cm.) (3 ines) oder 10"x24" (25 cm. x 61 cm.) (4 Zeilen)

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED 1985**

**ROTARY CLUB OF  
EVANSTON LIGHTHOUSE  
CHARTERED  
1985**

Azurblaues Aluminium-Treffpunktschild

12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



Weißes Aluminium-Treffpunktschild

12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



Bitte verwenden Sie wenn möglich Frutiger  
Condensed Bold oder Arial Narrow Bold für  
Schildertexte.

Azurblaues Plaketten-Treffpunktschild

12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



Weißes Plaketten-Treffpunktschild

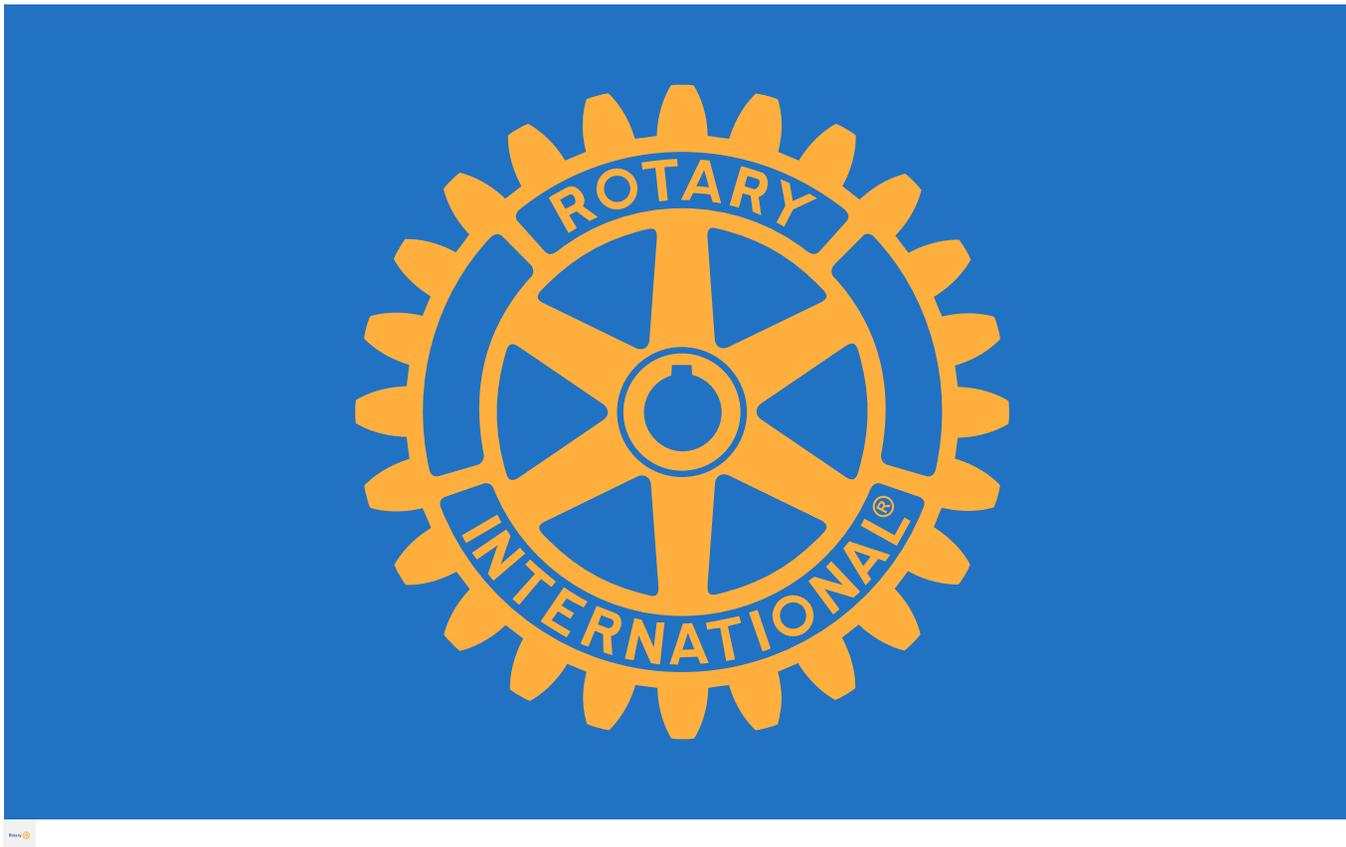
12"x15" (30 cm. x 38 cm.)



Bitte verwenden Sie wenn möglich Frutiger  
Condensed Bold oder Arial Narrow Bold für  
Schildertexte.

---

Azurblaue Flagge – verschiedene Größen



Etikett sollte Rotary Masterbrand-Signatur enthalten **Rotary** 

### Azurblaues Namensschild

3"x5"x2" (7 cm. x 5 cm.)



NEU  
MITGLIED

10-JAHRE  
MITGLIED

100%  
ANWESENHEIT

### Weißes Namensschild

3"x5"x2" (7 cm. x 5 cm.)



NEU  
MITGLIED

10-JAHRE  
MITGLIED

100%  
ANWESENHEIT

# Handelsartikel

## Rotary-T-Shirt

IM GESAMTBILD BETRACHTET

Leitfaden zur visuellen  
Gestaltung

17. Januar 2014

48

---

### T-Shirt Vorderseite

---

2-farbig



---

### T-Shirt Rückseite

---

2-farbig



# Handelsartikel

## Rotary-T-Shirt

IM GESAMTBILD BETRACHTET

Leitfaden zur visuellen  
Gestaltung

17. Januar 2014

49

---

### T-Shirt Vorderseite

---

1-Farbig



---

### T-Shirt Rückseite

---

1-Farbig



---

### Polo-Shirt Vorderseite

---

2-Farbig



---

### Polo-Shirt Rückseite

---

2-Farbig



Auf Seite 19 erhalten Sie Informationen zur richtigen Signatur von Clubs, Distrikten und Zonen.

---

### Polo-Shirt Vorderseite

---

1-Farbig



---

### Polo-Shirt Rückseite

---

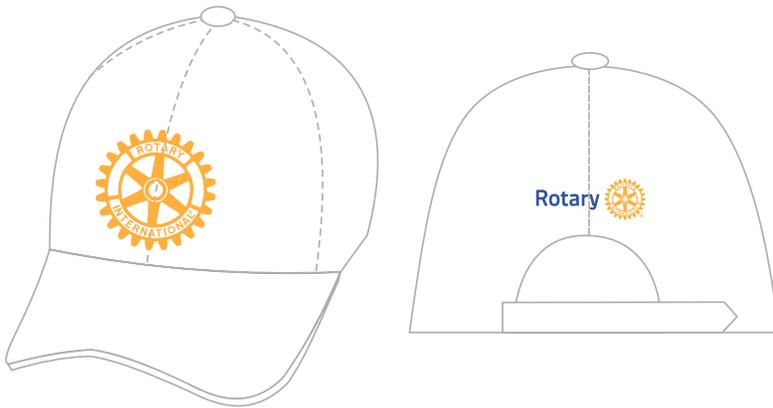
1-Farbig



Auf Seite 19 erhalten Sie Informationen zur richtigen Signatur von Clubs, Distrikten und Zonen.

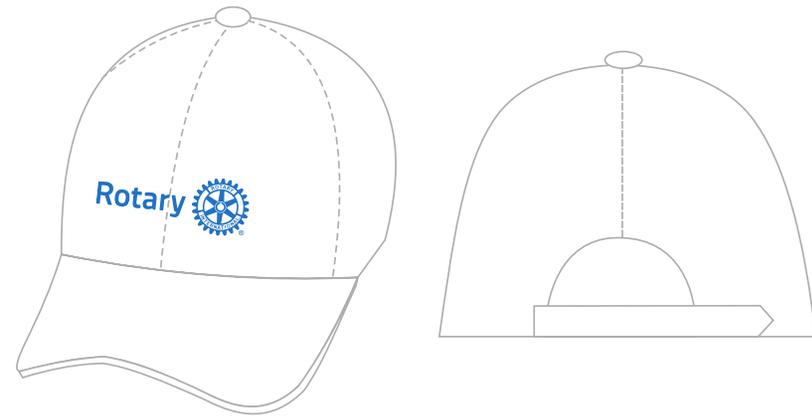
### Kappe - 2-Farbig

Design I - Weiß

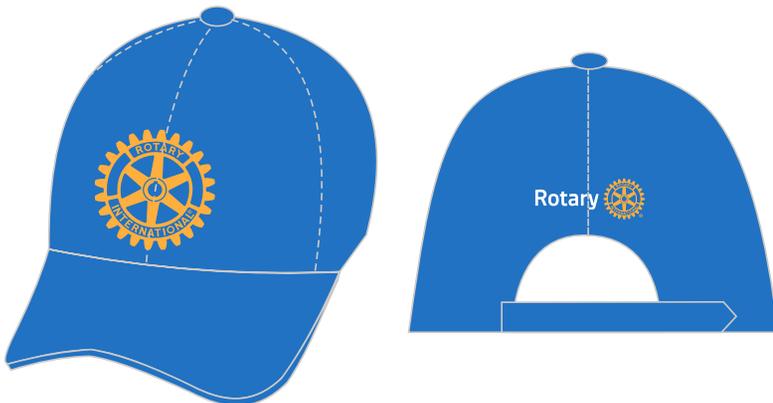


### Kappe - 1-Farbig

Design II - Weiß



Design I - Azurblau



Design II - Azurblau



Tasse - 2-Color

Design I - Front/Rück



Tasse - 1-Color

Design I - Front/Rück



Club Design I - Front/Rück



Club Design I - Front/Rück



Im Zuge unserer Initiative zur Stärkung von Rotary wurden auch Änderungen am Signatur-System, den Farbpaletten und anderen Aspekten unseres visuellen Auftritts vorgenommen. Die vorliegenden Richtlinien sollen Ihnen helfen, unseren neuen Auftritt aufzugreifen und die Ideen, die hinter diesem stecken besser zu verstehen. Neben den neuen Anforderungen sind auch Anwendungsbeispiele für Beschilderungen, Banner und andere Handelsartikel aufgeführt.

Wir verstehen, wenn Sie den neuen Auftritt nicht sofort implementieren können. Nach Aufbrauchen Ihrer Warenbestände würden wir Sie jedoch gerne bitten, für neue Artikel die neuen Richtlinien zu beachten. Hierdurch helfen Sie, dass Rotary Clubs und Distrikte auf der ganzen Welt einen einheitlichen Auftritt haben.

Gemeinsam stellen wir so sicher, dass Rotary weltweit einen besseren Wiedererkennungswert erhält.

### Verwendung eingetragener Marken

Die Besitzrechte an ROTARY, ROTARY CLUB, ROTARIER/IN, GÜTESIEGEL, ROTARY-SIGNATUR, INTERACT und anderen Rotary-Marken liegen alleine bei Rotary International. Unsere offiziellen Lizenznehmer sind berechtigt, diese Marken entsprechend der im *Rotary Code of Policies* festgehaltenen Richtlinien zu verwenden, vorausgesetzt, die Marken werden akkurat und klar reproduziert.

Wenn möglich bitten wir Sie, zusammen mit den von Ihnen angebotenen Rotary-Handelsartikeln das Symbol für eingetragene Warenzeichen® zu verwenden.

Vor Herstellung neuer Waren bitten wir Sie, sich an unsere Mitarbeiter in der Lizenzabteilung zu wenden, um abzuklären, ob das® Symbol sich klar auf ihren Produkten abdrucken lässt: RILicensingServices @rotary.org.

Wir empfehlen die Verwendung einiger lizenzierter Schriftarten. Sollten Sie diese Schriftarten verwenden, so bitten wir sicherzustellen, dass Sie die Berechtigung besitzen, diese zu verwenden. Daneben empfehlen wir Schriftart-Alternativen, die kostenlos genutzt werden können.

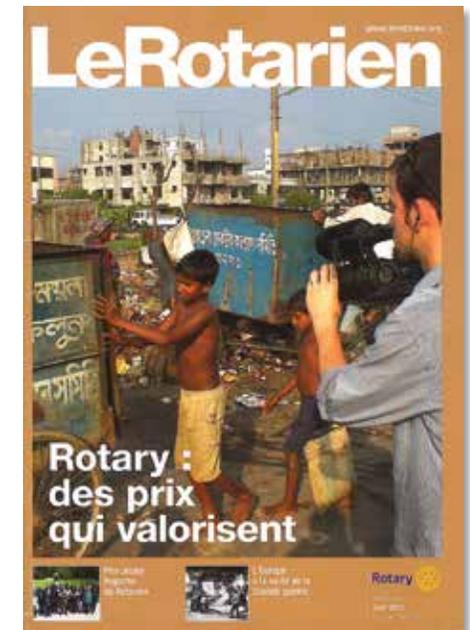
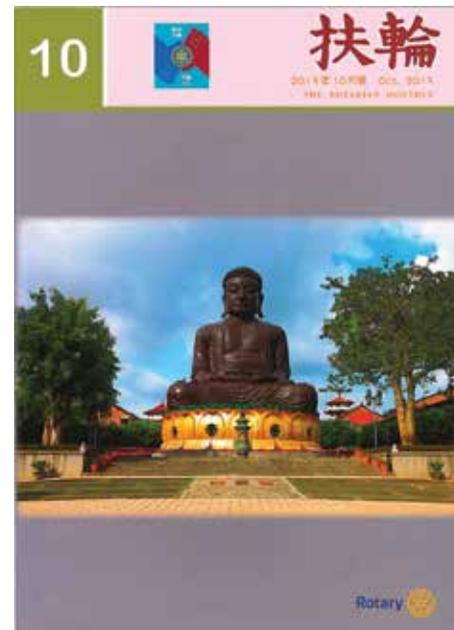
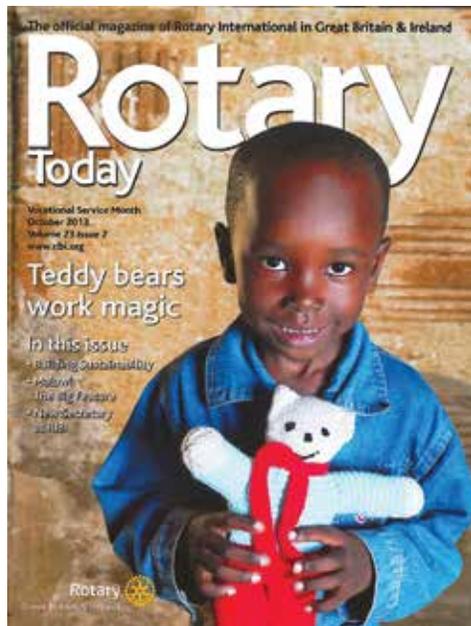
Bitte überprüfen Sie, ob Sie die notwendige Genehmigung besitzen bevor Sie Fotografien oder andere künstlerische Darstellungen auf Ihren Rotary-Artikeln reproduzieren.

Aufbauend auf der Initiative zur Stärkung von Rotary wurden von uns auch einige Veränderungen an unserem Signatur-System, den Farbpaletten und anderen Aspekten unseres visuellen Auftritts vorgenommen. Diese Richtlinien sollen Ihnen helfen, diese aufzugreifen und die Ideen hinter den Änderungen besser zu verstehen.

Wir würden Sie gerne bitten, unser offizielles neues Logo auf der Titelseite Ihres Magazins zu verwenden – bevorzugterweise am unteren Rand Ihres Magazins. Bitte verwenden Sie das neue Logo auch auf Ihrer Website und auf anderen begleitenden Materialien. Wir bitten Sie zudem, das Rotary-Rad nicht als Platzhalter für den Buchstaben „O“ zu verwenden oder es in den Titel Ihres Magazins einzubauen. Auf den Seiten 31-53 finden Sie einige

Beispiele für die Umsetzung unserer neuen visuellen Identität auf Magazinen und anderen Materialien.

Wir wissen, dass einige Magazine bereits damit begonnen haben, unsere neue visuelle Identität umzusetzen. Durch die Förderung dieses neuen „Looks“ leisten Sie einen wichtigen Beitrag zu Rotarys Bemühungen für ein weltweit einheitliches Image mit starkem Wiedererkennungswert.



# KONTAKT

## **Anfragen zur Markenanwendung**

Kauf/Download von Pantone™ Farbmustern:

Kauf von Marken-Schriftarten:

[graphics@rotary.org](mailto:graphics@rotary.org)

## **Anfragen zur Lizenzierung**

Für Hersteller/Vertreiber von Artikeln mit dem Rotary Emblem,  
eingeschlossen Rotary Clubs, die Rotary-Artikel zu Fundraising-Zwecken vertreiben:

[rilicensingservices@rotary.org](mailto:rilicensingservices@rotary.org)