



**Corporate-Design  
Styleguide**

▶	Einleitung .....	03
<b>1. Das Logo</b>		
	Elemente .....	05
	Ebenenbezeichnung .....	06
	Schutzraum .....	07
	Regionale Ergänzungen .....	08
<b>2. Farben</b>		
	Logo-Farben .....	10
	Logo-Variante „invers“ .....	11
	Logo-Variante „monochrom“ .....	12
	Sekundärfarben .....	13
<b>3. Schrift</b>		
	Hausschrift .....	15
	Hausschrift Ergänzung  .....	16
	Schriftschnitte und Anwendung .....	17
<b>4. Gestaltungselemente</b>		
	Übersicht .....	19
	Das Quadrat .....	20
	Das Quadrat – Anwendungsbeispiele .....	21
	Der Pfeil .....	22
	Der Clip .....	23
	Clips zum Download .....	24
	Clip mit Text füllen .....	25
<b>5. Beispielhafte Medien</b>		
	Briefbogen .....	27
	Flyer .....	28
	Broschüren Innenseite  .....	29
	Leporello Innenseite  .....	30
	T-Shirts .....	31
	Jutebeutel, Tasse, Stift .....	32
<b>7. Kontakt</b>		34

## ► Liebe Kolpingjugend, liebe Gestalter\*innen,

*Wir engagieren uns gemeinsam und aktiv in der Gesellschaft – und das zeigen wir! Mit Logo, Farbe, Schrift und Gestaltungselementen erhält die Kolpingjugend ein unverwechselbares Corporate Design. Wir sind damit bundesweit einheitlich identifizierbar und gleichzeitig in der Gestaltung flexibel und dynamisch. Dass wir dabei immer Kolping sind, ist unübersehbar.*

Erstmals wurde die bundesweit einheitliche Verwendung eines Logos der Kolpingjugend durch die Bundeskonferenz im März 1995 in Berlin beschlossen. Genau 25 Jahre später hat die Bundeskonferenz der Kolpingjugend in Fulda ein Corporate Design beschlossen. Das Ziel ist eine einheitliche öffentliche Darstellung und Wiedererkennbarkeit der Kolpingjugend.

Logo und Corporate Design der Kolpingjugend sind Ausdruck ihres ganz eigenen Beitrags zur Umsetzung der Ideen und des Auftrags Adolph Kolpings. Dabei sind wir gleichzeitig auf allen Ebenen Teil des Kolpingwerkes. Bei der Erarbeitung war ausschlaggebend, dass das Corporate Design einfach anwendbar ist und die Zugehörigkeit zum Kolpingwerk auch gestalterisch umgesetzt wird. Dieser schwarz-orange Faden zieht sich in allen Bereichen durch die Gestaltung.

Treu Kolping



*Peter Schrage, Bundesleiter*

### **Nutzungshinweis**

Das Corporate Design darf nur von Gliederungen der Kolpingjugend in Deutschland genutzt werden. Sie dürfen Flyer, Veranstaltungen, Websites, Social Media usw. auf diese Weise gestalten und dem Kolpingjugend-Logo ihre Ebenenbezeichnung hinzufügen. Innerhalb von Kolpingsfamilien ist die Nutzung der Kolpingjugend vorbehalten. Kolpingsfamilien sowie Einrichtungen und Unternehmen von Kolping wenden Kolping-Logo und Kolping-Corporate-Design an.

**Wort-Bild-Marke**

- ▶ Das Kolping-Logo ist eine sogenannte Wort-Bild-Marke. Es besteht aus zwei Elementen:  
Der **Bildmarke** („aufgesprengtes“ Kolping-K) und der **Wortmarke** (Schriftzug Kolpingjugend).  
In Ausnahmefällen (z.B. Banner oder Social Media) darf die Bildmarke auch alleinstehend genutzt werden.



Individualisiert wird die Wort-Bild-Marke durch die „Ebenenbezeichnung“. Größe und Position der drei Elemente sind genau festgelegt und dürfen nicht verändert werden.



- Größe und Position der Ebenenbezeichnung richtet sich nach der **Länge der Bezeichnung** (= Zeichenzahl inkl. Leerzeichen). Es wird in drei Größen unterschieden:

### 1. Kurz (1 – 14 Zeichen)

> einzeilig, größere Typo, Pos. A



Unna



### 2. Mittellang (15 – 24 Zeichen)

> einzeilig, normale Typo, Pos. B



Kolpingsfamilie Dietfurt



### 3. Lang (25 - 40 Zeichen)

> zweizeilig, normale Typo, Pos. A



Diözesanverband  
Rottenburg-Stuttgart



- Die Wort-Bild-Marke ist durch einen festgelegten Umraum geschützt, damit sie gut zur Geltung kommt. Dieser Umraum definiert den Mindestabstand, der bei der Gestaltung zu anderen Elementen, wie Flächen, Bildern, Typo oder weiteren Logos eingehalten werden muss. Er leitet sich von der Höhe der Bildmarke ab und verändert sich somit mit der Größe des Logos. Aus ästhetischen Gründen wird empfohlen, soweit wie möglich den erweiterten Schutzraum einzuhalten.

**Schutzraum:**

**Geteilte Fläche Kolping-K  $\hat{=}$   $\frac{1}{2}$  grauer Kasten**

**Erweiterter Schutzraum:**

**Fläche Kolping-K  $\hat{=}$  grauer Kasten**



- ▶ Aus gestalterischen Gründen empfiehlt es sich, dass regionale Gestaltungselemente in Distanz zum Logo platziert werden.



Beispiel T-Shirt



Beispiel Plakat



Farbe

- ▶ Die Corporate-Farben vom Kolpingwerk Deutschland – **Kolping-Orange** und **Kolping-Schwarz** – werden auch für die Kolpingjugend übernommen, um die Zusammengehörigkeit der beiden zu visualisieren. Das Logo steht standardmäßig immer auf weißem Hintergrund. Ein Druck auf leicht getönten Natur-/Recyclingpapieren ist auch möglich.



Standard: weiß

**CMYK** = Druck (4-farbig) / z.B. Print-Produkte  
**RGB / HEX** = Bildschirm / z.B. Web  
**HKS** = Druck (Sonderfarbe) / z.B. Print-Produkte  
**RAL / AVERY** = Raum (normierte Farbe) / z.B. Anstriche, Lacke, Folie



### Kolping-Orange

CMYK 0/60/100/0  
RGB 255/140/0  
HEX FF8C00  
HKS 7  
RAL 2011  
AVERY 866

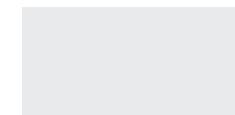


### Kolping-Schwarz

CMYK 0/0/0/100  
RGB 0/0/0  
HEX 000000  
HKS 88  
RAL 9005  
AVERY 801



natur-weiß



gräulich

- ▶ Neben dem weißen Hintergrund kann das Logo in Ausnahmefällen auch auf einem schwarzen Hintergrund stehen. Hierfür wird die „Invers“-Logovariante genutzt. Diese kann auch auf einen farbigen Hintergrund gesetzt werden, wenn diese so dunkel ist, dass sich das Orange des Logos noch gut abhebt.



Kolping-Schwarz



dunkle Sekundärfarben (Kontrast!)

- ▶ Bei der monochromen Umsetzung des Logos werden zwecks besserer Skalierbarkeit des Logos die ursprünglich orangenen Dreiecke verkleinert. Es gibt zwei Varianten:

**Monochrom Schwarz** wird verwendet, wenn eine farbige Darstellung des Logos nicht möglich ist (z.B. Stempel oder Fax).

**Monochrom Weiß** kann auf farbigen Hintergründen verwendet werden.



monochrom weiss auch „Nicht-Kolping-Farben“



Monochrom Schwarz



z.B. Medium des BDKJ

- ▶ Die Sekundärfarben können zur Hervorhebung genutzt werden oder für zusätzliche Farbakzente im Layout. Das kann die Gestaltung lebendiger machen. Jedoch: Im Vordergrund stehen immer die Logo-Farben!



### Hellblau

CMYK 90/15/0/0/  
RGB 68/156/219  
HEX 449cdb



### Hellgrün

CMYK 45/0/100/0  
RGB 178/206/54  
HEX b2ce36



### Purpur

CMYK 35/100/0/0  
RGB 155/6/135  
HEX 9b0687



### Gelb

CMYK 0/30/100/0  
RGB 232/196/36  
HEX e8c424



### Petrol

CMYK 90/0/40/10  
RGB 65/160/160  
HEX 41a0a0

**CMYK** = Druck (4-farbig) / z.B. Print-Produkte

**RGB / HEX** = Bildschirm / z.B. Web



### Dunkelblau

CMYK 100/55/0/10  
RGB 40/93/166  
HEX 285da6



### Smaragd

CMYK 100/30/35/20  
RGB 29/114/138  
HEX 1d728a



### Violett

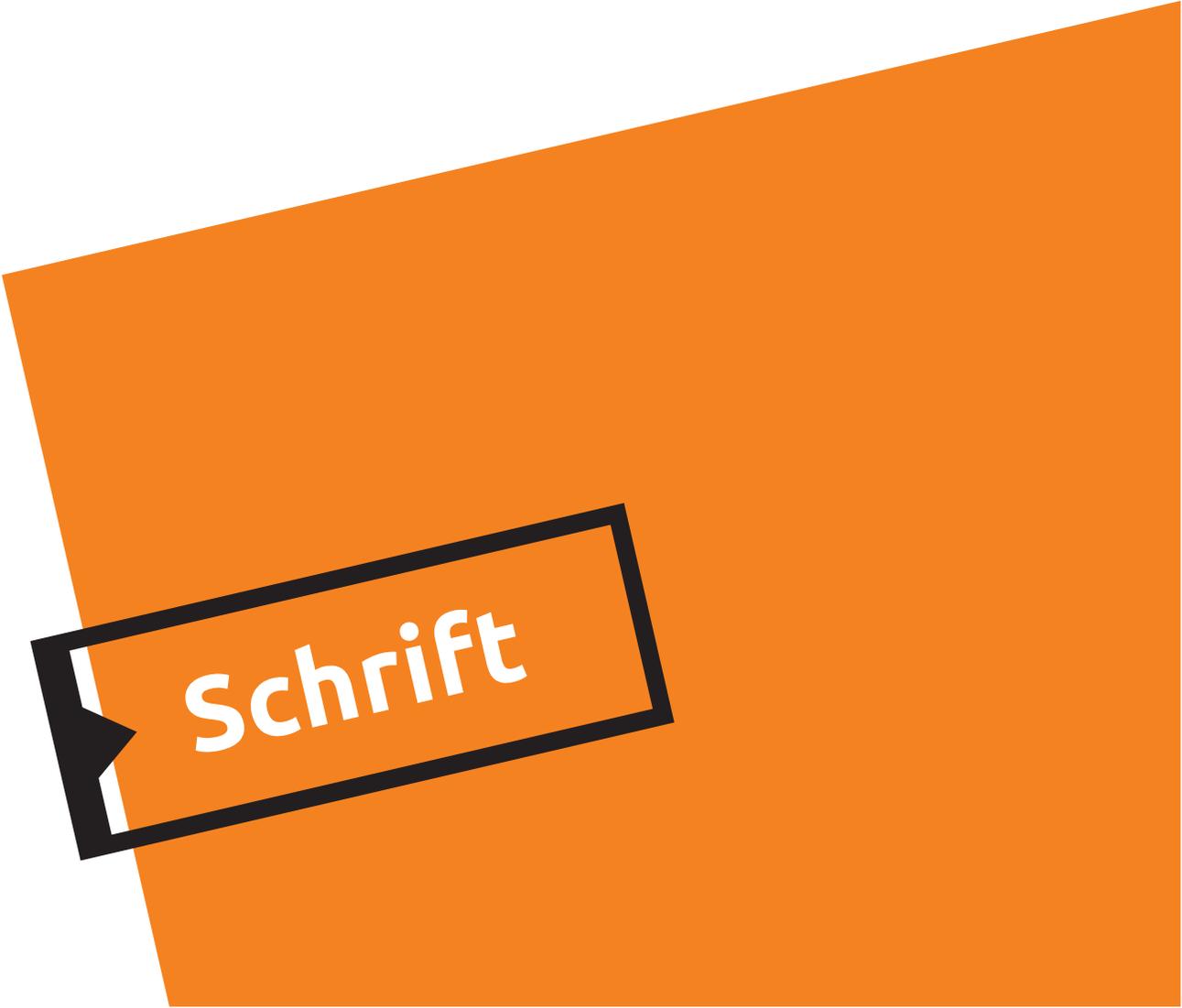
CMYK 45/100/0/25  
RGB 116/5/111  
HEX 74056f



### Terra

CMYK 10/25/45/35  
RGB 170/156/124  
HEX aa9c7c

Weitere Werte können im Anhang des CD-Handbuches des Kolpingwerkes nachgeschlagen werden.



Schrift

- ▶ Als Hausschrift wird die frei verfügbare Google-Schrift „Ubuntu“ verwendet. Es gibt sie in acht verschiedenen Schnitten und auch als Web-Font. Sie passt mit ihrer speziellen Formgebung sehr gut zur Schrift der Wortmarke. Der durchgängige Einsatz einer Schriftfamilie in allen Medien ist wichtig für die Erzielung eines einheitlichen Erscheinungsbildes.



## Ubuntu

Google Fonts

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T  
U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

#### Schriftschnitte

Light

*Light Italic*

Regular

*Regular Italic*

Medium

*Medium Italic*

Bold

*Bold Italic*

Hier können die Schriften kostenlos heruntergeladen werden:

<https://fonts.google.com/specimen/Ubuntu>

Bei der Verwendung in Office-Programmen ist in den Einstellungen darauf zu achten, dass die Schriftart beim Speichern im Dokument eingebunden wird.

- ▶ Zusätzlich gibt es noch die schmallaufende Schrift „Ubuntu Condensed regular“. Auch diese kann gezielt eingesetzt werden – zum Beispiel bei Infokästen mit einer schmalen Spaltigkeit.



## Ubuntu Condensed Google Fonts

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T  
U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p  
q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

### Schriftschnitt

regular

**Hier können die Schriften kostenlos heruntergeladen werden:**

<https://fonts.google.com/specimen/Ubuntu>

Bei der Verwendung in Office-Programmen ist in den Einstellungen darauf zu achten, dass die Schriftart beim Speichern im Dokument eingebunden wird.

### ▶ BEISPIEL

## Eine Headline fällt auf!

Medium – für Headlines

Voluptae pari odigni quiatias unt quia de pediostrum fugia volores que aut et volut vel expelique quia si ullupta amusda vendam, sunt **Ubuntu medium** ipienias ut vendusam ipsunt dipsam id mossin rentiisciet quo te audandes il magnienis eum quamus a quam, volorem vid mincilicitis apelign.

Light – für Fließtexte

### Zwischenüberschriften gliedern Texte

Bold – für Zwischenüberschriften  
Rubriken, oder Text im „Clip“

Axim nosantur sequam, voloreriatem eos nus et labore voloriatem nullorio dolo estotas sinum sae, lorem eratum est. **Das ist wichtig!** nulpa vellorem. Ut ut unt lati torum, to et, non nume pore, quiderum unt et quam ipsaperiosti dolumqu aeculli quiaspicat vendi consequident voleste ndelias pitatius es sin consed magnatet et que vel imi, ommodist ommoles sequis volorio quisqua ssitaquam ata volo eos quodia nim quis essum rempore dollic tem aute dus.

Medium – Hervorhebungen im Text

»Zitate oder textliche  
Hervorhebungen lockern  
den Text auf.«

Regular – für Zitate oder  
einführende Texte

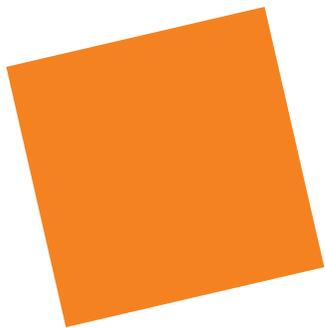
*sitzgruppe, Düsseldorf*

Regular italic – für z.B. Fußnoten,  
Bildunterschriften



Gestaltungs-  
elemente

- ▶ Neben dem Logo und der Farbgebung gibt es drei markante Gestaltungselemente, die das Erscheinungsbild wiedererkennbar machen. Die Elemente sind in der Handhabung variabel einsetzbar und bieten viele Möglichkeiten in der Gestaltung. Zusätzlich sorgt das Prinzip der 13-Grad-Verkippung für Dynamik.



**Quadrat**

s. Seite 20



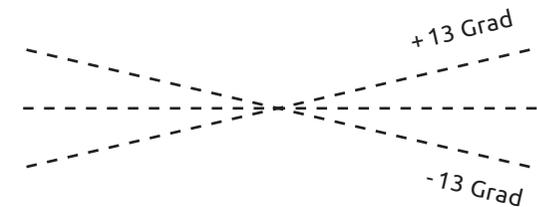
**Pfeil**

s. Seite 22



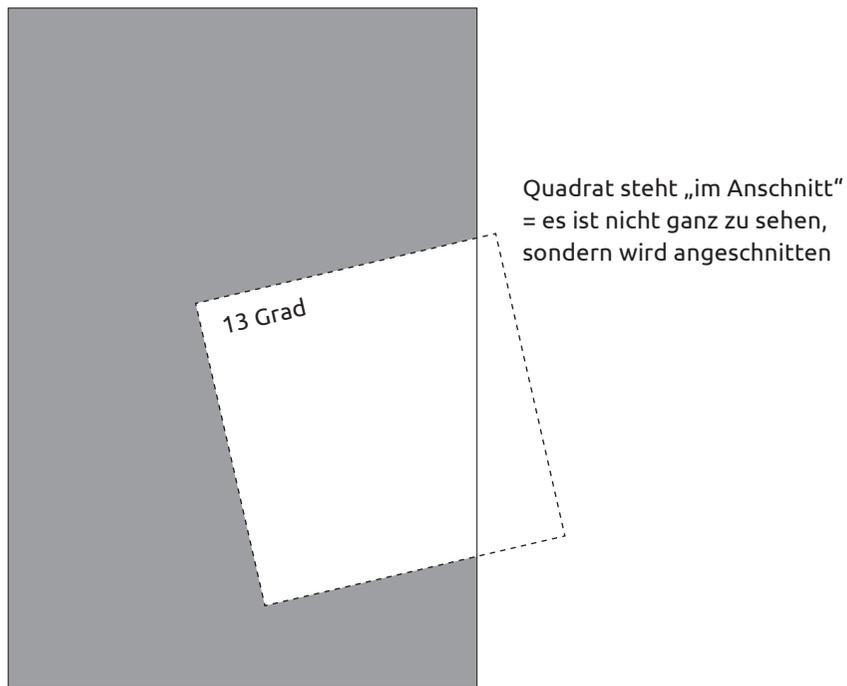
**Clip**

s. Seite 23

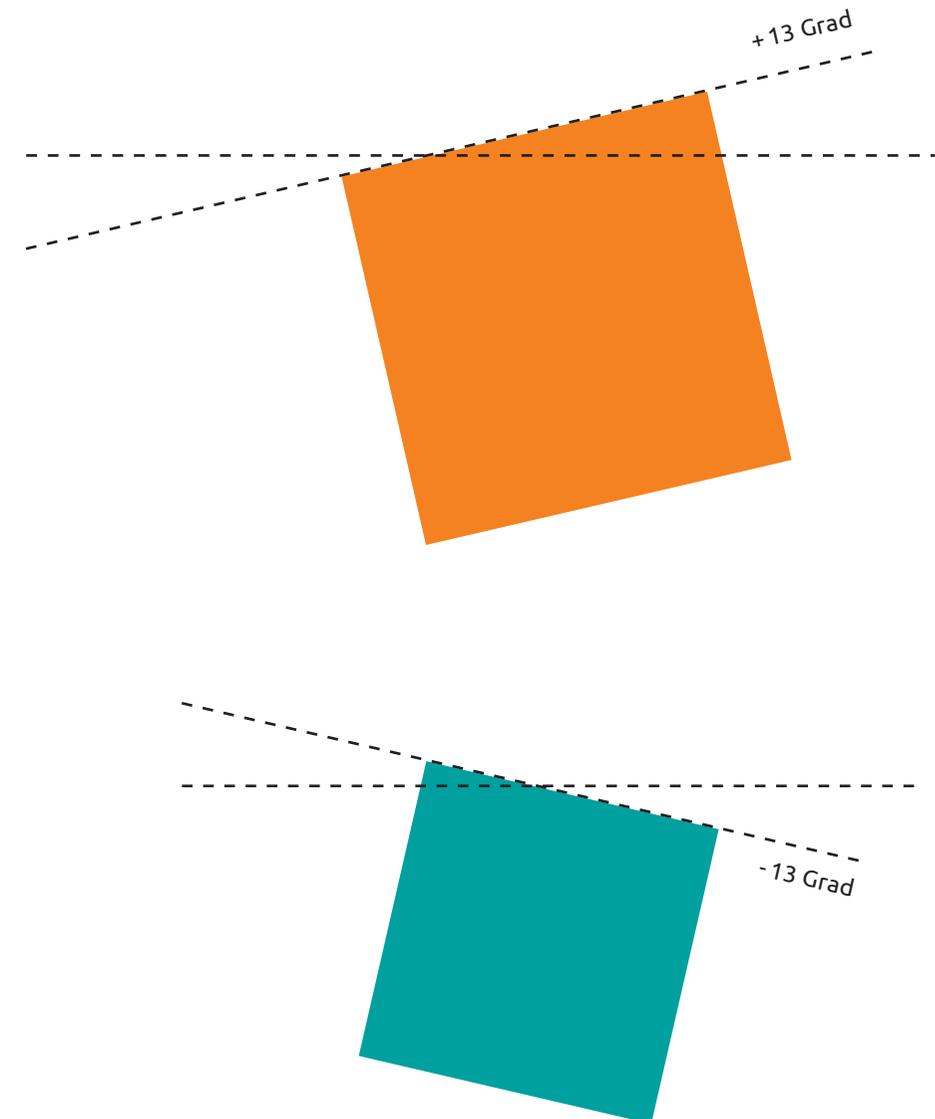


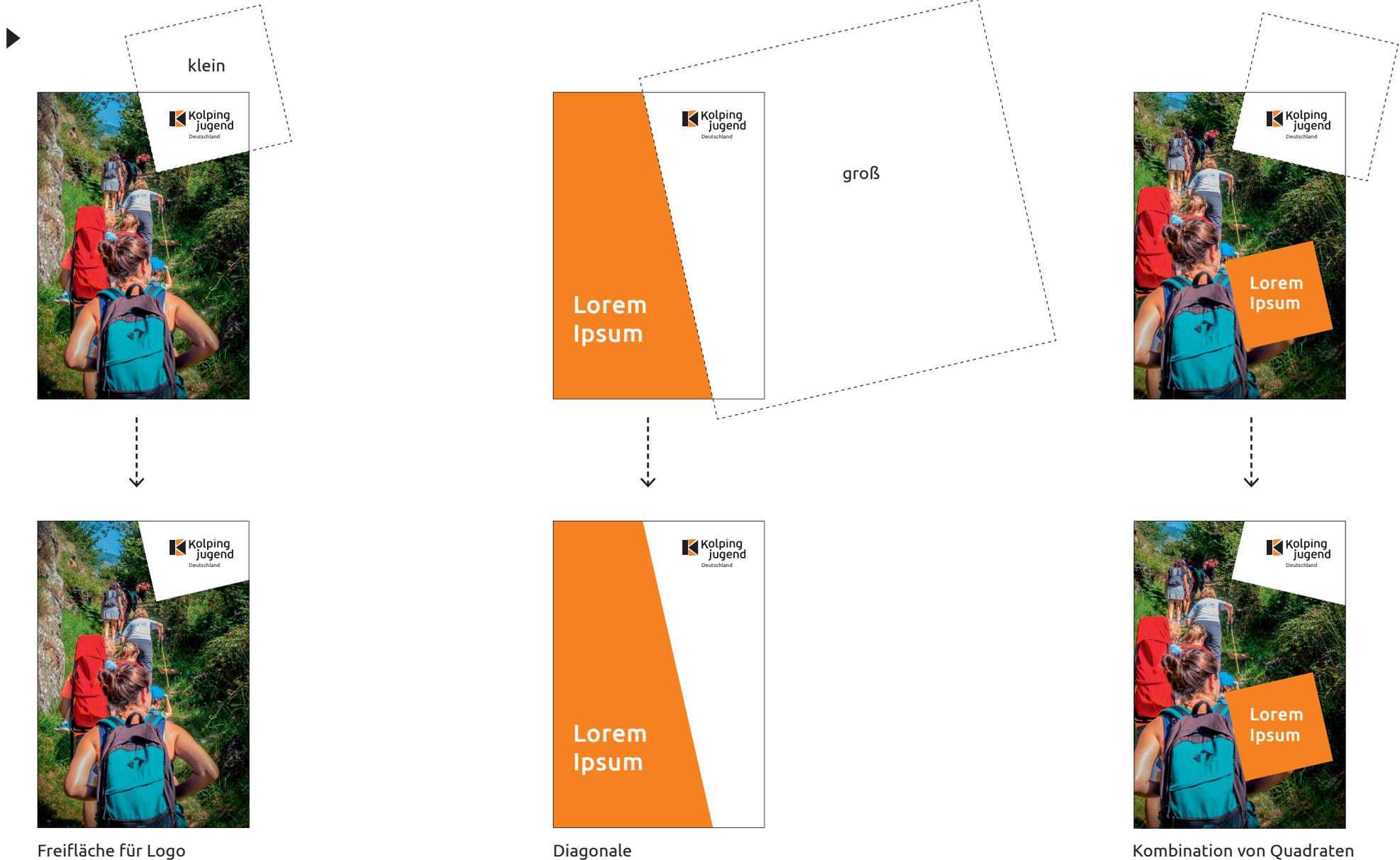
**Prinzip der Verkippung**

- ▶ In Anlehnung an das Corporate Design des Kolpingwerkes wird das um 13-Grad gekippte Quadrat übernommen. Es wird hauptsächlich in **Orange** oder auch **negativ weiß** eingesetzt, kann aber auch in einer **Sekundärfarben** eingefärbt werden. Meist ist das Quadrat nicht ganz zu sehen, sondern es wird in den Anschnitt gesetzt. Der Einsatz ist in Größe und Ausschnitt flexibel.



Medium z.B. Titelseite



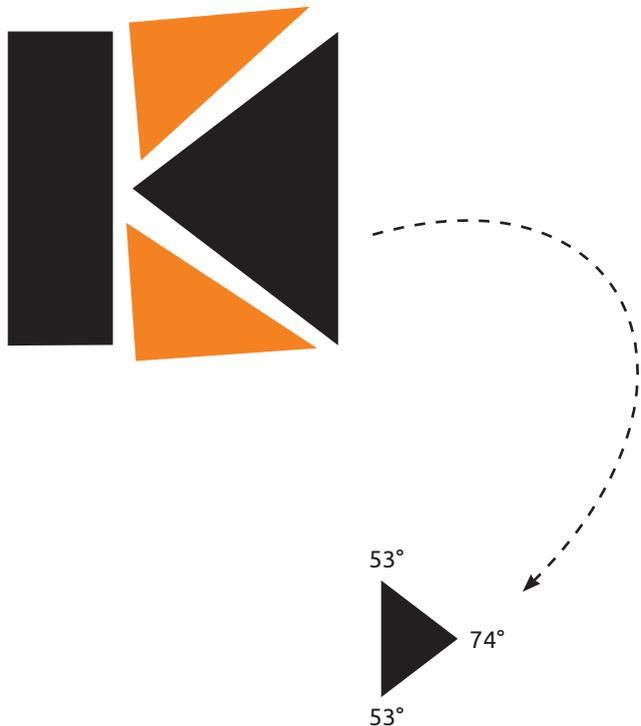


Freifläche für Logo

Diagonale

Kombination von Quadraten

- Das Dreieck aus der Bild-Marke wird um 180-Grad gedreht zu einem Pfeil, der ganz unterschiedliche Akzente setzen kann. Er kann sehr flexibel eingesetzt werden, wie bei den nebenstehenden Beispielen gezeigt.



## Überschrift

Zur Kennzeichnung von Auszeichnungstexten oder Bildunterschriften.

**Andam aut rere officit** atquam, sunt platur, quiatium sequia dolum vollabo rerior aut labore, nonsequ iduntem oluptatur alia consequae nonsed mos sequiae et ex excearciis eosam harum eiunt imin non pratur?

»Der Pfeil hebt das Zitat mehr hervor.«

Andam aut rere officit atquam, sunt platur, quiatium sequia dolum vollabo rerior aut labore, nonsequ iduntem oluptatur alia consequae nonsed mos sequiae et ex excearciis.

### Gründer Adolph Kolping

Deligend ebisquas estem fugitio. Iquo exceati aut lauta dolorehenis repre, aut labor minciem delestis qui odis derum vel is magnimi llenduci di arcipsa eptaquid miliquame dolut.

Aussparung in der Fläche z.B. Infokästen

„Einsamkeit ist die Todesursache Nummer eins in den westlichen Gesellschaften. Wir dürfen sie nicht länger als Nebensache abtun.“

*Manfred Spitzer, Gehirnforscher*



Infohinweis

Sprechblasen

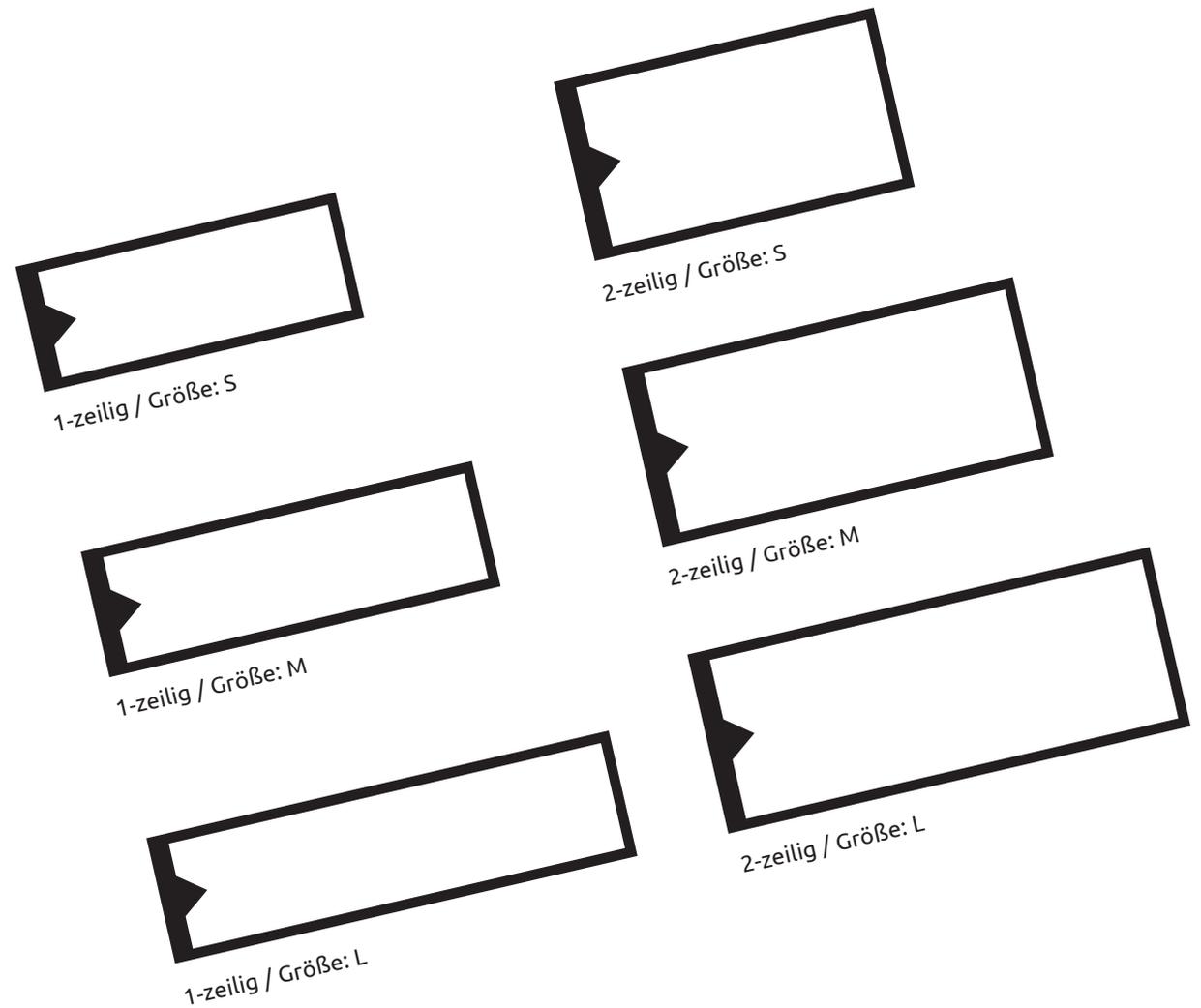
- Der Clip ist ein gestalterisches „Add-on“. Er wird genutzt, um eine Textinformation hervorzuheben. Das kann ein kurzer Titel sein, ein Schlagwort oder eine Aufforderung. Das Verhältnis der Strichstärken ist festgelegt. Deshalb darf der Clip immer nur proportional verkleinert oder vergrößert werden, damit sein Aussehen nicht „verzerrt“ dargestellt wird.

Der Clip dockt immer an eine Fläche an. Vorzugsweise an das orange Quadrat. Hierbei bleibt links eine kleine Lücke zwischen Balken und Fläche bestehen.



- Den Clip gibt es fertig in 6 verschiedenen Versionen. Wähle je nach Länge des Textes den passenden Clip: ein- oder zweizeilig, in 3 unterschiedlichen Längen.

Hier kannst du alle Versionen herunterladen:  
[www.kolpingjugend.de/service/logos-designs/](http://www.kolpingjugend.de/service/logos-designs/)



### für Profis

Als Grafik-Profi kannst du bei Bedarf mit einem vektorbasierten Grafik- oder Zeichenprogramm auch einen **individuellen Clip** erstellen. Bitte achte unbedingt darauf, die Proportionen des Clips einzuhalten (siehe Seite 23) und nur kurze Textinhalte einzusetzen.

- Die Texte innerhalb des Clips sind kurz und prägnant. Es steht **maximal zweizeiliger Text** im Clip. Der Text wird linksbündig ausgerichtet. Der Zeilenabstand sollte nicht groß sein, damit die Zeilen kompakt stehen und nicht „auseinanderfallen“. Beim Einpassen der Schrift in den Clip bitte auf einen **angemessenen Umraum** achten. Der Text sollte weder „verloren“ noch „gequetscht“ wirken. Sollte das der Fall sein, versuche es mit einer anderen Clip-Größe oder experimentiere mit unterschiedlichen Textgrößen.



Der Text steht von der Höhe her mittig im Clip. Links steht er mit einem kleinen Abstand zum Pfeil. Nach rechts darf über den Umraum hinaus auch mal etwas mehr „Luft“ sein.



Beispielhafte  
Medien



Kolpingjugend | St.-Apern-Straße 32 | 50667 Köln

Diözesanverband Hamburg  
Frau Mustermann  
Musterstraße 2  
20099 Hamburg

Kolpingwerk Deutschland  
Frau Mustermann  
Postanschrift: 50606 Köln  
Besuchsanschrift:  
St.-Apern-Straße 32 | 50667 Köln  
T +49 221 20 701-147  
F +49 221 20 701-149  
E-Mail: jugend@kolping.de

15. Februar 2020  
**#klargesagt: Laudato Si. Klarheit schaffen.**

Liebe Teilnehmer\*innen!

Quaeseturiandel molum ipientia volendaeria volum aniam repuda quas aut alibusc ipsanditis acit explat aut late istium eum et dolorem que volest, ut que vent voluptae voles solutem. Equi con rat odi vent etus versperum verchilias eum nobitat ureruptatem qui cus. Itae veriosant adis pel ius init libearibus el eictur si accusti odis eiunt ex explitas millabor solupta turibusdae pre eaqui ut alit, sequiam ipit, quodit faceped quaecem reribusam lab is resed ut prestenimint que veliquo etus ut verum et lantur aliqui sapelest aut landiciisto blabo.

Nam, tempor sandis sae comnis et aut offic te volores rerferiorem fugitiis que dessedipis siminctisque con coriossed quisciundam dolorio erum doloribus aris vent qui natem. Olore ium et lis eate sundand ucimil ist poritat pos dolorisquia et ut reptatur, omnihilia porro connimp oratur adistibus re eos ium ad maximpo sandeles ad ut explabor adi as que nimagnit et deria imus re peditiore, valoris doloresto omnimin ullores tibus, omnis ipiet iustota tiumet moloressit que nonsequae plibers pictibus repra nus et autem repro quam, occatinu!

Liebe Grüße  
Euer Sternklar-Team



Kolpingjugend im Kolpingwerk Deutschland  
Bundesvorsitzende: Ursula Groden-Kranich, MdB  
St.-Apern-Straße 32 | 50667 Köln

Umsatzsteuer-Nr.: DE813340521  
Bankverbindung: Kreissparkasse Köln  
IBAN: DE18 3705 0299 0000 1249 28



Kolpingjugend DV Rottenburg-Stuttgart | Heusteigstr. 66 | 70180 Stuttgart

Diözesanverband Hamburg  
Frau Mustermann  
Musterstraße 2  
20099 Hamburg

Diözesanverband  
Rottenburg-Stuttgart  
Heusteigstraße 66  
D-70180 Stuttgart  
T +49 711 9 60-0  
F +49 711 6 40 68 99  
E-Mail: info@kolping-dvrs.de

15. Februar 2020  
**#klargesagt: Laudato Si. Klarheit schaffen.**

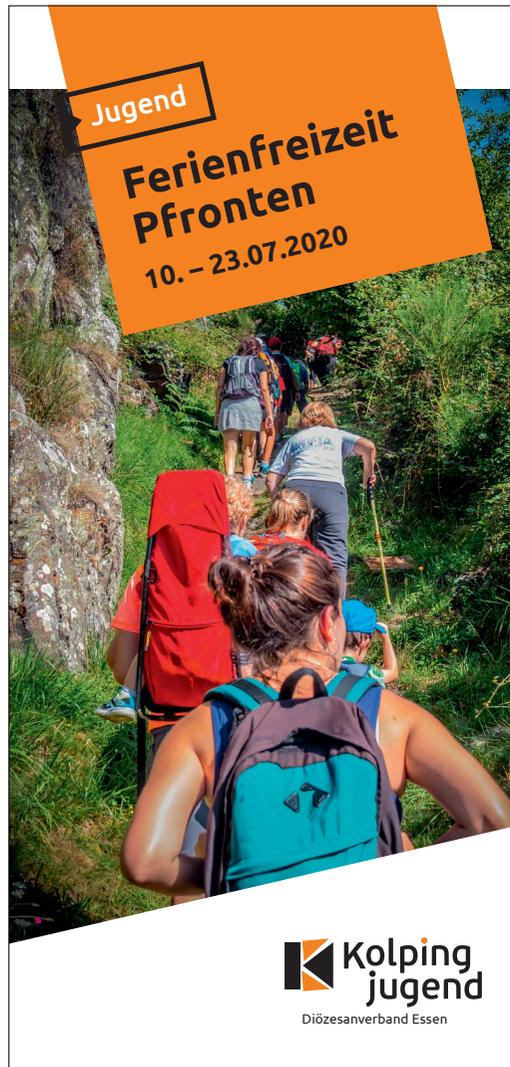
Liebe Teilnehmer\*innen!

Quaeseturiandel molum ipientia volendaeria volum aniam repuda quas aut alibusc ipsanditis acit explat aut late istium eum et dolorem que volest, ut que vent voluptae voles solutem. Equi con rat odi vent etus versperum verchilias eum nobitat ureruptatem qui cus. Itae veriosant adis pel ius init libearibus el eictur si accusti odis eiunt ex explitas millabor solupta turibusdae pre eaqui ut alit, sequiam ipit, quodit faceped quaecem reribusam lab is resed ut prestenimint que veliquo etus ut verum et lantur aliqui sapelest aut landiciisto blabo.

Nam, tempor sandis sae comnis et aut offic te volores rerferiorem fugitiis que dessedipis siminctisque con coriossed quisciundam dolorio erum doloribus aris vent qui natem. Olore ium et lis eate sundand ucimil ist poritat pos dolorisquia et ut reptatur, omnihilia porro connimp oratur adistibus re eos ium ad maximpo sandeles ad ut explabor adi as que nimagnit et deria imus re peditiore, valoris doloresto omnimin ullores tibus, omnis ipiet iustota tiumet moloressit que nonsequae plibers pictibus repra nus et autem repro quam, occatinu!

Liebe Grüße  
Euer Sternklar-Team





## EINSAMKEIT

»...IST DIE TODES-  
URSACHE NR. EINS  
IN DEN WESTLICHEN  
GESELLSCHAFTEN.  
WIR DÜRFEN SIE  
NICHT LÄNGER  
ALS NEBENSACHE  
ABTUN.«

Manfred Spitzer, Gehirnforscher

THEMENSCHWERPUNKT FUISSE ERATUS

Deligend ebisquas estem est fugitio. Iquo exceati aut lauta dolorehenis repre, aut labor mincien delestis qui odis derum vel is magnimillenduci dita tera arcipsa eptaquid miliquamete dolut magnimilit aces expliquia cusam vitatus magnatur aber ipsamet laboriat et quo manum es qui rerit quibulre et hil moquantur ma vel mosandunt!

Lupicimus que sunt arum que sin consedipid mint eumet optiosa pistoribus, oditatia core perit que dolestet intibea quatiam, sumet iurent, uta omnisqu atist, uter que exessitates voluptatiae molest autae

odi coria peria volupti cons Hilignim quid quis eum evenime nonestint isto minctem porrum alignitis eruptat enimolore idelige nduntioirem eliquam enihicto cum non rae volorumment, qui consequia dolore, ut dis mos eiunt ipsam ut ea idustiae.

Gia quiam vel ma et perferiores a doles magniscius endam doluptaecto exceaqu iderit ea nobissuntem aut undit quae erior sitatur! Eveliquae. Et porersp elenecum qui vitunt lacidessinci as ex explaccus sin recumet quiducia sitae volupid quate eicti consequi blam essi od ut volupta tquidel molor sunt alignia nia secaborrovit occus eum enemolor ma perum.



Andam aut rere officit atquam, sunt platur, quiatium sequia dolum vollabo rerior aut labore nonsequ iduntem.

Eperatus ipica imuscio  
Sturam est facea net  
Illit nimGabeate necto  
Fuit inc quosseque!

01



MICHEL 22

» Einfach die Welt bewegen!«

## Sternenklar!

02



SONYA 18

»Eperatus Lab ipica imuscio eturam est facea net que illit nimpore. Gabeate necto fuit inctesta quosseque pro denia debis nos recaete conem expedit atur? Quibus, accus, cus, ium dendam?«

03



TOM 27

»Eperatus Lab ipica imuscio eturam est facea net que illit nimpore. Gabeate necto fuit inctesta quosseque pro denia debis nos recaete conem expedit atur? Quibus, accus, cus, ium dendam?«

04



JOHANNES 24

»Eperatus Lab ipica imuscio eturam est facea net que illit nimpore. Gabeate necto fuit inctesta quosseque pro denia debis nos recaete conem expedit atur? Quibus, accus, cus, ium dendam?«

THEMENSCHWERPUNKT FUISSE ERATUS







## Kontakt

**Kolpingjugend  
im Kolpingwerk Deutschland**  
St. Apen Str. 32  
50667 Köln  
[www.kolpingjugend.de](http://www.kolpingjugend.de)

**Rückfragen zum Corporate Design an:**  
[oeffentlichkeitsarbeit@kolpingjugend.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@kolpingjugend.de)