

Liebe Mitglieder, Partner und Freunde,

zur Jahrtausendwende wurde ein großer Schritt gewagt: aus der Qualitätsaussage, dem Warenzeichen Demeter wurde die Marke „Demeter“.

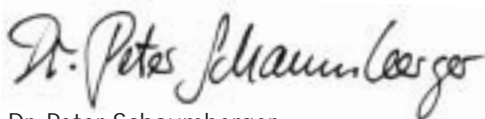
Aus Lizenznehmern wurden die Mitglieder einer Markengemeinschaft. Das neue Markenbild ist in seinem Erscheinungsbild orientiert auf neue Kunden und moderne Märkte. Die Co-Markenstrategie, die Verbindung der Glaubwürdigkeit des individuellen Herstellers oder Erzeugers mit der „Vertrauensmarke“ Demeter ist in dieser Form einzigartig. Sie trägt dem Potential der „Vielfalt einer starken Gemeinschaft“ Rechnung.

Das neue Markenbild ist eingebettet in eine Gesamtgestaltungskonzeption, die von Produkten über Broschüren bis hin zum Geschäftspapier und Anzeigen eine für unsere Kunden wiedererkennbare zeitgemässe Linie zeigt.

Ziel ist es, die modernen Elemente des gemeinsamen Auftrittes zu kombinieren mit der unverwechselbaren Individualität jedes Einzelnen, um unser gemeinsames Image und die Bekanntheit zu steigern. Die erneuerte gemeinsame Marke soll Motor sein, um mehr Produkte, mehr „Lebensmittel mit Charakter“, für unsere Kunden zu bieten.

Dieses Handbuch will Ihnen Hilfestellung und Anreize geben, wie Sie aus dem neuen Markenbild den größten Nutzen für sich und Ihre Kunden ziehen können.

Wir wünschen Ihnen hierbei viel Erfolg!



Dr. Peter Schaumberger  
Geschäftsführer



bisheriges Markenbild



neues Markenbild

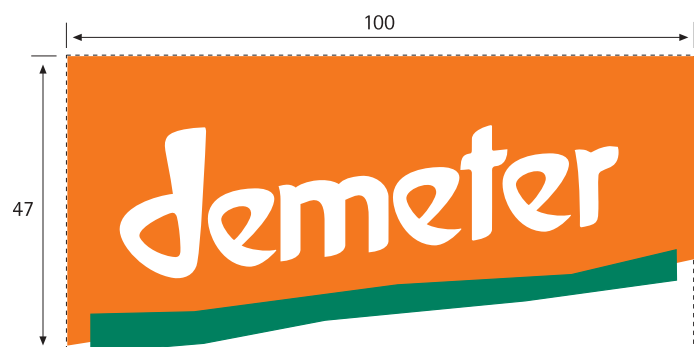
<b>Das Demeter Markenbild</b>	2
Vermaßung und Proportionen	2
Farben => 4-farbig, 2-farbig	3
Farben => 1-farbig	4
Rapport	4
Das Wort „Demeter“	5
Bitte so nicht!	5
<b>Anwendung des Markenbildes</b>	6
Allgemeine Regeln	6
Zusätze zum Markenbild	6
Verpackungen	7
Besondere Verpackungen	8
Anwendungsbeispiele Verpackung	9
<b>Grafische Basiselemente</b>	10
Boden	10
Blume	11
Anwendungsbeispiele	11
<b>Printmedien</b>	12
Broschürentitel für Demeter-Produkte	12
Umschlagseiten, Bildkonzept	12
Raster/3-spaltig	13
Raster/4-spaltig	13
Demeter-Hausschriften	14
Bildkonzept Innenseiten	14
Anwendungsbeispiele	15
<b>Anzeigen-/Broschürenkonzept</b>	16
Allgemeine Regeln	16
Anwendungsbeispiele	17
<b>Geschäftsaustattung</b>	18
Proportionen und Vermaßung	18
<b>Demeter-Hausfarben</b>	19

# Das Demeter Markenbild

## Vermaßung und Proportionen

- Kern der einzelnen Elemente des neuen Demeter-Erscheinungsbildes ist das neue Demeter-Markenbild.
- Die grafischen Elemente des Markenbildes sind
  - der Markenbild-Schriftzug
  - das umgebende Hintergrundfeld
  - die Akzentuierungslinie
- Der Markenbild-Schriftzug ist eine überarbeitete Form des bisher verwendeten Schriftzuges. Der Markenbildschriftzug ist grundsätzlich in weiß oder hell ausgespart.
- Das Hintergrundfeld ist in Orange (HKS 8) gehalten, als eine der beiden Demeter-Hausfarben. Die Farbe Orange kann, vorsichtig interpretiert, Reife, Wärmekräfte und das Sonnenhafte – essentiell zur Qualitätsbildung bei der Erzeugung von Demeter-Lebensmitteln – symbolisieren.
- Die Akzentuierungslinie ist in Grün (HKS 55), der zweiten Demeter-Hausfarbe gehalten. Die Form steht für das mineralische Element, aber auch für Boden und Erzeugnisse des Bodens. In der ansteigenden Form deutet sie eine grüne Feldflur an. So können beide in der Kombination als Sonnenaufgang über einem Feld gesehen werden.
- Die reguläre Platzierung des Markenbildes, oben mittig vom Sichtfeld, greift zwei Bilder auf. Zum einen Platzierung am obersten, sonnenhaften Punkt des Etiketts, zum anderen das Bild eines von oben hineinführenden Bandes, das die Demeter-Markengemeinschaft „verbindet“.

—> Die Proportionen und die Ausgestaltung der einzelnen grafischen Elemente und des Markenbildes dürfen nicht verändert werden





## Farben => 4-farbig, 2-farbig

- Standardvorgaben zum Demeter-Markenbild
- Bei regulärer Verwendung wird der Markenbild-Schriftzug in Weiß, das Hintergrundfeld in Orange und die Akzentuierungslinie in Grün gestaltet
- Um die optimale Wirkung bei der Lesbarkeit und Wiedererkennung zu erzielen, ist der ausgesparte Demeter-Markenbild-Schriftzug immer weiß, bzw. hell
- Für die Fälle, in denen das Markenbild nur in einer Druckfarbe verwendet werden soll, ist eine Anwendung in einer der aufgeführten Sonderverwendungen möglich

## Farben => 1-farbig

- Als feststehende Regel gilt:  
—> Der Markenbildschriftzug ist immer weiß, bzw. hell
- Bei Wahlmöglichkeiten der Druckfarbe gilt die Rangfolge:
  1. Orange
    - Orange + Weiß
    - Orange + Transparent
  2. Grün
  3. Weiß
- Wird für die Gestaltung von Etiketten oder Produktmaterialien nur eine Druckfarbe verwendet, ist eine der nebenstehenden Sonderformen des Markenbildes anzuwenden.



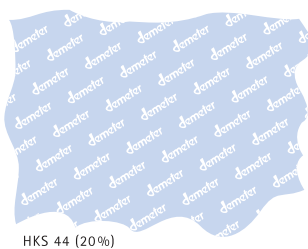
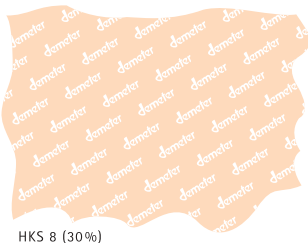
1-farbig auf hellem Grund  
Wenn Rasterung technisch möglich ist  
Markenbild-Schriftzug = ausgespart weiß/hell  
Hintergrundfeld = dunkle Farbe gerastert 60 %  
Akzentuierungslinie = dunkle Farbe gerastert 100 %



1-farbig auf hellem Grund  
Wenn Rasterung technisch nicht möglich ist  
Markenbild-Schriftzug = ausgespart weiß/hell  
Hintergrundfeld = helle oder dunkle Druckfarbe ungerastert  
Akzentuierungslinie = entfällt



1-farbig auf dunklem Grund  
Wenn Rasterung technisch nicht möglich ist  
Markenbild-Schriftzug = druckt weiß  
Hintergrundfeld = weiße Umrandung  
um Hintergrundfeld Akzentuierungslinie = druckt weiß



## Rapport

- Als feststehende Regel gilt:  
—> Der Markenbildschriftzug ist immer weiß, bzw. hell
- Spezielle Anwendungen bei der Gestaltung von Verpackungs- oder Wickelpapier
  - 1-farbiger Rapport mit weiß ausgespartem Markenbildschriftzug auf gerastertem Untergrund (ohne Akzentuierungslinie und Hintergrundfeld)
- Als Verpackungsmittel, z.B. für Wurst-, Frisch- und Käseprodukte

## Das Wort „Demeter“

- Wird das Demeter-Markenbild auf einem Lebensmittel oder Produkt verwendet, steht das Markenbild unabhängig vom Namen oder der Verkehrsbezeichnung.
- Durch Textzusätze zum Markenbild darf keine Wort-Leseverbindung erzeugt werden (intendierte Wort-Leseverbindung).
- Für die Schreibweise des Wortes „Demeter“ werden zwei Formen unterschieden:

### 1. demeter-...

Wenn das Wort im Fließtext, anstelle der Marken oder als Zutatenbezeichnung verwendet wird (z.B. demeter-Milch) wird

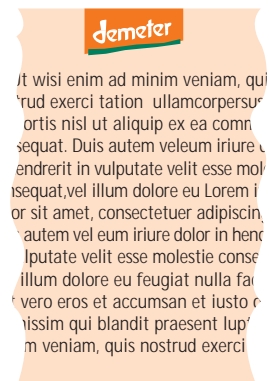
das Wort „Demeter“ in Kleinschreibweise, kursiv aus der jeweiligen Fließtexttypografie gesetzt.

### 2. Demeter-...

Für alle anderen Benennungen, inklusive Einrichtungen z.B. Demeter-Qualität Demeter-Richtlinie Demeter-Bund

wird das Wort „Demeter“ aus der jeweiligen Fließtexttypografie, mit großem Anfangsbuchstaben gesetzt.

- Eine zusätzliche optische oder farbliche Hervorhebung des Wortes „Demeter“ im Fließtext ist nicht vorgesehen.



## Bitte so nicht!



Veränderte Proportionen



Markenbild hochkant



Veränderung/Umkehrung der Farbverteilung



ausgespart auf durchsichtigem Etikett, wenn der Inhalt der Verpackung Dunkel ist



Markenbildschriftzug und Akzentuierungslinie alleine



Verlängerung des Bandes und/oder Text über der Marke

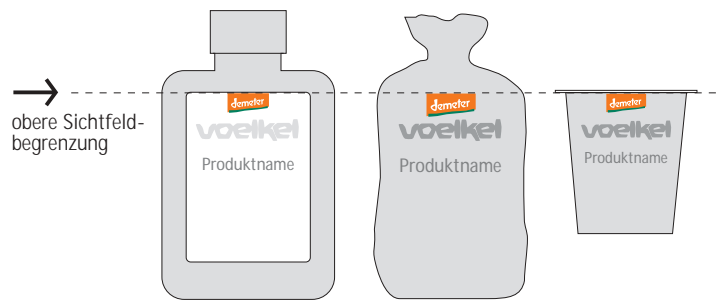


Intendierte Wort-/Leseverbindung

# Anwendung des Markenbildes

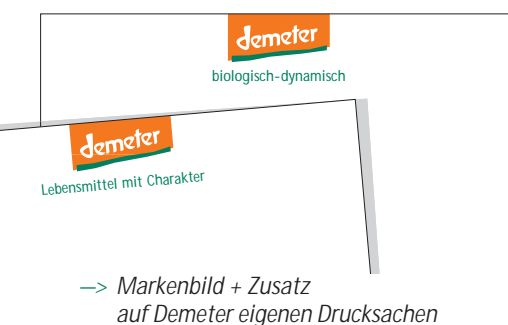
## Allgemeine Regeln

- Das Markenbild ist am oberen Rand platziert  
—> Der obere Rand ist der obere Rand des Sichtfeldes.  
Bei Verpackungen mit feststehendem Rand (Etiketten, Karton) entspricht dieses in der Regel der oberen Kante
- Das Markenbild steht regulär mittig
- Die Breite des Markenbildes beträgt etwa 1/3 der Breite des Sichtfeldes  
—> Die Breite des Markenbildes sollte 20 mm nicht unterschreiten, 50 mm nicht überschreiten und sollte maximal die Hälfte der Fläche einnehmen
- Oberhalb des Markenbildes dürfen keine grafischen Elemente auftauchen
- Die Proportionen der einzelnen grafischen Elemente und des Markenbildes dürfen nicht verändert werden



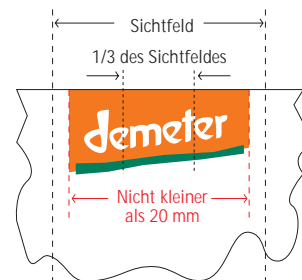
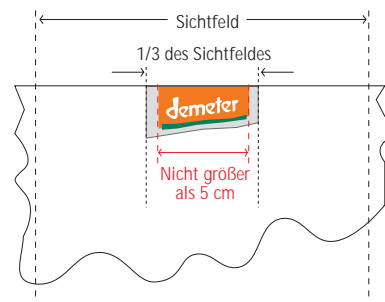
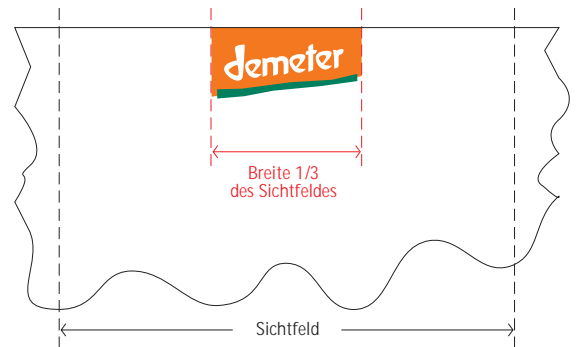
## Zusätze zum Markenbild

- Textzusätze sind zentralachsig aufgebaut.
- Auf Verpackungen sind Textzusätze zum Demeter-Markenbild nicht vorgesehen und bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung
- Durch Textzusätze zum Markenbild darf keine Wort-Leseverbindung erzeugt werden (intendierte Wort-Leseverbindung)
- Als Schrifttype sollte Rotis Sans Serif Bold gewählt werden oder es wird die Typografie des Fließtextes verwendet
- Es wird die Farbe der Akzentuierungslinie verwendet (Grün, HKS 55)
- Die Textzusätze können je nach Anwendung in ihrer Größe variieren. Als Ausgangsbasis gilt  $1/2 \cdot x$  = Versalhöhe des Textzusatzes (s. Seite 7)
- Alle Arten von Textzusätzen werden gleich behandelt

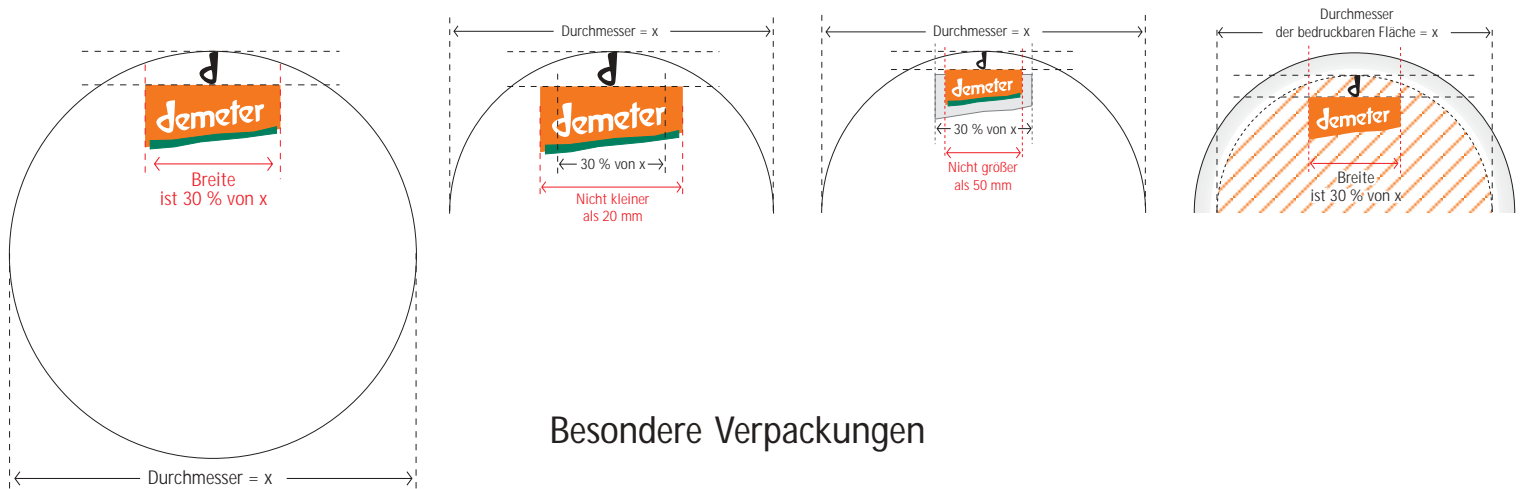


## Verpackungen

- Demeter-Erzeugnisse müssen entsprechend den allgemeinen Richtlinien zur Anwendung des Demeter-Markenbildes gekennzeichnet werden (Qualitative Aufforderung hierzu: Richtlinie zur Kennzeichnung von Demeter-Erzeugnissen 10/99)
- Die Verkehrsbezeichnung eines Produktes steht unabhängig vom Demeter-Markenbild
- Das Demeter-Markenbild ist auf Verpackungen und Etiketten regulär mittig am oberen Sichtfeldrand, oberhalb des Markennamens und/oder der Verkehrsbezeichnung zu platzieren
- Die Breite des Markenbildes beträgt etwa 1/3 der Breite des Sichtfeldes → Die Breite des Markenbildes sollte 20 mm nicht unterschreiten, 50 mm nicht überschreiten und sollte maximal die Hälfte des Sichtfeldes betragen



→ Die Versalhöhe des Zusatzes beträgt als Ausgangsbasis  $1/2 \cdot d$



## Besondere Verpackungen

- Bei runden Flächen (z.B. Deckel) beträgt die Breite des Markenbildes in der Regel 30 % des Durchmessers → Die Breite des Markenbildes sollte 20 mm nicht unterschreiten und 50 mm nicht überschreiten
- Der Abstand zur Außenkante ist die Höhe des 'dk' aus dem Markenbildschriftzug
- Sollte aus technischen Gründen eine Fläche nur eingeschränkt bedruckbar sein, beginnt die Vermaßung ab der bedruckbaren Fläche
- Bei länglichen Verpackungsformaten (die Höhe des Etiketts ist kleiner als die Breite des Sichtfeldes), wird das Markenbild in proportional verkleinerter Form angewendet (ca. 20 % schmalere als 1/3 des Sichtfeldes).
- Die genannten Proportionen sind, soweit Bestandteil der Demeter-Kennzeichnungsrichtlinie, verbindliche Vorgaben zur Gestaltung von Produktetiketten
- Ein Abweichen von der vorgegebenen Platzierung ist nur in begründeten Ausnahmefällen vorgesehen und bedarf der Genehmigung durch den Demeter-Bund
- Im Einzelfall ist eine optimale visuelle Wirkung ausschlaggebend
- Ungewöhnliche Formate/Sondergrößen/Proportionen bedürfen einer gesonderten Betrachtung
- Entwürfe von Verpackungen, von Werbematerialien und Anzeigen sind dem Demeter-Bund oder den von ihm autorisierten Organisationen entsprechend der vertraglichen Grundlage vorzulegen

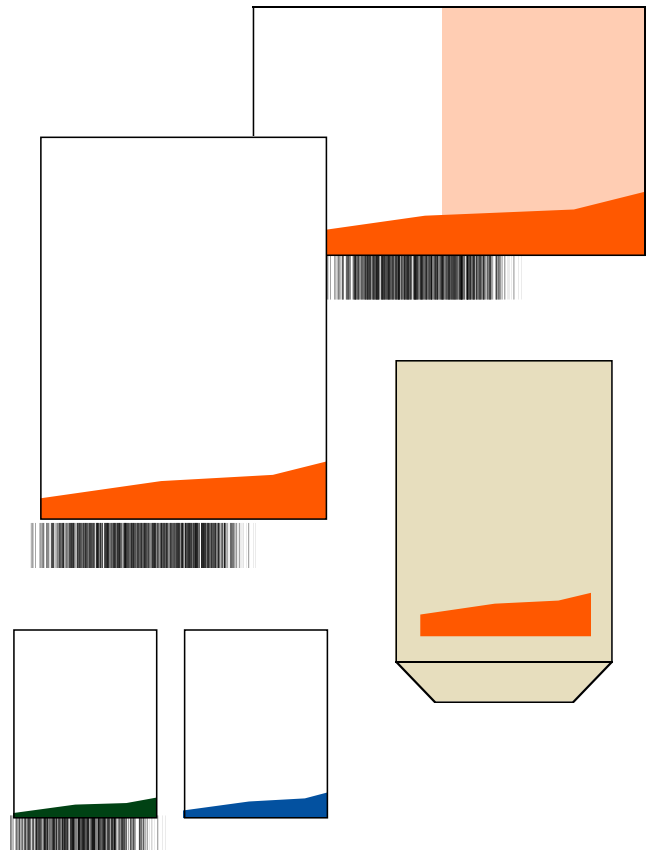


Anwendungsbeispiele Verpackung

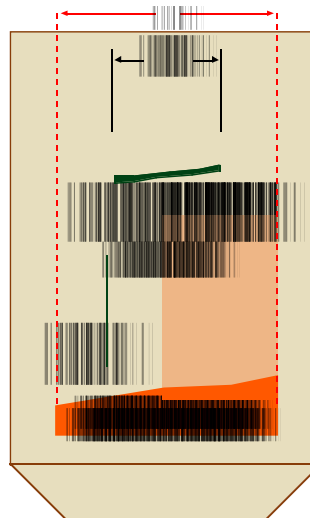
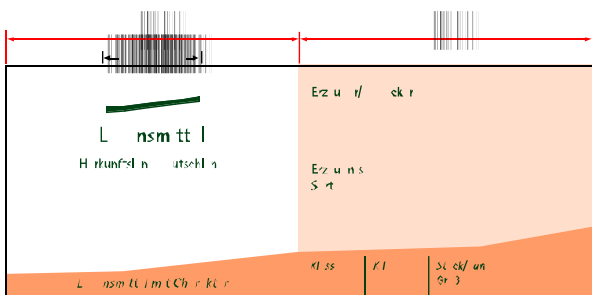


## Blume

- Das früher übliche Wort „Demeter“ im Halbkreis über dem Kopf der „Blume“ entfällt.
- Die Blume steht in der Regel in Verbindung mit dem Boden, wobei das Größenverhältnis der beiden Basiselemente zueinander variabel ist.
- Die Farbe der „Blume“ ist grundsätzlich eine Aufrasterung der Druckfarbe des Bodens (ca. 5–10 % Sättigung).
- Die „Blume“ kann in zwei Versionen eingesetzt werden
  - Als angeschnittene Version
    - > Hierbei kommt die „Blume“ von links oder rechts in das Format hinein
  - Als gespiegelte Version
    - > Hierbei ist die „Blume“ in ihrer Längsachse halbiert und in positiv und negativ aufgeteilt

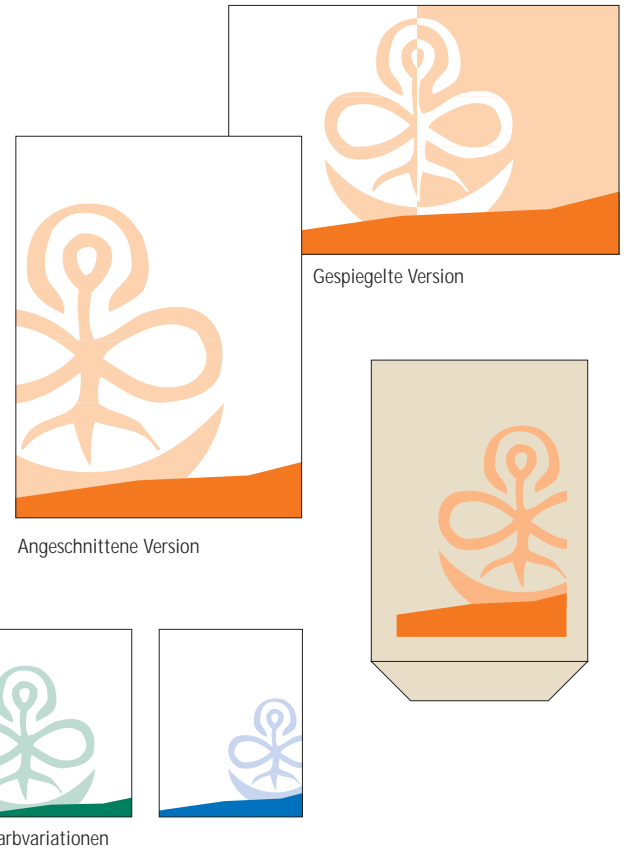


## Anwendungsbeispiele

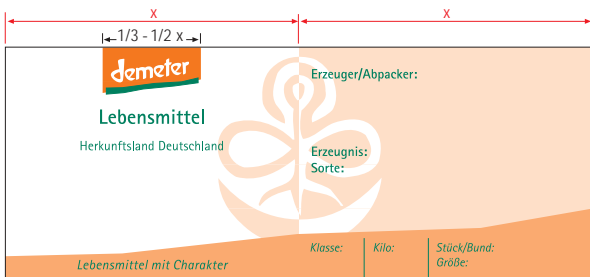


## Blume

- Das früher übliche Wort „Demeter“ im Halbkreis über dem Kopf der „Blume“ entfällt.
- Die Blume steht in der Regel in Verbindung mit dem Boden, wobei das Größenverhältnis der beiden Baselemente zueinander variabel ist.
- Die Farbe der „Blume“ ist grundsätzlich eine Aufrasterung der Druckfarbe des Bodens (ca. 5–10 % Sättigung).
- Die „Blume“ kann in zwei Versionen eingesetzt werden  
 Als angeschnittene Version  
 → Hierbei kommt die „Blume“ von links oder rechts in das Format hinein  
 Als gespiegelte Version  
 → Hierbei ist die „Blume“ in ihrer Längsachse halbiert und in positiv und negativ aufgeteilt



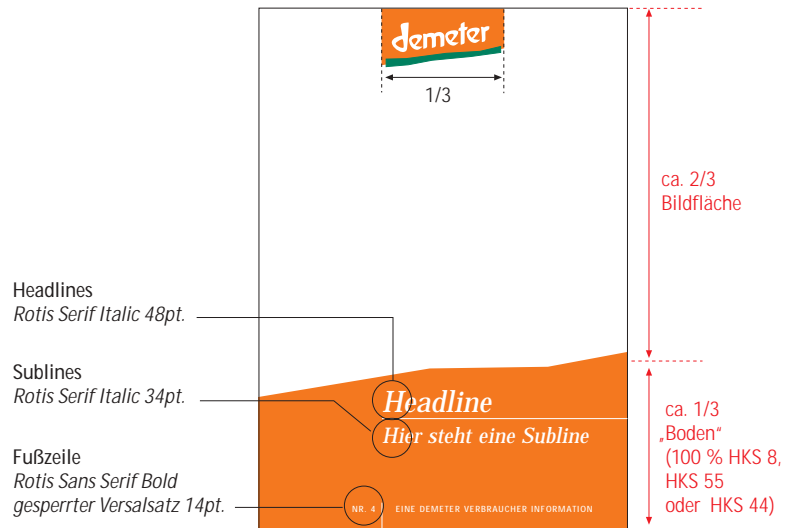
## Anwendungsbeispiele



# Printmedien

## Broschürentitel für Demeter-Produkte

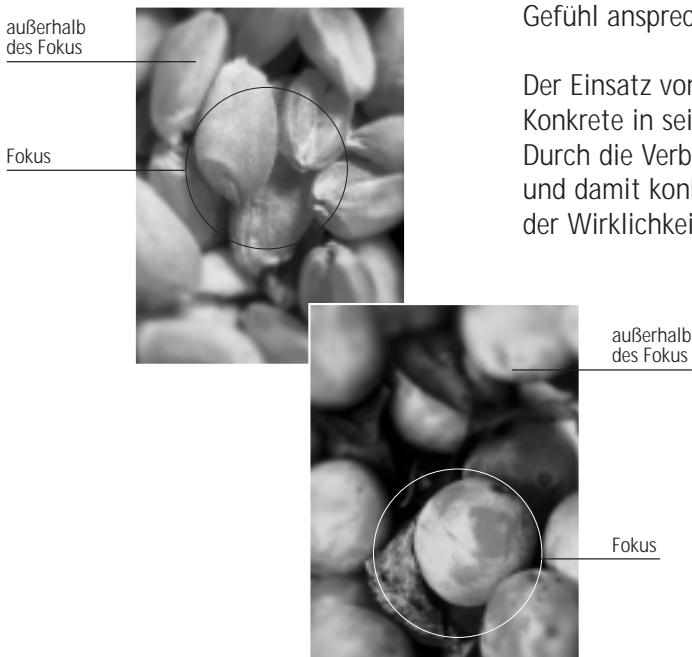
- Die Bildfläche auf der Umschlagseite sollte immer größer als die Fläche des Bodens sein (2/3 zu 1/3)
- Der Boden dient als Untergrund für Texte der Umschlagseite
- Die Farbe des Bodens ist eine der beiden Demeter-Hausfarben oder die Sekundärfarbe Blau und die Bildfläche kann ein Foto oder eine Illustration enthalten
- Als wesentliche Basisaussagen (Claims, Slogans) empfehlen wir: „Lebensmittel mit Charakter“ – auf das Produkt bezogen, „Vielfalt einer starken Gemeinschaft“ – auf den sozialen Hintergrund bezogen, für Kooperationen und Gemeinschaftsaktionen.



## Umschlagseiten, Bildkonzept

Die Bildkonzeption ist eine weitere Möglichkeit, das individuelle Erscheinungsbild der Demeter-Broschüren zu unterstützen und Textinhalte ins Bild zu setzen. Durch Verwendung von Bildern mit Schärfe/Unschärfe, mit Fokussierung in der Mitte wird Räumlichkeit erzeugt, eine inhaltlich betonende und auch das Gefühl ansprechende Ebene, zu der klaren Textebene gestellt.

Der Einsatz von Schärfe/Unschärfe bei einem Motiv, verbildlicht das objektiv Konkrete in seiner Wechselbeziehung zur umgebenden Mitwelt. Durch die Verbindung von Schärfe/Unschärfe wird zum einen auf die physische, und damit konkret darstellbare Ebene, und zum anderen auf weitere Ebenen der Wirklichkeit dahinter verwiesen.



Raster/3-spaltig

DEMETER VERBRAUCHERINFORMATION

**Headline**  
Hier steht eine Subline

DEMETER VERBRAUCHERINFORMATION

Masterseite einrichten

Spaltenanzahl: 3  
Spaltenabstand: 3,8 mm

Randabstände

Oben: 30 mm  
Unten: 20 mm  
Innen: 10 mm  
Außen: 12 mm

Abbrechen OK

Text	Schrift	Mac/Windows Größe/Zeilenabst.
Fließtexte	Rotis Sans Serif	9,5/18 pt
1. Überschrift	Rotis Serif Italic	36 pt
2. Überschrift	Rotis Serif Italic	18/18 pt
Zwischenüberschrift	Rotis Sans Serif	11/18 pt
Bildunterschrift	Rotis Sans Serif Italic	8/18 pt

Boden 30 %

Raster/4-spaltig

DEMETER VERBRAUCHERINFORMATION

**Headline**  
Hier steht eine Subline

DEMETER VERBRAUCHERINFORMATION

**Eine Headline**  
Hier steht eine Subline  
lorem ipsum

Masterseite einrichten

Spaltenanzahl: 4  
Spaltenabstand: 3,8 mm

Randabstände

Oben: 30 mm  
Unten: 20 mm  
Innen: 10 mm  
Außen: 12 mm

Abbrechen OK

Text	Schrift	Mac/Windows Größe/Zeilenabst.
Fließtexte	Rotis Sans Serif	9/16 pt
1. Überschrift	Rotis Serif Italic	36 pt
2. Überschrift	Rotis Serif Italic	18/18 pt
Zwischenüberschrift	Rotis Sans Serif	11/16 pt

Boden 30 %

## Demeter-Hausschriften – Für Vertragspartner optional

Überschriften 1  
*Rotis Serif Italic*

Überschriften 2  
*Rotis Serif Italic*

Fließtext  
*Rotis Sans Serif Normal*

Zwischenüberschriften  
*Rotis Sans Serif Bold gesperrter Versalsatz*

Marginaltext  
*Rotis Sans Serif Normal Italic*

Zitate *Rotis Serif Italic*

Headlines  
Hier steht eine Subline

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorpersuscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem velem iriure dolo in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent lacinia sapien

DUIS AUTEM VELEM IRIURE DOLO  
VULPUTATE VELIT ESSE MOLESTIE

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud e lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo conseq in hendrerit in vulputate velit esse molestie co ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo conse in hendrerit in vulputate velit esse molestie ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorpersuscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem velem iriure dolo in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent lacinia sapien

„Duis autem velem iriure dolo in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, ...“

demeter

Lebensmittel

Abgepackt durch

1kg

demeter die Marke für Lebensmittel aus biologisch-dynamischen Erzeugung

*Rotis Sans Serif Bold*

*Rotis Sans Serif Normal*

*Rotis Sans Serif Bold*

*Rotis Sans Serif Normal Italic*

## Bildkonzept Innenseiten



1.



2.



3.



4.



1. Das Bildkonzept „Vignettenreihe“ kann eingesetzt werden, um Entwicklungsreihen oder Aspekte des Prozesshaften darzustellen, z.B. um Herstellungsprozesse, Metamorphosen oder Verbindungen zwischen Erzeugung und Verarbeitung aufzuzeigen.
2. Das Element „Schärfe und Unschärfe“ kann eingesetzt werden, um z.B. die Wechselbeziehung zwischen einer konkret, sachlichen Aussage eines Sachverhalts und seiner mehr im Hintergrund stehenden Lebenswelt zu verdeutlichen.
3. „Einzelvignetten“ können als bildliche Begleitbotschaft von Textinhalten eingesetzt werden.
4. Ähnlich Himmelskörpern ziehen sie leise schwebend und mit Ruhe Ihre Bahnen am Himmel, und erleben derzeit eine Renaissance. Luftschiffe statt Concorde, Slow Food statt Fast Food. Eine sanfte Technologie der Zukunft, genauso wie die biologisch-dynamische Wirtschaftsweise die Landwirtschaft der Zukunft ist.



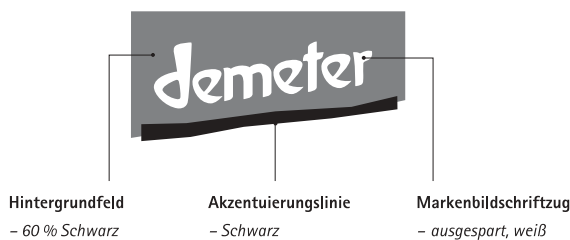
Anwendungsbeispiele



# Anzeigen-/Broschürenkonzept

## Allgemeine Regeln

- In Broschüren oder Anzeigen der Vertragspartner, in denen nur Demeter-Produkte vorgestellt werden,
  - kann das Markenbild in seiner regulären Form verwendet werden (mittig, oberer Rand, 1/3 Breite).
  - können auch die weiteren Elemente des Demeter-Erscheinungsbildes verwendet werden.
- Werden von Vertragspartnern Firmen-/Haus-Broschüren mit überwiegend Demeter-Produkten und weiteren ökologischen Produkten erstellt,
  - kann das Markenbild in der regulären Form verwendet werden, wenn die Demeter-Produkte eindeutig gekennzeichnet sind.
  - können außerdem zur Hervorhebung der Demeter-Produkte, die weiteren grafischen Gestaltungselemente des Demeter-Erscheinungsbildes verwendet werden.
- Werden von Vertragspartnern Firmen-/Haus-Broschüren mit überwiegend ökologischen Produkten erstellt,
  - kann das Demeter-Markenbild mit Zusatztext (Demeter-Vertragspartner, Demeter-Bäckerei) in der „Bodenzeile“ verwendet werden, wobei die Demeter-Produkte eindeutig erkennbar sein sollten.
  - können außerdem die Demeter-Produkte durch Verwendung der grafischen Gestaltungselemente des Erscheinungsbildes hervorgehoben werden.



Sonderfall: ungerasterte S/W-Version 1;  
in drucktechnisch schwierigen Fällen



Sonderfall: ungerasterte S/W-Version 2;  
falls drucktechnisch möglich

- Die gerasterte S/W-Version gilt nur für den einfarbig Schwarzen Druck (z.B. Formulare)
- Für sehr kleine Größen und/oder bei groben Rastern gibt es zwei ungerasterte S/W-Versionen (z.B. Tageszeitungs-Anzeigen)
- Bei der Gestaltung von Produktetiketten sollte die S/W Version nicht verwendet werden



Anwendungsbeispiele



Demeter-Bund e.V. - Brandschneise 2 - D-64295 Darmstadt

Firma Mustermann  
Geschäftsleitung  
Ortsstraße 10

12345 Überall

Demeter-Bund e.V.

Brandschneise 2  
D-64295 Darmstadt  
Tel +49 (0)61 55-84 69 -0  
Fax +49 (0)61 55-84 69 11

Überall, den 31. Februar 1999

Lorem ipsum dolor sit amet

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorpersuscipit lobortis nisl ut aliquip  
a commodo consequat. Duis autem veleum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie



GLS-Bank Stuttgart  
BLZ 430 609 67  
Konto 153 103 00  
Ust-Idnr. DE 147 801 014  
IBAN-Nr.:  
DE 77 4306 0967 0015 3103 00