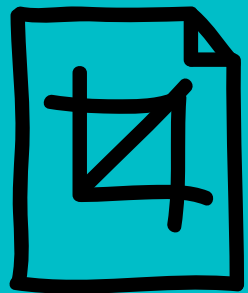


Corporate Design Richtlinien



weltwärts 

weltwärts-CD-Richtlinien

Richtlinien für die Verwendung von
Logo, Schriften, Farben, Bildern und Text

Stand: Dezember 2021

DMKZWO GmbH & Co. KG

www.dmkzwo.de

Das neue Corporate Design

Das weltwärts-Corporate Design (nachfolgend CD) ist das einheitliche visuelle Erscheinungsbild von weltwärts, welches in allen Kommunikationsmitteln für Wiedererkennbarkeit sorgt. Das Corporate Design ist in der Lage, Haltung, Werte und Identität visuell zu vermitteln und erfahrbar zu machen. Dadurch kann es Menschen vereinen, motivieren, in ihnen Emotionen wecken, Ordnung schaffen und Akzente setzen.

weltwärts steht für Vielfalt, gemeinsames Arbeiten auf Augenhöhe und Globales Lernen. Die Dynamik und Lebhaftigkeit der jungen Zielgruppe der Freiwilligen wird von dem neuen Corporate Design genauso widergespiegelt, wie der professionelle und seriöse Rahmen, der durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und die zivilgesellschaftlichen Akteure des Programms gesteckt ist.

Das neue Corporate Design visualisiert die Werte von weltwärts, kommuniziert diese an alle interessierten Menschen und verstärkt sie durch eine hohe Wiedererkennbarkeit. Ziel des neuen Corporate Design ist es, die entscheidenden Merkmale von weltwärts – auch in Abgrenzung zu kommerziellen Anbietern – visuell zum Ausdruck zu bringen. Dazu muss das CD über alle Kommunikationsmittel hinweg – ob zur internen Kommunikation oder zur Kommunikation nach außen – konsequent eingehalten werden. Im Rahmen dieses Styleguides werden die grundlegenden Elemente zur Einhaltung verbindlich definiert. Der Styleguide bezieht sich auf alle Kommunikationsmittel, die weltwärts als Absender führen. Außerdem enthält er Hinweise für Zuwendungsempfänger.

Inhalt

01.	Seite 03	Botschaften Gesamtkommunikation
02.	Seite 05	Logo
03.	Seite 11	Schriften
04.	Seite 17	Farben
05.	Seite 22	Bilder
06.	Seite 34	Illustrative Elemente
07.	Seite 42	Sprachgebrauch und Textredaktion
08.	Seite 48	Social Media
09.	Seite 53	Videoproduktion
10.	Seite 63	Website
11.	Seite 92	Banner
12.	Seite 96	Anzeigen
13.	Seite 100	Rollups
14.	Seite 103	Flyer
15.	Seite 109	Wordvorlagen für Partnerkonferenzen
16.	Seite 117	Glossar

Botschaften Gesamtkommunikation

Zielgruppen, Ziele und Botschaften

01

Markenkern: **Weiterentwicklung**
 Markenversprechen: **Wir verbinden Menschen in der Einen Welt,
 um voneinander zu lernen.**

ABSENDER	BOTSCHAFT	ZIELGRUPPE	ZIELE
	Entwickle dich weiter im Austausch mit der Welt.	Freiwillige/ junge Menschen	... bewerben sich für weltwärts.
	Mit Sicherheit voneinander lernen und sich weiterentwickeln.	Eltern	... verstehen weltwärts als sicheren und seriösen Lerndienst.
	Ihr seid wichtig und könnt mit eurer Erfahrung und Kompetenz nachhaltig etwas für globale Gerechtigkeit bewirken!	Ehemalige	... zeigen nach ihrem Aufenthalt entwicklungspolitisches Engagement.
	Gemeinsam verbinden wir mehr Menschen in der Einen Welt, um voneinander zu lernen.	Trägerorganisationen	... erkennen Mehrwert an einem Schulterschluss mit weltwärts.
	Nachhaltige Entwicklung geht nur gemeinsam mit Euch!	Partnerorganisationen	... definieren sich als relevanter Mitgestalter auf Augenhöhe.
	Gemeinsam verbinden wir Menschen in der Einen Welt, um voneinander zu lernen.	Qualitäts-/Interessenverbünde	... treten gemeinschaftlich als weltwärts auf.
	weltwärts verbindet Menschen weltweit, um voneinander zu lernen.	Zivilgesellschaft	... wissen und wertschätzen wofür weltwärts steht.
	Weiterentwicklung stärkt Ihre Mitarbeitenden und somit Ihr Unternehmen.	Unternehmen	... erkennen Mehrwert für sich selbst.
	weltwärts wirkt – gemeinsame Erfahrung aller Beteiligten fördert Solidarität und nachhaltige Entwicklung auf allen Seiten.	Politik	... erkennen die umfassende Wirkung von weltwärts.

Logo

02

01. Verwendung und Varianten

Das weltwärts-Logo darf von folgenden Organisationen genutzt werden: BMZ, Engagement Global und den Zuwendungsempfängern. Unter bestimmten Bedingungen darf es außerdem an die Presse heraus gegeben werden. Freiwillige und Partnerorganisationen dürfen das Logo nicht nutzen. Das Logo darf nicht verändert oder ergänzt werden!

Schutzraum

Ausgangswert für die Größe des Schutzraumes ist die Breite und Höhe des Buchstabens »w«. Davon leiten sich alle Proportionen und Abstände ab. Das Logo hat einen Schutzraum von mindestens 1 x w in der Höhe und 1 x w in der Breite. Innerhalb dieser Fläche dürfen keine anderen Elemente platziert werden. Dies gilt auch als Mindestabstand des Logos zu Seitenrändern.

Mindestgröße

Das Logo muss in der Regel mindestens 20 Prozent der Größe der gelieferten Originaldatei besitzen. Wenn es in Ausnahmefällen kleiner skaliert werden muss, darf es dennoch niemals 10 Prozent der Originalgröße unterschreiten.

Logovarianten

Das weltwärts-Logo liegt in zwei verschiedenen Farbvarianten zum Einsatz auf verschiedenen Hintergründen vor. Die Standardlogovariante ist für den Einsatz auf hellem Hintergrund vorgesehen, die invertierte Variante für dunkle Hintergründe. Die Standardlogovariante ist nach Möglichkeit vorrangig einzusetzen. Auf den folgenden Seiten sind die zulässigen und unzulässigen Kombinationen aufgeführt.

Positionierung auf Bildern

Auf Bildern sollte primär die Standardvariante des Logos zum Einsatz kommen. Auch hier sollte der Schutzraum beachtet werden. Das Logo darf nur dann auf Bilder gesetzt werden, wenn das Bild an der entsprechenden Stelle sehr beruhigt ist und ausreichend helle oder dunkle Bereiche für die invertierte Logovariante vorhanden sind, um die Lesbarkeit zu gewährleisten; es kann hilfreich sein, das Bild an dieser Stelle aufzuhellen bzw. abzdunkeln oder weichzuzeichnen. Gelingt es nicht, das Bild auf diese Weise zu bearbeiten, muss eine weiße Fläche unterhalb des Logos angebracht werden!

Verwendung des alleinstehenden Signets

In Ausnahmefällen, und auch nur dann, wenn das vollständige Logo ebenfalls im Medium platziert wurde, darf das Signet auch alleinstehend verwendet werden. Solche Ausnahmefälle können beispielsweise sein:

- als Profilbild beim Social Media-Einsatz
- als Button einer Navigation für funktionale Zwecke oder
- als rein illustratives Gestaltungsmittel.

Definition des Schutzraumes



Definition der Mindestgröße



20 %



10 %

Das Logo muss immer mindestens eine Größe von 20 Prozent der gelieferten Originaldatei besitzen. Wenn es in Ausnahmefällen kleiner skaliert werden muss (z.B. auf einem Kugelschreiber), darf es dennoch niemals 10 Prozent der Originalgröße unterschreiten.

Definition der zulässigen Farbkombinationen im Standardlogo



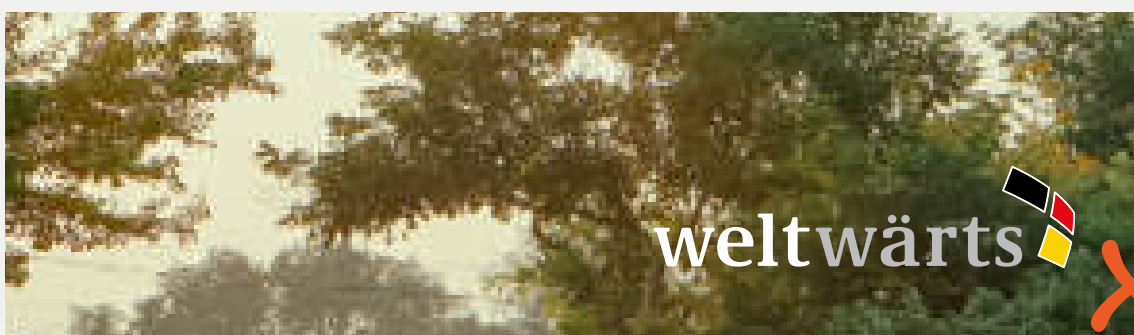
Das Standardlogo ist auf weißem Untergrund sowie auf einer Hinterlegung in 10–20 prozentigem Beige zulässig.
Die Positionierung des Logos auf Bildern ist mit Einschränkungen erlaubt, siehe folgende Seite.

Definition der zulässigen Farbkombinationen im invertierten Logo



Die invertierte Logoversion ist nur auf schwarzem Untergrund sowie auf einer Hinterlegung in Warm Grey zulässig.
Die Positionierung des Logos auf Bildern ist mit Einschränkungen erlaubt, siehe folgende Seite.

Positionierung des Logos auf Bildern



02. Einsatz der BMZ-Bildwortmarke in weltwärts-Medien

Für die Verwendung des Logos des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in den Medien von ENGAGEMENT GLOBAL gibt es feste Regeln. Die Bildwortmarke des BMZ wird auf der Rückseite des Printmediums in angemessener und gut lesbarer Größe mit dem Textzusatz ›Im Auftrag des‹ positioniert.

Die Abbildungsgröße der BMZ-Bildwortmarke (eps) sollte nach Möglichkeit mindestens 70 Prozent betragen. Es gibt allerdings Anwendungsfälle, in denen die Einhaltung dieser Vorgabe nicht realisierbar ist. Dann ist zu beachten, dass die BMZ-Bildwortmarke trotzdem gut erkennbar und vor allem lesbar bleibt. Die Schriftgröße des Textzusatzes ›Im Auftrag des‹ entspricht in der Kombination mit einem Absendertext oder einem Impressum der Schriftgröße dieses Textes. Werden BMZ-Logo und Textzusatz frei stehend platziert, so sollte die Schriftgröße von ›Im Auftrag des‹ in etwa der Größe der Schrift in der Bildwortmarke entsprechen.

Weitere Hinweise zur Verwendung der BMZ-Bildwortmarke sind auf der Website der Bundesregierung zu finden: <https://styleguide.bundesregierung.de>

Hinweise für Zuwendungsempfänger

Auf die Förderung der Maßnahme(n) durch EG und das BMZ ist in allen Druck- und Medien-erzeugnissen (einschließlich Webseiten und audiovisuellen Medien), die im Zusammenhang mit dem Projekt erstellt werden, mit folgendem Standardsatz hinzuweisen:

- »Gefördert durch ENGAGEMENT GLOBAL« (optional Logo von EG) sowie die Bildwortmarke des BMZ mit dem Zusatz »Mit Mitteln des«.
- Diese Angaben erscheinen auf der Rückseite des (Print)mediums in angemessener und gut lesbarer Größe auf weißem Hintergrund (BMZ-Bildwortmarke mindestens 70 Prozent der Originalgröße).
- Das weltwärts-Logo wird ebenfalls in angemessener und gut lesbarer Größe abgebildet, wobei die Höhe des weltwärts-Logos diejenige des BMZ-Logos nicht übersteigen soll.
- Im Impressum von Druck- und Medienerzeugnissen ist folgender Hinweis hinzuzufügen: »Für den Inhalt dieser Publikation ist allein der (Name Zuwendungsempfänger/ in/Herausgeber) verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von ENGAGEMENT GLOBAL oder des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.«
- Das Logo des BMZ steht in verschiedenen Sprachversionen zur Verfügung: deutsch, englisch, französisch, spanisch und portugiesisch.
- EG stellt dem Zuwendungsempfänger auf Anfrage Informationen und Logos auf www.weltwaerts.de/de/publikationen-ueber-weltwaerts.html zur Verfügung (die Login-Daten müssen über weltwärts bezogen werden).
- Die Verwendung des Logos zu anderen Zwecken ist nicht gestattet.

Schriften

03

01. Verwendung der weltwärts-Hausschriften

Bei den weltwärts-Hausschriften handelt es sich um lizenzfreie Google Fonts, die sich sowohl für Druckerzeugnisse als auch für den Webgebrauch eignen. Somit sind die definierten Schriften medienübergreifend zu verwenden (Aufsteller, Publikationen, Postkarten, Website, Kampagnen-Microsites). Es stehen zwei Hausschriften und eine Schmuckschrift zur Verfügung. Um einen aufgeräumten Gesamteindruck zu bewahren, sollten nicht zu viele Schriftarten und -schnitte auf einmal genutzt werden.

Bitter

Die Bitter ist eine ausdrucksstarke Serifenschrift und wird in erster Linie für Überschriften verwendet, sie kann aber auch für kurze Statements und Zitate zum Einsatz kommen. Als Überschrift muss sie immer in gemischter Schreibweise eingesetzt werden und nicht in Versalien (→ [Überschriften](#)). Um so eine besonders plakative Wirkung zu erzielen, kann die Bitter Bold mit blockartigen, schwarzen oder bunten Streifen hinterlegt werden (→ [Überschriften mit Hinterlegung](#)).

Barlow

Die Barlow ist eine schlichte und gut lesbare serifenlose Schrift, die für Fließtexte verwendet wird.

Rock Salt

Als weltwärts-Schmuckschrift wurde die Handschrift Rock Salt festgelegt. Schmuckschriften werden vor allem für dekorative Zwecke in Illustrationen oder Grafiken, für Überschriften oder Zitate verwendet. Ziel des Einsatzes von Schmuckschriften ist ein verspielter Gesamteindruck und ein optimales Zusammenspiel des Textes mit Grafiken und Illustrationen. Die Verwendung der Rock Salt in Fließtexten ist unzulässig.

Bitter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789,?;.!»«

Bitter Schriftschnitte

Bitter Regular
Bitter Italic
Bitter Bold
Bitter Bold Italic 700

Barlow

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789,?;.!»«

Barlow Schriftschnitte

Barlow Regular
Barlow Italic
 Barlow Medium
Barlow Medium Italic
Barlow Bold
Barlow Bold Italic

Rock Salt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789,?;.!»«

Rock Salt Schriftschnitte

ROCK SALT REGULAR

Überschriften (Bitter)

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**~~ICH BIN EINE ZWEIZEILIGE
ÜBERSCHRIFT.~~**

Überschriften mit Hinterlegung (Bitter)

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

Anführungszeichen (Guillemets)

**»weltwärts bringt die Welt
ein Stück mehr zusammen!«**

Anführungszeichen (Gänsefüßchen)

**„weltwärts bringt die Welt
ein Stück mehr zusammen!“**

Für professionell erstellte Medien werden die französischen Guillemets verwendet, für Briefkorrespondenz und andere nicht durch eine Agentur gestaltete Printprodukte dürfen auch Gänsefüßchen zum Einsatz kommen.

02. Verwendung von Systemschriften

Für Word- oder PDF-Dokumente des Gemeinschaftswerks, die nicht von einer Agentur gestaltet werden, kommen die Schriften Cambria und Franklin Gothic zum Einsatz, die standardmäßig in gängigen Betriebssystemen vorinstalliert sind.

Sie werden beispielsweise verwendet für:

- Einladungsschreiben zu Partnerkonferenzen oder offenen Trägertagungen
- Geschäftsordnung, Tagesordnungen und Protokolle des Programmsteuerungsausschusses bzw. der von ihm eingesetzten Arbeitsgruppen
- Dokumentationen von Partnerkonferenzen
- Förderleitlinien
- Qualitätsanforderungskatalog
- Antragsformulare
- Dokumente der Referenzgruppen weltwärts-Begegnungsprojekte
- Strategiepapiere weltwärts-Begegnungsprojekte

Für Korrespondenzen der Koordinierungsstelle weltwärts finden die Vorlagen von Engagement Global mit der Systemschrift Calibri Verwendung.

Cambria

Als Serifenschrift wird die Cambria in den Schriftschnitten Regular und Bold für Überschriften verwendet (→ [Cambria Schriftschnitte](#)).

Franklin Gothic

Für Fließtexte wird die Schrift Franklin Gothic in den Schriftschnitten Regular, Italic, Medium und Medium Italic verwendet (→ [Franklin Gothic Schriftschnitte](#)).

Cambria

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,?:.!»«

Cambria Schriftschnitte

Cambria Regular
Cambria Italic
Cambria Bold
Cambria Bold Italic

Franklin Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,?:.!»«

Franklin Gothic Schriftschnitte

Franklin Gothic Regular
Franklin Gothic Italic
Franklin Gothic Medium
Franklin Gothic Medium Italic

Farben

04

01. Die weltwärts-Hausfarben

Farben sind ein integraler Bestandteil der weltwärts-Identität. Die weltwärts-Farben wirken freundlich, dynamisch und optimistisch und spiegeln die Vielfältigkeit von weltwärts wider.

Die weltwärts-Hausfarben: vielfältig und bunt!

Die weltwärts-Farbwelt besteht aus vier Grundfarben (→ [weltwärts Grundfarben](#)), die in harmonischem Zusammenspiel mit den Engagement Global-Hausfarben Warm Grey und Beige auftreten (→ [Engagement Global Farben](#)). Durch diese Zusammenstellung wird eine Verbindung zu Engagement Global geschaffen. Die weltwärts-Farben werden nicht als Keycolours für bestimmte Zielgruppen verwendet. In allen Bereichen dürfen alle Farben zum Einsatz kommen.

Dunklere und hellere Abstufungen

Zu den weltwärts-Grundfarben Grün, Rot und Türkis gibt es jeweils ein dunkleres Pendant (→ [dunklere Abstufungen](#)). Zum weltwärts-Gelb ist kein dunkleres Pendant vorhanden. Die gedeckteren Farben können – wie auch die Farben Warm Grey und Beige – dazu genutzt werden, einen allzu knalligen Eindruck zu vermeiden und somit einen dezenteren Gesamteindruck zu bewahren. Gerade im Hinblick auf großflächige Farbhinterlegungen können die dunkleren Abstufungen zum Einsatz kommen.

Die helleren Farbabstufungen ermöglichen eine Varianz in der Gliederung von Tabellen und Diagrammen. Die Abstufungen sollten zugunsten einer guten Unterscheidbarkeit nicht zu klein gewählt sein; sie dürfen nicht für vollflächige Hinterlegungen genutzt werden. Zur Erzeugung hellerer Abstufungen in Druckerzeugnissen muss im CMYK-Farbraum entsprechend die Deckkraft prozentual angepasst werden (80 Prozent, 60 Prozent usw. → [hellere Abstufungen](#)). Für Programme wie Microsoft PowerPoint, in denen nicht die Möglichkeit besteht, Farbabstufungen in Prozent auszuwählen, sind die entsprechenden HEX-Werte angegeben.

Flächige Hinterlegungen und Verläufe

Grundsätzlich ist ein großflächiger Einsatz von Farben erlaubt. Wenn mehrere Farben im Zusammenspiel auftreten, ist (vor allem bei großflächigem Einsatz) darauf zu achten, dass der Gesamteindruck nicht zu bunt ist! Farbverläufe sind im weltwärts-Corporate Design unzulässig.

Beim Einsatz der Farben ist auf den entsprechenden Verwendungszweck zu achten: Bei Druckprodukten werden die CMYK-Farben verwendet, für den digitalen Einsatz (Website, PPT-Präsentationen und Web-PDFs) gelten die RGB-Farben bzw. HEX-Farben.

weltwärts-Grundfarben

**grün**

CMYK
40 | 0 | 100 | 0

RGB
184 | 202 | 50

Hexacode
#B8C931

**rot**

CMYK
0 | 75 | 90 | 0

RGB
235 | 91 | 37

Hexacode
#EB5B25

**türkis**

CMYK
65 | 0 | 25 | 0

RGB
77 | 189 | 198

Hexacode
#4DBDC6

**gelb**

CMYK
0 | 25 | 95 | 0

RGB
253 | 196 | 0

Hexacode
#FDC400

dunklere Abstufungen

**dunkelgrün**

CMYK
50 | 0 | 100 | 20

RGB
128 | 165 | 27

Hexacode
#80A51B

**dunkelrot**

CMYK
5 | 85 | 100 | 5

RGB
215 | 63 | 18

Hexacode
#D73F12

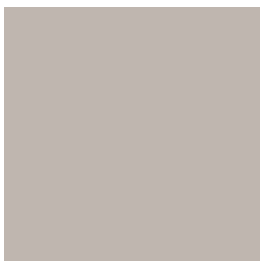
**dunkeltürkis**

CMYK
85 | 30 | 40 | 5

RGB
0 | 131 | 144

Hexacode
#008390

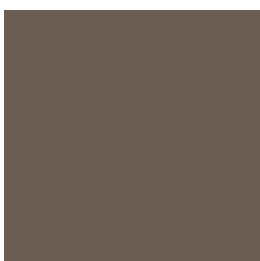
ENGAGEMENT GLOBAL Farben

**Beige**

CMYK
30 | 27 | 30 | 0

RGB
191 | 182 | 173

Hexacode
#BFB6AD

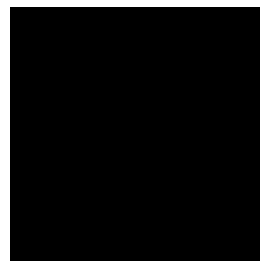
**Warm Grey**

CMYK
26 | 34 | 38 | 60

RGB
103 | 92 | 83

Hexacode
#675C53

Schwarz

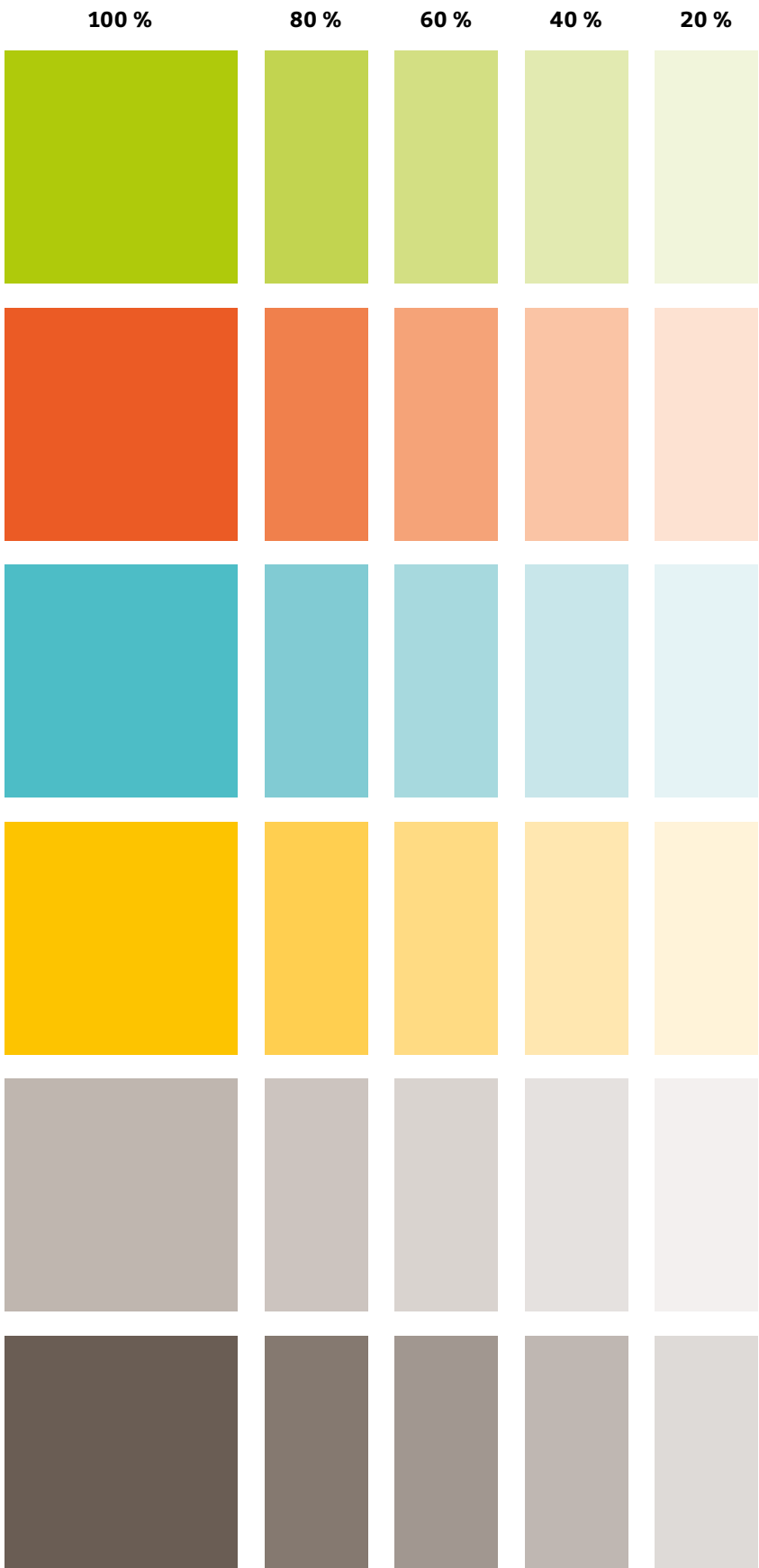


CMYK
0 | 0 | 0 | 100

RGB
0 | 0 | 0

Hexacode
#000000

hellere Abstufungen



02. Farben und Schriften in Kombinationen

Schriften und vor allem Fließtexte werden standardmäßig immer in 100 prozentigem Schwarz gesetzt (→ [Schwarz](#)).

Im Falle von Überschriften, Zitaten oder Teasern sind auch farbige Schriften vorgesehen. Insbesondere bei Kombinationen aus farbiger Schrift mit flächigen Farbhinterlegungen ist auf eine gute Lesbarkeit zu achten. Im Einzelfall ist die Lesbarkeit vor allem auch in Abhängigkeit zur verwendeten Schriftgröße zu prüfen. Für den Druck- und Webgebrauch werden unterschiedliche Richtlinien festgelegt (→ [erlaubte Farbkombinationen für Schriften im Webgebrauch](#)).

Barrierefreiheit im Farbgebrauch

Um einen barrierefreien Zugang innerhalb der Druckerzeugnisse und der Internetpräsenz zu ermöglichen, bedarf es spezifischer Regeln, die für jedes Kommunikationsmittel entsprechend definiert werden.

Der Farbeinsatz für Web und Print im Sinne der Barrierefreiheit findet sich in den Kapiteln → [Website](#) und → [Druckerzeugnisse](#).

Bilder

Verwendung, Bilderzählung und Kontext

05

01. Bildaussage

Fotografien werden in allen gedruckten und digitalen Medien eingesetzt. Es ist das Ziel der Fotografien, Geschichten zu erzählen, Eindrücke von den Einsatzländern und Tätigkeitsbereichen der Freiwilligen zu vermitteln, Texte und Erfahrungsberichte zu illustrieren und Personen vorzustellen; darüber hinaus haben Fotografien eine erheblich ästhetische Wirkung. Der durchgängige Einsatz von aussagekräftigen und qualitativ hochwertigen Fotografien im Rahmen des Corporate Designs prägt die Außenwirkung von weltweit entscheidend mit. Daher unterliegen die eingesetzten Fotografien den hier festgelegten Qualitätsstandards.

Verwendung von Stockbildern

Erfahrungs- und Projektberichte, die von tatsächlichen Erlebnissen erzählen, müssen stets authentisch und individuell bebildert werden. Für einen übergreifenden Kontext – zur Herstellung von Stimmungen oder als Themenbilder – können auch Stockbilder zum Einsatz kommen, sofern sie den nachfolgenden Kriterien entsprechen. Auf Stockfotos abgebildete Personen dürfen niemals fälschlich in einem konkreten Kontext dargestellt werden, d. h. die Bilder dürfen nicht als Zitatbilder verwendet werden.

Was soll erzählt werden?

Um aussagekräftig zu sein und Spannung zu erzeugen, müssen Fotografien eine Geschichte erzählen. Damit dies gelingt, kann es hilfreich sein, folgende Fragen zu stellen: Wer, was, wie, wo und mit wem. Die dargestellten Personen (wer?) werden aktiv bei einer konkreten Tätigkeit (Was?), die sie in diesem Augenblick auch tatsächlich ausüben (wie?), dargestellt. Zudem sollte sie im Kontext zu einer interessanten Umgebung (wo?) oder in Interaktion mit einer/mehreren anderen Person/en dargestellt werden (mit wem?).

Worauf es bei Personendarstellungen ankommt

Fotografien sind nicht Abbilder einer objektiven Realität, sondern Ausschnitte, die von unseren vorgefertigten Vorstellungen beeinflusst werden. Auf den Fotografien von weltweit werden meist Menschen aus unterschiedlichen Kulturen abgebildet. Diese müssen stets auf Augenhöhe und gleichberechtigt dargestellt werden, damit keine Machtungleichheiten interpretierbar werden. Das gilt vornehmlich für die Augenhöhe auf inhaltlicher Ebene (beispielsweise in Bezug auf die Tätigkeiten der Personen).

Die eigene Motivwahl sollte auf Grundlage folgender Kriterien immer kritisch hinterfragt werden: Die Situationen sind immer realistisch, d. h. sie dürfen weder dramatisiert noch romantisiert werden. Die Aussage der Bilder ist stets positiv. Die Abgebildeten werden in menschenwürdigen Situationen dargestellt, d. h. die Darstellung von Elend, Demütigung, Nacktheit und jeglicher Form von Diskriminierung ist ausgeschlossen. Bei der Bildauswahl muss auf die Vielfältigkeit der verschiedenen Bilder geachtet werden, um die Entstehung von Klischees und Stereotypen zu verhindern. Außerdem sollen sich die Bilder von der visuellen Sprache der Tourismuswerbung abheben. Der Kontext zum Freiwilligendienst muss dabei stets gewahrt bleiben.

Bildkriterien

Im Folgenden sind sechs Kriterien aufgeführt, auf deren Grundlage die Beurteilung von Personendarstellungen leichter fällt.

GLEICHWERTIG

Die abgebildeten Personen werden *gleichwertig* gezeigt, denn darum geht es bei weltweit: Menschen aus anderen Kulturen begegnen sich auf Augenhöhe und engagieren sich partnerschaftlich.

KONKRET

Je *konkreter* die Einblicke in das Leben der Freiwilligen vor Ort, desto aussagekräftiger und spannender wirkt die Bildwelt. Durch die Darstellung konkreter Situationen wird deutlich, dass jeder Freiwilligendienst anders und individuell ist. Gleichzeitig sollte die Bildwelt die vielfältigen Facetten des Freiwilligendienstes zum Ausdruck bringen (Lebenswelt, kulturelle Aspekte, umgebende Natur, Menschen vor Ort, andere Freiwillige etc.).

POSITIV

Die Bildwelt bringt eine positive Atmosphäre zum Ausdruck, ohne dabei Umstände zu beschönigen. Situationen wirken *positiv*, wenn Menschen Spaß haben, aufeinander eingehen, konzentriert sind und gemeinsam lachen.

NATÜRLICH

Die Bildwelt wirkt *natürlich* und weitestgehend ungestellt (Gruppenbilder ausgenommen). Spontane Interaktionen und echte Emotionen tragen zur positiven Stimmung bei und machen die Bilder glaubhaft und authentisch.

ENGAGIERT

Die Abgebildeten werden bei einer Tätigkeit oder Interaktion miteinander gezeigt. Passive Körpersprache und gestellte Situationen gilt es zu vermeiden, die Personen wirken *engagiert* und motiviert.

GEMEINSAM

Die Personen arbeiten *gemeinsam* und nicht isoliert voneinander. Es muss deutlich werden, dass respektvoller Austausch auf Augenhöhe besteht, aufeinander eingegangen wird und soziale Kompetenzen zum Einsatz kommen.



Die Freiwillige wird auf Augenhöhe mit einer Frau im Einsatzland dargestellt. Die beiden arbeiten als Team zusammen und haben Freude bei ihrer Tätigkeit.

- ✓ partnerschaftlich
- ✓ konkret
- ✓ positiv
- ✓ natürlich
- ✓ engagiert
- ✓ gemeinsam



Die Dargestellten interagieren miteinander, eine Geschichte wird erzählt. Die Kernhandlung/Bildaussage ist mittig positioniert.

- ✓ partnerschaftlich
- ✓ konkret
- ✓ positiv
- ✓ natürlich
- ✓ engagiert
- ✓ gemeinsam



Der Bildausschnitt ist so gewählt, dass die unschöne weiße Wand weitgehend ausgelassen wird.

- ✓ partnerschaftlich
- ✓ konkret
- ✓ positiv
- ✓ natürlich
- ✓ engagiert
- ✓ gemeinsam



Das Foto stellt die Tätigkeit des Freiwilligen im Einsatzland dar. Die Beteiligten spielen zusammen und auf Augenhöhe. Tipp: Das Bild könnte etwas besser beleuchtet werden und der Bildausschnitt auf das Wesentliche geschoben werden.

- ✓ partnerschaftlich
- ✓ konkret
- ✓ positiv
- ✓ natürlich
- ✓ engagiert
- ✓ gemeinsam



In diesem Beispiel treten die Menschen miteinander in Interaktion und das Bild hat eine positive Ausstrahlung. Eine Bildunterschrift könnte den konkreten Kontext zu z. B. einer Seminarsituation herstellen.

- ✓ partnerschaftlich
- konkret
- ✓ positiv
- ✓ natürlich
- ✓ engagiert
- ✓ gemeinsam



Dieses Foto ist nicht authentisch und wirkt zu gestellt.

- ✓ partnerschaftlich
- ✗ konkret
- ✓ positiv
- ✗ natürlich
- engagiert
- ✓ gemeinsam



Es entsteht der Eindruck, dass das Bild auf die Darstellung von Armut fokussiert. Das Bild wird zudem durch einen Fotoeffekt verfälscht. Der Kontext zum Freiwilligendienst wird nicht ersichtlich, es ist zu wenig konkret.

- ✗ partnerschaftlich
- ✗ konkret
- ✗ positiv
- ✗ natürlich
- ✗ engagiert
- ✗ gemeinsam



Das Mädchen wirkt isoliert in einer ärmlich wirkenden Umgebung. Das Bild wirkt zu gestellt und düster, was durch die Verwendung eines Fotoeffekts verstärkt wird.

- ✗ partnerschaftlich
- ✗ konkret
- ✗ positiv
- ✗ natürlich
- ✗ engagiert
- ✗ gemeinsam



Dieses Bild bringt Ungleichheit zwischen den Touristen und den vietnamesischen Fahrern zum Ausdruck.

- ✗ partnerschaftlich
- konkret
- positiv
- ✗ natürlich
- ✓ engagiert
- ✗ gemeinsam



Dieses Bild wirkt sehr touristisch und stellt keinen Zusammenhang zum Freiwilligendienst her. Es bedarf der Zustellung eines erklärenden Textes.

- ☐ partnerschaftlich
- ☒ konkret
- ☒ positiv
- ☒ natürlich
- ☐ engagiert
- ☒ gemeinsam



Dieses Bild stellt den Freiwilligen als erklärende/einweisende Person dar und erfüllt nicht das Kriterium der Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

- ☒ partnerschaftlich
- ☒ konkret
- ☒ positiv
- ☐ natürlich
- ☒ engagiert
- ☐ gemeinsam



Die beiden abgebildeten Menschen erscheinen nicht auf Augenhöhe, da keine Zusammenarbeit gezeigt wird; die Geste des Händewaschens erweckt den Eindruck eines ungleichen Machtverhältnisses.

- ☒ partnerschaftlich
- ☐ konkret
- ☐ positiv
- ☐ natürlich
- ☐ engagiert
- ☐ gemeinsam

02. Bildästhetik

Da Fotografien durch ihren zunehmend großflächigen Einsatz in allen Medien zu einem zentralen Gestaltungselement zählen und damit das Corporate Design erheblich beeinflussen, müssen sie auch ästhetischen und qualitativen Ansprüchen genügen. Dazu zählen neben einer ausreichenden Bildauflösung auch eine spannende Bildkomposition und -beleuchtung. Bilder sollten niemals mit Fotoeffekten (z. B. Instagram-Filter) versehen werden, da diese auch die Aussage des Bildes verfremden können. Der Einsatz von Schwarzweißfotografien ist zulässig.

Es ist vor allem den Freiwilligen situationsbedingt nicht immer möglich, das »perfekte« Bild zu schießen. Folgende Richtlinien unterstützen bei der Auswahl und Anfertigung von qualitativ hochwertigem Fotomaterial:

Komposition

Durch eine gezielte Bildkomposition wird es der fotografierenden Person möglich, den Blick der Betrachterinnen und Betrachter auf die entscheidenden und aussagekräftigen Bereiche des Bildes zu lenken. Das kann durch eine im Bild zentrale Platzierung der Bildaussage erreicht werden, z. B. einer Freiwilligen bei ihrer Tätigkeit.

Tiefenschärfe

Tiefenschärfe bezeichnet die Eigenschaft einer Kameralinse, Objekte/Personen in einer bestimmten Entfernung scharf darzustellen und alle näher liegenden oder weiter entfernten Objekte unscharf. Der Übergang zwischen scharfen und unscharfen Bereichen verläuft fließend. Diese Eigenschaft kann von Fotografierenden dazu genutzt werden, die zentrale Bildaussage besonders in Szene zu setzen und zu selektieren. Zudem bringt der gezielte Einsatz von Tiefenschärfe auch eine besondere Bildästhetik hervor und wirkt professionell. Doch auch der Einsatz von Tiefenschärfe ist kontextabhängig: Werden die Freiwilligen in ihrem Arbeitsumfeld gezeigt, sollte dieses ebenfalls scharf sein.

Bildausschnitt

Durch einen professionellen Umgang mit dem Bildausschnitt können wichtige Bereiche des Bildes ein- und ausgespart werden. So können Elemente, die weder zur Bildaussage noch ästhetisch einen Beitrag leisten – wie zum Beispiel Wände oder Türen – gezielt ausgespart werden. Der Bildausschnitt kann in der Nachbearbeitung korrigiert werden. Oft sind querformatige Bilder in der Anwendung praktikabler als hochformatige, da sie medienübergreifend verwendet werden können. Zudem lassen sich hochformatige Bilder leichter aus querformatigen ausschneiden, als andersrum.

Beleuchtung

Bei der Beleuchtung sollte der für die Bildaussage zentrale Bereich weder unter- noch überbelichtet sein. Gegenlicht ist zu vermeiden. Die Beleuchtung sollte natürlich sein und nicht unnötig dramatisieren, die Lichtstimmung hell und freundlich wirken. Fotografien mit Blitz

wirken häufig unnatürlich. Weiße Bereiche sollten weder zu gelblich noch zu bläulich erscheinen (Weißabgleich).

Kameraposition

Durch die Veränderung der Kameraperspektive können Fotografierende Einfluss auf die Bildaussage nehmen; so wirken Menschen, die von einer erhöhten Kameraposition »von oben herab« fotografiert werden, kleiner und damit machtlos, eine Person, die von unten aus fotografiert wurde, wirkt größer und mächtig. Vor allem bei Kindern oder kleineren Personen ist es empfehlenswert, etwas in die Knie zu gehen und diese »auf Augenhöhe« oder sogar von unten nach oben zu fotografieren.

Abwechslung

Beim Einsatz mehrerer Bilder in einem Kontext ist Abwechslung empfehlenswert. Die Bilder zeigen unterschiedliche Aspekte: Das bedeutet, dass innerhalb z. B. eines Erfahrungsberichtes nicht nur Gruppenfotos oder nur Portraits zu sehen sind. Eine gute Mischung von Bildern, die verschiedene Aspekte eines Projekts oder eines Landes darstellen, wirkt der Reproduktion von Stereotypen entgegen.



Komposition: Die Dargestellten befinden sich auf einer Höhe mit der Kamera, die Protagonistinnen sind im Zentrum des Bildes inszeniert.



Tiefenschärfe: Die Freiwillige wird durch den Einsatz von Tiefenschärfe vom Hintergrund abgehoben. So wirkt das Bild aufgeräumt und der Blick wird sofort auf das Wesentliche gelenkt.



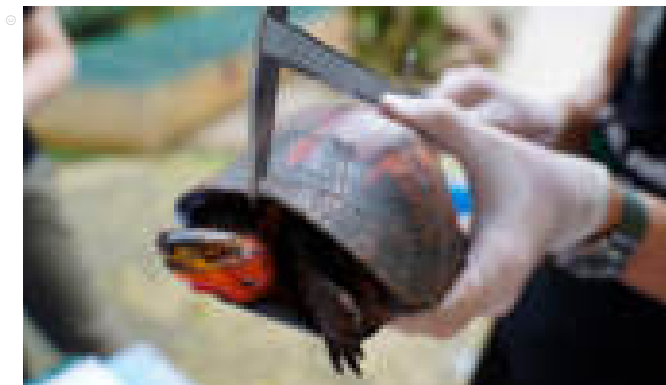
Bildausschnitt: Der Bildausschnitt wurde so gewählt, dass unwichtige oder unruhige Bestandteile des Klassenzimmers ausgespart werden. Der Blick wird auf das Wesentliche gelenkt. Personen sollten möglichst nicht abgeschnitten werden (siehe Person auf der linken Seite).



Beleuchtung: Die Beleuchtung wirkt natürlich, der für die Bildaussage entscheidende Bereich ist gut belichtet, während der Hintergrund etwas dunkler wird. Die Tiefenschärfe spart unwichtige Details aus.



Kameraposition: Besonders gelungen ist hier, dass die Kinder von unten nach oben fotografiert wurden. Das Foto ist spontan entstanden und wirkt deshalb lebhaft und authentisch. Die Bewegungsunschärfe trägt zur Dynamik des Bildes bei.



Abwechslung: Eine Detailaufnahme wie diese sorgt für eine spannende Abwechslung. Die Tiefenschärfe lässt das Foto hochwertig wirken. Das Bild verschafft einen Eindruck von der Arbeit der Freiwilligen.

03. Fotografien im Kontext

Fotografien treten in weltwärts-Medien oft in Verbindung mit Texten oder auch anderen Bildern auf, in Kampagnen und den sozialen Medien. Texte und insbesondere auch Bildunterschriften können das Abgebildete oft in einen anderen Zusammenhang bringen und inhaltlich ergänzen. Deshalb gilt: Wenn möglich, sollten Bilder immer mit Bildunterschriften versehen werden.

Bildunterschriften

In der Bildunterschrift muss immer ein Copyright sowie der Name der Urheberin oder des Urhebers angegeben werden; zudem sollten thematische Kontexte und weiterführende Informationen ergänzt und gegebenenfalls die dargestellten Personen namentlich erwähnt werden. Werden Namen genannt, so sind die Namen aller abgebildeten Personen und nicht nur die Namen der weißen Personen aufzuführen.

Rechtliche Anforderungen

Jeder Mensch darf selbst bestimmen, ob er fotografiert und dieses Bild veröffentlicht wird (Recht am eigenen Bild). Dies kann schriftlich oder mündlich erfolgen. Bei der Ablichtung von Kindern, muss die Erlaubnis der Eltern eingeholt werden. Die Einholung einer Erlaubnis ist nicht notwendig, wenn Personen auf dem Bild nicht erkennbar sind (beispielsweise von hinten fotografiert wurden) oder wenn sie nicht Motiv des Bildes, sondern Beiwerk einer Landschaft oder Örtlichkeit sind.

Barrierefreie Bildbeschreibungen

Der Alternativtext ist eine Textalternative zum Bild. Er wird angezeigt, wenn das Bild nicht sichtbar ist oder nicht gesehen werden kann. Er kommt dann zum Einsatz, wenn das Bild redaktionell relevant ist und den Textinhalt unterstützt. Der Alternativtext beschreibt das Motiv, interpretiert es aber nicht. Für Schmuckbilder ist kein Alternativtext notwendig.

Illustrative Elemente

Icons, Illustrationen und Collagen

06

01. Icons

Icons werden zur Kennzeichnung von Themen oder Bereichen verwendet. Zudem können sie als Element in Collagen oder beispielsweise als Hinterlegung von Infoboxen eingesetzt werden. Die weltwärts-Icons wirken mit ihrem handgezeichneten, groben Permanentmarker-Look schnell und entschlossen geschildert.

Um die typische Filzstift-Optik zu erzeugen, werden sie immer in sattem Schwarz gesetzt. Für die charakteristische Linienführung wird eine runde Pinselspitze mit gleichmäßiger Linienstärke verwendet, z. B. in Adobe Illustrator. Dabei ist darauf zu achten, dass die Linien der verschiedenen Icons annähernd gleich stark sind. Bei der Skalierung eines Icons muss daher auch die Linie skaliert werden.

Dieselbe Technik kommt auch beim Zeichnen von Länderumrissen zum Einsatz. In diesem Fall – sofern das nicht zu unruhig wirkt – wird der Umriss oft auch mit einer farbigen Hinterlegung versehen, die zusätzlich leicht versetzt wird.

Beispiele für unterschiedliche Icons



Beispiele für mit Scribbles hinterlegte Icons



02. Weitere illustrative Elemente

Die weiteren illustrativen Elemente von weltweit haben wie die Icons einen dynamisch-spielerischen Charakter und wirken grafisch handgemacht. In Kombination mit einem freigestellten Foto (z. B. dem Portrait eines jungen Menschen) kann der Eindruck entstehen, die abgebildete Person hätte das beigestellte illustrative Element selbst gezeichnet.

Grundform Kreis

In Anlehnung an die Erdkugel wird als wiederkehrende Grundform der Kreis eingesetzt.

Schraffierte Kontinente

Ein weiteres Stilelement sind die schraffierten Kontinente, die analog zu den Icons einen handgezeichneten Look aufweisen (→ [Schraffierte Kontinente](#)).

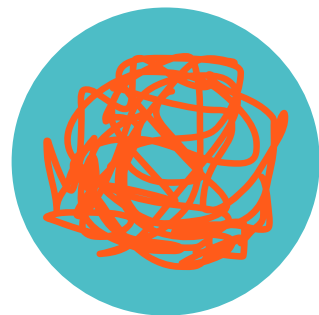
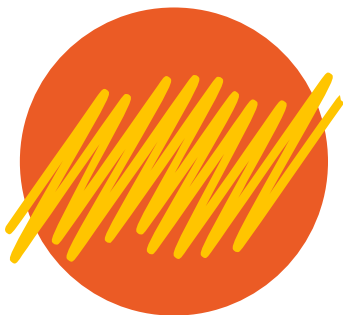
Scribbles

Handgezeichnete Scribbles werden als bunte Hinterlegung bei Collagen oder Piktogrammen verwendet. Bei der Kombination dieser Elemente muss darauf geachtet werden, dass der Gesamteindruck nicht zu bunt oder unruhig wirkt. In vielen Fällen hilft es an dieser Stelle bereits, das Scribble im dunkleren bzw. helleren Pendant des jeweiligen Hintergrundfarbtons einzufärben. (→ [Beispiele für Scribbles](#)).

Schraffierte Kontinente



Beispiele für Scribbles



03. Collagen

weltwärts verbindet unterschiedliche Menschen und Kulturen miteinander. Diese verbindende Eigenschaft greift das eingesetzte Gestaltungsmittel der Collage visuell auf. Die Collage erlaubt es, unterschiedliche Motive und Bildarten spielerisch miteinander zu verknüpfen.

Auf visuell-formaler Ebene ermöglichen Collagen eine farbenfrohe Mischung fotografischer, grafischer und illustrativer Elemente. Auf inhaltlicher Ebene schaffen sie Möglichkeiten für räumlich oder kontextuell ansonsten unrealisierbare Zusammenstellungen.

Die weltwärts-Collagen muten an wie Ausschnitte aus einem selbst gestalteten Reisetagebuch in »Scrapbook-Technik«. Genauso individuell wie ein solches Scrapbook gestalten die Freiwilligen ihren Dienst selbst.

Die abgebildeten Personen werden zwar idealisiert, aber trotzdem realistisch und glaubwürdig abgebildet. Es geht darum, reale, identifizierbare Akteurinnen und Akteure in erstrebenswerten Positionen darzustellen! Dahingehend sollten die einzelnen Bildelemente mit größter Sorgfalt ausgewählt werden und ihre Wirkung auf die Zielgruppe(n) stets gründlich hinterfragt werden. Die Botschaft jedes einzelnen Motivs trägt einen möglichst positiven und zukunftsorientierten Charakter in sich.

Die in den Collagen eingesetzten freigestellten Portraits können sowohl farbig als auch schwarz-weiß sein.

Grundform Kreis

Als Grundelement muss in den Collagen immer wieder der Kreis zu finden sein, der an die Eine Welt erinnert, in der alle Beteiligten wirksam werden und ihren Beitrag leisten: Er wird entweder als haltgebende Grundform verwendet oder als Element in die Collage selbst eingefügt.

Fotomotive

Die Collagen arbeiten fast ausschließlich mit freigestellten Motiven. Dies können Portraits sein (oft bis auf Brusthöhe freigestellt), oder auch einzelne spielerische Elemente wie Hände (als Analogie zum Handeln), Spielzeug, Geldmünzen, Tiere usw. Als wichtiges Stilelement können die freigestellten Motive über ihre jeweilige Grundform hinausragen, so dass ein räumlicher, immersiver Eindruck entsteht. Bei der Auswahl der Fotomotive für Collagen muss darauf geachtet werden, dass diese mit der Kreisform, bzw. den anderen Collageelementen, ein dynamisches und spannungsreiches Verhältnis eingehen. Das kann zum Beispiel erreicht werden, indem sich die abgebildete Person aus der Kreisform hinausneigt oder die abgebildeten Hände aus dem Kreis herausgreifen, um außerhalb des Kreises mit etwas zu interagieren. Eine Interaktion zwischen Fotomotiv und Illustration kann zusätzlich Dynamik erzeugen.

Die Fotomotive müssen so bearbeitet werden, dass sie ein warmes, fast nostalgisches Farbklima erhalten. Alle Fotomotive müssen sorgfältig freigestellt, farblich aufeinander abge-

stimmt und gegebenenfalls nachgeschärft werden. Die dargestellten Personen müssen authentisch aussehen, nicht »modelhaft«. Sie müssen dem Alter der Zielgruppe entsprechen. Dasselbe gilt auch für die Hände: Auch sie müssen dem Alter der Zielgruppe entsprechend ausgewählt sein (→ *Bildsprache*).

Illustrationen

In den Collagen können zusätzlich – beispielsweise um den thematischen Bezug herzustellen oder zu verdeutlichen – Illustrationen zum Einsatz kommen. Diese müssen handgemalt aussehen – als seien sie mit einem Filzstift gezeichnet worden. Bei der Auswahl oder Anfertigung der Illustrationen muss darauf geachtet werden, dass diese nicht zu detailreich sind und sie durchweg dieselbe Linienstärke verwenden. Bei Skalierung muss die Linienstärke ebenfalls im Abgleich mit anderen Illustrationen angepasst werden. Wahlweise kann eine Illustration mit einer ihrer Form entsprechenden, farbigen Fläche hinterlegt werden.

Hintergrundgestaltung

Für eine farblich noch lebhaftere Ausgestaltung der Collagen kann im Hintergrund mit »Farbscribbles« gearbeitet werden. Diese sollten den Eindruck erwecken, als seien sie von Hand erstellt worden, dürfen aber nicht zu unruhig wirken.

Text und Collage

Es besteht die Möglichkeit, die Collagen mit Text zu kombinieren. Dafür wird in der Regel – zur Fortführung des handgezeichneten Eindrucks – die Schriftart »Rock Salt« verwendet, alternativ aber auch die »Bitter Bold« mit farbiger Hinterlegung.

Beispiele für Collagen auf Kreisen



Die freigestellte Hand interagiert mit dem illustrierten Motiv.



Die freigestellte Person hält Blickkontakt mit etwas außerhalb des Kreises; die Illustration unterstützt die Bildaussage inhaltlich.



Das Motiv wird in diesem Fall durch die illustrierte Checkliste ergänzt.



Das freigestellte Motiv wird durch die illustrierten Schallwellen in seiner Aussage verstärkt.



Die Fotos der sprechblasenförmigen Haftnotizen wurden hier so bearbeitet, dass sie mit den weltwärts-Farben harmonisieren. Der Text spielt mit unterschiedlichen Schriftgrößen.



Collagen können auch ohne fotografische Elemente angefertigt werden.

Sprachgebrauch und Textredaktion

**Tonality, Regeln und
gendergerechte Sprache**

07

01. Tonality

Tonality bezeichnet die Art und Weise des Sprachgebrauchs und der Ansprache der unterschiedlichen Zielgruppen. Junge Menschen zwischen 18 und 28 Jahren pflegen andere Ausdrucksweisen als ältere Menschen – und selbst innerhalb der Zielgruppe variieren Wortwahl und Formulierungen bereits stark.

Keine konstruierte Jugendsprache

Die Nachahmung zielgruppenspezifischer Ausdrucksweisen schlägt meist fehl und erscheint den betreffenden Personen als zu »gewollt« und wird somit alles andere als ansprechend aufgefasst. Zudem macht die große Altersspanne der Zielgruppe eine Nachahmung unmöglich. Infolgedessen ist dringend vom Gebrauch konstruierter Jugendsprache und die damit einhergehenden Sprachvarianzen abzuraten.

Professionelle und spannungsreiche Wortwahl

Stattdessen sollte eine seriöse und professionelle Sprache gewählt werden, die für die gesamte Altersspanne der Zielgruppe aufmerksamkeitsstark ist, Spannung erzeugt und Neugier für die weiteren Inhalte der Texte weckt. Für Headlines und Sublines heißt das: Nicht alles gleich verraten, keine klassischen Erlebnisberichte oder Tagebucheinträge wählen (»Marias Jahr in Sambia« oder »Lukas fährt für 12 Monate nach Bolivien«). Stattdessen können interessante Details aus den Texten innerhalb der Überschriften hervorgehoben werden, Fragen gestellt, Irritation erzeugt und manchmal sogar ein wenig provoziert werden.

Die Tonality kann abhängig von den Adressierten und je nach Themenbereich variieren. So sollten z. B. Informationen zur Finanzierung professionell und sachlich formuliert werden, Erfahrungsberichte oder Artikel dagegen eher spannend und authentisch.

»Sie« oder »Du«?

Laut Zielgruppenbefragung möchten Freiwillige und Ehemalige generell lieber mit »du« angesprochen werden, für Organisationen und alle anderen wird die förmliche Ansprache »Sie« gewählt.

02. Regeln

Allgemeines

- Es gilt die neue deutsche Rechtschreibung.
- **Anrede für den Bereich Freiwillige und Ehemalige:** Die Anredepronomen werden klein geschrieben mit Ausnahme von E-Mails und Briefen.
- **Anrede für alle weiteren Bereiche:** Die Anredepronomen Sie und Ihnen werden groß geschrieben.
- Euro statt €
- E-Mail

Schreibweisen bei Verwendung von Zahlen

- Datumsangabe: **1. Januar 2018**
- Zahlen ab Tausender-Schritten gliedern nach dem Muster: **1.000, 22.000, 1.000.000.**
- Zeitangaben: **7:30 Uhr, 22:05 Uhr**, Ausnahme: **7 Uhr, 22 Uhr** bei vollen Stunden innerhalb von redaktionellen Texten.
- Telefonnummern: **+49 228 20 717-xxx**
Achtung: Leerstelle einfügen zwischen Länder- und Ortswahl und Anschluss.
- Zahlen von **eins bis zwölf** werden ausgeschrieben, ab der 13 sind Ziffern zu verwenden.

Eigennamen

weltwärts

- weltwärts wird immer klein geschrieben, auch am Satzanfang
- Zusammensetzungen: weltwärts kann durch Bindestrich mit anderen Worten verbunden werden: z. B. weltwärts-Programm, weltwärts-Freiwilliger, weltwärts-Einsatzplätze, weltwärts-Partnerländer
- weltwärts wird **nicht in Anführungszeichen** gesetzt, auch nicht zur besonderen Hervorhebung. Bsp.: ~~Das Programm „weltwärts“~~ ...

Außerschulische Begegnungsprojekte im Kontext der Agenda 2030

- Der o. g. volle Eigenname muss einmal zu Textbeginn genannt werden, anschließend ist die Verwendung der kürzeren Begriffe Begegnungsprojekte, weltwärts-Begegnungen zulässig.
- Wird der o. g. lange Eigenname innerhalb eines Textabsatzes platziert, soll er zur besseren Übersicht in Anführungszeichen gesetzt werden:

[...] »Außerschulische Begegnungsprojekte im Kontext der Agenda 2030« [...].

- Die Konstruktion einer Zusammensetzung in dieser Form ist nicht zulässig: die Konstruktion muss durch geänderten Satzbau aufgelöst werden:
~~weltwärts »Außerschulische Begegnungsprojekte im Kontext der Agenda 2030« [...]~~

Nord-Süd/Süd-Nord

- Schreibweise in Publikationen:
Nord-Süd-Komponente
- Trennbare Schreibweise in digitalem Gebrauch: Nord-Süd Komponente

ENGAGEMENT GLOBAL

- Der Eigenname wird in Versalien geschrieben (in Fließtexten in gemischter Schreibweise).

Satzregeln

- Anführungszeichen sparsam verwenden: „ “ „ “
(über Tastatur **Alt+0132** und **Alt+0147**), **keine** Zollstriche: “ ”.
Von Agenturen erstellte Medien nutzen französische Guillemets »«.
- *Kursiv*-Schrift wird im Onlinebereich nicht verwendet.
- **Regel: Klammern () möglichst meiden.**
Ausnahmen: Zusatzinformationen zweiter Ordnung, Erklärungen von Abkürzungen oder bei Erstnennung einer langen Organisationsbezeichnung die Abkürzung.
- Harte Trennstriche (häufig bei Copy & Paste übertragen) entfernen. Generell **weiche Trennstriche** mit **STRG+-** verwenden.

Barrierefreier Umgang mit Abkürzungen

In Publikationen

- In Dokumenten, die veröffentlicht werden, werden keine weltwärts-Abkürzungen (PSA; PK, VN) genutzt.
- Bei eher internen Dokumenten (z. B. Protokolle) werden Abkürzungen bei der ersten Verwendung ausgeschrieben und die Abkürzung in Klammern dahinter gesetzt.

Auf der Website

- Im Web werden Abkürzungen (z. B. BMZ, NGO etc.) bei Mouseover ausgeschrieben dargestellt. Dazu muss im CMS im Texteditor die Funktion „Abreviation“ genutzt werden. Bei der ersten Verwendung der Abkürzung wird der Begriff voll ausgeschrieben und die Abkürzung in Klammern dahinter gesetzt.

- Vereinzelt werden feststehende und erklärungsbedürftige Begriffe über die „Abreviation“ erläutert:

Globaler Süden Der Begriff des Globalen Südens ist der Versuch einer nicht wertenden Sprache und wird im entwicklungspolitischen Kontext häufig genutzt, um die Gruppe von Staaten zusammenzufassen, welche im globalen Vergleich als gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich weniger privilegiert gelten.

Globaler Norden Der Begriff des Globalen Nordens ist der Versuch einer nicht wertenden Sprache und wird im entwicklungspolitischen Kontext häufig genutzt, um die Gruppe von Staaten zusammenzufassen, welche im globalen Vergleich als gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich privilegiert gelten.

- Sofern Anglizismen nicht vermieden werden können, sind auch diese über eine »Abreviation« zu erläutern.

Besondere Begriffe/Sensible Wortwahl

Einbringen und unterstützen statt handeln und helfen

- Die Teilnehmenden der Freiwilligen und Begegnungsprojekte unterstützen sich wechselseitig. Wir sprechen nicht von helfen oder Hilfe.

Ausnahme: Im Kontext eines Erfahrungsberichtes oder einer Bildunterschrift kann von helfen gesprochen werden. Ein Beispiel: Lara hilft in der Schule xy bei den Hausaufgaben.

Der Begriff der **Solidarität** kann im Zusammenhang mit »sich solidarisch einbringen« Eingang in den Text finden. Die Wortwahl »solidarisch handeln« ist hingegen zu vermeiden (einseitig konnotiert).

Weitere besondere Begrifflichkeiten sind im Glossar zu finden (Anhang).

Fotonachweis

- Bildnachweis unter Bild/Bildergalerie:
Foto: Vorname Nachname des Urhebers (Fotograf/-in) und/oder Name der Agentur.
Wenn beides: Name Fotograf/-in und Agentur mit senkrechtem Trennstrich:
Vorname Nachname | Agentur
- Sofern vorhanden, Creative-Commons-Lizenz angeben. **Beispiel: CC BY 2.0**
- Bei Bildunterschriften Namen und Funktionen der abgebildeten Personen prüfen.

03. Gendersensible Sprache

Es sind geschlechtsneutrale Begriffe, Gruppen- und Pluralbegriffe oder Formulierungen zu wählen, die ohne Geschlechtszuordnung auskommen. Diese Regel stellt sicher, dass auch Menschen angesprochen sind, die eine eindeutige Geschlechtszuordnung ablehnen.

Beispiele für geschlechtsneutrale Begriffe:

- Mitarbeitende statt Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen
- Fachkräfte statt Fachmann
- Ansprechperson statt Ansprechpartner oder Ansprechpartnerin
- Beurteilungsgespräch statt Mitarbeitergespräch

Beispiele Gruppen- oder Pluralbegriffe:

- Parlament
- die Abgeordneten
- alle Ehrenamtlichen (statt: jeder Ehrenamtliche)

Beispiele Formulierungen:

- »Wer einen Antrag stellen will, kann das Formular ...« statt »Der Antragsteller kann das Formular ...«
- »20 Personen nahmen an der Veranstaltung teil« statt »Es gab 20 Teilnehmer«.

Paarformen sind zulässig, wenn es keine geschlechtsneutralen Begriffe gibt. Beispiel: »Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter«, wenn es in einer statistischen Erläuterung darum geht, wie viele Männer und Frauen in einem Unternehmen arbeiten.

Auf das Binnen-I, das (-innen)-Einklammern, das Gender*-Sternchen und Gender_Gap wird verzichtet. All diese »Anhängsel«- Lösungen unterstellen die männliche Form als Norm und alle nicht-männlichen Formen als Abweichung.

Wenn in Beiträgen externer Personen der Gender-Star oder andere Schreibweisen Verwendung finden, muss deren Wunsch berücksichtigt und die Schreibweise beibehalten werden.

Social Media

Gestaltungselemente und Raster

08

01. Gestaltungselemente

Die Gestaltung des Social Media Contents richtet sich nach dem weltwärts-Corporate Design, d. h. sie verfolgt insgesamt ein vielfältiges, dynamisches, farbenfrohes und phantasievolles Erscheinungsbild.

Bildformat

Das Bildformat für die weltwärts-Social Media Kanäle ist quadratisch (1080 x 1080 Pixel) anzulegen (ausgenommen Stories). Bestimmte Bereiche der Bilder (z. B. untere linke Ecke) müssen freigehalten werden.

Bildmotive

Als Motive werden Fotos, Infografiken und Illustrationen verwendet, aber auch Collagen sind denkbar.

Fotos

Bei der Auswahl geeigneter Fotografien sind neben den ästhetischen Ansprüchen unbedingt die Kriterien der weltwärts-Bildsprache zu beachten: Authentizität, Natürlichkeit, Vielfalt, Partnerschaftlichkeit usw. (→ *Bildsprache*, S. 13). In den Captions der Posts müssen die Namen *aller* abgebildeten Personen – sofern bekannt – genannt werden.

Ansprache/Tonality

Die Adressierten werden mit »du« angesprochen, z. B. so: »Willst du mehr über weltwärts erfahren?«

Textinhalt

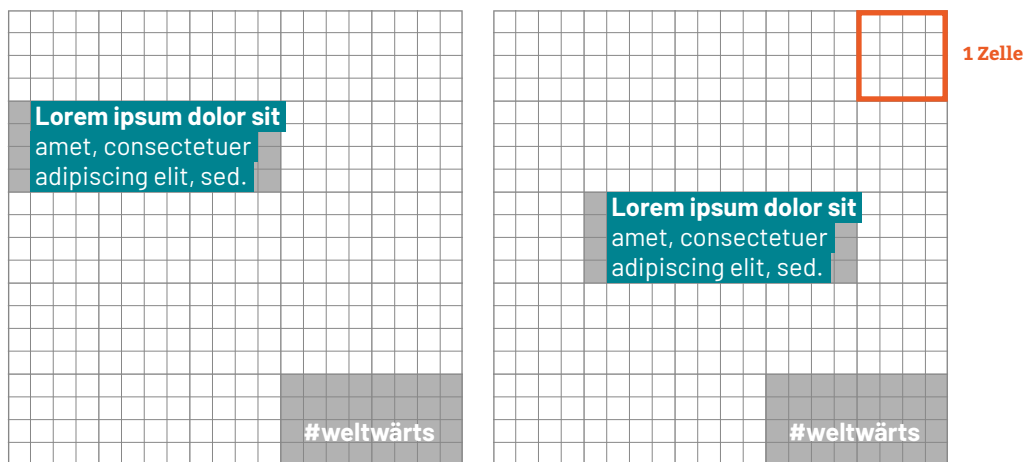
Die Texte dürfen nicht zu lang sein und sollen ein schnelles Erfassen sicherstellen (maximal 3 Zeilen, maximal 50 Zeichen). Ausnahme bilden die Faktenpostings, denn hier dient das Bild eher als Hintergrundgrafik.

Schrift

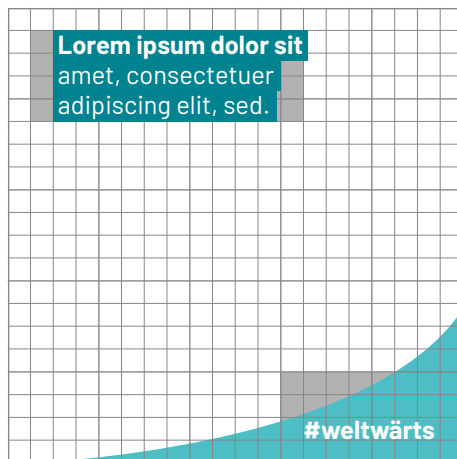
Zur Gewährleistung größtmöglicher Lesbarkeit werden die Texte in der serifenlosen Schrift Barlow gesetzt und mit farbigen Flächen hinterlegt. Dabei ist auf die zulässigen Farbkombinationen zu achten. Die Bilder werden für Instagram zusätzlich mit einem sogenannten branded hashtag versehen, der immer in der selben Größe und Position (untere rechte Ecke) zu finden ist und sich auf die unterschiedlichen Themenkomplexe bezieht (#HandsOn, #weltwärtsWissen usw.). Für Facebook wird dieser allerdings durch die URL weltwaerts.de ersetzt (selbe Position und Größe). Für den weltwärts-Hashtag (#weltwärts) gibt es eine Sondervariante: Bei schwerer Lesbarkeit kann dieser mit einem geschwungenen Band hinterlegt werden.

02. Raster

Es gibt klare Vorgaben für das Text-Bild-Verhältnis (maximal 20 Prozent Text): Für Kampagnen-Postings dürfen nur maximal 5 Zellen mit Text gefüllt werden – inklusive Logos, Hash-tags/URLs und Ziele.



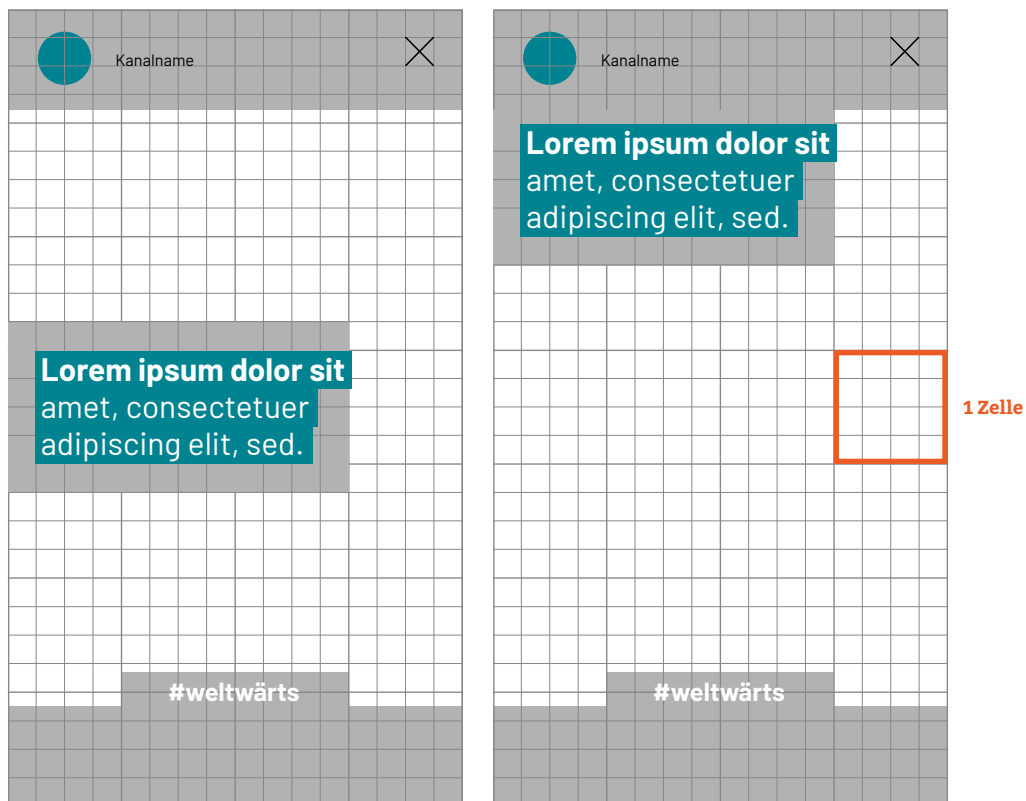
Unterschiedliche Varianten der Schriftpositionierung, auf das Maximum von 5 Zellen begrenzt



Der Einsatz des geschwungenen Bandes zur Positionierung des weltwärts-Hashtags.

Sonderfall Instagram Stories

Hier gilt das Portrait-Bildformat 1920 x 1080 Pixel. Oben und unten ist jeweils ein schmaler Streifen von 250 Pixeln freizuhalten. Auch hier gibt es Vorgaben für das Verhältnis von Text zu Bild (max. 20 Prozent Text): Für Kampagnen-Postings dürfen nur 5 Zellen mit Text gefüllt werden – inklusive Logos, Hashtags/URLs und Ziele.



Beispiele für Instagram-Posts



Videoproduktion

**Gestaltungselemente und Verwendung
von Vorschaubildern**

09

01. Gestaltungselemente

Für weltwärts-Videoproduktionen wurden PSD-Vorlagen für Bauchbinden, Intro, Outro und die Darstellung von (Kooperations-)Partnern gestaltet. Die Nutzung dieser Vorlagen und die Befolgung der Corporate Design-Richtlinien stellt sicher, dass weltwärts sich auf allen Kanälen (vor allem auf dem YouTube-Kanal) in einem einheitlichen Look präsentiert.

Allgemeines

Videos werden im Format 16:9 produziert (Ausnahme: ausschließlich für Social Media verwendete Videos). Auf die Positionierung des Logos als Wasserzeichen am oberen rechten Rand (wie bspw. im Fernsehen üblich) wird verzichtet.

Intro

Das Intro kennzeichnet das Video als weltwärts-Produktion. Das weltwärts-Logo wird unter Beachtung seines Schutzraums (→ [Logo-Schutzraum](#)) mittig auf der weißen Fläche des zweifarbigen Typografie-Hintergrundstreifens platziert. Außerdem vermittelt das Intro Titel und ggfs. Thema des Videos: Headline und wahlweise Subline werden dazu mittig auf den dunkeltürkisfarbenen Abschnitt des Streifens gesetzt und mit türkisfarbenen Streifen hinterlegt – andere, diesem Schema folgende Farbkombinationen sind denkbar, sofern die Gestaltungselemente des restlichen Videos dieses Farbthema fortführen (z. B. dunkelrot-rot, dunkelgrün-grün). Da das Intro meist auch Teil des Stand- oder Vorschaubildes ist, muss darauf geachtet werden, dass es mit einem für das gesamte Video aussagekräftigen Bild- oder Videoschnipsel hinterlegt wird.

Bauchbinden

Die Videobauchbinden dienen der namentlichen Kennzeichnung von Personen sowie deren Position bzw. Zugehörigkeit zu einer Organisation in Interview-Situationen. Alle interviewten Personen müssen namentlich genannt werden, unabhängig von der Aussagekraft oder Länge ihres Beitrags.

Das Band ist zweigeteilt in einen weißen Abschnitt, auf dem mittig das Logo platziert wird – und einem hellbeigen Abschnitt (Hexacode #E5E4E3), in den der Name der dargestellten Person und ihrer Position/Organisation in schwarz gesetzt wird. Wahlweise kann die Bauchbinde rechts außen mit einer hinterlegten Illustration versehen werden.

Standscreen

Der Standscreen soll komplexere, schwer erfassbare Fakten leichter vermittelbar machen oder wichtige, längere Zitate schriftlich hervorheben. Die Standscreens sind zweiteilig konzipiert: Eine runde, flächige Hinterlegung mit dem (Zitat-)Text darauf wird mit einer Bildhinterlegung kombiniert. Je nach Textmenge kann die runde Hinterlegung weiter in das Bild hineingeschoben werden. Bei der Auswahl des Bildes muss darauf geachtet werden, dass es zum nebenstehenden Textinhalt passt.

Outro

Das Outro erfüllt den Zweck, die an der Produktion des Videos beteiligten Akteurinnen und Akteure auszuweisen. Dazu ist das Outro in mehrere Screens unterteilt, die ihrem Kontext entsprechend mit einer entsprechenden Illustration am unteren rechten Rand versehen werden können. Pro Screen werden die Logos weltwärts, Engagement Global und BMZ (mit dem Textzusatz »Im Auftrag des«) dargestellt (→ [Anwendungsbeispiel Outro](#)). Die jeweilige Produktionsfirma wird ohne Logo – nur namentlich – aufgeführt.

Barrierefreiheit

Um die Videos barrierefrei darstellen zu können, müssen Untertitel für Menschen mit Höreinschränkungen und Untertitel fremdsprachiger Videos/Zitate integriert werden.

Beispiele für den Gebrauch des Intros



zweigeteilter Intro-Screen mit Titel und optionaler Subline, Farbkombination dunkeltürkis-türkis



zweigeteilter Intro-Screen mit zweizeiligem Titel, Farbkombination dunkeltürkis-türkis

Beispiele für den Gebrauch von Bauchbinden



Bauchbinde mit weiß hinterlegtem Logo und Namensleiste in hellbeige (#E5E4E3)

Bitter Bold 18 px
Barlow Medium 16 px

Beispiele für den Gebrauch eines Standscreens mit Fakten



Bitter Bold 30 px,
Zeilenabstand 36 px

Standscreen, der Umfrageergebnisse vermittelt.

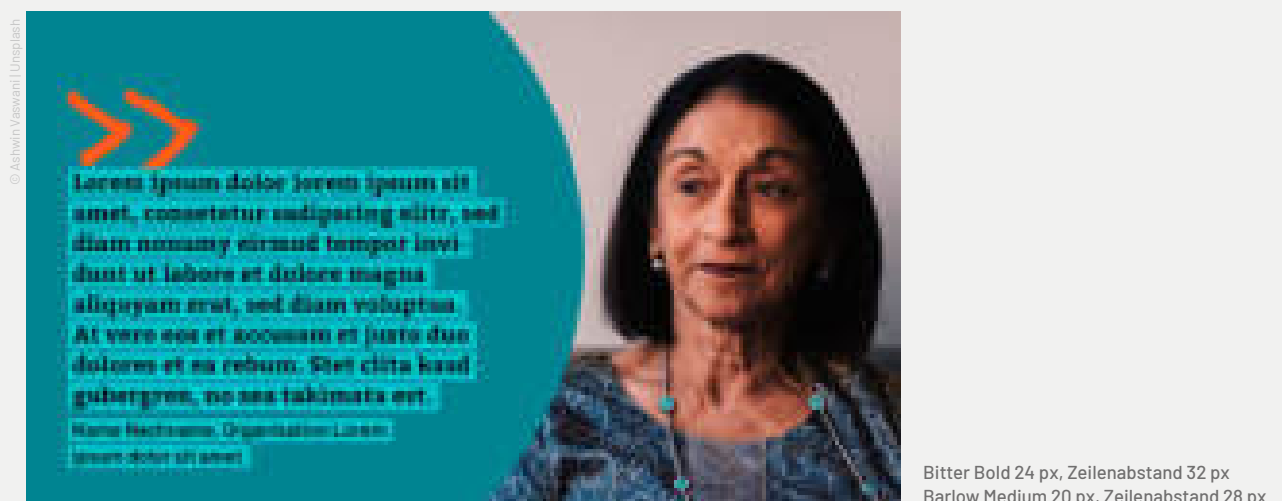


Natürlich kann auch hier mit der Schrift gespielt werden, sofern dem Corporate Design dabei weiterhin Folge geleistet wird.

Beispiele für die Darstellung eines Zitats in einem Standscreen



Standscreen, der ein kürzeres Zitat sowie die Zitatgeberin zeigt



Standscreen, der ein längeres Zitat sowie die Zitatgeberin zeigt

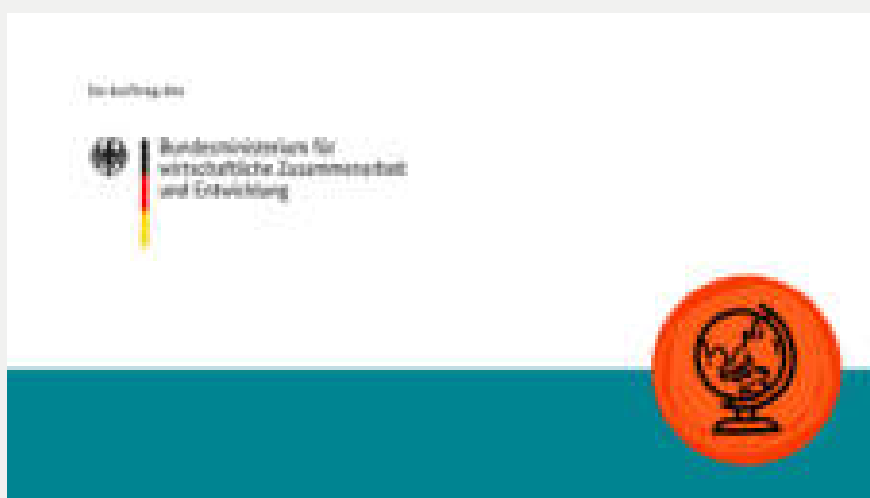
Outro



Bitter Bold 18 px
Bitter Bold 32 px



Bitter Bold 18 px
Bitter Bold 32 px



Outro, das zuerst das weltwärts- Logo (mit Verweis zur Website), dann das Engagement Global-Logo (mit Hotline), und anschließend das des BMZ zeigt.

Outro



Bitter Bold 16 px, Zeilenabstand 18 px

Outro, das in variierender Anzahl die Beteiligten namentlich –ohne Logo– auflistet.



Bitter Bold 38 px
Barlow Medium 16 px

Outro, das die Firma nennt, die das Video produziert hat (keine Abbildung von Logos).

02. Verwendung von Videovorschaubildern

Für den Einsatz in bestimmten Medien, vor allem auf der weltwärts-Website und bei YouTube, werden Videovorschaubilder im Format 16:9 benötigt. Bei der Auswahl eines geeigneten Vorschaubildes sollten folgende Kriterien beachtet werden:

- Das Vorschaubild repräsentiert das Thema des Videos
- Es wird ein spannungsreiches Bild ausgewählt, das Neugier weckt
- Das Vorschaubild ist qualitativ hochwertig
- Das Bild sollte ggfs. nachbearbeitet werden (Helligkeit/Kontrast/Farbigkeit)
- Wenn auf dem Vorschaubild Personen zu sehen sein sollen, wird ein Bild ausgewählt, auf dem diese eine ansprechende Mimik und Gestik zeigen. Meist ist es von Nachteil, Personen beim Sprechen abzubilden.

Website

Konzeption, Struktur und Gestaltung

10

01. Der neue weltwärts Internetauftritt

Die weltwärts-Website ist in ihrer Struktur und Nutzerführung auf die verschiedenen Zielgruppen und deren Informationsbedürfnis ausgerichtet. Dieser Ansatz wurde gemeinsam in Befragungen der Zielgruppen und Workshops mit den Akteuren herausgearbeitet. weltwärts hat alle Inhalte auf den Prüfstand gestellt. Informationen wurden neu strukturiert, formuliert und auch grafisch für das Web-Medium aufbereitet. Aus den Analysen sind ebenfalls das moderne Corporate Design und das neue Web Design für weltwärts hervorgegangen.

Die Kosmos-Animation

Die Gesamtheit der weltwärts-Akteure, Organisationen und Projekte und deren Verbindungen untereinander wirkt auf neue Zielgruppen sehr komplex. Die Website visualisiert diesen weltwärts-Kosmos in der Bühne der Startseite: mittels Parallax Scrolling werden die Zusammenhänge grafisch und damit leichter verständlich dargestellt. Der Kosmos erläutert die Rollen der Beteiligten und stellt ihren Bezug zu den anderen her. Der Kosmos reduziert die Komplexität und ist daher ein wichtiges neues Element der Website für das Verstehen der weltwärts-Angebote.

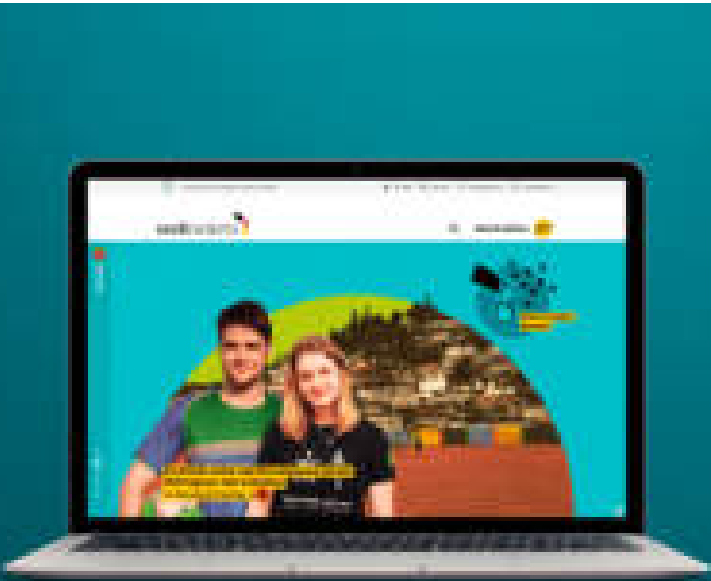
Zielgruppenspezifische Landingpages

Die Inhalte der Website sind für Teilnehmende und Organisationen relevant. Die allgemeinen Informationen über weltwärts sind für alle Zielgruppen von Interesse. Dementsprechend wurden die Inhalte in verschiedenen Bereichen gebündelt. Das Menü »Bereich wählen« bzw. »Bereich wechseln« ermöglicht den Zugang in die jeweiligen zielgruppenspezifischen Angebote und Informationen.

Die weltwärts-Website ist aus einer zentralen Homepage und fünf zielgruppenspezifischen Landingpages aufgebaut: Freiwillige, Ehemalige, Begegnungen, Freiwilligendienst Organisationen, Über weltwärts. Jede der Landingpages fokussiert sich inhaltlich und strukturell auf die Interessen der jeweiligen Zielgruppe. Dies gilt ebenso für die weiteren Sprachversionen.

Die Landingpages funktionieren wie eigenständige Startseiten – der Nutzer versteht, was weltwärts ist, ohne dass er von anderen Bereichen Kenntnis haben muss.

Die weltwärts-Homepage ist das Dach über allen Zielgruppen. Sie fokussiert sich inhaltlich auf die Kernaussagen über weltwärts und auf die vier Kernzielgruppen.



02. Bühnengestaltung

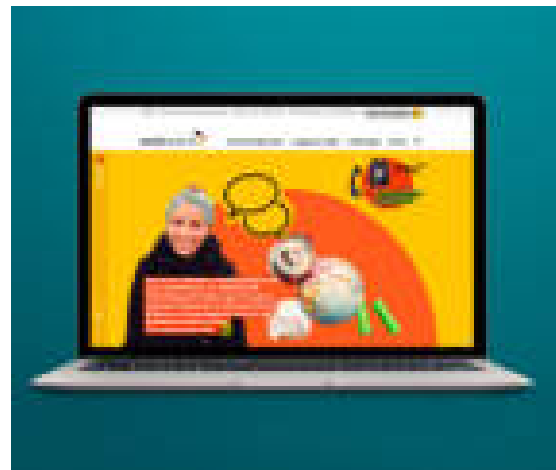
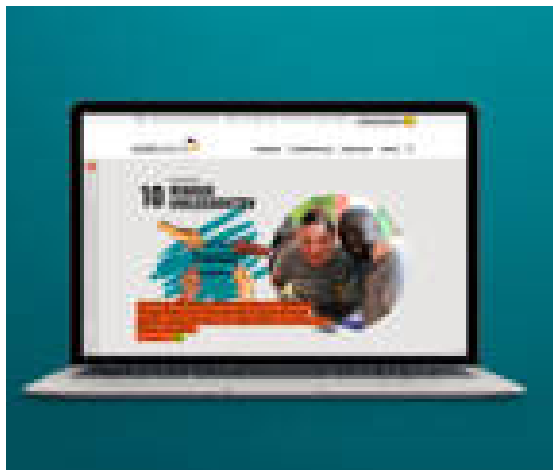
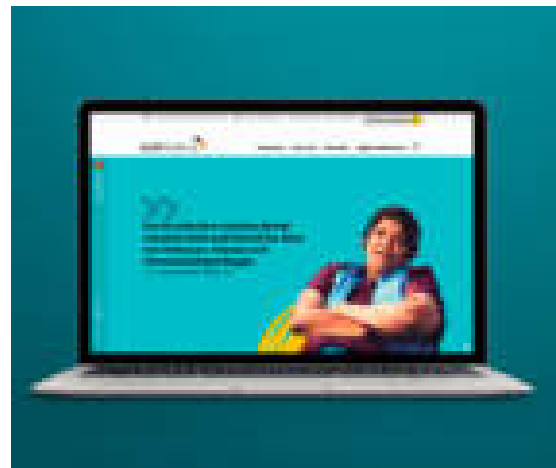
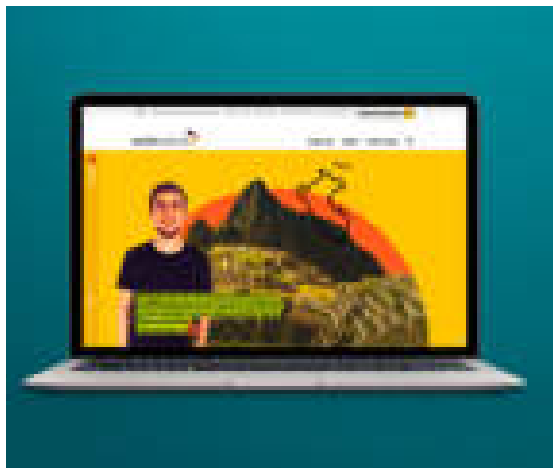
Für die weltwärts-Homepage und die weltwärts-Landingpages wurden aufwändige Bühnen konzipiert. Sie bilden das Einstiegstor für die jeweiligen Zielgruppen und bilden Identifikationsmöglichkeiten durch die Inszenierung spannender, authentischer Geschichten realer Personen. Jede Landingpage ist entsprechend der Bedürfnisse ihrer Zielgruppen individuell gestaltet.

Aufbau und Konzept

Als Kernzielgruppe werden die Freiwilligen nicht nur informiert, sondern darüber hinaus auch von einem Freiwilligendienst überzeugt. Für sie wurde deshalb ein besonderes Bühnenkonzept entwickelt: Vor dem Hintergrund der sich drehenden »Einen Welt« werden authentische Geschichten von unterschiedlichsten Freiwilligen erzählt. Dabei wird die Diversität innerhalb dieser Gruppe dargestellt: unterschiedliche Geschlechter, mit Ausbildung, nach dem Abitur, aus dem Globalen Norden oder aus dem Globalen Süden oder Personen mit oder ohne einer körperlichen Einschränkung. Die Userinnen und User können hier selbst entscheiden, in wessen Geschichte sie weiter eintauchen möchten.

In Geschichten eintauchen: Das Parallaxband

Wer mehr über die Geschichte einer bestimmten Person erfahren möchte, kann über Klick ein horizontales Parallaxband öffnen. Mit bunten Collagen und authentischem Bildmaterial wird über die wichtigsten Erfahrungen der Personen berichtet. Parallaxbänder kommen zudem im Bereich der Begegnungsprojekte zum Einsatz, wo sie über Projekte berichten. Auch im weltwärts-Kosmos veranschaulicht ein Parallaxband den Aufbau des weltwärts-Programms.



Bühne Freiwillige

Die Freiwilligen-Bühne verfolgt das Prinzip der sich drehenden »Einen Welt«. Auf Klick in der Seitennavigation wird die Drehung der Welt ausgelöst und verschiedene Geschichten ausgespielt. Bei Klick auf den Pfeil unterhalb des Teasers öffnet sich das Parallaxband.

Bühne Begegnungen

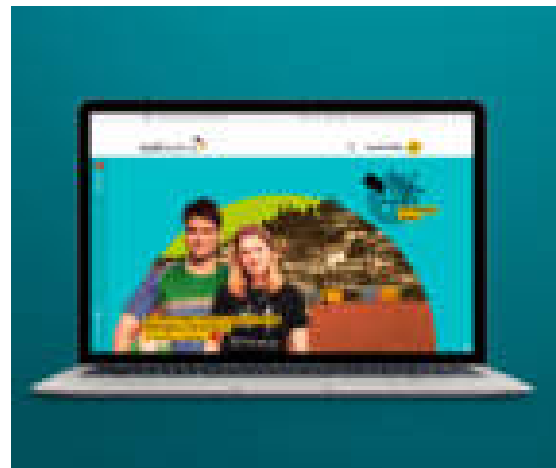
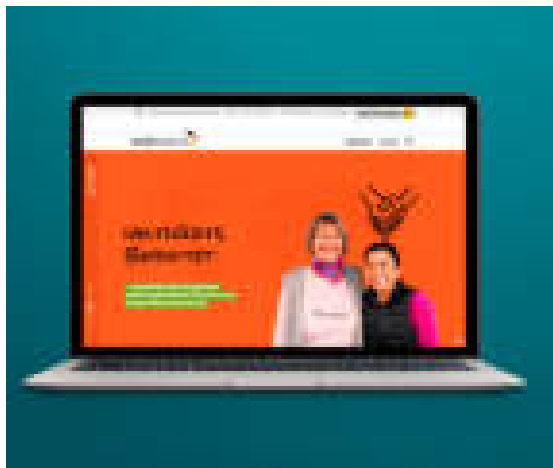
Eine aufwendige Animation der Begegnungsprojekte-Bühne verleiht der Landingpage Dynamik und Vitalität. Drei in Collagenform gezeigte Projektbeispiele sind jeweils einem der 17 Ziele zugeordnet. Per Klick auf die mit einem Pfeil versehene »Mehr-erfahren-Schaltfläche« öffnet sich ein Parallaxband mit ebenfalls als Collage visualisierten Projektbericht.

Bühne Freiwilligendienst Organisationen

Die Bühne der Organisationen präsentiert in animierter Form diverse Testimonials aus Organisationen, die den Mehrwert einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit weltweit hervorheben. Die einzelnen Testimonials werden per Klick auf die Seitennavigation aufgerufen.

Bühne Ehemalige

Die Bühne der Ehemaligen präsentiert anhand konkreter Beispiele unterschiedliche Möglichkeiten des weiteren Engagements für zurückgekehrte Freiwillige. Die Geschichten sind mit thematisch passenden Collagen ergänzt. Bei Klick auf den Link unterhalb des Teasers gelangt man zu entsprechenden Engagementmöglichkeiten.



Bühne Über weltwärts

Die Über-weltwärts-Bühne richtet sich an die Allgemeinheit und präsentiert die Ziele und Alleinstellungsmerkmale des weltwärts-Programms. Passend zum jeweiligen Statement (»weltwärts begleitet« oder »weltwärts motiviert«) und dem kurzen Erklärungstext darunter werden authentische Personen gezeigt.

Parallaxband

Das Parallaxband lässt Interessierte direkt in die Erfahrungen der Freiwilligen eintauchen. Hinterlegte Textschnipsel und Zitate werden mit Fotos und Videos der Personen, Collagen und Eindrücken von der Tätigkeit im Einsatzland vermischt.

Bühne Homepage

Die Homepage-Bühne hat die Aufgabe, die gesamte Bandbreite der weltwärts-Bereiche abzudecken und potenzielle Freiwillige, Ehemalige und Jugendgruppen (Bereich Begegnungen) sowie Organisationen direkt anzusprechen und auf die jeweiligen Landingpages weiterzuleiten. Der Button am oberen rechten Rand verweist auf den weltwärts-Kosmos, der sich bei Klick als Parallaxband öffnet.

03. Webschriften

Die neue weltwärts Onlinepräsenz zeichnet sich durch einen großzügigen und durchdachten Umgang mit Schriften aus. Dazu werden plakativ große Headlines in Slab Serif- und gut lesbare Fließtexte in Sans Serif-Fonts harmonisch miteinander kombiniert.

Als Faustregel für die auf der Website verwendeten Schriftschnitte gilt: Bitter Bold für Headlines und Barlow Regular für Fließtexte.

Headlines

Die Headlines werden in gemischter Schreibweise, niemals in VERSALIEN (Großbuchstaben), gesetzt. Einzig für Kategorien und Datumszeilen wird die Bitter in Versalien eingesetzt.

Für den Webgebrauch sind fünf Headline-Hierarchien vorgesehen (H01-H05), die in der mobilen Ansicht in der Größendarstellung automatisch angepasst werden.

Fließtexte

Der Webfont Barlow wird standardmäßig in gemischter Schreibweise und im Schriftschnitt Regular verwendet. Sehr selten – so zum Beispiel in H01/H02-Sublines auf Detailseiten sowie Links – wird die Barlow in SemiBold oder Medium verwendet.

Schmuckschrift

Als Schmuckschrift gilt der Webfont Rock Salt. Er wird verwendet, um kleinere Abschnitte von Texten herauszustellen und hervorzuheben. Außerdem kommt er in Collagen zum Einsatz. In Ausnahmefällen kommt Rock Salt auch für Überschriften zum Einsatz (so z. B. für die Infografiken).

Textfarben im Webauftritt

Schriften werden bis auf wenige Ausnahmen immer in 100 prozentigem Schwarz gesetzt. Farbige, blockartige Hinterlegungen und Unterstreichungen dienen der Hervorhebung. Innerhalb einer Contentseite wird nur eine Farbumterstreichung verwendet.

Bitter Schriftschnitte

Bitter Regular 400***Bitter Italic 400*****Bitter Bold 700*****Bitter Bold Italic 700***

Die links aufgeführten Schriftarten finden auf der Website Gebrauch, wobei auf Ebene der Überschriften ausschließlich die Schriftschnitte Bold und SemiBold eingesetzt werden dürfen. Die Rock Salt wird zur Hervorhebung von Statements, in Ausnahmefällen auch für Headlines verwendet.

Barlow Schriftschnitte

Barlow Regular 400

Barlow Italic 400

Barlow Medium 500

Barlow Medium Italic 500

Barlow SemiBold 600

*Barlow SemiBold Italic 600***Barlow Bold 700*****Barlow Bold Italic 700***

Rock Salt Schriftschnitte

ROCK SALT REGULAR

Überschriften (Bitter)

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**~~ICH BIN EINE ZWEIZEILIGE
ÜBERSCHRIFT.~~**

Die auf dieser Seite aufgeführten Schrift-Farb-Kombinationen gelten für den Webgebrauch. Im Unterschied zum Druck sind im Web nur Kombinationen mit weißer oder schwarzer Schrift möglich.

Überschriften mit Hinterlegung (Bitter)

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**~~Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.~~**

**~~Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.~~**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

**Ich bin eine zweizeilige
Überschrift.**

Für die Kontrastversion werden die farbigen Hinterlegungen in schwarz/weiß dargestellt.

Schriftgrößen für Desktop

Anwendung	Webfont	Schriftschnitt	XL LG MD (Schriftgröße in px)
H01	Bitter	Bold	28, ZAB* 36
H01 Subline	Barlow	SemiBold	20, ZAB 26
H02	Bitter	Bold	24, ZAB 32
H02 Subline	Barlow	SemiBold	18, ZAB 26
H03	Bitter	Bold	20, ZAB 28
H03 Subline	Barlow	SemiBold	18, ZAB 26
H04	Bitter	Bold	18, ZAB 26
H04 Subline	Barlow	SemiBold	18, ZAB 26
H05	Barlow	SemiBold	18, ZAB 26
H05 Subline	Barlow	Medium	18, ZAB 26
Body	Barlow	Regular	18, ZAB 26
Hervorhebung Body	Barlow	SemiBold	18, ZAB 26
Link Artikel	Bitter	Bold	16, ZAB 26
Link Contentelement	Barlow	Medium	18, ZAB 26
H Akkordeon + Tabmodul	Bitter	Bold	18, ZAB 26
geordnete/ungeordnete Listen, Checklisten	Barlow	Regular	18, ZAB 26
Ankerlisten	Barlow	Medium	18, ZAB 26

* ZAB = Zeilenabstand

Überblick über Schriftgrößen und Überschriftenhierarchie

H01 28-36 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore

H01 28-36 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr

Subline 20-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

H02 24-32 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat

H02 24-32 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam

Subline 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor

H03 20-28 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

H03 20-28 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

Subline 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invi

H04 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

H04 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

Subline 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invi

H05 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

H05 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat.

Subline 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invi

Copy 18-26 Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet

04. Webfarben

Eine abwechslungsreiche Farbwelt verleiht der weltwärts-Website einen dynamischen und frischen Auftritt. Der Gesamtauftritt arbeitet überwiegend mit einem weißen und hellem beigefarbenen Hintergrund, die kräftigeren Corporate Design Farben sorgen für flächige Hervorhebungen, beispielsweise in Form von Buttons, aktiven Klickflächen und in content- und browserbreiten Hinterlegungen. Vollflächig farbig hinterlegte Elemente helfen dabei, die Seiten und deren Inhalte zu gliedern und zu strukturieren.

Farbthemen

Um den Gesamteindruck von Seiten nicht zu bunt und unruhig wirken zu lassen, kann es hilfreich sein, für die Elemente einer Seite übergreifend ein aus zwei bis maximal drei Farben bestehendes Farbthema festzulegen, beispielsweise rot und gelb (dunkelrot inbegriffen), oder grün und rot (dunkelgrün und dunkelrot inbegriffen).

Keycolours

Bei der Festlegung eines einheitlichen Farbthemas für eine Seite hilft die Verwendung vordefinierter Keycolours. Diese Keycolours sind im Backend als Dropdown-Menü hinterlegt und können dort für einzelne Elemente ausgewählt werden. Es empfiehlt sich für jedes Element eine Keycolour anstatt der beigefarbenen Standard-Hinterlegung auszuwählen, um den Look einer Seite lebendiger zu gestalten. Beispiel: Weist man einem rot hinterlegten Element die Keycolour Gelb zu, erscheinen alle Linkarten und Unterstreichungen innerhalb dieses Elements ebenfalls in gelb. Eine stringente Verwendung der Keycolours innerhalb einer Seite ist verpflichtend!

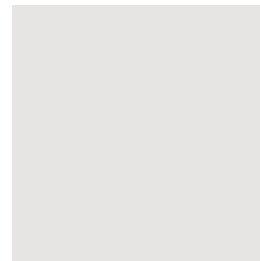
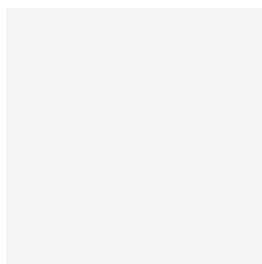
Flächige Hinterlegungen von Infoboxen und Artikeln

Beim Einsatz farbiger Hinterlegungen (z. B. Infoboxen und browserbreite »Boxen«/Artikel) ist neben der Wahl des Farbthemas und guter Lesbarkeit auch darauf zu achten, dass die Seiten nicht zu bunt und unruhig werden. Durch den Einsatz hell- oder mittelbeiger Elemente kann man dem entgegenwirken und das Gesamtbild visuell beruhigen. Bei Links und Unterstreichungen auf flächigen Hinterlegungen muss zudem beachtet werden, dass diese sich gut sichtbar vom Hintergrund abheben (z. B. durch Auswahl einer Komplementärfarbe als Keycolour).

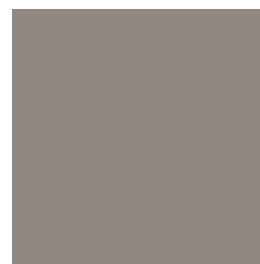
Unterstreichungen von Headlines

Überschriften können mit farbigen, überlappenden Unterstreichungen in den Farben Grün, Rot, Türkis und Gelb versehen werden. Unterstreichungen dienen der besonderen Hervorhebung und visuellen Auffrischung und sollten sparsam eingesetzt werden; innerhalb einer Seite müssen sie einer einheitlichen Keycolour-Systematik folgen.

Farben für flächige Hinterlegungen

**grün**RGB
184 | 202 | 50Hexacode
#B8C931**dunkelgrün**RGB
128 | 165 | 27Hexacode
#80A51B**rot**RGB
235 | 91 | 37Hexacode
#EB5B25**dunkelrot**RGB
215 | 63 | 18Hexacode
#D73F12**türkis**RGB
77 | 189 | 198Hexacode
#4DBDC6**dunkeltürkis**RGB
0 | 131 | 144Hexacode
#008390**gelb**RGB
253 | 196 | 0Hexacode
#FDC400**EG Beige hell**RGB
229 | 228 | 227Hexacode
#E5E4E3**Hellgrau**RGB
244 | 244 | 244Hexacode
#F4F4F4**EG Beige**RGB
198 | 195 | 192Hexacode
#C8C3C0

nur für Footer und Navigation

**Warm Grey**RGB
103 | 92 | 83Hexacode
#675C53**EG Beige dunkel**RGB
142 | 136 | 130Hexacode
#8E8882

Zulässige Hinterlegungen für Infoboxen und Artikel im Drop-Down-Menü

hellbeige	Aa
mittelbeige	Aa
dunkelbeige	Aa
warmgrey	Aa
grün	Aa
dunkelgrün	Aa
rot	Aa
dunkelrot	Aa
türkis	Aa
dunkeltürkis	Aa
gelb	Aa

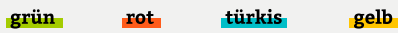
Farben von Linkpfeilen



Aussehen von Ankerlinkpfeilen, Downloadlins und externen Links



Farben von Headline-Unterstreichungen



Farben von Sliderpunkten



Die Schrift-Farbkombinationen in der Übersicht

grün	<	#B8C931	>
dunkelgrün	<	#80A51B	>
rot	<	#EB5B25	>
dunkelrot	<	#D73F12	>
türkis	<	#4DBDC6	>
dunkeltürkis	<	#008390	>
gelb	<	#FDC400	>
hellbeige	<	#F4F4F4	>
mittelbeige	<	#E5E4E3	>
dunkelbeige	<	#C6C3C0	>
warmgrey	<	#8E8882	>
dark warmgrey	<	#675C53	>

05. Layoutraster

Das flexible Layoutraster basiert auf einem Bootstrap Grid System. Es arbeitet mit 12 Spalten, die jeweils 65 Pixel breit sind. Die Stege (Zwischenräume) sind dabei 30 Pixel breit. Der Content ergibt damit in der Desktopansicht ohne die Außenabstände eine Gesamtbreite von 1140 Pixel. Ein Raster mit 12 Spalten ermöglicht einen sehr flexiblen Umgang in der Anordnung und Kombinierbarkeit verschiedenster Module.

Breakpoints für mobile Darstellungen

	Extra small	Small	Medium	Large	Extra large
	< 576 px	≥ 576 px	≥ 768 px	≥ 992 px	≥ 1200 px
Max container width	None (auto)	540 px	720 px	960 px	1140 px



In diesem Beispiel werden unterschiedliche Möglichkeiten innerhalb des 12er-Rasters demonstriert: Einmal als contentbreiter Infokasten, als zweispaltiges und dreispaltiges Modul, wobei letzteres browserbreit in hellbeige hinterlegt wurde.

06. Seitenaufbau Landingpages

Der weltwärts-Internetauftritt besteht aus einer Homepage und fünf gleichwertigen Landingpages für die Freiwilligen, die Freiwilligendienst-Organisationen, die Ehemaligen, die Organisationen der Begegnungsprojekte sowie die Über-weltwärts-Seite. Das Design wirkt dynamisch, interaktiv, vielfältig, jung und einladend. Mittels Teasern und authentischen Geschichten wird der Wunsch geweckt, tiefer in die Welt der jeweiligen Landingpages einzutauchen.

Homepage und Landingpages sind modular gestaltet, die einzelnen Elemente sind so konzipiert, dass sie sich ebenfalls auf den weiterführenden Seiten einsetzen lassen.

Kombination von Elementen miteinander

Die Elemente werden so miteinander kombiniert, dass sie sich farblich deutlich voneinander abgrenzen. Es muss darauf geachtet werden, dass nicht zu viele farbig hinterlegte Elemente aufeinander folgen – ein großer Weißanteil muss beibehalten werden. Es empfiehlt sich eine harmonisch wechselnde Abfolge von farbigen und weiß hinterlegten Elementen. Backendseitig sind fast alle Elemente und Artikel so konzipiert, dass sie eine größtmögliche Flexibilität in den Farbzusammenstellungen erlauben.

Bildgrößen

Bilder, Collagen und Videos müssen entsprechend der vorgegebenen Größen angelegt werden. Bei mit Kreisen hinterlegten Collagen/Grafiken muss auf die korrekte Positionierung der Elemente geachtet werden, damit kein Versatz entsteht.

Bildvorlagen für alle Module liegen weltwärts vor!

Genauere Angaben zu den Zeichenlängen befinden sich in folgender PDF-Datei, die weltwärts vorliegt: *ww_Bildgroessen_Textlaengen.pdf*

01 Die Bühne bildet das Einstiegstor in die Landingpage. Die Seitennavigation aktiviert die Drehung der Weltkugel und den Wechsel der authentischen Freiwilligen-Geschichten. Die Userinnen und User können sich durch die knappen Teaser einen Überblick verschaffen und entscheiden, in welche Geschichte sie tiefer eintauchen möchten.

Zeichenlängen [Abkürzung »ZL«, Angabe immer inkl. Leerzeichen, Abkürzung Headline = »H«]

ZL Teaser: ~160 ZL Textblock Parallax: ~300

02 Das zweigeteilte »Was ist weltwärts?«-Element befindet sich auf allen Landingpages – mit Ausnahme derjenigen der Ehemaligen – ganz oben. Es dient der Beantwortung der grundlegenden Fragen. Es informiert umfassend und knapp über die Ausrichtung und Philosophie des weltwärts-Programms und markiert die Alleinstellungsmerkmale.

Elementtyp: Teaser | Subtype: mit Linie

ZL Fließtext: ~250

Elementtyp: Aufzählung | Subtype: hinterlegt

5 Aufzählungspunkte ZL pro Aufzählungspunkt:

40 ≤ 50, möglichst einzeilig

03 Die Kontaktlasche eröffnet Kontaktmöglichkeiten und den Zugriff auf die weltwärts-Social Media-Kanäle.

Modultyp: Kontaktlasche

ZL Fließtext im geöffneten Zustand: 200 ≤ 300

04 Das Tabmodul »Ausbildung« stellt einen zielgruppenspezifischen Zugang für Menschen mit unterschiedlichen Bildungswegen dar. Es spricht Interessierte direkt an. Die Collagen sind auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt.

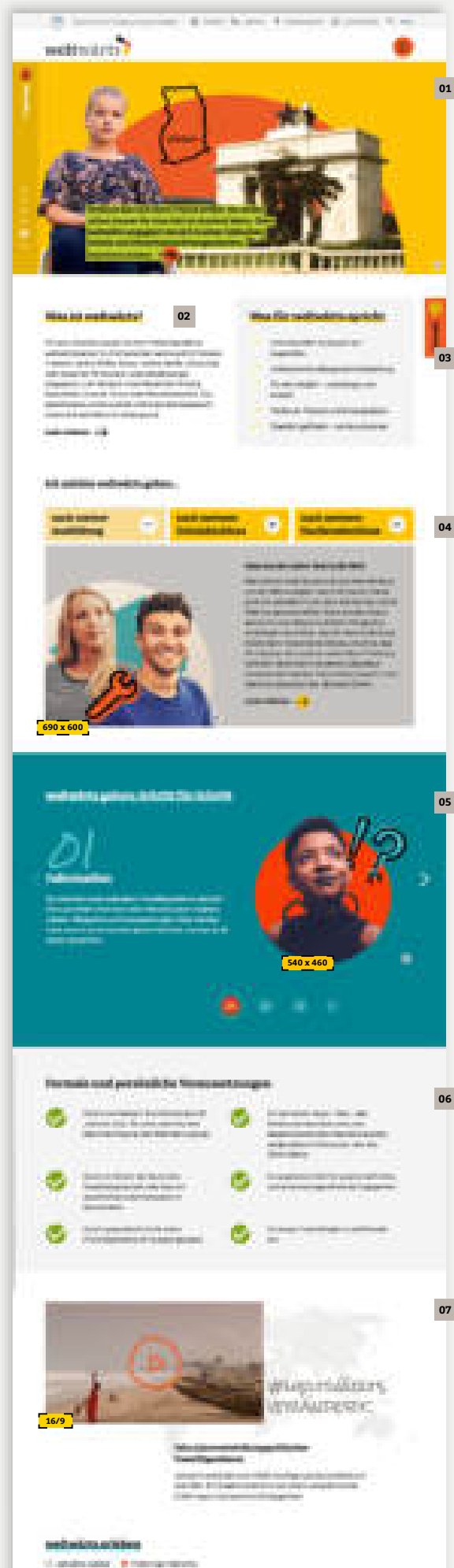
Elementtyp: Tabs | Subtype: content-breit

ZL pro Tab: ≤ 25 ZL H: ≤ 70 ZL Fließtext: 400 ≤ 450

05 Das Ablaufmodul informiert über den Ablauf des Freiwilligendienstes inklusive anfänglicher Bewerbungs- und Nachbereitungsphase. Die Headline sollte möglichst einzeilig bleiben.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Ablauf

ZL H: 20–25 ZL Fließtext: 250–300



06 Die **Checkliste** fasst formale und persönliche Voraussetzungen für die Teilnahme an einem Freiwilligenjahr übersichtlich zusammen.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Ablauf

ZL pro Aufzählungspunkt: **50 ≤ 120**

07 **Videos** machen authentisches Engagement audiovisuell erlebbar. Sie sind über den eingebunden Videoplayer auf der Landingpage abrufbar.

Elementtyp: Youtube (modal) | Subtype: Standard

ZL Claim: **20 ≤ 25** ZL H: **50 ≤ 70**

ZL Fließtext: **200 ≤ 250**

08 Die **Weltkarte** ermöglicht es Interessierten, sich einen Überblick über mögliche Einsatzländer zu verschaffen. Die Pins markieren Erfahrungsberichte zu den jeweiligen Ländern, auf die von hier aus direkt zugegriffen werden kann.

09 Ein **grünes Band** unterhalb der Weltkarte verlinkt direkt zur Einsatzplatzbörse.

10 Ein **Slider** unterhalb der Weltkarte bewirbt kurzfristig zu besetzende Einsatzplätze.

11 weltwärts ist in den sozialen Kanälen aktiv. Das **Tabmodul Medien** eröffnet unterschiedliche Zugänge zum Freiwilligendienst: Über die Erfahrungs-/Projektberichte, den weltwärts-Instagram-Kanal sowie über Videos.

Projektberichte : Elementtyp: Teaser | Subtype: Bildlink
ZL Frage: **30 ≤ 60**

12 Durch das **Bilderset** können besondere Aspekte des Freiwilligendienstes – wie Nachhaltigkeit oder Freiwilligendienst zu zweit – noch einmal hervorgehoben werden. Es wird ein direkter Einblick in das Leben von Freiwilligen an ihrem Einsatzort ermöglicht. Bei Klick auf die Thumbnails öffnet sich das Bild als Lightbox mit Bildunterschrift.

Elementtyp: Bilder-Set | Subtype: Standard

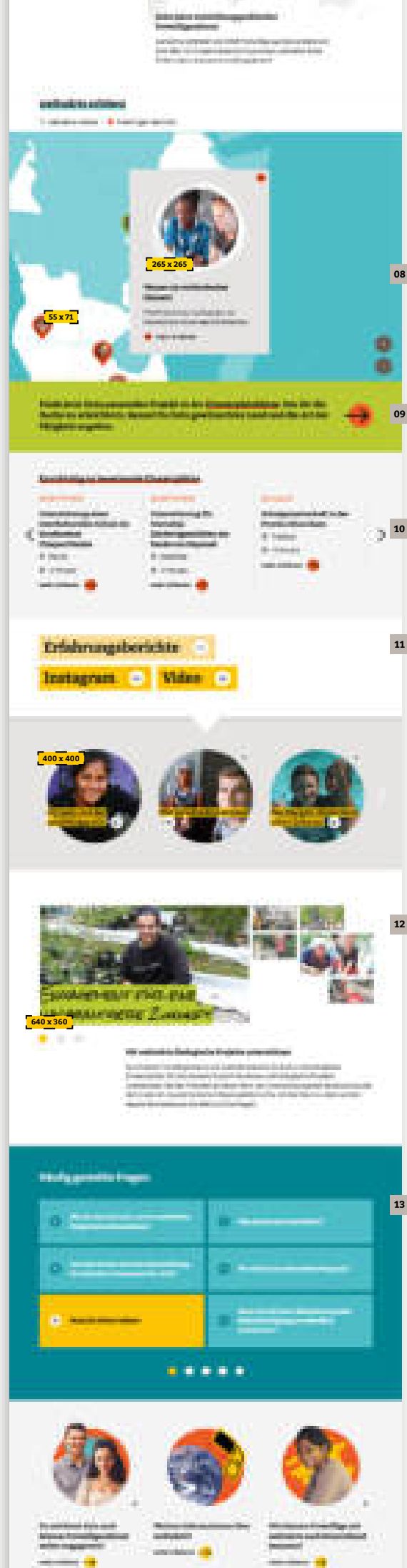
ZL Claim: **20 ≤ 50** ZL Fließtext: **200 ≤ 250**

ZL Bildunterschrift: **50 ≤ 300**

13 Das **FAQ Modul** stellt die häufig gestellten Fragen und Antworten übersichtlich zusammen.

Elementtyp: FAQs | Subtype: Standard

ZL Fragen: **≤ 120** ZL Fließtext: **≤ 1000**



14 Der **Standardteaser** ist das flexibelste Element, da es entweder aus ein, zwei oder aus drei Spalten bestehen kann und für unterschiedlichsten Content nutzbar ist. Er befindet sich in unterschiedlicher Aufmachung am Fuß jeder Landingpage.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Standard | ZL H: ≤ 60

15 Der zweigeteilte Footer stellt einen Zusammenhang zu ENGAGEMENT GLOBAL und dem BMZ her. Auch hier gibt es wieder die Möglichkeit, auf die weltwärts-Social Media-Kanäle zuzugreifen.

Weitere Module

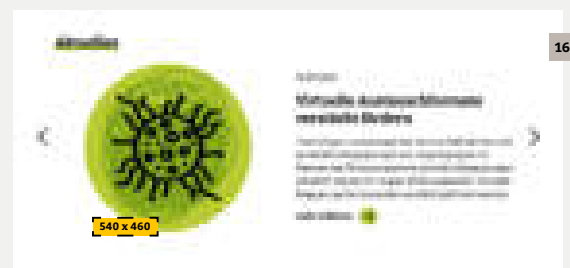
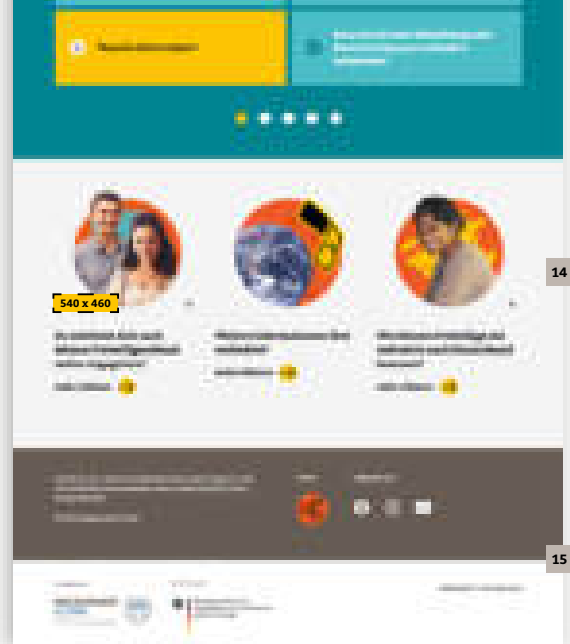
16 Liegen mehrere **Aktuelles-Meldungen** vor, werden sie in Form eines Sliders dargestellt. Sofern vorhanden, können runde, inhaltlich passende Fotos zum Einsatz kommen. Es liegt ein Set an vorgefertigten Illustrationen vor, die ausgewählt werden können.

ZL H: ~ 60 | ZL Fließtext: 250–300

17 Das **17 Ziele Modul** ermöglicht es Interessierten, sich über die 17 Ziele der UN zu informieren und den Zielen zugeordnete Projektberichte zu lesen. Die einzelnen Kacheln lassen sich »ausklappen«, der geöffnete Layer verschiebt sich in den Viewport des Browsers.

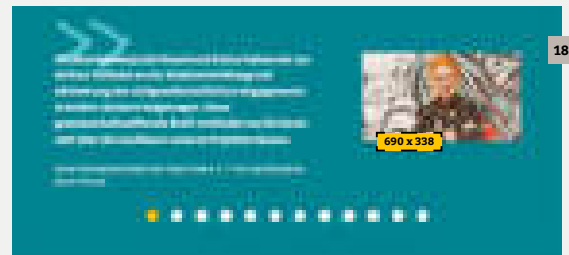
Elementtyp: Modul | Modul: 17 Ziele

ZL Teasertext: $200 \leq 250$



18 Das Zitat-Element ist als Slider konzipiert, es kann aber auch nur ein einzelnes Zitat angezeigt werden.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Zitat ZL Zitat: ≤ 300



19 Zahlen und Fakten werden in diesem Slider-Element für Infografiken anschaulich vermittelt. Die Grafiken werden als SVGs eingefügt.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Infografik

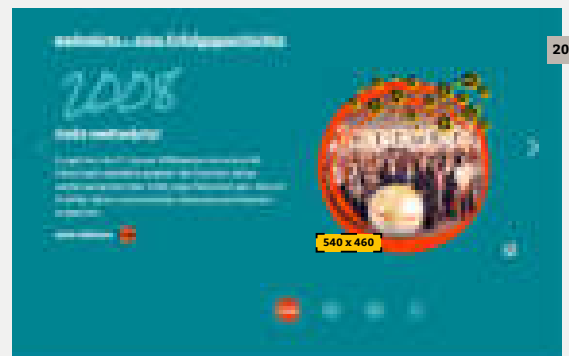
ZL H: $20 \leq 40$ ZL Fließtext: $350-400$



20 Grundlage der Historien-Kurzform-Darstellung bildet das Ablauf-Modul. Pro Jahr wird jeweils ein Highlight bzw. ein Eintrag mit Bild und Text dargestellt. Die Sliderpunkte implizieren hier die Jahreszahlen. Die Headline sollte möglichst einzeilig bleiben.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Ablauf

ZL H: $20-25$ ZL Fließtext: $250-300$

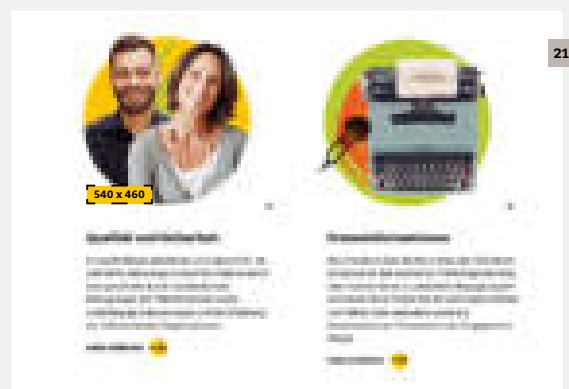


21 Der Standardteaser in Anwendung mit zwei Teasern und längeren Anlesern mit Überschriften. Im Spaltenset sind 1-3 Teaser nebeneinander möglich. Alle Teaser können mit oder ohne Fließtext verwendet werden.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Standard

ZL H: **einzeilig** ≤ 30 ; **zweizeilig** ≤ 60

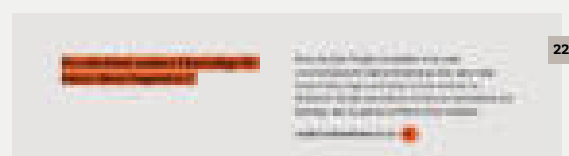
ZL Fließtext: ~ 250



22 Ein Fragen-Teaser mit hinterlegter Headline/ Frage und kurzem Anleser.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Überschrift hinterlegt

ZL H/Frage: ~ 100 ZL Fließtext: ~ 250



23 Der Telefonteaser für die Kontaktaufnahme mit der Mitmachzentrale.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Telefon

ZL Fließtext: ~60

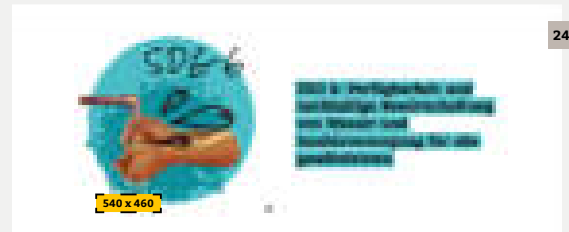


24 Dieses Modul besteht optional aus einer Dachzeile, einem farbig hinterlegten Text und einer passenden Collage. Es können diverse Informationen ansprechend präsentiert werden: Statements, Botschaften, »Good to know« Inhalte etc.

Elementtyp: Teaser | Subtype: Kernaussage hinterlegt

ZL Dachzeile (optional): **Wusstet ihr ...?**

ZL Fließtext: 100



07. Aufbau von Innenseiten

Für den Aufbau der Innenseiten stehen unterschiedliche Elemente zur Verfügung. Um insbesondere informations- und textlastige Innenseiten strukturiert und übersichtlich aufbauen zu können, ist eine genaue Kenntnis der zur Verfügung stehenden Elemente und ihrer Funktionen unabdingbar.

Kombination von Elementen miteinander

Für die Kombination der Innenseitenelemente gelten ähnliche Vorgaben wie für die der Landingpages. Es sollte auf einen hohen Weißanteil der Seiten geachtet werden, damit das Design luftig und nicht zu bunt wirkt. Die Kombination mehrerer flächig hinterlegter Artikel und Elemente direkt hintereinander sollte vermieden werden. Es empfiehlt sich, zwei bis drei Farben als Keycolors auszuwählen, auf deren Spektrum das Design einer Seite beschränkt wird. Die Beige-Töne aus dem Engagement Global-CD können immer dann verwendet werden, wenn ein allzu bunter Gesamteindruck verhindert werden soll.

25 Der Innenseitenheader kann je nach Bereich individuell bebildert und mit einer Schmuckschrift versehen werden.

26 Das Element Projektübersicht im Bereich Begegnungen fungiert als Tabmodul und ordnet die Projektliste entsprechend der 17 Ziele.

27 Die Projektliste stellt kurz die Projekte und deren Akteure vor. Durch Ausklappen können tiefergehende Informationen sichtbar gemacht werden.

28 Infoboxen können mit passenden transparenten Schmuckgrafiken hinterlegt werden und bieten Platz für Überschriften, kürzere Texte und interne sowie externe Links. Die Farben der Infoboxen können frei aus einem hinterlegten Dropdownmenü ausgewählt werden.

29 Steckbriefe ermöglichen einen schnellen Überblick über das Profil von Freiwilligen, Ehemaligen und Begegnungsprojekten. Die Inhalte werden mittels Icons übersichtlich gegliedert. Das Steckbrief-Bild zeigt Beteiligte sowie die Umrisskarte des Einsatzlandes. Die Farben der Steckbriefe sind fest zugeteilt: Grün für Freiwillige, Türkis für Ehemalige und Gelb für Begegnungsprojekte.

30 Der Teaser mit Bildelement auf der rechten Seite kann als Contentelement übergreifend zum Einsatz kommen. Eckige und runde Bilder dürfen hier verwendet werden.

Typ: Teaser | Subtype: Standard (Bild rechts)

31 Die Leiste mit »Seite drucken« und dem Top-Pfeil kann auf den Innenseiten oberhalb des Footers eingeblendet werden.



xyz x 290

25



555 x 443

26

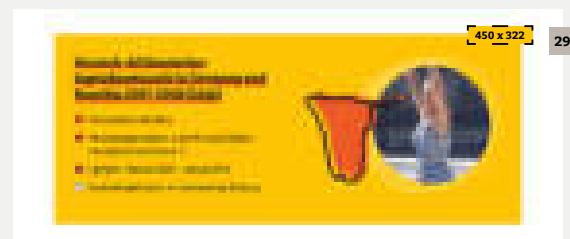


27



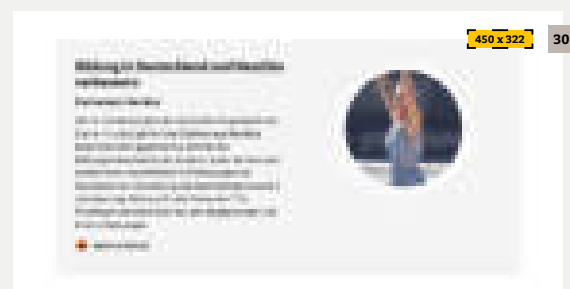
∞ (SVG)

28



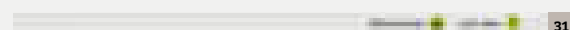
450 x 322

29



450 x 322

30



31

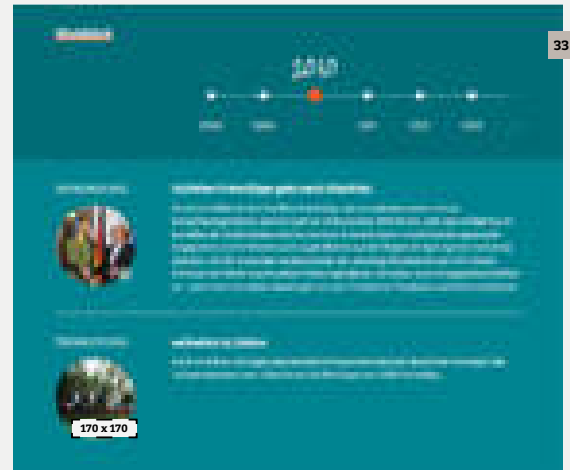
32 Ein **Standard-Akkordeon**, auch verfügbar in der Farbkombination Dunkeltürkis und Türkis.



33 Das **Historienmodul lang** ermöglicht die Navigation durch die weltwärts-Geschichte mittels einer klickbaren Zeitleiste. Es können pro Jahr mehrere Teaser vorgesehen werden. Die Anzahl sollte jedoch 3-4 Einträge pro Jahr nicht überschreiten. Die Texte können an dieser Stelle länger gehalten werden als bei der Kurzform auf der weltwärts-Landingpage.

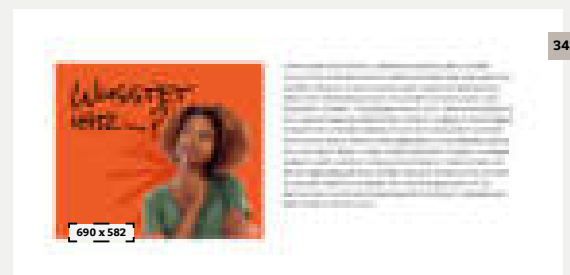
Elementtyp: Teaser | Subtype: Historie

ZL H: ≤ 60 ZL Fließtext: $500 \leq 700$



34 Die **Kachel** ermöglicht einen interaktiv-spielerischen Umgang mit Fakten und Good-To-Know-Inhalten. Durch Mouseover wird die Kachel ähnlich einer Memory-Karte gedreht und die Antwort freigelegt.

ZL: $120 \leq 150$



35 Als Herzstück der Freiwilligen-Landinpage verfügt die **Einsatzplatzbörse** über vielfältige Auswahl-, Such- und Filtermöglichkeiten.



36 Der **Merkzettel** bietet Interessierten auf der Suche nach einem Einsatzplatz Optionen zum Speichern und Weiterleiten von Einsatzplätzen und Organisationen an. Sobald Einsatzplätze oder Organisationen gemerkt wurden, erscheint er als Lasche am rechten Rand und bleibt dort überall zugänglich.

37 Die **browserbreite Bilder- oder Videogalerie** funktioniert als Slider und zeigt großflächige Bilder mit Bildunterschriften.

Als Bildergalerie, min. 5-6 Bilder: Elementtyp: Bild | Subtype: Galerie | ZL Fließtext: $50 \leq 250$

Als Videogalerie, min. 5-6 Videos: Elementtyp: YouTube (Modal) | Subtype: Galerie

ZL H: $50 \leq 80$ | ZL Fließtext: $50 \leq 250$

38 Das **Standard-Tabmodul** ermöglicht eine aufgeräumte und strukturierte Informationsvermittlung.

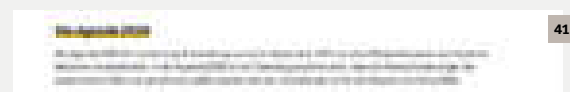
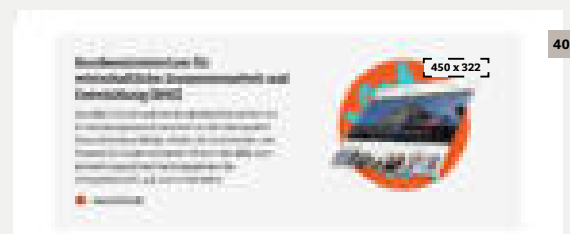
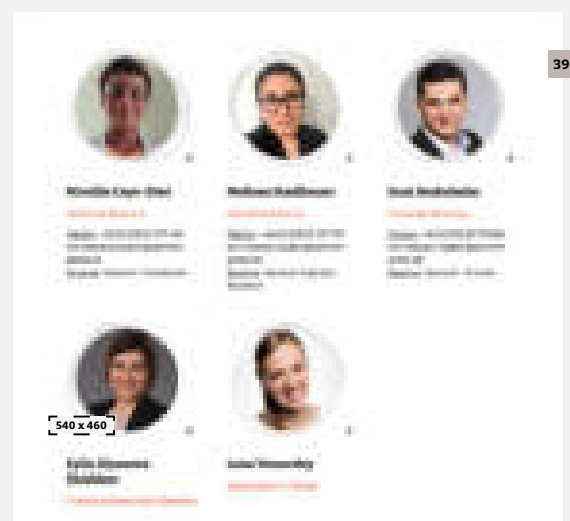
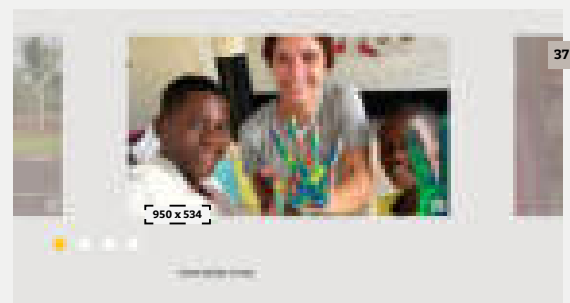
39 Das **Team-Element** funktioniert sowohl für eine einzelne Ansprechperson (dann werden Bild und Text horizontal nebeneinander aufgebaut) als auch mit jeder denkbaren Anzahl an Ansprechpersonen, da es sich spaltenweise aufbaut.

Typ: Teaser | Subtype: Kontakt

40 Eine **Infobox mit Bild rechts**.

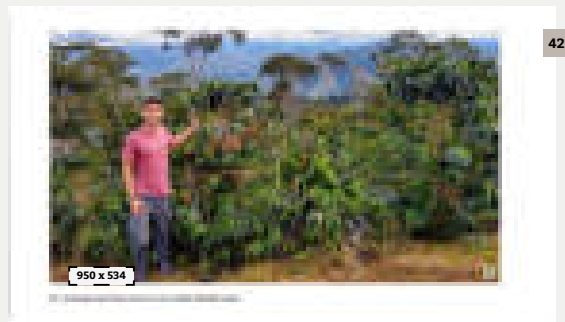
Typ: Teaser | Subtype: Standard (Bild rechts)

41 Entsprechend der ausgewählten Keycolor besteht die Möglichkeit, alle **Überschriften** farblich zu unterstreichen.



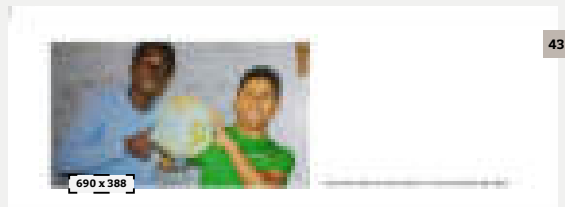
42 Ein **contentbreites Bild** mit Bildunterschrift.

Typ: Bild | Subtype: Contentbreit



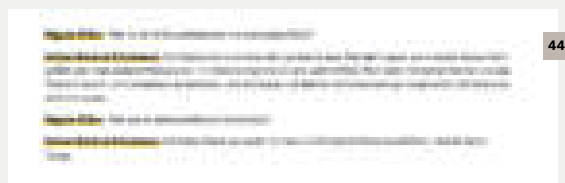
43 Ein **Standardbild** mit Bildunterschrift. Die Größe bleibt bei der Erstellung des Bildmaterials wie bei dem contentbreiten Motiv, so kann immer spontan entschieden werden kann, welche Darstellung besser passt.

Typ: Bild | Subtype: Standard



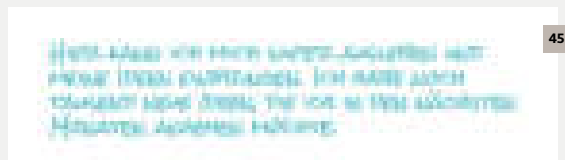
44 In **Interviews** werden die Namen der beteiligten Personen farbig unterstrichen dargestellt.

Typ: Text | Subtype: Interview



45 Das Element **Kernaussage** hebt besondere Statements innerhalb von Texten farbig hervor. Die Kernaussage ist in verschiedenen Farben darstellbar. Für mehrere Sätze ist dieses Element nicht geeignet.

Elementtyp: Text | Subtype: Kernaussage (Claim/ hinterlegt) ZL Zitat: ~100

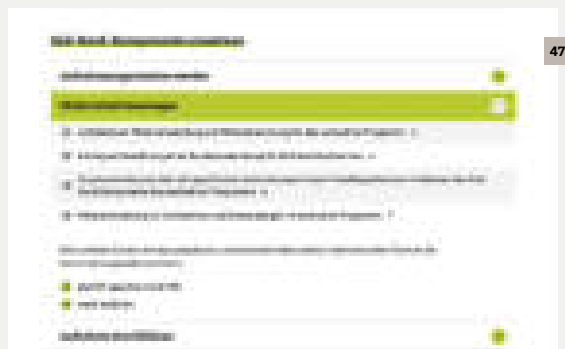


46 Diese Variante der **Kernaussage** kann aus einem Slogan, Claim oder einer Hervorhebung eines Satzes aus dem Gesamtkontexts der Langtexte bestehen. Die Kernaussage ist in verschiedenen Farben darstellbar. Für mehrere Sätze ist dieses Element nicht geeignet.

Elementtyp: Text | Subtype: Kernaussage (Claim/ hinterlegt) ZL Zitat: 300 ≤ 400

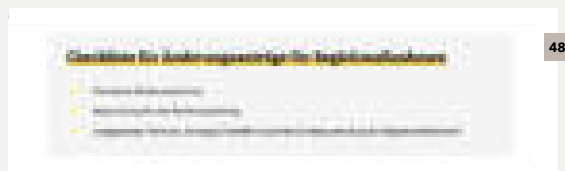


47 Das **Dokumentencenter** listet alle Dokumente und Formulare übersichtlich auf. Bei Klick auf ein Dokument öffnet sich eine weitere Ebene, auf der erweiterte Informationen mit Link auf eine Detailseite sowie Downloadmöglichkeiten zur Verfügung stehen.



48 Das **Aufzählungen-Element** kann sowohl contentbreit, aber auch innerhalb eines Spaltensets zum Einsatz kommen.

Typ: Aufzählung | Subtype: hinterlegt



49 **Bildergalerie standard.** Dieses Element ist für die Darstellung mehrerer Bilder in den Aktuelles Nachrichten vorgesehen.

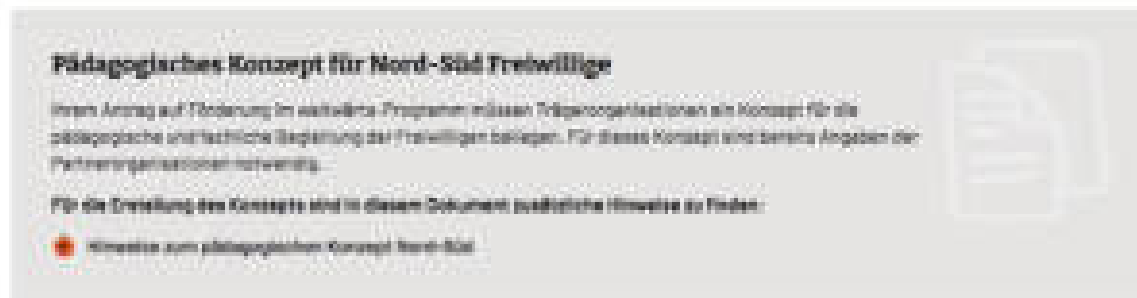
Typ: Galerie | Subtype: Standard



08. Schmuckgrafiken

Infoboxen und browserbreit hinterlegte Artikel können zusätzlich mit einer Schmuckgrafik versehen werden. Die Schmuckgrafiken skalieren entsprechend der Größe der Box mit.

Im Backend [Ordner "box-hintergrund"] sind alle Grafiken zweifach hinterlegt: Einmal in einer hochtransparenten Version für farbige Hintergründe ["Dateiname.svg"] und einmal in einer Version mit weniger Transparenz für (hell-)beigefarbene Hintergründe ["Dateiname-50.svg"].



Beispiele für eine Infobox in hellbeige mit weniger transparenter Schmuckgrafik, und eine dunkelrot hinterlegte Infobox mit hochtransparenter Schmuckgrafik.

Banner

11

Animierte Banner zur Schaltung auf Websites

Banner werden auf externen Websites geschaltet und machen auf die Angebote von weltwärts aufmerksam. Um mehr Informationen unterzubringen und stärker aufzufallen, werden die Banner animiert. Sie verlinken auf die weltwärts-Website.

Aufbau

Die Banner bestehen aus einer Motivsequenz und einer weiß hinterlegten Logosequenz. Die Motivsequenz setzt sich aus fotografischen und textlichen Bestandteilen zusammen. Das Fotomotiv wird vor einem Kreishintergrund dargestellt. Je nach Verwendungszweck können entweder unterschiedliche Farben für Hintergrund und Kreishinterlegung gewählt werden (farbenfroher Gesamteindruck) oder zwei Abstufungen derselben Farbe (ruhiger Gesamteindruck). Hinter dem Kreis kann als illustratives Element zusätzlich ein abgeschwächtes Scribble oder die schraffierte Weltkarte positioniert werden. Der Text wird in Bitter Bold gesetzt und mit einer farbigen Hinterlegung versehen, die sich gut von Hintergrund- und Kreisfarbe abhebt. Je nach Bannerformat und -seitenverhältnis wird der Text entweder oberhalb des Motivs oder rechts neben dem Motiv platziert. Der Text sollte so groß wie möglich und maximal dreizeilig abgebildet werden. Genaue Schriftgrößen und Abstände können den offenen Photoshop-Dateien entnommen werden und müssen je nach Textmenge angepasst werden.

Die Call-to-Action-Aufforderung »Informiere dich jetzt!« wird vom restlichen Text abgehoben und in einem runden Button platziert. Zum Abschluss der Animation werden das weltwärts-Logo, die Absenderlogos von Engagement Global und dem BMZ (mit dem Textzusatz »Im Auftrag des«) auf weißem Hintergrund dargestellt. Das weltwärts-Logo als Hauptabsender sollte dabei am prägnantesten zu sehen sein.

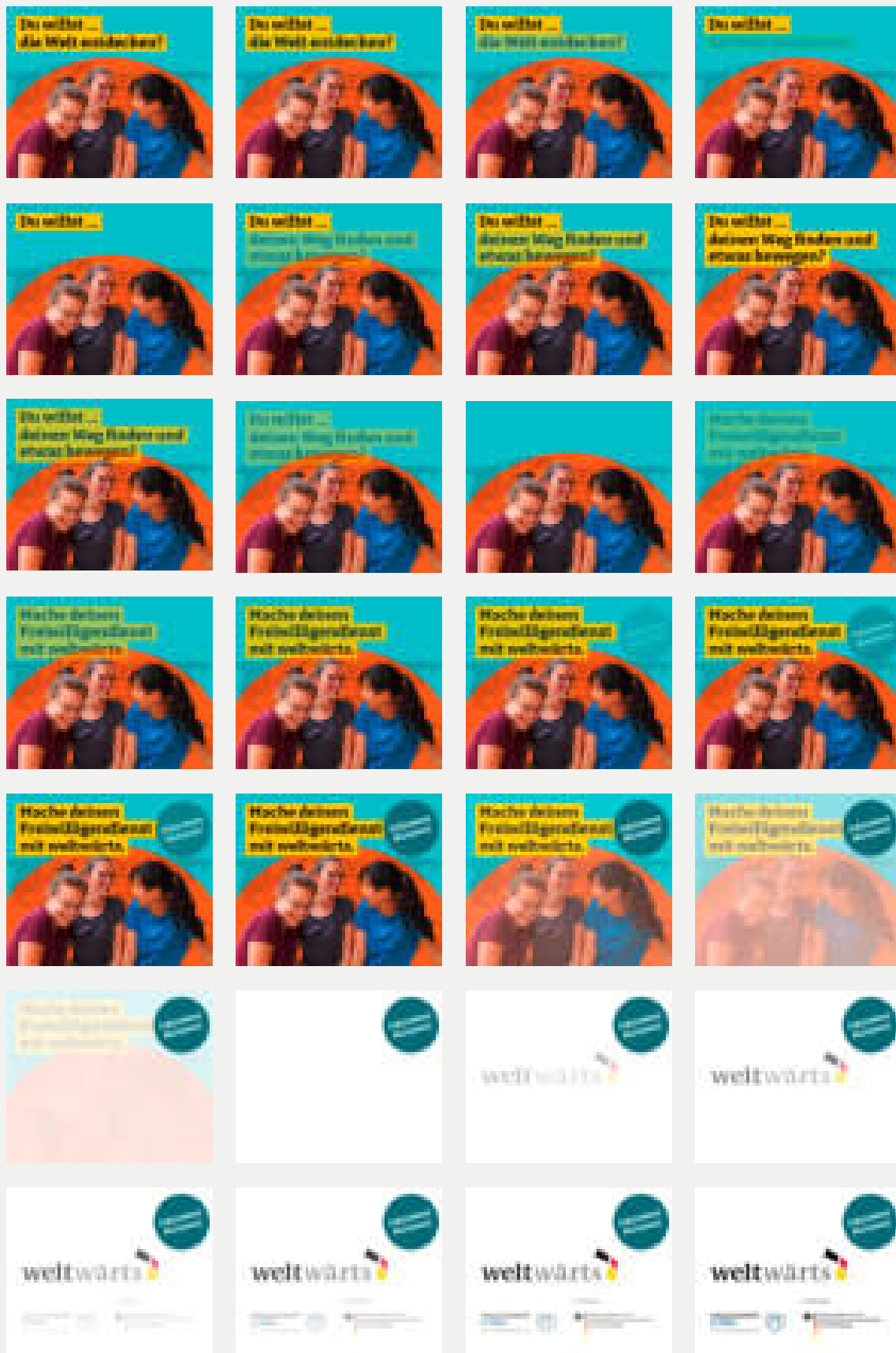
Motiv

Der Motivbereich enthält freigestellte Personenfotos. Es werden maximal drei Personen gezeigt, die mindestens bis zur Taille zu sehen sein müssen. Die Kriterien für die passende Bildauswahl finden sich im Kapitel → [Bilder](#).

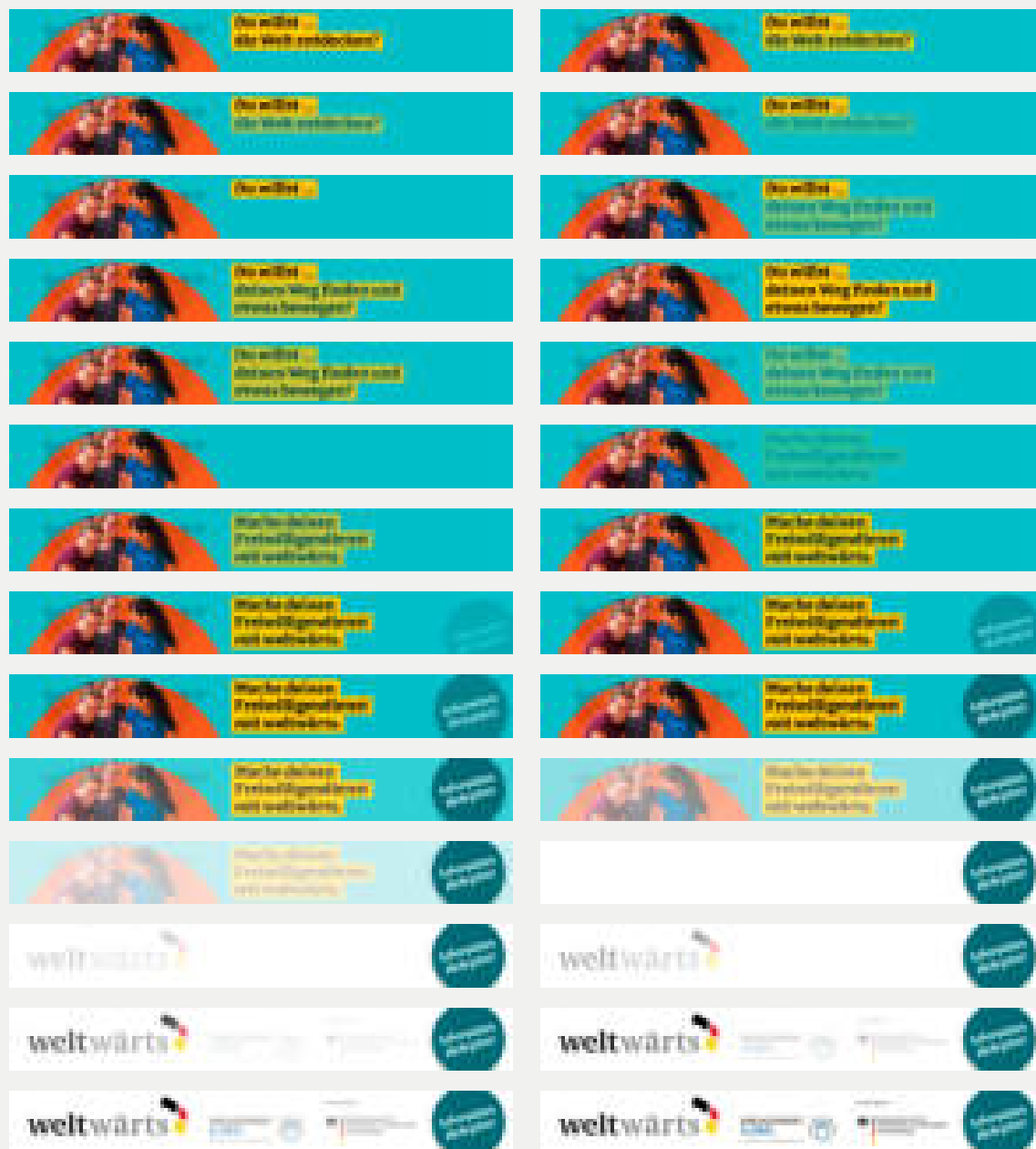
Animation

Bei der Animation der Banner sollte darauf geachtet werden, dass die Texte lang genug stehen bleiben, um eine ausreichende Lesezeit zu garantieren. Gleichzeitig darf die Animation nicht zu langsam ablaufen, damit die Bewegung weiterhin ins Auge sticht und lebendig wirkt. Alle Textschnipsel und die Logosequenz arbeiten mit Ein- bzw. Ausblendungen. Nur der Call-to-Action-Button wird leicht bewegt eingeblendet und bleibt bis zum Ende der Animation – auch während der Logodarstellung – sichtbar. Auch der weiße Hintergrund, auf dem die Logos erscheinen, wird eingeblendet. Die Logos erscheinen daraufhin mit leichtem Versatz – das weltwärts-Logo kurz vor den Absenderlogos von Engagement Global und dem BMZ.

Eine animierte Vorlage liegt weltwärts zum besseren Verständnis vor. Banner können als animierte GIFs oder als HTML-Banner konzipiert werden – je nach Größenvorgaben der jeweiligen Plattformen, auf denen die Bannerschaltung erfolgen soll.



Beispiel für die Animation eines Banners der Größe 300x250 px (von links nach rechts)



Beispiel für die Animation eines Banners der Größe 728x90 px (von links nach rechts)

Anzeigen

12

Anzeigen

Anzeigen bewerben das weltwärts-Programm in Zeitschriften oder Zeitungen. Die offenen InDesign-Dateien liegen weltwärts zur Bearbeitung vor. Proportionen, Aufteilung und Schriftgrößen hängen von der Größe der zu druckenden Anzeige ab und müssen gegebenenfalls angepasst werden.

Aufbau

Die Anzeigen bestehen aus einem weiß hinterlegten Kopfbereich, der links das weltwärts-Logo und rechts einen Hinweis auf die weltwärts-Website enthält, einem Motivbereich sowie einem Bereich für Fließtext und Absenderlogos. Der Motivbereich muss mindestens die Hälfte der Gesamthöhe der Anzeige ausfüllen und besteht aus einem farbigen Hintergrund sowie einer farbigen Kreishinterlegung. Der Kreis kann dabei entweder mittig platziert oder an einer Seite stärker angeschnitten werden (vergleiche hierzu das Rollup). Je nach Verwendungszweck können entweder unterschiedliche Farben für Hintergrund und Kreishinterlegung gewählt werden (farbenfroher Gesamteindruck) oder zwei Abstufungen derselben Farbe (ruhiger Gesamteindruck). Die farbige Hinterlegung der Überschrift muss so gewählt werden, dass sie sich gut von der darunterliegenden Farbe abhebt (siehe Kapitel → [Schriften](#)). Die Überschrift ragt in den Bereich für Text und Absenderlogos hinein. Die Größe dieser Überlappung ist abhängig von den Textmengen. Der Bereich für Fließtext und Absenderlogos ist immer weiß hinterlegt. Je nach Größe der Anzeige oder Textmenge können die Absenderlogos, unterhalb des Motivbereichs, nebeneinander oder rechts neben dem Text untereinander platziert werden. Dabei ist die Reihenfolge der Logos zu beachten: Das Logo von Engagement Global wird vor dem Logo des BMZ (mit dem Textzusatz »Im Auftrag des«) dargestellt.

Schriften

Die Schrift der farbig hinterlegten Überschrift muss mindestens doppelt so groß wie die Fließtextgröße oder größer sein. Für die farbig hinterlegte Überschrift wird die Slab Serif Schrift Bitter, für den Fließtext die serifenlose Schrift Barlow eingesetzt. Die im Kopfbereich platzierte URL der weltwärts-Website wird in dunkelrot hinterlegt. Dabei wird die URL selbst in der Schrift Bitter gesetzt, der kurze Teasertext darüber in der Schrift Barlow. Genaue Schriftgrößen und Abstände können den offenen InDesign-Dateien entnommen werden und müssen je nach Anzeigengröße flexibel angepasst werden.

Motiv

Der Motivbereich enthält freigestellte Personenfotos. Es werden maximal drei Personen gezeigt, die mindestens bis zur Taille zu sehen sind. Die Kriterien für die passende Bildauswahl finden sich im Kapitel → [Bilder](#). Im Hintergrund der abgebildeten Personen kann entweder die schraffierte Weltkarte oder alternativ ein freigestelltes Motiv aus dem Freiwilligendienstkontext gezeigt werden (vergleiche hierzu auch die Websitebühnen im Bereich Freiwillige).



weltwärts

Worauf wartest du?
Informiere dich jetzt!

weltwärts.de



**Du willst ...
die Welt entdecken.
deinen Weg finden.
etwas bewegen.**

Du bist jung und bereit für etwas Neues? Mit weltwärts kannst du dich ein Jahr in Afrika, Asien, Lateinamerika, Osteuropa oder Ozeanien engagieren. Für Bildung, Umwelt oder Gesundheit. Dabei lernst du interessante Menschen kennen und machst Erfahrungen, die dich weiterbringen. Entdecke die Welt und finde heraus, wie du sie gerechter und nachhaltiger gestalten kannst. Dein Freiwilligendienst wird staatlich gefördert.

Mit Sicherheit eine gute Erfahrung.

**ENGAGEMENT
GLOBAL**

Service für Entwicklungsinitiativen



Im Auftrag des



**Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung**

Beispiel für eine Anzeige im A6 Format.


weltwärts

Worauf wartest du?
informiere dich jetzt!

weltwaerts.de



**Du willst ...
die Welt entdecken.
deinen Weg finden.
etwas bewegen.**

Du bist jung und bereit für etwas Neues? Mit weltwärts kannst du dich ein Jahr
in Afrika, Asien, Lateinamerika, Osteuropa oder Ozeanien engagieren. Für Bildung,
Umwelt oder Gleichheit. Dabei lernst du unglaubliche Menschen kennen und
machst Erfahrungen, die dich weiterbringen. Entdecke die Welt und finde heraus,
wie du sie gerecht und nachhaltiger gestalten kannst. Dein Projektgedanke
wird schnell gefördert.

Mit Sicherheit eine gute Erfahrung.

**ENGAGEMENT
GLOBAL**
Deutscher Entwicklungsdienst



Vertraglich mit

 Bundesministerium für
 wirtschaftliche Zusammenarbeit
 und Entwicklung

Beispiel für eine Anzeige im A4 Format.

Rollups

13

Rollups

Rollups werden verwendet, um das weltwärts-Programm auf Veranstaltungen und Messen zu bewerben. Die offenen InDesign-Dateien liegen weltwärts zur Bearbeitung vor. Proportionen, Aufteilung und Schriftgrößen hängen von der Textmenge ab und müssen gegebenenfalls angepasst werden.

Aufbau

Das Rollup besteht aus einem Kopfbereich mit weltwärts-Logo, einem Motivbereich, in dem sich freigestellte Personenfotos befinden, sowie einem Bereich zur Platzierung von Text. Auf dem Rollup wird das weltwärts-Logo ausnahmsweise rechtsbündig platziert, um die durch die zweifache Überschrift entstehende Betonung der Linksbündigkeit auszubalancieren. Die Fotomotive im Motivbereich werden auf farbigem Hintergrund mit Kreishinterlegung positioniert. Der Kreis kann dabei entweder mittig platziert oder an einer Seite stärker angeschnitten werden. Je nach Verwendungszweck können entweder unterschiedliche Farben für Hintergrund und Kreishinterlegung gewählt werden (farbenfroher Gesamteindruck) oder zwei Abstufungen derselben Farbe (ruhiger Gesamteindruck). Hinter dem Kreis kann als illustratives Element zusätzlich ein abgeschwächtes Scribble positioniert werden. Die erste Überschrift befindet sich im Motivbereich auf dem farbigen Hintergrund oberhalb des Fotomotivs. Die zweite Überschrift befindet sich im Textbereich und ragt in den Motivbereich hinein. Die Größe dieser Überlappung ist abhängig von den Textmengen. Der Bereich für den Fließtext unterhalb des Motivs ist immer farbig hinterlegt. Je nach Farbe ist die Schrift entweder schwarz oder weiß (siehe Kapitel → [Schriften](#)). Unterhalb des Textbereichs werden die Absenderlogos von Engagement Global und dem BMZ (mit dem Textzusatz »Im Auftrag des«) auf weißem Hintergrund dargestellt. Diese werden auf dem Rollup immer nebeneinander platziert.

Schriften

Die erste Überschrift wird in der Slab Serif Schrift Bitter gesetzt. Die Schriftgröße dieser Überschrift wird je nach Textlänge so groß wie möglich gewählt, um die bestmögliche Lesbarkeit auch aus der Ferne sicherzustellen. Die Schrift der farbig hinterlegten zweiten Überschrift ist ebenfalls die Bitter. Die farbige Hinterlegung dieser Überschrift muss so gewählt werden, dass sie sich gut von den darunterliegenden Farben abhebt. Für den Fließtext wird die serifenlose Schrift Barlow eingesetzt. Genaue Schriftgrößen und Abstände können den offenen InDesign-Dateien entnommen werden und müssen je nach Textmenge angepasst werden.

Motiv

Der Motivbereich enthält freigestellte Personenfotos. Es werden maximal drei Personen gezeigt, die mindestens bis zur Taille zu sehen sein müssen. Die Kriterien für die passende Bildauswahl finden sich im Kapitel → [Bilder](#). Im Hintergrund der abgebildeten Personen kann entweder die schraffierte Weltkarte oder alternativ ein freigestelltes Motiv aus dem Freiwilligendienstkontext gezeigt werden (vergleiche hierzu auch die Websitebühnen im Bereich Freiwillige).

weltwärts 

Welt entdecken – Welt gestalten



**Du willst ...
die Welt entdecken.
deinen Weg finden.
etwas bewegen.**

Informiere Dich jetzt!
Auf www.weltwärts.de

Mit Sicherheit eine gute Erfahrung.



 Im Auftrag des
Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Beispiel für ein Rollup.

Flyer

14

Flyer im DinLang-Format

Flyer werden Interessierten auf Veranstaltungen zur Mitnahme angeboten oder in Auslagen präsentiert. Die offenen InDesign-Dateien liegen weltwärts zur Bearbeitung vor. Die Träger des Programms können die Flyer mit ihrer eigenen Anschrift sowie mit ihrem Logo individualisieren. weltwärts stellt ihnen dafür die offenen InDesign-Dateien zur Verfügung.

Aufbau

Die Flyer im DinLang-Format sind als Sechsseiter mit Wickelfalz konzipiert. Für die Titelseite gibt es zwei Gestaltungsvarianten (»Kreisbild« und »Bild groß«). Die Titelseite enthält eine weiße Kopf- oder Fußzeile, auf der das weltwärts-Logo linksbündig platziert wird, ein zentrales Bildmotiv sowie den Titel des Flyers und dessen Subline. Die Rückseite des Flyers stellt Kontaktinformationen zu weltwärts beziehungsweise der jeweiligen Trägerorganisation und die Absenderlogos auf weißem Hintergrund dar. Die Absenderlogos von Engagement Global und dem BMZ (mit dem Textzusatz »Im Auftrag des«) werden auf dem DinLang-Flyer untereinander platziert. Das Trägerlogo kann auf der weißen Fläche oberhalb des Logos von Engagement Global platziert werden (→ [Beispiel für Rückseite eines Träger-Flyers](#))

Die weiteren Seiten können frei mit Inhalten bestückt werden. Dafür stehen folgende Gestaltungselemente zur Verfügung:

- weiß hinterlegte Seiten
- farbig hinterlegte Seiten
- Zitate
- schwarze und farbige Überschriften
- Fließtext
- Überschriften mit Einrückung und Icon
- Fotografien, Kreise, Illustrationen, Icons, Collagenelemente

Fotos werden vorzugsweise in Kreisausschnitten dargestellt. Auf farbig hinterlegten Seiten wird zur besseren Lesbarkeit der weiße Fließtext in Semibold gesetzt. Auf der Ebene der H1 darf mit Einrückungen und farbigen Schriften gespielt werden. Um nicht zu viel Fließtext en bloc zu zeigen und das Gesamtbild aufzulockern, wird mit Icons, Zitaten und Bildern gearbeitet. Besondere Textabschnitte (zum Beispiel Zitate oder spezielle Informationen) können durch Boxen oder hinterlegte Scribbles hervorgehoben werden. Definitionen zu Schriftgrößen und Layoutraster befinden sich auf den folgenden Seiten.

Gestaltungsvariante »Kreisbild«



01 Schmuckschrift in dunkeltürkis.

Rock Salt **34 Pt**, ZAB* **36 Pt**

02 Titel in Schwarz.

Bitter Bold **24 Pt**, ZAB **26 Pt**

03 Titel Subline in Schwarz.

Barlow Bold **13 Pt**, ZAB **17 Pt**

04 Kreisbild mit freigestelltem Fotomotiv.

Kreis **100 x 100 mm**

05 weltwärts-Logo linksbündig.

06 H1 in schwarz.

Barlow Bold **30 Pt**, ZAB **30 Pt**

07 Absenderlogos Engagement Global und BMZ (mit dem Zusatz »Im Auftrag des«).

08 H1 in gelb auf farbig hinterlegter Seite in dunkelrot.

Barlow Bold **30 Pt**, ZAB **30 Pt**

09 Fließtext in weiß auf dunkelrot hinterlegter Seite.

Barlow SemiBold **9 Pt**, ZAB **14 Pt**

Raster

Grundlinienraster Einteilung alle

14 Pt

Ränder

Oben **10 mm**, Unten **12 mm**, Links **8 mm**,
Rechts **8 mm**

Spalten

Anzahl **4**

* ZAB = Zeilenabstand

Gestaltungsvariante »Bild groß«



10 weltwärts-Logo linksbündig.

11 Bild mit Fotomotiv, welches für bessere Lesbarkeit im Bereich der Überschriften abgedunkelt wurde.

12 Schmuckschrift in weiß.

Rock Salt **34 Pt**, ZAB* **36 Pt**

13 Titel in Schwarz mit grüner Hinterlegung.

Bitter Bold **24 Pt**, ZAB **26 Pt**

14 Titel Subline in Schwarz.

Barlow Bold **13 Pt**, ZAB **17 Pt**

Innenteil

18

Das wird gefördert

19


Jugendaustauschprojekte

20

Zielgruppe: Gruppen mit fünf bis zehn Jugendlichen zwischen 16 und 30 Jahren pro Land

Darum geht's: Durchführung eines Austauschprojekts zu einem Nachhaltigkeitsziel mit Vorbereitung, Hin- und Rückbegegnung vor jeweils 14 bis 30 Tagen, Nachbereitung und Zwischenphasen der digitalen Zusammenarbeit


Begleitprojekte

Zielgruppe: Akteure der internationalen Jugendarbeit und der Entwicklungszusammenarbeit

Darum geht's: Qualitätssteigerung der Jugendaustauschprojekte durch Stärkung von Strukturen und Akteuren der Jugendarbeit und der Entwicklungszusammenarbeit durch Qualifizierung, Fortbildung und Vernetzung


Modellprojekte

Zielgruppe: Akteure der internationalen Jugendarbeit und der Entwicklungszusammenarbeit

Darum geht's: Projekte mit innovativem Charakter für die entwicklungspolitisch ausgerichtete internationale Jugendarbeit, die sich auf andere Organisationen übertragen lassen

21

>Lorem ipsum dolor sit amet, conset etur adipisci lorem

Is es vid que plandi odit ommo qui ut ut facidusam que pa sunt qui to con con reium, simus reprenatur, accus duci conet volorest elciderit voluptatur, commodi optatem idem etum, sincia sunt, con porro entio magnat eaquo ius ipsum qui to vitis iurit aut volora nus alit ratinum quis et facessu nditio voluptaspe offic tem unt accaeperfera veliqua tem porro culleni enecum erati que is ea nime porumque sunt. Con porro entio magnat eaquo ius ipsum qui to vitis iurit.

22

»In unserer Art und Weise des Zusammenarbeits versuchen wir, die Vision einer Utopie zu verfolgen, die darin besteht Gleichheit, zwischen Nord und Süd zu erreichen. Volupta offic tem unt accaeperfera veliqua.«

Jean Koffi Touglo,
Compagnie Artistique Carrefour

volora nus alit ratinum quis et facessu nditio voluptaspe offic tem unt accaeperfera veliqua temporro culleni enecum erati que is ea nime Giatquae nonse illatus, omnis pliquat inctur, sit laut ut etur, aut es auta simus molupta.

15

Wir machen mit

16

Mitmachen können alle Organisationen der Jugendarbeit, wie Umweltvereine, Sportvereine, Pfadfinder- und Pfadfinderinnengruppen oder Organisationen der Kulturarbeit sowie entwicklungspolitisch ausgerichtete Organisationen. Das Projekt wird gemeinsam vom deutschen Träger und einem internationalen Projektpartner aus einem Land der DAC-Länderliste geplant, beantragt und umgesetzt. Der deutsche Projektpartner muss vor Antragstellung eine Trägerprüfung durchlaufen.

17

Mit weltwärts wird das Leben im globalen Dorf realer: Junge Menschen aus Deutschland und unseren Partnerländern engagieren sich für nachhaltige Entwicklung und ein gerechteres Zusammenleben in unserer Einen Welt. Denn es ist meine feste Überzeugung: Die Probleme dieser Welt können wir nur gemeinsam lösen. Diesen Gedanken lebt und fördert das weltwärts-Programm.

Entwicklungsminister Gerd Müller

15 H1 in gelb.

Barlow Bold 30 Pt, ZAB 30 Pt

16 Fließtext in weiß auf dunkeltürkis hinterlegter Seite.

Barlow SemiBold 9 Pt, ZAB 14 Pt

17 Zitat mit Bild auf Kreishinterlegung in türkis. Name der zitierten Person in Fließtextgröße.

Bitter Bold 9 Pt, ZAB 14 Pt

18 H1 in dunkelrot.

Barlow Bold 30 Pt, ZAB 30 Pt

19 H2 eingerückt mit Icon.

Bitter Bold 12 Pt, ZAB 14 Pt

20 Fließtext in schwarz auf weiß hinterlegter Seite.

Barlow Regular 9 Pt, ZAB 14 Pt, Hervorhebungen Barlow SemiBold

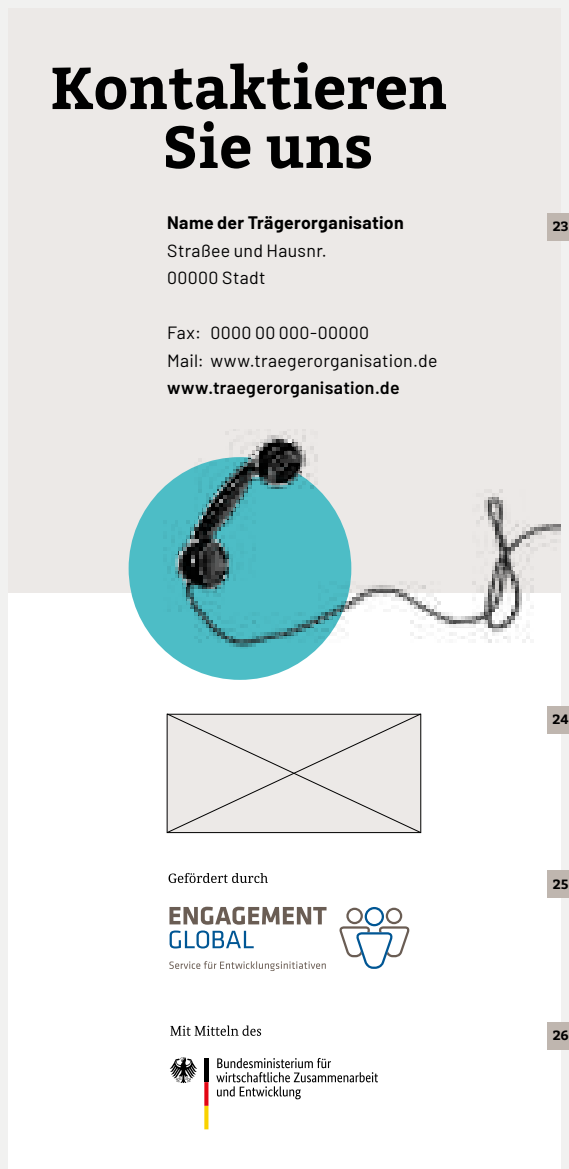
21 H2.

Bitter Bold 12 Pt, ZAB 14 Pt

22 Zitat mit Scribblehinterlegung. Name der zitierten Person in Fließtextgröße.

Bitter Bold 9 Pt, ZAB 14 Pt, Abstand zum Rahmen Rechts und Links 8 mm

Beispiel für Rückseite eines Träger-Flyers



23 Platz für Kontaktinformationen des Trägers

Barlow Bold und Regular **9 Pt**, ZAB **14 Pt**

24 Platz für das Logo des Trägers.

25 Handelt es sich um einen von einem Träger individualisierten Flyer, erhält das Engagement Global Logo den Zusatz »Gefördert durch«.

26 Handelt es sich um einen von einem Träger individualisierten Flyer, erhält das BMZ Logo den Zusatz »Mit Mitteln des«.

Wordvorlagen

15

Wordvorlagen zur Dokumentation von Partnerkonferenzen

Die Dokumentationen der Partnerkonferenzen sind wichtige Dokumente, mit deren Hilfe Ergebnisse der Konferenzen festgehalten werden. Sie werden von den durchführenden Träger- und Partnerorganisationen nach dieser Word-Vorlage erstellt. Design und Struktur sind beizubehalten. Da es sich bei der Dokumentation der Partnerkonferenzen um eine Veröffentlichung handelt, die finanziell vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert wird, gelten einige Vorgaben. So müssen zum Beispiel die Absenderlogos von Engagement Global (mit dem Textzusatz »Gefördert von«) und dem BMZ (mit dem Textzusatz »mit Mitteln des«) im Impressum aufgeführt werden.

Verwendung

Vor Anfertigung einer Dokumentation ist es empfehlenswert, sich einen Überblick über die vorgegebenen Gestaltungselemente zu verschaffen. So können Fließtexte, Überschriften, Zitate, Tabellen und Fotos abwechslungsreich eingesetzt werden. Absatzformate, Schriftgrößen, Zeilenabstände und Farben müssen – wie durch die Vorlage vorgegeben – beibehalten werden. Durch Einsatz von Fotografien kann die Dokumentation mit Eindrücken der jeweiligen Partnerkonferenz angereichert werden.

Aufbau

Die Wordvorlage besteht aus einem Titelblatt, dem Inhaltsverzeichnis, den Inhaltsseiten, Impressum und Rückblatt. Ebenso verfügt sie über einige speziell für den Zweck der Konferenzdokumentation vorgestaltete Elemente und Kapitel, die mit den entsprechenden Inhalten befüllt werden sollen. Dazu gehören:

- Vorlagen für Einführung und Hintergrund mit Platz für Fotos
- Ggf. Vorwort der Organisatoren mit Ansprache und Unterschriften
- Programmablauf der Partnerkonferenz mit Tabelle
- Faktentabelle der Konferenz
- Kapitel »Ergebnisse zu den vom Programmsteuerungsausschuss eingebrachten Themen«

Auf die vorgestellten ersten Kapitel folgt der individuelle Inhaltsteil. Für diesen Teil stehen folgende Gestaltungselemente zur Verfügung:

- Fließtext
- Überschriften
- Bild groß mit Copyright, Bildunterschrift und Alternativtext
- Bild klein mit Copyright, Bildunterschrift und Alternativtext
- zwei Bilder 50/50 nebeneinander, mit Copyright, Bildunterschrift und Alternativtext
- Infobox
- Listen
- Tabellen mit und ohne Kopfzeile
- Zitate

Titelblatt



Legende

01 rot markierte Elemente dürfen nicht verändert werden.

02 grün markierte Elemente dürfen textlich verändert werden (Keine Anpassungen an Formaten oder Schriften).

01 weltwärts-Logo und Hintergrundgestaltung (Farben, Positionen) dürfen nicht verändert werden.

02 Jahreszahl der Konferenz in dunkeltürkis

03 Titel der Konferenz

04 Konferenzort

05 Konferenzfakten. Schreibweise (Konferenzort, Konferenzland und Datumsformat) muss beibehalten werden.

06 Foto der Konferenz. Foto muss eine ausreichende Auflösung besitzen und proportional skaliert werden.

Format **10 cm x 16,5 cm**

07 Platzhalter für Logos der Organisationen. Übrige Platzhalter müssen gelöscht werden.

Inhaltsverzeichnis mit automatischer Nummerierung, Programmablauf und Faktentabelle

Inhaltsverzeichnis

1

Einführung und Hintergrund

1

1.1

Grußwort des Programmsteuerungsausschusses

1

1.2

Ggf. Vorwort der Organisatoren

2

1.3

Programmablauf der Partnerkonferenz

4

1.4

Faktentabelle der Konferenz

5

2

Ergebnisse zu den vom Programmsteuerungsausschuss eingebrachten Themen

6

2.1

Feedback der Teilnehmenden zu folgenden Informationsthemen

6

2.1.1

Neuigkeiten aus dem weltwärts-Programm

6

2.1.2

Programmsteuerungsausschuss-Thema 1

6

2.1.3

Programmsteuerungsausschuss-Thema 2

6

2.2

Ergebnisse zu Querschnittsfragen

7

2.2.1

Welche Erwartungen haben die Partner an das Freiwilligenprogramm?

7

2.2.2

Welche Themen aus der Konferenz sind für die Weiterentwicklung des Programms wichtig und werden zurück an den Programmsteuerungsausschuss getragen?

7

2.3

Sonstige Rückmeldungen an den Programmsteuerungsausschuss

7

3

Individueller Teil

8

3.1

Überschrift

8

3.1.1

Unterüberschrift

8

3.1.1.1

Unterüberschrift, Bild groß und Bildunterschrift

8

3.1.1.2

Unterüberschrift, Bild klein und Bildunterschrift

9

3.1.1.3

Unterüberschrift, zwei Bilder und Bildunterschrift

9

3.2

Überschrift

10

3.2.1

Unterüberschrift mit Infobox

10

3.3

Überschrift

11

3.3.1

Überschrift

11

3.4

Überschrift

11

3.4.1

Unterüberschrift

11

3.4.1.1

Unterüberschrift mit Bulleliste

11

3.4.1.2

Unterüberschrift mit Zitat

11

4

Anlagen

13

4.1

Abkürzungsverzeichnis

13

4.2

PowerPoint Präsentationen

13

4.3

Tabellen

13

4.3.1

Tabelle ohne Kopfzeile

13

1.4 Faktentabelle der Konferenz

Ort der Konferenz: Land und Stadt	Lorem ipsum dolor sit amet
Ausrichtende Trägerorganisation(en)	Lorem ipsum dolor sit amet
Ausrichtende Partnerorganisation(en)	Lorem ipsum dolor sit amet
Datum der Konferenz	Lorem ipsum dolor sit amet
Zahl Teilnehmende gesamt	Lorem ipsum dolor sit amet
Zahl Teilnehmende aus folgenden Ländern	Lorem ipsum dolor sit amet Lorem ipsum dolor sit amet Lorem ipsum dolor sit amet
Verhältnis Männer/Frauen	Lorem ipsum dolor sit amet
Konferenzsprache/n	Lorem ipsum dolor sit amet
Themenswerpunkte	Lorem ipsum dolor sit amet Lorem ipsum dolor sit amet Lorem ipsum dolor sit amet Lorem ipsum dolor sit amet

1.3 Programmablauf der Partnerkonferenz

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

Lorem ipsum dolor sit amet	Lorem ipsum dolor sit amet	Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum

Individueller Teil

01 Individueller Teil

02 3.1 Überschrift

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

04 3.1.1 Unterüberschrift

Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

05 3.1.1.1 Unterüberschrift, Bild groß und Bildunterschrift



© Urheber / Stockagentur

Ich bin die Bildunterschrift eines großen Bildes [Standardmaß 10,6 x 15,9 cm, Alternativ: 10,6 cm x flexible Höhe] – Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna.

- 01 Überschrift Ebene 1.
 - 02 Überschrift Ebene 2.
 - 03 Fließtext.
 - 04 Überschrift Ebene 3.
 - 05 Überschrift Ebene 4.
 - 06 Bild groß. Foto muss eine ausreichende Auflösung besitzen und proportional skaliert werden. Copyright muss eingetragen und das Bild mit einem Alternativtext für Barrierefreiheit versehen werden.
- Format **10,6 cm x 15,9 cm**, alternativ **10,6 cm x flexible**
Höhe
- 07 Automatische Seitennummerierung.

Individueller Teil

3.1.1.2 Unterüberschrift, Bild klein und Bildunterschrift

Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, At accusam aliquyam diam diam dolore dolores duo eirmod eos erat, et nonumy sed tempor et et invidunt justo labore Stet clita ea et gubergren, kasd magna no.

01



© Urheber / Stockagentur

Ich bin die Bildunterschrift eines kleinen Bildes [Standardmaß 7 x 10,5 cm, Alternativ: 7 cm x flexible Höhe] – Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

3.1.1.3 Unterüberschrift, zwei Bilder und Bildunterschrift

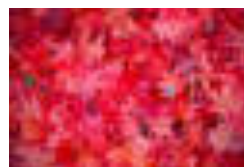
Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, At accusam aliquyam diam diam dolore dolores duo eirmod eos erat, et nonumy sed tempor et et invidunt justo labore Stet clita ea et gubergren, kasd magna no. Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

9

consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, At accusam aliquyam diam diam dolore dolores duo eirmod eos erat, et nonumy sed tempor et et invidunt justo labore Stet clita ea et gubergren, kasd magna no.



© Urheber / Stockagentur



© Urheber / Stockagentur

Ich bin die Bildunterschrift von zwei Bildern nebeneinander [Standardmaß 7 x 10,5 cm, Alternativ: 10,6 cm x flexible Höhe. Beide Bilder müssen jedoch die gleiche Höhe haben] – Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr.

02

3.2 Überschrift

3.2.1 Unterüberschrift mit Infobox

Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. At accusam aliquyam diam diam dolore dolores duo eirmod eos erat, et nonumy sed tempor et et invidunt.

Überschrift Infobox – lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.



03

10

01 Bild klein. Foto muss eine ausreichende Auflösung besitzen und proportional skaliert werden. Copyright muss eingetragen und das Bild mit einem Alternativtext für Barrierefreiheit versehen werden.

Format **7 cm x 10,5 cm**, alternativ **7 cm x flexible Höhe**

02 Zwei Bilder 50/50. Fotos müssen eine ausreichende Auflösung besitzen und proportional skaliert werden.

Format **7 cm x 10,5 cm**, alternativ **7 cm x flexible Höhe**, Bilder müssen jedoch dieselbe Höhe haben

03 Infobox mit Überschrift Infobox und Fließtext

Individueller Teil

01



At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum.
At accusam aliquyam diam diam dolore dolores duo
eirmod eos erat, et nonumy sed tempor et et invidunt.

Zitatgeber Vorname, Name und Position

Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. At accusam aliquyam diam diam dolore dolores duo eirmod eos erat, et nonumy sed tempor et et invidunt justo labore Stet clita ea et gubergren, kasd magna no.

12

Anlagen

4.1 Abkürzungsverzeichnis

4.2 PowerPoint Präsentationen

4.3 Tabellen

4.3.1 Tabelle ohne Kopfzeile

Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum

02

4.3.2 Tabelle mit Kopfzeile

Lorem ipsum dolor sit amet	Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum
Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum	Lorem ipsum dolor sit amet consetetur adipisci lorem ipsum

03

13

01 Zitat. Farbe darf nicht verändert werden.

02 Tabelle ohne Kopfzeile. Zeilen- und Spaltenanzahl darf verändert werden.

03 Tabelle mit Kopfzeile. Zeilen- und Spaltenanzahl darf verändert werden. Farbe darf nicht verändert werden.

Impressum und Rückenblatt

01 Impressum

02 Herausgeber
Herausgeber e. V. 01
Herausgeber e. V. 02
Name der Organisation
Organisationssitz-Straße 101
5000 Organisationsstadt
www.organisationswebsite.de

03 Redaktion
Autorin 01
Autorin 02
Autor 03
Autorin 04
Autor 05

04 Layout
DMKZWO – Büro für Design, Markenführung, Kommunikation (Köln)
www.dmkzwo.de

05 Fotos
Fotografin 01
Fotograf 02
Polaroid-Fotovorlage Titelseite: farizkiz, freepik

06 Stand
Monat Jahr

07 Für den Inhalt dieser Publikation ist allein der **(Name Zuwendungsempfänger/in /Herausgeber/in)** verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global oder des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder.

08 

14

09

weltwärts 

01 Titel Impressum

02 Herausgebende: Hier tragen die verantwortlichen Organisationen ihren Namen sowie Adressen und ggf. Website-URL ein.

03 Redaktion: Name(n) der verantwortlichen Autorinnen und Autoren

04 Für das Grundlayout verantwortliche Agentur

05 Namen der Fotografinnen und Fotografen

06 Stand: Datum der letzten Bearbeitung

07 Name der/des Verantwortlichen (Zuwendungsempfänger/in oder Herausgeber/in)

08 Abenderlogos

09 Rückblatt darf nicht verändert werden.

Glossar

Die wichtigsten weltwärts-Begriffe

Aufnahmeorganisationen

In der → [Nord-Süd-Komponente](#) sind Aufnahmeorganisationen Organisationen im → [Globalen Süden](#), die Freiwillige aufnehmen und Einsatzstellen zuordnen. In der Süd-Nord-Komponente sind Aufnahmeorganisationen → [Träger](#) mit Sitz in Deutschland, die Freiwillige aus dem → [Globalen Süden](#) in Deutschland aufnehmen und Einsatzstellen zuordnen.

Programmbegleitende Maßnahmen

Programmbegleitende Maßnahmen (im → [Freiwilligendienst](#)) werden finanziell vom BMZ gefördert und von den zivilgesellschaftlichen Organisationen durchgeführt, um die Qualität von weltwärts zu steigern.

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) hat das weltwärts-Programm 2008 ins Leben gerufen und finanziert alle Förderlinien des Programms. Die Verwendung der Kurzformen »Bundesentwicklungsministerium« oder »Bundesentwicklungsministerin« ist zulässig.

Diversität

Diversität wird wie folgt definiert und zu → [Inklusion](#) abgegrenzt: Diversität ist ein realer gesellschaftlicher Zustand. In der Vielfalt von Standpunkten, Erfahrungen und Eigenschaften von Menschen liegt ein großes gesellschaftliches Potential.

Ehemalige

Der Begriff »Ehemalige« bezeichnet junge Menschen, die einen Freiwilligendienst in Deutschland oder im → [Globalen Süden](#) absolviert haben. Es wird auch von Rückkehrerinnen und Rückkehrern, Rückgekehrten oder ehemaligen Freiwilligen gesprochen, nicht allerdings von Alumni.

Einsatzstelle

Bei der Einsatzstelle handelt es sich um die Organisation/den Verein/das Unternehmen/das Projekt, in dem Freiwillige eingesetzt werden. Eine Einsatzstelle kann gleichzeitig auch eine → [Partnerorganisation](#) sein. → [weltwärts-Einsatzplätze](#) sind in einer Einsatzstelle angesiedelt. Beispiel: Die Organisation »Umwelt und Nachhaltigkeit« in Ecuador ist eine Einsatzstelle. Sie nimmt jedes Jahr zwei weltwärts-Freiwillige auf: einen Freiwilligen auf den Einsatzplatz »Öffentlichkeitsarbeit für nachhaltige Entwicklung« und eine Freiwillige auf den Einsatzplatz »Unterstützung bei der Umweltbildung«. Es sind also zwei Einsatzplätze in einer Einsatzstelle registriert.

In der → [Süd-Nord-Komponente](#) sind mit Einsatzstelle analog die gemeinnützigen Einrichtungen in Deutschland gemeint, in denen die Freiwillige arbeiten. → [Aufnahmeorganisationen](#) kön-

nen selbst Einsatzstellen sein, oft werden Freiwillige von den Aufnahmeorganisationen aber auch in anderen Organisationen eingesetzt. Alle Einsatzstellen müssen in der Süd-Nord-Komponente vom Bundesfreiwilligendienst anerkannt sein.

Einsatzplatz

Unter dem Einsatzplatz ist die konkrete Platzierung für Freiwillige zu verstehen. Jeder weltwärts-Einsatzplatz (→ [Nord-Süd](#)- und → [Süd-Nord-Komponente](#)) muss bei der → [Koordinierungsstelle weltwärts](#) registriert sein und erhält eine individuelle Kennnummer (Einsatzplatznummer). In der Regel dürfen pro → [Einsatzstelle](#) zwei Einsatzplätze registriert werden.

Entsendeorganisation

Eine Entsendeorganisation ist diejenige Organisation, die Freiwillige im jeweiligen Herkunftsland der Freiwilligen begleitet und sie in ihr Gastland entsendet. Im Rahmen der → [Nord-Süd Komponente](#) handelt es sich um von der → [Koordinierungsstelle weltwärts](#) geprüfte Organisationen (z.B. Verein, Stiftung, gGmbH etc.), die ihren Sitz in Deutschland haben. Im Rahmen der → [Süd-Nord Komponente](#) handelt es sich um Organisationen (z. B. Verein, Stiftung, gGmbH etc.), die ihren Sitz in einem Land der OECD-DAC-Liste haben, siehe dazu auch → [Partnerorganisationen](#).

Entwicklungszusammenarbeit

Ziel der deutschen Entwicklungszusammenarbeit ist es, den Menschen weltweit die Freiheit zu geben, selbstbestimmt und ohne materielle Not zu leben. Sie umfasst alle Initiativen von privaten und öffentlichen Akteuren, die sich für eine nachhaltige Entwicklung einsetzen. Denn es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die Globalisierung gerecht zu gestalten. Die deutsche Entwicklungspolitik trägt dieser Überzeugung Rechnung, indem sie neben der Zusammenarbeit mit ihren Partnerländern und der Mitwirkung in internationalen Organisationen auch nicht-staatliche Akteure aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft unterstützt. Nicht zulässig ist die Verwendung des Wortes »Entwicklungshilfe«.

Freiwillige

Freiwillige oder auch weltwärts-Freiwillige, sind junge Menschen, die einen Freiwilligendienst mit weltwärts absolvieren.

Freiwilligendienst

Ein Freiwilligendienst oder Einsatz bezeichnet ein unentgeltliches Engagement der Freiwilligen auf einem bei weltwärts registrierten → [Einsatzplatz](#) für einen Zeitraum von sechs bis 24 Monaten.

Gemeinschaftswerk weltwärts

Der weltwärts-Freiwilligendienst wird als Gemeinschaftswerk von staatlichen und zivilgesellschaftlichen Organisationen getragen. Gemeinschaftswerk bedeutet, dass sich alle am Freiwilligendienst beteiligten Akteure in die Gestaltung und Weiterentwicklung des Programms einbringen können. Dies gilt für die Durchführung ebenso wie für die Qualitätssicherung und

-entwicklung. Der weltwärts-Freiwilligendienst wird so gemeinsam verantwortet. Veränderungen und die Weiterentwicklung im Programm werden deshalb in einem dafür eingerichteten → [Programmsteuerungsausschuss](#) (PSA) im Konsens entschieden.

Globaler Süden

Der Begriff des Globalen Südens ist der Versuch einer nicht wertenden Sprache und wird im entwicklungspolitischen Kontext häufig genutzt, um die Gruppe von Staaten zusammenzufassen, welche im globalen Vergleich als gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich weniger privilegiert gelten. Der Begriff wird in der Öffentlichkeitsarbeit für Zielgruppen (→ [Träger](#) und → [Ehemalige](#)) verwendet, bei denen ein Verständnis des Begriffs vorausgesetzt werden kann.

Globales Lernen

Globales Lernen wird im weltwärts-Programm als Lernen im Sinne einer global nachhaltigen Entwicklung verstanden. Im weltwärts-Programm werden Möglichkeiten geschaffen, Kompetenzen auf- und auszubauen, um auch über den Freiwilligendienst hinaus zu einer weltweit nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Auch wenn das Lernen der Teilnehmenden im Mittelpunkt steht, ist davon auszugehen, dass bei allen Akteuren und im Umfeld des weltwärts-Programms Lernprozesse stattfinden.

Inklusion

Inklusion wird wie folgt definiert und zu → [Diversität](#) abgegrenzt: Inklusion ist ein Prozess und ein Ziel: Inklusionsarbeit bedeutet Rahmenbedingungen zu schaffen, die die Teilhabe aller ermöglichen. Verändert werden muss also nicht das Subjekt, das Ausschluss erfährt, sondern die zu Ausschluss führende Struktur.

Interessensverbund

Ein Interessensverbund ist ein Zusammenschluss von mindestens zehn → [Trägerorganisationen](#) des Freiwilligendienstes mit Sitz in Deutschland. Ein Interessensverbund vertritt die politischen Interessen seiner Mitglieder und ist damit nicht unbedingt identisch mit einem → [Qualitätsverbund](#). Aktuell gibt es im weltwärts-Programm vier Interessensverbünde, die mit je zwei Personen im → [Programmsteuerungsausschuss](#) vertreten sind.

Koordinierungsstelle weltwärts (Kww)

Die Koordinierungsstelle weltwärts ist Teil von Engagement Global. Sie übernimmt im weltwärts-Programm administrative Aufgaben, Beratung, Wissensmanagement, Öffentlichkeitsarbeit auf Programmebene und Mitarbeit in den Gremien des Programms. Die Abkürzung Kww wird nur in internen Dokumenten verwendet, nicht aber in der Öffentlichkeitsarbeit.

Nord-Süd-Komponente

Von der Nord-Süd-Komponente wird gesprochen, wenn der weltwärts-Freiwilligendienst von Freiwilligen aus Deutschland in Ländern der OECD-DAC-Liste gemeint ist. Um zu große Zeilenumbrüche zu vermeiden, ist die Schreibweise auf der Website: Nord-Süd Komponente (ohne Bindestrich).

Partnerorganisationen

Als Partnerorganisation wird das jeweilige Gegenüber einer deutschen → [Trägerorganisation](#) (sprich → [Entsendeorganisation](#) oder → [Aufnahmeorganisation](#)) in den OECD-DAC-Ländern bezeichnet. Für eine Trägerorganisation ist eine Partnerorganisation immer die Organisation, mit der sie unmittelbar und gemeinsam den Freiwilligendienst abwickelt. Dabei kann die Partnerorganisation identisch mit der → [Einsatzstelle](#) sein. Partnerorganisationen nehmen Freiwillige aus Deutschland auf oder entsenden junge Menschen aus ihrem Land in den Freiwilligendienst nach Deutschland.

Politische Freiwilligenvertretung internationaler Freiwilliger (PFIF)

PFIF ist die politische Freiwilligenvertretung internationaler Freiwilliger und setzt sich insbesondere in den weltwärts-Gremien (z. B. auch im → [Programmsteuerungsausschuss](#)) für die Interessen der Freiwilligen ein. PFIF ist Teil der → [Zivilgesellschaft](#).

Programmsteuerungsausschuss (PSA)

Der Programmsteuerungsausschuss (PSA) ist das zentrale Gremium, um das Programm gemeinsam verantwortungsvoll zu tragen und weiterzuentwickeln. Er tagt mindestens zweimal im Jahr. Alle übergeordneten Aspekte der Programmentwicklung werden im PSA beraten und entschieden. Aktuell besteht der Ausschuss aus 15 Mitgliedern. Diese setzen sich zusammen aus Vertreterinnen und Vertretern von BMZ, Engagement Global, Interessensverbänden der Trägerorganisationen in Deutschland und der Politischen Freiwilligenvertretung internationaler Freiwilligendienste (PFIF). Die Abkürzung PSA wird nur in internen Dokumenten verwendet, nicht aber in der Öffentlichkeitsarbeit.

Qualitätsverbund

Seit 2013 sind alle weltwärts-Organisationen verpflichtet, sich einem Qualitätsverbund anzuschließen oder mit anderen Organisationen einen Qualitätsverbund zu gründen. Die Qualitätsverbünde sichern die Qualitätsanforderungen des Programms und beziehen dazu unabhängige Zertifizierungsinstitute ein. Sie unterstützen die weltwärts-Organisationen bei der Qualitätsentwicklung.

Süd-Nord-Komponente

Von der Süd-Nord-Komponente wird gesprochen, wenn der Freiwilligendienst von Freiwilligen aus Ländern der OECD-DAC-Liste in Deutschland gemeint ist. Um zu große Zeilenumbrüche zu vermeiden, ist die Schreibweise auf der Website: Süd-Nord Komponente (ohne Bindestrich).

Trägerorganisationen/Träger

Dabei handelt es sich um Organisationen (Vereine, Stiftungen, gemeinnützige Unternehmen) mit Sitz in Deutschland, die direkt Fördermittel vom → [BMZ](#) erhalten, um den → [Freiwilligendienst](#) mit eigener finanzieller Beteiligung durchzuführen.

Zivilgesellschaft

Als zivilgesellschaftlichen Akteure (kurz: Zivilgesellschaft) werden die nicht-staatlichen Akteure im weltwärts-Programm (→ Träger, → Interessens- und → Qualitätsverbünde, politische Freiwilligenvertretung → PFIF) bezeichnet.

