

# GET SOCIAL CORPORATE DESIGN

Stand: März 2018



## Inhalt

Inhalt.....	1
Allgemeines.....	2
Publikationen.....	2
Online.....	3
Keyvisual „Herz“.....	3
Umsetzungsbeispiele.....	4
Give-Aways.....	6
Get Social Leiste.....	7
Schriftzug.....	8
Farbwelt.....	9



ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

*Aus Liebe zum Menschen.*

## Allgemeines

Bei Get Social handelt es sich um die Jugendkommunikationslinie des Österreichischen Roten Kreuzes und Jugendrotkreuzes. Diese fand ihren Ursprung in der Jugendkampagne, die 2014 entwickelt und geschaltet wurde. Im Rahmen der Kampagne wurde entschieden, einen Auftritt zu wählen, der sich bewusst vom Auftritt des Roten Kreuzes und Jugendrotkreuzes abhebt: Frischer, frecher, jünger. Damit wollte und will man die Jugendlichen in einer für sie ansprechenden Form erreichen und besonders jungen Leuten die Arbeit des Roten Kreuzes näher bringen.

Die Absender, Rotes Kreuz und Jugendrotkreuz, stehen bewusst nicht im Vordergrund – es geht allgemein um soziales Engagement.

Da es sich bei der Jugendkommunikationslinie um ein gemeinsames Projekt zwischen Österreichischem Roten Kreuz und Österreichischem Jugendrotkreuz handelt, gilt es – wenn nicht nur das Get Social Keyvisual, sondern auch ein „Absender“ angegeben werden soll – beide Logos (Rotes Kreuz und Jugendrotkreuz) in der überregionalen oder regionalen Version zu verwenden (Landesverbands-Mutation). In diesem Fall ist das Corporate Design des Roten Kreuzes zu beachten.

Wenn ÖRK und ÖJRK Logos verwendet werden, kann – je nach Größe des Produkts – auch das ÖRK Sonderlogo verwendet werden. Das empfiehlt sich besonders bei kleinen Produkten, um die Sichtbarkeit des ÖRK-Logos zu optimieren.

<http://design.roteskreuz.at/grundlagen/basiselemente/logo/sonderlogo/>

Alle Informationen dazu finden sich auf <http://design.roteskreuz.at>

Dieser Leitfaden gibt Aufschluss darüber wie und in welcher Form die Get Social Elemente verwendet werden sollen.

## Publikationen

Wann immer eine Publikation erstellt wird, die sich ganz oder nur zum Teil an eine jugendliche Zielgruppe richtet, soll sich Get Social auf dieser widerspiegeln. Bei der Erstellung einer Publikation sollen die bereits bestehenden Vorlagen zu unterschiedlichen Drucksorten auf <http://design.roteskreuz.at> verwendet werden.

Bei Publikationen gilt zu beachten:

- Sollen Rotkreuz-Logos vorkommen? Dann gilt das Corporate Design des Roten Kreuzes. Bitte Logo Rotes Kreuz und Logo Jugendrotkreuz in der „beruhigten Zone“ unten und die Schrift Dunant einsetzen.
- Passendes Get Social Element für die jeweilige Publikation auswählen
- Vorlage von <http://design.roteskreuz.at> verwenden oder sich daran orientieren (downloadbar für publisher und Indesign hier: <http://design.roteskreuz.at/vorlagen/vorlagen/gestaltungsraster/basisvorlagen-hochformat/>)
- Einbindung der URL [www.get-social.at](http://www.get-social.at) in Fußzeile, als Schriftzug, im Text, etc.

## Online

Im Onlinebereich kann die Auswahl an Elementen je nach Projekt entschieden werden. Diese müssen nicht immer, wie bei einer Publikation, in Verbindung mit dem Logo Rotes Kreuz und Jugendrotkreuz gesetzt werden. Es können alleinstehende Get Social Elemente verwendet werden, ob nun Schriftzug, Leiste oder das Keyvisual, ganz oder angeschnitten.

Allerdings ist es im Onlinebereich erforderlich, dass in der unmittelbaren Nähe der Get Social Elemente die Verlinkung zu [www.get-social.at](http://www.get-social.at) zu finden ist. Die URL kann als Credit fungieren, als Verlinkung hinter dem Logo liegen oder in einem Text zum Logo erwähnt werden.

Im Onlinebereich selbst sollte auch #getsocial als Schriftzug oder im Text erwähnt werden, um möglichst flächendeckend darauf hinzuweisen, dass User die Möglichkeit haben, über ihre sozialen Aktivitäten mit einem Posting und dem Hashtag aufmerksam zu machen. So gekennzeichnete öffentliche Beiträge in den Sozialen Medien werden auf der Startseite von [www.get-social.at](http://www.get-social.at) angezeigt.

## Keyvisual „Herz“

Bei dem Keyvisual, oder auch Get Social Herz, handelt es sich um das Schlüsselement, das im Rahmen der Jugendkampagne 2014 vom Künstler Boicut kreiert wurde.

Als Keyvisual der Jugendkommunikation wird das Herz flächendeckend eingesetzt und ist somit universaler Absender der Kommunikationsbotschaften an Jugendliche. Das Herz selbst kann sowohl als Ganzes wie auch in Teilen (in angeschnittener Form) verwendet werden. Dabei ist bei Größe und Bildausschnitt darauf zu achten, dass die Botschaft „Get Social“ gut lesbar bleibt. Wenn nur kleinere Teile des Herzes verwendet werden, müssen diese mit dem original Boicut-Schriftzug, Get-Social.at oder #GETSOCIAL kombiniert werden, um einen Absender zu kommunizieren.



Der Original Boicut-Schriftzug: **GET SOCIAL!**

Wird der Schriftzug Get Social nicht im Text verwendet, sondern als grafisches Element eingesetzt, soll dazu das vorgefertigte grafische Element des Schriftzugs verwendet werden. Ausnahmen mit Rücksprache an [getsocial@roteskreuz.at](mailto:getsocial@roteskreuz.at)

## Umsetzungsbeispiele:

### Facebook-Header

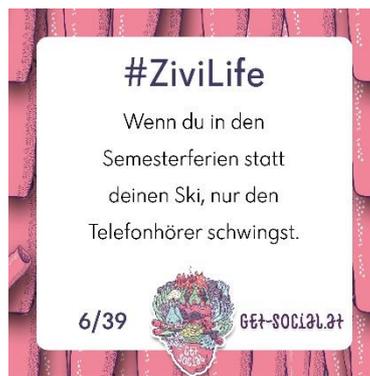
mit angeschnittenem Herz, #getsocial und ohne Rotkreuz- oder Jugendrotkreuz-Logo:



### Social Media Grafik

Keyvisual und URL als grafisches Element, mit den Hintergründen aus der Jugendkampagne 2014. Diese Hintergründe können nach Absprache verwendet werden:

[getsocial@roteskreuz.at](mailto:getsocial@roteskreuz.at)



### Fotorahmen

mit angeschnittenem Herz und grafischem Schriftzug.

Download der Druckdaten hier: [www.get-social.at/design](http://www.get-social.at/design)



# Get Social CD

## Poster

entwickelt aus einer Vorlage auf [design.roteskreuz.at](http://design.roteskreuz.at) mit den Absenderlogos in der beruhigten Zone und Get Social Herz und Get Social Schriftzug als grafische Elemente mit dem Hinweis auf #getsocial.



## Inserat

Mit Keyvisual und beiden Absenderlogos, hier Abwandlung mit Schrift Dunant, da der Originalschriftzug gleich daneben im Herz steht. Druckdaten auf: [www.get-social.at/design](http://www.get-social.at/design)



# Get Social CD

## Autos

Get Social Autos gibt es bislang nur in NÖ mit Projektbranding Get-Social.at, auf der Heckscheibe ist eine ÖRK-Eigenwerbung gemäß KFZ-Design angebracht.



Infos auf: <http://design.rotekreuz.at/vorlagen/kfz/>

## Give-Aways

### Postkarte

Vorderseite nur mit Get Social Herz und Absenderlogos, ÖRK CD mit beruhigter Zone und allen Elementen auf der Rückseite.



## PopSockets

Aufgrund der Größe tragen die PopSockets als Absender nur das Keyvisual und die URL [www.get-social.at](http://www.get-social.at). Im Einleger sind allerdings die Absenderlogos ÖRK und ÖJRK eingefügt.



## Get Social Leiste

Für den Fall, dass Herz, Schriftzug und Logos auf engstem Raum (zum Beispiel bei kleinen Inserat-Schaltungen oder Bannern) eingesetzt werden sollen, kann die Get Social Leiste benutzt werden. Hier gibt es zwei Varianten:

### Herz angeschnitten

Hier ist das Get Social Herz angeschnitten. In dieser Form bitte nur am Rand eines Produktes einsetzen. Also an den Rand eines Blatt Papiers, eines Infokastens etc.

Hier gibt es die Variante

- mit dem normalen Get Social Schriftzug und



- mit der URL Get-Social.at



### Herz ganz

Hier ist das gesamte Herz inkl. Schriftzug und den Logos zu sehen. Dies kann nach Belieben auf Drucksorten oder online eingesetzt werden.



GET SOCIAL!



GET-SOCIAL.AT

## Schriftzug

Den Schriftzug gibt es in drei abgewandelte Versionen:

**Get Social, Get-Social.at, #GETSOCIAL**

Sie wurden ebenfalls im Rahmen der Jugendkampagne vom Künstler Boicut kreiert. Wie das Herz sind sie handgemalt und dann digitalisiert. Es handelt sich um keine Schriftart, in der alle Buchstaben verfügbar sind.

Keinesfalls sollen in einer „ähnlichen“ Schriftart Buchstaben ergänzt werden. Für Text sollte bei Rotkreuz-Design die Schriftart Dunant gewählt werden. (Download hier: [design.roteskreuz.at/schrift](https://design.roteskreuz.at/schrift))

Im Text gibt es drei Möglichkeiten, wie der Schriftzug auf Drucksorten oder online verwendet werden kann. Wird der URL Schriftzug Get-Social.at nicht verwendet, muss an einer anderen Stelle die URL genannt werden.

Alle drei Varianten werden im Farbton dunkelviolett (RGB 63/58/102) verwendet.

### Get Social

GET SOCIAL!

### Get-Social.at

GET-SOCIAL.AT

### #GETSOCIAL

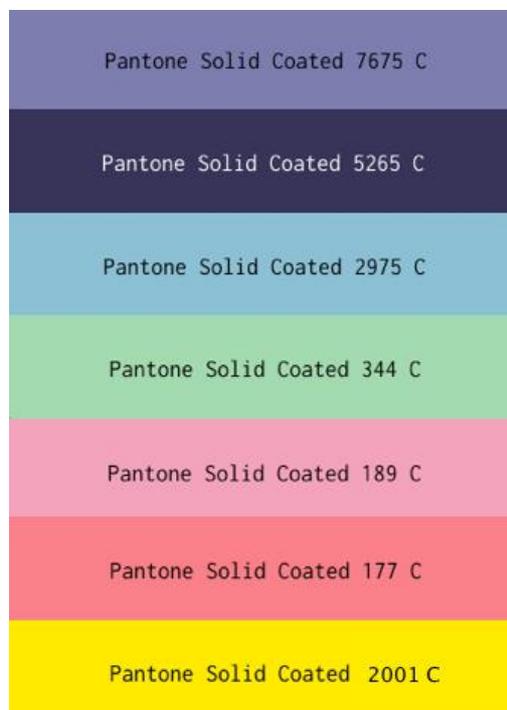
#GETSOCIAL

## Farbwelt

Die Hauptfarbe ist der Farbton dunkelviolett.

Pantone	Solid Coated 5265 C
CMYK	82-82-29-20
RGB	63-58-102
#HEX	3f3a66

Für Präsentationen oder andere Elemente können Ergänzungsfarben aus der Farbwelt verwendet werden, die durch die im Get Social Herz verwendeten Farben vorgegeben sind.



Für Fragen, die mit diesem Manual nicht abgedeckt sind bzw. für Input zu geplanten Publikationen bzw. die Verwendung des Keyvisuals stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

### RÜCKFRAGEHINWEIS:

Annemarie Andre/Ursula Fraisl

Österreichisches Rotes Kreuz

Marketing & Kommunikation

**T:** +43/1/ 589 00 - 176

**M:** +43/664/ 823 48 25

**E:** [cd@roteskreuz.at](mailto:cd@roteskreuz.at)

**W:** [www.get-social.at](http://www.get-social.at)