



# Brand Manual

AUGUST 2020



# „Alle Tiere haben ein Recht auf Achtung und Würde.“

Deshalb bringen wir Menschen und Institutionen zusammen, um mit professionellem Wissen dafür zu sorgen, dass kein Haustier Schmerzen leidet, Angst hat oder schlecht ernährt wird. Unser erklärtes Ziel ist ein respektvoller und verantwortungsbewusster Umgang mit allen Mitgeschöpfen.“

**Mission der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR**

## 03

### **Allgemeine Nutzungshinweise**

In dem vorliegenden Brand Manual wird das neue Corporate Design der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR vorgestellt.

Nur ein korrekter Einsatz von Logos und Gestaltungselementen sowie die richtige Anwendung der Gestaltungsprinzipien stärkt den Wiedererkennungswert der Marke TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR nachhaltig.

Die in diesem Manual abgebildeten Regeln für den Umgang mit dem Gestaltungselementen sind deshalb verbindlich.

Bitte beachten Sie, dass alle im Brand Manual enthaltenen Bilder nur Platzhalter und damit nicht druckbar sind.

## 04

### Inhaltsverzeichnis

Logo	Seite 05
Schreibweise	Seite 10
Farben	Seite 11
Schriften	Seite 13
Bubbles	Seite 15
Bilder	Seite 18
Spender-Zielgruppen	Seite 24
Tonalität	Seite 25
Geschäftsausstattung	Seite 26
Anzeigen	Seite 31
Poster	Seite 33
Flyer	Seite 35
Mailing	Seite 44
Facebook Post	Seite 45



## Inhaltsverzeichnis

Markenwelt GUTES TUN	Seite 47
Schreibweise GUTES TUN	Seite 48
Farben GUTES TUN	Seite 49
Schriften GUTES TUN	Seite 53
Gestaltungs-Bestandteile GUTES TUN	Seite 57
Bildwelt GUTES TUN	Seite 61
Online-Werbung GUTES TUN	Seite 63
Print-Werbemittel GUTES TUN	Seite 65



## 06

## Logos – Welches Logo für welchen Absender?

Alle Logos stehen uns in verschiedenen Farbsystemen wie CMYK, Pantone und RGB zur Verfügung.

Stiftung



Das übergeordnete Logo verwenden wir immer, wenn die Stiftung oder TSL Media der Absender ist.

Shop



Nur in der direkten Kommunikation des Shop (z. B. Rechnungen, Website) verwenden wir dieses Logo.

Produkte



Dieses Logo verwenden wir als Absender auf Tierfutter.

## 07

### Logos – Versionen für verschiedene Hintergründe

Das Logo verwenden wir stets in der Positiv-Version auf weißem oder hellem Hintergrund.

Die Negativ-Versionen sind **Ausnahmen**, etwa für Berufskleidung. Sie existieren nur für das übergeordnete Logo.

Positiv



Negativ



Auf Grün



## 08

### Logo-Elemente, die es nicht mehr gibt.



Das kreisrunde Siegel haben wir **abgeschafft**. Es wird nur noch das übergeordnete Logo (siehe linke Seite) verwendet.

*Partner der Tiere*

Auch der Claim wird **nicht mehr verwendet**.

## 09

## Logo – Schutzzone und Mindestgröße

Um das Logo existiert eine **Schutzzone**. In diese dürfen keine Typo oder andere Gestaltungselemente hineinragen.

Die **Abbildungsgröße** des übergeordneten Logos ohne Schutzzone sollte **13,8 x 6 mm** nicht unterschreiten. In diesem Fall beträgt die Typogröße 6 pt.

Für das Shop-Logo und das Food-Logo gilt eine Mindestgröße von 21 mm.

Vorzugsweise setzen wir das Positiv-Logo auf weißen oder hellen Flächen ein.

Mindest-Schutzzone um alle drei Logos



Mindest-Abbildungsgröße



13,8 mm



21 mm



21 mm

## 10

## Logo – Kurzversion

Für die Verwendung im Social Media Bereich, für die App-Icon-Verwendung und für sonstige runde oder quadratische kleine Abbildungsflächen, auf denen das komplette Logo keinen Platz findet, wird nur die Bildmarke verwendet.

Für die mobile Version des Online-Shops gibt es eine verkürzte Version des Shop-Logos.

### Tierschutzliga Logo Social Media Bereich



### Tierschutzliga Shop Logo Social Media Bereich



### Tierschutzliga Shop Logo Mobile Version



## 11

## Schreibweise

Wir schreiben stets  
TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR – in Versalien.

Dies gilt nicht für die URL.

Als Kurzversion, beispielsweise in einer Copy, verwenden wir  
TIERSCHUTZLIGA.

Auch Erweiterungen werden versal geschrieben:  
TIERSCHUTZLIGA SHOP, TIERSCHUTZLIGA FOOD

## 12

## Farben – Primärfarben

Die beiden Hausfarben der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR sind Grün und Graphit.

Hier finden Sie die beiden Farben mit den Angaben für verschiedene Farbsysteme.

### Grün

100 %								
Pantone 7741 C	CMYK 70.20.80.5	RGB 87.150.85	HEX 579555	RAL 6018	ORACAL 751 C 068			
90 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	30 %	20 %	10 %
HEX 6b9e63	HEX 7ea873	HEX 90b183	HEX a1bc95	HEX b3c7a6	HEX c3d3b8	HEX d2ddca	HEX e1e8db	HEX f0f4ee

### Graphit

100 %								
Pantone 432 C	CMYK 0.0.0.90	RGB 30.30.30	HEX 1e1e1e	RAL 9011	ORACAL 751 C 093			
90 %	80 %	70 %	60 %	50 %	40 %	30 %	20 %	10 %
HEX 1e1e1e	HEX 575756	HEX 706f6f	HEX 878787	HEX 9d9d9c	HEX b2b2b2b	HEX c6c6c6	HEX dadada	HEX ededed

## 13

## Farben – Sekundärfarbe

Zu den beiden Primärfarben gesellt sich die Kontrastfarbe Weinrot. Wir verwenden sie nur in 100 % und primär für Störer.

Weinrot

100 %

CMYK

24.100.50.20

RGB

165.3.68

HEX

A50344



## 14

## Schriften

Die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR hat zwei Hausschriften.

Den Google Font **Open Sans** verwenden wir für:

- Sämtliche Texte außer Head- und Sublines im professionellen Bereich (z.B. Flyer, Mailings)
- Sämtliche Texte (inkl. Head- und Sublines) der täglichen Kommunikation in Brief und E-Mail
- Sämtliche Texte außer Head- und Sublines im Webbereich

Die konkrete Verwendung von Schnitten und Größen wird bei den einzelnen Werbemitteln beschrieben.

Open Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

---

Open Sans Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
RSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrst  
uvwxyz  
0123456789*

Open Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
0123456789**

Open Sans Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
0123456789***

## 15

## Schriften

Den freien Font **Rawline** verwenden wir für:

- Sämtliche Head- und Sublines im professionellen Bereich (z.B. Flyer, Mailings)
- Sämtliche Head- und Sublines im Webbereich

Die konkrete Verwendung von Schnitten und Größen wird bei den einzelnen Werbemitteln beschrieben.

Rawline Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

---

Rawline Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789***

## 16 Elemente – Bubbles

Ein wichtiges Gestaltungselement im Corporate Design des TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR sind die Headline- und Störerbubbles. Sie sorgen dafür, dass Texte auf großflächig eingesetzten Bildern einen guten Stand bekommen.

Bubbles können beliebig gedreht werden. Dies kann je nach Headline oder Anschnitt nützlich sein. Sie können vollständig sichtbar oder in den Anschnitt gesetzt werden. Wird eine Bubble in der Ecke eines Layouts platziert, sollte die Bubble die Ecke vollständig bedecken.

**Die Headlinebubble** ist ein **Pflichtelement** in allen Werbemitteln der TIERSCHUTZLIGA. **Ausnahmen** sind die Werbemittel für die Eigenmarke sowie Anschreiben.

- Farbe: TSL Grün.
- Schrift: Rawline Bold mit Abstand zum Rand der Bubble
- Schriftgröße: je nach Werbemittel

Auf einem Werbemittel wie Anzeigen und Poster darf nur eine Headlinebubble verwendet werden. Innerhalb von Flyern und Broschüren richtet sich die Menge nach dem dazugehörigen Inhalt. Pro Seite sollte jedoch nicht mehr als eine grüne Bubble eingesetzt werden.

Innerhalb eines Werbemittels sollte die Headline-Schriftgröße gleich bleiben, sie richtet sich also nach der längsten Headline. Auf dem Titel darf eine andere Größe verwendet werden.

Generell sollten **Headlines kurz** sein, sodass sie inhaltlich und optisch gut erfassbar sind – idealerweise umfassen sie nicht mehr als drei Zeilen in einer plakativen Schriftgröße (dazu mehr bei der Beschreibung der einzelnen Werbemittel).

Die **Störerbubble** ist **kein Pflichtelement**.

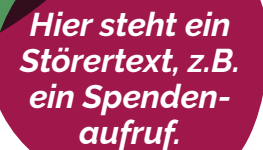
- Farbe: TSL Weinrot.
- Schrift: Rawline Bold Italic
- **Ausnahme:** wird die rote Bubble in einem Werbemittel (z. B. Broschüre) eher als „Infokasten“ genutzt, verwenden wir die Fließtextschrift.
- Schriftgröße: je nach Werbemittel und Headlinegröße

Auf Anzeigen, Postern und Flyertiteln überschneiden sich Headline- und Störerbubble. Innerhalb von Flyern oder auf Mailings und Anschreiben können Störerbubbles auch autark verwendet werden.

Auch Störertexte sollten kurz sein – möglichst nicht mehr als 4 Zeilen.



Hier steht  
eine Headline.



Hier steht ein  
Störertext, z.B.  
ein Spenden-  
aufruf.

## 17

## Elemente – Bubbles

### Größenverhältnisse:

Grundregel ist: Die Headline- (und ggf Störer-) bubble dürfen nicht zuviel vom Motiv verdecken – es sei denn, das Motiv bietet viel Freiraum (z. B. Himmel).

Faustregel für Headlines und Störertexte: Weniger ist mehr.  
Auf das Wesentliche beschränken – so erhalten wir eine plakative Schriftgröße und nicht zu viele Zeilen.

### Größenvorgaben

Werbemittel-format	Headlinegröße	Bubblebreite (sichtbar)
DIN lang	21 – 25 pt, <b>optimal 23 pt</b>	5,5 – 7 cm, <b>optimal 6,5 cm</b>
A4	21 – 36 pt, <b>optimal 30 pt</b>	6,5 – 9 cm, <b>optimal 7,5 cm</b>
A3	28 – 45 pt, <b>optimal 40 pt</b>	9,5 – 12 cm, <b>optimal 10,5 cm</b>
AZ 140 x 200mm	21 – 28 pt, <b>optimal 25 pt</b>	6 – 8 cm, <b>optimal 7 cm</b>
Facebook Post	24 – 35 pt, <b>optimal 28 pt</b>	165 – 230 px, <b>optimal 200 px</b>

## 18

## Bubbles – Beispiele

Um sich mit den Bildern zu verbinden, werden die Bubbles im Effekt „multiplizieren“ eingesetzt. So verzahnen sich auch Störer und Headline-bubble optimal.

Um die Lesbarkeit des Textes bzw. die Wirkung der Bubbles auch auf dunklen oder unruhigen Hintergründen zu gewährleisten, duplizieren wir die Bubbles und setzen das Duplikat ohne den Effekt „multiplizieren“ transparent unter die erste Bubble.

Die Transparenzstufe beträgt 40 %. Die duplizierten Bubbles färben wir weiß ein.



## 19

## Bilder – Motivauswahl und Look

Der **Bildlook** für die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR ist kontrastreich und abgesehen von Hauttönen leicht entsättigt. Über Bildbearbeitung kann man auf diese Weise Innen- und Außenaufnahmen sowie gekaufte und selbst fotografierte Bilder optisch angleichen.

Der Look bezieht sich sowohl auf Stockbild-Material als auch auf vom Fotografen oder selbst geschootete Fotos.

Die Motive zeigen Mensch und Tier in Kameradschaft – idealerweise mit etwas Abstand aufgenommen. Auch Ausschnitte sind möglich.

Es muss nicht immer ein menschliches Gesicht zu sehen sein.



## 20

## Bilder – weitere Motivbeispiele

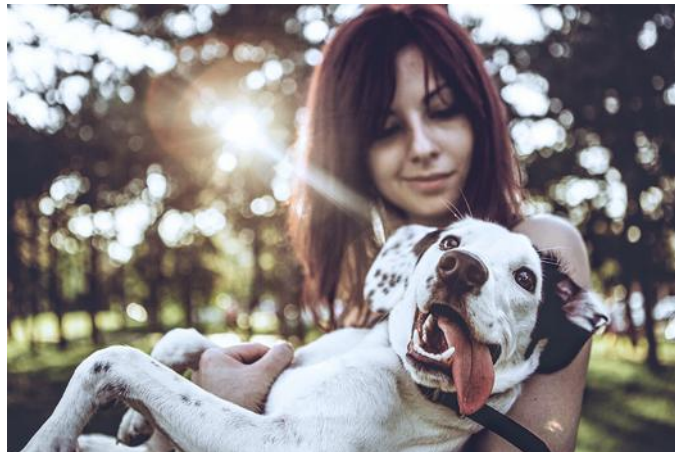
Auf den Motiven, die in den Tierheimen fotografiert werden, können auch ausschließlich Tiere abgebildet sein.

Dies stellt jedoch eine **Ausnahme** dar und muss entweder das aktuelle Thema darstellen, oder es handelt sich um Füllbilder innerhalb eines Werbemittels, auf dem schon eine Mensch-Tier-Situation abgebildet ist.

Bildsituationen sollten nicht übermäßig gestellt aussehen. Die abgebildeten Menschen sollten authentisch-attraktiv wirken, nicht wie bildbearbeitete Supermodels. Die Situation ist idealerweise lebendig.

Es können Menschen allen Alters gezeigt werden.

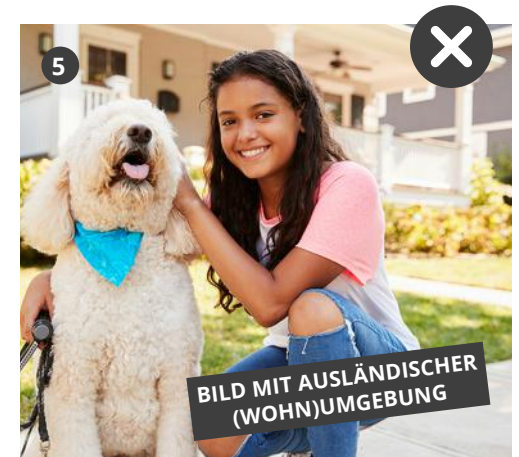
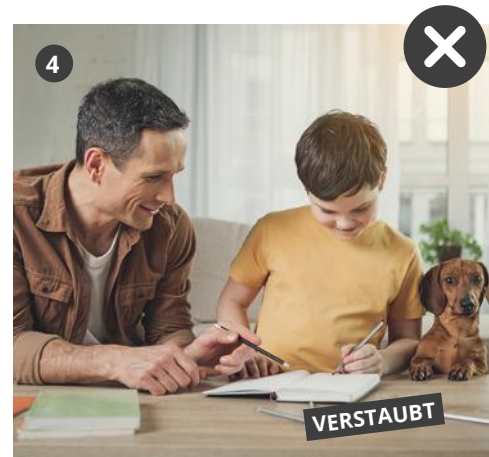
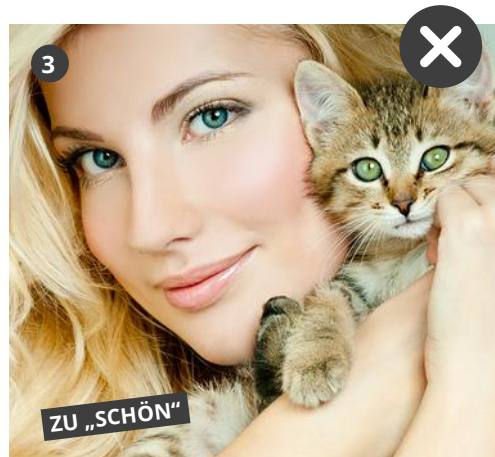
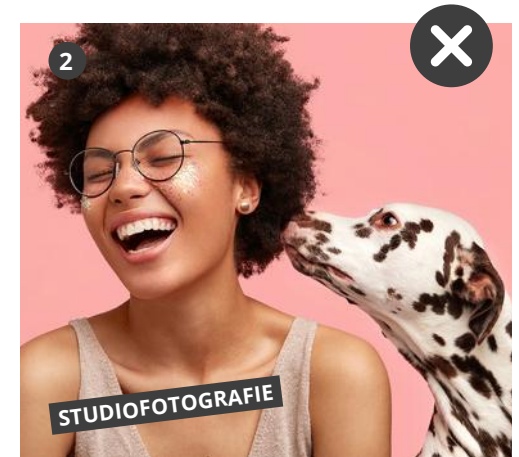
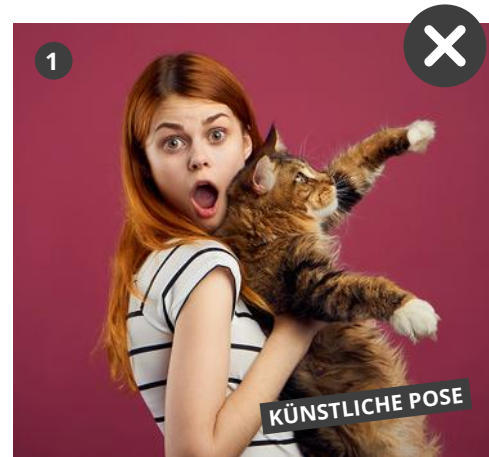
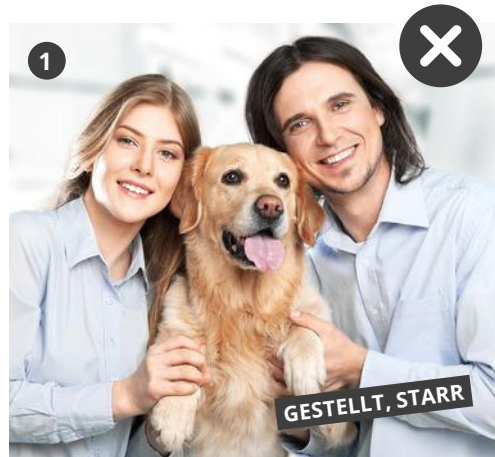
Innerhalb eines Werbemittels mischen wir optimalerweise Geschlechter und Tiere.



## 21 Bilder – Motivauswahl **so nicht**

Checkliste für die  
Bildauswahl:

- 1 nicht gestellt oder übertrieben (festgefrorenes Lächeln, starrer Blick in die Kamera, gestellte Posen)
- 2 möglichst keine Studioaufnahmen – natürliche Umgebung innen oder außen
- 3 die abgebildete Person wirkt nicht „modelig“
- 4 die Aufnahme wirkt nicht stilistisch „von vorgestern“
- 5 die Aufnahme ist nicht offensichtlich in einem anderen Land aufgenommen – das bezieht sich natürlich nicht auf Hautfarben, sondern auf die Umgebung

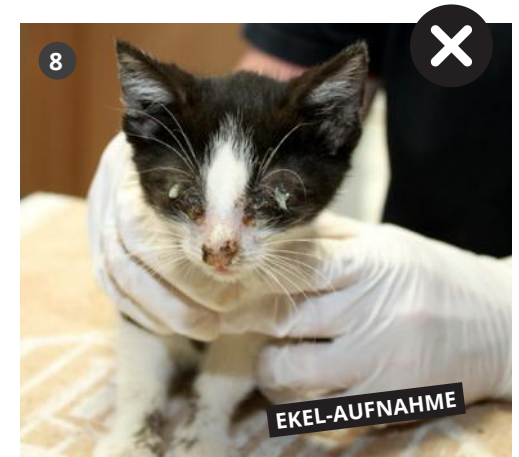


## 22

## Bilder – Motivauswahl **so nicht**

Checkliste für die  
Bildauswahl:

- 6 der Bildlook ist nicht künstlich, knallig
- 7 keine Freisteller
- 8 keine Ekel-Aufnahmen

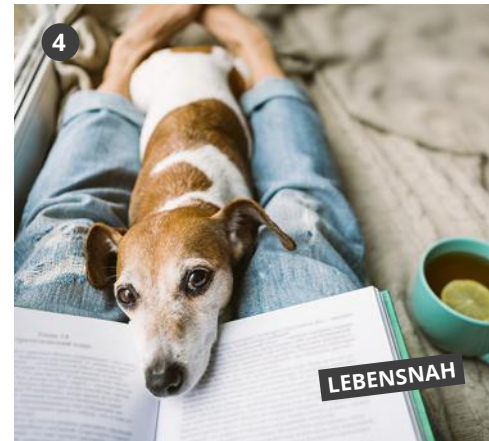
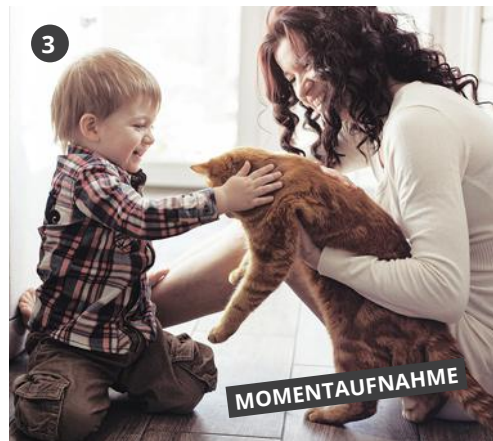
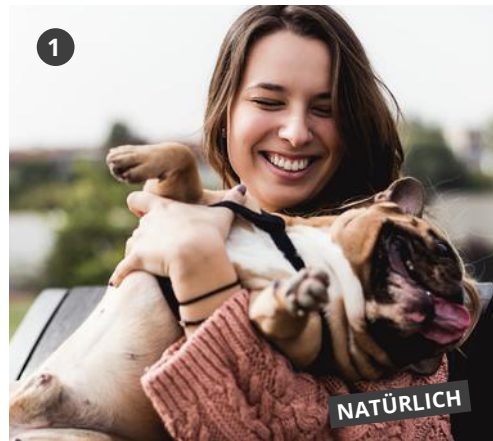


## 23

## Bilder – Motivauswahl so

Checkliste für die  
Bildauswahl:

- 1 die abgebildete Person wirkt natürlich
- 2 besonders gut ist ein spannender Bildaufbau mit Schärfe/Unschärfe oder interessanter Perspektive
- 3 wirkt wie eine Momentaufnahme
- 4 stellt eine lebensnahe Situation dar



## 24

## Bilder mit Headlines

Werden Headlinebubbles auf den Bildern platziert, ist es hilfreich, wenn das Motiv nicht mittig im Format sitzt.



## 25

## Spender-Zielgruppen

Wir haben zwei Hauptzielgruppen und eine Nebenzielgruppe für unsere Spendenakquise.

Hier sehen wir beispielhafte Motive und beschäftigen uns im Folgenden mit der passenden Tonalität.

Mit allen drei Zielgruppen sind **Frauen und Männer** gemeint.

### Hauptzielgruppen



#### Insa International

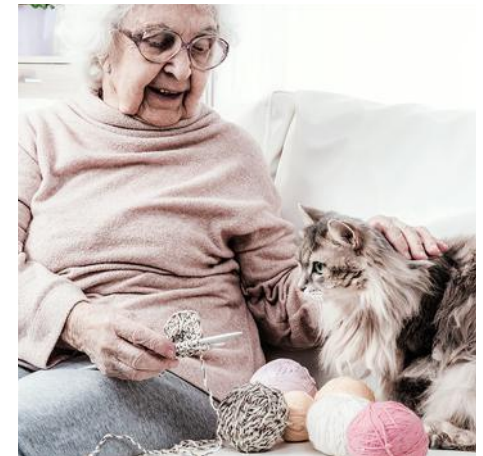
Alter: 20 – 50  
Wohnstatus: urban  
Status: hoch  
Kaufkraft: hoch  
Haustier: tendenziell nicht  
Familienstand: Singles, Paare, Familien  
Milieu: Performer/Expeditive/  
Adaptiv-Pragmatische



#### Wenke Weltverbesserer

Alter: ab 55  
Wohnstatus: urban  
Status: hoch  
Kaufkraft: hoch  
Haustier: ja  
Familienstand: Singles, Paare, Familien  
Milieu: Liberal-Intellektuelle/  
Konservativ-Etablierte

### Nebenzielgruppe



#### Trude Traditionell

Alter: ab 60  
Wohnstatus: ländlich  
Status: mittel  
Kaufkraft: mittel  
Haustier: ja  
Familienstand: Paare, Alleinstehende  
Milieu: Traditionelle/  
Bürgerliche Mitte

## 26

## Tonalität

Da unsere Zielgruppen hinsichtlich ihrer persönlichen Eigenschaften deutliche Unterschiede aufweisen, müssen wir bei der Tonalität, die wir nutzen, flexibel sein.

Insa International und Wenke Weltverbesserer auf der einen sowie Trude Traditionell brauchen eine akzentuierte Ansprache – vor allem was die Emotionalität angeht.

### **Insa International und Wenke Weltverbesserer**

Die Sprache strahlt ein gewisses Selbstbewusstsein aus. Wir sprechen mit der Zielgruppe auf Augenhöhe, nicht als Bittsteller. Wir sind souverän und auch ein bisschen cool und laden alle Menschen ein, es auch zu sein, indem sie uns bei unserer Arbeit unterstützen.

Statt immer „wir“ zu sagen oder von „uns“ zu sprechen, kann ruhig des Öfteren die „TIERSCHUTZLIGA“ als Subjekt in Erscheinung treten.

**Anrede:** Guten Tag, Frau International  
oder: Hallo, Frau Weltverbesserer

**Grußformel:** Viele Grüße oder Freundliche Grüße

### **Beispieltext:**

Erste Liga in Sachen Tierschutz.

Hallo, Frau Weltverbesserer,

seit mehr als 30 Jahren macht sich die TIERSCHUTZLIGA jetzt schon dafür stark, dass alle Haustiere ein lebenswertes Leben führen können. Viel haben wir auf dem Weg schon erreicht, aber es gibt auch immer noch eine Menge zu tun. Was halten Sie davon, uns bei unserer Arbeit...

### **Trude Traditionell**

Im Umgang mit Trude Traditionell setzen wir stärker auf Emotion. „Wir“ ist hier ein sehr häufiges Wort im Text, weil es für Integration und Gemeinschaft steht. Die „TIERSCHUTZLIGA“ tritt als Subjekt eher selten auf. Begriffe, die Wärme und Herzlichkeit ausstrahlen, sind stark präsent.

**Anrede:** Liebe Frau Traditionell

**Grußformel:** Herzliche Grüße

### **Beispieltext:**

Gemeinsam machen wir aus Schutz Geborgenheit.

Liebe Frau Traditionell,

seit mehr als 30 Jahren geben wir jetzt schon unser Bestes, um allen Haustieren ein Leben in Geborgenheit zu schenken. Und gemeinsam mit Ihnen können wir jetzt wieder einen wichtigen Schritt gehen. Helfen Sie uns, Leid zu lindern und...

## Geschäftsausstattung

Visitenkarten Stiftung und TSL Media Vorderseite



Rückseite



Visitenkarten Tierheime Vorderseite



## 28

## Geschäftsausstattung

Die Anschreiben in Word setzen wir in Open Sans Regular 10 pt auf, die Betreffzeile in Open Sans Bold 10 pt.

### Briefbogen Stiftung Seite 1

Tierschutzliga Stiftung Tier und Natur  
Ausbau Kirschberg 15 | 03058 Neuhausen/Spree

Herr  
Max Mustermann  
Musterstraße 12  
12345 Musterstadt


**Betreff**

Guten Tag Frau Musterspender,  
hier steht Text.

Viele Grüße

TSL Media GmbH

Martina Muster  
Anlage



**TIERSCHUTZLIGA**

**Tierschutzliga  
Stiftung Tier und Natur**  
Ausbau Kirschberg 15  
03058 Neuhausen/Spree

T 035608 419030  
F 035608 41668  
M info@tierschutzliga.de  
www.tierschutzliga.de

Stiftungsverzeichnis des brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230  
Geschäftsführender Vorstand: Volkert Petersen, stellvertretender Vorstand: Helga Grüning  
Die Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach den §§ 51, 56, 60 und 61 AO wurde vom Finanzamt Cottbus,  
StNr. 056/142/09315 mit Bescheid vom 22.03.2016 nach § 60a AO gesondert festgestellt. Wir fordern nach unserer Satzung  
den Tier- und Naturschutz sowie die Landschaftspflege und sind berechtigt, für Spenden, die uns zur Verwendung für  
diese Zwecke zugewendet werden, Zuwendungsbescheinigungen nach amtlich vorgeschriebenem Vordruck auszustellen.  
Bankverbindung: Bank für Sozialwirtschaft | IBAN: DE67 7002 0500 0009 8385 00

### Briefbogen Stiftung Seite 2


Stiftungsverzeichnis des brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230  
Geschäftsführender Vorstand: Volkert Petersen, stellvertretender Vorstand: Helga Grüning  
Die Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach den §§ 51, 56, 60 und 61 AO wurde vom Finanzamt Cottbus,  
StNr. 056/142/09315 mit Bescheid vom 22.03.2016 nach § 60a AO gesondert festgestellt. Wir fordern nach unserer Satzung  
den Tier- und Naturschutz sowie die Landschaftspflege und sind berechtigt, für Spenden, die uns zur Verwendung für  
diese Zwecke zugewendet werden, Zuwendungsbescheinigungen nach amtlich vorgeschriebenem Vordruck auszustellen.  
Bankverbindung: Bank für Sozialwirtschaft | IBAN: DE67 7002 0500 0009 8385 00

## 29

## Geschäftsausstattung

Die Anschreiben in Word setzen wir in Open Sans Regular 10 pt auf, die Betreffzeile in Open Sans Bold 10 pt.

Briefbogen TSL Media Seite 1



TSL Media GmbH | Ausbau Kirschberg 15 | 150385 Neuhausen/Spreewald

Herr  
Max Mustermann  
Musterstraße 12  
12345 Musterstadt

— **Betreff**

Guten Tag Frau Musterspender,  
hier steht Text.

Viele Grüße

— TSL Media GmbH

Martina Muster  
Anlage

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz: DE 265246225  
Geschäftsführer: Marion Fassot | Amtsgericht Duisburg, Handelsregister HRB 28111  
Bankverbindung: Kreissparkasse Syke | IBAN: DE46 700205000009851100

Briefbogen TSL Media Seite 2

—

—


Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz: DE 265246225  
Geschäftsführer: Marion Fassot | Amtsgericht Duisburg, Handelsregister HRB 28111  
Bankverbindung: Kreissparkasse Syke | IBAN: DE46 700205000009851100

## 30

## Geschäftsausstattung

Die Anschreiben in Word setzen wir in Open Sans Regular 10 pt auf, die Betreffzeile in Open Sans Bold 10 pt.

### Briefbogen TSL Shop Seite 1



TSL Media GmbH | Ausbau Kirschberg 15 | 150385 Neuhausen/Spreewald

Herr  
Max Mustermann  
Musterstraße 12  
12345 Musterstadt

**Betreff**

Guten Tag Frau Musterspender,  
hier steht Text.  
Viele Grüße  
TSL Media GmbH

Martina Muster  
Anlage

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz: DE 265246225  
Geschäftsführerin: Marion Faisst | Amtsgericht Daulburg, Handelsregister HRB 28111  
Bankverbindung: Kreissparkasse Sylke | IBAN: DE46 700205000009851100

### Briefbogen TSL Shop Seite 2


Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz: DE 265246225  
Geschäftsführerin: Marion Faisst | Amtsgericht Daulburg, Handelsregister HRB 28111  
Bankverbindung: Kreissparkasse Sylke | IBAN: DE46 700205000009851100

## 31

## Geschäftsausstattung

Die Anschreiben in Word setzen wir in Open Sans Regular 10 pt auf, die Betreffzeile in Open Sans Bold 10 pt.

### Briefbogen Tierheim Seite 1



**Tierschutzliga**  
Stiftung Tier und Natur  
Tierheim Wollberg  
Falkenseiner Straße 11  
94118 Jandelsbrunn

T: 08581 96160  
F: 08581 XXXXX  
M: tierheim-wollberg@tierschutzliga.de  
www.tierschutzliga.de

Tierheim Wollberg | Falkenseiner Straße 11 | 94118 Jandelsbrunn

Herr  
Max Mustermann  
Musterstraße 17  
12345 Musterstadt

20.09.2019

**Betreff**

Guten Tag Frau Mustermann,

lorem ipsum dolor sit amet. Hier steht weiterer Text.

Mit freundlichem Gruß

Tierschutzliga Stiftung Tier und Natur

Martina Muster

Anlagen

Stiftungsverzeichnis des brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230  
Geschäftsführender Vorstand: Valentin Petersen, stellvertretender Vorstand: Heiga Grönig  
Die Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach den §§ 51, 59, 60 und 61 AO wurde vom Finanzamt Cottbus,  
StNr. 056/142/09315 mit Bescheid vom 22.03.2016 nach § 60a AO gesondert festgesetzt. Wir fördern nach unserer Satzung  
den Tier- und Naturschutz sowie die Landschaftspflege und sind berechtigt, für Spenden, die uns zur Verwendungs für  
diese Zwecke zugewendet werden, Zuwendungsbestätigungen nach amtlich vorgeschriebenem Vordruck auszustellen.  
Bankverbindung: Bank für Sozialwirtschaft | IBAN: DE67 7002 0500 0009 8385 00

### Briefbogen Tierheim Seite 2

Stiftungsverzeichnis des brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230  
Geschäftsführender Vorstand: Valentin Petersen, stellvertretender Vorstand: Heiga Grönig  
Die Einhaltung der satzungsmäßigen Voraussetzungen nach den §§ 51, 59, 60 und 61 AO wurde vom Finanzamt Cottbus,  
StNr. 056/142/09315 mit Bescheid vom 22.03.2016 nach § 60a AO gesondert festgesetzt. Wir fördern nach unserer Satzung  
den Tier- und Naturschutz sowie die Landschaftspflege und sind berechtigt, für Spenden, die uns zur Verwendungs für  
diese Zwecke zugewendet werden, Zuwendungsbestätigungen nach amtlich vorgeschriebenem Vordruck auszustellen.  
Bankverbindung: Bank für Sozialwirtschaft | IBAN: DE67 7002 0500 0009 8385 00

## 32 Anzeigen

Beispiel Anzeige A4 hochkant

**1** Die **Headlinebubble** in grün ist ein Pflichtelement. Die Größe ist variabel – je nach Platz auf dem Motiv – jedoch sollte sie eine Headlinegröße von 26 pt bei einer A4-Anzeige zulassen. Sie kann frei platziert werden, auch im Anschnitt. Der Untergrund sollte allerdings eine gute Erkennbarkeit gewährleisten.

Die Bubblefläche wird mit dem Effekt „multiplizieren“ eingesetzt, anschließend dupliziert, weiß gefüllt und mit einer Transparenz von 40 % hinter die erste Bubble gelegt.

Die duplizierte Bubble hat keinen Effekt (= normal).

Die Störerbubble überschneidet sich stets mit der Headlinebubble.

Wir verwenden als **Headlineschrift** Rawline Bold. Der Zeilenabstand ist gleich der Punktgröße. Der Text wird idealerweise von Zeile zu Zeile leicht versetzt gesetzt.

Unter die Headline können wir die **URL** der TIERSCHUTZLIGA oder eine **Subline** setzen.

Die Punktgröße ist je nach Textmenge variabel, sollte aber nicht größer sein als die halbe Headlinegröße.

**2** Das **Logo** ist bei einer A4-Anzeige 70 mm breit. Es wird im Abstand 2xT zum rechten und oberen Rand eingesetzt.



**3** Die **Störerbubble** in weinrot überschneidet sich mit der Headlinebubble. Sie ist ca. halb so groß wie diese – die Größe kann jedoch variieren, je nach Text.

Die Bubble setzen wir mit dem Effekt „multiplizieren“ ein, anschließend duplizieren wir sie und legen sie mit einer Transparenz von 40 % hinter die erste Bubble. Die duplizierte Bubble hat keinen Effekt (= normal).

Wir verwenden als **Störerschrift** Rawline Bold Italic. Die Punktgröße richtet sich nach dem Inhalt, ist in jedem Fall aber kleiner als die Headline. Der Zeilenabstand entspricht der Schriftgröße. Den Störertext setzen wir mittelaxial.

**4** Die **Copy** setzen wir im Flattersatz in Open Sans Regular, Farbe: 90 % schwarz. Die Größe beträgt idealerweise 10 pt mit 15 pt Zeilenabstand. Die Fläche darunter muss ruhig und hell sein, um Lesbarkeit zu gewährleisten. Wir legen einen hellen Verlauf auf Bilder, wo dies nicht der Fall ist. Der Abstand zu den Anzeigenrändern beträgt je 15 mm.

## 33

## Anzeigen

Beispiel Anzeige A4 quer

Für die querformatige A4-Anzeige gelten die gleichen Angaben wie für die hochformatige Anzeige.

**Ausnahme:** Die Copy hat zum unteren Rand der Anzeige einen Abstand von 10 mm statt 15 mm.



The advertisement features a photograph of a person's legs in brown trousers and white socks with black polka dots, petting a tortoiseshell cat. The cat is looking up at the person's hand. The background is a blurred indoor setting.

**TIER SCHUTZ LIGA**

*Spenden & erste Liga sein!*

**Erste Liga in Sachen Tierschutz.**

[www.tierschutzliga.de](http://www.tierschutzliga.de)

Ist, isin cum aut lat autemporro ipiciendit alition plaborias aut everit enim, susciis es re dolore nem eles et quaerum ut as aut alibus. Am essum que eostrum, vit dis est, sandaecesti nes et aut ium quuntestiae od eum ero test, es anda consequodi velitit exeribus a voluptitum sanis serum idusae corniam quam explit aut veniscit endae. [www.tierschutzliga.de](http://www.tierschutzliga.de)

## 34 Poster A3 Image

Beispiel Poster A3

1 Die **Headlinebubble** in grün ist ein Pflichtelement. Die Größe ist variabel – je nach Platz auf dem Motiv – jedoch sollte sie eine Headlinegröße ab 35 pt zulassen. Sie kann frei platziert werden, auch im Anschnitt. Der Untergrund sollte allerdings eine gute Erkennbarkeit gewährleisten.

Die Bubblefläche wird mit dem Effekt „multiplizieren“ eingesetzt, anschließend dupliziert, weiß gefüllt und mit einer Transparenz von 40 % hinter die erste Bubble gelegt.

Die duplizierte Bubble wird weiß gefüllt und hat keinen Effekt (= normal).

Die Störerbubble überschneidet sich stets mit der Headlinebubble.

Wir verwenden als **Headlineschrift** Rawline Bold. Der Zeilenabstand ist gleich der Punktgröße. Der Text wird idealerweise von Zeile zu Zeile leicht versetzt gesetzt.

Unter die Headline können wir die **URL** der TIERSCHUTZLIGA oder eine **Subline** setzen.

Die Punktgröße ist je nach Textmenge variabel, sollte aber nicht größer sein als die halbe Headlinegröße.

2 Das **Logo** ist 100 mm breit. Es wird im Abstand 2xT zum rechten und oberen Rand eingesetzt.



3 Die **Störerbubble** in weinrot überschneidet sich mit der Headlinebubble. Sie ist ca. halb so groß wie diese – die Größe kann jedoch variieren, je nach Text.

Die Bubble setzen wir mit dem Effekt „multiplizieren“ ein, anschließend duplizieren wir sie und legen sie mit einer Transparenz von 40 % hinter die erste Bubble. Die duplizierte Bubble hat keinen Effekt (= normal).

Wir verwenden als **Störerschrift** Rawline Bold Italic. Die Punktgröße richtet sich nach dem Inhalt, ist in jedem Fall aber kleiner als die Headline. Der Zeilenabstand entspricht der Schriftgröße. Den Störertext setzen wir mittelaxial.

4 Die **Copy** setzen wir im Flattersatz in Open Sans Regular, Farbe: 90 % schwarz. Die Größe beträgt idealerweise 14 pt mit 19 pt Zeilenabstand. Die Fläche darunter muss ruhig und hell sein, um Lesbarkeit zu gewährleisten. Wir legen einen hellen Verlauf auf Bilder, wo dies nicht der Fall ist. Der Abstand zu den Rändern beträgt je 30 mm.

## 35 Poster A3 Veranstaltungen

Beispiel Poster A3

Veranstaltungsposter bieten mehr Raum für Text sowie bei Bedarf eine zusätzliche Headlinezeile. Der Text wird in Form von Bulletpoints gesetzt, um eine gute Übersichtlichkeit zu gewährleisten.

1 Die Gestaltung der **Headlinebubble** gleicht der des Image-Posters. Inhaltlich kann hier der Veranstaltungstitel, das Datum, der Ort oder die Uhrzeit positioniert werden, jedoch nicht mehr als zwei Informationen. Auch eine beschreibende Headline ist möglich. Darunter können wir die URL der TIERSCHUTZLIGA oder eine **Subline** setzen.

Die Punktgröße ist je nach Textmenge variabel, sollte aber nicht größer sein als die halbe Headlinegröße.

2 Das **Logo** ist 100 mm breit. Es wird im Abstand 2xT zum rechten und oberen Rand eingesetzt.

3 Die **Störerbubble** wird genau so gestaltet wie beim Image-Poster. Inhaltlich fungiert sie hier nicht unbedingt als Störer, sondern ergänzt bei Bedarf die Headlinebubble. Sie ist kein Pflichtelement.

The poster is for a 'Mini-Miezen-Tag' (Mini-Kitten Day) at Tierheim Bückeburg on October 30, 2019, from 14:30 to 18:00. It features a photo of two dogs, a green headline bubble with the event title and date, a red subline bubble with 'Mit Hundewanderung & vielem mehr!', and a list of activities. The Tierschutzliga logo is in the top right. Numbered callouts 1-5 point to the headline bubble, logo, subline bubble, activity list, and the event title/venue line respectively.

**1** Mini-Miezen-Tag am 30.10.2019  
www.tierschutzliga.de

**2** TIERSCHUTZLIGA

**3** Mit Hundewanderung & vielem mehr!

**4** Hundewanderung, ca. 1,5 – 2 Stunden (ab 14:30 Uhr) mit Tierheim- und Privathunden – Achtung: Leinenpflicht!  
Minimezen suchen ein Zuhause (ab 15:00 Uhr)  
Tiertrainerin beantwortet Fragen zum Thema Hundeerziehung  
Halloweenspaß: Kürbisse bemalen & gruseliges Kinderschminken  
Kaffee & Kuchen, Kürbissuppe, Kaltgetränke

**5** Tierheim Bückeburg, 14:30 – 18:00 Uhr

Tierheim Bückeburg · Hasengarten 6 · 31675 Bückeburg · Tel. 05722 52 20

4 Die **Bulletpoints** mit den Veranstaltungsdetails setzen wir im Flattersatz in Open Sans Bold, Open Sans Regular kann innerhalb eines Bullets für Ergänzungen genutzt werden.

Farbe: 90 % schwarz.

Die Schriftgröße beträgt idealerweise 18 pt mit 25,6 pt Zeilenabstand zwischen den Bullets und atomitischem Zeilenabstand innerhalb der Bullets.

Die Fläche darunter muss ruhig und hell sein, um Lesbarkeit zu gewährleisten. Wir legen einen hellen Verlauf auf Bilder oder lassen sie nach unten weiß auslaufen, wo dies nicht der Fall ist. Der Abstand zu den Rändern beträgt je 20 mm. Die Größe der Fläche ist variabel und richtet sich nach der Textmenge.

5 Die **zusätzliche Line** ist kein Pflichtelement. Sie wird in Rawline Bold, Farbe: 70-20-80-5 gesetzt. Die Größe ist frei wählbar, sollte aber eine gute Fernwirkung erzielen, ähnlich der Headline. Wir beschränken die Textmengen auf das Wesentliche.

## 36

## Flyer

Beispiel DIN lang hochkant, 6-Seiter Wickelfalz; Vorderseite

An dieser Stelle geben wir Anhaltspunkte für die Gestaltung von Flyern vor, jedoch kein festes Design.

Mit den **Elementen, Farben, Schriften und Schriftgrößen** können Flyer nach Bedarf zusammengestellt werden.

Die Tonalität kann der Zielgruppe angepasst werden, wenn sie bekannt ist. Bei allgemeinen Flyern, die z. B. in Tierheimen ausliegen, verwenden wir die Tonalität für Insa und Wenke (siehe Kapitel Tonalitäten).

Die Legende zu den Elementen findet Ihr auf der Seite nach den Abbildungen.



Beispiel DIN lang hochkant, 6-Seiter Wickelfalz, Rückseite

**2** Jetzt Dauerspender werden.

**3** Ihre dauerhafte Spende sichert unseren mehr als 1.000 Schützlingen ein tiergerechtes Leben in Geborgenheit.

Seit mehr als 30 Jahren setzt sich die TIERSCHUTZLIGA für Tiergeborgenheit ein und geht dabei weit über die Standards von herkömmlichen Tierheimen hinaus.

Denn wir betrachten Tiere als Gefährten des Menschen – danach handeln wir in unseren Einrichtungen und setzen uns auch in der Öffentlichkeit und Gesellschaft dafür ein.

**4** JA, ich möchte die TIERSCHUTZLIGA dauerhaft unterstützen. Buchen Sie den folgenden Betrag von meinem Konto ab:

5 EUR     10 EUR     20 EUR  
 100 EUR     EUR

Zahlungsweise  monatlich     vierteljährlich  
 halbjährlich     jährlich

Gültig ab \_\_\_\_\_  
BIC \_\_\_\_\_  
IBAN \_\_\_\_\_  
Vorname \_\_\_\_\_  
Name \_\_\_\_\_  
Straße, Nr. \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_  
Datum \_\_\_\_\_  
E-Mail \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

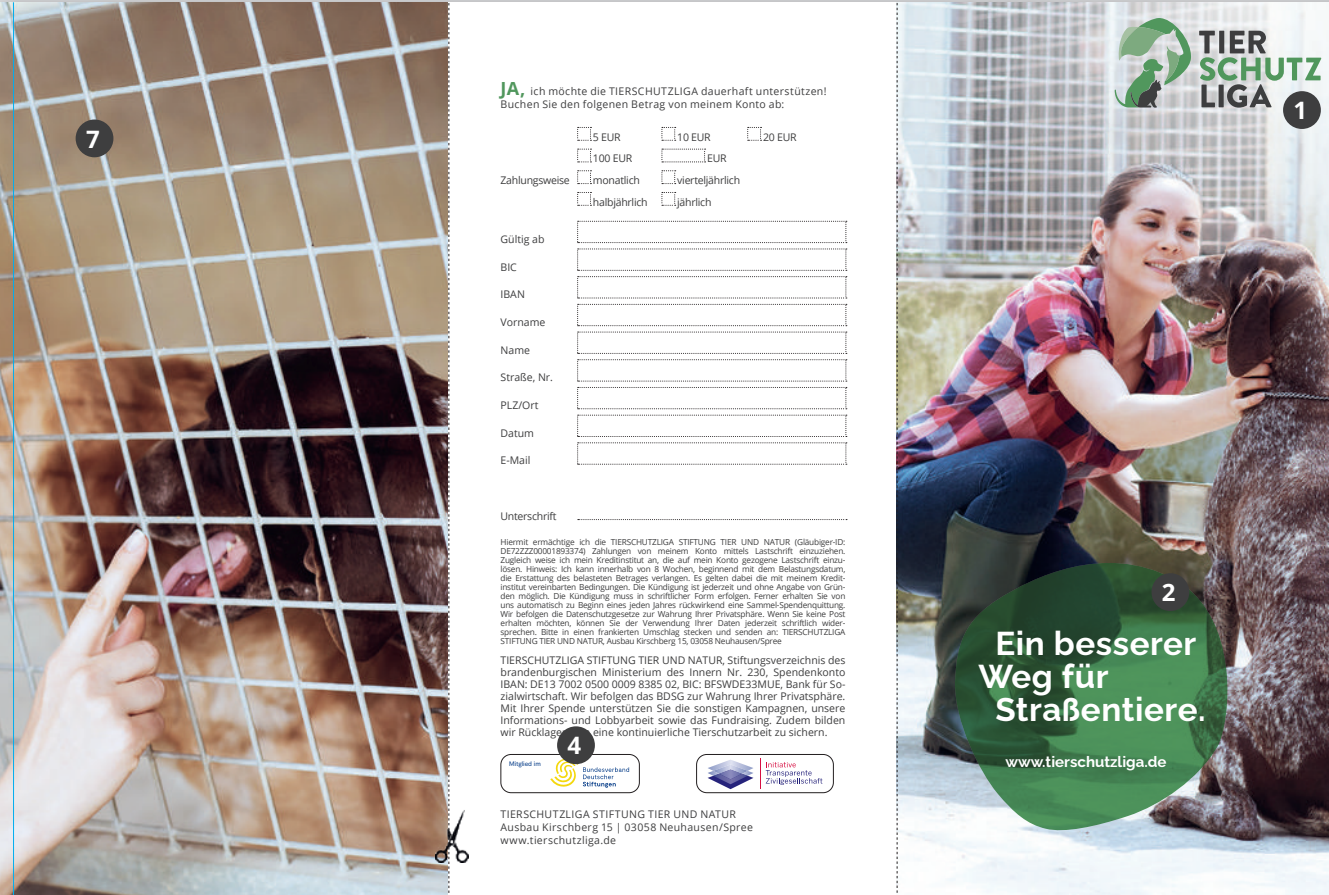
**7** Hiermit ermächtige ich die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR (Gläubiger-ID: DEZZZ000193374) Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzulösen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die auf mein Konto gezogene Lastschrift einzulösen. Hinweis: Ich kann innerhalb von 8 Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen. Die Kündigung ist jederzeit und ohne Angabe von Gründen möglich. Die Kündigung muss in schriftlicher Form erfolgen. Ferner erhalten Sie von uns automatisch zu Beginn eines jeden Jahres rückwirkend eine Sammel-Spendenquittung. Wir befolgen die Datenschutzgesetze zur Wahrung Ihrer Privatsphäre. Wenn Sie keine Post erhalten möchten, können Sie der Verwendung Ihrer Daten jederzeit schriftlich widersprechen. Bitte in einen frankierten Umschlag stecken und senden an: TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Ausbau Kirschberg 15, 03058 Neuhausen/Spree

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Stiftungsverzeichnis des brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230, Spendenkonto IBAN: DE13 7002 0500 0009 8385 02, BIC: BFSWDE33MUE, Bank für Sozialwirtschaft. Wir befolgen das BDSG zur Wahrung Ihrer Privatsphäre. Mit Ihrer Spende unterstützen Sie die sonstigen Kampagnen, unsere Informations- und Lobbyarbeit sowie das Fundraising. Zudem bilden wir Rücklagen, um eine kontinuierliche Tierchutzarbeit zu sichern.

Mitglied im Bundesverband Deutscher Stiftungen Initiative Transparente Zivilgesellschaft

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR  
Ausbau Kirschberg 15 | 03058 Neuhausen/Spree  
www.tierschutzliga.de

Beispiel DIN lang hochkant mit Tierheimbildern, 6-Seiter Wickelfalz, Vorderseite



**7**

**JA**, ich möchte die TIERSCHUTZLIGA dauerhaft unterstützen!  
Buchten Sie den folgenden Betrag von meinem Konto ab:

5 EUR     10 EUR     20 EUR  
 100 EUR     \_\_\_\_\_ EUR



Zahlungsweise  monatlich     vierteljährlich  
 halbjährlich     jährlich

Gültig ab \_\_\_\_\_  
BIC \_\_\_\_\_  
IBAN \_\_\_\_\_  
Vorname \_\_\_\_\_  
Name \_\_\_\_\_  
Straße, Nr. \_\_\_\_\_  
PLZ/Ort \_\_\_\_\_  
Datum \_\_\_\_\_  
E-Mail \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

Hiermit ermächtige ich die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR (Gläubiger-ID: DEZZZ0001893374), Zahlungen von meinem Konto mittels Lastschrift einzulösen. Zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die auf mein Konto gezogene Lastschrift einzulösen. Hinweis: Ich kann innerhalb von 8 Wochen, beginnend mit dem Belastungsdatum, die Erstattung des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen. Die Kündigung ist jederzeit und ohne Angabe von Gründen möglich. Die Kündigung muss in schriftlicher Form erfolgen. Ferner erhalten Sie von uns automatisch zu Beginn eines jeden Jahres rückwirkend eine Sammel-Spendenquittung. Wir befolgen die Datenschutzgesetze zur Wahrung Ihrer Privatsphäre. Wenn Sie keine Post erhalten möchten, können Sie der Verwendung Ihrer Daten jederzeit schriftlich widersprechen. Bitte in einem frankierten Umschlag stecken und senden an: TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Ausbau Kirschberg 15, 03058 Neuhausen/Spree

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Stiftungsverzeichnis des brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230, Spendenkonto IBAN: DE13 7002 0500 0009 8385 02, BIC: BFSWDE33MUE, Bank für Sozialwirtschaft. Wir befolgen das BDSG zur Wahrung Ihrer Privatsphäre. Mit Ihrer Spende unterstützen Sie die sonstigen Kampagnen, unsere Informations- und Lobbyarbeit sowie das Fundraising. Zudem bilden wir Rückläge eine kontinuierliche Tierschutzarbeit zu sichern.

Mitglied im  

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR  
Ausbau Kirschberg 15 | 03058 Neuhausen/Spree  
www.tierschutzliga.de

**1**

**2**

Ein besserer Weg für Straßentiere.

www.tierschutzliga.de

Beispiel DIN lang hochkant mit Tierheimbildern, 6-Seiter Wickelfalz, Rückseite

**7**

**2**  
Wir sorgen dafür,  
dass die Straße  
nicht in den  
Tod führt.

**3a**

In nicht wenigen europäischen Ländern gibt es extrem viele Hunde und Katzen, die **unter katastrophalen Bedingungen** auf der Straße leben, ganz besonders zum Beispiel in Ungarn, Rumänien und der Slowakei. Die örtlichen Behörden reagieren darauf zumeist, indem sie **tausende Tiere töten lassen** – was einerseits unmenschlich ist, andererseits das Problem auch nicht löst. Denn durch die Tötungen wird das Nahrungsangebot der überlebenden Tiere verbessert. Das führt zu einer verstärkten Fortpflanzung, auf die dann wieder mit Tötungen reagiert wird – ein Teufelskreis.

**3**

**Unsere Lösung:**  
Straßentiere sollten eingefangen, in Tierheim medizinisch versorgt, geimpft, gechippt, registriert und vor allem kastriert werden. Die gesunden Tiere werden dann an ihrem angestammten Platz freigelassen und regulieren auf natürliche Weise das Nahrungsangebot – ohne sich weiter fortzupflanzen. Es werden weniger Welpen geboren und kein Tier muss sterben.

Um das in die Tat umsetzen zu können, benötigen lokale Tierschützer finanzielle und materielle Unterstützung. Deswegen arbeiten wir als TIERSCHUTZLIGA intensiv mit Tierschutzvereinen in den betreffenden Ländern zusammen. Wir finanzieren Kastrationsprojekte, leisten Aufklärungsarbeit und vermitteln Kooperationen.

**Und dabei können wir Ihre Hilfe gebrauchen:**  
Sichern Sie mit einer dauerhaften Spende den Straßentieren in unseren Nachbarländern ein tiergerechtes, gesundes Leben. Für weniger Tierleid – und mehr Tierglück.

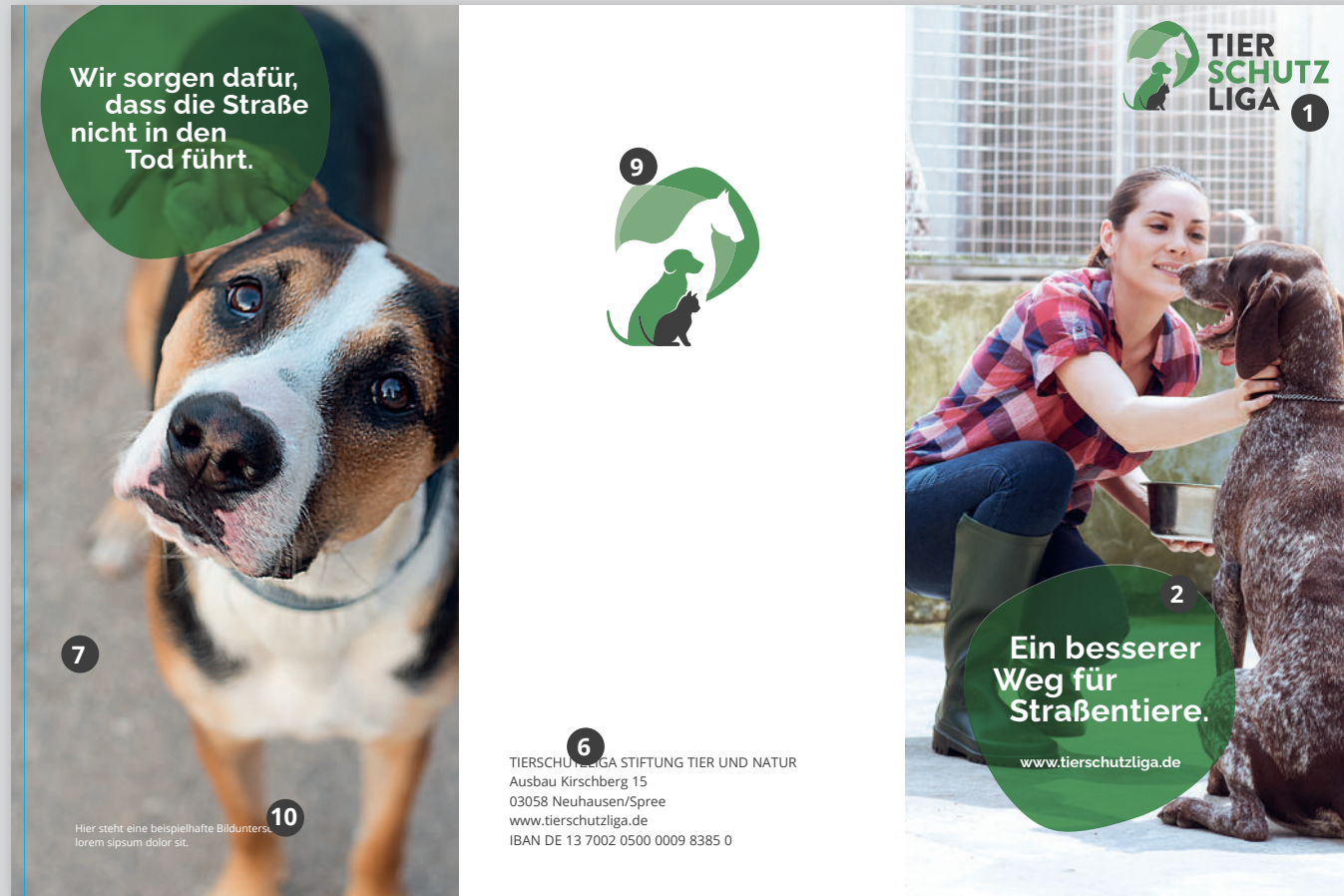
**8**

**5**  
Spenden & Geborgenheit schenken!

**In Sachen Tierschutz sind wir erste Liga.**  
Seit mehr als 30 Jahren setzt sich die TIERSCHUTZLIGA für Tiergeborgenheit ein. Denn wir betrachten Tiere als Gefährten des Menschen – danach handeln wir in unseren Einrichtungen und machen uns auch in der Öffentlichkeit und Gesellschaft dafür stark.

In unseren deutschlandweit bislang 11 Tierheimen arbeiten an die 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie freiwillige Helfer und Tierärzte jeden Tag daran, notleidenden Haustieren Gesundheit und Geborgenheit zu schenken. Dabei gehen wir weit über die Standards von herkömmlichen Tierheimen hinaus. Mit viel Erfahrung, Wissen und praktischem Know-how machen wir die Welt so zu einem besseren Ort für Tiere.

Beispiel DIN lang hochkant, textlastig, 6-Seiter Wickelfalz, Vorderseite



## 41 Flyer – Gerüst

Beispiel DIN lang hochkant, 6-Seiter Wickelfalz, Vorderseite

Die einzelnen Seiten haben folgenden Satzspiegel:  
20 mm von oben, je 12 mm von links, rechts und unten.  
Achtung: bei der eingekürzten Seite ist der Satzspiegel 3 mm schmaler!



Flyer – Gerüst

Beispiel DIN lang hochkant, 6-Seiter Wickelfalz, Rückseite

Jetzt Dauerspender werden.

Ihre dauerhafte Spende sichert unseren mehr als 1.000 Schützlingen ein tiergerechtes Leben in Geborgenheit.

Seit mehr als 30 Jahren setzt sich die TIERSCHUTZLIGA für Tiergeborgenheit ein und geht dabei weit über die Standards von herkömmlichen Tierheimen hinaus.

Denn wir betrachten Tiere als Gefährten des Menschen – danach handeln wir in unseren Einrichtungen und setzen uns auch in der Öffentlichkeit und Gesellschaft dafür ein.

JA, ich möchte die TIERSCHUTZLIGA dauerhaft unterstützen. Buchen Sie den folgenden Betrag von meinem Konto ab:

5 EUR     10 EUR     20 EUR

100 EUR     EUR

Zahlungswise:  monatlich     vierteljährlich

halbjährlich     jährlich

Sollig ab \_\_\_\_\_

BIC \_\_\_\_\_

IBAN \_\_\_\_\_

Vorname \_\_\_\_\_

Name \_\_\_\_\_

Straße, Nr. \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

hiermit ermähige ich die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR (Gläubiger-ID: 57322000000000000000) zu bitten, von meinem Konto wiederkehrend und automatisch, zugleich weise ich mein Kreditinstitut an, die auf mein Konto gegebene Lastschrift einzulösen und die entsprechenden Belastungen von meinem Konto zu debetieren. Bei Kreditung ist jederzeit und ohne Angabe von Gründen die Konsultation des belasteten Betrages verlangen. Es gelten dabei die mit meinem Kreditinstitut vereinbarten Bedingungen. Die Kreditung ist jederzeit und ohne Angabe von Gründen möglich. Die Konsultation muss in schriftlicher Form erfolgen, bevor erhalten Sie von uns automatisch, zu Beginn eines jeden Jahres (rückwirkend) eine Sammel-Spendenquittung für den Zeitraum der Abrechnungsperiode zur Verfügung Ihrer Privatadresse, wenn Sie diese post erhalten möchten, können Sie die Verwendung Ihrer Daten jederzeit schriftlich widerlegen. Bitte an: TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Ausbau Kirschberg 15, 03058 Neuhausen/Spree

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Stiftungsverzeichnis des Brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 230, Spendenkonto IBAN: DE13 7002 0500 0009 8385 02, BIC: BFSWDE33MUE, Bank für Sozialwirtschaft. Wir bedauern das Bild ist nur Werbung Ihrer Privatadresse. Mit Ihrer Spende unterstützen Sie die sonstigen Kampagnen, unsere Informations- und Lobbyarbeit sowie das Fundraising. Zudem bilden wir Rückläufer, um eine kontinuierliche Tier-Schutzarbeit zu sichern.

 Mitglied in  
Brandenburgische  
Stiftungen

 Nationale  
Tierschutz  
Zufriedenheit

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR  
Ausbau Kirschberg 15 | 03058 Neuhausen/Spree  
[www.tierschutzliga.de](http://www.tierschutzliga.de)

## Flyer

**1** Das **Logo** ist bei einem DIN lang Flyer 45 mm breit. Es wird auf der Titelseite im Abstand  $1,5 \times T$  zum rechten und oberen Rand eingesetzt. Auf einer Rückseite ohne weitere Inhalte setzen wird es in der gleichen Größe linksbündig zur Adresse ein. Der Abstand zur Adresse beträgt  $2 \times T$ .

**2** Die **Headlinebubble** in grün ist ein Pflichtelement. Die Größe ist variabel – je nach Platz auf dem Motiv – jedoch sollte sie eine Headlinegröße von mind. 20 pt bei einem DIN lang Flyer zulassen. Sie kann frei platziert werden, auch im Anschnitt. Der Untergrund sollte allerdings eine gute Erkennbarkeit gewährleisten.

Die Bubblefläche wird mit dem Effekt „multiplizieren“ eingesetzt, anschließend dupliziert, weiß gefüllt und mit einer Transparenz von 40 % hinter die erste Bubble gelegt. Die duplizierte Bubble hat keinen Effekt (= normal).

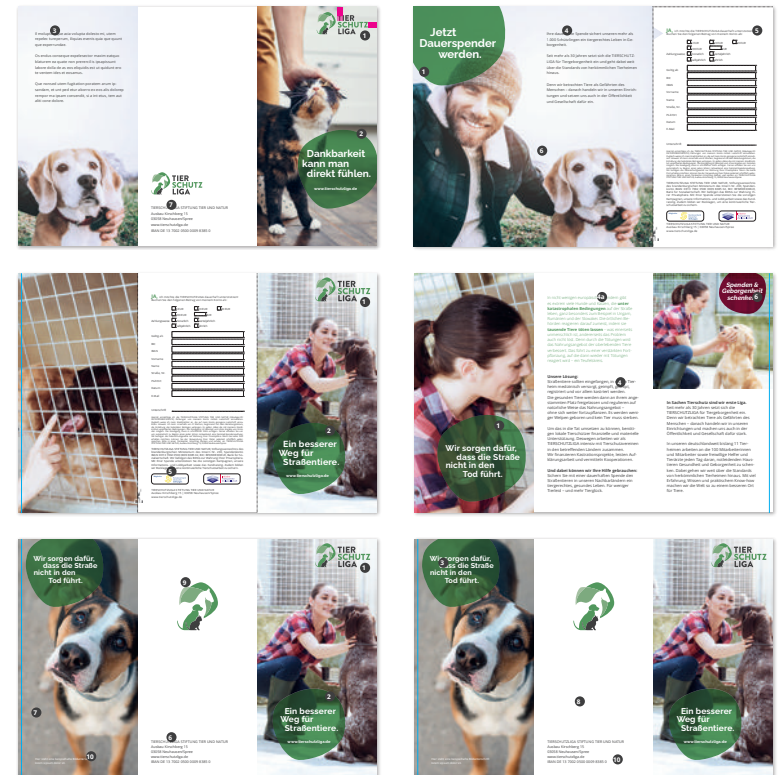
Wir verwenden als **Headlineschrift** Rawline Bold. Der Zeilenabstand ist gleich der Punktgröße. Der Text wird idealerweise von Zeile zu Zeile leicht versetzt gesetzt.

Unter die Headline können wir die **URL** der TIERSCHUTZLIGA oder eine **Subline** setzen.

Die Punktgröße ist je nach Textmenge variabel, sollte aber nicht größer sein als die halbe Headlinegröße.

**3** Die **Copy** setzen wir im Flattersatz in Open Sans Regular, Farbe: 90 % schwarz. Die Größe beträgt idealerweise 10 pt mit

13 pt Zeilenabstand. Die Fläche darunter muss ruhig und hell sein, um Lesbarkeit zu gewährleisten. **Hervorhebungen** setzen wir in Open Sans Bold.



**3a** Ein Einleitungstext kann auch **in grün** gesetzt werden.

**4** Wenn ein Spendenformular in den Flyer integriert wird, nehmen wir immer diese Vorlage.

**5** Die **Störerbubble** ist weinrot und kann im Flyer an beliebigen Stellen verwendet werden – jedoch pro Seite nur einmal. Sollte sie auf dem Titel stehen, dockt sie an die Headlinebubble an (siehe A4 Anzeige). Sie ist ca. halb so groß wie die Headlinebubble – die Größe kann jedoch variieren, je nach Text.

Die Bubble setzen wir mit dem Effekt „multiplizieren“ ein, anschließend duplizieren wir sie und legen sie mit einer Transparenz von 40 % hinter die erste Bubble. Die duplizierte Bubble hat keinen Effekt (= normal).

Wir verwenden als **Störerschrift** Rawline Bold Italic. Die Punktgröße richtet sich nach dem Inhalt, ist in jedem Fall aber kleiner als die Headlines. Der Zeilenabstand entspricht der Schriftgröße. Den Störertext setzen wir mittelaxial.

**6** Wird auf der Rückseite der **Absender** genannt, wird dieser mit einem Abstand von 12 mm zum unteren Seitenrand in der gleichen Copygröße gesetzt wie die restliche Flyercopy. Die Rückseite grün zu gestalten, ist keine Pflicht. Hier können auch Bilder und Inhalte stehen. Generell muss aber in jedem Flyer ein Absender genannt werden – dies kann aber bei Platzmangel auch nur in Form des **Spendenformulars** erfolgen.

**7** **Große Bilder** erzeugen mehr Emotionen und sind immer erste Wahl. Achtung: Bei doppelseitig eingesetzten Bilder muss beim Wickelfalz der Übergang bedacht werden – entweder die linke Hälfte ergibt auch für sich Sinn oder es muss innen die rechte Hälfte wiederholt werden.

Copy darf in Bildern eingesetzt werden, solange die Lesbarkeit gewährleistet ist.

**8** Setzen wir **kleinere Bilder** ein, können diese bis in den Anschnitt gehen oder im Satzspiegel eingesetzt werden. Generell sollten Bilder rechteckig eingesetzt werden. In Form der Bubble setzen wir Bilder nur dann ein, wenn keine Headlinebubble vorhanden ist, beispielsweise auf Anschreiben. Die Bilder sitzen nach unten auf der Grundlinie, nach oben schließen sie mit der Versalhöhe ab.

**9** Alternativ zum TSL Logo können wir auch die **Bildmarke** auf der inhaltsfreien Rückseite einsetzen.

**10** **Bildunterschriften** platzieren wir in Open Sans Regular 7 pt mit 9 pt Zeilenabstand entweder im Bild (Schriftfarbe 90 % schwarz oder weiß, je nach Hintergrund) oder linksbündig unter/über dem Bild. Steht die Bildunterschrift innerhalb eines Bildes, kann sie frei platziert werden, auch außerhalb des Satzspiegels.

## 45

# Mailing Anschreiben

**1** Beim Mailing Anschreiben setzen wir das **Logo** in 50 mm Breite mit 20 mm Abstand zum linken Rand um 2 x T zum oberen Rand ein.

**2** **Bilder** dürfen hier in die Bubbleform gesetzt werden – diese Gestaltungsvariante bevorzugen wir!

**3** Die **Headline** wird hier ausnahmsweise nicht in eine Bubble gesetzt, sondern plakativ als Überschrift des Briefes. Sie beginnt oberhalb des Falzes, um den Leser neugierig zu machen.

Die Farbe ist grün, die Schrift Rawline Bold.

Die Schriftgröße sollte 15 pt nicht unterschreiten. Der Zeilenabstand ist gleich der Schriftgröße.

### Mailing Anschreiben

**1** **TIER SCHUTZ LIGA**

**2**

**3** **Wenn ein Tierheim stirbt, stirbt nicht nur das Tierheim.**

**4** **Helpen Sie den Tieren von Bekescsaba!**

**5** **Schon mit einer Spende in Höhe von 20 Euro tragen Sie maßgeblich zur Rettung des Tierheims bei und sorgen dafür, dass die Hunde und Katzen weiter gut versorgt und behandelt werden können. Aber jede Spende ist willkommen, egal in welcher Höhe.**

**6** **Sollte das Heim aus diesen Gründen schließen, werden alle Tiere von staatlicher Seite getötet. Helfen Sie uns jetzt, das zu verhindern!**

Liebe Frau Mustermann,

im ungarischen Bekescsaba bahnt sich für 200 Hunde und viele Katzen derzeit eine Katastrophe an.

Das örtliche Tierheim steht vor der Schließung, da es immer mehr kranke Straßentiere aufnehmen muss und die dramatisch angestiegenen Kosten für Futter und medizinische Betreuung nicht mehr bewältigen kann. Auch erhalten die Mitarbeiter bereits seit Monaten kein Gehalt mehr und können es sich in absehbarer Zeit nicht mehr leisten, die Tiere angemessen zu pflegen.

**Sollte das Heim aus diesen Gründen schließen, werden alle Tiere von staatlicher Seite getötet. Helfen Sie uns jetzt, das zu verhindern!**

Schon mit einer Spende in Höhe von 20 Euro tragen Sie maßgeblich zur Rettung des Tierheims bei und sorgen dafür, dass die Hunde und Katzen weiter gut versorgt und behandelt werden können. Aber jede Spende ist willkommen, egal in welcher Höhe.

Im beiliegenden Flyer erfahren Sie mehr über die Probleme von Straßentieren in Osteuropa – und was wir tun wollen, um ihr Leid zu lindern und langfristig zu stoppen. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns dabei unterstützen. Kämpfen Sie mit uns für mehr Tiergeborgenheit!

*N. Ulmer*

Ihr Volkert Petersen  
Geschäftsführender Vorstand

Mitglied im

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Ausbau Kirchberg 15, 03058 Neuhausen/Spree • Tel. Verwaltung (035628) 41 90 30, info@tierschutzliga.de  
Stiftungsregister des Brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 210 • Spendenkonto: IBAN DE 17 7002 0000 0000 8385 02, BIC: BFSW3333, Bank für Sozialwirtschaft. Wir befolgen das BDSG zur Wahrung Ihrer Privatsphäre. Wenn Sie keine Post mehr erhalten wollen, können Sie der Verwendung Ihrer Daten jederzeit schriftlich widersprechen. Sollte Ihnen aus Versehen einmal ein Brief doppelt zugehen, bitten wir um eine Information. Die dargestellte Kampagne ist nur eine der vielen Kampagnen, die die Tierschutzliga Stiftung durchführt. Mit Ihrer Spende unterstützen Sie die sonstigen Kampagnen, unsere Informations- und Lobbyarbeit sowie das Fundraising. Zudem bilden wir Rücklagen, um eine kontinuierliche Tierschutzarbeit zu sichern.

### Mailing Anschreiben rechteckiges Bild

**4** **TIER SCHUTZ LIGA**

**5** **Wenn ein Tierheim stirbt, stirbt nicht nur das Tierheim.**

Liebe Frau Mustermann,

im ungarischen Bekescsaba bahnt sich für 200 Hunde und viele Katzen derzeit eine Katastrophe an.

Das örtliche Tierheim steht vor der Schließung, da es immer mehr kranke Straßentiere aufnehmen muss und die dramatisch angestiegenen Kosten für Futter und medizinische Betreuung nicht mehr bewältigen kann. Auch erhalten die Mitarbeiter bereits seit Monaten kein Gehalt mehr und können es sich in absehbarer Zeit nicht mehr leisten, die Tiere angemessen zu pflegen.

**Sollte das Heim aus diesen Gründen schließen, werden alle Tiere von staatlicher Seite getötet. Helfen Sie uns jetzt, das zu verhindern!**

Schon mit einer Spende in Höhe von 20 Euro tragen Sie maßgeblich zur Rettung des Tierheims bei und sorgen dafür, dass die Hunde und Katzen weiter gut versorgt und behandelt werden können. Aber jede Spende ist willkommen, egal in welcher Höhe.

Im beiliegenden Flyer erfahren Sie mehr über die Probleme von Straßentieren in Osteuropa – und was wir tun wollen, um ihr Leid zu lindern und langfristig zu stoppen. Wir würden uns freuen, wenn Sie uns dabei unterstützen. Kämpfen Sie mit uns für mehr Tiergeborgenheit!

*N. Ulmer*

Ihr Volkert Petersen  
Geschäftsführender Vorstand

Mitglied im

TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, Ausbau Kirchberg 15, 03058 Neuhausen/Spree • Tel. Verwaltung (035628) 41 90 30, info@tierschutzliga.de  
Stiftungsregister des Brandenburgischen Ministerium des Innern Nr. 210 • Spendenkonto: IBAN DE 17 7002 0000 0000 8385 02, BIC: BFSW3333, Bank für Sozialwirtschaft. Wir befolgen das BDSG zur Wahrung Ihrer Privatsphäre. Wenn Sie keine Post mehr erhalten wollen, können Sie der Verwendung Ihrer Daten jederzeit schriftlich widersprechen. Sollte Ihnen aus Versehen einmal ein Brief doppelt zugehen, bitten wir um eine Information. Die dargestellte Kampagne ist nur eine der vielen Kampagnen, die die Tierschutzliga Stiftung durchführt. Mit Ihrer Spende unterstützen Sie die sonstigen Kampagnen, unsere Informations- und Lobbyarbeit sowie das Fundraising. Zudem bilden wir Rücklagen, um eine kontinuierliche Tierschutzarbeit zu sichern.

**4** Zusätzlich kann eine auffordernde **Störerbubble** platziert werden.

Die Störerbubble darf bis zu 45 mm betragen. Die Schriftgröße ist frei wählbar. Wir benutzen Rawline Bold Italic, der Zeilenabstand ist gleich der Schriftgröße. Die Schrift wird versetzt oder mittellaxial gesetzt.

**5** Die **Copygröße** liegt bei 10 – 11 pt. Der Text wirkt gefälliger, wenn der Zeilenabstand etwas höher als „automatisch“ gewählt wird.

**6** **Hervorhebungen** im Text setzen wir in Open Sans Bold.

## 46

## Facebook

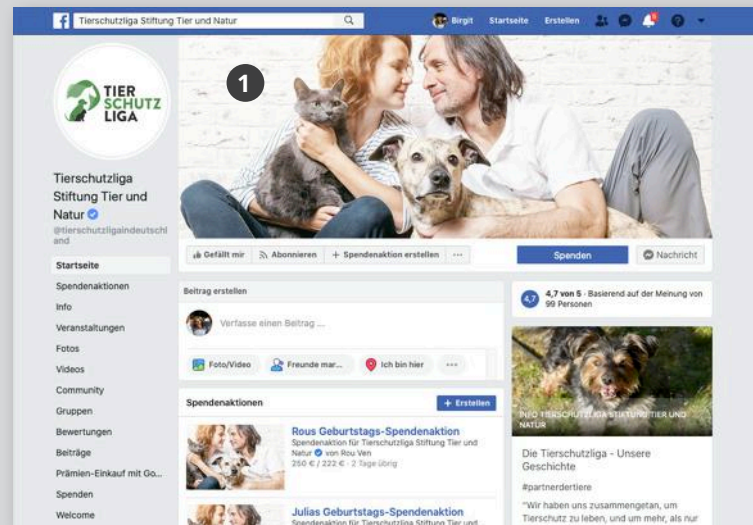
**1** Einsatz eines Bildes, das Tier und Mensch in Partnerschaft zeigt, um die Markenidee zu stützen. Möglich ist der Einsatz einer Textbubble mit einer allgemeinen Headline wie „1. Liga in Sachen Tierschutz“. Auf ein Logo im Headerbild verzichten wir.

**2** Unser Logo setzen wir auf einer transparenten Fläche wie ein „Etikett“ ein – es hat also einen Anschnitt nach oben oder rechts. Diese „Etiketten“ liegen als Vorlage vor. Sie können in der Größe dem Motiv angepasst werden.

**3** Die Bubble- und Headlinegrößen eines Posts findet Ihr im Kapitel „Bubbles“.

**4** Es ist aber auch möglich, ein fertiges Plakat als Post einzusetzen. In dem Fall muss das Logo nicht als Etikett eingebunden werden.

### Facebook Header



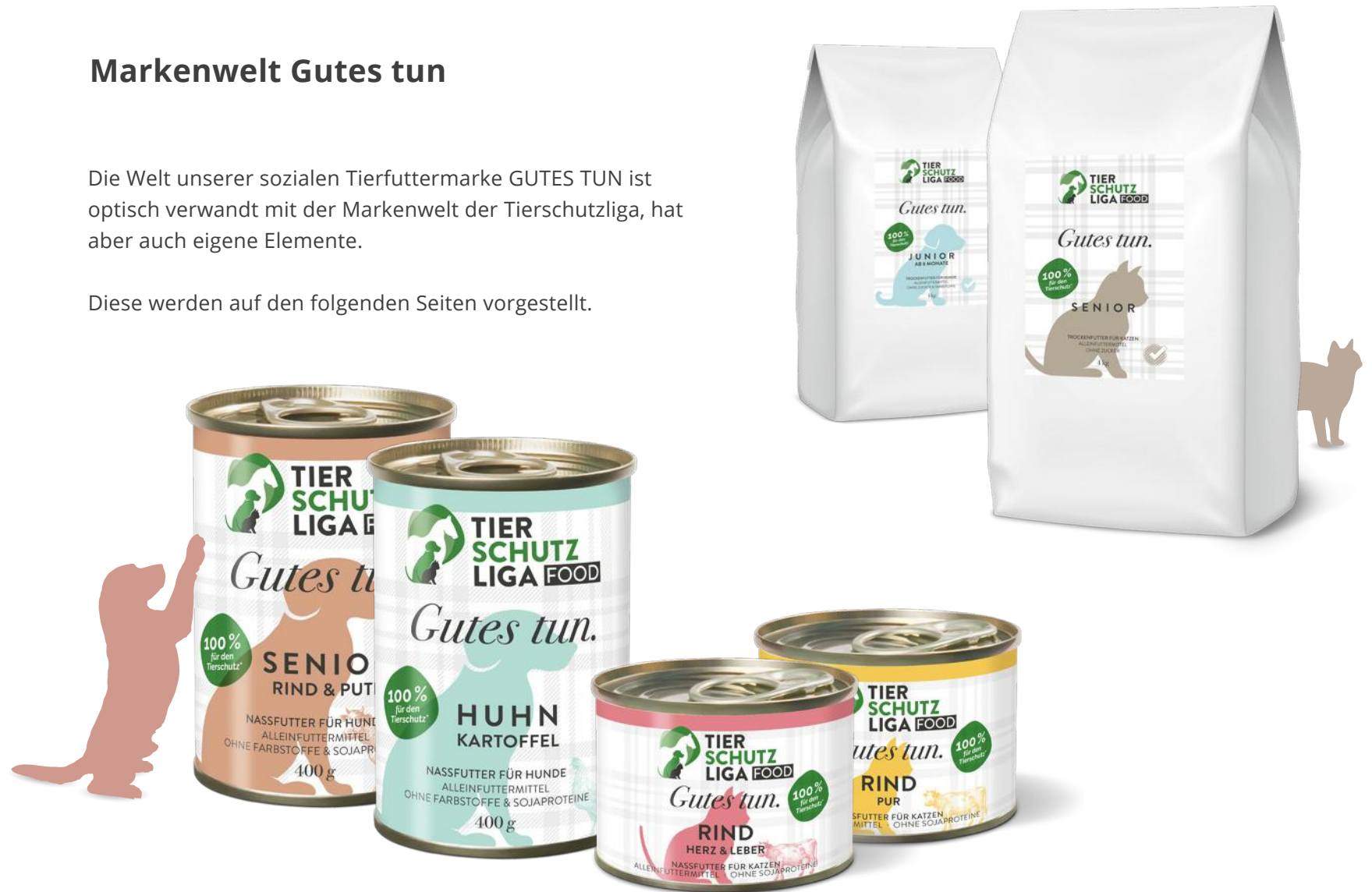
### Facebook Posts



## Markenwelt Gutes tun

Die Welt unserer sozialen Tierfuttermarke GUTES TUN ist optisch verwandt mit der Markenwelt der Tierschutzliga, hat aber auch eigene Elemente.

Diese werden auf den folgenden Seiten vorgestellt.



## 48

## Schreibweise

Wir schreiben stets *Gutes tun* überall in der Schriftart Bodoni Book Italic. So grenzt sich der Markenname besser vom Rest des Textes ab.

Sollte die Schrift nicht möglich sein, so werden folgende Backup Fonts empfohlen in kursiv zu setzen: Open Sans Bold Italic, Arial Bold Italic, Helvetica Bold Italic

Zusätze wie *Gutes tun* Hundefutter werden ohne Bindestrich geschrieben.

### Technischer Zusatz:

*Gutes tun* muss in der Regel 2-3 Punkt größer geschrieben werden als alle anderen verwendeten Fonts, da die Schriftart Bodoni Book Italic deutlich kleiner ausfällt. Wichtig ist, dass die Mittellänge *Gutes tun* der umliegenden Texte angeglichen wird:

*Gutes tun* Hundefutter

*Gutes tun* Hundefutter

Mittellänge *Gutes tun* Hundefutter

*Gutes tun* Hundefutter

Beispiel ohne Anpassung

**Beispiel mit Anpassung**

## 49

## Farbwelt Gutes tun

Die Farbwelt besteht zum einen aus den Farben der TIERSCHUTZLIGA, ergänzt durch eine die Farbwelt der Sorten von GUTES TUN.

### Grün

100 %

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7741 C	70.20.80.5	87.150.85	579555

### Graphit

100 %

Pantone	CMYK	RGB	HEX
432 C	0.0.0.90	30.30.30	343434

### Weinrot

100 %

CMYK	RGB	HEX
24.100.50.20	165.3.68	A50344

## 50

## Farbwelt Gutes tun – Sortenfarben

Die Sortenfarben sind vielfältig. Sie sollten gut voneinander unterscheidbar sein. Sie kommen aus einer eher pastellig-gebrochenen Welt, also keine Farben wie Signalrot, Königsblau oder Tannengrün.

Im Seniorbereich werden bräunliche Töne verwendet, im Juniorbereich eher Rosé- und Hellblau-Töne.

Die Sortenfarben sind zugleich Akzentfarben für die Werbemittel von GUTES TUN (siehe folgende Seiten).

### Rind

Pantone	CMYK	RGB	HEX
141 C	5.24.72.0	243.197.96	F3C55F

### Pute

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7492 C	31.0.60.0	193.216.131	C0CA7F

### Basic

Pantone	CMYK	RGB	HEX
459 C	30.8.60.5	188.197.125	DECC62

### Lachs

Pantone	CMYK	RGB	HEX
1625 C	30.8.60.5	188.197.125	FDA388

### Huhn

Pantone	CMYK	RGB	HEX
566 C	34.0.21.0	180.220.212	B4DDD6

### Ente

Pantone	CMYK	RGB	HEX
551 C	40.10.15.0	162.200.215	A2C5D3

### Hirsch

Pantone	CMYK	RGB	HEX
551 C	40.10.15.0	162.200.215	D5CA9F

### Insekten

Pantone	CMYK	RGB	HEX
451 C	30.30.64.23	160.144.92	9E925F

## 51 Farbwelt Gutes tun – Sortenfarben

Die Sortenfarben sind vielfältig. Sie sollten gut voneinander unterscheidbar sein. Sie kommen aus einer eher pastellig-gebrochenen Welt, also keine Farben wie Signalrot, Königsblau oder Tannengrün.

Im Seniorbereich werden bräunliche Töne verwendet, im Juniorbereich eher Rosé- und Hellblau-Töne.

Die Sortenfarben sind zugleich Akzentfarben für die Werbemittel von GUTES TUN (siehe folgende Seiten).

### Kaltgepresst

Pantone	CMYK	RGB	HEX
5645 C	40.20.35.8	159.175.162	9FAFA2

### All-in-One

Pantone	CMYK	RGB	HEX
345 C	47.0.43.0	143.213.172	8FD5AB

### Lamm Zucchini

Pantone	CMYK	RGB	HEX
685 C	14.35.10.0	220.181.200	DBB4C7

### Herz-Leber

Pantone	CMYK	RGB	HEX
2340 C	10.60.35.0	223.129.137	DE8189

### 3-Mix

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7612 C	17.42.38.7	203.153.141	CB988C

### Lamm

Pantone	CMYK	RGB	HEX
551 C	40.10.15.0	162.200.215	A2C8D7

### Rind Karotte

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7576 C	0.45.65.10	226.149.90	E2955A

### Huhn-Kalb

Pantone	CMYK	RGB	HEX
451 C	40.10.15.0	162.200.215	A2C8D7

## 52

## Farbwelt Guten tun – Sortenfarben

Die Sortenfarben sind vielfältig. Sie sollten gut voneinander unterscheidbar sein. Sie kommen aus einer eher pastellig-gebrochenen Welt, also keine Farben wie Signalrot, Königsblau oder Tannengrün.

Im Seniorbereich werden bräunliche Töne verwendet, im Juniorbereich eher Rosé- und Hellblau-Töne.

Die Sortenfarben sind zugleich Akzentfarben für die Werbemittel von GUTES TUN (siehe folgende Seiten).

### Senior Huhn-Kaninchen/Senior Ente-Kartoffel

Pantone	CMYK	RGB	HEX
481 C	17.37.35.5	208.166.153	D0A698

### Senior 17/10

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7504 C	30.45.60.30	149.119.93	94775C

### Senior Rind-Pute

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7514	15.40.47.4	214.162.132	D5A283

### Senior Katze

Pantone	CMYK	RGB	HEX
7529 C	25.25.35.10	181.168.153	B4A798

### Junior Huhn-Rind

Pantone	CMYK	RGB	HEX
5585 C	35.10.25.0	179.205.196	B3CCC3

### Junior Huhn-Pur

Pantone	CMYK	RGB	HEX
684 C	8.25.5.8	162.200.215	A2C8D7

### Junior bis 6 Monate

Pantone	CMYK	RGB	HEX
701 C	5.58.25.0	232.133.151	E78597

### Junior ab 6 Monate

Pantone	CMYK	RGB	HEX
628 C	32.0.13.0	181.220.225	B4DBE1

## Schriften Werbemittel

Die **Werbemittel** von GUTES TUN werden in den gleichen Schriften gestaltet wie die Werbemittel der TIERSCHUTZLIGA: Rawline und Open Sans.

Open Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

---

Open Sans Italic

*ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
0123456789*

Open Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
0123456789**

Open Sans Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz  
0123456789***

Die **Werbemittel** von GUTES TUN werden in den gleichen Schriften gestaltet wie die Werbemittel der TIERSCHUTZ-LIGA: Rawline und Open Sans.

Rawline Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

---

Rawline Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789***

Auf den **Verpackungen** finden sich zusätzlich folgende Schriften:

- Bodoni Italic (Markenname)
- Helvetica Neue Condensed Regular und Bold (Zutaten, Fütterungsempfehlung etc.)
- Brandon Text Regular und Bold in Versalien (alle anderen Texte)

Bodoni Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

---

Helvetica Neue Condensed Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Helvetica Neue Condensed Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Auf den **Verpackungen** finden sich zusätzlich folgende Schriften:

- Bodoni Italic (Markenname)
- Helvetica Neue Condensed Regular und Bold (Zutaten, Fütterungsempfehlung etc.)
- Brandon Text Regular und Bold in Versalien (alle anderen Texte)

Brandon Text Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

---

Brandon Text Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

## 57

### Primäres Gestaltungsmittel: Silhouetten

Das primäre und vielfältig einsetzbare Gestaltungsmittel von GUTES TUN: Tiersilhouetten. Auf den Gebinden sitzen Hund, Katze, Welpen und Kitten ganz brav.

In den Werbemitteln erwachen sie zum Leben, interagieren mit den Gebinden, bewegen sich in Bannern, sitzen auf Seitenrändern und lugen um Ecken.

Die Silhouetten sind frei wählbar – natürlich dürfen es nur Hunde und Katzen sein.

Gefärbt werden sie in den Sortenfarben und zum besseren „Stand“ mit einem Schatten versehen, wenn sie frei auf einer weißen Fläche stehen.



## 58

## Primäres Gestaltungsmittel: Silhouetten

Übersicht über die bisher verwendeten Silhouetten.

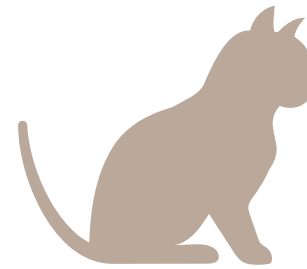
### Silhouetten Packaging



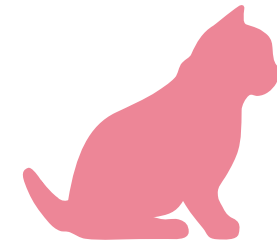
Hundefutter normal/Senior



Hundefutter Junior

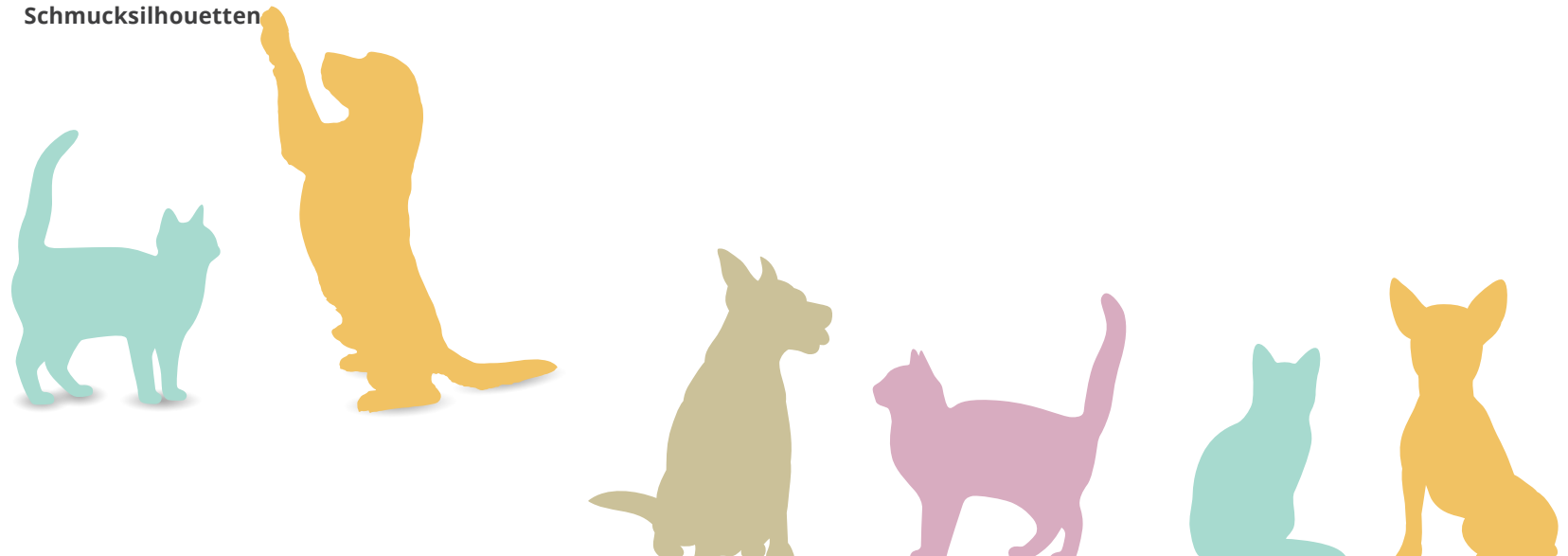


Katzenfutter normal/Senior



Katzenfutter Junior

### Schmucksilhouetten



## 59

## Primäres Gestaltungsmittel: Silhouetten – Größenverhältnisse

Generell gilt: Die Silhouette soll so prominent wie möglich auf dem Facing platziert werden.

Dabei ist zu beachten:

- das TSL- Logo darf nicht berührt werden
- die jeweiligen Sorten-Icons (z. B. Huhn, Lamm) müssen ausreichend Platz finden.
- die Silhouette muss nach rechts und links Luft haben (Ausnahme: der Schwanz darf das Facing „verlassen“)



Beispiel 200g-Dose



Beispiel 400g-Dose



Beispiel Trockenfutter 4kg

## 60

## Gestaltungsmittel: Icons

Icons sind ein sekundäres Gestaltungsmittel.

Sie dienen z. B. zur Beschreibung von Eigenschaften des Futters, zur Bebilderung von Funktionen auf der Website etc.

Bei der Gestaltung neuer Icons ist darauf zu achten, dass sie grafisch zu den bisherigen Icons passen.

Die Farben können aus den Sortenfarben gewählt werden.

Die Icons sollten bevorzugt in 100% Farbigkeit abgebildet werden. Transparente Abbildungen sind eine Ausnahme, wenn ein Icon z. B. als Hintergrundgestaltung verwendet werden soll.



**Mehr  
Tierschutz.**



**Klare  
Transparenz.**



**Hohe  
Qualität.**



**Lange  
Erfahrung.**



**Ohne  
unnötige  
Zusätze.**



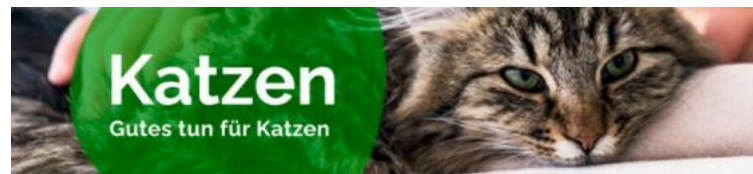
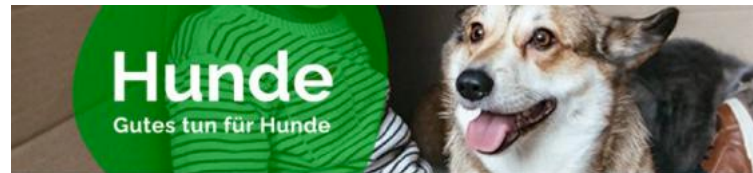
## 61

## Gestaltungsmittel: Bubbles

**Headlinebubbles** werden bei GUTES TUN nur **ausnahmsweise eingesetzt** – z. B., wenn eine Headline direkt auf einem Bild platziert werden soll oder wenn bei Online-Werbung Platzmangel besteht.

**Störer-Bubbles** können hingegen auf Verpackungen und Werbemittel benutzt werden. (Beschreibung siehe S. 16 in diesem Manual).

Bei GUTES TUN können **Störer auch in grün** eingesetzt werden.



TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR  
Gesponsert ·

GUTES TUN ist das neue Tierfutter, das den Tierschutz fördert. Denn alle Nettogewinne fließen in die Tierschutzprojekte der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR. Und Top-Qualität bietet GUTES TUN natürlich auch. Jetzt einfach GUTES TUN.



TIERSCHUTZLIGA.DE

**Jetzt Gutes tun!**

Das neue soziale Tierfutter.

Mehr dazu

Hier steht  
eine Headline.

Hier steht ein  
Störertext oder  
beschreibender  
Text.

## 62

## Abbildung von Verpackungen

Die Abbildung von Verpackungen lässt sich lebendig gestalten:

- **Perspektivisch:**  
Die Sacke und Dosen werden in einem „Raum“ angeordnet.
- **Stapel**
- **Reihen**
- **Mischung verschiedener Gebinde**
- **Mischung verschiedener Sorten**

Hierbei ist aber mit Bedacht vorzugehen – Lebendigkeit ist das Ziel, nicht Chaos!

Tiersilhouetten können mit den Verpackungen interagieren.



## 63

## Bilder – Motivauswahl und Look

**Primär** werden Werbemittel für GUTES TUN mit **Silhouetten** bebildert.

Fotos können jedoch notwendig sein, um z. B. online die Orientierung zu erleichtern oder gestalterisch mehr **Abwechslung** ins Spiel zu bringen, damit die Layouts nicht zu steril wirken (z. B. bei mehrseitigen Broschüren).

Bei GUTES TUN können auch **Bilder ohne Menschen** verwendet werden, wenn es um das Futter und dessen Qualität geht. Der **Farblook** sollte zu den Bildern der TIERSCHUTZLIGA passen, die Tiere idealerweise keine Rassetiere sein.

Geht es inhaltlich direkt um das Tun der TIERSCHUTZLIGA, wird der **Bildlook und die Motivwelt der TIERSCHUTZLIGA** benutzt (siehe S. 19 ff. in diesem Manual).



Beispiel Online-Shop



Beispiel Online-Shop

## 64

## Bilder Posts – Motivauswahl und Look

In Posts, in denen keine TIER-SCHUTZLIGA-Schützlinge vorkommen, können ebenfalls **Bilder ohne Menschen** verwendet werden.

Der **Farblook** sollte zu den Bildern der TIERSCHUTZLIGA passen, die Tiere idealerweise keine Rassetiere sein.

Bilder von Schützlingen dürfen **keinesfalls abstoßend** sein und müssen zumindest eine **gute Bildqualität** haben, auch wenn sie den Farblook nicht treffen.



Beispiel Post „werblich“



Beispiel Post „Schützling“

## 65

## Werbemittel online – Banner und werbliche Ads

Für Banner und Ads wird mit dem **Silhouetten-Look** gearbeitet. Headlines werden in **Rawline Bold**, Farbe grün gesetzt.

Sollte die Headline keinen Platz haben, darf sie ausnahmsweise auch auf einer grünen Bubble platziert werden.

**TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR** ...  
Gesponsert · 🌱

GUTES TUN ist das neue Tierfutter, das den Tierschutz fördert. Denn alle Nettogewinne fließen in die ... [Mehr anzeigen](#)

**Gutes tun für die Tiere.**

TIERSCHUTZLIGA.DE  
**Jetzt Gutes tun!**  
Das neue soziale Tierfutter. [MEHR DAZU](#)

Beispiel animierte Ad

**TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR**  
Gesponsert · 🌱

GUTES TUN ist das neue Tierfutter, das den Tierschutz fördert. Denn alle Nettogewinne fließen in die Tierschutzprojekte der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR. Und Top-Qualität bietet GUTES TUN natürlich auch. Jetzt einfach GUTES TUN.

**100% für den Tierschutz**

TIERSCHUTZLIGA.DE  
**Jetzt Gutes tun!**  
Das neue soziale Tierfutter. [Mehr dazu](#)

Beispiel animierte Ad mit Headline-Bubble

66

Werbemittel Print – Broschüre

Der Aufbau der Broschüre entspricht dem der TIERSCHUTZ-LIGA, siehe S. 40 ff. dieses Manuals.

**Ausnahmen:**

- Die **Headlines** werden **nicht in Bubbles** gesetzt, sondern in Rawline Bold, 24 pt – auf dem Titel darf sie auch größer sein.
- Die **Bilder werden nicht vollflächig** gesetzt, sondern sind von einem weißen Rahmen umgeben.

Insgesamt wirken die GUTES TUN Print-Werbemittel „weißer“ als die der TIERSCHUTZLIGA.

**Mehr Tierschutz.**

**Klare Transparenz.**

**Hohe Qualität.**

**Lange Erfahrung.**

**Ohne unnötige Zusätze.**

**TIER SCHUTZ LIGA**

**TIERSCHUTZLIGA GmbH**  
Aulbau-Kirchberg 15  
03058 Neuhausen/Spree  
www.tierschutzliga.de/gutestun  
shop@tierschutzliga.de  
IBAN DE83 7002 0500 0009 8385 03

**Jetzt Gutes tun.**  
Das neue Futter, das den Tierschutz fördert.

**TIER SCHUTZ LIGA GUTESTUN**  
**Gutes tun.**  
**RIND PUR**

**Gutes tun auf einen Blick.**

**Mehr Tierschutz.**  
Mit jedem Kauf helfen Sie Tieren in Not – deutschlandweit in unseren Tierheimen und darüber hinaus.

**Klare Transparenz.**  
Sie können jederzeit prüfen, wenn Ihre Hilfe zugute kommt: [www.tierschutzliga.de/gutestun](http://www.tierschutzliga.de/gutestun).

**Hohe Qualität.**  
Amlich kontrolliert: Alle tierischen Bestandteile wären auch für die menschliche Ernährung geeignet.

**Lange Erfahrung.**  
Erprobt in die langjährigen Fütterung vieler Tausender Hunde und Katzen.

**Ohne unnötige Zusätze.**  
Wir verzichten komplett auf Weichmacher und Geschmacksverstärker.

**Gutes tun für den Hund.**

**Trockenfutter Hund**

4 kg	Ente & Kartoffel	✓
	Huhn & Reis	✓
	Hirsch & Kartoffel	✓
14 kg	Ente & Kartoffel	✓
	Huhn & Reis	✓
	Hirsch & Kartoffel	✓

**Nassfutter Hund**

400 g	Huhn mit Kartoffel	✓
	Lamm mit Zucchini	✓
	Rind pur	✓
800 g	Huhn mit Kartoffel	✓
	Lamm mit Zucchini	✓
	Rind pur	✓

**Gutes tun für die Katze.**

**Trockenfutter Katze**

4 kg	All-in-one getreidefrei	✓
	3-Mix	✓

**Nassfutter Katze**

200 g	Huhn & Lachs	✓
	Pute pur	✓
	Rind pur	✓

**Weitere leckere Sorten für Hunde und Katzen folgen.**

Unsere Fütterungsempfehlung finden Sie unter: [www.tierschutzliga.de/gutestun](http://www.tierschutzliga.de/gutestun)

## 67

## Werbemittel Print – Broschüre

**Primäre Bildelemente** sind **Silhouetten** und **Verpackungen**. Bei den Silhouetten sollte Abwechslung ins Spiel gebracht werden – nicht immer die gleichen Silhouetten verwenden und auch mal die Farbe wechseln.

Zur Abbildung von **Verpackungen** siehe S. 57 dieses Manuals. Eingesetzte Bilder entsprechen den Regeln auf S 61.

Zusätzlich können zur Strukturierung **Icons** eingesetzt werden, die auf S. 58 beschrieben werden.

**Gutes kaufen. Gutes tun.**



**100% für den Tierschutz\***

**Die soziale Tierfuttermarke.**  
Mit dem Kauf von Gutes tun erhalten Sie ein einwandfreies Futter, das die Grundbedürfnisse Ihres Lieblings erfüllt, und helfen gleichzeitig auch vielen anderen Tieren in Not. **Denen alle Nettogewinne aus dem Verkauf von Gutes tun fließen komplett in die Projekte der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR.** Und Sie können jederzeit prüfen, wenn Ihre Hilfe zugute kommt: [www.tierschutzliga.de/gutes-tun](http://www.tierschutzliga.de/gutes-tun). Gutes tun – ein Tierfutter, das den Unterschied macht.

**Qualität, auf die Sie sich verlassen können.**  
Gutes tun ist ein nachhaltiges, natürliches Futter mit besten Zutaten – hergestellt in Deutschland. Alle verwendeten tierischen Bestandteile wären auch für die menschliche Ernährung geeignet – und das wird amtlich kontrolliert. Gleichzeitig verleiht Gutes tun auf alle unnötigen Zusatzstoffe wie Geschmacksverstärker und Weichmacher. Ob als Nass- oder Trockenfutter, auf die Premium-Qualität von Gutes tun können Sie sich immer verlassen.



**Erfahrung tut gut.**  
Die TIERSCHUTZLIGA verfügt über umfassende Kenntnisse in der Tierpflege und weiß deshalb genau, was einem Tier gut tut. Auf der Grundlage langjähriger Erfahrungen und der täglichen Fütterung von vielen Tausenden Hunden und Katzen in unseren Einrichtungen haben wir gemeinsam mit Experten ein ernährungsphysiologisch ausgewogenes, wertvolles Allroundfutter entwickelt. Es enthält alles, was Ihr Hund oder Ihre Katze für eine gesunde Ernährung braucht.

\* Alle Nettogewinne aus dem Verkauf fließen komplett in die Projekte der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR.





**Vertrauen stiften.**

Der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR können Sie vertrauen:

-  **Dauerhaft engagiert.**  
Weil wir eine Stiftung sind, ist unser Vermögen – und somit Ihre Geldzuwendungen – garantiert dauerhaft dem Tierschutz gewidmet.
-  **Komplett kontrolliert.**  
Die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR wird geleitet von einem Vorstand, der von einem Kuratorium aus unabhängigen Personen kontrolliert und beraten wird. Zudem wird die TIERSCHUTZLIGA von der Stiftungsaufsicht Brandenburg jedes Jahr überprüft.
-  **Langfristig angelegt.**  
Eine Stiftung kann ihre Gelder längerfristig anlegen, im Gegensatz zu einem Verein, der alle Gelder zeitnah ausgeben muss. Das hilft uns dabei, unsere Vision von Tierschutz langfristig umzusetzen.

**Erste Liga in Sachen Tierschutz.**

Mit dem Kauf von Gutes tun unterstützen Sie die Arbeit der TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR, die eine große Mission hat:

**„Alle Tiere haben ein Recht auf Achtung und Würde. Deshalb bringen wir Menschen und Institutionen zusammen, um mit professionellem Wissen dafür zu sorgen, dass kein Haustier Schmerzen leidet, Angst hat oder schlecht ernährt wird. Unser erklärtes Ziel ist ein respektvoller und verantwortungsbewusster Umgang mit allen Mitgeschöpfen.“**



Um das zu erreichen, ist die TIERSCHUTZLIGA STIFTUNG TIER UND NATUR auf ganz verschiedene Arten aktiv:

- Wir betreiben derzeit 11 Tierheime deutschlandweit, um verlassene Haustiere aufzunehmen und liebevoll zu versorgen.
- Insgesamt kümmern sich dort rund 100 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie freiwillige Helfer und Tierärzte darum, alle Tiere mit Hingabe zu versorgen und zu rehabilitieren. Dabei gehen sie weit über die Standards von herkömmlichen Tierheimen hinaus!
- Wir bieten Tierpatenschaften an und vermitteln jedem Monat zahlreichen Tieren ein neues Zuhause.
- Auch international setzen wir uns ein – zum Beispiel für notleidende Hunde und Katzen in Osteuropa.

Unterstützen Sie uns dabei und seien auch Sie erste Liga in Sachen Tierschutz. Mehr Infos dazu unter [www.tierschutzliga.de](http://www.tierschutzliga.de).



68

Werbemittel Print – Messestand und Rollups

Auch auf VKF-Werbemittel werden die grundsätzlichen Gestaltungsprinzipien angewandt:

- viel Weißraum
- Verpackungen
- Silhouetten
- Typografie Rawline/Open Sans
- Störerbubbles

