

# Pro Natura Corporate Design Manual

# Pro Natura Corporate Design Manual

### Einleitung

#### Pro Natura CD-Manual

- I Vorwort
- II Zielpublikum, Verbindlichkeit und Gültigkeitsbereich
- III Umgang mit dem CD-Manual, Vorlagen, Hilfsmittel
- IV Verfügbarkeit und Änderungen des CD-Manuals

### Inhalt

#### Pro Natura Corporate Identity

- 1.1 Einleitung
- 1.2 Vision, Selbstverständnis, Leitbild
- 1.3 Slogan
- 1.4 Kurztexpte

#### Pro Natura Corporate Wording

- 2.1 Sprachen
- 2.2 Orthographie, männliche und weibliche Form
- 2.3 Pro Natura in Texten
- 2.4 Titel von Publikationen

#### Pro Natura Logo

- 3.1 Übersicht
- 3.2 Nationale Grundversion mit Slogan
- 3.3 Nationale Varianten (Zentren, Secrétariat romand)
- 3.4 Friends of the Earth Switzerland
- 3.5 Regionale Varianten (Sektionen)
- 3.6 Farbvarianten

#### Pro Natura Logo Anwendung

- 4.1 Das Logo im Raster
- 4.2 Schutzzone
- 4.3 Position und Abstand
- 4.4 Logogrößen ohne Welle
- 4.5 Abstand zu anderen Logos
- 4.6 Das Logo in der Welle / national
- 4.7 Das Logo in der Welle / regional
- 4.8 Das Logo in der Welle / mit und ohne Rahmen
- 4.9 Hintergrundfarben aufgehellt für das Logo in der Welle
- 4.10 Hintergrundfarben 100% für das Logo in der Welle

#### Pro Natura Schriften

- 5.1 Pro Natura Hausschriften
- 5.2 Anwendungsbeispiele Hausschriften

#### Pro Natura Gestaltungselemente

- 6.1 Bildsprache
- 6.2 Grafikdesign
- 6.3 Key Visuals
- 6.4 Layout

#### Pro Natura Korrespondenz

- 7.1 Briefbogen
- 7.2 Visitenkarten
- 7.3 E-Mails
- 7.4 Medienkommunikation
- 7.5 Mailings/Fundraising

#### Pro Natura Printmedien

- 8.1 Publikationskonzept
- 8.2 Titelseiten
- 8.3-8.4 Beispiele Periodika
- 8.5 Publikations-Reihen (Fachpublikum)
- 8.6 Publikations-Reihen (Öffentlichkeit)
- 8.7 Andere Publikationen (Broschüren, Flyer, etc.)
- 8.8 Material für Printmedien

#### Pro Natura Im Internet

- 9.1 Nationale und regionale Websites
- 9.2 Social Media und Newsletter

#### Pro Natura Outdoor

- 10.1 Beschriftung Pro Natura Gebäude
- 10.2 BI-Manual: Kommunikation in und zu Schutzgebieten

#### Andere Pro Natura Werbemittel

- 11.1 Displays, Banderolen
- 11.2 Beispiele von Merchandising-Produkten
- 11.3 Beispiele von Give-Aways

### **Das Pro Natura Corporate Design Manual (CD-Manual)**

Wahrnehmungen sind eine entscheidende Grundlage der Kommunikation. Kommunikation heisst, Fremdwahrnehmung (Corporate Image) mit Selbstwahrnehmung (Corporate Identity) in Übereinstimmung zu bringen. Unternehmen sind erkennbar an ihrem Aussehen und den Inhalten, die sie vertreten.

Das vorliegende CD-Manual hat zum Ziel, Pro Natura auf den ersten Blick erkennbar zu machen. Durch das Corporate Design visualisieren wir unsere Werte. Eine konsistente und eindeutige Kommunikation hilft, unser Profil zu schärfen.

Wenn sich alle Beteiligten wie zum Beispiel Mitarbeitende, Grafikerinnen und Grafiker, Agenturen etc. an diese Richtlinien halten, wird es möglich, Pro Natura in all ihren Erscheinungsformen als Einheit wahrzunehmen und ihr damit die Wichtigkeit zu geben, die ihr mit ihren über 160 000 Mitgliedern zusteht.

## II Zielpublikum, Verbindlichkeit und Gültigkeitsbereich

---

### Zielpublikum

Dieses Pro Natura CD-Manual richtet sich hauptsächlich an professionelle Pro Natura interne oder externe Gestalterinnen und Gestalter und an die Pro Natura Mitarbeitenden, die für das jeweilige Projekt zuständig sind. Die Richtlinien betreffend Umgang mit Texten, mit der Sprache, mit Schriften und mit der Korrespondenz richten sich zusätzlich an alle Pro Natura Mitarbeitenden.

### Verbindlichkeit

Das CD-Manual ist verbindlich für den Pro Natura Zentralverband inkl. der beiden nationalen Zentren, für Produkte der Sektionen mit einem Budget > CHF 5000 an denen sich der Zentralverband finanziell beteiligt sowie für Projekte von Partnern, an denen sich Pro Natura finanziell beteiligt. Die Pro Natura Sektionen sind sich der Bedeutung eines einheitlichen Auftritts bewusst und setzen die Vorgaben des CD-Manuals im Rahmen ihrer personellen, finanziellen und terminlichen Möglichkeiten konstruktiv um.

### Gültigkeitsbereich

Das CD-Manual gilt für sämtliche Produktionen (Print, Korrespondenz, Web, Outdoor). Es enthält Richtlinien für den Umgang mit der Sprache (siehe Kapitel 2) sowie für die visuelle Gestaltung von Pro Natura Materialien (siehe Kapitel 3–6). Die Vorgaben für elektronische Produktionen (Websites) sind in einem separaten Kapitel aufgeführt (siehe Kapitel 9). Das CD-Manual **regelt nicht** die Besucherinformation in Schutzgebieten. Hierzu existiert ein eigenes Handbuch, genannt BI-Manual (siehe dazu Kapitel 10.2).

## III Umgang mit dem CD-Manual, Vorlagen, Hilfsmittel

### Umgang mit dem CD-Manual

Trotz der zum Teil vorhandenen Templates ist es nicht vorgesehen, dass Laien gestalterische Aufgaben selber übernehmen. Die fachspezifischen Angaben des CD-Manuals richten sich daher hauptsächlich an professionelle Gestalterinnen und Gestalter. Laien, die im Rahmen eines Projekts die Produktion eines Kommunikationsmittels begleiten, sind gebeten, sich rechtzeitig an die Abteilung Kommunikation und Marketing zu wenden.

### Vorgehen bei Produktionen

**Zentralsekretariat:** Print- oder elektronische Produkte, die Pro Natura Mitglieder oder die Öffentlichkeit ansprechen, müssen über die **Abteilung Kommunikation und Marketing** abgewickelt werden. Erste Ansprechpersonen sind **Richard Geer**, Abteilungsleiter Kommunikation und Marketing (richard.geer@pronatura.ch), und **Philippe Maillard**, Grafiker (philippe.maillard@pronatura.ch). Die Abteilung Kommunikation und Marketing erteilt das definitive «Gut zum Druck». Sie ist bereits im Planungsstadium einzubeziehen, damit eine seriöse Beratung gemacht und die Abläufe festgelegt werden können.

**Sektionen:** Bevor Sektionen eigene Produktionen in Auftrag geben oder selbst herstellen, sprechen sie sich mit der Abteilung Kommunikation und Marketing ab, wie die Gestaltung gemäss CD-Manual gewährleistet wird.

### Vorlagen, Templates, Logos, Schriften

Für verschiedene Produktionen sind Vorlagen oder Templates vorhanden. Die Pro Natura Schriften werden im Zentralsekretariat auf jedem Arbeitsplatz automatisch installiert. Die Abteilung Kommunikation und Marketing stellt Templates und Schriften auf Anfrage gerne zur Verfügung.

Unser Logo können Sie unter folgende Adresse herunterladen:  
[www.pronatura.ch/de/cd-manual](http://www.pronatura.ch/de/cd-manual)

## IV Verfügbarkeit und Änderungen des CD-Manuals

---

### Verfügbarkeit

Das CD-Manual gibt es nur in elektronischer Form als pdf-Datei. Es kann von der Pro Natura Website unter [www.pronatura.ch/de/cd-manual](http://www.pronatura.ch/de/cd-manual) heruntergeladen werden. Unter dieser Adresse steht die jeweils aktuellste Version des CD-Manuals zur Verfügung.

### Änderungen

Das CD-Manual ist kein statisches Dokument. Erfahrungen im Umgang mit dem CD-Manual können Anpassungen notwendig machen. Entsprechende Anregungen sind per Mail an die Abteilung Kommunikation und Marketing ([richard.geer@pronatura.ch](mailto:richard.geer@pronatura.ch)) zu richten, welche die Anliegen sammelt, prüft und das Manual periodisch aktualisiert.

Abhängig von der Tragweite der Änderungswünsche entscheidet entweder die Abteilung Kommunikation und Marketing oder die Geschäftsleitung, ob sie ins CD-Manual übernommen werden oder nicht. Umfassendere Änderungswünsche werden durch die Abteilung Kommunikation und Marketing der Pro Natura Geschäftsleitung zum Entscheid unterbreitet. Die Information über die eingegangenen Änderungswünsche und den Status ihrer Umsetzung werden in einem Dokument gesammelt.

## 1.1 Einleitung

### Pro Natura – Identität und Erscheinungsbild

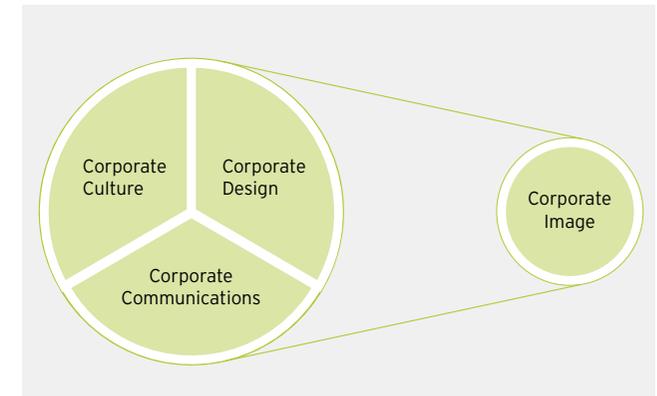
**Corporate Identity (CI)** bezeichnet das Selbstverständnis und das Erscheinungsbild eines Unternehmens. Die Merkmale der Corporate Identity ergeben sich entweder aus der Geschichte, den Traditionen und damit der Kultur eines Unternehmens oder werden geschaffen, um das Bild eines Unternehmens auf ein Unternehmensziel auszurichten.

#### Man unterscheidet dabei zwischen

- > dem Corporate Design – der visuellen Erscheinung
- > der Corporate Communications – der Unternehmenskommunikation
- > dem Corporate Behaviour/Culture – den Verhaltensweisen der Mitarbeitenden untereinander und nach aussen
- > dem Corporate Image – das Bild, das Externe vom Unternehmen haben

**Corporate Design (CD)**, ein Teilbereich der Corporate Identity, beinhaltet das gesamte visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Dazu gehören sowohl die Gestaltung der Kommunikationsmittel (z. B. Logo, Briefschaften, Werbemittel, etc.) als auch Produkte. Die Gestaltung dieser Elemente geschieht unter einheitlichen Richtlinien, um bei jedem Kontakt einen Wiedererkennungseffekt zu erreichen.

### Corporate Identity



#### Die drei Instrumente der Corporate Identity (Eigenbild)

- Corporate Design – die Visualität
- Corporate Communications – die Kommunikation
- Corporate Culture – die Unternehmenskultur

#### Corporate Image (Fremdbild)

## 1.2 Vision, Selbstverständnis, Leitbild

---

### **Die Pro Natura Vision**

Die Menschen engagieren sich für Natur und Landschaft. Die Biodiversität nimmt wieder zu.

Vom Delegiertenrat verabschiedet am 13. Dezember 2008

### **Das Pro Natura Selbstverständnis**

Pro Natura ist die führende Organisation für den Naturschutz in der Schweiz. Sie verteidigt engagiert und kompetent die Interessen der Natur, setzt Projekte um, informiert und begeistert.

Vom Delegiertenrat am 26. August 2006 verabschiedet

### **Das Pro Natura Leitbild**

Das aktuelle Leitbild wurde am 28. August 2004 vom Pro Natura Delegiertenrat verabschiedet.

## 1.3 Slogan

### Der Pro Natura Slogan

#### Pro Natura – für mehr Natur, überall!

Der Slogan kann und soll überall als Verstärker eingesetzt werden – wie ein Stempel. Der Slogan kann auf drei Arten angewendet werden:

##### Direkt unter dem Pro Natura Logo

«Für mehr Natur – überall!», «Agir pour la nature, partout!»,  
«Agire per la natura, ovunque!»

Achtung: Zusammen mit dem Pro Natura Logo wird der Slogan mit einer definierten Typographie verwendet (siehe Kapitel 3.2).

##### Ohne Pro Natura Logo

«Pro Natura – für mehr Natur, überall!» «Pro Natura – agir pour la nature, partout!», «Pro Natura – agire per la natura, ovunque!»

##### In Texte eingebaut

Im vergangenen Jahr hatte Pro Natura in ihrer Arbeit – **für mehr Natur, überall** – wieder schöne Erfolge zu verzeichnen. ..., car Pro Natura **agit pour la nature, partout.**

## 1.4 Kurztexzte

### Die Pro Natura Kurztexzte

Um Pro Natura in ein paar wenigen Sätzen zu beschreiben (zum Beispiel auf der Rückseite von Broschüren, Büchern, in der Medienarbeit, etc.) werden folgende Kurztexzte verwendet:

Kurze Version

#### **Pro Natura – für mehr Natur, überall!**

Pro Natura ist mit über 160 000 Mitgliedern die führende Organisation für Naturschutz in der Schweiz. Engagiert und kompetent verteidigt Pro Natura die Interessen der Natur. Sie setzt sich entschlossen für die Förderung und den Erhalt der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt ein.

Lange Version

#### **Pro Natura – für mehr Natur, überall!**

Pro Natura ist die führende Organisation für den Naturschutz in der Schweiz. Sie verteidigt engagiert und kompetent die Interessen der Natur. Entschlossen und konsequent setzt sie sich für die Förderung und den Erhalt der einheimischen Tier- und Pflanzenwelt ein. Ihre Ziele verfolgt Pro Natura mit politischem und praktischem Naturschutz sowie Bildungs- und Informationsarbeit. Sie plant, realisiert und fördert Projekte für gefährdete Arten und Lebensräume und vertritt als Anwältin der Natur deren Interessen. Pro Natura motiviert immer mehr Menschen dazu, der Natur Sorge zu tragen. Zu den Pioniertaten der 1909 gegründeten Organisation gehört die Schaffung des Schweizerischen Nationalparks. Heute betreut Pro Natura über 700 Naturschutzgebiete und ein Dutzend Naturschutzzentren in der ganzen Schweiz. Als privater, gemeinnütziger Verein ist Pro Natura auf Mitgliederbeiträge und Spenden angewiesen. Pro Natura zählt über 160 000 Mitglieder und ist mit ihren Sektionen in allen Kantonen der Schweiz aktiv.

Kurze Version

#### **Pro Natura – agir pour la nature, partout!**

Pro Natura est avec plus de 160 000 membres la principale organisation de protection de la nature en Suisse. Elle défend les intérêts de la nature avec conviction et compétence. Pro Natura s'engage résolument pour la conservation à long terme des habitats et des espèces animales et végétales du pays.

Lange Version

#### **Pro Natura – agir pour la nature, partout!**

Pro Natura est la principale organisation de protection de la nature en Suisse. Elle défend les intérêts de la nature avec conviction et compétence. Pro Natura s'engage résolument pour la conservation à long terme des habitats et des espèces animales et végétales du pays. Pro Natura poursuit ses buts en protégeant la nature au niveau politique et sur le terrain, ainsi que par un travail d'éducation et d'information. Elle planifie, réalise et favorise des projets en faveur d'espèces et d'habitats menacés et, en tant qu'avocate de la nature, défend leurs intérêts. Elle incite de plus en plus de gens à prendre en compte la nature. Un des actes pionniers de Pro Natura, fondée en 1909, fut d'établir le Parc national suisse. Aujourd'hui, elle gère plus de 700 réserves naturelles et une douzaine de centres-nature dans tout le pays. En tant qu'organisation privée d'utilité publique, Pro Natura est tributaire des cotisations des membres et de dons. Pro Natura compte plus de 160 000 membres et est active sur tout le territoire helvétique grâce à ses sections cantonales.

## 2.1 Sprachen

---

### Pro Natura Sprachen

Pro Natura kommuniziert in zwei Sprachen, nämlich Deutsch und Französisch. Italienisch wird in einigen Ausnahmefällen eingesetzt (zum Beispiel Pro Natura Magazin Spezial, Kinderzeitschrift, Tier des Jahres, Kampagnen mit starkem Bezug zur italienischen Schweiz, u.ä.). Rätoromanisch wird in der Regel nicht angewendet.

Übersetzte Texte müssen immer von einem/einer Pro Natura Mitarbeitenden der entsprechenden Muttersprache gegengelesen werden.

## 2.2 Orthografie, männliche und weibliche Form

---

### Orthografie (deutsch)

In der deutschen Sprache hält sich Pro Natura an die neue deutsche Rechtschreibung. Bei mehreren zulässigen Schreibvarianten wählt Pro Natura die gelb markierten «Duden»-Empfehlungen.

### Weibliche und männliche Form (deutsch)

Pro Natura verwendet in Texten die weibliche und männliche Form gleichwertig. Bei der ersten Nennung innerhalb eines Dokuments müssen grundsätzlich beide Geschlechtsformen genannt werden. Beispiel: «Teilnehmerinnen und Teilnehmer», «Gönnerin und Gönner», etc.. Für die nachfolgenden Nennungen können die weibliche und männliche Form abwechslungsweise oder geschlechtsneutrale Begriffe verwendet werden. Beispiel: «Die Teilnehmenden der Tagung waren sehr zufrieden». Das grosse «i» wird in Pro Natura Publikationen nicht verwendet. In begründeten Fällen, wie zum Beispiel Stelleninseraten, ist die Schreibweise «Mitarbeiter/-in», «Projektleiter/-in» erlaubt, nicht jedoch «MitarbeiterIn».

### Rechtschreibung (französisch)

Die Vorschläge zur Änderung der französischen Rechtschreibung von 1990 werden immer mehr angewendet (Näheres unter [www.orthographe-recommandee.info](http://www.orthographe-recommandee.info)). Pro Natura verwendet je nach Verfasser, Art der Dokumente und Zielpublikum beide Systeme. Allerdings muss ein Ausdruck innerhalb eines Textes immer in der gleichen Form geschrieben werden.

### Männliche und weibliche Schreibweise (französisch)

Pro Natura verwendet in ihren Texten die männliche und die weibliche Schreibweise. Falls möglich kommen geschlechtsneutrale Begriffe zur Anwendung. Personenbezeichnungen werden männlich oder weiblich gebraucht, also z. B. «une préfète, un préfet; une demandeuse, un demandeur; une juge, un juge; une cheffe, un chef». Kommen beide vor, steht zuerst die weibliche, dann die männliche Form. Bei Wiederholungen wird die näher stehende Form, also die männliche verwendet. Pro Natura verwendet bei Kurzformen, die beide Geschlechter zum Ausdruck bringen sollen, den Mittelpunkt und nicht Bindestriche, Klammern oder Schrägstriche, also z. B. «Les président·e·s de tribunal sont chargé·e·s de...».

### Typografie (französisch)

Es gibt für die Romandie eigene typografische Regeln, so z. B. zur Verwendung der französischen Anführungszeichen oder für die Zwischenräume vor bestimmten Interpunktionszeichen. Für französische Texte kommen die Regeln im «Guide du typographe romand» (Hg. Association suisse des typographes) zur Anwendung, sofern nicht aus produktionstechnischen Gründen eine Ausnahme gemacht werden muss.

## 2.3 Pro Natura in Texten

### Pro Natura in Texten

«Pro Natura» wird als Wortmarke konsequent einheitlich verwendet. Die Einhaltung nachstehender Regeln leistet einen wesentlichen Beitrag zur Corporate Identity von Pro Natura.

### Pro Natura in der Korrespondenz

Der offizielle, im Handelsregister eingetragene Name lautet *Pro Natura – Schweizerischer Bund für Naturschutz*. So wird er nach wie vor in Verträgen und Vereinbarungen ausgeschrieben. In der Korrespondenz wird nur *Pro Natura* verwendet, d. h.:

Freundliche Grüsse  
Pro Natura

### Pro Natura in Texten

In Laufertexten, Titeln und Leads wird nur *Pro Natura* geschrieben. In Texten mit offiziellem Charakter wird bei der ersten Nennung der offizielle Name *Pro Natura – Schweizerischer Bund für Naturschutz* verwendet. Bei den Folgenennungen im gleichen Text reicht *Pro Natura*.

### Gross- und Kleinbuchstaben

Pro Natura wird immer mit grossen Anfangsbuchstaben geschrieben, also *Pro Natura*. Es gibt kein *PRO NATURA* oder *pro natura* ausser im Pro Natura Logo.

### Name zuerst

Wo Pro Natura mit Zusätzen als Name steht, kommt es am Anfang wie in:

... *Der Pro Natura Delegiertenrat*  
... *Die Pro Natura Sektionen*  
... *Die Pro Natura Angestellten*  
etc.

### Pro Natura ist weiblich

Pro Natura wird ohne Artikel verwendet (also nicht: die Pro Natura). Fährt man aber nach der Nennung des Namens im Text mit dem Pronomen weiter, heisst es sie und nicht er:  
*Pro Natura hat eine neue Kampagne lanciert. Sie will damit...*

Wird der Name umschrieben, verwendet man mit Vorteil einen weiblichen Begriff wie  
... *die Organisation, die Naturschutzorganisation, die NGO (Nicht-Regierungsorganisation)* (statt der Verband, der Verein).

### Ohne Bindestrich

In Verbindungen wird Pro Natura ohne Zusatzzeichen oder Bindestrich verwendet, z.B.:  
... *Die Pro Natura Strategie ...*  
... *Liebes Pro Natura Mitglied ...*

### Keine Abkürzung

Pro Natura wird nicht abgekürzt.

### SBN nur noch im historischen Sinn

*Schweizerischer Bund für Naturschutz* oder *SBN* wird nur noch dann alleine verwendet, wenn die Rede von der Vergangenheit ist.  
... *Der Schweizerische Bund für Naturschutz hat sich seit den Siebziger Jahren...*  
... *Der SBN war bis Ende 1996 ...*

### Pro Natura regional

Pro Natura Sektionen nennen sich zum Beispiel *Pro Natura Zürich*, die nationalen Zentren immer *Pro Natura Zentrum Champ-Pittet*, bzw. *Pro Natura Zentrum Aletsch*.

### **Titel von Publikationen**

Titel von Pro Natura Publikationen fangen immer mit Pro Natura an. Zum Beispiel «Pro Natura Standpunkt Landwirtschaft», «Pro Natura Magazin», «Pro Natura Leistungsbericht» etc.

Dabei darf Pro Natura nicht durch das Pro Natura Logo ersetzt werden.

## 3.1 Übersicht

### Schriftzug und Signet

Das Pro Natura Logo besteht aus der Kombination vom Schriftzug «pro natura» und dem Steinbock-Signet.

Aus der wachsenden Organisationsstruktur von Pro Natura sind weitere Logovarianten für die Unterscheidung der organisatorischen Über- und Unterstrukturen entwickelt worden:

### Grundversion

Die Grundversion des Pro Natura Logos besteht aus dem Schriftzug «pro natura» und dem Steinbock-Signet, ohne weitere Ergänzungen.

### Nationale Grundversion mit Slogan

Für bestimmte Anwendungen kann die Grundversion um den Slogan «Für mehr Natur - überall!» erweitert werden.

### Nationale Varianten

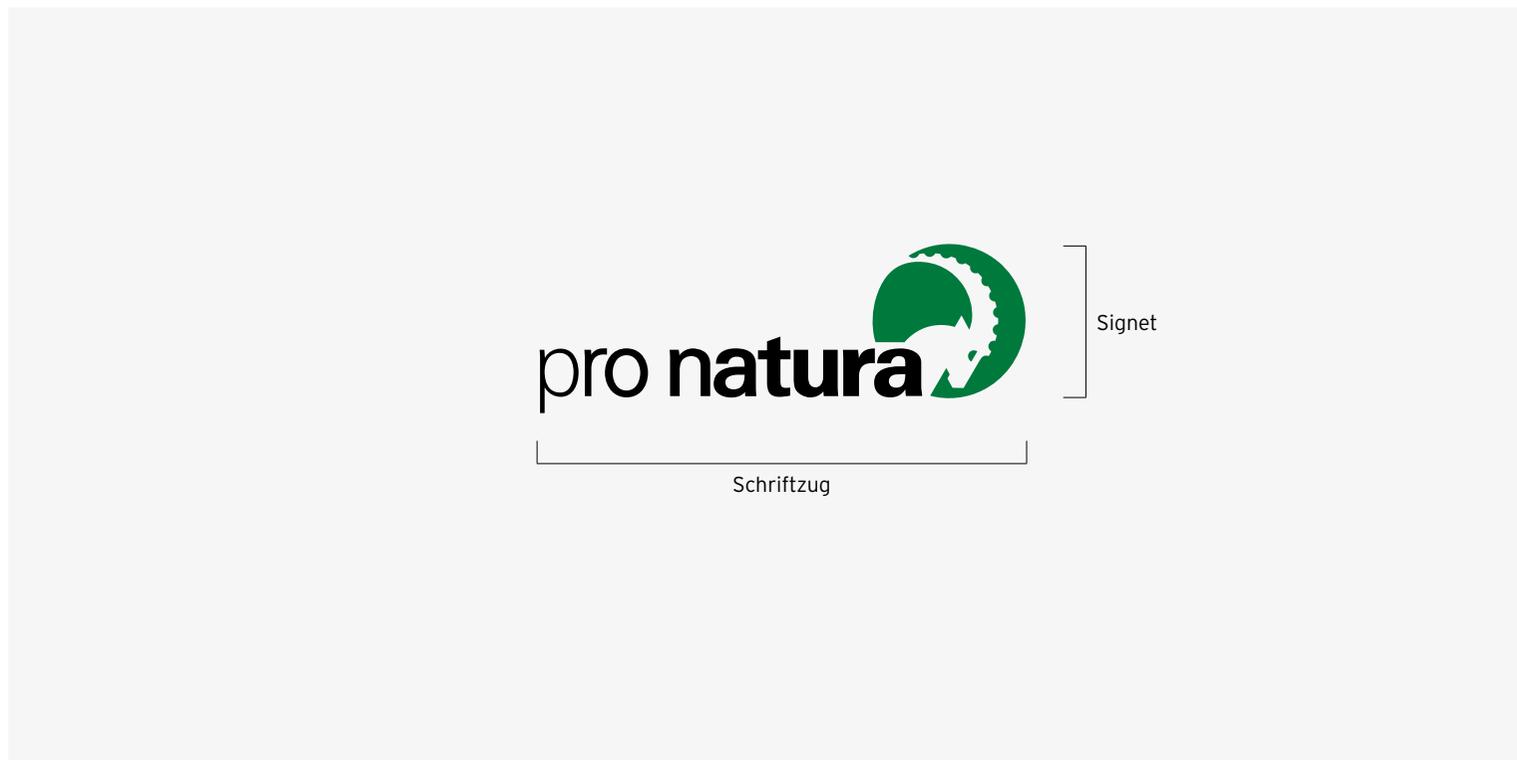
Zur Unterscheidung von Zentren, Secrétariat romand und Friends of the Earth wird die nationale Grundversion des Logos mit einer entsprechenden Zusatzzeile ergänzt.

### Regionale Varianten

Bei dieser Variante werden die Sektionen durch eine Zusatzzeile in der Kantonszugehörigkeit unterschieden.

### Wichtig

- ⊗ Logo-Versionen mit Zusatzzeilen können nicht mit der Slogan-Version kombiniert werden.
- ⚠ Das Steinbock-Signet alleine darf nur in speziellen Situationen als zusätzliches Gestaltungselement angewendet werden.



Schriftzug und Signet: Grundversion



Nationale Grundversion mit Slogan



Nationale Logovariante



Regionale Logovariante

## Pro Natura Logo

### 3.2 Nationale Grundversion mit Slogan

#### Pro Natura Logo mit Slogan

Nach Rücksprache mit der Abteilung Kommunikation und Marketing kann die Grundversion für bestimmte Anwendungen mit dem Slogan «Für mehr Natur - überall!» erweitert werden. Die entsprechende Datei (.eps) kann bei der Abteilung Kommunikation und Marketing angefordert werden.

#### Slogan (siehe Kapitel 1.3)

- > **Deutsch:**  
Für mehr Natur - überall!
- > **Französisch:**  
Agir pour la nature, partout!
- > **Italienisch:**  
Agire per la natura, ovunque!

#### ➔ Anwendungsgebiete

- > Nationale Print- und Onlinemedien



Deutsch



Französisch



Italienisch

## Pro Natura Logo

### 3.3 Nationale Varianten (Zentren, Secrétariat romand)

#### Nationale Varianten

Für die Unterscheidung der organisatorischen Über- und Unterstrukturen von Pro Natura sind Varianten der nationalen Grundversion des Pro Natura Logos zulässig.

Sie betreffen das Pro Natura Zentrum Champ-Pittet, das Pro Natura Zentrum Aletsch und das Secrétariat romand. Die entsprechenden Zusatzzeilen sind definiert.

Die entsprechenden Dateien (.eps) können bei der Abteilung Kommunikation und Marketing bezogen werden.

#### ➔ Anwendungsgebiete

> Lokale Print- und Onlinemedien



## Pro Natura Logo

### 3.4 Friends of the Earth Switzerland

#### Friends of the Earth

Pro Natura ist Mitglied von Friends of the Earth International (FoEI). Durch die Mitgliedschaft beim weltumspannenden FoEI-Netzwerk bezeugt Pro Natura das Bewusstsein, dass Naturschutz keine Grenzen kennt und untrennbar mit wirtschaftlichen und sozialen Fragen verbunden ist.

#### Logo Friends of the Earth Switzerland

Dieses Logo ist eine Spezialvariante der nationalen Grundversion und wird ausschliesslich im Zusammenhang mit internationalen Partnerprojekten verwendet.

Die entsprechende Datei (.eps) kann bei der Abteilung Kommunikation und Marketing bezogen werden.

#### ↪ Anwendungsgebiet

> internationale Partnerprojekte, Print- und Onlinemedien



# Pro Natura Logo

## 3.5 Regionale Varianten (Sektionen)

### Sektionen

Bei Sektionen steht unter dem Logo die ein- oder mehrsprachige Kantonsbezeichnung.

### Regionale Zentren und Stiftungen

Bei regionalen Zentren und Stiftungen muss immer der Begriff «Zentrum» oder «Stiftung» vorangestellt werden: z.B. «Stiftung Lauerzersee».

Die entsprechenden Dateien (.eps) können bei der Abteilung Kommunikation und Marketing bezogen werden.

### ➔ Anwendungsgebiete

- > Lokale Print- und Onlinemedien



## Pro Natura Logo

### 3.6 Farbvarianten

#### Farbvarianten des Pro Natura Logos

Alle Pro Natura Logovarianten existieren in drei Farbvarianten: farbig, schwarz oder weiss

#### Logo farbig

> nur auf weissem oder sehr hellem Hintergrund

#### ➔ Anwendungsgebiete

> Printmedien 4-farbig und 2-farbig  
> Online- und digitale Medien

#### Logo schwarz

> auf farbigem oder hellem Hintergrund

#### ➔ Anwendungsgebiete

> Printmedien 1-farbig (schwarz/weiss)  
✗ keine Anwendung in digitalen Medien

#### Logo weiss

> auf dunklem Hintergrund

#### ➔ Anwendungsgebiete

> Printmedien 4-farbig und 2-farbig  
✗ keine Anwendung in digitalen Medien

#### Logo weiss

> auf Bild

#### ➔ Anwendungsgebiete

> Plakate, Poster, Give-Aways, Werbung, usw.  
> digitale Medien

Andere Farbvarianten des Pro Natura Logos sind nicht erlaubt.



#### Logo farbig

4-farbig: Euroskala CMYK 100 / 0 / 91 / 28

2-farbig: schwarz / Pantone 356

RGB: schwarz 0 / 0 / 0 / Grün 0 / 116 / 65

Web: schwarz #000000 / Grün #007441

Schilder: RAL 6029 Minzgrün / RAL 9005 Tiefschwarz



#### Logo schwarz

1-farbig: Euroskala CMYK 0 / 0 / 0 / 100

RGB: schwarz 0 / 0 / 0



#### Logo weiss

1-farbig: Euroskala CMYK 0 / 0 / 0 / 0

RGB: weiss 255 / 255 / 255



## 4.1 Das Logo im Raster

### Ausgangslage

Das Pro Natura Logo ist in der Basisgrösse 100% mit einer Raster-Einheit von 5x5mm unterlegt.

### Definition der Abstände durch Einheiten

Die «Einheiten» des Rasters verdeutlichen die Abstände vom Pro Natura Logo zum Slogan und den Zusatzzeilen. Die «Einheiten» definieren auch die Schutzzone (Kapitel 4.2) des Logos und die Distanz zu den Seitenrändern und Gestaltungselementen (Kapitel 4.3).

> Eine «Einheit» entspricht genau einem Viertel der Höhe und Breite des Pro Natura Signets (Steinbock). Mit dieser «Einheit» werden alle Abstände definiert.

#### ① Pro Natura Logo

Das Pro Natura Logo besteht in der Höhe aus 4 und in der Breite aus 13 Einheiten.

#### ② Zusatzzeilen

Der Abstand von der Grundlinie des Logos zur Fusslinie der Zusatzzeilen besteht aus einer Einheit.

#### ③ Slogan

Der Abstand von der Grundlinie des Logos zur Kopflinie des Slogans besteht aus einer Einheit.

### Wichtig

➔ Die hier definierten Abstände dürfen nicht verändert werden.

**Definition der Abstände in Raster-Einheiten**

①

Grundlinie

pro natura

x x x x x x x x x x x x x

x

x

x

x

②

Grundlinie

pro natura

x

Graubünden · Grigioni · Grischun

rechtsbündig 3

③

Grundlinie

pro natura

x

Für mehr Natur - überall!

x

Agir pour la nature, partout!

Grundlinie

pro natura

x

7 linksbündig

x = Einheit

## 4.2 Schutzzzone

### Definition der Schutzzzone

Die Schutzzzone rund um das Pro Natura Logo markiert die minimale Distanz zu Formatbegrenzungen, Seitenrändern, Gestaltungselementen oder anderen Logos.

### Abstände von Seitenrändern und Gestaltungselementen:

Für die drei Varianten des Pro Natura Logos wurden unterschiedlich grosse Schutzzonen für einen optisch ausgeglichenen Freiraum festgelegt:

#### ①-② Logo und Signet

> minimaler Abstand: links, oben, rechts und unten je eine Einheit.

#### ③ Logo mit Slogan

> minimaler Abstand: links, oben und rechts je eine Einheit, von Grundlinie nach unten drei Einheiten.

#### ④ Logo mit Zusatzzeile

> minimaler Abstand: links, oben, rechts je eine Einheit; von Grundlinie nach unten zwei Einheiten.

### Wichtig

➡ Die Schutzzzone darf nicht unterschritten werden, alle Gestaltungselemente müssen sich daher ausserhalb der rot markierten Felder befinden.

**Die Schutzzzone: Minimale Distanz zu Seitenrändern und Gestaltungselementen**

x = Einheit

## 4.3 Position und Abstand

### Positionierung des Logos

Wenn immer möglich wird das Pro Natura Logo in der Welle unten rechts angewendet (siehe Kapitel 4.6).

Für die Titelseitengestaltung ist die Position des Logos innerhalb der Wellenform definiert (siehe Kapitel 4.6-4.7).

Das Pro Natura Logo wird grundsätzlich unten rechts positioniert, auf Briefschaften oben rechts, auf Websites oben links.

Ausserhalb dieser Vorgaben gelten folgende Richtlinien für die Positionierung des Logos:

- > Das Pro Natura Logo kann, in Ausnahmefällen und wenn nicht anders möglich, mit den definierten Abständen an allen Seitenrändern positioniert werden.
- > Das Logo darf nicht zentriert oder eingemittelt werden, ausser wenn es sich um Formate handelt, die nur das Logo abbilden z.B. ein Transparent oder eine Fahne.
- > Im Seitenlayout wird das Logo bündig mit dem Rand des Satzspiegels positioniert.

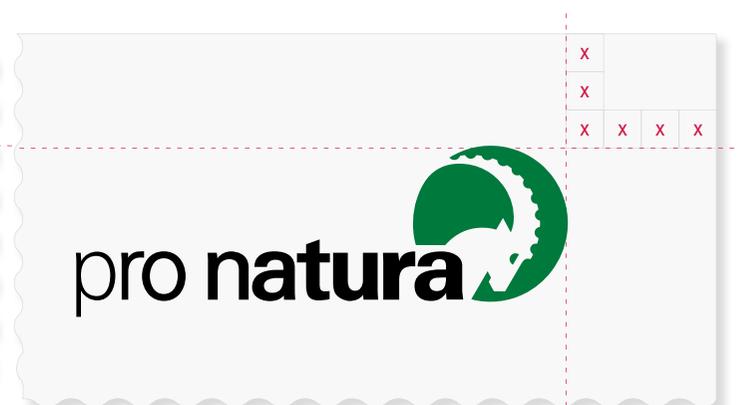
### Wichtig

- ➔ Diese Richtlinie gilt nur, wenn für eine Drucksache kein Template besteht.
- ➔ Die Position des Pro Natura Logos für Titelseiten ist in verschiedenen Formaten als Template definiert (siehe Kapitel 8.1).

Position: oben/links Abstände: 3 x 2.5 Einheiten



Position oben/rechts Abstände: 3 x 4 Einheiten



Position unten/links Abstände: 3 x 2.5 Einheiten



Position: unten/rechts Abstände: 3 x 4 Einheiten



Logo mit Slogan oder Zusatzzeile: ab Grundlinie Signet 4 Einheiten

x = Einheit

## 4.4 Logogrößen ohne Welle

### Logogrößen für DIN-Formate

Für die häufigsten Druckformate sind Logogrößen definiert, die im Verhältnis zum Format angemessen sind.

Für jede Logobreite gelten die Abstände in Kapitel 4.3.

Die Abstände stehen immer proportional im Verhältnis zur Größe des Logos.

### Logogröße ausserhalb der DIN-Formate

Für Fahnen, Transparente, Give-Aways usw. bestehen keine festen Größen, da diese immer mit einer räumlichen oder speziellen gestalterischen Situation verbunden sind.

> Für die Anwendung des Logos ausserhalb der DIN-Formate gelten die Richtlinien der Kapitel 4.2 sowie 4.3.

### Wichtig

- ➔ Diese Richtlinien beziehen sich auf alle Logovarianten, auch diejenigen mit Slogan und Zusatzzeilen.
- ➔ Bei der kleinsten anwendbaren Logobreite von 16 mm muss der Slogan weggelassen werden.

### Logogrößen für DIN-Formate



Format: A3  
> Logobreite 85mm



Format: A4 und C4  
> Logobreite 65mm (Logo 100%)



Format: A5 und C5  
> Logobreite 53 mm



Format: A6 und C6  
Format: A6/5 und C6/5  
> Logobreite 43 mm

### Kleinste Logogröße



> Logobreite 16 mm  
ohne Slogan

### Proportion Logogröße und Abstände

#### Logobreite 65mm



#### Logobreite 43mm



➔ Die Proportionen der Abstände bleiben im Verhältnis der Logogröße erhalten.

# Pro Natura Logo Anwendung

## 4.5 Abstand zu anderen Logos

### Abstände

Die Abstände links und rechts zu anderen Logos sind mit minimal drei Einheiten bestimmt.

### Verhältnis/Gewichtung

Andere Logos dürfen im Verhältnis zum Pro Natura Logo nicht mehr Gewicht erhalten.

### Grösse

Bei Verkleinerungen und Vergrößerungen werden die Proportionen der Abstände beibehalten.

### Wichtig

➔ Wenn das Pro Natura Logo mit Logos von anderen Organisationen in einer Liste vertikal angeordnet werden soll, beträgt der Abstand nach oben und unten drei Einheiten.



## 4.6 Das Logo in der Welle / national

### Das Gestaltungselement «Welle»

Auf Printprodukten wird das Pro Natura Logo grundsätzlich immer in einer Welle platziert. Dieses Gestaltungselement dient nebst dem Logo als wichtiges Wiedererkennungsmerkmal, das die Grösse und Position des Logos eindeutig definiert.

### ➔ Anwendung

- > Die Kombination Logo und «Welle» wird hauptsächlich für Titelseiten, Mailings oder Inserate angewendet.
- > Andere Anwendungsbereiche nur auf Anfrage.

### Grösse

- > Die Breite der Kombination für A4, A5 und A6/5 wird wie dargestellt angewendet.
- > Weitere Grössen nur auf Anfrage.

### Farbe der Welle

- > Die Farben und die Kombinationsmöglichkeiten mit dem Logo sind in den Kapiteln 4.9 und 4.10 beschrieben.

### Wichtig

- ⊗ Mischungen mit Transparenzen und Farbvarianten sind nicht erlaubt.
- ⊗ keine Anwendung in digitalen Medien
- ⊗ keine Anwendung mit Slogan

Abbildungen 1:1



A4



A5 80%



A6/5 80% abgekürzt (kleinste Anwendungsgrösse)

## 4.7 Das Logo in der Welle / regional

### Das Gestaltungselement «Welle»

Auf Printprodukten wird das Pro Natura Logo grundsätzlich immer in einer Welle platziert. Dieses Gestaltungselement dient nebst dem Logo als wichtiges Wiedererkennungsmerkmal, das die Grösse und Position des Logos eindeutig definiert.

### ➔ Anwendung

- > Die Kombination Logo und «Welle» wird hauptsächlich für Titelseiten, Mailings oder Inserate angewendet.
- > Andere Anwendungsbereiche nur auf Anfrage.

### Grösse

- > Die Breite der Kombination für A4, A5 und A6/5 wird wie dargestellt angewendet.
- > Weitere Grössen nur auf Anfrage.

### Farbe der Welle

- > Die Farben und die Kombinationsmöglichkeiten mit dem Logo sind in den Kapiteln 4.9 und 4.10 beschrieben.

### Wichtig

- ⊗ Mischungen mit Transparenzen und Farbvarianten sind nicht erlaubt.
- ⊗ keine Anwendung in digitalen Medien
- ⊗ keine Anwendung mit Slogan

Abbildungen 1:1



A4



A5 80%



A6/5 80% abgekürzt (kleinste Anwendungsgrösse)

## 4.8 Das Logo in der Welle mit und ohne Rahmen

### Logo in der Welle mit und ohne Rahmen

Das Gestaltungselement «Welle» wird für Periodika (z.B. Pro Natura Magazin, Kinderzeitschrift) und Inserate durch einen Rahmen ergänzt. Für alle anderen Publikationen (z.B. Broschüren, Mailings, etc.) wird die «Welle» ohne Rahmen verwendet.

#### ➔ Anwendung

- > Die Kombination Logo und «Welle» mit Rahmen wird ausschliesslich für Periodika und Stelleninserate angewendet.
- > Die Kombination Logo und «Welle» wird hauptsächlich für Titelseiten, Mailings oder Inserate angewendet.
- > Andere Anwendungsbereiche nur auf Anfrage.

#### Grösse

- > Die Breite der Kombination für A4, A5 und A6/5 wird wie dargestellt angewendet.
- > Weitere Grössen nur auf Anfrage.

#### Farbe der Welle

- > Die Farben und die Kombinationsmöglichkeiten mit dem Logo sind in den Kapiteln 4.9 und 4.10 beschrieben.

#### Wichtig

- ⊗ Mischungen mit Transparenzen und Farbvarianten sind nicht erlaubt.
- ⊗ keine Anwendung in digitalen Medien
- ⊗ keine Anwendung mit Slogan

### Beispiel mit Rahmen für Magazin, Lokal, Steini und Inserate



Beispiel aus Pro Natura Farbpalette:



### Beispiel ohne Rahmen für Informationsbroschüren, Mailings



## 4.9 Hintergrundfarben aufgehellt für das Logo in der Welle

### Farbskala für das Logo in der Welle

Das farbige Pro Natura Logo darf nicht auf allen Hintergrundfarben verwendet werden. Die erlaubten Hintergrundfarben müssen zudem stark aufgehellt sein, damit das Logo deutlich sichtbar bleibt.

#### ➔ Anwendung

- > Printmedien 4-farbig:
  - 7% prona\_color\_black
  - 10% prona\_color\_green1
  - 20% prona\_color\_green2
  - 10% prona\_color\_ocker
  - 20% prona\_color\_blue1
  - 15% prona\_color\_sand1
  - 12% prona\_color\_stone1
- > Printmedien 2-farbig:
  - 7% prona\_color\_black
  - 10% prona\_color\_green1
  - Papierfarbe neutral

#### Wichtig

- ⊗ andere Farben sind nicht erlaubt
- ⊗ keine Anwendung der Welle in digitalen Medien
- ⊗ keine Rottöne



Papierfarbe neutral



prona\_color\_black / CMYK 0/0/0/100 7%



prona\_color\_green1 / CMYK 100/0/91/28 10%



prona\_color\_green2 / CMYK 40/0/90/0 20%



prona\_color\_blue1 / CMYK 50/0/5/0 20%



prona\_color\_ocker / CMYK 0/35/100/5 10%



prona\_color\_sand1 / CMYK 0/10/30/40 15%



prona\_color\_stone1 / CMYK 10/0/15/45 12%

## Pro Natura Logo Anwendung

### 4.10 Hintergrundfarben 100% für das Logo in der Welle

#### Farbskala für das Logo in der Welle

Wird eine Farbe zu 100% verwendet, ist nur das weiße oder schwarze Pro Natura Logo erlaubt.

#### ➔ Anwendung

> Printmedien 4-farbig:

- prona\_color\_black
- prona\_color\_green1
- prona\_color\_green2
- prona\_color\_ocker
- prona\_color\_blue1
- prona\_color\_sand1
- prona\_color\_stone1

> Printmedien 2-farbig:

- prona\_color\_black
- prona\_color\_green1
- Papierfarbe neutral

#### Wichtig

- ✘ andere Farben sind nicht erlaubt
- ✘ keine Anwendung der Welle in digitalen Medien
- ✘ keine Rottöne



prona\_color\_green2 / CMYK 40/0/90/0

100%



prona\_color\_green2 / CMYK 40/0/90/0

100%

## 5.1 Pro Natura Hausschriften

### Schrift als Gestaltungselement

Schriften sind ein wichtiger Bestandteil des Pro Natura Corporate Designs. Grundsätzlich werden zwei Schriften verwendet: Interstate und ITC Slimbach Std.

#### Interstate

Interstate wird als Titel- und Auszeichnungsschrift verwendet. «Interstate light» als Laufschrift für kurze Texte, Kastentexte und Texte, für welche eine serifenlose Schrift angebracht ist.

#### ITC Slimbach Std

ITC Slimbach Std ist die Pro Natura Schrift für Lauftexte, Korrespondenz und alle langen Texte. Die Schrift liegt als Opentype-Format vor und kann für Mac und Windows eingesetzt werden.

#### ↻ Interne Anwendung

Für den internen Gebrauch (Korrespondenz, interne Word-Dokumente, etc.) muss ausschliesslich **ITC Slimbach Std 12pt** (im Flattersatz) verwendet werden.

#### Andere Schriften

Für den Onlinebereich wird die Schrift «Verdana Bold» und «Verdana Regular» verwendet. Aber aus gestalterischen Gründen werden in der Pro Natura Kinderzeitschrift zusätzliche Schriften verwendet.

**Andere Schriften sind grundsätzlich nicht erlaubt.** Ausnahmen sind von der Abteilung Kommunikation und Marketing zu bewilligen.

### Publikationen (inkl. Pro Natura Magazin)

Interstate Bold: Titel, Untertitel, Zwischentitel und Leadtexte

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Interstate Light: Kurze Texte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Interstate Regular: Auszeichnungen und Titel in kurzen Texten

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

ITC Slimbach Std Book: Lange Texte

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

ITC Slimbach Std Bold: Titel und Auszeichnungen im langen Text

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

ITC Slimbach Std Book Italic: Auszeichnungen im langen Text

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

ITC Slimbach Std Bold Italic: Auszeichnungen im langen Text

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890***

### Korrespondenz

ITC Slimbach Bold: Titel

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

ITC Slimbach Std Book: Lauftext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

#### Internet / Webseiten

Verdana Bold: Titel

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Verdana Regular: Lauftext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

#### Internet / E-Mails

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

# 5.2 Anwendungsbeispiele Hausschriften



Faltblatt: Titel Interstat Bold

### Der Bär kehrt heim

**Im Sommer 2005 streifte der Bär Lumpaz durchs Engadin und das Müstertal. Zwei Jahre später wandern gleich zwei junge Bärenmännchen von Italien her in die Schweiz ein und überwintern im Bündnerland. Seither streift fast jeden Sommer ein Bär durch Schweizer Alpenländer. Nicht überall sind die Menschen darauf vorbereitet und es kann deshalb zu Konflikten kommen. Wir müssen lernen wieder mit Bären zu leben.**

**Darum kehrt der Bär zurück**  
In den Rätischen und slowenischen Alpen ist der Bär nie ausgestorben. In Italien überlebten allerdings nur wenige Tiere. Deshalb hat Italien zwischen 1999 und 2002 zehn wild lebende Bären in Skowen eingefangen und in der Region Trentino nahe der Schweizer Grenze aussetzen lassen. Seither rückt dort der Bärenbestand zu. Vor allem junge Bärenmännchen wandern aufgrund ihres natürlichen Verhaltens aus dieser Gegend ab. Alle bisher in die Schweiz eingewanderten Bären kommen aus dem Trentino. Meist kehren sie für die Fortpflanzung dorthin zurück.

### Der Bär kehrt heim

**Müssen wir vor Bären Angst haben?**  
Nein! Es ist hier kein Fall bekannt, bei dem ein Bär einen Menschen verletzt oder getötet hätte, und es ist richtig, wenn man sagt, es fürchtet und meidet lurchlich der Bär den Menschen, schrieb 1871 der Bündner Jagdspektor Manni. Graubünden sind friedliche und scheue Tiere. Sie gehen dem Menschen aus dem Weg. Bären sind aber keine Kuscheeltiere. Sie haben viel Kraft. In Regionen, in denen Bären häufig sind und sich an Abfälle und andere menschliche Nahrungsquellen gewöhnt haben, sind Vorsichtsmaßnahmen sinnvoll, damit es nicht zu Unfällen mit Bären kommt.

**Was tue ich, wenn ich in Europa in einem Braunbärengebiet unterwegs bin?**  
In den meisten Bärenregionen Europas, inklusive der Schweiz, müssen Sie keine besonderen Vorsichtsmaßnahmen treffen. Dass Sie bei Ihrer Wanderung keine Abfälle liegen lassen und den Hund unter Kontrolle halten oder die Leine nehmen, ist für Sie selbstverständlich.

**Was tue ich, wenn ich einen Bären sehe?**  
Bleiben Sie stehen und freuen Sie sich. Bärenbeobachtungen sind selten und dauern meist nur kurz. Gehen Sie nicht näher heran. Wenn Sie der Bär noch nicht bemerkt hat, reden Sie mit ihm. Damit machen Sie auf sich aufmerksam. Erschrecken Sie nicht, wenn er sich aufrichtet. Der Bär verschafft sich nur einen besseren Überblick. Er wird den Rückzug antreten. Falls Sie einen

### Landwirtschaft und Imkere: Probleme sind lösbar

Bären nehmen sich, was sie zum Leben brauchen. Für Imker und Landwirte kann das zum Problem werden. Doch die Probleme sind lösbar. Bienenhäuschen werden mit einem Elektrozaun vor Futter scheidenden Bären sicher. Heideschutzhunde vertreiben den Bären von Schaf- und Ziegenherden. Fällt dem Bären einmal ein Nutztier zum Opfer, wird es durch Bund und Kanton voll entschädigt. Damit Bären ihr Futter nicht im Siedlungsgebiet suchen, wird der Abfall in bärensicheren Tonnen entsorgt.

**Wetterführende Literatur:**  
• P. Zajac, F. Zimmermann, H. Roth & U. Briel-Immoser (2005): Die Rückkehr des Bären in die Schweiz – Potenzielle Verletzung, Erwarndungsprognosen und mögliche Konflikte, www.kora.ch  
• M. Hölzlein, J. Schoenenberger, Y. Andrea (2009): Der Braunbär, Hauptverlag  
• «Pro Natura Magazin Spezial» 2009

**Kontakt**  
Pro Natura, Dornacherstrasse 192, Postfach, 4018 Basel  
Tel. 061 317 91 91, Fax 061 317 91 66, mailbox@pronatura.ch  
www.pronatura.ch  
Spendenkonto 410331-0

© 2014 Pro Natura  
Foto: Urs Suter/Walden-Bilder  
Grafik: Pro Natura  
Layout: Pro Natura

### Werden Sie Mitglied bei Pro Natura.

Als Pro Natura Mitglied genießen Sie freien Eintritt in unsere Naturschutzzentren. Sie erhalten sechsmal jährlich das «Pro Natura Magazin», Familien- und Jugendmitglieder erhalten vierteljährlich die Pro Natura Kinderzeitschrift «Steini».

Frau  Herr  Frau  Herr

Name 1 \_\_\_\_\_ Name 2 (für Partner) \_\_\_\_\_

Vorname 1 \_\_\_\_\_ Vorname 2 (für Partner) \_\_\_\_\_

Strasse/No. \_\_\_\_\_

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

Geburtsdatum 1 \_\_\_\_\_ Geburtsdatum 2 \_\_\_\_\_

Datum/Ortsbereich 1 \_\_\_\_\_ Datum/Ortsbereich 2 \_\_\_\_\_

**Beitrag pro Jahr in CHF**  
 Einzelmitglied: ab 70.–, mein Beitrag: \_\_\_\_\_  
 Familienmitglied: ab 90.–, unser Beitrag: \_\_\_\_\_  
 Paarmitglied: ab 90.–, unser Beitrag: \_\_\_\_\_  
 Senior/In und IV-Rentner/In: ab 60.–, mein Beitrag: \_\_\_\_\_  
 Jugendmitglied unter 18 sowie in Ausbildung bis 25. Jahre: ab 30.–, mein Beitrag: \_\_\_\_\_  
 Mitglied in Lebenszeit: einmalig ab 200.–, mein Beitrag: \_\_\_\_\_  
 Kollektivmitglied: ab 400.–, unser Beitrag: \_\_\_\_\_

Ich/wir wünsche(n) die Mitglieder- oder Kinderzeitschrift auf Deutsch  Französisch

Online anmelden: [www.pronatura.ch/mitglied-werden](http://www.pronatura.ch/mitglied-werden)

Juni 2014

Titel: Interstate Bold / Lauftext: Interstate Light für kurze Texte



Briefbogen: Korrespondenzschrift ITC Slimbach Std 12pt

Pro Natura ist besser in der Bevölkerung verankert

**Kinderzeitschrift Steini**  
Pflanze, Biodiversität, Schnecken und Fledermaus waren die Themen der 4 Ausgaben des Steini. Einmal reichten eine Nummer auch in Italienisch unter dem Titel Stran'bevo. Die begleitige Teillage hat deutlich zugenommen. Sie betrug 15.347 (2007: 12.757); Steini 10.500; Cine/nature 4527 und Stran'bevo 320.

**NaturAktiv**  
Unter fachkundiger Führung bekannte und weniger bekannte Naturschutzgebiete erkunden – dies ist das Ziel der Kurzexkursionen, welche die Organisation Per Pedes im Auftrag von Pro Natura durchführt. 486 Personen (2007: 528) nahmen an rund 50 Tagesexkursionen teil. 67 Personen (2007: 117) setzten sich in einer von der Stiftung Umweltromantisch Schweiz organisierten Arbeitswoche handfest für die Natur ein. Dabei kamen 335 Arbeitstage zusammen (2007: 470). In der Romantische wurde die Zusammenarbeit mit der Zeitschrift Terre & Vigne weitergeführt. In ihrem Rahmen wurden der Leserschaft 5 detaillierte Wanderungen zu spektakulären Naturschauplätzen angeboten.

**Medien**  
Pro Natura hat sich 2008 insgesamt 84-mal (2007: 82-mal) an die Medien gewandt, 36-mal allein und 48-mal zusammen mit Partnerorganisationen (2007: 40- und 42-mal). An 9 Medienkonferenzen nahm Pro Natura aktiv teil (2007: 11). 4 davon hat sie organisiert. Mitarbeiterende des Zentralsekretariats galten 72-Dokumentationen (2007: 81), davon 25 in der Westschweiz (2007: 28). In 32 TV-Sendungen wurde Pro Natura zitiert (2007: 24). Insgesamt hat das Zentralsekretariat rund 190 (Vorjahr: 210) Medienanfragen beantwortet. Meistens waren Themen waren das Tier des Jahres (122 Nennungen), die Einrichtung der Landschaftsinitiative (108), das Communiqué zum Abschluss des Bären J13 (70), die Ankündigung des Schmetterlings-Vietnams (57) und der Kommentar zu den Lachsen in Solothurn (54).

Die Primatiden haben Pro Natura 6580-mal (2007: 4630-mal) und die Landschaftsinitiative 377-mal erwähnt. Das interne Ziel, 80% der Medienarbeit den thematischen Jahresschwerpunkten zu widmen, wurde mit 81% (2007: 78%) erreicht; 13%

Pro Natura ist besser in der Bevölkerung verankert

davon waren Medienaktivitäten zur Abstimmung über das Verbandsbeschwerderecht.

**Die Gebänderte Prachtlibelle: Tier des Jahres 2008**  
Die Gebänderte Prachtlibelle, eine Flaggenlibelle von seltener Schönheit, war das Tier des Jahres 2008. Pro Natura ist es gelungen, mit ihr die öffentliche Aufmerksamkeit für den Lebensraum Flussgewässer und die Bedürfnisse der zierlichen Libelle zu sensibilisieren.

**www.pronatura.ch**  
Die Website [www.pronatura.ch](http://www.pronatura.ch) wurde 2008 laufend aktualisiert, neue Inhalte wurden aufgeschaltet. Die Zugriffszahlen waren leicht höher als 2007. Insgesamt 12 Ausgaben des Pro Natura Newsletter wurden verschickt. Die Zahl der Newsletter Abonnentinnen und -Abonnenten hat sich seit Anfang 2008 von 980 auf 3815 fast verdreifacht (1905 französischsprachige und 1910 deutschsprachige Adressen).

Leistungsbericht: Titel Interstate Bold / Lauftext ITC Slimbach Std 12pt für lange Texte

5.2 | Pro Natura CD-Manual | Stand: 25. April 2022

## 6.1 Bildsprache

### Generell

Die Bildsprache von Pro Natura ist klar und naturalistisch ohne Bildverfremdungen. Sie zeigt die Natur wie sie ist. Die Bildqualität ist hochstehend und farbtreu. Bilder sind, wenn immer möglich, mit der Copyright-Information versehen und haben eine Bildlegende.

### Wichtig

- > Bildnachweis: Zu jedem Bild die Bezugsquelle (Agentur) oder den Namen der Fotografin beziehungsweise des Fotografen mit © auflisten:
  - Schrift Interstate Regular 5 pt
- > Bildlegende:
  - Schrift Interstate Regular 8 pt
- ➔ Bilder nur anwenden, wenn die Bildrechte geregelt sind. Pro Natura übernimmt keine Haftung.



© Peter Weidmann

### Ästhetik, Stimmung, Botschaft

Bilder sind für Pro Natura ein zentrales Gestaltungselement, das ihre Botschaften transportiert. Pro Natura verwendet sowohl grosse als auch kleine, meist schöne Bilder. Die Bilder werden plakativ eingesetzt. Das Spiel mit der Schärfe kann sowohl aus ästhetischen als auch aus kommunikativen Gründen verwendet werden.



© Pro Natura / Beat Hauenstein

### Dokumentierende Bilder

Zur Verdeutlichung eines Sachverhalts können dokumentarische Bilder sinnvoll sein. Diese sind aussagekräftig und beinhalten eine klare Information für den Betrachter und die Betrachterin. Sie haben immer eine Bildlegende.

## 6.2 Grafikdesign

### Grafikdesign

Grafiken, Diagramme und Illustrationen setzt Pro Natura sehr zurückhaltend ein. Sie dienen immer der Veranschaulichung und nicht der Dekoration.

Sie werden nur dann verwendet, wenn kein natürliches Original vorhanden, bzw. die gewünschte Botschaft nicht fotografierbar ist. Dies kann bei Anleitungen der Fall sein oder in der Pro Natura Kinderzeitschrift.



Kartengrafik: sachlich, klar und reduziert



Illustration Kinderzeitschrift «Steini»



Diagramm: aus Leistungsbericht

6.3 Key Visuals

Für Kampagnen, Initiativen, für die Kommunikation in Naturschutzgebieten oder für andere mehrjährige Tätigkeiten von besonderer Bedeutung können Key Visuals und Slogans sinnvoll sein.

Key Visuals und/oder Slogans werden von der Abteilung **Kommunikation und Marketing** oder in enger Zusammenarbeit mit ihr erstellt.

Logo Kampagne Wildtierkorridore



Wettbewerb-Logo «Naturgärten»



Key Visual Insektensterben



### Gestaltungsvorlagen

Pro Natura strebt für ihre Print- und Onlineprodukte Einheitlichkeit an und bemüht sich um eine hohe Qualität. Deshalb gibt es für diverse Produkte Gestaltungsvorlagen. Diese sind bei der Abteilung Kommunikation und Marketing erhältlich.



Doppelseite: Pro Natura Magazin



Faltblatt: A6/5



Leistungsbericht: A5

### Brieftypografie

- > Adresse: ITC Slimbach Std Book 12 pt
- > Ort/Datum: ITC Slimbach Std Book 12 pt
- > Absenderinfo: ITC Slimbach Std Book 10 pt
- > Betreff: ITC Slimbach Std Bold 12 pt
  - > zwei Zeilen Abstand
- > Anrede: ITC Slimbach Std Book 12 pt
  - > eine Zeile Abstand
- > Text: ITC Slimbach Std Book 12 pt
  - > zwei Zeilen Abstand
- > Grusszeile (Freundliche Grüsse): ITC Slimbach Std Book 12 pt
  - > eine Zeile Abstand
- > Pro Natura
  - > drei Zeilen Abstand
- > Unterschrift
- > Vorname Name: ITC Slimbach Std Book 12 pt
- > Funktion: ITC Slimbach Std Book 10 pt

### Fusszeile

- > Der Pro Natura Slogan ist viersprachig: Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch.
- Je nach Standort ändert die Adresse.

### Briefbogen

Dimensions: 7x7, 25x3, 7x20x3, 7x30x3, 11,5x3, 7x103, 7x120x3, 7x85x3

Content:

**pro natura**

Adresse: ITC Slimbach Std Book 12 pt  
Celismod tie modit 23  
4058 Basel

Basel, 9. Oktober 2021  
Telefon direkt +41 61 317 91 91  
vorname.name@pronatura.ch

**Betreff: ITC Slimbach Std Bold 12 pt**

Anrede: ITC Slimbach Std Book 12 pt

Text: ITC Slimbach Std 12pt Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat tie modit veliqui scipit dolore Duisi.

Sis eum velismod tie modit veliqui scipit dolore vel utpat. Duipit delit praessed erit wis nostrud magna feummod duip erci blam do ex elis ex elit, sum alit lutat init ipsusci llandiat in henim dolor si.

Freundliche Grüsse

Pro Natura

*Unterschrift*

Vorname Name: ITC Slimbach Std Book 12 pt  
Funktion: ITC Slimbach Std Book 10 pt

Maximale Textlänge 261 3

Pro Natura  
 Für mehr Natur – überall  
 Agir pour la nature, partout!  
 Agire per la natura, ovunque!  
 Taking action for nature – everywhere

Dormacherstrasse 192, Postfach, 4018 Basel  
 Telefon +41 61 317 91 91  
 mailbo@dipronatura.ch, www.pronatura.ch  
 Spendenkonto CH11 0900 0000 4000 0331 0  
 CHE-105.825.132 MWST

### Folgeblatt

Dimensions: 7x25x3, 7x20x3, 7x50x3, 7x103, 7x103

Content:

Text: ITC Slimbach Std Book 12pt Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat tie modit veliqui scipit dolore Duisi.

Sis eum velismod tie modit veliqui scipit dolore vel utpat. Duipit delit praessed erit wis nostrud magna feummod duip erci blam do ex elis ex elit, sum alit lutat init ipsusci llandiat in henim dolor si. Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat tie modit veliqui scipit dolore Duisi.

Freundliche Grüsse

Pro Natura

*Unterschrift*

Vorname Name: ITC Slimbach Std Book 12 pt  
Funktion: ITC Slimbach Std Book 10 pt

Maximale Textlänge 261 3

Pro Natura  
 Für mehr Natur – überall  
 Agir pour la nature, partout!  
 Agire per la natura, ovunque!  
 Taking action for nature – everywhere

Dormacherstrasse 192, Postfach, 4018 Basel  
 Telefon +41 61 317 91 91  
 mailbo@dipronatura.ch, www.pronatura.ch  
 Spendenkonto CH11 0900 0000 4000 0331 0  
 CHE-105.825.132 MWST

## 7.2 Visitenkarten

### Varianten

#### Nationale Varianten

- > Pro Natura
- > Pro Natura, Secrétariat romand
- > Centre Pro Natura de Champ-Pittet
- > Pro Natura Zentrum Aletsch

#### Regionale Varianten

- > Pro Natura Sektionen

#### Sprache

- > Die Visitenkarten sind jeweils in der Standortsprache gehalten

#### Typografie

- > Name: Interstate Regular 9.5 pt
- > Funktion/Adresse: Interstate Light 6.5 pt

Die Rückseite wird standardmässig gestaltet

### Nationale Version



**pro natura**

**Urs Leugger-Eggimann**  
Zentralsekretär  
Dr. phil. II, Biologe  
MAS Nonprofit and Public Management

Pro Natura  
Dornacherstrasse 192  
Postfach  
4018 Basel

Direkt +41 61 317 91 44  
Zentrale +41 61 317 91 91  
urs.leugger@pronatura.ch  
www.pronatura.ch

### Regionale Version



**pro natura**  
Graubünden · Grigioni · Grischun

**Jacqueline von Arx**  
Geschäftsführerin

Pro Natura Graubünden  
Ottostrasse 6  
7000 Chur

Telefon +41 81 252 40 39  
pronatura-gr@pronatura.ch  
jacqueline.vonarx@pronatura.ch  
www.pronatura-gr.ch

### Einheitliche Rückseite



**pro natura**

Für mehr Natur – überall!  
Agir pour la nature, partout!  
Agire per la natura, ovunque!

Folgen Sie uns:  
f facebook.com/pronatura  
t @pronaturach



**Helfen Sie mit!**  
support.pronatura.ch

## 7.3 E-Mails

### Schrift und Absender

> Schrift: Arial 11pt, schwarz

✘ Absender:

ohne Pro Natura Logo

Anrede: Arial 11 pt

Text: Arial 11 pt

Rud molorperos dionsenim augait prat eniat la facilit augiamet, consequi blan verit vent ad tio del dolorero od tetummod ercil ut eros nim volore tis autat. Duisi.

Sis eum velismod tie modit veliqui scipit dolore vel utpat. Duipit delit praessed erit wis nostrud magna feummod duip erci blam do ex elis ex elit, sum alit lutat init ipsusci llandiat in henim dolor si.

Freundliche Grüsse

Vorname Name

---

Vorname Name

Funktion und Abteilung

Pro Natura

Postfach, 4018 Basel

Paketadresse: Dornacherstrasse 192, Halle 4/5, 4053 Basel

061 317 92 XX Telefon direkt

061 317 91 91 Hauptnummer

[pronatura.ch](http://pronatura.ch)

[support.pronatura.ch](mailto:support.pronatura.ch)

Pro Natura – für mehr Natur, überall!

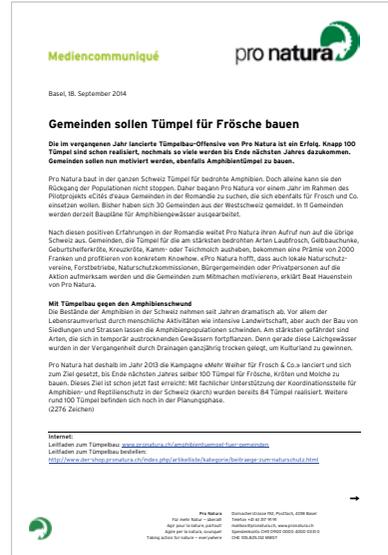
Pro Natura – agir pour la nature, partout!

Pro Natura – agire per la natura, ovunque!

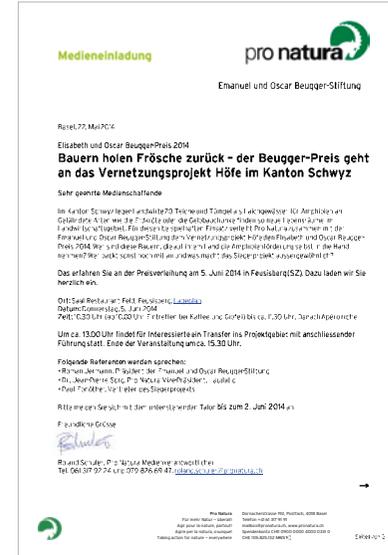
### Pressemitteilung

#### Mediencommuniqué

- > Bezeichnung: Interstate Bold 18 pt, 70%
- > Sperrfrist: Interstate Bold 14 pt, rot
- > Spitzmarke: Interstate Regular 10.5 pt
- > Titel: Interstate Bold 18 pt
- > Lead: Interstate Regular 10.5 pt
- > Text: Interstate Light 10 pt
- > Zwischentitel: Interstate Regular 10.5 pt



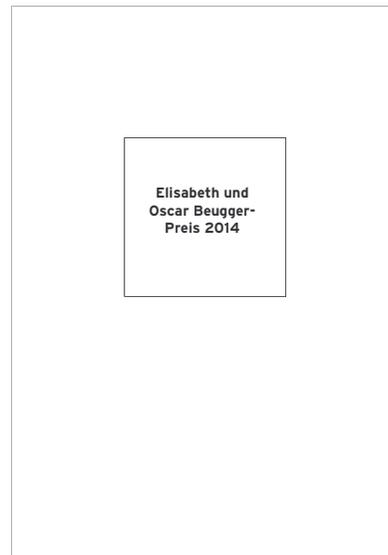
Mediencommuniqué A4



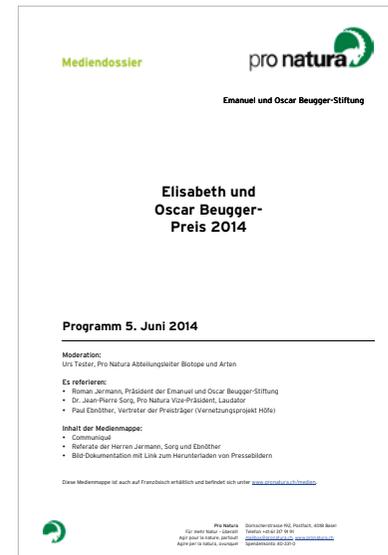
Medieneinladung A4

#### Medieneinladung

- > Bezeichnung: Interstate Bold 18 pt, 70%
- > Sperrfrist: Interstate Bold 14 pt, rot
- > Spitzmarke: Interstate Regular 10.5 pt
- > Titel: Interstate Bold 18 pt
- > Lead: Interstate Regular 10.5 pt
- > Text: Interstate Light 10 pt
- > Zwischentitel: Interstate Regular 10.5 pt



Mappe A4 mit Sichtfenster



Programm A4

#### Medienmappen (Titelblatt)

- > Titel: Interstate Bold 22 pt
- > Programm: Interstate Bold 18 pt
- > Zwischentitel: Interstate Regular 10.5 pt
- > Text: Interstate Light 10 pt

#### Wichtig

- ➔ Gestaltungsvorlagen können bei der Abteilungs-Kommunikation und Marketing bezogen werden.

### Typografie

- > Titel: Interstate Bold 23 pt
- > Lauftext: Interstate Light 11 pt



Mitglied 123456

Herr  
Max Mustermann  
Musterstrasse 99  
Zusatzzeile  
9999 Musterort

Basel, 6. August 2021

### Stark gefährdet: unsere Natur und unsere Landschaft

Lieber Herr Mustermann

Die Vielfalt der Pflanzen und Tiere nimmt ab, und ihre Lebensräume werden immer stärker beschnitten. Die Schweiz hält hier einen traurigen Spitzenplatz: Mehr als ein Drittel aller Tier- und Pflanzenarten in unserem Land sind gefährdet. Täglich werden intakte Landschaften verbaut und gehen unwiederbringlich verloren.

Zwar verfügen wir in der Schweiz über Instrumente, die Natur und Landschaft schützen sollen. Doch im Spannungsfeld der verschiedenen politischen Interessen gerät die Natur oft unter die Räder. Mit zwei Volksinitiativen gibt Pro Natura zusammen mit anderen Natur- und Umweltschutzorganisationen Gegensteuer:



**Biodiversitätsinitiative**  
Initiative Biodiveranta  
Iniziativa Biodiversta

Die **Biodiversitätsinitiative** will den Schutz der Natur, der Landschaft und des baukulturellen Erbes der Schweiz stärken. Bund und Kantone sollen endlich die dringend nötigen Flächen und Mittel zur Verfügung stellen, um unsere Lebensräume und die Artenvielfalt zu sichern.



**Landschaftsinitiative**  
Iniziativa paisasage  
Iniziativa paesaggio

Die **Landschaftsinitiative** will dem im Gesetz längst verankerten, aber in Realität nicht respektierten Grundsatz der Trennung von Baugebiet und Nichtbaugebiet Nachdruck verleihen. Dem Bauen ausserhalb der Bauzonen sollen endlich klare Grenzen gesetzt, die Zahl der dort stehenden Gebäude und die von ihnen in Anspruch genommene Fläche sollen plafoniert werden.

Beide Volksinitiativen kommen demnächst ins Parlament. Parallel dazu wollen wir mit einer Sensibilisierungskampagne die Dringlichkeit der Anliegen bewusst machen und eine breite Unterstützung für die Initiativen erwirken. Ihre Spende hilft uns dabei – ganz herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Freundliche Grüsse

Pro Natura

  
Ursula Schneider Schüttel, Präsidentin

  
Dr. Urs Leugger-Eggimann, Zentralsekretär

**Mit Ihrer Spende unterstützen Sie direkt unseren Einsatz für die beiden Initiativen für mehr Biodiversität und naturnahe Landschaften.**

Beispiel Briefformular



Mitglied 123456

Herr  
Max Mustermann  
Musterstrasse 99  
9999 Musterort

### Stark gefährdet: unsere Natur und unsere Landschaft

pro natura

Pro Natura Mailing, Beispiel Kuvert C5

100% Recyclingpapier, Fester aus Papiermüll



pro natura  
Für mehr Natur - überall!

Pro Natura Mailing, Beispiel Kuvert C5, Rückseite

### Publikationskonzept

Pro Natura teilt ihre Printprodukte grob in zwei Kategorien auf: Periodika und andere Publikationen.

### Periodika

Die Titelseiten von Periodika enthalten das Pro Natura Logo in der Welle **mit** einem Rahmen, z. B. Pro Natura Magazin, Kinderzeitschrift.

### Andere

Die Titelseiten von anderen Publikationen enthalten das Pro Natura Logo in der Welle **ohne** Rahmen, z. B. Broschüren, Publikationsreihen, etc.

### Unterscheidungsmerkmale

Die Pro Natura Printprodukte unterscheiden sich in der Titelseitengestaltung sowie durch die unterschiedliche Gewichtung von Titel, Farbe und Bild.

### Positionierung des Pro Natura Logos

Das Pro Natura Logo wird auf der Titelseite von Printprodukten immer in der Welle und somit unten rechts positioniert.

### Wichtig

- ➔ Auf allen Printprodukten soll die Webadresse [www.pronatura.ch](http://www.pronatura.ch) gut sichtbar vermerkt sein.

### Periodika: Mitglieder-Zeitschriften



Pro Natura Magazin, A4



Pro Natura Kinderzeitschrift, A5



Sektionsbeilage zum Pro Natura Magazin, A4

### Andere: Publikationen und Reihen



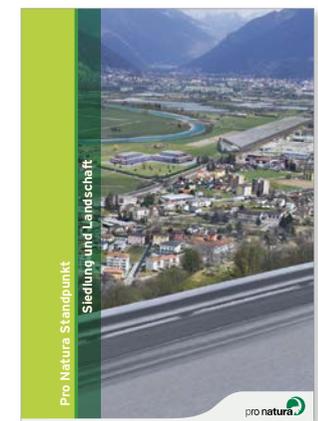
Broschüre Leistungsbericht, A5



Faltblatt, A6/5



Leitfaden für die Praxis  
Beiträge zum Naturschutz, A4



Pro Natura Standpunkt, A4

## 8.2 Titelseiten

### Logo in der Welle

Das Pro Natura Logo befindet sich bei allen Titelseiten unten rechts, unterlegt mit der Welle, die das Logo optimal zur Geltung bringt. Dies gewährleistet ein einheitliches Branding.

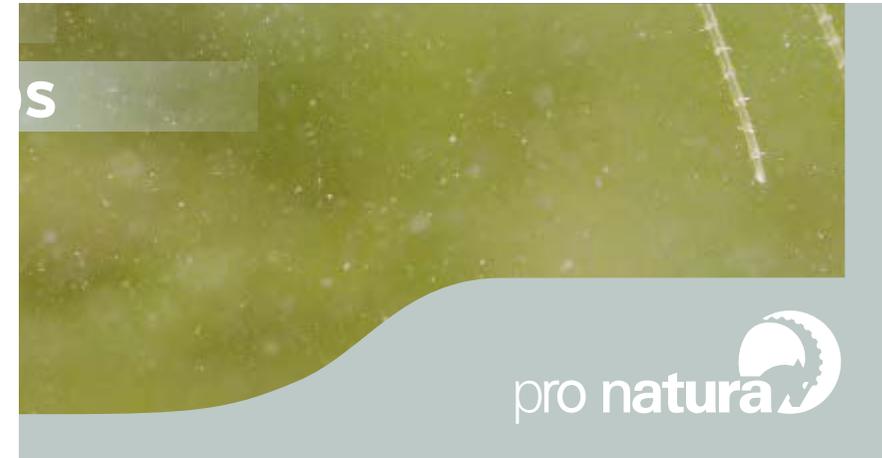
### Welle mit und ohne Rahmen

Zur Unterscheidung von Pro Natura Publikationen bestehen zwei Varianten:

- › Periodika (z. B. Pro Natura Magazin, Kinderzeitschrift, Pro Natura Lokal, ): Die Titelseiten von Periodika enthalten das Pro Natura Logo in der Welle mit einem randabfallenden Rahmen um das gesamte Format.
- › Andere Publikationen (z. B. Broschüren, Faltblätter, Reihen, etc.): Die Titelseiten von anderen Publikationen enthalten das Pro Natura Logo in der Welle ohne Rahmen.



Gestaltungselement mit Rahmen: Mitglieder-Zeitschriften- und Newsletter



Gestaltungselement ohne Rahmen: andere Pro Natura Publikationen



# Pro Natura Printmedien

## 8.3 Beispiele Periodika

### Pro Natura Magazin und Pro Natura Lokal

#### Titelseite

Die Titelseite von Periodika hat nebst dem Pro Natura Logo in der Welle zusätzlich einen Rahmen.

#### Layout

Für das Layout der Pro Natura Periodika bestehen Gestaltungsvorlagen. Diese sind bei der Abteilung Kommunikation und Marketing erhältlich.

#### Schriften

Für das Pro Natura Magazin sowie das Pro Natura Lokal gilt: Titel sowie Texte in Kästen und Bildlegende werden mit Interstate geschrieben, Fliesstexte mit ITC Slimbach Std.



Titelseite A4



Titelseite A4 mit Text



Doppelseite



Doppelseite



Doppelseite

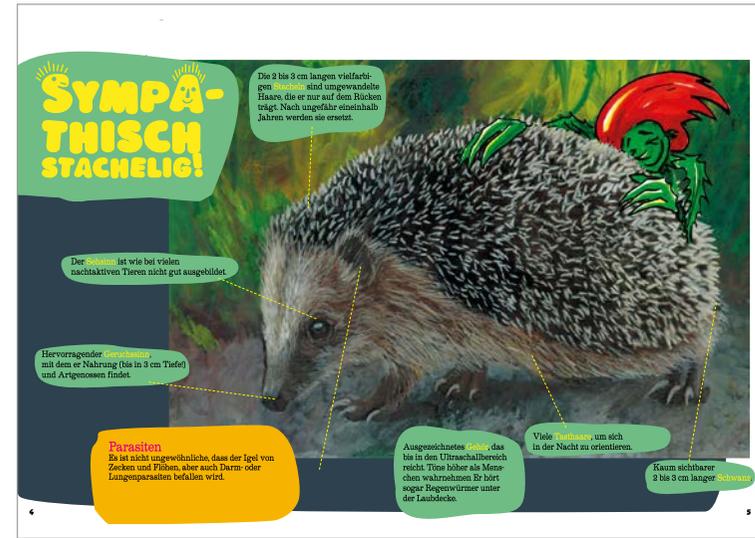


Doppelseite

Kinderzeitschrift STEINI



Titelseite A5



Doppelseite

### Pro Natura Publikations-Reihen

Folgende Pro Natura Publikationen sind Reihen und werden immer nach dem gleichen Gestaltungsraster erstellt:

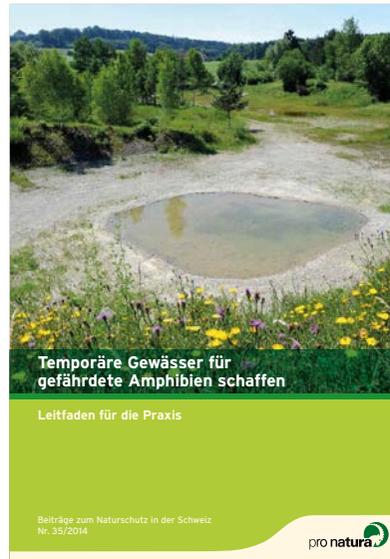
- Beiträge zum Naturschutz in der Schweiz (A4)
- Pro Natura Standpunkt (A4)
- Pro Natura Falblatt (A6/5)
- Pro Natura Praxis (A5)

### Pro Natura Publikations-Reihen für ein Fachpublikum sind:

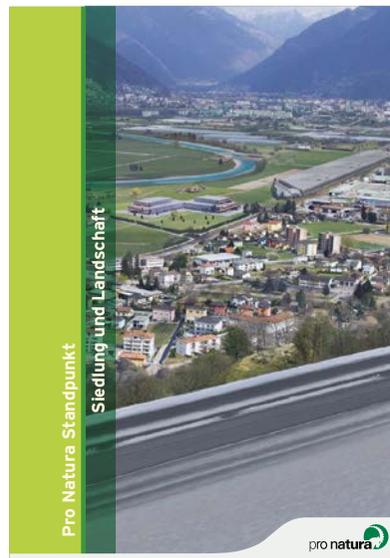
- Beiträge zum Naturschutz in der Schweiz (A4)
- Pro Natura Standpunkt (A4)

### Wichtig

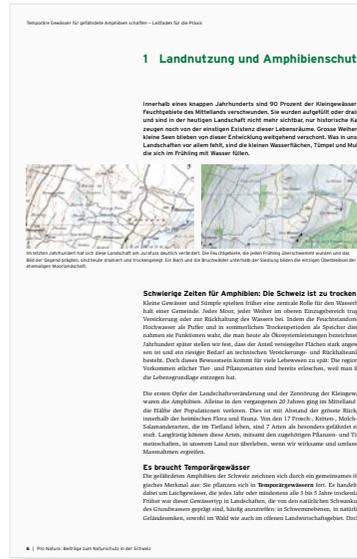
➔ Gestaltungsvorlagen können bei der Abteilungs-Kommunikation und Marketing bezogen werden.



Beiträge zum Naturschutz in der Schweiz, A4



Pro Natura Standpunkt, A4



Doppelseite



Doppelseite



Pro Natura, Beiträge zum Naturschutz in der Schweiz | 7



Pro Natura, Beiträge zum Naturschutz in der Schweiz | 8

Pro Natura Publikations-Reihen mit Zielgruppe Öffentlichkeit sind:

- Pro Natura Falblatt (A6/5)
- Pro Natura Praxis (A5)



Falblatt, A6/5 - Titelseite



Innenseite



Pro Natura Praxis, A5



Doppelseite



Pro Natura Praxis 2 | 5

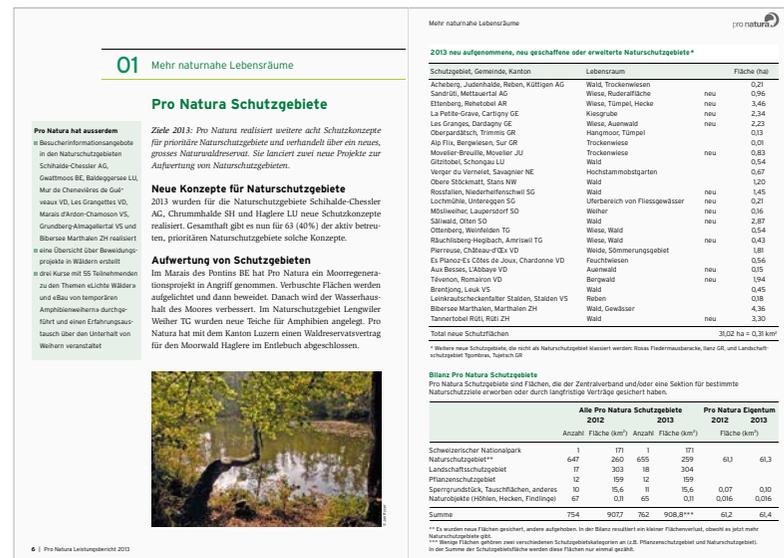
## 8.7 Andere Publikationen (Broschüren, Flyer, etc.)

### Pro Natura Broschüren, Flyer, etc.

Pro Natura hat verschiedene Broschüren, Flyer und Informationsprospekte. Für diese gibt es Gestaltungsvorlagen. Sie sind bei der Abteilung Kommunikation und Marketing erhältlich.



Broschüre A5



Doppelseite



Dépliant A6/5



Pages intérieures

### Pro Natura handelt umweltschonend

Pro Natura produziert ihre Kommunikationsmittel so umweltfreundlich wie möglich und ist stets um die beste Ökobilanz bemüht. «Wir handeln mutig und innovativ im Interesse der Natur, tun selber, wofür wir in der Öffentlichkeit einstehen [...]» (Zitat aus dem Pro Natura Leitbild).

### Papierqualität

- Recycling grau für ein- und zweifarbige Publikationen sowie Versandkuverts, z. B. Recyclo Set
- Recycling weiss matt
- Recycling weisslich oder FSC mit Recyclinganteil für ein- bis vierfarbige Publikationen, z. B.
- Cyclus Print, gestrichen matt, naturweiss
- Bei integrierten Einzahlungsscheinen bewilligtes Recyclingpapier, z. B. Lenza Optirec N

Empfehlung aufgrund des aktuellen technologischen Standards.

### Papiergewicht für Broschüren

- Inhalt mindestens 70 g/m<sup>2</sup>, Broschürenumschläge nach Bedarf bis 200 g/m<sup>2</sup>
- Bei integrierten Antwortkarten Mindestgewicht (abhängig vom Format) gemäss postalischen Vorschriften

Empfehlung aufgrund des aktuellen technologischen Standards.

### Ausnahmen

- Plakate, Railposter etc., bei denen detaillierte externe Vorschriften für den Aushang bestehen

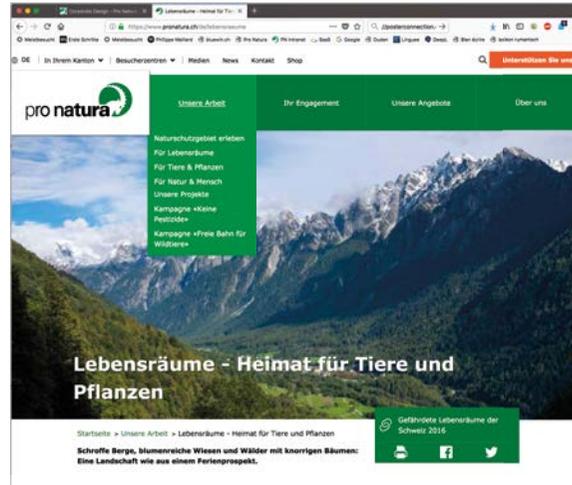
### Folienverpackung des Pro Natura Magazins

Auflagen der Post verlangen für den Versand die Verpackung des Pro Natura Magazins. Der früher von Pro Natura praktizierte Versand mit einem Papierstreifband für die Empfängeradresse, ist seit Längerem nicht mehr erlaubt. Es gibt drei Verpackungsvarianten: der Versand in einem Kuvert, in einer Plastikfolie (die heutige Praxis bei Pro Natura) oder einer Folie aus nachwachsenden Rohstoffen.

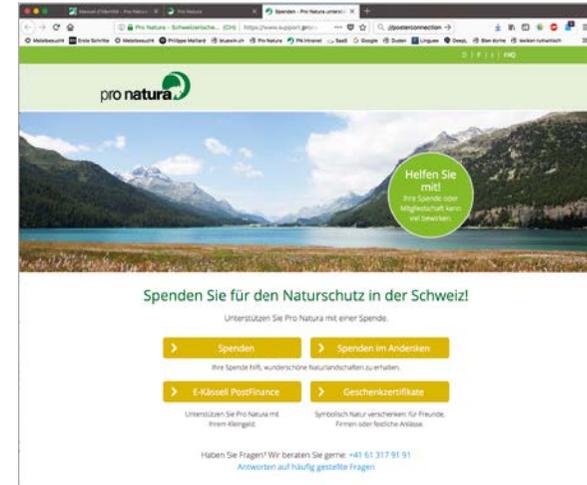
Eine Ökobilanz ergibt, dass sich das höhere Gewicht des Papiers gegenüber der Plastikfolie negativ auf die Umwelt auswirkt – die Umweltbelastung durch den Transport wird dadurch grösser als die Belastung bei der Herstellung des Plastiks. Pro Natura verwendet für ihr Magazin eine umweltverträgliche Plastikfolie: Bei der Kehrrichtverbrennung entstehen keine giftigen Gase. Ausserdem ist die Folie dünn und richtet sich nach dem Mindestgewicht der Auflagen der Post.

Gegen die Variante einer kompostierbaren Folie aus nachwachsenden Rohstoffen hat sich Pro Natura bewusst entschieden. Diese Folien basieren auf Mais- oder Kartoffelstärke. Pro Natura stellt sich aber kritisch gegen den Anbau von Lebensmitteln, die für die Herstellung anderer Güter verwendet werden.

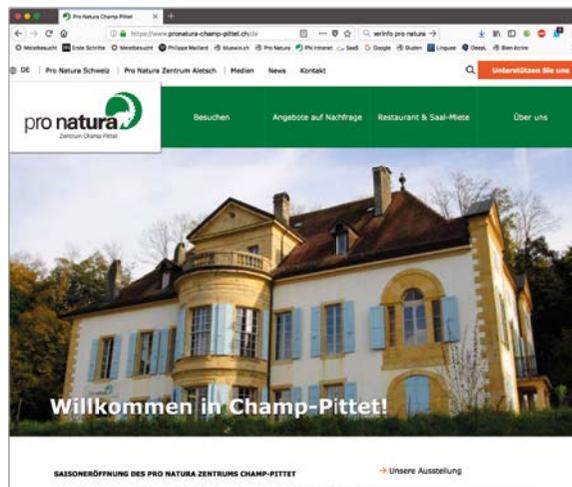
9.1 Nationale und regionale Websites



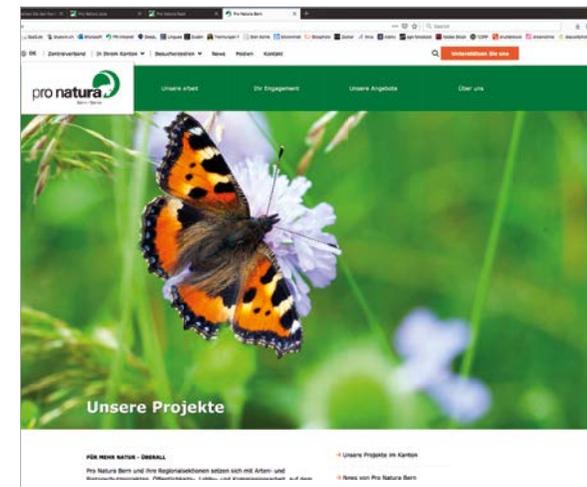
Pro Natura Zentralsekretariat (national)



Pro Natura Supportsite (national)



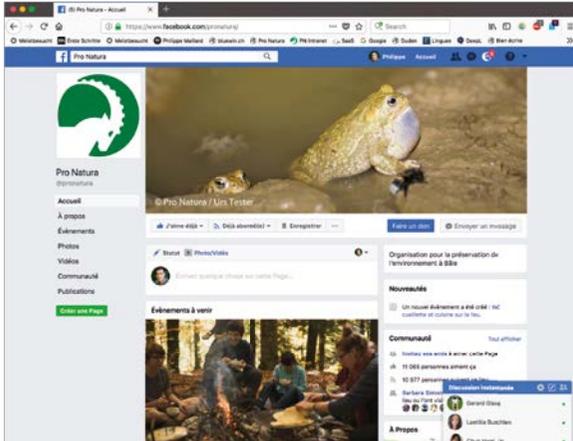
Pro Natura Zentren



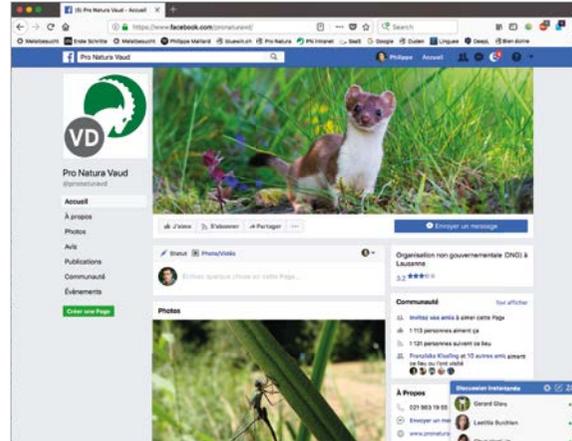
Pro Natura Sektionen

# Pro Natura Im Internet

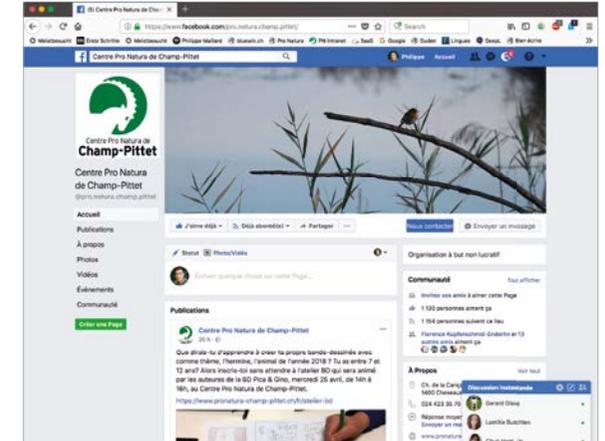
## 9.2 Social Media und Newsletter



Facebook Pro Natura (national)



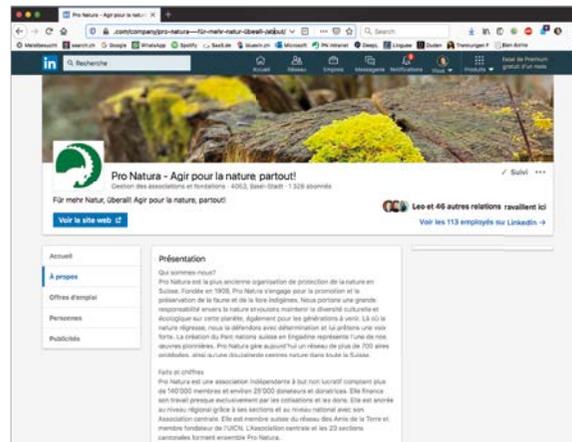
Facebook Pro Natura Sektionen



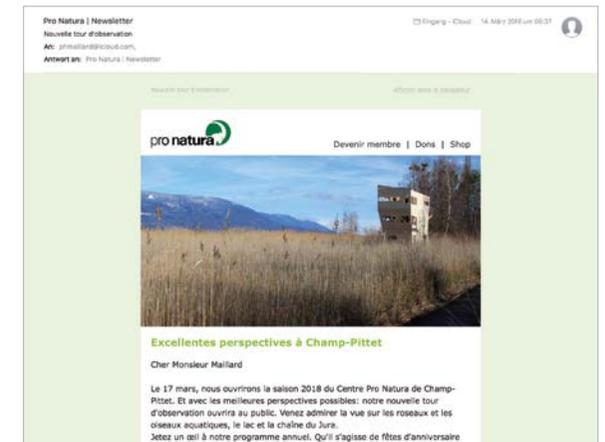
Facebook Pro Natura Zentren



Twitter Pro Natura (national)



LinkedIn Pro Natura (national)



Newsletter Pro Natura (national)

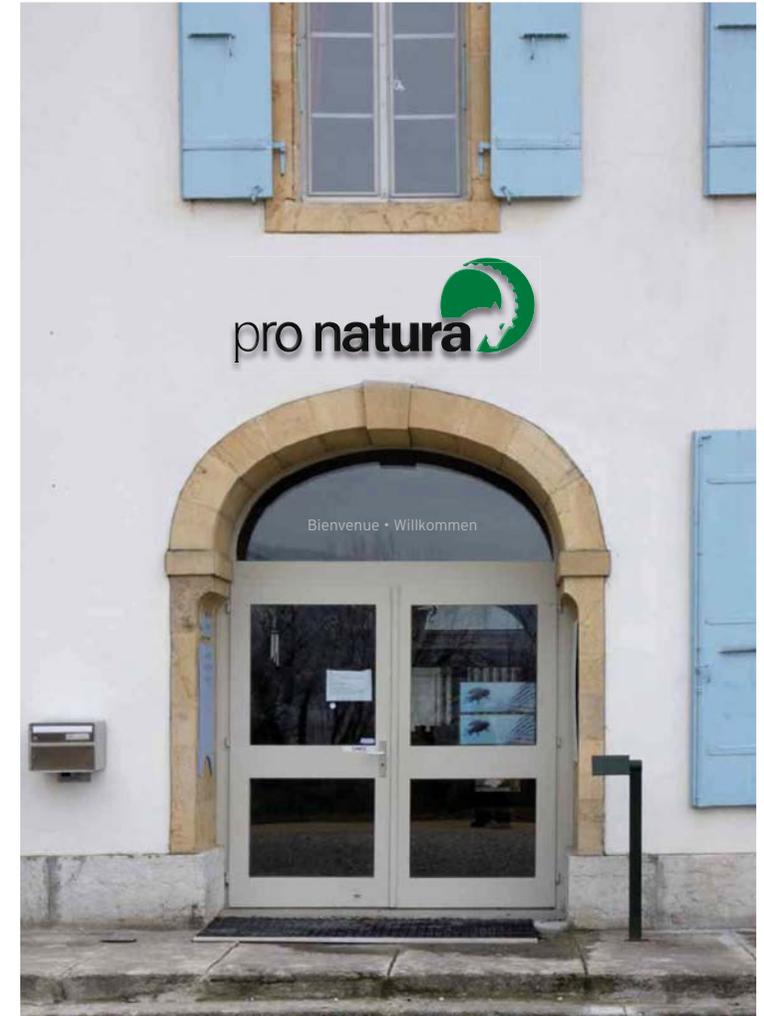
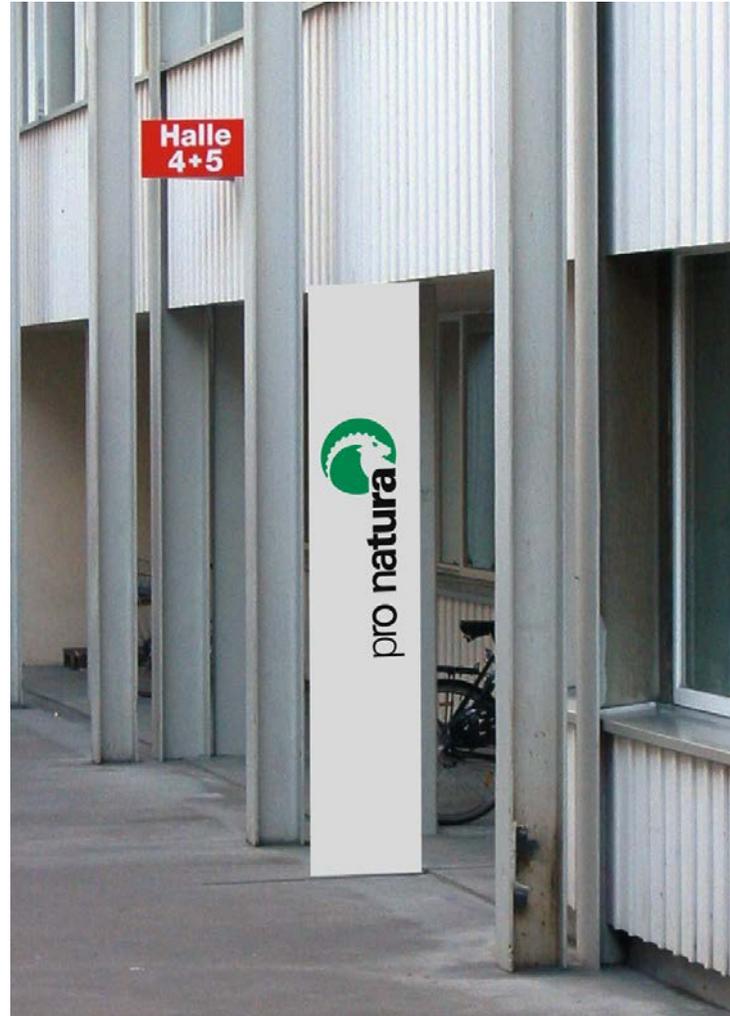
## 10.1 Beschriftung Pro Natura Gebäude

### Gebäude

Die Pro Natura Gebäude (Zentralsekretariat in Basel, Zentrum Champ-Pittet, Zentrum Aletsch) sind mit dem Pro Natura Logo gekennzeichnet. Regionale Pro Natura Gebäude verwenden das Logo der Sektion oder ein anderes regionalisiertes Pro Natura Logo.

### Logofarben für Schilder

- RAL 6029 Minzgrün
- RAL 9005 Tiefschwarz



## 10.2 BI-Manual: Kommunikation in und zu Schutzgebieten und zu Artenförderungsprojekten

### Kommunikation in und zu Schutzgebieten

Für die Besucherinformation in Pro Natura Naturschutzgebieten (Tafeln, Flyer, Karten, etc.) und zu Artenförderungsprojekten existiert ein eigenes Handbuch. Das Manual «Pro Natura Besucherinformation in Schutzgebieten» (BI-Manual) enthält die Richtlinien für die Produktion von Materialien, die im Zusammenhang mit der Information von Besuchenden in Schutzgebieten stehen. Das BI-Manual und dazugehörige Vorlagen können auf dem Intranet heruntergeladen werden.

> [pronaturaschweiz.sharepoint.com/sites/Instrumente/SitePages/Besucherinformation.aspx](https://pronaturaschweiz.sharepoint.com/sites/Instrumente/SitePages/Besucherinformation.aspx)



BI-Manual

### Rubriken des BI-Manuals

- Die Methoden der besucherorientierten Interpretation
- Produkte der Besucherinformation und ihre Verwendung
- Planung, Erarbeitung und Unterhalt eines Besucherinformationsproduktes
- Grafische Gestaltung der Produkte
- Anhang
- Literatur und Links

#### Tafeln



Pro Natura Markierungszusatzschild



Grosse Schutzgebietstafel



Themenweg mit Tafeln



#### Publikationen



Faltkarte



Broschüre

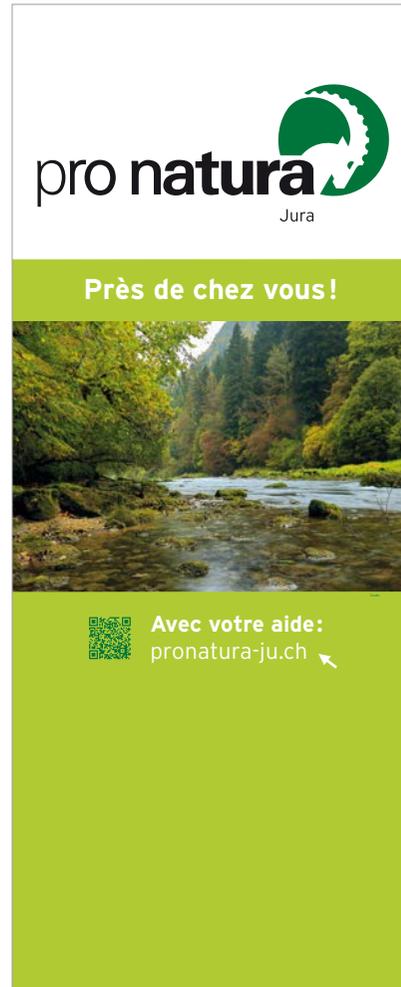


Faltblatt

## 11.1 Displays, Banderolen

### Layout

Für Displays, Banderolen und ähnliches gelten die Richtlinien für die Anwendung des Pro Natura Logos. Die Abteilung Kommunikation und Marketing erteilt das Gut zum Druck.



Beispiele: Roll up / 85 x 200 cm

### 11.2 Beispiele von Merchandising-Produkten

Für Merchandising-Produkte gelten die Richtlinien für die Anwendung des Pro Natura Logos.

Die Abteilung Kommunikation und Marketing erteilt das Gut zum Druck.



## 11.3 Beispiele von Give-Aways

Für Give-Aways gelten die Richtlinien für die Anwendung des Pro Natura Logos.

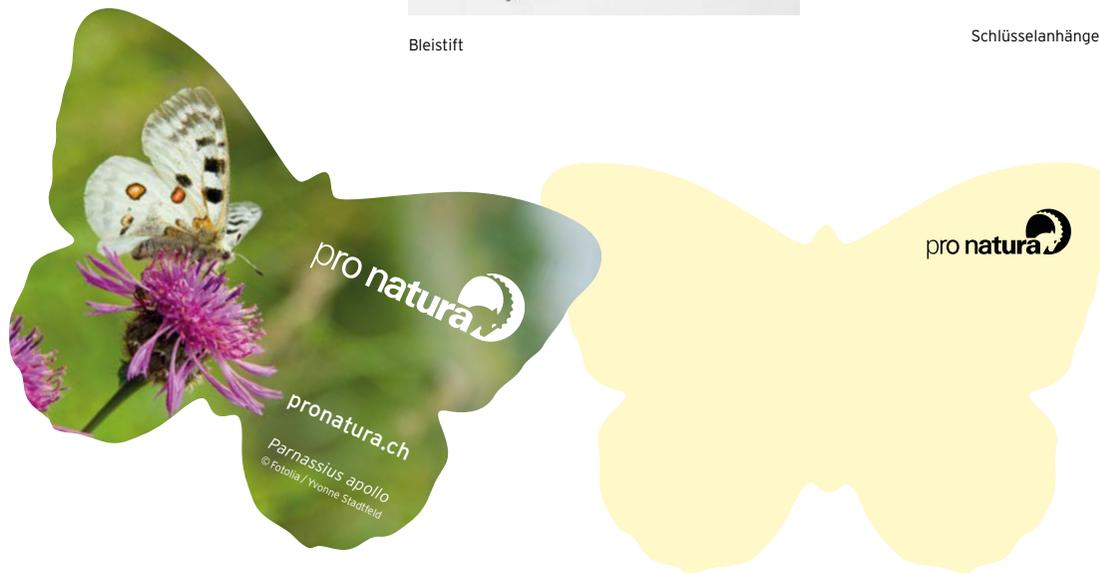
Die Abteilung Kommunikation und Marketing erteilt das Gut zum Druck.



Bleistift



Schlüsselanhänger mit Einkaufswagen-Chip



Post-it Block