

Richtlinie zur Umsetzung des Corporate Designs des Bistums Aachen

Vom 30. April 2025

(KA 2025, Nr. 84)

1. Präambel

Das Bistum Aachen setzt nach mehr als 20 Jahren mit der Errichtung der 44 Pastoralen Räume zum 1. Januar 2025 auf eine neue Erkennbarkeit.

Corporate Identity kennzeichnet die Identität, das Wertesystem und die Unternehmenskultur einer Organisation, basierend auf einem Handlungskonzept.

Zur Corporate Identity, dem Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation insgesamt, gehört das Corporate Design, kurz das CD. Denn die Organisation vermittelt ihre Identität mit einer Strategie konsistenten Handelns, Kommunizierens und visuellen Auftretens. Corporate Design bezieht sich auf die visuelle Gestaltung und das Erscheinungsbild einer Organisation. Es umfasst eine Reihe von Elementen, die zusammen eine einheitliche und kohärente Markenidentität schaffen. Eine starke Marke schafft Vertrauen.

Diese Richtlinien sind dazu da, dass sich alle, die im Namen des Bistums Aachen Kommunikation betreiben, an ihnen orientieren – und dass Unsicherheiten und Interpretationsspielräume im Umgang mit dem Corporate Design weitestgehend ausgeschlossen werden.

Mit der neuen Dachmarke „Katholische Kirche Bistum Aachen“ positioniert sich das Bistum als relevanter Akteur in der Gesellschaft. Katholisch zu sein, bedeutet zu integrieren, nicht zu spalten. Die neue Wort-/Bildmarke lässt sich flexibel auf die verschiedenen Anforderungen der digitalen und Print-Kommunikation adaptieren. Die Dachmarke schafft Identität nach innen und bietet Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit zur Identifikation.

Diese Richtlinie definiert den verbindlich geltenden Standard für das visuelle Erscheinungsbild des Bischöflichen Generalvikariats, die zugehörigen Einrichtungen sowie die Pastoralen Räumen.

2. Geltungsbereich

Diese Richtlinie und das Design-Handbuch (Manual), die beide im Intranet CoMap zur Verfügung stehen, gelten für:

- Das Bischöfliche Generalvikariat
- Die folgenden bistümlichen Einrichtungen:

- Bischöfliche Akademie, Bischof Hemmerle Haus und Priesterseminar
- Bischöfliches Diözesanarchiv
- Büros der Regionen sowie
- die Pastoralen Räume und
- alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bischöflichen Generalvikariat und in den aufgeführten Einrichtungen

Das neue Corporate Design wird sukzessive auch auf die folgenden Bereiche adaptiert bzw. im Co-Branding genutzt, spätestens bis zu einem noch festzulegenden Zeitpunkt:

- Katechetisches Institut & Diözesanbibliothek
- Beratungszentren (Aachen und Mönchengladbach)
- Katholisches Forum Mönchengladbach und Heinsberg

Die Bischöflichen Schulen nutzen weiterhin ihre eigenständigen Logos und setzen zusätzlich verbindlich das neue Logo des Bistums Aachen gleichrangig im Sinne eines Co-Brandings ein. (Dachmarke Katholische Kirche Bistum Aachen)

3. Begriffsbestimmungen

Das Corporate Design umfasst alle visuellen Gestaltungsprinzipien aus Logo, Farben, Typografie und Layout, um so einen einheitlichen Markenauftritt zu gewährleisten. Das Logo besteht aus einer sogenannten Wort-/Bildmarke, die sich aus einem Bildelement (Kreuz) und einem Textelement zusammensetzt.

„Katholische Kirche“ rückt in den Vordergrund und bildet die Klammer über alle institutionellen oder inhaltlichen Strukturen und erlaubt es, den übergeordneten gemeinsamen Nenner schon auf der Logoebene zu kommunizieren. Alle weiteren inhaltlichen Vorgaben zu Farbe, Typografie und Layout sind dem Design-Handbuch (Manual) zu entnehmen. Das Manual ist auf CoMap eingestellt und verbindlich. Abweichungen sind nicht erlaubt.

Auf allen offiziellen Dokumenten, Veröffentlichungen und Kommunikationsmitteln ist das Logo des Bistums Aachen/der Einrichtungen/der Pastoralen Räume verbindlich zu verwenden. Das Logo darf nur gemäß der im Manual angegebenen Varianten und Größenverhältnisse eingesetzt werden. Die Kommunikationsabteilung des Bischöflichen Generalvikariats stellt verschiedene Vorlagen hierfür zur Verfügung. Alle weiteren Gestaltungsentwürfe bedürfen vor der Veröffentlichung der vorherigen Abstimmung mit der Kommunikationsabteilung. Die Verwendung des Logos ist an inhaltliche und gestalterische Qualitätsaspekte geknüpft.

Für bestimmte Bereiche wie die Bischöflichen Schulen gilt ein so genanntes Co-Branding, die etablierten und bekannten Einzel-Logos werden gleichrangig mit dem neuen Logo „Katholische Kirche Bistum Aachen“ kommuniziert.

4. Verantwortung

Die Abteilung Kommunikation im Bischöflichen Generalvikariat ist zuständig für die Bereitstellung und Aktualisierung des Corporate Designs und die inhaltlichen Vorgaben. Sie berät die verschiedenen Akteure bei Anfragen zur Nutzung und Anwendung des Corporate Designs. So gewährleistet die Abteilung die Qualitätssicherung und Einhaltung dieser Richtlinie.

Bei Fragen zum Umgang mit dem Corporate Design wenden Sie sich bitte an:

Bischöfliches Generalvikariat Aachen, Abteilung
Kommunikation, Klosterplatz 7, 52062 Aachen,
Telefon: +49 (0)241 452 – 243 (Geschäftszimmer),
Mail: kommunikation@bistum-aachen.de

5. Inkrafttreten

Diese Richtlinie tritt zum 1. Juni 2025 in Kraft. Sie löst damit das bisher geltende Handbuch „Die Kirche im Bistum Aachen“ von 2003 ab. Alle bestehenden Druckmedien und Produkte im bisherigen Design können im Sinne der Nachhaltigkeit bis zum Jahresende 2025 weiterverwendet werden. Für alle künftigen Neugestaltungen und Nachproduktionen ist das neue Corporate Design verbindlich.

Das Design-Handbuch ist auf CoMap eingestellt. Sofern Sie kein Zugriff auf CoMap haben, wenden Sie sich bitte an die Abteilung Kommunikation.

