

jugend-arbeit.net MindMaps

Unter <http://www.jugend-arbeit.net/oeffentlickeitsarbeit/> gibt es eine Sammlung an Links und Texten. Zum Beispiel zu den Themen Öffentlichkeitsarbeit, Pressearbeit und auch Gestaltungsfragen wie Raster und Corporate Identity.

Die Seiten sind als Mindmap-Ansichten im Netz hinterlegt. Solche Mindmaps kann man übrigens mit den Programmen "ConceptDraw MINDMAP" oder (IMO etwas schlechter) "MindManager 2002" erstellen.

Gut Pfad
~Tobias

[» antworten...](#)

Glückwunsch

Hallo!

Zunächst möchte ich mich meinen Vorschreibern anschliessen. Deine Arbeit ist wirklich gelungen.

Wenn auch das hypothetische Logo und auch die Stufenfarben etwas gewöhnungsbedürftig sind.

Gibt es denn irgendwelche Reaktionen der Bundesleitung auf deine Arbeit?

Es wird ja wohl zur Zeit an einem Leitfaden zum DPSG-CD gearbeitet. Meine Befürchtung ist aber, dass es auf eine Sammlung bisher bestehender Einzelelemente hinausläuft.

Git Pfad, Oskar Kurz.

Stamm Herz-Jesu, Witten Bommern

Bezirksreferent Jungpfadfinderstufe, Bezirk Ruhr-Sauerland

www.ruhrsau.de

[» antworten...](#)

RE: Glückwunsch, Bundesleitung, CD = Einzelsammlung?

Hallo Oskar!

Schön, dass dir die Arbeit gefällt!

Zur Bundesleitung:

Ich stehe immer mal wieder mit Silke Noltenhans (ÖA, Bund) in Kontakt (zuletzt bei up2date).

Von der Bundesleitung habe ich bis jetzt keine Reaktion gehört. Von einer

Rundmail von Guido Hügen (Bundeskurat) abgesehen, die irgendwen über diese Seite informierte und die ich als CC bekam.

Leider ist der Informationsfluss sonst sehr schleppend (eigentlich nur auf pausenlose Nachfrage) und daher die Aussagen hier nur unter Vorbehalt:

- Es soll eine CD-AG geben, die ein Manual erstellt (Anfrage u.a. ans Netzwerk-Ö).
- Die DV-Vorstände sollen sich zusammensetzen, um das Thema zu besprechen.

Beide Dinge befinden sich soweit ich weiß im "soll"-Zustand... - von einem konkreten "dran arbeiten" also noch entfernt =(.

Ich hoffe sehr, dass deine (und auch meine) Befürchtung, dass das wichtige Thema halbherzig zu einer Logo-Sammlung verkommt, nicht eintritt.

Ein CD ist ja weit mehr... - aber das diskutieren wir ja schon an anderer Stelle :)
- <http://dpsgcd.wwwfiles.de/index.php?SID=&ID=9>
- <http://dpsgcd.wwwfiles.de/index.php?SID=&ShowPost=83&ForumTheme=0>

Gut Pfad
~Tobias

[» antworten...](#)

dito

Ich kann meinem Vorredner nur beipflichten.



Gruß aus Berlin
Hoernchen

[» antworten...](#)

Herzlichen Glückwunsch

Hallo Tobias,
erstmal herzlichen Glückwunsch zu Deiner Arbeit! Du hast Dir echt viele und gute Gedanken gemacht! Ich bin noch gar nicht dazu gekommen alles zu lesen und zu bestaunen.

Werde in den nächsten Tagen mal ausführlicher Deine Webseite durchstöbern!
Bis dahin,
Gut Pfad!



Maik Wiesegart
Stamm Steve Biko, Neuenrade
mailto: maik@wiesegart.de

#####

"Rocken am Glocken" - Das Mega-Rockfestival in Neuenrade
-21. Juni 2003-

mehr Infos unter: <http://www.rockvilla.de> und <http://www.dpsg-neuenrade.de/>

#####

"Vielfalt" an der falschen Stelle...

Notizen nach einem Gespräch mit Thomas Römer:

Die gelebte Vielfalt im Verband ist eine der großen Stärken und ein wichtiger Charakterzug der DPSG.

Kaum ein DPSG-Stamm ist mit einem anderen, was seine Schwerpunkte in der Gruppenarbeit und deren Umsetzung angeht, vergleichbar - doch alle orientieren sich an den gleichen Werten und Zielen.

Es gibt jedoch auch Stellen in der verbandlichen Arbeit, an denen diese Vielfalt nicht gelebt werden sollte (zumindest sehr viel schwächer).

Man kann sich nicht in allen Punkten auf die "aber wir machen das anders und basta"-Haltung zurückziehen! Das schadet nicht nur dem Stamm, Bezirk, DV sondern allen Stämmen, Bezirken, DVs, die sich in der DPSG gruppiert haben!

➤ Und ist noch dazu sehr un-pfadfinderisch.

Diese Stellen sind zum Beispiel

- das Auftreten in der Öffentlichkeit (Kluft, Gestaltung, u.ä.)
- die Kommunikation in der Öffentlichkeit (Pressearbeit, Schriftstücke, Plakate, u.ä.)

Hier soll keine langweilige Einheit geschaffen werden aber eine festgelegt Richt-Bahn, in deren Grenzen eine persönliche Ausgestaltung stattfinden kann!

Wir müssen uns klar werden und gemeinsam an der Umsetzung arbeiten:

1. Was wir wollen und was wir sind. (CI)
2. Wie wir das darstellen und kommunizieren. (CD)

~Tobias Jordans

Abenteuer und Tätige Solidarität

Lieber Tobias.

Die beiden Klischees, die Du in Deiner Umfrage als Ergebnis erhalten hast, sind tatsächlich die, die auch mir in der Öffentlichkeit am meisten begegnen. Grundsätzlich - das hast Du ja auch erkannt - stecken hier sehr grosse Chancen für die DPSG drin:

1)"Lager, Lagerfeuer, Zelten, Gruppe, Uniform, Wandern" - dahinter steckt nichts anderes als die Erlebnispädagogik - einer Qualität unserer Arbeit, die wir viel zu wenig "vermarkten"! Abenteuer ist nach wie vor gefragt - vor allem in einer Gesellschaft, in der es immer schwieriger wird, noch etwas außergewöhnliches zu erleben. Das dann auch noch im sozialen Kontext - als Gruppe - na wenn das nicht ein wesentlicher Bestandteil unserer CI ist...

2)"Pfadfinder sind gute Menschen. Gesellig, hilfsbereit, naturverbunden" - oder wie es in unserer Ordnung steht "Leben in Tätiger Solidarität"! Wenn ich in Interview von "humorvollen" Journalisten konfrontiert werde mit dem Spruch "Jeden Tag eine Gute Tat" so versuche ich stets den Bogen zu kriegen zu unserem sozialen Engagement - Jahresaktion, Eine-Welt-Arbeit, soziale Projekte und dem Selbstverständnis der DPSG, dass Pfadfinder eben "hilfsbereit" sind...

Auch das ist eine Chance. Ich finde, diese beiden Klischees sollten wir nutzen. Für die Öffentlichkeit passt es in ihr Bild, hier brauchen wir keinem einen Quantensprung in seiner Wahrnehmung abverlangen - wir müssen es nur etwas moderner darstellen.

Gut Pfad

Achim Köhler

Diözesanvorsitzender Aachen

[» antworten...](#)

RE: Abenteuer und Tätige Solidarität

Hallo Achim!

Du hast natürlich völlig recht.

Wir verkaufen uns ungeschickt/falsch...

Derzeit denke ich, dass sich das - relativ kostengünstig und mit vergleichbar hoher Effektivität - durch gut Pressearbeit lösen lässt...

Siehe dazu auch meine Gedanken unter "Optimierungswege/ Werbekonzepte im Verband".

Unter http://www.pbs.ch/trefle/nummern/97_04/ konkret z. B.

http://www.pbs.ch/trefle/nummern/97_04/pr2d.htm findet man interessante weitere Texte zu diesem Thema.

~Tobias

[» antworten...](#)

RE: RE: Abenteuer und Tätige Solidarität

Hallo ihr zwei.

Ein Punkt fällt mir auf: Die DPSG-Lilie ist kaum erkennbar, was aber auch nicht wundert: Wir sind nur 80.000 Träger, wir werben nicht aktiv, wie soll das bekannt werden.

Bekannt ist: Die Weltbundlilie. Und zwar über 90 % (rat ich jetzt mal).

Und damit haben wir auch schon unsere CD-Klammer. Der Rest ist gewollte Kreativität. Die Gefahr von jedem CD liegt in der Uniformierung, und die soll ja wohl hoffentlich nicht bei uns einziehen.

▶ Stefan T.
Ö-Ref.
DV Bamberg

[» antworten...](#)

▶ RE: RE: RE: Abenteuer und Tätige Solidarität

Hallo Stefan!

Was meinst du mit "DPSG-Lilie ist kaum erkennbar" und "unsere CD-Klammer"?

Zur Uniformierung: Sicher nicht. Das wäre auch nicht durchsetzbar. Aber definierte Felder der Einheit und solche der Freiheit, fände ich ganz gut (s. Briefpapier und VCP-/BdP-Briefbogen).
Sowie Kommentar "Vielfalt" an der falschen Stelle...´ unter "Selbstverständnis".

Viele Grüße und GP
~Tobias

[» antworten...](#)

▶ RE: RE: RE: RE: Abenteuer und Tätige Solidarität

Hi Tobias,

Unsere Lilie ist kaum in der Öffentlichkeit präsent, deine Worte, vollkommen richtig.

Die Weltbundlilie ist meiner Meinung nach das Pfadfinderzeichen, das allgemein bekannt ist, und damit unser aller gemeinsamer Corporate Design-Bestandteil.

▶ Ich finde generell, wir sollten uns nicht unbedingt in die Folgekosten verstricken, wir sind nicht so viele im gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang.

Alles was du schreibst und niederlegst könnte im Rahmen der katholischen kirche Sinn machen, da sind wir nämlich eine ziemlich große Nummer, was verbandliche Jugendarbeit angeht.

Ciao
Stefan T.

[» antworten...](#)

▶ RE: Abenteuer und Tätige Solidarität

Hallo Achim,

genial einfach und einfach genial. Die Klischees sind Chancen. Das sollte unsere

▶ Richtlinie in der Ö-Arbeit werden.

Darüber hinaus ist mein Problem die Tatsache, dass wir "eierlegende Wollmilchsäue" sind: Wir machen zu viel, um in der Öffentlichkeit eindeutig zuordnungsfähig sind: wir sind eine Mischung aus Friedensbewegung,

Behindertenlobby, Dritte-Welt-Hilfsorga und Kirchenjugend. Das kann nicht gut gehen. Andererseits möchte ich nichts missen, weil dann ein Teil unseres Spektrums wegbricht.

[» antworten...](#)

RE: RE: Abenteuer und Tätige Solidarität

Gruß und GP

RE: Stefan T.

Ö-Ref. DV Bamberg

"Pfadfinder" als Marke

Ich denke eines unserer Probleme ist eben auch, daß "Pfadfinder" keine geschützte Marke ist.

DPSG als Marke zu etablieren ist zwar nötig und wichtig, aber eigentlich wollen wir auch immer "Pfadfinder" sein und müssen uns gleichzeitig von manchen Verbänden, die unter dem Namen Pfadfinder agieren, deutlich distanzieren.



Gruß
Daniel

--

daniel@bezirk2.de

[» antworten...](#)

RE: "Pfadfinder" als Marke

Hallo Daniel!

Hier steigen wir in eine Diskussion ein, die weit über DPSG-Gestaltung hinaus geht.

Mein persönlicher Standpunkt ist derzeit: Ich habe nichts gegen die vielen Splitterverbände die auf ihre Art nach bestem Wissen und Gewissen gute Arbeit leisten. Ich denke, dass die große Mehrheit unter ihnen das auch tut und nur wenige "schwarze Schaafe" das Pfadfindertum falsch auslegen.

In der DPSG selbst gibt es viele Gruppen, bei denen man - würde man das Pfadfinder-Sein überprüfen wollen - zu sehr "komischen" Ergebnissen käme. Doch trotzdem ist die Arbeit dieser Gruppen wichtig - wenn auch nicht ideal - und irgendwann wird ein neuer Leiter oder StaVo den Stamm wieder richten... - Diese Zyklen gibt es nun mal.



Die DPSG selbst beschwört ja die "ausnahmslose Vielfalt" herauf, dann darf man sich auch nicht über Splitterverbände beklagen (und nebenbei eigentlich auch nicht über schlechtes Marketing - siehe dazu den Kommentar unter'm Vorwort).

Aus Werbe-Gesichtspunkten denke ich: Wir werden nie eine Situation erreichen wie in England, wo es nur einen großen Scout-Verband gibt, der sich dann auch so nennen kann.

Daher sollten wir direkt überlegen: Wie kann man die Marke DPSG stärken und die Inhalte, die wir praktizieren und repräsentieren mit den Worten 'DPSG' und 'Pfadfinder' verknüpfen.

Langfristig erreichen wir so mehr als über eine geschützte Marke 'Pfadfinder', die ja nebenbei auch gepflegt werden müsst...

~Tobias

[» antworten...](#)

**RE: RE: "Pfadfinder" als Marke**

Tag,

Pfadfinder als Marke zu schützen geht auch garnicht. Das haben schon viele

vorher versucht. Aber das Wort ist in Deutschland dem allgemeinen Wortschatz zugerechnet, deshalb hats auch noch keiner geschafft. DPSG geht sicher, der BdP hat zum Beispiel einiges in diese Sache schützen lassen. Mit Logo über Schutz bei Kleidungsstücken usw.
 Ich habe da mal spasseshalber vor einem Monat recherchiert.

grüße
 Corrina

[» antworten...](#)

RE: RE: RE:

Was wollt Ihr mit eurer Marke DPSG eigentlich verkaufen? Wir sind eine NON-PROFIT-ORGANISATION zur Erinnerung. BWL-Palaver is schick (ich habs studiert), aber nicht immer auch passend. Diese Denkwelt funktioniert nur in einem Konkurrenz- und Marktumfeld. Da befinden wir uns nur zum Teil. Ich sehe einige Ansatzpunkte, die Verbandsjugendarbeit so zu interpretieren, aber auch sehr viele, die mir das verbieten. Es fehlen mir vor allem die komplette Einkaufs-, Personal- und Hierarchiestrukturwelt. Nur die Verkaufs-/Marketingseite rauspicken und dann so interpretieren geht nicht!!!
 Stefan T.
 Ö-Ref. DV BAmberg

[» antworten...](#)

RE: RE: RE: RE:

Lieber Stefan.
 Ich denke, DPSG als "Marke" ist im übertragenen Sinne durchaus richtig. Wir wollen etwas "verkaufen" / "vermarkten": unsere Werte, unsere Pädagogik, unsere gute Gruppenarbeit,... Die "Käuferschicht" (auch gerne "Zielgruppe" genannt) ist hier ziemlich unterschiedlich. Da sind z.B. die Kinder und Jugendlichen, die wir gerne in unseren Gruppen haben möchten. An anderer Stelle möchten wir gerne Politikern, Bistumsvertretern oder potentiellen Sponsoren "verkaufen" dass wir gute Jugendarbeit machen (was wir ja auch tatsächlich machen - aber das muss man diesen "Käufern" immer wieder klar machen!), damit diese (weiterhin) gefördert wird. Ich halte den Vergleich also in dieser Betrachtung bzgl. eines CI / CD für legetim.
 "Verkaufspersonal" sind hier viele verschiedene Mitglieder unseres Verbandes, z.B. die Öffentlichkeits-Referenten. Ich zähle mich auch zu den "Verkäufern" - denn nichts anderes ist "Aussenvertretung".
 Gut Pfad
 Achim Köhler
 Diözesanvorsitzender Aachen

[» antworten...](#)

RE:

Hallo,

Pfadfinder mag ja keine geschützte Marke sein, aber ist als Begriff doch deutlich positiv besetzt. DPSG als Begriff kennt wohl nicht ein jeder- ich bezweifle allerdings, ob durch Vereinheitlichung in Aussehen und Materialien sich daran etwas ändern würde.

Mehr dran als drin?



GP

Faktor

[» antworten...](#)

Weil keiner weiß was dahinter steckt...

Notizen nach einem Gespräch mit Thomas Römer:

A "outet" sich: "Ich bin bei den Pfadfindern".

B: "und was macht ihr da so?" - Er hatte zu diesem Wort kein Bild im Kopf (vgl. Vera F. Birkenbihl "Analog & Digital im doppelten Gehirn") und fragte verwundert nach.

Das wäre die vergleichbar schöne Variante. Genauso oft erlebt man auch, dass gar nicht erst nachgefragt wird, sondern bekannte Pfadfinder-Klischees kommentarlos - oder von un-netten Kommentaren begleitet - über das Gegenüber (A) gestülpt werden.

Hätte A gesagt, "Ich bin beim Fußballverein XY" hätte B nicht nachgefragt, was man da denn macht.



Weil keiner weiß was dahinter steckt...

Pfadfinder transportieren ihre gute Gruppenarbeit zu wenig in die Öffentlichkeit.

"zu wenig" meint: Nicht häufig genug und nicht einheitlich genug.

Denn nur wenn durch Formulierung, Gestaltung und Inhalt klar wird, dass es sich um den Pfadfinderverband DPSG handelt, kann auch die Marke DPSG und Pfadfinder mit Inhalt gefüllt werden!

Und nur dann kann man erreichen, dass ein paar "B"s weniger nachfragen müssen, was denn Pfadfinder überhaupt sind...

Und das wollen wir doch, oder?

~Tobias

Bild in der Öffentlichkeit gut = neue Leiter?

Diese Verbindung ist m.E. nach viel zu kurz!!!!

Weiter gedacht wird damit die aktuelle Leiterknappheit auf die Bundesebene, i.P.v.

Silke abgeschoben: Weil die Ö-Arbeit nicht so richtig funktioniert haben wir keine Leiter, oder was???? Das kanns ja wohl nicht sein.

Ich meine: Leiterprobleme gibts vor Ort, wenn da die Gruppe nicht klappt, die LR ein Hühnerhaufen ist, oder keine saubere Arbeit geleistet wird, kommt keiner, oder bleibt nicht lang. Und dem Leiter vor Ort is es dabei ziemlich wurscht, ob die Bundes- oder Diözesan-PR gut ist, oder nicht!!!

Stefan T.

Ö-Ref DV Bamberg

[» antworten...](#)

RE: Bild in der Öffentlichkeit gut = neue Leiter?

Hallo Stefan!

Pressearbeit ist in diesem Diagramm nicht an die Bundesebene geknüpft. Alle Ebenen zeigen auf die Presse, das heißt auch, dass alle Ebenen Pressearbeit leisten müssen.

Wie ÖA m.A. nach besser laufen könnte wird unter

"Optimierungswege/Werbekonzepte im Verband" angerissen.

Ob allerdings eine Pressebeauftragung auf Bundesebene für einen (offiziell) 100.000

Mitglieder-Verband die optimale Besetzung ist, oder eine halbe/viertel Stelle auf DV-Ebene, möchte ich in Frage stellen...

Ansonsten muss ich dir völlig zustimmen (s. gute Gruppenarbeit durch gute LeiterInnen und dann noch gute ÖA darüber = gute Kinder-, Elternbindung, motivierte und langfristig neue Leiter).

Nur, dass ich das auch schon überall genau so geschrieben habe.

Gut Pfad

~Tobias

[» antworten...](#)

RE: RE: Bild in der Öffentlichkeit gut = neue Leiter?

Das Pressearbeit auf jeder Ebene stattfinden sollte, erzähle ich in jedem Bezirk und jedem Stamm, in den ich eingeladen werde, keine Angst, das ist nicht neu.

Die Stellenverteilung, so wie sie im Moment ist, passt schon. Silkes Arbeit ist auf Ihrer Ebene unverzichtbar, genauso wie ich auf Diözesanebene meinen Platz habe. Ich kann meinen Job ehrenamtlich gut bewerkstelligen, weil ich

nichts anderes mache. Nebenbei ginge dies nicht. Ich bin für mehr ehrenamtliche PR-Arbeiter, die sonst nichts zu tun haben.

Du scheinst anscheinend für eine generelle Höheralimentierung der Ö-Arbeit zu sprechen. Das wird wohl zurecht schwer durchsetzbar sein.

Stefan T.

[» antworten...](#)

RE: RE: RE: Bild in der Öffentlichkeit gut = neue Leiter?

"Du scheinst anscheinend für eine generelle Höheralimentierung der Ö-Arbeit zu sprechen. Das wird wohl zurecht schwer durchsetzbar sein."

- ▶ Was meinst du mit "Höheralimentierung"?
- ▶ Warum wäre es "zurecht schwer durchsetzbar"?

Gruß
~Tobias

[» antworten...](#)

▶ **RE: RE: RE: RE: Bild in der Öffentlichkeit gut = neue Leiter?**

Höheralimentierung heisst: mehr Geld für Ö-Arbeit. (je eine halbe Stelle pro DV, dein Vorschlag)

- ▶ zurecht schwer durchsetzbar: Ich meine unser Budget für Hauptamtliche sollte mehr Richtung Leiterausildung erhöht werden. Da gibts Defizite, die noch viel schwerer wiegen.

[» antworten...](#)

Leiterwerbung

Notizen nach einem Gespräch mit Thomas Römer:

Kurz: Wichtig ist nicht zu Jammern "Oh, es geht uns schlecht und wir brauchen Hilfe..." sondern zu zeigen: "Hey, wir sind ein lustiger Haufen, es macht Spaß bei uns mitzumachen, ist das nicht was für dich?!".



Siehe hierzu auch Dokumentation LuSi

~Tobias Jordans

KFUM-Spejderne

Interessant in diesem Zusammenhang: Das neue CD von KFUM-Spejderne, dem dänischen CVJM-Pfadfinderverband. Zu sehen unter: <http://www.spejdernet.dk/>
 Die CVJM-Symbolik (rotes Dreieck) ist ganz verschwunden und die Lilie ist sehr abstrahiert worden.

» [antworten...](#)**Flash-Seite der Stiftung Pfadfindern**

Die Stiftung Pfadfindern (s. auch im Artikel oben) hat eine neue Seite ins Netz gestellt: <http://www.stiftung-pfadfindern.de/> - sehr sehenswert!

~Tobias

» [antworten...](#)**Dimensionen der Konkurrenz**

Lieber Tobias.

Je mehr ich drüber nachdenke, desto mehr "Konkurrenzsituationen" entdecke ich. Es gibt eine ganze Menge Institutionen, mit denen wir im Wettbewerb stehen - auch wenn unser "Produkt" sehr differenziert sich von anderem abhebt. In einzelnen Aspekten gibt es aber immer wieder Wettbewerb:

"Jugendarbeit":

- andere Jugendverbände
- Schule / Ganztagschule
- offene Jugendarbeit
- Sportvereine

In der Jugendpolitischen Arbeit muss die DPSG sich immer wieder stark machen (ggf. mit "Verbündeten" z.B. BDKJ oder RdP) und sich abgrenzen. Hier hat eine CI und ein CD viel zu leisten.

Gut Pfad

Achim Köhler

Diözesanvorsitzender Aachen

» [antworten...](#)**RE: Dimensionen der Konkurrenz**

Hallo,

vergessen dürfen wir auch nicht, dass es in Zukunft immer weniger Kinder und Jugendliche gibt. Auch wenn es keiner glauben will, aber als ich in die Schule ging, gab es an der Schule 5 Paralellklassen, heute kriegen sie noch 2-3 Klassen voll!

Weniger Geld gibts auch, d.h. wir müssen uns gegen andere abgrenzen, damit wir eine Daseinsberechtigung haben. Ich meine nicht, sich im Kämmerchen zu verkriechen, sondern das Gegenteil. und wenn wir dann einheitlich auftreten würden, würde man uns auch als großen Verband wahrnehmen.

Man denke da an den Kirchentag, da funktioniert's nämlich, da erkennt man uns wegen der Kluft. und man kann uns gleich zuordnen.

grüße

Corrina

» [antworten...](#)

RE: RE: Dimensionen der Konkurrenz

OFF-TOPIC Demographie

Darüber habe ich auch nachgedacht, als ich bei Quarks&Co noch einmal im Schaubild sah, wie sehr unsere Gesellschaft altert

(<http://www.quarks.de/dyn/8327.phtml>)

Hier sollte man sich langfristig fragen wie ein Jugendverband der ja LeiterInnen braucht, damit umgeht...

Vielleicht ist eine stärkere Bindung von älteren PfadfinderInnen und

Ehemaligen in Zukunft angebracht...

Irgendwo habe ich mal eine Seite der englischen Scouts gesehen, auf der eine Kontaktbörse für Ehemalige im Internet geschaffen wurde.

Zum Thema Kluft: Na ja, daran müssen wir in der DPSG noch stark arbeiten ...

:-)

~Tobias

» antworten...

RE: Dimensionen der Konkurrenz

Vollkommen richtig Achim,

Die Vor-Ort-Konkurrenz, v.a. in der katholischen Gemeinde kostet uns viel mehr Leiter, als wir ahnen! (v.a. Minis, KJG usw.)

Die Sportverbände usw. kosten uns vor allem Kids, weil die wenigen, die nachmittags auch mal außer Haus gehen, einen Terminkalender haben, der sich gewaschen hat.

Stefan T.

Aktions-Logogestaltung

Hallo,

ich denke schon dass man unterschiedliche Aktionslogos haben sollte, damit jede Aktion für sich leben und sprechen kann. Aber vielleicht sollte man doch manche

▣ Elemente "vorschreiben", z.B. es muss immer die richtige lilie und DPSG (und diese 2 Dinge stehen immer gleich zueinander) dabeistehen. Dann hätten wir ja schon viel gewonnen. Nämlich, dass klar ist wohins es gehört.

Gruß Corrina

» [antworten...](#)

▣ RE: Aktions-Logogestaltung

Hallo Corrina!

Aktions-Logos ´an sich´ sind sicher nicht schlecht.

Geklärt werden muss aber,

* ... wie man in der Öffentlichkeit klar macht, dass es eine DPSG-Aktion ist. Die Aktion muss einen klar erkennbaren Absender haben. Denn eine DPSG-Aktion die nicht also solche zu erkennen ist, ist zumindest in der Öffentlichkeitsarbeit für den Verband verloren.

* ... wie man - zumindest für die DPSG-Lilie - einen gewissen gestalterischen Anspruch (Gestaltungsqualität in Gewisserweise mit Verbandsqualität zu verknüpfen) beibehält (z.B. Luft/Raum um das Logo, das im Möglichkeit gibt zu wirken und erkannt zu werden...).

* ... das durch das Aktionslogo die Marke DPSG nicht herabgesetzt wird.

▣ Dazu zwei Zitate aus einem (älteren) BMW-Gestaltungshandbuch:

"Regel 2 - Das BMW Bildzeichen übernimmt keine zusätzlichen Gebrauchsfunktionen. - Das wollen wir wirklich wörtlich nehmen: An alltäglichen Gegenständen soll das Bildzeichen weder angefasst noch gedreht noch gedruckt werden. Oder sonst bei irgendeiner Benutzung des Gegenstandes ´Hilfsdienste´ leisten. Das wäre z. B. der Fall, wenn es als Druckknopf an einer Geldbörse, als Bedienungsteil eines Kofferschlosses oder als Manschettenknopf benutzt würde."
"Regel 5 - Das BMW Bildzeichen wird nicht in Positionen und auf Gegenständen verwendet, die als imageschädigend empfunden werden. - Stellen Sie sich einen Abfallsack vor, auf dem klar und groß das Bildzeichen prangt, oder eine Fussmatte vor der Eingangstür, in die das Bildzeichen eingeflochten ist. Oder ein Bildzeichen auf einem Fussball, in das beim Spiel hineingetreten werden muss. Wie empfinden Sie das? Welche Wertschätzung baut sich da bei dem auf, der das beobachtet? Unsere Marke lebt von ihrem Image. Lassen Sie uns darum jede Verwendung des Bildzeichens vermeiden, die sich auf den Markenimage negativ auswirken könnte."

Das soll nicht heißen, dass wir jetzt solche Regeln aufstellen und befolgen müssen. Es soll nur zeigen, welche Mechanismen andere Firmen angelegt haben (hatten), um ihre Marke zu stärken.

Vielleicht kann man Grundgedanken daraus gebrauchen...

~Tobias

[» antworten...](#)

RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Ganz richtig, andere Firmen haben Richtlinien. Und zwar weil: Hier drohen unmittelbare Umsatzeinbußen. Deshalb kann hier auch irre viel Geld in Logos und CD investiert werden, weil ein Return on Investment zumindest

ansatzweise beziffert werden kann. Versuch das mal für die DPSG. Die Frage heisst: Wie viel Beitragseuros kriegen wir mehr bzw. verlieren wir nicht, wenn wir XX.XXX EUROS in ein CD investieren???

StefanT

[» antworten...](#)

RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Lieber Stefan.

Auch die DPSG ist davon abhängig, finanzielle Einnahmen zu haben! Mitgliedsbeiträge sind hierbei eher zu vernachlässigen. Ich denke dabei an die staatlichen und kirchlichen Fördergelder, um die wir in unserer gesamtwirtschaftlich schwierigen Situation immer mehr kämpfen müssen. Um Sponsoren anzusprechen bzw. gutes Fundraising zu betreiben, brauchen wir ein CI / CD!

Hier ist ganz klar ein Return of Investment vorhanden!

Natürlich dürfen wir bei all dem nicht vergessen, dass Öffentlichkeitsarbeit und finanzielle Absicherung unseres Verbandes NIEMALS zum "Hauptaktionsfeld" unserer Arbeit wird. Aber es ist eine Basis für unsere Arbeit, die ohne z.B. die Unterstützung des Staates und der Kirche durchaus schwieriger wäre.

Das ist "Funktionärsarbeit" und sollte auf diesen Personenkreis (Vorstände etc.) beschränkt bleiben. Ich schätze, dass schon jetzt 60 bis 70 % meiner Arbeit in der DPSG sich auf die finanzielle Absicherung unseres Verbandes bezieht. Dabei wäre mir ein gutes CI / CD bestimmt hilfreich ;-)

Gut Pfad

Achim Köhler

Diözesanvorsitzender Aachen

[» antworten...](#)

RE: RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Hallo Achim,

ich bleibe dabei zu bezweifeln, dass wir

1. eine schlechte CD/CI haben.
2. wir deshalb Mitteleinbußen hinnehmen müssen. (Ich sitze nah

genug bei meinem DV, um zu wissen, wie wir uns finanzieren)

3. es betriebswirtschaftlich Sinn macht, in ein CD zu investieren.

Ich finde eher:

1. Wir sollten uns CD-technisch auf einige Komponenten, die es jetzt schon gibt, einigen (Lilie, Banner, Weltbundabzeichen, HP-Design)

und daraus mehr entwickeln.

2. Unsere PR-Arbeit ist qua Quantität verbesserungsfähig, nicht nur über die Uneinheitlichkeit.

3. Ein CD ohne Vorlagen-CD-ROM ist Nonsens. Die zu erstellen, wäre jetzt schon möglich, und zwar fast ganz ohne AK.

Stefan T.

» antworten...

RE: RE: RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Lieber Stefan!

Mein Eindruck ist: Wir haben kein CD, sondern Einzelelemente, an denen immer mal wieder jemand nach gutdünkten rumdoktort (und da nehme ich mich in Bezug auf unsere Stammes- und Bezirksinternetseiten nicht heraus)! Und die CI soll ja aktuell durch update geklärt werden.


Zu deinen weiteren Punkten:

"1. Wir sollten uns CD-technisch auf einige Komponenten, die es jetzt schon gibt, einigen (Lilie, Banner, Weltbundabzeichen, HP-Design) und daraus mehr entwickeln."

heisst für mich: Wir entwickeln aus bestehenden Elementen ein CD. Das heisst für mich aber auch, dass wir uns nicht an allem, was es schon gibt festklammern.

"2. Unsere PR-Arbeit ist qua Quantität verbesserungsfähig, nicht nur über die Uneinheitlichkeit."

Meine volle Zustimmung!

 "3. Ein CD ohne Vorlagen-CD-ROM ist Nonsens. Die zu erstellen, wäre jetzt schon möglich, und zwar fast ganz ohne AK."

Auch hier Zustimmung! Es gibt sie aber bisher nicht, die Vorlagen-CD-ROM. Und irgendwer muss sie machen! Und wer entscheidet, was wie draufkommt, wenn es bisher kein CD gibt???

Mit Vorlagen aus dem Bundesamt habe ich bisher folgende Erfahrungen gemacht: Auf Anfrage schickte Silke mir einige gifs (Schriftzug DPSG, Lilie mit DPSG & "Deutsche Pfad...") und schrieb, ich sollte bedenken, dass die Lilie doch normalerweise "BLAU"(!!! - Welchen der paar Millionen Blautöne nehme ich denn da???) ist und schickte mir zu meinem Erstaunen sogar die DPSG-Schriftart zu, ("Memorandum" oder so ähnlich, auf jeden Fall was mit M vorne) die sonst doch wohl nur im Bundesamt benutzt wird, da ja sonst gar kein rankommen an die Schriftart ist.

Gut Pfad,
Oskar Kurz.

» antworten...

RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Hallo StefanT,
man kann ein CI/CD nicht auf "mehr oder weniger Beiträge" reduzieren!

Das Potential ist weit aus größer.

Mehr dazu z.B. unter "Gute Gestaltung hat Vorteile!" und "Optimierungswege/Werbekonzepte im Verband".

Deine Theorie für einen Jugendverband wie die DPSG sei ein CI/CD herausgeschmissenes Geld, kann so nicht stimmen. Oder wie erklärst du dir, dass andere Verbände, die im sozialen Bereich agieren, eine wesentlich klarere und einheitlichere Kommunikation haben? Z. B. das Rote Kreuz, VCP, BdP, Kolpingjugend, viele BDKJ-Diözesen (zumindest im Ansatz) u. ä.

Man kann auch nicht behaupten, dass unsere Mitgliederzahlen und die Höhe der Zuschüsse in den letzten Jahren auf einer steigenden Gerade verlaufen... - auch hier hat effektive und gute Kommunikation in der Öffentlichkeit eine große Bedeutung.

Es wurde außerdem nie die Forderung geäußert "viel Geld rauszuschmeißen". Es geht nur um die Vereinheitlichung von Kommunikation und Erscheinen (CD, CC, CB,...).

Was spricht denn aus deiner Sicht dagegen, eine feste Farbe für die Standard-Lilie zu wählen? - Man führe sich vor Augen, auf welchem einfachen Niveau man bei der DPSG schon Absprachen treffen kann/muss, weil sie noch nicht existieren...


Was spricht denn dagegen, eine Arbeitsgemeinschaft in der DPSG zu gründen, die sich Gedanken über diese Dinge macht?

~Tobias Jordans

[» antworten...](#)

RE: RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Hi Tobias,
ich hab folgendes zwar schon vorher mal gepostet, aber hier pasts auch ganz gut: Ich wäre eher für eine Vereinheitlichung auf vorhandenem Niveau, also Auswahl aus dem Bestehenden. Allein, so wie ich diese unsere Gremien kenne, wird das eher mühsam.

 Einen Vorteil hat ein CD, der mir fehlt: Aus einem CD kann man dann endlich mal die Arbeitshilfen ableiten, die für eine zügige Ö-Arbeit auf heutiger Technik möglich sind: Flyer, Prospekte, Plakate, HP-Vorlagen, Mail-Rahmen usw. Die könnten dann nämlich einfach elektronisch aus dem Bundesamt verteilt (nicht verkauft!) werden. Das würde mir helfen. Ich ahne nur, dass jetzt erstmal wo lange prinzipiell geredet wird, bis ich nicht mehr im Amt bin. Und das fände ich schade.
Stefan T.

[» antworten...](#)

RE: RE: RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Zusatz:

Die Theorien, die du mir hier unterstellst, habe ich nie geäußert.
Für CD / CI kann viel Geld reusgeschmissen werden (vgl. BMW).
Wir haben dieses wohl eher nicht.

Also ersetzen wir Geld wie immer durch Zeit, Manpower und
Diskussion.

Warum geht das mal nicht per Order de Mufti aus dem
Bundesamt? Z.B. über eine Veröffentlichung der Vorlagen?
Feste Farben, einheitliche Lilien, Rahmen - HPs, find ich klasse,
aber die gibts schon!

► Und du bist mir immer noch den Beweis schuldig, das das DRK
wegen dem CD besser läuft als wir!!!

Wie du insgesamt siehst, haben wir ein Thema gefunden, dass
uns beide mächtig umtreibt, in dem wir aber ziemlich nah
beieinander stehen.

Ich wünsche dir, dass diese Arbeit in der Uni gut gelaufen ist, ist
nämlich wirklich sehr gehaltvoll.

Und ich wünsche uns, dass dieses CD möglichst schnell
erfolgreich verabschiedet ist.

Stefan T.

» antworten...

► XX.XXX EUROS

Wo kommen denn z.B. die update, up2date, "orange inside" etc. Logos
her? Entweder hat die jemand für viel Geld oder mit viel Zeit gemacht. Und
das für Kommunikation inerh. des Verbandes.

► Weiso kann dann nicht jemand mit Zeit einen CD-Vorschlag machen? Weil
es der Verband nicht möchte? Weil zu viel über Bord gehen könnte?

Gut Pfad,
Oskar Kurz.

» antworten...

► RE: RE: Aktions-Logogestaltung

Noch ein Satz, der m.E. nach nicht stimmt: DPSG-Aktionen ohne Logo sind für
uns verloren. Auf jeder Aktion in der Öff. ist unser Banner irgendwo dabei!!!

Und außerdem: Es geht nicht nur um die Wrikung nach außen, sondern auch
nach innen. wenn ich mich in die Fußgängerzone stell und meine Kids eine
Umfrage machen lasse, oder ähnliches, dann will ich dabei vor allem bei den
Kindern Lernprozesse anstoßen. Und außerdem vergisst du hierbei die
persönliche Kontaktschiene, die angeworfen wird. Eltern wissen dadurch, was
wir machen und schicken ihre Kinder... wenn wir vor der Kirche stehen!!!

» antworten...

► RE: RE: RE: Aktions-Logogestaltung

"DPSG-Aktionen ohne Logo sind für uns verloren. Auf jeder Aktion in der
Öff. ist unser Banner irgendwo dabei!!!" -- Genau das meine ich ja. Oder ist
auf unserem Banner etwa kein Logo? Doch und an dieser Stelle ist es

zumindest 1x aufgetaucht. Gut. Doch besser ist, wenn es mehrmals auftaucht (wenn man z.B. die Kluft an hat und auf der noch das Logo zw. tausenden evtl. Button zu erkennen ist) etc.
Leider traucht es jedoch häufig gar nicht auf.

"Wirkung nach Innen" -> Sicher. Siehe dazu "Gute Gestaltung hat Vorteile!" Auch hier kann ein gutes Konzept gute Arbeit leisten!
Und was spricht dagegen, neben der internen (lern)Arbeit auch nach Außen gleichzeitig Öffentlichkeitsarbeit zu leisten? Die Vorbereitungszeit evtl. - aber wenn hier Konzepte erdacht wurden (CI,CD) kann man diese übernehmen...

~Tobias

» antworten...

Stufeneigene Gestaltung

Gedanken nach einem Gespräch mit Thomas Römer:

Stufen-Eigene Gestaltung (Logo, Schrift, Farbe) - auf der einen Seite eine Chance für den Verband nach innen seine Mitglieder (Kinder) zu binden (erleichtert die Identifikation mit der Stufe).

Auf der anderen Seite:

Schon jetzt gibt es in Deutschland viele verschiedene Logos, Farben etc., die mit Pfadfindern in Verbindung gebracht werden. Bzw. werden sollen, denn keiner der Verbände hat eine so starke Marke aufbauen können, dass das Wort 'Pfadfinder' mit ihm direkt(er) verknüpft würde.

Das ist auch nicht weiter verwunderlich, denn ohne ein einheitliches Auftreten geht jeder Verband, und innerhalb eines Verbandes jede Stufe, in der Werbeflut unter.

Die englischen Scouts (siehe "Konkurrenz"analyse) haben es da einfacher: Sie haben für jede Stufe ein eigenes Logo- und Farb-Konzept entwickelt. Sie sind aber auch nahezu die einzigen, die in England unter dem Namen "Pfadfinder" kommunizieren und können daher viel eher Sub-Brand (Untermarken - nämlich die Stufen) etablieren.

Es ist also abzuwägen: Wie kann man eine starke Identifikation der Stufen *intern* erreichen ohne dabei die (hoffentlich kommende) einheitliche Erscheinung *extern* zu "gefährden"?

Auf jeden Fall gilt: Für die Öffentlichkeit muss immer klar der Absender DPSG zu erkennen sein. Wie auch unter "Das Farbklima" geschrieben, darf bei externer Kommunikation das Stufen-Design nie das Verband-Design überwiegen. Sonst gehen beide unter!

~Tobias Jordans

Effektive Arbeitsteilung (Bund <> Stamm) -- der B.U.N.D. macht es vor

Pierre Deraëd, der bei up2date (up2vorstände, ÖA) als Referent dabei war, hat dort gesagt: "Wenn ihr an eurem Image (ÖA, CD etc) arbeiten wollt, müsst ihr euch mit vergleichbaren Organisationen - also solchen, die ähnliche Ausgangssituationen/Probleme wie die DPSG haben - vergleichen und dort 'abgucken'."

Der BUND ist meiner Meinung nach eine solche Organisation. Dort wurde kürzlich ein neues Schwerpunktthema verbandsweit beworben: Die Agrarwende.

An dieser Stelle möchte ich genauer beschreiben, wie das (aus meiner Sicht) im BUND abläuft und warum ich glaube, dass die DPSG das auch so machen könnte:

Es soll also ein neues Thema im Verband ins Bewusstsein gerückt werden. Mehr noch: Es soll von den BUND-Ortsgruppen (Stämme) aktiv behandelt werden (Aktionstage etc - Vergleichbar: Thema ÖA, Ökologie, LeiterInnenwerbung etc. in DPSG). Dazu verschickt der BUND eine 24-seitige Broschüre.

» Broschüre des BUND (PDF) angucken

(c) BUND (nur zum verbandsinternen Gebrauch im BUND/der DPSG)

Guckt mal rein, ich finde es interessant, wie das aufgebaut ist:

■ * Seite 4, Vorwort: Beschreibung der Problematik > darum muss BUND mithelfen > darum Bundes-Team Vorschläge und Service-*Angebote* entwickelt (Broschüre) und will damit *anregen* und *unterstützen*; weitere Infos: neuer BUND-Schwerpunkt und Zeitraum, Broschüreninhalt.

* Seite 5,7 Aktionslogo/Fotos. Die Broschüre versteht sich gleichzeitig als Art Handbuch und beschreibt entsprechend das eigene aber neue Logo mit einer Bildunterschrift. Ist auch richtig: Ist ja erstmal verbandsinterne Werbung und später (hoffentlich) Nachschlagewerk/Handbuch.

* Seite 6, Schwerpunktaktion im Detail. Hier folgt eine wichtige Feststellung: *"In den BUNDgruppen, Arbeitskreisen und Landesverbänden wird bereits auf sehr vielfältige Weise für die Agrarwende gearbeitet. (...) Kräfte besser bündeln und noch mehr erreichen. (...)"* Daher neues Vorgehen: Keine zentral organisierte Kampagne des Bundes sondern die Ortsgruppen von Seiten des Bundes unterstützen um deren Aktivität vor Ort zu steigern. -- Sehr sinnvoll!

* Seite 8 "Was wir erreichen wollen": Übersichtlich auf den Punkt gebracht. Kann direkt für Pressearbeit etc. übernommen werden.

* Seite 9 "Arbeit bündeln: Mehr erreichen": Im Detail, welche Projekte Ortsgruppen durchführen könnte. Ziel der Bundesebene: Viele Kleinprojekte sammeln und bekannt machen (z.B. per Internet) und weitere unterstützen.

* Seite 10,11: Die Bundesebene hat sich Gedanken über die Vermarktung/Präsentation des Schwerpunktthemas gemacht. Die Seite erklärt das im Detail und beschreibt die vorbereiteten Kommunikationsträger, die von den Ortsgruppen weiterverwendet werden können/sollen.

* Seite 12-15: Stellt weitere mögliche Projekte vor, die vom Bund für die Ortsgruppen vorbereitet wurden; beschreibt Details des Schwerpunktthemas (Wissensstand gleichsetzen).

* Seite 16-19: So unterstützt die Bundesebene: Internet, Projektbündelung, Farbdruk-Service(!) zur besseren und kostengünstigen Präsentation, Fotodatenbank (extra fürs Thema zusammengestellte/produzierte Fotos stehen zu Verfügung).

* Seite 20,22: Kontaktdaten für Rückfragen

* Seite 21 "Rückmeldebogen": Bis jetzt waren das alles Vorschläge der BUND-Bundesebene. Der Rückmeldebogen soll sondieren, welche Projekte die meiste Resonanz im Verband haben und entsprechend weiterentwickelt werden.

Warum ich das so ausführlich beschreibe?

Ich halte das Vorgehen in dieser Broschüre für richtungweisend (s. auch Texte oben "Optimierungswege..."):

Bundesebene unterstützt Ortsgruppen.

Dabei werden Kräfte geschont (nicht jede Gruppe muss sich eigene Gedanken machen), der BUND spricht eher mit einer Stimme, die Kommunikation wird professioneller (weil sie auf Bundesebene von Profis konzipiert und mit externer(?) Hilfe prof. gestaltet wird) und trotzdem nicht teurer (Bündelung). Innerhalb und außerhalb des Verbandes wird mehr über die vielfältigen Aktionen vor Ort bekannt (Bündelung, ÖA) und die Anzahl der Aktionen steigert sich (hoffentlich - man kann auf Vorbereitetes zurückgreifen).

Das bedeutet aber auch gleichzeitig, dass die Bundesebene sich zurücknehmen muss und nur noch im Hintergrund agiert. Das ist aber IMO der eigentliche Sinn dieser Ebene; die konkrete Arbeit findet in den Stämmen statt!

Was haltet ihr davon?

~Tobias

» antworten...

Studie bestätigt: Pressearbeit am besten...

...wenn man das Verhältnis "Wirksamkeit der Kommunikation" gegenüber dem "Ressourceneinsatz" betrachtet.

Mehr dazu: "Mit bestehendem Budget die Effektivität der Kommunikation verdoppeln - Mercer Benchmark-Studie zur Unternehmenskommunikation"

» Zur Pressemitteilung der Studie

"Besonders „günstige“ Kommunikationsbereiche wie PR, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gewinnen vor dem Hintergrund kleinerer Kommunikationsbudgets stark an Bedeutung."



» Charts zu der Studie als PDF angucken. Insb. Seite 14 bestätigt die Überschrift.

Meiner Meinung nach bestärkt das nur: Pressearbeit in der DPSG muss verstärkt und professionalisiert werden!

~Tobias

» antworten...

Barrierefrei bei DPSG-Websites?

Eine der vier Themensäulen der DPSG ist die Behindertenarbeit. "NIX BESONDERES" heißt das Motto und doch gibt es kaum eine DPSG-Seite, die behindertengerecht (barrierefrei) gestaltet ist.

Barrierefreiheit bedeutet: Webseiten nicht für einen bestimmten Browser zu erstellen und alle anderen auszusperrern sondern Internetseiten so offen anzulegen, dass sie auf jedem denkbaren Endgerät mit seiner jeweiligen speziellen Darstellungssoftware benutzbar ist.

Konkreter: Jeder Browser, egal ob Internet Explorer, Netscape oder..., egal ob er auf einem Desktopcomputer, Handy, PDA (Palm) oder sonstigen Endgerät läuft, egal ob er von einem Menschen mit oder ohne Behinderung bedient wird und egal ob er Bilder zeigt, nur Text zeigt oder Texte vorliest, sollten eine Seite bedienbar anzeigen.

Ja, das ist machbar. Jedenfalls, wenn man sich an Webstandards hält und das Medium Internet nicht als Broschüre sondern variables Text-Medium versteht.

Aktualisiert eure Homepages barrierefrei!

Mehr Infos zum Thema unter

<http://www.dpsg.de/fachbereiche/behindertenarbeit/index.php> oder <http://www.einfach-fuer-alle.de/>

Gut Pfad

~Tobias

» antworten...

Homepagegestaltung im Verband

Sehr erschreckend finde ich persönlich die Homepagegestaltung auf höchster Ebene: www.dpsg.de - wo wird hier dem Kinder- und Jugendverband DPSG Rechnung

getragen. (und wieso wird in der Bannerzeile "Deutsche Pfadfindersch..." nicht die momentan "offizielle" Überschriftenschriftart benutzt?)

- ▶ Besonders schlimm auch: www.dpsg-netzwerk-oe.de - die Internetseiten eines bundesweiten Zusammenschlusses von Öffentlichkeitsreferenten etc., die sich weder farblich, noch gestalterisch an irgendetwas orientieren, was es in der DPSG gibt. (na gut, bis auf Schriftart an einigen, ganz wenigen Stellen und vierfarb-Lilie)

» antworten...

▶ RE: Homepagegestaltung im Verband

Hallo!

Ich stimme dir völlig zu!

Es ist leider so, dass Kenntnisse auf dem ein (z.B. Homepageerstellung) oder anderen (z.B. Pressearbeit) Gebiet *nicht* bedeutet, dass man auch in Gestaltungsfragen die fit ist/"gute" Arbeit macht...(**)

Und das gilt natürlich auch für alle DPSGler, die in dem Gebiet der Pfadfinder-Jugendarbeit fit sind.

Darum ist es umso wichtiger, dass es einfache und feste Absprachen gibt, an denen man sich orientieren kann (Corporate-Design-Manual).

- ▶ Nur so können Laien (aber auch Fachpersonen) eine ordentlich(er)e Gestaltung abliefern.

Gut Pfad

~Tobias

*) Leider sieht die Kommentar-Funktion noch keine automatische Namensnennung vor. Trotzdem wäre toll, wenn du unter deine Beiträge, deinen Namen schreiben könntest - Danke. :)

**) Genauso wenig wie ein "reiner" Gestalter keine gute Homepage machen kann (die Technik fehlt).

» antworten...

▶ RE: RE: Homepagegestaltung im Verband

Hallo Tobias,

Zu:

**) Leider sieht die Kommentar-Funktion noch keine automatische

- ▶ Namensnennung vor. Trotzdem wäre toll, wenn du unter deine Beiträge, deinen Namen schreiben könntest - Danke. :):

Klar, hatte ich einfach übersehen, den bei diesem Beitrag nochmal drunterzuschreiben.

Gut Pfad, Oskar Kurz.

» antworten...

"Georgstag" (auch) als PR-Aktion

In einem der Trefle/Kim-Artikel (http://dpsgcd.wwwfiles.de/trefle-kim_97-04/pr7d.htm) wird sehr schön beschrieben, wie man durch Aktionstage Leiter und Mitglieder gewinnen kann.

Der Namenstag unseres Namensgebers Sankt Georg ist in unserem Bezirk Düren

immer Anlass einen "Georgstag" auszurichten.

Im Grunde eine ideale Gelegenheit PR-Arbeit zu machen...

Gerade entdecke ich eine super Internetseite wieder, die sich mit einem sehr ähnlichen Thema befasst:

<http://www.bdp-bawue.de/bund/pfadfindertag/>

Der Bund der Pfadfinderinnen und Pfadfinder (BdP), hat sein komplettes "Material zum Pfadfindertag" im Netz.

Das geht von Pressemitteilungen, über Grundkonzepte und Ziel-Definitionen (auch aus PR-Sicht) bis hin zum "Handbuch Pfadfindertag", das dort runtergeladen werden kann!
- Super!

Macht ihr evtl. auch solche Aktionen? Gibts da Berichte, Material, Fotos? -> bitte per Kommentar mitteilen! :-)

~Tobias

[» antworten...](#)

tréfle/kim 4/97 -- Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Das im Quellennachweis genannte Dokument aus der Zeitschrift "tréfle/kim 4/97" über "Werbung und Öffentlichkeitsarbeit" ist leider nicht mehr unter der alten URL auffindbar.

Es ist jedoch inhaltlich so gut, dass ich es gerne weiterhin zugänglich machen möchte:

http://dpsgcd.wwwfiles.de/trefle-kim_97-04/

~Tobias

[» antworten...](#)

Umsetzung auf den Ebenen und zeitliche Umsetzung...

Daniel Götz schrieb:

- > Wir sind grade auf Bezirks- und Diözesanebene dabei, Briefpapier, Flyer,
- > Homepage usw zu überarbeiten und ich würde das gerne als Denkanstoß
- > mit einbringen.

Tobias Jordans darauf(1):

Später einmal, wenn wir wirklich ein verabschiedetes Corporate Design haben sollten, wäre es wichtig, dass auch alle an der Umsetzung mitarbeiten.

Das hieße dann natürlich, dass nicht jeder sein eigenes Küchlein backen darf - zumindest nur im Rahmen von festgelegten Freiräumen.

Daniel Götz antwortet darauf:

Jepp, da bin ich auch sehr dafür nur weiß ich leider auch, wie lange sowas dauert.

Selbst wenn die Bundesleitung morgen sagen würde "Das ist jetzt ein Schwerpunkt für uns", dann werden erstmal ein Haufen Leute gefragt, (...) aber trotzdem etwas dazu zu

sagen haben, dann macht irgendjemand ein Konzept, das von der Bundesleitung über alles gelobt wird, nur jeder der das ansonsten sieht, denkt sich eher "Hilfe, was ist denn da passiert" Dieses Feedback kriegt die Bundesleitung aber erst zur nächsten Bundesversammlung von ein paar Diözesanvorständen, die dann in der BV das ganze Konzept kippen und bis dann mal was verabschiedet wird, dauert es noch ein Jahr....

So ungefähr laufen diese Dinge ja ab (Nami z.B. war seit 1997 im Gespräch...(...)).

Tobias Jordans schrieb außerdem(2):

Leider ist es ja derzeit so, dass nichts existiert. In so fern finde ich es schön, dass ihr eure Unterlagen optimiert...

Viel Erfolg!

Daniel Götz antwortet darauf:

(...über 4-Farb-Flyer der Diözese...)

Aber vom Prinzip her sollte das dann auch später so laufen, finde ich. Wir müssen es auch den Stämmen und Bezirken ermöglichen, die entsprechenden Briefpapiere, Flyer, ... für sich verwenden können, ohne entweder horrende Druckkosten oder alle 2 Wochen eine leere Tintenpatrone zu haben ;-)

(Auszüge aus einem eMail-Dialog mit Daniel)

~Tobias

[» antworten...](#)

RE: Umsetzung auf den Ebenen und zeitliche Umsetzung...

Tja... Ein wenig resignierend muss ich Daniel Götz da Recht geben. Selbst wenn die Diskussion um ein CI / CD nun "offiziell" angestossen würde, es dauert nach meiner Erfahrung Jahre (!) bis es zu einem Beschluss oder einer Vereinbarung käme. Daher werden wir in unserem Diözesanverband nun erst einmal für uns alleine (wie auch anderes DV es gemacht haben, z.B. Münster) aktiv. Ich rechne

damit, dass das "Aachener CD" lange genug gebraucht werden kann, bis es irgendwann, in nicht absehbarer Zeit vielleicht einmal ein CD für den gesamten Verband geben könnte... (Dann bin ich bestimmt schon lange nicht mehr im Amt...)

Gut Pfad

Achim Köhler

Diözesanvorsitzender Aachen

[» antworten...](#)

CD für einzelne DV u.ä.

Hallo Achim!

Ich kann etwas nachvollziehen, dass man im DV und auf anderen Ebenen versucht ist, dieses Thema selbst anzupacken...

Jedoch sehe ich einige Probleme die berücksichtigt werden sollten...:

* Vorweg: Der CD-AK wird nach meinen Infos nach up2date gebildet.

* CD = Corporate(Firmen) Design. Und die Firma ist bei uns DPSG. Der DV beispielsweise ist eine Abteilung oder so was.
IMO ist hier ein gewisser Widerspruch: Ein DV sollte und kann im Grunde kein unabhängig-eigenes CD haben...
Ein CD meint ja einen gesamtheitlichen Kommunikationsansatz der das Selbstbild (CI) des Verbandes nach außen Präsentieren soll. Alle Gestaltung und Kommunikation muss so entwickelt werden, dass sie dieses Selbstbild bildet, unterstützt und trägt.
Mit CD ist mehr gemeint als ein Logo und Briefkopf.
Diese Aspekte können aber nur vom Verband insgesamt bestimmt werden. Denn wenn wir als DPSG auftreten wollen (= unser Selbstbild präsentieren), müssen wir das auch einheitlich tun.
[Das heißt nicht, dass z.B. ein DV nicht eigene regionale Kommunikations-Schwerpunkte legt und legen muss: Möchte man einen DV nahezu aufbauen (neue Bundesländer), sollte man anders kommunizieren als dort, wo schon viel Struktur herrscht – jedoch ist die Gesamtgestaltung immer identisch weil auch der Verband identisch ist.]

* Qualität: Eine adäquate Form der Kommunikation (auch Gestaltung) zu finden, die das CI wirkungsvoll übermitteln ist anspruchsvoll. Ich glaube nicht, dass diese Aufgabe im DV allein gelöst werden kann.

* Ressourcen: Es ist IMO uneffektiv an vielen Stellen an der gleichen Sache zu arbeiten und überall Geld und Zeit zu investieren. Wenn der Verband an einem CD arbeitet, kommt man IMO schneller zu einem Ergebnis, wenn alle (die verstehen, worum es geht) daran mitwirken.
Würde ein DV einen eigenen CD-Entwicklungsprozess anstoßen, führte das automatisch zur Bindung von Ressourcen und der viel wichtigere Verbandsprozess würde leiden!

* Möglich: Absprachen treffen.
Das alles soll nicht heißen, das z.B. ein DV im Moment nix machen soll. Jedoch mit viel Feingefühl! Aus meiner Sicht ist und sollte für z.B. einen DV die CD-Problematik nur in Teilen zu lösen/lösbar (sein) (s. o.). (s. auch Basis-Kommentar) Ich könnte mir zum Beispiel vorstellen, dass auf einer Ebene Absprachen getroffen werden, die die rudimentäre/grundsätzliche Gestaltung betreffen (Farbfestlegung, Positionierung Logo, Formulierungen u. ä.). Feingefühl ist hier deswegen nötig, weil (s. o.) Ressourcen dabei nicht zu sehr in Anspruch genommen werden sollten, die Gefahr besteht, schlechtere Qualität zu erreichen sowie eine weitere Splitterung im Verband zu fördern...

* Umsetzungs-Kollisionen: Extrem ärgerlich fände ich es, wenn später ein CD/Kommunikationskonzept verabschiedet wird und einige Ebenen aufgrund eigener „viel besserer“ Entwürfe, nicht mitziehen...
Ich halte es daher für sehr sinnvoll zum einen von vorne herein (z.B. Vorwort von DV-Gestaltungsabsprachen) klar zu machen, dass Absprachen von untergeordneten Ebenen nie das gleiche sind, wie ein Gesamtverbands-Kommunikationskonzept (= CD, CC, ...). Das hat auch den guten Effekt, dass –

bis jetzt unbekannte – Worte aus diesem Themenbereich zwar bekannt aber nicht mit falschem Inhalt gefüllt würden (in einer Firma kann es keine 12 CDs geben...).

Zum anderen sollte bei Absprachen, die in heute getroffen werden schon an morgen (Verbands-CD) gedacht werden in dem man z.B. eine Regelung festschreibt, dass das DV-CD durch Einführung des Verbands-CD ersetzt wird.

~Tobias

[» antworten...](#)

Ich bin auch für ein einigermaßen einheitliches Auftreten. Vielleicht mit kleinen Freiheiten, damit sich jeder noch drin wiederfinden kann. Ich finde die Ideen hier super. Vorallem das an alle gedacht wurde. Als Grundlage zur Diskussion wirklich empfehlenswert.

Ich finde auch die Gestaltung hier schön und ansprechend. Vielleicht sollte man daran weiterarbeiten. Wobei ich schon wieder einige Leute aufstöhnen höre ("Schon wieder eine Kluftdiskussion?", "Wo ist unsere Lilie abgeblieben?", "orange und blau sind doch Stufenfarben"). Aber vielleicht sollte man am Anfang ohne Schere denken und mal ausprobieren.

Viele Grüße und Gut Pfad

Corrina

[» antworten...](#)

Hi Corinna,

Der Haken ist, dass uns das viel Geld kosten wird. Denk mal nur an die Briefbögen, die einzustampfen wären. Und hier steht auch m.E. nach der Schlüssel zum Erfolg: Auf ein einheitliches Design ist gepfiffen, wenn keiner da ist, der es umsetzt. Unsere originäre Ö-Arbeit ist die Präsenz in der Öffentlichkeit und die presse-Berichterstattung darüber. Das bringt Erfolg i.S. von Personal weil hier ein direkter Bezug zum Stamm hergestellt werden kann, in dem DPSG gelebt wird. Kinder oder Eltern, die unsere Werbekampagne z.B. gut finden, aber dann nicht wissen, wohin sie sich wenden sollen, bringen uns nix.

Wir sind nunmal ein teil der katholischen kirchlichen Verbandsjugend und da sollten wir werben. Schrotschußaktionen auf RTL sind vergeudete Beitragsgelder, die man sinnvollerweise besser in Leiterschulungen investieren sollte.

Stefan T.

[» antworten...](#)



Lieber Stefan.

Ja. Du hast recht. Das Problem liegt genau hier. Es wird schwierig sein ein CD im gesamten Verband zu etablieren. Dafür sind unsere Gliederungen einfach zu eigenständig (und das finde ich generell gut so). Aber vielleicht gelingt uns ein Teilerfolg?! Wenn sich 25 Diözesanverbände und der Bundesverband auf ein einheitliches Auftreten einigen, so wäre das in meinen Augen schon ein riesiger Schritt (auch das wird nicht einfach sein... ;-)

Briefbögen sind irgendwann mal alle. Dann können neue her mit einheitlichem Design. Es wird also klar keine Umsetzung per "Schalter umlegen" geben, sondern wie alles in unserem Verband seine Zeit dauern.

Trailer bei RTL halte ich auch für sinnlos. Öffentlichkeitsarbeit kann nur eine Kombination von der "Vermarktung" von Stammesaktionen und einer gezielten überregionalen Pressearbeit sein.

Für Leiterschulungen wiederum brauchen wir Geld, jawohl. Und um das zu sichern müssen wir uns an entsprechenden Stellen sinnvoll platzieren - das bestimmt nicht per Werbespot im Fernsehen (weiss eigentlich jemand was das dem Scout-Fund damals gebracht hat?)

Gut Pfad

Achim Köhler

Diözesanvorsitzender Aachen

[» antworten...](#)

Werbespots?

Hallo Achim!

"...bestimmt nicht per Werbespot im Fernsehen (weiss eigentlich jemand was das dem Scout-Fund damals gebracht hat?)"

Redest du über die Trailer der WOSM, die man sich über

<http://www.scout.org/lgs/tv.shtml> angucken kann?



Leider konnte ich keine Informationen darüber oder über ähnliche Projekte ausmachen... - weißt du mehr?

Gut Pfad

~Tobias

[» antworten...](#)

RE: Werbespots?

Lieber Tobias.

Das geht zwar a bissel von der CI / CD - Diskussion auf dieser HP weg:

Meine Kenntnis von den Werbespots auf der WOSM - HP ist:

Vor gut zwei, drei Jahren sind in Deutschland auf PRO 7 und KABEL 1 drei Werbespots des Scout-Fund gelaufen. Der Scout-Fund ist eine internationale Stiftung, deren Vorsitzender der schwedische König Karl-Gustav ist, die die Pfadfinderarbeit international fördert. Die DPSG ist im Scout-Fund über den Bundesvorstand vertreten.



Diese drei Werbespots sind heute auf der WOSM - HP (noch?) zu sehen.

Ich weiss weder, wieviel Geld das damals gekostet hat, noch mit welchem Ziel diese Spots gesendet worden sind. Die Spots an sich finde ich nicht schlecht, aber um mit Stefan T.s Worten zu sprechen: "Schrotschußaktion" - weil nicht nachhaltig und nicht klar, was das sollte.

Gut Pfad

Achim

[» antworten...](#)

RE: RE: Werbespots?

Das hab ich eigentlich gar nicht gemeint. Mir ging es eher um

redaktionelle Berichte über Großaktionen (KOSTENLOS), oder so was. Wir sind darauf unheimlich stolz, aber wenn bei so was keine Verbindung zu einer Pfarrei herstellt, oder wir nicht genug präsent sind, dass Interessenten dann auch wissen, wo sie hingehen sollen, dann ist das für die Katz.

Stefan

» antworten...

▶ (TV-)Berichte über DPSG Aktionen unnützig?

TV-/Radio-Bericht über tolle DPSG-Aktionen gehören IMO genauso zur Öffentlichkeitsarbeit und Image-Arbeit des Verbandes/Stammes, wie Zeitungsartikel und Kontakt-Pflege.

Natürlich ist das Medium und damit auch der Werbe-Effekt ein anderer. Solche Berichte streuen und schreien in die Bevölkerung 'guckt mal, die Pfadfinder, die DPSG, hat was tolles gemacht'. Wenn das allein schon mal hängen bleibt, ist das schon sehr wertvoll weil es das Gedankenbild 'Pfadfinder,DPSG' in den Köpfen einiger positiv auflädt/besetzt.

Jetzt ist es an der Sache des Stammes vor Ort, diese positive Grundstimmung auch zu nutzen und auf sich und die Kontaktpersonen aufmerksam zu machen.

▶ Diese Infos wären aber in einem TV-/Radio-Bericht im Normalfall fehl am Platze - nicht Medien-Gerecht.

Ein Radio-Sendung, wie der BdP sie über ihre Aktion Bahnhofs-Monopoly mit 1live gebracht hat, halte ich beispielsweise für super!

<http://www.bdp-lv-nrw.de/dagoberts-bilder/start.html>

(über einzelne Beiträge kann man sich sicher streiten, die sind optimierungsbedürftig ... :-))

Eigentlich genügt ein Blick in die kommerzielle Werbung um zu sehen, dass jede Form der Werbung auf ihre Art Sinn macht. Man muss sie nur richtig anwenden.

Und hier sind wir wieder am Punkt: Hilfestellung, Handbuch, CD-Handbuch, Workshops, etc.

-Tobias

» antworten...

▶ WOSM-Spots im deutschen Fernsehen

Soweit ich weiss, war das ganze damals kostenlos (soll heissen, die Sender haben für lau gesendet).

Gut Pfad, Oskar Kurz.

» antworten...

» **Werbekonzepte...**

Hallo Stefan!

Ich finde es interessant: Wir stimmen mit unseren Thesen über sinnvolle Werbemechanismen überein.

Nur die Schlußfolgerung, die wir jeweils daraus ziehen, scheint unterschiedlich. Meiner Meinung nach muss man - egal wo man auf einen DPSG Stamm trifft - direkt, auf den ersten Blick, erkennen können, dass er zur Familie der DPSG gehört. - Hierfür brauchen wir mehr (gestaltungs-)Absprachen als sie bisher

» bestehen!

"Gute Gestaltung hat Vorteile!"...

Natürlich ist die Umsetzung nicht ohne Hürden. Aber deswegen gleich nix machen zu wollen? - Das ist IMO nicht der richtige Weg...

Gut Pfad

~Tobias

[» antworten...](#)

» **RE: Werbekonzepte...**

Ich geh seit der ersten Mail von Silke über CD mit dem Gedanken schwanger, ob wir hier was NEUES brauchen. Und ich glaube eigentlich nicht.

Wir haben alles, was ein CD ausmacht: Logo, Schrift, Symbole. Wir setzen es nur nicht einheitlich um.

Wenn wir ein Unternehmen wären, würde die Chefetage ein verbindliches Rundschreiben an alle loslassen, dass nunmehr nur noch folgende Schrift, Logo, HP-Maske etc. zu verwenden sei. Basta.

Ich bin mir noch nicht ganz einig, wohin die Reise gehen soll: Stampfen wir **»** jetzt ein neues Design aus dem Boden, oder vereinheitlichen wir aus den alten Komponenten.

Wenn ersteres der Fall ist, sehe ich voraus, dass das genauso gar nicht umgesetzt wird, wie das Bestehende.

Vielleicht würde Letzteres einfach reichen.

Mein Problem ist, dass die Stämme und Bezirke viel ersinnen und erstellen, aber das zu wenig verwenden.

Und wir sind uns wohl einig, dass ein CD auf einer CD-ROM vertane Mühe ist. Genau das ist aber das Problem: Es wird ständig das Rad neu erfunden (neue HPs, neue Abzeichen, neue Stammeslogos, neue Bezirksflyer), ein- zweimal veröffentlicht und dann basta.

[» antworten...](#)

» **Corporate Design (CD) nötig?**

"Wir haben alles, was ein CD ausmacht: Logo, Schrift, Symbole. Wir setzen es nur nicht einheitlich um."

Nun, zum einen ist hier ein Widerspruch im Satz selbst.

Beliebigkeit und Corporate-Design passen nicht zusammen; haben tun wir also keins.

Und das, was "ein CD ausmacht", warum es geschaffen wird, ist in erster Linie diese Gesamtgestaltung die beim Betrachter ein Klima/Gefühl und eine Wiedererkennbarkeit auslöst.

In meiner Analyse beschreibe ich recht ausführlich, dass wir leider schon diese angesprochen Elemente, nicht haben. Bsp: Wir haben eine Logo-Form, kein Logo - da gehört mehr zu (Farbe, Text, Position, Umfeld, etc.)! Schrift und Symbol -> welche haben wir denn? Wahrnehmung (Wiedererkennbarkeit) braucht mehr, als nur ein "prinzipiell ist das unser Logo".

In einem Unternehmen würde kein einfaches Rundschreiben rausgehen, sondern ein Handbuch, das die Firma gegenüber anderen positioniert, das Image und eine Mission beschreibt (Mission Statement) und somit ganz klar macht: Diese Dinge setzen wir u. a. mit dem Corporate Design um (und der Corporate Communication, Corporate Behaviour, etc.).

In diesem Handbuch wird dann (auf Papier, CD-Rom und wahrscheinlich auch im Intranet) festgehalten, wie was zu laufen hat.

➤ Hier sind konkrete Hilfen, die man anwenden kann und Erklärungen, warum das sinnvoll ist...

Solche Handbücher sind zum Verständnis ungemein wichtig...

Meiner Meinung nach wäre es gut, die Facetten, die existieren zu sammeln, zu überprüfen und zu einer neuen (ähnlichen) Einheit zu formen. «Prüft alles und behaltet das Gute!» (1 Thess 5,21), heißt es auch an anderer Stelle ;-)

Die Realisierbarkeit (auch Akzeptanz) muss dabei natürlich berücksichtigt werden.

Darum sollte ein großer Teil eines Manuals erklärende und bewusstsein-schaffende Texte beinhalten. - So haben VCP und BdP das auch gemacht...

Für mich steht aber fest: Mehr als das *nichts*, das derzeit besteht, sollte es alle mal geben!

~Tobias

Corporate Communication oder: wie spricht die DPSG politisch korrekt?

Auch sprachliche Feinheiten könn(t)en mit in ein CD-/CC-Handbuch aufgenommen werden.

Der VCP hat das übrigens gemacht und heißt daher offiziell "Verband Christlicher Pfadfinderinnen und Pfadfinder".

Bei der FH Lübeck gibt's eine IMO gute Broschüre zum Thema "geschlechtsgerechte Formulierungen" und wie man sie 'schmerzfrei' einsetzt.



Vielleicht ein Link, der im Laufe der Manual-Erstellung noch gebraucht werden kann...

Neben diesem Thema gehört IMO in den Bereich CC auch Absprachen, wie man den Kürzel DPSG aufschlüsselt, wie Stämme sich nennen, wie das Wort "Pfadfinder" stärkere Bedeutung im Namen bekommt und dabei die "DPSG" nicht unter den Tisch fällt etc... (siehe auch 'Das Logo/Signet'...)

~Tobias

» [antworten...](#)

ScoutBase, England -- Brief zur Einführung ihres neuen CD

Die ScoutBase der englischen Scouts hat einen Brief online der die Einführung ihres neuen "Design Guide" begleitet hat und Erläuterungen gibt:



<http://www.scoutbase.org.uk/library/hqdocs/headline/010113aa.htm>

~Tobias

» [antworten...](#)

Wie weit kann man gehen? Wie kann man verändern?

Daniel Götz schrieb:

- > > Die Arbeit finde ich im Ganzen sehr interessant, auch wenn
- > > ich mich des öfteren dabei erwische, daß ich manche
- > > Sachen auch weiterhin so haben möchte, wie sie jetzt sind,
- > > aber um so wichtiger ist es, wenn es auch weitergehende Ansätze
- > > gibt, damit wir alle uns auch klar werden, wohin und
- > > wie weit wir gehen wollen.



Tobias Jordans darauf:

- > Eine Sache ist von zentraler Bedeutung bei meiner Arbeit: Es geht hier
- > nicht um visuelle Umsetzungsvorschläge! Wie das Logo aussieht ist total
- > egal und meins ich sicher keine Möglichkeit die realisierbar ist.
- > Aber: Wichtig ist, dass es einheitlich verwendet wird.
- > Wichtig ist, dass wir in der Öffentlichkeit die Marke Pfadfinder mit
- > Inhalt füllen - und das geht nun mal nur über eine gewisse
- > Art der Präsentation...

Daniel Götz antwortet:

jepp, so habe ich das auch verstanden, aber irgendjemand muß sich da eben mal rantrauen und auch mal was ganz anderes vorschlagen. Das Problem ist doch, daß in den meisten Köpfen momentan sowas drin ist wie: "Da gibt es das Logo, den Schriftzug, die Stufenfarben, und da drumrum wird jetzt ein CD gebastelt"

Es geht jetzt auch garnicht darum, ob die Jungpfadfinder jetzt in Zukunft wirklich violette Halstücher haben, sondern ich finde es wichtig, daß uns jemand zeigt, daß eine Vereinheitlichung unseres Auftretens nicht nur "ein Job für diese Ö-Arbeits-Fuzis" ist, sondern für den ganzen Verband von Interesse ist und diesen auch in ganz prinzipiellen Fragen betrifft. Nur solange Banner, Logo, Stufenfarben usw. von jedem als quasi gottgegeben angenommen werden, wird sich auch nichts verändern.

(Auszüge aus einem eMail-Dialog mit Daniel)

~Tobias

RdP

➤ RdP, der Ringverband, suchte wohl vor einiger Zeit ein Logo. Aber offenbar ist dabei nichts herausgekommen.

[» antworten...](#)

Super Arbeit aber 2 Haken

Obwohl ich vielen Punkten deiner Arbeit zustimme, und ich dir an dieser Stelle mal danken will, dass du dir Gedanken über unser Auftreten gemacht hast, stören mich 2 Dinge an deiner neuen Lilie: 1. die alten Symboliken (Kreuz, runde Form und die Dreiteilung unten in der Mitte (welche für die 3 wichtigen Punkte des Versprechens steht)) gehen leider verloren und ich halte diese für so wichtig, dass sie auch in unserem Logo erscheinen müssen, da sie ein Teil unserer Identität sind. 2. der Bezug zur Weltbundlilie scheint mir sehr schwer nachvollziehbar.

Gruß und Gut Pfad
Andreas

[» antworten...](#)

➤ RE: Super Arbeit aber 2 Haken

Hallo Andreas!

Danke für deine positive Rückmeldung!

Zu deinen Anmerkungen über meinen "Umsetzungsvorschlag neue Lilie" möchte ich auf das Vorwort verweisen <http://dpsgcd.wwwfiles.de/index.php?Artikel=Vorwort>.

➤ Kurz: Alle grafischen Ausarbeitungen sind kaum von Bedeutung und können/sollten/müssen über Bord geschmissen werden... Wichtig sind allein die Grundgedanken, die dahinter stecken - diese sollten beachtet werden, wenn in der DSPG ein mal ein Corporate Design entwickelt wird (und ich hoffe, dass es dazu kommt!).
:-)

~Tobias

[» antworten...](#)

➤ RE: RE: Super Arbeit aber 2 Haken

Ich auch!!!

➤ Übrigens ich unwissender habe leider nirgendwo die Def. für "Corporate Design" gefunden. Ich habe zwar eine grobe Idee, aber es wäre nett, wenn du irgendwo auf deiner Homepage mal erklären würdest was sich alles hinter dem Begriff versteckt. Wenn ich es übersehen haben sollte, dann entschuldige ich mich schon mal an dieser Stelle.

Gut Pfad
Andreas

[» antworten...](#)

➤ Was ist Corporate Design? (Links)

Hallo Andreas!

Ich glaube du hast recht: Den Artikel, der sich nur mit CD (Corporate

Design) und der Definition befasst, habe ich nicht online.
Ich glaube, das werde ich bald nachholen.

Bis dahin helfen vielleicht ein paar Links aus dem Web weiter:

- * <http://www.vorn.de/php/content/showthread.php?threadid=190> eine Erklärungsmöglichkeit
- * http://www.grafik-illustration.de/cdforum/wCorp01_1s.html "Definition und Erläuterung"
- * http://www.agenturtschi.ch/portfolio/corporate_design/pcmac.htm "Unter Corporate Design verstehen wir die Gesamtheit aller Wahrnehmungsdimensionen eines Unternehmens (...)"
- * http://www.deinflyer.de/Corporate_Design/lexikon_Corporate_Design.htm "Lexikon - Corporate Design"
- * <http://www.wdrdesign.de/> Der WDR beschreibt kurz, warum sie ein CD und ein CD-Manual (Link Manual) haben und damit auch, was es ist.
- * <http://www.uni-oldenburg.de/aktuell/cd/> dito

noch mehr Links evtl. über http://www.google.de/search?hl=de&ie=ISO-8859-1&q=%22was+ist+corporate+design%22&meta=lr%3Dlang_de

~Tobias

[» antworten...](#)

RE: Was ist Corporate Design? (Links)

Kurz und bündig erklärt es:


-  <http://www.rotary-switzerland.ch/rise/projekt/corporate-design-managementkonzept.htm#m>

[» antworten...](#)

Antworten: Was ist Corporate Design, Corporate Identity? (Text)

Zu Beginn des neuen Semesters hat mir [Frau Prof. Casse-Schlüter](#) (FH Aachen) ein Dokument zugemailt, dass auf einigen Seiten das Thema Corporate Design (CD) und Corporate Identity (CI) sehr schön und verständlich erklärt.

Für alle Interessierten, habe ich es online gestellt:

-  [» Corporate Design, Corporate Identity -- Erklarungstexte -- Prof. Casse-Schlueter.pdf](#) (PDF, 80 KB)

Mein Dank gilt Frau Casse, für die Erlaubnis.

~Tobias

[» antworten...](#)

Theorie und Praxis

Ich denke, daß in der Realität unser momentanes Logo nicht zur Diskussion steht. (für die Uni ist das natürlich was anderes)

Interessant sind die Anordnungen der Texte und Untertitel... Da gibts momentan auch keine Einheitliche Regel, wie man sich z.B. als Bezirk korrekt nennt und welchen Briefkopf usw. man hat.

Gruß
Daniel

[» antworten...](#)

RE: Theorie und Praxis

Hallo Daniel!

Ich stimme dir zu: Unser aktuelles Logo sollte nicht all zu stark verändert werden.

Und genauso stimme ich dir zu: Es sollte mehr Leitsätze geben, an denen man DPSG-Gestaltung ausrichten kann.
Keine Dogmen sondern Leitsätze mit definierten und wohl überlegten Freiräumen...

~Tobias

[» antworten...](#)

Ich finde die Idee, der umgestalteten Lilie zwar sehr gut und das was rauskommt, ist auch ganz schön, aber ich kann mir vorstellen, dass die Verwandtschaft zur Weltbundlilie nur schwer zu erkennen ist, wenn man jetzt nicht weiß, wie du dazu

kamst.
Ansonsten, schöne Arbeiten!

Tobias

[» antworten...](#)

Ich finde es echt spannend was hier geleistet wurde. Zum Logo möchte ich sagen, dass ich denke wir sollten bei der Lilienform bleiben. Auch wenn die Blume schön und modern ist, in meinen Augen. Aber die Lilie ist halt unser Zeichen, auch wenn man bedenkt, dass es weltweit bekannt ist.

Gruß Corrina

Claim zu allgemein? -- CD nicht oktroyieren

Daniel Götz schrieb:

- > Kleines Feedback: mit dem Claim habe ich ein bisschen meine
- > Probleme. Mir wäre das zu allgemein, da mir auch in diesem
- > Zusammenhang auch irgendwo die Abgrenzung zu anderen Verbänden
- > und die Themenvielfalt im Verband wichtig wäre. Ich habe aber
- > momentan auch keine treffendere Beschreibung, was genau
- > die DPSG ausmacht.

Tobias Jordans darauf:

Ja, der Claim ist sicher nicht ideal. Er ist auch sehr trocken...

Ich habe mal irgendwo gelesen "Pfadfinder - mehr als (nur) Abenteuer..."

Das fand ich auch sehr schön.

Aber auch hier bleibt der Grundgedanke bestehen: Ein Claim ist gut geeignet um einer Marke (einem abstrakten Wort, Kürzel) eine tiefere Inhaltsebene zu geben. Das sollte umgesetzt werden. Wie er dann später heißt, ist mehr oder minder egal...

Dieses "Inhalt-Füllen" funktioniert aber wieder nur, wenn nicht nur die Bundesleitung, oder nur ein Stamm den Claim verwendet, sondern in ganz D-Land jeder Pfadfinder ihn nutzt. Und dann muss er auch noch ähnlich positioniert sein, damit man ihn überhaupt als Claim und nicht als Überschrift oder so was identifiziert...

Was ich sagen will: Man braucht keine Angst vor diesen Vereinheitlichungen zu haben, sie machen Sinn!... (ohne zu wissen, ob ich mit dir jemand gegenüber habe, der vor solchen Vereinheitlichungen Angst hat... - viele haben das ja, siehe Dazu den Kommentar unter Selbstverständnis <http://dpsgcd.wwwfiles.de/index.php?SID=&Artikel=Selbstverständnis> :-)

Daniel Götz antwortet:

Angst habe ich deshalb keine, (...). Ich hätte nur gewisse Befürchtungen, wenn so ein Konzept von der Bundesebene kommentarlos übergestülpt wird. Das kann vielleicht ein großer Konzern machen, aber die DPSG hat es da aufgrund ihrer Strukturen ungemein schwerer. Wenn ich an die Kluft-Diskussion denke, dann wird das sicher ein sehr kontrovers diskutiertes Thema im Verband.

(Auszüge aus einem eMail-Dialog mit Daniel)

~Tobias

Farben ändern???

Hallo,

ich weiß ja nicht ob es im Interesse liegt ein altes Erscheinungsbild komplett über den Haufen zu schmeissen. Die Stufenfarben alle ändern, ist auch ein riesiger

- Kostenaufwand. Da wären wir doch wieder bei dem Thema, ob die Kluft rot, grün oder doch khaki farben sein soll. Jeder darf sich ein neues Halstuch und eine neues Stufenabzeichen kaufen. Das bringt wieder Geld in die kassen.

Steffi

[» antworten...](#)

➤ RE: Farben ändern???

Tag ,

ich glaube nicht, dass wir alle unseren alten Sachen rausschmeissen müssen, weil die Farben nicht mehr stimmen. Schlimmer fände ich, wenn die Wös aufeinmal lila

- wären und die Jupfis gelb usw.

Aber die Farben eventuell an ein neues Design anzugleichen, fände ich nicht so schlimm.

gruß Corrina

[» antworten...](#)

➤ RE: Farben ändern???

Hallo Steffi, hallo Corrina!

Gerade die Fragen Farbe und Kluft sind natürlich extrem heikel :-)

Wichtig sind auch hier wieder die Gedanken der hinter der Ausarbeitung steckt:

* Wir brauchen selbstverständlich eine (für alle Produktionsbereich) festgelegte Grund-Farbe für die DPSG (z. B. für die Lilie). Eine zweite Farbe für "Standard-DPSG" ist aus gestalterischer Sicht sehr hilfreich. Nur so kann 'Wiedererkennbarkeit' erreicht werden.

- * Zukünftige Farbgebung sollte einem Muster und keiner Beliebigkeit folgen. Blau ist nicht gleich Blau -- in vielen anderen Bereichen sind wir nicht so oberflächlich, warum hier? (Warum ist beispielsweise die Leiter-Lilie Gold-Gelb und das Tuch Grau? -> Ein(fach)heit wäre besser und verständlicher...)

* Die Stufen-Farben müssen - zusammen mit dem Standard-DPSG-Farbtone - eine harmonische und differenzierbare Farbpalette bilden. Nach Möglichkeit sollte die Farbsymbolik den Stufen gerecht werden.

Falls man sich einmal für etwas neues entschließen sollte, wird das natürlich nicht in einer Hau-Ruck-Aktion umgesetzt werden können. Eine Übergangsphase ist wichtig und auch unter Kosten-Gesichtspunkten wichtig...

In jedem Fall denke ich, sollte man sich nicht scheuen Dinge anzupacken, nur weil sie unbequem und "immerschon so waren"...

Viele Grüße & Gut Pfad

~Tobias

Und hier fehlt dann genau das, was am häufigsten nachgefragt wird, und wo wir immer schön auf uns allein gestellt sind...

Stefan T.




» antworten...

Hallo Stefan!

Sprichst du von "guten Fotos"?

Falls: das ist sicher ein großes Problem. Und leider bis jetzt und wahrscheinlich immer noch in Neuss wenig beachtet (irgendwo auch verständlich, kostet viel Zeit und damit Geld).

Vielleicht würden ja die unter "Optimierungswege/Werbekonzepte im Verband" angesprochenen

 Seminare da weiterhelfen...

Theoretisch könnte man ein gutes Fotoarchiv auch vermarkten. www.Plainpictures.de macht das z.B. mit Privatleuten...

Hast du Vorschläge, wie man dieses Problem lösen könnte?

Gut Pfad
~Tobias