



alle Fotos: Wolfgang Borrs

Karsten Ruschhaupt (am Mikrofon), Klaus Bremers (re.) und SoVD-Marketing-Verantwortlicher Dominik Mikoleizig präsentierten dem Plenum das neue Verbandslogo.

Modernes Logo lässt Ziele und Selbstverständnis des Verbandes besser spürbar werden

# SoVD mit neuem Erscheinungsbild

Der SoVD ist eine einflussreiche Stimme in der Politik und vertrauenswürdiger Ansprechpartner in der Beratung. Überall im Land geben Ehrenamtliche dem Einsatz des Verbandes für soziale Gerechtigkeit Gesicht und Stimme. Dies spiegelt sich nun auch in einem neuen Erscheinungsbild und Logo wider, das zeigt: „Wir sind die helfende Hand, die sozial Benachteiligte stützt und fördert.“ Dominik Mikoleizig, Marketing-Verantwortlicher im SoVD-Bundesverband, präsentierte das neue Erscheinungsbild gemeinsam mit Karsten Ruschhaupt (Geschäftsführer) und Klaus Bremers (Creative Director) von der mit Konzeption und Umsetzung beauftragten Agentur steeg.

Der Markenname oder das Logo sind in Unternehmen und Organisationen die Grundsteine, die eine starke Marke ausmachen. Nur mit einer solch stabilen Basis kann auch ein großer Verband wie der SoVD auf lange Sicht erfolgreich arbeiten.

Mit dem neuen Logo werden auf den ersten Blick Informationen vermittelt, die es erleichtern, den SoVD von vielen anderen Angeboten und Wettbewerbern zu unterscheiden. Aus dem Schirm im ehemaligen Logo wurde die engagierte Hand, die Hilfesuchende in schwierigen Situationen auffängt und oft dazu beiträgt, verloren gegangene menschliche Würde zurückzuerlangen.

Dominik Mikoleizig (SoVD), Karsten Ruschhaupt und Klaus Bremers (beide: Agentur steeg für Kommunikation und Design) präsentierten die Entstehungsgeschichte des neuen Verbandserscheinungsbildes – ausgehend von der Initiative des SoVD-



Dominik Mikoleizig (li. / SoVD) und Klaus Bremers (re. / steeg).

Landesverbandes Niedersachsen, auf breite Füße gestellt vom SoVD-Bundesverband und letztlich mitgetragen von allen SoVD-Landesverbänden.

In einem Filmbeitrag, der alle am Prozess beteiligten ehren- und hauptamtlichen Akteur\*innen zeigte, wurde die

Mitgliederbindung und die Entwicklung neuer Angebote.

Auch wenn die reine Betrachtung der Marke SoVD gerade auch in den eigenen Reihen Diskussionen hervorrief: Das neue Logo und das darauf aufbauende Erscheinungsbild sind als das neue Wahrzeichen des Verbandes nichts, was nach individuellen Vorlieben geändert werden sollte. Das Corporate Design unterliegt daher strengen Regeln und darf nur im Rahmen enger Vorgaben gestaltet und verwendet werden. Bei seiner Präsentation fand das neue Erscheinungsbild große Zustimmung.

Alle Infos über das neue Logo erhalten Sie in einer Sonderbeilage dieser Ausgabe. Hinterlegt sind unter [www.sovd.de](http://www.sovd.de) zudem weitere Informationen sowie das Video. Eine Orientierungshilfe sowie verbindliche Vorgaben für die Erstellung von Dokumenten und Druckerzeugnissen finden Sie unter [www.marke.sovd.de](http://www.marke.sovd.de). veo



Adolf Bauer: „Jeder kann dazu beitragen, die Marke zu stärken!“



Mappen mit dem neuen SoVD-Corporate-Design.



## Blickpunkt

In den letzten Jahren haben wir erlebt, dass durch Abweichungen vom geltenden Corporate Design in einzelnen Verbandsgliederungen die zentralen Markenzeichen verändert wurden. Was vielen eventuell dabei gar nicht bewusst war: Die Identifikation mit diesen ersten nach außen sichtbaren Kennzeichen ist essenziell für den Erfolg unseres gemeinsamen Tuns.

Mit externer Unterstützung haben wir uns deshalb intensiv mit dem erkennbaren Bedarf auseinandergesetzt. Ausgehend von der Wort-Bild-Marke haben wir das

bestehende Logo und die darauf aufbauenden Medien modernisiert. Es sind keine wesentlichen Änderungen – die vorgenommenen Verbesserungen schärfen jedoch unser Profil. Jetzt passen Engagement und Erscheinungsbild noch besser zusammen: prägnant, transparent und voller Menschlichkeit! Die neue und vor allem einheitliche Form unterstützt unsere Inhalte nun noch stimmiger und lässt unsere Haltung nach innen und außen spürbar werden.

Lassen Sie uns gemeinsam diesen Schritt nutzen, um mit frischem Schwung unsere Ziele zu

verfolgen! Alle im SoVD – haupt- und ehrenamtlich Aktive gleichermaßen – tragen durch ihr verantwortungsvolles Handeln zum Schutz dieses besonderen Zeichens und damit zur Stärkung unserer Arbeit bei. So können wir als das erscheinen, was wir sind: ein starker, zukunftsorientierter Verband, der die Schwächsten der Gesellschaft stützt, Gemeinschaft lebt und gerade durch Einheit stark ist. Unsere Marke ist ein Versprechen genau für diese Eigenschaften!

Adolf Bauer  
SoVD-Präsident



Steeg-Geschäftsführer Karsten Ruschhaupt (im Hintergrund re.) beantwortet Fragen aus dem Plenum. Die Agentur begleitete die Einführung des neuen Erscheinungsbildes durch alle Gliederungen.