

# Corporate Design Manual

# Inhalt

Vorwort	3	8. Printmedien	35
<b>1. Die Marke</b>	<b>4</b>	8.1 Anzeigen	36
<b>2. Das Logo</b>	<b>5</b>	8.1.1 Raster A4 hoch	37
2.1 Die Wort-Bild-Marke	6	8.1.2 Anwendungsbeispiel A4 hoch	38
2.1.1 Form	6	8.1.3 Raster A5 quer	39
2.1.2 Mindestabstand	6	8.1.4 Anwendungsbeispiel A5 quer	40
2.2 Die Wort-Bild-Marke plus Zusatz Bundesverband	7	8.2 Flyer	41
2.2.1 Form	7	8.2.1 Raster langDIN	42
2.2.2 Mindestabstand	7	8.2.2 Raster langDIN	43
2.3 Die Wort-Bild-Marke plus Zusatz Landesverband	8	8.2.3 Anwendungsbeispiel langDIN	44
2.3.1 Form	8	8.2.4 Anwendungsbeispiel langDIN	45
2.3.2 Mindestabstand	8	8.3 Plakat	46
2.4 Logoeinsatz	9	8.3.1 Raster	47
2.4.1 Richtiger Logo-Einsatz	9	8.3.2 Anwendungsbeispiel	48
2.4.2 Falscher Logo-Einsatz	9	8.4 Aufkleber	49
<b>3. Die Typografie</b>	<b>10</b>	8.4.1 Raster Aufkleber eckig Bundesverband	50
3.1 Helvetica für Drucksachen	11	8.4.2 Anwendungsbeispiel Aufkleber eckig Bundesverband	51
3.2 Arial für Digitale Medien	12	8.4.3 Raster Aufkleber eckig Landesverbände	52
<b>4. Die Farben</b>	<b>13</b>	8.4.4 Anwendungsbeispiel Aufkleber eckig Landesverbände	53
4.1 Primärfarben	14	8.4.5 Raster Aufkleber oval Bundesverband	54
4.1.1 Dunkelgrün	14	8.4.6 Anwendungsbeispiel Aufkleber oval Bundesverband	55
4.1.2 Schwarz	14	8.4.7 Raster Aufkleber oval Landesverbände	56
4.2 Sekundärfarben	15	8.4.8 Anwendungsbeispiel Aufkleber oval Landesverbände	57
4.2.1 Gelb	15	<b>9. Outdoor-Medien</b>	<b>58</b>
4.2.2 Braun	15	9.1 Fahnen	59
<b>5. Die Gestaltungselemente</b>	<b>16</b>	9.1.1 Raster Fahne Bundesverband	60
5.1 Silhouette	17	9.1.2 Anwendungsbeispiel Bundesverband	61
5.1.1 Silhouette positiv	17	9.1.3 Raster Fahne Landesverband	62
5.1.2 Silhouette negativ	17	9.1.4 Anwendungsbeispiel Landesverband	63
5.2 Gestrichelte Linie	18	9.2 Banner	64
5.2.1 Linie	18	9.2.1 Raster Banner Bundesverband	65
5.2.2 Linie mit Logo und Text	18	9.2.2 Anwendungsbeispiel Banner Bundesverband	66
5.2.3 Linie als Kasten	18	9.2.3 Raster Banner Landesverband	67
5.2.4 Linie als Störer	18	9.2.4 Anwendungsbeispiel Banner Landesverband	68
<b>6. Bilder</b>	<b>19</b>	9.2.5 Raster Banner mit Slogan Bundesverband	69
6.1 Bilder Bundesverband	20	9.2.6 Anwendungsbeispiel Banner mit Slogan Bundesverband	70
6.2 Bilder Landesverbände	21	9.2.7 Raster Banner mit Slogan Landesverband	71
<b>7. Geschäftsausstattung</b>	<b>22</b>	9.2.8 Anwendungsbeispiel Banner mit Slogan Landesverband	72
7.1 Briefbogen	23	<b>10. Internet</b>	<b>73</b>
7.1.1 Raster Briefbogen Bundesverband mit Silhouette	24	10.1 Web	74
7.1.2 Raster Briefbogen Bundesverband ohne Silhouette	25	10.2 Mobile	75
7.1.3 Anwendungsbeispiel Briefbogen Bundesverband	26	<b>11. Textilien</b>	<b>76</b>
7.1.4 Raster Briefbogen Landesverbände mit Silhouette	27	11.1 Beutel	77
7.1.5 Raster Briefbogen Landesverbände ohne Silhouette	28	11.1.1 VFD-Stofftasche Bundesverband	77
7.1.6 Anwendungsbeispiel Briefbogen Landesverbände	29	11.1.2 VFD-Stofftasche Landesverband	77
7.2 Visitenkarten	30	11.2 Cap	78
7.2.1 Raster Visitenkarte Bundesverband	31	11.2.2 Cap Logo groß	78
7.2.2 Anwendungsbeispiel Visitenkarte Bundesverband	32	11.2.3 Cap Logo klein	78
7.2.3 Raster Visitenkarte Landesverbände	33	11.3 T-Shirt	79
7.2.4 Anwendungsbeispiel Visitenkarte Landesverbände	34	11.4 Sweat-Shirt	80
		<b>12. Materialien</b>	<b>81</b>

## Vorwort

Die VFD ist das größte Netzwerk für Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland. Wir haben seit unserer Gründung im Jahr 1973 schon viel erreicht – und wir haben noch mehr vor.

Deshalb ist es wichtig, dass wir professionell auftreten. Der gesamte kommunikative und öffentliche Auftritt der VFD soll eine starke Einheit bilden – weil wir eine starke Vereinigung sind.

Grundlage unseres einheitlichen Erscheinungsbildes ist unser neues Corporate Design. Es soll uns allen den Umgang mit dem Logo, den Gestaltungsvorgaben und seinen vielseitigen Anwendungen erleichtern.

Unser gemeinsames Ziel ist es, einen klaren und wiedererkennbaren Auftritt der VFD bei unseren Mitgliedern, aber auch in der Öffentlichkeit zu schaffen. Denn nur, wenn es uns gelingt, unsere zahlreichen Aktivitäten und Gruppierungen unter einem einheitlichen optischen Dach darzustellen, können wir ein deutliches und merkfähiges Bild der VFD nach außen tragen. Und entsprechend einheitlich und stark in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden.

Uns allen ist eins vor Augen: Um einen hohen Wiedererkennungswert zu erzielen, darf der visuelle Auftritt nicht dem Zufall überlassen werden. Auch aus diesem Grund haben wir das vorliegende Manual zusammengestellt. Es bildet das grundlegende Nachschlagewerk für alle, die im Namen der VFD nach innen und außen kommunizieren bzw. auftreten.

Das neue Corporate Design zeigt an konkreten Beispielen verschiedene Einsatz- und Umsetzungsmöglichkeiten. Natürlich können nicht alle spezifischen Anwendungen aufgezeigt werden. Das vorliegende Manual bietet hier Orientierungshilfen, um einen einheitlichen Auftritt der VFD zu erreichen.

Alles, was hier dargestellt wird, steht unseren Mitgliedern auch in unterschiedlichen Dateiformaten zum Download zur Verfügung, denn wir wollen es allen möglichst einfach machen, das neue Erscheinungsbild anzuwenden.

Sollte es dennoch Fragen oder Anregungen geben, ist unsere Geschäftsstelle der richtige Ansprechpartner.

# 1. Die Marke

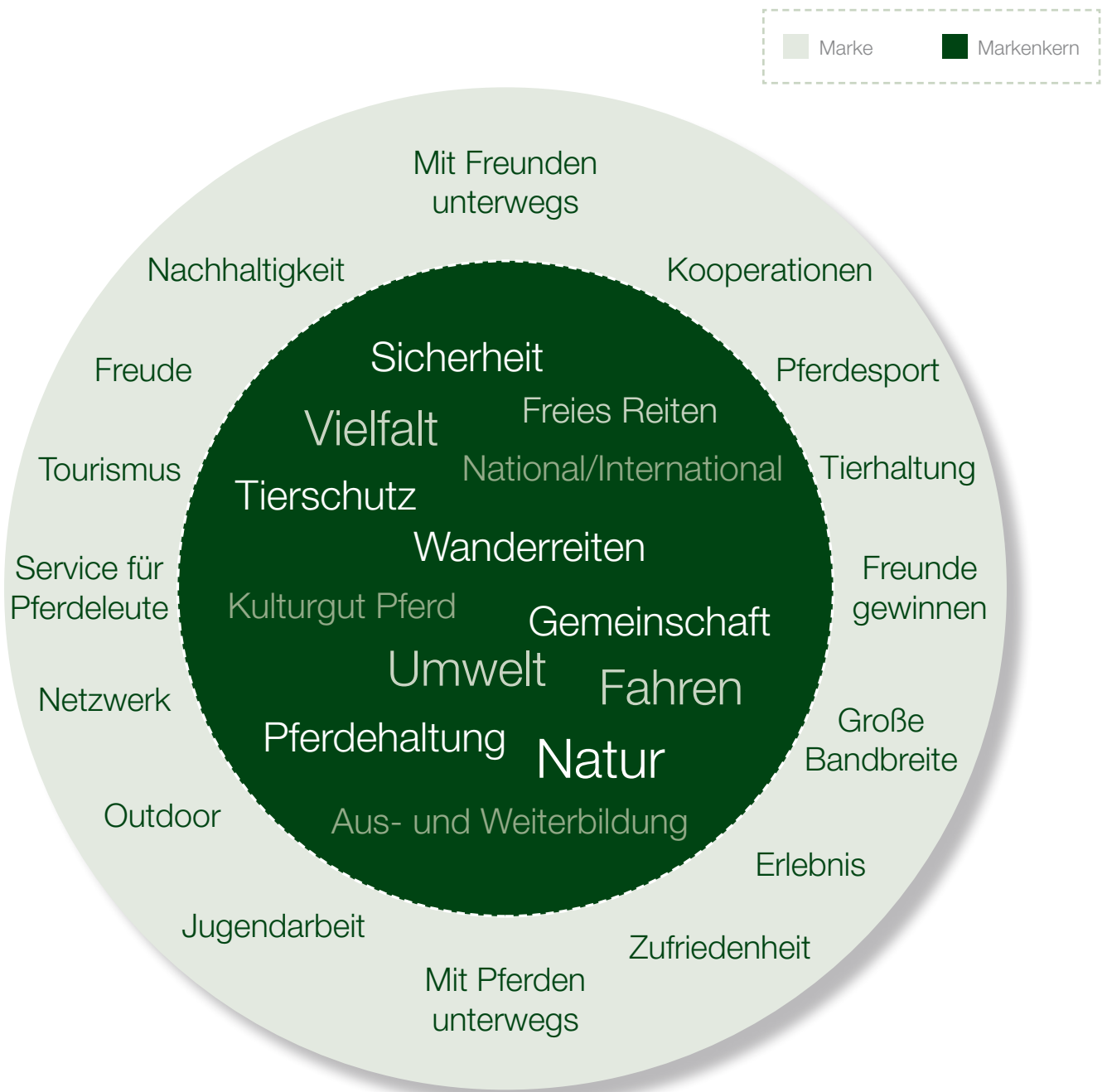
Unsere Welt wird immer komplexer. In einer komplexen Umgebung bietet eine Marke den Menschen viele Vorteile: Sie ist leicht wiederzuerkennen und kann so Missverständnissen vorbeugen, Vertrauen schaffen und sogar Nachfrage aufbauen. Viele Unternehmen, aber auch Institutionen und andere Verbände machen es uns vor: Eine vernünftig geführte Marke hat viele Vorteile.

Wir wollen die VFD also zu einer starken Marke aufbauen. Dafür haben wir zunächst in einem Workshop gemeinsam definiert, wofür die „Marke VFD“ steht, was sie ausmacht. Im Markenkern stehen die

Themen, mit denen wir uns besonders identifizieren, im äußeren Bereich haben wir die Begriffe aufgeführt, die ebenfalls noch zu unserer Marke VFD gehören, die aber nicht Teil des inneren Markenkerns sind.

Wichtig ist, dass wir unsere Marke einheitlich kommunizieren. Dazu gehört, dass wir diese Inhalte in eine einheitliche Form bringen. Zu den wichtigsten Markenkriterien gehören Name, Logo, Farbe und Schrift. Auf den folgenden Seiten haben wir hierfür Regeln aufgestellt.

## Eine starke Gemeinschaft



## 2. Das Logo

Ein gutes Logo muss prägnant und wiedererkennbar sein und als Identifikationsmerkmal für das jeweilige Unternehmen, die Institutionen oder den Verband stehen.

Handelt es sich wie im Falle unseres Logos um eine Kombination aus Bild- und Schriftzeichen, so spricht man von einer Wort-Bild-Marke.

Ein Logo muss in allen Einsatzbereichen durchweg gut erkennbar sein.

## 2.1 Die Wort-Bild Marke

Das Logo ist als visuelles Zeichen das wichtigste Gestaltungselement einer Marke. Daher ist es besonders wichtig, dass wir unser Logo einheitlich verwenden.

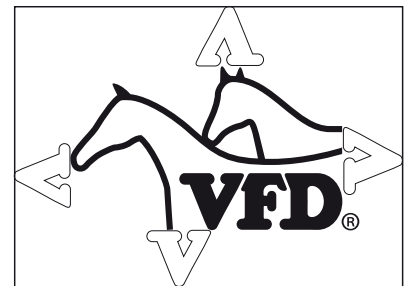
### 2.1.1 Form

Das VFD-Logo besteht aus der Silhouette von zwei Pferden und dem Schriftzug VFD mit kleinem Registrada-Zeichen. Es darf nur in dieser Form verwendet werden; es sollte auf keinen Fall verändert oder verzerrt werden. Nur dann haben wir die Sicherheit, dass es stets wiedererkannt wird!



### 2.1.2 Mindestabstand

Der Mindestabstand definiert den Raum, in dem kein anderes grafisches Element neben dem Logo erscheinen darf; dazu gehören auch Schriften. Der Mindestabstand stellt sicher, dass das Logo gut zu erkennen ist und nicht verfälscht dargestellt wird. Der Mindestabstand beträgt rund um das VFD-Logo jeweils die Höhe des „V“ aus dem Schriftzug.



## 2.2 Die Wort-Bild-Marke plus Zusatz Bundesverband

Um Interessenten sowie potenziellen und bestehenden Verbandsmitgliedern den Absender eindeutig kenntlich zu machen, kann das Logo mit dem bundesverbandlichen Zusatz verwendet werden.

### 2.2.1 Form

Nicht jeder weiß direkt, wofür die Abkürzung „VFD“ steht. Um dies in der Kommunikation zu vereinfachen, steht das Logo auch mit der linksbündig angeordneten Langform des Namens „Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e.V.“ zur Verfügung. Diese Logoverversion wird vor allem in Printmedien eingesetzt.



### 2.2.2 Mindestabstand

Beim Logo plus Namen wird die Mindestabstandsregel in modifizierter Form angewendet: Der ausgeschriebene Name wird als Logoelement mit eingeschlossen. Das bedeutet: Der Mindestabstand beträgt rund um das VFD-Logo sowie die Langform des Namens jeweils die Höhe des „V“ aus dem Schriftzug.



## 2.3 Die Wort-Bild-Marke plus Zusatz Landesverband

Um Interessenten sowie potenziellen und bestehenden Verbandsmitgliedern den Absender eindeutig kenntlich zu machen, kann das Logo mit dem landesverbandlichen Zusatz verwendet werden.

### 2.3.1 Form

Nicht jeder weiß direkt, wofür die Abkürzung „VFD“ steht. Darüber hinaus ist es für die Kommunikation der Landesverbände wichtig, dass diese als Absender eindeutig zu erkennen sind. Um dies in der Kommunikation zu vereinfachen, gibt es das Logo auch mit der Langform des Namens „Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e.V.“ sowie dem jeweiligen Landeszusatz. Diese Logoversion wird vor allem in Printmedien eingesetzt.

### 2.3.2 Mindestabstand

Beim Logo plus Namen wird die Mindestabstandsregel in modifizierter Form angewendet: Der ausgeschriebene Name wird als Logoelement mit eingeschlossen. Das bedeutet: Der Mindestabstand beträgt rund um das VFD-Logo sowie die Langform des Namens jeweils die Höhe des „V“ aus dem Schriftzug.





## 2.4 Logoeinsatz

Grundsätzlich sollte das VFD-Logo in Schwarz oder Dunkelgrün auf hellem Hintergrund abgebildet werden, da dies eine sehr gute Erkennbarkeit garantiert – und die ist sehr wichtig.

### 2.4.1 Richtiger Logo-Einsatz

Sehr gut wirkt das Logo auf einfarbigem Hintergrund, der z.B. weiß, hellgelb oder hellgrau ist. In Einzelfällen kann das Logo auch in Bildern stehen, allerdings nur, wenn der Hintergrund hell genug und nicht zu unruhig ist.

Auf dunkelgrünen oder dunklen Hintergründen kommt die Negativ-Variante zum Einsatz. Das bedeutet, dass das Logo in Weiß abgebildet wird. So ist die Erkennbarkeit auch auf weitere Entfernungen eindeutig hergestellt.



Im Einzelfall auch im Bild möglich.

### 2.4.2 Falscher Logo-Einsatz

Das schwarze oder dunkelgrüne Logo darf nicht auf dunklen oder zu unruhigen Hintergründen eingesetzt werden. Bei einem Schwarzanteil von mehr als 70% ist das Logo besonders von Weitem nur noch sehr schwer zu erkennen. Da die Erkennbarkeit jedoch wichtig ist, sollten diese Fälle vermieden werden.



### 3. Die Typografie

Typografie dient der Verdeutlichung von Inhalt, Zweck und Anmutung. Texte sollen durch die passende Typografie visuell unterstützt werden, wobei eine optimale Lesbarkeit immer an erster Stelle steht.

**Die Schrift kann mehrere Aspekte unterstützen:**

1. Sie fördert die Lesbarkeit und somit die Informationsaufnahme von Inhalten der VFD
2. Sie ruft Assoziationen hervor, die die Marke VFD stützen und der Positionierung zuträglich sind
3. Sie grenzt die VFD durch Eigenständigkeit von anderen Verbänden ab

## 3.1 Helvetica für Drucksachen

Die Schrift der VFD für „offizielle Drucksachen“ ist die klassische Sans-Serifen-Schrift Helvetica. Die Helvetica-Schriftfamilie zeichnet sich durch ein modernes, lesefreundliches Schriftbild und eine schnelle Erfassbarkeit aus.

In sämtlichen Druckerzeugnissen wie Plakaten, Anzeigen, Broschüren etc. kann die Helvetica in den nebenstehenden Schriftschnitten verwendet werden.

Für Überschriften + Fließtext: Helvetica Light  
a b c d e f g h i j k l m n N O P Q R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % ? ( / ) ? !

Für Anleser + Hervorhebungen: Helvetica Roman  
a b c d e f g h i j k l m n N O P Q R S T U V W X Y Z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % ? ( / ) ? !

## 3.2 Arial für Digitale Medien

Für den Internetgebrauch und bei Powerpoint kommt die gängige Sans-Serifen-Schrift Arial zum Einsatz. Diese klassische PC-Schrift ist bei den meisten Internetbrowsern, z.B. im Internet Explorer, unter den Internet Explorer-Optionen unter Sprache/Schriftarten als Sans-Serifen-Schrift bereits voreingestellt und ähnelt der Helvetica von allen PC-Schriften am meisten. Die Arial wird in den beiden angegebenen Schriftschnitten eingesetzt.

**Für Überschriften + Fließtext: Arial**

a b c d e f g h i j k l m n N O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5  
6 7 8 9 0 % ? ( / ) ? !

**Für Anleser + Hervorhebungen: Arial Bold**

**a b c d e f g h i j k l m n N O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4  
5 6 7 8 9 0 % ? ( / ) ? !**

## 4. Die Farben

Farben sind wesentlicher Bestandteil einer visuellen Identität. Farben können aus subjektiv-ästhetischen Gründen gewählt werden oder eine Identifikations-, Differenzierungs- oder Aktivierungsfunktion übernehmen.

Die Farbe, die primär Anwendung findet, bezeichnet man als Primärfarbe. In den meisten Fällen werden als Primärfarben die bewährten Hauptfarben Rot, Blau, Grün oder Gelb eingesetzt.

Sekundärfarben sind Ergänzungen zu den Primärfarben und sollten eingesetzt werden, wenn es gilt, spezielle Themen zu kommunizieren oder optisch hervorzuheben.

## 4.1 Primärfarben

In unserem Markenkern ist es klar definiert: Die VFD steht für Themen wie Natur, Umwelt, Tierschutz, Wanderreiten und -fahren.

### 4.1.1 Dunkelgrün

Da die Primärfarbe zum Markenkern passen muss, lag es auf der Hand, dass sich der AK Marketing für ein dunkles „Naturgrün“ als wichtigste Farbe entschieden hat. Grün als „Farbe des Lebens“ steht wie keine andere für Natur, Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Hoffnung, Gesundheit, Lebensfreude, aber auch für Sicherheit und Realismus. Grün bezeichnet als Signalfarbe das Normale, Unproblematische, Positive oder Ordnungsgemäße. Aus all diesen Gründen passt Grün auch inhaltlich sehr gut zur VFD. Der ausgewählte Farbton lässt sich sowohl als Pantoneton als auch in der 4c-Umsetzung drucken. Im Internet kommt die entsprechende RGB-Umsetzung zum Einsatz, auf Schildern und Folien der RAL-Ton. Mögliche Abstufungen sind 85 %, 40 %, 20 % und 15 %.

#### Anwendungsbeispiele:

Headline = 100 %  
 Topline = 40 %  
 Einleitungstext = 100 %  
 Silhouette (auf 100 % Grün) = 85 %  
 Silhouette (auf Weiß) = 15 %  
 Linie = 20 %

	Sonderfarbe		Pan. 350		
	CMYK	79 0 100 75			
	RGB	0 68 19			
	RAL	6035			
100 %	85 %	60 %	40 %	20 %	15 %

### 4.1.2 Schwarz

Schwarz gehört ebenfalls zu den Primärfarben. Es kommt in den Abstufungen 85 %, 60 %, 40 %, 20 % und 15 % zum Einsatz.

#### Anwendungsbeispiele:

Fließtext = 60 %

wenn Dokumente nur in S/W erstellt werden:

Topline = 40 %  
 Einleitungstext = 100 %  
 Silhouette (auf 100 % Grün) = 85 %  
 Silhouette (auf Weiß) = 15 %  
 Linie = 20 %

	Sonderfarbe		Schwarz		
	CMYK	0 0 0 100			
	RGB	0 0 0			
	RAL	9005			
100 %	85 %	60 %	40 %	20 %	15 %

## 4.2 Sekundärfarben

Sekundärfarben sind Ergänzungen zu den Primärfarben und sollten eingesetzt werden, wenn es gilt, spezielle Themen zu kommunizieren oder optisch hervorzuheben.

### 4.2.1 Gelb

Die erste Sekundärfarbe der VFD ist ein helles Gelb. Gelb steht für Sonne, Optimismus, Vergnügen und für das Licht – auch dies passt sehr gut zur VFD. Es kommt in den Abstufungen 85 %, 60 %, 40 %, und 20 % zum Einsatz.

Vorsicht: Bitte beachten, dass die Farbe Gelb im Einsatz nicht ganz unproblematisch ist. Sie lässt sich z.B. nicht gut kopieren oder faxen.

Von 20% zu 15% kaum Unterschied,  
außerdem 15% ziemlich hell...

					Sonderfarbe	Pan. 603
					CMYK	0 0 70 0
					RGB	255 241 101
					RAL	1016
100 %	85 %	60 %	40 %	20 %		

### 4.2.2 Braun

Als zweite Sekundärfarbe kommt ein warmes Braun zum Einsatz. Braun ist die Farbe der Erde und des Holzes. Sie steht für Gemütlichkeit, Geborgenheit und Stabilität und ist daher für die VFD inhaltlich gut geeignet. Die Farbe Braun kommt in den Abstufungen 85 %, 60 %, 40 %, 20 % und 10 % zum Einsatz. In den Abstufungen 20 % und 10 % wirkt die Farbe wie ein warmer Beigeton.

						Sonderfarbe	Pan. 462
						CMYK	50 58 100 45
						RGB	97 74 24
						RAL	8014
100 %	85 %	60 %	40 %	20 %	10 %		

## 5. Die Gestaltungselemente

Einheitlich und konsequent eingesetzte Gestaltungselemente dienen zum einen dem Markenaufbau, zum anderen unterstützen sie ganz wesentlich die Wiedererkennbarkeit der VFD.



## 5.1 Silhouette

Die Silhouette ist ein gezielt einzusetzendes Stilelement, das aus dem Logo generiert wird. Ausschließlich als Stilelement darf die Silhouette ohne den Zusatz „VFD“ angewendet werden.

### 5.1.1 Silhouette positiv

Die Silhouette als Gestaltungselement im Hintergrund ist im Verhältnis zum Logo um 400% vergrößert. Der Farbton der Silhouette ist eine 15-prozentige Aufrasterung aus dem Dunkelgrün.



### 5.1.2 Silhouette negativ

Die Silhouette als Gestaltungselement im Hintergrund ist im Verhältnis zum Logo um 400% vergrößert. Der Farbton der Silhouette ist eine 85-prozentige Aufrasterung aus dem Dunkelgrün.



## 5.2 Gestrichelte Linie

Die gestrichelte Linie eignet sich als Gestaltungselement ganz besonders, um Hervorhebungen oder Abgrenzungen kenntlich zu machen. In dieser Form ist sie auch die Ausnahme, die (aus Platzgewinnungsgründen) die V-Regel bei der Verwendung des Logos in Briefbögen bzw. Visitenkarten aufhebt. (Anwendungsregel siehe 5.2.2)

### 5.2.1 Linie

Als Gestaltungselement wird eine elegante, leichte (gestrichelte) Linie verwendet. Die Linien-Stärke ist 1 pt. (Länge und Abstand der einzelnen Striche betragen 2,5pt.)

### 5.2.2 Linie mit Logo und Text

Der Abstand zwischen Logo, Linie und Fließtext ergibt sich wie folgt: Der Fließtext wird mit genau einer Leerzeile unter das Logo gesetzt. Die gestrichelte Linie wird exakt in der Mitte der Leerzeile platziert.



Is eaquas ape porrovidis pro blam quam quaes ipidest, volorep erumqui adis dunt pro ventistiis mintonum ipienih iliqui sitioosus aspjetusapid quo.

### 5.2.3 Linie als Kasten

Die (gestrichelte) Linie kann auch in Kastenform verwendet werden. Der Hintergrund des Kastens kann farbig sein, um z.B. bestimmte Bilder oder Textabschnitte besonders hervorzuheben.



Is eaquas ape porrovidis pro blam quam quaes ipidest, volorep erumqui adis dunt pro ventistiis mintonum ipienih iliqui sitioosus aspjetusapid qui dem intiore etum repediamet



Is eaquas ape porrovidis pro blam quam quaes ipidest, volorep erumqui adis dunt pro ventistiis mintonum ipienih iliqui sitioosus aspjetusapid qui dem intiore etum repediamet

### 5.2.4 Linie als Störer

Ein weiteres Gestaltungselement, um kurze Informationen hervorzuheben, ist der so genannte „Störer“. Der Text ist hier in gestrichelte Klammern gesetzt und um 5 Grad gegen den Uhrzeigersinn gedreht. Die Linien-Stärke ist beim „Störer“ 3 pt. Die Länge der einzelnen Striche ist 6 pt, und der Abstand zwischen den Strichen beträgt 3 pt.

Aque comnihi  
tibusape

## 6. Bilder

Bilder tragen natürlich ganz wesentlich zur Wiedererkennung einer Marke bei. Im Falle der VFD ist der gezielte Einsatz „richtiger“ Bilder umso wichtiger, da hier mehrere Kriterien angewendet werden müssen. Zum einen sollen die Bilder sympathisch wirken und gute Stimmung für die VFD machen. Zum anderen sollte das Dargestellte unbedingt den Richtlinien der VFD entsprechen.

## 6.1 Bilder Bundesverband

Wichtig ist, dass auch die von der VFD eingesetzten Bilder die Marke und den Markenkern unterstützen.

Alle Bilder, die vom Bundesverband offiziell eingesetzt werden, entsprechen den VFD-Standards in Bezug auf Sicherheit, Umweltschutz, Tierschutz.

### Reiter:

- Reithelm oder stoßfester Reithut (Westernhut mit Schale) auf jeden Fall bei Reiterinnen und Reitern unter 18 Jahren
- Festes Schuhwerk, mindestens knöchelhoch
- Hilfsmittel (Sporen, Gerte) tierschutzgemäß
- Bei Longe-/Bodenarbeit immer mit Handschuhen
- Kleidung gemäß Disziplin

### Fahrer:

- Fahrer mit Kopfbedeckung/Handschuhen
- Bei Ausbildungsfotos (Fahren) mit Sicherheitsweste
- Immer mit Beifahrer
- Beim Abbiegen mit Kelle

### Pferde:

- Gesundheitszustand, Ausrüstung (Sattel, Geschirr, Zäumung ...), Beschlag nach Tierschutzrecht
- Erscheinungsbild ebenfalls dem Tierschutzrecht entsprechend, z.B. keine kupierten Schweife oder rasierten Tasthaare

### Generell:

- Keine Bilder mit grober Einwirkung des Reiters/Fahrers
- Keine Strafen auf Bildern
- Keine Zügel, Stricke, die durchhängen und/oder am Boden schleifen
- Keine Lektionen, die nicht mit dem Tierschutz konform gehen
- Keine verletzten Pferde oder stürzenden Reiter/Pferde, wenn nicht Leitthema
- Keine Kostümierungen der Pferde (Osterhase, Weihnachtsmann, ...)
- Keine Bilder, auf denen falsche oder gefährliche Situationen/Haltungenformen abgebildet sind (z.B. Pferde auf Stacheldrahtweide)



## 6.2 Bilder Landesverbände

Es ist wünschenswert, dass die von den Unterverbänden oder Stammtischen in der Kommunikation genutzten Bilder ebenfalls den VFD-Standards entsprechen.

Aus Gründen der Praktikabilität sind Ausnahmen aber zugelassen. Wichtig ist nur, dass keine Bilder verwendet werden, die den Standards komplett zuwiderlaufen. Bitte immer daran denken, dass die VFD glaubwürdig bleibt.



Kinder nie ohne Kappe aufs Pferd!

## 7. Geschäftsausstattung

Allen Druckstücken der Geschäftsausstattung liegt ein gemeinsames Gestaltungsraster zugrunde, dessen Aufteilung maßgebend ist für die Anordnung der Gestaltungselemente und -inhalte.

Das Gestaltungsraster gewährleistet die einheitliche Realisierung der Geschäftsausstattung und garantiert so eine hohe Wiedererkennbarkeit.

## 7.1 Briefbogen

Der Briefbogen ist ein wesentliches Element der offiziellen Kommunikation der VFD. Daher ist ein einheitlicher Einsatz – unabhängig, ob er gedruckt oder digital verwendet wird – unbedingt erforderlich.

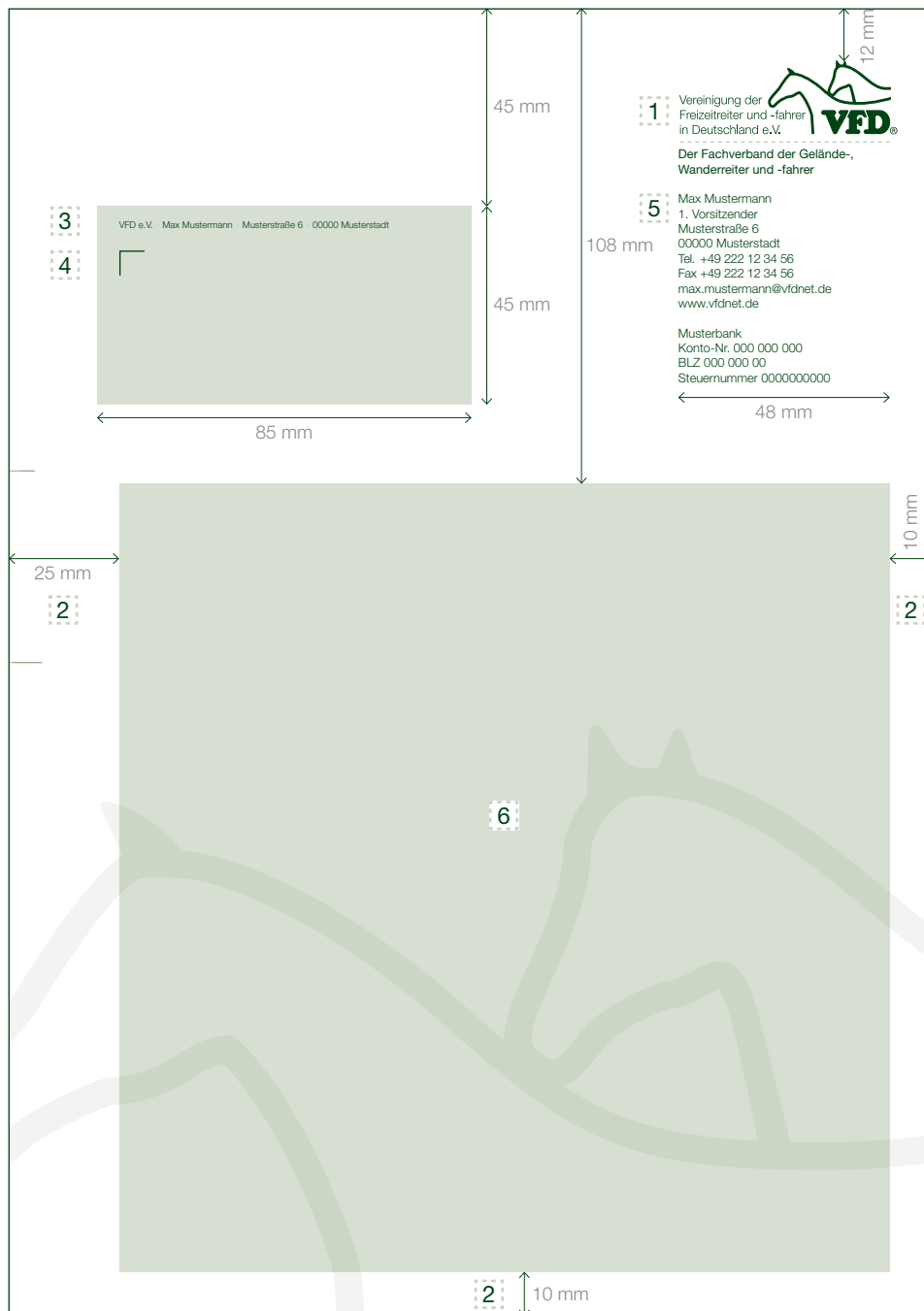
Alle Ebenen – vom Bundesverband bis zu den Stammtischen – sollten angehalten sein, die standardisierten Vorlagen zu benutzen.

## 7.1.1 Raster Briefbogen Bundesverband mit Silhouette

Die Abbildung des Briefbogens (s.u.) beträgt 60% des Originalbriefbogens.

### Der Aufbau:

- |   |  |
|---|--|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Langform des Namens</p> <p><b>2</b> Der Satzspiegel</p> <p><b>3</b> Die Absenderzeile (6 pt)</p> | <p><b>4</b> Das Adressfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> <p><b>5</b> Die Kontaktdaten (Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt)</p> <p><b>6</b> Das Textfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> |
|---|--|



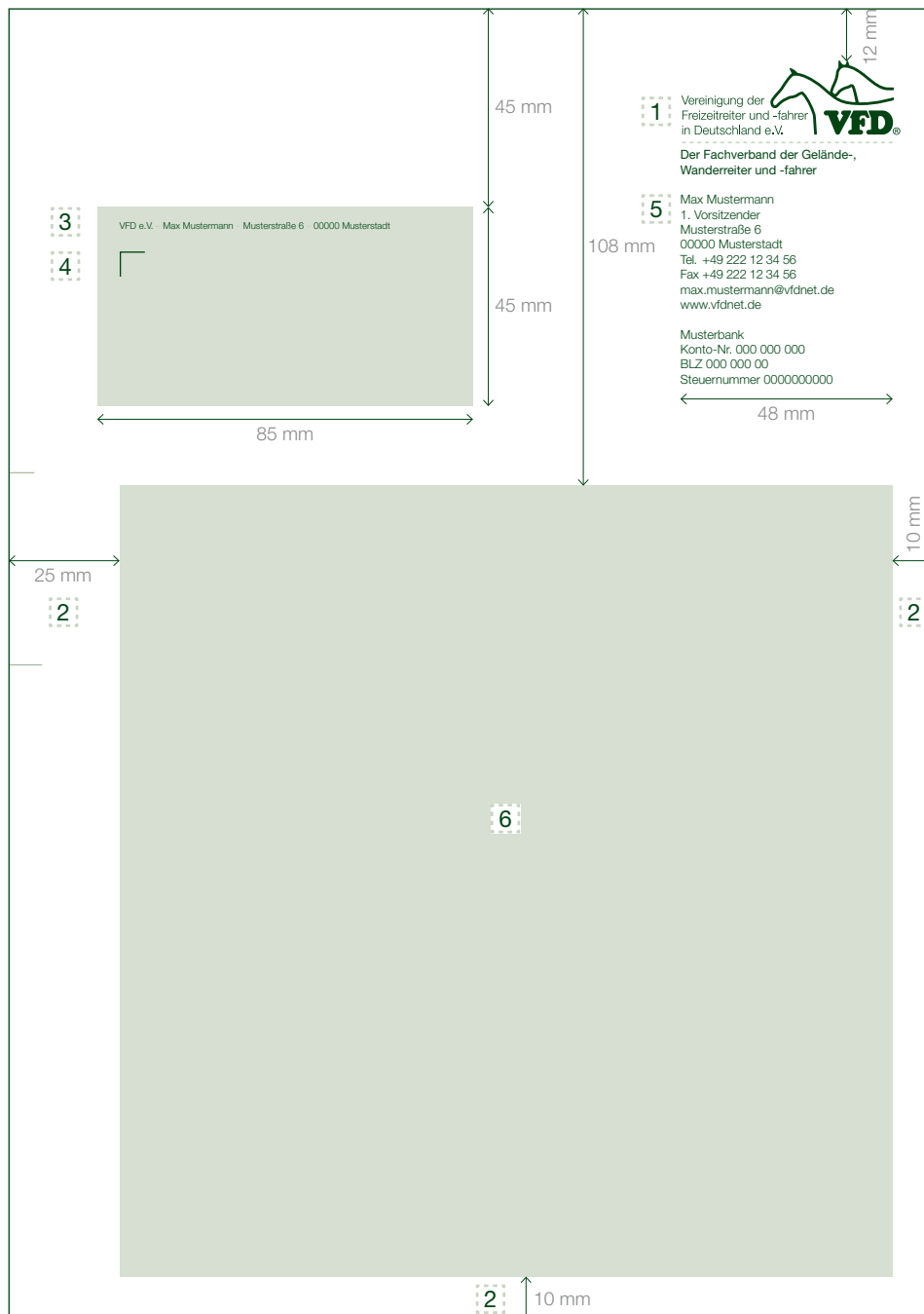


## 7.1.2 Raster Briefbogen Bundesverband ohne Silhouette

Die Abbildung des Briefbogens (s.u.) beträgt 60% des Originalbriefbogens.

### Der Aufbau:

- |   |  |
|---|--|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Langform des Namens</p> <p><b>2</b> Der Satzspiegel</p> <p><b>3</b> Die Absenderzeile (6 pt)</p> | <p><b>4</b> Das Adressfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> <p><b>5</b> Die Kontaktdaten (Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt)</p> <p><b>6</b> Das Textfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> |
|---|--|



## 7.1.3 Anwendungsbeispiel Briefbogen Bundesverband

Die Abbildung des Briefbogens (s.u.) beträgt 60% des Originalbriefbogens.

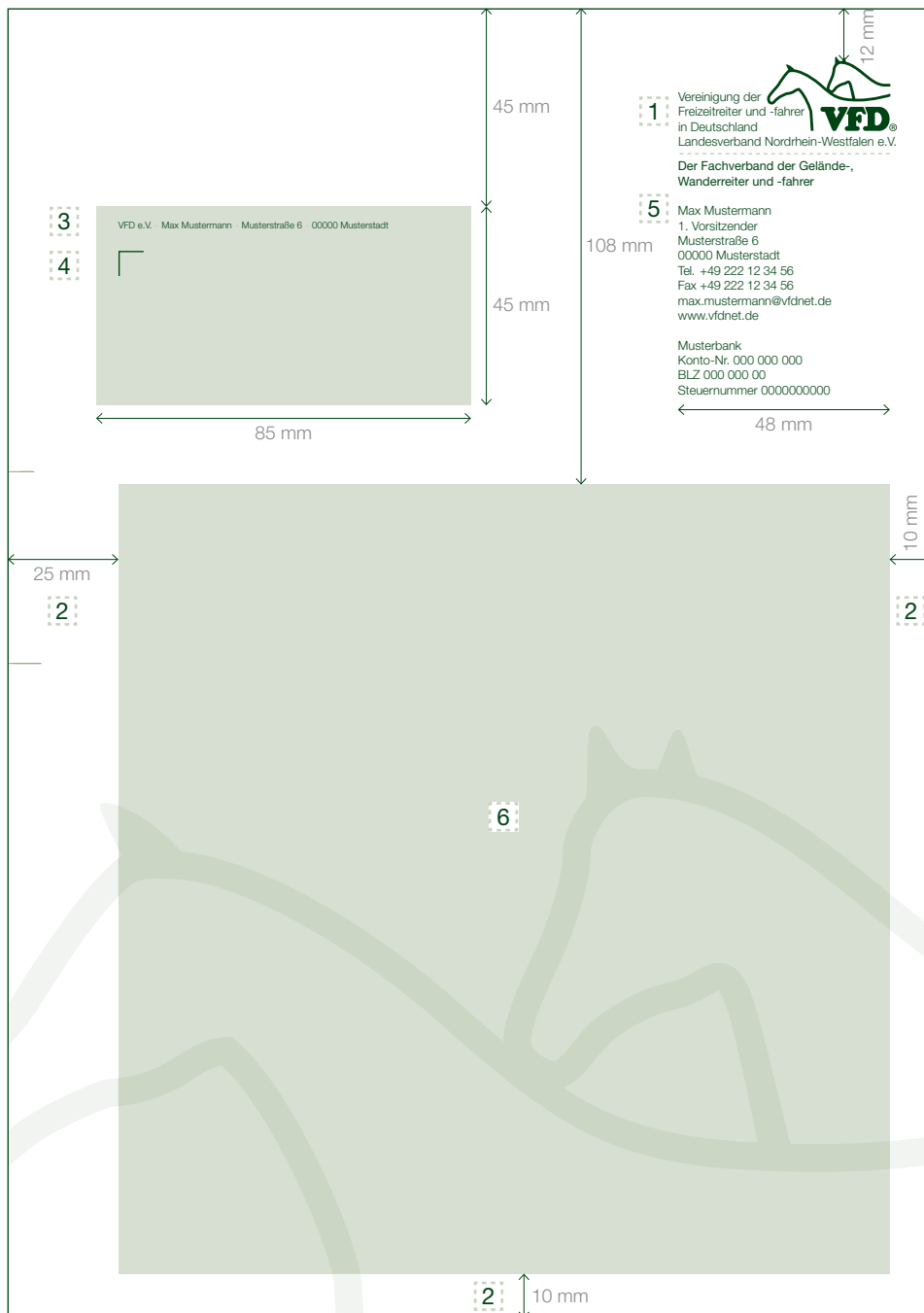
<p>VFD e.V. - Max Mustermann - Musterstraße 6 - 00000 Musterstadt</p> <p><b>Monika Mustermann</b> Musterstraße 6</p> <p>00000 Musterstadt</p>	 <p>Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e.V.</p> <p>Der Fachverband der Gelände-, Wanderreiter und -fahrer</p> <p>Max Mustermann 1. Vorsitzender Musterstraße 6 00000 Musterstadt Tel. +49 222 12 34 56 Fax +49 222 12 34 56 max.mustermann@vfdnet.de www.vfdnet.de</p> <p>Musterbank Konto-Nr. 000 000 000 BLZ 000 000 00 Steuernummer 0000000000</p>
<p>Ihr Betreff vom 00.00.2011</p>	<p>00.00.2011</p>
<p>Sehr geehrte Frau Mustermann</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam nibh. Nunc varius facilisis eros. Sed erat. In in velit quis arcu ornare laoreet. Curabitur adipiscing luctus massa.</p> <p>Integer ut purus ac augue commodo commodo. Nunc nec mi eu justo tempor consectetur. Etiam vitae nisl. In dignissim lacus ut ante. Cras elit lectus, bibendum a, adipiscing vitae, commodo et, dui.</p> <p>consectetur adipiscing elit. Nam nibh. Nunc varius facilisis eros. Sed erat. In in velit quis arcu ornare laoreet. Curabitur adipiscing luctus massa.</p> <p>Integer ut purus ac augue commodo commodo. Nunc nec mi eu justo tempor consectetur. Etiam vitae nisl. In dignissim lacus ut ante. Cras elit lectus, bibendum a, adipiscing vitae, commodo et, dui.</p> <p>Ut tincidunt tortor. Donec nonummy, enim in lacinia pulvinar, velit tellus scelerisque augue, ac posuere libero urna eget neque. Cras ipsum. Vestibulum pretium, lectus nec venenatis volutpat, purus lectus ultrices risus, a condimentum risus mi et quam. Pellentesque auctor fringilla neque. Duis eu massa ut lorem iaculis vestibulum. Maecenas facilisis elit sed justo. Quisque volutpat malesuada velit.</p>	
<p>Mit freundlichen Grüßen</p>	

## 7.1.4 Raster Briefbogen Landesverbände mit Silhouette

Die Abbildung des Briefbogens (s.u.) beträgt 60% des Originalbriefbogens.

### Der Aufbau:

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Landesverband</p> <p><b>2</b> Der Satzspiegel</p> <p><b>3</b> Die Absenderzeile (6pt)</p> | <p><b>4</b> Das Adressfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> <p><b>5</b> Die Kontaktdaten (Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt)</p> <p><b>6</b> Das Textfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> |
|--|--|

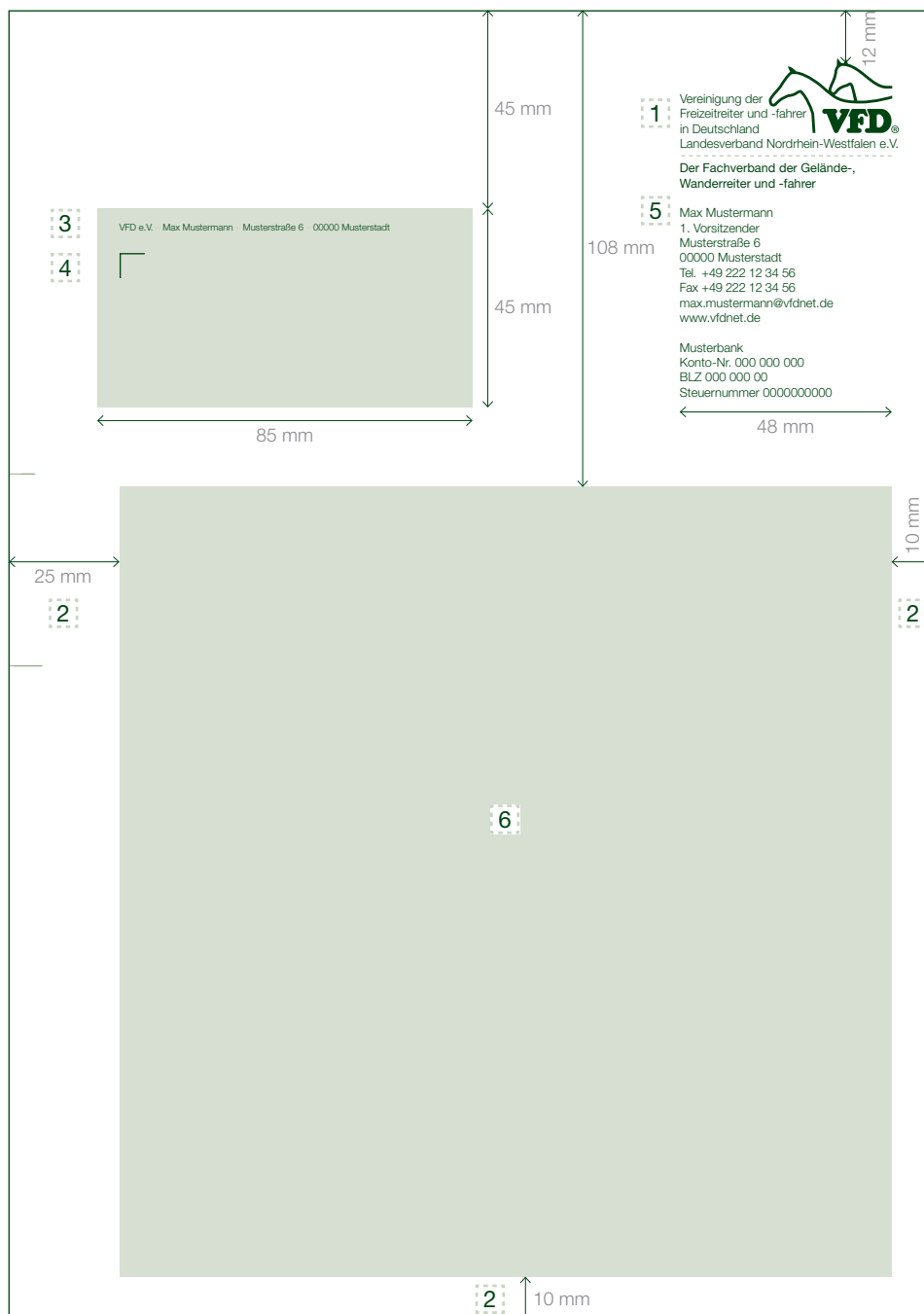


## 7.1.5 Raster Briefbogen Landesverbände ohne Silhouette

Die Abbildung des Briefbogens (s.u.) beträgt 60% des Originalbriefbogens.

### Der Aufbau:

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Landesverband</p> <p><b>2</b> Der Satzspiegel</p> <p><b>3</b> Die Absenderzeile (6pt)</p> | <p><b>4</b> Das Adressfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> <p><b>5</b> Die Kontaktdaten (Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt)</p> <p><b>6</b> Das Textfeld (Helv. 45 Light, 11 pt/13,2pt)</p> |
|--|--|



## 7.1.6 Anwendungsbeispiel Briefbogen Landesverbände

Die Abbildung des Briefbogens (s.u.) beträgt 60 % des Originalbriefbogens.

<p>VFD e.V. - Max Mustermann - Musterstraße 6 - 00000 Musterstadt</p> <p><b>Monika Mustermann</b> Musterstraße 6</p> <p>00000 Musterstadt</p>	 <p>Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland Landesverband Nordrhein-Westfalen e.V.</p> <p><b>Der Fachverband der Gelände-, Wanderreiter und -fahrer</b></p> <p>Max Mustermann 1. Vorsitzender Musterstraße 6 00000 Musterstadt Tel. +49 222 12 34 56 Fax +49 222 12 34 56 max.mustermann@vfdnet.de www.vfdnet.de</p> <p>Musterbank Konto-Nr. 000 000 000 BLZ 000 000 00 Steuernummer 0000000000</p>
<p>Ihr Betreff vom 00.00.2011</p>	<p>00.00.2011</p>
<p>Sehr geehrte Frau Mustermann</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam nibh. Nunc varius facilisis eros. Sed erat. In in velit quis arcu ornare laoreet. Curabitur adipiscing luctus massa.</p> <p>Integer ut purus ac augue commodo commodo. Nunc nec mi eu justo tempor consectetur. Etiam vitae nisl. In dignissim lacus ut ante. Cras elit lectus, bibendum a, adipiscing vitae, commodo et, dui.</p> <p>ectetur adipiscing elit. Nam nibh. Nunc varius facilisis eros. Sed erat. In in velit quis arcu ornare laoreet. Curabitur adipiscing luctus massa.</p> <p>Integer ut purus ac augue commodo commodo. Nunc nec mi eu justo tempor consectetur. Etiam vitae nisl. In dignissim lacus ut ante. Cras elit lectus, bibendum a, adipiscing vitae, commodo et, dui.</p> <p>Ut tincidunt tortor. Donec nonummy, enim in lacinia pulvinar, velit tellus scelerisque augue, ac posuere libero urna eget neque. Cras ipsum. Vestibulum pretium, lectus nec venenatis volutpat, purus lectus ultrices risus, a condimentum risus mi et quam. Pellentesque auctor fringilla neque. Duis eu massa ut lorem iaculis vestibulum. Maecenas facilisis elit sed justo. Quisque volutpat malesuada velit.</p>	
<p>Mit freundlichen Grüßen</p>	

## 7.2 Visitenkarten

Visitenkarten repräsentieren bundesweit auf den unterschiedlichsten Ebenen die VFD. Daher ist es unumgänglich, einheitlich aufzutreten, damit die VFD als starker Verband, als starke Marke wahrgenommen wird.

Alle Ebenen – vom Bundesverband bis zu den Stammtischen – sollten angehalten sein, die standardisierten Vorlagen zu benutzen.

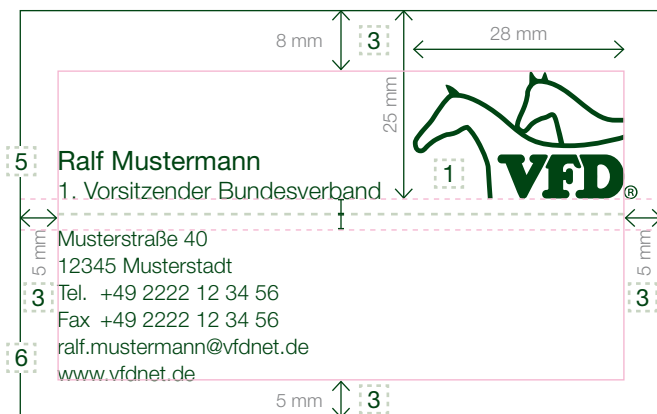
## 7.2.1 Raster Visitenkarte Bundesverband

Die Abbildung der Visitenkarte (s.u.) beträgt 100% der Originalvisitenkarte.

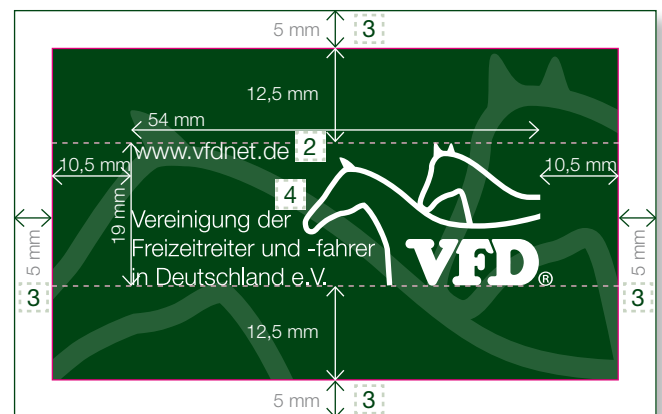
### Der Aufbau:

- |          |   |          |   |
|----------|---|----------|---|
| <b>1</b> | Das VFD-Logo  | <b>5</b> | Der Name<br>(Helv. 55 Roman, 10pt/10,8pt)       |
| <b>2</b> | Die VFD-Internetadresse<br>(Helv. 45 Light, 9pt/10,8pt) |          | Die Position<br>(Helv. 45 Light, 8pt/10,8pt)    |
| <b>3</b> | Der Satzspiegel   | <b>6</b> | Die Kontaktdaten<br>(Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt) |
| <b>4</b> | Das VFD-Logo<br>mit Langform des Namens                 |          |   |

Vorderseite



Rückseite



## 7.2.2 Anwendungsbeispiel Visitenkarte Bundesverband

Die Abbildung der Visitenkarte (s.u.) beträgt 100% der Originalvisitenkarte.

Vorderseite



Rückseite





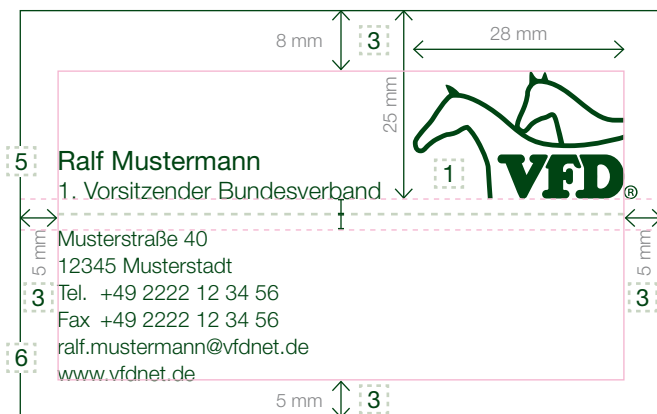
## 7.2.3 Raster Visitenkarte Landesverbände

Die Abbildung der Visitenkarte (s.u.) beträgt 100% der Originalvisitenkarte.

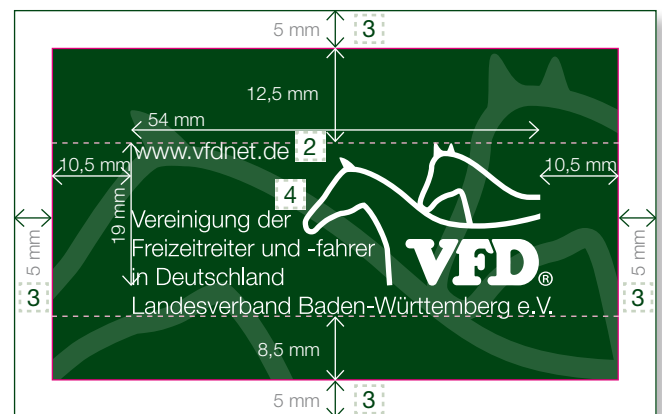
### Der Aufbau:

- |          |   |          |   |
|----------|---|----------|---|
| <b>1</b> | Das VFD-Logo  | <b>5</b> | Der Name<br>(Helv. 55 Roman, 10pt/10,8pt)       |
| <b>2</b> | Die VFD-Internetadresse<br>(Helv. 45 Light, 9pt/10,8pt) |          | Die Position<br>(Helv. 45 Light, 8pt/10,8pt)    |
| <b>3</b> | Der Satzspiegel   | <b>6</b> | Die Kontaktdaten<br>(Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt) |
| <b>4</b> | Das VFD-Logo<br>mit Landesverband                       |          |   |

Vorderseite



Rückseite



## 7.2.4 Anwendungsbeispiel Visitenkarte Landesverbände

Die Abbildung der Visitenkarte (s.u.) beträgt 100% der Originalvisitenkarte.

Vorderseite



Rückseite



## 8. Printmedien (Anzeigen, Flyer, Plakate, Aufkleber)

Printmedien präsentieren die VFD einem breiten Publikum. Hierdurch wird eine große Breitenwirkung erzielt. Umso wichtiger ist es, dass die Gestaltungsvorgaben auch hier konsequent angewendet werden.

## 8.1 Anzeigen

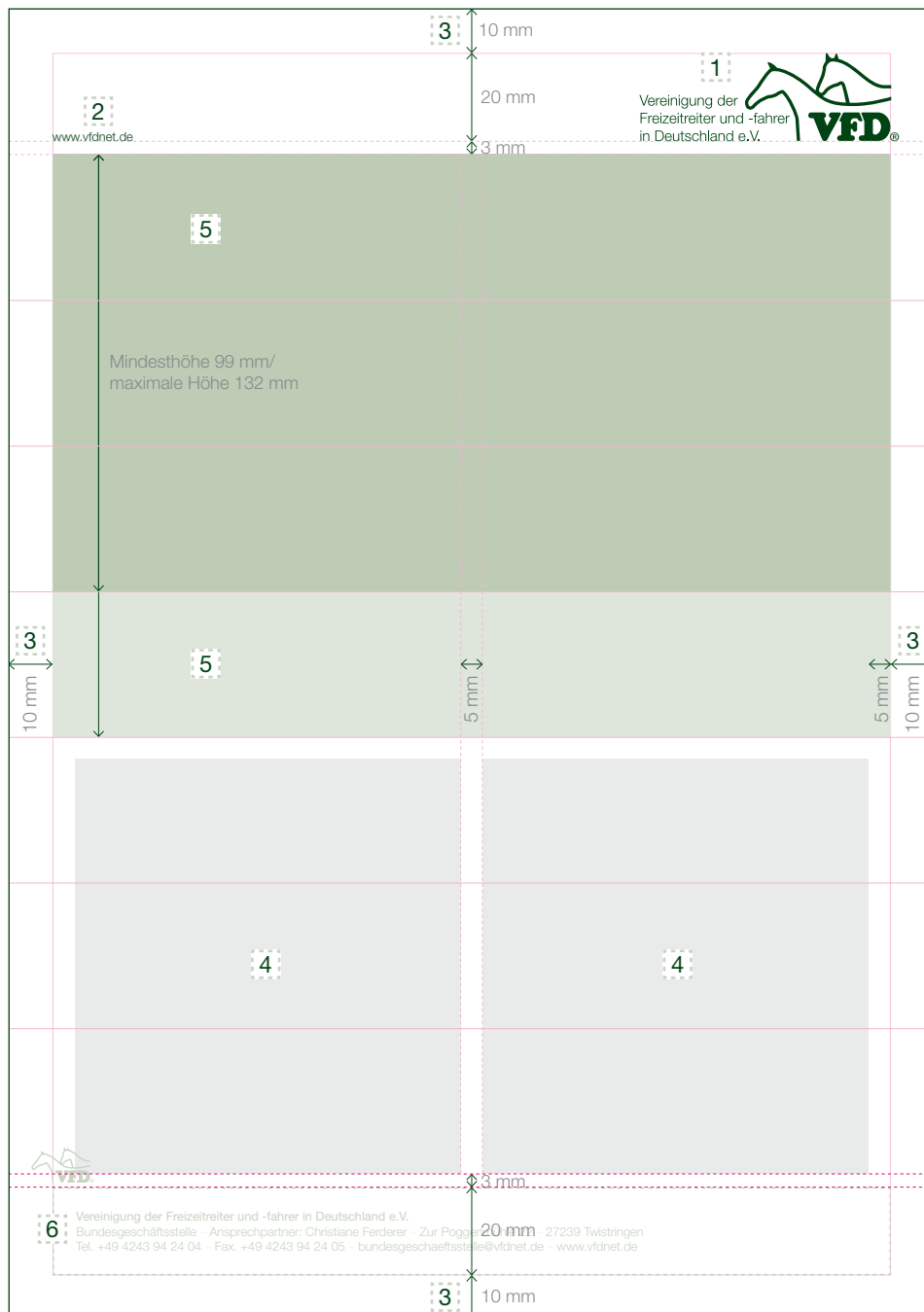
Durch Anzeigen stellt sich die VFD in unterschiedlichen Medien als starker Verband dar.

## 8.1.1 Raster A4 hoch

Die Abbildung der Anzeige (s.u.) beträgt 60% der Originalanzeige.

### Der Aufbau:

- |  |   |
|--|---|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Langform des Namens</p> <p><b>2</b> Die VFD-Internetadresse (Helv. 45 Light, 8 pt/9,6 pt)</p> <p><b>3</b> Der Satzspiegel</p> | <p><b>4</b> Textfeld: Headline; Copy (Helv. 45 Light, 16 pt/19,2 pt; Helv. 45 Light, 8 pt/9,6 pt)</p> <p><b>5</b> Das Bild (im Satzspiegel)</p> <p><b>6</b> Der Absender (Helv. 55 Roman/45 Light, 8 pt/9,6 pt)</p> |
|--|---|



## 8.1.2 Anwendungsbeispiel A4 hoch

Die Abbildung der Anzeige (s.u.) beträgt 60% der Originalanzeige.

www.vfdnet.de



Vereinigung der  
Freizeitreiter und -fahrer  
in Deutschland e.V.



### Eine starke Gemeinschaft...

Die VFD ist das größte Netzwerk für Freizeitreiter und -fahrer in ganz Deutschland. Mehr als 60.000 Mitglieder sind schon dabei – und es werden täglich mehr.

Die VFD wurde im Jahr 1973 gegründet, um für freies Reiten und Fahren in Wald und Flur einzutreten. Heute ist die VFD eine starke Gemeinschaft, die sich für alle einsetzt, die mit ihrem Partner Pferd in der Natur unterwegs sind.

Bei uns geht es um faires Miteinander mit dem Pferd, gute Haltung, sachkundige Ausbildung, Recht, Umwelt, Naturschutz und um den persönlichen Austausch und Spaß rund ums Pferd.

Jeder, dem sein Pferd und die Natur am Herzen liegen, kann und sollte tatkräftig bei uns mitmachen! Adressen und Ansprechpartner gibt es im Internet unter [www.vfdnet.de](http://www.vfdnet.de) oder bei unserer Bundesgeschäftsstelle! Wir freuen uns schon auf Sie!

### 10 gute Gründe für die VFD ...

Es gibt unzählige Gründe, um sich für die VFD zu entscheiden. Hier sind die wichtigsten zehn:

01. Die VFD setzt sich bundesweit für freies Reiten und Fahren in der Natur ein und bietet Hilfe bei Reitverböten.
02. Die VFD steht für den Schutz der Natur und für pferdegerechte Haltung.
03. Die VFD bietet fachgerechte und umfangreiche Ausbildung für Reiter und Fahrer, unabhängig von Pferderasse oder Reitweise.
04. Die VFD verbindet durch Treffen, Themenabende, Ritte, Veranstaltungen rund ums Pferd und vieles mehr!
05. Die VFD unterstützt ihre Mitglieder durch sachkundige Ansprechpartner in allen Bundesländern.
06. Die VFD bietet Experten-Tipps zu vielen interessanten Themen: Pferdegesundheit, Pferdehaltung, Fütterung, Weide ...
07. Die VFD bietet ihren Mitgliedern attraktive Vorteile und Rabatte bei ihren Kooperationspartnern.
08. Die VFD gibt für ihre Mitglieder die eigene Zeitschrift Pferd & Freizeit mit aktuellen Informationen heraus.
09. Die VFD bietet ihren Mitgliedern kostenlose Sattelschulung gegen den Sattelklau.
10. Die VFD ist ein umfassendes Netzwerk und eine starke Gemeinschaft für Freizeitreiter und -fahrer.



Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e.V.  
 Bundesgeschäftsstelle - Ansprechpartner: Christiane Ferderer - Zur Poggenmühle 22 - 27239 Twistringen  
 Tel. +49 4243 94 24 04 - Fax. +49 4243 94 24 05 - [bundesgeschaeftsstelle@vfdnet.de](mailto:bundesgeschaeftsstelle@vfdnet.de) - [www.vfdnet.de](http://www.vfdnet.de)

## 8.1.3 Raster A5 quer

Die Abbildung der Anzeige (s.u.) beträgt 90% der Originalanzeige.

### Der Aufbau:

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Langform des Namens</p> <p><b>2</b> Die VFD-Internetadresse (Helv. 45 Light 8pt/9,6pt)</p> <p><b>3</b> Der Satzspiegel</p> | <p><b>4</b> Textfeld: Headline; Copy (Helv. Light 16pt/19,2pt; Helv. Light 8pt/9,6pt)</p> <p><b>5</b> Das Bild (im Satzspiegel)</p> <p><b>6</b> Der Absender (Helv. 55 Roman/45 Light, 8pt/9,6pt)</p> |
|---|---|



## 8.1.4 Anwendungsbeispiel A5 quer

Die Abbildung der Anzeige (s.u.) beträgt 90% der Originalanzeige.

www.vfdnet.de

Vereinigung der  
Freizeitreiter und -fahrer  
in Deutschland e.V. 



### 10 gute Gründe für die VFD ...

01. Die VFD setzt sich bundesweit für freies Reiten und Fahren in der Natur ein und bietet Hilfe bei Reitverböten.
02. Die VFD steht für Naturschutz und pferdegerechte Haltung.
03. Die VFD bietet fachgerechte und vielseitige Ausbildung für Reiter und Fahrer, unabhängig von Pferderasse oder Reitweise.
04. Die VFD verbindet durch Treffs, Ritte, Veranstaltungen u.v.m.
05. Die VFD hat sachkundige Ansprechpartner in allen Bundesländern.
06. Die VFD bietet Experten-Tipps zu vielen interessanten Themen: Pferdegesundheit, Haltung, Fütterung, Weide...
07. Die VFD bietet attraktive Vorteile bei ihren Kooperationspartnern.
08. Die VFD gibt regelmäßig die Zeitschrift Pferd & Freizeit heraus.
09. Die VFD bietet kostenlose Sattelkodierung gegen den Sattelklau.
10. Die VFD ist eine starke Gemeinschaft für Freizeitritter und -fahrer.

### Eine starke Gemeinschaft...

Die VFD wurde im Jahr 1973 gegründet, um für freies Reiten und Fahren in Wald und Flur einzutreten. Heute setzt sich die VFD für alle ein, die mit ihrem Partner Pferd in der Natur unterwegs sind. In der VFD geht es um faires Miteinander mit dem Pferd, Recht, Umwelt und Naturschutz, aber auch um den persönlichen Austausch und Spaß bei gemeinsamen Unternehmungen.

Jeder, dem sein Pferd und die Natur am Herzen liegen, kann und sollte tatkräftig bei uns mitmachen! Adressen und Ansprechpartner gibt es im Internet unter [www.vfdnet.de](http://www.vfdnet.de) oder bei unserer Bundesgeschäftsstelle!



Vereinigung der Freizeitritter und -fahrer in Deutschland e.V. - Bundesgeschäftsstelle - Ansprechpartner: Christiane Ferderer  
Zur Poggenmühle 22 - 27239 Twistingen - Tel. +49 4243 94 24 04 - Fax. +49 4243 94 24 05 - [bundesgeschaeftsstelle@vfdnet.de](mailto:bundesgeschaeftsstelle@vfdnet.de) - [www.vfdnet.de](http://www.vfdnet.de)



## 8.2 Flyer

Flyer können schnell und kostengünstig eingesetzt werden, um an der VFD Interessierte gezielt zu informieren. Auch hier ist es besonders wichtig, dass die Gestaltungsrichtlinien konsequent umgesetzt werden.

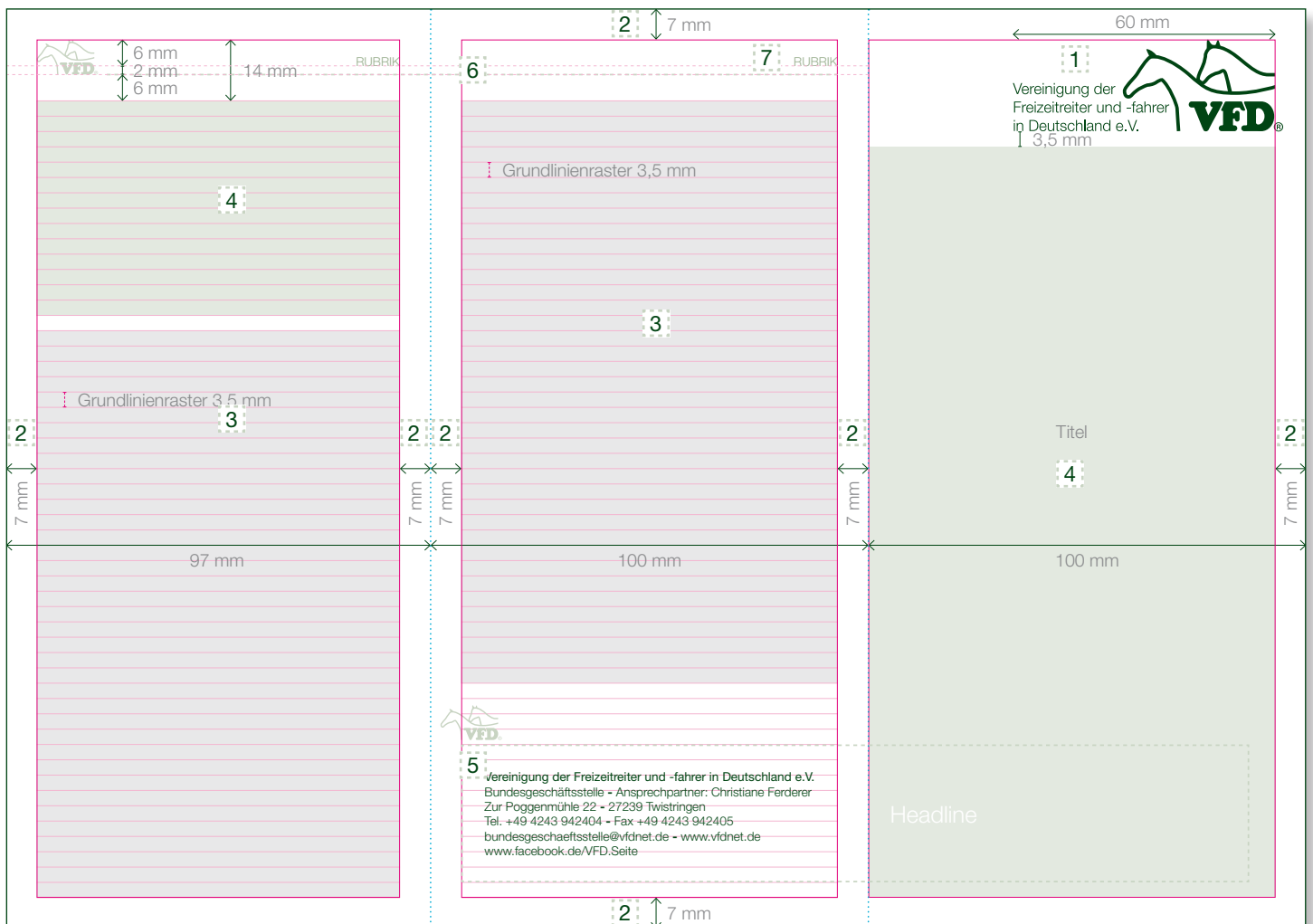
Wenn alle Maßnahmen sich konsequent am Corporate Design orientieren, zahlen alle Aktivitäten auf ein Konto ein, nämlich auf die Marke VFD.

## 8.2.1 Raster langDIN

Die Abbildung des Flyers (s.u.) beträgt 60 % des Originalflyers. Abgebildet sind hier Klappseite, Rückseite und Titel.

### Der Aufbau:

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>1</b> Das VFD-Logo mit Langform des Namens</p> <p><b>2</b> Der Satzspiegel</p> <p><b>3</b> Textfeld: Headline; Copy (Helv. 45 Light, 15pt/15pt; Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt am Grundlinienraster ausgerichtet)</p> <p><b>4</b> Die Bilder (im Satzspiegel)</p> | <p><b>5</b> Der Absender (Helv. 55 Roman/45 Light, 8pt/9,6pt)</p> <p><b>6</b> Die gestrichelte Linie als Gestaltungselement (1 pt)</p> <p><b>7</b> Die Rubrik (Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt, Versalien)</p> |
|--|--|

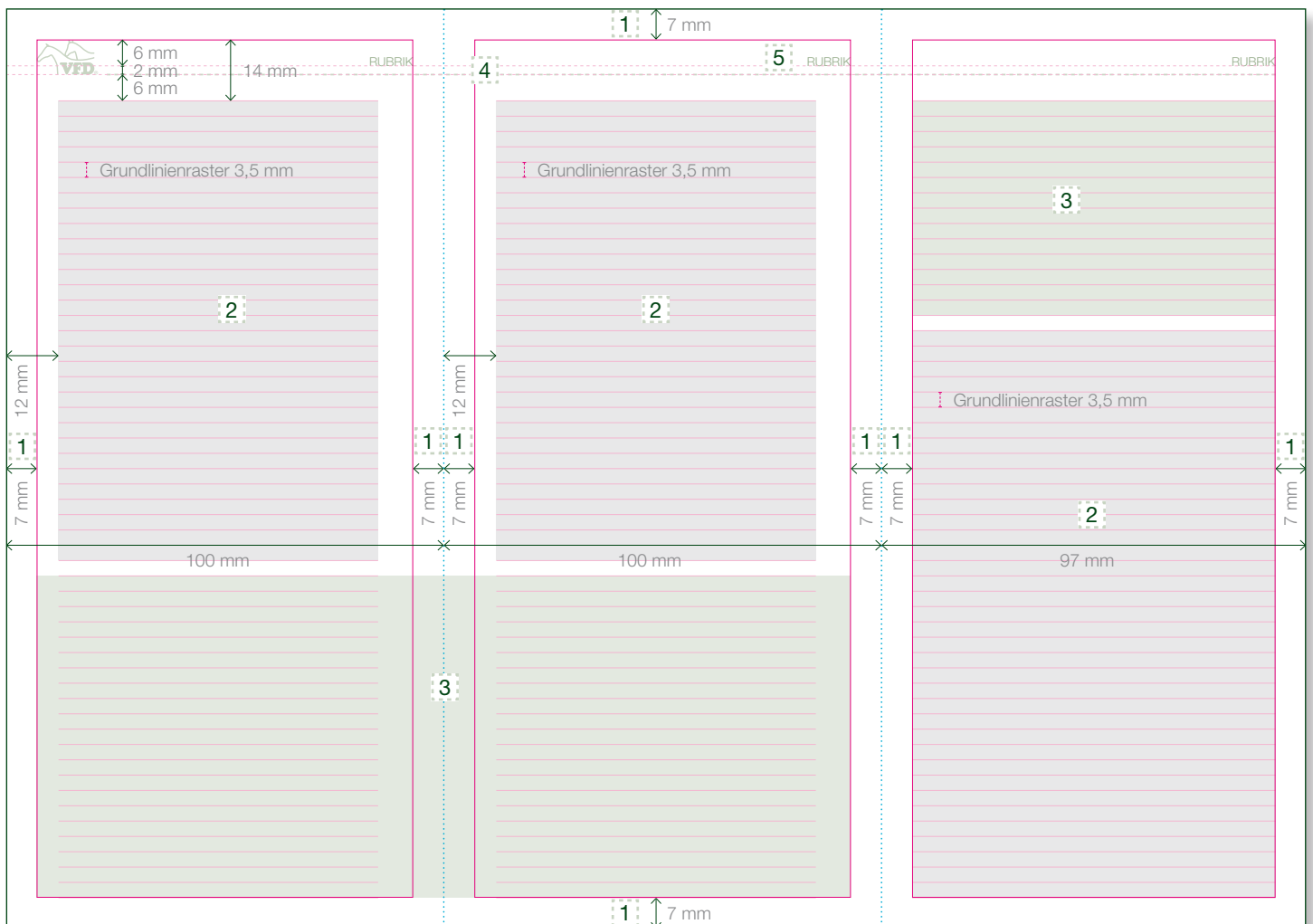


## 8.2.2 Raster langDIN

Die Abbildung des Flyers (s.u.) beträgt 60 % des Originalflyers. Abgebildet sind hier die Innenseiten.

### Der Aufbau:

- 1** Der Satzspiegel
- 2** Textfeld: Headline; Copy (Helv. 45 Light, 15pt/15pt; Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt am Grundlinienraster ausgerichtet)
- 3** Die Bilder (im Satzspiegel)
- 4** Die gestrichelte Linie als Gestaltungselement (1 pt)
- 5** Die Rubrik (Helv. 45 Light, 8pt/9,6pt, Versalien)



## 8.2.3 Anwendungsbeispiel langDIN

Die Abbildung des Flyers (s.u.) beträgt 60 % des Originalflyers. Abgebildet sind hier Klappseite, Rückseite und Titel.



UNSERE STÄRKEN

MITGLIED WERDEN



### Dabei sein ist alles ...

Jede Vereinigung ist immer nur so stark wie ihre Mitglieder. Wir sind stolz darauf, dass wir so viele aktive und engagierte Mitglieder haben, die sich für die gemeinsame Sache einsetzen. Dadurch haben wir schon viel erreicht.

Wir setzen Standards:  
 ... für den respektvollen Umgang mit Pferd und Natur  
 ... für kompetente Ausbildung  
 ... für faire Reitregelungen in der Landschaft  
 ... für tiergerechte Pferdehaltung

Wir tun dies als eine starke Gemeinschaft. Jeden Tag mit Engagement und Freude an der Sache.

Jedes aktive VFD-Mitglied macht unsere Gemeinschaft noch ein bisschen stärker. Das bedeutet mehr politischen Einfluss zur Wahrung unserer gemeinschaftlichen Interessen – und eine noch größere Gemeinschaft zum Wohl von Pferd und Umwelt.

**Jetzt dabei sein und Mitglied der VFD werden!**  
 Infos unter [www.vfdnet.de/ja-ich-will](http://www.vfdnet.de/ja-ich-will)

Adressen und Ansprechpartner der VFD-Landesverbände, der VFD-Stammtische und VFD-Übungsleiter gibt es im Internet oder bei unserer Bundesgeschäftsstelle.

**Vereinigung der Freizeitreiter und -fahrer in Deutschland e.V.**  
 Bundesgeschäftsstelle - Ansprechpartner: Christiane Ferderer  
 Zur Poggenmühle 22 - 27239 Twistringen  
 Tél. +49 4243 942404 - Fax +49 4243 942405  
[bundesgeschaeftsstelle@vfdnet.de](mailto:bundesgeschaeftsstelle@vfdnet.de) - [www.vfdnet.de](http://www.vfdnet.de)  
[www.facebook.de/VFD.Seite](https://www.facebook.de/VFD.Seite)



Vereinigung der  
Freizeitreiter und -fahrer  
in Deutschland e.V.

### 10 gute Gründe für die VFD ...

Es gibt unzählige Gründe, um sich für die VFD zu entscheiden. Hier sind die wichtigsten zehn:

01. Die VFD setzt sich bundesweit für freies Reiten und Fahren in der Natur ein und bietet Hilfe bei Reitverboten.
02. Die VFD steht für den Schutz der Natur und für pferdegerechte Haltung.
03. Die VFD bietet fachgerechte und umfangreiche Ausbildung für Reiter und Fahrer, unabhängig von Pferderasse oder Reitweise.
04. Die VFD verbindet durch Treffen, Themenabende, Ritte, Veranstaltungen rund ums Pferd und vieles mehr!
05. Die VFD unterstützt ihre Mitglieder durch sachkundige Ansprechpartner in allen Bundesländern.
06. Die VFD bietet Experten-Tipps zu vielen interessanten Themen: Pferdegesundheit, Pferdehaltung, Fütterung, Weide ...
07. Die VFD bietet ihren Mitgliedern attraktive Vorteile und Rabatte bei ihren Kooperationspartnern.
08. Die VFD gibt für ihre Mitglieder die eigene Zeitschrift Pferd & Freizeit mit aktuellen Informationen heraus.
09. Die VFD bietet ihren Mitgliedern kostenlose Sattel-codierung gegen den Sattelklau.
10. Die VFD ist ein umfassendes Netzwerk und eine starke Gemeinschaft für Freizeitreiter und -fahrer.



**Jetzt Mitglied werden!**

**Eine starke Gemeinschaft ...  
 ... die Vereinigung der Freizeitreiter  
 und -fahrer in Deutschland e.V.**

## 8.2.4 Anwendungsbeispiel langDIN

Die Abbildung des Flyers (s.u.) beträgt 60 % des Originalflyers. Abgebildet sind hier die Innenseiten.



DIE VFD IM ÜBERBLICK

DIE VFD VOR ORT

AUSBILDUNG

### Das sind wir ...

Die VFD ist das größte Netzwerk für Freizeitreiter und -fahrer in ganz Deutschland. Mehr als 60.000 Mitglieder sind schon dabei – und es werden täglich mehr.

Die VFD wurde im Jahr 1973 gegründet. Anlass war die Wahrung des Rechts auf freies Reiten und Fahren in Wald und Flur. Mittlerweile setzt sich die VFD auch für weitere Belange aller ein, die mit ihrem Partner Pferd in der Natur unterwegs sind. Das Reitrecht spielt jedoch nach wie vor eine große Rolle: Wir unterstützen unsere Mitglieder mit Rat und Tat, wenn Reitverbote drohen, und wir nehmen diesbezüglich auch Einfluss auf die Gesetzgebung in Bund und Ländern.

Zu unseren Hauptzielen gehören das freie Zugangsrecht zur Natur für Reiter und Fahrer, pferdegerechte Haltung und partnerschaftlicher Umgang mit dem Pferd, der Schutz unserer Umwelt sowie die Erhaltung des Pferdes als Teil unserer Kultur. Dabei fördert die VFD besonders die Jugendarbeit und die Ausbildung. Als Kooperationspartner gehört die VFD einer Reihe von Vereinen und Netzwerken an, die sich mit dem Wohl des Pferdes und der schonenden Nutzung der Natur befassen.

Wir sind ein starker Verein, der stetig wächst. Jeder, dem sein Pferd und die Natur am Herzen liegen, kann und sollte tatkräftig bei uns mitmachen!

### Das machen wir ...

Unser Hauptanliegen ist traditionell das Recht auf freies Reiten und Fahren in der Natur. Aber besonders auch der persönliche Austausch mit Gleichgesinnten rund um unseren Partner Pferd.

Gemeinsame Aktivitäten verbinden! Von gemeinsamen Ausritten und Kutschfahrten über den abendlichen Vortrag beim VFD-Treff bis hin zu den verschiedensten kleinen und großen Veranstaltungen: Bei der VFD treffen sich Reiter und Fahrer in netter Runde!

Zum Beispiel organisieren wir gemeinsam mehrtägige Wanderritte oder -fahrten mit Übernachtung von Reiter und Pferd. Hier stehen Erholung und gemeinsames Genießen der Natur mit unseren Pferden im Vordergrund.

Bei unseren beliebten Orientierungsritten und -fahrten geht es um das Bewältigen einer vorgegebenen Strecke nach Karte, wobei es oft auch einige Sonderaufgaben zu lösen gilt.

Unsere Reiterspiele und Rallies verbinden spielerisch Reiten und Wettkampf – Fairness und der Spaß am Mitmachen stehen aber immer im Mittelpunkt!

Auch sehr beliebt: der Konditions- und Gesundheitscheck fürs Pferd, bei dem alle, die mitmachen, zu Gewinnern werden.



### Dafür stehen wir ...

Bei uns dreht sich alles um unseren Partner Pferd. Weil der richtige Umgang mit Tier und Natur das A und O ist, bietet die VFD natürlich auch solide Ausbildung an.

Unsere VFD-Ausbilder vermitteln die nötigen Fähigkeiten für sicheres, partnerschaftliches und Pferde schonendes Reiten und Fahren. Umfassende Kenntnisse um die Bedürfnisse des Partners Pferd werden ebenso gelehrt wie rücksichtsvolles Verhalten gegenüber der Natur und anderen Naturnutzern.

Das Spektrum unserer Ausbildung:

- Pferdekundepass und Sachkundenachweis Pferdehaltung
- Basis-, Reit- und Fahrausbildung für Kinder und Erwachsene
- Ausbildung zum Gelände- und Wanderreiter bzw. -fahrer
- Ausbildung zum Ritt-/Fahrtenführer
- Ausbildung zum VFD-Übungsleiter

Unsere sorgfältig geschulten VFD-Übungsleiter bieten Lehrgänge für jeden Anspruch an: vom Einsteigerkurs bis hin zur klassischen barocken Dressur, Westernausbildung, Fahrlehrgänge, Wanderreiten, Horsemanship, Bodenarbeitskurse und vieles mehr.

Eine Liste unserer Ausbilder gibt es im Internet unter [www.vfdnet.de](http://www.vfdnet.de) oder bei unserer Geschäftsstelle.



## 8.3 Plakat

Plakate eignen sich hervorragend, um vor Ort Aufmerksamkeit zu erzielen. Sie sind damit bestens geeignet, um vom Bundesverband bis zu den Stammtischen für die VFD zu werben.

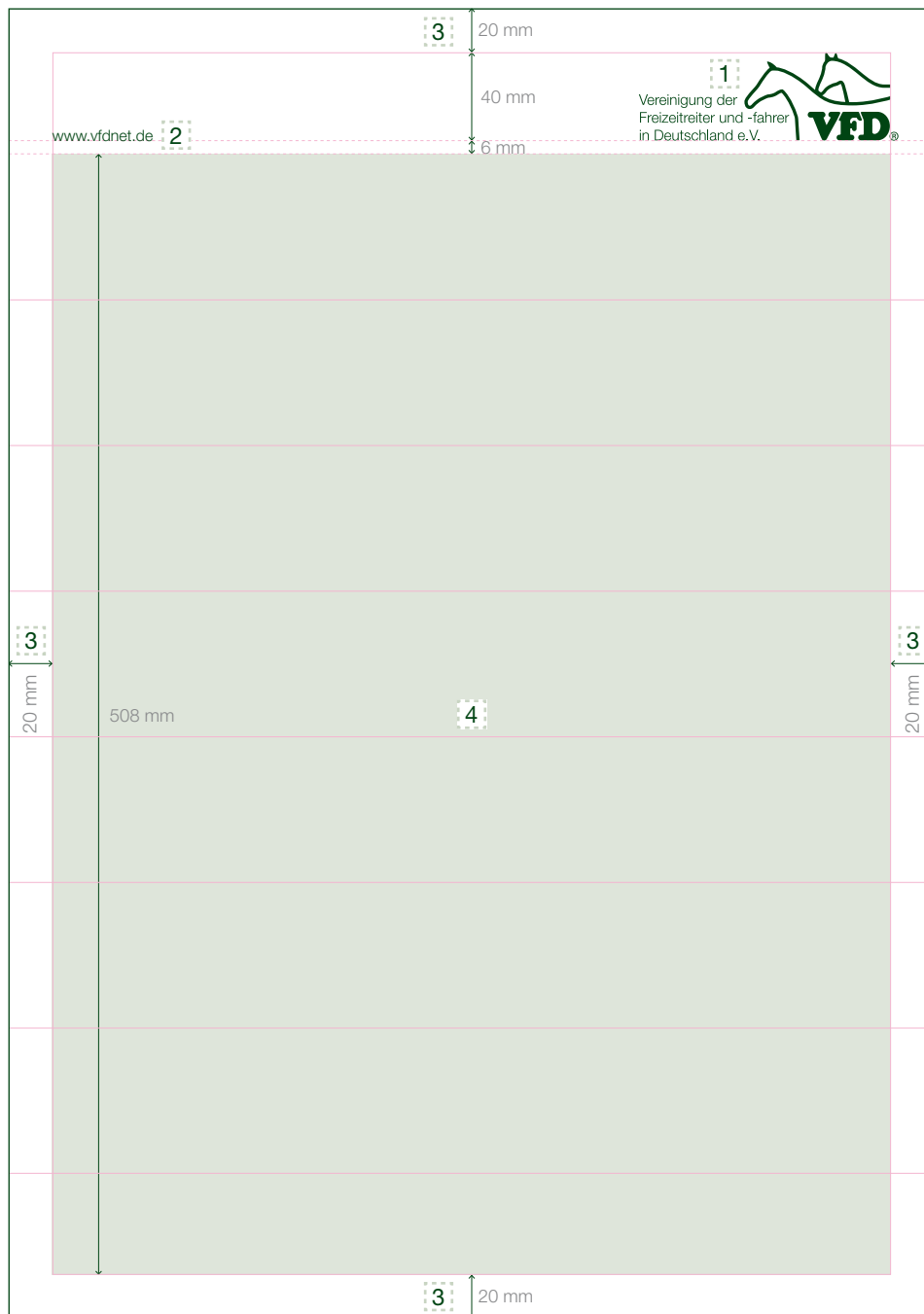
Wichtig ist auch hier, die Gestaltungsrichtlinien einzuhalten, damit die VFD als starker, professioneller Verband wahrgenommen wird.

### 8.3.1 Raster Plakat A2 hoch

Die Abbildung des A2-Plakats (s.u.) beträgt 30 % des Originalplakats.

**Der Aufbau:**

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Die VFD-Internetadresse (Helv. 45 Light, 20 pt)
- 3 Der Satzspiegel
- 4 Das Bild (im Satzspiegel)



## 8.3.2 Anwendungsbeispiel

Die Abbildung des A2-Plakats (s.u.) beträgt 30 % des Originalplakats.



www.vfdnet.de

Vereinigung der  
Freizeitreiter und -fahrer  
in Deutschland e.V. **VFD®**

### 10 gute Gründe für die VFD ...

Es gibt unzählige Gründe, um sich für die VFD zu entscheiden. Hier sind die wichtigsten zehn:

01. Die VFD setzt sich bundesweit für freies Reiten und Fahren in der Natur ein und bietet Hilfe bei Reitverböten.
02. Die VFD steht für den Schutz der Natur und für pferdegerechte Haltung.
03. Die VFD bietet fachgerechte und umfangreiche Ausbildung für Reiter und Fahrer, unabhängig von Pferderasse oder Reitweise.
04. Die VFD verbindet durch Treffen, Themenabende, Ritte, Veranstaltungen rund ums Pferd und vieles mehr!
05. Die VFD unterstützt ihre Mitglieder durch sachkundige Ansprechpartner in allen Bundesländern.
06. Die VFD bietet Experten-Tipps zu vielen interessanten Themen: Pferdegesundheit, Pferdehaltung, Fütterung, Weide...
07. Die VFD bietet ihren Mitgliedern attraktive Vorteile und Rabatte bei ihren Kooperationspartnern.
08. Die VFD gibt für ihre Mitglieder die eigene Zeitschrift Pferd & Freizeit mit aktuellen Informationen heraus.
09. Die VFD bietet ihren Mitgliedern kostenlose Sattelcodierung gegen den Sattelklau.
10. Die VFD ist ein umfassendes Netzwerk und eine starke Gemeinschaft für Freizeitreiter und -fahrer.



## 8.4 Aufkleber

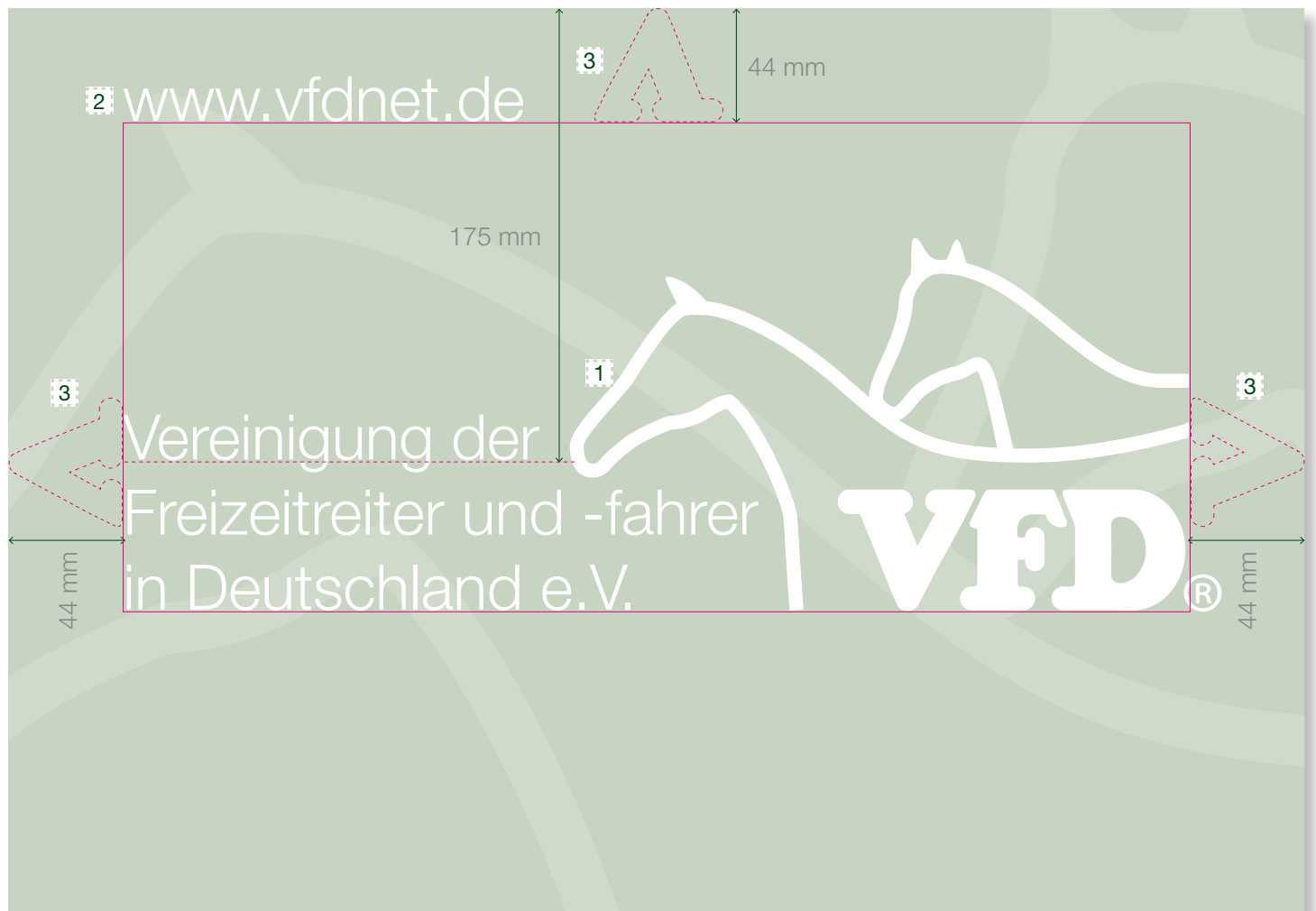
Vom PKW über den Anhänger bis zum Schulranzen: Aufkleber sind ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel. Sie sind ideal geeignet, um die Marke VFD bekannter zu machen.

### 8.4.1 Raster Aufkleber eckig Bundesverband

Die Abbildung des Aufklebers (500 mm x 350 mm) beträgt 40 % des Originalaufklebers.

#### Der Aufbau:

- 1** Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2** Die VFD-Internetadresse (Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3** Der Satzspiegel



## 8.4.2 Anwendungsbeispiel Aufkleber eckig Bundesverband

Die Abbildung des Aufklebers (500 mm x 350 mm) beträgt 40 % des Originalaufklebers.

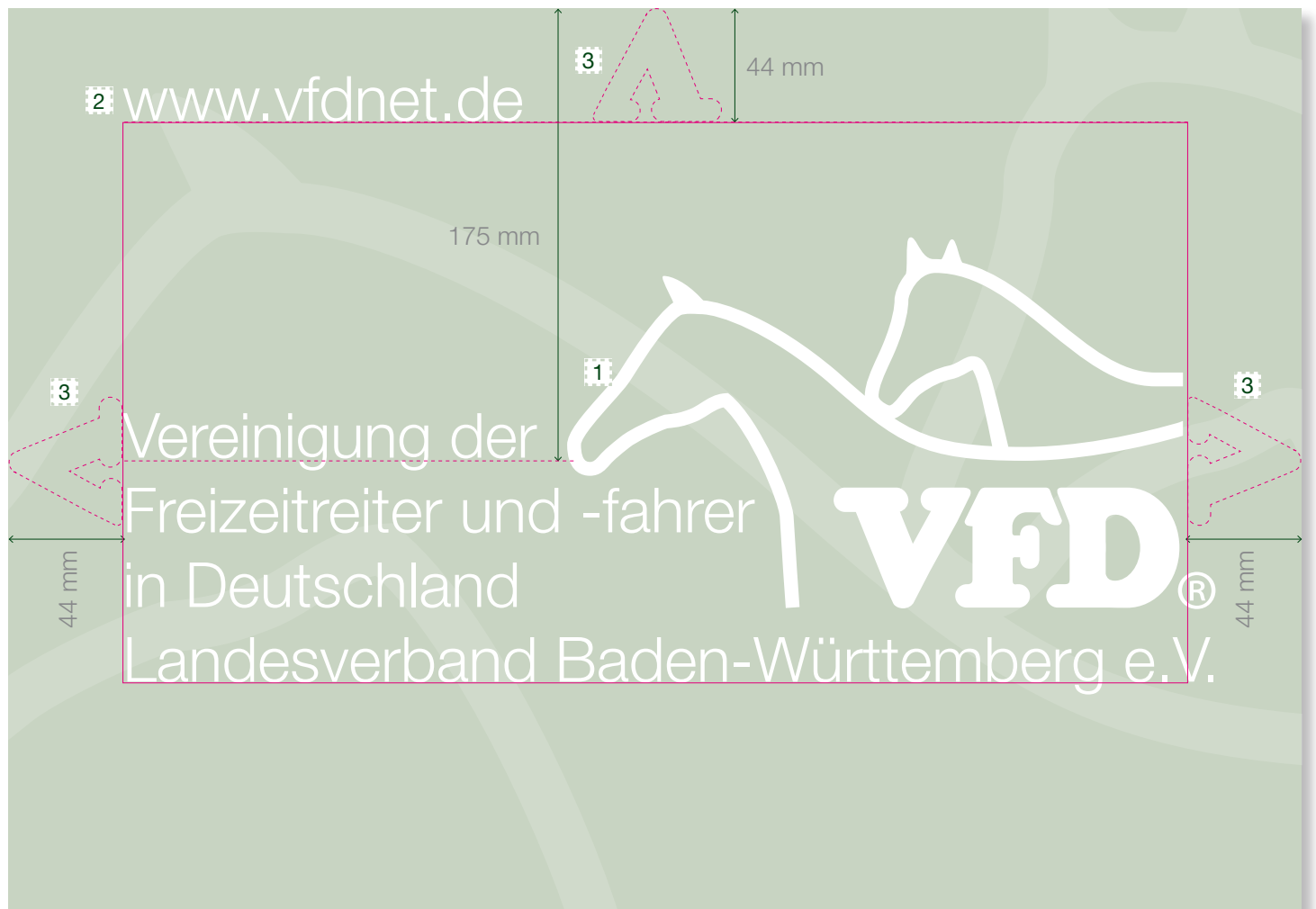


### 8.4.3 Raster Aufkleber eckig Landesverbände

Die Abbildung des Aufklebers (500 mm x 350 mm) beträgt 40 % des Originalaufklebers.

#### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Landesverband
- 2 Die VFD-Internetadresse  
(Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel



#### 8.4.4 Anwendungsbeispiel Aufkleber eckig Landesverbände

Die Abbildung des Aufklebers (500 mm x 350 mm) beträgt 40 % des Originalaufklebers.

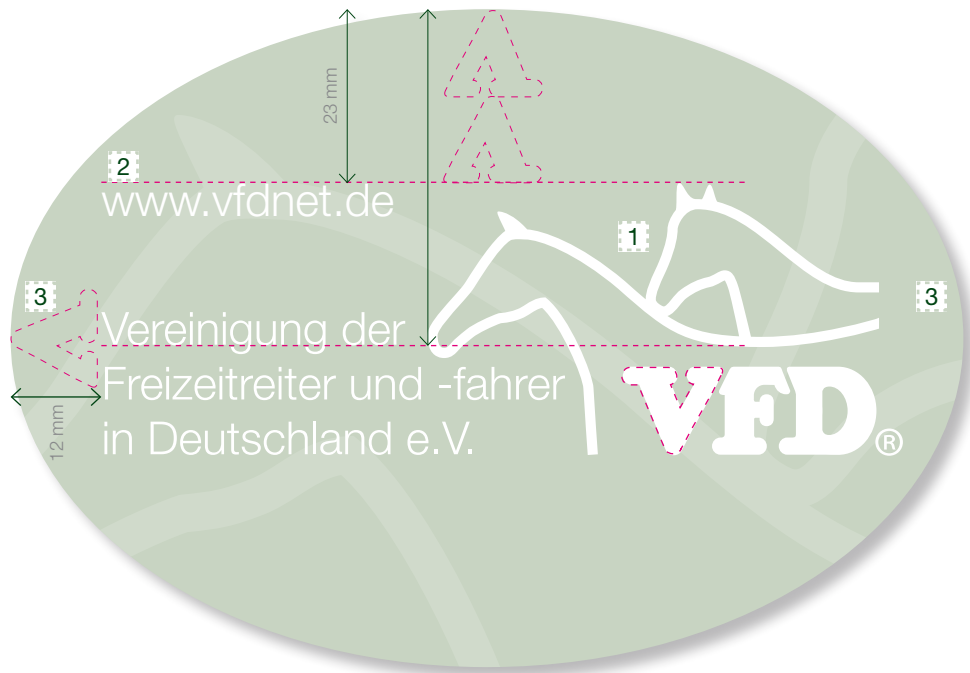


### 8.4.5 Raster Aufkleber oval Bundesverband

Die Abbildung des Aufklebers (126 mm x 87 mm) beträgt 100 % des Originalaufklebers.

#### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Die VFD-Internetadresse (Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel



## 8.4.6 Anwendungsbeispiel Aufkleber oval Bundesverband

Die Abbildung des Aufklebers (126 mm x 87 mm) beträgt 100 % des Originalaufklebers.

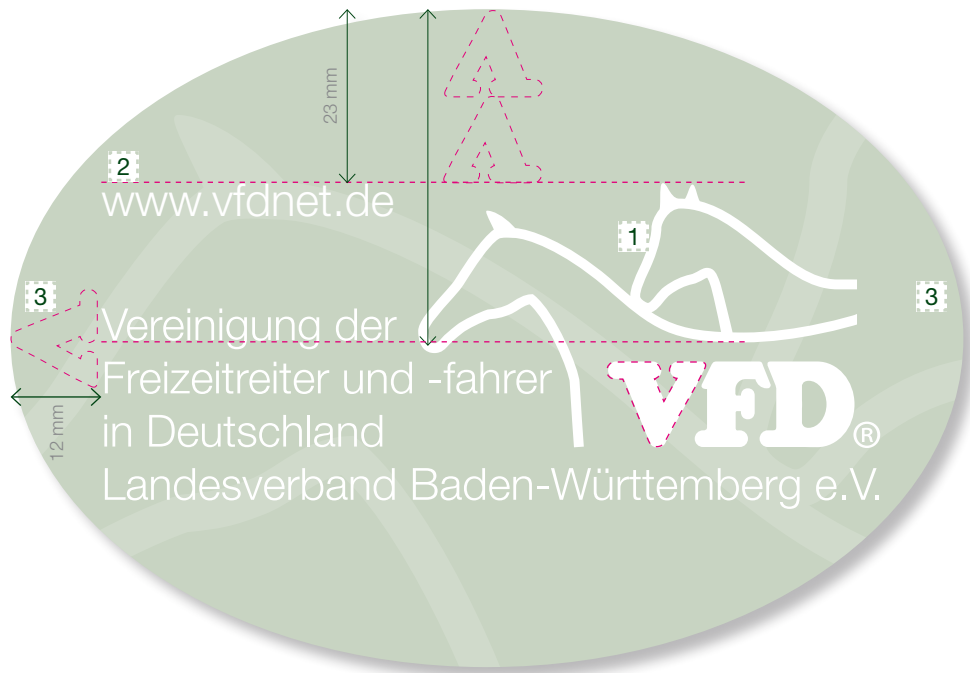


## 8.4.7 Raster Aufkleber oval Landesverbände

Die Abbildung des Aufklebers (126 mm x 87 mm) beträgt 100 % des Originalaufklebers.

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Landesverband
- 2 Die VFD-Internetadresse  
(Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel





## 8.4.8 Anwendungsbeispiel Aufkleber oval Landesverbände

Die Abbildung des Aufklebers (126 mm x 87 mm) beträgt 100 % des Originalaufklebers.



## 9. Outdoor-Medien

Wie der Name schon sagt, sind Outdoor-Medien Maßnahmen, die draußen eingesetzt werden. Auch in Zukunft sollen Fahnen und Banner bundesweit zum Einsatz kommen.

Natürlich im neuen Corporate Design, denn auch hier gilt: Durch den konsequenten Einsatz der neuen Gestaltungsrichtlinie wird die Marke VFD gestärkt.

## 9.1 Fahnen

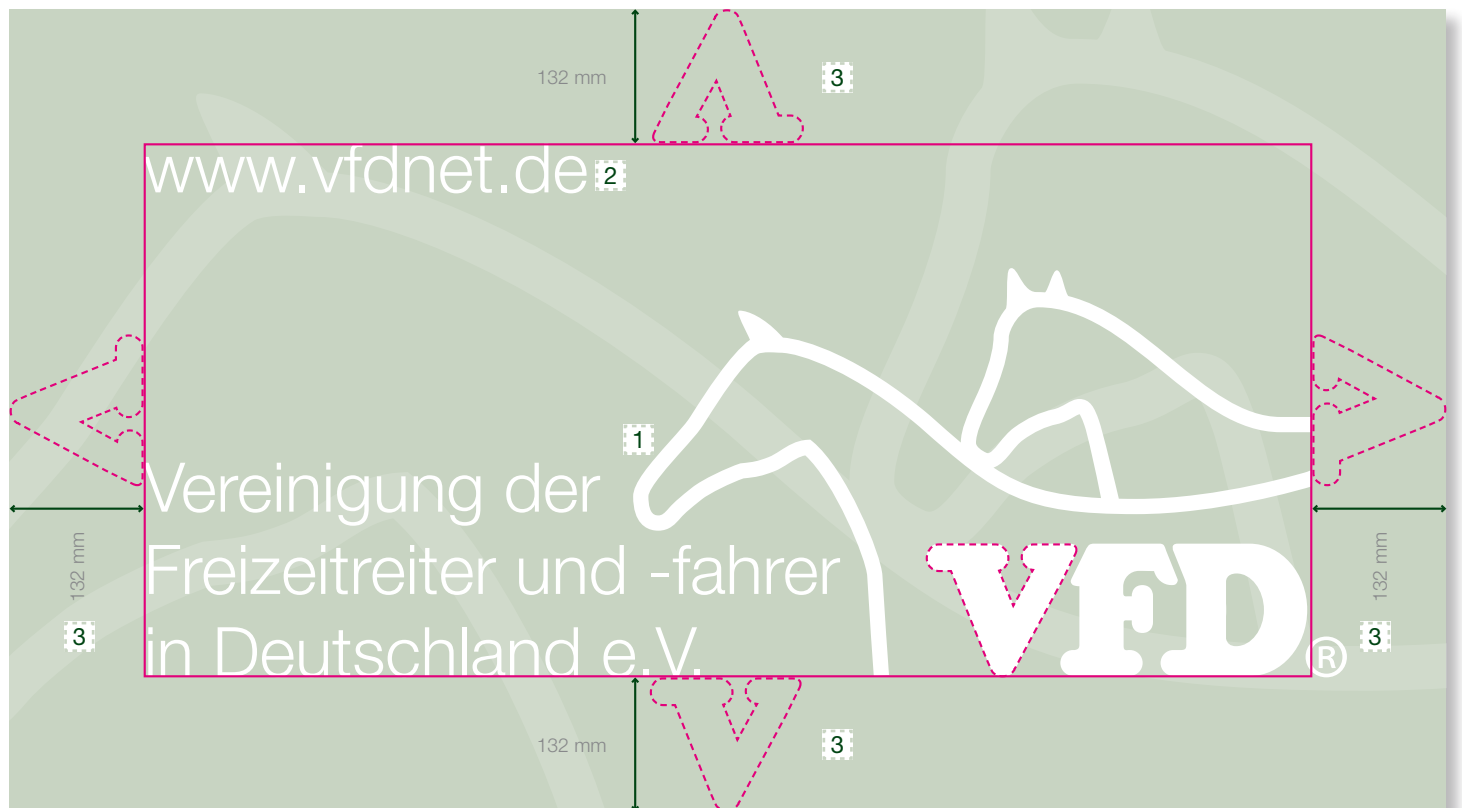
Fahnen sind ein wirkungsvolles Outdoor-Medium, da sie weithin sichtbar sind. Auch hier spielt das Einhalten der Gestaltungsrichtlinien eine gewichtige Rolle, denn bereits der Blick aus der Ferne soll die Aufmerksamkeit auf die VFD lenken.

## 9.1.1 Raster Fahne Bundesverband

Die Abbildung der Fahne (1.415 mm x 790 mm) beträgt ca. 10 % der Originalfahne.

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Die VFD-Internetadresse (Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel



## 9.1.2 Anwendungsbeispiel Fahne Bundesverband

Die Abbildung der Fahne (1.415 mm x 790 mm) beträgt ca. 10 % der Originalfahne.

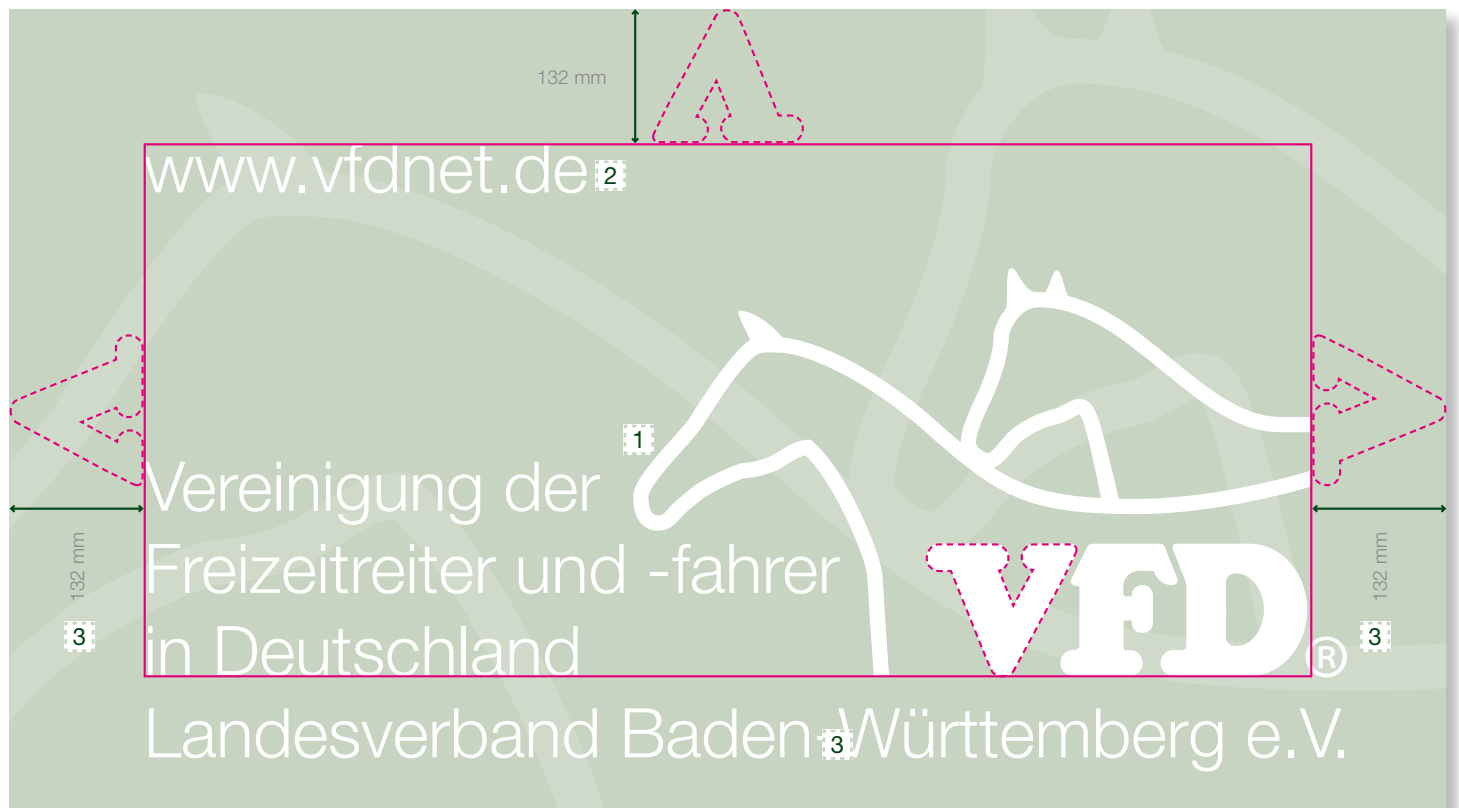


### 9.1.3 Raster Fahne Landesverband

Die Abbildung der Fahne (1.415 mm x 790 mm) beträgt ca. 10 % der Originalfahne.

**Der Aufbau:**

- 1 Das VFD-Logo mit Landesverband
- 2 Die VFD-Internetadresse  
(Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel



## 9.1.4 Anwendungsbeispiel Fahne Landesverband

Die Abbildung der Fahne (1.415 mm x 790 mm) beträgt ca. 10 % der Originalfahne.

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

Vereinigung der  
Freizeitreiter und -fahrer  
in Deutschland



Landesverband Baden-Württemberg e.V.

## 9.2 Banner

Banner haben ebenfalls eine hervorragende Werbe-Fernwirkung. Außerdem können sie, einmal produziert, vielfach und vielseitig eingesetzt werden.

Auf jeder öffentlichen Veranstaltung sollten die Banner gut sichtbar angebracht werden, um auf die VFD aufmerksam zu machen.

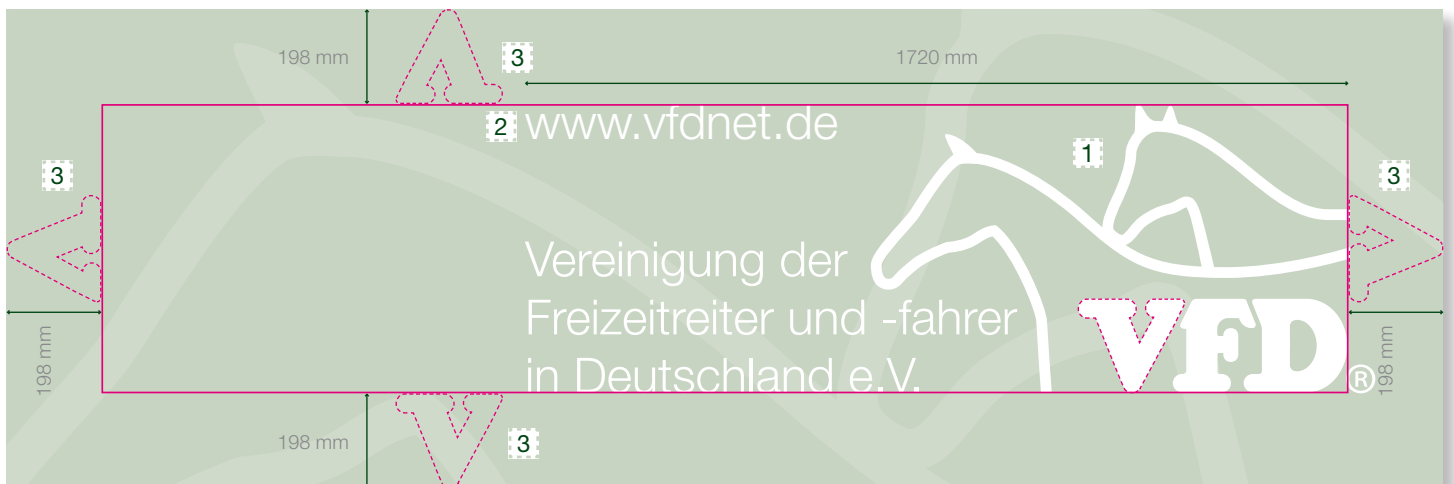


## 9.2.1 Raster Banner Bundesverband

Die Abbildung des Banners (3.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 % der Originalbanners.

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Die VFD-Internetadresse (Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel



## 9.2.2 Anwendungsbeispiel Banner Bundesverband

Die Abbildung des Banners (3.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 %  
der Originalbanners.



## 9.2.3 Raster Banner Landesverband

Die Abbildung des Banners (3.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 % der Originalbanners.

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Landesverband
- 2 Die VFD-Internetadresse  
(Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel



## 9.2.4 Anwendungsbeispiel Banner Landesverband

Die Abbildung des Banners (3.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 %  
der Originalbanners.

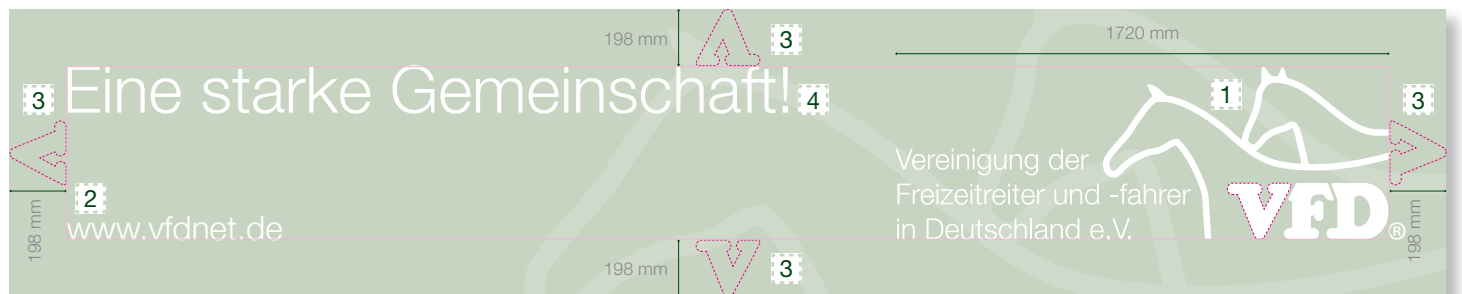


## 9.2.5 Raster Banner mit Slogan Bundesverband

Die Abbildung des Banners (5.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 % der Originalbanners.

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Die VFD-Internetadresse (Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel
- 4 Der Slogan



## 9.2.6 Anwendungsbeispiel Banner mit Slogan Bundesverband

Die Abbildung des Banners (5.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 % der Originalbanners.

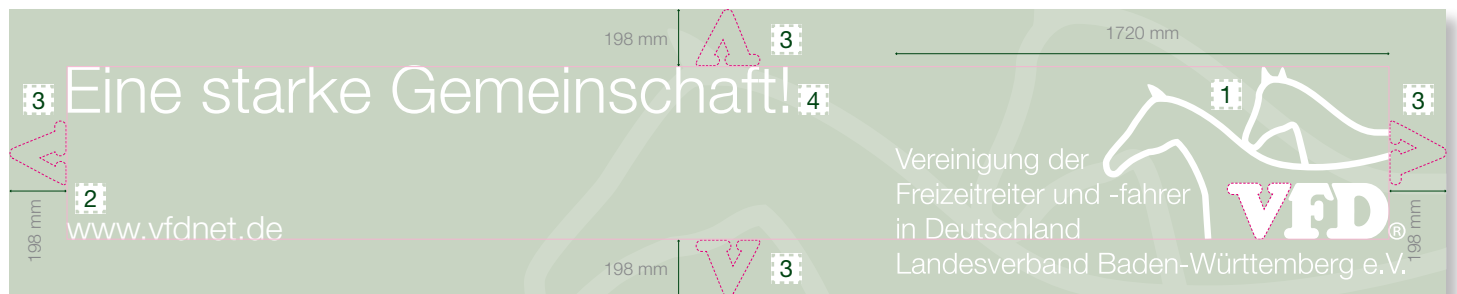


## 9.2.7 Raster Banner mit Slogan Landesverband

Die Abbildung des Banners (5.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 % der Originalbanners.

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Landesverband
- 2 Die VFD-Internetadresse  
(Schriftgröße = Schriftgröße Logo)
- 3 Der Satzspiegel
- 4 Der Slogan



## 9.2.8 Anwendungsbeispiel Banner mit Slogan Landesverband

Die Abbildung des Banners (5.000 mm x 1.000 mm) beträgt ca. 5 % der Originalbanners.





## 10. Internet

Das Internet ist das zentrale Medium der Kommunikation. Daher ist es auch in diesem Bereich enorm wichtig, die festgelegten Gestaltungselemente des Corporate Designs anzuwenden.

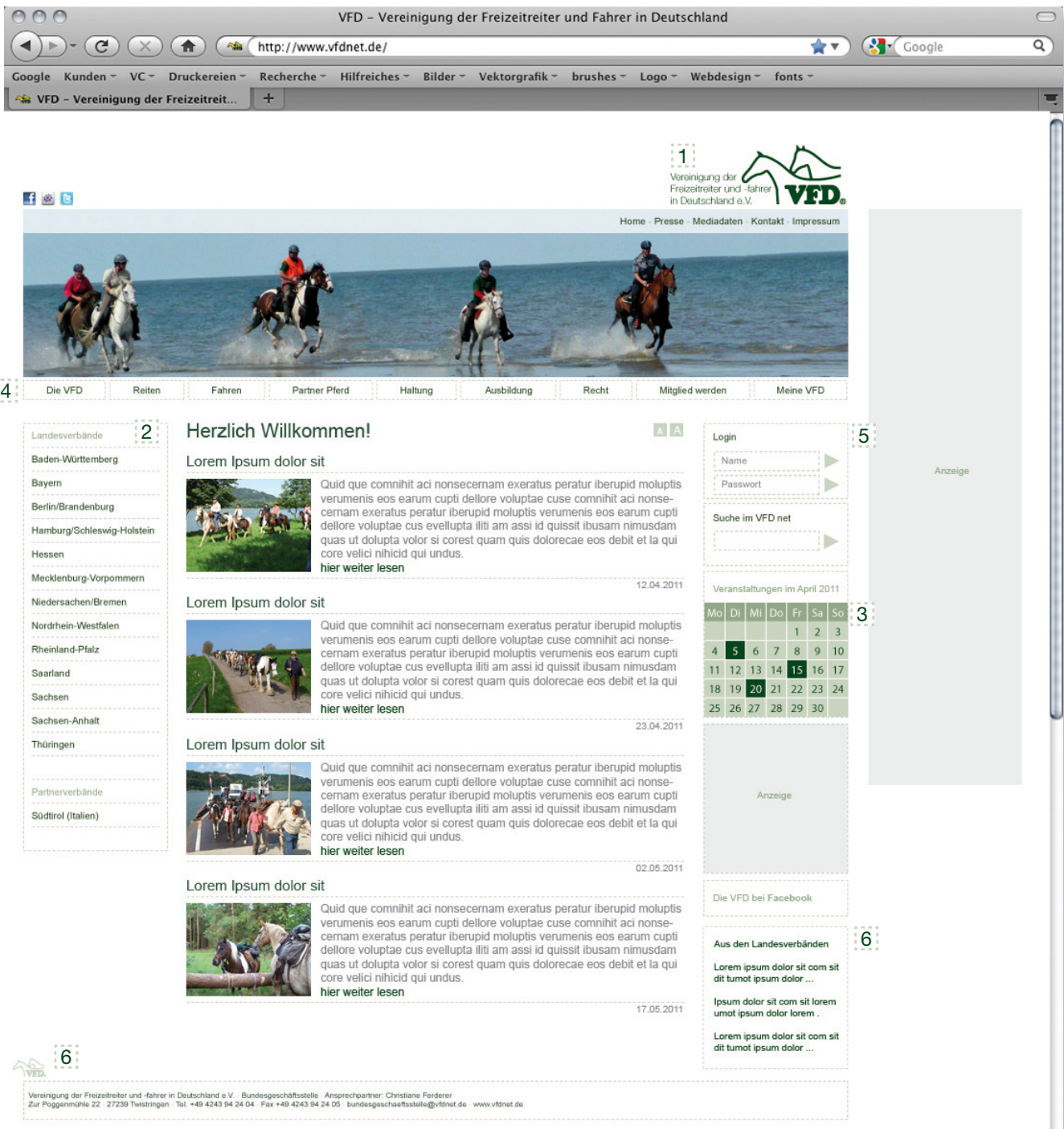
Von Seiten des Bundesverbandes werden Web und mobile Version im Corporate Design umgesetzt. Es wäre für die Marke VFD von großer Bedeutung, wenn sich auch die anderen Ebenen unseres Verbandes bei zukünftigen Aktivitäten in diesem Bereich an den Vorgaben orientieren würden.

# 10.1 Web

Der neue VFD-Internetauftritt

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Menü Landesverbände
- 3 Veranstaltungskalender
- 4 Menü VFD
- 5 Mitglieder-Login
- 6 VFD-Adressdaten



**1** Das VFD-Logo mit Langform des Namens

**2** Menü Landesverbände

**3** Veranstaltungskalender

**4** Menü VFD

**5** Mitglieder-Login

**6** VFD-Adressdaten

## 10.2 Mobile

Die mobile Version

### Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo mit Langform des Namens
- 2 Menü Landesverbände
- 3 Veranstaltungskalender
- 4 Menü VFD
- 5 VFD-Adressdaten



## 11. Textilien

Das gehört einfach dazu. „Bekenner“-Textilien wie Kappen, T-Shirts, Sweat-Shirts und Stoffbeutel.

Natürlich richten sich auch die Textilien nach den neuen Gestaltungsrichtlinien. Sofern Sie in Ihrem Bereich Derartiges produzieren lassen, nutzen Sie bitte die Vorlagen, die zum Download bereitstehen.

## 11.1 Beutel

### 12.1.1 VFD-Stofftasche Bundesverband

Anwendungsbeispiel für die VFD-Stofftasche

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo
- 2 Die VFD-Internetadresse



### 12.1.2 VFD-Stofftasche Landesverband

Anwendungsbeispiel für die VFD-Stofftasche

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo
- 2 Die VFD-Internetadresse



## 11.2 Cap

### 11.2.1 Cap Logo groß

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo
- 2 Die VFD-Internetadresse



### 11.2.3 Cap Logo klein

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo
- 2 Die VFD-Internetadresse



## 11.3 T-Shirt

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo
- 2 Die VFD-Internetadresse



## 11.4 Sweat-Shirt

Der Aufbau:

- 1 Das VFD-Logo
- 2 Die VFD-Internetadresse





## 12. Materialien

Bei allen verwendeten Materialien sollte darauf geachtet werden, dass sie nachhaltig produziert wurden und die Umwelt nicht belasten. Folgende Siegel zeigen, dass die Produkte umweltfreundlich hergestellt worden sind. Sie sollen als Hilfestellung für den Kauf dienen.

Es gibt einige Produkte, die von Herstellern gemeinsam mit der VFD entwickelt wurden. Bei diesen Produkten haben wir selbstverständlich auch immer darauf geachtet, dass unsere hohen Anforderungen an Tier- und Umweltschutz gewährleistet sind.



GÜTESIEGEL FÜR BESONDERS UMWELTSCHONENDE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN



BIO-SIEGEL DER EUROPÄISCHEN UNION (DEUTSCHE VERSION)



DAS DEUTSCHE STAATLICHE BIO-SIEGEL



EUROPÄISCHES ZERTIFIKAT FÜR DIE EUROPÄISCHE HOLZWIRTSCHAFT



FOREST STEWARDSHIP COUNCIL



EUROPÄISCHES UMWELTZEICHEN FÜR UMWELTFREUNDLICH HERGESTELLTE TEXTILIEN

ClimatePartner  
**klimateutral  
 gedruckt**

EMISSIONSARMES DRUCKEN UND BERÜCKSICHTIGUNG BEREITS BESTEHENDER UMWELTSCHUTZMASSNAHMEN



PRODUKTE AUS FAIREM HANDEL



ÜBERPRÜFTE GESUNDHEITLICHE UNBEDENKLICHKEIT VON TEXTIL-PRODUKTEN AUS KONVENTIONELLER PRODUKTION



BIO-SIEGEL DER EUROPÄISCHEN UNION FÜR LEBENSMITTEL MIT ZUTATEN ZU 95 % AUS BIO-ANBAU