

Gemeinsam fair handeln. Logo!

Die Einführung des modernisierten Weltladen-Logos liegt nun bereits fünf Jahre zurück. Wir freuen uns, dass zahlreiche unserer Mitglieder das Logo nutzen – mehr als 300 Weltläden haben eine individualisierte Form des neuen Logos bei uns angefordert. Die fünfjährige Übergangszeit für die Umstellung läuft im kommenden Sommer aus. Mit einer kleinen mehrteiligen Informationskampagne wollen wir in den nächsten Monaten noch mehr Weltläden dafür gewinnen, das gemeinsame, modernisierte Logo zu nutzen – mit Informationen, Argumenten und guten Beispielen.

Im [ersten Teil der Kampagne](#), erschienen im Februar-Newsletter, ging es generell um die Bedeutung des Logos. In diesem zweiten Teil schauen wir uns die Geschichte des Weltladen-Logos an und zeigen, wie andere Organisationen ihre Logos weiterentwickeln.

Ihr findet alle Informationen der Kampagne auch auf unserer [Website](#).

Die Geschichte des Weltladen-Logos

In der Anfangszeit des Fairen Handels in Deutschland zu Beginn der 1970er Jahre bildeten Aktive des Fairen Handels die „Aktion Dritte Welt Handel“ (A3WH). Die Akteure einigten sich damals auf das Signet mit einer 3, die für die Dritte Welt stand, und die Spirale, die die noch nicht abgeschlossene Entwicklung andeuten sollte. Dieses Signet war ab Mitte der 1970er Jahre Bestandteil des Logos der „Arbeitsgemeinschaft der 3. Welt Läden“ (AG3WL = Vorgängerorganisation des Weltladen-Dachverbandes).



Mit der Gründung der Siegelinitiative Transfair 1992 tauchten die ersten fair gehandelten Produkte in Supermärkten auf. Für die Weltläden entstand der Bedarf, sich mit einem eigenen und einheitlichen Zeichen davon abzusetzen. Im Rahmen einer Profilierungskampagne entwickelte die AG3WL Mitte der 1990er Jahre aus dem alten Logo der Aktion 3. Welt Handel das erste gemeinsame Weltladen-Logo. Die „3“ aus dem alten Logo wurde um 90° nach rechts gedreht und so zum „w“ von „Weltladen“.



Ab 1997 wurde die Nutzung des Weltladen-Logos an die Mitgliedschaft im Weltladen-Dachverband und die Anerkennung der Konvention der Weltläden als gemeinsame inhaltliche Grundlage geknüpft. Mit der Nutzung des einheitlichen Logos haben die Weltläden somit nicht nur ihre Zugehörigkeit zur

Weltladen-Bewegung kommuniziert. Sie haben gleichzeitig auch deutlich gemacht, dass sie ihr Handeln an den gleichen Kriterien ausrichten – eine wichtige Botschaft gegenüber den Kund*innen.

Im Rahmen des Professionalisierungsprogramms „Weltläden2006“ hat der Weltladen-Dachverband zu Beginn der 2000er Jahre den nächsten Modernisierungsschritt vorgenommen: Orange kam als Akzentfarbe hinzu, der Schatten der Spirale verschwand, statt „Weltläden“ wurde nur noch „Weltladen“ verwendet und der Claim „Ein Stück Welt von morgen“ wurde ersetzt durch „anders als andere“ und „Fachgeschäft für Fairen Handel“.



2016/2017 fand die bisher letzte Weiterentwicklung des Logos statt. Die Anforderungen an das neue Logo waren u.a.:

- gewünschte Assoziationen: jung, dynamisch, hochwertig
- Erscheinungsbild des Logos passend zu den Zielgruppen: Liberal-Intellektuelle, Sozialökologische, junge Leute
- Wiedererkennbarkeit: Wiederverwendung von „W“ wie „Weltladen“ und der spiralförmigen Schleife, mit leichter grafischer Vereinfachung
- Vereinfachung und Modernisierung der Schriften im Logo
- Hervorhebung der Bezeichnung WELTLADEN als zentrale Kennzeichnung
- Wiederverwendung der Farbtöne orange/weiß/grau, aber: Verwendung eines milderen, dezenteren Orange
- Herauslösbarkeit des Logos als reine Bild-Marke (z.B. auf Servietten, Briefpapier, ...)

Und so sieht das gemeinsame Weltladen-Logo seit 2017 aus:



Logos entwickeln sich weiter

Unternehmen und Organisationen entwickeln sich mit der Zeit immer weiter. Auch wenn ein Logo über kurzfristigen Trends und modischen Effekten stehen soll, verändern sich Angebote und Zielgruppen im Laufe der Zeit. Es ist also normal, von Zeit zu Zeit das Logo anzupassen. Manchmal fallen die Änderungen den Kund*innen gar nicht auf. Wir können in den letzten Jahren beobachten, dass Logos immer schlichter werden.

Beispiele für Logoentwicklungen:



Quelle: logomarken.com

Möglichkeiten zur Nutzung des gemeinsamen Weltladen-Logos

- Falls ihr von uns das Logo noch nicht bekommen habt, kontaktiert uns (Kontakt Daten siehe unten). Unser Graphiker erstellt euer individuelles Logo für euch kostenfrei.
- Nutzt unsere Werbematerialien. Das vollständige Angebot findet ihr hier: <https://www.weltladen.de/fuer-weltladen/materialbestellung/werbematerialien/>
- Nutzt unseren [Styleguide](#). Ihr findet dort zahlreiche Anregungen zur Gestaltung und viele Informationen rund um Logo, Farben und Schriften.



Bild: Michael Sommer/Kisii

Kontakt

Weltladen-Dachverband e.V.
 Stefanie Krass
 Telefon 06131 68907-98
s.krass@weltladen.de