



 **TeachBeyond**
Transformational Education Services

MARKEN- UND STYLEGUIDE

Zweck eines Style Guide	4
Unsere Marke	6
Logo	10
Farben	22
Typografie	24
Grafikelemente	26
Fotografie Und Videografie	28
Sprache Und Ton	34
Soziale Medien Und Newsletter	38
Übersetzung	40

Dieser Leitfaden soll Ihnen die Mittel zur Verfügung stellen, die Sie benötigen, um TeachBeyond angemessen und konsistent zu repräsentieren. Wir hoffen, dass Sie den Inhalt dieser Broschüre hilfreich und inspirierend finden, wenn Sie versuchen, den Herrn durch Ihre Partnerschaft mit TeachBeyond zu ehren.

Stil- und Markenrichtlinien sind für die Schaffung und Aufrechterhaltung einer professionellen und respektierten Präsenz auf der ganzen Welt unerlässlich. TeachBeyond ist eine wirklich globale Organisation, die Mitglieder in Ländern auf der ganzen Welt betreut und wir achten sehr darauf, TeachBeyond gut zu vertreten.

Ganz gleich, ob Sie eine Partnerorganisation sind oder als Pädagoge bei TeachBeyond tätig sind, dieser Leitfaden wurde speziell für Sie entwickelt. Bitte lesen Sie diese Informationen regelmäßig, wenn Sie Inhalte oder Materialien für TeachBeyond entwerfen und weitergeben. Durch die Einhaltung dieser Richtlinien helfen Sie der Marke TeachBeyond dabei, klar definiert und erkennbar zu bleiben.

Der Leitfaden enthält Informationen über TeachBeyond, unsere Werte, unseren Ton, unsere Partner, unser Logo, Designelemente, Sprache, Fotografie, Social Media und vieles mehr. Wir empfehlen Ihnen, den Leitfaden durchzulesen, TeachBeyond kennenzulernen und gemeinsam mit uns die gute Nachricht durch eine transformative Ausbildung zu verbreiten!



A young girl with dark skin and hair is looking directly at the camera. She has her right arm resting on a textured, yellowish-brown wall. The background shows a doorway leading to a lush green outdoor area with trees and a path.

UNSERE

MARKE

Unser Name

Visionsgebiet

Leitbild

Werte, Persönlichkeit Und Ton

UNSER NAME

Der Name TeachBeyond fasst am besten in zwei einfachen Worten unser Verständnis des Großen Auftrags in Matthäus 28 zusammen, in dem Jesus sagt: „Gehe hin und mache zu Jüngern alle Nationen...und lehre sie, alles zu befolgen, was ich dir geboten habe.“

Das Wort Beyond suggeriert, geografische und kulturelle Grenzen zu überschreiten. Es zeigt auch unser Engagement, über eindimensionale, utilitaristische Bildungsformen hinaus zu einer umfassenden, ganzheitlichen Form zu lehren, die persönliches, transformatives Wachstum und nachhaltigen sozialen Nutzen fördert.

Unser Name spiegelt sowohl unsere organisatorische Mission als auch unsere Herausforderung an Christen wider, über **ihren aktuellen Kontext hinaus zu denken, ihr Wachstum als Transformationslehrer zu fördern, sie zu inspirieren, sich zu engagieren und ihnen zu helfen, dorthin zu gehen, wohin Gott sie führt.**

Geht nun hin und macht alle
Nationen zu Jüngern, tauft sie auf
den Namen des Vaters und des Sohnes
und des Heiligen Geistes und lehrt sie,
alles zu befolgen, was ich euch geboten
habe. Und siehe, ich bin bei euch alle
Tage bis an das Ende der Welt.

MATTHÄUS 28:19-20

LEITBILD

Als Nachfolger Jesu sind wir eine weltweite Gemeinschaft, die transformative Bildungsdienste als Teil von Gottes kontinuierlicher Mission anbietet, um Einzelpersonen, Gruppen und Gemeinschaften so zu transformieren, wie Gott es beabsichtigt.

GEBET

Wir wollen von ganzem Herzen der Welt unseres Vaters dienen, Jesus Christus lieben und sehen, wie Einzelne, Gruppen und Gemeinschaften durch seinen Geist und Bildung, die auf Gottes Wort beruht, verändert werden.

VISION

Eine Welt, in der Individuen und Gemeinschaften zu all dem werden, was Gottes Wille ist.

WERTE

Demut. Exzellenz. Liebe. Partnerschaft.

PERSÖNLICHKEIT

Aktiv. Zugänglich. Leidenschaftlich. Begeistert.

TONFALL

Begeistert und hoffnungsvoll. Klar und leicht verständlich. Menschen mit Würde behandeln, so wie wir sie durch Fotos und Kopien darstellen.



LOGO

Unser Logo

Elemente Und Versionen

Größe Und Raum

Häufige Fehler



LOGO



DIES IST DIE PRIMÄRE VERSION UNSERES LOGOS. ES VERWENDET ZWEI BLAUTÖNE ZUSAMMEN MIT UNSEREM SLOGAN DARUNTER. DAS LOGO OHNE SLOGAN KANN VERWENDET WERDEN, WENN DER SLOGAN BEREITS AN ANDERER STELLE AUF DEM STÜCK ABGEBILDET IST ODER WENN ER BEI DER GERINGEN GRÖSSE UNLESERLICH WIRD.

Das Symbol (Kreis), das Wortzeichen (TeachBeyond) und der Slogan (Transformational Education Services) bilden das TeachBeyond-Logo. Zusammen spiegelt das Logo mehrere Ideen wider, die von zentraler Bedeutung für das sind, was wir glauben. Das Symbol ist ein stilisiertes offenes Buch – symbolisch nicht nur für Bildung, sondern vor allem für die Rolle des Wortes Gottes in der missionarischen Erziehung. Das offene Buch ist in einem Kreis, repräsentativ für die Welt, platziert. Die sich kreuzenden Linien rufen ein Gefühl der Bewegung nach außen hervor – **beyond**

– und stellen den Austausch von Bildung auf der ganzen Welt dar. Die Seiten des Buches werden durch drei Zeilen dargestellt und repräsentieren biblische Integration, interkulturelle Anpassung und spirituelle Transformation – drei Elemente, die unserer Meinung nach für effektive missionarische Ausbildung von entscheidender Bedeutung sind. Der Hinweis auf ein gotisches Fenster, das am Schnittpunkt der Linien auftaucht, erinnert sowohl an die zentrale Rolle, die die Bildung beim Wachstum der Kirche spielte, als auch an die Rolle der Kirche bei der Entwicklung und Verbreitung von Bildung.



FARBVERWENDUNG

Sie können eine durchgehend schwarze Version des Logos auf einem weißen oder hellen Hintergrund, Fotografie oder wenn die Ästhetik die Verwendung erfordert, verwenden.

Verwenden Sie das weiße Logo auf einem dunklen Hintergrund, auf einem Foto oder wenn die Ästhetik seine Verwendung erfordern.



LEEREN SIE DEN RAUM

Um die Lesbarkeit zu gewährleisten, muss um das Logo herum ein Freiraum gelassen werden, der 20 % der Höhe des Logos entspricht. Dieser Raum isoliert das Logo von allem, was von ihm ablenken oder mit ihm konkurrieren wie Grafikelemente oder Text.





HÄUFIGE FEHLER



Um die Integrität der Marke zu wahren, gibt es einige Regeln, die man beachten sollte. Jegliches Drehen, neue Farbgebung oder Verzerren des Logos beeinträchtigen dieses. Bitte fügen Sie dem Logo keine Verzierungen wie Umrisse, Schlagschatten oder andere Dekorationen hinzu.

HÄUFIGE LOGOFEHLER

LADEN SIE DAS LOGO UNTER
[TEACHBEYOND.ORG/BRAND](https://teachbeyond.org/brand) HERUNTER

SENDEN SIE EINE E-MAIL AN
[COMMUNICATIONS@TEACHBEYOND.ORG](mailto:communications@teachbeyond.org),
WENN SIE FRAGEN ZUR VERWENDUNG DES
LOGOS HABEN.

DREHEN ODER ÄNDERN SIE DIE RICHTUNG
DES LOGOS NICHT.

DEHNEN ODER VERZERREN SIE DAS LOGO
NICHT.

BLOCKIEREN ODER ENTFERNEN SIE KEINE
TEILE DES LOGOS.

ÄNDERN SIE NICHT DIE FARBE DES LOGOS.

ÄNDERN SIE DEN SLOGAN NICHT UND FÜGEN
SIE DEM LOGO KEINEN ZUSÄTZLICHEN TEXT
HINZU.

VERWENDEN SIE DAS GLOBUSZEICHEN
NICHT ALLEIN.

LOGO AUF EINEM FOTOHINTERGRUND

Es gibt ein paar Möglichkeiten, das Logo auf Bildern zu verwenden, aber es sollte mit Vorsicht angepasst werden, um sicherzustellen, dass das Logo und der Typ nicht durch das Hintergrundfoto behindert werden.



POSITIONIEREN SIE DAS LOGO IN EINER ECKE, SODASS DER RICHTIGE ABSTAND EINGEHALTEN WIRD.

VERWENDEN SIE NICHT DAS PRIMÄRE (FARBIGE) LOGO AUF EINEM BILD.

PLATZIEREN SIE DAS LOGO NICHT ÜBER WICHTIGEN MERKMALEN AUF DEM FOTO, Z. B. DEM GESICHT EINER PERSON.



 **TeachBeyond**
Transformational Education Services



 **TeachBeyond**
Transformational Education Services

WEITERE LOGO-TIPPS

Wenn Sie das TeachBeyond-Logo zusammen mit einem anderen Logo verwenden, stellen Sie sicher, dass die Logos so skaliert sind, dass sie das gleiche visuelle Gewicht haben.

Achten Sie darauf, dass zwischen den Logos ein angemessener Abstand eingehalten wird, und richten Sie die Logos durch die vertikale oder horizontale Mitte aus. Ein gutes Messwerkzeug ist die Breite des TeachBeyond-Globe.

VERTIKAL MITTIG
AUSGERICHTET



HORIZONTAL MITTIG AUSGERICHTET



ABSTAND ZWISCHEN LOGOS

ZUSÄTZLICHE LOGOS UND TAGLINES

Wenn Sie eine Untermarke, eine nationale Einheit oder eine Abteilung von TeachBeyond repräsentieren, verwenden Sie bitte das richtige Logo und seine Richtlinien.

Einige Abteilungen können unsere „Ministry Tagline“ in Verbindung mit ihrem eigenen Logo nutzen. Durch die Verwendung des Slogans entfällt die Verwendung des vollständigen TeachBeyond-Logos auf Materialien.



BEISPIEL FÜR DAS LOGO DER NATIONALEN EINHEIT



BEISPIEL FÜR EIN SLOGAN DES BUNDESMINISTERIUMS





FARBEN

FARBPALETTE

Unsere Palette spiegelt den Geist von TeachBeyond wider. Wir nutzen kräftige und moderne Farben, die auf der ganzen Welt zu finden sind. Farbnamen wurden ausgewählt, um Speisen aus verschiedenen Kulturen spielerisch zu ehren.

FARBEN

PMS 343
RGB 10 86 64
CMYCMY 89 41 78 38
SECHSKANT 0a5640

PMS 1625
RGB 255 164 137
CMYCMY 0 44 42 0
SECHSKANT ff9489

PMS 7700
RGB 163 200 277
CMYCMY 92 62 32 12
SECHSKANT 185a7d

PMS 7759
RGB 197 178 0
CMYCMY 26 22 100 1
SECHSKANT c5b200

PMS 174
RGB 153 57 33
CMYCMY 27 87 99 23
SECHSKANT 993921

SPIRULINA

PEACH

BLUE CORN

CURRY

SUMAC

TYPOGRAFIE



UNSERE SCHRIFTENARTEN

Typografie ist ein großartiges Werkzeug, wenn sie konsequent verwendet wird. Die Schriftarten für Überschriften und Textkörper repräsentieren am besten das verständliche, klare und globale Gefühl unseres Unternehmens. Diese Schriftfamilien sollten in allen Druck- und Web-Bereichen verwendet werden.

Wenn Sofia Pro nicht verfügbar ist, ist Century Gothic die bevorzugte Alternative, die sowohl auf Windows- als auch auf Apple Computern vorinstalliert ist.

Sie dürfen die Schriftgröße je nach Bedarf des Stücks ändern, aber bitte behalten Sie die Größe und die führende Beziehung zusammen mit der Schriftgröße zwischen der Haupt- und Nebenüberschrift und des Textes bei.

SOFIA PRO

Sofia Pro Light

Sofia Pro Light Italic

Sofia Pro Regular

Sofia Pro Regular

Sofia Pro Medium

Sofia Pro Medium Italic

Sofia Pro Semi Bold

Sofia Pro Bold Italic

Wo kann ich Sofia Pro verwenden:

Überschriften, Unterüberschriften und im Hauptteil von Dokumenten

So verwenden Sie Sofia Pro:

GROSSBUCHSTABEN,
Satzbuchstaben

RIFT

RIFT REGULAR

RIFT MEDIUM

RIFT DEMI

RIFT BOLD

Verwendung von Rift:

Überschriften und Unterüberschriften

So verwenden Sie Rift:

GROSSBUCHSTABEN

AKTIV

Regelmäßig Aktiv

Verwendung von Active:

Überschriften, Unterüberschriften und Aufrufe/Zitate

So verwenden Sie Sofia Pro:

GROSSBUCHSTABEN,
Satzbuchstaben, Kleinbuchstaben

A photograph of two women in a workshop setting. The woman on the right, with short blonde hair, is wearing a dark blue sweater and a white apron with a colorful owl pattern. She is focused on painting a small square object on a grey rotating stand with a brush. The woman on the left, with dark hair and glasses, is also painting, with a large black and white illustration on a white plate in front of her. The background shows a white shelving unit with various items. The text 'GRAFIK ELEMENTE' is overlaid in white on a dark red background.

**GRAFIK
ELEMENTE**



GRIECHENLAND GUATEMALA HAITI INDONESIEN JAPAN KAMBODJA
PALÄSTINENSISCHES GEBIET PAPUA NEU-GUINEA PARAGUAY PHILIPPINEN
FÖDERATION RUANDA SCHWEIZ SPANIEN TANSANIA THAILAND TSCHAD
VON AMERIKA VEREINIGTES KÖNIGREICH

Farbblöcke, um ein Gleichgewicht zu schaffen, den Blick auf einen bestimmten Bereich zu lenken und Farbe hinzuzufügen.

Länderticker: Dies ist eine Liste einiger Länder, in denen wir tätig sind, und soll sowohl als informatives Element als auch als grafisches Element verwendet werden.

Off-White Texturen, um weichere Farbblöcke, Hintergründe oder visuelle Interessen auf Fotos oder leeren Seiten zu erstellen.

DEN LOOK ZU ERZIELEN

Neben Farbe und Schrift tragen grafische Elemente dazu bei, das Aussehen und die Haptik von TeachBeyond zu erreichen. Diese Elemente sollen verwendet werden, um andere Elemente hervorzuheben und zu unterstützen und das visuelle Interesse an Materialien zu erhöhen.

Diese Elemente sind nach Ermessen des Nutzers zu verwenden und sollten immer mit künstlerischem Blick verwendet werden. Das Kommunikationsteam wird diese Elemente am häufigsten nutzen, steht aber auch zur Verfügung, um andere bei Bedarf bei der Implementierung zu unterstützen.

„Gestempelte“ Grenzen, um visuelles Interesse zu wecken und die auf der ganzen Welt vorgefundenen mündenden Textilien anzuerkennen.



Handgezeichnete Linien zum Hervorheben.





FOTOGRAFIE UND VIDEOGRAFIE

Der Ansatz

Beispiele



UNSER ANSATZ

Basierend auf unserer Persönlichkeit und Ton wurde ein unverwechselbarer Stil entwickelt, und dieser ist ein wichtiger Teil der Marke TeachBeyond.

Wir streben danach, den von uns porträtierten Personen gegenüber würdevoll, respektvoll, rücksichtsvoll und gnädig zu sein - unter Berücksichtigung unseres Markentons: aufmerksam, zugänglich, leidenschaftlich, enthusiastisch, begeistert und hoffnungsvoll.

Lächelnde Gesichter, Bewegung, Farbe, Unterrichtsräume und globale Orte sind alles Aspekte der Fotografie und Videografie, die wir sehen wollen!

Wir lieben das Aussehen von natürlichem Licht, foto-journalistischem Stil, geringer Tiefenschärfe, glaubhafte Situationen und qualitativ hochwertigen Fotos und Videos. Oft werden wir Duoton-Fotos verwenden, die unsere Markenfalten verwenden, sodass das Foto als Hintergrund oder Farbblock verwendet werden kann.





Video

Die Videos, die wir produzieren, sollten authentisch, ansprechend und unterhaltsam sein und dabei unseren Marke und Stil berücksichtigen.



Effekte und Übergänge sollten dem Look von TeachBeyond folgen, wobei einfache und natürliche Elemente verwendet werden. Bei Bedarf sollten Einführungs- oder Abschlussbildschirme eine genehmigte Grafik oder Animation sein.

Voiceovers und Interviews sollten qualitativ hochwertig und möglichst klar sein. Hintergrundmusik sollte instrumental sein und der Stimmung, dem Inhalt und dem Stil des Videos angemessen sein.



A photograph of three people walking away from the camera through a field of tall, golden-brown grass. In the foreground, a man in a bright green t-shirt and black shorts is on the left, a woman in a black top and shorts is in the middle, and a man in a black t-shirt and patterned shorts is on the right. They are walking towards a dense green forest under a clear blue sky. The text 'SPRACHE' is overlaid on the right side of the image, with 'UND TON' below it, and two sub-headers further down.

SPRACHE

UND TON

Der Ansatz

Soziale Medien Und Newsletter

DIE SCHREIBWEISE VON TEACHBEYOND

Wenn Sie sich schriftlich auf TeachBeyond beziehen, schreiben Sie es als ein Wort, wobei „T“ und „B“ groß geschrieben werden. Beziehen Sie sich niemals auf TeachBeyond als Teach Beyond, Teachbeyond, teachbeyond, teachBeyond oder TB.

TEACHBEYOND VERWENDET DAS CHICAGO
MANUAL OF STYLE, UM DIE KONSISTENZ
IM GESAMTEN UNTERNEHMEN ZU
GEWÄHRLEISTEN.

TON

Seien Sie ansprechbar: In TeachBeyond geht es um „Freundschaftsbildung“, also schreibe, als ob du mit einem Freund sprichst. Füllen Sie Ihre Sätze nicht mit Jargon, den Ihre Leser vielleicht nicht verstehen.

Seien Sie unkompliziert: Ein oder zwei Klauseln in einem Satz sind ausreichend. Wenn Ihre Sätze zu kompliziert sind, werden Ihre Leser verwirrt werden.

Seien Sie genau: Stellen Sie sicher, dass alle Zahlen und Statistiken, die Sie einbeziehen, auf dem neuesten Stand sind.

Seien Sie respektvoll: Stellen Sie andere Organisationen, Kulturen, Regierungen oder Einzelpersonen nicht negativ dar.

SCHREIBTIPPS

TeachBeyond bevorzugt Geschichten, die in erster Person erzählt werden.

Bitte geben Sie nach einem Punkt nur ein Leerzeichen ein.

Als Organisation verwendet TeachBeyond die amerikanische Schreibweise. Wenn ein Artikel oder eine Meldung von einer bestimmten Person stammt, verwenden wir die spezifische Schreibweise, die sie verwenden.

SOZIALE MEDIEN UND NEWSLETTER

Ziel dieser Richtlinien ist es, TeachBeyond-Mitgliedern bei ihrer Nutzung sozialer Medien Hilfestellung zu geben, einschließlich, aber nicht beschränkt auf: Elektronische Newsletter, Blogs, Foren, Konten sozialer Netzwerke, Videos, Und anderen Websites und Diensten, die es Benutzern ermöglichen, Informationen mit anderen auszutauschen.

Wir möchten Ihnen einfache und klare Richtlinien geben, damit Sie sich wohlfühlen und sicher sein können, Ihr Leben und Ihre Geschichten zu teilen und Ihre eigenen Einflussbereiche zu beeinflussen!

Sie sind in erster Linie ein Vertreter Gottes, und zweitens ein Vertreter von TeachBeyond und Ihren damit verbundenen Projekten und Ländern. Wir wissen, dass das eine Menge ist, deshalb haben wir diese Richtlinien erstellt und empfehlen Ihnen:

Dinge, die digital geteilt werden, können von jedem gesehen werden. Zeigen Sie Demut, Höflichkeit und Respekt für Ihr Gastland und seine Menschen in Ihrer schriftlichen und visuellen Darstellung. Denken Sie daran, dass die Personen, über die Sie schreiben, sehen können, was Sie über sie oder ihren Bereich geschrieben haben.

Befolgen Sie die Gesetze, Richtlinien und Richtlinien der Projekte, in denen Sie tätig sind, insbesondere im Hinblick auf den Austausch von Informationen über Studenten und Kollegen.

Seien Sie ethisch, respektvoll und verantwortungsbewusst, wenn Sie Fotos von Kindern oder schutzbedürftigen Erwachsenen in Ihren Newslettern aufnehmen und verwenden. **Bitten Sie um Erlaubnis, bevor Sie das Foto in Ihrem Newsletter teilen.**

Vermeiden Sie den Austausch sensibler Informationen über andere TeachBeyond-Mitglieder, Projekte oder Partnerorganisationen. Sie müssen nicht den echten Namen einer Person teilen, damit die Geschichte einen Einfluss hat.

Achten Sie darauf, sich selbst und die Sicherheit anderer zu schützen, indem Sie kluge Entscheidungen über die gemeinsame Nutzung Ihres Standorts und Ihrer Interaktionen treffen.

Denken Sie daran, während Sie Fotos aus Ihrem Leben teilen, dass Professionalität und Angemessenheit wichtig sind. Bildunterschriften begleiten Fotos nicht immer oder können die ganze Geschichte erzählen. Wenn also ein Foto alleine existiert, überlegen Sie, was das Foto jemandem vermitteln könnte, der es aus dem Kontext betrachtet.

Achten Sie darauf, dass Sie die **von Ihnen unterzeichneten Richtlinien und den Verhaltenskodex von TeachBeyond befolgen**. Sie finden diese Richtlinie unter teachbeyond.org/safeguarding/policy.

Denken Sie daran, dass Ihre persönlichen Kommentare, Fotos oder Videos nicht direkt für unser Unternehmen sprechen, obwohl Sie ein Vertreter von TeachBeyond sind.

Behalten Sie das Bewusstsein, dass alles, was Sie teilen, dauerhaft ist, für immer und ewig, Amen.

ÜBERSETZUNG

Als globales Unternehmen haben wir die Möglichkeit, Materialien für Menschen in mehreren Sprachen bereitzustellen. Die meisten Materialien sind einzigartig und werden speziell in die gewünschte Sprache übersetzt.

Die Namen von Schulen, Lagern und Programmen sollten der Anleitung der vertretenen Gruppe folgen. Es gibt jedoch ein paar Wörter und Namen, die immer so erscheinen sollten:

@teachbeyond

Beyond Borders

LinGo





CUADOR
H GRIECHENLAND
HAITI/INDONESIEN
BODSCHA
N MAURITIUS
ER
SISCHES GEBIET
GUINEA/PARAGUAY
RUANDA/RUMÄNIEN
FÖDERATION
HWEIZ/SPANIEN
HAILAND
N TÜRKEI/UNGARN
STAATEN VON
REINIGTES
H ÄTHIOPIEN/COSTA
KRATISCHE REPUBLIK
MINIKANISCHE
CUADOR
H GRIECHENLAND
HAITI/INDONESIEN
BODSCHA
N MAURITIUS
ER
SISCHES GEBIET
GUINEA/PARAGUAY
RUANDA/RUMÄNIEN
FÖDERATION
HWEIZ/SPANIEN
HAILAND
N TÜRKEI/UNGARN