



Das Netzwerk zur Selbsthilfe

Deutsche Vereinigung Morbus Bechterew e.V.
Bundesverband

Frischer Wind in der DVMB

von Britta Hattebuhr, stellvertretende Vorsitzende der DVMB

Warum hat die DVMB jetzt ein neues Corporate Design, d.h. Erscheinungsbild?

Seit Gründung der DVMB hat sich die Welt 27 Mal um die Sonne und viel mehr Male um sich selbst gedreht. Ansichten, gesellschaftliche Meinungen, Geschmäcker, Kleidung und vieles mehr drehten sich mit ihr, im stetigen Prozess der Änderung, Optimierung, Vertiefung, Bewahrung, Einführung, Verwerfung, Erneuerung... Selbst die DVMB hat sich, wie bisher noch nie in dieser Form passiert, den heutigen Zeiten und Moden angepasst. Seit über zwei Jahren wird an einem neuen Erscheinungsbild, dem Corporate Design, für die und in der DVMB gearbeitet. Dieses wurde letztendlich auf der vergangenen Delegiertenversammlung des Bundesverbands als neues Auftreten nach innen und außen mehrheitlich beschlossen.

Was ist eigentlich Corporate Design?

Claudia HAUSER, die Urheberin des neuen Corporate Designs der DVMB, beschreibt dies mit folgenden Worten:

Das Corporate Design ist das einheitliche Erscheinungsbild einer Einrichtung, in unserem Falle der DVMB, Deutsche Vereinigung Morbus Bechterew e.V. Für ein Corporate Design werden Logo, Schriftarten, Farben

und gestalterische Standards festgelegt und gelten dann sowohl innerhalb der DVMB als auch für externe Ausführende als verbindliche Vorgaben. Das Corporate Design dient nach außen der Unterscheidung zu anderen Vereinigungen dieser Art und hat nach innen eine identifikationsfördernde Wirkung.

Viele von Ihnen mögen jetzt sagen:

„Ja, da hatten wir doch was Gutes und Bewährtes, warum plötzlich doch etwas ganz anderes? Verlieren wir dadurch nicht unsere Identität?“

Wieso sollten wir unsere Identität verlieren, die DVMB steht weiterhin für eine Selbsthilfegemeinschaft mit „Kompetenz aus Erfahrung“, mit Rat und Tat für alle, die nach Unterstützung suchen und diese bieten möchten. Diese Kernkompetenzen, gepaart mit einem frischen Wind, sind in das neue Auftreten integriert. Das neue Logo für die DVMB, eine Wortmarke, wird von Claudia Hauser hierzu folgendermaßen beschrieben:

Die neue Wortmarke der DVMB vermittelt ganz bewusst Modernität, Offenheit und Frische. Wobei die Form des V's nur sehr dezent an die spezifische Verformung der Wirbelsäule eines Morbus-Bechterew-Erkrankten erinnert. Das M steht für Gemeinschaftsgefühl innerhalb der DVMB. Die Farbe spielt bei dem neuen Logo eine ganz besondere Rolle. Sie spiegelt Vitalität und Fri-

sche wider: Der Kontrast von Weiß und Grün steht im neuen Erscheinungsbild somit immer im abwechslungsreichen Spannungsverhältnis und lässt die Farbe zum typischen Markenzeichen werden, das für Offenheit und ein starkes Gemeinschaftsgefühl steht.

Nicht nur das Logo ändert sich,

auch das Aussehen des Internetauftritts, der Literatur, der Geschäftsbriefe, der Visitenkarten... – eben alles, mit dem sich die DVMB nach innen und außen präsentiert. Als weiterer Effekt ist dann auch eine Einheitlichkeit gegeben. Egal ob als Mitglied, Gruppe, Landesverband oder Bundesverband, man kann die DVMB als Gesamtes erkennen und findet sich als einen Teil darin wieder. Die Umstellung auf das neue Corporate Design, das Erscheinungsbild, wird in den nächsten Monaten schrittweise erfolgen. Es wird Ihnen also über kürzere oder längere Zeit noch das eine oder andere „Alte“ begegnen.

Modern?

Der frische Wind, der schon lange innerhalb der DVMB stetig weht, bläst jetzt nach außen. Er ist neben der Erneuerung die „Kompetenz aus Erfahrung“ – dafür steht die DVMB! Erfahrung kommt nie aus der Mode 