

Pressedossier

Eine neues Markendesign für Handicap International



Am **24. Januar 2018** wird das globale Netzwerk Handicap International zu Humanity & Inclusion.

Das globale Netzwerk umfasst die Föderation mit dem Namen Humanity & Inclusion, die unsere Programme in rund 60 Ländern umsetzt, sowie acht nationale Vereine. Diese nationalen Vereine werden in Großbritannien, in Kanada und den USA zukünftig Humanity & Inclusion heißen und in Kontinentaleuropa den Namen Handicap International beibehalten (Belgien, Deutschland, Frankreich, Luxemburg und Schweiz).

Inhalt

- *Kurzbeschreibung* 02
- *Das neue Logo von Handicap International* 02
- *Unsere Vorgehensweise* 05

1 – Kurzbeschreibung

Seit 35 Jahren unterstützt Handicap International Menschen mit Behinderung und andere besonders schutzbedürftige Menschen, damit ihre grundlegenden Bedürfnisse gedeckt werden, sich ihre Lebensbedingungen verbessern und ihre Grundrechte besser respektiert werden.

Unsere Organisation hat mehr als 3.500 Mitarbeitende in rund 60 Einsatzländern und ein aus acht nationalen Vereinen bestehendes Netzwerk (Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Kanada, Luxemburg, Schweiz und USA).

Die Vision unserer Organisation:

„Wir sind entrüstet über die Ungerechtigkeiten, die Menschen mit Behinderung und schutzbedürftige Menschen erleben müssen – deshalb setzen wir uns für eine Welt der Solidarität und der Inklusion ein, in der uns alle Unterschiede bereichern und in der jeder aufrecht leben kann.“

2 – Das neue Logo von Handicap International

Unser Projekt zur Namens- und Logoänderung bildet einen wesentlichen Teil unserer Zehnjahresstrategie. Diese Strategie wurde entworfen, um auf die wachsenden Bedürfnisse und die großen Umbrüche im Entwicklungs- und Nothilfesektor einzugehen. Die Ziele der Strategie sind:

- Unsere Organisation weiter zu entwickeln, um unsere Handlungskapazitäten in den Projekten zu stärken und unsere Programme auszuweiten
- Unser Wachstum auszubauen und aus der gesamten Bandbreite privater und öffentlicher Mittel zu finanzieren, um unsere Unabhängigkeit sicherzustellen
- Unsere strategischen Partnerschaften auszuweiten und unsere Partner zu unterstützen, um wirksamer auf die neuen Anforderungen des Sektors eingehen zu können

Im Jahr 2018 wird unser globales Netzwerk Handicap International neben einem neuen Logo auch einen neuen Namen erhalten: **Humanity & Inclusion**. Dieser Name drückt einen der Kernwerte unserer Organisation aus - Humanität - und zeigt das Bestreben

unserer Arbeit in den letzten 35 Jahren: die Inklusion von Menschen, die in humanitärer Hilfe und Entwicklungsprogrammen leider häufig übersehen oder ignoriert werden. Der deutsche Verein wird den Namen Handicap International beibehalten.

Unser Symbol

Zum ersten Mal in der Geschichte unserer Organisation enthält unser Logo ein Symbol. Wir betrachten dieses Symbol als ein wirksames Kommunikationsmittel, um sich mit Menschen zu verbinden und zu erklären, wer wir sind. Es besitzt einen Wiedererkennungswert und geht über Sprachen und Kulturen hinaus, sodass es keiner wörtlichen Erklärung mehr bedarf. Die etablierte Abkürzung „HI“ ist in unserem Symbol deutlich sichtbar.

Die Hand

Beim ersten Blick sieht man eine Hand, ein universelles Symbol, das weitgehend positiv konnotiert ist und von jedem und überall verstanden wird. Diese Hand zeigt einen Gruß, eine Willkommengeste und sie scheint „Hi!“ zu sagen. Manche Leute sehen darin sogar einen Smiley. Dieses Symbol sendet eine herzliche, freundliche und positive Botschaft und bringt die gleichen Werte der Menschlichkeit und Freundlichkeit zum Ausdruck, die sich auch in unserem Namen wiederfinden. Für uns steht die Hand für Unterstützung, Schutz und Zuwendung, aber auch Kommunikation und Dialog.

Doch diese Hand sagt ebenso „Stopp!“: Stopp zu Exklusion, zu Ungerechtigkeit und zur Missachtung der Menschenrechte; Stopp zu Bombenangriffen auf Zivilisten. Diese Hand bringt die Themen unserer Advocacy-Arbeit laut und deutlich zur Sprache.

Die Farbe blau

Blau war schon immer die Farbe des Logos unserer Organisation. Sie wurde ausgewählt, da sie Handlungs- und Meinungsfreiheit repräsentiert, aber auch Ruhe, Stabilität und Verantwortungsbewusstsein ausstrahlt. All diese Werte sind notwendig, um unsere Arbeit auf unparteiische und neutrale Weise auszuüben. Wir haben das Blau in unserem neuen Logo in einem leicht dunkleren Ton als zuvor gewählt. So entsteht ein deutlicher Kontrast zu dem Weiß, um eine visuelle Barrierefreiheit zu gewährleisten.

Unser Logo

Unser Logo ist eine Kombination aus unserem Namen und unserem Symbol. Das Symbol mit der Abkürzung „HI“ ist das dominierende Element in diesem Logo. Es soll auffallen, weil es das Bindeglied zwischen den verschiedenen Mitgliedern unseres Netzwerkes sein wird.

Die für unseren Namen verwendete Schrift ist etwas abgerundet. Sie spiegelt die sanften Rundungen der Hand wider. Unser Name ist in Kleinbuchstaben geschrieben und symbolisiert unsere enge Beziehung zu Menschen, die auf Einfachheit und Bescheidenheit basiert.

Humanity & Inclusion – Unsere Baseline

Inclusion

Als wir mit der Suche nach einem neuen Namen für unser Netzwerk begannen, trat das Wort „Inklusion“ schnell als offensichtliche Lösung hervor, weil es so stark mit der Geschichte unserer Organisation verbunden ist.

Seit 35 Jahren setzt sich HI dafür ein, die Inklusion von Menschen mit Behinderung und Schutzbedürftigen zu fördern, um „die Unsichtbaren sichtbar zu machen“, ihre Grundbedürfnisse zu decken und ihre Lebensbedingungen zu verbessern.

Der Gedanke der Inklusion ist seit dem ersten Tag ein Teil unserer Identität. HI wurde 1982 in Thailand gegründet, um Minenopfern zu helfen, die in kambodschanischen Flüchtlingscamps lebten und deren Bedürfnisse von anderen Hilfsinitiativen übersehen wurden.

Inklusion ist das Leitprinzip unserer Arbeit. Dies ist in unseren Projekten für inklusive Bildung und berufliche Integration deutlich sichtbar. Der Gedanke der Inklusion begleitet uns allerdings auch, wenn wir Unterstützung für schutzbedürftige Menschen leisten, die von Konflikten oder Naturkatastrophen betroffen sind. Wir wollen sicherstellen, dass die Bedürfnisse dieser Menschen in Nothilfeinsätzen berücksichtigt werden und ihnen dabei helfen, schnellstmöglich wieder ein selbstbestimmtes Leben zu führen. Im Rahmen unserer Minenräumungsprogramme wollen wir den Menschen die Chance geben, in ihre Heimat zurückzukehren, ihr Land erneut zu bebauen, Bildungs- und Gesundheitsangebote wahrzunehmen und den ihnen zustehenden Platz in der Gesellschaft einzunehmen.

Unser Einsatz für die Inklusion, die Berücksichtigung und Teilhabe von Menschen, die außen vor geblieben sind, spiegelt sich in der Vision unserer Organisation wider.

Humanity

Die Namensänderung macht deutlich, welchen großen Stellenwert wir dem Wert der Menschlichkeit beimessen. Dies zeigt sich in der Art, wie wir mit der jeweiligen Bevölkerung zusammenarbeiten: Wir setzen unsere Aktivitäten mit Respekt, Wohlwollen und Bescheidenheit um.

Bei HI steht Humanität stellvertretend für unsere Arbeitsweise, die Förderung von Inklusion und für unsere grundlegende geistige Haltung.

„Humanity“ steht außerdem für das Wort „humanitär“. Es beinhaltet Nothilfeinsätze bei humanitären Krisen und unsere humanitären Aktivitäten, während der Konterpart „Inclusion“ auf einen langfristigeren, mit Entwicklung verbundenen Ansatz hinweist.

Diese zwei Worte „Humanity“ und „Inclusion“ umfassen also die volle Bandbreite unserer Programmaktivitäten.

Unser Netzwerk erhält einen neuen Namen:

Am 24. Januar 2018 nennt sich unser internationales Netzwerk „Humanity & Inclusion“. Das globale Netzwerk besteht aus nationalen Vereinen, in Kontinentaleuropa mit dem Namen „Handicap International“ (Frankreich, Deutschland, Schweiz, Belgien und Luxemburg) und in Kanada, USA und Großbritannien mit dem Namen „Humanity & Inclusion“.

Zu dem Netzwerk gehört außerdem die Föderation, die in etwa 60 Ländern unsere Programme durchführt, entweder unter dem Namen „Humanity & Inclusion“, „Handicap International“ oder „Atlas Logistique“.

3 – Unsere Vorgehensweise

Um die passende Agentur für unser Projekt zu finden, haben wir eine internationale Ausschreibung veröffentlicht. Nach einer Analyse von 13 Agenturen fiel unsere Wahl auf die kanadische Agentur Cossette. Gemeinsam haben wir eine Methodik entwickelt, die auf einigen festgelegten, nichtverhandelbaren Punkten beruht:



COSSETTE

*Die Cossette
Communication Group
wurde 1972 in Québec
Stadt gegründet. Sie ist
die größte
Kommunikationsfirma in
Kanada. Sie besitzt eine
auf Markenprojekte
spezialisierte
Tochterfirma, die
kreative Teams,
Experten für Change-
Management und
Spezialisten für
Marktforschung vereint.*

Wir wollten unsere Arbeit so offen wie möglich gestalten

Dafür haben wir Zeit investiert und eine breit angelegte Befragung mit den Teams und Partnern von HI durchgeführt. Über 1.000 Angestellte haben unseren geschlossenen Fragebogen ausgefüllt und das Team von Cossette hat das Programm von HI im Irak (kurdische Gebiete) besucht, wo es rund 60 Leute von innerhalb und außerhalb unserer Organisation getroffen hat. Etwa 350 Leute nahmen an den Gesprächsrunden teil, die an unseren Hauptsitzen und in den Programmbüros organisiert wurden.

Wir wollten einen breit angelegten Test der Namens- und Logovorschläge

Cossette hat alle neuen Vorschläge für Namen und grafische Identitäten systematisch an unseren Zielgruppen getestet. Zu den verschiedenen Vorschlägen gab es Rückmeldungen von insgesamt 70 Angestellten sowie 17 Partnern (institutionelle Geldgeber, andere NRO und Organisationen für Menschen mit Behinderung wie z.B. die *International Disability Alliance* oder die *Laotische Organisation für Menschen mit Behinderung*).

Weiterhin wurden 46 private Spenderinnen und Spender in Einzel- oder Gruppengesprächen um Rückmeldung gebeten. Daneben wurden Gesprächsrunden mit

Begünstigten unserer Programme in Kambodscha und den kurdischen Gebieten im Irak organisiert, in denen die Reaktionen auf die ausgewählten Grafiken erfasst wurden.

In insgesamt 17 Ländern haben wir Tests durchgeführt (Äthiopien, Belgien, Deutschland, Frankreich, Irak, Jordanien, Kambodscha, Kanada, Kenia, Kolumbien, Libanon, Luxemburg, Niger, Schweiz, Syrien, USA und Großbritannien).

Dank des Engagements der Teams von HI, der vorrangig unentgeltlichen Arbeit von Cossette und der verwendeten Testwerkzeuge (Online-Fragebögen, Interviews via Skype etc.) konnten die Kosten für das gesamte Projekt und besonders für die Testphasen, die üblicherweise sehr teuer ausfallen, auf ein Minimum reduziert werden.

Wenn wir die Kosten für die Arbeit an unserem neuen Namen und unserer neuen visuellen Identität durch die Anzahl unserer weltweit aktiven Spenderinnen und Spender teilen, so kostet die Veränderung unserer Marke nur 37 Cent pro aktivem Spender.



Foto: Lucas Veuve/HI

Mitglied von:



Pressekontakt:

Larissa Reith

lreith@handicap-international.de

Tel.: +49 (0)89 54 76 06 29

Handicap International

HI ist eine unabhängige gemeinnützige Organisation, die in Situationen von Armut und sozialer Ausgrenzung, von Konflikten und Katastrophen interveniert. Sie unterstützt Menschen mit Behinderung und andere besonders schutzbedürftige Menschen, damit ihre grundlegenden Bedürfnisse gedeckt werden, sich ihre Lebensbedingungen verbessern und ihre Grundrechte besser respektiert werden. Seit der Gründung im Jahr 1982 hat HI Entwicklungs- und Nothilfeprogramme in ca. 60 Ländern aufgebaut. Das Netzwerk aus acht nationalen Vereinen (Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Kanada, Luxemburg, Schweiz und USA) mobilisiert finanzielle Mittel, verwaltet die Projekte und macht die Prinzipien und Aktivitäten der Organisation publik.

HI ist eines der sechs Gründungsmitglieder der Internationalen Kampagne zum Verbot von Landminen (ICBL), die 1997 den Friedensnobelpreis erhalten hat, und Preisträger des Conrad N. Hilton Humanitarian Prize 2011.