

**BNI**®

BNI-Markenrichtlinien

# Inhaltsverzeichnis

<b>Marken-Blueprint</b> .....	3
<b>Das BNI-Logo</b> .....	4
<b>Markenfarben</b> .....	6
<b>Registrierte Trademarks</b> .....	7
<b>Richtiger Einsatz des Logos</b> .....	8
Chapter-/Regionsname in Kombination mit dem Logo.....	9
Richtlinien für zusammengesetzte Logos.....	10
Verwendung in Bildern.....	11
<b>Unzulässige Verwendung des Logos</b> .....	12
<b>Sekundäres BNI-Logo</b> .....	13
<b>Schriftarten</b> .....	15
<b>Supergrafik</b> .....	16
Anwendungsmöglichkeiten der Supergrafik.....	18
<b>Fotogestaltung</b> .....	20
<b>Vorlagen</b> .....	23
Visitenkarten.....	23
Namensschilder.....	24
A4-Briefkopf.....	25
E-Mail-Signatur.....	26
Chapter-Roll-Ups.....	27
PowerPoint.....	28
BNI-Pins.....	29
Werbeartikel.....	30



# Marken- Blueprint

## Unsere Vision

Changing the Way the World Does Business™

## Unsere Aufgabe

BNI verhilft den Unternehmen der Mitglieder zu potenziellen Neukunden.

## Unsere Kernwerte

- Wer gibt, gewinnt!®
- Lebenslanges Lernen
- Tradition + Innovation
- Positive Einstellung
- Beziehungsaufbau
- Verantwortlichkeit
- Anerkennung

## Markenpositionierung

BNI ist für Unternehmer, die auf der Suche nach neuen Geschäftschancen sind, ein Partner, der sie beim Aufbau vertrauensvoller Beziehungen unterstützt, die Empfehlungen generieren und so nachhaltiges organisches Wachstum fördern.

## Markenpersönlichkeit

- professionell
- positiv
- einladend
- energiegeladen
- vertrauenswürdig
- freundlich
- fröhlich
- mitfühlend

## Markenphilosophie

Wer gibt, gewinnt!®

## Was uns von anderen unterscheidet

- größtes internationales Unternehmernetzwerk, wenn es um Empfehlungsmarketing geht
- mehr als 70 Länder
- über 270.000 Mitglieder
- über 35 Jahre Erfahrung
- ein bewährtes, strukturiertes System
- Dr. Ivan Misner
- großartige Kultur

## Markenversprechen

Das BNI-System fördert starke Beziehungen, die neue Kunden generieren.

## Vorteile für Mitglieder

**rational** = Beziehungen, Empfehlungen, persönliche Entwicklung, Umsatz, Wachstum

**emotional** = Zugehörigkeitsgefühl, Vertrauen, Hoffnung, Optimismus, Stolz

# Das BNI-Logo

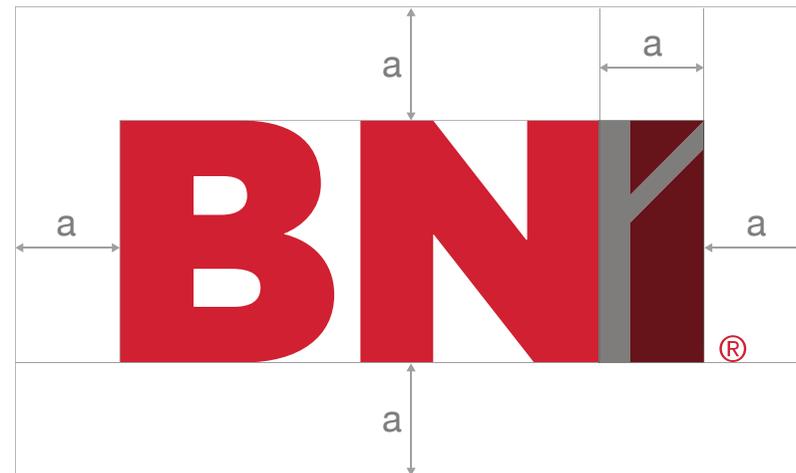
Das fett gedruckte BNI-Logo ist eine eigene Schriftart mit einem klaren und modernen Design und einer starken optischen Wirkung. Rot ist eine kräftige Farbe. Sie steht für körperliche Energie und symbolisiert Aktion, Vertrauen, Mut und Führungsstärke. Die diagonale weiße Linie beim „I“ steht für das berufliche und persönliche Wachstum des Mitglieds.



**BNI®**

# Das BNI-Logo

Der Vektor „a“ zeigt, dass die Umrandung der Schrift und die Breite des Buchstabens „I“ in Kombination mit dem Abstand zwischen den Buchstaben „N“ und „I“ dasselbe Maß haben.



# Markenfarben

Die BNI-Primärfarbe ist BNI-Rot.

Wo notwendig, wird Sterling Grey als Sekundärfarbe bei der Unternehmensmarkenkennzeichnung eingesetzt.

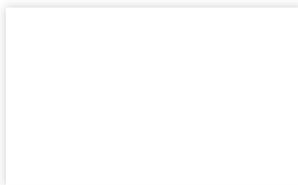
## BNI-Logo

### BNI-Rot



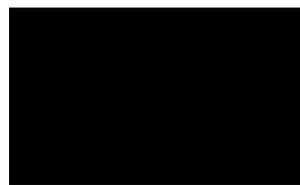
Digital: Hex #CF2030  
Print: CMYK 12, 100, 90, 3  
PMS: Pantone 186  
RGB: 207, 32, 48

### True White



Digital: Hex #FFFFFF  
Print: CMYK 0, 0, 0, 0  
RGB: 255, 255, 255

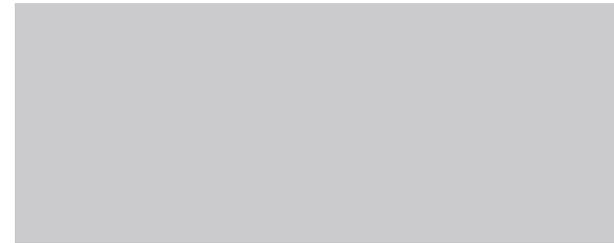
### Power Black



Digital: Hex #000000  
Print: CMYK 0, 0, 0, 100  
PMS: Pantone Process Black  
RGB: 0, 0, 0

## Sekundärelemente

### Sterling Grey



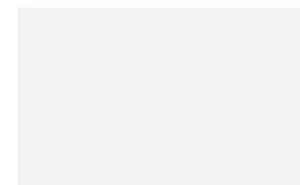
Digital: Hex #C8C8C8  
Print: CMYK 20, 15, 15, 0  
PMS: Pantone Cool Grey 3  
RGB: 200, 200, 200

### Granite Grey



Digital: Hex #64666A  
Print: CMYK 60, 50, 45, 20  
PMS: Pantone Cool Grey 10  
RGB: 100, 102, 106

### Sterling Light Grey



Digital: Hex #F2F2F2  
Print: CMYK 3, 3, 3, 0  
PMS: Pantone Cool Grey 3 / Opacity 20  
RGB: 244, 244, 244

# Registrierte Trademarks

Die Symbole (®) (TM) müssen bei der Verwendung der untenstehenden Phrasen gesetzt werden. Dabei muss das Symbol immer hochgestellt und exakt an dieser Stelle platziert werden.

**BNI®**

**Business Network International**

**BNI Connect®**

**BNI Foundation**

**BNI® Online**

**BNI® Podcast**

**Changing the Way the World Does Business™**

**Givers Gain®**

**International Networking Week®**

**Local Business – Global Network®**

**Wachstum durch Gemeinschaft**

# Richtiger Einsatz des Logos

Verwenden Sie das BNI-Logo auf Ihren Marketingmaterialien.



Wenn der Hintergrund weiß ist oder es sich um ein helles Bild handelt, **sollte** das Logo **immer** in **BNI-Rot** verwendet werden.

\*Ab und zu können auch die Schwarz-Weiß-Versionen des Logos verwendet werden.



Verwenden Sie das schwarze Positivlogo nur auf schwarzweißen Druckmaterialien.



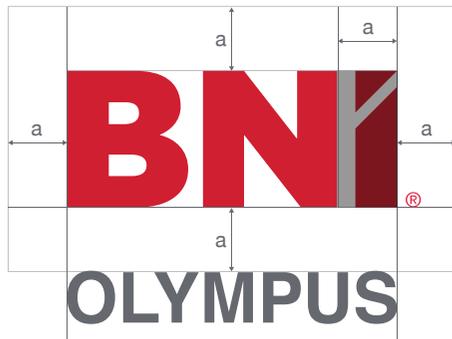
Verwenden Sie das weiße Negativlogo für rote, dunklere oder schwarze Hintergründe. Das Logo sollte immer transparent sein.



# Richtiger Einsatz des Logos

## Chapter-/Regionsname in Kombination mit dem Logo

Alle Wörter, die Teil des Chapter-/Regionsnamens sind, müssen unterhalb des geschützten Bereiches „a“ unter dem BNI-Logo positioniert werden.



Wenn das BNI-Logo mit dem Chapter-/Regionsnamen kombiniert wird, sollte der Zusatz des Namens folgendermaßen gestaltet werden:

- Immer in Granite Grey und in Großbuchstaben
- unter Einhaltung des geschützten Bereiches „a“ unter dem Logo
- immer an die Länge des Logos angepasst (Abschluss links- und rechtsbündig)



Wenn der Chapter-/Regionsname unter fünf Buchstaben haben sollte, kommen folgende Vorgaben zum Tragen:

4 Buchstaben



3 Buchstaben



2 Buchstaben



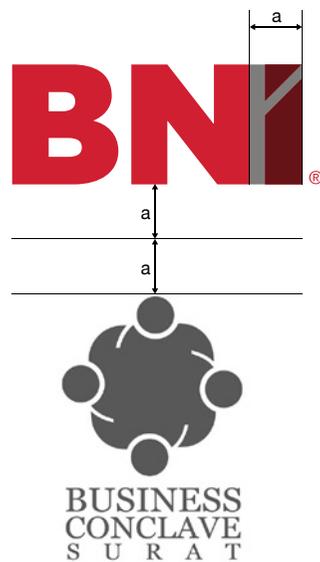
# Richtiger Einsatz des Logos

## Richtlinien für zusammengesetzte Logos

Es gibt nur ein Markensymbol – das BNI-Logo. Alle anderen Designs sollten vermieden werden, um die maximale öffentliche Wirkung und Anerkennung für die Marke BNI zu erzielen.

Wenn das BNI-Logo aus spezifischen Gründen mit einem anderen Design kombiniert werden soll, müssen die folgenden Parameter eingehalten werden:

- Das zusammengesetzte Logo kann, wie unten dargestellt, horizontal oder vertikal sein.
- Das BNI-Logo selbst sollte immer in der Primärfarbe dargestellt sein.
- Alle anderen Designs sollten in Granite Grey gestaltet werden.
- Das zusammengesetzte Logo sollte, wie unten dargestellt, immer eine Trennlinie enthalten.
- Der Abstand zwischen dem BNI-Logo, der Trennlinie und dem ergänzten Design muss die unten dargestellten Richtlinien befolgen.



# Richtiger Einsatz des Logos

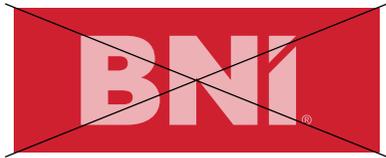
## Verwendung in Bildern

Wenn der Einsatz des Logos auf einem Fotohintergrund erforderlich ist, verwenden wir das BNI-Logo nur in der Primärfarbe der Marke, BNI-Rot (wie unten dargestellt).

Wenn das Bild an der Stelle, an der das Logo positioniert werden soll, dunkle Elemente aufweist, verwenden wir die weiße Version des Logos.



# Unzulässige Verwendung des Logos



Erstellen Sie **KEINE** schattierte, eingefärbte oder mit einem Wasserzeichen versehene Version des Logos.



Verwenden Sie das Logo **NICHT** mit Text.



Verwenden Sie **NICHT** einfach die BNI-Initialen als Logo.



Verändern Sie die Farben des Logos **NICHT**.



Verändern Sie das proportionale Verhältnis der Logoelemente **NICHT**.



Verändern Sie die Ausrichtung des Logos **NICHT**.



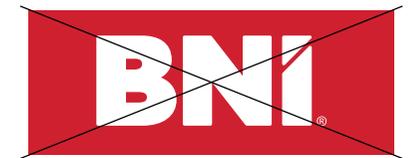
Verdrehen oder verändern Sie die Proportionen des Logos **NICHT**.



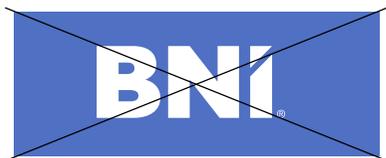
Fügen Sie dem Logo **NICHTS** hinzu.



Entfernen Sie **NICHTS** vom Logo.



Erstellen Sie **KEINE** fetter gedruckten Versionen des Logos.



Verändern Sie die Hintergrundfarbe **NICHT**.



Verwenden Sie die schwarze Version **NICHT** auf farbigem Hintergrund.



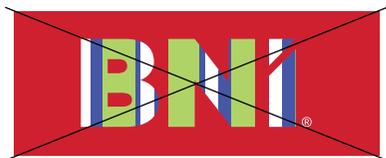
Erstellen Sie **KEINE** Konturversionen des Logos.



Fügen Sie dem Logo **KEINEN** Schatten hinzu.



Verwenden Sie das Logo **NICHT** auf einem gemusterten Hintergrund.



Verwenden Sie **KEINE** Musterung im Logo.



Erstellen Sie **KEINE** „Themenlogos“.



Verwenden Sie das Logo **NICHT** in einer umrahmten Box.



Fügen Sie **KEINEN** Werbetext hinzu und erstellen Sie **KEINE** Logos für einzelne Bereiche.

# Sekundäres BNI-Logo

Für die Zielgruppe, der BNI nicht bekannt ist, wird das BNI-Logo mit Beschreibung verwendet.



# Sekundäres BNI-Logo

Der Vektor „a“ zeigt, dass die Umrandung der Schrift und die Breite des Buchstabens „I“ in Kombination mit dem Abstand zwischen den Buchstaben „N“ und „I“ dasselbe Maß haben.

Der Vektor „b“ ist gleich breit wie der Abstand zwischen den Buchstaben „N“ und „I“.



# Schriftarten

Die offizielle Schriftart von BNI ist **Helvetica Neue**. Da diese Schriftart international nicht mehr zu den Standardschriftarten in Microsoft Office zählt, kann als Alternative Arial verwendet werden.

Die offiziellen Schriftarten sollten in allen Marketingmaterialien und Präsentationen sowie für Trainingsunterlagen und jegliche Korrespondenz verwendet werden – egal, ob in der Print-Version oder in digitaler Form.  
Für Überschriften sind im Idealfall die Schriftarten Helvetica Neue oder Arial in ihrer fett gedruckten Form zu verwenden.

## Erlaubte Schriftschnitte für Helvetica Neue

Helvetica Neue normal

*Helvetica Neue kursiv*

**Helvetica Neue fett**

***Helvetica Neue fett kursiv***

Helvetica Neue Light

*Helvetica Neue Light kursiv*

## Erlaubte Schriftschnitte für Arial

Arial normal

*Arial kursiv*

**Arial fett**

***Arial fett kursiv***

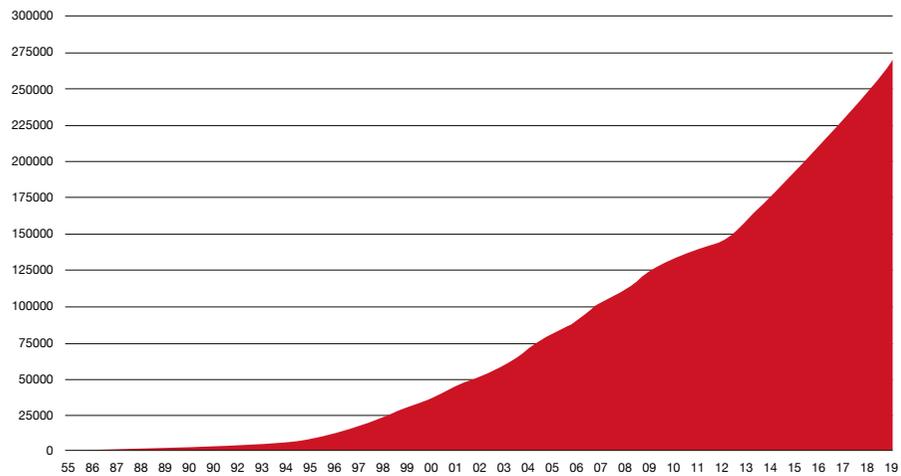
# Supergrafik

Die BNI-Supergrafik zeigt das Wachstum der Anzahl der BNI-Mitglieder von 1985 bis 2019. Es steht auch für die Weiterentwicklung der Mitglieder.

Die graue Farbe stellt eine Rampe für Neumitglieder und den Aufbau vertrauensvoller Beziehungen dar.

Die rote Farbe spiegelt beschleunigtes berufliches und persönliches Wachstum wider.

Wachstum der Anzahl der BNI-Mitglieder 1985 – 2019



# Supergrafik

Die Supergrafik ist ein Element, das mit dem Markenkern verknüpft ist. Die BNI-Supergrafik symbolisiert das stetige Wachstum und die Weiterentwicklung des Unternehmens und der Mitglieder. Die Supergrafik wird, wie unten dargestellt, in verschiedenen Designs eingesetzt:

**Primär-Supergrafik**



**Sekundär-Supergrafik**



Bei beiden Supergrafiken gelten die gleichen Regeln, wie bei der Verwendung des BNI-Logos und sie dürfen nur zur Anwendung mit weißem Hintergrund kommen.

Die Farben der Supergrafiken dürfen nicht verändert werden.

Die Primär-Supergrafik muss immer in der rechten unteren Ecke zum Einsatz kommen und darf auch nicht in Berührung mit einem anderen Element kommen.

Die Sekundär-Supergrafik darf nur in der linken oberen Ecke im Layout angebracht werden.

# Supergrafik

## Anwendungsmöglichkeiten



**Typ 1**  
Bild mit Supergrafik 1



**Typ 2**  
Bild mit Supergrafik 2

# Supergrafik

## Anwendungsmöglichkeiten

**Supergrafik 1**  
Horizontales Format



**Supergrafik 1**  
Vertikales Format



# Fotogestaltung

Bei unserer Fotogestaltung greifen wir auf unterschiedliche Tiefenschärfe zurück, damit sich der Betrachter auf die wichtigen Elemente, die eine Geschichte erzählen, konzentrieren kann.

Die Umgebung stellt meist ein BNI-Netzwerktreffen dar. Um visuelle Ablenkungen zu vermeiden, sollten die Hintergründe unscharf und die wesentlichen Elemente im Vordergrund scharf fokussiert sein.

Der gegenteilige Effekt würde zum Einsatz kommen, wenn die Aufmerksamkeit der Betrachter auf die Elemente im Hintergrund gelenkt werden soll.

## Geringe Tiefenschärfe



### Hintergrund

Menschen  
Geringe Tiefenschärfe  
Gute Beleuchtung

### Vordergrund

professionell  
positiv  
einladend  
verbindlich  
vertrauenswürdig  
freundlich  
hilfsbereit

# Fotogestaltung

## Fotobeispiele



# Fotogestaltung

## Fotobeispiele



# Vorlagen

## Visitenkarten

A-Seite



B-Seite



# Vorlagen

## Namensschilder

Version 1

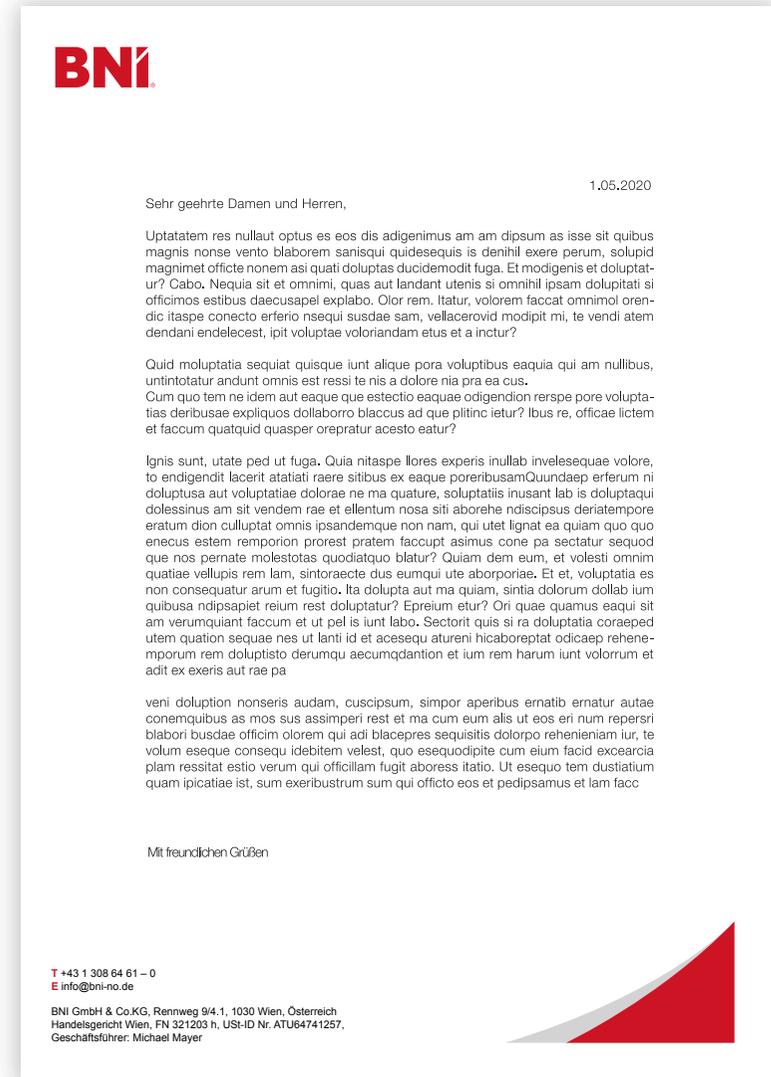
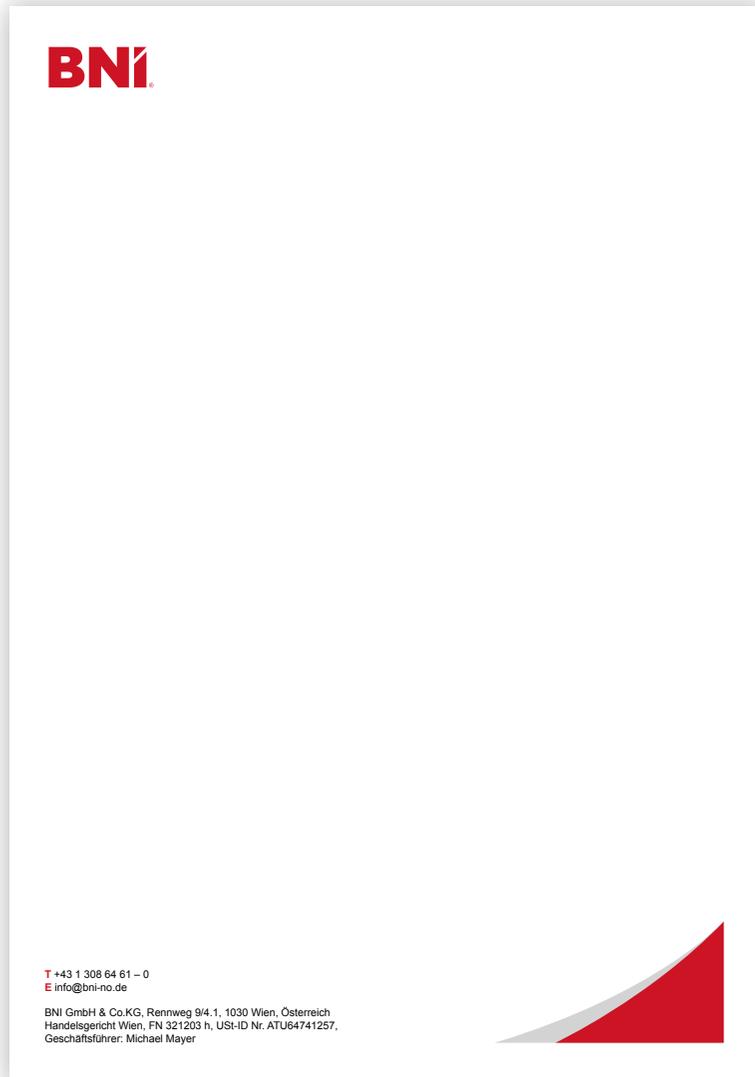


Version 2



# Vorlagen

## A4-Briefkopf



# Vorlagen

## E-Mail-Signatur

Sehr geehrte Damen und Herren,

lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Mit freundlichen Grüßen

**Robert Nürnberger**

Leitung Marketing & Kommunikation | Deutschland & Österreich

**T** +43 1 308 64 61 – 24

**E** [r.nuernberger@bni-no.de](mailto:r.nuernberger@bni-no.de)



[bni.de](https://www.bni.de)

BNI GmbH & Co.KG, Rennweg 9/4.1, 1030 Wien, Österreich  
Handelsgericht Wien, FN 321203 h, USt-ID Nr. ATU64741257,  
Geschäftsführer: Michael Mayer



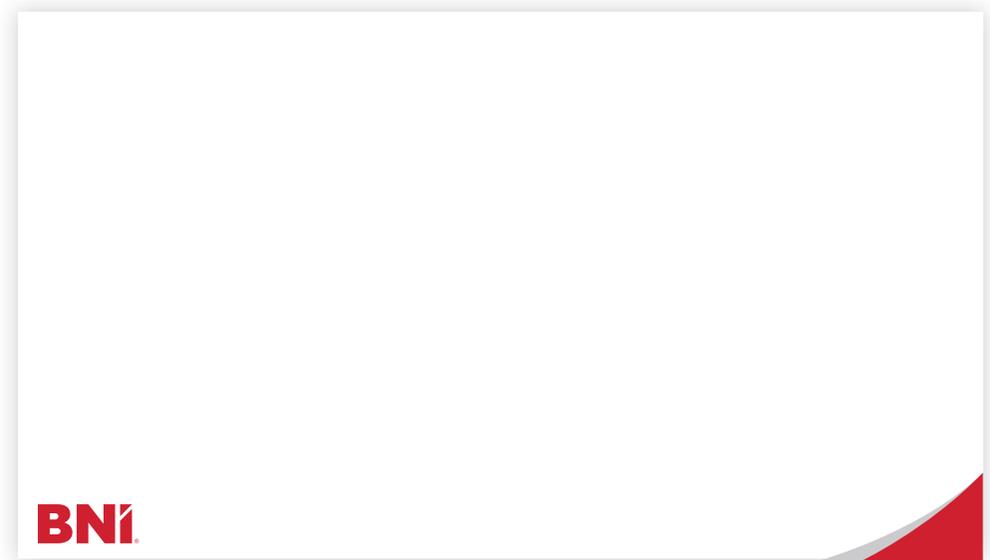
# Vorlagen

## Chapter-Roll-ups



# Vorlagen

PowerPoint



# Vorlagen

## Cloisonné-Pins



# Werbeartikel



**BNI** Robert Nürnberger  
Leitung Marketing & Kommunikation  
Deutschland & Österreich

T +43 1 308 64 61 - 24  
E r.nuernberger@bni-no.de

---

BNI GmbH & Co.KG  
Rennweg 9/4.1  
1030 Wien, Österreich

[bni.de](http://bni.de)





Sollten Sie irgendwelche Fragen zum Thema Marke haben,  
kontaktieren Sie bitte Robert Nürnberger unter [r.nuernberger@bni-no.de](mailto:r.nuernberger@bni-no.de).