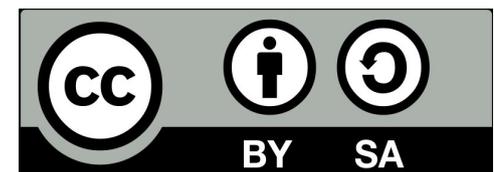


Labels & Communication for Initiatives.

Download this presentation at <https://frkm.eu/label>



roland.alton.at

- _ Problemstellung
- _ Methodenkoffer
- _ Beispiele für Labels
- _ Skizzen für ein Metalabel

Basierend auf Workshops, Sessions
und Treffen 2014 bis 2018 bei

wandelnetzwerk



conference Leipzig 2014

DANACH ist jetzt
Gemeinsam einen zukunftsfähigen Lebensstil gestalten





Mapping permaculture principles to communication media.

permaculture

...is a **system** of assembling **conceptual, material, and strategic** components in a **pattern** which functions to benefit **life in all its forms**.

6 ATTITUDINAL PRINCIPLES



NAME THESE BRANDS!



NAME THESE HERBS!



NAME THESE INITIATIVES!



In einem Boot

Tausende Nachhaltigkeitsinitiativen suchen

Sichtbarkeit

Aufmerksamkeit

Aktive

Finanzierung

und bieten unter anderem

Sinnerfüllung

Gemeinschaft

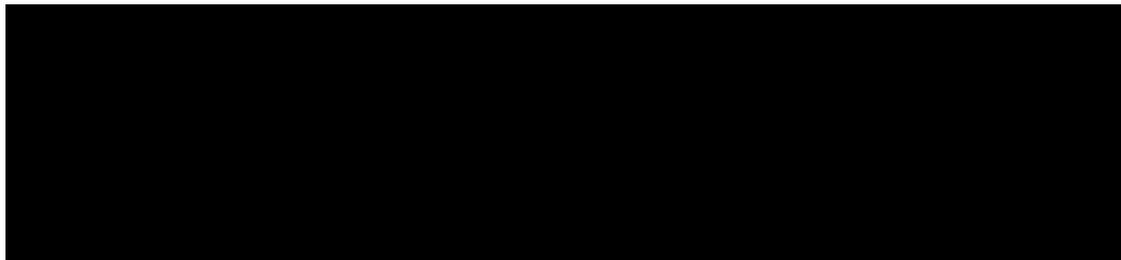
Aktionsfelder



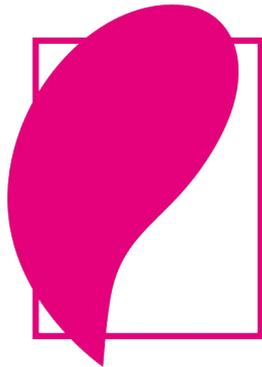


TechKollektiv

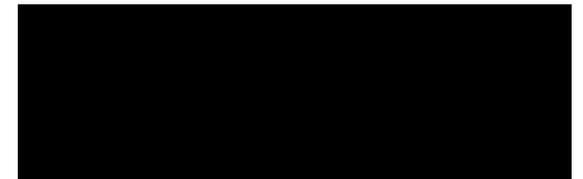
Wir haben da schon oft auch Velwechungsgefahr, oder?



Je nach Dialoggruppe ist „Wandel“ etwas ganz anderes ...



Orte
des
Wandels



„Change“ ist Programm nicht nur für umweltbewegte Menschen

Die Veränderung hat begonnen.

Seit einem Jahr ist Sebastian Kurz Chef der neuen Volkspartei. Seitdem hat sich einiges verändert.

„Wir werden das umsetzen, was wir im Wahlkampf versprochen haben - davon lassen wir uns nicht abbringen. Die Veränderung hat begonnen. Damit wir unser Land nach vorne bringen - und zwar nicht nur für einige wenige, sondern für uns alle.“



Alle Initiativen wollen oder müssen

Werte vermitteln

Kommunikationskanäle pflegen

Zeichen setzen

wieder erkennbar sein

unverwechselbar und besonders sein

nach aussen und innen kommunizieren

Wie schaffen wir das etwas einheitlicher zu vermitteln und zwar so, dass wir nicht länger ein Minderheitenphänomen bleiben?



Blumen, Kräuter
Pfl...

Hand-drawn illustrations on paper bags, including a pink butterfly and a green plant.

Hand-drawn illustrations on paper bags, including a yellow butterfly and a green plant.

Message klar für viele Dialoggruppen:



nur für „Eing



Sollten wir nicht mit einem
gemeinsam erkennbaren
Zeichen oder Label und einem
wiedererkennbaren Farbraum
auftreten?

Mit welcher Methode kommen
wir dazu?

Social Design

... is about creating sustainable environments, that tackle a relevant issue.

It includes designing and producing media that triggers communication and strengthens social cohesion.

Label Dev Tools

- _ Brand Steering Wheel
- _ Design Manual (Grid, Color Scheme, ...)
- _ Communication Tools
- _ Stories for Campaigning
- _ FLOSS (Free, Libre and Open Source Software)
- _ Creative Commons Licensing
- _ Label Protection

The brand steering wheel for the development of brand identity





Beispiel: Erscheinungsbild für „Ethify Yourself“



25 %
4 Stunden/Tag
28 Stunden/Woche



Erwerb

Nahrung
Dienstleistungen
Geräte
Wohnraum
Energie

25 %
4 Stunden/Tag
28 Stunden/Woche



Sorge

Haushalt
Kochen & Essen
Pflege, Körper
Kinder, Eltern
Pflanzen, Garten

25 %
4 Stunden/Tag
28 Stunden/Woche



Kultur

Lernen
Musik
Fitness
Spiritualität
Kreativität

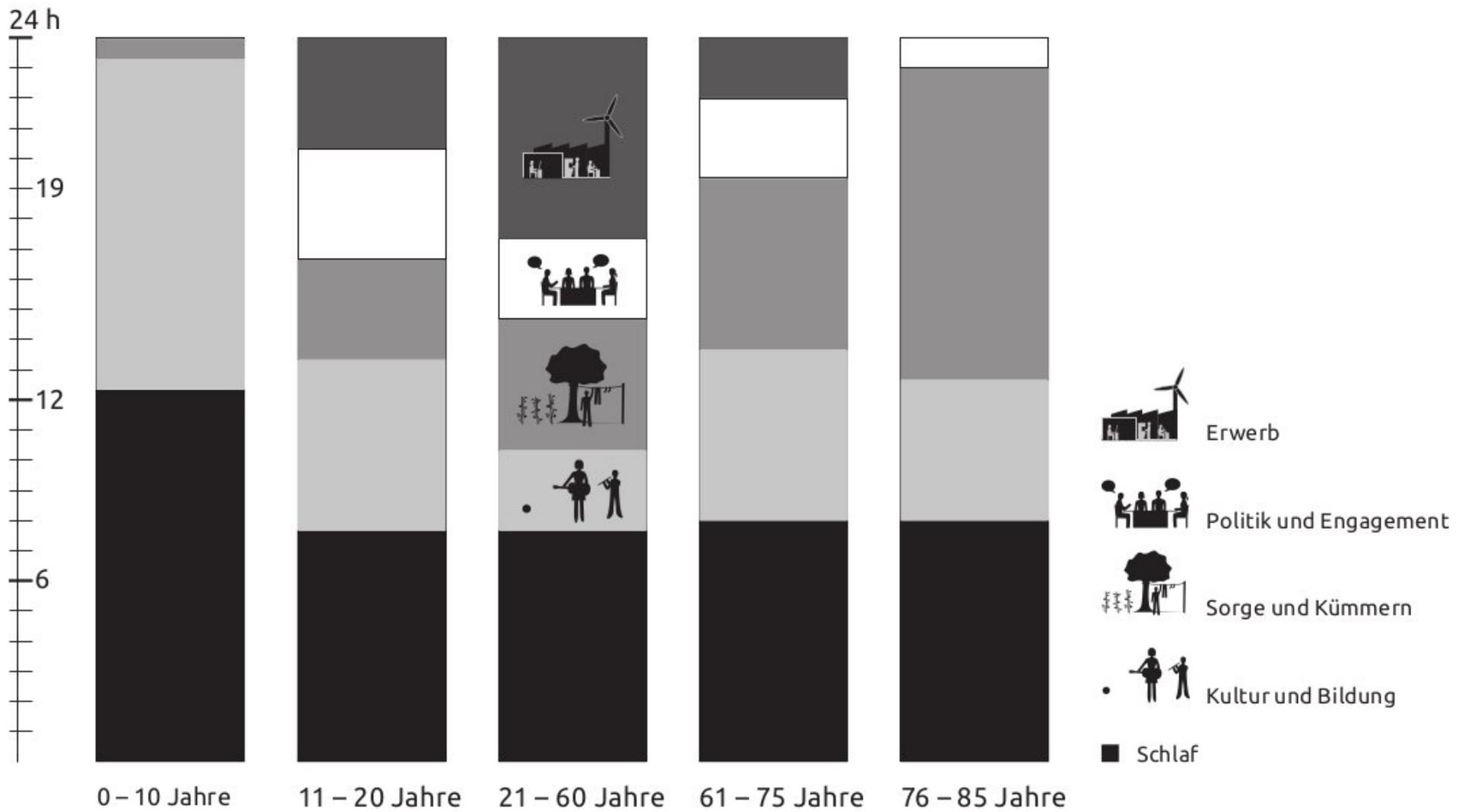
25 %
4 Stunden/Tag
28 Stunden/Woche



Politik

Vereinsarbeit
Mitbestimmung
Gremien
Berichten
Empowerment

Die Vier-in-einem-Perspektive als Grundlage für ein ethisches Leben



Ein Leben lang 24 Stunden verteilen



Beispiel: Erscheinungsbild für [probieramol.at](https://www.probieramol.at)



*probier
amol*

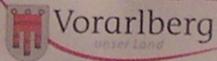
Designmanual

Stand: 26.02.2014

Version: 1.5

[Download](#)

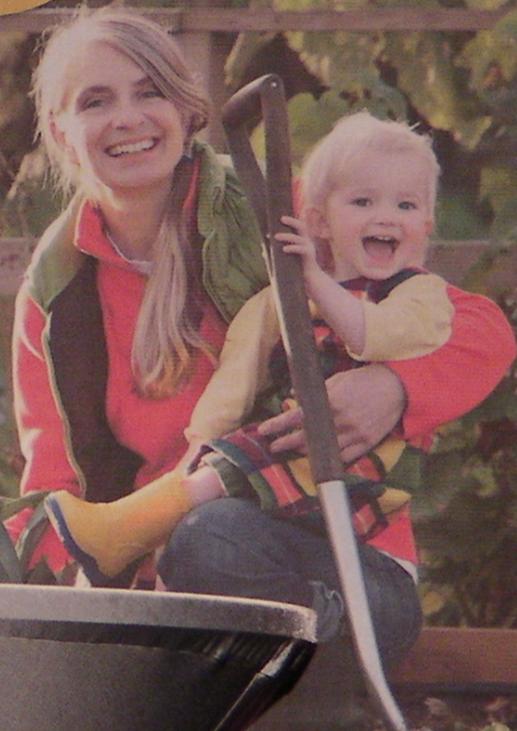
energie
autonomie



Vorarlberg
Innsbr. Land



probier
amol



com/probieramol.at





Example how to communicate ride-sharing on short distances

JCDecaux

We knew
about the
impact of
fossil fuels
but publicly
denied it



Mobil

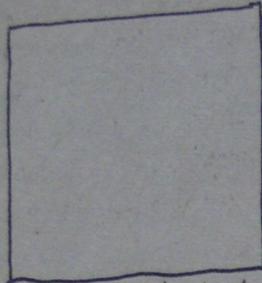
#redlines #D12 #ClimateGames



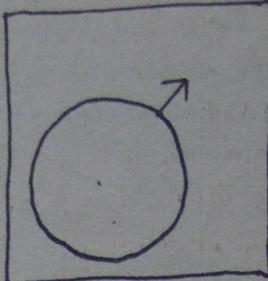
How branding professionals create a label that works!

- _keep it short and simple
- _says what it stands for (without extra claim)
- _pronouncable and understandable in more than one language
- _sounds nice
- _silently empowered by sister labels
- _compatible with existing labels
- _Internet domains available
- _not registered as a brand yet
- _touches senses (smell, taste, body, life ...)
- _allows to tell a story about

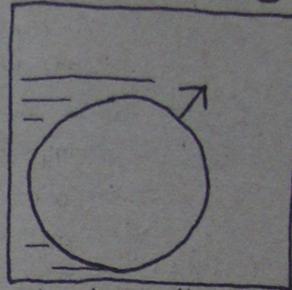
Ein Emblem für die Männerbewegung



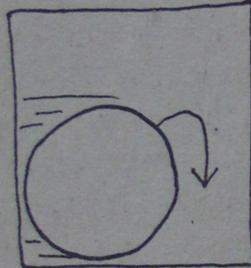
Also wir bräuchten da so'n
Abzeichen der Männerbewegung,
für auf T-shirts zu drucken
und so...



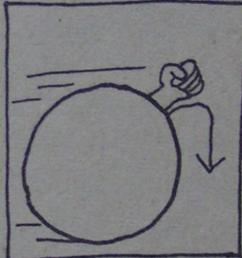
Männer-BEWEGUNG! Wo
bleibt'n da die Bewegung?



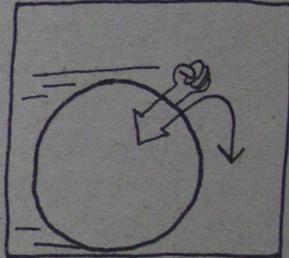
Schon besser. Aber das Ganze
ist zu aufrecht, irgendwie
nicht männerkritisch...



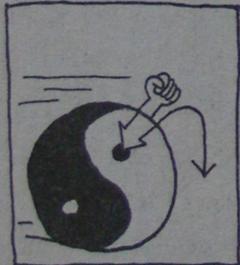
Hm. Jetzt fehlt mir doch
ganz stark das Kämpferische.



Ich sag nur: Bauchnabel-
fraktion! Wo bleibt die
'Innerlichkeit'?



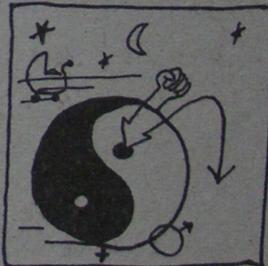
Kommt mir bekannt vor... aber
egal. Was ist mit Integration
von männlich + weiblich?



Macht sich gut. Jetzt:
Stichwort schwule Anteile, und
die Astros gehören auch dazu!



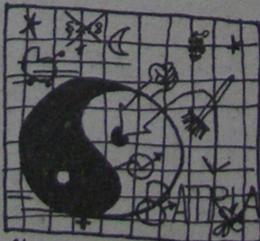
Echt niedlich. Nun die nötige
Prise Profeminismus und eine
Hommage an die Neuen Völker!



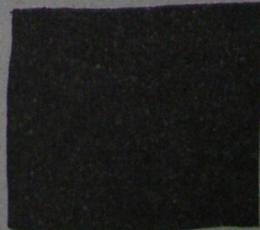
Was fehlt noch? Hausmänner,
Militante und Sterilis!



Theoretiker! Knackis!
Hausbesitzer! 218-gegner!



Also... irgendwie fehlen wir
da noch 'ne Menge Aspekte,
um die Vielfalt rüberzubringen...



Ja sauber! Das ist sie!
Die Männerbewegung!

holger karl

Klim[:A:]rtikulieren

Wer redet wie über die Klimakrise?

WAS STECKT DAHINTER? /

DAS PROJEKT /

ÜBER DAS KLIMABÜNDNIS /

KONTAKT



Animationsvideo



Neue Publikationen zum Thema Klima- Kommunikation



Faktencheck Klimawandel Teil:1



Wie Klimawandel ausserhalb der eigenen Blase kommunizieren?
Argumente, Framing, Bilder auf <http://klimartikulieren.at/>

LABEL

- * Postwachstum
- Resilienz / Subsistenz
- Permakultur
- Energiewende
- Transition
- Ethik / Fairness
- Abgrenzung zu Zeitgeistmovement

Anwendung ohne Audit / Niederschwellig
↳ Levels: Selbsteinschätzung, Peer-Peer, Audit

Prozess: Ausarbeitung
Entscheidung durch Konsent
Governance klären
Gruppenname Wendel doch [!]

Tool Box

- Website
- Handbuck (Sammlung von Good Practices) 6000 €
- Dokusammlung / Videos
- Prozessgestaltung
- Landkarte (OSM / Plakate) 2000 €
- Markenschutz
- "Betriebssystem" + Life Cycle Management 15000 €

Resources
2-5 PM
2000 €

10-30 PM
5000 €

2000 €

15000 €

technische Anforderungen

- vielfach Sprachkompatibel
- (nicht) Konfessionskompatibel
- Länge/Kürze
- Selbsterklärend
- (nicht) Kommerziell anwendbar
- Freie Markenverfügbarkeit
- SEO kompatibel
- Rechtsform
- mediale Reproduzierbarkeit
- Klientenfähig
- mit Claim erweiterungsfähig
- Domainverfügbarkeit .org/.net/.info/.com

inhaltliche Anforderungen

- vertrauensbildend
- ethische Aspekte
- siehe *
- Professionalität
- Wording (frisch)
- Personal Label

To Do

Markenwert
Grafische Elemente
Bildwetten
Zeitpunkt
Story
Weblogs
Groupware

Anforderungen an ein Metalabel für Initiativen aus den DANACH.info Vernetzungstreffen am 1.1.2014 und 7.3.2015 in Zürich.

Mit Fairness als Kernwert
Varianten erzeugen.

fairget	dofair
fairsent	makefair
fairball	vitafair
fairpool	fairnet
fair	f@ir
fairben	(f%40ir)
faircult	fäir
fairty	fär
fairin	fair1 fair
fairit	(fairins(.at) fair ein(s))
fairspirit	fairone
fairglobe	fairall <small>er tet ung</small>
fair y	fair00
fairgo	go fair <small>beligt</small>
metafair	getfair
fairvita	ku fair
ethifair	4fair
fairme	ethimeta

Suche nach einem passenden und verfügbaren Label-Namen.



Wie Bio

- nur für's Internet.

LOGIN

REGISTRIEREN*

* fairlogin - Single-Sign-On-ID

Aus diesem Prozess entstanden einige Umsetzungen für digitale Kommunikationsanwendungen

Metalabel Variante FairVita

- _ sagt wofür es steht: ein faires Leben leben
- _ vielfach sprachkompatibel
- _ Marke in den Nice Classes 41,45,31 unbesetzt
- _ Ähnlichkeit zu FairTrade, FairPhone, Fairantwortung, ... stärkt das Label
- _ kombinierbar mit Namen von NGOs
- _ Internet Domains fairvita.org/net verfügbar (vorreserviert, dann zu übertragen an Träger)
- _ nicht zu lang / zu kurz
- _ erweiterbar

Wurde letztlich wieder verworfen, weil es zu wenig Bewegung drin hat, zu sehr nach Kosmetik riecht.

fair vita  vorarlberg

fair vita  switzerland



Erste Skizzen für die grafische Umsetzung des Labels von Madeleine Mouton, Masterstudentin InterMedia an der FH Vorarlberg.



MOVE steht für sich bewegen

oder für die Abkürzung von movement / Bewegung und auch für Postwachstum – move ist sozusagen nachhaltiger als go; Aufforderung zur Bewegung aus der eigenen Komfortzone hinaus, nicht nur körperlich, sondern auch geistig

Anmerkung: Ein Ausrufezeichen radikalisiert die Wortmarke! (Doppelte Aufforderung durch move und !)

Weitere Skizzen für die grafische Umsetzung eines Labels von Christian Fischer, Masterstudent InterMedia an der FH Vorarlberg.





FAIRMOVE - Result of the Makers4Humanity Meeting in May 2018



fairmove Label Anwendungsszenarien

Verwendung in Alltagssprache: This was a #FAIRMOVE!

First sketches how to apply the label fairmove in combination with existing brands or as a starter package.

Garten
Hatlerdorf



Supporter

Ich bin ein Teil
von fairmove und
lebe es

Wandel
jetzt



PartnerIn

Ich tausche mich
zu fairmove mit
anderen aus

ALLMENDA



Certified

Werte und
Arbeitsweisen
wurden
begutachtet

Logo

Der Farn als Symbol für eine geruhsame heilende Kraft.



Spezielle Bezeichnungen

- fairmove BotschafterIn - ich erzähle anderen von den fairmove Zielen und Werten
- fairmove Bündnis - Netzwerk von Nachhaltigkeitsinitiativen im deutschsprachigen Raum
- fairmove Netzwerkkoordination - Prozessbegleitung für fairmove Partner
- fairmove Hubs - Orte der Begegnung

Label Nutzung „Betriebssystem“ V0.2

Jede/r darf das Label nutzen, der/die sich zu den Grundwerten bekennt. Gerne auch gemeinsam mit einer bestehenden Marke/Logo.

Institutionen oder Unternehmungen, die sich registrieren erhalten ein Blatt dazu. Wer sich regelmässig mit anderen über die Einhaltung der Kriterien austauscht zwei Blätter und wer sich extern prüfen lässt, drei Blätter. Label-Entzug ist möglich (Abmahn-Verfahren).





GEMEINSAM EINE FAIRER ZUKUNFT GESTALTEN

Mitglieder

> Mitglieder

Hier stellen wir Unternehmen und Initiativen vor, die sich zu einer Mitgliedschaft entschlossen haben.

DISCLAIMER: Diese Liste ist fiktiv und dient nur zur Veranschaulichung des Grundkonzepts von Fair VITA!



Bio bin Ich



Bioladen mit einem anspruchsvollen und breiten Sortiment, das sich durch konsequente Qualität und Ehrlichkeit von den üblichen Lebensmittelsortimenten unterscheidet.

[Mehr über Bio bin Ich...](#) →

ETHICHECK
Gesamtwertung

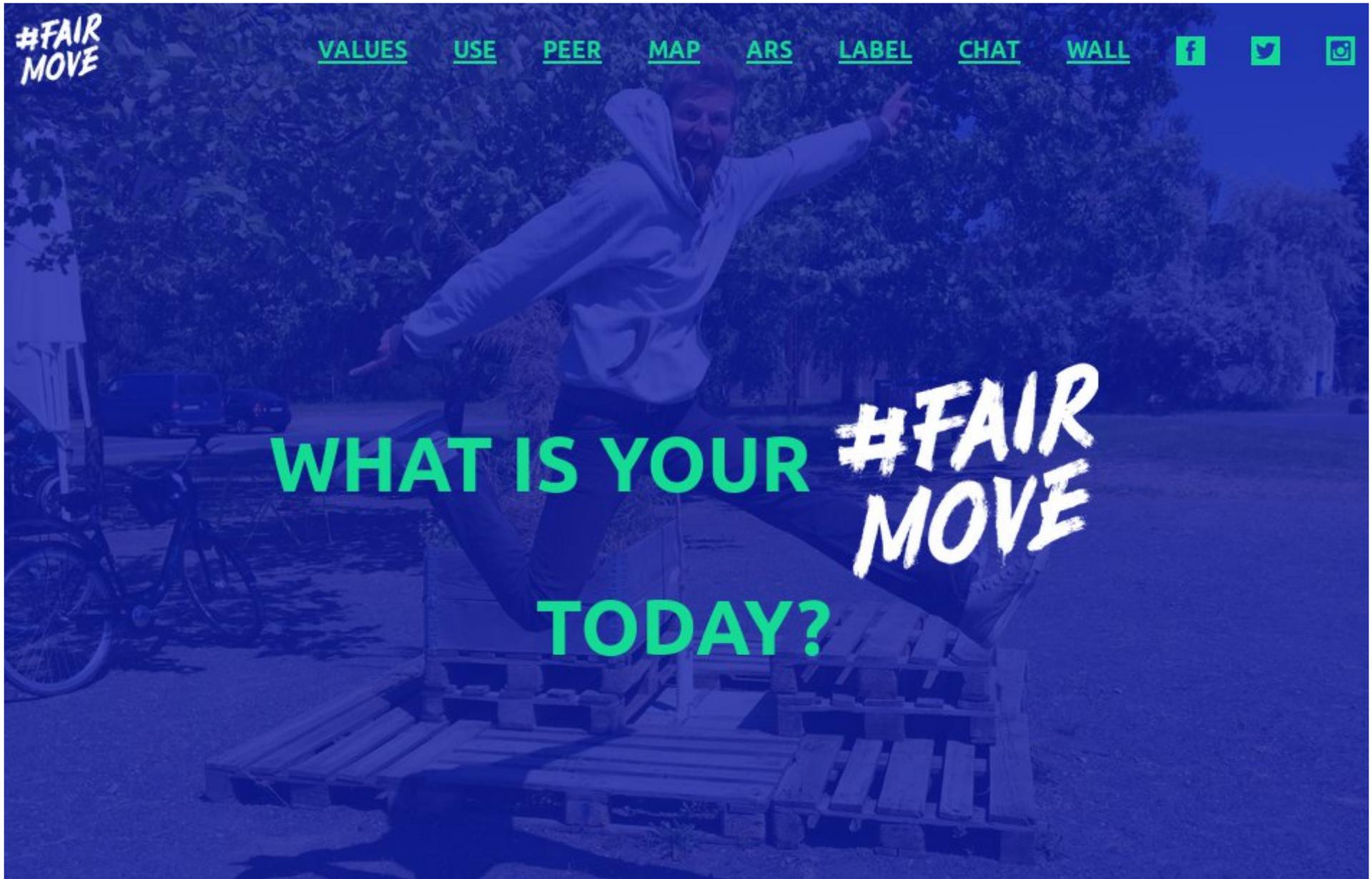


[Details](#) |

Prototyp einer Webseite: fairvita.ethify.org

fairmove.org

Landing page launched in September 2019



Label Commons Public License

fairmove is offered as a generic label which may be used by sustainability initiatives. To prevent misleading usages (like we have seen with the term "sustainability") we apply a LCPL license as follows:

The label fairmove is offered as Label Commons (https://frkm.eu/LC_by_sa_v1) without Warranty by fairkom association under the following additional conditions: The fairmove label may be used in spoken language and as a hashtag in social media to support and promote climate friendly and ethical behaviour and activities. Guiding values are the 17 UN SDGs, the Human Rights Declaration, the 9 Ethify Values or any of the guidelines listed in the MoU of wandelbuendnis.org. Commercial use is restricted to small companies investing their surplus in sustainable products and services only; others may request a special license.

Source: <https://www.fairkom.eu/LCPL>

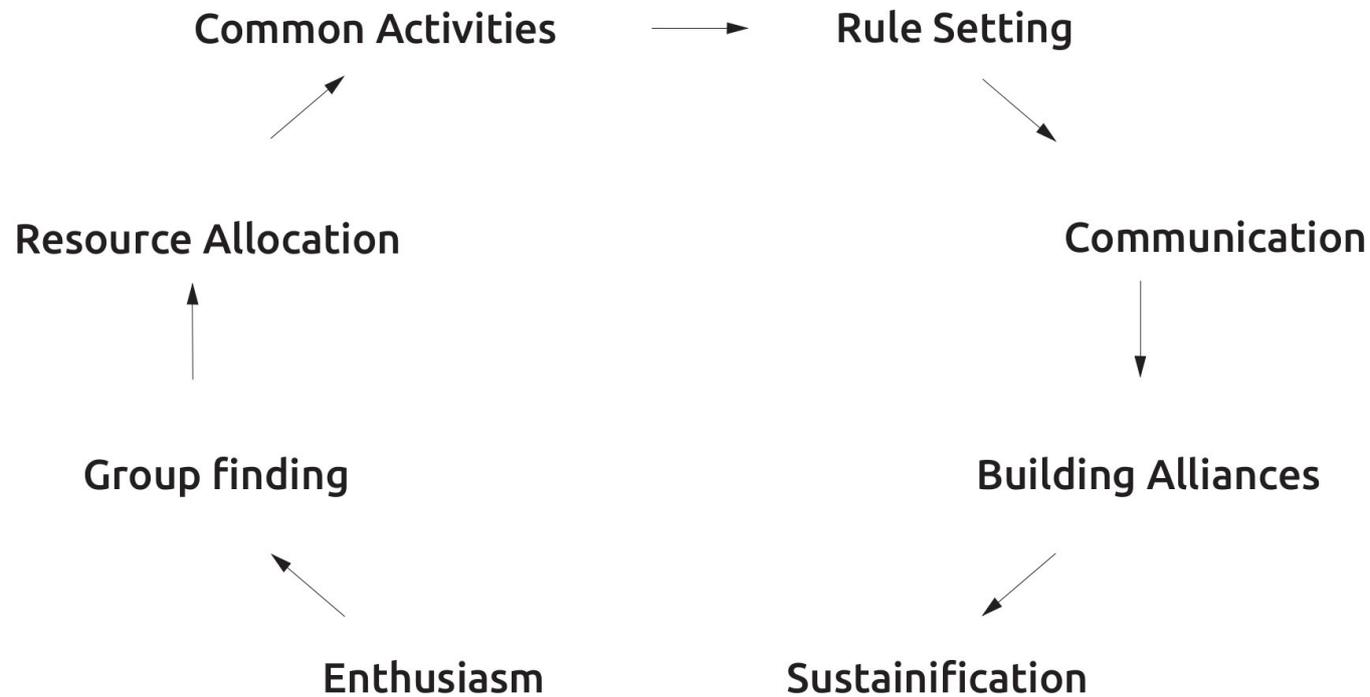
TO DO Meta-Label

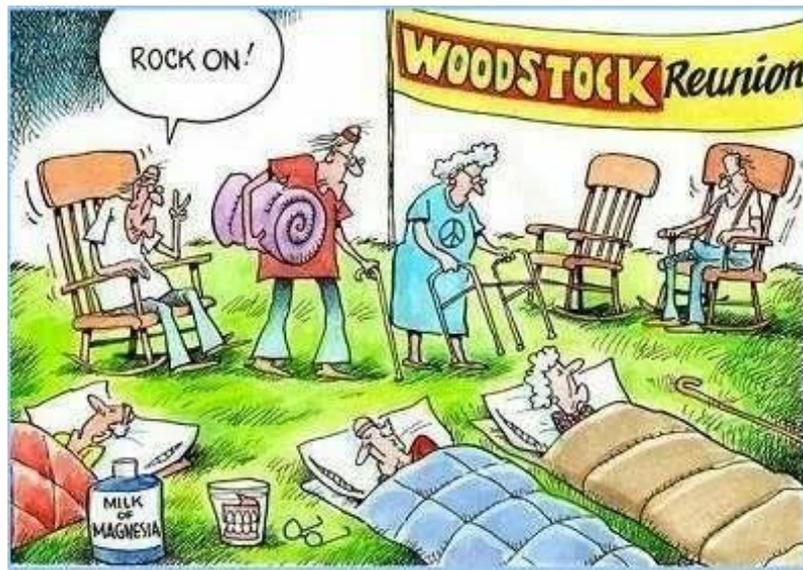
- _ Weitere Varianten ausarbeiten
- _ Markenwelt skizzieren
- _ Grafische Elemente Varianten
- _ Bildwelten
- _ Stories entwickeln
- _ Webtools weiter entwickeln
- _ Social Media Konzept entwickeln
- _ Präsentationszeitpunkt abstimmen

Zeitplan FairVita Label

- Vernehmlassung des Label Entwurfs KW 16
- Feedback I KW 17 an roland@alton.at
- Arbeitsgruppentreffen in St. Arbogast (Vorarlberg)
am 25.4.2015 14-18 Uhr am Rande der „Tage der Utopie“
- Feedback II KW 20+21 auf
<http://board.net/p/metanetzwerklabel>
- Review durch 4 GestaltungsexpertInnen
- Ausarbeitung Erscheinungsbild
- Präsentation 27.6.2015 Zürich

Ein gutes Label soll einen ganzen Lebenszyklus einer I





Flower Power reloaded

Wenn Name und Erscheinungsbild fixiert sind

Medienplan erstellen

Stempel

Stencils (zum Spraysen auf Boden mit Kreide-Spray)

Webseite

statt Folder ein adäquates Give-Away

Kommunikation intern mit nextCloud organisieren

Gibt's bei fairapps.net

Gemeinsam Text bearbeiten mit Etherpad-lite, gibt's bei board.net

Alternativer Messenger: fairchat.net

Freie Open Source Werkzeuge für den Desktop:

LibreOffice (Office, Calc, Impress, Calc, Draw),

Gimp, Scribus, Inkscape, VLC

Training Offers

Click on red text blocks to download training sheet.

- Describe Life Cycles of your Initiative:
 - Where are you, where do you want to go?
- Create a Brand Steering Wheel of your Initiative
- Write your Ethify Journal
- Plan a Campaign
- Train to write a Universal Text

Roland Alton

roland [ät] alton.at

<http://roland.alton.at>



fairkom Gesellschaft

Vorarlberg University of Applied Sciences

Creative Commons Austria spokesman

ethify.org publisher

Pflanzentausch am Hatler Brunnen

