

BRAND- STYLEGUIDE

Version vom 23.10.2024



girocard

INHALTSVERZEICHNIS

01

VORWORT

02

**WORT-BILD-
MARKE**

03

**DAS MARKENLOGO
AUF PHYSISCHEN
KARTEN**

04

**DAS MARKENLOGO AUF
PHYSISCHEN KARTEN IN
VERBINDUNG MIT CO-
BADGES**

05

**DAS MARKENLOGO AUF DIGITALEN
KARTEN UND DIE DIGITALE
GIROCARD-MUSTERKARTE**

06

**DAS MARKENLOGO IN
WALLETS**

07

**DAS MARKENLOGO
IN SONDERGRÖSSEN**

08

**DAS MARKENLOGO
IN ONLINESHOPS**

09

MARKENFARBEN

10

MARKENSCHRIFT

11

**DAS MARKENLOGO,
KOMBILOGOS UND
SERVICE-ICONS AM POS
UND GELDAUTOMATEN**

12

MEDIATHEK

13

**DAS GIROCARD-
HOLOGRAMM AUF
PHYSISCHEN KARTEN**

14

SENSORY BRANDING

01

VORWORT

VORWORT

Ansprechpartner:

EURO Kartensysteme GmbH
Solmsstraße 6
60486 Frankfurt am Main

Tel.: 49 (0)69 / 9 79 45-0
Fax: 49 (0)69 / 9 79 45-48 87
Mail: info@girocard.eu
Web: www.girocard.eu

girocard ist der übergeordnete Rahmen für alle Bezahlungsmöglichkeiten und Funktionen rund um das Debitkartensystem der Deutschen Kreditwirtschaft.

Basis einer starken Marke ist ein stimmiges visuelles Erscheinungsbild im Sinne einer ganzheitlichen Kommunikation.

Dieser Styleguide bildet die Grundlage für das Erscheinungsbild der Marke girocard. Er basiert auf ihren Gestaltungsgrundsätzen und legt die Regeln zur Anwendung fest. Die girocard-Marken (inklusive Sensory Branding) sind marken- bzw. urheberrechtlich geschützt.

Die Einhaltung der in diesem Guide beschriebenen Vorgaben ist verpflichtend für alle girocard-Systemteilnehmer.

Eine Verwendung, die von den in diesem Dokument aufgeführten Vorgaben abweicht, ist nur nach vorheriger Zustimmung durch die EURO Kartensysteme GmbH in Textform gestattet.

Wichtiger Hinweis

Alle notwendigen Daten zur Verwendung des girocard-Markendesigns stellen wir online in der Mediathek zur Verfügung. Diese Dateien dürfen im Rahmen der in diesem Brand-Styleguide aufgeführten Gestaltungsrichtlinien und im Sinne der Marke girocard lizenz- und gebührenfrei eingesetzt werden. Bitte stellen Sie stets sicher, dass Sie über die aktuellste Version dieses Brand-Styleguides verfügen.

www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek

02

WORT-BILD-MARKE

WORT-BILD-MARKE

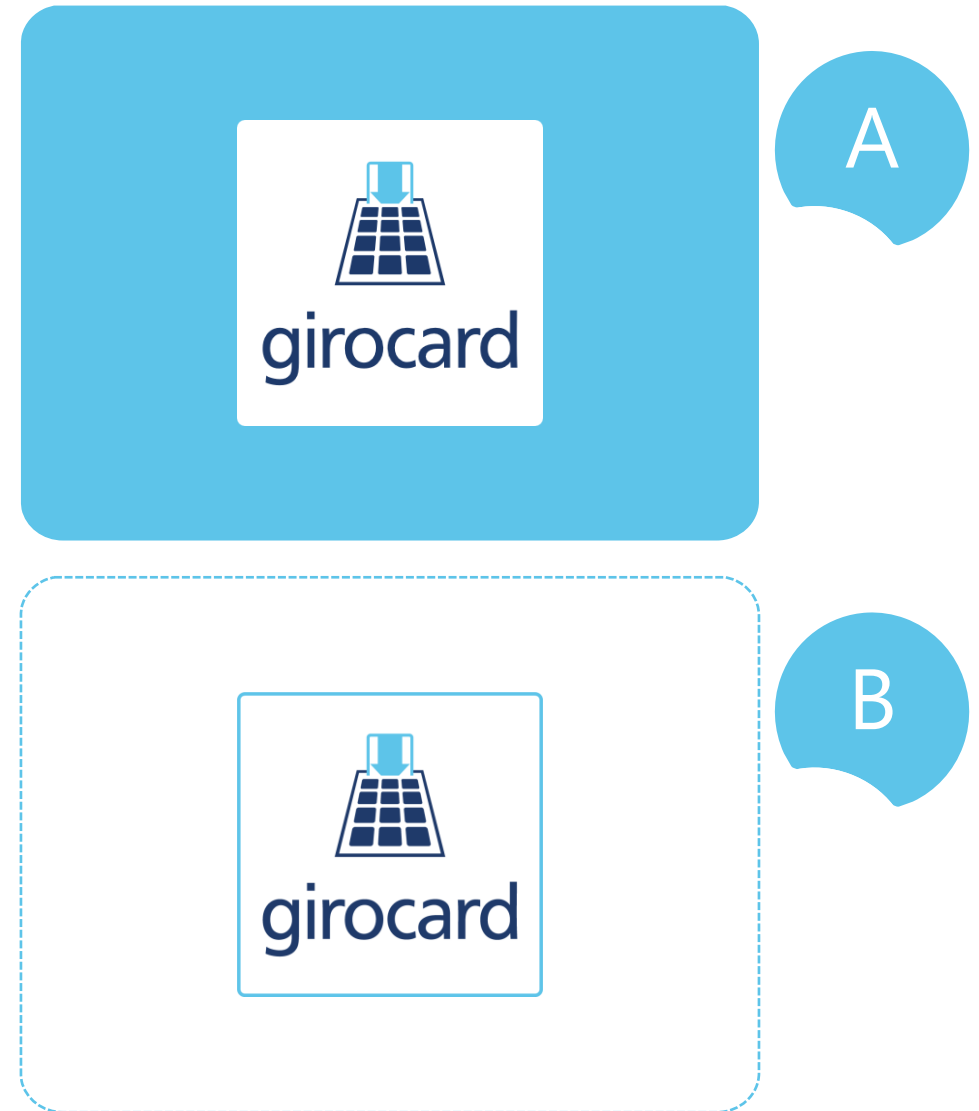
Das Markenlogo

Es gibt zwei Varianten des quadratischen Markenlogos: Variante A (ohne Rahmen) und Variante B (mit Rahmen).

Sie sind gemäß der nachfolgenden Regeln zu benutzen:

Bei dunklen, mehrfarbigen oder transparenten Untergründen ist immer Variante A (ohne Rahmen) zu verwenden.

Bei weißen Untergründen kann Variante B (mit Rahmen) verwendet werden.

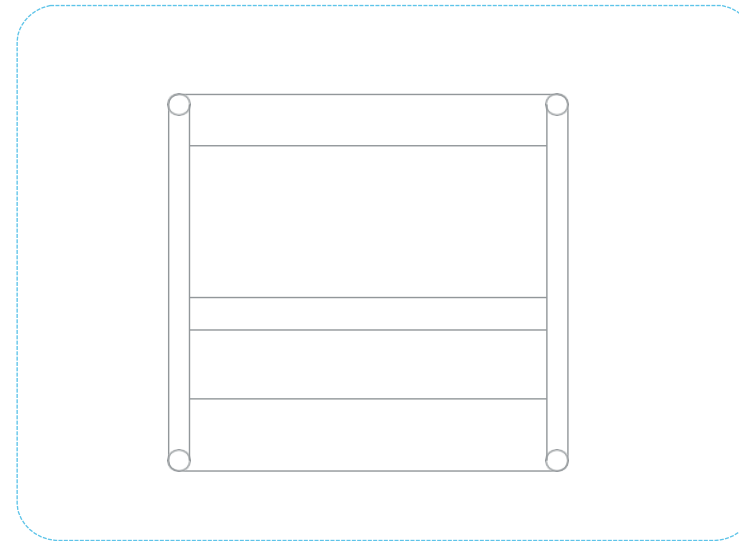


WORT-BILD-MARKE

Grundaufbau

Signet, Schriftzug und Rahmen bilden eine Einheit. Diese Einheit darf weder modifiziert noch verfremdet oder unvollständig dargestellt werden. Für das girocard-Markenlogo gibt es mehrere Varianten, die eine flexible Anwendung innerhalb des Corporate Designs ermöglichen.

So finden alle Partner der girocard die passende Version für den jeweiligen Einsatzzweck.



Sie finden alle
Markenlogos der
girocard online unter:

[www.girocard.eu/
presse-
mediathek/mediathek](http://www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek)

WORT-BILD-MARKE

Schutzraum

Die Größe des Schutzraums außerhalb des quadratischen Markenlogos entspricht in Höhe und Breite jeweils einem Drittel ($1/3 A$) von dessen Kantenlänge (A).

Für die Benutzung des girocard-Markenlogos auf physischen oder digitalen Karten gelten abweichende Regeln, die ebenfalls in dem Brand-Styleguide zu finden sind.



Der Schutzraum beschreibt eine relative Referenzfläche rund um das Markenlogo, die stets frei gelassen werden muss.

WORT-BILD-MARKE

Das Markenlogo im Querformat

In der eigenen Markenkommunikation der girocard wird das Markenlogo regelmäßig aus der Quadratform gelöst und quer dargestellt.

Die horizontale Darstellung des Logos ist anwendungsgebunden und bedarf jedes Mal einer Zustimmung der EURO Kartensysteme GmbH.

Alle Regeln des quadratischen Markenlogos gelten analog für das horizontale Markenlogo.



WORT-BILD-MARKE

Umsetzungsfristen des Markenlogos

Das Markenlogo von 2015 mit Ziffern und in hellerem Blau, v2015, wurde 2021 modifiziert, v2021. Bis Ende 2026 gilt eine Frist zur Umstellung vom girocard-Markenlogo v2015 auf das neue girocard-Markenlogo v2021.

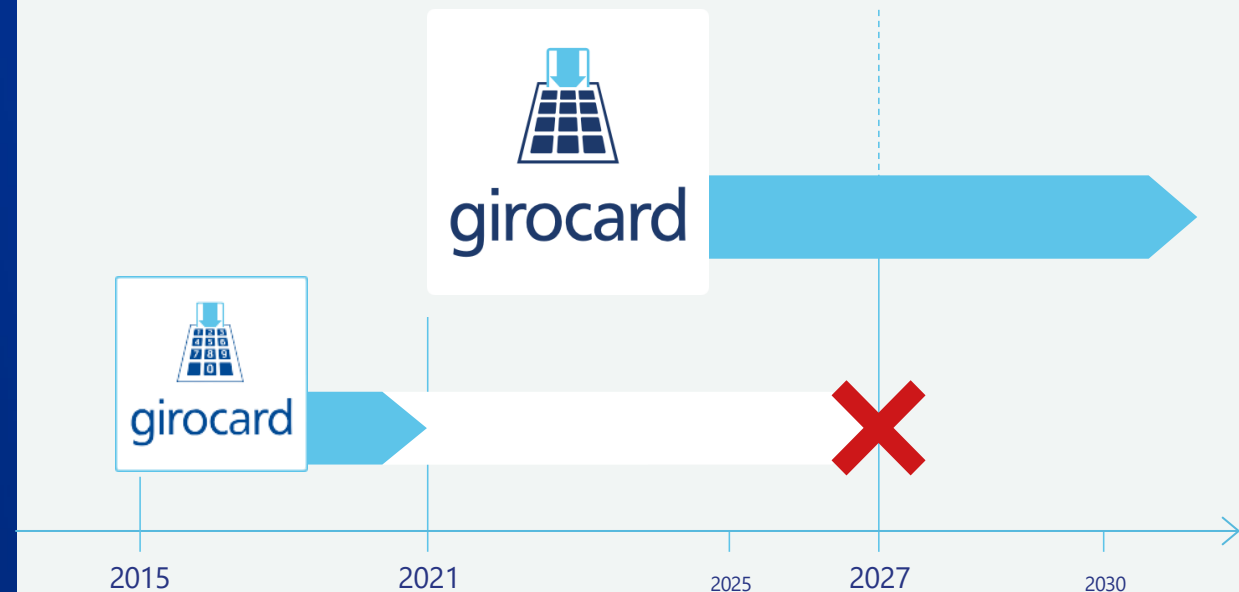
Alle neu produzierten Karten oder neu erstellten Medien müssen das neue girocard-Markenlogo, v2021, verwenden.

Bereits im Umlauf befindliche Karten oder Medien dürfen weiter verwendet werden.

Ab dem 01.01.2027 darf das Markenlogo v2015 nicht mehr verwendet werden.

Dies gilt u. a.

- an Akzeptanzstellen (POS)
- auf Hinweisschildern oder Aufklebern
- an Geldautomaten
- auf Zahlungskarten der Banken und Sparkassen
- in jeder weiteren medialen Verwendungsform



03

DAS MARKENLOGO AUF PHYSISCHEN KARTEN

WORT-BILD-MARKE

Grundsätzliche Vorgaben

Das girocard-Markenlogo muss auf allen Karten, die im girocard-System genutzt werden, nach den folgenden Regeln aufgebracht werden:

- Das girocard-Markenlogo ist grundsätzlich mehrfarbig auf der Vorderseite einer Karte zu zeigen.
- Die Mindesthöhe des girocard-Markenlogos beträgt 10 mm.
- Der Mindestabstand zum Kartenrand beträgt 3 mm.

Das girocard-Markenlogo darf nicht auf Karten abgebildet werden, die nicht im girocard-System genutzt werden.



Hellblau
CMYK 60/0/5/0
Pantone 2985 C



Nachtblau
CMYK 100/70/0/45
Pantone 654 C



Schwarz
CMYK 100/0/0/0
Pantone Black



Weiß
CMYK 0/0/0/0
Pantone White



Altes Dunkelblau
CMYK 100/69/0/9
Pantone 661 C
Übergangsweise erlaubt

04

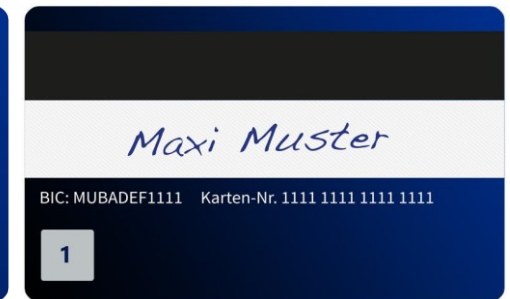
DAS MARKENLOGO AUF PHYSISCHEN KARTEN IN VERBINDUNG MIT CO-BADGES

DAS MARKENLOGO AUF PHYSISCHEN KARTEN IN VERBINDUNG MIT CO-BADGES

Platzierung auf der Vorder- oder Rückseite

Sofern das Co-Badge-Logo (1) auf der Vorderseite der Karte platziert wird, ist das girocard-Markenlogo ebenfalls auf der Vorderseite zu platzieren.

Sofern das Co-Badge-Logo (1) auf der Rückseite der Karte platziert wird, kann das girocard-Markenlogo auf der Vorder- oder der Rückseite der Karte platziert werden.



DAS MARKENLOGO AUF PHYSISCHEN KARTEN IN VERBINDUNG MIT CO-BADGES

Größe des Markenlogos

Das girocard-Markenlogo muss in Zusammenhang mit einem Co-Badge-Logo (1) immer mindestens in derselben Höhe dargestellt werden.

Die Mindesthöhe des girocard-Markenlogos von 10 mm darf nicht unterschritten werden.



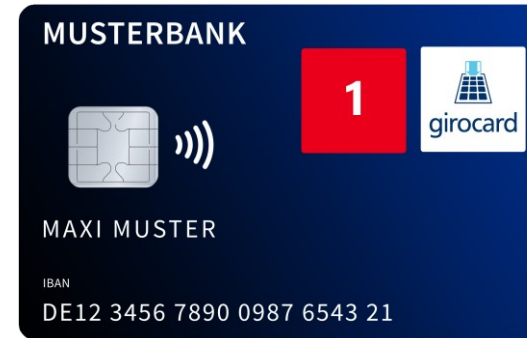
DAS MARKENLOGO AUF PHYSISCHEN KARTEN IN VERBINDUNG MIT CO-BADGES

Monochrome Darstellung des Markenlogos

Das girocard-Markenlogo ist grundsätzlich mehrfarbig nach den zuvor genannten Regeln auf der Karte abzubilden. Sollte ein Co-Badge-Logo mehrfarbig dargestellt werden (1), muss das girocard-Markenlogo ebenfalls mehrfarbig aufgebracht werden.

Sofern der Kartenkörper aufgrund der Materialbeschaffenheit (z. B. Holz oder Metall) keine Färbung zulässt und beide Markenlogos (girocard-Markenlogo und Co-Badge-Logo (1)) gestanzt, gefräst oder gelasert und somit einfarbig dargestellt werden, ist die einfarbige Abbildung ebenfalls zulässig.

Diese Regeln gelten sowohl für die Vorderseite als auch für die Rückseite.



Sollte die Darstellung des Logos auf Holzkarten produktionstechnisch nicht wie abgebildet möglich sein, ist eine gesonderte Freigabe bei der EURO Kartensysteme GmbH einzuholen.

05

DAS MARKENLOGO AUF DIGITALEN KARTEN UND DIE DIGITALE GIROCARD-MUSTERKARTE

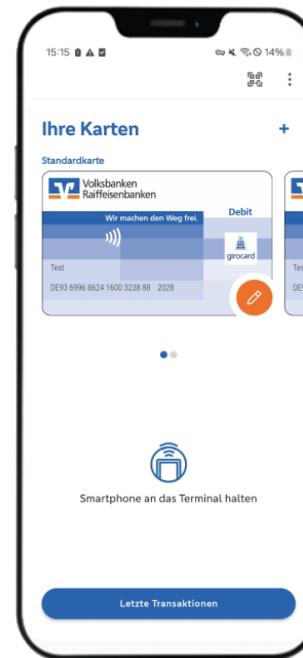
DAS MARKENLOGO AUF DIGITALEN KARTEN UND DIE DIGITALE GIROCARD-MUSTERKARTE

Institutseigene Apps

Auf digitalen Karten, die die girocard-Anwendung unterstützen, muss das girocard-Markenlogo abgebildet werden. In Apps für digitale Karten oder zum Bezahlen können institutseigene Darstellungen der girocard verwendet werden. Das girocard-Markenlogo muss auch bei der digitalen girocard in Zusammenhang mit einem Co-Badge-Logo immer mindestens in gleicher Höhe wie das Co-Badge-Logo dargestellt werden.

Nicht-institutseigene Apps oder Wallets

In Apps und in Wallets, die nicht von Teilnehmern des girocard-Systems betrieben werden, kann durch die EURO Kartensysteme GmbH eine girocard-Musterkarte zur Verfügung gestellt werden. Diese kann als generische Darstellung für girocards verwendet werden. Die Platzierung des girocard-Markenlogos soll über (2) oder rechts neben (1) dem Co-Badge-Logo erfolgen.



Institutseigene Apps (Beispiel)



Nicht-institutseigene Apps oder Wallets

Die EURO Kartensysteme GmbH hält Grafikvarianten der Musterkarte vor. Auf Anfrage werden diese zur Verfügung gestellt.

06

**DAS MARKENLOGO
IN WALLETS**

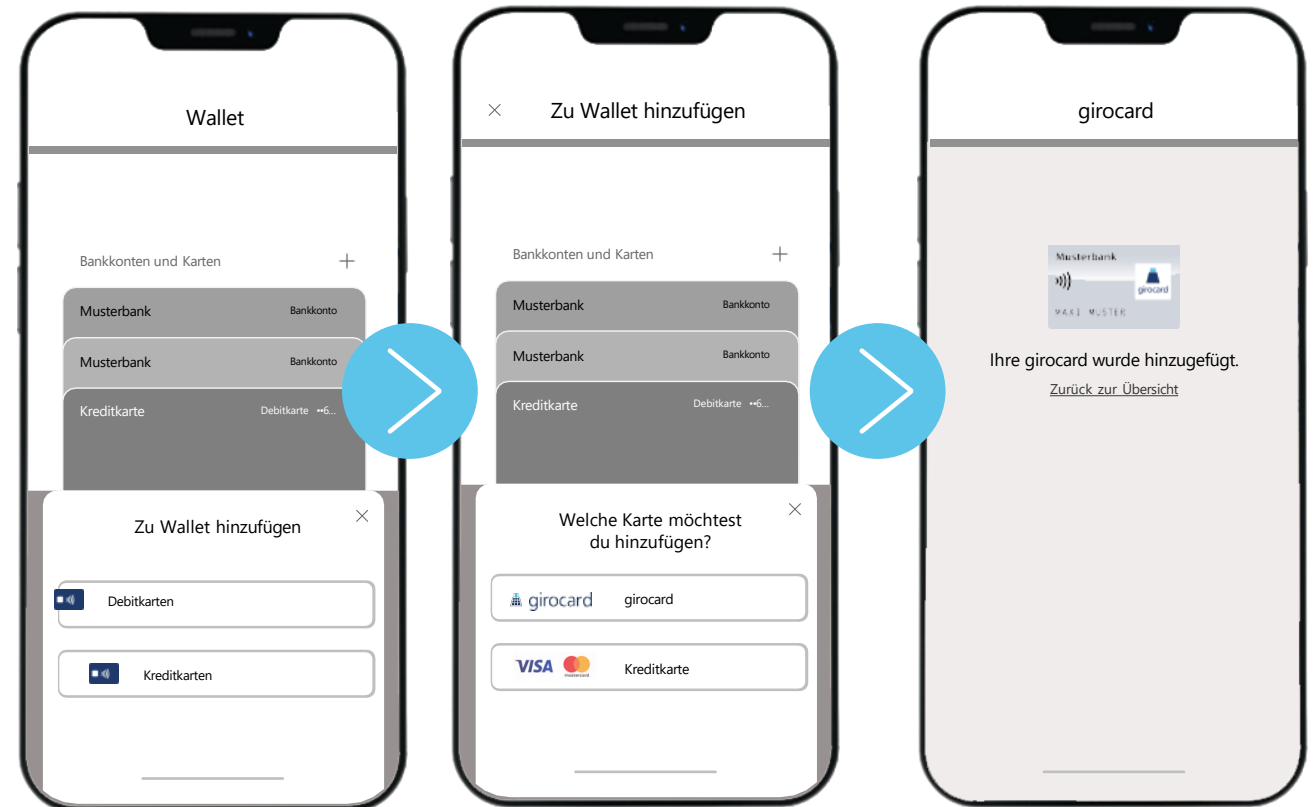
DAS MARKENLOGO IN WALLETS

Hinzufügen der digitalen girocard in eine Wallet

Das Prinzip von Wallets basiert darauf, dass sie wie virtuelle bzw. digitale Brieftaschen funktionieren. In einer solchen Wallet können Karten hinterlegt werden.

Wallet-Anbieter müssen die Möglichkeit, eine girocard hinzufügen zu können, deutlich kennzeichnen. Das Markenlogo ist in diesem Anwendungsfall im Querformat darzustellen, damit es mindestens in der gleichen Größe wie die Markenlogos der anderen Bezahloptionen erscheint. „girocard“ wird in Kleinbuchstaben geschrieben.

Das Markenlogo darf nicht verwendet werden, um das Hinzufügen eines Bankkontos zu symbolisieren.



DAS MARKENLOGO IN WALLETS

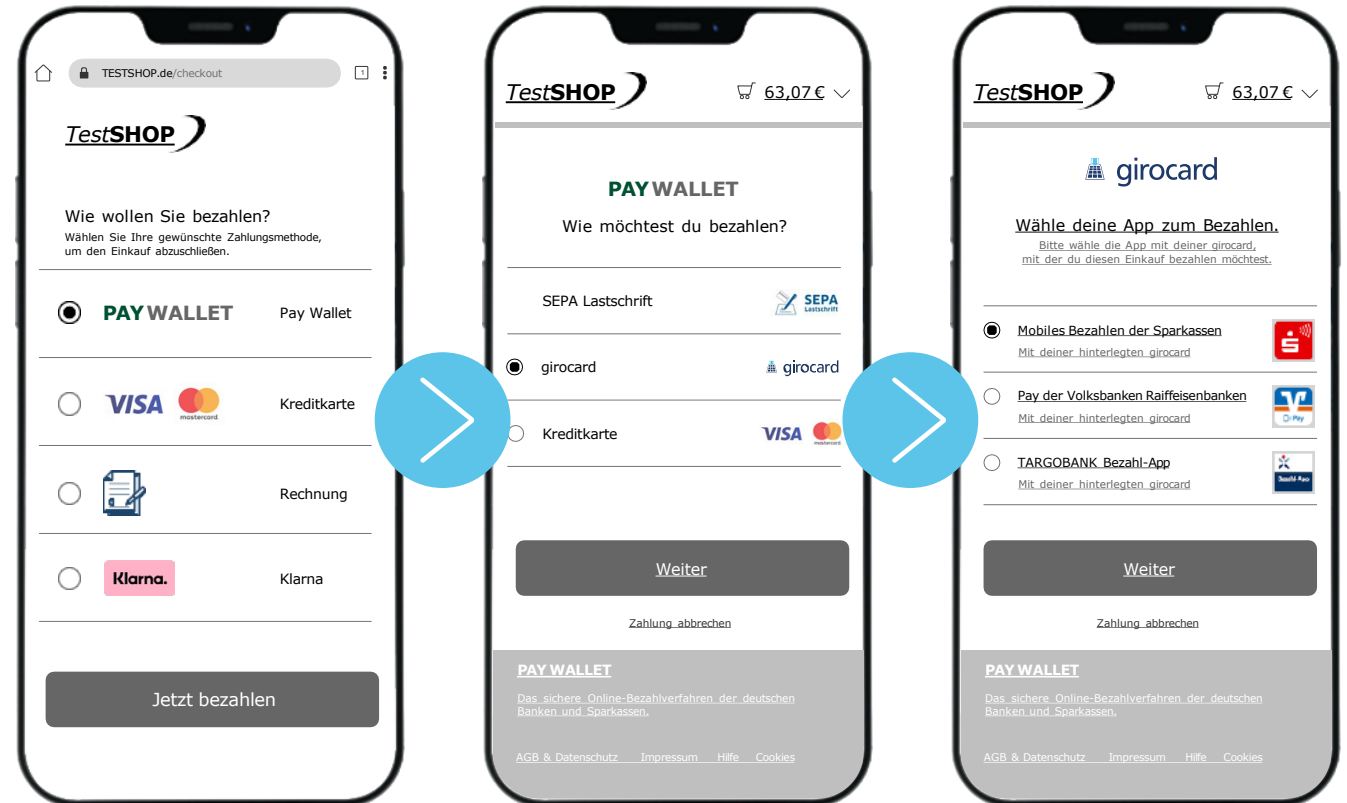
Bezahlprozess mit girocard in einer Wallet

Wurde eine girocard in eine Wallet hinzugefügt, ist das girocard-Markenlogo innerhalb der Wallet anzuzeigen. Vorzugsweise soll es im Querformat verwendet werden. Es muss zudem – sofern keine weiteren Vorgaben des Wallet-Betreibers bestehen – mindestens in derselben Größe wie die Markenlogos anderer Bezahloptionen dargestellt werden. „girocard“ wird in Kleinbuchstaben geschrieben.

Sollten girocards mehrerer Banken und Sparkassen hinterlegt sein, sind die Apps dieser Institute zu benennen sowie deren Logos anzuzeigen. Auf dem Bildschirm soll das girocard-Markenlogo oberhalb der Logos der übrigen Institute stehen.

Sie finden alle Varianten des girocard-Markenlogos unter:

www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek



Die Darstellung der anderen Markenlogos ist beispielhaft.

Die Richtlinien zur Verwendung dieser Logos sind von den Rechteinhabern ggf. definiert.

07

**DAS MARKENLOGO
IN SONDERGRÖSSEN**

DAS MARKENLOGO IN SONDERGRÖSSEN

Optimale Skalierung in Druckerzeugnissen

Bei einer Seitenlänge kürzer als 24 mm muss ein Sonderformat des girocard-Logos verwendet werden. Für jede denkbare Anwendung gibt es ein entsprechendes, barrierefreies Sonderformat.

Optimale Skalierung in digitalen Anwendungen

Bei einer Auflösung von weniger als 182 px muss ein Sonderformat verwendet werden. Für jede denkbare Anwendung gibt es ein entsprechendes, barrierefreies Sonderformat.

Wenden Sie sich für die Bereitstellung kleiner und kleinster Markenlogos bitte direkt an die EURO Kartensysteme GmbH.

Skalierung in Druckerzeugnissen

24 mm



Wenden Sie sich für die Bereitstellung von Logos < 24 mm bitte direkt an die EURO Kartensysteme GmbH.

Skalierung in digitalen Anwendungen

182 px



Wenden Sie sich für die Bereitstellung von Logos < 182 px bitte direkt an die EURO Kartensysteme GmbH.

08

**DAS MARKENLOGO
IN ONLINESHOPS**

DAS MARKENLOGO IN ONLINESHOPS

Information über die akzeptierten Bezahlverfahren des Onlineshops

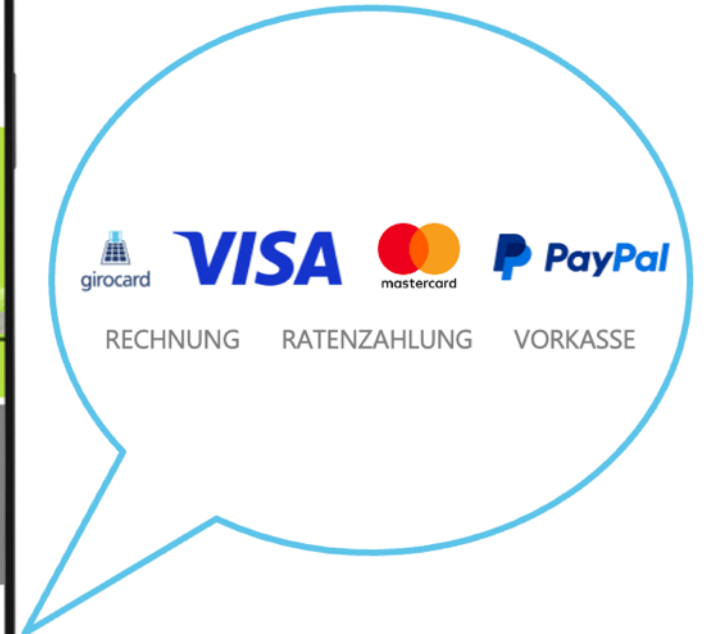
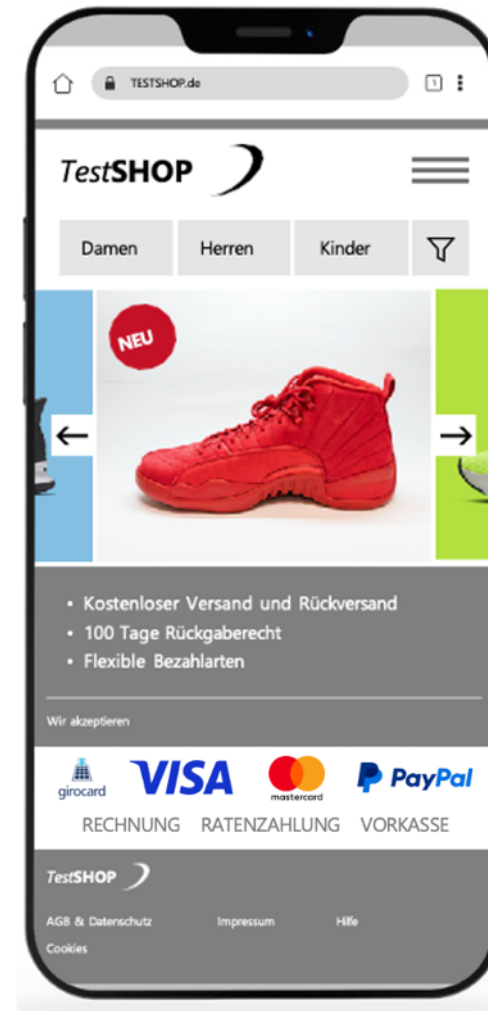
Sofern ein Onlinehandel über die angebotenen Bezahlverfahren informiert und gleichzeitig die Online-Händlerbedingungen für girocard akzeptiert hat, muss das Markenlogo gezeigt werden.

Zu verwenden ist das Markenlogo in dem Format mit der größtmöglichen Darstellung, entweder quadratisch oder im Querformat. Das Markenlogo muss mindestens in derselben Höhe abgebildet werden, wie die Logos der anderen Bezahlverfahren.

Das Markenlogo darf nicht als Synonym bzw. Symbol für andere Bezahlverfahren verwendet werden, insbesondere nicht für die SEPA-Lastschrift. Sofern die girocard nicht akzeptiert wird, darf das Markenlogo nicht verwendet werden.

Sie finden alle Varianten des girocard-Markenlogos unter:

www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek



09

MARKENFARBEN

MARKENFARBEN

Die Farbpalette der girocard ist übersichtlich und klar zugeordnet. Alle Farbwerte sind verbindlich und unbedingt einzuhalten. Die Hauptfarben girocard-Hellblau und girocard-Nachtblau finden im gesamten Grafikdesign Anwendung.

Hellblau steht als frische, junge Farbe für die Modernität und Dynamik eines zeitgemäßen Bezahlsystems.

Nachtblau manifestiert die Solidarität und Souveränität der Deutschen Kreditwirtschaft.

Die Palette der Markenfarben wird durch die Farbtöne Weiß, Hellgrau, Dunkelgrau und Signalgelb vervollständigt.

Sekundärfarben werden in der girocard-Markenkommunikation verwendet, um farbliche Akzente zu setzen.

Markenfarben



Hellblau

CMYK 60/0/5/0
HEX #5DC4E9
Pantone 2985 C
Pantone 2985 U



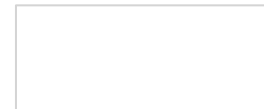
Nachtblau

CMYK 100/70/0/45
HEX #1F3A6A
Pantone 654 C
Pantone 4154 U



Signalgelb

CMYK 0/0/100/0
HEX #FFFF00
Pantone Yellow C
Pantone Yellow U



Weiß

CMYK 0/0/0/0
HEX #FFFFFF
Pantone White



Hellgrau

CMYK 0/0/0/55
HEX #92979A
Pantone Cool Gray 8 C



Dunkelgrau

CMYK 0/0/0/80
HEX #404346
Pantone Cool Gray 10 C

Sekundärfarben



Violett

HEX #BF5AF2



Pink

HEX #FF2D55



Rot

HEX #FF3B30



Orange

HEX #FF9500



Gelb

HEX #FFCC00



Grün

HEX #4CD964



Dunkles Nachtblau

HEX #000E34



Leuchtblau

HEX #002FA7

10

MARKENSCHRIFT

MARKENSCHRIFT

Die Marke girocard verfügt über einen eigenen Font. Zum typischen Erscheinungsbild der Marke gehört die Mischung unterschiedlicher Schriftschnitte von Giro Sans Pro, die ausschließlich der EURO Kartensysteme GmbH obliegt.

Die Schriftschnitte „regular“ und „light“ hingegen können für Fließtexte im Markenkontext frei angewendet und heruntergeladen werden.

Für den Gebrauch in Office-Anwendungen ist die Systemschrift Segoe UI zu verwenden.

Schriftenanwendung



GRCD
grcd

Schriftfamilie

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ 1234567890 !?#/&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Giro Sans Pro Black

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ 1234567890 !?#/&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

Giro Sans Pro Black Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ 1234567890 !?#/&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

Giro Sans Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ 1234567890 !?#/&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Giro Sans Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ 1234567890 !?#/&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Giro Sans Pro Light

Als Download erhältliche Schriften zum Einsatz im Rahmen der Unternehmenskommunikation.

11

**DAS MARKENLOGO,
KOMBILOGOS UND
SERVICE-ICONS AM POS
UND AN GELDAUTOMATEN**

DAS MARKENLOGO AM POS

Generell ist das Markenlogo das beste Erkennungszeichen, um allen Karteninhaberinnen und -inhabern im Entscheidungsmoment am POS erneut zu versichern, dass die Karte ihrer Bank oder Sparkasse hier gerne akzeptiert wird.

Verschiedene girocard-Markenlogos können in ihrer digitalen Form direkt in der girocard-Mediathek heruntergeladen werden.

Im girocard-Shop können alle Markenlogos auch als Aufkleber bestellt werden. Für den Eingangs- und den Fensterbereich sind der girocard-Dot sowie der „Mit Karte“-Aufkleber besonders geeignet.

www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek

www.girocard-shop.de



KOMBILOGOS UND SERVICE-ICONS AM POS

Neue Bezahltechniken, Formfaktoren und Services erfordern mehr Kommunikation und hinweisende Zeichen, zum Beispiel die Altersverifikation.

Händler können das temporäre girocard-Markenlogo am POS durch Kombilogos ersetzen oder um die Service-Icons erweitern.

Sie finden alle Kombilogos und Service-Icons der girocard unter:

www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek

Beispiel Kombilogo



Beispiel Service-Icon



KOMBILOGOS UND SERVICE-ICONS AM POS

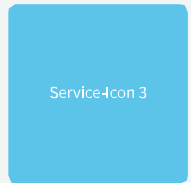
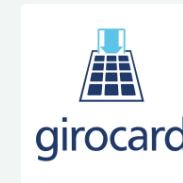
Vorgaben zur Platzierung

Händler können das girocard-Markenlogo am POS temporär durch Kombilogos ersetzen oder um Service-Icons ergänzen.

Die Service-Icons müssen immer in unmittelbarer Nähe der Logos platziert werden. Am besten geschieht dies rechts neben dem Markenlogo und auf gleicher Höhe (1). Im Falle mehrerer Service-Icons sollte eine Reihe rechts des Markenlogos gebildet werden (1 bis 3). Hierbei muss keine bestimmte Reihenfolge eingehalten werden.

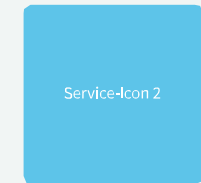
Sollte eine Platzierung rechts nicht möglich sein, gilt gemäß der Vorgabe zur Nähe zum Markenlogo die gezeigte Reihenfolge (1 bis 4).

Das Markenlogo mit Service-Icons



1

Ein Kombilogo mit Service-Icons

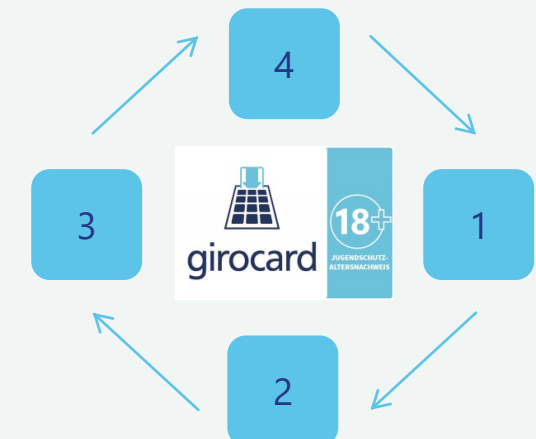
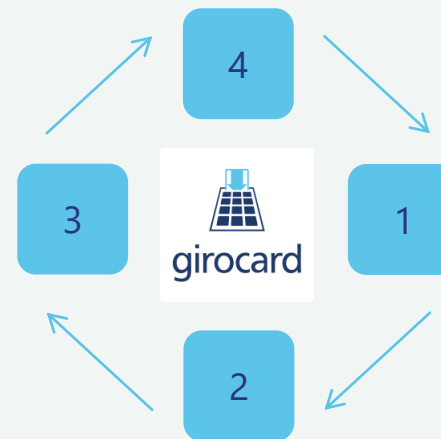


1

2

3

Ohne Platzierungsmöglichkeit in einer Reihe



SERVICE-ICONS AN GELDAUTOMATEN

Anwendungsbeispiel

Auf Elementen wie dem beleuchteten Würfel wird das girocard-Markenlogo ohne Rahmen eingesetzt, da es vollflächig zum Einsatz kommt.



12

MEDIATHEK

MEDIATHEK

Alles, was Partner, Presse und Medien, Händler oder Interessierte von der girocard benötigen, bekommen sie hier zum Download:

www.girocard.eu/presse-mediathek/mediathek

Sollten Sie dort nicht fündig werden, schreiben Sie gerne an:
info@girocard.eu

CORPORATE DESIGN

LOGOS

MUSTERKARTEN

BILDER

INFOGRAFIKEN

ILLUSTRATIONEN

VIDEOS

FLYER UND BROSCHÜREN

DIENSTLEISTERLISTEN

13

**DAS GIROCARD-
HOLOGRAMM AUF
PHYSISCHEN KARTEN**

DAS GIROCARD- HOLOGRAMM AUF PHYSISCHEN KARTEN

Sofern Interesse an der Nutzung eines girocard-Hologramms besteht, ist dies mit der EURO Kartensysteme GmbH abzustimmen.

Visualisiertes Beispiel



14

SENSORY BRANDING

SENSORY BRANDING

Mit dem sensorischen Branding (engl.: Sensory Branding) wird der Markenauftritt für girocard zusätzlich zur Kommunikation der Wort- und Bildmarke um die Elemente einer grafischen Animation sowie eines Sound-Logos erweitert.

2024 wurden die grafische Animation und das Sound-Logo für die Einbindung in den bestehenden Transaktionsablauf entwickelt.

Neben der Integration in den Bezahlvorgang kann das Sensory Branding auch in der offiziellen Markenkommunikation des Scheme eingesetzt werden, etwa in Videokampagnen oder Social-Media-Werbung.



girocard-Animation auf einen Blick

SENSORY BRANDING AUF DEM AKZEPTANZGERÄT

Für das girocard-System wird das Sensory Branding in den bestehenden Transaktionsablauf über ein Akzeptanzgerät (POS-Terminal/AppPOS) zum Abschluss des Bezahlvorgangs* nach einer erfolgreich autorisierten girocard-Zahlung nach folgenden Regeln eingebunden:

Das Sensory Branding (grafische Animation und Sound-Logo) muss ausgespielt werden, wenn auch ein Sensory Branding eines anderen Zahlungssystems auf dem Akzeptanzgerät ausgespielt werden muss.

- Die grafische Animation einer erfolgreichen girocard-Bezahltransaktion ist in diesen Fällen immer auszuspielen.
- Sollte aufgrund der örtlichen Gegebenheiten die Ausspielung des Sound-Logos nicht möglich sein, kann darauf verzichtet werden.

Auch wenn kein Sensory Branding von einem anderen Zahlungssystem ausgespielt werden muss, kann die grafische Animation und das Sound-Logo von girocard ausgespielt werden.

*siehe „Anzeige des Transaktionsergebnisses für den Karteninhaber“ im Technischen Anhang



SENSORY BRANDING AUF DEM KUNDENENDGERÄT

Es wird empfohlen, das Sensory Branding (Animation und Sound-Logo) für girocard auf Kundenendgeräten bei der Initiierung einer Zahlung mit der digitalen girocard bereitzustellen.

Es wird empfohlen, das Sensory Branding für girocard auf Kundenendgeräten bereitzustellen, wenn dies auch für andere Zahlungssysteme erfolgt.



Wenden Sie sich bei Fragen zum girocard-Sensory-Branding bitte direkt an die EURO Kartensysteme GmbH.

EURO Kartensysteme GmbH

Solmsstraße 6

60486 Frankfurt am Main

www.eurokartensysteme.de

Tel.: 49 (0)69 / 9 79 45-0

info@girocard.eu

www.girocard.eu



girocard