

DESIGN MANUAL

Stadt Rendsburg

Stand Oktober 2014

Anwendungsinformationen für das neue
Erscheinungsbild Rendsburgs

Über dieses Manual

Ein einheitliches CD steigert die Wiedererkennung einer Marke und fördert deren Eigenständigkeit. Die erfolgreiche Abgrenzung einer Stadtidentität und ihre Wiedererkennbarkeit sind nur dann gewährleistet, wenn eine konsequente Umsetzung und Anwendung der Corporate Design Elemente eingehalten wird. Und zwar sowohl bei Druckerzeugnissen als auch im Umgang mit anderen medialen Formen. Ein Manual unterstützt durch sinnvolle Definitionen und Regelungen die Kontinuität des Markenauftrittes indem es aufzeigt, wie die Richtlinien und Markenelemente korrekt angewendet werden.

Rendsburg positioniert sich als Stadt am Nord-Ostsee-Kanal.

Diese Dokumentation versteht sich als Ergänzung bzw. Aktualisierung des Manuals von 2009 (vgl. „Gestaltungsrichtlinien Stadt Rendsburg 09.pdf“). Sie ersetzt komplett das Kapitel 1 (Punkte 1.1 bis 1.4) des Manuals von 2009 und beschreibt die im Jahr 2014 geänderten Corporate Design Basiselemente der Stadt Rendsburg.

Diese Aktualisierung wurde durch die Neuausrichtung der Kommunikationsstrategie und der daraus resultierenden überarbeiteten Wort-Bildmarke „Rendsburg am Nord-Ostsee-Kanal“ nötig.

Für alle im Designmanual 2009 beschriebenen Anwendungen ab 2.0 sind sowohl das neue Logo von 2014 als auch die hier aufgeführten Schriften zu verwenden.

Ansprechpartnerin Stadtmarketing und Tourismus Stadt Rendsburg

Susanne Mau
Am Schiffbrückenplatz 17
Tel: +49 4331 148 09 99
Fax: +49 4331 14 99 83
E-Mail: susanne.mau@rendsburg.de

Der dunkelblaue Farbton HKS 41 (vgl. „Gestaltungsrichtlinien Stadt Rendsburg 09.pdf“, 1.3) verliert seine dominante Rolle – die Anmutung soll luftiger und leichter werden. Änderungen an bereits abgebildeten Mustern und ihren Beschreibungen in den Abschnitten 3.5, 4.1, 4.4, 4.5 und 5.4, die aus diesem Sachverhalt resultieren, sind wahrscheinlich. Sie werden künftig nach und nach ergänzt, die aktuelle Version auf der Website www.rendsburg.de zum Download angeboten

Es bleibt sicher nicht aus, dass Problemstellungen unberücksichtigt gelassen wurden. Sollten Fragen oder Unsicherheiten zu dem korrekten Einsatz des neuen Designs auftauchen, so zögern Sie nicht, sich mit der Stadt Rendsburg oder der NetzWerkstatt in Verbindung zu setzen – wir helfen gerne weiter.

Ansprechpartnerin die NetzWerkstatt

Frau Conny Pierel
An der Schiffbrücke 2
Tel: +49 4331 438 24 13
Fax: +49 4331 24 701
E-Mail: cpierel@die-netzwerkstatt.de

1. Dachmarke – Logo mit Claim

Das farbige Logo der Stadt Rendsburg mit seiner klaren optischen Ausstrahlung ist zentraler Bestandteil des Corporate Designs.

Es bildet die Dachmarke und wird für alle Medienerzeugnisse der Stadtverwaltung sowie für touristische Werbemaßnahmen eingesetzt.

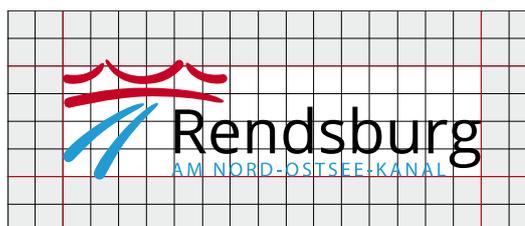
Die Logo-Systematik – links die Bildmarke, rechts die Wortmarke in einheitlicher Typografie ist verbindlich.

Die Verwendung durch Dritte ist nur mit vorheriger Genehmigung der Stadt Rendsburg, Fachdienst Personal und Organisation, möglich.

Die Verwendung der digitalen Vorlagen gewährleistet den gleichbleibenden Charakter der Marke „Rendsburg am Nord-Ostsee-Kanal“ und ist für alle Anwender verbindlich.



Optimalerweise sollte das Logo mit Claim generell eine Mindestbreite von 50 mm nicht unterschreiten, um die Lesbarkeit des Claims zu gewährleisten.



Zur Verdeutlichung der Proportionen wurde der Dachmarke ein Raster hinterlegt, anhand dessen man die Ausrichtung und den Aufbau ableiten kann. Der graue Bereich markiert die Schutzzone.

1.1. Logo mit Claim

Das Logo mit Claim darf nur in den hier abgebildeten Form Verwendung finden und nicht verändert werden.

Eine englische Version des Logos existiert nicht – es wird stets die Vorliegende eingesetzt.



Die Positivversion wird nur auf weißem bzw. hellem Hintergrund verwendet. Ist der Farbeinsatz nicht möglich, wie zum Beispiel im einfarbigen Druck, kann das Signet in Graustufen bzw. in Schwarz verwendet werden.



Die Negativ-Version findet Verwendung bei dunklen Hintergründen oder auf Fotografien. Beim Einsatz auf fotografischen Hintergründen ist darauf zu achten, dass der Kontrast ausreicht, um das Signet deutlich genug wahrnehmen zu können. Hierbei ist die weiße Variante zu verwenden.



Dieses Logo ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der Stadt Rendsburg. dessen Verwendung unterliegt einer notwendigen Freigabe durch die Stadt Rendsburg.



Ansprechpartnerin

Susanne Mau

Am Schiffbrückenplatz 17

Tel: +49 4331 148 09 99

Fax: +49 4331 14 99 83

E-Mail: susanne.mau@rendsburg.de



1.2. Logo Stadtmarketing

Das Logo mit Claim darf nur in den hier abgebildeten Form Verwendung finden und nicht verändert werden.

Eine englische Version des Logos existiert nicht – es wird stets die Vorliegende eingesetzt.

Die Positivversion wird nur auf weißem bzw. hellem Hintergrund verwendet. Ist der Farbeinsatz nicht möglich, wie zum Beispiel im einfarbigen Druck, kann das Signet in Graustufen bzw. in Schwarz verwendet werden.

Die Negativ-Version findet Verwendung bei dunklen Hintergründen oder auf Fotografien. Beim Einsatz auf fotografischen Hintergründen ist darauf zu achten, dass der Kontrast ausreicht, um das Signet deutlich genug wahrnehmen zu können. Hierbei ist die weiße Variante zu verwenden.

Dieses Logo ist urheberrechtlich geschützt.

Die Rechte liegen beim Stadtmarketing Rendsburg. Dessen Verwendung unterliegt einer notwendigen Freigabe durch das Tourismus- und Stadtmarketing Rendsburg.

Ansprechpartnerin

Susanne Mau

Am Schiffbrückenplatz 17

Tel: +49 4331 148 09 99

Fax: +49 4331 14 99 83

E-Mail: susanne.mau@rendsburg.de



1.3. Logo ohne Claim

In einigen Fällen, z.B. wenn das Logo nur in sehr kleiner Größe dargestellt werden kann, kann die Verwendung der Wort-Bildmarke ohne Claim sinnvoll sein.

Auch bei rein fremdsprachlichen Einsatzgebieten kann die Nutzung ohne Claim erwogen werden

Die Schutzzone bleibt dabei einzuhalten.

Der Einsatz des Logos ohne Claim ist generell mit Stadtmarketing und Tourismus Stadt Rendsburg abzuklären.

Ansprechpartnerin

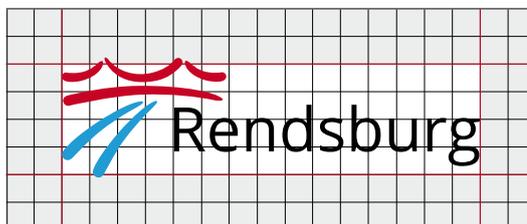
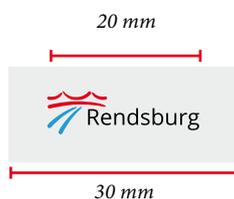
Susanne Mau

Am Schiffbrückenplatz 17

Tel: +49 4331 1480999

Fax: +49 4331 149983

E-Mail: susanne.mau@rendsburg.de

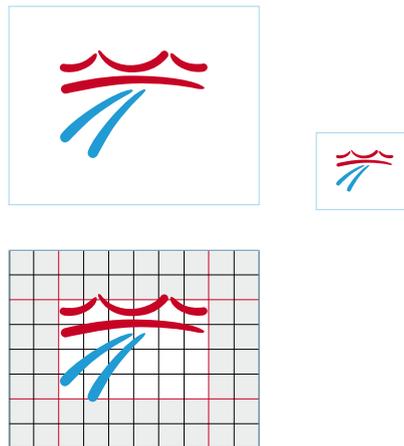


Optimalerweise sollte das Logo generell eine Mindestbreite von 50 mm nicht unterschreiten.

1.4. Einsatz der Bildmarke

Die Abbildung der Bildmarke allein kann ebenfalls in bestimmten Situationen, z.B. als gesticktes Emblem auf einem Hemdkragen oder als Favicon der Website, nötig sein.

Die Schutzzone ist einzuhalten.



Der Einsatz der Bildmarke ist generell mit Stadtmarketing und Tourismus Stadt Rendsburg abzuklären.

Ansprechpartnerin

Susanne Mau

Am Schiffbrückenplatz 17

Tel: +49 4331 148 0999

Fax: +49 4331 1499 83

E-Mail: susanne.mau@rendsburg.de

1.5. Unzulässige Logoanwendungen

(Unproportionales) Verzerren



Drehungen



Dekorationen wie Konturen oder Schlagschatten



Änderungen von Logofarben oder -schriftarten



Hintgründe, die die Leserlichkeit beeinträchtigen



Zu geringer Farbkontrast



1.6. Co-Branding

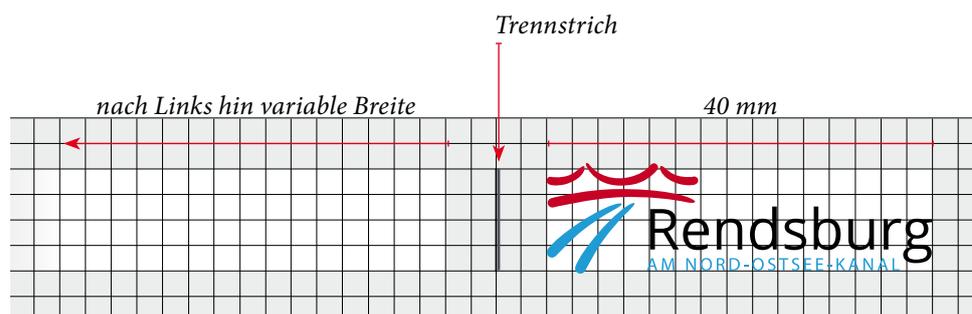
Das Co-Branding wird bei allen Veröffentlichungen im Rahmen von Werbe- und Marketingmaßnahmen eingesetzt.

Das Co-Branding ist die Kombination aus dem Signet einer Marke und dem Rendsburger Stadtlogo mit Claim. Beide Signets stehen gleichwertig nebeneinander, beide Marken treten weiterhin auch eigenständig auf.

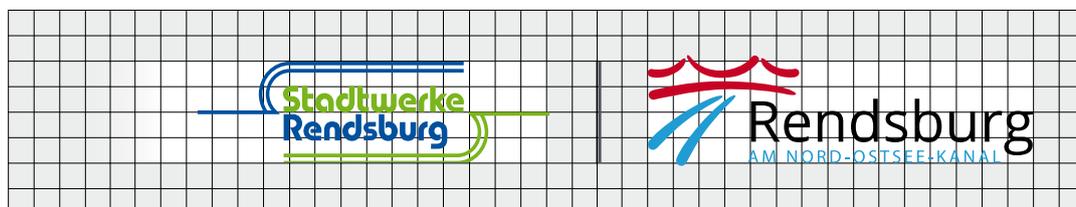
Die einzelnen Elemente des Co-Brandings sind in ihrer Anordnung und ihren Proportionen zueinander definiert und dürfen nicht verändert werden.

Beim Aufbau des Co-Brandings dient ein Konstruktionsraster. Dieses definiert alle Abstände und erzeugt so eine einheitliche und ausgewogene Darstellung.

Das Stadtsignet mit Claim darf nie kleiner als mit 40 mm Breite abgebildet werden. Daraus ergibt sich die Minimalgröße des Co-Brandings.



1.7. Anwendungsbeispiele Co-Branding



1.8. Anwendungsbeispiele Co-Branding



Schriften

Auch über die Einheitlichkeit der verwendeten Schriften findet Markenkommunikation statt. Nur der konsequente Einsatz in allen Medien sorgt für die Etablierung der Marke Rendsburg und deren Wiedererkennungswert.

Aus diesem Grunde ist die Verwendung anderer Schriften als der im Folgenden Beschriebenen ist nicht zulässig.

2.1. Hausschriften

Open Sans Light 300

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

www.google.com/fonts/

Minion Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Minion Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Minion Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Minion Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Für die gedruckten Publikationen werden die die Open Sans Light 300 und die Minion Pro eingesetzt. Innerhalb eines Fließtextes dürfen nimals verschiedenen Schriftfamilien verwendet werden.

Die grundsätzliche Satzart ist bei allen Publikationen linksbündig.

Bei Korrespondenzen der Stadtverwaltung werden andere Schriften verwendet (vgl. ff).

Für Titelzeilen und Überschriften wird die Open Sans Light 300 verwendet. Sie ist ein von Steve Matteson entworfener Google-Font und kann kostenlos im Internet heruntergeladen werden: www.google.com/fonts

Für den Fließtext auf gedruckten Publikationen wie Faltblätter, Broschüren, Plakate, Briefbögen, Visitenkarten, Formularen und Berichten wird die Minion Pro verwendet. Sie wurde 1990 von Rober Slimbach entworfen und wird in vier Schnitten unterschiedlicher Größe eingesetzt:

Minion Pro Regular

vorwiegend bei Fließtext

Minion Pro Regular Italic

für englischen Text, bei Anmerkungen und/oder wenn eine persönliche Anmutung gewünscht ist

Minion Pro Bold

bei besonderen Textauszeichnungen/Hervorhebungen

Minion Pro Bold Italic

bei besonderen Textauszeichnungen/Hervorhebungen im englischen Text

2.2. Korrespondenzschrift

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Die Verwendung der Schriften Arial und Times ist historisch gewachsen und wird bei allen Schreiben und Mitteilungen der Stadtverwaltung beibehalten.

Beide Schriften setzen sich in ihrer Verwendungsart gegen die Hausschriften für Druckerzeugnisse ab, um die aktuelle, persönliche Mitteilung für den Empfänger unterscheidbar zu machen.

Zur genauen Definition, wie die Schriften einzusetzen sind, sei auf das CD-Manual der Stadt Rendsburg 2009 | 1.4 verwiesen.

2.3. Schriften für Bildschirmausgabe

Open Sans Light 300

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

www.google.com/fonts/

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Times New Roman Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Am Monitor ist eine gute Lesbarkeit gefragt. Aus diesem Grund kommen auf der Website und in E-Mails die Open Sans Light 300 für große Schriftgrößen wie in Überschriften und Headlines sowie die Verdana im Fließtext zum Einsatz.

Die Verdana ist vor allem im Hinblick auf optimale Bildschirmdarstellung auch bei kleinen Schriftgrößen entwickelt worden. Eine große x-Höhe, weite Proportionen, großzügige Buchstabenabstände und ausgeprägte Unterschiede zwischen ähnlich geformten Buchstaben tragen zu einer guten Lesbarkeit bei. Sie wird deshalb in 12 Pt und 18 Pt Durchschuss mit zwei Schriftschnitten für den Fließtext eingesetzt.

Verdana Regular

Fließtext

Verdana Bold

bei Textauszeichnungen/Hervorhebungen

Times New Roman Italic

bei persönlicher Ansprache – vor allem im touristischen Bereich

Gestaltungselemente

Farben

Farben transportieren in hohem Maße die Außenwirkung; sie sind elementarer Bestandteil der Markenzeichens. Deshalb dürfen sie nicht durch andere Farben ersetzt, verändert oder ergänzt werden.

Zur einheitlichen Farbwiedergabe und der konsequenten Anwendung im Erscheinungsbild werden die Farben und ihre Wertangaben in den verschiedenen Farbsystemen definiert.

Die RGB-Werte dienen als Vorgaben für elektronische Publikationen.

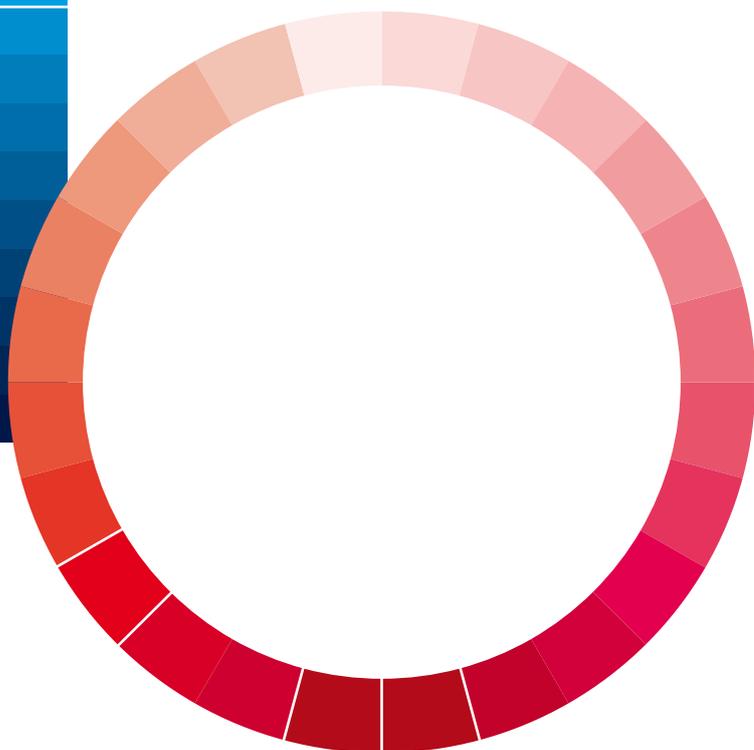
Sollten Fragen oder Unsicherheiten zu dem korrekten Einsatz des neuen Designs auftauchen, so zögern Sie nicht, sich mit der Stadt Rendsburg oder der NetzWerkstatt in Verbindung zu setzen – wir helfen gerne weiter.

**Ansprechpartnerin
Stadtmarketing und Tourismus
Stadt Rendsburg**

Susanne Mau
Am Schiffbrückenplatz 17
Tel: +49 4331 148 0999
Fax: +49 4331 14 99 83
E-Mail: susanne.mau@rendsburg.de

**Ansprechpartnerin
die NetzWerkstatt**

Frau Conny Pierel
An der Schiffbrücke 2
Tel: +49 4331 438 24 13
Fax: +49 4331 24 701
E-Mail: cpierel@die-netzwerkstatt.de



3.1. Primärfarben Stadtverwaltung

Vor allem für amtliche Zwecke kommen die historisch gewachsenen Logofarben Rot und Cyan zum Einsatz. Die Primärfarben können in der gesamten Gestaltung verwendet werden, allerdings sollte ihr Einsatz sparsam sein, um nicht in Konkurrenz zum Logo zu treten. Rot wird ausschließlich mit 100%-iger Deckkraft eingesetzt. Um die Seriosität zu wahren, wird Grau als Ergänzungsfarbe eingesetzt.



CMYK: 0 | 100 | 100 | 0
RGB: 226 | 0 | 26
HEX: e2001a
Vollton: HKS 13
Siebdruck: Marabu 1305
Folienschnitt: MACal 9758-04
RAL: 3020 Verkehrsrot



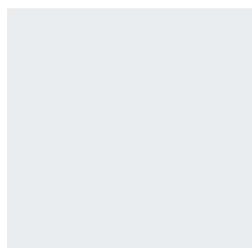
CMYK: 100 | 0 | 0 | 0
RGB: 0 | 158 | 224
HEX: 009ee0
Vollton: 100% Cyan
Siebdruck: Marabu 059
Folienschnitt: MACal 9738-04
RAL: 5015 Himmelblau

Ergänzungsfarben



Dunkelgrau kommt zusammen mit Schwarz bei der Typografie zum Einsatz.

CMYK: 70 | 60 | 45 | 25
RGB: 81 | 84 | 96
HEX: 515460

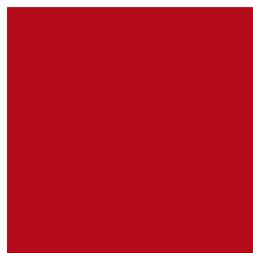


Hellgrau findet nur als Farbfläche, z.B. als Hintergrund, Verwendung.

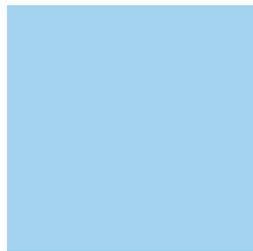
CMYK: 10 | 5 | 5 | 0
RGB: 234 | 237 | 239
HEX: eaedef

3.2. Sekundärfarben Stadtverwaltung

Werden als Schmuck- und Dekorationsfarben eingesetzt und finden vor allem im abschließenden Farbbalken Verwendung.



CMYK: 10 | 100 | 100 | 20
RGB: 180 | 11 | 26
HEX: b40b1a



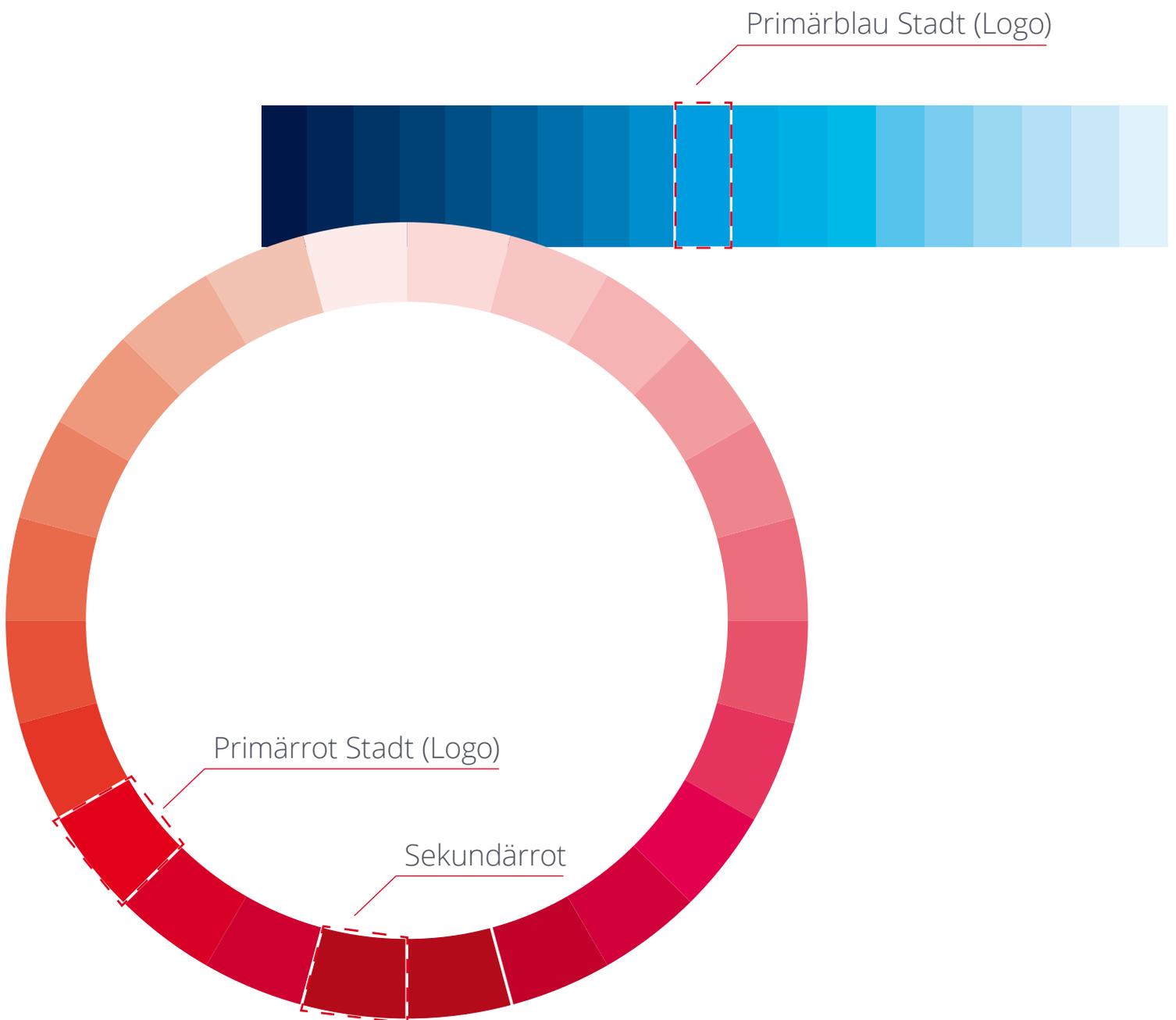
CMYK: 40 | 5 | 0 | 0
RGB: 163 | 211 | 239
HEX: a3d3ef



CMYK: 100 | 85 | 0 | 65
RGB: 0 | 24 | 73
HEX: 001849

3.3. Farbklima Tourismus

Zur Codierung touristische Marketingmaßnahmen kann auf ein erweitertes Blau- und Rotspektrum zurückgegriffen werden. Außer den Logofarben, die eine Schnittmenge darstellen, sind viele Zwischenschattierungen erlaubt und können frei gewählt und kombiniert werden. Auch Halbtonwerte sind erlaubt.



3.4. Gestaltungselement Farbbalken

Ein Farbbalken mit sechs Farbfeldern, die für die Vielfalt Rendsburgs stehen, ist eine wichtige optische Klammer, die alle Medienerzeugnisse Rendsburgs zusammenfasst. Er wird jeweils am Ende eines Dokumentes seitlich randabfallend platziert, nach unten und oben hin umgeben ihn jeweils ein weißer Rand mit der Dicke des Felderabstandes. Auf Deckblättern ist seine Verwendung obligatorisch, in Innenteilen kann er, muss aber nicht eingesetzt werden.

Städtischer Balken

Die Farbsprache des städtischen Balkens ergibt sich aus den Primär- und Sekundärfarben der Stadt. Die Farbwerte und Anordnung der einzelnen Felder sollten nicht verändert werden.

Bei Schwarz-Weiß-Drucksachen gilt der Farbbalken in Graustufen.

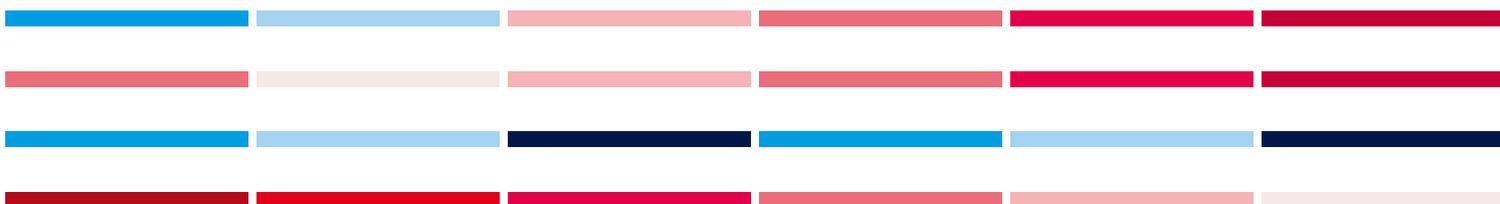


Touristischer Balken

Der größeren Bandbreite des touristischen Farbspektrums wird auch im Farbbalken Rechnung getragen.

Nur die Anzahl der Felder ist auf sechs begrenzt, die Farbwerte sind jedoch frei nach Thema oder Gusto wählbar.

Sämtliche Kombinationen aus dem roten und blauen Farbspektrum sind möglich. Der verstärkte Einsatz von Farbwerten aus dem „rosa“ Spektrum ist dabei ausdrücklich erwünscht, um eine Abgrenzung zu städtischen Drucksachen zu erzielen.



3.5. Gestaltungselemente Bilder

Bilder und Visuals sind außerordentlich gut geeignet, um die Wirkung der Kommunikation zu erhöhen. Die gezielt gewählte Bildwelt ist von allen Designkomponenten am stärksten in der Lage, die Markenidentität mit Emotionen aufzuladen, Assoziationen zu wecken und Aussagen zu präzisieren. Aus diesem Grund sollte viel Wert auf die Auswahl hochwertiger Bildmaterialien gelegt werden.

Bei der Auswahl der landschaftlichen Motive liegt außerdem der Fokus auf der besonderen Wasserlage Rendsburgs. Die gewählten Bilder sollen, wenn thematisch nicht unpassend, vorrangig Motive zeigen, bei denen in irgendeiner Form die Wasserlage eine Rolle spielt. Tiefenschärfe und Panoramaformate machen den Raum erlebbar.

Auch Motive, die die Lebensqualität Rendsburgs hervorheben, sind erwünscht. Denkbar sind Menschen mit positiver Ausstrahlung oder anspruchsvolle Stills.

In jedem Bild sollte sich ein klares Zentrum befinden, das durch die Flächenaufteilung, das Licht, die Perspektive und/oder durch Tiefenschärfe definiert wird.

Die Bilder sollen positiv und realistisch aber nicht gestellt wirken. Das gilt besonders für Titelmotive. Ziel ist, mit jedem Bild die Aufmerksamkeit des Betrachters zu binden.

Alle Bilder sollten eine positive, helle und aufgeräumte Atmosphäre haben.

Außerdem wichtig

- Bilder möglichst großformatig einspiegeln
- Die Druckauflösung muss mind. 300 dpi betragen (Vorsicht bei Bildern aus dem Internet – die haben oft nur 72 dpi)
- Auf hochwertige .jpg-Dateien achten, die nicht zu stark komprimiert wurden (es dürfen keine Artefakte sichtbar sein)
- Keine verwackelten Motive
- Keine Bilder mit hartem Blitzlicht und Schlagschatten
- Farben anpassen, falls nötig – insbesondere Rot- und Blautöne
- Keine weichen Kanten verwenden

3.6. Gestaltungselement Grafiken

Piktogramme und Infografiken können helfen, komplexe Themen zu verdeutlichen, Mehrsprachigkeit zu vereinheitlichen und Informationen schnell zu transportieren. Bei ihrer Wahl ist auf ästhetische, allgemeinverständliche und handwerklich gut gearbeitete Grafiken zu achten. Folgende Richtlinien können bei der Wahl helfen.



- Möglichst abstrakte Grafiken/Piktogramme
- Grafiken mit möglichst wenig (überflüssigen) Details
- Keine „Kinderzeichnungen“
- Kein „Comicstyle“
- Illustrationen mit möglichst wenig Ankerpunkten
- Lineare Strichstärken
- Verwendung des jeweils erlaubten Farbspektrums
- Keine Farbverläufe
- keine 3D-Effekte
- Keine Schlagschatten

Drucksachen

Für alle Drucksachen der Stadt Rendsburg und der städtischen Einrichtungen kommen ausschließlich Standard-Din-Formate im Hochformat zum Einsatz. Querformate, Sonderformate oder aufwändige Produktionsvarianten (z.B. extravagante Falzungen, Stanzformen u.s.w.) sind i.d.R. nicht vorgesehen.

Flyer/Folder ist das Format DIN-lang vorrangig zu wählen. Für große Werbe- bzw. Informationsmittel wie Plakate sind die Formate A3, A2, A1 und A0 vorgesehen.

Die Titelseiten haben jeweils eine festgelegte Fläche für ein Haupt-Bildmotiv, das im Anschnitt eingespiegelt wird.

Für die Publikationen ist ein Gestaltungsraster festgelegt, das die Text-/Bildelemente in formatübergreifender Weise gliedert.

Das Gestaltungsraster für die Innenseiten ermöglicht ein lebendiges Layout. Bei Doppelseiten wird ein symmetrischer Satzspiegel verwendet.

Bildformate können im Anschnitt oder über den Bund laufend eingesetzt werden.

Bis auf Inhouse-Produktionen ist für alle Publikationen ein Vierfarb-Druck vorgesehen.

4.1. Positionierung des Logos

Größe und Position des Logos mit Claim sind zwingend festgeschrieben. Dieses wird bei allen Drucksachen oben rechts positioniert.

Der Abstand zum rechten bzw. linken Seitenrand beträgt dabei zwei Einheiten (a).

Der Abstand vom unteren Logorand bis zum oberen Seitenrand bzw. vom oberen Logorand bis zum unteren Seitenrand beträgt sechs Einheiten (a).



4.2. Flyer, Folder

Titelblatt

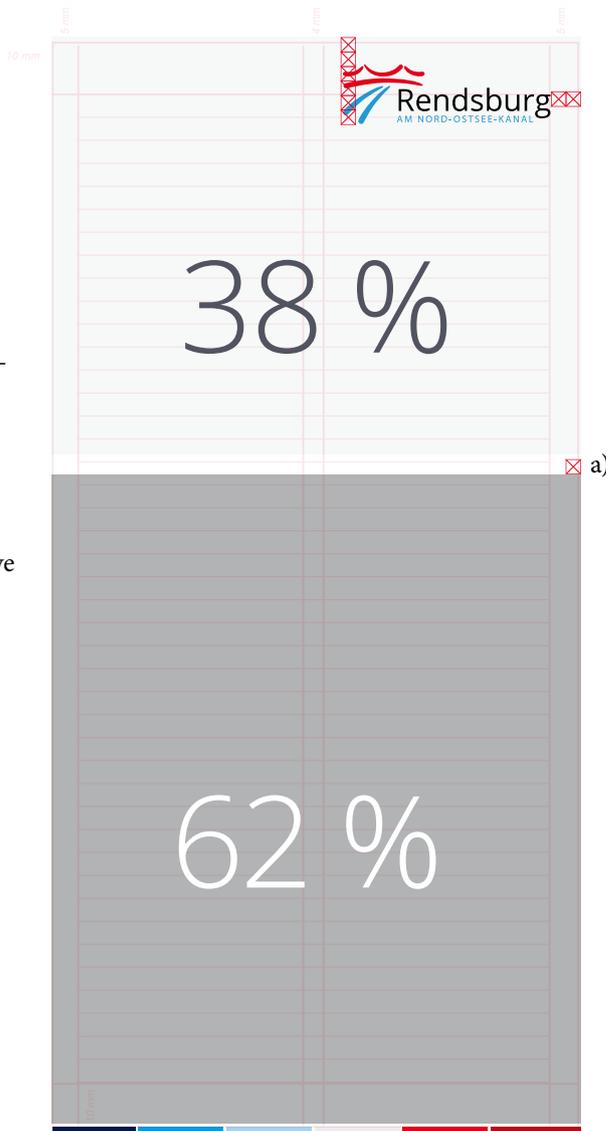
Ein markantes Gestaltungselement ist die Aufteilung der Titelseite in zwei Flächen.

Das Verhältnis beider Flächen verhält sich möglichst in etwa 38 % : 62 % (vgl. „**Goldener Schnitt**“).

Der obere Teil bleibt Titel und Stadtlogo vorbehalten. Diese Anordnung sichert die optimale Präsentation in Flyerständen. Wenn gewünscht, kann dieser Bereich mit einem hellblauen Verlauf hinterlegt werden – dann sind beide Bereiche mit einem Leerraum voneinander zu trennen (Breite a). Das Logo muss dann auf Weiß stehen.

Der größere, untere Bereich wird für Bildmotive verwendet, die im Anschnitt einzusetzen sind.

Als Abbinder dient ein Farbbalken, der die jeweilig entsprechende Farbwelt aufgreift.



4.3. Flyer, Folder

Grundraster, Schriftgrößen

Auf Basis des Manuals 2009 (vgl. 4.2.1) wurden Gestaltungs- und Grundlinienraster für die aktuellen Schriftarten modifiziert und angepasst.

Adressen	
Kindertagesstätte Butterberg Schleswiger Chaussee 63 24768 Rendsburg Telefon: 04331-779 15 Leitung: Nuri Hegner Öffnungszeiten: 07:00-17:00 Uhr Anzahl: 110 Kinder im Alter von 3-6 Jahren	Kindertagesstätte Stadtpark An der Untereider 17 24768 Rendsburg Telefon: 04331-574 65 Leitung: Andrea Drost Öffnungszeiten: 07:00-17:00 Uhr Anzahl: 105 Kinder im Alter von 1-6 Jahren
Kindertagesstätte Neuwerk Lilienstraße 39 24768 Rendsburg Telefon: 04331-574 19 Leitung: Claudia Stein-Hagen Öffnungszeiten: 05:45-18:00 Uhr Anzahl: 115 Kinder im Alter von 1-6 Jahren	Kindertagesstätte Villa Kunterbunt Ostlandstraße 42 a 24768 Rendsburg Telefon: 04331-445 53 Leitung: Petra Hoffmann Öffnungszeiten: 07:00-17:00 Uhr Anzahl: 105 Kinder im Alter von 1-6 Jahren
Vermittlung von Kita-Plätzen und Tagespflegepersonen Regina Bobsin An der Untereider 17 24768 Rendsburg Telefon: 04331-945 87 67 E-Mail: regina.bobsin@rendsburg.de URL: www.rendsburg.de → Familie & Bildung	
	
www.rendsburg.de	

Rasteraufriss

DIN lang Flyer
100 x 210 mm

Ränder und Spalten
links 5 mm bzw. 2 x (a
oben 10 mm bzw. 4 x (a
rechts 5 mm bzw. 2 x (a
unten 10 mm bzw. 4 x (a

2-spaltig
Stegbreite 4 mm
Grundlinienraster
12,5 pt (4,45 mm)

4.4. Broschüren DIN A „Stadt“

Titelblatt Stadt

Druckerzeugnisse der Verwaltung



Ein markantes Gestaltungselement ist die Aufteilung der Titelseite in zwei Flächen. Das Verhältnis beider Flächen verhält sich möglichst in etwa 38 % : 62 % (vgl. „[Goldener Schnitt](#)“).

Der obere Teil bleibt Titel und Stadtlogo vorbehalten. Diese Anordnung sichert die optimale Präsentation in Flyerständern. Wenn gewünscht, kann dieser Bereich mit einem hellblauen Verlauf hinterlegt werden – dann sind beide Bereiche mit einem Leerraum voneinander zu trennen (Breite a). Das Logo muss dann auf Weiß stehen.

Der größere, untere Bereich wird für Bildmotive verwendet, die im Anschnitt einzusetzen sind.

Als Abbinder dient ein Farbbalken, der die jeweilig entsprechende Farbwelt aufgreift.

4.5. Broschüren DIN A „Tourismus“

Titelblatt Tourismus

Die Titelblattgestaltung für touristische Leistungen kann weitgehend frei vorgenommen werden. Verbindlich sind nur die Verwendung der korrekten Schriften und Farben sowie die Platzierung von Farbbalken und Logo.



Druckerzeugnisse für touristische Leistungsträger sind in der Gestaltung grundsätzlich etwas flexibler. Nicht nur der Einsatz von einer größeren Farbpalette (vgl. „3.3. Farbklima Tourismus“) sondern auch die Verwendung ansprechenden Bildmaterials (vgl. „3.5. Gestaltungselement Bilder“) sind erwünscht.

Der obere Teil bleibt Titel und Stadtlogo vorbehalten. Diese Anordnung sichert die optimale Präsentation in Flyerständen. Wenn gewünscht, kann dieser Bereich mit einem hellblauen Verlauf hinterlegt werden – dann sind beide Bereiche mit einem Leerraum voneinander zu trennen (Breite a). Das Logo muss dann auf Weiß stehen. Der Titel kann aber auch im Bildbereich platziert werden.

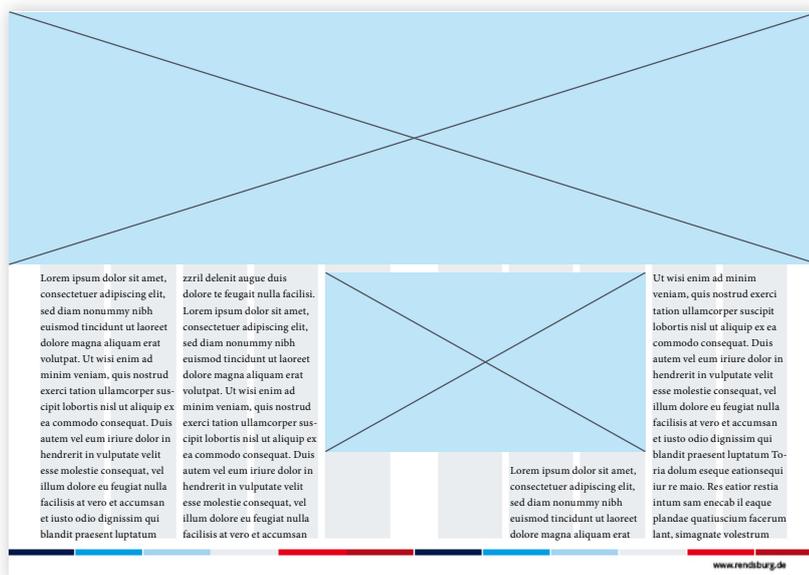
Bilder werden unten randabfallend eingespiegelt, ihre Höhe ist dabei frei wählbar, sollte jedoch so groß als möglich sein (vgl. dazu auch „3.5. Gestaltungselement Bilder“).

Der Farbbalken (vgl. „3.4. Gestaltungselement Farbbalken“) begrenzt das Bild nach oben hin und trennt es optisch vom Informationsbereich. Da er ein zentrales Element des Corporate Designs ist, kann auf seinen Einsatz nicht verzichtet werden. Die Platzierung hingegen ist frei wählbar – außer am oberen Rand sind alle Varianten möglich.

4.6. Gestaltungsraster DIN A innen

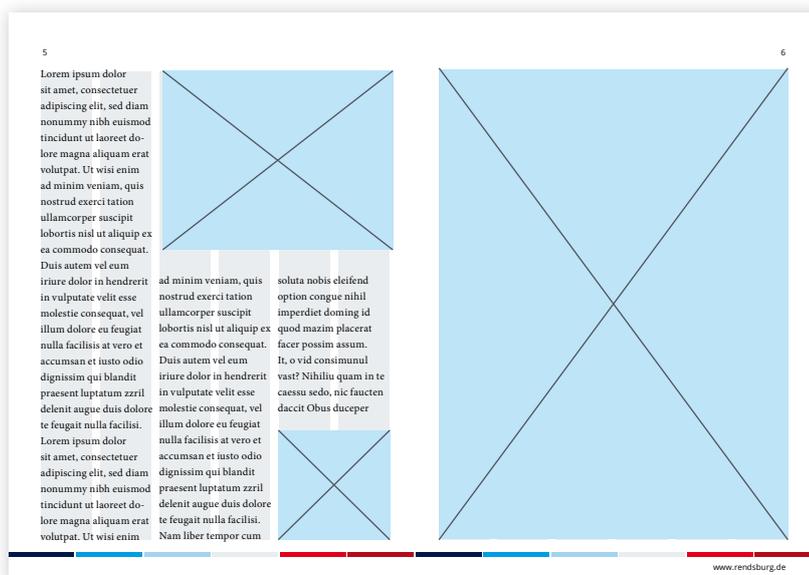
Das Layoutverhalten gilt für alle DIN-Formate gleichermaßen. Auch bei kleineren Formaten sollte eine Großzügigkeit im Layout angestrebt werden.

Schematische Beispiele für das Layoutverhalten



Das Gestaltungsraster ist sowohl für eine einsprachige als auch zweisprachige Ausführung einsetzbar.

Die Abgrenzung der Sprachversionen erfolgt durch unterschiedliche Typografie, wobei die Fremdsprache stets in kursiver Schrift steht.



4.7. Anzeigen

Personalanzeige, Ausschreibung



Die Stadt Rendsburg
sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt

zwei Hochbautechniker(innen)
für den Fachdienst Hochbau
des Fachbereiches Bau und Umwelt.

Nähere Informationen zu Ausschreibung finden Sie im Internet unter
www.rendsburg.de

The image shows a rectangular advertisement layout with red 'X' marks indicating crop points. The logo of Rendsburg is positioned in the top right corner. The text is left-aligned, with the job title in bold. The URL is centered at the bottom.

Anzeigen erhalten eine schwarze Rahmenkontur von 0,5 pt, die Stegbreite beträgt zwei Einheiten.

Das Logo steht im Kopfbereich verbindlich rechts, das Anschreiben links.

Grundsätzlich wird linksbündiger Flattersatz verwendet, mit Ausnahme von der Berufsbezeichnung sowie des Abbinders: diese werden zentriert gesetzt.

Dabei soll die URL, wenn möglich, alleine in der letzten Zeile stehen.



Die Stadt Rendsburg
sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt

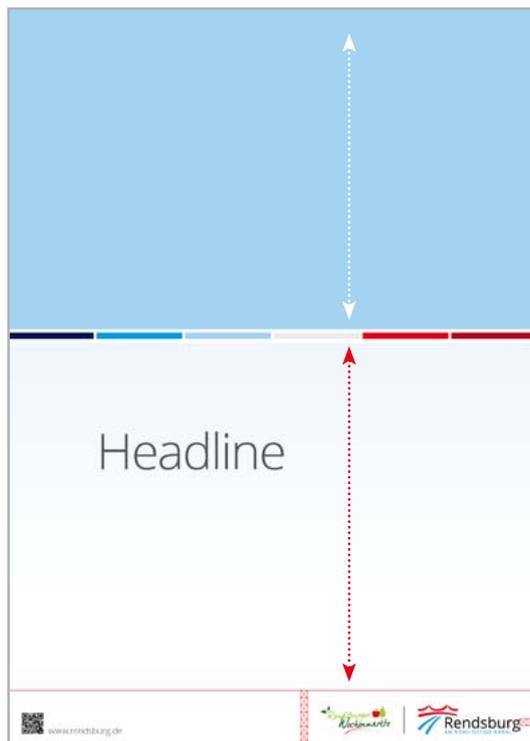
zwei Hochbautechniker(innen)
für den Fachdienst Hochbau
des Fachbereiches Bau und Umwelt.

Nähere Informationen zu Ausschreibung finden Sie im Internet unter
www.rendsburg.de

The image shows the same advertisement layout as above, but without the red crop marks. The logo is centered at the top right.

4.8. Plakate

Die Plakatgestaltung kann weitgehend frei vogenommen werden. Verbindlich sind nur die Verwendung der korrekten Schriften und Farben sowie die Platzierung von Farbbalken und Logo. Stegbreite sind zwei Einheiten (a).



Bilder werden oben randabfallend platziert, ihre Höhe ist dabei frei wählbar, sollte jedoch so groß als möglich sein (vgl. dazu auch „3.5. Gestaltungselement Bilder“).

Auch die Positionierung der Botschaft ist frei wählbar. Platzierungen sowohl auf dem Motiv als auch darunter sind möglich und richten sich nach Bildmotiv und der Textmenge.

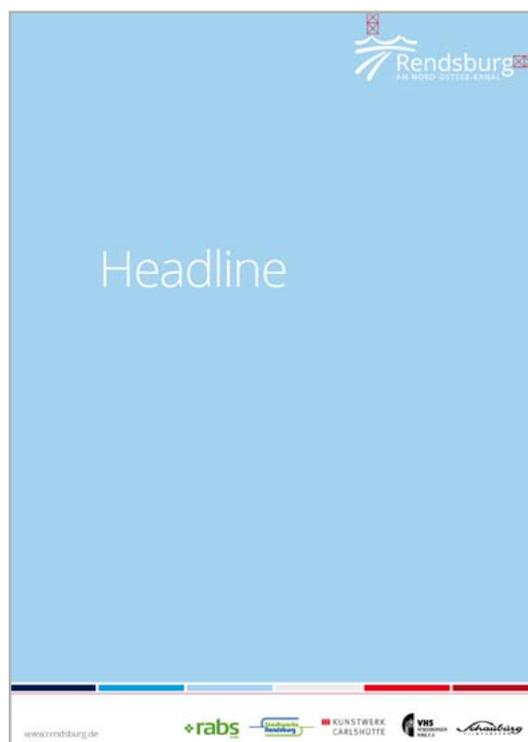
Ist eine Platzierung im Motiv nicht möglich, wird sie im Informationsbereich unterhalb des Bildes eingebunden. Die Bildhöhe muss ggf. daraufhin angepasst werden – anzustreben ist eine Verteilung nach dem Goldenen Schnitt.

Generell ist anzumerken, dass allgemein bei Plakaten Datum und Ort möglichst groß anzubringen sind.

Der Farbbalken (vgl. „3.4. Gestaltungselement Farbbalken“) begrenzt das Bild nach unten hin und trennt es optisch vom Informationsbereich. Da er ein zentrales Element des Corporate Designs ist, kann auf seinen Einsatz nicht verzichtet werden. Die Platzierung hingegen ist frei wählbar – außer am oberen Rand sind alle Varianten möglich.

Der (untere) Informationsbereich hat mindestens eine Höhe von acht Einheiten (a. Hier können Logo, URL und eventuelle Partnerlogos eingesetzt werden (Grafik 1); ggf. ist auch ein QR-Code empfehlenswert.

In einigen Fällen kann aber auch eine Logo-Platzierung oben rechts sinnvoll sein. Dies liegt im Ermessen der Gestaltung. (Vgl. dazu auch Absatz „1.1. Logo mit Claim“ ff.)



Anwendungsbeispiele

5.1. Anwendungsbeispiel Flyer



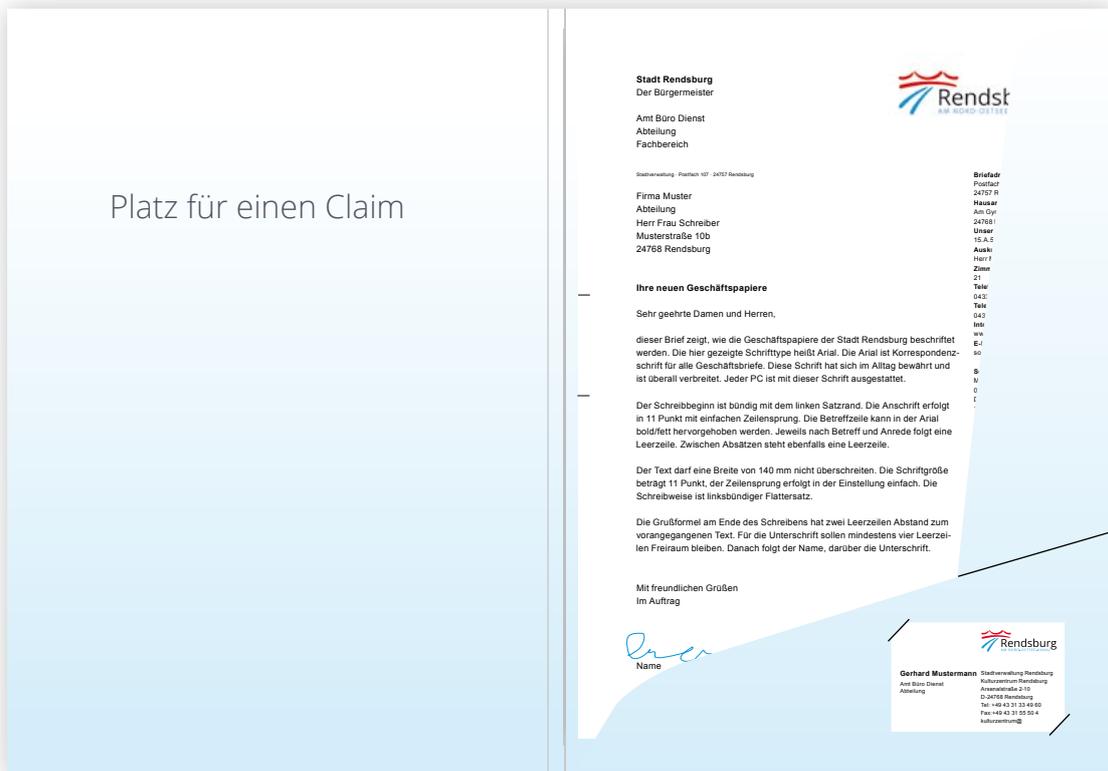
5.2. Umschlagmappe



Stadt Rendsburg
Der Bürgermeister
Am Gymnasium 4
D-24768 Rendsburg
Tel. +49 (0) 43 31/206-0
Fax +49 (0) 43 31/14 99 83
info@rendsburg.de
www.rendsburg.de



Platz für einen Claim



Platz für einen Claim

Stadt Rendsburg
Der Bürgermeister
Amt Büro Dienst
Abteilung
Fachbereich



Stadterhebung Postfach 107 24767 Rendsburg
Firma Muster
Abteilung
Herr Frau Schreiber
Musterstraße 10b
24768 Rendsburg

Briefcode
Postfach
24767 01
Hausnr
Johi Gyt
24768 01
Unser
15-4-5
AusNr
Hort 1
Zimm
21
Tele
0432
Tele
043
Int
NW
E-
90
9
M
0
E

Ihre neuen Geschäftspapiere

Sehr geehrte Damen und Herren,

dieser Brief zeigt, wie die Geschäftspapiere der Stadt Rendsburg beschriftet werden. Die hier gezeigte Schrifttype heißt Arial. Die Arial ist Korrespondenzschrift für alle Geschäftsbriefe. Diese Schrift hat sich im Alltag bewährt und ist überall verbreitet. Jeder PC ist mit dieser Schrift ausgestattet.

Der Schreibbeginn ist bündig mit dem linken Satzrand. Die Anschrift erfolgt in 11 Punkt mit einfachen Zeilensprung. Die Betreffzeile kann in der Arial bold/fett hervorgehoben werden. Jeweils nach Betreff und Anrede folgt eine Leerzeile. Zwischen Absätzen steht ebenfalls eine Leerzeile.

Der Text darf eine Breite von 140 mm nicht überschreiten. Die Schriftgröße beträgt 11 Punkt, der Zeilensprung erfolgt in der Einstellung einfach. Die Schreibweise ist linksbündiger Flattersatz.

Die Grußformel am Ende des Schreibens hat zwei Leerzeilen Abstand zum vorangegangenen Text. Für die Unterschrift sollen mindestens vier Leerzeilen Freiraum bleiben. Danach folgt der Name, darüber die Unterschrift.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrag

Gerhard Mustermann
Name

Gerhard Mustermann
Amt Büro Dienst
Abteilung
Stadterhebung Rendsburg
Kulturzentrum Rendsburg
Annenstraße 2/10
D-24768 Rendsburg
Tel. +49 43 31 14 99 80
Fax +49 43 31 55 95 4
kulturzentrum@rendsburg.de

5.3. Screendesign

Verwaltung Die NetzWerkstatt Windows Internet Explorer
 http://entwicklung.de-netzwerkstatt.de/

DE | EN | DK

VERWALTUNG/POLITIK TOURISMUS WIRTSCHAFT LEBENSQUALITÄT STADT AM WASSER

Rendsburg
 Stadt mit Flair

Rendsburg erleben

Highlights Ausflugsziele Historisches Neue Heimat

Aktuell in Rendsburg

VERWALTUNG/POLITIK TOURISMUS WIRTSCHAFT LEBENSQUALITÄT STADT AM WASSER

Fachdienst Bauaufsicht am 03.04.2014 geschlossen
 Stellenausschreibung für ein freiwilliges soziales Jahr
 Stellenausschreibung für die Stelle einer Fachwirtin/eines Fachwirtes im Reinigungs- (...)

Bürgermeister Pierre Gilgenast lädt zur Busrundfahrt ein
 Stellenausschreibung für eine Sachbearbeiterin/ einen Sachbearbeiter
 Mitteilungsblatt der Stadt Rendsburg vom 19. März 2014

Mitteilungsblatt der Stadt Rendsburg vom 12. März 2014
 Mitteilungsblatt der Stadt Rendsburg vom 5. März 2014
 ALLE MELDUNGEN LESEN

Betten frei?

Unterkunft: Fewo/Appartement
 Anreise:
 Abreise:
 Erwachsene: Kinder:
 UNTERKUNFT SUCHEN

Veranstaltungen

Mai 2014						
Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	Su
25	26	27	28	29	30	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4	5

Rendsburger Herbst
 Lorem Ipsum
 Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation
 Lorem Ipsum
 Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation
 Lorem Ipsum
 Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

Grüßwort des Bürgermeisters

Herzlich willkommen auf den Für Fragen, Anregungen, kon- OFT GEKLIKT TIPPS