



Hansestadt Wesel
am Rhein

Gestaltungsrichtlinien

Stadt Wesel

Ein Leitfaden zum Corporate Design
Stand: Oktober 2018

Vorwort der Bürgermeisterin

Corporate Design

Im Herbst 2017 begannen im Rahmen eines studentischen Wettbewerbs Studierende der Hochschule Rhein-Waal Entwürfe für ein neues städtisches Erscheinungsbild zu erstellen. Auf vielfältige Art und Weise näherten sich die Studierenden dieser Aufgabe. Die Herausforderung bestand darin, ein neues Corporate Design zu schaffen, das zeitlos ist und vor allem dem Charakter der Stadt Wesel gerecht wird.

Der Sieger des Wettbewerbs, Antonios Jansen-Gessas, ließ sich vom Wasser in Wesel inspirieren. Wesel hat mit 13,3 Prozent den größten Anteil an Wasserflächen in einer Kommune in Nordrhein-Westfalen (Landesschnitt NRW - 1,9 Prozent).

Ob Wirtschaftsstandort oder Naherholungsgebiet - der Rhein ist eine wichtige Lebensader für die Menschen in der Stadt. Das bestätigten auch die befragten Bürgerinnen und Bürger, die 2016 im Rahmen des 775-jährigen Jubiläums der Stadt Wesel an dem sogenannten Markenprozess teilgenommen haben. Dabei wurden sie gefragt, was sie mit Wesel verbinden. Die meisten von ihnen assoziieren mit Wesel den Rhein und den Auesee - das lebenswichtige Element Wasser.

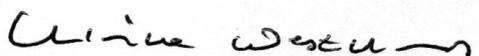
Mit dem Kooperationsprojekt mit der Hochschule Rhein-Waal ging die Stadt Wesel neue Wege. Junge talentierte Menschen erhielten neben den nötigen praktischen Erfahrungen eine angemessene Wertschätzung ihrer Arbeit und Fähigkeiten. Zudem dient das neue Corporate Design als Grundbaustein für weitere Projekte, wie z.B. dem Relaunch der städtischen Internetseite. Mit einem neuen Look auf modernen Kommunikationskanälen wird ein bürgernahes Erscheinungsbild vermittelt.

Das Handbuch dient als Leitfaden des Corporate Design der Stadt Wesel. Ziel ist ein einheitlicher und zeitgemäßer Auftritt der Stadtverwaltung.

Im Vordergrund steht eine deutliche Kennzeichnung des Leistungsspektrums der Stadt Wesel. Die Produkte und Dienstleistungen des Rathauses werden durch das neue Erscheinungsbild leichter ersichtlicher. Zudem wird das Bild der Stadtverwaltung durch eine strukturierte Außendarstellung positiv geprägt.

Das Corporate Design schafft einen medienübergreifenden Wiedererkennungswert. Eine konsequente Umsetzung der Gestaltungsrichtlinien ist erforderlich, um einen einheitlichen Markenauftritt zu gewährleisten.

Wesel, im Oktober 2018



Ulrike Westkamp
Bürgermeisterin

Inhaltsverzeichnis

1 Basiselemente

- 1.1 Marke** *Seite 5*
 - 1.1.1 Idee der Bildmarke *Seite 5*
 - 1.1.2 Geometrischer Aufbau der Bildmarke *Seite 5*
 - 1.1.3 Stadtmarke *Seite 6*
 - 1.1.4 Vermaßung der Stadtmarke *Seite 6*
 - 1.1.5 Wortmarke/Nomenklatursystem *Seite 7*
 - 1.1.6 Schutzraum *Seite 8*
 - 1.1.7 Anwendung Positivbeispiele *Seite 9*
 - 1.1.8 Anwendung Negativbeispiele *Seite 10*
- 1.2 Schrift** *Seite 11*
 - 1.2.1 Hausschrift *Seite 11*
 - 1.2.2 Alternative Systemschrift *Seite 11*
- 1.3 Farbsystem** *Seite 12*
 - 1.3.1 Primärfarben *Seite 12*
 - 1.3.2 Sekundärfarben *Seite 12*
- 1.4 Muster** *Seite 13*
 - 1.4.1 Zusammensetzung *Seite 13*
 - 1.4.2 Anwendung *Seite 14*

2 Geschäftsausstattung

- 2.1 Geschäftsdokumente** *Seite 16*
 - 2.1.1 Raster, Text- und Überschriften Ebenen *Seite 16*
- 2.2 Briefbogen** *Seite 17*
 - 2.2.1 Vermaßung *Seite 17*
 - 2.2.2 Folgeseite *Seite 18*
- 2.3 Visitenkarte** *Seite 19*
 - 2.3.1 Vorder- und Rückseite *Seite 19*
 - 2.3.2 Vermaßung *Seite 20*
- 2.4 Briefumschläge** *Seite 21*
 - 2.4.1 Überblick *Seite 21*
 - 2.4.2 Vermaßung *Seite 22*
- 2.5 Powerpoint** *Seite 23*

3 Print

- 3.1 Flyer DIN lang** *Seite 25*
 - 3.1.1 Titelseite Hochformat Systematik *Seite 25*
 - 3.1.2 Titelseite Hochformat Vermaßung *Seite 26*
 - 3.1.3 Innenseite Hochformat *Seite 27*
 - 3.1.4 Titelseite Querformat *Seite 28*
 - 3.1.5 Einladungskarte *Seite 28*
- 3.2 DIN A4 Broschüre** *Seite 29*
 - 3.2.1 Titelseite *Seite 29*
 - 3.2.2 Titelseite Vermaßung *Seite 30*
 - 3.2.3 Innenseiten *Seite 31*
- 3.3 Plakat** *Seite 32*
 - 3.3.1 Anwendung *Seite 32*
- 3.4 Gestaltung ohne Bild** *Seite 33*
 - 3.4.1 Flyer, Broschüren und Poster *Seite 33*

4 Anwendungsbeispiele

- 4.1 Digital** *Seite 35*
 - 4.1.1 Website Startseite *Seite 35*
 - 4.1.2 Website Menü *Seite 36*
 - 4.1.3 App Icon *Seite 37*
- 4.2 Fortbewegungsmittel** *Seite 37*
 - 4.2.1 Auto *Seite 37*
 - 4.2.2 Fahrrad *Seite 38*
- 4.3 Fahnen** *Seite 39*
- 4.4 Merchandise** *Seite 40*
 - 4.4.1 Bleistifte *Seite 40*
 - 4.4.2 Kaffeetasse *Seite 40*
 - 4.4.3 Schlsselband *Seite 40*
 - 4.4.4 Polohemden *Seite 41*
 - 4.4.5 Kappe *Seite 41*

5 Ausnahmen und Fragen

- 5.1 Ausnahmen** *Seite 43*
- 5.2 Fragen** *Seite 43*

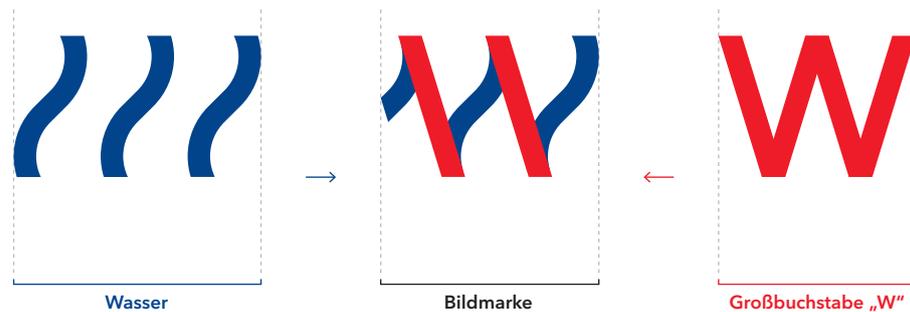
Impressum *Seite 43*

1 Basiselemente

1.1 Marke

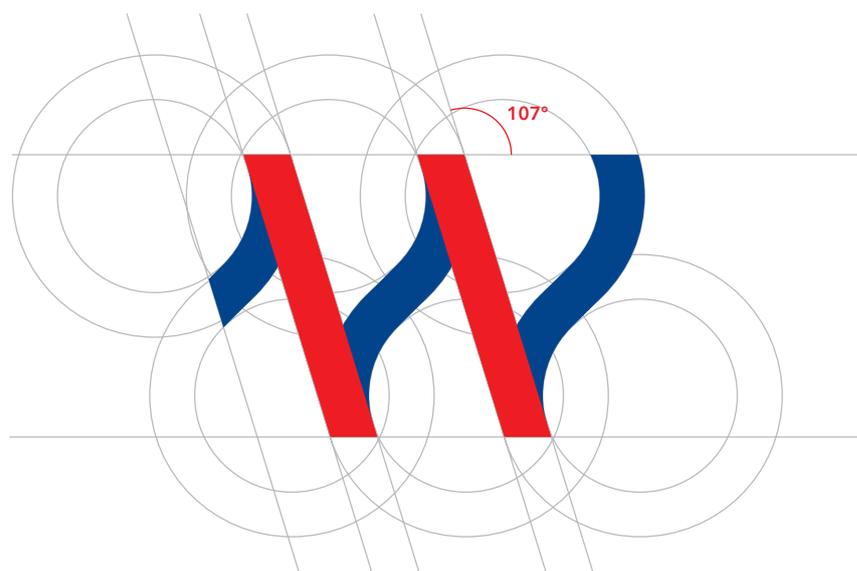
1.1.1 Idee der Bildmarke

Zum Jahresbeginn 2016 war Wesel unter allen Kommunen des Landes Nordrhein-Westfalen diejenige mit dem größten Anteil an Wasserfläche. Größere Wasserflächen neben dem Rhein sowie den Flüssen Lippe und der Issel sind mehrere Baggerseen, darunter beispielsweise der Auesee. Die Bildmarke greift diesen Gedanken auf und verbindet Wasser, Schwung und Dynamik mit dem Großbuchstaben „W“.



1.1.2 Geometrischer Aufbau der Bildmarke

Das Raster der Bildmarke setzt sich aus Kreisen und Diagonalen zusammen. Die Bildmarke selbst besteht aus zwei diagonalen Balken im 107° Winkel und drei geschwungenen Balken.



1.1.3 Stadtmarke

Die Stadtmarke besteht aus der Bildmarke „W“ und der Wortmarke, welche sich aus „Hansestadt Wesel“ und „am Rhein“ zusammensetzt. Die Wortmarke „Hansestadt Wesel“ ist in der Hausschrift Avenir Next gesetzt. Sie darf nicht nachgesetzt werden, da die Abstände der Buchstaben gegenüber der normalen Laufweite verändert wurden.



1.1.4 Vermaßung der Stadtmarke

Das Verhältnis zwischen Bildmarke und Wortmarke ist detailliert geregelt. Andere Zusammenstellungen sind nicht zulässig. Der Abstand zwischen Bild- und Wortmarke sowie der Zeilendurchschuss betragen jeweils die Linienstärke a . Die Höhe der Bildmarke ist identisch mit der Höhe beider Zeilen (x).



1.1.5 Wortmarke/Nomenklatursystem

Die Wortmarke, welche sich aus „Hansestadt Wesel“ und „am Rhein“ zusammensetzt, erlaubt weitere Konstellationen. Zum Beispiel darf die Wortmarke „am Rhein“ in spezifischen Fällen durch den Namen der kommunizierenden Tochtergesellschaft, des Fachbereichs oder der Stabsstelle ausgetauscht werden.

Beispielsweise:



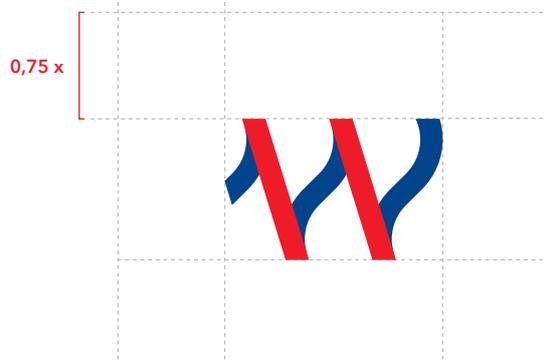
Erstellung weiterer Konstellationen

Bei der Erstellung weiterer Konstellationen ist zu beachten, dass die erste und zweite Zeile der Wortmarke bündig zur y-Achse gesetzt werden. Des Weiteren müssen die definierten Abstände eingehalten werden. Außerdem darf die Wortmarke „Hansestadt Wesel“ nicht nachgesetzt werden.



1.1.6 Schutzraum

Der Schutzraum regelt den Abstand der Stadtmarke/Bildmarke zu weiteren grafischen Elementen. Dieser bezieht sich auf die Höhe der Bildmarke x.



Längere Zeile

In dem Fall, dass die Wortmarke „am Rhein“ durch die Bezeichnung eines Fachbereiches, einer Stabsstelle oder dem Namen einer Tochtergesellschaft ausgetauscht wurde, orientiert sich der Schutzraum an der längeren Zeile.

1.1.7 Anwendung Positivbeispiele

Die Stadtmarke wird nach Möglichkeit in Farbe verwendet. Nur in den aufgeführten Ausnahmefällen wird auf eine monochrome Variante zurückgegriffen. Ausnahmefälle sind zum Beispiel: zu geringer Kontrast zwischen Marke und Hintergrund, die Lesbarkeit der Marke ist nicht gegeben oder die Marke steht auf einem Bild.

Weißer Hintergrund

Auf weißen Hintergründen wird die farbige Marke verwendet. Die schwarze Marke wird ausschließlich in monochromen Anwendungen auf weißem Hintergrund abgebildet.



Farbiger Hintergrund

Auf Farbflächen wird in der Regel die farbige Marke genutzt, sofern der Kontrast zwischen Marke und Hintergrundfarbe ausreichend ist. Ist der Kontrast zwischen der Marke und der Hintergrundfarbe ungenügend, so wird auf die weiße Marke zurückgegriffen.



Hintergrundbild

Steht die Marke auf einem Bild, wird eine monochrome Variante verwendet. Es wird in Abhängigkeit zu dem Bild entschieden, ob eine weiße oder schwarze Marke zum Einsatz kommt. Grundsätzlich fällt die Wahl auf die Variante, die einen höheren Kontrast zum Hintergrundbild aufweist.



1.1.8 Anwendung Negativbeispiele

Anhand folgender Beispiele wird aufgezeigt, wie die Stadtmarke **nicht anzuwenden** ist.

Keine Verzerrungen

Verzerrungen der Marke in jeglicher Form sind nicht zulässig.



Keine Farbveränderungen

Weitere Farbveränderungen der Marke sind ebenfalls nicht zulässig.



Keine Outline

Die Darstellung der Marke durch eine Outline ist nicht zulässig.



Geringer Kontrast

Der Kontrast zwischen dem Blau der Bildmarke und dem Blau im Hintergrund ist zu gering. Zudem ist das Einfärben der Wortmarke in Weiß bei einer farbigen Bildmarke nicht vorgesehen.



Lesbarkeit

Durch einen geringen Kontrast zwischen der Marke und dem Hintergrundbild, ist die Marke nur schwer zu erkennen.



1.2 Schrift

1.2.1 Hausschrift

Als Hausschrift dient die von Adrian Frutiger in Zusammenarbeit mit Akira Kobayashi entwickelte Avenir Next (veröffentlicht in 2004 von Lynotype). Die Avenir Next ist eine geometrische serifenlose Schrift, die mit der geometrischen Bildmarke harmoniert. Durch ihre Vielzahl an Schriftschnitten ist sie für ein breites Anwendungsspektrum geeignet.

Avenir Next Light
Überschriften/Wortmarke „am Rhein“

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Avenir Next Regular
Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Avenir Next Medium
Überschriften/Wortmarke „Hansestadt Wesel“

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Avenir Next Demi
Überschriften

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

1.2.2 Alternative Systemschrift

In Office-Anwendungen dient die Systemschrift Arial als Alternative zur Avenir Next.

Arial Regular
Fließtext/Überschriften/Marginalien

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Arial Bold
Überschriften/Auszeichnungen

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

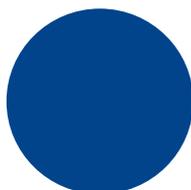
Arial Italic
Hinweise/Auszeichnungen

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

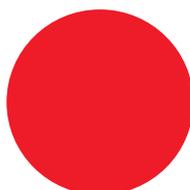
1.3 Farbsystem

1.3.1 Primärfarben

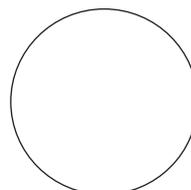
Die Primärfarben des Erscheinungsbildes der Stadt Wesel sind blau, rot, schwarz und weiß. Um auf allen Anwendungen eine einheitliche Wiedergabe der Farben zu gewährleisten, wurden spezifische Farbwerte für die verschiedenen Anwendungen definiert. Für den Druck sind die Farbräume CMYK und Pantone definiert. Für digitale Medien ist der Farbraum RGB definiert. Außerdem sind prozentuale Abstufungen der Farbwerte folgender Farben nicht vorgesehen.



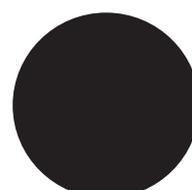
CMYK C100 M75 Y0 K20
RGB R0 G50 B135
Pantone Pantone 287 C



CMYK C0 M100 Y95 K0
RGB R210 G40 B45
Pantone PANTONE 1795 C



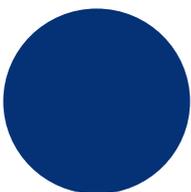
CMYK C0 M0 Y0 K0
RGB R255 G255 B255



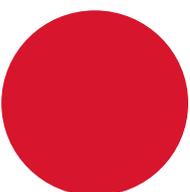
CMYK C0 M0 Y0 K100
RGB R0 G0 B0

1.3.2 Sekundärfarben

Die Sekundärfarben dienen den Primärfarben zur Unterstützung. Sie sind keinesfalls in der Stadtmarke zu verwenden.



CMYK C100 M80 Y0 K35
RGB R0 G45 B115
Pantone Pantone 288 C



CMYK C0 M100 Y85 K10
RGB R200 G50 B60
Pantone PANTONE 1797 C

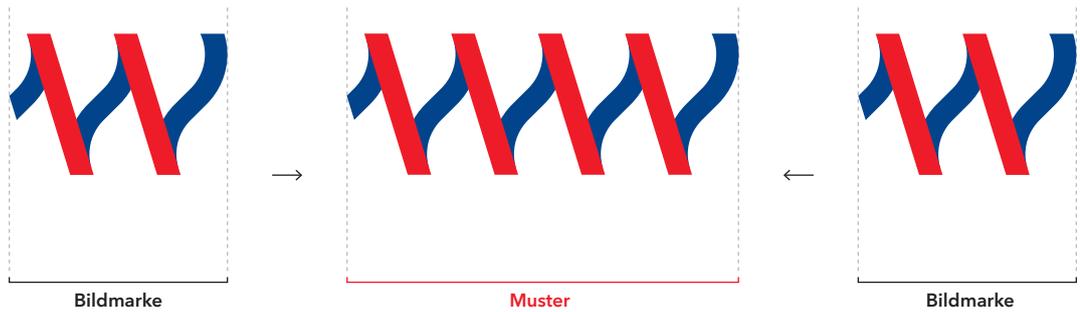


CMYK C0 M0 Y0 K10
RGB R230 G230 B230

1.4 Muster

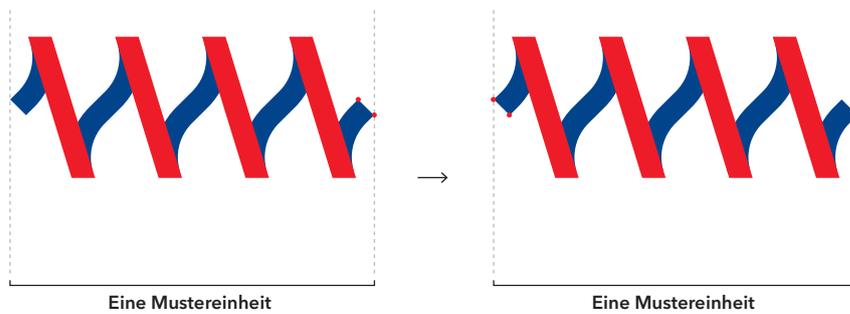
1.4.1 Zusammensetzung

Das Muster bildet sich aus der Multiplikation der Bildmarke. Es bietet die Möglichkeit auf charmante Weise einen Wiedererkennungswert zu schaffen. Der Stadt Wesel liegt eine Datei mit dem Muster vor.

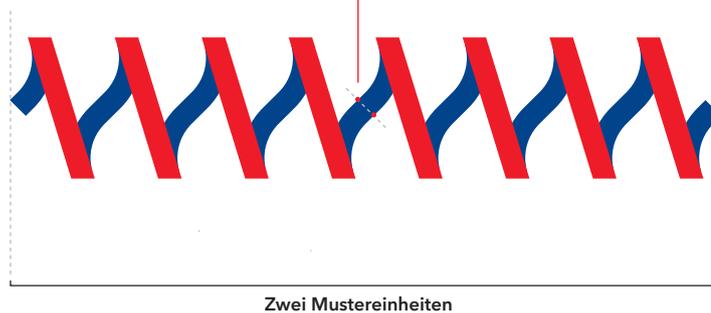


Erweiterung

Um das Muster zu erweitern, werden die Mustereinheiten zusammengesoben. Dieser Vorgang kann beliebig oft wiederholt werden.



Zu beachten ist, dass die Ankerpunkte nach dem Zusammenschieben exakt übereinanderliegen.



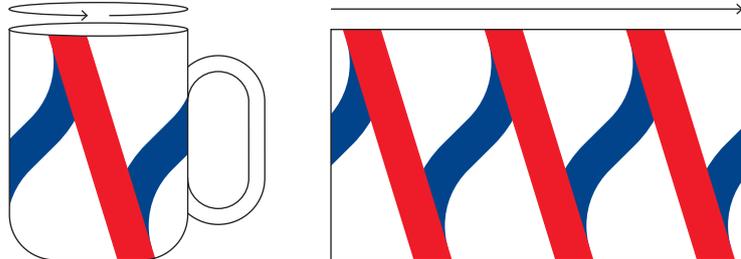
1.4.2 Anwendung

Das Muster hat eine hohe Signalwirkung. Daher eignet es sich besonders für folgende Anwendungsbereiche: Merchandise, öffentlicher Raum und Print. Das Muster wird in der Regel formatfüllend angewandt.

Ausrichtung

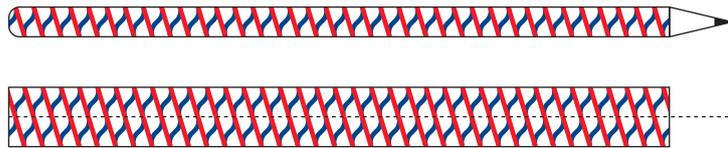
Das Muster richtet sich grundsätzlich nach der längsten Seite des Formats, wie in diesem Beispiel, der Breite nach. Dazu wird das Muster auf der Fläche des Formats zentriert.

In den meisten Fällen wird das Muster als Hoch- oder Querformat angewandt. Hierbei spielt es keine Rolle, ob das Muster um 90° im Uhrzeigersinn oder gegen den Uhrzeigersinn gedreht wird, denn das Ergebnis ist identisch.



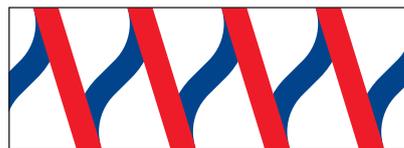
Erweiterung

Auf bestimmten Medien ist eine Erweiterung des Musters sinnvoll, wie beispielsweise auf einem Bleistift. Demzufolge zeigt die Rückseite und die Vorderseite des Bleistifts jeweils das vollständige Muster.



Farbe

Das rot-blaue Muster ist in den Farben der Bildmarke auf weißem Hintergrund anzuwenden. Neben der rot-blauen Variante gibt es sechs weitere Farbkombinationen.



C0 M0 Y0 K10



C100 M75 Y0 K20

C100 M80 Y0 K35



C0 M100 Y95 K0

C0 M100 Y85 K10



2 Geschäftsausstattung

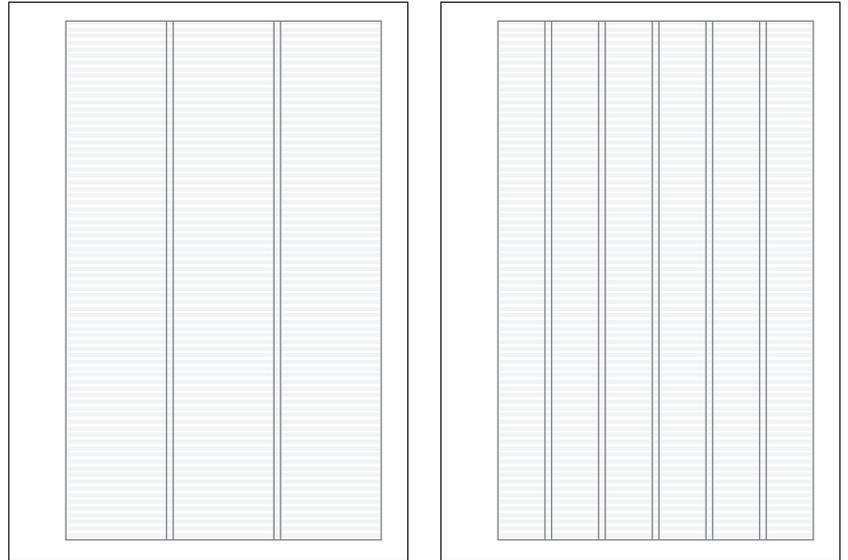
2.1 Geschäftsdokumente

2.1.1 Raster, Text- und Überschriftenebenen

Für Geschäftsdokumente wird sowohl ein einheitliches Raster verwendet als auch definierte Text- und Überschriftgrößen. Sie ermöglichen einen konsistenten Geschäftsauftritt.

Raster

Das Raster besteht aus 3 (bei Bedarf 6) Spalten. Das 5 pt Grundlinienraster (grau) bietet die Möglichkeit mehrere Schriftgrößen miteinander zu kombinieren. Eine genaue Vermaßung des Rasters finden Sie auf Seite 17 unter dem Punkt „Briefbogen Vermaßung“.



Überschriftgröße 1

Arial Bold 20 pt, Zab 25 pt
Arial Regular 20 pt, Zab 25 pt

Headline 1
Subheadline 1

Überschriftgröße 2

Arial Bold 16 pt, Zab 20 pt
Arial Regular 16 pt, Zab 20 pt

Headline 2
Subheadline 2

Überschriftgröße 3

Arial Bold 12 pt, Zab 15 pt
Arial Regular 12 pt, Zab 15 pt

Headline 3
Subheadline 3

Fließtext

Arial Regular 12 pt, Zab 15 pt
Der Fließtext läuft über 3 Spalten (bzw. 6 Spalten).

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed ut labore et dolore magna aliqua. Integer malesuada nunc maecenas accumsan lacus. Ipsum dolor sit amet consectetur in eu mi bibendum neque egestas congue. Rovit faccoremquat alita peliquam, vit, sim solupita se aligendi nonsodi andit, ellis sandandae nonsed quidemp orestio nsedipi

Marginalien

Arial Regular 7,5 pt, Zab 10 pt
Hervorhebungen: Arial Bold 7,5 pt
Zab 10 pt

Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Hinweise/Auszeichnungen

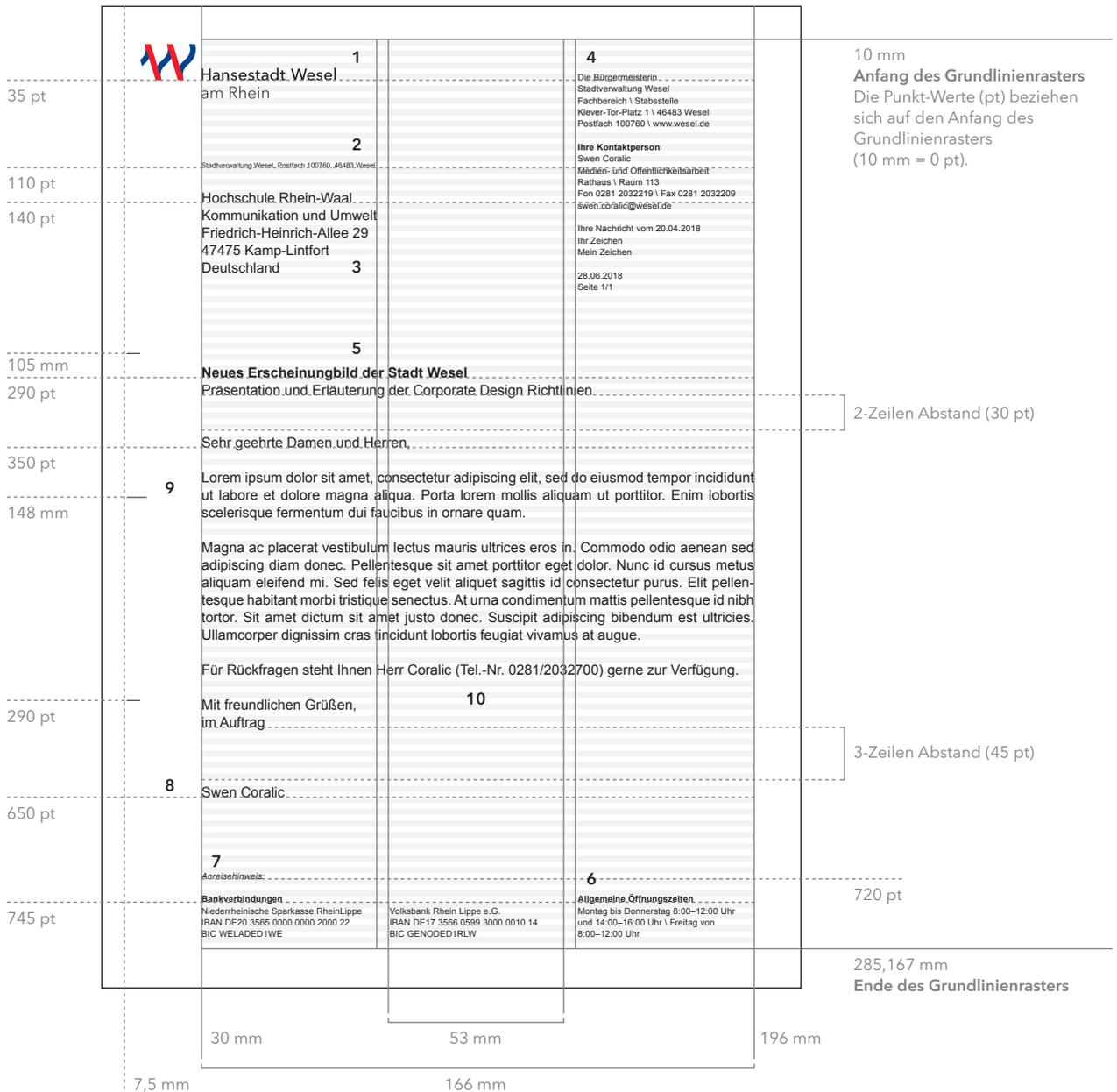
Arial Italic 7,5 pt, Zab 10 pt

Hinweise und Auszeichnungen: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

2.2 Briefbogen

2.2.1 Vermaßung

Der Briefbogen hat das Format DIN A4: 210 mm Breite x 297 mm Höhe. Das Layout des Briefbogens berücksichtigt spezifische Druckrnder und ist somit für den internen Laserdruck geeignet.



- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> 1 Logodatei: 14%, Avenir Next Medium/Light 14 pt 2 Absenderzeile: Arial Regular 6 pt 3 Empfänger: Arial Regular 12 pt, Zab 15 pt 4 Kontakt, Datum und Seitenzahl: Arial Regular 7,5 pt, Zab 10 pt Hervorhebungen: Arial Bold 7,5 pt, Zab 10 pt Trennung: Leerzeile vor und nach einem umgekehrten Schrägstrich 5 Überschrift: Arial Bold 12 pt, Zab 15 pt Unterzeile: Arial Regular 12 pt, Zab 15 pt 6 Bankverbindung und Allgemeine Öffnungszeiten: Arial Regular 7,5 pt, Zab 10 pt, Hervorhebungen: Arial Bold 7,5 pt | <ul style="list-style-type: none"> 7 Anreisehinweis: 1 Zeile, Arial Kursiv 7,5 pt 8 Ende des Textasters: 650 pt 9 Falz- und Lochmarke: Strichstärke 0,5 pt, Länge Falzmarke 4 mm, Länge Lochmarke 6 mm 10 Fließtext: Blocksatz, Arial Regular 12 pt, Zab 15 pt Satzspiegel: Breite 166 mm, 3 Kolumnen mit 3,5 mm Bundsteg Grundlinienraster: 5 pt |
|--|---|

2.2.2 Folgeseite

Auf Folgeseiten rutscht die Seitenzahl im Kontaktblock auf die erste Zeile. Wie auch auf der vorherigen Seite beziehen sich die Punkt-Werte auf den Anfang des Grundlinienrasters.

<p>35 pt</p>	 <p>Hansestadt Wesel am Rhein</p>	<p>Die B Stadt Fachs Körve Postf -</p> <p>Seite 22</p>
<p>80 pt</p>	<p>Stadtwahlung Wesel, Postfach 100760, 46483 Wesel</p> <p>Hochschule Rhein-Waal Kommunikation und Umwelt Friedrich-Heinrich-Allee 29 47475 Kamp-Lintfort Deutschland</p> <p>—</p> <p>Neues Erscheinungsbild der Stadt Wesel Präsentation und Erläuterung der Corporate Design Richtlinien</p> <p>Sehr geehrte Damen und Herren,</p> <p>—</p> <p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do unt ut labore et dolore magna aliqua. Integer malesuada nunc v maecenas accumsan lacus. Ipsum dolor sit amet consectetur turpis in eu mi bibendum neque egestas congue. Semper viverra sit. Eget velit aliquet sagittis id consectetur purus ut. Non sodales sit amet nisl. Sit amet justo donec enim diam vulputate. Nunc vitae congue eu consequat. Augue lacus viverra vitae congue e sed libero enim sed faucibus turpis. Et pharetra pharetra massa in metus vulputate eu scelerisque felis.</p> <p>—</p> <p>Nunc aliquet bibendum enim facilisis gravida neque convallis. N titor rhoncus dolor. In iaculis nunc sed augue lacus viverra vitae nullam non nisi est sit amet. Amet nisl suscipit adipiscing bibere quis auctor. Ut diam quam nulla porttitor. Velit ut tortor pretium vi ut faucibus pulvinar elementum. Aliquam purus sit amet luctus v at elementum eu facilisis sed odio morbi. Velit scelerisque in d erat nam at. Sed egestas egestas fringilla phasellus faucibus sc pretium. Odio euismod lacinia at quis risus sed vulputate. Com vehicula ipsum. Dignissim cras tincidunt lobortis feugiat vivamus</p>	<p>Turpis, tincidunt id aliquet risus feugiat in ante. Aliquet porttitor lacus luctus accumsan tortor posuere. Fermentum dui faucibus in ornare quam. Varius sit amet mattis vulputate enim nulla aliquet porttitor. Morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis tincidunt id aliquet risus feugiat in ante. Aliquet porttitor lacus luctus accumsan.</p> <p>Cras sed felis eget velit. Nec feugiat in fermentum posuere urna nec tincidunt. Egestas egestas fringilla phasellus faucibus scelerisque eleifend donec pretium. Neque volutpat ac tincidunt vitae semper. Venenatis cras sed felis eget velit aliquet sagittis id. Et malesu- ada fames ac turpis egestas maecenas. Cursus euismod quis viverra nibh cras pulvinar mattis nunc. Nunc sed blandit libero volutpat sed cras ornare arcu. Tortor at auctor urna nunc id. Orci a scelerisque purus semper eget duis at. Ac turpis egestas sed tempus urna et pharetra pharetra massa.</p> <p>Quis commodo odio aenean sed adipiscing diam. Vitae suscipit tellus mauris a diam maecenas sed enim. Feugiat nibh sed pulvinar proin gravida hendrerit. Odio eu feugiat preti- um nibh ipsum consequat nisl vel pretium. Tempor orci eu lobortis elementum nibh tellus molestie nunc non. Nisl suscipit adipiscing bibendum est ultricies integer quis auctor elit. Euismod quis viverra nibh cras pulvinar mattis nunc. Vel fringilla est ullamcorper eget nula facilisi etiam dignissim. At varius vel pharetra vel turpis nunc eget. Id diam maecenas ultricies mi eget mauris. Nunc sed blandit libero volutpat sed cras ornare arcu. Tortor at auctor urna nunc id. Orci a scelerisque purus semper eget duis at.</p> <p>Nisl vel pretium lectus quam id leo in vitae. Cras sed felis eget velit aliquet sagittis id con- sectetur. Tincidunt augue interdum velit euismod in pellentesque massa placerat duis. Nisi lacus sed viverra tellus in. Venenatis cras sed felis eget velit aliquet sagittis id. Et male- suada fames ac turpis egestas maecenas. Dictumst vestibulum rhoncus est pellentesque elit. Non curabitur gravida arcu ac tortor dignissim convallis. Pellentesque diam volutpat commodo sed egestas egestas fringilla.</p> <p>Ceremoni orentur sendi core vent eateperum sundist aspelestint eliti toreptatem quo blantin cillore moditosame volupta tisseque pellaborumet rem que sed molorio. Od que nonet aliae nullacc ulligni sintem es ad qui blandi cum adipsumt il modis explautem volup- taquatium iunt liqui quissim quis rem ipsus, te pra quia que lanimilique omno odissenimi, tempe lame sit esti oditiae sint expeditecae nem il id minuscid maximust animint maximus, sum, ut reptium eossunt magnihillit aspedi cumquat urionse rumquunt.</p> <p>Für Rückfragen steht Ihnen Herr Coralic (Tel.-Nr. 0281/2032700) gerne zur Verfügung.</p> <p>Mit freundlichen Grüßen, im Auftrag</p>
<p>725 pt</p>	<p>Anreizehinweis:</p> <p>Bankverbindungen Niederheinische Sparkasse RheinLippe IBAN DE29 3565 0000 0000 2000 22 BIC WELADED1WE</p> <p>Volksbank Rhein Lippe e.G. IBAN DE17 3565 0500 0000 0010 14 BIC GENODE33RLW</p>	<p>—</p> <p>Sven Coralic</p>

2.3 Visitenkarte

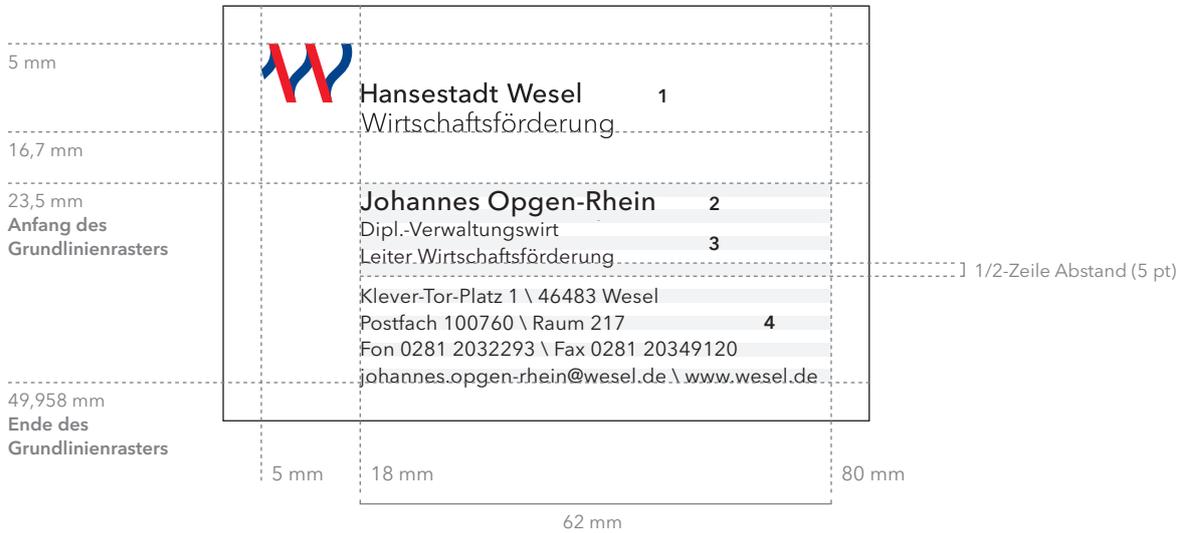
2.3.1 Vorder- und Rückseite

Die Vorderseite der Visitenkarte ist weiß. Sie zeigt das Logo der Stadt und persönliche Kontaktinformationen auf Deutsch. Die blaue Rückseite wiederholt bei Bedarf die Kontaktinformation auf Englisch, ansonsten zeigt sie das Muster Ton in Ton. **Wichtig:** das Logo wird auf der Rückseite nicht wiederholt.



2.3.2 Vermaßung

Die Visitenkarte hat das Standardformat 85 mm Breite x 55 mm Höhe. Die Kontaktinformationen der Visitenkarte bauen sich vom unteren Rand des Grundlinienrasters her auf. Dies gilt sowohl für die Vorder- als auch für die Rückseite der Visitenkarte.



- 1 Logodatei: 10%, Avenir Next LT Pro Medium/Light 10 pt
- 2 Name: Avenir Next Medium 10 pt
- 3 Ttigkeitsbezeichnung: Avenir Next Regular 7,5 pt, Zab 10 pt
- 4 Kontaktdaten: Avenir Next Regular 7,5 pt, Zab 10pt
Trennung: Leerzeile vor und nach einem umgekehrten Schrägstrich

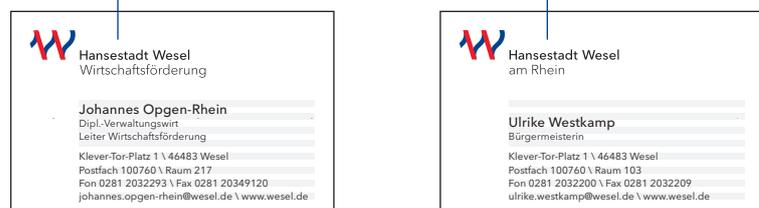
Korrektter Aufbau

Beispiel einer Visitenkarte mit ein- und zweizeiliger Ttigkeitsbezeichnung.



Wortmarke

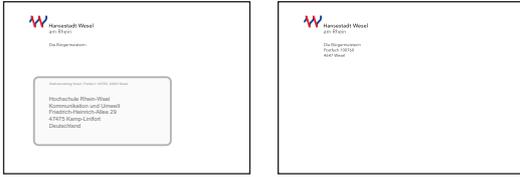
Auf Visitenkarten wird in der Regel die Wortmarke „am Rhein“ durch den Namen des Fachbereichs oder der Stabsstelle ausgetauscht. Als Ausnahme gelten Personen, die das gesamte Leistungsspektrum der Stadtverwaltung vertreten oder keinem bestimmten Fachbereich und keiner Stabsstelle angehören.



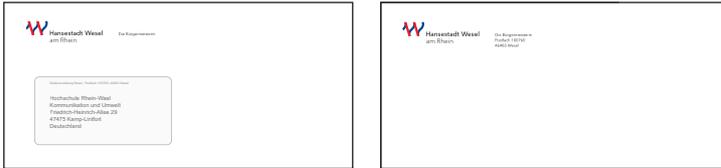
2.4 Briefumschlag

2.4.1 Überblick

C6 (mit und ohne Fenster)



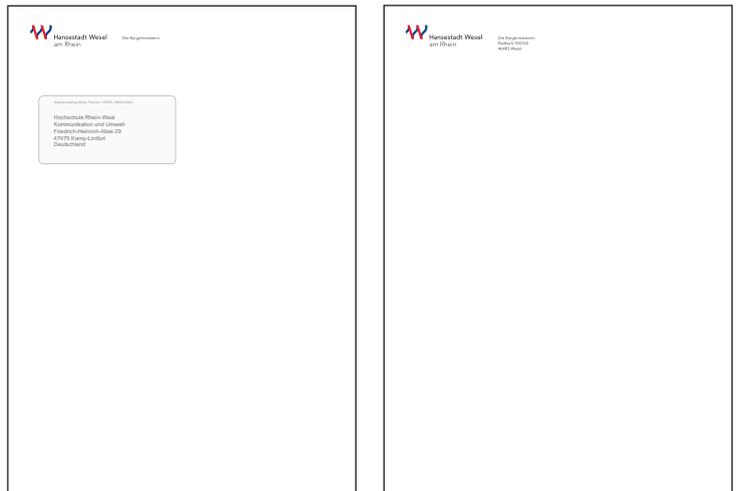
C6/C5 (mit und ohne Fenster)



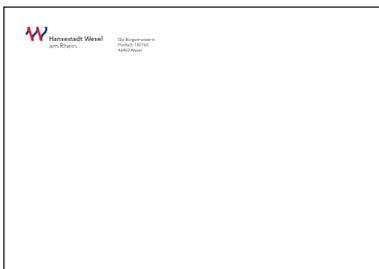
C5 (Wahlbüro ohne Fenster)



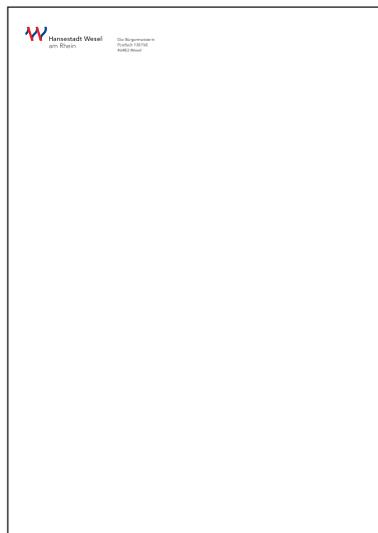
C4 (mit und ohne Fenster)



B5



B4



2.4.2 Vermaßung

C5/6, C5, C4, B5, B4



C5 (Wahlbüro)



C6



- 1 Logodatei: 12%, Avenir Next Medium/Light 12 pt
- 2 Anschrift: Avenir Next Regular 7,5 pt, Zab 10 pt
- 3 Grundlinienraster: 5 pt
- 4 Logodatei: 10%, Avenir Next Medium/Light 10 pt

2.5 Powerpoint

Die Powerpoint-Präsentation greift die grundlegenden Gestaltungselemente des Corporate Designs auf. Das Raster, die Schriftgrößen und die Farben sind beispielhaft aufgeführt. Die Auflösung der dargestellten Präsentationsfolien beträgt 1024 x 768 Pixel.

Logodatei: 18 %, Avenir Next Medium/Light
18 pt

Ränder
oberer Rand 54 px, unterer 84 px, linker Rand 130 px, rechter Rand 54 px

Arial Bold/Regular 42 pt, Zab 54 pt

Arial Regular 18 pt, Zab 24 pt

Raster
6x6 Rastereinheiten, 18 px Bundsteg

Arial Regular/ Bold 28 pt, Zab 36 pt

Arial Regular 28 pt, Zab 36 pt

Arial Regular 14 pt, Zab 18 pt

Farbe
Die Primär- und Sekundärfarben können sowohl auf Titelfolien als auch auf Text- und Bildfolien verwendet werden.

Folientitel
Untertitel

- Definition: Einheitliches Erscheinungsbild
- Gründe für ein Corporate Design:
 - Wiedererkennbarkeit
 - Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Aktuell: Verfügung „Visuelles Erscheinungsbild der Stadt Wesel“, 10.07.2013

Stadt Wesel Präsentationstitel Seitenzahl

Kapitelüberschrift
Untertitel

3 Print

3.1 Flyer DIN lang

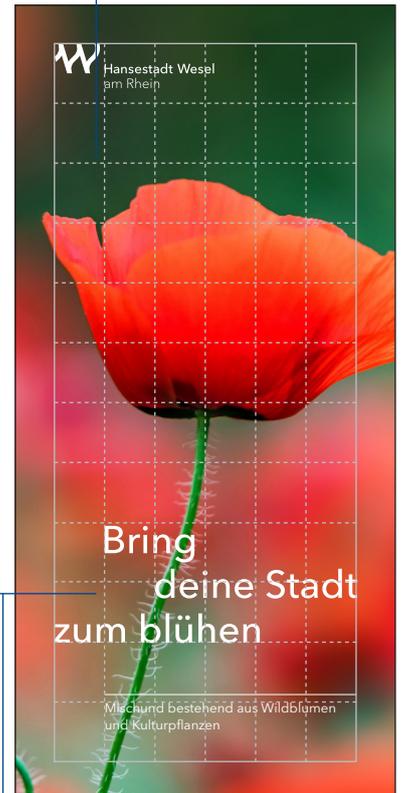
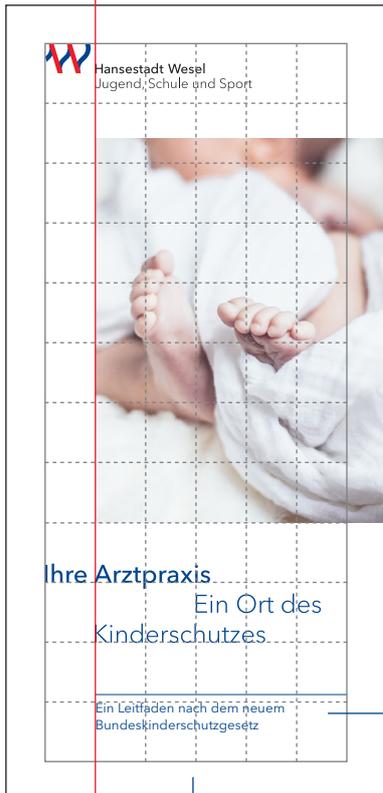
3.1.1 Titelseite Hochformat Systematik

Die Titelseiten greifen das Gestaltungskonzept der Dynamik und Flexibilität wieder auf. Daher ist eine präzise Umsetzung der Konstanten notwendig.

Kraftlinie
 Unabhängig vom Format bildet sich bündig zur Wortmarke auf der y-Achse eine Kraftlinie.

Stadtmarke
 Auf Flyern und Broschüren wird die Wortmarke „am Rhein“ durch den kommunizierenden Fachbereich ausgetauscht.

Freisteller und Vollbild
 Auf den Layout-Varianten Freisteller und Vollbild variiert die Position und Größe der Überschrift, da ein harmonisches Gesamtbild angestrebt wird.



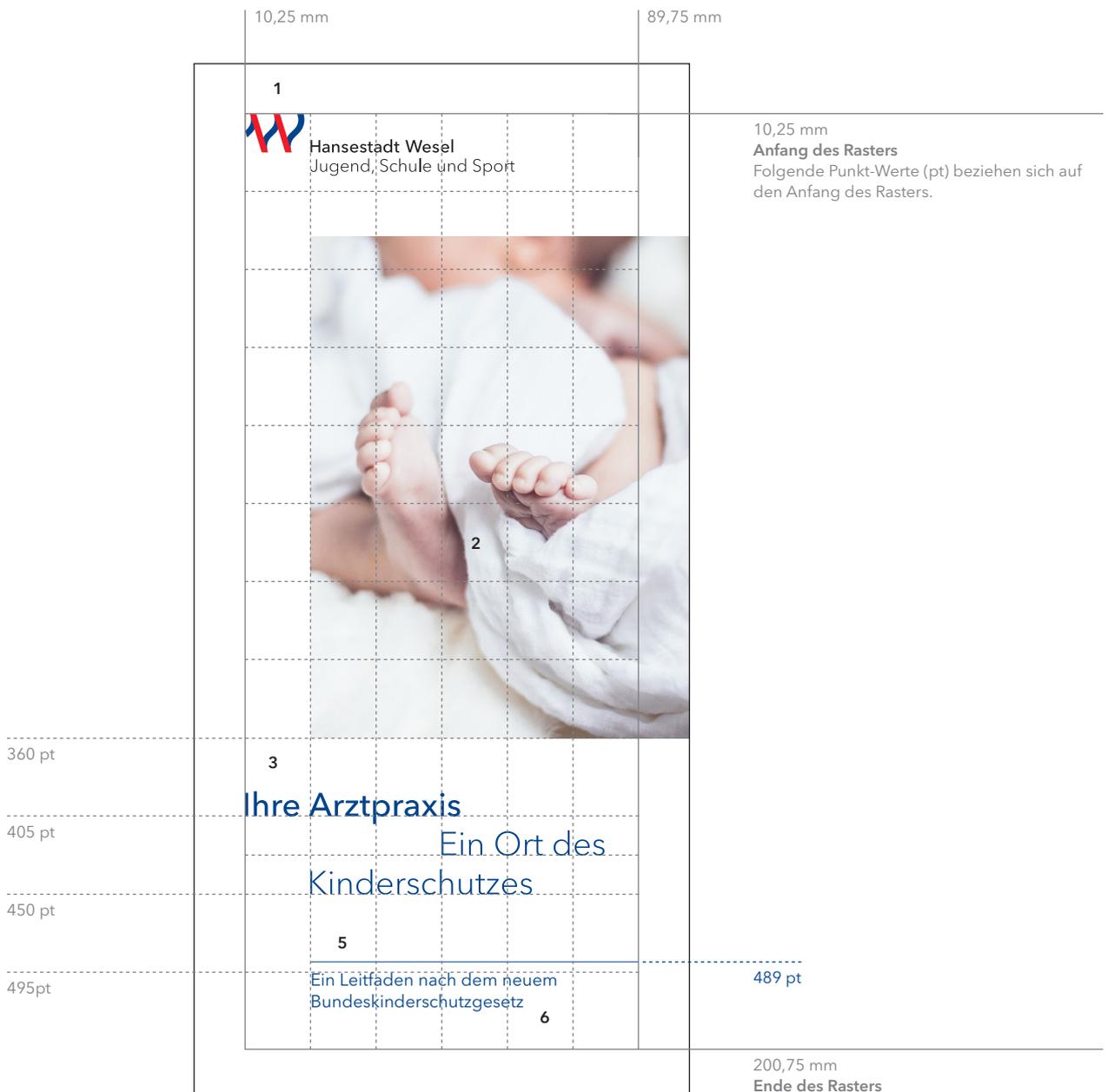
Grundmuster
 Das Beispiel „Ihre Arztpraxis“ zeigt das Grundmuster für rechteckige Bilder im DIN lang Hochformat. Weitere Anordnungen sind nicht ausgeschlossen, jedoch sollten diese begründet sein, da unnötige Variationen negative Auswirkungen auf den Wiedererkennungswert haben.

Linie/Unterzeile
 Die Linie und die dazugehörigen Unterzeilen gliedern die Informationen der Broschüre. Auf Hochformaten hängt die oberste Unterzeile an der Oberkante der 12ten Spalte. Querformate unterliegen einer anderen Unterteilung (siehe Seite 28).

Versetzte Überschrift
 Überschriften und Untertitel werden vertikal auf dem Raster versetzt. Zu beachten ist, dass übereinanderliegende Zeilen sich um mindestens ein Rasterfeld verschieben. Des Weiteren wird eine Zeile der Überschrift bündig zur Kraftlinie gesetzt.

3.1.2 Titelseite Hochformat Vermaßung

Ein Raster gewährleistet eine einheitliche Außendarstellung. Bilder, Grafiken und Textelemente werden dem Raster nach ausgerichtet. Besonderes Augenmerk gilt den Randproportionen, denn bei Abweichungen verschiebt sich das Raster und ein einheitlicher Auftritt ist nicht gewährleistet.



- 1 Logodatei: 10%, Avenir Next Medium/Light 10 pt
- 2 Bild: Seitenverhältnis 3:4 (76,5 mm x 102 mm)
- 3 berschriftgre 1: Avenir Next Medium/Light 19 pt, Zab 22,5 pt
- 4 berschriftgre 2: Avenir Next Medium/Light 28,5 pt, Zab 33,75 pt
- 5 Linie: Strichstärke 0,5 pt
- 6 Unterzeile: Avenir Next Medium/Light 10 pt, Zab 12,475 pt

3.1.3 Innenseite Hochformat

Das folgende Beispiel zeigt einen möglichen Umgang mit Innenseiten eines DIN lang Flyers auf. Weitere Herangehensweisen sind nicht ausgeschlossen. Dieses Beispiel nutzt die Randproportionen der Titelseite.

Überschrift

Avenir Next Medium 19 pt, Zab 22,5 pt

Fließtext

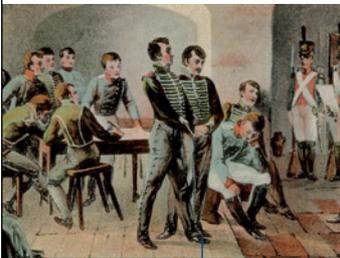
Avenir Next Regular 10 pt, Zab 13,5 pt

Ferdinand von Schill und seine Offiziere

Der preußische Offizier Ferdinand von Schill wurde 1776 in Wilmsdorf bei Dresden geboren. Er trat als Kavallerist in die preußische Armee ein, nahm an der Schlacht bei Auerstedt teil und machte sich 1807 in Kolberg einen Namen als unerschrockener Kämpfer. Er erhielt den höchsten Kriegsorden und wurde zum Major befördert.

Am 31. Mai 1809 scheiterte sein Versuch, mit einem Zug in den französischen Satellitenstaaten einen Volkskrieg zu entfachen, um die napoleonische Gewaltherrschaft zu beenden.

Er bot an, das Unternehmen abzubrechen und alle Schuld auf sich zu nehmen. Doch seine Offiziere gaben einstimmig die Erklärung, ihm freiwillig in Glück und Unglück zu folgen. Schill fiel im Straßenkampf in Stralsund. Ca. 600 Soldaten aus Schills Freiwilligenkorps wurden bis zur Begnadigung zu schwerer Galeerenarbeit verurteilt, 14 Soldaten wurden willkürlich ausgewählt und vom 18. bis 22.07.1809 in Braunschweig hingerichtet.



Die elf Schill'schen Offiziere in Wesel

Elf Offiziere wurden im August nach Wesel überführt. Wesel schien als erst 1808 französisch gewordene, vormalige preußische Festung bestens geeignet für diese Strafaktion. Die Weseler Bevölkerung nahm lebhaften Anteil am Schicksal und unterstützte die Offiziere während der Haft, die sie im Haupttorgebäude der Zitadelle verbrachten.

Die Offiziere wurden nach einigem Zögern zum Tode verurteilt. Der Prozess endete am 16. September 1809. Nach der Urteilsverkündung hatten sie eine Stunde Zeit, um Abschiedsbriefe zu schreiben und wurden dann durch die Stadt über das Berliner Tor zur Hinrichtungsstätte geführt, wo ihre Gräber bereits am frühen Morgen ausgehoben worden waren. Hingerichtet wurden: Leopold Jahn, Daniel Schmidt, Friedrich von Galle, Friedrich von Trachenberg, Adolf von Keller, Friedrich Felgentreu, Konstantin Gabain, die Brüder Karl und Albert von Wedell, Johann Flemming sowie Karl von Keffenbrink.

Die Offiziere wurden aufgrund der Umstände ihres Todes sowie der minutiös überlieferten Vorgänge an ihrem Todestag zu tragischen patriotischen Helden, die vor den späteren Befreiungskriegen der Jahre 1813 bis 1815 für die Freiheit ihres Vaterlandes ihr Leben ließen.

Die „Schill-Kasematte“

Im Jahr 1852 richtete das Militär eine Gedenkstätte in dem Zitadellenhaupttorgebäude, die „Schill-Kasematte“ ein. Mit Erlaubnis des preußischen Königs wurde eine marmorne Gedenktafel angebracht und am Todestag der Offiziere feierlich eingeweiht. Das Interieur des schlichten Gedenkraums bestand aus einer „mächtigen“ Truhe und einem Tisch. Zudem wurden Erinnerungsstücke wie ein Trinkglas, zwei irdene Teller und ein Schill-Porträt gezeigt. Die Öffentlichkeit erhielt erst ab 1896 Zugang zu der Gedenkstätte.

Nach dem Ersten Weltkrieg wurde die Gedenkstätte in der Kasematte geschlossen. Die ausgestellten Objekte gingen bereits während des Krieges und in den Revolutionstagen im Januar



und Februar erhalten und gegeben.

Das Zitadellengebäude in Wesel ist ein historisches Gebäude, das im Sommer 1809 als Gefängnis für die Schill'schen Offiziere genutzt wurde. Ein Spiel von Schill ist streckenweise ausgerichtet.

Auch unter der Leitung von Schill wurde die Gedenkstätte bei

Im Sommer 1809 wurde ein Schillfestspiel nach Wesel gebracht. Ein Spiel von Schill ist streckenweise ausgerichtet.

Bilder Versetzen

Nach Möglichkeit werden die Bilder auf den Innenseiten des DIN lang Flyers versetzt.

3.1.4 Titelseite Querformat

Die Titelseite des querformatigen DIN lang Flyers basiert auf dem Raster der A4 Titelseite. Schriftgrößen und Zeilenabstände sind der Titelseite des DIN lang Hochformats zu entnehmen. Anders als auf Hochformaten hängt die Unterzeile auf Querformaten an der Oberkante der sechsten Spalte.

10 mm
Anfang Raster
Der Punkt-Wert (pt) bezieht sich auf den Anfang des Rasters

180 pt

86,45 mm
Ende Raster

Logodatei
10 %, Avenir Next Medium/Light 10 pt

Hansestadt Wesel
Kultureinrichtungen

**Musik- und
Kunstschule**

Veranstaltungsprogramm
Februar bis August 2018

3.1.5 Einladungskarte

Motiv
Die Einladungskarten werden nach den Prinzipien der Titelseiten der Flyer gestaltet. Abhängig vom Motiv wird die aussagekräftigste Variante gewählt, wie in diesem Beispiel ein rechteckiges Bild.

Hansestadt Wesel
Kultureinrichtungen

Inspirritation
Twan Schutten

Ausstellungseröffnung

3.2 Broschüre DIN A4

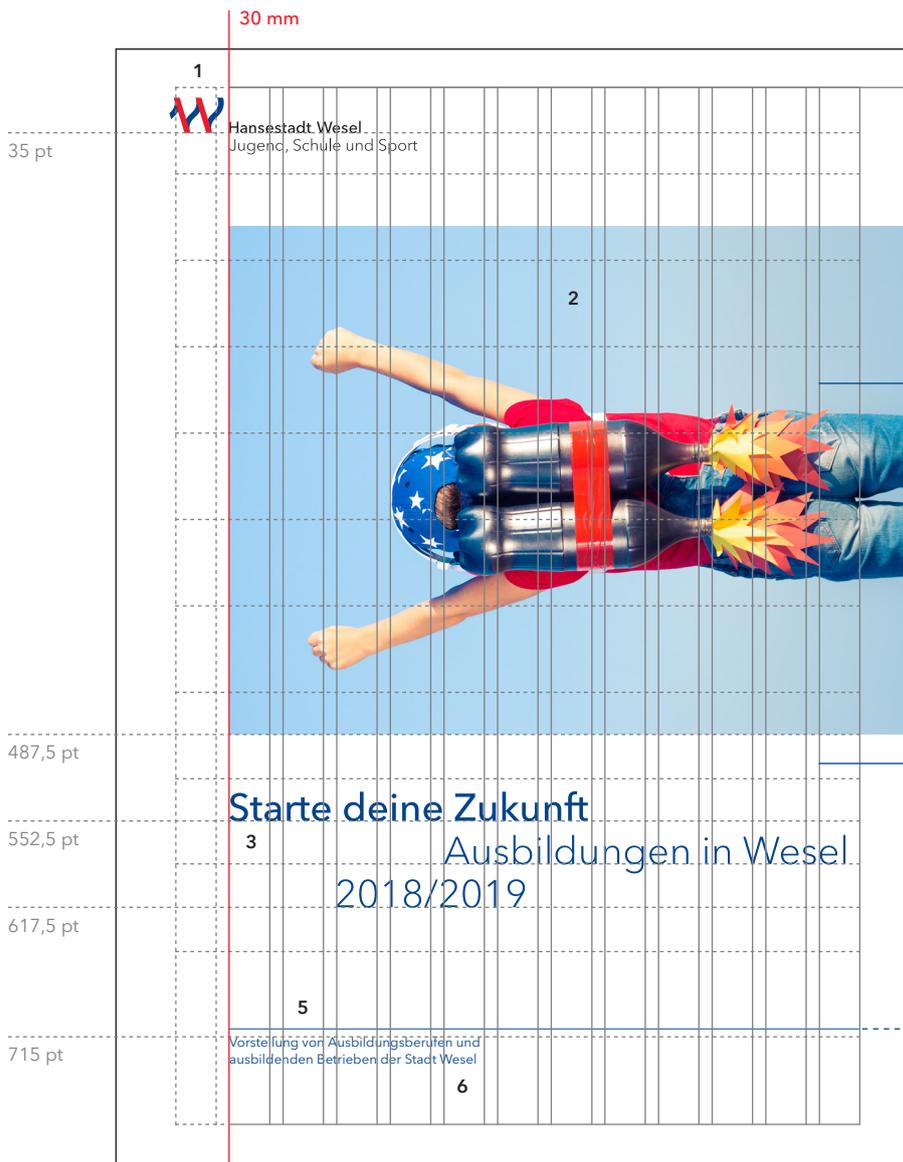
3.2.1 Titelseite

Die Titelseiten der verschiedenen Formate beruhen auf derselben Systematik. Folglich finden Sie eine Beschreibung der Layout-Varianten unter dem Punkt „Flyer DIN lang: Titelseite Hochformat Systematik“ auf Seite 25.



3.2.2 Titelseite Vermaßung

Die Randproportionen der Titelseiten der DIN A4 Broschüren sind dieselben wie die des Briefbogens. Der Unterschied zum Briefbogen liegt darin, dass der Satzspiegel aus 12 ggf. 13 Kolumnen besteht, denn es ist eine feinere Unterteilung für die Versetzung der Überschriften erforderlich.



Randproportionen

Die Ränder entsprechen denen des Briefbogens: oberer Rand 10 mm, linker Rand 30 mm, rechter Rand 14 mm und unterer Rand 11,833 mm. Die Punkt-Werte beziehen sich auf den Anfang des Rasters.

Grundmuster

Das Beispiel „Starte deine Zukunft“ zeigt das Grundmuster für rechteckige Bilder im DIN A4 Hochformat.

Spalten

Das Raster entspricht 12 Spalten mit 3,5 mm Bundsteg. Wenn es **erforderlich** ist, kann eine weitere Rasterpalette an den linken Rand des Rasters gesetzt werden (beispielsweise um die Überschrift über den linken Rand des Bildes hinaus zu versetzen).

- 1 Logodatei: 12%, Avenir Next Medium/Light 12 pt
- 2 Bild: Seitenverhältnis 4:3
- 3 Überschriftgröße 1: Avenir Next Medium/Light 29 pt, Zab 32,5 pt
- 4 Überschriftgröße 2: Avenir Next Medium/Light 43,5 pt, Zab 48,75 pt (hierfür finden Sie ein Beispiel auf Seite 33)
- 5 Linie: Strichstärke 0,5 pt
- 6 Unterzeile: Avenir Next LT Pro Medium/Light 10 pt, Zab 12,475

3.3 Plakat

3.3.1 Anwendung

Die Plakate der Stadt Wesel lassen einen gewissen Spielraum zu. Je nach Informationsgehalt und Motiv variieren Schriftgrößen und Position der Elemente. Die höchste Priorität gilt einer klaren Aussage und der Informationsstruktur. Es wird nicht zwangsläufig mit Freistellern, einem Vollbild oder dem Muster gearbeitet. Das Beispiel zeigt die Freisteller-Variante im DIN A3 Format mit demselben Aufbau einer Titelseite im A4 Format.

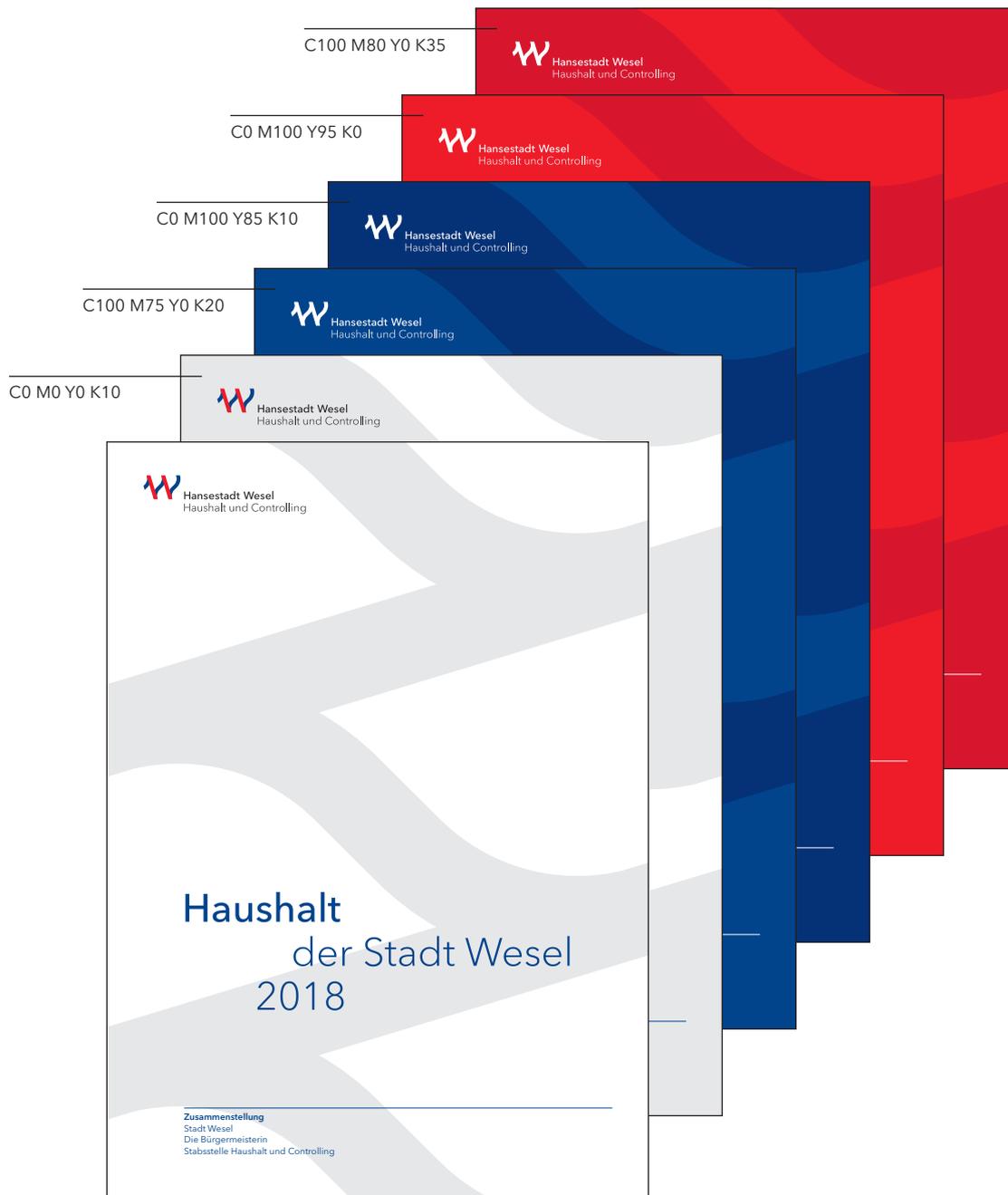


- 1 Logodatei: 16%, Avenir Next Medium/Light 16 pt
- 2 Überschrift: Avenir Next Medium/Light 84 pt, Zab 96 pt
- 3 Linie: Strichstärke 0,9 pt
- 4 Unterzeile links: Avenir Next Medium 28pt, Zab 32 pt
- 5 Unterzeile rechts: Avenir Next Medium 14pt, Zab 16 pt

3.4 Gestaltung ohne Bild

3.4.1 Flyer, Broschüren und Poster

Für den Fall, dass kein Bild zur Verfügung steht, wird auf Titelseiten sowie auf Postern das Muster als Hintergrundstruktur verwendet. Die Flyer, Broschüren und Poster ohne Bild folgen den Richtlinien des jeweiligen Formats. Das Muster darf in sechs verschiedenen Farbkombinationen verwendet werden.

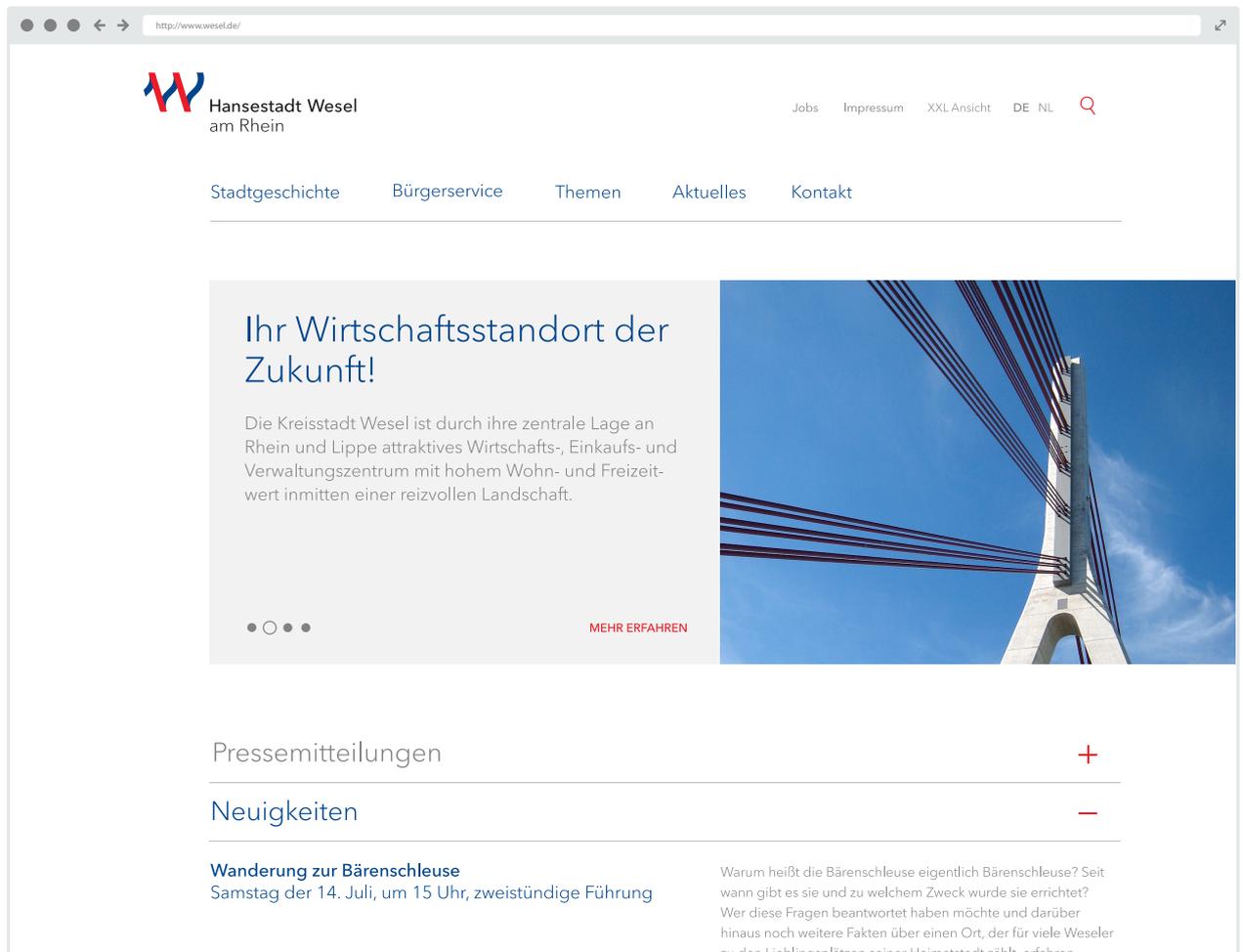


4 Anwendungsbeispiele

4.1 Digital

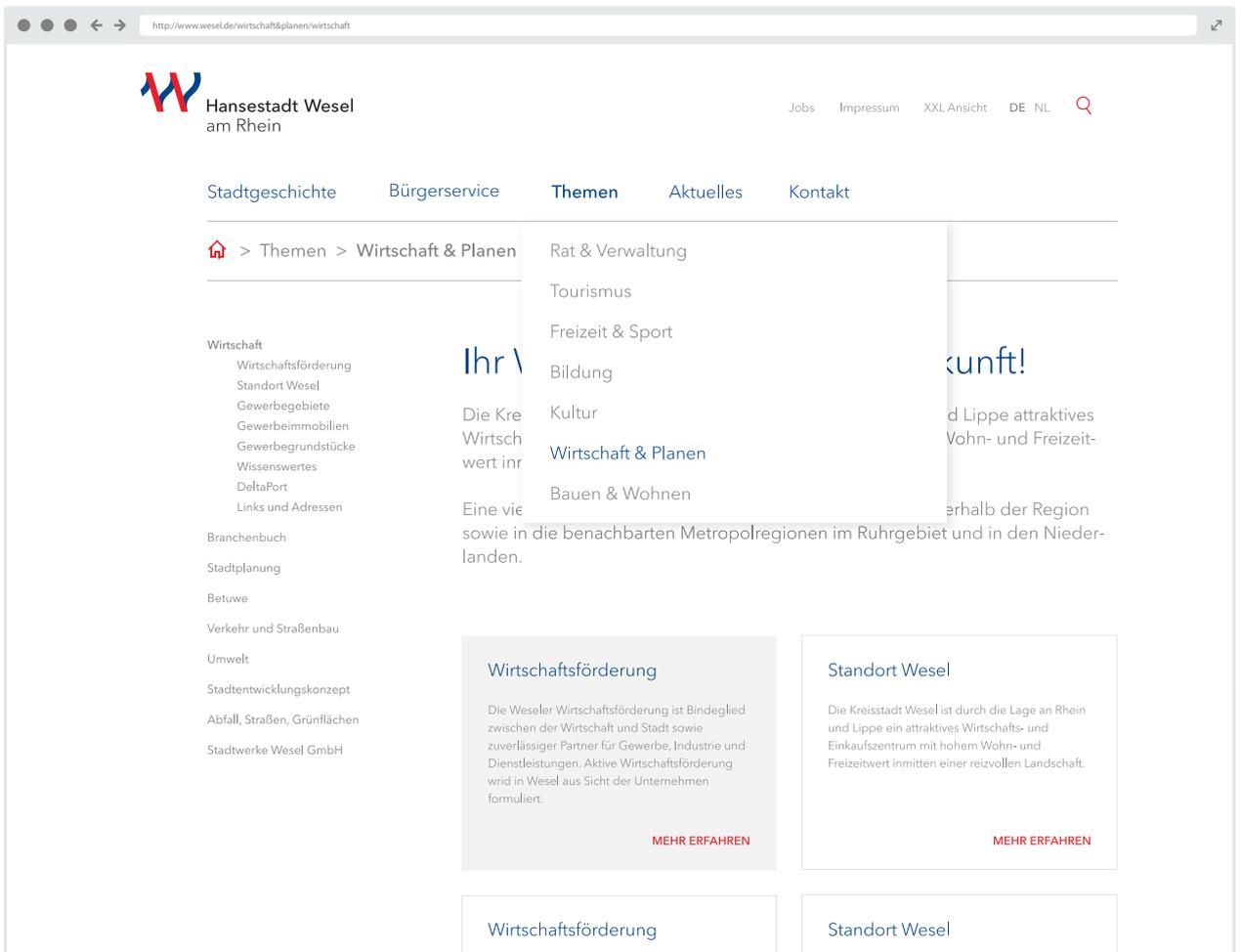
4.1.1 Website Startseite

In diesem Beispiel wird die Startseite eines möglichen Internet-auftrittes der Stadt Wesel visualisiert. Die Grundelemente des Corporate Designs werden wieder aufgegriffen: die Kraftlinie, die Farben, das Bildformat 4:3, die Linien zur Gliederung von Informationen sowie der Wechsel zwischen den Schriftschnitten Medium und Light.

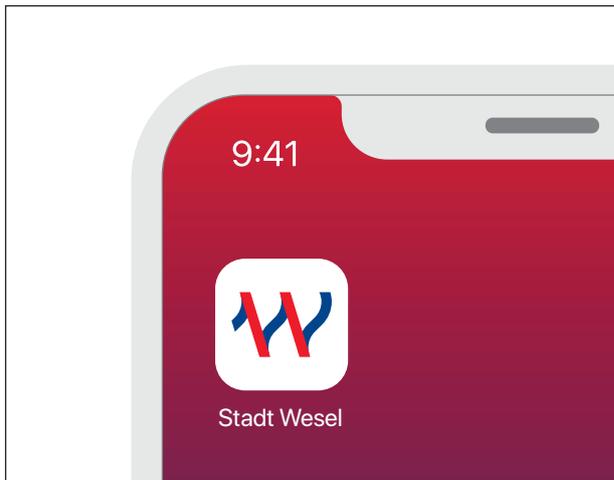


4.1.2 Website Menü

Der Informationsgehalt der Website der Stadt Wesel ist umfangreich. Dies ist der Grund dafür, dass eine transparente Informationsstruktur von tragender Bedeutung ist. Demnach zeigt das Beispiel eine Orientierungsspalte, sobald der User sich von der Startseite entfernt. Diese erscheint dann unmittelbar unter dem Hauptmenü.



4.1.3 App Icon

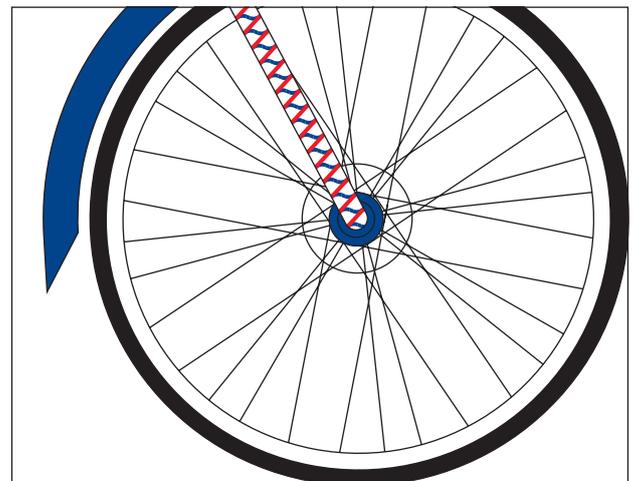
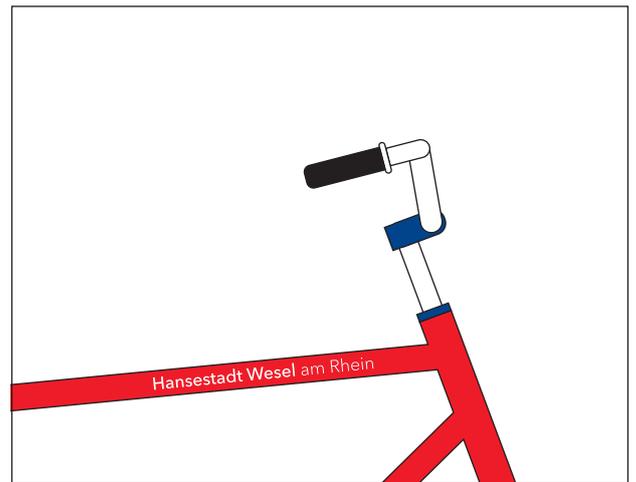
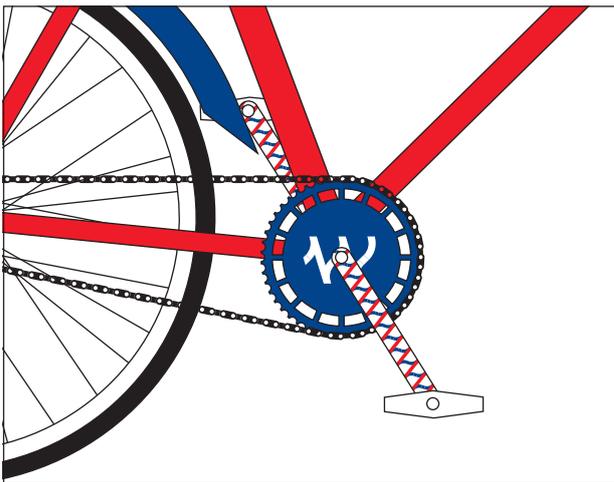


4.2 Fortbewegungsmittel

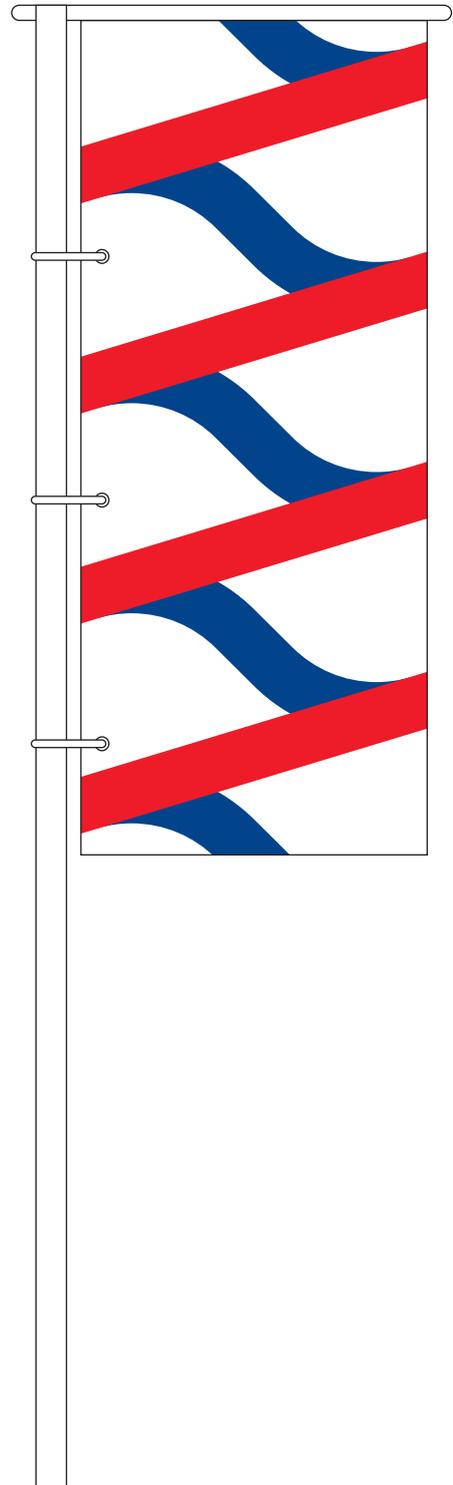
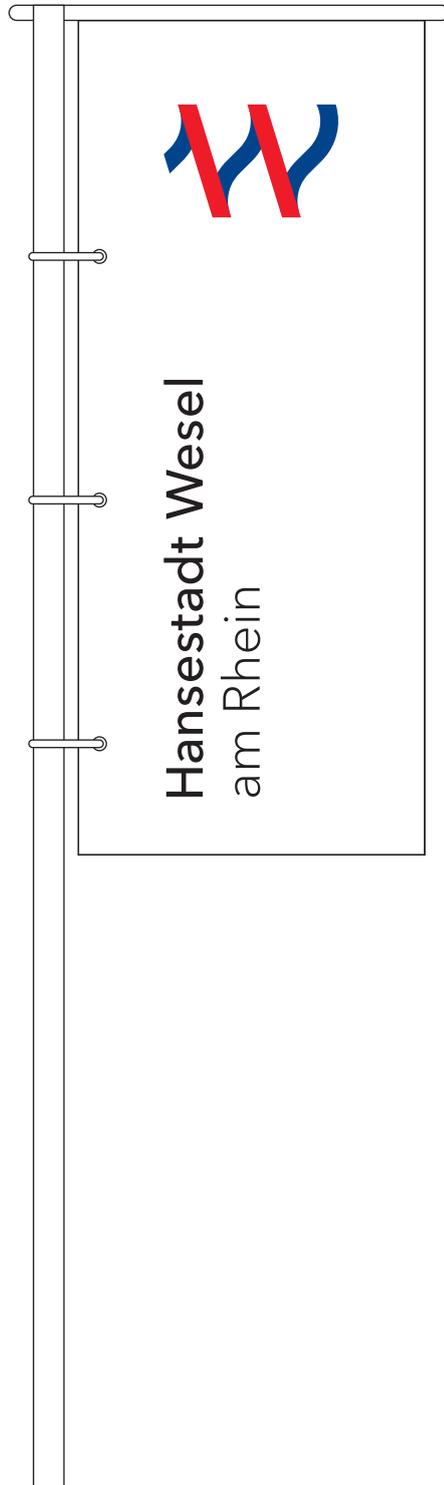
4.2.1 Auto



4.2.2 Fahrrad

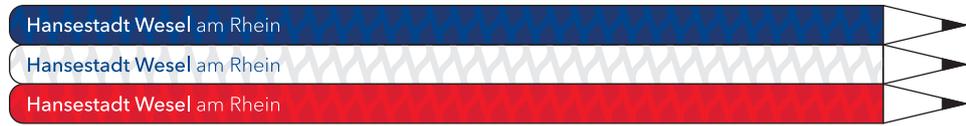


4.3 Fahnen



4.4 Merchandise

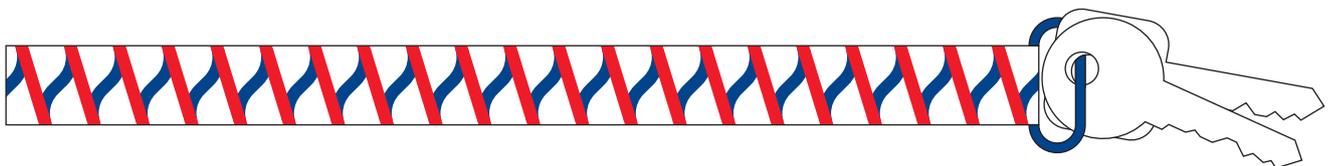
4.4.1 Bleistifte



4.4.2 Kaffeetasse



4.4.3 Schlüsselband



4.4.4 Polohemden



4.4.5 Kappe



5 Ausnahmen und Fragen

5.1 Ausnahmen

Ausnahmen regelt die Clearingstelle „Corporate Design“.

Ausnahmen sind schriftlich (E-Mail), formlos und begründet bei der Leitung der Clearingstelle zu beantragen.

Eine aktuelle Zusammensetzung der Clearingstelle „Corporate Design“ ist im Intranet der Stadt Wesel nachzulesen.

5.2 Fragen

Bei Rückfragen zur Umsetzung des Corporate Design stehen die Mitglieder der Clearingstelle zur Verfügung.

Impressum

Herausgeber

Stadt Wesel
Die Bürgermeisterin
Ulrike Westkamp
Klever-Tor-Platz 1
46483 Wesel

Die Stadt Wesel ist eine Körperschaft des öffentlichen Rechts. Sie wird vertreten durch die Bürgermeisterin Ulrike Westkamp.

Konzeption und Umsetzung

Antonios Jansen-Gessas

© Stadt Wesel, 2018