Stadt **Viersen**

Gestaltungsrichtlinien der Stadt **Viersen**

INHALT

1.1: Vorwort

2.1: Umsetzungszeitpunkt

3.1: Wappen

4.1: Logo

5.1: Schriften

6.1: Farben

7.1: Slogan

8.1: Formate, Fotos und Gestaltungsraster

9.1: Geschäftsausstattung

10.1: Sponsorenlogos

11.1: Anwendungsbeispiele

12.1: Erklärung von Fachbegriffen

Impressum

Stand: Oktober 2009

1.1: VORWORT

Günter Thönnessen
Bürgermeister
Stadt Viersen

Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
sehr geehrte Leserinnen und Leser,

mit ihrem Selbstverständnis als modernes Dienstleistungsunternehmen und dem klaren Anspruch eine Stadt der Bürger zu sein, die sich durch Offenheit und Transparenz kennzeichnet, hat die Stadt Viersen im Jahr 2009 eine Corporate Identity (Leitbild) entwickelt. In dieser Identity hat die Stadt Viersen klar Stellung bezogen, ein Profil definiert und sich Ziele gesetzt, die es zum Wohl der Bürgerinnen und Bürger zu erreichen gilt.
Bei dieser, durch Verwaltung und Politik entwickelten Positionierung der Stadt Viersen, wird ein besonderes Augenmerk auf die Verbindung von Urbanität und Natur gelegt. Ein qualitativer Anspruch, die ökologische Verantwortung, Traditionen und Werte der einzelnen Stadtteile sind uns ein wichtiges Anliegen.
Die gesamte Corporate Identity können Sie unter http://www.viersen.de unter dem Menüpunkt „Stadtinfo“ nachlesen.

Wir sind stolz auf unsere Stadt und die Vielzahl an Angeboten und Möglichkeiten. Das wollen wir auch deutlich nach außen demonstrieren. Nicht nur durch das Verinnerlichen und „Leben“ der neuen Philosophie Viersens, sondern auch durch einen einheitlichen Auftritt, durch ein klar erkennbares optisches Erscheinungsbild (Corporate Design), das unser Profil unterstreicht.
Nur wenn es uns gelingt unser Corporate Design einheitlich nach außen zu tragen, werden wir auch als Einheit wahrgenommen und können uns selbstbewusst dem Wettbewerb stellen. Das Corporate Design der Stadt Viersen bietet dafür die Arbeitsgrundlage. Eine konsequente und einheitliche Handhabung des Corporate Designs durch alle städtischen, privaten und gesellschaftlichen Institutionen führt zu einer hohen Wiedererkennung nach außen und somit auch zu einer klaren Abgrenzung gegenüber anderen Städten.

Das Corporate Design ist innerhalb eines Agenturen-Wettbewerbs entstanden und beruht auf den Inhalten der Corporate Identity. So sind das Alleinstellungsmerkmal „enge Verbindung zwischen Urbanität und Natur“ und weitere Komponenten des Leitbildes in das Corporate Design integriert worden.
Der Slogan der Stadt Viersen, aufbauend auf dem Alleinstellungsmerkmal, lautet „Stadt. Land. Viersen.“ und wird insbesondere zum Imagetransfer verwendet.

Das Corporate Design der Stadt Viersen ist in einem Manual / Handbuch zusammengefasst und konkret erläutert worden. Dieses Handbuch enthält die wichtigsten Gestaltungsmerkmale des Corporate Designs, gibt einen Gestaltungsrahmen vor und definiert die wichtigsten Merkmale, wie Signet, Schriften, Farb- und Bildwelten, Gestaltungselemente und das Gestaltungsraster. Alle vorliegenden Grundelemente und Anwendungsbeispiele sind für die Gestaltung, Konzeption und Produktion sämtlicher Kommunikationsmittel verbindlich. Diese Gestaltungsrichtlinien sollen die einzelnen Geschäftsbereiche und Fachbereiche unterstützen.

Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte an das Stadtmarketing der Stadt Viersen, Fachbereich 70
- Wirtschaftsförderung und Liegenschaften -, Viersen.

Da sich die Corporate Identity sowie auch das Corporate Design stetig weiterentwickeln, ist dieses Handbuch so angelegt, dass es bei Bedarf erweitert werden kann.

Ich möchte allen Beteiligten, die durch ihr Engagement und ihre Einsatzbereitschaft dazu beigetragen haben die Corporate Identity und das Corporate Design zu entwickeln, meinen herzlichen Dank aussprechen.

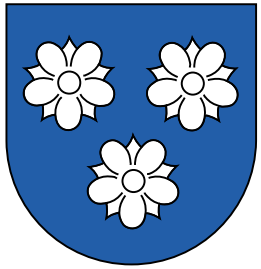
15.10.2009

2.1: UMSETZUNGSZEITPUNKT

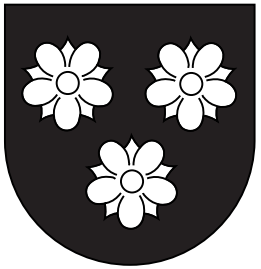
Ein konsequent angewandtes Corporate Design ist die Grundlage einer erfolgreichen Städtekommunikation.
Auf den folgenden Seiten werden die grundlegenden Gestaltungskonstanten vorgestellt, die ab dem **15.10.2009** das eigenständige Erscheinungsbild der Stadt Viersen definieren.

Bestehende Drucksachen dürfen zunächst weiter benutzt werden. Sobald diese verbraucht sind, muss das neue Erscheinungsbild umgesetzt werden.

Als zusätzliche Anleitung sollte die Dienstanweisung für Druckmaterialien herangezogen werden. Für darüber hinausgehende Fragen ist das Stadtmarketing zuständig.



Stadt Viersen



Stadt Viersen

3.1: WAPPEN

Das Wappen darf auf folgenden Medien verwendet werden:

» Urkunden

» Siegel (Mispelblüte)

» Flaggen/Stadtfahnen

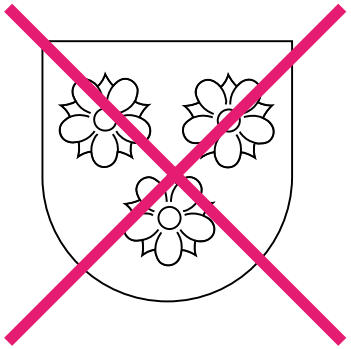
» Anstecknadel

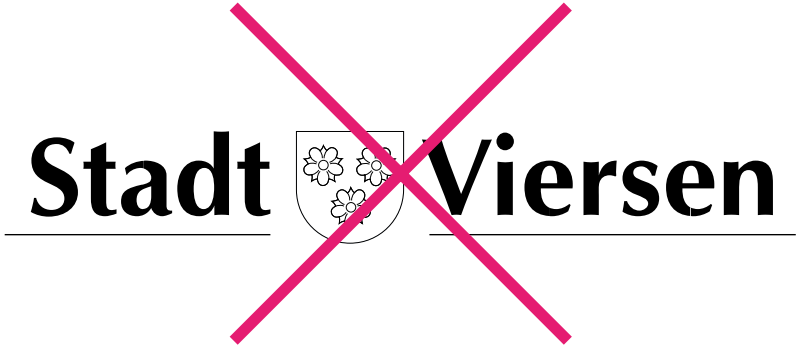
» Dienst- und Schutzbekleidung sowie Fahrzeuge der Feuerwehr

Farbangabe
HKS 39 (Druck mit Sonderfarbe)
CMYK 100/40/0/0 (Offsetdruck)
RGB 0/87/157 (Onlineanwendungen)

3.2: WAPPEN-DARSTELLUNG

Das Wappen darf nicht in s/w positiv dagestellt werden.





Stadt **Viersen**

4.1: LOGO

Das Logo – als Grundbaustein des neuen Corporate Design-Systems der Stadt Viersen – verdeutlicht insbesondere die Verbindung zwischen Natur und Urbanität.

Die neu entstandene Wortbildmarke besteht aus zwei nebeneinander stehenden Vierecken in Blau und Grün.
Die Farbe Blau steht für die urbane und lebendige Seite der Stadt und wird mit Wasser assoziiert.
Die Farbe Grün steht für die ruhige Seite und die Bereiche Lebenskraft, Gesundheit, Natur und Erholung.
Die Punkte fügen sich zu einem stilisierten „V“, das als aufwärts gerichteter Haken gesehen werden kann. Gleichzeitig erinnern sie an Kreise, was wiederum auf Viersen als Kreisstadt verweist.
Der Netzwerkgedanke sowie Zentralität werden mit Hilfe der Punkte dargestellt und verdeutlicht. Somit nimmt es Bezug zur Corporate Identity.

4.1.1: STÄDTE-LOGOS

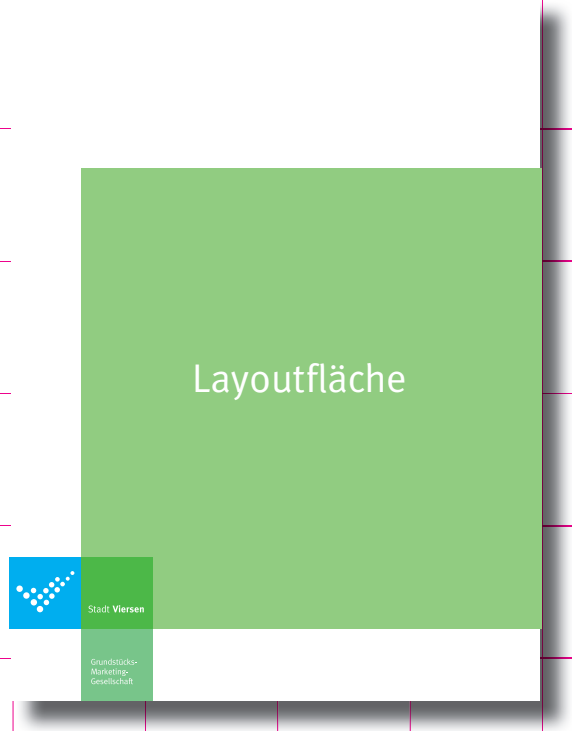
Hier sehen Sie zwei Tochterfirmen der Stadt Viersen. Das dritte Quadrat (hellgrün), welches unterhalb des zweiten Quadrats (dunkelgrün) anschließt, verdeutlicht, dass die Tochterfirmen einen integralen Bestandteil der Stadt Viersen darstellen. Für diese beiden Logos gelten die gleichen Richtlinien.

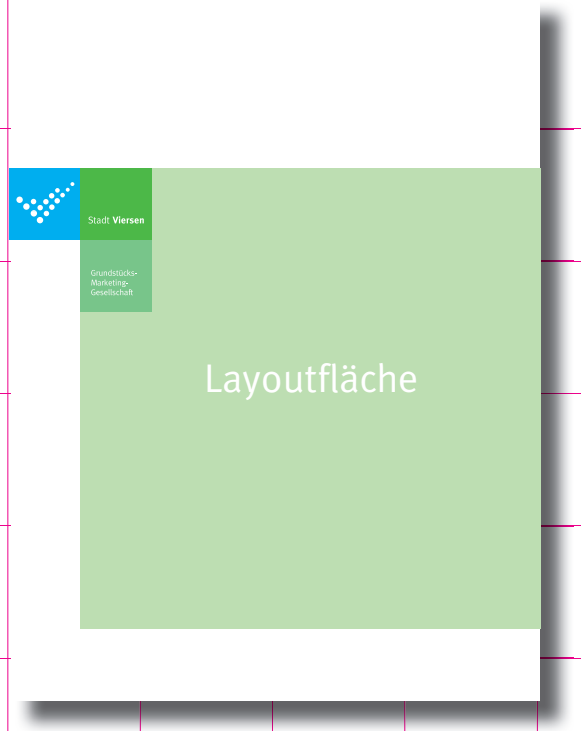
Das dritte Quadrat beträgt 70% der Farbe vom zweiten Quadrat des städtischen Logos (siehe 6.1 Farben).

Eventuelle Abweichungen von den Richtlinien, die aufgrund der Größe und Anordnung der Quadrate auftreten können, sollten mit dem Stadtmarketing bei Bedarf abgesprochen werden.

4.1.2: ANWENDUNG

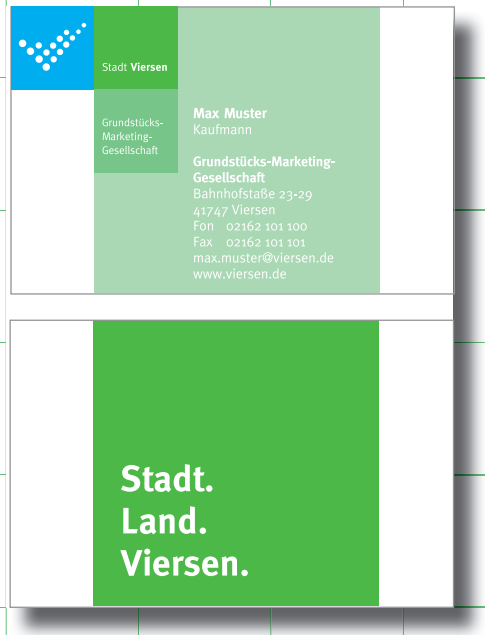
Bei diesen beiden Logos muss die Layoutfläche mindestens 15% heller oder 15% dunkler sein als das dritte Logoquadrat.

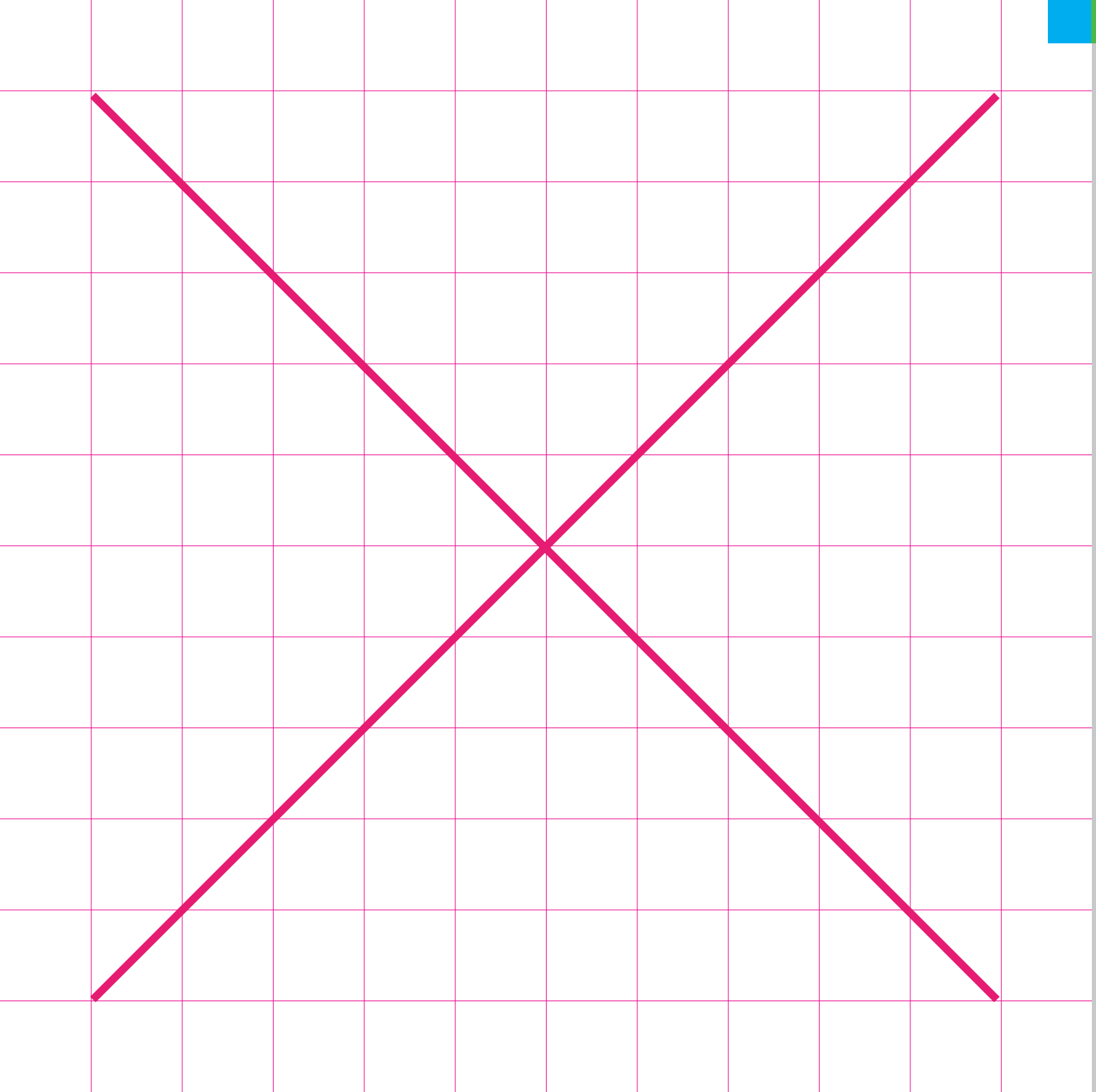




4.1.3: ANWENDUNG

Briefbogen und Visitenkarte





4.1.4: SUBLOGOS

Derzeit bestehende Sublogos dürfen nicht mehr angewendet werden, damit eine klare und deutliche Struktur gewährleistet werden kann.

4.2: LOGO-DARSTELLUNG

Querformat
Die jeweilige Größe des Logos entnehmen Sie dem Punkt 8.2: Gestaltungsraster und Logogröße.

» Farbig

» Graustufen

» s/w positiv

» s/w negativ

Das Logo in positiv oder negativ darf nur im Ausnahmefall und nach Absprache mit dem Stadtmarketing verwendet werden. Zum Beispiel, wenn nur einfarbig gedruckt werden kann oder der Hintergrund zu dunkel für das Graustufenlogo ist.

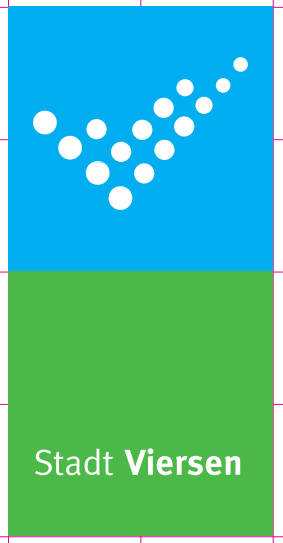
Beispiele:
- Stempel
- Merchandisingartikel
- Siebdruck-Artikel

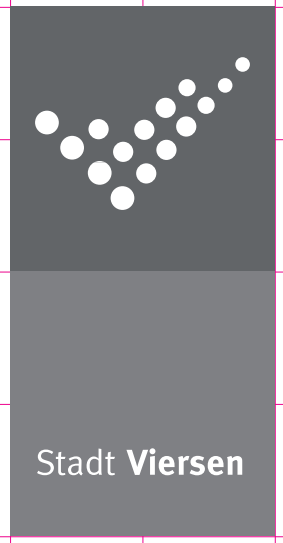
4.2: LOGO-DARSTELLUNG

Hochformat

» Farbig

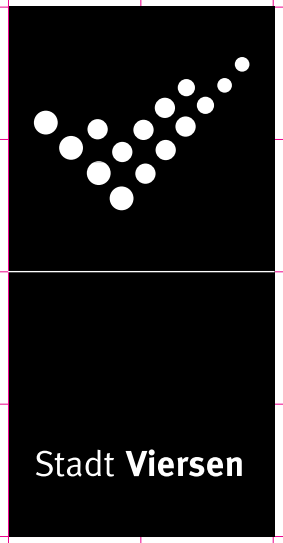
» Graustufen

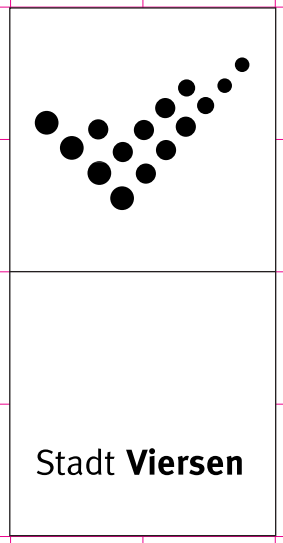




» s/w positiv

» s/w negativ

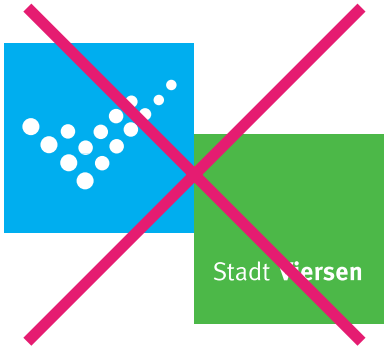


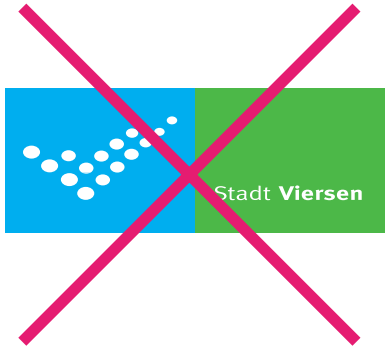


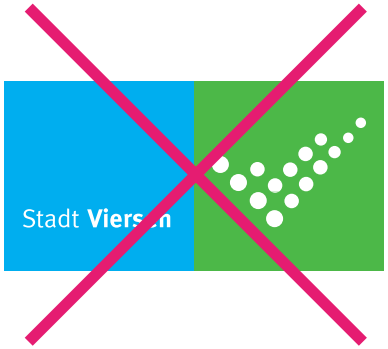
Das Logo in positiv oder negativ darf nur im Ausnahmefall und nach Absprache mit dem Stadtmarketing verwendet werden. Zum Beispiel, wenn nur einfarbig gedruckt werden kann oder der Hintergrund zu dunkel für das Graustufenlogo ist.

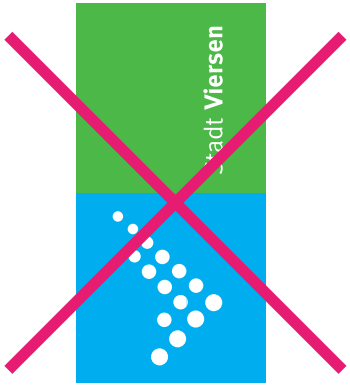
Beispiele:
- Stempel
- Merchandisingartikel
- Siebdruck-Artikel

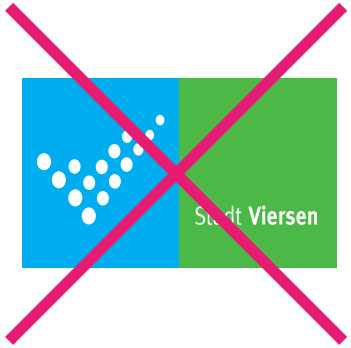
4.3: FALSCHE DARSTELLUNG

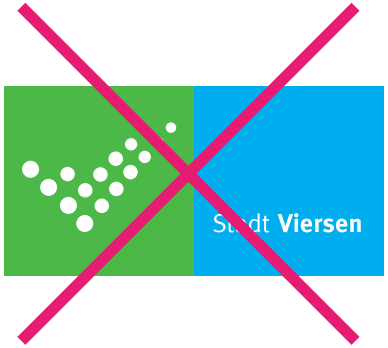








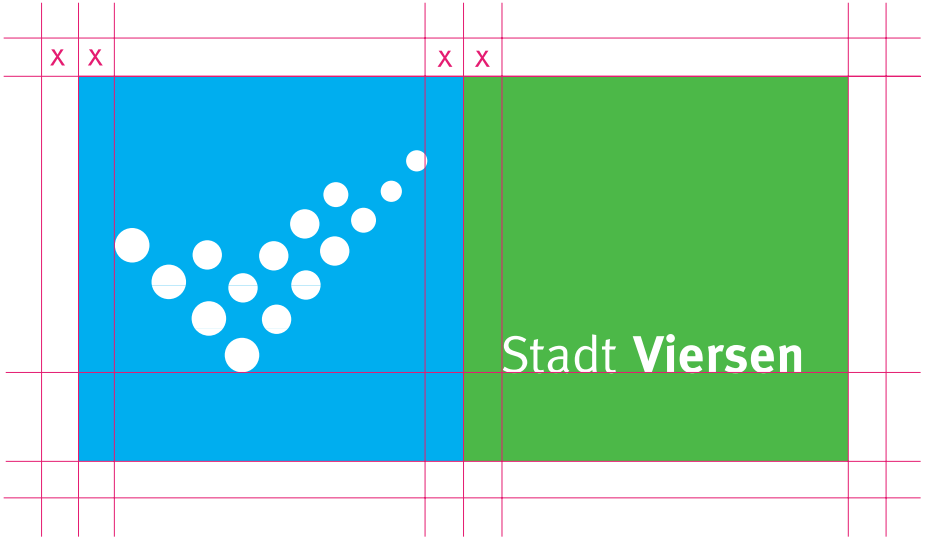




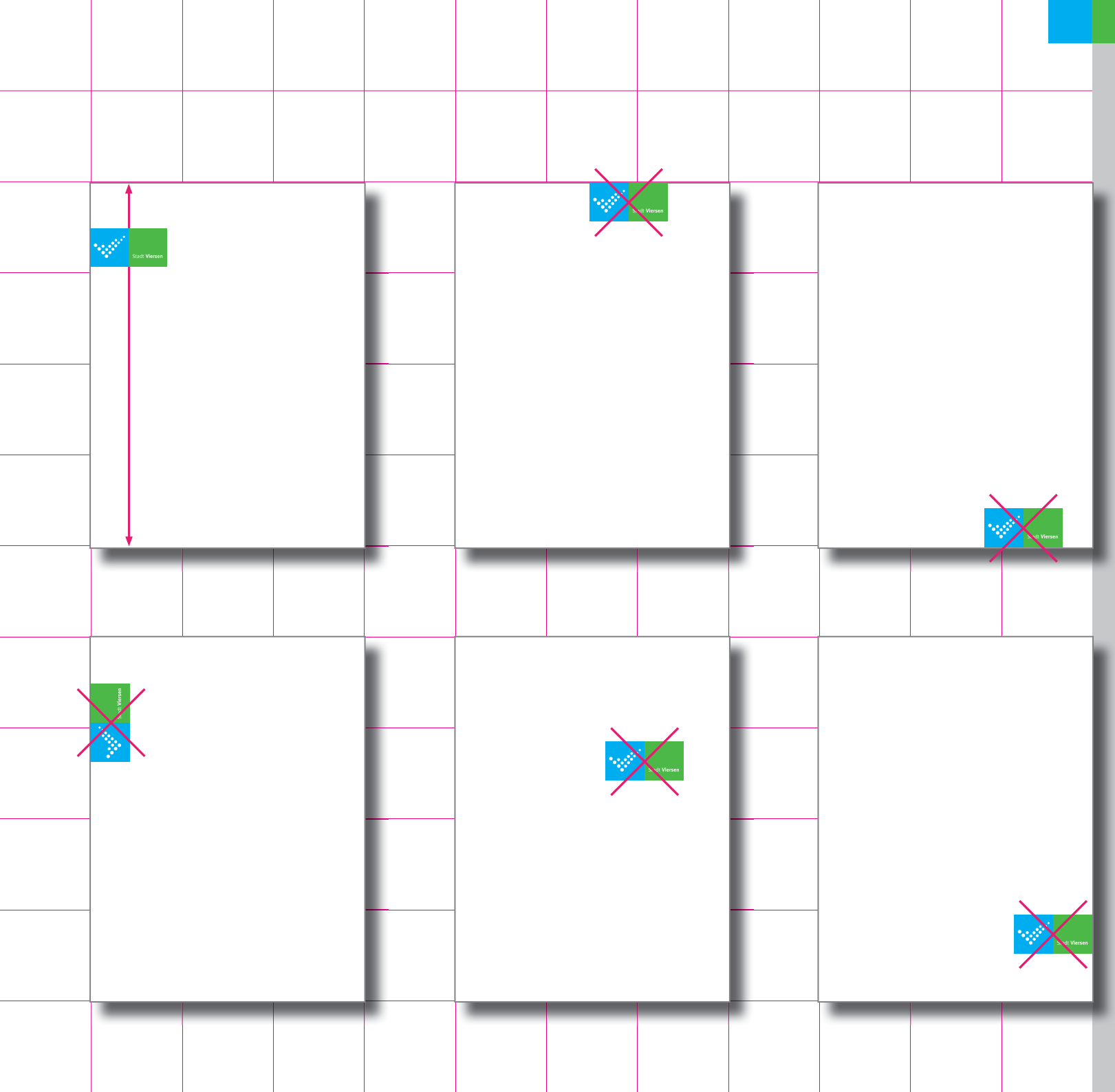
4.4: KLEINSTE DARSTELLUNG

Die kleinste Logodarstellung beträgt 12 mm in der Höhe.
Die jeweilige Größe des Logos entnehmen Sie dem Punkt 8.2: Gestaltungsraster und Logogröße.

4.5: RASTER & SCHUTZRAUM



Die Größe X ergibt sich aus den Zwischenraum der Logomitte und dem Buchstaben »S« und ist gleichzeitig der Schutzraum des Logos. Innerhalb dieses Schutzraums darf keine Typo und kein Sponsorenlogo stehen. Das blaue Quadrat darf zusätzlich nicht auf eine farbige Fläche oder ein Foto gesetzt werden. Nur das rechte Quadrat (grün) darf sich auf einer Fläche oder einem Foto befinden (siehe 8.1 Formate, Fotos und Gestaltungsraster).



4.6: STAND DES LOGOS

Das Logo steht immer auf der linken Formatseite im Anschnitt (Ausnahme: Geschäftsausstattung).
Die Höhe kann frei bestimmt werden.
Die Logogröße lässt sich aus dem Raster ermitteln. Siehe 8.2: Gestaltungsraster und Logogröße.

Imageschrift

Meta normal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789%&?!@

Meta bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789%&?!@

Korrespondenzschrift

Arial normal
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789%&?!@

Arial bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789%&?!@

5.1: SCHRIFTEN

Um auch in typografischer Hinsicht ein unverwechselbares Erscheinungsbild zu gewährleisten sowie Wildwuchs zu vermeiden, macht das Corporate Design der Stadt Viersen klare Vorgaben. Im Folgenden finden Sie eine Auflistung von Anwendungsbeispielen.

Anwendungsbeispiele Meta:
» Logotype (Schrift im Logo)
» Slogan
» Geschäftsausstattung, außer Briefbogen

Anwendungsbeispiele Arial:
» Interne Schreiben
» Öffentliche Schreiben
» E-Mails
» Formulare (intern, extern)
» Geschäftsausstattung
» PowerPoint
» Webauftritt
» Türschilder
» Briefbogen

Anwendungsbeispiele Helvetica Neue:
» Plakate
» Flyer
» Broschüren
» Banner
» Anzeigen
» Leitsystem
» Beschilderung

Publikationsschrift

Helvetica Neue Thin	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789%&?!@
Helvetica Neue Regular/Roman	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789%&?!@
Helvetica Neue Bold	**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ** **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz** **0123456789%&?!@**
Helvetica Condensed Bold	**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ** **abcdefghijklmnopqrstuvwxyz** **0123456789%&?!@**

Arial

Korrespondenzschrift | Arial

BRIEFE | SCHREIBEN | FORMULARE

Head: mind. 16 pt max. 20 pt **Subhead:** mind. 13 pt max. 15 pt **Copytext:** mind. 10 pt max. 12 pt

E-MAIL

Head: 18 pt **Subhead:** 15 pt **Copytext:** 10 pt

POWERPOINT 4:3

Head: mind. 25 pt max. 32 pt **Subhead:** mind. 20 pt max. 24 pt **Copytext:** mind. 16 pt max. 19 pt

POWERPOINT 16:9

Head: mind. 40 pt max. 45 pt **Subhead:** mind. 35 pt max. 39 pt **Copytext:** mind. 30 pt max. 34 pt

5.2: SCHRIFTGRÖSSEN

Helvetica Neue

Publikationsschrift | Helvetica Neue

PLAKATE | DIN A3 - DIN Ao

Head: mind. 22 pt max. 35 pt **Subhead:** mind. 18 pt max. 22 pt **Copytext:** mind. 14 pt max. 18 pt

BROSCHÜREN | FOLDER | FLYER | ANZEIGEN

Head: mind. 18 pt max. 28 pt **Subhead:** mind. 13 pt max. 24 pt **Copytext:** mind. 8,5 pt max. 13 pt

6.1: FARBEN | PRIMÄR

Farben transportieren emotionale Werte in ganz besonderer Weise. Das Farbklima basiert auf einem klaren Blau und einem frischen Grün.
Das Duo fügt sich zu einem modernen, fröhlich wirkenden und orientierungsstiftenden Farbklima.
Schwarz, Weiß und Grautöne runden das Spektrum ab; weitere Farbabstufungen finden Sie im nächsten Punkt: Sekundärfarben.

Anwendung für CMYK:
Offsetdruck

Anwendung für HKS:
Offsetdruck mit Sonderfarbe

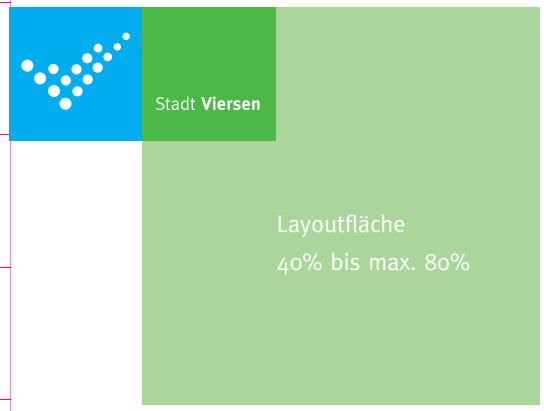
Anwendungen für RGB:
Onlinemedien

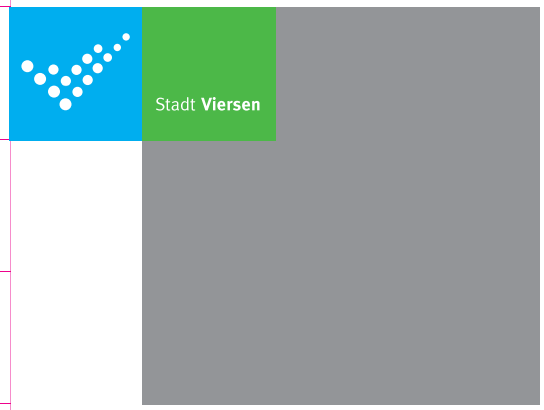
Anwendung für RAL:
Folienbeschriftung

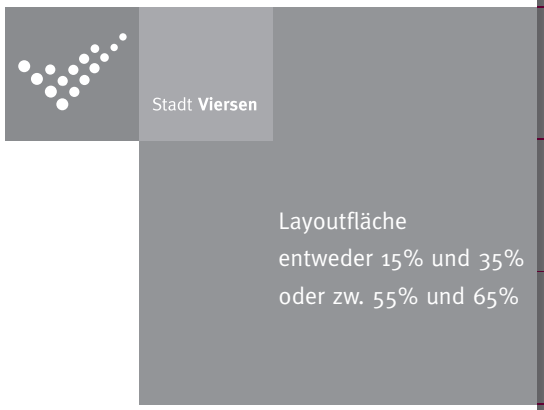
CMYK 100/0/0/0	CMYK 70/0/100/0
HKS 47	HKS 60
RGB 0/157/224	RGB 58/171/38
RAL 9023	RAL 9022

CMYK 0/0/0/55	CMYK 0/0/0/40
HKS 93	HKS 92
RGB 146/147/149	RGB 178/179/181
RAL 9023	RAL 9022

6.2: FARBEN | SEKUNDÄR







Es gibt drei Möglichkeiten die Layoutfläche unter dem Logo zu füllen.

1. Grün – mind. 40% bis max. 80%
2. Grau – entweder zwischen 15% und 35% oder zwischen 55% und 65%
3. Farb- oder s/w-Foto

Typo:
Es dürfen nur die Farben Grün (auch Farbabstufungen), Schwarz (auch Grauabstufungen) und Weiß benutzt werden.
Schrift auf Fotos ist nicht vorgesehen!

Stadt.
Land.
Viersen.

Stadt.
Land.
Viersen.

Stadt. Land. Viersen.

7.1: SLOGAN

Mit dem Slogan »Stadt. Land. Viersen.« wird die Corporate Identity-Aussage der Stadt Viersen noch einmal unterstrichen. Er unterstützt den Urbanitäts-/Natur-Gedanken.
Es gibt zwei Anforderungen an den Slogan:

1. Der Slogan steht immer in der Schriftart »Meta bold«.

2. Nach jedem Wort muss ein Punkt stehen.

Der Slogan darf nur in den Schriftfarben Grün und Weiß gesetzt werden.
Wenn er in Weiß dargestellt wird, muss er in ein grünes Quadrat gesetzt werden und es darf sonst nichts im Quadrat stehen. Die Schriftgröße ist frei wählbar.

8.1: FORMATE, FOTOS UND GESTALTUNGSRASTER

Unter dem rechten Logoquadrat öffnet sich ein zweites Quadrat (Layoutfläche) bis es am rechten oder unteren Formatende anstößt. Diese Layoutfläche (immer quadratisch) kann mit der Logofarbe Grün gefüllt werden (mind. 40% der Farbe bis max. 80% der Farbe) oder einer Graufläche (mind. 15% bis 35% oder max. 55% bis 65% Schwarz). Farbfotos (4c) sowie s/w-Fotos dürfen auch in diese Fläche eingesetzt werden.

Es ist darauf zu achten, dass die Fläche, die sich aus dem Quadrat öffnet, immer ein Quadrat darstellen muss. Eine Fläche, die darunter gesetzt wird, kann rechteckig sein.

Es dürfen nur DIN-Formate verwendet werden, Sonderformate sind im Ausnahmefall nach Absprache mit dem Stadtmarketing möglich.

8.2: GESTALTUNGSRASTER UND LOGOGRÖSSE

Es gibt für DIN-Formate festgelegte Logogrößen. Das Verhältnis ist dabei immer 2:1 bzw. 1:2 bei der vertikalen Darstellung. Die Positionierung am linken Rand ist frei wählbar (siehe 4.6).

Logogrößen

Visitenkarte: 32 x 16 mm

DIN A6: 32 x 16 mm

DIN A5: 35 x 17,5 mm

DIN A4: 35 x 17,5 mm

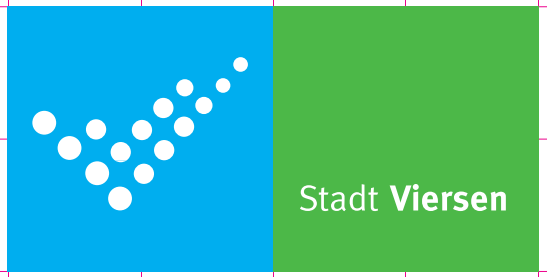
DIN A3: 50 x 25 mm

DIN A2: 70 x 35 mm

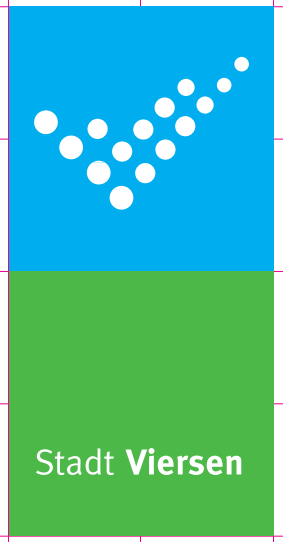
DIN A1: 100 x 50 mm

DIN A0: 140 x 70 mm

DIN lang: 35 x 17,5 mm

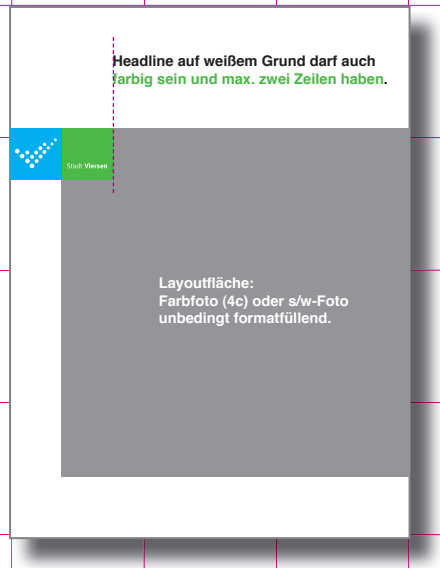


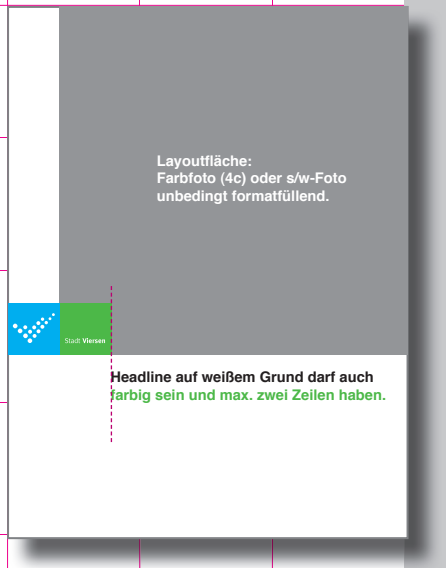
2 Quadrate zu 1 Quadrat (2:1 Verhältnis)

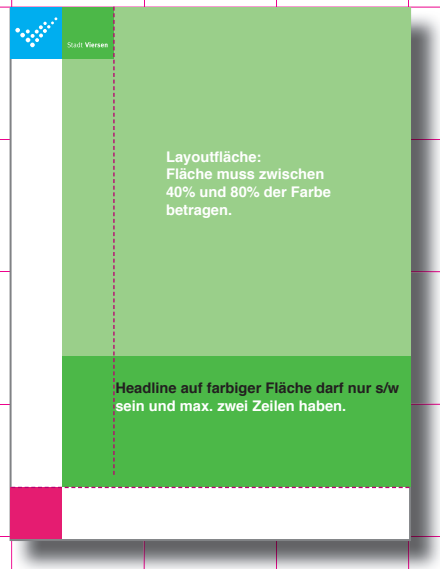


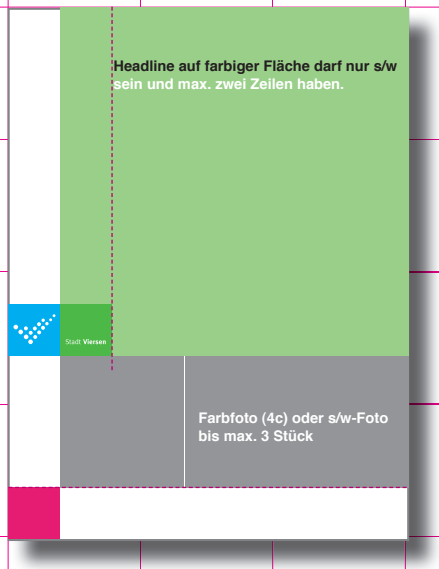
1 Quadrat zu 2 Quadrate (1:2 Verhältnis)

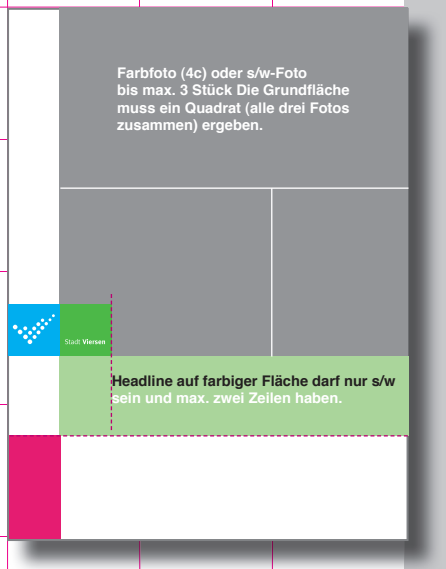
8.3: ANWENDUNG MIT FOTOS UND FLÄCHEN









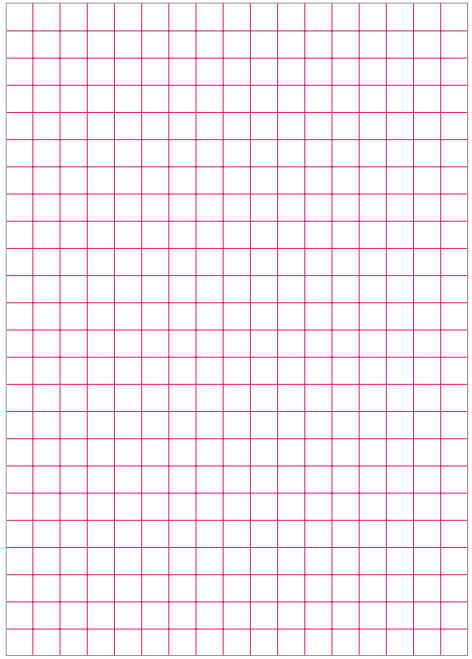


Die Gestaltung ist sehr flexibel. Man kann die Flächen sehr unterschiedlich einsetzen.

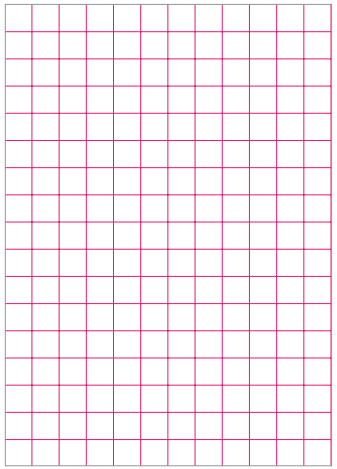
Anbei ein paar Beispiele, wie man Fotos in die Fläche einsetzen kann. Es dürfen Farbfotos (4c) sowie s/w-Fotos benutzt werden. Sowohl bei Fotos als auch bei einer farbigen Fläche muss immer ein Quadrat entstehen. Bei einem Hochformat ist dieses Quadrat formatfüllend. Die farbige Layoutfläche unter der rechten Logoseite (grünes Quadrat) darf nur zwischen 40% und 80% der Farbe betragen. Es dürfen Farbfotos (4c) sowie s/w-Fotos benutzt werden. Die Fotofläche darf max. mit 3 Fotos gefüllt und aufgeteilt werden. Die Aufteilung darf frei gewählt werden. Die Fotos müssen mit einer weißen mind. 1 pt starken Linie abgegrenzt werden.
Setzt man bei einem Hochformat eine zweite Fläche unter die Layoutfläche, beträgt der Weißraum zum unteren Formatende 1 bis max. 2 Logoquadrate. Bei einem Querformat trifft das nicht zu. Die zweite Fläche muss sich von der Layoutfläche farbig trennen.

Die eingesetzte Typo beginnt immer am rechten Logorand. Die Headline darf max. über zwei Zeilen laufen. Wenn die Headline auf weißem Grund steht, darf sie auch Grün sein. Steht die Headline auf einem farbigen Grund, muss sie Schwarz, Weiß oder Grün (Prozentsatz der Schriftfarbe siehe 8.1) sein. Typo auf Fotos ist nicht vorgesehen.

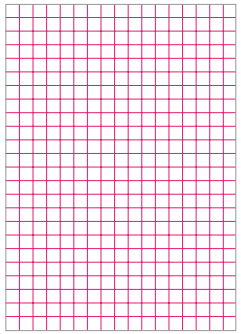
8.4: RASTER | BROSCHÜREN



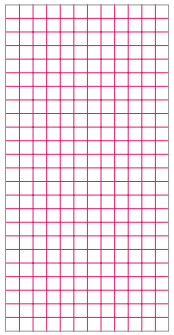
DIN A3



DIN A4



DIN A5



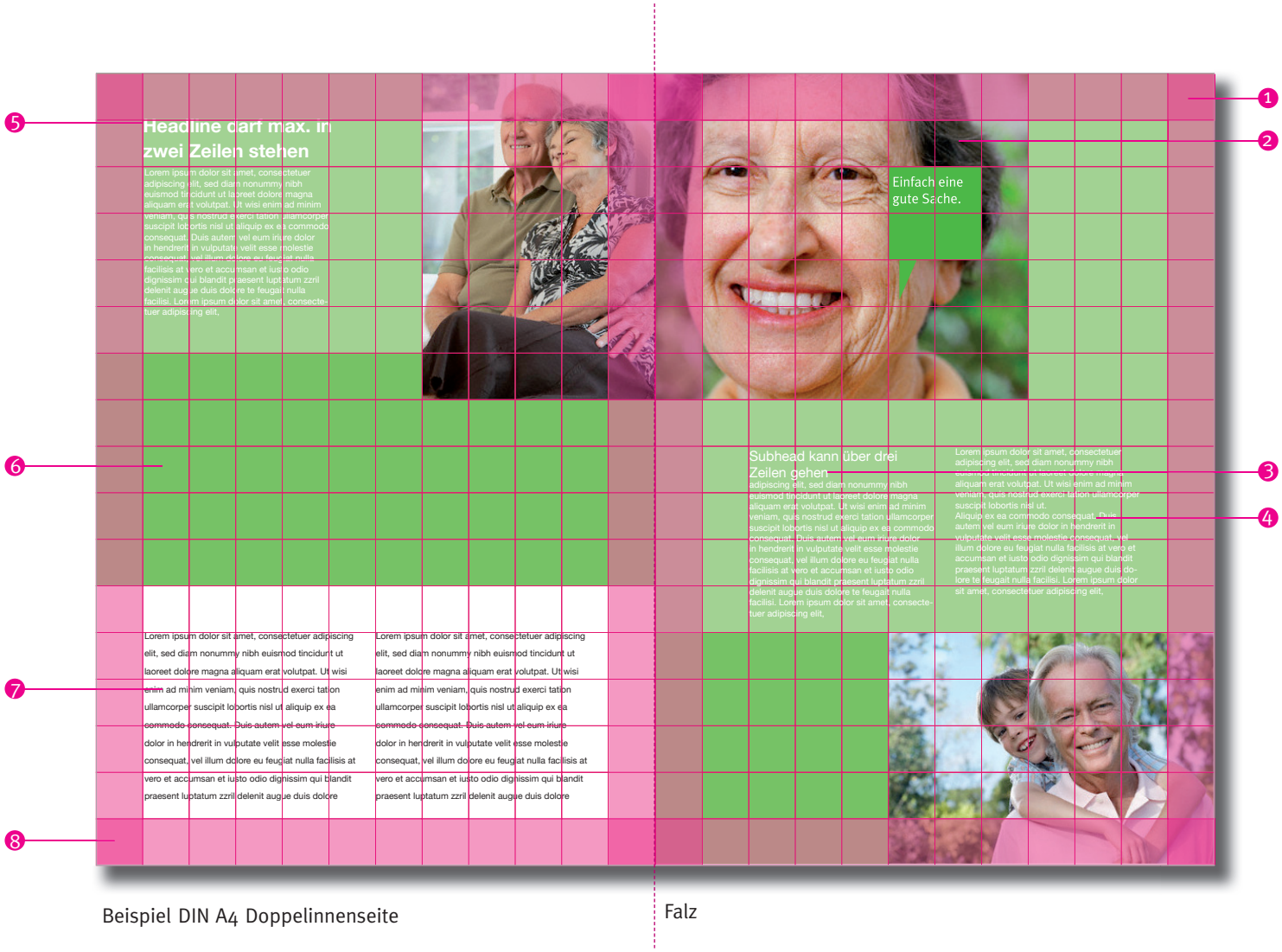
DIN lang

1 Rasterquadrat= 17,5025 x 17,5025 mm

1 Rasterquadrat= 8,75 x 8,75 mm

Alle Formate ab DIN A4 aufwärts haben das selbe Raster (Innenseiten). Ab DIN A5 abwärts verkleinert sich das Rasterquadrat auf 8,75 mm x 8,75 mm. Titel werden wie bei Punkt 8.3 gestaltet.
Das Gleiche gilt auch für Querformate.
Im Sinne eines einheitlichen Auftritts, aber auch aus wirtschaftlichen Erwägungen, werden Druckerzeugnisse nur in DIN-Formaten erstellt. Sonderformate nur nach Absprache mit dem Stadtmarketing!

8.4: RASTER | BROSCHÜREN



Beispiel DIN A4 Doppelinnenseite

Falz

Alle Innenseiten haben ein Raster. Innerhalb dieses Rasters kann frei gestaltet werden. Wichtig dabei ist nur, dass alle Texte, Flächen und Fotos im Raster stehen. Das Raster baut sich immer aus Rasterquadraten auf. Bei einem DIN A4 Hochformat ergeben es 12 Rasterquadrate in der Breite und 17 Rasterquadrate in der Höhe.

1. Quadratgröße 17,50252 mm x 17,50252 mm.

2. Fotos stehen immer im Raster und können auch im Anschnitt stehen.

3. Eine Subhead darf max. über drei Zeilen laufen. Sie kann in bold und regular gesetzt werden. Für die jeweilige Schriftgröße siehe Punkt 5.2.

4. Bei einer Broschüre gibt es max. 2 Spalten (Spaltenabstand: 0,5 mm). Zwischen Bild und Textanfang sollte immer ein Rasterquadrat Zwischenraum bleiben.

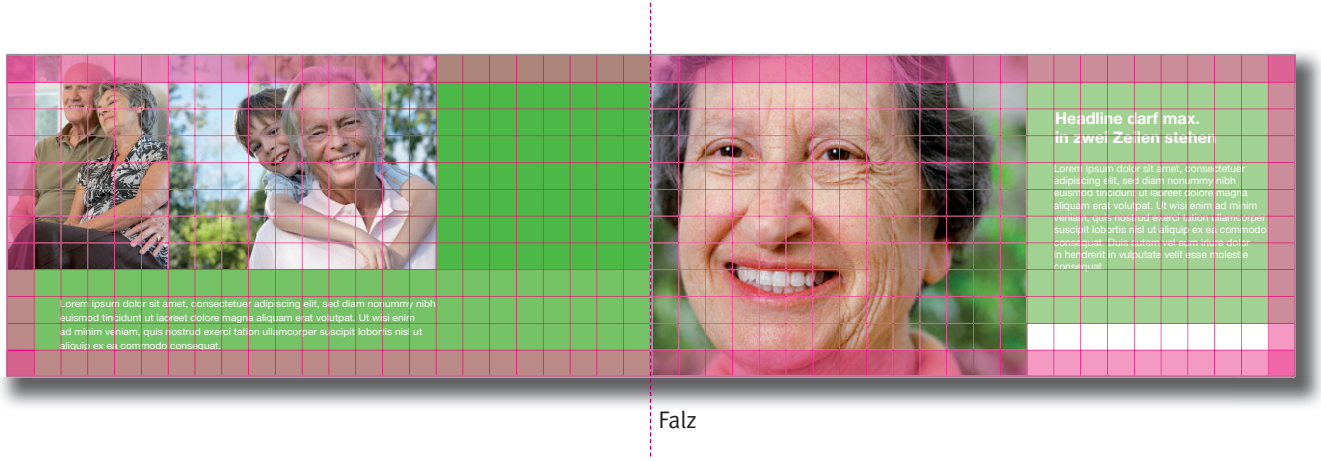
5. Eine Headline darf max. über zwei Zeilen laufen und steht immer in bold.

6. Eine Farbfläche steht immer im Raster und darf in jeder Prozentzahl eingefärbt werden.

7. Je breiter eine Zeile läuft, desto größer wird der Zeilenabstand. Bis 5 cm 12 pt, danach 17 pt.

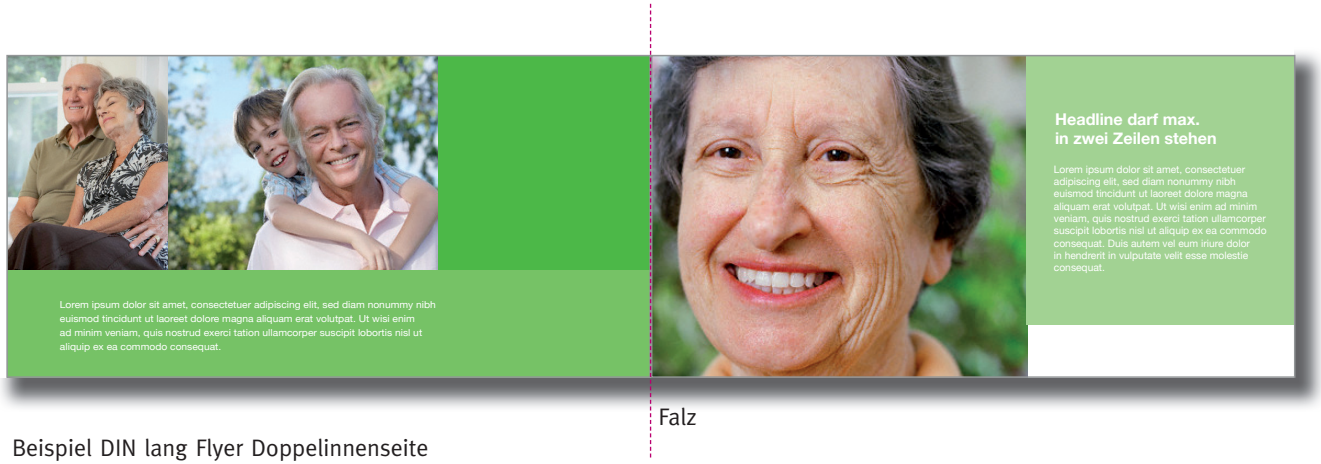
8. In diesem Schutzraum darf keine Typo stehen. Fotos dagegen schon.

8.4: RASTER | BROSCHÜREN



Falz

Anwendungsbeispiel DIN lang quer Doppelinnenseite mit Raster und Schutzraum.



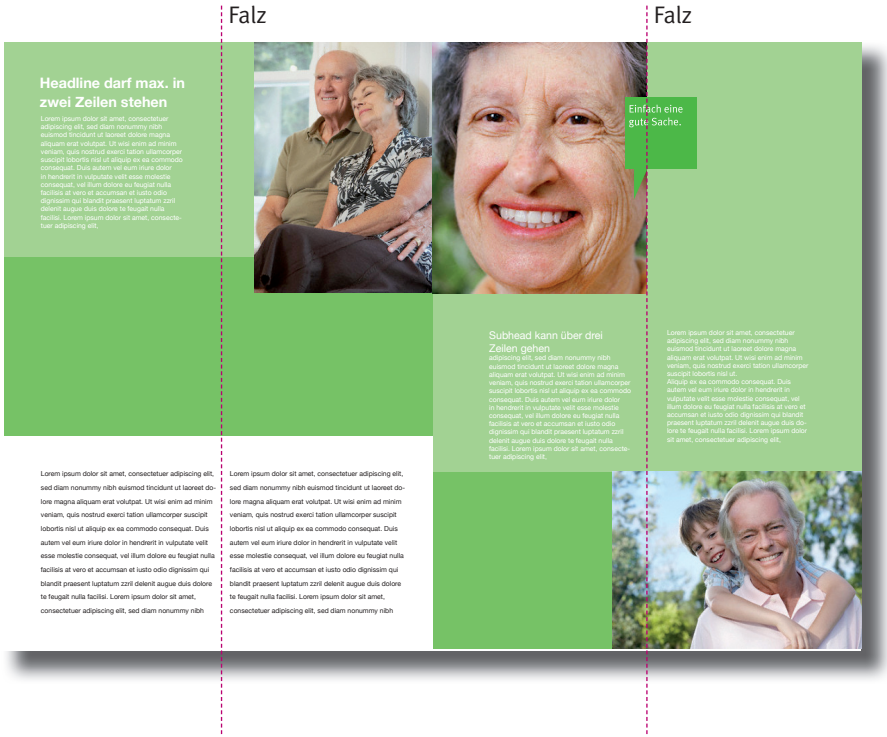
Falz

Beispiel DIN lang Flyer Doppelinnenseite

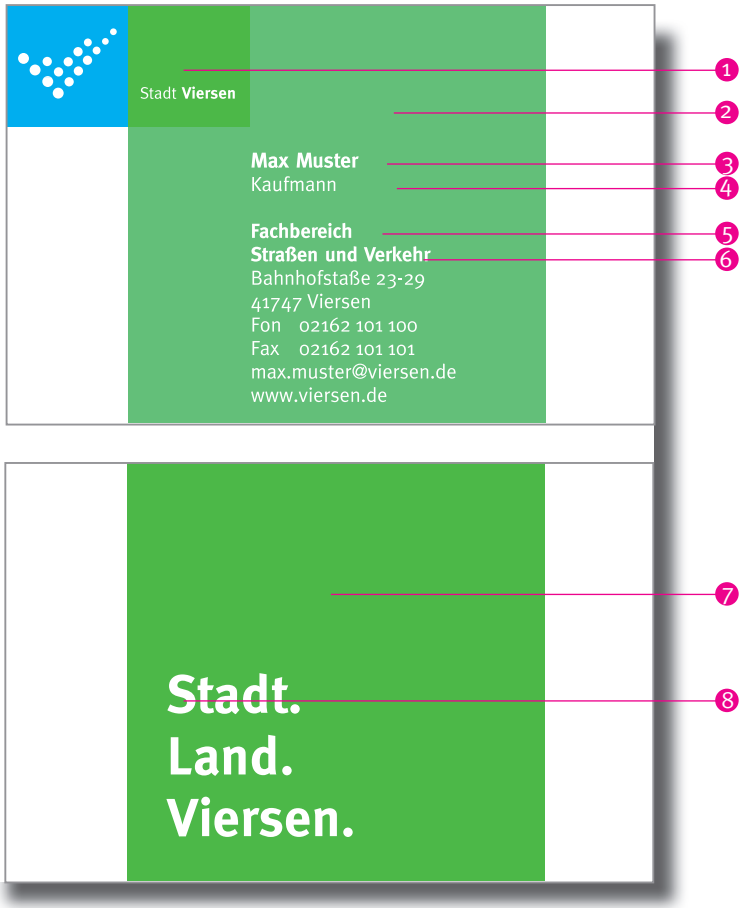
Anwendungsbeispiel DIN lang quer Doppelinnenseite ohne Anzeige des Rasters und Schutzraums.

8.4: RASTER | BROSCHÜREN

Anwendungsbeispiel DIN A5 (Altarfalz) Titel und Doppelinnenseite.



9.1: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | VISITENKARTE



Die Geschäftsausstattung ist im wörtlichen Sinne die »Visitenkarte« einer jeden Organisation. Um so mehr kommt es hier auf eine einheitliche Gestaltung, gute Lesbarkeit und optimale Funktionalität in der Handhabung an.

Visitenkarte: Format 85 x 55 mm, Vorder- und Rückseite. Papier: 240 g/m², matt gestrichen

1 Logogröße: 32 x 16 mm

2 Die Farbfläche beträgt 70%

3 Name: Meta bold 8 pt/9,2 Zeilenabstand

4 Funktion/Beruf/Titel: Meta normal 7,6 pt/9,2 ZA

5 Abteilung: Meta bold 7,6 pt/9,2 ZA

6 Kontakt: Meta normal 7,6 pt/9,2 ZA

7 Die Farbfläche beträgt 100%

8 Slogan: Meta bold 20 pt/23 ZA

9.2.1: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | BRIEFBOGEN

1 Absender: Arial bold/normal 6pt
Anschrift: Arial normal 10 pt/12 Zeilenabstand

2 Fachbereich: Arial bold 7,6 pt/10,3 ZA

3 Kontaktdaten: Arial bold/normal 7,6 pt/10,3 ZA

4 Logogröße: 35 x 17,5 mm

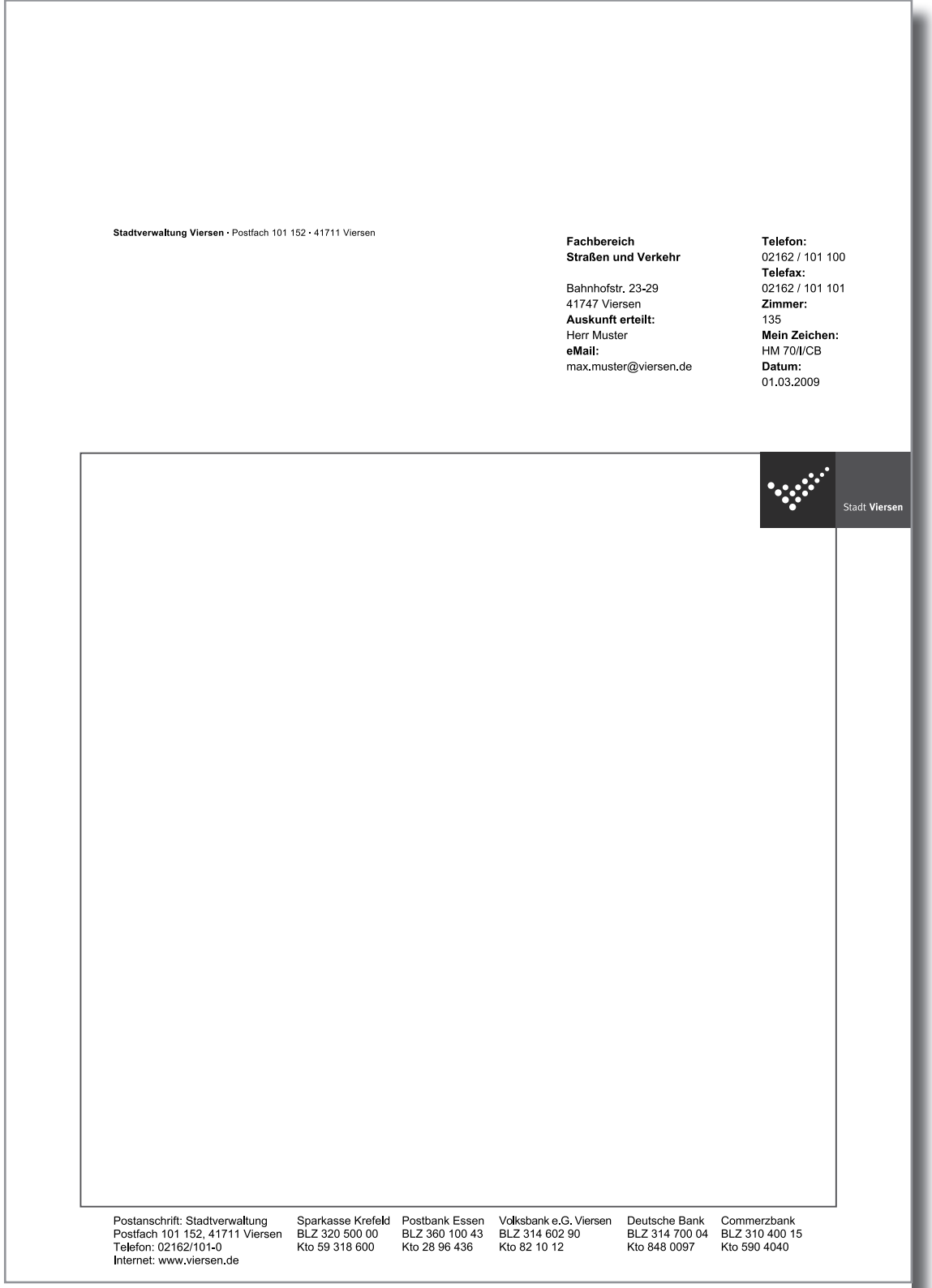
5 Betreffzeile: Arial bold VERSAL, 10 pt

6 Text: Arial normal, 10 pt/12 ZA, linksbündig

7 Die Farbfläche beträgt 11% schwarz

8 Kontoangaben: Arial normal, 7,5 pt/8,6 ZA

Der farbige Briefbogen wird nur bei besonderen Anlässen mit herausragender Bedeutung verwendet, wie z.B. bei Einladungen von hohem Wert oder bei Ansprache von wichtigen Sponsoren oder Investoren.
Bei dem täglichen Umgang mit dem Briefbogen wird die Variante in s/w eingesetzt.



9.2.2: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | BRIEFBOGEN

Graustufen

Bei dem täglichen Umgang mit dem Briefbogen wird diese Variante eingesetzt.

Der Bürgermeister

Stadt **Viersen**

9.3.1: GESCHÄFTSBOGEN | BÜRGERMEISTER

Stadt **Viersen**

9.4.1: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | FOLGESEITE

Farbig

Stadt **Viersen**

9.4.2: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | FOLGESEITE

Graustufen

9.5.1: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | FAXSEITE

FAX

Stadtverwaltung Viersen · Postfach 101 152 · 41711 Viersen

Fachbereich
Straßen und Verkehr

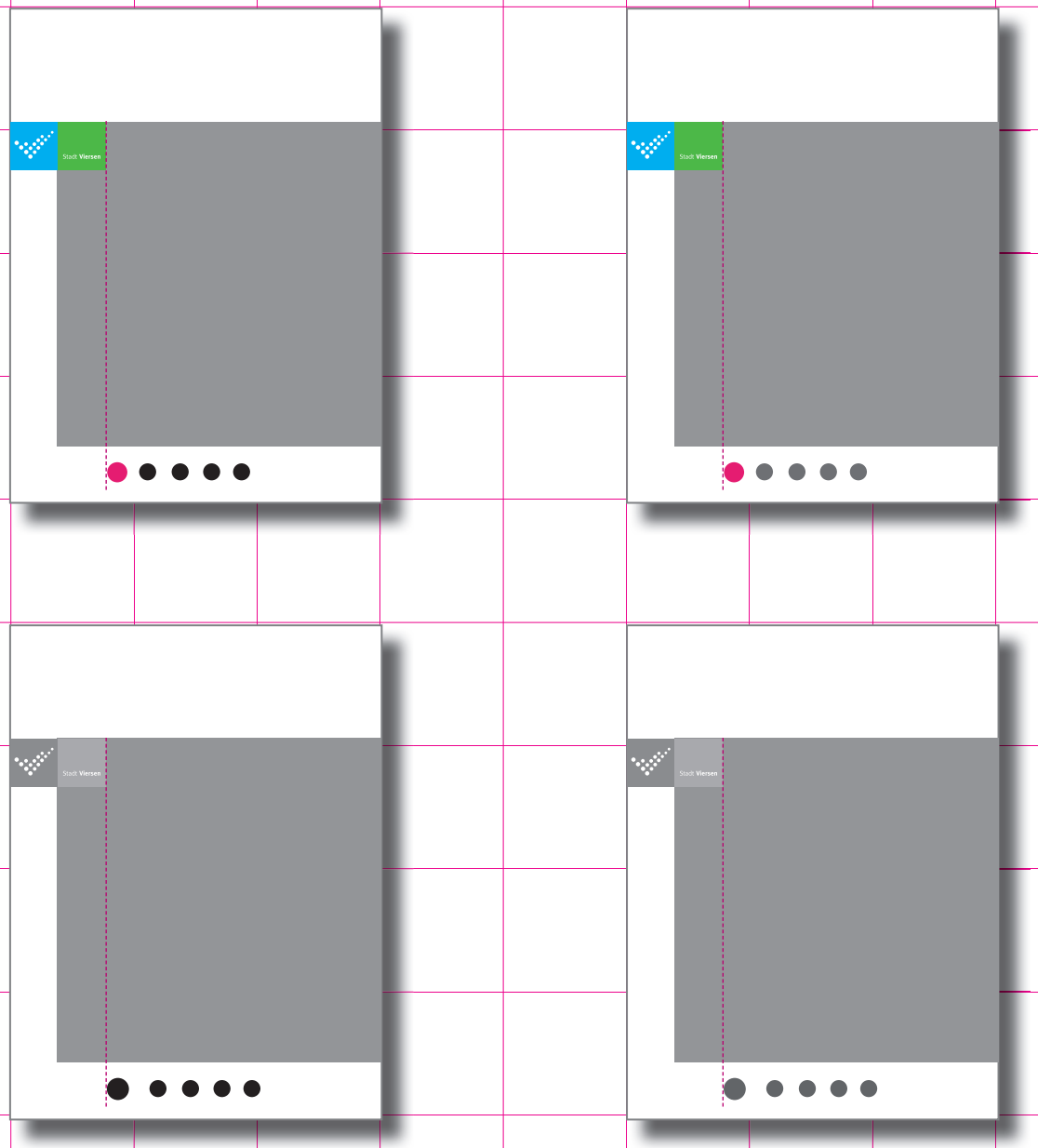
Bahnhofstr. 23-29
41747 Viersen
Auskunft erteilt:
Herr Muster
eMail:
max.muster@viersen.de

Telefon:
02162 / 101 100
Telefax:
02162 / 101 101
Zimmer:
135
Mein Zeichen:
HM 70/I/CB
Datum:
01.03.2009

Stadt **Viersen**

Stadt **Viersen**

9.5.2: GESCHÄFTSAUSSTATTUNG | FAX-FOLGESEITE



10.1: SPONSORENLOGOS

Die Sponsorenlogos stehen immer auf einem weißen Untergrund am unteren Rand und sind in s/w oder Graustufen abzubilden, um das Erscheinungsbild der Stadt Viersen nicht zu beeinträchtigen.

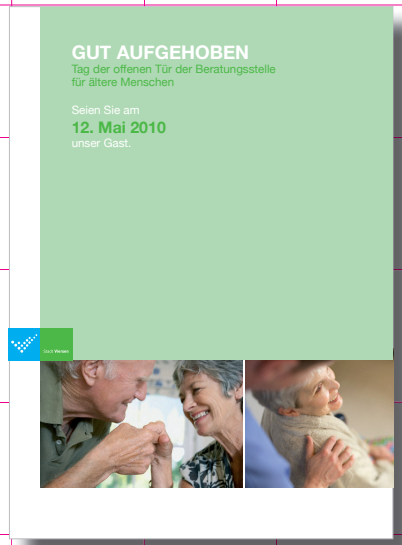
Das Hauptsponsorenlogo wird als erstes und in Farbe gesetzt. Es wird 30% größer als die anderen Logos dargestellt.
Die Größe des Hauptsponsorenlogos sollte zwischen 1/2 und 1/3 des Stadtlogos betragen. Es soll ein harmonisches Gesamtbild erzeugt werden. (Für Größe des Stadtlogos siehe 8.2)

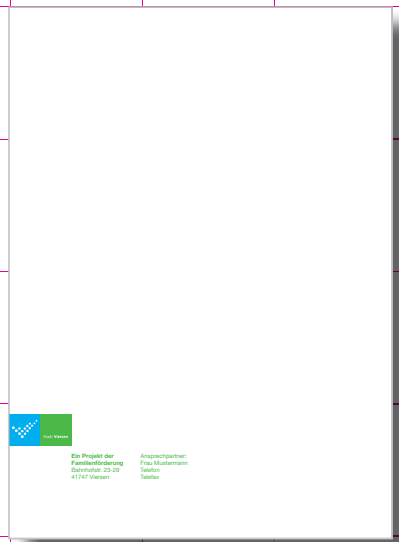
Nach Absprache mit dem Stadtmarketing können auch weitere Sponsorenlogos farbig dargestellt werden. Die Größe dieser Logos entspricht der Größe der s/w-Logos.

Bei einem DIN A3 Plakat würde das Hauptsponsorenlogo einen Durchmesser von 2,5 cm haben, oder 2,5 cm breit sein.

11.1: ANWENDUNGSBEISPIELE

Broschüre/Folder





11.2.1: ANWENDUNGSBEISPIELE

Stellenanzeige/Kurzform

Stadt **Viersen**

Die Stadt Viersen - 77.500 Einwohner - sucht für den Fachbereich 92 – **Städt. Betriebe –** zum 01.10.2009 eine/einen

Diplom-Ingenieur/in (FH/TH)
Fachrichtung Bauingenieurwesen/ Straßenbau

Stadt.
Land.
Viersen.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:
www.viersen.de

Stadt **Viersen**

Die Stadt Viersen - 77.500 Einwohner - sucht für den Fachbereich 92 – **Städt. Betriebe –** zum 01.10.2009 eine/einen

Diplom-Ingenieur/in (FH/TH)
Fachrichtung Bauingenieurwesen/ Straßenbau

Stadt.
Land.
Viersen.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter:
www.viersen.de

11.2.2: ANWENDUNGSBEISPIELE

Stellenanzeige/Langform

Stadt Viersen

Stadt.
Land.
Viersen.

Bei der Stadt Viersen - 77.500 Einwohner - ist im Fachbereich 92 - Städtische Betriebe- zum 01.10.2009 die Stelle eines/einer

Diplom-Ingenieur/in FH/TH

der Fachrichtung Bauingenieurwesen / Straßenbau

zu besetzen.
Bewerber mit gleichwertiger Ausbildung und entsprechender Berufserfahrung können sich ebenfalls an dem Bewerbungsverfahren beteiligen.
Die Stadt Viersen ist Straßenbaulastträger des kommunalen Straßennetzes mit ca 350 km Netzlänge. Zu den Aufgabengebieten des Fachbereiches gehören u.a. der Straßenbau, Straßen– und Brückenunterhaltung, Verkehrstechnik und -beschilderung.

Der Aufgabenbereich umfasst:

- Brückenunterhaltung und Überwachung der Ingenieurbauwerke
- Selbständige Durchführung von Straßenneubaumaßnahmen und Verkehrsanlagen
- Planung, Vorbereitung und Abwicklung von Straßensanierungsmaßnahmen
- Aufbau und Pflege einer städtischen Straßendatenbank.

Erwartet werden:

- Abgeschlossenes Studium (FH/TH) der Fachrichtung Bauingenieurwesen
- Selbständiges, teamorientiertes und effizientes Arbeiten
- Überdurchschnittliches Engagement bei zeitdefinierter Umsetzung von Einzelprojekten
- Kostenbewusstsein
- Erfahrung und Umgang mit fachspezifischer Datenverarbeitung
- Flexibler Einsatz für erweiterte fachbezogene Arbeitsbereiche
- Erfahrungen bzw. Bereitschaft zur Arbeit mit AutoCAD wären vorteilhaft.

Der Bewerber/die Bewerberin sollte die Fahrerlaubnis der Klasse C1 besitzen und bereit sein, das private Kraftfahrzeug für dienstliche Zwecke einzusetzen.

Das Entgelt wird nach Entgeltgruppe 11 TVöD gezahlt.
Die Stadt Viersen hat sich die berufliche Gleichstellung von Frauen und Männern zum Ziel gesetzt.

Auswahlentscheidungen erfolgen unter Berücksichtigung der Bestimmungen des Landesgleichstellungsgesetzes NRW. Die Besetzung der Stelle in Teilzeit ist möglich. Die Realisierung hängt von den eingehenden Bewerbungen ab.
Für Schwerbehinderte mit gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung gelten die Bestimmungen des SGB IX.

Wenn Sie an der ausgeschriebenen Stelle interessiert sind, senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen innerhalb von **3 Wochen** nach Erscheinen dieser Anzeige an die

Stadt Viersen
Fachbereich Hauptverwaltung –
Personalangelegenheiten -
Rathausmarkt 1 – 41747 Viersen.

Stadt Viersen

Stadt.
Land.
Viersen.

Bei der Stadt Viersen - 77.500 Einwohner - ist im Fachbereich 92 - Städtische Betriebe- zum 01.10.2009 die Stelle eines/einer

Diplom-Ingenieur/in FH/TH

der Fachrichtung Bauingenieurwesen / Straßenbau

zu besetzen.
Bewerber mit gleichwertiger Ausbildung und entsprechender Berufserfahrung können sich ebenfalls an dem Bewerbungsverfahren beteiligen.
Die Stadt Viersen ist Straßenbaulastträger des kommunalen Straßennetzes mit ca 350 km Netzlänge. Zu den Aufgabengebieten des Fachbereiches gehören u.a. der Straßenbau, Straßen– und Brückenunterhaltung, Verkehrstechnik und -beschilderung.

Der Aufgabenbereich umfasst:

- Brückenunterhaltung und Überwachung der Ingenieurbauwerke
- Selbständige Durchführung von Straßenneubaumaßnahmen und Verkehrsanlagen
- Planung, Vorbereitung und Abwicklung von Straßensanierungsmaßnahmen
- Aufbau und Pflege einer städtischen Straßendatenbank.

Erwartet werden:

- Abgeschlossenes Studium (FH/TH) der Fachrichtung Bauingenieurwesen
- Selbständiges, teamorientiertes und effizientes Arbeiten
- Überdurchschnittliches Engagement bei zeitdefinierter Umsetzung von Einzelprojekten
- Kostenbewusstsein
- Erfahrung und Umgang mit fachspezifischer Datenverarbeitung
- Flexibler Einsatz für erweiterte fachbezogene Arbeitsbereiche
- Erfahrungen bzw. Bereitschaft zur Arbeit mit AutoCAD wären vorteilhaft.

Der Bewerber/die Bewerberin sollte die Fahrerlaubnis der Klasse C1 besitzen und bereit sein, das private Kraftfahrzeug für dienstliche Zwecke einzusetzen.

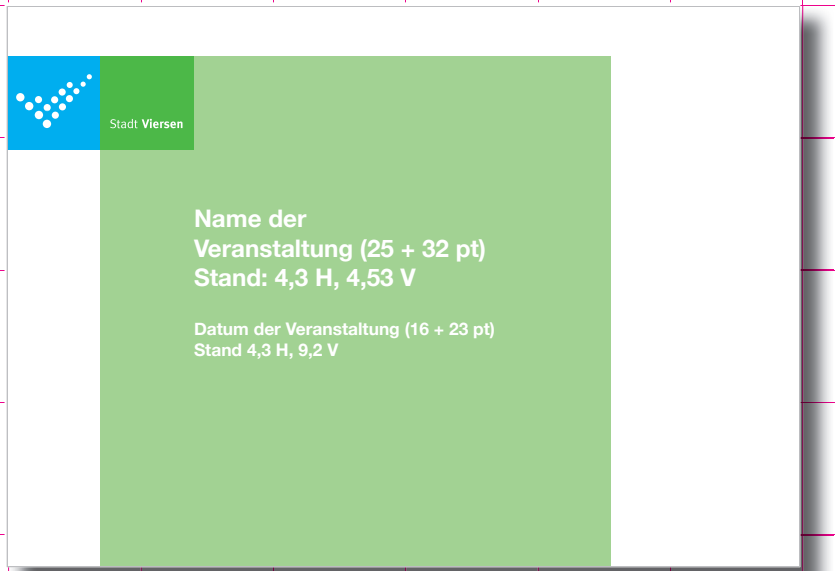
Das Entgelt wird nach Entgeltgruppe 11 TVöD gezahlt.
Die Stadt Viersen hat sich die berufliche Gleichstellung von Frauen und Männern zum Ziel gesetzt.

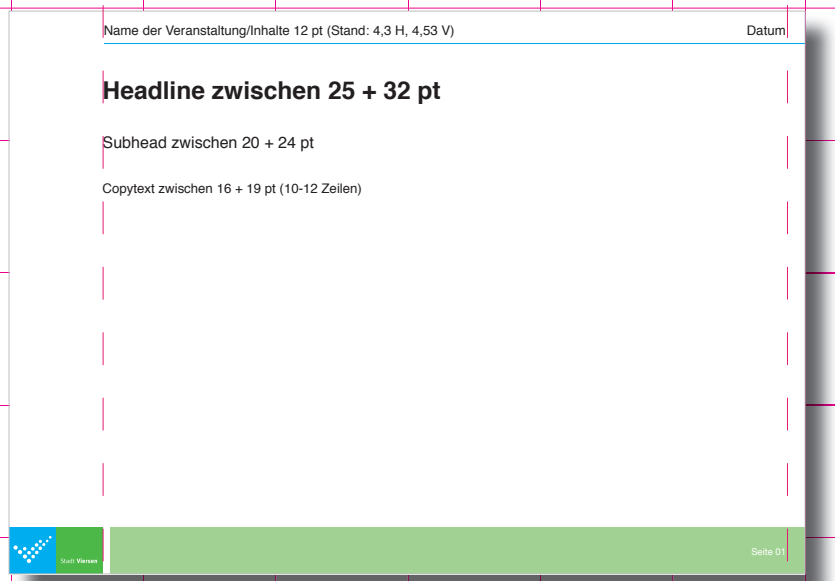
Auswahlentscheidungen erfolgen unter Berücksichtigung der Bestimmungen des Landesgleichstellungsgesetzes NRW. Die Besetzung der Stelle in Teilzeit ist möglich. Die Realisierung hängt von den eingehenden Bewerbungen ab.
Für Schwerbehinderte mit gleicher Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung gelten die Bestimmungen des SGB IX.

Wenn Sie an der ausgeschriebenen Stelle interessiert sind, senden Sie Ihre Bewerbung mit den üblichen Unterlagen innerhalb von **3 Wochen** nach Erscheinen dieser Anzeige an die

Stadt Viersen
Fachbereich Hauptverwaltung –
Personalangelegenheiten -
Rathausmarkt 1 – 41747 Viersen.

11.3.1: ANWENDUNGSBEISPIELE





PowerPoint Maske 4:3
Die Schrift wird immer am Logo ausgerichtet.
Sie beginnt immer am rechten Logorand.

Kopfzeile:
Im Menüpunkt Ansicht - Master - Folienmaster kann der Text geändert werden. Der Name der Veranstaltung/Inhaltspunkte stehen immer linksbündig, das Datum rechtsbündig.

Inhaltsseiten:
Die Headline steht immer auf den Koordinaten 3,1 horizontal und 1,31 vertikal vom oberen linken Rand (einstellbar entweder bei Textfeld-option „Textfeld formatieren“ oder „Platzhalter formatieren“ [rechte Maustaste]).
Wenn keine Subhead vorhanden ist, darf die Headline zweizeilig sein.

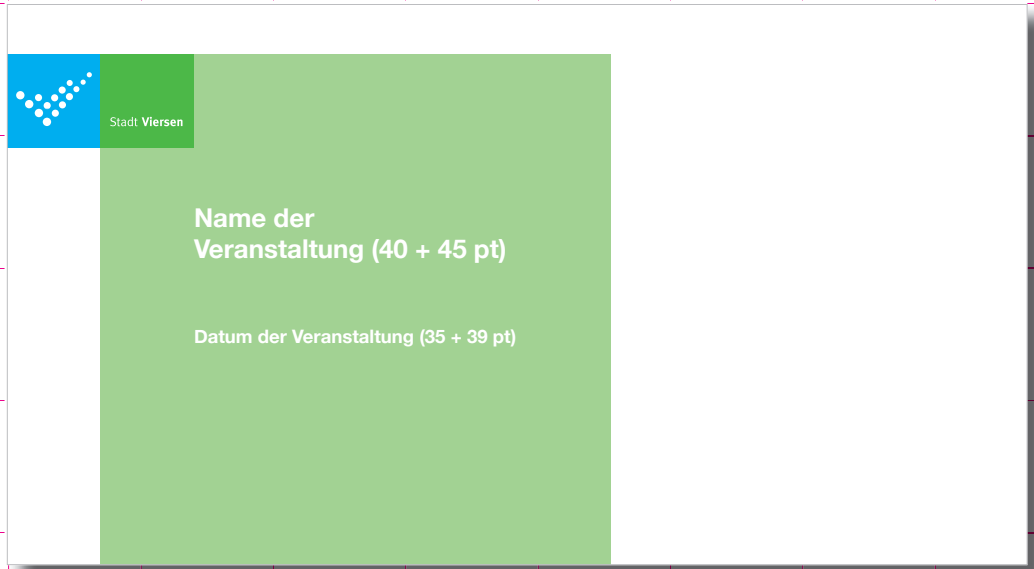
Zwischenseiten:
Koordinaten Textfeld: 6,61 H, 5 V
Schriftgröße wie bei Headline, 1-2-zeilig

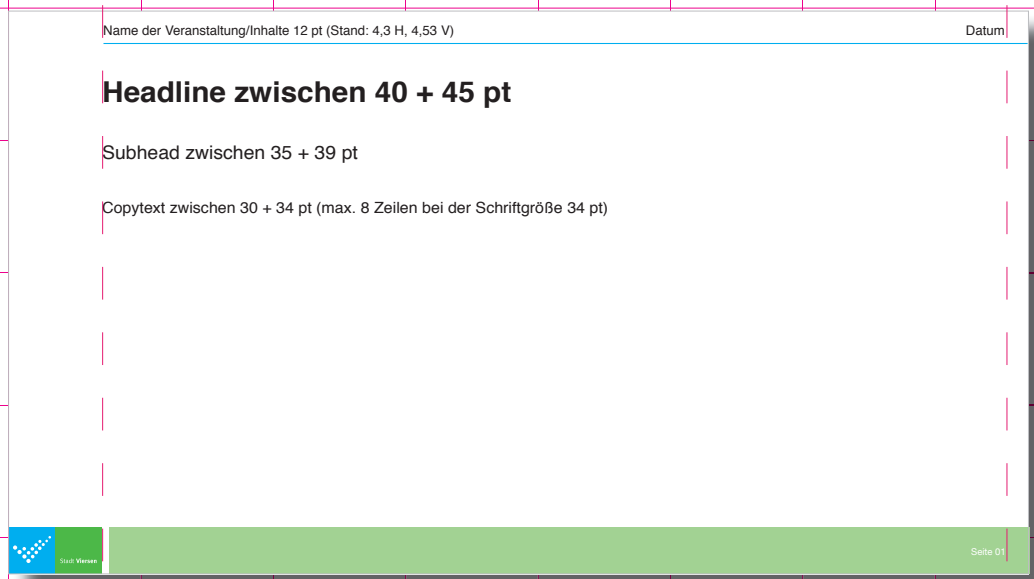
Koordinaten Subhead: 3,1 H, 3,2 V
Koordinaten Copytext: 3,1 H, 5,0 V

Nur Fotos auf einer Seite:
Max. Größe: 21,7 cm x 15,8 cm
Koordinaten seitenfüllendes Foto: 3,3 H, 1,31 V
Koordinaten kleineres, mittig gesetztes Foto:
6 H, 1,31 V

In der Fußzeile befindet sich nur das Logo und die Seitenzahl – sonst nichts!

11.3.2: ANWENDUNGSBEISPIELE





PowerPoint Maske 16:9

Titel:
Name: 6,78 H, 5,7 V
Datum: 6,78 H, 12 V
Inhaltsschwerpunkte: 6,78 H, 15,0 V

Folgeseite:
Headline: 6,78 H, 1,7 V
Subhead: 6,78 H, 4,3 V
Copytext: 6,78 H, 6,8 V

Zwischenseite:
Headline: 12,2 H, 7,7 V

Nur Foto:
Max. Höhe: 21,85 cm
Position: 7 H, 1,9 V
Mittig: 12 H, 1,9 V

Beim Copytext dürfen max. 8 Zeilen bei der Schriftgröße 34 pt verwendet werden.

Beide Masterfolien für die 4:3 und 16:9 Variante werden bei Bedarf vom Stadtmarketing zur Verfügung gestellt.

11.4: ANWENDUNGSBEISPIELE

Formular-Kopf bei Print- und Onlinevordrucken

Gemäß den europäischen Richtlinien werden ausschließlich einheitlich gestaltete Formulare eingesetzt. Ausnahme sind nur die stadtbetreffenden Formulare wie z.B. der Viersenpass. Hier wird das Graustufen-Logo verwendet und steht bündig auf der Höhe mit dem Adressfeldrand.

Bestellung von Personenstandsurkunden für

☐ nationale (deutsche) Zwecke
☐ internationale Zwecke
☐ Rentenzwecke

Rentenversicherungsnummer

Stadt Viersen

1. Besteller/in

Name der juristischen Person	Name/Ansprechpartner/in bei jur. Personen	Vorname

Straße, Hausnummer	PLZ	Ort

Telefon (Angabe freiwillig)	Fax (Angabe freiwillig)	E-Mail (Angabe freiwillig)

2. Bestellung

Anzahl
☐ Geburtsurkunde/n
☐ Beglaubigter Geburtenregisterausdruck
☐ Beglaubigte Abschrift aus dem Geburtenbuch

Geburtsname	Vorname

Geburtsort	Geburtsdatum (TT.MM.JJJJ)

Standesamt

Anzahl
☐ Eheurkunde/n
☐ Beglaubigte/r Eheregisterausdruck
☐ Beglaubigte Abschrift Familienbuch
☐ Beglaubigte Abschrift Heiratsbuch

Name des Mannes	Name der Frau

Ort der Eheschliessung	Hochzeitstag (TT.MM.JJJJ)

Standesamt

Anzahl
☐ Lebenspartnerschaftsurkunde/n
☐ Beglaubigte/r Lebenspartnerschaftsregisterausdruck

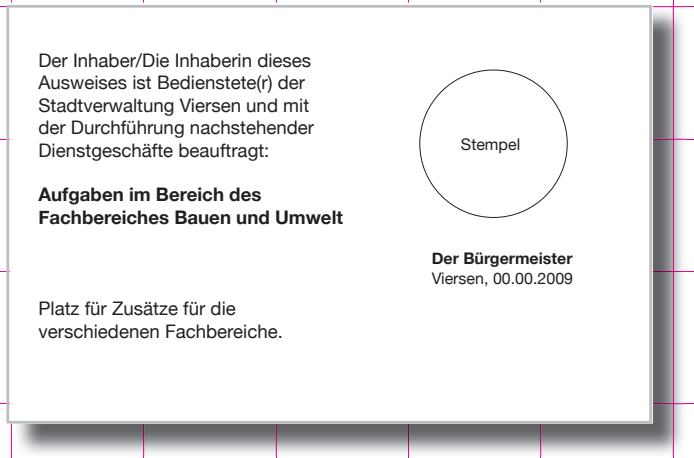
Geburtsname 1. Lebenspartner/in	Geburtsname 2. Lebenspartner/in

Standesamt	Eintragungsdatum

Vervielfältigung, Nachahmung, Veröffentlichung und elektronische Speicherung nur mit Genehmigung!

form-solutions.de www.form-solutions.de
07082/9464-0 - Telefax 07082/9464-17

Dienst-Ausweis



11.6.1: ANWENDUNGSBEISPIELE

Leitsystem | Intern

Stadt **Viersen**

1

Fachbereich
Bauen und Umwelt
Abteilung I Zentrale Bauverwaltung

Fachbereich
Wirtschaftsförderung
und Liegenschaften
Abteilung I Wirtschaftsförderung
und Stadtmarketing

EG

Fachbereich
Straßen und Verkehr
Abteilung I Verkehr

EG

Fachbereich
Straßen und Verkehr

Abteilung I Verkehr

Öffnungszeiten:
MO-FR: 08:00-12:00 Uhr
und nach Vereinbarung

135

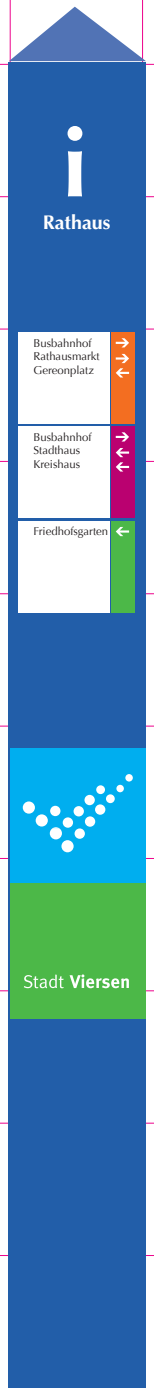
Max Mustermann

Stadt Viersen
Fachbereich
Straßen und Verkehr

11.6.2: ANWENDUNGSBEISPIELE

Leitsystem | Extern

Hier wird nur das neue Logo angebracht.



11.7: ANWENDUNGSBEISPIELE

Werbeschild | Gewerbepark

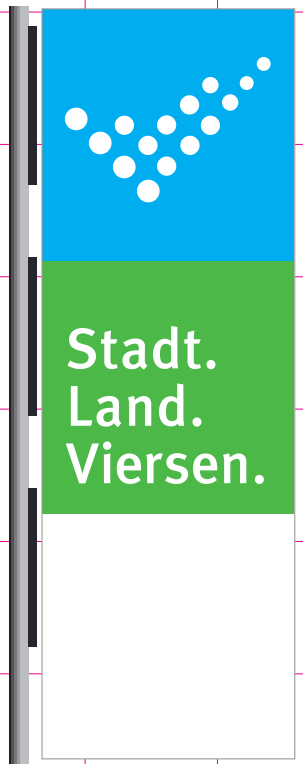
In der unteren weißen Fläche darf nur eine von drei Angabemöglichkeiten benutzt werden:
Info: ...
Tel.: ...
www. ... .de

Auf dem Foto oder der Grafik dürfen maximal zwei Angaben stehen:
Info: ...
Tel.: ...
www. ... .de
»Projektname«

Fahnen

Imagetransfer

Imagetransfer

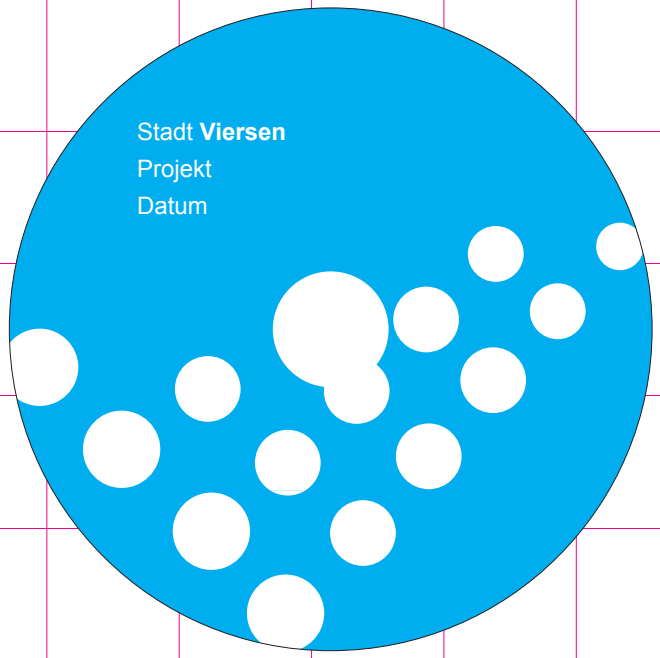


Veranstaltungswerbung

Banner

Stadt Viersen
SOMMERFEST IM STADTGARTEN
08-12. August 2009, ab 09:00 Uhr

11.10: ANWENDUNGSBEISPIELE



CD Booklet

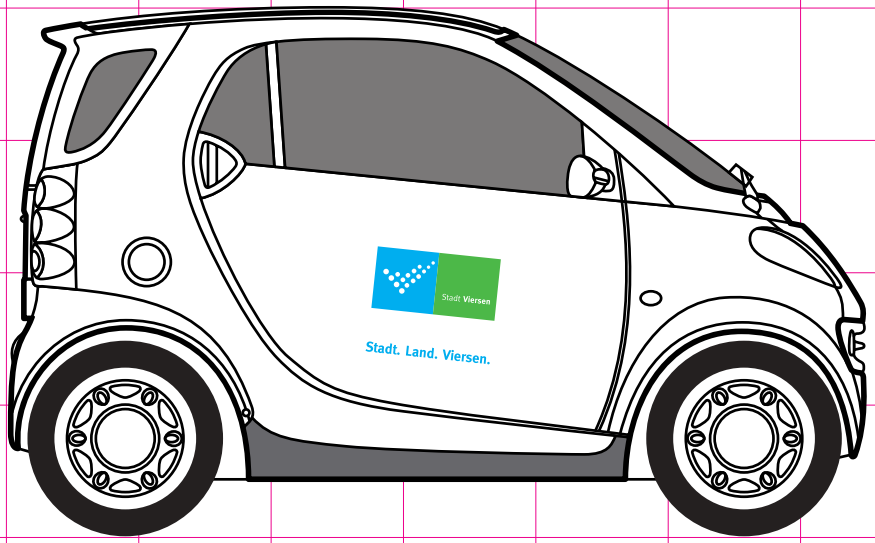
Schriftgröße + Art:
Titel: 18 pt, Arial bold
Datum: 13 pt, Arial normal

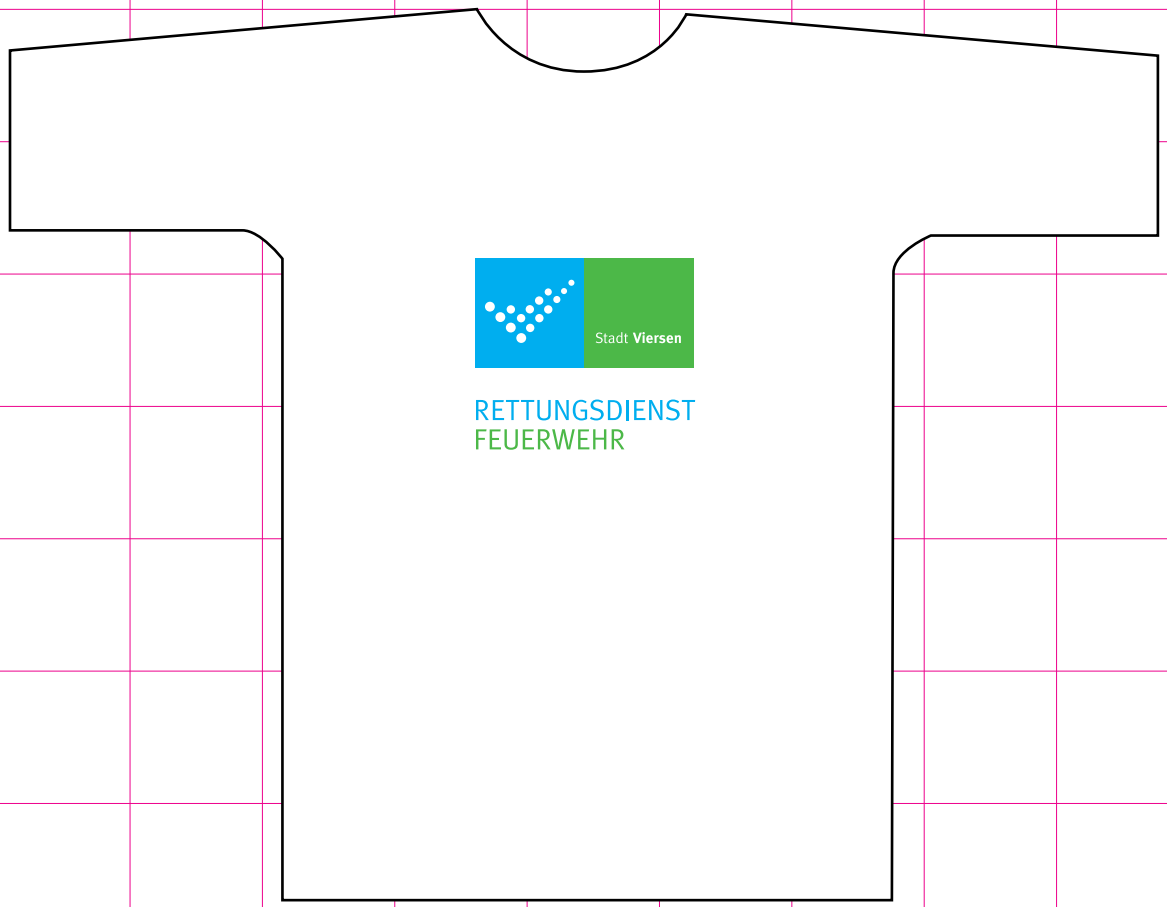
Stand des Titels:
Zwischen dem Logo und Titel/Text bleibt eine Leerzeile frei.

Aufkleber

11.12: ANWENDUNGSBEISPIELE

Autobeschriftung





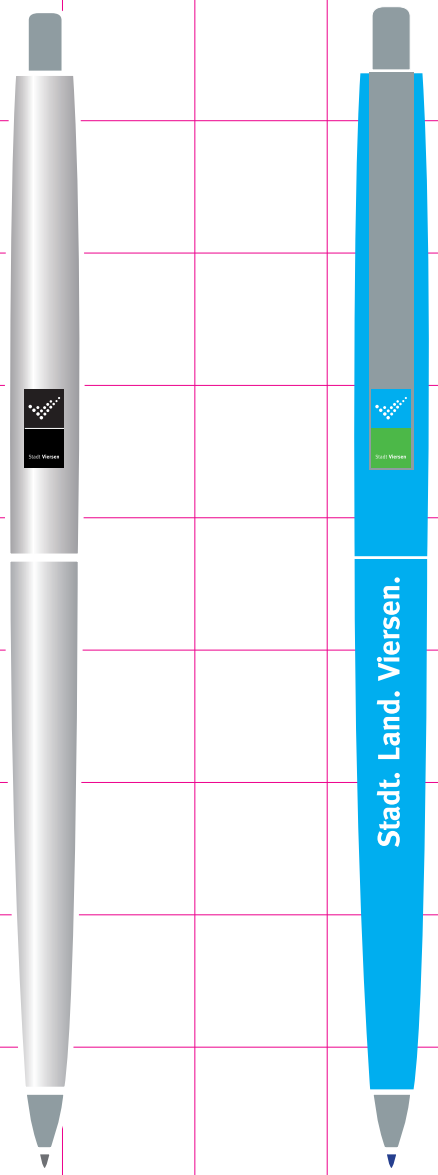
11.13: ANWENDUNGSBEISPIELE

T-Shirt Druck | Rettungsdienst/Feuerwehr

Zusätzlich zu dem Logo darf nur der Veranstaltungsname oder Fachbereich in Grün oder Blau stehen (max. 2 Zeilen).

11.14: ANWENDUNGSBEISPIELE

Merchandising | Stift

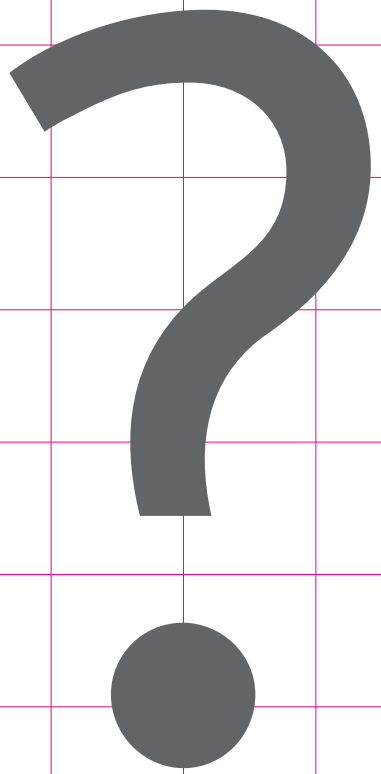


11.15: ANWENDUNGSBEISPIELE

E-Mail Signatur

Schrift: Arial, 10 pt, Stadt Viersen und Fachbereich inkl. Zusatz in Arial bold.

Stadt Viersen
Fachbereich
Zusatz (z.B. Stadtmarketing/Citymanagement o.ä.)
Straße
PLZ Ort
Telefon: 02162 / 101 - Durchwahl
Telefax: 02162 / 101 - Durchwahl
Mobil (falls erwünscht):
E-M@il: ...@viersen.de
Internet: www.viersen.de



12.1: ERKLÄRUNG VON FACHBEGRIFFEN

Anschnitt: Elemente, die über den Seitenrand hinaus gehen

Bold: fett

Copytext: Fließtext

Condensed: gestaucht

Headline: Überschrift

Layoutfläche: Gestaltungselement

Thin: dünn

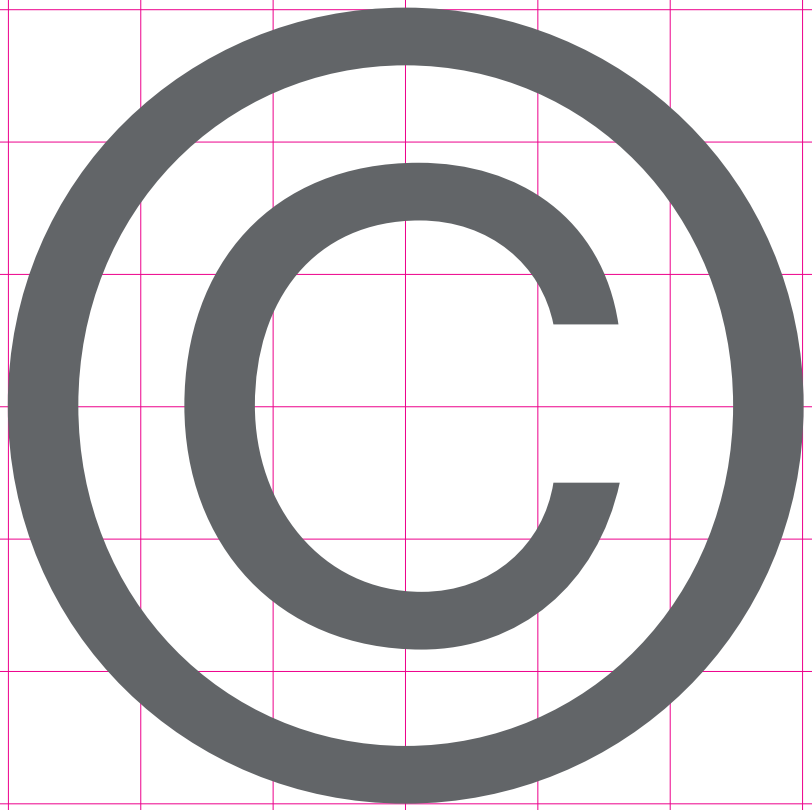
Merchandising: Werbeartikel

Roman/Regular: normal

Subhead: Zwischenüberschrift

Typo: Schrift

ZA: Zeilenabstand



IMPRESSUM

Das uneingeschränkte Copyright liegt bei der Stadt Viersen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Stadt Viersen
Fachbereich 70 -
Wirtschaftsförderung und Liegenschaften -
Stadtmarketing

Bahnhofstraße 23-29
41747 Viersen
Telefon: 02162/101-107

Layout:
28 LIMITED BRAND
www.twenty-eight.de