

# Das visuelle Erscheinungsbild

Styleguide

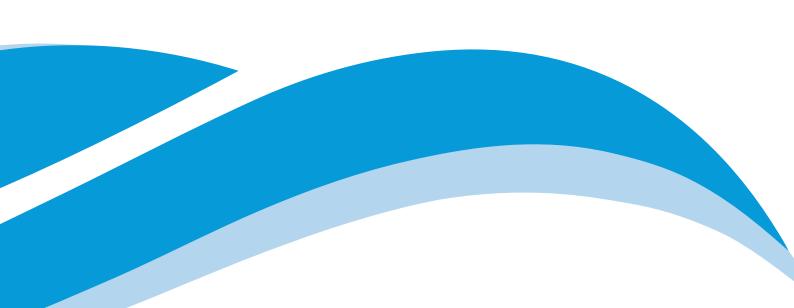
Stand: September 2020





# **Das visuelle Erscheinungsbild**

Informationen und Richtlinien zum Corporate Design



# Styleguide

#### **Impressum**

#### Herausgeber

Stadt Monheim am Rhein – Der Bürgermeister – Rathausplatz 2 · 40789 Monheim am Rhein www.monheim.de

#### Ansprechpersonen

#### **Thomas Spekowius**

Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerschaftsbeteiligung Telefon: +49 2173 951-150 E-Mail: tspekowius@monheim.de

#### **Nadine Lach**

Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerschaftsbeteiligung Mediengestaltung Telefon: +49 2173 951-1582

Telefon: +49 2173 951-1582 E-Mail: nlach@monheim.de

# Corporate-Design-Entwicklung und Styleguide-Gestaltung

media machine GmbH, Mainz www.mediamachine.de

#### Anwendungsbeispiele

media machine GmbH, Mainz (Anwendungsbeispiele, die nicht von der media machine GmbH gestaltet wurden, sind gesondert ausgewiesen.)

#### Fotos

Stadt Monheim am Rhein media machine GmbH, Mainz

#### Copyright

Monheim am Rhein Stand September 2020

# **Inhalt**

Vorwort   Einleitung	6
Die Wort-/Bildmarke	
Die Wort-/Bildmarke Die Logo-Familie Die erweiterte Logo-Familie Flat Design Versionen der Wort-/Bildmarke Die Farbwerte Der Logo-Schutzraum No-Go-Beispiele	10 12 13 14 16 17 18
Typografie und Sprachstil	
Die Hausschrift und Korrespondenzschrift Die Ergänzungsschrift Allgemeine typografische Regeln Ein einheitliches Schriftbild Ein gerechter Sprachstil für alle	22 23 24 26 28
Die Gestaltungselemente	
Das Farbsystem Die Formate	32 33
Die Geschäftspapiere	
Der Briefbogen Der Briefbogen mit Korrespondenzschrift Die Visitenkarten Die Briefumschläge	36 37 38 39
Anwendungsbeispiele	
Faltblatt - Kindergeburtstage Speisekarte Plakate Banner Faltblatt - Saunaland Hinweisschilder Flaggen Busbeklebung	42 43 44 45 46 48 49 50
Galerie	
Sauna-Banner, Flaggen, Flyer	54

## **Vorwort | Einleitung**

# Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Kreativschaffende,

Monheim am Rhein erlebt seit vielen Jahren eine aufregende und mitreißende Entwicklung. Auf dieser Welle schwimmen auch die Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH und ihr Gesicht – das Mona Mare – oben mit. Nachdem 2017 bereits die Saunalandschaft an der Kurt-Schumacher-Straße komplett neu gestaltet wurde, erlebt nun der Schwimmbereich eine bauliche Erneuerung und Angebotsausweitung, deren positive Strahlkraft weit über die Stadtgrenzen hinaus wirken wird.

Optisch hat sich ohnehin bereits ganz viel getan. Das gesamte Erscheinungsbild des Mona Mare wurde 2018 und 2019 entschlackt, modernisiert und aufgefrischt. Neue Layouts für Flyer, Plakate und Beschilderungen sowie ein neuer Internetauftritt und eine eigene Bildsprache wurden entwickelt. Die Professionalisierung bei der Außendarstellung bündelt auch das vorliegende Gestaltungshandbuch.

Herzstück geblieben ist die seit Jahrzehnten über den charakteristischen Wellen stehende Sonne im Logo des Monheimer Erlebnisbads. Das markante Erkennungszeichen wurde jedoch vollständig überarbeitet. Es ist nun wesentlich klarer in der Darstellung sowie weniger kleinteilig und verspielt – logoartiger eben. Weiterhin steht es jedoch für das ehrliche Versprechen: Wir bieten Badespaß für die ganz Familie und spenden Wärme!

Die neu kreierte Wort-/Bildmarke, kurz das neue Logo des Mona Mare, fügt sich optisch an das Stadtlogo an und reiht sich in Farbgebung und Typografie harmonisch in die Logo-Familie der weiteren städtischen Tochtergesellschaften ein. Zudem wurde darauf aufbauend auch ein vollständiges Corporate Design entwickelt, das die Eigenständigkeit der Marke unterstreicht. Erstmals wurde über den vorliegenden Styleguide zudem definiert, wie die einzelnen Elemente der Wort-/Bildmarke auch losgelöst vom Logo als Elemente in der Außendarstellung eingesetzt werden können.



Selbstbewusst können wir sagen: Das Mona Mare ist schon heute eine starke Marke, die wir in Zukunft noch weiter positiv aufladen werden. Wir bieten hervorragende Freizeit- und Naherholungsangebote – demnächst sogar mit echten Wellen, die den Weg aus dem Logo heraus in die Realität genommen haben. Diese Stärken wollen wir zeigen. Jetzt geht genau das noch besser. Aber es geht tatsächlich nur dann, wenn wir sie zeitgemäß und ansprechend präsentieren. Die Präsentation unserer Dienstleistungen muss in der Öffentlichkeit ein stimmiges Bild ergeben – professionell, sympathisch und mit hohem Wiedererkennungswert.

Ein Corporate Design ist viel mehr als nur ein Logo. Das Hauptaugenmerk liegt auf einem einheitlichen Erscheinungsbild. Durch das Setzen typografischer und gestalterischer Regeln, die für hausgemachte Publikationen genauso gelten wie für Veröffentlichungen, die wir mit der Unterstützung von Agenturen realisieren, schaffen wir einen roten Faden.

Damit ein Corporate Design nicht willkürlich und ausufernd anmutet, bedarf es einiger Festlegungen, man könnte auch sagen Beschränkungen. Nur durch die Reduzierung der formalen Mittel gelingt es, genügend Eigenständigkeit zu entwickeln. Man kann es auf den einfachen Nenner bringen: Wenn alles erlaubt ist, wird auch alles gemacht. Dann jedoch verwässert jedes Corporate Design, es wirkt nicht mehr homogen und die Wiedererkennbarkeit leidet.



Bei einer so großen Logo-Familie wie der der Stadt Monheim am Rhein mit all ihren Beteiligungsgesellschaften ist es unabdingbar, eine möglichst klare, übersichtliche Formensprache zu finden. Je mehr Farben, Formen, Schriften und Materialien eingesetzt werden, umso unruhiger und chaotischer wird das Ergebnis. Das Design wirkt plötzlich billig, geschwätzig, austauschbar und nicht stringent. Deshalb sollten allein die über dieses fast 70 Seiten starke Gestaltungshandbuch zur Verfügung gestellten CD-Bausteine Verwendung finden. Und nur in begründeten Ausnahmefällen und nach Rücksprache sollten darüber hinausgehende Ergänzungen und Erweiterungen zum Einsatz kommen.

Aus einer Fülle an Corporate Designs wird für die gesamte Stadt Monheim am Rhein so eine umfassend gültige Corporate Identity. Alle Gesellschaften und Einrichtungen sprechen eine gemeinsame visuelle Sprache und pflegen einen gemeinsamen Sprachstil. Sie profitieren positiv voneinander. Trotz allem hat jede Gesellschaft genügend eigene Strahlkraft, um auch für sich allein wahrgenommen zu werden.

Gemeinsam mit ihren Gesellschaften und Einrichtungen vermittelt die Stadt Monheim am Rhein damit auch visuell den Eindruck einer homogenen, modernen, zielstrebigen und sympathischen Stadt, die in den unterschiedlichsten Bereichen daran arbeitet, den Monheimerinnen und Monheimern – die erfreulicherweise zugleich auch immer häufiger Gäste im Mona Mare sind – ein lebenswertes Umfeld zu schaffen.

Die in diesem Gestaltungshandbuch beschriebenen Vorgaben bilden die Basis für eine visuell erfolgreich aufeinander abgestimmte Kommunikation mit den Menschen, für die alle Beschäftigen der Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH täglich arbeiten.

Die hier gesetzten Regeln sind freundliche Handreichung und verbindliche Vorgabe zugleich. Orientieren Sie sich in Ihrer Arbeit an den zahlreichen Gestaltungsmustern. Die Gestaltungsrichtlinien bilden nicht nur den optischen Schulterschluss zur Stadt Monheim am Rhein mit ihren anderen Tochtergesellschaften, sie stärken die Allwetterbad GmbH und damit das Mona Mare auch bei der weiteren Ausbildung ihrer eigenen positiven Marke.

Beim Einsatz des Corporate Designs wünschen wir Ihnen viel Freude – und immer die richtige Welle.

Daniel Zimmennam

Daniel Zimmermann

Bürgermeister der Stadt Monheim am Rhein Aufsichtsratsvorsitzender der Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH

André Zierul

Geschäftsführer der

Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH



# Wort-/Bildmarke



#### Die Wort-/Bildmarke





Die Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Monheim am Rhein.

Das Logo des Allwetterbads Mona Mare ist demzufolge an das Corporate Design der Stadt Monheim am Rhein angelehnt. Schriften, Farben und Gestaltungselemente finden sich so oder ähnlich auch im Monheim-CD.

Die Mona-Mare-Wort-/Bildmarke baut inhaltlich auf dem alten Logo auf. Die abstrahierten Wellen und die untergehende Sonne finden sich im alten wie im neuen Logo.

Ebenso wurde in der neuen Wort-/Bildmarke die Kleinschreibung des Eigennamens beibehalten.

Gestalterisch wurde das Logo vereinfacht, modernisiert und klarer strukturiert. Es wirkt nun erwachsener und ist besser lesbar.

Die Farbigkeit wurde auf zwei Farben (Blau und Gelb) reduziert.

Es wird ebenfalls eine Logo-Version auf blauem Grund eingesetzt.

Die Wellen können aus gestalterischen Gründen auch herausgelöst aus der Wort-/Bildmarke als grafisches Element eingesetzt werden. Auch eine angeschnittene Darstellung ist möglich (siehe Titelblatt dieser Broschüre). Der für das Logo angestrebte Schutzraum gilt in diesem Fall nicht.



Die Wort-/Bildmarke ist der Kern des neuen Erscheinungsbildes des Mona Mare. Die Marke wirkt symphatisch und hat einen hohen Wiedererkennungswert.

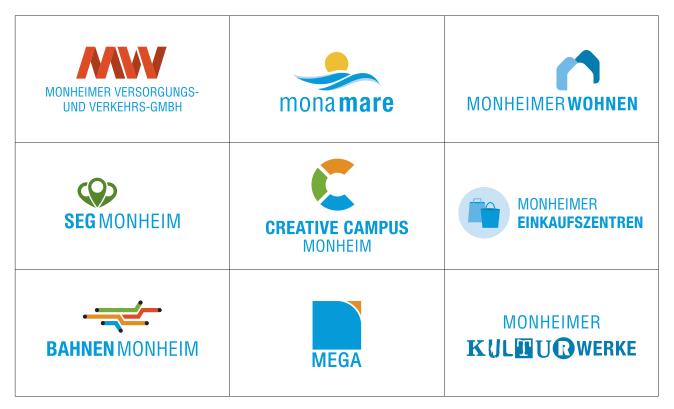
Das Logo wird auf allen Publikationen des Allwetterbads (wie zum Beispiel Geschäftspapieren, Broschüren und Beschilderungen) platziert.

Das Logo steht auf einer weißen oder blauen Fläche oder auf passenden Hintergrundbildern, denen eher eine grafische Aufgabe zukommt und die dem Logo nichts von seiner Strahlkraft nehmen.

Bei der Logo-Typografie handelt es sich um die serifenlose Helvetica Condensed in den Schnitten Light und Bold. Sie läuft etwas enger als die herkömmliche Helvetica, wirkt elegant, modern und ist sehr gut lesbar.

## Die Logo-Familie

#### Gestaltungsbeispiele der Gesellschaften der Stadt Monheim am Rhein



**Logo MEGA**Gestaltung: Peter Norf
Corporate-Design-Anpassung: media machine GmbH

Um die Zusammengehörigkeit und gemeinsame Stärken zu unterstreichen und einen insgesamt hohen Wiedererkennungswert zu schaffen, wurde 2017 damit begonnen, das äußere Erscheinungsbild aller Tochtergesellschaften und städtischen Einrichtungen hinsichtlich Typografie und Farbwelt an das Corporate Design der Stadt Monheim am Rhein anzupassen. So ist heute gewährleistet, dass die einzelnen Logos auch in ganz unterschiedlichen Kombinationen miteinander immer ein stimmiges Bild abgeben.

Die unterschiedlichen Wort-/Bildmarken sollen sich weder gegenseitig ausstechen noch im Weg stehen. Sie müssen – bei aller Nähe zueinander – allerdings auch genügend Eigenständigkeit aufweisen, um ihre unterschiedlichen Zielgruppen problemlos zu erreichen.

## Die erweiterte Logo-Familie

#### Gestaltungsbeispiele für Einrichtungen und andere Organisationen der Stadt Monheim am Rhein



















**Logo Kunstschule**Gestaltung: Nicole Hering
Corporate-Design-Anpassung: media machine GmbH

**Logo Musikschule** Gestaltung: media machine GmbH Auf Basis eines Entwurfs von: Nicole Hering **Logo Mo.Ki** Gestaltung: Strich!Punkt GmbH Corporate-Design-Anpassung: media machine GmbH

**Logo Ulla-Hahn-Haus** Gestaltung: Sabine Dully Corporate-Design-Anpassung: media machine GmbH

Die meisten der auf dieser Doppelseite abgebildeten Logos sind komplett neu gestaltet worden. Zum Beispiel, weil sich mit der Entwicklung eines Logos auch der Name der Gesellschaft geändert hat, oder weil es die betreffende Tochtergesellschaft in dieser Form vorher noch nicht gegeben hat.

Das Mona-Mare-Logo zum Beispiel stellt eine Neuinterpretation des alten Logos dar. Sonne, Wellen und die Kleinschreibung des Namens sind inhaltlich übernommen worden.

Einzig das MEGA-Logo bleibt weitestgehend unangetastet. Nur die Farben und die Typografie sind hier behutsam an das Corporate Design der Stadt angepasst worden.

# **Flat Design**

Flat-Design-Beispiele Mona Mare, Kunstschule, Mo.Ki und Monheimer Lokalhelden (Ausschnitte)







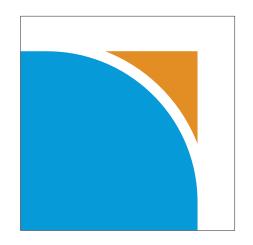


Sämtliche Logos der Stadt Monheim am Rhein und ihrer Gesellschaften und Einrichtungen sind im sogenannten Flat Design konzipiert.

Beim Flat Design wird auf Verzierungen, Schlagschatten, Verläufe, dreidimensionale Elemente und realistische Oberflächen (z.B. Holzmaserung), verzichtet. Im Mittelpunkt steht die gestalterische Reduzierung auf das Wesentliche.

Flat Design eignet sich durch seine Einfachheit perfekt für die Gestaltung von Infografiken, Icons und Logos. (Ein bekanntes Beispiel für den Einsatz von Flat Design sind die sogenannten Kacheln von Windows 8.1)

Flat-Design-Beispiele MEGA, Jugendparlament, Monheimer Wohnen und Bahnen der Stadt Monheim (Ausschnitte)









Das Flat Design für die Stadt Monheim am Rhein und ihre Gesellschaften und Einrichtungen geht über die jeweilige Logo-Entwicklung hinaus. Auch die übrigen Gestaltungselemente wie Balken, Linien, Flächen und Grafiken verzichten auf Verzierungen, Schatten und dreidimensionale Elemente. In begründeten Ausnahmefällen können in Absprache mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerschaftsbeteiligung der Stadt Monheim am Rhein jedoch auch solche Gestaltungselemente mit in die Entwürfe einbezogen werden.

Durch das Flat Design und die einheitliche CD-konforme Farbgebung wird eine übergreifende gemeinsame Ebene geschaffen, die es ermöglicht, unterschiedliche Herangehensweisen – wie zum Beispiel die gekleksten Logos des Mo.Ki und der Kunstschule mit den eher sachlichen Logos der MEGA und des Jugendparlamets zu kombinieren.

#### Versionen der Wort-/Bildmarke



#### Logo-Version auf weißer Fläche

Typografie und dunkler Teil der Wellen 100% Monheim-am-Rhein-CD-Blau, Hintergrundfläche 100% Weiß, heller Teil der Wellen 32% Corporate-Design-Blau Sonne 100% Monheim-am-Rhein-CD-Gelb



#### Logo-Version Graustufen auf Weiß

Typografie und dunkler Teil der Wellen 100% Schwarz, Hintergrundfläche 100% Weiß, heller Teil der Wellen und Sonne 40% Schwarz



#### Logo-Version auf blauer Fläche

Heller Teil der Wellen und Typografie Weiß, Hintergrundfläche 100% Corporate-Design-Blau, dunkler Teil der Wellen 32% CD-Blau Sonne 100% Monheim-am-Rhein-CD-Gelb

Die Bildmarke und der Schriftzug bilden eine in sich stimmige Einheit. Veränderungen des Logos sind nicht zulässig. Vergrößerungen und Verkleinerungen dürfen nur im gleichen Seitenverhältnis vorgenommen werden.

Grundsätzlich muss jede Abbildung der Wort-/Bildmarke von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerschaftsbeteiligung der Stadt Monheim am Rhein genehmigt werden.

#### Die Farbwerte

#### Logo-Version auf weißer Fläche







#### Logo-Version Graustufen auf Weiß





#### Logo-Version auf blauer Fläche









#### **Farbwerte in CMYK**

Vierfarbmodus für Druckerzeugnisse

Blau CMYK 85 / 21 / 0 / 0
Hellblau CMYK 26 / 7 / 2 / 0
Gelb CMYK 0 / 16 / 100 / 10
Schwarz CMYK 0 / 0 / 0 / 100

#### **Farbwerte in RGB**

Farbmodus für die Monitordarstellung

Blau RGB 0 / 152 / 219 Hellblau RGB 199 / 221 / 238 Gelb RGB 225 / 178 / 0 Schwarz RGB 0 / 0 / 0

#### **Farbwerte in RAL**

Farbmodus für Wandfarbe oder Lacke

Blau RAL 5012 Hellblau RAL 250 80 10 Gelb RAL 1012

#### **Farbwerte in Pantone**

Farbmodus für Sonderfarben

Blau Pantone 2925c Hellblau Pantone 643c Gelb Pantone 110c

Die Farben basieren auf dem Farbsystem der Stadt Monheim am Rhein. Das Logo enthält die CD-Farben Gelb, Blau und eine Variante mit 32 Prozent des Blautons.

Die Farben können auch als reine Zierfarben zum Einsatz kommen oder für Tabellen und Grafiken genutzt werden.

In aller Regel werden alle Publikationen des Mona Mare vierfarbig in CMYK gedruckt.

# Der Logo-Schutzraum





Der Logo-Schutzraum beschreibt den einzuhaltenden Mindestabstand zur umgebenden Typografie, zu Bildern oder Grafiken.

Im Falle des Mona-Mare-Logos errechnen sich die Grenzen des Schutzraums durch speziell festgelegte Einheiten (zwei Einheiten links und rechts, zwei Einheiten unten und oben). Eine Einheit entspricht dem Abstand der Welle zum Buchstaben "a" des Wortes mona.

## No-Go-Beispiele

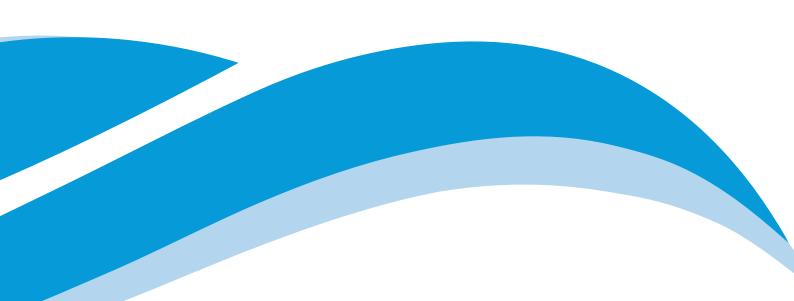


Die Wort-/Bildmarke darf in keiner Weise verändert werden – weder in der Anordnung der Logo-Elemente noch in der Farbigkeit, der Auswahl der Typografie oder durch die Einschränkung des Schutzraums.

Auf dieser Seite finden sich einige Negativbeispiele, die verdeutlichen, auf was Nutzende zu achten haben. Einige dieser Beispiele schleichen sich unbemerkt ein (zum Beispiel das Dehnen oder Stauchen des Logos), andere werden häufig aus Unwissenheit eingesetzt.



# Typografie und Sprachstil



## Die Hausschrift und Korrespondenzschrift Droid Sans

#### **Droid Sans Regular**

Alphabet: 11 und 22 Punkt, Quick brown fox: 9 und 11 Punkt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

#### **Droid Sans Bold**

Alphabet: 11 und 22 Punkt, Quick brown fox: 9 und 11 Punkt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

## Die Ergänzungsschrift Droid Serif

#### **Droid Serif Regular**

Alphabet: 11, Quick brown fox: 9 Punkt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

#### **Droid Serif Bold**

Alphabet: 11, Quick brown fox: 9 Punkt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

#### **Droid Serif Italic**

Alphabet: 11, Quick brown fox: 9 Punkt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

#### **Droid Serif Bold Italic**

Alphabet: 11, Quick brown fox: 9 Punkt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Um ein in sich stimmiges Markenbild über alle Medien hinweg zu gewährleisten, wird die Schriftfamilie Droid in der gesamten Kommunikation verwendet.

Die Droid Sans wurde zusammen mit der Droid Serif für das Mobilbetriebssystem Android kreiert. Die Schriftfamilie erschien im Jahr 2007 als Open Source. Federführender Gestalter war Steve Matteson. Der Gestaltungsfokus lag auf einer optimalen Lesbarkeit in kleinen Schriftgraden.

Die Droid Sans kommt auf Briefbögen, Visitenkarten, Formularen und Berichten, Faltblättern und Plakaten in den Schriftschnitten Regular und Bold zum Einsatz.

Auf Briefbögen, Faxbögen und im E-Mail-Verkehr kommt die Droid Sans auch als Korrespondenzschrift zum Einsatz. Die Interntseite des Mona Mare greift ebenfalls auf die Droid Sans in den Schnitten Regular und Bold zurück.

Als zusätzliche Schrift steht dem Mona Mare die Droid Serif in den Schnitten Regular, Bold, Italic und Bold Italic zur Verfügung. Sie setzt sich visuell deutlich gegen die Droid Sans ab. Die Droid Serif wird hauptsächlich als Fließtext in Broschüren eingesetzt, kann aber zum Beispiel auch für Überschriften genutzt werden. Dann zumeist in der kursiven Variante Droid Serif Italic.

Für bestimmte Gelegenheiten können selbstverständlich auch andere Schriften eingesetzt werden. So werden zum Beispiel Aktionen und Events für Kinder oftmals mit der Schrift Cabin Sketch illustriert.

# Kindergeburtstage

# Allgemeine typografische Regeln

Erläuterungen	Beispiel
Name (ggf. mit Titel)	Prof. Max Mustermann
Akademischer Grad (optional)	Master of Fine Arts
Funktion	Abteilungsleiter
Bereich oder Abteilung	Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Auf dem Briefbogen	
Körperschaft	Allwetterbad der Stadt
	Monheim am Rhein GmbH
Straße	Heinestraße 1a
Ort	40789 Monheim am Rhein
Auf der Visitenkarte:	
Körperschaft	Allwetterbad der Stadt
	Monheim am Rhein GmbH
	Heinestraße 1a · 40789 Monheim am Rhein
Punkt getrennt)	
Auf Briefbogen, Visitenkarte	
und E-Mail-Signatur	
Internationale Schreibweise	Telefon: +49 2173 951-5880
mit Auslandsvorwahl	Telefax: +49 2173 276-389
(optional)	Mobil: +49 170 1234567
Bitte beachten!	
Es kommen bei der Angabe von	
Vorwahlen grundsätzlich keine	
Klammern zum Einsatz.	
	,
Zur Kenntlichmachung immer mit "www" beginnend.	www.monamare.de
	Name (ggf. mit Titel) Akademischer Grad (optional) Funktion Bereich oder Abteilung  Auf dem Briefbogen Körperschaft  Straße Ort  Auf der Visitenkarte: Körperschaft  Straße, Ort (durch einen mittig sitzenden Punkt getrennt)  Auf Briefbogen, Visitenkarte und E-Mail-Signatur Internationale Schreibweise mit Auslandsvorwahl  (optional)  Bitte beachten! Es kommen bei der Angabe von Vorwahlen grundsätzlich keine Klammern zum Einsatz.

	Erläuterungen	Beispiel
Datums- und Uhrzeitangaben	Die Zahlen stehen bei tabellarischen Auflistungen bündig untereinander. "Mo–So" ohne Punkt am Ende.	Mo-Fr 08.30-12.00 Uhr Mo-Mi 13.00-15.00 Uhr Do 13.00-17.30 Uhr
	Zwischen Stunde und Minute steht immer ein einfacher Punkt.	8.30 Uhr
	Bei nichttabellarischen Auflistungen ist bei geraden Uhrzeitangaben auf die Doppelnull hinter dem Punkt zu verzichten. Gleiches gilt für die Null vor den Uhrzeiten, also zum Beispiel von 7 bis 9 Uhr. Bei "von bis"-Angaben (wie z.B. "8–9 Uhr") bitte "8 <i>bis</i> 9 Uhr" schreiben.	5 bis 17 Uhr 8.30 bis 17 Uhr
	Eine Ausnahme bilden tabellarische Darstellungen, etwa bei der Angabe von Öffnungszeiten. Hier dürfen zur Einhaltung eines einheitlichen Schriftbildes auch Nullen verwendet werden.	Mo-Fr 08.30-12.00 Uhr Mo-Mi 13.00-15.00 Uhr
	Nach Möglichkeit werden bei Datumsangaben die Monate ausgeschrieben und die Wochentage konkret benannt – vor allem dann, wenn ein einzelner Tag gemeint ist.	Schaumparty am Montag, 27. Mai, von 15.30 bis 17 Uhr.
	Genauso wie es reicht, das Wort "Uhr" lediglich einmal zu schreiben (also bitte nicht von 15.30 Uhr bis 17 Uhr), reicht es auch aus, den Monat nur einmal zu nennen, es sei denn, die beschriebene Zeitspanne bezieht sich auf zwei unterschiedliche Monate.	Schaumparty vom 27. bis 29. Mai, täglich von 15.30 bis 17 Uhr. Schaumparty vom 27. Mai bis 3. Juni, täglich von 15.30 bis 17 Uhr.

#### Ein einheitliches Schriftbild

Die Regeln der Deutschen Rechtschreibung sind nicht immer eindeutig. Dennoch wollen wir uns bei der Stadt Monheim am Rhein und allen Tochtergesellschaften um ein möglichst einheitliches Schriftbild bemühen. Nachfolgend finden Sie daher einige Regeln, die für die Publikationen des Mona Mare zu beachten sind.

#### **Die Anrede**

Alle Anredepronomen werden in Publikationen des Mona Mare grundsätzlich großgeschrieben. Das gilt sowohl für die höfliche, als auch für die vertrauliche Anrede. Und es ist egal, ob Kinder oder Erwachsene auf Plakaten oder in Flyern und Broschüren direkt angesprochen werden.

 $\label{thm:personal being personal being personal$ 

Beispiel 2: Hast Du Lust, mit Deinen Freunden dabei zu sein? Dann macht mit, wir freuen uns auf Euch!

#### Geldangaben

Bei glatten Beträgen bitte auf die Zahlen hinter dem Komma verzichten.

Also: Das Entgelt beträgt 25 Euro. Nicht 25,00 Euro. In Fließtexten wird die Währung in der Regel ausgeschrieben.

#### **Abkürzungen**

Generell gilt: Gute Lesbarkeit ist höher zu bewerten, als das übertriebene Einsparen von Buchstaben. Abkürzungen sind daher, vor allem in längeren Texten, nach Möglichkeit zu vermeiden. Also bitte kein bspw., ggf., usw. et cetera. Auch ein Dipl.-Ing. oder gar ein Dipl.-Soz.päd lesen sich als Diplom-Ingenieur oder Diplom-Sozialpädagoge einfach besser. Straßennamen sind immer auszuschreiben. Daher nicht Musterstr., sondern bitte Musterstraße.

Manchmal sorgen jedoch vor allem gängige Abkürzungen für eine bessere Lesbarkeit. Insbesondere Maßeinheiten, wie zum Beispiel Zentimeter (cm) oder Millimeter (mm), müssen in Fließtexten daher nicht zwingend ausgeschrieben werden. Hier dürfen ausdrücklich das persönliche Sprachgefühl und der jeweilige Charakter eines Textes mitentscheiden.

#### Die Zahlen von 1 bis 12 und eins bis zwölf

Die Zahlen von eins bis zwölf werden in Texten immer ausgeschrieben, wenn es sich nicht um Uhrzeiten oder Datumsangaben handelt. Bei Altersangaben kann es zu Grenzfällen kommen.

Klar ist: Das Kursangebot richtet sich an sechs- bis neunjährige Kinder.

Auch klar: Das Kursangebot richtet sich an 13- bis 17-jährige Jugendliche.

Sonderfall: Das Kursangebot richtet sich an 9- bis 17-jährige Jugendliche.

Im letzten Fall werden also beide Altersangaben als Ziffer geschrieben.

#### An- und Abführungszeichen (Monheimer "Gänsefüßchen")

An- und Abführungszeichen (auch "Gänsefüßchen" genannt) stehen in Publikationen zur Anführung immer unten und zur Abführung immer oben (Beispiel "Gänsefüßchen").

#### **Bindestrich versus Gedankenstrich**

Der Bindestrich und der Gedankenstrich (Halbgeviertstrich) sehen einander zwar sehr ähnlich, werden aber doch zu ganz unterschiedlichen Zwecken eingesetzt. Optisch unterscheiden sie sich durch ihre Länge: Ein Bindestrich ist kurz (-). Ein Gedankenstrich ist lang (-).

Bitte beachten Sie folgende Regeln für ihren jeweiligen Einsatz – und behalten Sie die zuweilen tückischen Automatikfunktionen von Word im Blick.

#### Einen Bindestrich verwendet man

- in zusammengesetzten Wörtern wie 14-jährig, Herr Müller-Lüdenscheidt oder bei E-Mail.
- bei Abtrennungen am Ende einer Zeile.
- bei Ergänzungen von Wortteilen, zum Beispiel Vor- und Nachteile.
- in Telefonnummern mit Durchwahl, zum Beispiel 02173 951-5880
- in URLs; zum Beispiel www.mega-multimedia.de

Tipp: Vor und nach dem Bindestrich kommt kein Leerzeichen zum Einsatz.

#### Einen Gedankenstrich verwendet man

- bei Einschüben in Sätzen; Beispiel: Die Gänseliesel und ihre Gans haben an ihrem Brunnen sofern die Sonne scheint – immer viele Gäste sitzen. In diesem Fall könnten auch Kommas anstelle der Gedankenstriche verwendet werden. Durch die Gedankenstriche wird der Einschub jedoch stärker betont.
- bei Anhängen; zum Beispiel: Gestern erst habe ich Monique getroffen mitten in der Altstadt.
- als Ersatz für das Wort "bis"; zum Beispiel: 1960–2016, 18.30–19.30 Uhr

## Ein gerechter Sprachstil für alle

Ob weiblich, männlich oder divers – im Mona Mare sind alle Besucherinnen und Besucher herzlich willkommen. Deshalb bemühen wir uns auch um eine möglichst geschlechtergerechte Sprache. Wenn die weibliche oder männliche Form zuerst genannt werden kann, gilt: Ladies first!

#### **Paarformulierungen**

Mit sogenannten Paarformulierungen bleiben Texte präzise, leserlich und vor allem sprechbar. Wenn möglich, sollte die Mehrzahl verwendet werden.

Beispiel: An der Kasse können Besucherinnen und Besucher Tickets für zahlreiche Events erwerben.

#### **Geschlechtsneutrale Personenbezeichnungen**

Die Umwandlung zu Substantiven macht Personenbezeichnungen geschlechtsneutral. Adjektive und Partizipien werden zu Substantiven. Diese Formulierungen eignen sich besonders in Formularen oder, wenn man das dritte Geschlecht ausdrücklich ebenfalls ansprechen möchte, zum Beispiel in Stellenausschreibungen.

Beispiel 1: Minderjährige dürfen die Veranstaltung nur in Begleitung ihrer Eltern besuchen.

Beispiel 2: Wir wünschen allen Besitzern und Besitzerinnen Besitzenden einer Dauerkarte viel Spaß im Mona Mare.

Auch die Endungen -kraft für berufliche Bezeichnungen, -ung oder das Umschreiben mit dem Wort Person erspart die Nennung der Geschlechter.

Beispiel: Unsere Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner Ansprechpersonen an der Kasse helfen gern bei Fragen.

#### Verzicht auf Personenbezeichnungen

Die Nennung beider Geschlechter führt nicht immer zu leicht verständlichen Sätzen. Bei passiven Formulierungen wird die Personenbezeichnung weggelassen, sie wirken allerdings oft gestelzt und unpersönlich.

Beispiel: Wenn eine Geldwertkarte erworben wurde, können 10–20% des Eintrittpreises gespart werden.

Mit der direkten Anrede wirken Texte in Briefen, Aushängen und Flyern persönlicher.

Beide Varianten sind möglich:

Beispiel 1: Das Saunaland steht Ihnen von 10 bis 21.30 Uhr offen.

Beispiel 2: Der Shop im Mona Mare steht von 9 bis 21.30 Uhr zur Verfügung.

#### Schrägstrich in Formularen

In Formularen oder tabellarischen Aufzählungen sollten Personenbezeichnungen ausschließlich durch Schrägstriche abgekürzt werden. Alternativen wie Klammerung, Binnensternchen, Binnen-I, Gender-X und Gender-Gap entfallen.

Beispiel: Merkblatt für Antragsteller/-innen

#### Die Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH ist weiblich

Die Allwetterbad GmbH ist als Gesellschaft mit beschränkter Haftung eine juristische Person. Ihr grammatikalisches Geschlecht ist weiblich. Für die Allwetterbad GmbH muss die weibliche Personenbezeichnung verwendet werden. Sie ist als juristische Person also zum Beispiel Arbeitgeberin, Dienstleisterin, Gastgeberin, (Kooperations-)Partnerin oder Rechteinhaberin.

#### Beispiele aus der Praxis

Wichtig ist, dass auch die geschlechtergerechte Sprache immer eindeutig, sprechbar und lesbar bleibt. Für einige ausformulierte, lange Personenbezeichnungen gibt es kürzere Alternativen.

kürzere Alternative

alle

Beide Varianten sind möglich:

lange Form

jede und jeder

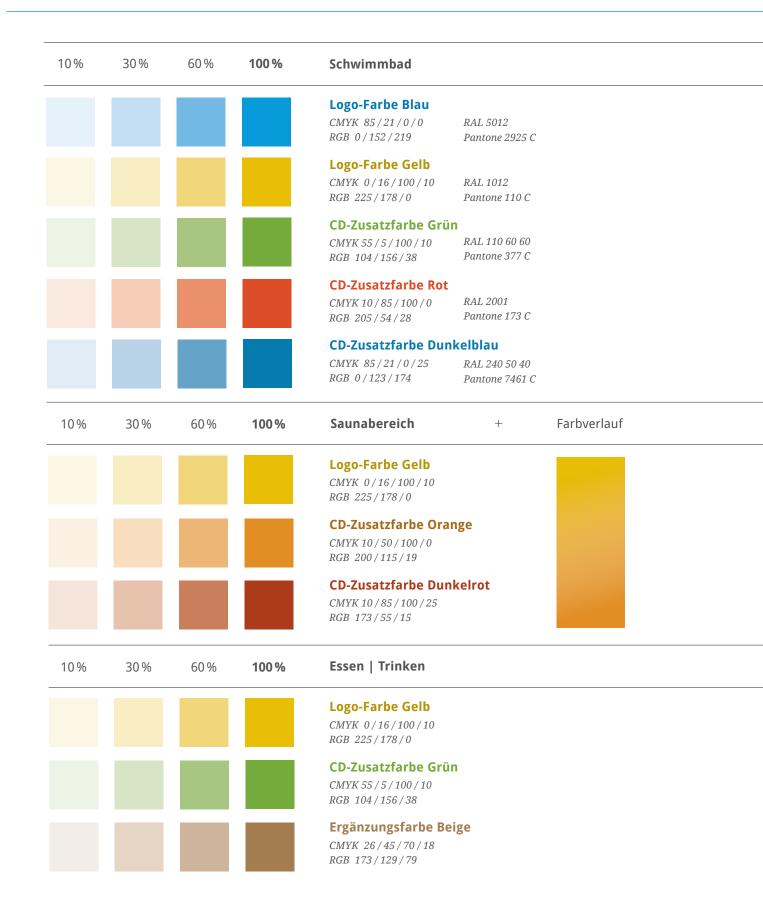
Besucherinnen und Besucher	Gäste
Leiterinnen und Leiter	Leitungen
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	Personal
Nutzerinnen und Nutzer	Nutzende
Teilnehmerinnen und Teilnehmer	Teilnehmende
Abonnentinnen und Abonnenten	Abonnierende



# Die **Gestaltungselemente**



## Das Farbsystem



#### Die Formate

#### Schwimmbad

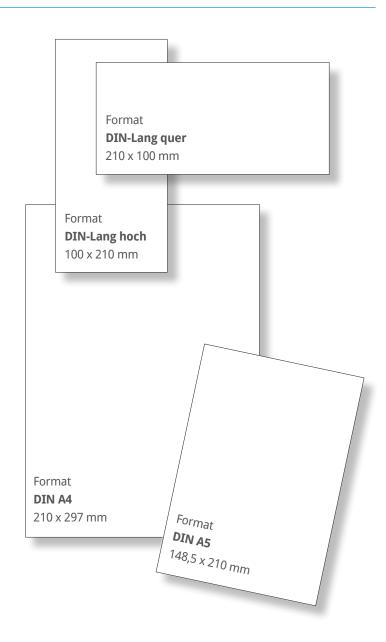
Im Schwimmbad-Bereich finden sich neben dem Logo-Farbton Blau die Zusatzfarben Gelb, Grün, Rot und Dunkelblau. All diese Farben gehören zum Corporate-Design-Farbkasten der Stadt Monheim am Rhein.

#### Saunabereich

Der Saunabereich nutzt – passend zu seinem Aufgabengebiet – die warmen bis heißen Farben des Monheim-am-Rhein-Farbsystems. Zusätzlich ist es dem Saunabereich gestattet einen Farbverlauf von Gelb zu Orange einzusetzen. Dieser Verlauf steht ebenfalls für Wärme und Behaglichkeit.

#### Essen | Trinken

Für den Gastronomiebereich steht Beige als zusätzlicher Farbton zur Verfügung, der das Monheim-am-Rhein-Farbsystem erweitert. Dieser Farbton soll Assoziationen wecken, zum Beispiel für Kaffee oder auch für die bei Kindern so beliebte Trinkschokolade. Auf die Rot-, Orange- und Bläutöne wird im Gastronomiebereich verzichtet.



Für Faltblätter, Einladungen, Flyer und Broschüren kommen das Hochformat und das Querformat DIN-Lang, die Formate DIN A4 und DIN A5 als Hochformat zum Einsatz.

Plakate werden zumeist in den Hochformaten DIN A2 und DIN A1 realisiert.

Sonderregelungen gelten zum Beispiel für die Formate von Anzeigen, Flaggen, Bannern, Roll-Ups, Großflächen-Plakaten und Beschilderungen. Falls ein Sonderformat gewünscht wird, setzen Sie sich bitte mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Bürgerschaftsbeteiligung der Stadt Monheim am Rhein in Verbindung.



# Die **Geschäftspapiere**



# Der Briefbogen



Der Mona-Mare-Briefbogen basiert auf dem Monheimam-Rhein-Briefbogen.

Der Briefbogen ist so konzipiert, dass nur die Wort-/ Bildmarke, die Falzmarke und das Monheim-am-RheinLogo mit Linie und blauem Textblock vorab in den Corporate-Design-Farben Blau und Gelb gedruckt werden und alle persönlichen Daten einmalig indivduell eingegeben und erst dann zusammen mit dem Korrespondenztext ausgedruckt werden.

# Der Briefbogen mit Korrespondenzschrift



AWB GmbH · Heinestraße 1a · 40789 Monheim am Rhein media machine GmbH Herr Andreas Vedder Frauenlobstraße 95 55118 Mainz Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH

André Zierul Geschäftsführer Heinestraße 1a 40789 Monheim am Rhein Telefon: +49 2173 951-520 Telefax: +49 2173 951-25-520 azierul@monheim.de www.monamare.de

Mona Mare Kurt-Schumacher-Straße 2

Ihre Nachricht vom 18. 9. 2017

Ihr Zeiche 15 / Unser Zeichen 61/ Datum 22. 1. 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos cing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam sen clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod pords accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanelitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata.

Mit freundlichen Grüßen

André Zierul

Aufsichtsratsvorsitzender: Daniel Zimmermann, Bürgermeister Geschäftsführer: André Zierul

Sescilaristumer. Andre Zierur

Bankverbindung: Stadtsparkasse Düsseldorf IBAN DE12 3005 0110 0087 0050 21 | BIC DUSSDEDD Handelsregister Düsseldorf: HRB 46019 Umsatzsteuer-ID: DE176162706

Die Allwetterbad GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Stadt Monheim am Rhein



### Die Visitenkarten





#### **André Zierul**

Geschäftsführer

Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH Büro: Heinestraße 1a · 40789 Monheim am Rhein Mona Mare: Kurt-Schumacher-Straße 2 Telefon: +49 2173 951-520 · Telefax: +49 2173 951-25-520 azierul@monheim.de · www.monamare.de

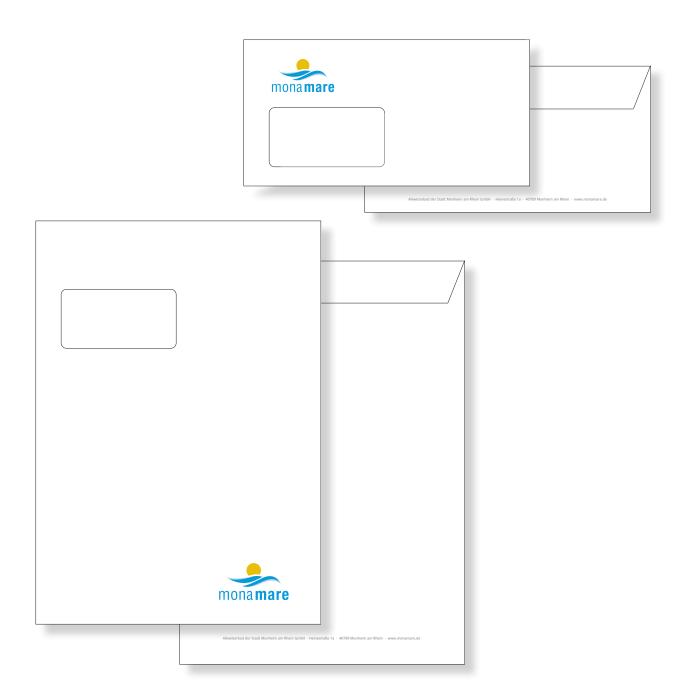
Die Visitenkarten werden beidseitig bedruckt. (Querformat 55 x 85 mm) Die Vorderseite zeigt die Wort-/Bildmarke auf einer CD-blauen Fläche. Auf der Rückseite finden sich die Adressdaten sowie individuelle Daten.

Namenszeile: Weitere Infos: Zeilenabstand: Farbe: Droid Sans Bold, 9,5 Punkt Droid Sans Regular, 8,0 Punkt 11 Punkt (Leerzeilen 8 Punkt) Namenszeile 90% Schwarz Weitere Infos 80% Schwarz Maximal 8 Zeilen und 1 Leerzeile

Zeilenanzahl: Zeilenaufbau:

Aufbau von unten links nach oben. Sind es weniger als 10 Zeilen, fallen von oben beginnend Zeilen weg.

# Die Briefumschläge



Sowohl DIN-Lang-Fensterumschläge als auch Briefumschläge ohne Fenster werden in der linken oberen Ecke mit einem Logoaufdruck versehen. Format der DIN-Lang-Umschläge: 110x220 mm (A4 zweimal gefaltet nach DIN 676/5008).

C4-Briefumschläge (für A4-Briefbögen) mit und ohne Fenster werden in der rechten unteren Ecke mit der Wort-/Bildmarke versehen. Format der C4-Umschläge:  $229 \times 324 \text{ mm}$  Hochformat.

Auf der Rückseite aller Umschläge befindet sich eine in Grau (60 Prozent Schwarz) gehaltene Adresszeile. Die Textzeile ist mittig gesetzt, in der Droid Sans Regular (A4-Umschläge in 9 Punkt, DIN-Lang in 8 Punkt).



# Anwendungsbeispiele



## Faltblatt - Kindergeburtstage

#### **Titelseite A5-Vierseiter**



Ob grafische Elemente, Farbflächen, Infokästen, Störer, ein oder mehrere Fotos: Alles ist zunächst einmal zulässig, solange die Wort-/Bildmarke und die Idee des Flat-Designs unangetastet bleiben.

Für bestimmte Themen, zum Beispiel Kindergeburtstage, können auch themenspezifische Schriften verwendet werden.

## **Speisekarte**

#### **Speisekarte zweiseitig Format A3**



Die Speisekarte listet in gut lesbarer und gefälliger Form kleine Speisen, Frühstück und Getränke auf. Die ausgewählten Farben für den Gastronomiebereich unterscheiden die Speisekarte stark von den restlichen Faltblättern und Flyern des Allwetterbads der Stadt Monheim am Rhein.

### **Plakate**

#### Allgemeins Werbeplakat | Veranstaltungs- und Angebotsplakate





Auf den allgemeinen Werbeplakaten findet sich neben dem Mona-Mare-Logo, der Internet-Adresse und den hochwertigen Bildern in vielen Fällen nur eine knappe Headline. Die Bilder sind wahre Eyecatcher, sprechen für sich und machen Lust auf mehr.

Bei bestimmten Veranstaltungen, wie bei dem regelmäßig stattfindenden Aqua-Cycling, können auch andere Elemente zum Einsatz kommen.

#### **Banner**

#### Außenbanner zu verschiedenen Themenbereichen





Auf unruhigen Hintergründen kann das Mona-Mare-Logo, genauso wie das Logo der Stadt Monheim am Rhein, in einem Kasten stehen. Der Kasten ist dabei immer rechts oder links oben am Seitenanfang angesiedelt. Der Hintergrund des Kastens kann dabei sowohl weiß als auch blau sein.

Neben dem Mona-Mare-Logo, der Internet-Adresse und den aussagestarken Bildern findet sich auf den Bannern zumeist nur eine Headline. Die Bilder sprechen für sich und vermitteln ein durch und durch sympathisches Bild des Monheimer Allwetterbads Mona Mare.

### Faltblatt - Saunaland

#### Sauna-Vierseiter Format A5



Das A5-Sauna-Faltblatt unterscheidet sich von den restlichen Faltblättern des Mona Mare durch die Auswahl des Hintergrundbilds. In diesem Fall wurde auf eine Wasseraufnahme verzichtet und die Detailaufnahme

einer Saunavertäfelung in den Hintergrund gelegt. Die gestalterische Nähe zu den Schwimmbad-Flyern ist gegeben, aber die Zuordnung zum Sauna-Bereich ist klar erkennbar. Das dem Saunabereich zugeteilte

#### Saunaland Übersichtsplan



Gestaltung: Strich!Punkt GmbH Plan zur Verfügung gestellt durch den Architekten

Dunkelrot aus dem Monheim-am-Rhein-CD-Farbkasten setzt in den Überschriften ebenfalls einen Akzent und unterscheidet die Sauna-Medien nochmal von den allgemeinen Schwimmbad-Medien.

Der Plan auf den Innenseiten gibt einen Überblick über die verschiedenen Sauna- und Dampfbäder. Auch hier vermittelt das Holzbild im Hintergrund einen Eindruck von Wärme und Entspannung.

### Hinweisschilder

#### Aufkleber, Schilder und Großbanner für wichtige Hinweise









Auch bei den Hinweisschildern ist im Hintergrund wieder ein Wasserbild zu sehen – Entweder eine sprudelnde oder eine unscharfe Variante.

Durch den Einsatz der Sonderfarben ist bereits zu erkennen, welche Hinweise eine Gefahrenlage betreffen und welche nicht.

# Flaggen

#### Flaggen für unterschiedliche Aktivitäten und Bereiche



Auf den Flaggen sind abstrahiert Wasser und Wellen für die verschiedenen Schwimm- und Spaßbecken, Sonne und Gras für die Außenflächen und Feuer sowie Hitze für den Saunabereich zu sehen – Kernbereiche, die das Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein auszeichnen.

# **Busbeklebung**

#### **Gelenkbus Ganzgestaltung+**

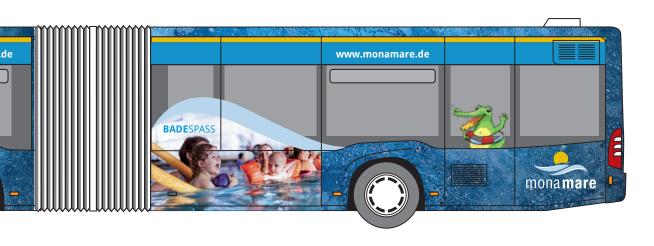




Der Mona-Mare-Bus fällt auf im Stadtbild. Ganzflächig beklebt mit einem Wassermotiv und mit angebotsbezogenen Bildmotiven, (z.B. zu den Themen Saunabesuch, Schwimmen oder Kinderschwimmen) zieht er die Blicke auf sich und macht Lust auf einen Besuch des Allwetterbads der Stadt Monheim am Rhein. Als spielerisches Element taucht die Welle aus der Wort-/Bildmarke auf, die die Bildmotive elegant umfließt.

Als Farben werden die beiden Farben des Mona-Mare-Logos eingesetzt: Das Monheim-Blau und die Zusatzfarbe Gelb.











# **Galerie**



# Styleguide

## **Galerie**





Foto: Thomas Lison

Gestaltung: Strich!Punkt GmbH



Gestaltung: Leonore Müller-Gladen, Strich!Punkt GmbH



Foto: Thomas Lison



Kleinkinder beim Planschen / Sauna-Banner / eine Reihe von Mokros für den Kinderbereich / Springer beim Eintauchen ins Schwimmerbecken / Flyer zum Thema Baderegeln / Banner zum Thema Baby-Schwimmen / Flaggen / Flyer zum Thema Schwimmabzeichen





Gestaltung: Strich!Punkt GmbH





#### Allwetterbad der Stadt Monheim am Rhein GmbH

André Zierul Geschäftsführer

Heinestraße 1a 40789 Monheim am Rhein Telefon: +49 2173 951-520 Telefax: +49 2173 951-25-520 azierul@monheim.de www.monamare.de

