

Design- Manual

Stand: 06/2019



Meldorf

Liebe Meldorfer und Meldorferinnen,

die Entwicklung der Stadt ist nicht nur Aufgabe der Politik, der Wirtschaft, der Vereine und der Bürger und Bürgerinnen. Wenn wir unsere Stadt voranbringen wollen, müssen wir alle mitmachen und an einem Strang ziehen. Diese Herausforderung geht uns alle an.

Dazu müssen wir uns zunächst auf bestimmte Werte verständigen. Mit Blick auf den naturnahen Tourismus im Speicherkoog haben wir uns als Nationalparkpartner zertifizieren lassen und begeistern auch die Einheimischen für den einzigartigen Naturraum vor unserer Haustür. Fairer Handel ist seit mehr als 30 Jahren ein Thema in Meldorf und rückt uns ins Bewusstsein, dass es bei unserem Konsumverhalten um den Erhalt von regionalen Betrieben geht – im globalen Süden wie auch bei uns. Deshalb wurden wir Fairtrade-Stadt. Als Cittaslow setzen wir bei unseren Stärken und Traditionen an. Wir erhalten unsere Bausubstanz, schaffen Begegnungsräume, wecken ein Bewusstsein für unsere Produkte und Besonderheiten. Wir konzentrieren uns auf unsere Lebensqualität und gestalten sie nachhaltig.

In der Vergangenheit wurde die Lebensqualität mit „Meldorf-Feeling“ und „Meldorf – echt. besonders.“ umschrieben. Doch was macht dieses Feeling, dieses echt Besondere aus? Um dies herauszufinden haben wir das Büro boy beauftragt. Das Ergebnis der Umfragen: Es herrscht bei den Meldorfern und Meldorferinnen eine große Zufriedenheit mit dem Leben in unserer Stadt. Als „echt Besonderes“ wurde das große Engagement der Vereine und Bürger und Bürgerinnen herausgefiltert. Meldorf ist eine Stadt, in der man „Ankommen“ und „Mitmachen“ kann!

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels wollen wir vor allem bei jungen Menschen und Familien werben. Deshalb hat boy ein modernes, aktivierendes Design für uns entwickelt. Unser Wunsch ist es nun, dass dieses Design auch von Ihnen genutzt wird. Integrieren Sie das Logo in Ihre Werbung und füllen Sie unseren Slogan mit Leben, damit sichtbar und spürbar wird, dass wir alle an einem Strang ziehen, um Meldorf voranzubringen. Dieses Manual erleichtert Ihnen die Umsetzung. Bitte machen Sie mit!

Herzlichst

Anke Cornelius-Heide, Bürgermeisterin

Inhaltsverzeichnis

01 Strategie

- 01.1 Das Markenrad
- 01.2 Die Markengleichung

02 Logo & Claim

- 02.1 Logo Version I
- 02.2 Logo Version I, Zusatzbezeichnungen
- 02.3 Logo Version II
- 02.4 Logo Version II, Zusatzbezeichnungen
- 02.5 Logoschutzraum I
- 02.6 Logoschutzraum II
- 02.7 Zulässige Versionen
- 02.8 Unzulässige Versionen

02 Farbwelt & Bildsprache

- 03.1 Farbwelt
- 03.2 Bildsprache

04 Typografie

- 04.1 Typografie

05 Layout & Key-Visual

- 05.1 Key-Visual
- 05.2 Layout/Key-Visual
- 05.3 Gestaltungsbeispiel DIN Lang
- 05.4 Gestaltungsbeispiel DIN Lang, Innenseiten
- 05.5 Gestaltungsbeispiel A3/A2-Plakat
- 05.6 Gestaltungsbeispiel Pressestele
- 05.7 Gestaltungsbeispiel Website
- 05.8 Gestaltungsbeispiel Website „Gut leben. Nachhaltig. Gut.“
- 05.9 Anwendungsbeispiel Geschäftspapiere
- 05.10 Veranstaltungskalender
- 05.11 Anwendungsbeispiel Aushang
- 05.12 Anwendungsbeispiel Power Point
- 05.13 Anwendungsbeispiele Banner

06 Co-Branding

- 06.1 Co-Branding
- 06.2 Co-Branding/Vignette
- 06.3 Co-Branding/Vignette, Beispiel

Strategie

01

Das Markenrad

01.1

Attribute	Kulturhauptstadt Dithmarschens, bietet alles Notwendige für die Bewohner, Naherholung, Dom
Nutzen	Soziales Miteinander, kleinstädtische Geborgenheit, Heimat, Gestaltungsmöglichkeiten
Werte	Solidarität, Engagement, Hilfsbereitschaft, intelligent, Kreativität
Persönlichkeit	Engagierte und kreative Menschen formen eine besondere Kleinstadt
Markenkern	Meldorf: Wir gestalten unsere Heimat. Wir gestalten unsere Kultur. Wir gestalten unsere Tourismusangebote. Wir gestalten unsere Wirtschaft. Meldorf. Wir gestalten.

Die Markengleichung

01.2

Das Corporate Design der Stadt Meldorf setzt sich aus den vier rechts dargestellten Grundelementen zusammen. Das Zusammenspiel von Typografie, Farben und Formen machen den besonderen Charakter des CDs aus. Alle Bestandteile sollten beim gestalten eines jeden Mediums zum Einsatz kommen.

Die Marke



- Modern
- Markant
- Auffällig
- Starkes Key-Visual
- Merkbar

Der Claim

**Ankommen.
Mitmachen.**

- Aktivierend
- Einladend
- Dynamisch
- Positiv
- Erweiterbar

Die Farbigkeit



- Kontrastierend
- Strahlend
- Nordisch
- Zeitlos

Das Layout



- Vielschichtig
- Greift die Merkmale der Stadt auf
- Wiedererkennbar

Logo & Claim

02

Logo Version I

Das Logo der Stadt Meldorf kann sowohl mit als auch ohne Claim zum Einsatz kommen. Die Mindestgröße des Logos mit Claim beträgt XX cm in der Breite. Abbildungen, die kleiner sind, lassen das Logo unleserlich werden und sollten dann ohne Claim zum Einsatz kommen.

Das hier abgebildete, mittelach-siale Logo sollte überwiegend zum Einsatz kommen. Reicht der Platz dafür nicht aus, kann auf die horizontale Variante auf der folgenden Seite zurückgegriffen werden.



Logo Version I, Zusatzbezeichnungen

Das Logo der Stadt Meldorf kann auch von anderen Anwendern als der Stadt selbst angewendet werden. Dies ist insbesondere dann sinnvoll, wenn kein eigenes Logo vorliegt oder ein altes Erscheinungsbild erneuert werden soll.

Die Benamung der jeweiligen Institution, des Vereins, etc. tritt hierbei an die Stelle des Claims. Der Claim darf dennoch verwendet werden und kann, wie in 05.3 dargestellt, ins Layout eingebunden werden.



Logo Version II

02.3

Die hier dargestellte Logovariante kommt dann zum Einsatz, wenn das Medium schmal, und/oder der Platz gering ist. Auch diese Version kann mit und auch ohne Unterzeile zum Einsatz kommen.



Meldorf

Ankommen. Mitmachen.



Meldorf

Logo Version II, Zusatzbezeichnung

02.4

Auch die linksbündige Logoversion kann mit einer eigenen Benennung versehen werden, sofern die Logoversion I schlecht in das Layout eingebunden werden kann.



Meldorf

Stadtverwaltung



Meldorf

Wirtschafts- und
Verkehrsverein



Meldorf

Bürgerverein Meldorf

Logoschutzraum I

Der empfohlene Schutzraum richtet sich nach der Höhe der Bildmarke. Gestaltungselemente, Schrift oder andere Logos sollten nur außerhalb dieses Schutzraums platziert werden, damit die Marke Meldorf ausreichend Raum bekommt.

Die Basis für die Bemaßung des Schutzraumes bildet die Höhe der Bildmarke, die hier als Kreis vereinfacht dargestellt wurde. Das Innenmaß wurde aus der Höhe der Gemeinen abgeleitet und ebenfalls als Kreis dargestellt.



Logoschutzraum II

Der empfohlene Schutzraum richtet sich nach der Höhe der Bildmarke. Gestaltungselemente, Schrift oder andere Logos sollten nur außerhalb dieses Schutzraums platziert werden, damit die Marke Meldorf ausreichend Raum bekommt.



Zulässige Versionen

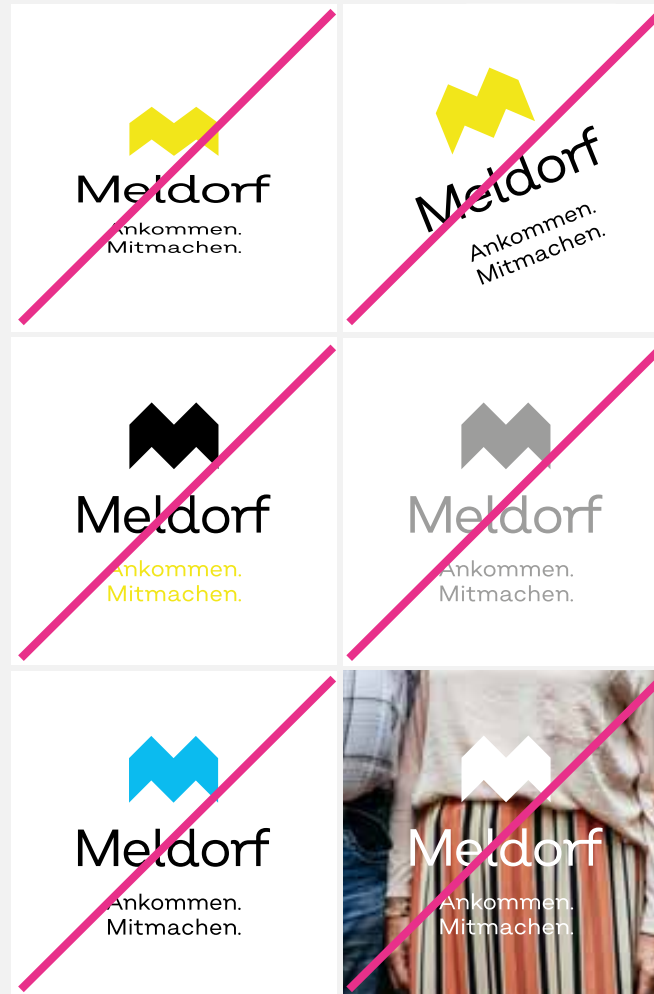
Die hier dargestellten Logovarianten bieten eine gute Basis, um das Logo der Stadt Meldorf auf vielen verschiedenen Fonds abzubilden. Das invertierte Logo auf grauem Grund kann in dieser Form auch auf allen anderen Sekundärfarben eingesetzt werden.



Unzulässige Versionen

Um zu gewährleisten, dass das Logo der Stadt Meldorf zum Einen gut lesbar und zum Anderen stets wiedererkannt wird sind folgende Dinge zu beachten:

- nicht stauchen/verzerren
- nicht kippen/drehen/spiegeln
- keine Farbvarianten, die von denen in 02.5 dargestellten abweichen
- Bildmarke nicht in Sekundärfarben einfärben
- Auf kontrastreichen Einsatz achten (insbesondere beim Einsatz auf Bildern + Illustrationen)



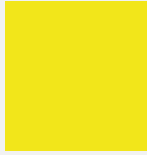
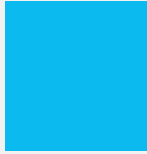
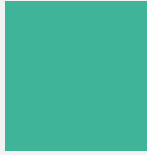
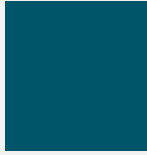
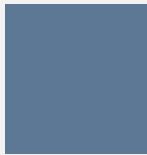
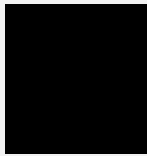
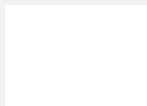
Farbwelt & Bildsprache

03

Farbwelt

Damit alle Medien der Stadt Meldorf im gleichen Farbkanon erscheinen können die exakten Farbwerte für unterschiedliche Bedruckstoffe der nebenstehenden Tabelle entnommen werden.

Die Sekundärfarben müssen nicht zwangsläufig für die hier dargestellten Themenbereiche verwendet werden sondern gelten als Anhaltspunkt.

		CMYK	RGB	Pantone	RAL	Avery
Primärfarbe		10 0 100 0	243 228 0	101	1016	526
Sekundärfarbe „Tourismus“		70 0 0 0	27 187 233	298	240 70 30	538
Sekundärfarbe „Nachhaltigkeit & Natur“		70 0 50 0	70 179 148	570	1807025	XX
Sekundärfarbe „Kultur“		100 20 30 50	0 85 104	5473	200 50 20	XX
Sekundärfarbe „Einkaufen“		50 20 0 45	89 119 147	5415	240 60 10	XX
Schriftfarbe		0 0 0 100	26 23 27	Black	9005	502
Weißraum		0 0 0 0	255 255 255	XX	9016	501

Bildsprache

03.2

Meldorf ist eine lebendige Stadt. Der Claim „Ankommen. Mitmachen“ ist auch Grundlage der Bildauswahl, die für die Medien getroffen wird. Nach Möglichkeit sollten die Bilder eine gute Mischung aus aktiven und ruhigen Motiven sein. Die Farbstimmung ist kühl und kontrastreich, um sich harmonisch in die Meldorfer Farbwelt zu integrieren. Interessant wirken Bilder, dessen Vordergrund scharf und Hintergrund unscharf sind. Die hier dargestellten Bilder sind beispielhafte Aufnahmen aus dem Fotostock.



Typografie

04

Neben Logo, Form und Farbe bildet die Hausschrift der Stadt Meldorf die vierte Säule, die das Erscheinungsbild ausmacht. Die Salvatore ist eine gut lesbare, moderne Schrift mit einem hohen Wiedererkennungswert.

Als Ersatzschrift in digitalen Medien (Powerpoint, Word) werden alle variablen Texte in der Arial gesetzt.

myfonts.com

Besonders und *robust*.
 Merkbar und *modern*.
Klar und *menschlich*.
 (0123456789,!&?@)
Die Salvatore.

An Bildschirmen gut lesbar
 und *funktional*.
Auch im Bold-Schnitt.
 (0123456789,!&?@)

Die Arial.

Layout & Key-Visual

05

Key-Visual

05.1

Aus der Bildmarke des Logos der Stadt Meldorf wurden vier Key-Visuals abgeleitet, die unterschiedliche Bereiche des städtischen Lebens symbolisieren. Die hier dargestellten Farbkombinationen sind beispielhaft zu sehen aber nicht bindend (siehe Zuordnung unter 03.1). Wichtig ist ein ausreichender Kontrast zwischen Fond und Key-Visual.

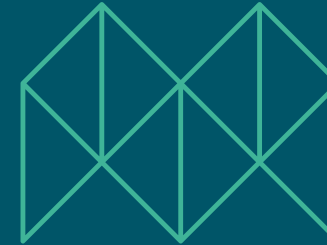
Das Key-Visual wird nicht als Logo eingesetzt und zur Bildmarke gestellt, sondern als Gestaltungselement verwendet, wie unter 05.2 und 05.3 dargestellt.

Um die vier Key-Visuals gezielt einzusetzen und inhaltlich aufzuladen empfiehlt sich folgende Zuordnung:

- 01** Freizeit, Natur, Umwelt, Tourismus, Sport
- 02** Kultur, Kunst
- 03** Wirtschaft, Arbeit, Einkaufen
- 04** Engagement, Soziales, Familie



01



02



03



04

Layout/Key-Visual

05.2

Auf den folgenden Seiten finden sich Parameter und Beispiele, wie die einzelnen Elemente des Corporate Designs zum Einsatz kommen, um damit eindrucksvolle und prägnante Medien zu gestalten. Aus den Key-Visuals, die auf der vorangegangenen vorgestellt wurden, lassen sich dynamische Muster bilden, die eingesetzt werden können, falls kein Bild zur Hand ist oder wenn Farbflächen strukturiert und aufgebrochen werden sollen. Beispiele dazu finden sich ab 5.3.



Meldorf

Ankommen. Mitmachen.

Gestaltungsbeispiel DIN lang

Um Medien, wie einen DIN lang-Flyer prägnant und aufmerksamkeitsstark zu gestalten wird auf den großflächigen Einsatz des Key-Visuals zurückgegriffen. Dies kann flächig, als „Muster“ oder mit einem Bild umgesetzt werden. Das Logo steht grundsätzlich unten rechts – je nach Untergrund in positiv oder negativ. Eine prägnante, nicht allzu lange Headline sowie ein kurzer Teasertext unterhalb des Key-Visuals runden die Gestaltung ab.

Mach doch mit.



elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna



Meldorf

Ankommen.
Mitmachen.

Schwimm mal mit.



Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna
Ankommen. Mitmachen.



Meldorf

Schwimmverein

Gestaltungsbeispiel DIN lang, Innenseiten

Die Innenseiten arbeiten mit ein-spaltigem Text und großzügigen Bild- und Farbflächen, die spielerisch angeordnet werden. Bilder und Flächen können sowohl im Satzspiegel als auch im Anschnitt platziert werden.

Aufzählungen können mit Lineaturen strukturiert werden (0,5–2 Pt.). Eine Abweslung zwischen zwei verschiedenen Schriftschnitten setzt Akzente und führt den Leser durch die Seiten.

Lorem ipsum dolor sit amet

Consectetuer adipiscing elit.

Nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitatio ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet.

consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitatio ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut

Copytext: Salvatore book, 9,5/14 Pt.



02

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt. aliquam erat volut.“



Consectetuer adipiscing elit, sed diam

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitatio ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel

illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

03

Gestaltungsbeispiel A3/A2-Plakat

Plakate werden nach einem ähnlichen Prinzip gestaltet wie die bereits vorgestellte Titelgestaltung. Auf einem einfarbigen Fond wird das Key-Visual in unterschiedlicher Weise illustriert. Eine prägnante Headline und eine ausgewogene Mischung aus leichten und fetten Schriftschnitten machen die Plakate zu sehr aufmerksamkeitsstarken Medien.

Sing mit!
05.05.2019
Das Mitmach-Konzert

Elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna
Ankommen. Mitmachen.

Logo-
Platzhalter

Meldorf
Kirchenmusikverein

Meldorfer Kohlvergnügen
21.-22.09.19

Verkaufsoffener
Sonntag 22.09.19

Meldorf
Ankommen.
Mitmachen.

Gestaltungsbeispiel Pressestele

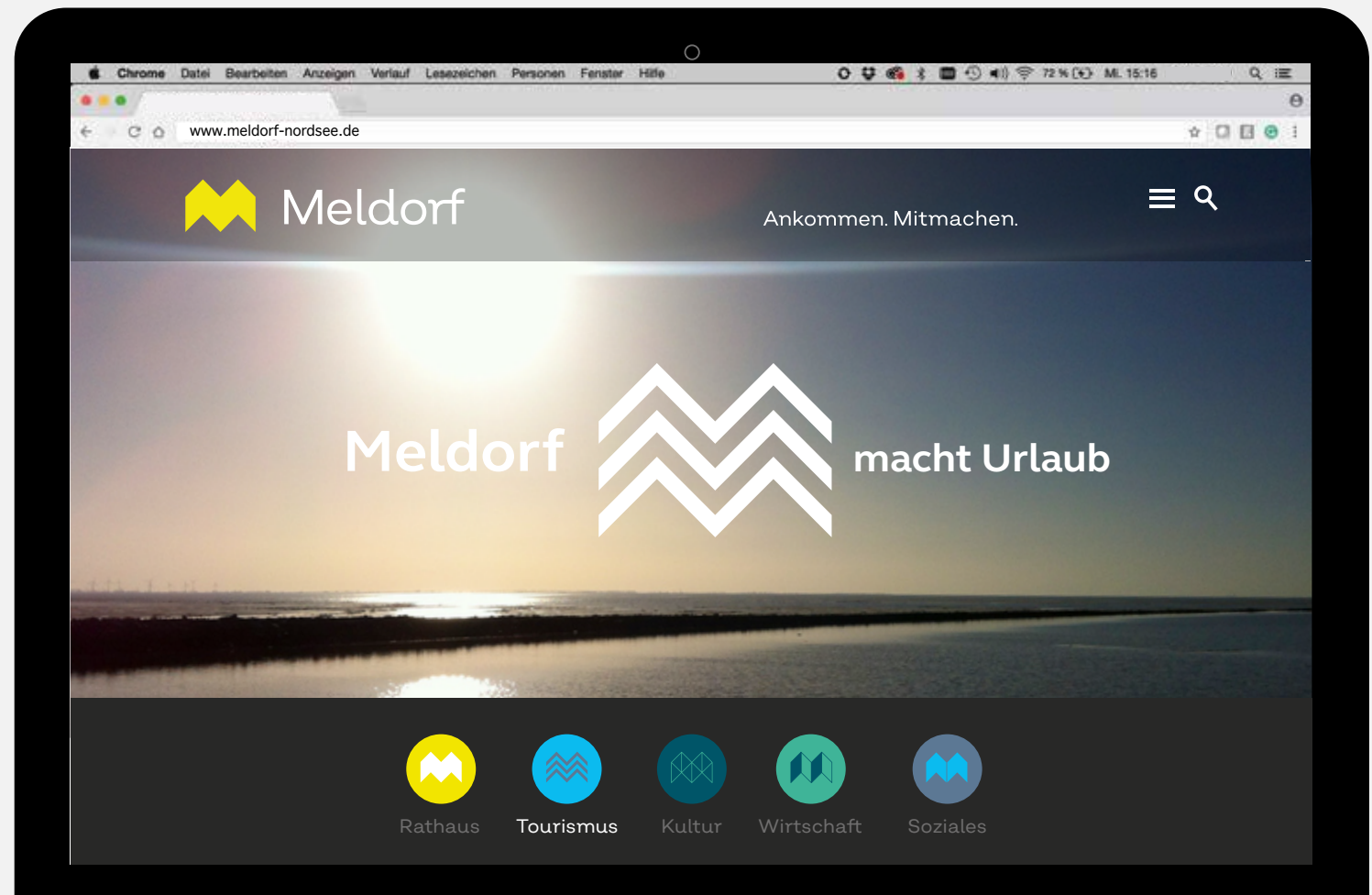
Als Pressestele eignen sich ruhige Gestaltungen, die keinen weiteren Inhalt außer dem Logo und dem Claim beinhalten. Dabei sind verschiedene Darstellungsmöglichkeiten denkbar - zwei Umsetzungsbeispiele sind hier gezeigt. Weitere Logos sollten nicht mit auf einer Stele abgedruckt sein - hier empfiehlt es sich dann, eine zweite Stele zu gestalten, die z. B. nur die Partnerlogos enthält.



Gestaltungsbeispiel Website

05.7

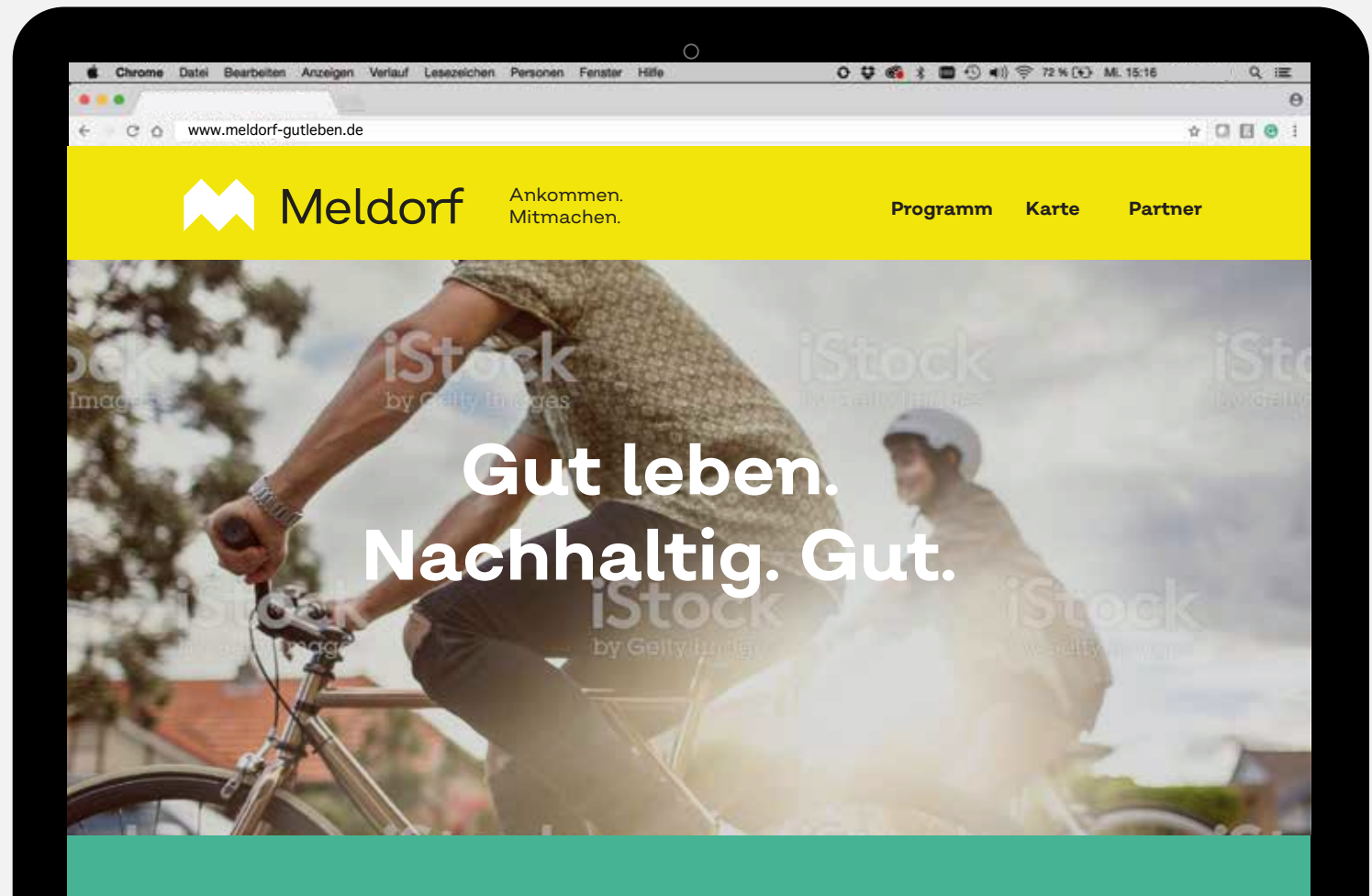
Im Beispiel rechts ist beispielhaft dargestellt, wie sich Flächen, Formen und Key-Visuals in der Webgestaltung wiederfinden könnten. Die Farben und die verschiedenen Key-Visuals in die Navigation einzubinden, kann sicherlich Orientierung schaffen und zugleich die Marke und dessen Vielfältigkeit stärken. Große Bilder aus unterschiedlichen Lebensbereichen können die Seite zudem mit Leben füllen und für Aufmerksamkeit sorgen.



Gestaltungsbeispiel Microsite „Gut leben“

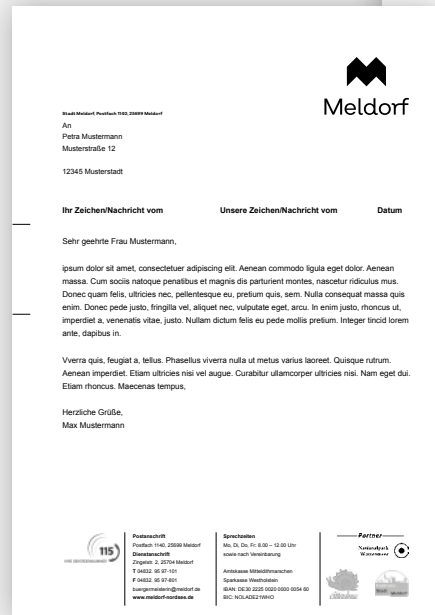
05.8

Der Entwurf für die Website zur Veranstaltung „Gut leben. nachhaltig. gut“ nimmt die grundlegenden Elemente der Basis-Website wieder auf. Hinzu kommt – als weitere Auszeichnungsfarbe das Grün aus dem Meldorf-Farbspektrum um den Bereich „Natur, Nachhaltigkeit und Umwelt“ auch visuell stärker in den Fokus zu rücken. Auch hier dient ein großes Einstiegsbild als emotionaler Hingucker, der den User direkt beim Thema abholt.



Anwendungsbeispiel Geschäftspapiere

Die Geschäftspapiere der Stadt Meldorf können sowohl farbig als auch in Schwarz-Weiß umgesetzt werden. Der Claim kommt nur auf der Visitenkarte zum Einsatz, um auch Anschreiben mit einem ernsten Hintergrund mit der gebührenden Förmlichkeit versenden zu können.



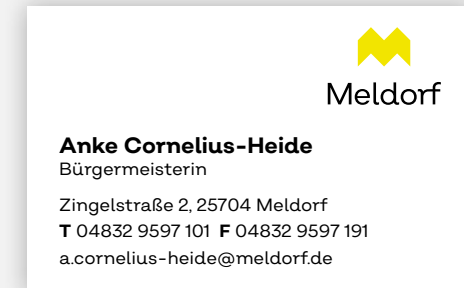
Ihr Zeichen/Nachricht vom Unsere Zeichen/Nachricht vom Datum

Sehr geehrte Frau Mustermann,

ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt ante, dapibus in.

Verra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus,

Herzliche Grüße,
Max Mustermann



Postanschrift
Postfach 1140, 25699 Meldorf
Dienstanschrift
Zingelstr. 2, 25704 Meldorf
T 04832 95 97-101
F 04832 95 97-801
buergemeisterin@meldorf.de
www.meldorf-nordsee.de

Sprechzeiten
Mo, Di, Do, Fr: 8.00 – 12.00 Uhr
sowie nach Vereinbarung

Amtskasse Mitteldithmarschen
Sparkasse Westholstein
IBAN: DE30 2225 0020 0000 0054 60
BIC: NOLADE21WHO




Anwendungsbeispiel Veranstaltungskalender

05.10

Angelehnt an den bisherigen Veranstaltungskalender ist nebenstehend das Layout im neuen Corporate Design abgebildet. Das Prinzip ist leicht umsetzbar und lässt sich aufgrund des Druckrands auf üblichen Farbdruckern ausdrucken.

Einfach kommen.



Meldorf
Ankommen. Mitmachen.

<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Montag, 02.10.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div> <div> <div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">18:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>	<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Montag, 02.10.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div> <div> <div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">18:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>
<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Donnerstag, 10.10.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div> <div> <div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">18:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>	<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Donnerstag, 10.10.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div> <div> <div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">18:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>
<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Dienstag, 11.10.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>	<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Dienstag, 11.10.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>
<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Mittwoch, 03.11.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>	<div style="background-color: #ffff00; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; margin-bottom: 10px;">Mittwoch, 03.11.2019</div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <div style="background-color: #009966; color: white; padding: 2px 5px; font-weight: bold; margin-bottom: 5px;">16:00 Uhr</div> <p style="font-size: 0.8em; margin: 0;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam</p> </div>

	In Meldorf
	Außerhalb Meldorfs
	Kinder

Anwendungsbeispiel Aushang

05.11

Für interne Kommunikation mit geringen Auflagen und eigener Produktion kann auf zwei Gestaltungsvarianten zurückgegriffen werden. Die Variante **01** empfiehlt sich für Ankündigungen mit formalem Charakter, wie z. B. Änderungen der Öffnungszeiten o. Ä. Die Variante **02** kann für die Bewerbung kleiner Veranstaltungen verwendet werden, da sie plakativer ist und weniger Raum für Text lässt.

Der weiße Rahmen wurde hier als Gestaltungselement ergänzt um einen erzwungenen Druckrand des Ausgabegerätes zu vermeiden.



01

02



Anwendungsbeispiel Powerpoint

Die hier abgebildeten Powerpoint-Musterseiten zeigen sechs unterschiedliche Seitentypen. Wichtig hierbei ist, Schriftgrößen nicht zu unterschreiten und Textmengen auf den einzelnen Seiten zu strukturieren, damit die Präsentation gut lesbar ist. Großzügig eingesetzte Bilder strukturieren die Powerpoint-Seiten.

**Eine Überschrift
und eine zweite Zeile**

XX. April 2019

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod
tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat. Ut wisi

KAPITEL

Hier ist Platz für eine Headline
und auch für eine zweite Zeile ist noch Platz

01. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit	01
02. in vulputate velit esse molestie	02
03. consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis	03
04. vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui	04
05. luptatum zzril delenit augue dui	05
06. Lorem ipsum dolor sit amet, con adipiscing elit	06

Meldorf, Ankommen, Mitmachen. 02

KAPITEL

Hier ist Platz für eine Headline
und auch für eine zweite Zeile ist noch Platz

Zwischenheadline
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te feugait nulla facilisi.

- Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit
- autem vel eum iriure dolor in hendrerit
- Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud

Meldorf, Ankommen, Mitmachen. 03

Überschrift
Zwischenfolie

KAPITEL

Hier ist Platz für eine Headline
und auch für eine zweite Zeile ist noch Platz

Bildplatzhalter

Zwischenheadline
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent.

- Lorem ipsum dolor sit amet
- autem vel eum iriure dolor in hendrerit
- Ut wisi enim ad veniam, quis nostrud

Bildplatzhalter

- Lorem ipsum dolor sit amet
- autem vel eum iriure dolor in hendrerit
- Ut wisi enim ad veniam, quis nostrud

Meldorf, Ankommen, Mitmachen. 03

KAPITEL

Hier ist Platz für eine Headline
und auch für eine zweite Zeile ist noch Platz

Zwischenheadline

- Lorem ipsum dolor sit amet
- autem vel eum iriure dolor in hendrerit
- Ut wisi enim ad veniam, quis nostrud

28%
Lorem ipsum nonummy

19%
Lorem ipsum nonummy

8%
Lorem ipsum nonummy

Meldorf, Ankommen, Mitmachen. 03

Anwendungsbeispiele Banner

05.13

Die hier dargestellten Banner wurden nach dem gleichen gestalterischen Prinzip gestaltet wie Plakat und Flyertitel. Aufgrund des sehr schmalen Formats wird das Logo hier ausnahmsweise zentriert angeordnet.



Co-Branding

06

Co-Branding

Steht das Logo der Stadt Meldorf zusammen mit Partnerlogos in einer Reihe, dient eine zarte, schwarze Linie als trennendes Element. Damit alle dargestellten Logos gut zur Geltung kommen, empfiehlt es sich, den vorgeschlagenen Abstand (rechts abgebildet) zu übernehmen. Die Partnerlogos werden hierbei auf der Mittelachse angeordnet.

Der Claim „Ankommen. Mitmachen“ entfällt beim Co-Branding, um den Kombinationen mehr Klarheit zu geben.

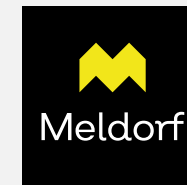
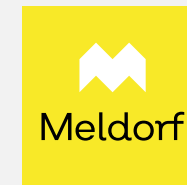


Co-Branding/Vignette

Partner der Stadt Meldorf, die die Marke gerne in ihren eigenen Medien einbinden möchten können dies über die Verwendung der hier dargestellten Vignette tun. Sie kann frei in dem rechts abgebildeten Rahmen platziert werden – je nachdem, wie es sich auf dem eigenen Medium am Besten einbinden lässt.



Größe der Vignette bei
DIN lang: 24 x 24 mm.



Größe bei

DIN A5: 24 x 24 mm

DIN A4: XX x XX mm

DIN A3: XX x XX mm

DIN A2: XX x XX mm

DIN A1: XX x XX mm

Co-Branding/Vignette, Beispiel

Die auf der vorangegangenen Seite beschriebene Vignette wird hier am Beispiel eines Flyers gezeigt. Die Vignette kann natürlich auch auf der Rückseite des Mediums platziert werden.



Folgende Hinweise sind bei der Anmerkungen von Elementen aus dem vorliegenden

Design-Manual zu beachten:

- Bitte achten Sie darauf, dass Ihre Adressaten zweifelsfrei erkennen können, dass der Absender der Stadtmarke keine öffentliche Einrichtung der Stadt, sondern Sie selbst sind.
- Die Nutzung der Stadtmarke zur Verbreitung von offiziell anmutenden Stellungnahmen der Stadt und Erklärungen sowie für politische Zwecke ist untersagt.
- Wir empfehlen, wo immer möglich, die Stadtmarke nicht nur medial zu nutzen, sondern den Slogan „Ankommen. Mitmachen“ auch in mit Marketingaktivitäten (z.B. Aktionen, Veranstaltungen, etc.) kreativ mit Leben füllen.
- Wir bitten darum, der Stadt Belegexemplare oder ein Foto Ihrer Nutzung von Elementen aus dem Design-Manual zuzusenden.

Kontakt

Stadt Meldorf

Zingelstr. 2, 25704 Meldorf

Tel.: 04832 9597 101

Fax: 04832 9597 191

info@meldorf.de

www.meldorf-nordsee.de



Meldorf