



Richtlinien zur Anwendung der Dachmarke

Landesinitiative

**in! Zukunft.
nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**

Inhalt

Das Logo

Einführung	4
------------------	---

Die Logofamilie

Marke für das MHKBG / die Landesregierung	5
Schutzzone und Mindestgröße	6
Marke für die Partner	7
Schutzzone und Mindestgröße	8
Bekenner-Marken	9
Schutzzone und Mindestgröße	10

Die Farben

Primär- und Akzentfarben	11
--------------------------------	----

Die Typografie

Benton Sans	12
-------------------	----

Die Kommunikation

Bildsprache	13
Designelemente	14

Anwendungsbeispiele

Flyer	16
Anzeige, Plakat, Roll-up	17
Give-aways (Werbeträger)	18
Tagungsmappe	19
Power-Point-Präsentation	20
Partner-Kommunikation	21
Give-aways (Bekenner)	22

Impressum	23
-----------------	----

Das Logo

Das Logo Einführung

Das Logo der Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen. ist eine selbsterklärende und sehr programmatische Wort-Bild-Marke.

Grafisch wird das „In“ in Innenstadt betont und damit die Doppeldeutigkeit hervorgehoben: Zum einen geht es um Aktivitäten in der Stadt, zum anderen darum, dass die Innenstädte und Ortskerne bei den Einwohnern, Gewerbetreibenden, Unternehmen und Besuchern einfach wieder „in“ sind.

Farblich wird die Kombination Blau und Magenta genutzt. Das eher konservativ-zeitlose Blau steht dabei für Kontinuität, Vertrautes und Solides. Das modern-auffällige Magenta setzt mit seiner eigenständigen, frischen und agilen Strahlkraft aufmerksamkeitsstarke Akzente.

So schafft die Wort-Bild-Marke beides: die Innenstadt und den Ortskern als den Ort, den wir alle kennen und lieben, darzustellen und ihn gleichzeitig als Ort der innovativen Möglichkeiten aufzuzeigen.

Landesinitiative
Zukunft.
in!nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.

Die Logofamilie

Marke für das MHKBG / die Landesregierung

Diese Variante ist für die öffentliche Kommunikation durch das Ministerium vorgesehen.

Der Rahmen ist kein integraler Bestandteil der Marke, sondern dient nur der Darstellung der Marke inklusive Schutzzone.

Landesinitiative
**in!Zukunft.
nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**

Marke, 4c

Landesinitiative
**in!Zukunft.
nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**

Marke, 1c

Die Logofamilie

Schutzzone und Mindestgröße

Die Schutzzone sorgt für einen Mindestabstand zu anderen Gestaltungselementen. Zu beachten ist, dass die Schutzzone einen weißen Fond beinhaltet.

Die für die Schutzzone notwendigen Größen x bzw. $1/2 x$ ergeben sich aus dem Markenelement „in!“ und werden in allen Anwendungen proportional mitskaliert.

Die Größe $1/2 x$ definiert eine Schutzzone bei der Verwendung der Marke auf Publikationen, Anzeigen und Plakaten im Zusammenspiel mit einem gerasterten Fond (siehe Gestaltungsbeispiele S. 16, S. 17).



Mindesthöhe: 22 mm (inklusive Schutzzone SZ)



Mindesthöhe: 17,25 mm (inklusive Schutzzone MHKBG, Verwendung in Publikationen des MHKBG)

Die Logofamilie

Marke für die Partner

Diese Variante ist für die Verwendung durch die Partner vorgesehen. Dabei handelt es sich um ein universell einsetzbares Badge mit einfacher, klarer Gestaltung für alle Einsatzzwecke wie Printmedien und im Online-Bereich.

Wichtig ist hierbei die Definition der Rolle des Partners als aktiver Mitgestalter.

Hier handelt es sich um die gestalterische Abgrenzung zu den Maßnahmen, bei denen die Landesinitiative Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen. als Hauptabsender auftritt.

Der Rahmen ist kein integraler Bestandteil der Marke, sondern dient nur der Darstellung der Marke inklusive Schutzzone.



Partner-Marke, 4c

Partner-Marke, 4c (barrierefrei)

WIR GESTALTEN MIT!

Landesinitiative

Zukunft.
in!nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.

Partner-Marke, 4c (barrierefrei)

WIR GESTALTEN MIT!

Landesinitiative

Zukunft.
in!nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.

Die Logofamilie

Schutzzone und Mindestgröße

Auch bei der Marke für die Partner gilt: Die Schutzzone sorgt für einen Mindestabstand zu anderen Gestaltungselementen. Zu beachten ist, dass die Schutzzone den farbigen Fond der Partnermarke mit dem definierten Abstand $1/2 x$ umfasst.

Die für die Schutzzone nötige Größe $1/2 x$ ergibt sich aus dem Markenelement „in!“.



Mindesthöhe: 22 mm (exklusive Schutzzone)

Die Logofamilie Bekenner-Marken

Um allen Mitgestaltern und Bekennern die Möglichkeit zu geben, ein starkes Statement der Verbundenheit und Identifikation mit der Landesinitiative abzugeben, wurde die Bekenner-Marke entwickelt.

Sie kann von allen Botschaftern des neuen Innenstadt-Images überall angewendet werden: Orte, Gebäude, Plätze, Produkte, Tätigkeiten und Menschen – alles kann „in“ sein.



Bekenner-Marken, 4c



Bekenner-Marken, 4c invers



Bekenner-Marken, 1c



Die Logofamilie

Schutzzone und Mindestgröße

Die Schutzzone sorgt für einen Mindestabstand zu anderen Gestaltungselementen. Die Größe z ergibt sich aus dem i-Punkt der Bekenner-Marke und definiert Abstände und Proportionen. So auch die für die Schutzzone nötige Größe $1/2 z$.

Für bestimmte Darstellungen, z. B. auf Bannern, kann die Variante mit kleinerer Unterzeile verwendet werden (siehe Abb. rechts).



Bekenner-Marke, 4c



Bekenner-Marke, 4c mit kleiner Unterzeile



Mindesthöhe: 36 mm (exklusive Schutzzone)

Die Farben

Primär- und Akzentfarben

Einfache, klare Farbigkeit und frischer, moderner Farbkontrast wirken gleichzeitig bodenständig und unkonventionell.

Die Primärfarben definieren die Wort-Marke, die Sekundärfarben sorgen für Akzente in Gestaltung und Typografie.

Primärfarben

Dunkelblau

Pantone® 2955 C
CMYK 100/50/10/40
RGB 0/73/119
HTML #004977

Prim Magenta

Pantone® 219 C
CMYK 8/100/0/0
RGB 218/0/126
HTML #da007e

50 %

25 %

Akzentfarben

Hellblau

Pantone® 638 C
CMYK 75/0/10/0
RGB 0/181/221
HTML #00b5dd

Schwarz

Pantone® PROCESS BLACK C
CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
HTML #000000

Grau

Pantone® 430 C
CMYK 0/0/0/50
RGB 156/156/156
HTML #9c9c9c

Hellgrau

Pantone® 428 C
CMYK 0/0/0/35
RGB 189/189/189
HTML #bdbdbd

Weiß

CMYK 0/0/0/0
RGB 255/255/255
HTML #ffffff

50 %

25 %

Die Typografie Benton Sans

In Anlehnung an die Leitlinien zum Nordrhein-Westfalen-Design wurde die Schriftart Benton Sans gewählt, allerdings mit einer kleinen Abweichung:

Die Benton Sans Bold wird zu Benton Sans Black, um die Plakativität zu erhöhen und mehr typografische Prägnanz in der Markengestalt zu erreichen.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
1234567890!“§\$%&/()=?`#.,_--<>^°,,“@€

Benton Sans Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
 1234567890!“§\$%&/()=?`#.,_--<>^°,,“@€

Benton Sans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
 1234567890!“§\$%&/()=?`#.,_--<>^°,,“@€

Benton Sans Regular

Die Kommunikation Bildsprache

Gezeigt werden authentische, lebensnahe und nachvollziehbare Alltagssituationen. Menschen aller Altersklassen und Geschlechter, verschiedener sozialer und ethnischer Herkunft und bei unterschiedlichen Tätigkeiten zeigen ein modernes, lebensbejahendes, vielseitiges und abwechslungsreiches Bild der Innenstädte und Ortskerne als Lebens-, Erholungs-, Wirtschafts- und Kulturraum für Aktivitäten aller Art.



Die nebenstehenden Bilder dienen der Illustration der Dachmarke und einer einheitlichen Bildsprache. Sollten Mitgestalter oder Bekenner diese Bilder für die eigene Öffentlichkeitsarbeit nutzen wollen, müssen diese selbstständig erworben werden.

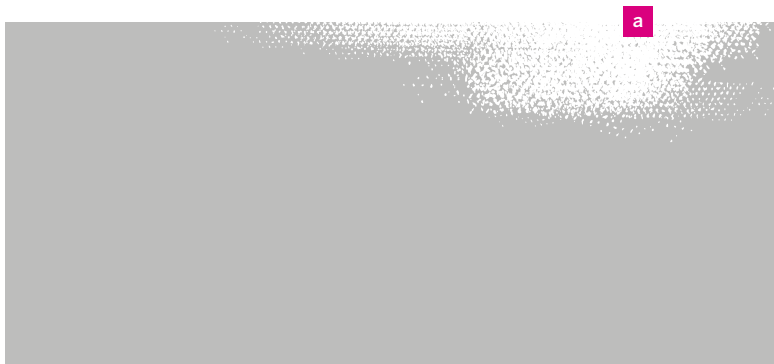
Die Kommunikation Designelemente

Ein weiteres Gestaltungsmerkmal sind Rasterflächen (a, b) auf Publikationen und Plakaten des Ministeriums. Die Rasterfläche a) kann an oberen oder unteren Bildkanten und am Seitenrand platziert werden. Die Rasterfläche b) beinhaltet einen Verlauf und dient als Hintergrund für die Dachmarke auf Anzeigen, Publikationen und Plakaten.

Auf Plakaten, Flyern oder Anzeigen kann eine Headline alleine oder in Verbindung mit der Dreifach-Aufzählung in!spirierend, in!novativ, in!dividuell (c) eingesetzt werden. Bei der Platzierung im Layout ist zu beachten, dass der Skalierungsfaktor auch die Schriftgröße widerspiegelt. Beispiel: 80 % Skalierung entsprechen 80 % Schriftgröße.

Alle Designelemente stehen im Rahmen einer Bibliothek als .ai, Adobe Illustrator-EPS, .svg und .png zur Verfügung.

(Vgl. auch Bsp. S. 16, S. 17)



Raster an oberer Bildkante



Raster am Seitenrand



Beispielhafte Umsetzung mit Verwendung einer Headline, der Dreifach-Aufzählung und der Dachmarke. Darstellung der Dachmarke mit Raster als Schutzfond.

Anwendungsbeispiele

Anwendungsbeispiele

Flyer

Auch hier ist die Gestaltung von den Leitlinien zum Nordrhein-Westfalen-Design abgeleitet. Ein lockerer Mix aus großformatigen Bildern, Text und hervorgehobenen Fakten sorgt für eine lebendige Gestaltung, die gleichzeitig zum Lesen animiert und genügend Raum für spannende Geschichten und wissenswerte Informationen schafft.



Sehr geehrte Damen und Herren,

Xernatio volorum que odis estiae escidunt. Abore nobist, illupta venis derorias similitt quiatue? Usdandi deliquam vellace matur?

Net mi, te aut ipites ipita qui autem sumetur, sin reic testia saepudae sequia volorum landucil est ut verum et, et poremquia volo cum faceriam, simus, estiam es re doluptat re parias mos exerum ium enis dolupti isquundem que re sunt voluptibus, aliqua ium quia qui nemped maximi, te nimilictur am, si aligenem ea qui anda adit, nimus nessequia il et quiae denderum fugitatur?

Ehenempos es corepudam nobit rem eatiistem fugit es molendit aut officiatist volorepuda sunt ut laccae esedic to cum ipit doluptur? Quis moluptis am alitae ped qui odigendit aspidic maio quam vendunt.

Itas repereh endeliq uatiosam que nihil mintis aut omnimo tecatquam haribus, seruntemquia que dolorio ma que molorro eatur solesionse sitas ea di deles magnatias etur?

Max Mustermann
Musterposition Musterministerium
des Landes Nordrhein-Westfalen

Flyer (Innenseite)



Bea expellu ptaem faceruptae optin entuscis dolorib uscitatit pratquia nonsequam quos vendis ditaetur, et aut vero con nihillestrum dolut quis a sumendit etum re optae moluptur magnam nam ulpa dollaboria dolore peris ressi quiditaqui totatem ium voluptium hil elendi omnientur si si cone nus modis ut rem solupta ssequid et mos pari te denemporata.

Xernatio volorum que odis estiae escidunt. Abore nobist, illupta venis derorias similitt quiatue?

Rem eatiistem fugit es molendit aut officiatist volorepuda sunt ut laccae esedic to cum ipit doluptur? Quis moluptis am alitae ped qui odigendit aspidic maio quam vendunt. Gas repereh endeliq uatiosam que nihil mintis aut omnimo tecatquam haribus, seruntemquia que dolorio ma que molorro eatur solesionse sitas ea di deles magnatias etur?

Bea expellu ptaem faceruptae optin entuscis dolorib uscitatit pratquia nonsequam quos vendis ditaetur, et aut vero

EHENEMPOS ES COREPUDAM NOBIT

Rem eatiistem fugit es molendit aut officiatist volorepuda sunt ut laccae esedic to cum ipit doluptur? Quis moluptis am alitae ped qui odigendit aspidic maio quam vendunt.

Itas repereh endeliq uatiosam que nihil mintis aut omnimo tecatquam haribus, seruntemquia que dolorio ma que molorro eatur solesionse sitas ea di deles magnatias etur?

Net mi, te aut ipites ipita qui autem sumetur, sin reic testia saepudae sequia volorum landucil est ut verum et, et poremquia volo cum



Ministerium für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen





Landesinitiative
in!nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.

Meine Stadt ist ...
in!spirierend
in!novativ
in!dividuell

Lorem Ipsum semper
Hiciis dolupti beaquia eum
sunte nate sunt untiam

www.mhkgb.nrw

Flyer (Titelseite)

Anwendungsbeispiele

Anzeige, Plakat, Roll-up

Die Gestaltung wurde von den Leitlinien zum Nordrhein-Westfalen-Design abgeleitet. Der Text im Bild schafft Platz für Statements der Bekenner und Botschafter der Landesinitiative.

Die Marke auf dem Rasterfond am unteren Bildrand steht nicht in Konkurrenz zum Logo des Ministeriums. Die prominente, große Positionierung des Marken-Logos unterstreicht die Aussagen und Statements und schafft die Verbindung zum Fließtext.



Anzeige



Plakat



Roll-up

Anwendungsbeispiele

Give-aways (Werbeträger)

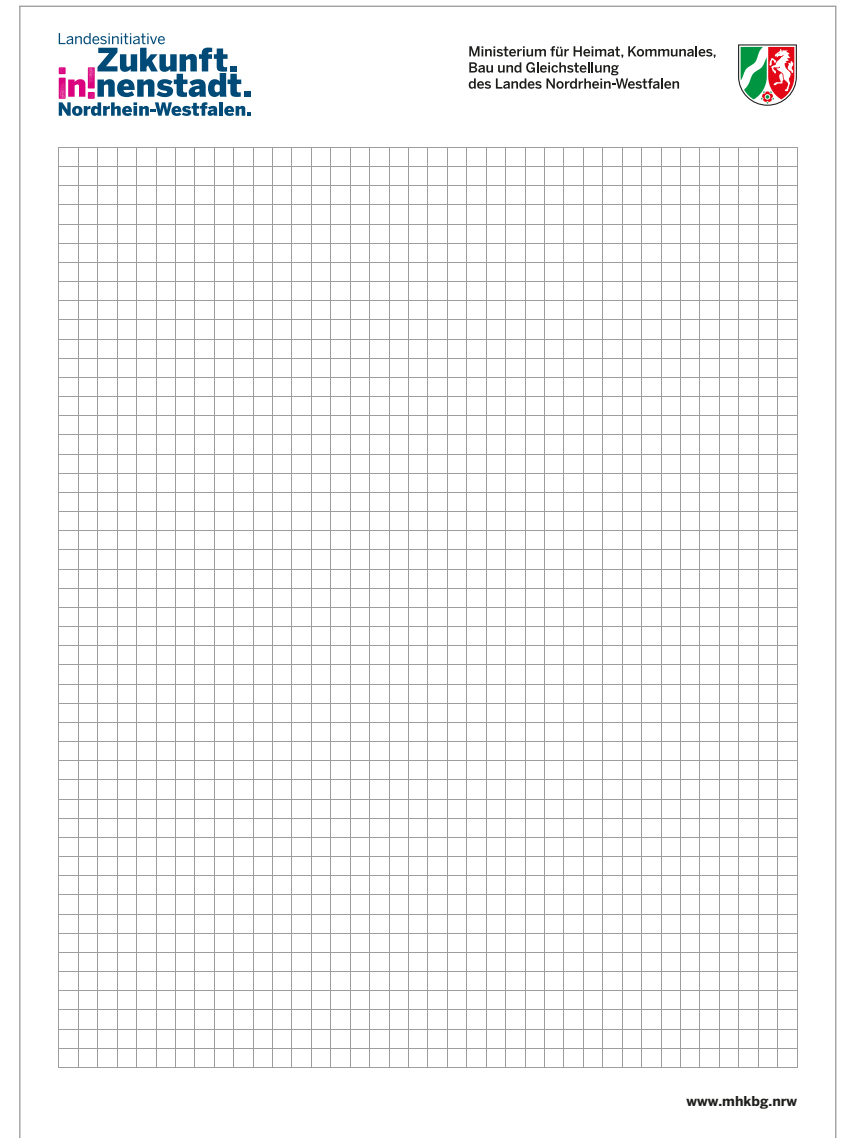
Auch auf Medien der täglichen Nutzung wie Post-its, Notizblöcken oder Kugelschreibern zeigt die Wort-Bild-Marke ausdrucksstarke Präsenz.



Kugelschreiber



Post-it



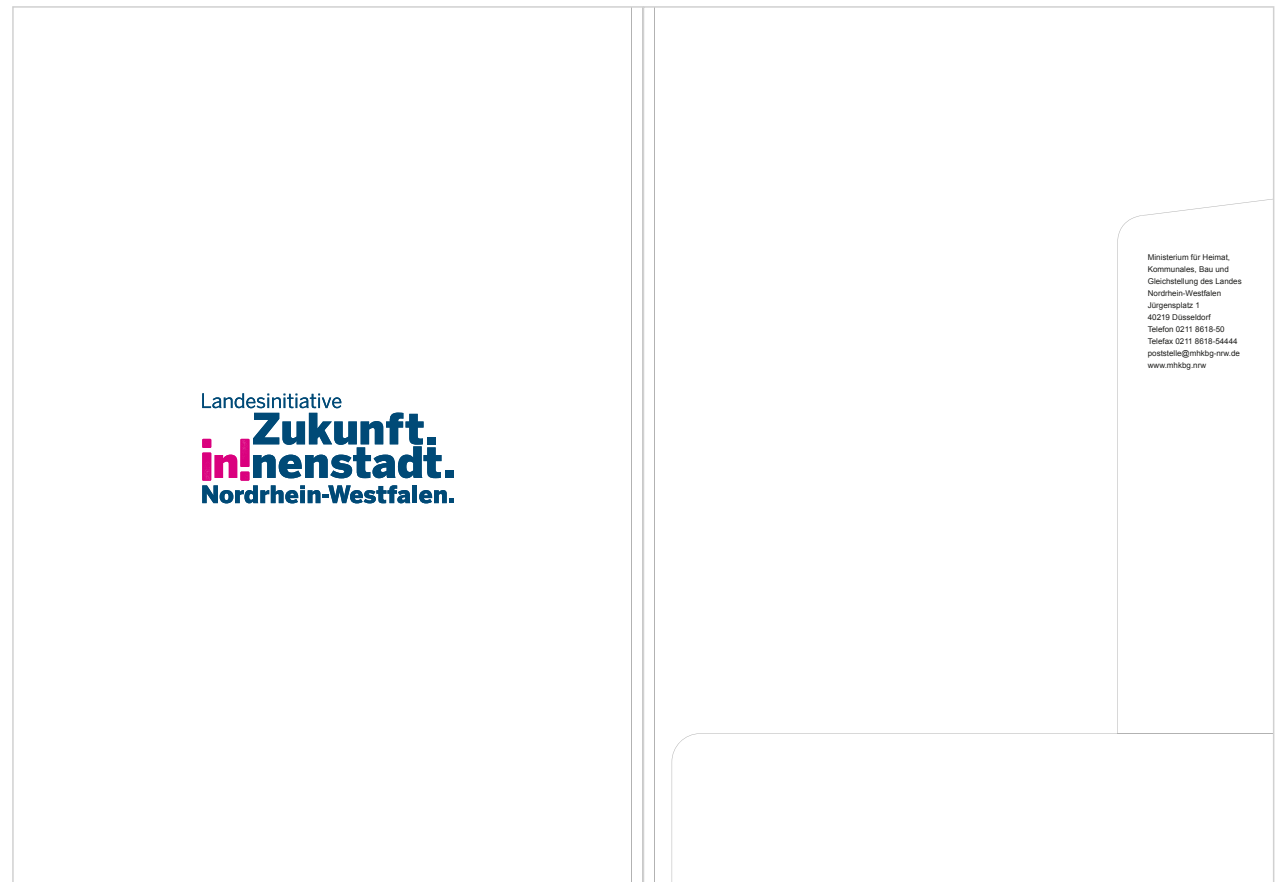
Notizblock

Anwendungsbeispiele

Tagungsmappe



Tagungsmappe (Titelseite)



Tagungsmappe (Innenseite)

Anwendungsbeispiele

Power-Point-Präsentation

Der lebendigen Gestaltung mit großformatigen Bildern und genügend Raum für Informationen und Statements aller Art folgt auch die Vorlage für PowerPoint-Präsentationen.



Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



**Landesinitiative
in!Zukunft.
nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**

Headline erste Zeile
Mehrzeilige Subheadline
bis maximal zweizeilig.

Ort, Datum

1 Präsentationstitel Ort, Datum

PowerPoint Titelfolie

Landesinitiative
**in!Zukunft.
nenstadt.
Nordrhein-Westfalen.**

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



Omnisserrovit.

Et ut vid quates nimus, senduci ditions equunt, to
maximpores netur. Am, si tessi tem et qui ipsa vit
nctet, non nes disquae.

Atiatus dolupta quidi ut pori cum, velles quae est,
estiande et deruptas ma qui ace rovidel ex exererum
renihitatem facculut.

Unt quam, voloribus di te voluptatem eum, corum
quiae volecus accatquat voluptae.



2 Präsentationstitel Ort, Datum

PowerPoint Text-/Bildseite

Anwendungsbeispiele

Partner-Kommunikation

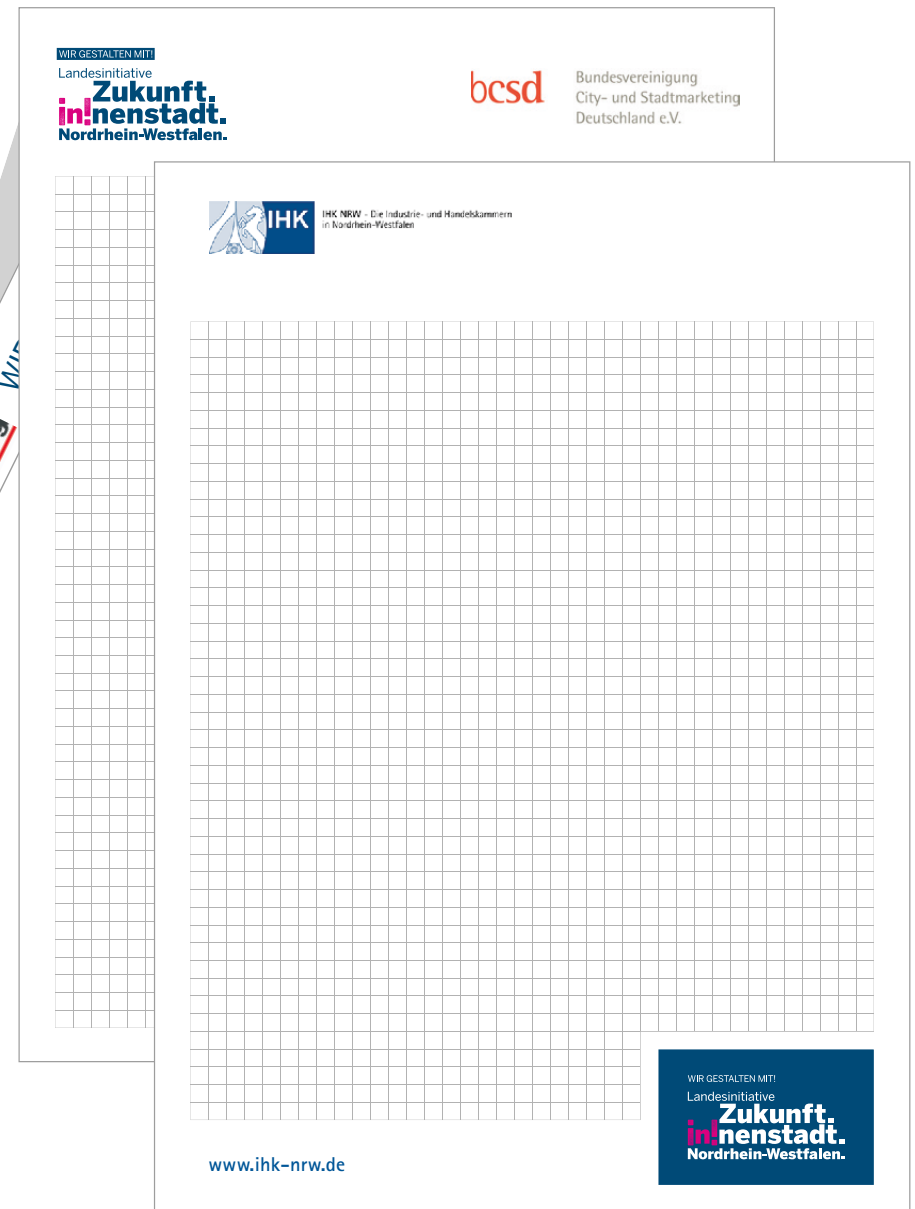
Partner der Landesinitiative und Multiplikatoren sind Mitgestalter und spielen eine maßgebliche Rolle bei der aktiven Entwicklung von Innenstädten und Ortskernen. Die Vorschläge der Partner-Kommunikation dokumentieren diese Rolle nachdrücklich.



Partnerbroschüre



Lanyard



Schreibblock

Anwendungsbeispiele

Give-aways (Bekenner)

Im Umfeld von Veranstaltungen und Promotions geht es primär darum, das Bekenner-Statement „in!“ locker und zugänglich auf Personen, Orte und Produkte zu übertragen.



Einkaufstasche



Schlüsselanhänger



T-Shirt

Herausgeber

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen
Jürgensplatz 1, 40219 Düsseldorf
Telefon: 0211 8618-50
E-Mail: info@mhkgb.nrw.de
Internet: www.mhkgb.nrw

Kontakt

Referat „Landesinitiative Zukunft.
Innenstadt. Nordrhein-Westfalen.,
Städtebauförderung Bezirk Köln“
E-Mail: FP-R513@mhkgb.nrw.de

Konzeption und Gestaltung

CP/COMPARTNER – Agentur für Kommunikation GmbH
www.cp-compartner.de

Fotos

Gettyimages

Illustrationen

Shutterstock

© 2020 / MHKBG S-269

**Die Druckfassung kann im Internet heruntergeladen werden unter:
www.mhkgb.nrw/broschueren**

Bitte die Veröffentlichungsnummer S-269 angeben.

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen und -werbern oder Wahlhelferinnen und -helfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments.

Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, wann, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin oder dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.