



# stadt**bild**

Brand Manual

**2023**

Stand: 24.05.2023

---

# Inhalt

## Logo

3

Grundsätzliche Regeln

4

Farbsysteme und ihr Einsatz

5

Bildmarke ohne Schriftzug

6

## Farbwelt

Markenfarben

7

## Typographie

Hausschriften

8

## Gestaltungselemente

Grafisches Element

9

## Kommunikationsmittel

Briefbogen & Visitenkarte

10

Profilseite SocialMedia

11

---

## Logo

Das Logo ist eine Wort-Bild-Marke. Es ist klar und prägnant und lässt – auch ohne den Schriftzug – sofort auf das Tätigkeitsfeld der Marke/ des Unternehmens rückschließen.

Das Logo ist der wichtigste Bestandteil des Markenauftritts und darf in Form und Farbe nicht verändert werden.

Das Logo gibt es als Variante im Hochformat und als Variante im Querformat.



stadtbild



stadtbild

# Logoverwendung

## Grundsätzliche Regeln

Das Logo steht immer auf weißem Grund. Um das Logo herum sollte eine ausreichende Schutzzone von Weißraum sein. Die Bild-/Wortmarke hat einen Schutzraum von 2x (= 2x Höhe des "a") umlaufend, der Schutzraum darf bei kleinen Darstellungen auf max. 1x verringert werden.

Bei der Produktion von Merchandising-Artikeln kann es ggf. notwendig sein, von dieser Regel abzuweichen. Wenn immer es möglich und sinnvoll ist, sollte die Schutzzone jedoch berücksichtigt werden.



Die Mindestabbildungsgröße des Logos ist 30 mm bzw. 120 px in der Breite (Hochformat) und 50 mm bzw. 200 px in der Breite (Querformat).



# Logoverwendung

## Farbsysteme und ihr Einsatz

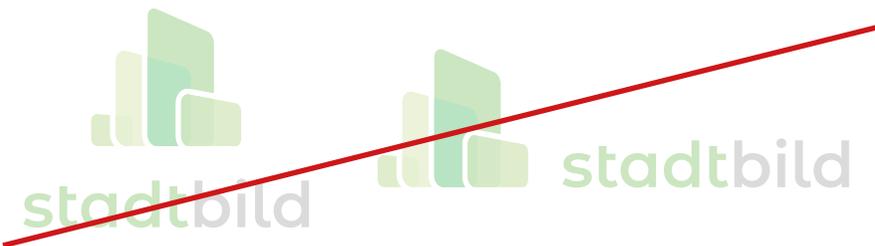
Das Logo liegt in verschiedenen Farbsystemen vor: CMYK, RGB sowie einfarbig (Schwarz K) und negativ (Weiß).

Wenn immer möglich sollte das mehrfarbige Logo verwendet werden.

Das Logo wird immer in Vollton abgebildet, niemals gerastert, als „Wasserzeichen“.

Die einfarbigen Varianten kommen nur dann zum Einsatz, wenn Farbe aus technischen Gründen nicht möglich ist – dies kann beispielsweise bei Anwendungen im Bereich Merchandising der Fall sein.

**Keine Stilisierung von Logo/ Bildmarke als Wasserzeichen.**

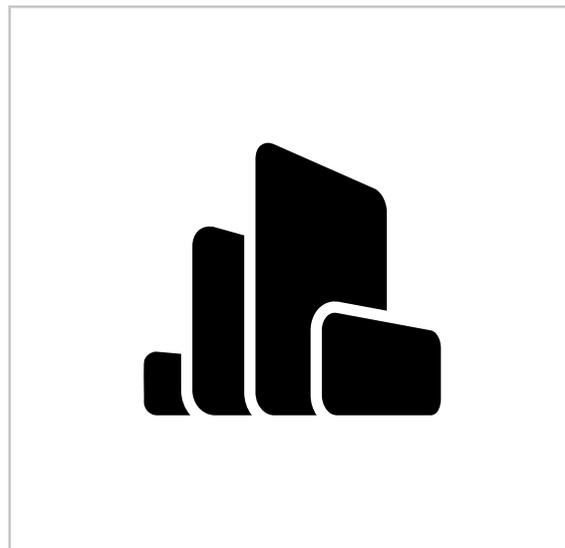
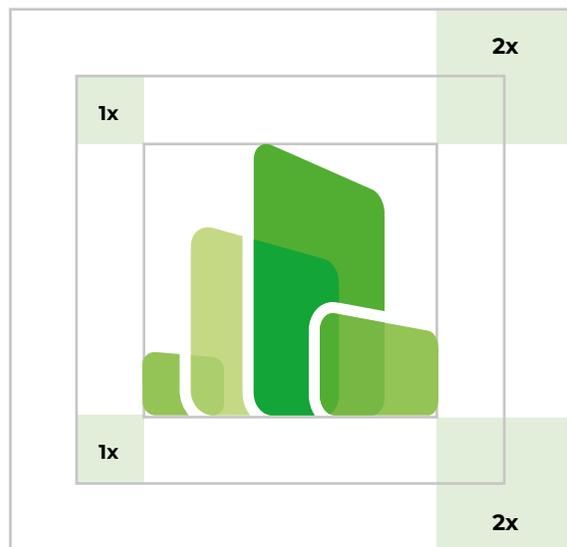


# Logoverwendung

## Bildmarke ohne Schriftzug

In Ausnahmefällen kann die aussagekräftige Bildmarke auch ohne den Schriftzug verwendet werden. Dies kann aus Platzgründen notwendig sein, es kann jedoch auch als selbstbewusstes Statement gewünscht sein.

Die Kombination Bildmarke plus Schriftzug ist bis auf Weiteres immer vorzuziehen.



**Die Bildmarke folgt den selben Regeln wie die Bild-/ Wortmarke bezüglich des Schutzraumes.**

---

# Farbwelt

## Markenfarben

Unsere CD-Farben bzw. Markenfarben sind das „stadt“-Grün und das „bild“-Grau. Diese Farben geben wir an dieser Stelle mit verbindlichen Werten vor. Der Hintergrund ist in der Regel weiß.

### stadt-Grün

Pantone Pantone 361

CMYK 100/ 0/ 70/ 0

RGB 78/ 175/ 46

HEX #4eaf2e

### bild-grau

Pantone Cool Gray 10

CMYK 0/ 0/ 0/ 60

RGB 134/ 134/ 134

HEX #868686

---

# Typographie

## Hausschriften

Die Hausschrift von stadtbild ist die Montserrat, eine Schriftart, die 2010 von der Designerin Julieta Ulanovsky entworfen wurde. Inspiriert wurde sie von nichts anderem als dem kleinen Viertel Montserrat, zudem hat sie auch einen gewissen Hang zu typografischen Plakaten der 20er Jahre. Aufgrund ihrer hohen Lesbarkeit ist sie eine ideale Schrift sowohl online als auch für physische Medien.

Montserrat Regular

Mm

A B C D E F G H I K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Regular italic

Mm

A B C D E F G H I K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Bold

Mm

A B C D E F G H I K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Montserrat Bold italic

Mm

A B C D E F G H I K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i k l m n o p q r s t u v w x y z

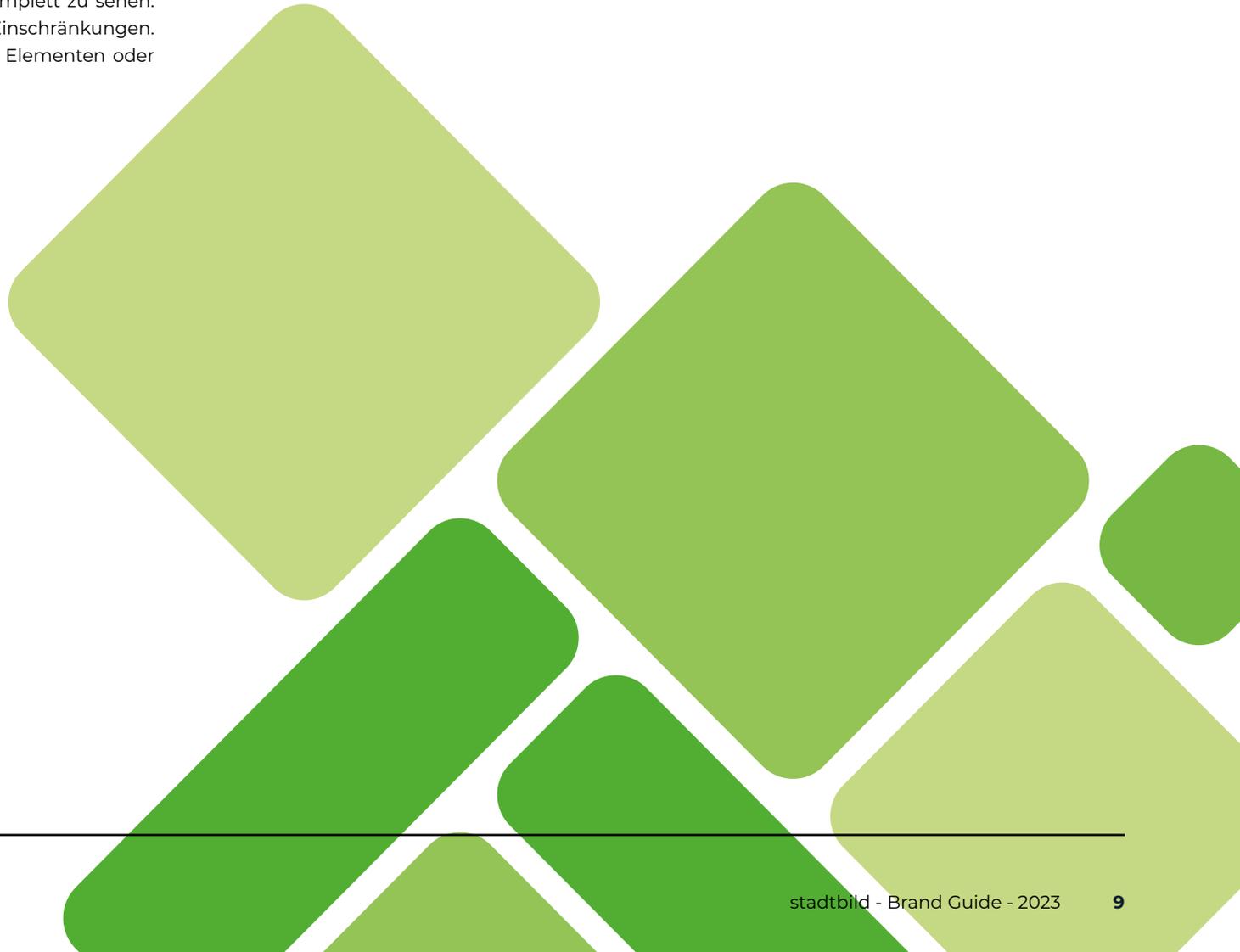
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

---

# Gestaltungselemente

## Grafisches Element

Ein Flächen-Muster dient als Gestaltungselement für größere freie Flächen. Es wird immer im Anschnitt verwendet und ist niemals komplett zu sehen. Bezüglich der Größe und Richtung gibt es nahezu keine Einschränkungen. Jedoch sollte es idealerweise nicht in Konflikt mit anderen Elementen oder dem Text geraten.



# Kommunikationsmittel

## Briefbogen

Die Geschäftsunterlagen gehören zu den wichtigsten Elementen, die das Corporate Design eines Unternehmens prägen. Alle Geschäftsunterlagen basieren auf einem genau definiertem Gestaltungsraster.



Visitenkarte auf 60% verkleinert



## Visitenkarte

Die Visitenkarte besitzt eine Größe von 85 x 55 mm und ist beidseitig bedruckt. Sie beinhaltet außerdem einen individualisierten QR-Code.

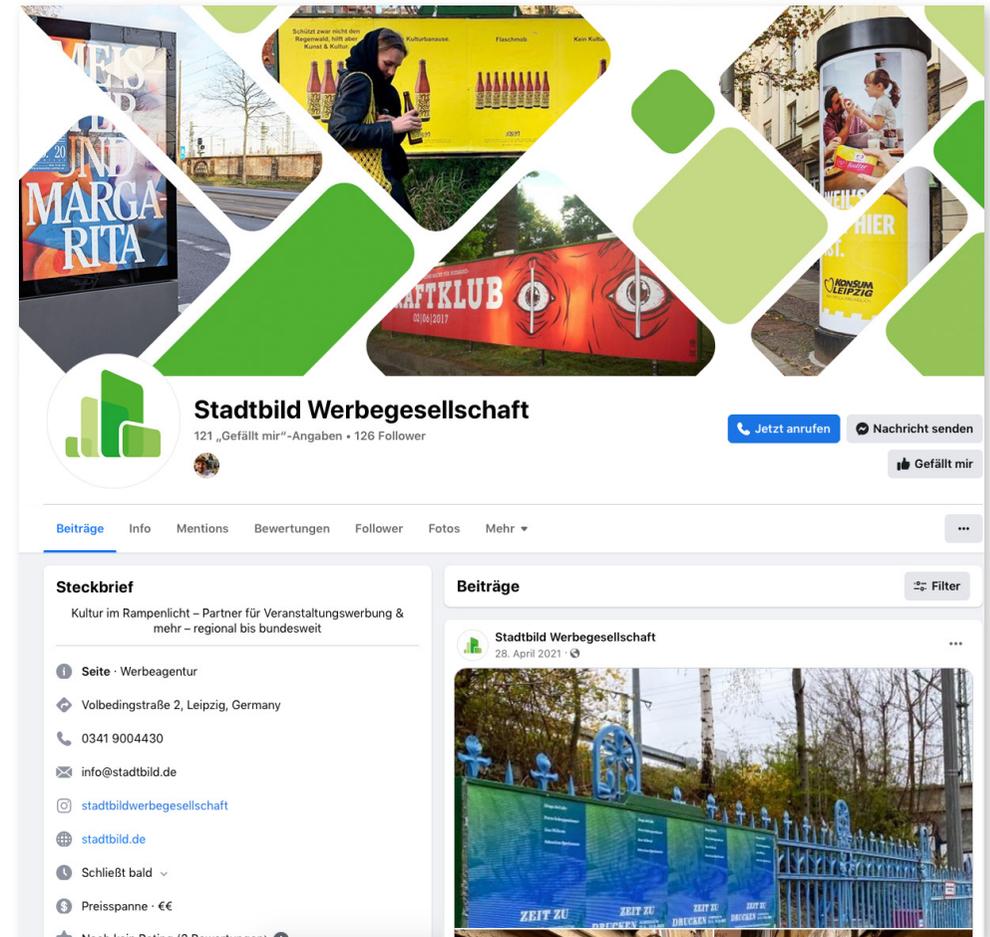


Briefbogen auf 50% verkleinert

# Kommunikationsmittel

## Profilseite SocialMedia

Die Profilseite dient als Aushängeschild für stadtbild. Sie sollte kundenfreundlich gestaltet werden, da diese Plattform allgemein eher verbraucherorientiert ist



Profilseite Facebook

**stadtbild.de**

