

01 Unsere Markenzeichen

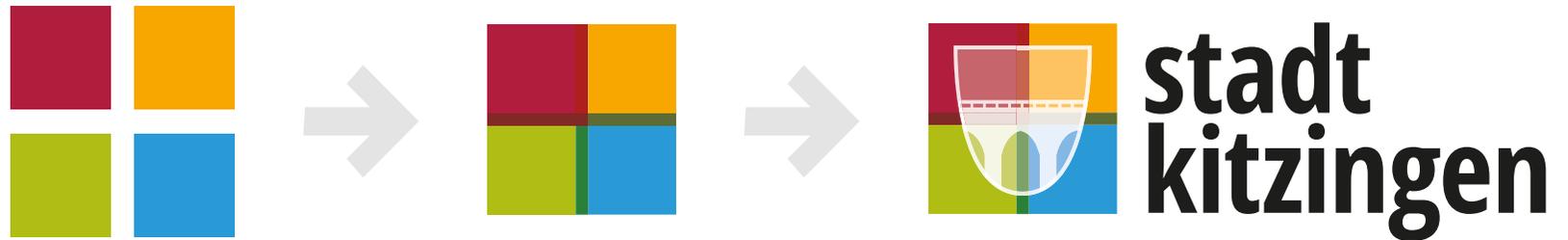
Ein System für die Gemeinschaft



Ausgehend von den vier Grundfarben Rot, Grün, Gelb und Blau, die auch fester Bestandteil des bisherigen Markenzeichens waren, eröffnet sich die Stadt in all ihren (Farb-)Facetten aufgefächert. Dabei stehen die Farben jeweils ungezwungen für verschiedene Lebens- und Verwaltungsbereiche: Grün, selbstverständlich für alles, was wächst, bio- oder ökologisch ist oder einfach nur draußen stattfindet. Gelb alles das mit dem Freundlichen, Sozialen, Menschlichen zusammenhängt. Blau, der Fluss und der Wandel, Entwicklung und Bau. Rot für alles Energetische, Events, Aktivitäten.

Wichtig ist uns, dass die Farben nicht einfach flächig aneinander stoßen, sondern dass sie Überlappungsbereiche bilden, die sie miteinander verbinden. Diese Überlappungsbereiche erzeugen eine Art „Fenster“, das die besondere Eigentümlichkeit und Unverwechselbarkeit des Erscheinungsbilds ausmachen.

Kern des Logos ist schließlich ein weißes Symbol. Das Symbol der Stadt ist das reduzierte Wappen mit der Kitzinger Mainbrücke als Motiv.



Der Aufbau des Logos in der Übersicht

Gutes erhalten und die Zukunft gestalten. Das derzeitige, bunte Logo im quadratischen Stil ist durchaus leistungsfähig. Frischen Wind erhält das neue Logo durch die gebrochenen vier Grundfarben. Die reduzierte Illustration erhöht die Prägnanz des Logos und eröffnet das integrative System.



Neues schaffen bedeutet nicht Bewährtes verwerfen.

01 Unsere Markenzeichen

Ein System für die Gemeinschaft

Der einfache Aufbau und die Systematik des Logos ist eine Einladung an Ämter, Veranstaltungen und Vereine, sich im integrativen Logo-System der Stadt einzureihen – ein integratives System, das vor Augen führt was hier alles passiert und das Stärken bündelt und Kontaktpunkte gemeinsam nutzt. So bekommt der Bürger und der Gast einen Einblick in die Vielfalt, die diese Stadt für ihn bereit hält. Die Unterscheidung innerhalb des Systems wird durch die reduzierten und im einheitlichen Illustrationsstil gezeichneten Icons ermöglicht. Dazu können die vier Farben jeweils frei gewählt werden, denn Kitzingen ist zwar grün, aber vor allem auch bunt.



Deutlich wird der Effekt einer verbesserten
Gesamtwahrnehmung im Vergleich.

**Nicht integrativ,
viele Einzelkämpfer**



**Integratives System,
wahrnehmbare Einheit**

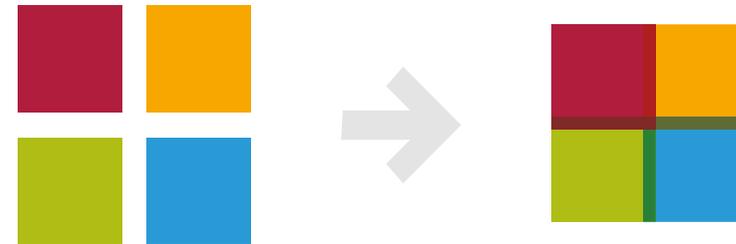


01 Unsere Markenzeichen

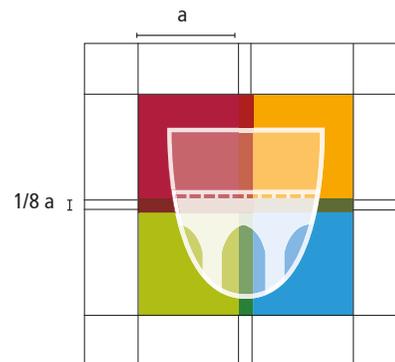
Größen, Proportionen und Darstellung

Die Logos bestehen aus 4 verschiedenen farbigen Quadraten, die sich immer zu gleichen Teilen ($1/8 a$) überlagern. Damit die Überlagerung der Quadrate in einem dunkleren Farbton sichtbar wird, werden die Flächen miteinander „multipliziert“.

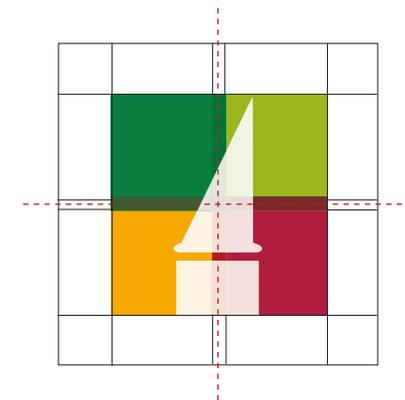
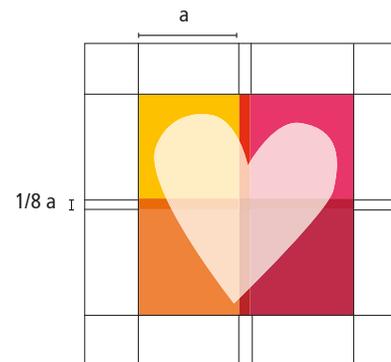
Die Symbole werden zentriert auf der quadratischen Grundfläche des Logos platziert. Sie sind weiß und mit einer Transparenz (70%-85% Deckkraft) versehen. So scheinen die vier Grundfarben durch.



Der Aufbau des Logos in der Übersicht



Definition der Flächen und Überlagerungen.



Die weißen Symbole werden mittig auf der Grundfläche platziert.

Mindestgröße
1cm²



Graustufen



Bei zu kleinen Abbildungen sind die Details der Symbole nur noch schwer zu erkennen. Daher liegt die Mindestgröße bei 1cm Seitenlänge des Logoquadrats.

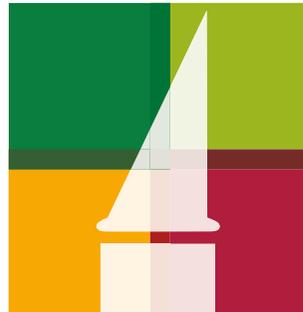
Das Logosystem funktioniert auch in Schwarz-Weiß Darstellungen.



Rechts neben dem quadratischen Logo ist der Raum für die Nomenklatur vorgesehen, deren Abstand sich wie in der nebenstehenden Grafik definiert. Die Nomenklatur wird zweizeilig mit einem geringen Zeilenabstand gesetzt. Die Oberlängen der oberen Zeile sind dabei bündig mit dem oberen Rand der quadratischen Logofläche, die Grundlinie der unteren Zeile schließt sich bündig zum unteren Rand des Quadrats an. Verwendet wird die Schriftart Open Sans Condensed (siehe Kapitel zur Schrift). In der Breite sollte die Nomenklatur nicht länger als vier Logo-Quadrate laufen.

Um das komplette Logo (Quadrat und Nomenklatur) ist ein festgelegter grafischer Schutzraum (1/2 a) einzuhalten.

GUT SO!



02 Unsere Farben

Vier für einen guten Klang

Die vier Farben der Stadt Kitzingen: Ausgehend von den vier Grundfarben Rot, Grün, Gelb und Blau, die auch fester Bestandteil des bisherigen städtischen Markenzeichens waren, eröffnet sich die Stadt in all ihren (Farb-)Facetten aufgefächert. Dabei stehen die Farben jeweils ungezwungen für verschiedene Lebens- und Verwaltungsbereiche: Grün, selbstverständlich für alles, was wächst, bio- oder ökologisch ist oder einfach nur draußen stattfindet. Gelb, alles das mit dem Freundlichen, Sozialen, Menschlichen zusammenhängt. Blau, der Fluss und der Wandel, Entwicklung und Bau. Rot für alles Energetische, Events und Aktivitäten.

Doch das Logosystem ist offen für viele weitere Farbfacetten. Ämter, Institutionen, Veranstaltungen und Vereine, die sich im integrativen Logo-System der Stadt einreihen, können ihren ganz eigenen Farb-Vierklang definieren und so das bunte Farbspektrum erweitern.



Die definierten Farben der Stadt Kitzingen.

Ämter, Institutionen, Veranstaltungen oder Vereine, die sich dem Logosystem anschließen können Ihre eigenen vier Farben definieren.

04 Unsere Form & Layouts

Rechteckig, klar und vielseitig

Die rechteckigen Formen im Logo prägen die Formensprache des gesamten Erscheinungsbildes. Dabei spielen die Überlagerungen der Flächen ebenso eine zentrale Rolle wie die bunte Farbgebung. Diese sollte den Farben des jeweils verwendeten Logos bzw. des Kontextes entsprechen.

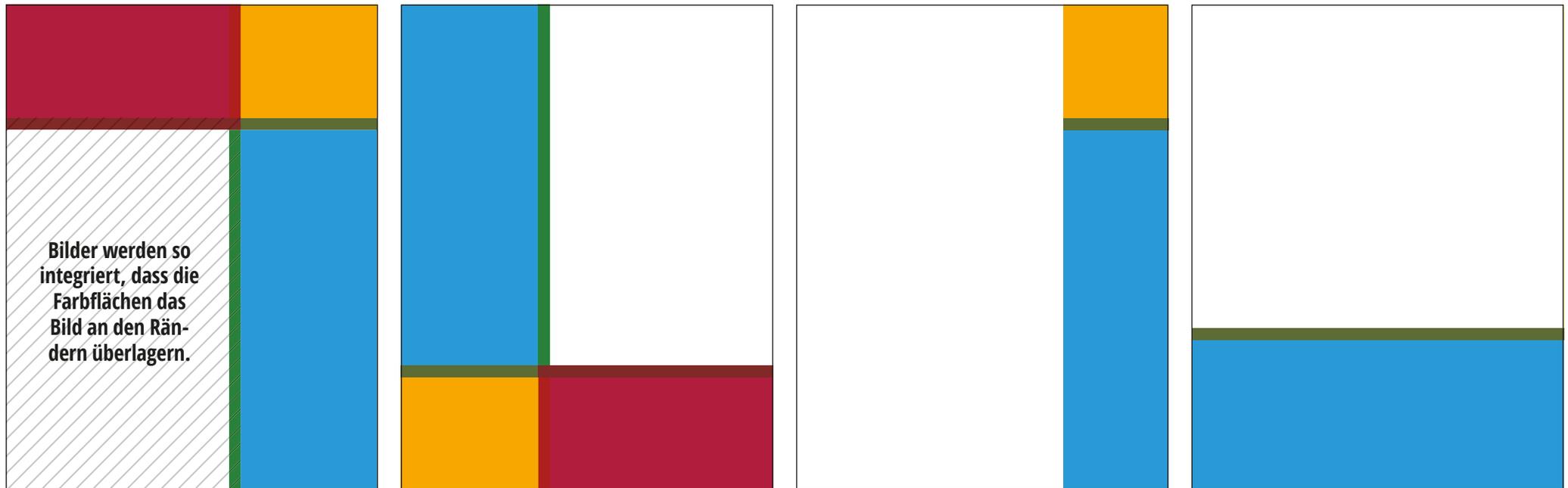
Es ist darauf zu achten, dass die Farben nicht einfach aneinander stoßen, sondern dass sie Überlappungsbereiche bilden, die sie miteinander „multiplizieren“. Diese Überlappungsbereiche erzeugen im Grundprinzip eine Art „Fenster“ (in die Stadt) und machen die besondere Eigentümlichkeit des Erscheinungsbildes aus.

Die Formensprache konstruiert sich wie nebenstehend beschrieben. Dabei können, je nach Anwendung und Einsatzzweck, auch nur 1, 2 oder 3 Farbflächen verwendet werden um Freiraum für Texte oder Bilder zu erzeugen.

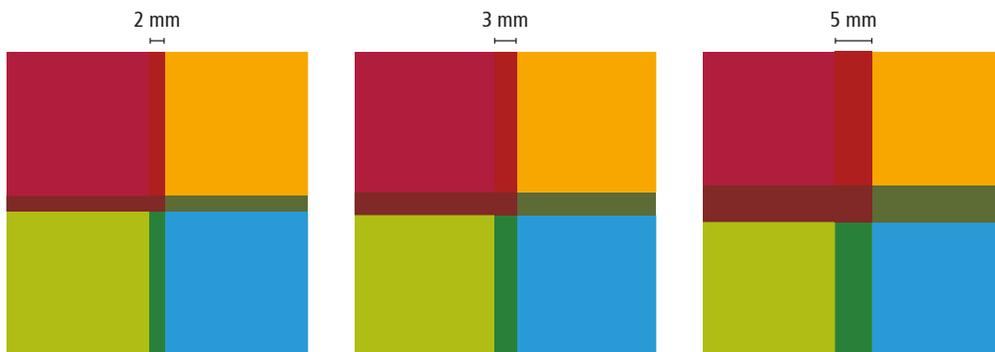
Auch Bilder können in der Formensprache integriert werden. Sie werden so platziert, dass Sie eine der Farbflächen ersetzen. Wichtig: die Überlappungsbereiche mit den Farbflächen werden trotzdem gebildet.



Das Grundprinzip: Die rechteckigen Formen überlagern sich so, dass die entstehende Form an ein Fensterkreuz erinnert.



Für Layouts aller Art können die rechteckigen Formen in Ihrer Anzahl reduziert werden um Raum für Text oder Bild zu erzeugen (siehe nächste Seite).



In Formaten, die DIN A6 oder kleiner sind, überlappen die Flächen sich um 2 mm.

In Formatgrößen zwischen DIN A5 und DIN A4, überlappen sich die Flächen um 3 mm.

In Formatgrößen zwischen DIN A4 und DIN A3, überlappen sich die Flächen um 5 mm.

Bei größeren Formaten werden die Überlappungsbereiche so gewählt, dass optisch die Proportionen gewahrt bleiben.

04 Unsere Form & Layouts

Anzeigen, Flyer & Co

Unsere Layouts (Titelseiten, Plakate, etc.) werden entsprechend der Regeln auf den vorhergehenden Seiten konstruiert. Der Aufbau folgt zudem dem nebestehenden Schema. Die einzelnen Zonen sind variabel in ihrer Höhe und Breite und können ggf. dem Inhalt angepasst werden. Je nach Medium können einzelne Zonen auch komplett entfallen

Randzone: Zwei Farbflächen bilden die Randzone, in dieser in der Regel keine Inhalte platziert werden. Lediglich die Webadresse ragt seitlich auf einem farbigen, um 5° geneigten Balken in unser Layout. Wo Bildzone auf Inhaltszone trifft, schiebt sich der Balken mit unserer Webadresse von links in die Seite.



Die Farbfläche, die den größten Raum für die Überschrift bietet (in der Regel oben rechts) fungiert als Titelzone.

Bildzone: das Bild (ggf. mehrere Bilder) wird unterhalb der Titelzone eingefügt.

Inhaltszone: Texte, kleinere Abbildungen, Tabellen oder Grafiken finden ihren Platz unterhalb der Bildzone oder im Innenteil.

Logos stehen im unteren Teil der weißen Inhaltszone.

Nebenstehende Beispiele zeigen mit Briefbogen (zwei Farbflächen), Visitenkarte (eine Farbfläche) und Flyer (drei Farbflächen mit Bild) alle möglichen Varianten unserer Layouts. Die Farbgebung hängt jeweils von den Farben des Absenderlogos ab. In diesen Fällen sind dies der Stadtmarketingverein (Briefbogen), die Stadt (Visitenkarte) und das Logo des Aktiv- und Gesundheitstags (Flyer).



Anschrift
Herr Peter Müller
Kitzingstraße 4
97318 Kitzingen

Stadtmarketingverein Kitzingen e.V.
Alte Burgstraße 5
97318 Kitzingen
Telefon: 09321 929 29 49
Fax: 09321 929 29 50
info@stmi.info
www.kitzingen-kanns.de

Geschäftsführender Vorstand:
Claudia Bißl, Renner Strasse,
Frank Gimperlein
Umsatzsteuer-ID: DE29409467

Kitzingen, 1.2.2017

Betreff immer in fett angeben

Sehr geehrte Damen und Herren,

Der Stadtmarketing-Verein Kitzingen e.V. hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Entwicklung der Stadt Kitzingen zu fördern, die Anziehungskraft und die Bedeutung Kitzingens als Ort des Einkaufens, der Arbeit, des Fremdenverkehrs, der Kultur, der Freizeit und des Wohnens zu steigern.

Events in Zusammenarbeit mit dem Kitzinger Einzelhandel, kulturelle und sportliche Veranstaltungen sowie inageprägende Veranstaltungen für die Stadt Kitzingen wie das Stadtfest oder den neu konzipierten Weihnachtsmarkt sind Beispiele für die Arbeit des Vereins und dessen aktiven Mitglieder.

Obwohl fast alle Aktivitäten im Stadtmarketing-Verein mit ehrenamtlichen Helfern bewältigt werden, sind finanzielle Fördermittel nötig, um neue Projekte zu starten und erfolgreiche Projekte am Leben zu erhalten. Sicher steht der SMV mit den verfügbaren Mitteln schon besser da, als viele Sport-, Gesangs- oder kulturschaffende Vereine, aber die Bürger und der Stadtrat haben an uns sehr hohe Erwartungen.

Wir möchten Ihnen mit dieser Mappe unsere Projekte vorstellen und Sie dafür gewinnen, unsere Arbeit weiterhin über das „normale“ Maß hinaus zu unterstützen. Gleichzeitig bieten wir Ihnen je nach Projekt die Möglichkeit, sich als Förderer noch besser hinsichtlich Ihrer

Unsere Termine 2017:

- 23. April Flower und Power, Kitzinger Frühling mit Automelen und Verkaufsoffenem Sonntag
- 26. – 28. Mai Stadtfest mit FamilienSonntag
- 28. Mai Klaviernacht im IH-HOF
- 02. Juli Tag der Franken
- 15. Juli White Dinner am Stadtbalkon
- 05. August Picknick & Gino am Bleichwasen
- 15. August Bummeltag – Verkaufsoffen am Feiertag, mit ShoppingPrinzess, 30 Jahre Kitzinger Hofrat
- 15. Oktober Ebhäuser Kern, Verkaufsoffener Sonntag
- 12. November MartinsSonntag mit Gesundheitstag und Verkaufsoffenem Sonntag
- 01. – 24. Dezember Weihnachtslicher Treffpunkt am Marktplatz
- 08. – 10. Dezember Weihnachtsmarkt „Kitzingen leuchtet“ rund um die größte Adventskneze Bayerns



Kaiserstraße 13/15 | 97318 Kitzingen
Tel. (0 93 21) 20 - 0 | Fax (0 93 21) 20 - 20 20
rathaus@stad.kitzingen.de | www.kitzingen.info

Unser Aktiv- und Gesundheitsangebot



Rathaushalle Katernstraße 13	
Kurs für Ernährung, Lebenserhaltung, Hersten	Gesundwohnen im Leben, Gesunde Ernährung, Schöne, Gewürze
Wohngruppe Kitzingen	Leben in Würde bis zuletzt
VDK	Sozialberatung und Freizeitangebote
KSV	Allgemeiner Feiertag
Tägler Salate/Empathe	Gesunde Suppe für einen guten Zweck
Badboyz-Kaffe	Fair produzierte Kaffee
ADK	Lungen-Check
Karfree Institut	Dauerhafte Haarentfernung mit reinem Licht vom Marktführer
Carmen Kraus	Yoga

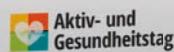
Kitzinger Einzelhandelsgeschäfte	Gesundheit und Wellness
Mode Nonrad	10% Süßholzwahl und liebe Zitrone für die kalten Tage
Frankonia Hören/Sehen	Kostenloser Hör- und Sehtest
Besseres Paradies	Sport-Beratung

3. Aktiv- und Gesundheitstag in Kitzingen

12. November 2017 von 13 - 18 Uhr in der Rathaushalle und im Alten Krankenhaus
Gesundheitsparcours mit Verkaufsoffenem Sonntag in der ganzen Stadt von 13 - 18 Uhr



KITZINGEN-KANNS.DE



Veranstaltungen für 2017 in Kitzingen



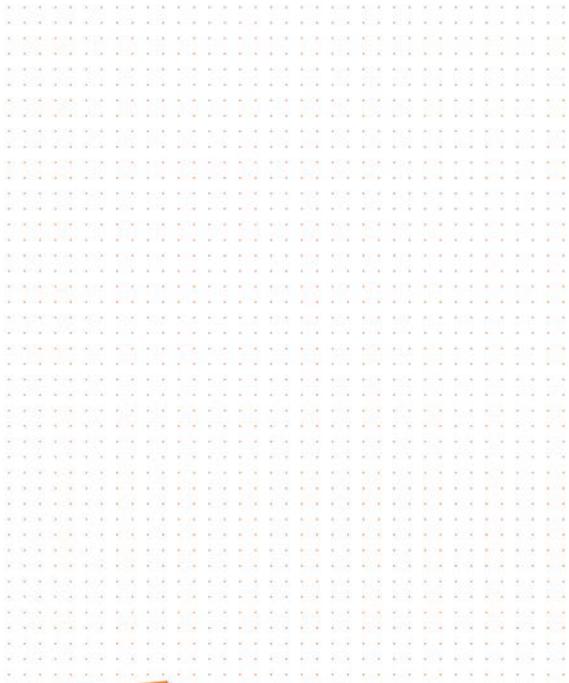
KITZINGEN-KANNS.DE

- 23. April 2017 Flower und Power, Kitzinger Frühling mit Automelen und Verkaufsoffenem Sonntag
- 24.05. bis 28.05.2017 Stadtfest mit FamilienSonntag
- 28.05.2017 Klaviernacht im IH-HOF
- 02. Juli 2017 Tag der Franken
- 15. Juli 2017 White Dinner am Stadtbalkon
- 28. & 29. Juli 2017 Picknick & Gino am Bleichwasen
- 15. August 2017 Bummeltag – Verkaufsoffen am Feiertag, mit ShoppingPrinzess, 30 Jahre Kitzinger Hofrat
- 15. Oktober 2017 Ebhäuser Kern, Verkaufsoffener Sonntag
- 12. November 2017 MartinsSonntag mit Gesundheitstag und Verkaufsoffenem Sonntag
- 01. – 24. Dezember 2017 Weihnachtslicher Treffpunkt am Marktplatz
- 08. bis 10. Dezember 2017 Weihnachtsmarkt „Kitzingen leuchtet“ rund um die größte Adventskneze Bayerns



Die Gesundheitspartner vor Ort präsentieren sich:

 stadtmkteting
kitzingen



KITZINGEN-KANNS.DE

Stadtmktetingverein Kitzingen e.V.
Alte Burgstraße 5 | 97318 Kitzingen | info@stmu.info | www.kitzingen-kanns.de

Veranstaltungen für 2017 in Kitzingen



KITZINGEN-KANNS.DE

<p>23. April 2017 Flower und Power, Kitzinger Frühling mit Automeile und Verkaufsoffenem Sonntag</p> <p>26.05. bis 28.05.2017 Stadtfest mit FamilienSonntag</p> <p>28.05.2017 Klaviersnacht im INHOF</p> <p>02. Juli 2017 Tag der Franken</p>	<p>15. Juli 2017 White Dinner am Stadtbalkon</p> <p>28. & 29. Juli 2017 Picknick & Kino am Bleichwasen</p> <p>15. August 2017 Bummeltag – Verkaufsoffen am Feiertag, mit ShoppingPrinzess, 30 Jahre Kitzinger Hofrat</p> <p>15. Oktober 2017 Erbhäuser Kern, Verkaufsoffener Sonntag</p>	<p>12. November 2017 MartiniSonntag mit Gesundheitstag und Verkaufsoffenem Sonntag</p> <p>01. – 24. Dezember 2017 Weihnachtlicher Treffpunkt am Marktplatz</p> <p>08. bis 18. Dezember 2017 Weihnachtsmarkt „Kitzingen leuchtet“ rund um die größte Adventskerze Bayerns</p>
---	--	---

 stadtmkteting
kitzingen 

 stadt
kitzingen

Stadt Kitzingen
Kaiserstraße 13/15 | 97318 Kitzingen
Tel. (0 93 21) 20 - 0 | Fax (0 93 21) 20 - 20 20
rathaus@stadi-kitzingen.de | www.kitzingen.info

05 Unsere Geschäftsausstattung

Visitenkarte, Briefpapier & Co.

Auch die Geschäftsausstattung wie Visitenkarten, Blöcke, Briefpapier und Umschläge folgen den Richtlinien unserer Layouts. Dabei können die Proportionen und Maße bei unterschiedlichen Institutionen abweichen. So können städtische Dokumente reduzierter in Erscheinung treten, als beispielsweise die werblicheren Medien des Stadtmarketingvereins oder der Touristinformation. Die Abbildungen auf dieser und der nächsten Doppelseite sind daher exemplarisch zu verstehen. Das Design kann für jede Institution individuell ausgesteuert werden.



Visitenkarten der Stadt:
In städtischen und förmlichen Anwendungen kann das Erscheinungsbild in reduzierter Form auftreten, wie dieses Beispiel einer Visitenkarte zeigt.

05 Unsere Geschäftsausstattung

Visitenkarte, Briefpapier & Co.

Neben den Visitenkarten gehören Briefbögen, Notizblöcke und Briefumschläge zu unserer grundlegenden Geschäftsausstattung. Das Erscheinungsbild kann in diesen Anwendungen auch sehr reduziert umgesetzt werden, wie diese Beispiele von Stadt, Tourismus und Stadtmarketing zeigen.





Logos in neuem Marken-CI



Stadtbücherei
im Luitpoldbau



stadtbücherei
im Luitpoldbau



Deutsches
Fastnacht
Museum



Roxy
Kitzingen



Stadtbauamt
Kitzingen



tourismus
kitzingen



stadt
kitzingen

Das Logo der Stadt als Leitlogo für alle städtischen und stadtnahen Partner macht die Logosystematik erst komplett.