

# **Richtlinie für die Erteilung der Genehmigung zur Verwendung des Logos der Stadt Erkelenz**

**vom 17.02.2021**

**ERK  
EL  
ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.

Erkelenz ist eine Stadt mit wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Stärken, die unterschiedliche Lebensformen vereint- von dörflichen bis hin zu städtischen Strukturen. Erkelenz stellt sich Veränderungsprozessen und gestaltet den Wandel aktiv mit. Erkelenz ist eine starke Stadt mit Lebensqualität und guten Entwicklungschancen.

Das Markenkonzept trägt dazu bei, die Qualitäten und Stärken der Stadt immer wieder neu ins Bewusstsein der Menschen zu rücken. Es bietet den Erkelenzerinnen und Erkelenzern eine neue Sichtbarkeit für all die Merkmale, die man im Alltag längst als selbstverständlich verbucht hat, und es soll dabei helfen, neuen Stolz auf die eigene Stadt und ihre Besonderheiten zu entwickeln. Die Menschen sollen somit Botschafterinnen und Botschafter für ihre Stadt werden, so dass Erkelenz nach innen und nach außen positiv und vielfältig stark wahrgenommen wird.

Wesentlich für das neue Markenkonzept sind „Identifikation“ und „Multiplikation“. Wer sich mit einer Sache identifiziert, der wird zu ihrem Multiplikator. Die Mitwirkung vieler Interessengruppen im Workshop-Prozess der Markenentwicklung dient nun als Grundlage für einen breit gestreuten Einsatz der neuen Stadtmarke - auch im Vereins- und Geschäftsleben in Erkelenz.

Diese Richtlinie definiert klare Regeln für die Nutzung des Logos und gibt Hilfestellung für die korrekte Anwendung. Ziel ist eine möglichst große Reichweite des Logos und eine Harmonisierung des Erscheinungsbildes.

## **§ 1**

### **Anwendungsbereich dieser Richtlinie**

Diese Richtlinie findet auf jede Verwendung des Logos der Stadt Erkelenz durch natürliche und juristische Personen außerhalb des „Konzerns Stadt Erkelenz“ Anwendung.

## **§ 2**

### **Genehmigungspflicht**

(1) Das Logo der Stadt Erkelenz darf nur nach vorheriger Genehmigung durch den Bürgermeister der Stadt Erkelenz verwendet werden.

(2) In dem Antrag ist der Verwendungszweck möglichst genau zu beschreiben. Dabei sollen insbesondere die Regelungen des § 3 beachtet werden.

(3) Es ist auf Verlangen ein Muster oder ein verbindlicher Entwurf vorzulegen.

### **§ 3**

#### **Genehmigungsvoraussetzungen**

(1) Die Genehmigung zur Verwendung des Logos der Stadt Erkelenz wird nur natürlichen oder juristischen Personen erteilt, die ihren (Wohn-)Sitz in Erkelenz haben oder in besonderer Beziehung zu Erkelenz stehen und die Gewähr bieten, dass die Verwendung des Logos das Ansehen der Stadt nicht gefährdet oder schädigt.

(2) Die Verwendung des Logos der Stadt Erkelenz auf Kunstgegenständen, kunstgewerblichen Gegenständen, Druckerzeugnissen, Geschenkartikeln oder anderen gewerblichen Erzeugnissen, insbesondere Souvenirartikel und dergleichen wird nur genehmigt, wenn es sich um eine künstlerisch einwandfreie sowie geschmackvolle Ausführung handelt und eine würdige Verwendung, die den Ruf der Stadt fördert oder zumindest nicht schädigt, gewährleistet wird.

(3) Eine Verwendung des Logos der Stadt Erkelenz als Warenzeichen oder zur Kennzeichnung von Geschäften und Vereinen darf nur genehmigt werden, wenn der nichtamtliche Charakter eindeutig erkennbar ist.

### **§ 4**

#### **Darstellung des Logos der Stadt Erkelenz**

Das Logo der Stadt Erkelenz darf mit Claim (Abbildung 1) oder ohne Claim (Abbildung 2) verwendet werden. Farben, Größenverhältnisse oder Claim dürfen dabei nicht verändert werden. Das Logo soll hinsichtlich der Positionierung und der Abstände entsprechend den Beschreibungen im Corporate-Design Manual (Anlage 1) verwendet werden.

### **§ 5**

#### **Erteilung der Genehmigung**

(1) Die Genehmigung kann unter Widerrufsvorbehalt erteilt werden. Sie ist insbesondere zu widerrufen, wenn

a. der/die Genehmigungsträger\*in die durch die Genehmigung erteilten Befugnisse überschreitet oder die erteilten Auflagen nicht erfüllt,

b. die Genehmigungsvoraussetzungen entfallen sind, oder

c. falsche Angaben über die Person des/der Nutzer\*in oder den Verwendungszweck bei der Antragsstellung gemacht wurden.

(2) Sie kann mit Auflagen, insbesondere über die Art und Form der Verwendung, versehen werden.

(3) Bei Widerruf der Erlaubnis besteht kein Anspruch auf Entschädigung.

**§ 6**  
**Inkrafttreten**

Diese Richtlinie tritt mit sofortiger Wirkung in Kraft.



Stephan Muckel  
Bürgermeister

**Abbildung 1: Logo der Stadt Erkelenz mit Claim**



**ERK**  
**EL**  
**ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**Abbildung 2: Logo der Stadt Erkelenz ohne Claim**



**ERK**  
**EL**  
**ENZ**

**Anlage 1: Corporate-Design Manual**

**ERK  
EL  
ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.



Die Stadt  
**mit drei E**

Corporate Design der Stadt Erkelenz

# Inhalt

## Das neue Marken-Konzept für Erkelenz

Nach innen stark. Nach außen stärker.....	3
Echt. Ehrlich. Einzigartig.....	4
Die Zielsetzungen.....	5
Die Wunschwahrnehmung 2023.....	5
Die Positionierung.....	5

## Die Marke ..... 6

## Farben ..... 8

## Typografie ..... 10

## Bildwelt ..... 12

## Iconstil ..... 14

## Layout

Elemente.....	16
Aufbau.....	18
Varianten.....	20
Standart-Formate.....	23

## Partnerlogos ..... 26

## Anwendungsbeispiele ..... 28

# Das neue Marken-Konzept für Erkelenz

## Nach innen stark. Nach außen stärker.

Mit dem vorliegenden Marken-Konzept der Stadt Erkelenz wird ein neues visuelles Kapitel im Marketing für unsere Stadt aufgeschlagen. Zukünftig wird das markante grafische Erscheinungsbild seinen Einzug in die Kommunikation der Themen der Stadtverwaltung halten und seine rund um das dreifach in unserem Stadtnamen vertretene „E“ absenden: Echt. Ehrlich. Einzigartig.

Das klingt nicht nur selbstbewusst, das ist es auch. Im besten Sinne des Wortes „selbstbewusst“. Denn eine interdisziplinär besetzte Arbeitsgruppe aus Bürgerschaft, Wirtschaft, Politik und Verwaltung hat an der Entstehung des Marken-Konzeptes intensiv mitgewirkt und zahlreiche Aspekte in seine Konzeption mit eingebracht. Ihnen gilt der besondere Dank der Stadt Erkelenz für die Zeit, Energie und Ideen, die einen Beitrag zum Entstehen des neuen Marken-Konzeptes geleistet haben.

Sich selbst bewusst zu werden ist eine Voraussetzung dafür, nach außen klar wahrgenommen zu werden. Und nichts anderes ist die Aufgabe einer Stadtmarke. Gerade in Erkelenz. Einer Stadt, die mit vielfältigen Eigenschaften zu punkten weiß. Einer Stadt, die – freiwillige und aufgezwungene – Veränderung lebt. Einer Stadt, die von dörflichen bis zu städtischen

Strukturen verschiedene Lebensformen vereint. Und einer Stadt, die mit großen wirtschaftlichen, kulturellen und gesellschaftlichen Stärken zu punkten weiß. Erkelenz ist eine starke Stadt mit Lebensqualität und guten Entwicklungschancen. Sich dieser vielfältigen Qualitäten immer wieder neu bewusst zu werden, ist eine Aufgabe, die das Markenkonzept erleichtern will. Es wirkt damit nach innen und bietet den Erkelenzerninnen und Erkelenzern eine neue Sichtbarkeit für all die Dinge, die man im Alltag längst als selbstverständlich verbucht hat. Es soll dabei helfen, neuen Stolz auf die eigene Stadt und ihre Besonderheiten zu entwickeln. Aus den Menschen in der Stadt sollen somit Botschafterinnen und Botschafter für die Stadt werden. So echt, ehrlich und einzigartig über Erkelenz erzählend, dass die Stadt mit den drei „E“ neu, positiv und vielfältig stark wahrgenommen wird. Nach innen. Und dann eben auch nach außen.

Die beiden Schlüsselworte für die nun beginnende Umsetzung des Markenkonzeptes lauten „Identifikation“ und „Multiplikation“. Wer sich mit einer Sache identifiziert, der wird zu ihrem Multiplikator. Die Beteiligung und Mitwirkung vieler Interessengruppen im Workshop-Prozess der Markenentwicklung ist die Basis für einen vielfältigen Einsatz der Elemente des Konzeptes.

**Konzeption:**  
POWER+RADACH Werbeagentur  
power-radach.de



## Echt. Ehrlich. Einzigartig.

Die Stadt Erkelenz will mit einer neuen / modernisierten städtischen Marke und insbesondere einem zeitgemäß positionierenden Claim eine Basis für eine gemeinsame Wahrnehmung in allen Teilbereichen der Stadtgrenzen von „Das ist meine Heimat, über die ich gerne etwas erzähle“ schaffen. Das Ziel ist, die Stadt Erkelenz in Gänze als sympathische Marke darzustellen und einen Identifikationspunkt für Bürgerinnen und Bürger schaffen.

Das Konzept ist eine Einladung, sich der eigenen Stärken neu bewusst zu werden und gerne über die Lebensqualität, die Atmosphäre und die vielfältigen Chancen der Stadt zu sprechen. Aber auch über das echte, herzliche und ungekünstelte Miteinander der

Menschen in Nachbarschaften, Familien und Vereinen. Die Menschen hier sind echt. Und sie sprechen ehrlich miteinander. Auch über die Dinge, die noch nicht perfekt sind. Über die Daueraufgabe des Zusammenwachsens städtischer und dörflicher Strukturen. Über die Fragen von Stadtentwicklung, Klimaschutz, Umweltschutz und sozialer Stabilität. Ehrlichkeit im Umgang ist eine Eigenschaft, die den Menschen in Erkelenz im Blut liegt. Sie ist ebenso einzigartig, wie die Vielfalt der Stärken in Kultur, Gesundheitswesen, Klimaschutz, Infrastruktur, Wohn- und Gewerbeflächenentwicklung. Erkelenz trägt damit nicht nur den Buchstaben „E“ dreifach im Namen. Es steht auch für die drei Kerneigenschaften „Echt. Ehrlich. Einzigartig.“

Stimme der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Markenbildungsprozess



„Wir wollen die eigenen BürgerInnen davon überzeugen, dass Erkelenz eine lebens- und lebenswerte Stadt ist.“

„Mit Althergebrachtem kommen wir nicht weiter!“

„Der Dialog zwischen den verschiedenen Akteuren in Erkelenz muss verstärkt werden.“

„Wir suchen nicht den Vergleich mit anderen Städten. Wir wollen uns auf unsere Stärken konzentrieren und müssen nicht hinterherhecheln.“

„Unsere Innenstadt ist hauptsächlich attraktiv für Familien und ältere Menschen. Alles ist fußläufig und barrierefrei. Das sollten wir häufiger erzählen.“

„Unsere Marke muss emotionalisiert werden.“

## Die Zielsetzungen

### Strategisch

#### 1. Ziel „Magnetisch sein“

Das eigene Profil Erkelenz als attraktiver Wirtschafts- und Gewerbestandort präsentieren und damit weitere Unternehmen und Menschen nach Erkelenz ziehen.

#### 2. Ziel „Selbstbewusstsein“

Bewusstsein aller positiven Faktoren als Identifikation zur Stadt Erkelenz: Raum schaffen, in dem ein neues Selbstbewusstsein entstehen kann.

#### 3. Ziel „Bevölkerungszuwachs“

Grundlage schaffen, auf der auch in Zukunft für einen Bevölkerungszuwachs geworben werden kann. Besonders jungen Leuten ein attraktives Zuhause bieten.

### Emotional

Die Gesamtmeinung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Markenbildungsprozess lässt sich wie folgt zusammenfassen:

*Sind wir doch mal ehrlich...*

**Erkelenz ist mit sich ziemlich zufrieden. Ein bisschen mehr Anerkennung von außen – das fehlt. Ein wenig mehr Erkenntnis der Dinge, die Erkelenz so l(i)ebenswert machen – das fehlt auch. Aber weil jeder in Erkelenz von dem spricht, was er für das Wichtigste hält, und dies auch in einer Sprache und in einer Visualität macht, die er für die Richtige hält, entsteht eine Kakophonie, die man je nach Lautstärke auch als Hintergrundrauschen empfangen kann: Diffus und wenig einprägsam. Ein möglicher Ausweg: Gemeinsam mit den gleichen Werkzeugen in die gleichen Kerben schlagen – das erzeugt Tiefe in der Wahrnehmung. „Ach, Erkelenz, das ist doch die Stadt, ...“**

## Die Wunschwahrnehmung 2023

Lebendig und quirlig geht es zu in Erkelenz 2023. Aktiv und agil werden Themen vorangetrieben, die im höchsten Maß familien- und klimafreundlich wirken. Man lebt sauber, offen und gesellig und zeigt sich als sympathische, einladende Stadt. Erkelenz ist die smarte und vernetzte Stadt – im technischen und übertragenen Sinne: Das ist Erkelenz 2023. Man ist entgegenkommend, verlässlich und kooperativ, schätzt

die eigene Branchenvielfalt und gute Erreichbarkeit sowie das preiswerte Umfeld für Unternehmen. Wer Neid haben will, muss ihn sich erarbeiten. Und das hat Erkelenz getan. Es präsentiert sich mit einer vollständigen Infrastruktur, ist beweglich in der Reaktion auf aktuelle Entwicklungen und vorbildhaft in den Lösungen, die gefunden werden. Erkelenz lebt regionale Kooperation.

## Die Positionierung

Es gibt Dinge, die kann man nicht beschreiben. Die muss man sehen, fühlen und entdecken. Unsere eigene Zufriedenheit mit unserer Stadt ist so etwas Unbeschreibliches. Wir mögen unsere Mischung aus Stadt und dörflichen Strukturen. Wir lieben das Malerische unseres historischen Marktplatzes und das Moderne unserer Baugebiete für entspanntes Wohnen und starke Unternehmen. Wir wissen um außergewöhnlich gute Angebote in Gesundheit, Pflege, Sport, Kultur und Bildung. Das macht uns zu einer offenen Familienstadt mit besten Perspektiven.

Voll mit Menschen, die echt sind. Die geradeheraus miteinander reden. Die Gemeinschaft in Vereinen und Gesellschaft leben. Und die einfach unbändige Lust darauf haben, ihre Heimat immer noch ein Stückchen schöner zu machen und aus Veränderungen Verbesserungen zu machen.

Machen Sie sich selbst ein neues Bild von Erkelenz. Wir laden Sie ein. Denn unsere Stadt kann man nicht beschreiben. Man muss sie erleben.  
**Erkelenz. Echt. Ehrlich. Einzigartig.**

# Die Marke

Das Logo der Stadt Erkelenz besteht aus der Wortmarke „ERKELENZ“ und dem Claim „Echt. Ehrlich. Einzigartig.“ Es wird hauptsächlich auf weißem Hintergrund in den Farben Blau und Anthrazit verwendet, kann seinen Einsatz aber auch auf blauem oder gelbem Hintergrund finden. Auf blauem Hintergrund wird das Logo einfarbig in weiß verwendet. In Ausnahmefällen kann das Logo auch in Graustufen verwendet werden.

**ERK  
EL  
ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.



Die Höhe des Claims beträgt 1/8 der Höhe der Wortmarke. Der Abstand der Wortmarke zum Claim beträgt die Breite des Buchstaben E aus der Wortmarke.

Breite des  
Buchstaben E aus  
der Wortmarke

Echt. Ehrlich. Einzigartig. | 1/8 der Höhe der Wortmarke

**ERK  
EL  
ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**ERK  
EL  
ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**ERK  
EL  
ENZ**

Echt. Ehrlich. Einzigartig.



# Farben

## Primärfarben



Blau  
CMYK: 90/50/0/0  
Pantone: 285 C  
RGB: 0/110/180  
RAL: 5015



Anthrazit:  
CMYK: 0/0/0/85  
Pantone: 425 C  
RGB: 75/75/75  
RAL: 7016

## Sekundärfarbe

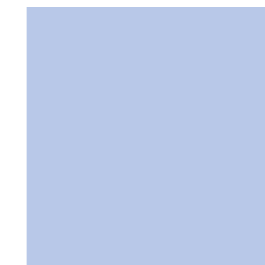


Gelb:  
CMYK: 0/25/90/0  
Pantone: 123 C  
RGB: 250/200/30  
RAL: 1021

Folgende Farbabstufen der drei Farben des Corporate Designs sind nur für Sonderfälle, wie Infografiken und Tabellen, gestattet.



CMYK: 55/30/0/0  
RGB: 125/162/210



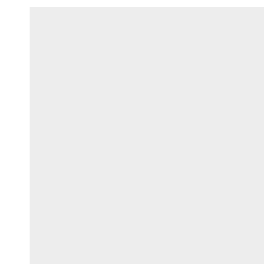
CMYK: 32/18/0/0  
RGB: 185/200/228



CMYK: 0/0/0/70  
RGB: 120/120/120



CMYK: 0/0/0/30  
RGB: 200/200/200



CMYK: 0/0/0/10  
RGB: 235/235/235



CMYK: 0/20/65/0  
RGB: 250/210/110



CMYK: 0/10/36/0  
RGB: 255/230/165

# Typografie

## Hier steht eine dreizeilige Headline

Hier steht eine Subheadline

### Hier steht eine Zwischenheadline

Dam ex esti toreic tem quibus **inctorum** aluptia sit ut dolupta ellam rerepro viducia destionse *volende libusandita* dolorep uditia si cum, sit aut volectat vit quibus **voluptam et arum aut** apicaborum quis esciae poriam dit volorum liquiant voluptet premolor sim re non nonsed.

Für Headlines wird die **Source Sans Pro Bold** verwendet. Die Headlinefarbe ist Anthrazit und Blau, wobei in Blau gesetzte Worte oder Wortgruppen besonders aussagekräftig sein oder die Aussage betonen sollen.

Es kann eine Subheadline in Anthrazit verwendet werden. Diese wird im Schriftschnitt **regular** gesetzt. Die Schriftgröße der Subheadline berechnet sich aus 50% der Schriftgröße der Headline.

Für Zwischentitel wird der Schriftschnitt **Source Sans Pro Bold** verwendet und die Farbe Blau.

Der Fließtext steht in der **Source Sans Pro Regular** und kann Hervorhebungen mit den Schnitten **Bold, Italic und Bold Italic** haben.

Für Headlines, die auf Blau stehen (blaue Fläche oder Welle s. S. 16 „Layout-elemente“) wird die **Source Sans Pro Light und Bold** verwendet. In Bold gesetzte Worte oder Wortgruppen sollen auch hier besonders aussagekräftig sein oder die Aussage betonen.

Die Subheadline wird im Schriftschnitt **light** gesetzt. Die Schriftgröße der Subheadline berechnet sich aus 50% der Schriftgröße der Headline.

Schriftfarbe auf Blau ist ausschließlich weiß.

Ausnahme für Typografie in der Welle: Die Ausrichtung des Textes darf – passend zur Dynamik der Welle – auch links flattern.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ  
1234567890.-,!?€

Source Sans Pro; Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ  
1234567890.-,!?€

Source Sans Pro; Regular

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ**  
**1234567890.-,!?€**

Source Sans Pro; Bold

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ*  
*1234567890.-,!?€*

Source Sans Pro; Italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ***  
***1234567890.-,!?€***

Source Sans Pro; Bold Italic

Hier steht eine **Headline**

Hier steht eine Subheadline

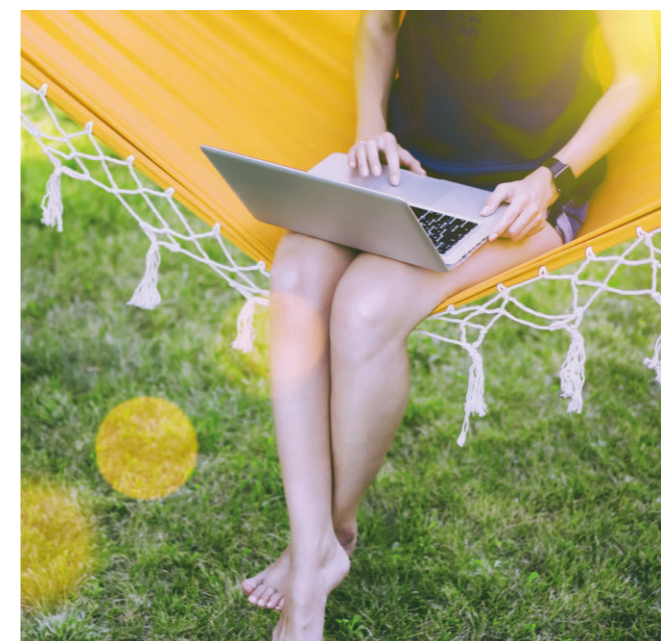
Hier steht eine **Headline**

Hier steht eine zweizeilige Subheadline

# Bildwelt



So vielfältig wie das Leben in der Stadt Erkelenz, so vielfältig sind die Bildthemen. Die Bilder sind hell und authentisch. Sie zeigen die Bewohner wie sie sind: echt, ehrlich, einzigartig. Die Bilder wirken dynamisch durch den Einsatz von Tiefenunschärfe. Die Sekundärfarbe des Corporate Designs wird durch gelb eingefärbte Elemente aufgegriffen (z.B. Gegenstände, Blendenflecke, Verläufe, Licht).



# Iconstil

Icons zeigen stilisierte Formen, die auf das Wesentliche reduziert sind. Sie stehen auf blauem Untergrund und haben stets die Farben Gelb und Weiß. Gelb wird dabei für das dominierende Element im Icon verwendet. Die Ecken der Piktogramme sind abgerundet und alle Elemente des Icons haben die gleiche Linienstärke. Icons dürfen auch im gelben Störer stehen, dann müssen sie einfarbig Anthrazit gesetzt werden.



**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**Willkommen**  
in deiner  
Stadtbibliothek

E steht für ... entdecken!

erkelenz.de

Stehen Icons im Störer, müssen sie in Anthrazit gesetzt werden.



**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**E steht für ...  
einig für's  
Klima.**

**Willkommen zur  
Klimaschutzwoche**

- 01. Juli, Rathaus**  
Photovoltaik lohnt sich – Vortrag und Beratung
- 02. Juli, Leonhardskapelle**  
Kostenfrei mit dem Erkabus
- 03. Juli, Rathaus**  
Kulturforum Prima Klima – Lesung in der Stadtbücherei
- 04. Juli, Cusanus-Gymnasium**  
Schüler gehen auf Klimareise
- 05. Juli, Marktplatz**  
Radtour zur Erkelenzer Freiflächenphotovoltaikanlage
- 06. Juli, Repair Café**  
Reparieren statt Wegwerfen
- 07. Juli, Naturkost Verde**  
Kochkurs „Klimafreundlich Kochen und Essen“

Mehr Infos: [erkelenz.de/klimaschutzwoche](http://erkelenz.de/klimaschutzwoche)

**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

E steht für ...  
**ErsteShoppingHilfe**

# Layout Elemente

Neben den bereits definierten Elementen gibt es weitere charakteristische Gestaltungsmittel für das Corporate Design der Stadt Erkelenz.

## Farbigkeit

Das Corporate Design besteht aus den Primärfarben Blau und Anthrazit und der Sekundärfarbe Gelb. Die Primärfarben finden Einsatz als Logo- und Schriftfarbe. Die Sekundärfarbe muss im Layout vorhanden sein, entweder in Form des Störers, der Bildsprache (s. S. 12 „Bildwelt“) oder Icons (s. S. 14 „Iconstil“).

## Die Welle

Als Gegensatz zum statischen Logo wird das Layoutelement „Die Welle“ eingesetzt. Sie symbolisiert Dynamik und ist eine organische, sympathische Form. Die Welle steht standartmäßig in Kombination mit einem Bild und dient als Bühne für eine Head- und Subheadline. In Sonderfällen kann die Welle auch als dekoratives Element dienen.

## Icons

Bei den Icons ist zu beachten, dass sie in Weiß und Gelb auf blauem Hintergrund eingesetzt und nicht mit der Welle kombiniert werden. Icons dürfen auch im gelben Störer stehen, dann müssen sie einfarbig Anthrazit gesetzt werden.

## Der Störer

Der Störer bietet Platz für wichtige Zusatzinfos. Er ist immer gelb und kreisförmig, die Schrift anthrazitfarben. Er kann, muss aber nicht zwingend eingesetzt werden.

**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

## Die Freibad- Wochen im August

Zwei  
baden,  
einer  
bezahlt

E steht für ...  
**erfrischend!**  
Die Freibad-Wochen machen  
Euch so richtig nass.

erkelenz.de

E steht für ...  
**Entwicklung.**  
Wir bieten attraktives Bauland  
für Wohnen und Gewerbe

**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

E steht für ...  
**einfach drin.**  
Daten rasen – ganz ohne Radarfalle.

**Ein Netz, das wie ein  
Sprungbrett wirkt.**  
Das ist das Glasfasernetz in unserer Stadt.  
An immer mehr Stellen mit bis zu 500  
Mbit/Sekunde. Informieren Sie sich jetzt  
über die aktuelle Netzabdeckung und  
bringen Sie Ihre Daten zum Rasen.

erkelenz.de/glasfasernetz

**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**Willkommen  
in deiner  
Stadtbibliothek**  
E steht für ... entdecken!

erkelenz.de

# Layout Aufbau



## Satzspiegel

Der Satzspiegel errechnet sich ausgehend von der Wortmarke (Größe der Wortmarke je Format siehe folgende Seiten). Der Abstand des Satzspiegels zum Rand beträgt oben, rechts und links jeweils 2 Breiten des Buchstaben E und unten 3 Breiten.

## Logo und Logoschutzraum

Das Logo steht immer oben links im Satzspiegel. Der Schutzraum um das Logo beträgt links, oben und unten 2 Breiten des Buchstaben E und rechts 3 E. In dieser Schutzzone dürfen sich keine anderen Layout-Elemente befinden.

## Themenheadline

Kann, muss aber nicht eingesetzt werden. Sie dient dazu, das Thema plakativ und aussagekräftig darzustellen und wird rechts ausgerichtet.

## Bild

Steht links immer im Anschnitt, sonst innerhalb des Satzspiegels.

## Welle mit Head- und Subheadline

Die Welle kann in verschiedenen Formen verwendet werden und kann sowohl rechts als auch links im Layout platziert werden (siehe eps-Vorlagen). Sie steht vertikal jeweils im Anschnitt und kann oben und unten auch über den Satzspiegel hinauslaufen.

## URL

Befindet sich in der Regel unten rechts außerhalb des Satzspiegels.

# Layout Varianten

## Variante „Weiß mit Welle“

Diese Variante beschreibt den Regelfall für den Einsatz von Farben, Text, Bild, Störer sowie dem Layoutelement „Welle“.

**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**Die Freibad-  
Wochen  
im August**

Zwei  
baden,  
einer  
bezahlt

E steht für ...  
**erfrischend!**  
Die Freibad-Wochen machen  
Euch so richtig nass.

erkelenz.de

## Variante „Vollflächig Blau“

Die vollflächige Variante ist für rein grafische Layouts geeignet und wird lediglich mit den Icons verwendet. Die Schriftfarbe ist hier ausschließlich weiß. Die Welle oder Fotografien dürfen nicht mit dieser Layoutvariante kombiniert werden.

**ERK  
EL  
ENZ**  
Echt. Ehrlich. Einzigartig.

**Willkommen  
in deiner  
Stadtbibliothek**

E steht für ... entdecken!

erkelenz.de

# Layout

## Standart-Hochformate

### Variante „Mix“

Wenn ein luftigeres Layout mit Icons gewünscht ist, kann die blaue Fläche auch weniger Platz einnehmen und mit Blau-grauem Logo kombiniert werden. In diesem Fall darf die blaue Fläche rechts nicht über den Satzspiegel gesetzt werden und nicht in den Logoschutzraum laufen.



### Satzspiegel

Der Satzspiegel errechnet sich ausgehend von der Wortmarke. Bei Hochformaten entspricht die Breite des Logos 1/7 der Formatbreite. Der Abstand zum Rand beträgt oben, rechts und links jeweils 2 Breiten des Buchstaben E und unten 3 Breiten.





# Layout

## Standart-Querformate

### Satzspiegel

Der Satzspiegel errechnet sich ausgehend von der Wortmarke.  
Bei Querformaten entspricht die Breite des Logos 1/10 der Formatbreite.  
Der Abstand zum Rand beträgt oben, rechts und links jeweils 2 Breiten des Buchstaben E und unten 3 Breiten.

1/10 der Formatbreite



### Varianten

Wie bei den Hochformaten können auch im Querformat die Varianten „Vollflächig Blau“ und „Mix“ angewandt werden.

# Layout

## Din lang

1/6 der Formatbreite



### Satzspiegel

Der Satzspiegel errechnet sich ausgehend von der Wortmarke. Im DIN lang Format entspricht die Breite des Logos 1/6 der Formatbreite. Der Abstand zum Rand beträgt oben, rechts und links jeweils 2 Breiten des Buchstaben E und unten 3 Breiten.

### Varianten

Wie bei den Standart Hoch- und Querformaten können auch im DIN lang-Format die Varianten „Vollflächig Blau“ und „Mix“ angewandt werden.



Die Regeln gelten für die gängigen DIN Hoch- und Querformate für Plakate, Flyer, Broschürentitel usw. Bei Fällen wie Sonderformaten, Visitenkarten, Briefbögen, Roll-ups etc. muss das Logo dem Format entsprechend in der Größe angepasst werden, um zu gewährleisten, dass das Logo nicht zu klein oder groß im Format steht.

# Partnerlogos

Partnerlogos werden links neben der Wortmarke der Stadt Erkelenz gesetzt. Zusätzlich wird ein passendes Icon mit dem Partnerlogo kombiniert. Der Claim des Partners ersetzt den Claim der Stadt Erkelenz unter der Wortmarke.



Die blaue Fläche hat eine festgelegte Größe (Breite des Original-Erkelenz-Logos samt Claim) und steht immer links neben der Wortmarke ERKELENZ. Der Abstand der blauen Fläche zur Wortmarke beträgt eine Breite des Buchstaben E. Für den Abstand des Claims gelten die gleichen Regeln wie für den Claim der Stadt Erkelenz (s. S. 6 „Die Marke“).

Der Name des Partners wird in der Source Sans Pro Bold in Großbuchstaben gesetzt und wird links unten ausgerichtet. Die Schriftgröße ist variabel, sollte aber so eingesetzt werden, dass sie bestmöglich lesbar ist und nicht dominanter ist als die Wortmarke ERKELENZ. Die Schrift muss einen festgelegten Abstand zum Rand der blauen Fläche haben – dieser berechnet sich aus der Breite des Hauptstegs des Buchstaben E.

Im oberen rechten Bereich steht ein zum Partner passendes Icon im Stil der Stadt Erkelenz. Schrift- und Iconfarbe in der blauen Fläche ist stets weiß.

## Beispiele:



Beispiel Plakat

# Anwendungsbeispiele



Briefbogen und Visitenkarten



Infoschild



Fahrzeugbeklebung

# Anwendungsbeispiele



Plakat



Anzeige



Flyer

# Anwendungsbeispiele



Fahnen



Aufkleber Bibliothek

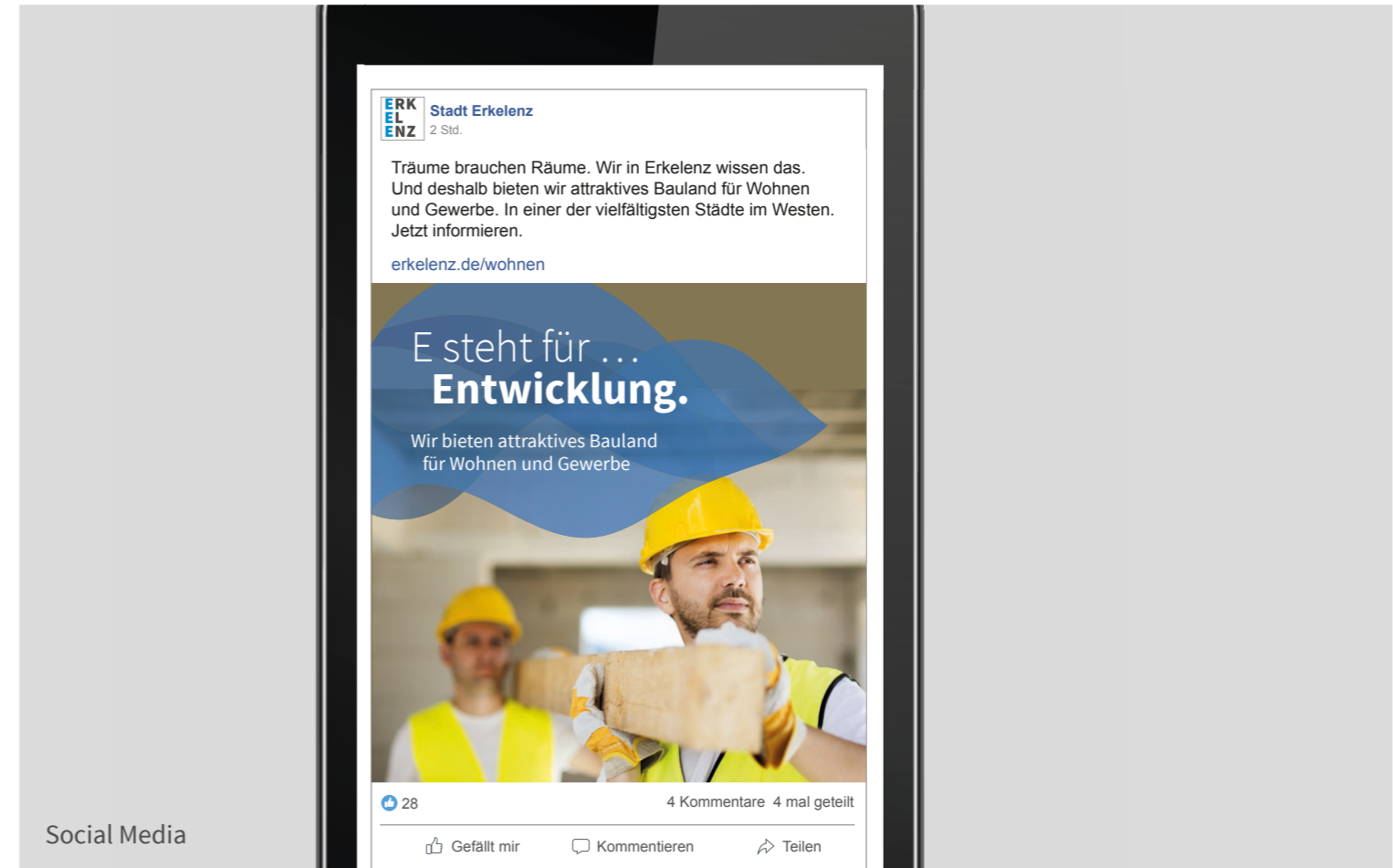


Schild Park

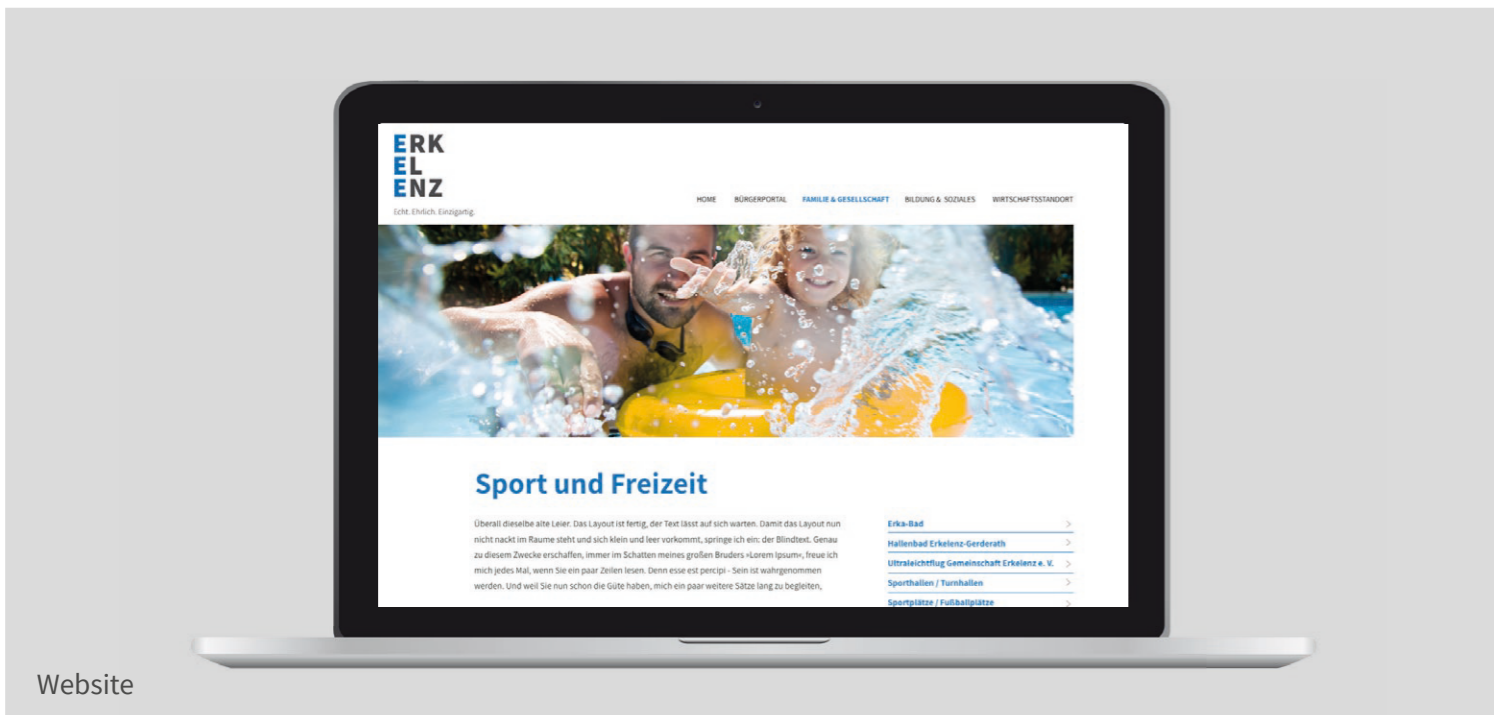


Bauschild

# Anwendungsbeispiele



Social Media



Website



Digital City Flag

# Anwendungsbeispiele



Roll-Ups für Veranstaltungen



Neubürgermappe



Geschenke für Eltern



Merchandising

# Anwendungsbeispiele



Magazin



Abschlussbericht





