

Designmanual

Vorwort

Die Dachmarke der Landeshauptstadt Kiel und das damit verbundene Erscheinungsbild ist ein umfassendes System nicht nur für alle städtischen Ämter, Dezernate, Gesellschaften und Events, sondern auch für andere Kieler Unternehmen und Institutionen. Es bindet Kiel noch stärker zusammen und vermittelt ein starkes und positives Bild von Kiel, mit dem sich viele Kieler*innen, Gäste und alle anderen Stakeholder der Stadt identifizieren können.

Um das möglichst intensiv und nachhaltig zu gestalten, ist es wichtig, die Regeln des Erscheinungsbildes zu befolgen.

Für die mit dem Erscheinungsbild arbeitenden Agenturen und Dienstleistenden ist das hier vorliegende Manual daher bindend. Es ist Teil des jeweiligen Auftrags, alle zutreffenden Parameter des Corporate Designs anzuwenden. Dabei gilt die aktuelle Ausgabe des Manuals als Referenz.

Wenn Sie bei Ihrer Arbeit mit dem Manual Fehler finden oder feststellen, dass Informationen fehlen oder unvollständig sind, wenden Sie sich gern an das Pressereferat. Die Kontaktdaten finden Sie im Kapitel 11. Ein Manual wächst mit der Zeit und wird auch mit Ihrer Beteiligung immer besser.

Dr. Ulf Kämpfer

OBERBÜRGERMEISTER DER LANDESHAUPTSTADT KIEL

01 Markenstrategie

- 01.1 Markenprozess
- 01.2 Themenfelder
- 01.3 Positionierungsfelder
- 01.4 Markenrad
- 01.5 Dachmarkenarchitektur
- 01.6 Markengleichung

02 Logo

- 02.1 Logoverversionen
- 02.2 Abstandsflächen
- 02.3 Logogrößen Version I
- 02.4 Logogrößen Version II
- 02.5 Logogrößen XL
- 02.6 Erlaubte Logoverversionen
- 02.7 Verbotene Logoverversionen
- 02.8 Logoversion für Markenpartner
- 02.9 Stadtwappen
- 02.10 Logogrößen im Überblick

03 Farbsystematik

- 03.1 Farbportfolio
- 03.2 Primärfarben
- 03.3 Sonderfarbe
- 03.4 Funktionsfarben
- 03.5 Sekundärfarben
- 03.6 Thematische Farbzusordnung
- 03.7 Farbwerte

04 Typografie

- 04.1 Typografie
- 04.2 Schriftenkanon
- 04.3 Digitale Ersatzschrift
- 04.4 Überschriftenformate
- 04.5 Textformate
- 04.6 Lineaturen
- 04.7 Icons

05 Geschäftspapiere

- 05.1 Briefbogen
- 05.2 Pressedienstbogen
- 05.3 Whitepaper
- 05.4 Briefumschläge
- 05.5 Visitenkarten
- 05.6 E-Mail-Signatur
- 05.7 PowerPoint

06 Layout

- 06.1 Layout-Prinzip
- 06.2 Layout-Parameter
- 06.3 Layout der Textbühne
- 06.4 Layout Submarken
- 06.5 Layout Display-Broschüren
- 06.6 Layout Freiraum
- 06.7 Layout mit/ohne Textbühne
- 06.8 Layout Freisteller
- 06.9 Layout Eindruck-Medien
- 06.10 Layout Impressum
- 06.11 Layout Partnerlogos
- 06.12 Layout Internet-Domain
- 06.13 Gestaltungsbeispiele

07 Medien

- 07.1 Formate Übersicht
- 07.2 DIN A7
- 07.3 DIN A6
- 07.4 DIN A6 quer/DIN lang quer
- 07.5 DIN lang hoch/DIN A5
- 07.6 Plakat/Broschüre DIN A4
- 07.7 Plakat/Broschüre DIN A4 quer
- 07.8 Mappe
- 07.9 Plakate A3-A0
- 07.10 Plakate A3-A0 quer

- 07.11 Citylight-Plakat
- 07.12 Roll-up
- 07.13 Ganzsäulen
- 07.14 18/1-Plakat
- 07.15 Anzeigen
- 07.16 Banner im deutlichen Querformat
- 07.17 Internet

08 Beschilderung, Flaggen

- 08.1 Gebäudebeschilderung
- 08.2 Stadtbegrüßungsschilder
- 08.3 Bauschilder
- 08.4 Infotafel 600 x 1200
- 08.5 Infotafel 600 x 600
- 08.6 Infotafel A3 – A1
- 08.7 Fahnen

09 Sprache und Satz

- 09.1 Schreibweise der Dachmarke

10 Beteiligungen

- 10.1 KiWi
- 10.2 Kiel-Marketing

11 Kontakt

- 11.1 Ansprechpartner*innen

Markenstrategie

01

O1.1 **Markenprozess**

05

Im Sommer 2011 hat die Landeshauptstadt Kiel zusammen mit verschiedenen Institutionen und Verbänden den Auftrag zu einem partizipativen Markenprozess erteilt. Partizipativ, damit viele teilnehmen können an der Entwicklung einer zukünftigen Stadtmarke und diese Markenbildung dann auch mittragen und verbreiten.

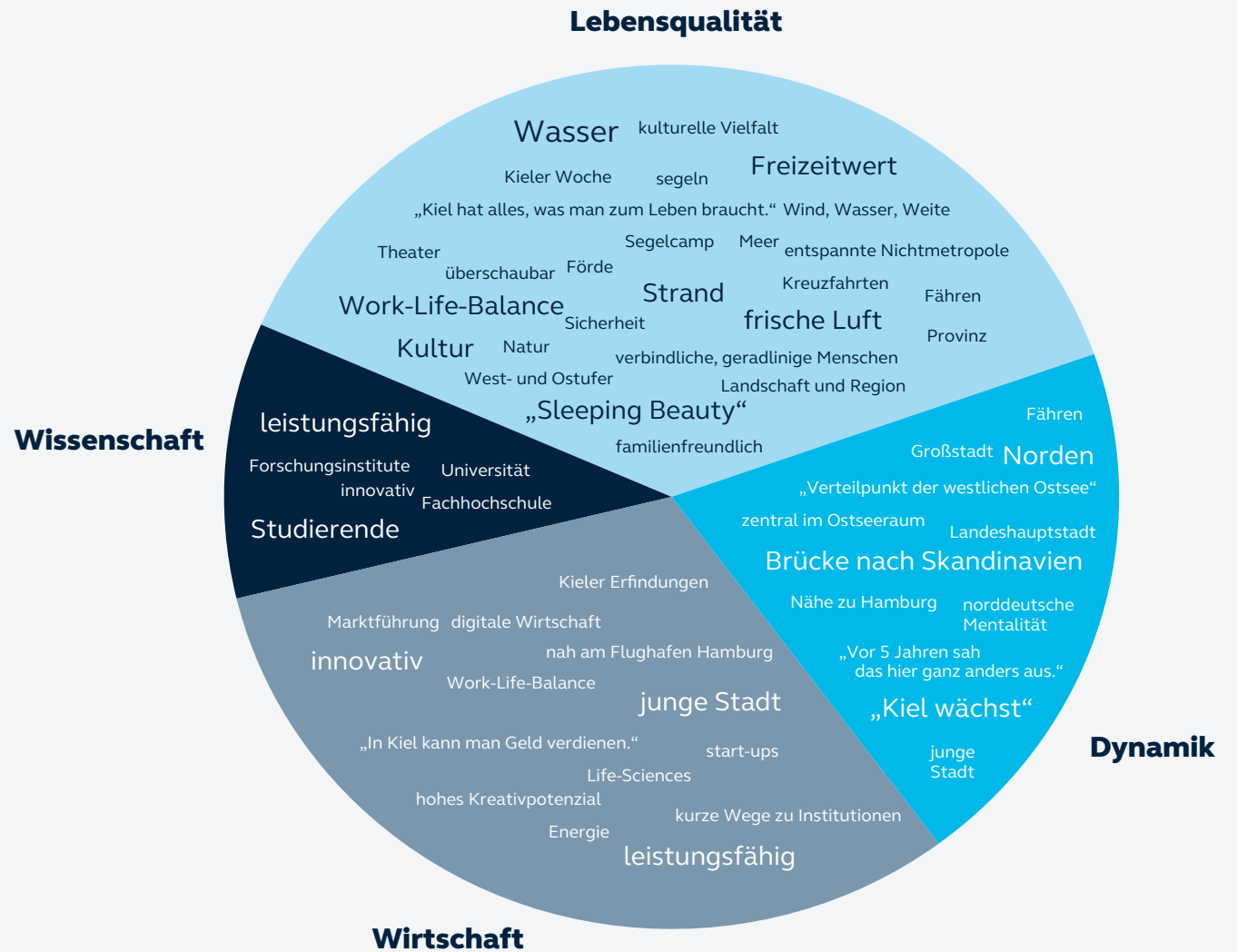
Mit verschiedenen aufeinander aufbauenden Forschungsmethoden wurden ca. 2.400 Personen eingebunden. In Workshops und Strategiewerkstätten wurde intensiv gearbeitet. Das hohe Engagement aller Beteiligten und die kreative Grundstimmung haben aus dem Strategieprozess schon eine erste interne Kampagne werden lassen, die 2015 mit der Entwicklung einer neuen Dachmarke für Kiel in eine zweite Phase mündete.



01.2 Themenfelder

06

Aus allen Erhebungen von der Strategiewerkstatt über die Onlinebefragung bis zu den Expert*innen-Interviews wurden häufig wiederkehrende Formulierungen zusammengefasst. Die daraus entstehenden Themenfelder haben wir anhand von Zukunftstrends ausgewählt und zugespitzt.



01.3 Positionierungsfelder

07

Die Lage am Meer ist das ausschlaggebende Alleinstellungsmerkmal. So wie in Kiel gibt es das sonst nicht. „Kiel umarmt das Meer.“ Die Stadt vereint zwei Pole durch ihre Lage am Meer.

Balance

Die um den Meeresarm Förde herum gesiedelte Stadt bietet einerseits viele zur Balance im Leben beitragende Attribute und Angebote:

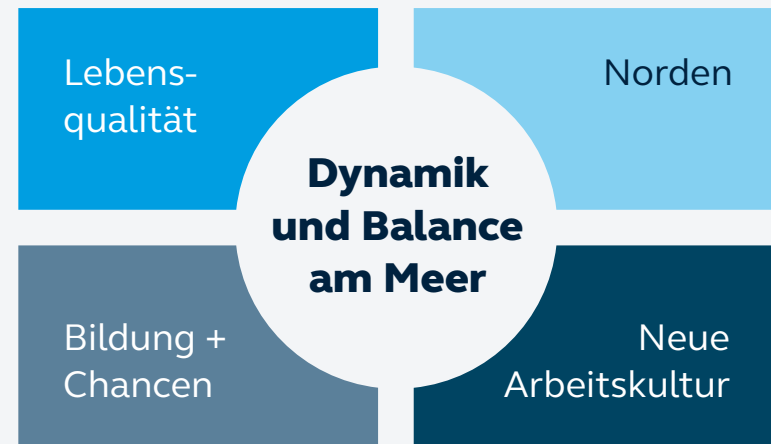
Aussicht in die Weite, gesunde Luft, skandinavischen Einfluss, Möglichkeit zum Wassersport. Dieser Teil des Markenkerns „Meer“ ist von jeher in der Vermarktung des Tourismusstandorts Kiel herausgestellt worden. Er wirkt ohne seine Ergänzung betulich. In der Kombination aber bekommt Balance sogar eine Relevanz für den Wirtschaftsstandort Kiel (Neue Arbeitskultur).

Dynamik

Mit der Lage am Meer ist aber auch von jeher eine in die Stadt hineinkommende Dynamik verbunden. Dazu trägt der Hafen bei und die Lage ganz im Norden, wo Deutschland quasi zu Ende ist und Skandinavien beginnt.

Eine sich verändernde Industrie sowie insbesondere die Hochschulen bringen ebenfalls Dynamik. Die Dynamik wird noch zu wenig außerhalb des Sports in der Präsentation der Stadt betont. Dieser Teil des Markenkerns „Meer“ sollte in der Markenkommunikation eine große Rolle spielen.

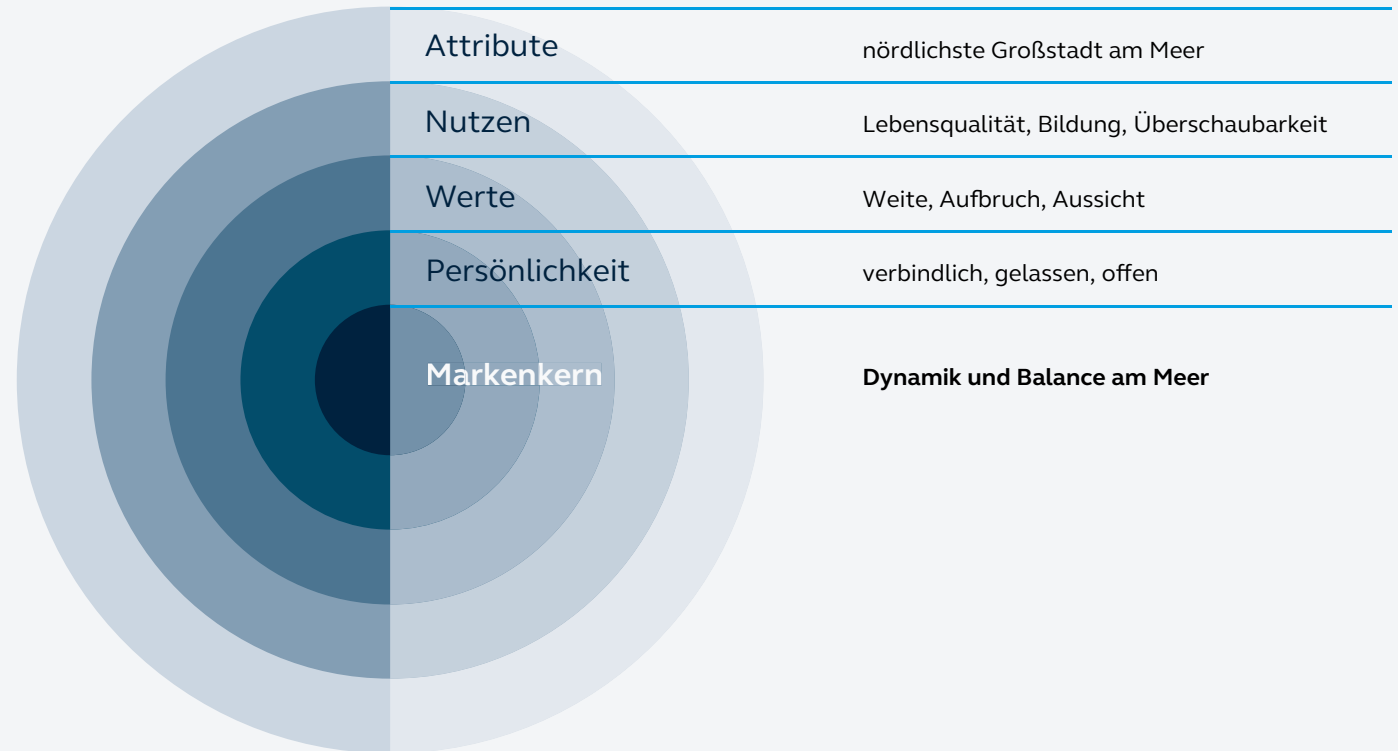
Beide Aspekte, Balance und Dynamik, machen zusammen die Einzigartigkeit der entspannten Großstadt am Meer aus.



01.4 **Markenrad**

08

Die nördlichste Großstadt am Meer punktet mit einer hohen Lebensqualität, vielfältigen Bildungsmöglichkeiten und bietet aufgrund ihrer Größe kurze Wege und Überschaubarkeit für eine entspannte Lebensgestaltung. Die Stadt verbindet den Norden Deutschlands mit Skandinavien und steht als Hafenstadt und als Universitätsstadt natürlich für Weite und Aussicht. Kiel ist Lebensmittel-punkt-Standort eines neuen Typs: nicht beschauliche Kleinstadt, aber auch nicht hektische Metropole, sondern entspannte Großstadt am Meer. Die Stadt an der Förde umarmt das Meer gleichermaßen. Das Wasser ist der Mittelpunkt der Stadt. Diese einzigartige Wasserlage ist den Bewohner*innen und Besucher*innen Quelle für Balance genauso wie Ausgangspunkt der spezifischen Dynamik, die von Aufbruch und von Offenheit für Einflüsse von außen und neues Wissen geprägt ist.



01.5 Dachmarkenarchitektur

09

Kiel verfolgt eine Dachmarkenstrategie. Alle Submarken – Beteiligungen aller Art, Produktmarken, Medienmarken etc. – sollten unter Kiel gebrandet sein. Dabei ist nicht die formelle Zugehörigkeit entscheidend, sondern die Frage, ob die jeweilige Einzelmarke als zu Kiel gehörend erscheinen soll.

Ausnahmen können Beteiligungsmarken sein, deren starke eigene Identität zum Vorteil der Landeshauptstadt Kiel ist.

Die Dachmarkenarchitekturgrafik zeigt alle Branding-Details von Kiel auf einen Blick. Sie werden im weiteren Verlauf dieses Manuals detailliert beschrieben.

Absenderinmarke

Synergien	Landeshauptstadt Kiel	Ämter und Dezernate	Beteiligungen	Markenpartner	Profilierung
	Stadt Kiel, Oberbürgermeister 01	Player auf Stadtebene 02	Player nah an der Stadt 03	Unternehmen, Institutionen, Vereine, Verbände 04	
	fokussierte Markenführung	fokussierte Markenführung	differenzierte Markenführung	freiwillige Markenführung	
	– Kiel-Logo – Primärfarben – Schmuckfarbe – Typografie-Systematik – Layout-Systematik – Stadtwappen in definierten Anwendungen	– Kiel-Logo – Primärfarben – Sekundärfarben optional – Typografie-Systematik – Layout-Systematik – Stadtwappen in definierten Anwendungen	– Kiel-Logo mit individueller Farbigkeit möglichst aus dem Sekundärfarbspektrum – eigener Name – Primärfarbe Blau – Typografie-Systematik – Layout-Systematik	– Einsatz der Marke als mitgeführtes Logo – eindeutige Aussage zum Thema Markenpartnerschaft	
	 	 	 	 	
	 Landeshauptstadt Kiel	 Landeshauptstadt Kiel			
					

01.6 Markengleichung

10

Die Markengleichung zeigt alle Basis-Parameter des Erscheinungsbildes auf einen Blick.



Logotype

Kiel gespiegelt
Lebensqualität
am Meer
vielschichtig
ausbalanciert
spannend

Claim

Großstadt
International
Dynamik
Innovation



Farbe

Wasser
Horizont
Frische
nordisch

Ty
po
gra
fi

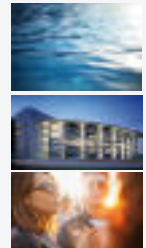
Typografie

strukturiert
ausgewogen
modern
charakteristisch



Layout

maritim
Welle
wiedererkennbar
menschlich
dynamisch



Bildwelt

authentisch
professionell
emotional
vielschichtig
Storytelling

Logo

02

02.1 Logoverversionen

Das Kiel-Logo ist der wichtigste Parameter des Kiel-Erscheinungsbildes. Es ist unveränderlich und sollte nicht nachgebaut, sondern immer aus der offiziellen Vorlagen-Datei verwendet werden.

Version I



Version II



02.2 Abstandsflächen

Der Schutzraum um das Logo gilt für Bilder, Texte, andere Logos und Seitenränder.

Darüber hinaus sind die Abstände des Logos zu anderen Elementen und die konkrete Platzierung im Format im Bereich Layout für jedes Medium festgelegt.

Version I



Version II



02.3 Logogrößen Version I

Die Basisversion der Logoversion I wird ab einer Gesamtgröße von 28 mm bis zu einer Gesamtgröße von 1000 mm verwendet. Unter 28 mm Gesamtgröße wird der Claim aus Lesbarkeitsgründen weggelassen. Die minimale Größe der Logotype ohne Claim ist 8 mm.

Über 1000 mm Gesamtgröße müssen die Buchstaben von Logotype und Claim enger gesetzt werden. Eine Logotype für diese Anwendungen wird unter **02.5 Logogrößen XL** gezeigt und beschrieben.

Version I



28 mm – 1000 mm



Minimale Größe mit Claim: 28 mm



Minimale Größe ohne Claim: 8 mm

02.4 Logogrößen Version II

Die Basisversion der Logoversion II wird ab einer Gesamtgröße von 15 mm bis zu einer Gesamtgröße von 450 mm verwendet. Unter 15 mm Gesamtgröße bzw. unter 7 pt Schriftgröße wird der Claim aus Lesbarkeitsgründen weggelassen. Die minimale Größe der Logotype ohne Claim ist 8 mm.

Über 450 mm Gesamtgröße müssen die Buchstaben von Logotype und Claim enger gesetzt werden. Eine Logotype für diese Anwendungen wird unter **02.5 Logogrößen XL** gezeigt und beschrieben.

Version II

Sailing.City.

15 mm – 450 mm

Sailing.City.

Minimale Größe mit Claim (7 pt): 15 mm

Minimale Größe ohne Claim: 8 mm

02.5 Logogrößen XL

Über 1000 mm Gesamtgröße der Logoversion I und über 450 mm Gesamtgröße der Logoversion II sind die Buchstaben von Logotype und Claim enger spationiert. Die entsprechenden Logoversionen sind mit einem XL gekennzeichnet.

Version I_XL

Kiel. Sailing.City.
Kiel

Über 1000 mm

Version II_XL

Kiel.
Kiel

Sailing.City.

Über 450 mm

02.6 Erlaubte Logoverversionen

Für die Stadtverwaltung existieren drei verschiedene mehrfarbige Logoverversionen. Dabei wechseln die drei Farben KIELBLAU (Basisfarbton), KIELCYAN (Individualfarbton) und KIELWEISS je nach Anwendung die Positionen. In der positiven Version (links) ist der untere Teil der Logotype in 50 % des jeweiligen Individualfarbtons gehalten.

Die 100%-Beteiligungen der Stadt (z. B. KiWi, Kiel-Marketing etc.) dürfen das KIELCYAN gegen einen anderen Individualfarbton möglichst aus dem Sekundärfarbspektrum oder aus ihrem bisherigen Farbspektrum tauschen. In der Standardanwendung ist der untere Teil der positiven Logotype (links) in 50 % des jeweiligen Individualfarbtons gehalten.

Basisversion
Stadtverwaltung



Ausnahmen
mit verändertem
Individualfarbton
(nur für 100%-
Beteiligungen
der Stadt)



Beispiele
mit verändertem
Individualfarbton



KiWoG



Abfallwirtschaftsbetrieb Kiel

02.6 Erlaubte Logoverversionen

Zwei Schwarz-Weiß-Versionen des Logos stehen zur freien Verfügung. Bei der Standardversion handelt es sich um eine Variante mit aufgerastertem unteren Teil (z. B. für den Behördenschriftverkehr), bei der Outline-Version handelt es sich um reine Schwarz-Umsetzungen (z. B. für Stempel), die auch für sehr kleine Reproduktionen gut geeignet ist.

Positive
Schwarz-Weiß-
Versionen

Standard



Outline



Negative
Schwarz-Weiß-
Versionen



02.7 Verbotene Logoverversionen

Grundsätzlich sollte mit den festen Vektor- oder Bilddateien des Logos gearbeitet werden. Ist das nicht möglich, darf das Logo nicht verändert werden:

- kein gespiegeltes „e“ im unteren Teil
- keine andere Typo als FS Elliot Regular
- keine andere Platzierung des Claims
- keine Stauchung des Logos
- keine Kippung des Logos
- keine Schrägstellung eines Teils
- keine zu dunkle Farbe im unteren Teil
- keine andere Basisfarbe als KIELBLAU
- kein Tausch der Farben



02.8 Logoversion für Markenpartner*innen

Die Markenpartner*innen-Logos können von Privatpersonen, aber auch Unternehmen und anderen Institutionen genutzt werden, um die Verbundenheit mit Kiel zu zeigen.

Das Logo darf in Form, Zusammensetzung und Farbe nicht verändert werden, nur in der Größe.

GEFÖRDERT VON



UNTERSTÜTZT VON



IN KOOPERATION



02.9 Stadtwappen

Das Stadtwappen ist weiterhin unverzichtbarer Bestandteil der Kommunikation der Landeshauptstadt Kiel in definierten Fällen.

1. Im Behördenschriftverkehr der Stadtverwaltung, in der Gebäudekennzeichnung und im Impressum bei Publikationen der Stadt.
2. Bei Repräsentation der Stadt in bestimmten Fällen.

Kieler
Stadtwappen



Stadtwappen

Landeshauptstadt Kiel

Bezeichnung

Die Rollen des Stadtwappens

- **Behördenschriftverkehr** (beide Marken: Kiel.Sailing.City und ergänzend Wappen + Landeshauptstadt Kiel)
- **Gebäudekennzeichnung** (Dachmarke Kiel.Sailing.City, Wappen + Landeshauptstadt Kiel)
- **Visitenkarte** (Dachmarke Kiel.Sailing.City, mit Wappen + Landeshauptstadt Kiel)
- **Publikationen** print/digital: Titelseite nur mit Dachmarke Kiel.Sailing.City, im Impressum ergänzend Wappen + Landeshauptstadt Kiel)
- **Todesanzeigen** (Wappen + Landeshauptstadt Kiel)
- **Flaggen** für hoheitliche Anlässe z.B. **Trauerbeflaggung** (Wappen)
- **Dienstbekleidung** (Wappen)
- **Dienstsiegel** (Wappen)
- **Amtsketten** (Wappen)

02.9 Stadtwappen

Das Stadtwappen wird in einer der drei dargestellten Farb-Versionen eingesetzt.

Farbige Version:
501/SCHWARZ/KIELBLAU



Landeshauptstadt Kiel

Schwarz-Weiß-Version:
50% SCHWARZ



Landeshauptstadt Kiel

Schwarze Version:
SCHWARZ



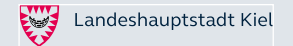
Landeshauptstadt Kiel

02.10 Logogrößen im Überblick

Die Logogrößen sind für alle Medien und Formate verbindlich vorgegeben. Um die Platzierung zu vereinfachen, gibt es einen festen Vergrößerungs- bzw. Verkleinerungsfaktor, mit dem die vorgesehene Größe exakt erreicht wird.

So ist nur eine Logovorlage für alle Medien nötig **(03)**. Sie ist der 100%-Master für alle Skalierungen.

Die Logogröße bezieht sich bei allen drei Logos auf den Rahmen, der unsichtbarer Bestandteil aller Logovorlagen ist. Optische Ausgleichs werden so gewahrt, müssen aber bei der Bemaßung nicht berücksichtigt werden.



01	Visitenkarte Terminzettel DIN A7	60 %	12 mm	30 mm	35 mm (70 %) – –
02	DIN lang quer DIN A6	80 %	16 mm	40 mm	–
03	DIN A5 DIN lang DIN A4 Briefbogen/ Whitepaper	100 %	20 mm	50 mm	50 mm – – –
04	Briefumschläge klein	125 %	25 mm		–
05	DIN A4 Broschüren	140 %	28 mm	70 mm	–
06	Briefumschläge groß	150 %	30 mm		–
07	DIN A3	200 %	40 mm	100 mm	–
08	DIN A2	280 %	56 mm	140 mm	–
09	DIN A1	400 %	80 mm	200 mm	–
10	DIN A0	560 %	112 mm	280 mm	–
11	Citylight Stelen	1000 %	200 mm	500 mm	– –
12	18/1-Plakat	2000 %	400 mm	1000 mm	–

Farbsystematik

03

03.1 Farbportfolio

25

Vier Farbbereiche bilden das Farbportfolio des Erscheinungsbildes.

Die Primärfarben stammen aus der Logo-Basisversion – sie sind gut wiedererkennbar und bestimmen den gesamten Look der Stadt.

Die Sonderfarbe Silber ist bestimmten besonders repräsentativen Anwendungen vorbehalten.

Die Funktionsfarben sind elementarer Bestandteil des Corporate Designs.

Die 20 Sekundärfarben entstammen alle dem gleichen kühlen Farbspektrum und verhalten sich harmonisch zu den Primärfarben.

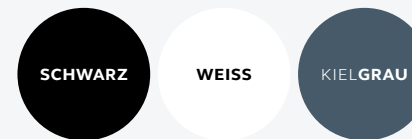
Primärfarben



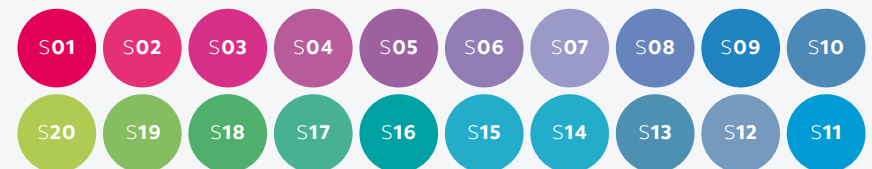
Sonderfarbe



Funktionsfarben



Sekundärfarben



03.2 Primärfarben

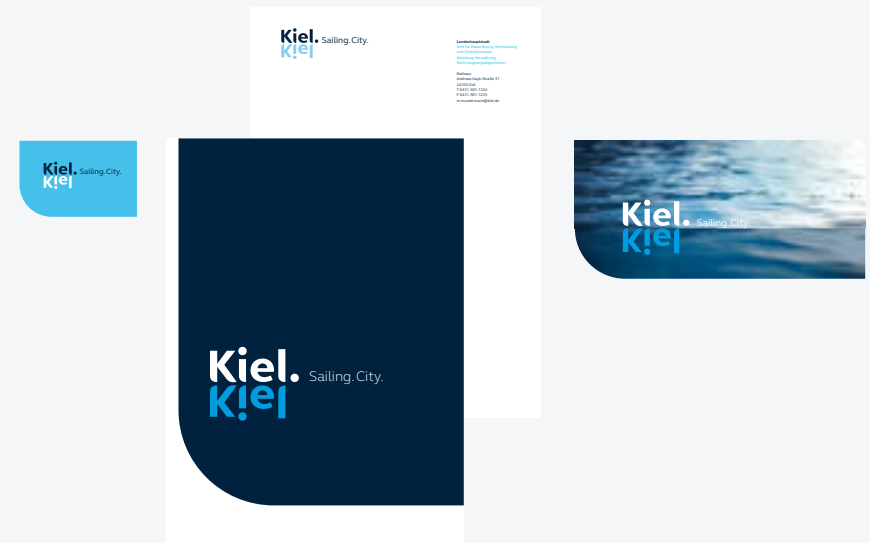
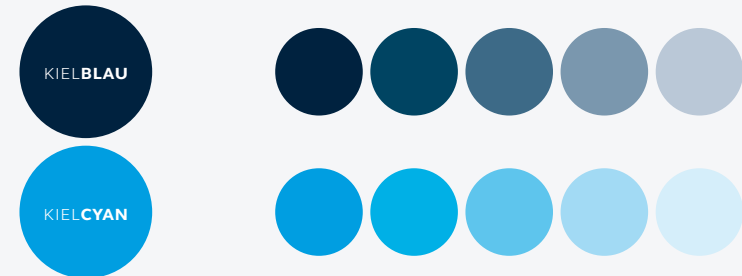
26

KIEL**BLAU** ist ein sehr schwarzhaltiges Blau, das in allen Farbversionen des Logos als Basisfarbton den oberen Teil der Logotype und den Claim bildet. Es darf außerhalb des Logos auch in Rastertönen eingesetzt werden.

KIEL**CYAN** bildet in 50 % den Individualfarbton der Dachmarke. Auch er darf außerhalb des Logos in Rastertönen eingesetzt werden. KIEL**CYAN** ist die Hauptfarbe aller Kommunikation der Landeshauptstadt. Es wird immer eingesetzt, wenn kein spezielles Thema eine andere Farbe verlangt.

Die Farbwerte in verschiedenen Systemen findet man unter **03.7 Farbwerte**.

Primärfarben



03.3 Sonderfarbe

27

KIEL**SILBER** passt sehr gut zu der maritimen Farbstimmung der beiden Primärfarben. Es wird nur in Ausnahmefällen für repräsentative Zwecke eingesetzt.

Die Farbwerte in verschiedenen Systemen findet man unter

03.7 Farbwerte.

Sonderfarbe



03.4 Funktionsfarben

28

SCHWARZ und **WEISS** sind elementarer Bestandteil des Kieler Erscheinungsbildes. Weißraum ist ein wichtiges Gestaltungselement und sorgt für die richtige Wirkung von Farben, Fotos und Grafiken. Schwarz wird neben **KIELBLAU** vor allem als Schriftfarbe eingesetzt.

KIELGRAU ist nicht einfach ein aufgerastertes Schwarz, sondern hat eine eigene mit dem Gesamtfarbklang harmonische Farbigkeit. Es kann in verschiedenen Rasterwerten eingesetzt werden.

Die Farbwerte in verschiedenen Systemen findet man unter **03.7 Farbwerte**.

Funktionsfarben



03.5 Sekundärfarben

Die Sekundärfarben s01 bis s20 bilden ein harmonisches Farbspektrum rund um die beiden Primärfarben und sparen dabei die Bereiche Signalrot, Orange und Gelb aus.

Einige stehen für bestimmte Themen in der Kommunikation des Rathauses, seiner Ämter und Referate (03.6). Darüber hinaus sind alle 20 Sekundärfarben zur Unterscheidung z.B. im Bereich der Orientierung vorgesehen. So können u. a. in Broschüren thematische Bereiche voneinander abgegrenzt werden (siehe Beispielgestaltung). Alle Farben dürfen – **außer auf der Textbühne** – auch in Rasterwerten eingesetzt werden. In der Typografie dürfen KielCyan und die Sekundärfarben nur als 100%-Ton verwendet werden.

Die Farbwerte in verschiedenen Systemen findet man unter **03.7 Farbwerte**.

Sekundärfarben



03.6 Thematische Farbzuordnung

Zehn Themen sind bestimmten Farben aus dem Sekundärfarbspektrum zugeordnet. Sie werden ämterübergreifend genutzt.

Für unthematische Farbeinsätze (Orientierungssysteme etc.) stehen aber weiterhin alle 20 Sekundärfarben zur Verfügung.

Themenzuordnung



03.7 Farbwerte

Primärfarben

Sonderfarben

Funktionsfarben

Sekundärfarben

KIELBLAU CMYK 100/30/0/85 RGB 0/34/63 PAN 303 RAL 2602015 FOLIE 824 PC HEX #00223F	KIELSILBER PAN 877 RAL 9022 FOLIE 835 PC	KIELSCHWARZ CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0 PAN BLACK RAL 5011 FOLIE 801 PC HEX #000000
KIELCYAN CMYK 100/0/0/0 RGB 0/158/224 PAN CYAN RAL 2406040 FOLIE 877 PC HEX #009EE0		KIELGRAU CMYK 40/10/0/70 RGB 70/90/105 FOLIE 820 PC HEX #XX
		KIELWEISS CMYK 0/0/0/0 RGB 255/255/255 FOLIE 800 PC HEX #FFFFFF

S01 CMYK 0/100/40/0 RGB 227/0/89 PAN 198 RAL 0205058 HEX #E30059	S02 CMYK 0/90/20/0 RGB 229/48/117 PAN 205 RAL 3506045 HEX #E53075	S03 CMYK 10/90/0/0 RGB 214/47/135 PAN 2395 RAL 3505050 HEX #D62F87	S04 CMYK 30/75/0/0 RGB 184/90/154 PAN 240 RAL 3306040 HEX #B85A9A	S05 CMYK 45/70/0/0 RGB 157/98/160 PAN 2583 RAL 3106030 HEX #9D62A0
S06 CMYK 50/55/0/0 RGB 145/124/180 PAN 265 RAL 3003060 HEX #917CB4	S07 CMYK 45/45/0/0 RGB 155/145/193 PAN 2645 RAL 2907020 HEX #9B91C1	S08 CMYK 65/45/0/0 RGB 103/133/190 PAN 7456 RAL 2806035 HEX #6785BE	S09 CMYK 80/40/0/0 RGB 31/130/192 PAN 285 RAL 2706035 HEX #1F82C0	S10 CMYK 65/25/0/20 RGB 76/137/181 PAN 7453 RAL 2606030 HEX #4C89B5
S11 CMYK 80/20/0/0 RGB 0/155/213 PAN 2925 RAL 2506040 HEX #009BD5	S12 CMYK 50/20/0/20 RGB 117/155/189 PAN 652 RAL 2606020 HEX #759BBD	S13 CMYK 60/10/0/30 RGB 77/144/178 PAN 7454 RAL 2406025 HEX #4D90B2	S14 CMYK 70/0/10/10 RGB 36/172/203 PAN 298 RAL 2407030 HEX #24ACCB	S15 CMYK 70/0/30/0 RGB 57/182/184 PAN 631 RAL 2107030 HEX #39B6B8
S16 CMYK 90/0/40/0 RGB 0/161/163 PAN 320 RAL 2106030 HEX #00A1A3	S17 CMYK 75/0/50/0 RGB 70/179/148 PAN 7473 RAL 1806030 HEX #46B394	S18 CMYK 65/0/70/0 RGB 79/175/108 PAN 362 RAL 1406040 HEX #4FAF6C	S19 CMYK 50/0/75/0 RGB 134/189/96 PAN 376 RAL 1307040 HEX #86BD60	S20 CMYK 40/0/80/0 RGB 176/203/82 PAN 382 RAL 1107050 HEX #B0CB52

Typografie

04

Das typografische Konzept der Dachmarke Kiel basiert auf dem Einsatz der Schrift FS Elliot PRO. Die FS Elliot PRO der britischen Schriftentwickler Fontsmith ist eine aktuelle, gut ausgebaute Groteskschrift, die ein klares, lesbares Schriftbild mit einem aktuellen Look vereint.

Alle Dienstleistenden der Landeshauptstadt Kiel, die im Rahmen des Corporate Designs für die Stadtverwaltung arbeiten, müssen mit einer Version dieser Schrift arbeiten.

www.fontsmith.com/fonts/fs-elliott

Strukturiert. *Klar.*
 Nordisch. *Dynamisch.*
 Ausgewogen. *Modern.*
 Robust. *Besonders.*
Neu: FS Elliot PRO

04.2 Schriftenkanon

Die Elliot bietet fünf Schriftschnitte jeweils in normal und kursiv. Darüber hinaus ist die PRO-Version mit Spezialitäten wie Caps, Fractions und Oldstyle-Ziffern ausgestattet. Die PRO-Version umfasst außerdem das kyrillische und griechische Alphabet. Die kursiven Schnitte werden nur eingesetzt, wenn eine zusätzliche Auszeichnung oder Differenzierung notwendig ist. Das normale Schriftbild für Kiel ist nicht kursiv.

Die Raleway ersetzt die FS Elliot in digitalen Diensten (Social Media-Kanäle, Apps, digitales Marketing etc.)

Die Arial ist die Ersatzschrift, wenn der Einsatz der Elliot nicht sinnvoll ist: zum Beispiel bei PowerPoint-Präsentationen und Word-Dokumenten, die als offene Dateien versendet werden. Die Arial wird im gesamten Schriftverkehr als Funktionsschrift eingesetzt.

Hauptschrift

FS Elliot Heavy
FS Elliot Bold
 FS Elliot Regular
 FS Elliot Light
 FS Elliot Thin

FS Elliot Heavy Italic
FS Elliot Bold Italic
FS Elliot Regular Italic
FS Elliot Light Italic
FS Elliot Thin Italic

Ersatzschrift für digitale Anwendungen

Raleway ExtraBold
Raleway SemiBold
 Raleway Medium
 Raleway Light
 Raleway ExtraLight

Raleway ExtraBold Italic
Raleway SemiBold Italic
Raleway Medium Italic
Raleway Light Italic
Raleway ExtraLight Italic

Ersatzschrift für Office-Anwendungen

Arial Bold
 Arial Regular

Arial Bold Italic
Arial Regular Italic

04.3 Digitale Ersatzschrift

Um die Lizenzkosten der FS Elliot in digitalen Diensten zu minimieren ersetzt die Raleway von Matt McNerney, Pablo Impallari und Rodrigo Fuenzalida die FS Elliot vollständig.

Bis auf minimale Abweichungen in einzelnen Zeichen der Glyphentabelle haben beide Schriften maximale visuelle Kongruenz.

fonts.google.com/specimen/Raleway

FS ELLIOT

Kiel Sailing City
Wissenschaft
Verwaltung
Trassenstudie

RALEWAY

Kiel Sailing City
Wissenschaft
Verwaltung
Trassenstudie

FS ELLIOT

Kiel Sailing City
Wissenschaft
Verwaltung
Trassenstudie

RALEWAY

Kiel Sailing City
Wissenschaft
Verwaltung
Trassenstudie

04.3 Digitale Ersatzschrift

Beide Schriften bieten in allen Zeichen der verschiedenen Schriftschnitte eine sehr gute Entsprechung. Hier beispielhaft sichtbar an den Ausgangsschnitten Light und Heavy.

FS ELLIOT LIGHT

RALEWAY LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

FS ELLIOT LIGHT

RALEWAY LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ß
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ß

FS ELLIOT LIGHT

RALEWAY LIGHT

1234567890 1234567890
1234567890 1234567890

FS ELLIOT HEAVY

RALEWAY EXTRABOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

FS ELLIOT HEAVY

RALEWAY EXTRABOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ß
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ß

04.4 Überschriftenformate

Überschriften bestechen mit ihren Kontrasten. Der Schriftschnitt „Heavy“ der Elliot sorgt für einen populären und sehr bestimmten Look. Im Kontrast mit der „Light“ entstehen gute Effekte.

Die Schriftgrößen 40 pt und 48 pt sind nur für das Format A4 geeignet.

Alle Überschriften haben höchstens einen automatischen Zeilenabstand (Faktor 1,2) und können aber bei kurzen Texten auch ruhig enger gesetzt werden bis minimal zu Faktor 1,0.

Das Zusammenspiel aller typografischen Parameter sehen Sie im Kapitel **07 Medien**.

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
48 pt (nur A4)

Alle Überschriften:
Zeilenabstand
maximal automatisch,
mindestens wie Schriftgröße

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
40 pt (nur A4)

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
32 pt

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
24 pt

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
20 pt

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
16 pt

Unterüberschrift 01 (A4) - 14 pt, Zeilenabstand automatisch,
Abstand zur Überschrift mindestens 21 pt

Unterüberschrift 02 (A4) - 12 pt, Zeilenabstand automatisch,
Abstand zur Überschrift mindestens 18 pt

04.5 Textformate

Mit Ausnahme der Seitenzahlen werden alle Textformate – außer den großen Überschriften – aus den Schriftschnitten Bold und Regular gebildet. Der Fließtext ist immer „Regular, 9,5 pt auf 14 pt Zeilenabstand“. Parallel gesetzte zweite Sprachen werden im Fließtext mit dem Schriftschnitt „Light“ gesetzt. Die Laufweite ist grundsätzlich „o“, die Spationierung immer „optisch“.

Über Ausnahmen entscheidet das Pressereferat.

Das Zusammenspiel aller typografischen Parameter sehen Sie im Kapitel **07 Medien**.

Große Einführungstext-Überschriften

FS Elliot Bold, 14 pt auf 21 pt

Große Einführungstexte 123

FS Elliot Regular, 14 pt auf 21 pt

Kapitelüberschrift und „Zitate“ 123

FS Elliot Bold, 11 pt auf 14 pt

Große Überschrift im Inhaltsverzeichnis

FS Elliot Bold, 11 pt auf 24 pt, 2. Zeile auf 16 pt

Großer Blindtext im Inhaltsverzeichnis

FS Elliot Regular, 11 pt auf 24 pt, 2. Zeile auf 16 pt

02 Große Seitenzahlen im Inhaltsverzeichnis

FS Elliot Heavy, 11 pt auf 24 pt, 2. Zeile auf 16 pt

Überschrift im Inhaltsverzeichnis

FS Elliot Bold, 9 pt auf 21 pt, 2. Zeile auf 14 pt

Blindtext im Inhaltsverzeichnis

FS Elliot Regular, 11 pt auf 21 pt, 2. Zeile auf 14 pt

03 Seitenzahlen im Inhaltsverzeichnis

FS Elliot Heavy, 11 pt auf 21 pt, 2. Zeile auf 14 pt

Überschrift unter Text

Blindtext des Fließtextes
zweite Zeile 123

Überschrift unter Text

Blindtext in Englisch
zweite Zeile 123

FS Elliot Bold, 9,5 pt auf 14 pt

FS Elliot Regular, 9,5 pt auf 14 pt,
zweite Sprache parallel: FS Elliot Light, 9,5 pt auf 14 pt

07 Seitenzahlen

FS Elliot Heavy, 9 pt auf 14 pt

Bildunterschriften und Marginalien 123

Bildunterschriften
und Marginalien 123

FS Elliot Bold/Regular, 8 pt auf 11 pt

KAPITEL DIN A4

FS Elliot Bold Caps, 10 pt, Spacing 100

KAPITEL DIN LANG/A5

FS Elliot Bold Caps, 8 pt, Spacing 100

04.5 Textformate für bessere Lesbarkeit

Bei Medien, die sich gezielt an Zielgruppen richten, bei denen eine bessere Informationsvermittlung durch eine angepasste Schriftgröße notwendig sein kann, darf die Relation des Fließtextes auf 10 pt/15 pt angepasst werden.

Die Entscheidung dazu erfolgt in Abstimmung mit dem Pressereferat.

Optional:

Anpassung der Größenrelation des Fließtextes auf 10 pt/15 pt

Abbildungsgröße 100%

Dies ist die Überschrift

Unterüberschriften sind manchmal nötig

Dies ist eine Überschrift

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie **Hamburgetonts**, **Rafgenduks** oder **Handgloves**, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: **The quick brown fox jumps over the lazy old dog**. Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (**AVAIL®** and **Wefox™** are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum

Anmerkungen mit der ersten Zeile am Fließtextzeilen-Raster angehängt

Anmerkungen

Wichtige Textteile markieren

04.6 Lineaturen

Linien im Text sind optionale Gestaltungselemente und geben den Innenseiten zusätzliche Struktur. Sie ordnen und setzen Akzente.

Das Zusammenspiel aller typografischen Parameter sehen Sie im Kapitel **07 Medien**.

12 pt

Max Mustermann

Dies ist ein Typoblindtext.

Wenn alle Buchstaben da sind und wie.

4 pt

01. Dies ist die Überschrift im Inhaltsverzeichnis.

07

0,5 pt

Das ist ein Punkt im Inhaltsverzeichnis
und das ist die zweite Zeile zu dem Punkt.

09

**„Dies ist ein hervorgehobenes Zitat
über zwei Zeilen.“** MIT AUTORENANGABE

Blindtext: An ihm kann man sehen,
ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen.
Und an ihm kann man sehen, wie schön das alles
ist und sich dran freuen. Das macht viel Spaß.

**Dies ist eine längere zweispaltige
Kapitel-Überschrift mit Format!**

**Dies ist eine längere zweispaltige
Kapitel-Überschrift mit Format!**

Dies ist eine Überschrift unter Text.

Blindtext: An ihm kann man sehen, ob
alle Buchstaben da sind und wie.

Dies ist eine Überschrift unter Text.

Blindtext: An ihm kann man sehen, ob
alle Buchstaben da sind und wie.

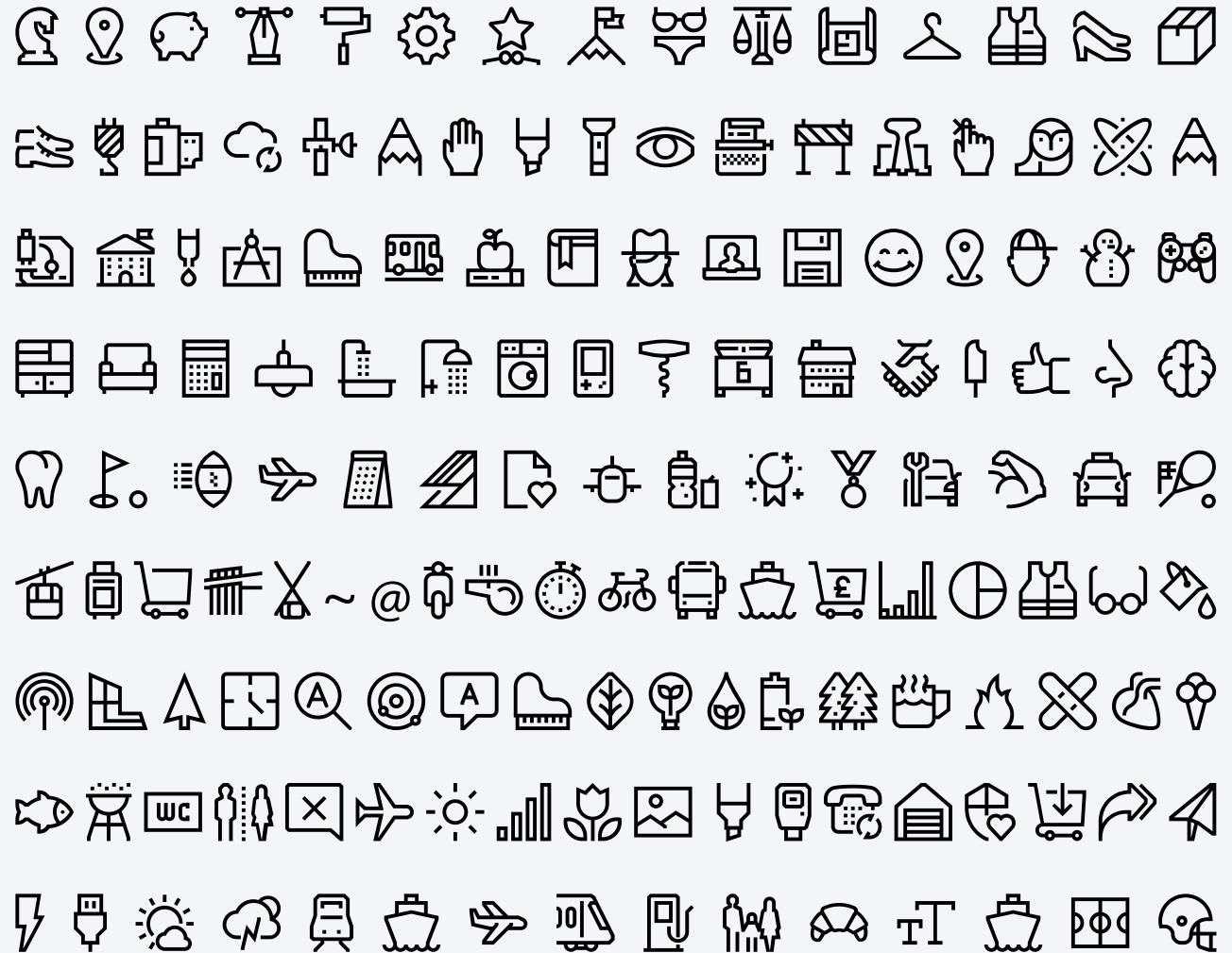
**Dies ist ein Typoblindtext. An
ihm kann man sehen, ob alle
Buchstaben da sind und wie**

Dies ist ein Typoblindtext. An
ihm kann man sehen, ob alle
Buchstaben da sind und wie

04.7 Icons

Die gesamte Ausstattung der Icons bedient sich aus dem Font **Miniline Icons (Howcolour)**, in der per Tastatur auf insgesamt 2.764 thematische Icons zugegriffen werden kann.

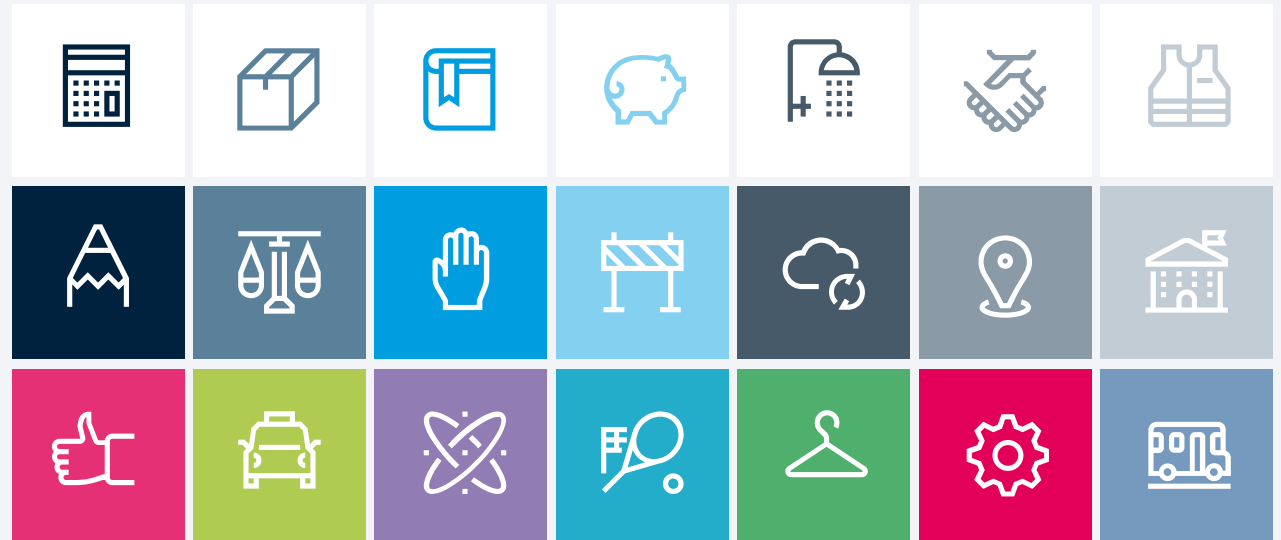
Somit können Icons nicht nur illustrativ sondern auch thematisch eingesetzt werden.



04.7 Icons

42

Die Icons können sowohl in schwarz oder weiß, als auch in und auf den Primär- und Sekundärfarben zum Einsatz kommen.



Geschäftspapiere

05

05.1 Briefbogen

44

Logo- und Wappengröße: 100 %

22 50 50 50 38

25

Kiel. Sailing.City.
Kiel

Landeshauptstadt Kiel

Landeshauptstadt Kiel Postfach 1152 24099 Kiel

Firma
Mustermann
Strasse 1
23456 Muster

Amt: Personal und Organisationsamt
- Informationstechnik

Datum: 17.05.2016
Ihr Zeichen und Datum: AZ12 232
Unser Zeichen: 012
Ihr Ansprechpartner: Herr Müller
Telefon (0431) 901 4074
Telefax (0431) 901 74 4074
E-Mail: jan.koppelman@kiel.de
Dienstgebäude: D133
Zimmer:
Erreichbar mit Bus:

Logo- und Wappengröße: 100 %

22 50 59,4 50 28,6

Kiel. Sailing.City.
Kiel

Landeshauptstadt Kiel

Landeshauptstadt Kiel Postfach 1152 24099 Kiel

Firma
Mustermann
Strasse 1
23456 Muster

Dr. Ulf Kämpfer
Der Oberbürgermeister

24103 Kiel, 17.05.2016
Rathaus
Fleethörn 9
Telefon (0431) 901 30 01
Telefax (0431) 901 6 30 43

Kiel. Sailing.City.
Kiel

Landeshauptstadt Kiel

Landeshauptstadt Kiel Postfach 1152 24099 Kiel

Firma
Mustermann
Strasse 1
23456 Muster

Amt: Personal und Organisationsamt
- Informationstechnik

Datum: 17.05.2016
Ihr Zeichen und Datum: AZ12 232
Unser Zeichen: 012
Ihr Ansprechpartner: Herr Müller
Telefon (0431) 901 4074
Telefax (0431) 901 74 4074
E-Mail: jan.koppelman@kiel.de
Dienstgebäude: D133
Zimmer:
Erreichbar mit Bus:

Kiel. Sailing.City.
Kiel

Landeshauptstadt Kiel

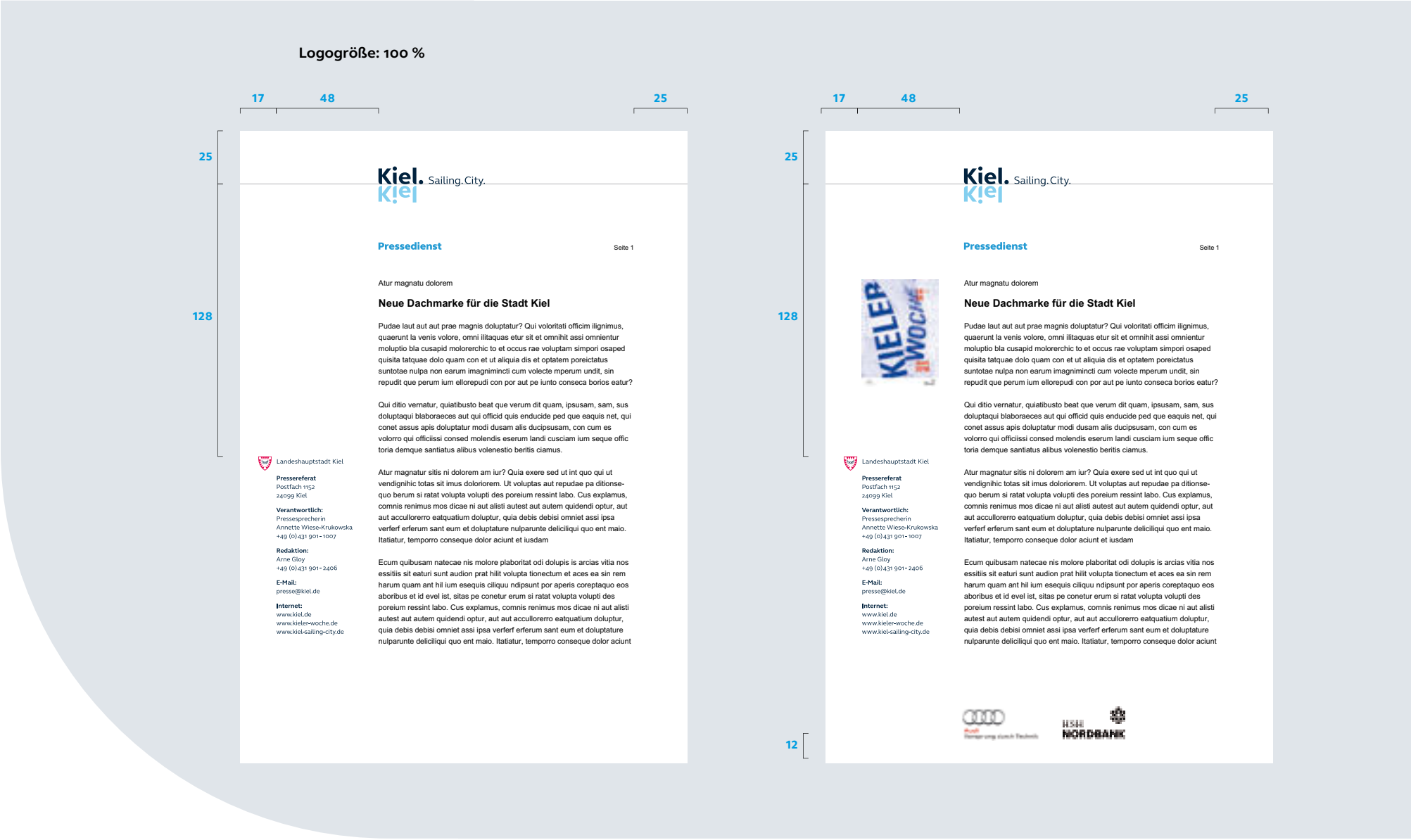
Landeshauptstadt Kiel Postfach 1152 24099 Kiel

Firma
Mustermann
Strasse 1
23456 Muster

Dr. Ulf Kämpfer
Der Oberbürgermeister

24103 Kiel, 17.05.2016
Rathaus
Fleethörn 9
Telefon (0431) 901 30 01
Telefax (0431) 901 6

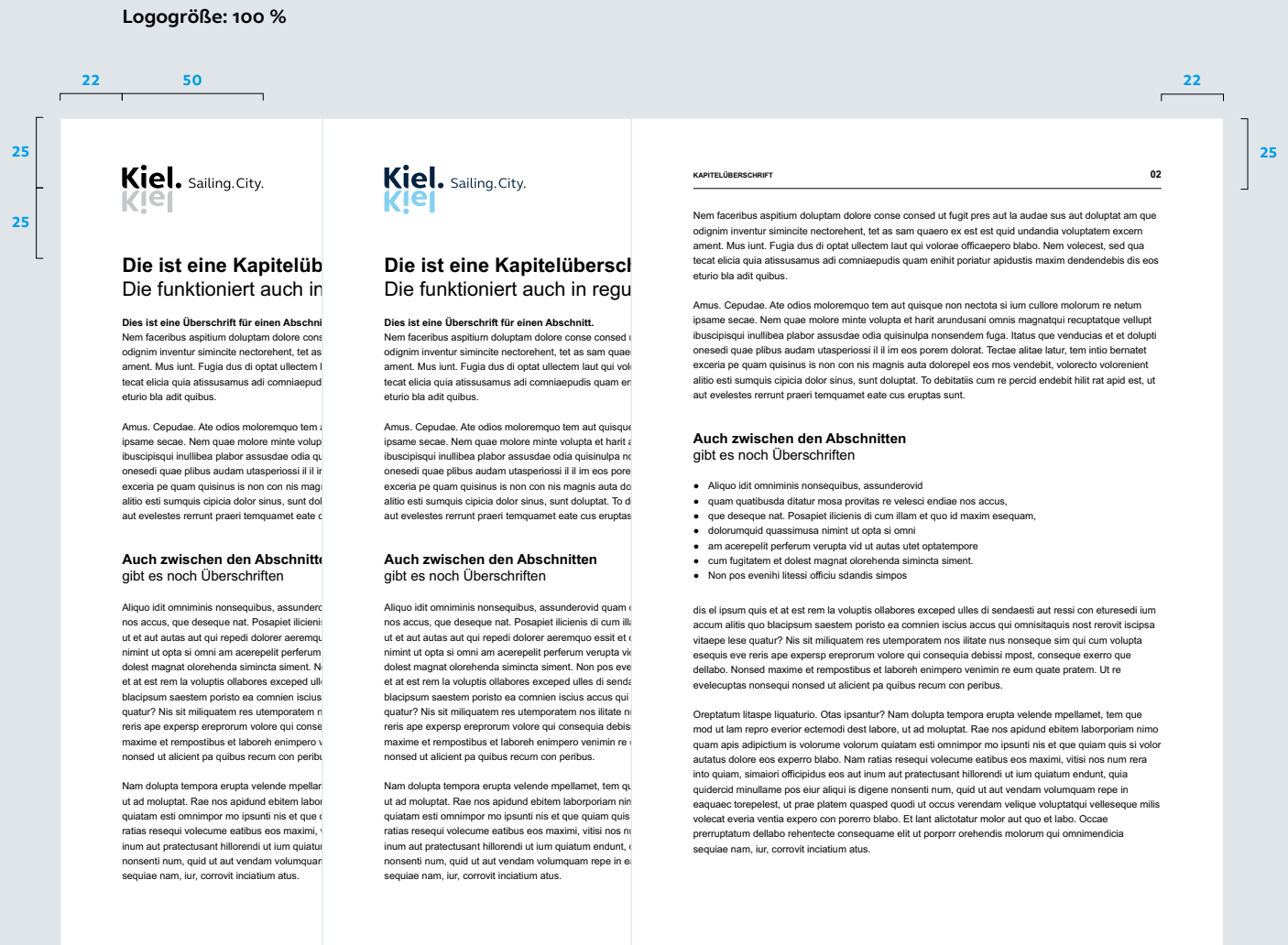
05.2 Pressedienstbogen



05.3 Whitepaper

Das Whitepaper dient als Vorlage für alle möglichen Schriftstücke der Stadt. Logogröße und Positionierungen entsprechen dem Briefbogen.

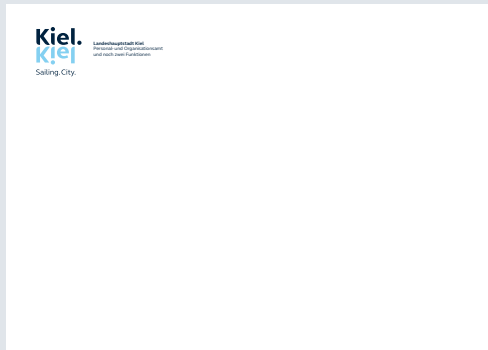
In dem der Stadt vorliegenden Template sind alle Schriftformate voreingestellt, sodass ein weitestgehend übereinstimmender Look produziert werden kann.



05.4 Briefumschläge Überblick

47

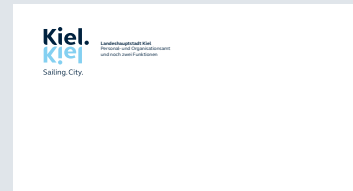
DIN C4



DIN C5



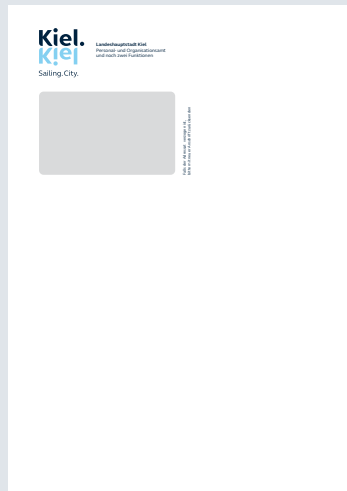
Kompaktbrief



DIN lang

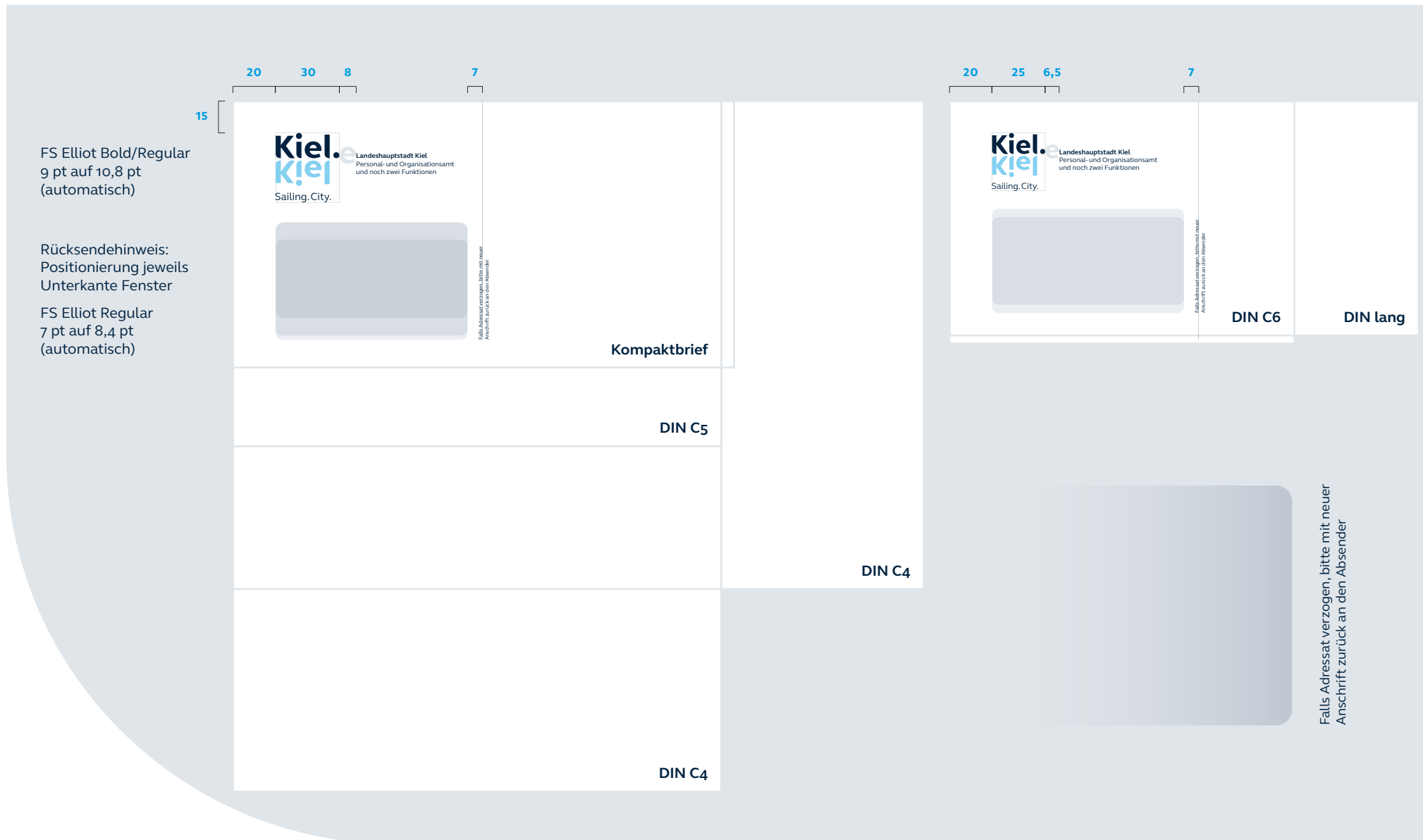


DIN C6



05.4 Briefumschläge Vermaßung

48



05.4 Briefumschläge Typosystematik

49

FS Elliot Bold/Regular
9 pt auf 10,8 pt (automatisch)



Maximale Satzhöhe:
6 Zeilen bei
Logobreite 30 mm
5 Zeilen bei
Logobreite 25 mm



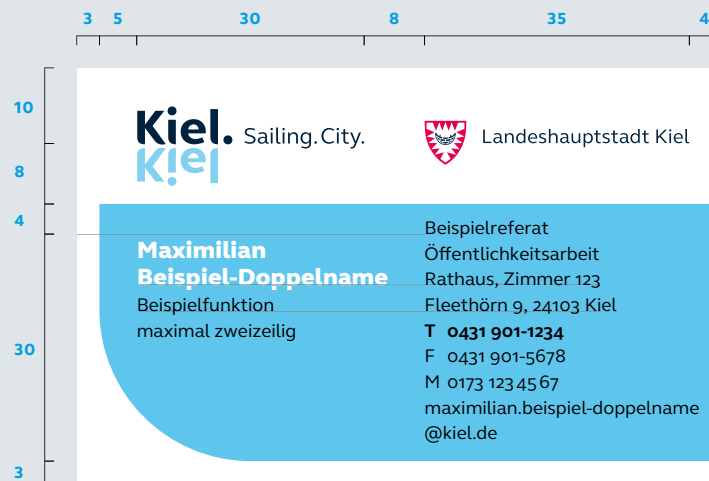
Danach:
Zeilenweise nach
oben versetzen



05.5 Visitenkarten

50

Visitenkarte 85 x 45 mm
Standardfarbigkeit



Logogröße: 60 %
Textbühne: 60 % KIELCYAN

Titel und Name:
FS Elliot Heavy,
9 pt auf 10 pt
(einzeilige Namen stehen
auf der zweiten Zeile)

Funktion:
FS Elliot Regular,
7 pt auf 9,6 pt

Informationen:
FS Elliot Regular,
7 pt auf 9,6 pt

Telefonnummer:
FS Elliot Bold,
7 pt auf 9,6 pt

Ausnahme für Oberbürgermeister und Stadtpräsident



Logogröße: 60 %
Wappengröße: 70 %
Textbühne: 100 % KIELBLAU
Name: 50 % KIELCYAN

05.5 Visitenkarten Beispiele

51

Die Visitenkarten folgen dem allgemeinen Designprinzip.

Der Satz der Informationen beginnt immer an der obersten Schriftlinie und erweitert sich nach unten (1, 2).

Reichen neun Zeilen nicht aus, wird zuerst die Adresse möglicherweise in eine Zeile gesetzt (2).

Darüber hinaus wird eine zehnte Zeile angehängt und der Zeilenabstand auf 8,8 pt reduziert. Die Position des Namens bleibt davon unberührt. Der Name steht auf der Schriftlinie der dritten Zeile der Informationen. Er erweitert sich bei Zweizeiligkeit nach oben (3).

Eine internationale Variante kann auf der Rückseite gedruckt werden (4).

1



2



3



4



05.6 E-Mail-Signatur

52

Der Text der Mail ist Arial regular/bold in 10 pt. Die eigene Mail-Adresse und die Domains werden vom Programm automatisch eingefärbt und unterstrichen. Das Logo für die Platzierung in der E-Mail gibt es im Pressereferat und zum Download im Intranet.

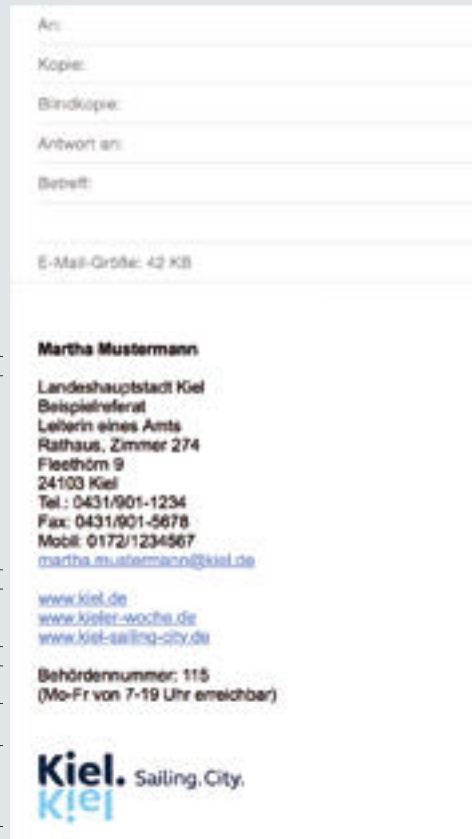
1 LZ [

1 LZ [

1 LZ [

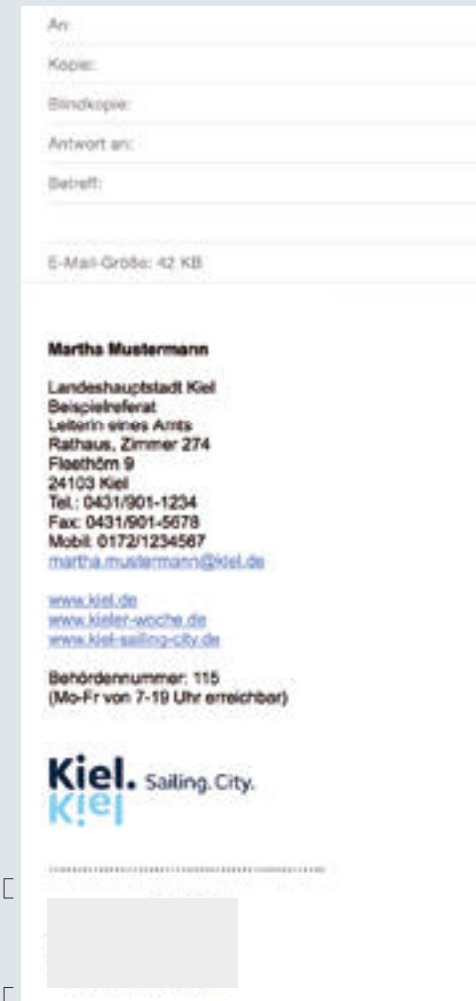
2 LZ [

1 LZ [



1 LZ [

1 LZ [



Schrift

Arial regular/bold
10 pt

Hinweis

Maximal ein weiteres
Logo möglich,
z. B. Nachhaltigkeitspreis,
Kieler Woche ...

05.7 PowerPoint

53

Die PowerPoint-Präsentation der Stadt Kiel nimmt das Corporate Design auf Titel-, Kapitel- und End-Folie auf. Die Dachmarke ist darüber hinaus auf jeder Folie vorhanden.

Es gibt verschiedene Titelfolien im Masterdokument, die je nach Thema ausgewählt werden können.

Alle wesentlichen Folientypen sind abgedeckt und bieten die Möglichkeit, verschiedenste Inhalte im Corporate Design der Stadt zu präsentieren.

Auf jeder Folie ist neben der Seitenzahl eine Index-Zeile eingefügt, mit der man auch einzelne Folien immer der Gesamtpräsentation zuordnen kann.



Layout

06

06.1 Layout-Prinzip

55

Für eine schnelle Wiedererkennung aller Kommunikation unter der städtischen Dachmarke gibt es ein festes Designprinzip für alle Medien. Darin ist die Flächenaufteilung festgelegt sowie feste Positionen für alle Teile der Botschaft, die Internetadresse und mögliche Partner*innenlogos.

Der kreative Spielraum ist kleiner, die kreative Herausforderung umso größer!

Logo

Organisation/Amt
Zahlen/Daten/Fakten
(optional)

Überschrift

Foto/Illustration/
ergänzende Textteile/
Slogan

Internetadresse



Piktogramme oder
Marken der Stadt
(optional)

Partner*innenlogos
(optional)

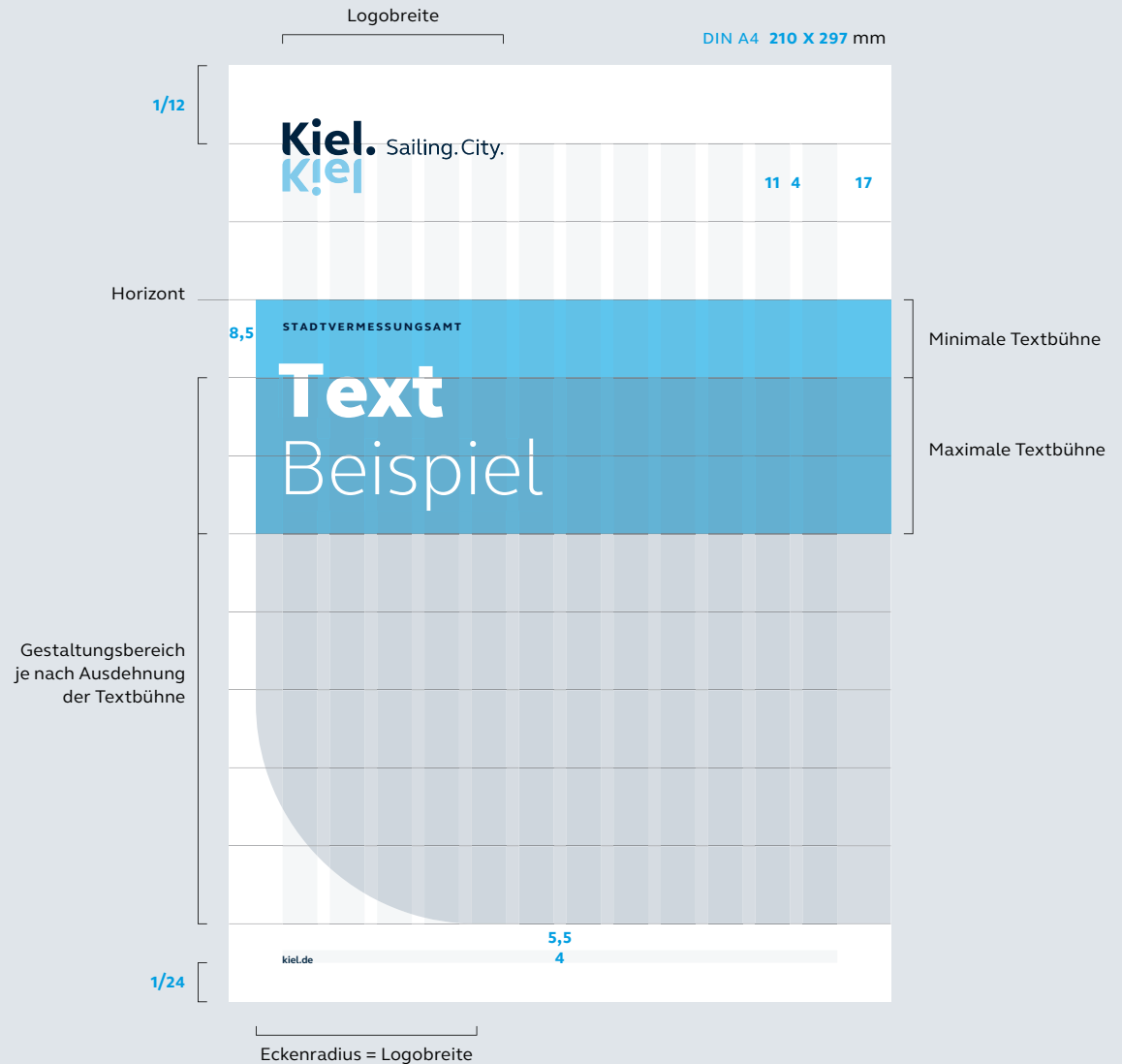
06.2 Layout-Parameter

56

Allen Medien liegt das gleiche relationale Raster zugrunde, an dem alle Designobjekte ausgerichtet werden sollen. Die Fläche ist in zwölf gleiche Schichten aufgeteilt. Das typografische Raster besteht immer aus 11 mm breiten Spalten mit 4 mm Abstand zueinander. Die in der Breite variierenden Ränder des Satzspiegels und die Anzahl der Spalten gleichen die Formatunterschiede aus.

Textbühne und Gestaltungsbereich bedingen einander. Die Textmenge und damit die Größe der Bühne bestimmt den verbleibenden Platz.

Logobreite und Eckenradius des Layouts sind gleich.

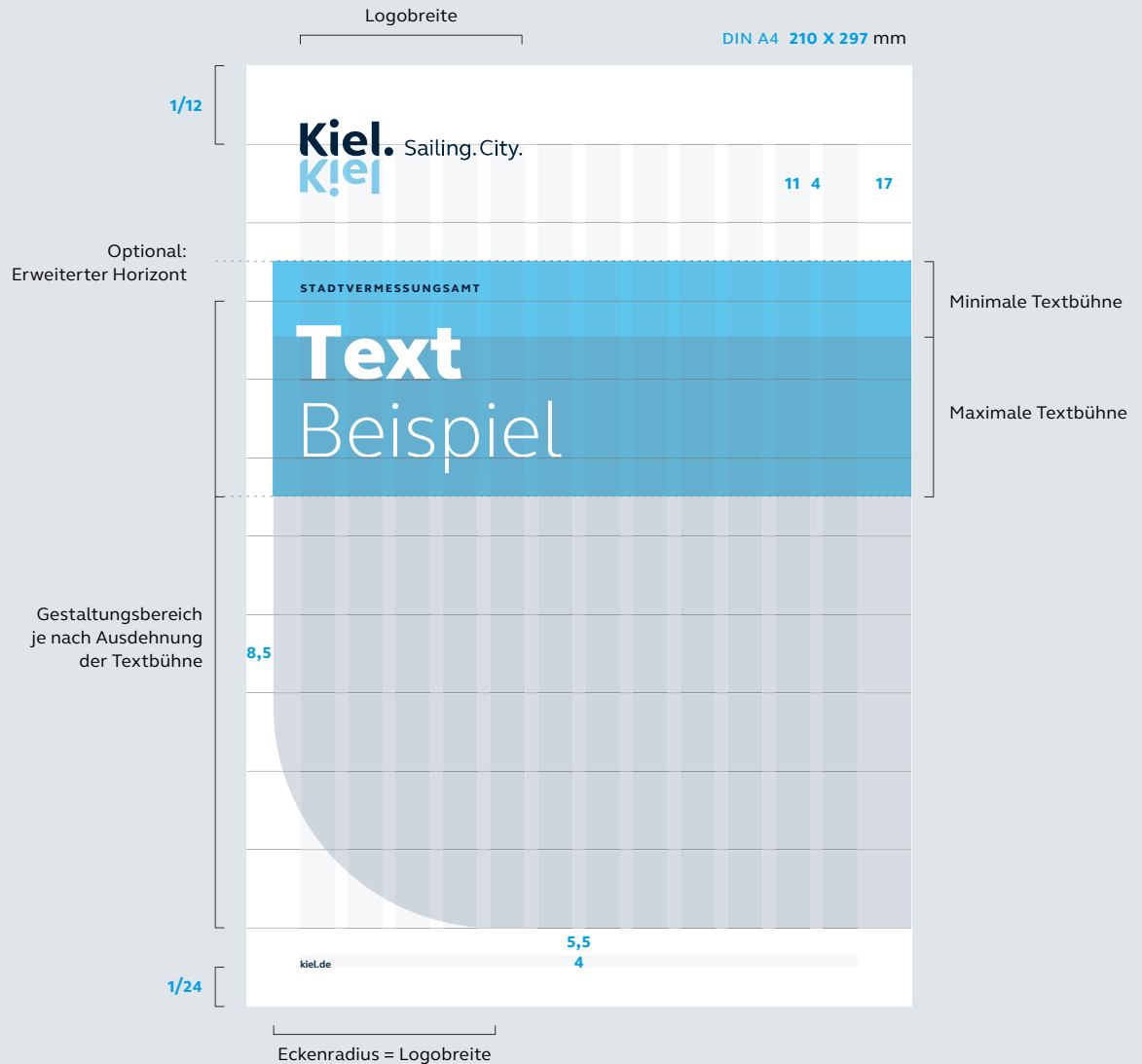


06.2 Layout erweiterter Horizont

57

Um, besonders in großformatigen Hochformat-Anwendungen wie zum Beispiel Plakaten und Broschüren, die formatrelevante Gestaltungsfläche zu maximieren darf die Horizontlinie optional um ein halbes Zwölftel nach oben verschoben werden.

Alle weiteren formatbildenden Vermaßungen bleiben bestehen. Dieser erweiterte Horizont darf dann folgerichtig auch bei der Innenseitengestaltung Anwendung finden.

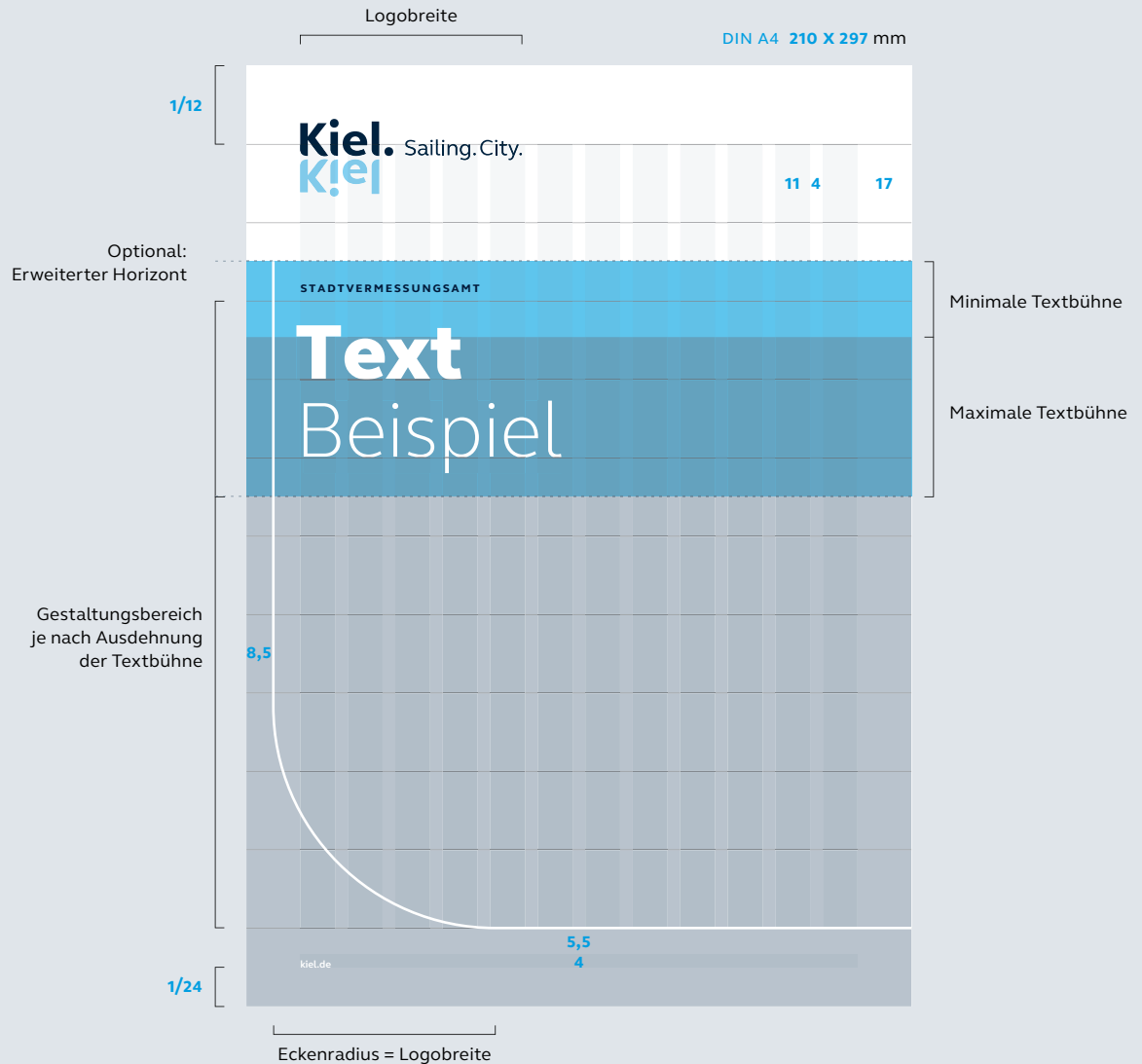


06.2 Layout linearer Kurvenverlauf

Für mehr Vielfalt besonders bildlastiger Titellentwürfe ist es möglich, den Eckenradius in eine weiße lineare Negativ-Umsetzung umzuwandeln.

Hierzu werden die Textbühne und der Gestaltungsbereich randabfallend in den Anschnitt erweitert. Das verwendete Bildmaterial muss stets einen ausreichenden Kontrast zur weißen Lineatur gewährleisten.

Darüber hinaus bleiben alle weiteren Abmessungen, Abstände und Gestaltungsregeln unangetastet.



06.2 Beispiel linearer Kurvenverlauf

59

Optional:
Erweiterter Horizont

DIN A4 210 X 297 mm



Optional:
Erweiterter Horizont

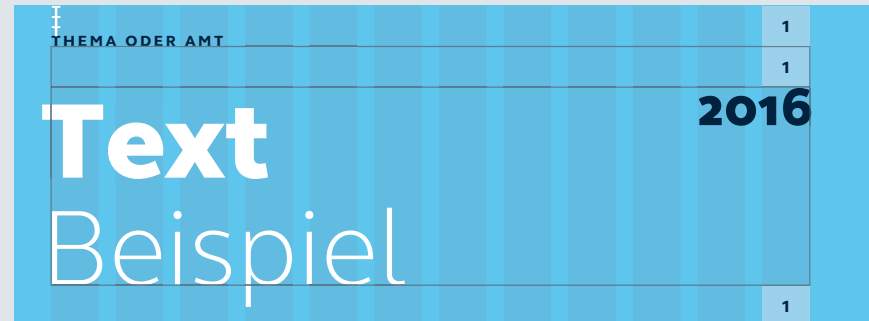
Eckenradius = Logobreite

06.3 Layout Textbühne

60

Die Textbühne wird für Über- und Unterüberschriften und andere übergeordnete Informationen wie Jahreszahlen, Ortsangaben oder Piktogramme genutzt.

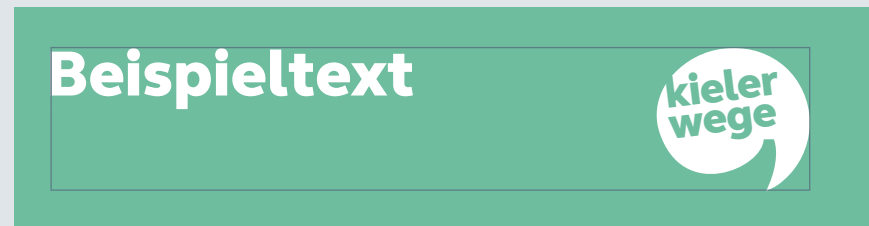
Der obere und untere Abstand zum Rand und der Abstand von Thema zu Headline wird durch ein vierfaches der jeweiligen Versalhöhe des Themas definiert. Die Ränder rechts und links werden durch die Satzspiegel der jeweiligen Formate definiert. Bei der Einpassung der Buchstaben zählen nicht Schriftlinien oder Tiegelhöhen, sondern die jeweils sichtbaren Versalhöhen oder Unterlängen.



06.4 Layout Submarken

61

Auf der Textbühne können auch zusätzliche Logos platziert werden. Sie können sowohl nach oben als auch nach unten über die Abstandslinien hinausgehen. Sie dürfen nicht über den Layoutschutzrahmen links hinausragen.



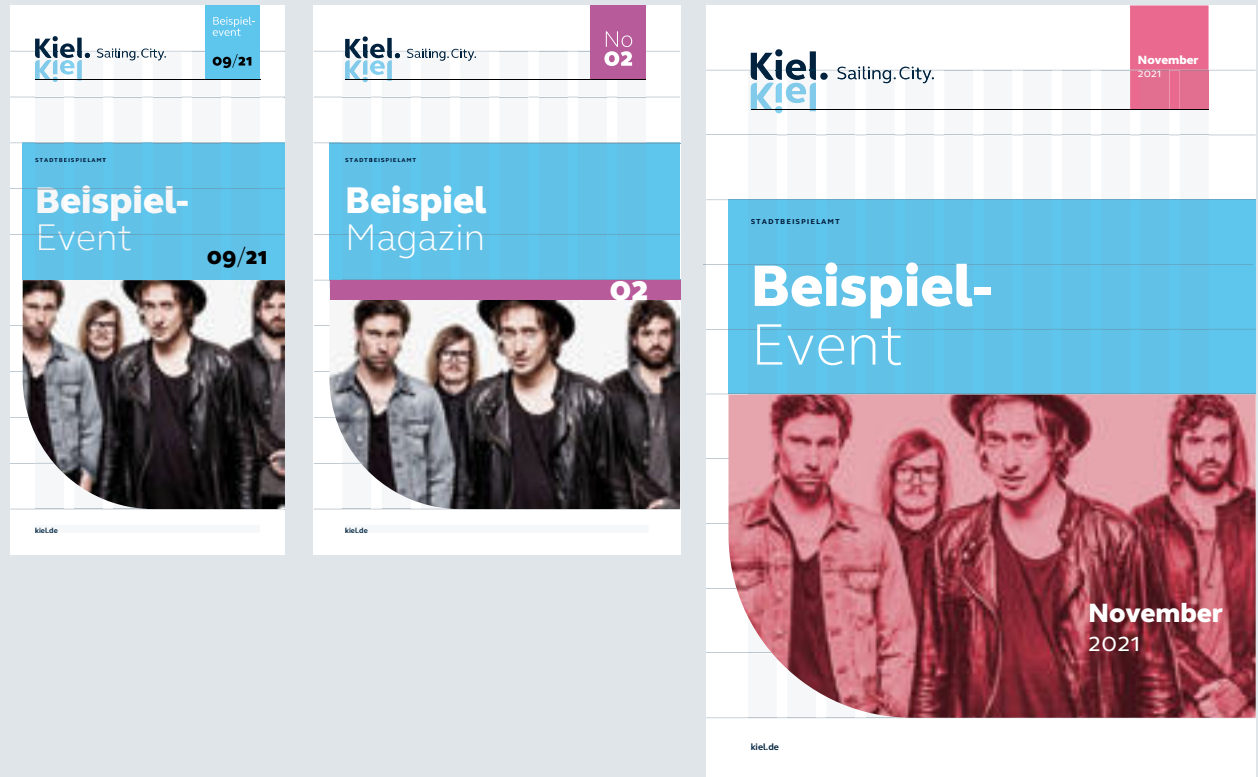
06.5 Layout Display-Broschüren

62

Bei Flyern und Broschüren, die in Displays ausgelegt werden, die einen Großteil der bedruckten Fläche abdecken, kann ein Batch an der Oberseite des Formats angebracht werden, der hilft, den jeweiligen aktuellen Inhalt zu identifizieren.

Der Batch darf in KielCyan, KielBlau und in allen Sekundärfarben angelegt werden. Er sollte möglichst dezent gestaltet werden und das rechts dargestellte Maß nicht über- oder unterschreiten:

Die Standfläche des Batchs ist die Schriftlinie des gespiegelten Kiel. im Logo. Die Breite beträgt in den Formaten DIN lang und A5 1,5 Spalten und einen Zwischenraum. Im Format A4 ist der Batch 2 Spalten und zwei Zwischenräume breit.



06.6 Layout Freiraum

63

Außerhalb der vorgesehenen Flächen für Text und Gestaltung gibt es einen Raum rechts und unterhalb des Logos, der in speziellen Fällen für die Gestaltung genutzt werden kann.

Für die Ermittlung des konkreten Raums wird ein Teil der Logotype nach rechts dupliziert und schränkt so den erlaubten Raum in dem jeweiligen Format ein.

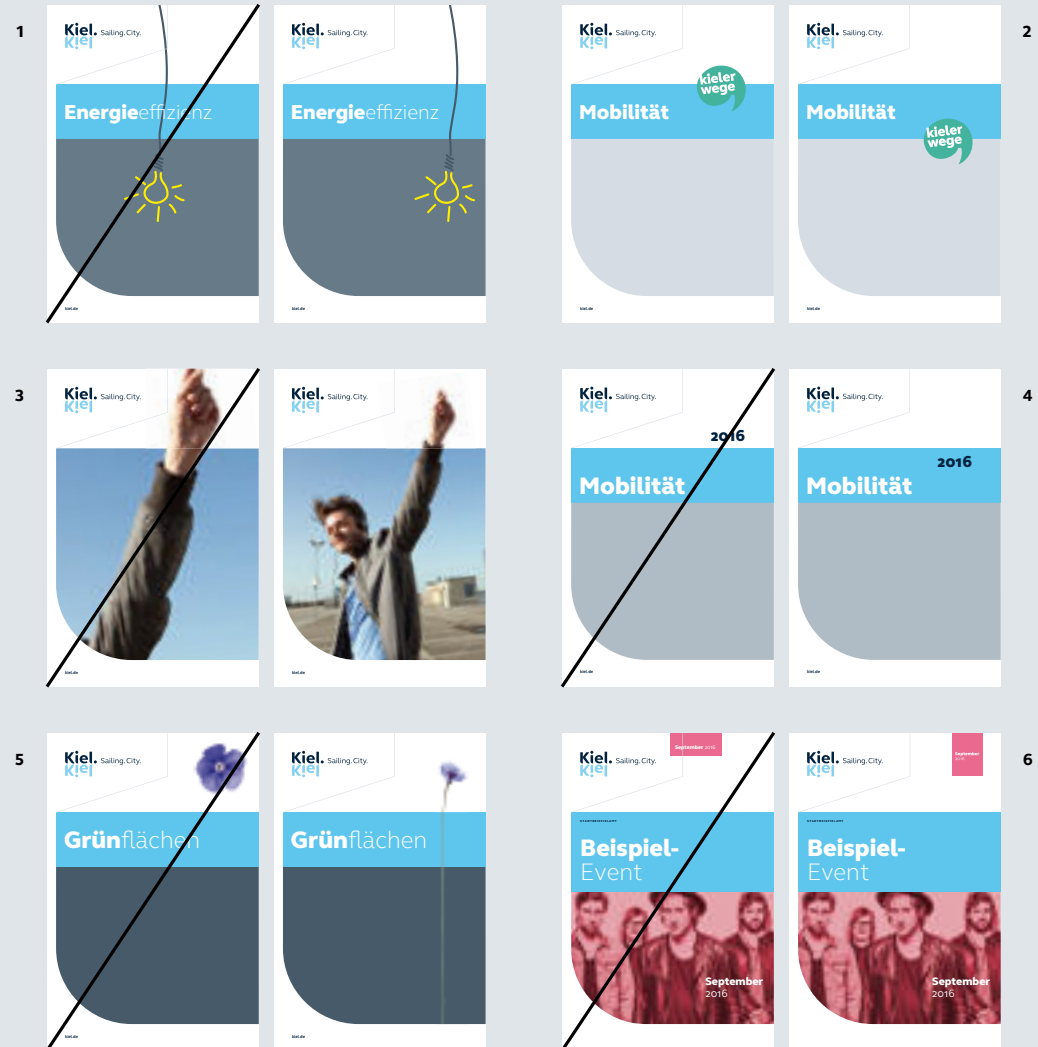


06.6 Layout Freiraum

64

Bei der Gestaltung mit dem Freiraum sind folgende Regeln und Einschränkungen zu beachten:

Die Elemente dürfen nicht über/unter der Typografie laufen **(1)**. Zusätzliche Logos dürfen in die Textbühne hineinragen, sie dürfen ebenfalls in den Freiraum darüber hineinragen solange sie den Schutzraum des Logos respektieren **(2)**. Die Elemente dürfen nicht zu massiv im Vergleich zur Logotype sein **(3)**. Typografische Elemente dürfen nicht aus der Textbühne hinausragen **(4)**. Alle Elemente im Freiraum müssen einen Ursprung in den Flächen darunter haben **(5)**. Der in Ausnahmefällen mögliche Batch darf nur in der angezeigten Größe und Position erscheinen (06.5)



06.7 Layout mit/ohne Textbühne

65

Im Regelfall muss das Kiel-Layout mit Textbühne realisiert werden. Ist der Gestaltungsbereich darunter ganz oder teilweise in der Farbe der Textbühne gehalten, entsteht der Eindruck einer Gesamtfläche.

Nur in Ausnahmefällen dürfen Medien mit einem durchgehenden Gestaltungsbereich ohne Textbühne gestaltet werden. Die Entscheidung über eine solche Ausnahme trifft nur das Pressereferat.

Regel: Gestaltung mit Textbühne



Regel: Gestaltung mit Textbühne und gleichfarbigem Gestaltungsbereich



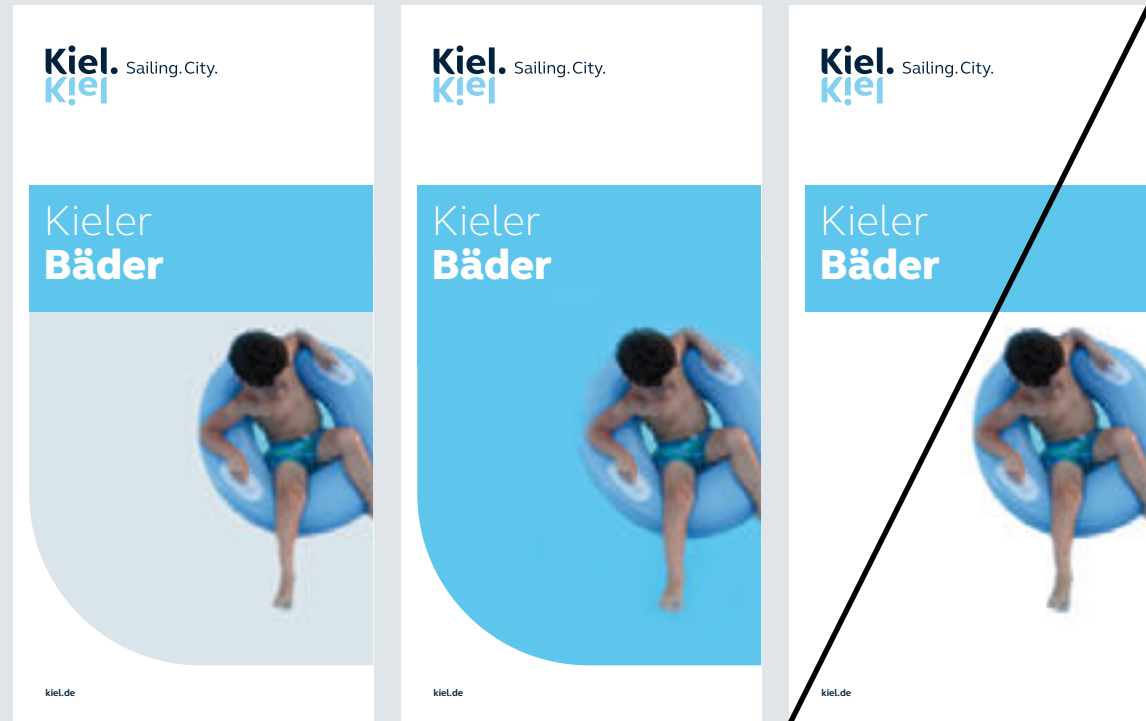
Ausnahme: Gestaltung ohne Textbühne



06.8 Layout Freisteller

66

Freigestellte Bilder, Illustrationen, Piktogramme oder Logos dürfen nicht ohne Fond in den dafür vorgesehenen Flächen platziert werden.



06.8 Layout Freisteller mit Kontur

Sollte die Verwendung eines freigestellten Elements als Titelgrafik notwendig sein, die keine Fondfarbe im Farbkanon der Landeshauptstadt Kiel zulässt, muss die Gestaltungsfläche durch eine Kontur vom restlichen Format visuell abgegrenzt werden.

Die Textbühne der Headline muss hierbei in jedem Fall als flächige Anwendung erhalten bleiben. Die abgrenzende Kontur sollte sich dabei stets derselben Farbe bedienen und nicht feiner als mit 1,5 pt Linienstärke angelegt werden.



06.9 Layout Eindruck-Medien

68

Eindruck-Medien werden einmal vorgedruckt und können dann mit Hilfe eines Kopierers variabel bedruckt werden.

Damit der schwarze Druck genügend Kontrast zum Hintergrund hat, dürfen KielCyan oder die Sekundärfarben in maximal 60 % Flächendeckung und das KielGrau in maximal 25% Flächen-deckung vorgedruckt werden.

Sind die Informationen auf der Text-bühne immer die gleichen (Amt, Institution, Thema, etc.) können diese weiterhin in weiß auf 100% der jeweili-gen Farbe vorgedruckt werden.



06.10 Layout Impressum

Das Impressum ist integraler Bestandteil jeden Mediums und gibt in rechtlich wirksamer Weise Auskunft über Verantwortlichkeiten, Nutzungsrechte und Herkunft der Informationen. Daher muss das Stadtwappen Teil des Impressums sein.

Das Impressum wird entweder durch eine Linie oder durch einen Fond vom Inhalt des Mediums getrennt.

Der Pressedienstbogen ist eine Sonderlösung des Impressums.

Über Ausnahmen entscheidet das Pressereferat.

Logogröße
80 %, 40 mm

Text
FS Elliot Bold/Regular,
8 pt auf 10 pt

Linie
0,5 pt

Fond
KIELGRAU, 10 %

Herausgeberin:



Landeshauptstadt Kiel

Adresse: Pressereferat, Postfach 1152, 24099 Kiel, **E-Mail:** oeffentlichkeitsarbeit@kiel.de, **Redaktion:** Fachamt xy, **Fotonachweis:** in der Publikation verwendete Fotos – Titelbild ist gesondert zu behandeln, **Titelbild:** Fotografenatelier Example, **Layout:** Agentur Beispielname, **Druck:** Druckerei, **Auflage:** 70.000 Stück, Kiel 11/2021 **Optional:** Kartographie, Luftbildfreigaben, Quellennachweis, **Hinweis:** Vervielfältigung, Speicherung und Nachdruck – auch auszugsweise – ist ohne Genehmigung der Herausgeberin und der Redaktion nicht gestattet.

Herausgeberin:



Landeshauptstadt Kiel

Adresse: Pressereferat, Postfach 1152, 24099 Kiel, **E-Mail:** oeffentlichkeitsarbeit@kiel.de, **Redaktion:** Fachamt xy, **Fotonachweis:** in der Publikation verwendete Fotos – Titelbild ist gesondert zu behandeln, **Titelbild:** Fotografenatelier Example, **Layout:** Agentur Beispielname, **Druck:** Druckerei, **Auflage:** 70.000 Stück, Kiel 11/2021 **Optional:** Kartographie, Luftbildfreigaben, Quellennachweis, **Hinweis:** Vervielfältigung, Speicherung und Nachdruck – auch auszugsweise – ist ohne Genehmigung der Herausgeberin und der Redaktion nicht gestattet.

Herausgeberin:



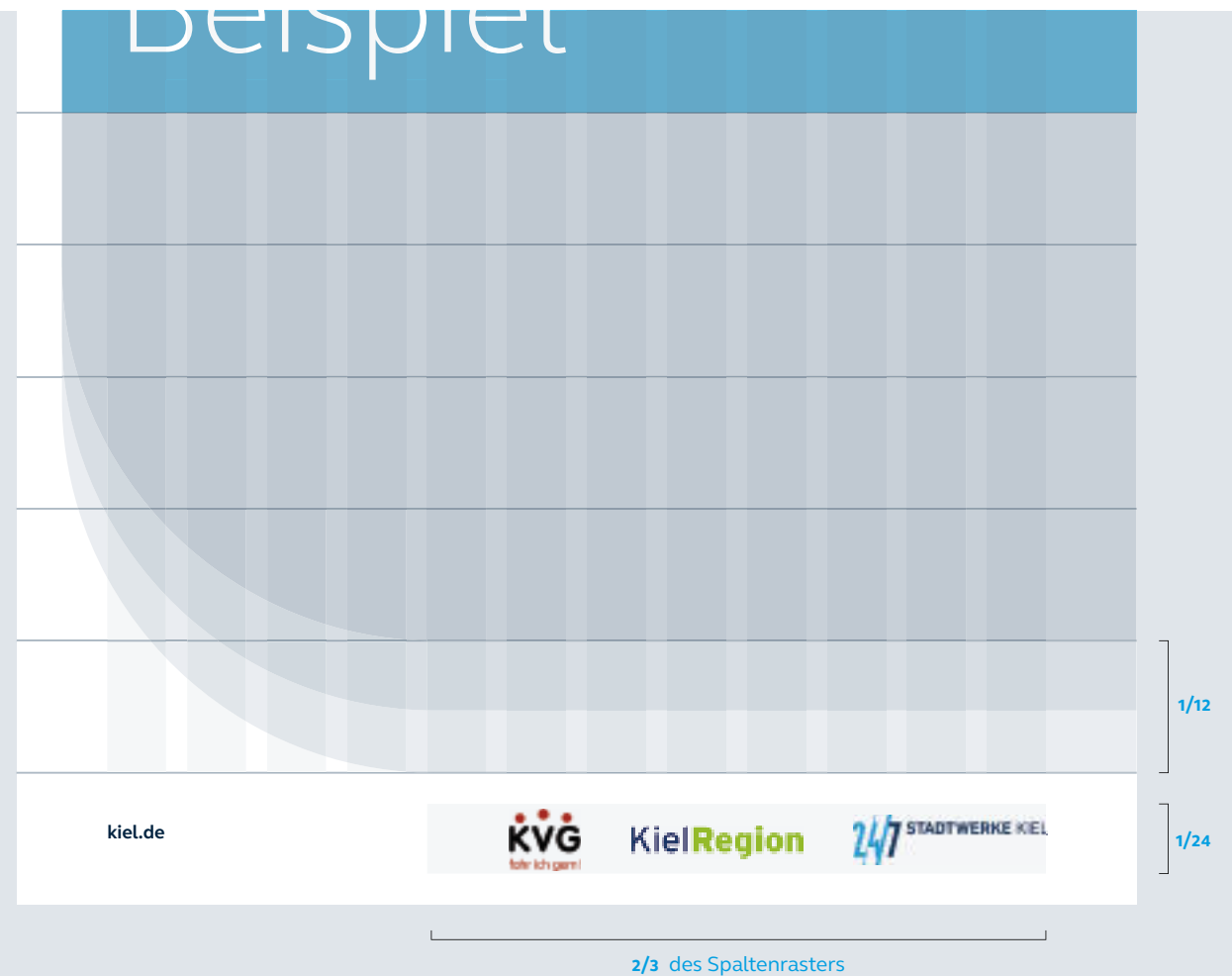
Landeshauptstadt Kiel

Adresse: Pressereferat, Postfach 1152, 24099 Kiel, **E-Mail:** oeffentlichkeitsarbeit@kiel.de, **Redaktion:** Fachamt xy, **Fotonachweis:** in der Publikation verwendete Fotos – Titelbild ist gesondert zu behandeln, **Titelbild:** Fotografenatelier Example, **Layout:** Agentur Beispielname, **Druck:** Druckerei, **Auflage:** 70.000 Stück, Kiel 11/2021 **Optional:** Kartographie, Luftbildfreigaben, Quellennachweis, **Hinweis:** Vervielfältigung, Speicherung und Nachdruck – auch auszugsweise – ist ohne Genehmigung der Herausgeberin und der Redaktion nicht gestattet.

06.11 **Layout Partnerlogos**

70

Partnerlogos können am Fuß der Seite abgebildet werden. Der dafür vorgesehene Raum ist $\frac{2}{3}$ des jeweiligen Spaltenrasters breit und $\frac{1}{24}$ hoch. Die Zone ist vertikal mittig im untersten Zwölftel positioniert.



06.11 Layout Partnerlogos

71

In Ausnahmefällen kann bei mehr Platzbedarf das Layout um eine halbe oder eine ganze Rasterhöhe nach oben versetzt werden. Diese Fälle müssen mit dem Pressereferat abgesprochen werden.



06.11 Layout Partnerlogos

72

In Ausnahmefällen kann ein Logo optisch gleichwertig zur Dachmarke rechts oben in den Medien platziert werden.

Auf dem Format DIN lang kann die Dachmarke dafür auf minimal 80% Logogröße reduziert werden.



06.12 Layout Internet-Domain

73

Auf Plakaten und allen weiteren Großformaten kann die Internet-Domain bis zu 200% der im Layout/Template angegebenen Größe einnehmen. Besonders Direkt-Domains sind Teil der Informationshierarchie und müssen schnell zu erkennen sein.



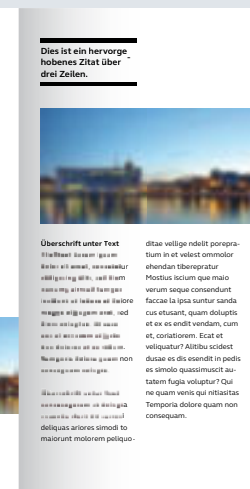
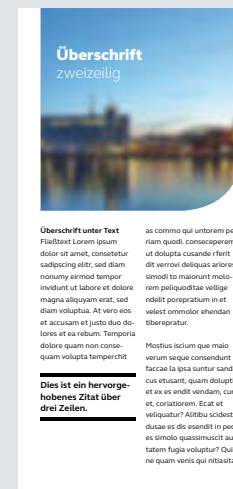
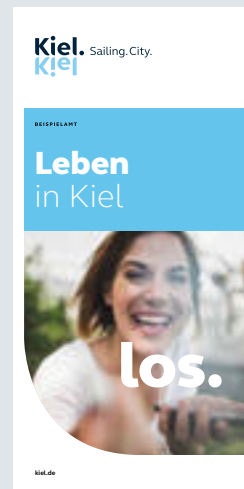
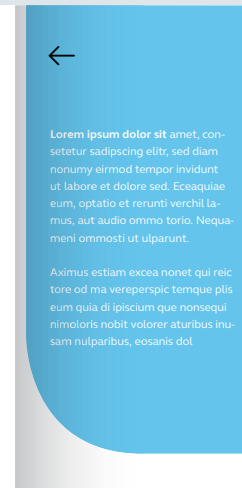
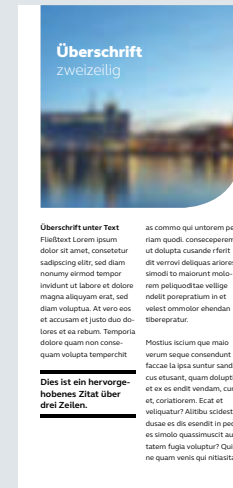
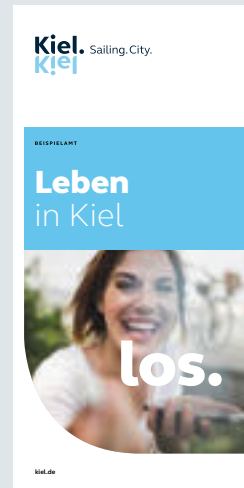
06.13 Gestaltungsbeispiele: DIN lang hoch

Neben den typografischen Regeln prägt ein konsequenter Bild- und Fond-Einsatz das Design der Medien.

Die Kurve der Titelseite kann bei ähnlich großen Bildern und Flächen wiederholt werden. Bei kleineren Bildern wird der Radius halbiert. Sehr kleine Bilder werden immer ohne Kurve eingesetzt.

Über alle Bilder eines Mediums hinweg sollte ein harmonischer Farbklang erreicht werden.

Gestaltungsbeispiel
DIN lang optional mit
erweitertem Horizont

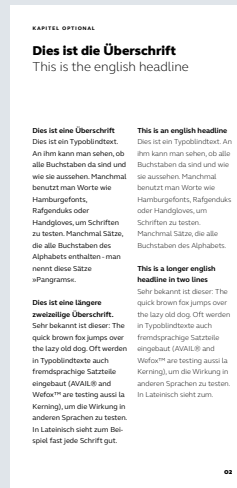
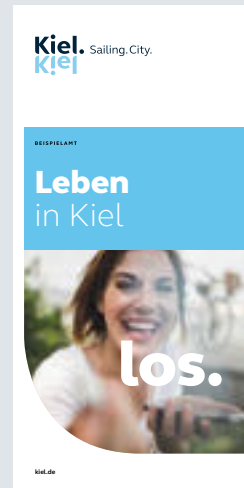


06.13 Gestaltungsbeispiele: DIN lang hoch

Alle Text- und Linienarten sind im Kapitel „Typografie“ präzise beschrieben. Die Spaltenbelegungen finden sich bei den Beschreibungen der einzelnen Formate im Kapitel „Medien“. Alle Angaben sind darüber hinaus Teil der Templates, die für jedes Format existieren.

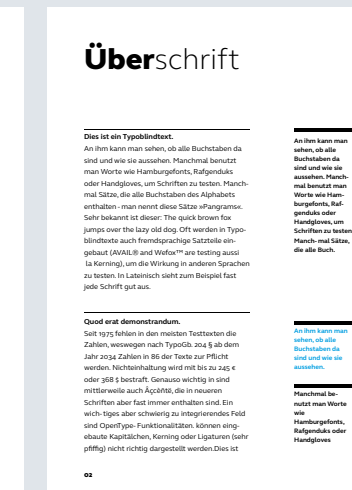
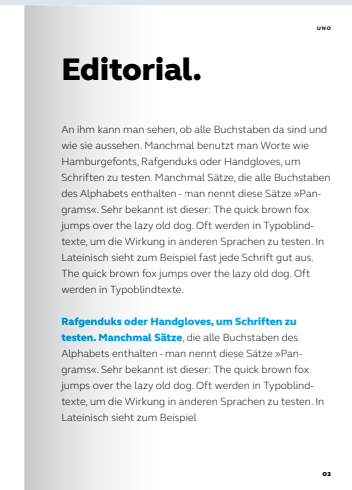
Bei der Gestaltung sollte möglichst der Horizont eingehalten werden, der durch das Titelbild vorgegeben wird. Nur bei extremem Platzbedarf kann der Fließtext auch an der obersten Rasterlinie angesetzt werden.

Gestaltungsbeispiel
DIN lang mit linearem
Kurvenverlauf

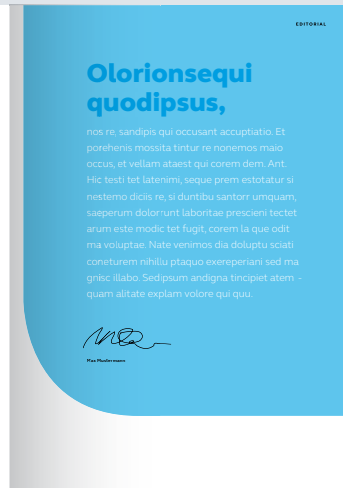
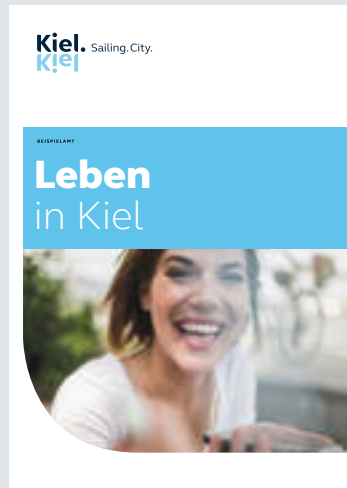


06.13 Gestaltungsbeispiele: DIN A5

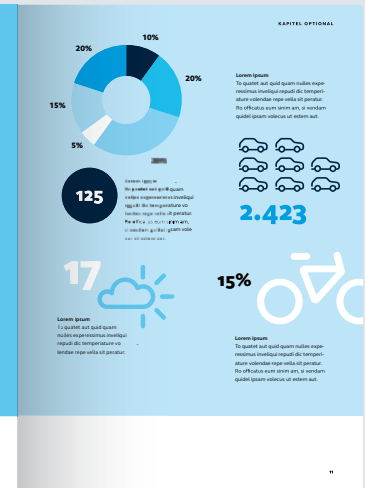
Farbige Texte sind nur als Auszeichnung (Überschrift, Zitat, Hervorhebung, etc.) erlaubt. Sie dürfen in 100% KIELCYAN oder in einer 100% Sekundärfarbe eingesetzt werden. Dabei sollte möglichst die Sekundärfarbe verwendet werden, die durch den Titel vorgegeben ist.



06.13 Gestaltungsbeispiele: DIN A4



KielCyan und die Sekundärfarben dürfen auch in Abstufungen im Innenteil von Broschüren (Fonds, Infografiken, etc.) eingesetzt werden. Dabei sollte möglichst die Farbe eingesetzt werden, die durch den Titel vorgegeben ist.



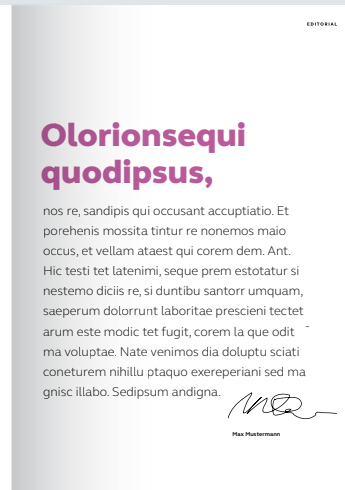
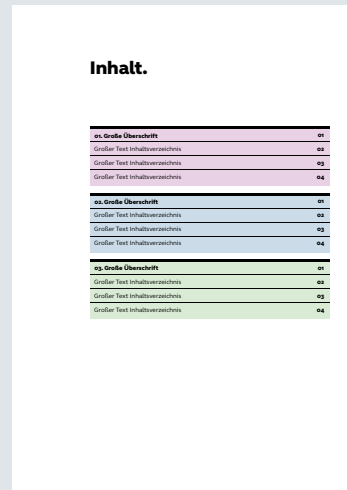
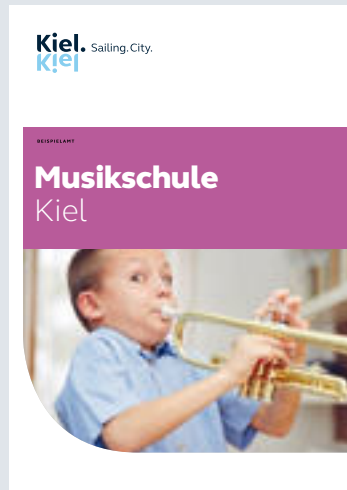
06.13 **Gestaltungsbeispiele:** DIN A4 mit erweitertem Horizont

78

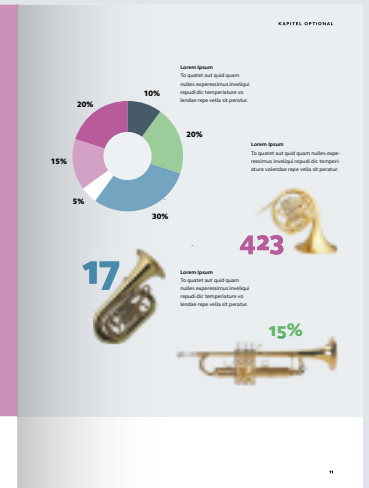


Bei der optional nach oben erweiterten Horizontlinie ist diese auch bei der Innenseitengestaltung als optische Orientierungslinie gestalterisch durchzusetzen.

06.13 Gestaltungsbeispiele: DIN A4



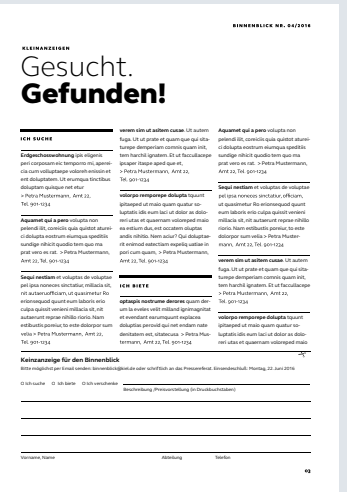
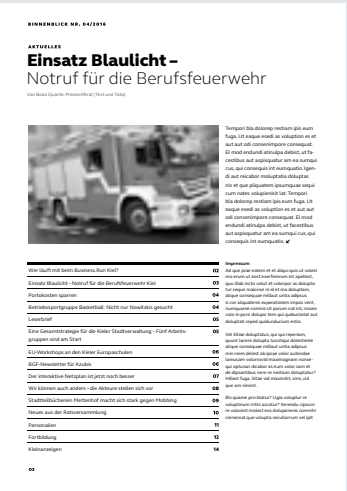
Sollte eine Leserführung durch farbige Unterscheidung von verschiedenen Bereichen notwendig sein, kann man dazu passende Sekundärfarben einsetzen. Darüber hinaus darf KielGrau auch in Abstufungen in Broschüren eingesetzt werden.



06.13 Gestaltungsbeispiele: DIN A4



06.13 **Gestaltungsbeispiele:** DIN A4 – Binnenblick

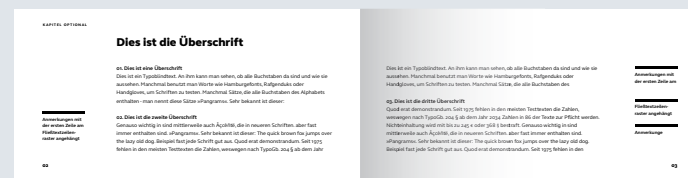


06.13 Gestaltungsbeispiele: Doppelseiten

Werden die Seiten als Doppelseiten verwendet, spiegelt sich die Spaltenbelegung am Bundsteg.

Kapitelüberschriften und Seitenzahlen stehen bei jeder Version des Satzspiegels immer ganz außen.

Alle Angaben sind darüber hinaus Teil der Templates, die für jedes Format existieren.

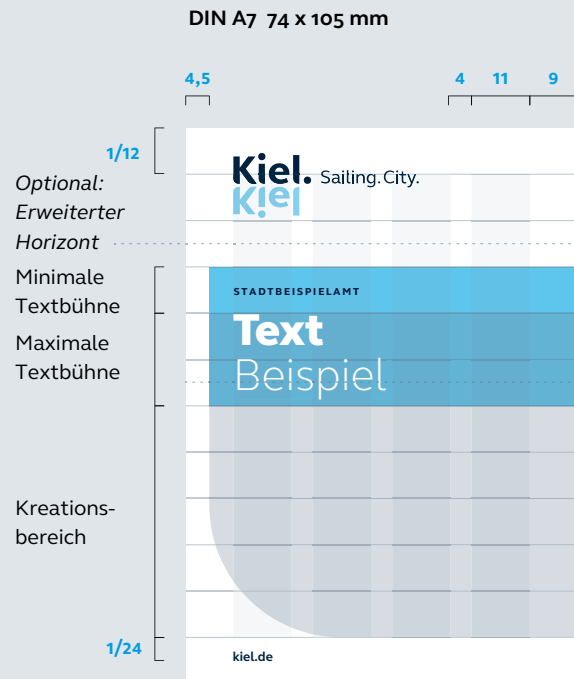


Medien

07

07.2 DIN A7

85



Logogröße

70 %, 35 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
7 pt, Laufweite 100

Headline

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 24 pt, Zeilenabstand
1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
7 pt

Eckenradius

25 mm

The example card features the 'Kiel. Sailing. City.' logo at the top. Below it, the title 'Ihr Termin' is followed by a form for 'am' and 'um'. A section for 'In Zimmer Nr.' is also present. A list of items to bring to the appointment is provided, including 'Personalausweis oder Pass', 'Erklärung des/der Erziehungsberechtigten', 'Dolmetscher/in', 'Kostenübernahme', '25,00 Euro', and '30,00 Euro'. The card also includes the text 'EC-Zahlung gewünscht!' and the website 'kiel.de' at the bottom.

This example card is similar to the first one but has a white background with blue text. It includes the 'Kiel. Sailing. City.' logo, the title 'Ihr Termin', and a form for 'am' and 'um'. It also features a list of items to bring to the appointment, the text 'EC-Zahlung gewünscht!', and the website 'kiel.de' at the bottom.

Optional: Erweiterter Horizont

07.3 DIN A6

86

DIN A6 105 x 148 mm

The diagram shows a DIN A6 layout with various dimensions and zones. At the top, there are dimensions 9,5, 4, 11, and 9,5. On the left, there are dimensions 1/12 and 1/24. The layout is divided into several zones: 'Optional: Erweiterter Horizont' (top), 'Minimale Textbühne' (middle), 'Maximale Textbühne' (bottom), and 'Kreationsbereich' (bottom right). The layout includes a logo 'Kiel. Sailing.City.' at the top left, a headline 'Text Beispiel' in the center, and a footer 'kiel.de' at the bottom left. A small number '3' is also present at the bottom right.

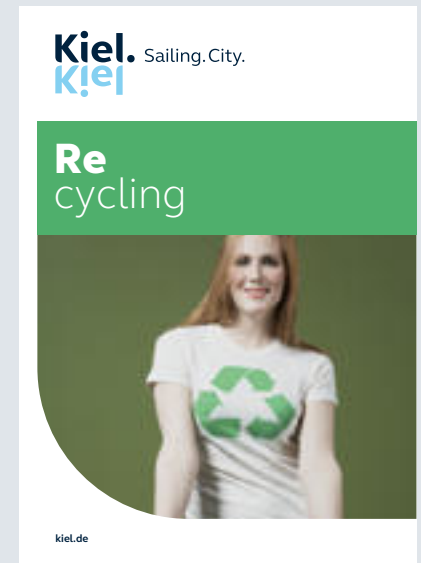
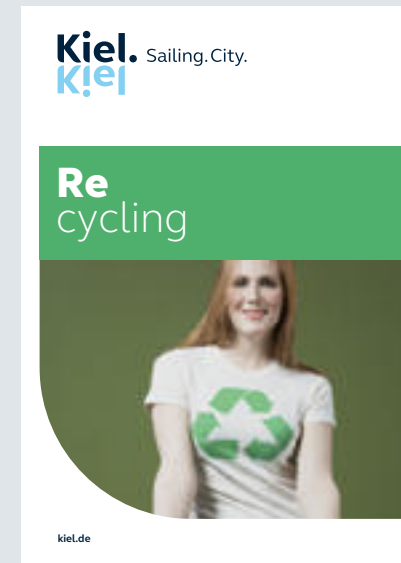
Logogröße
100 %, 50 mm

Beispielamt
FS Elliot Bold Caps,
8 pt, Laufweite 100

Headline
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 40 pt, Zeilenabstand
1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold,
8 pt

Eckenradius
40 mm

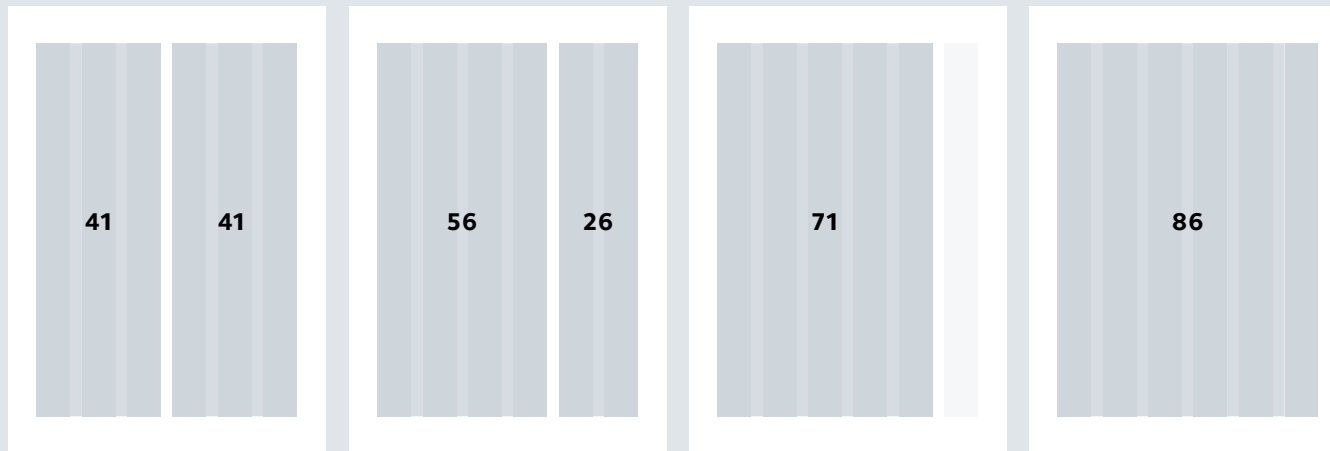


Optional: Erweiterter Horizont

07.3 **DIN A6** Spaltenverteilung

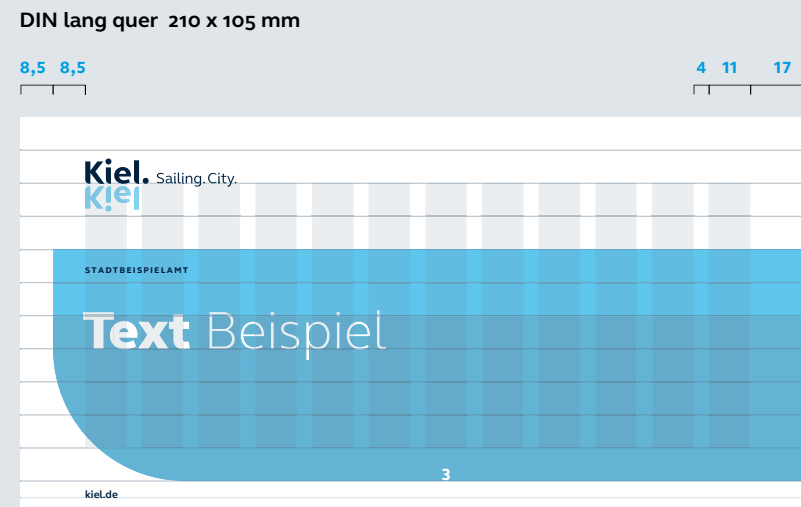
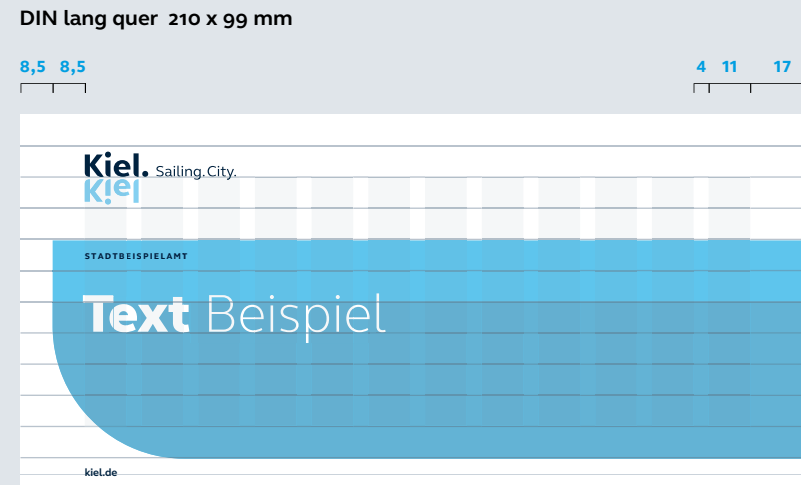
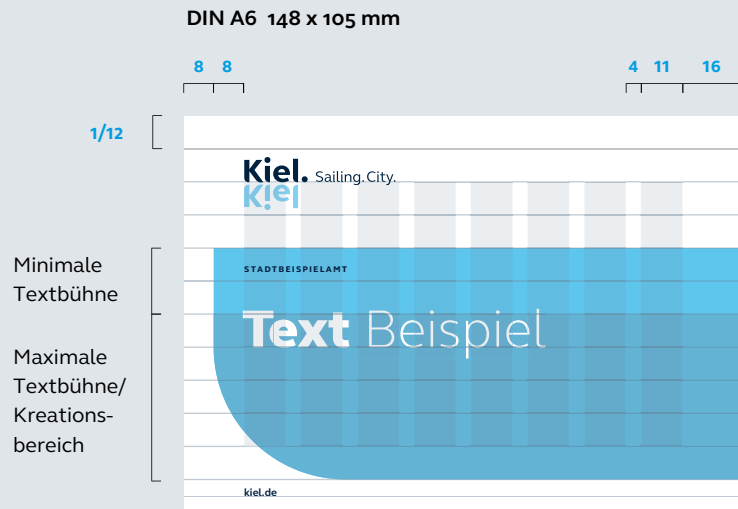
87

DIN A6 105 x 148 mm



07.4 DIN A6/DIN lang quer

88



Logogröße

80 %, 40 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
8 pt, Laufweite 100

Headline

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 40 pt, Zeilen-
abstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
8 pt

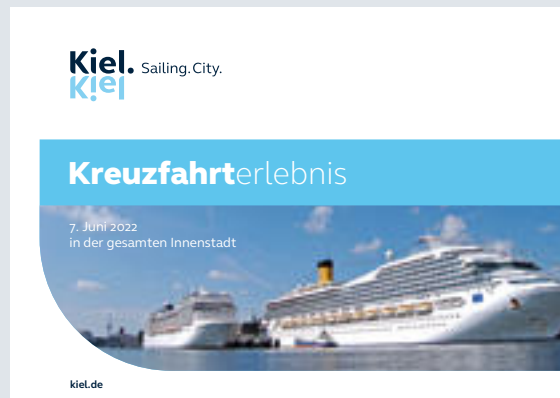
Eckenradius

35 mm

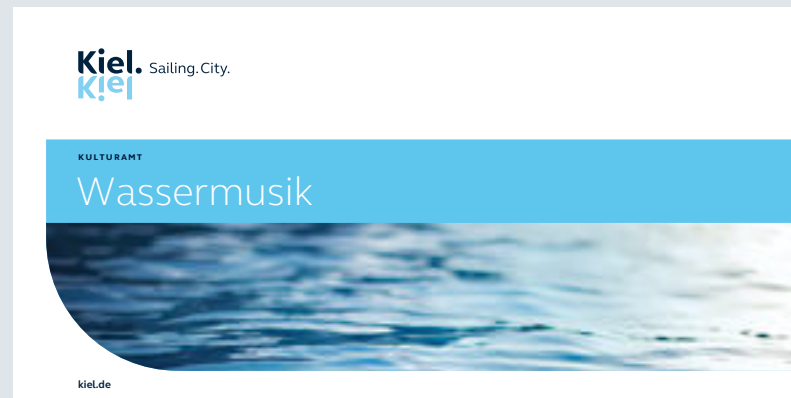
07.4 DIN A6/DIN lang quer Beispiele

89

DIN A6 148 x 105 mm



DIN lang quer 210 x 105 mm

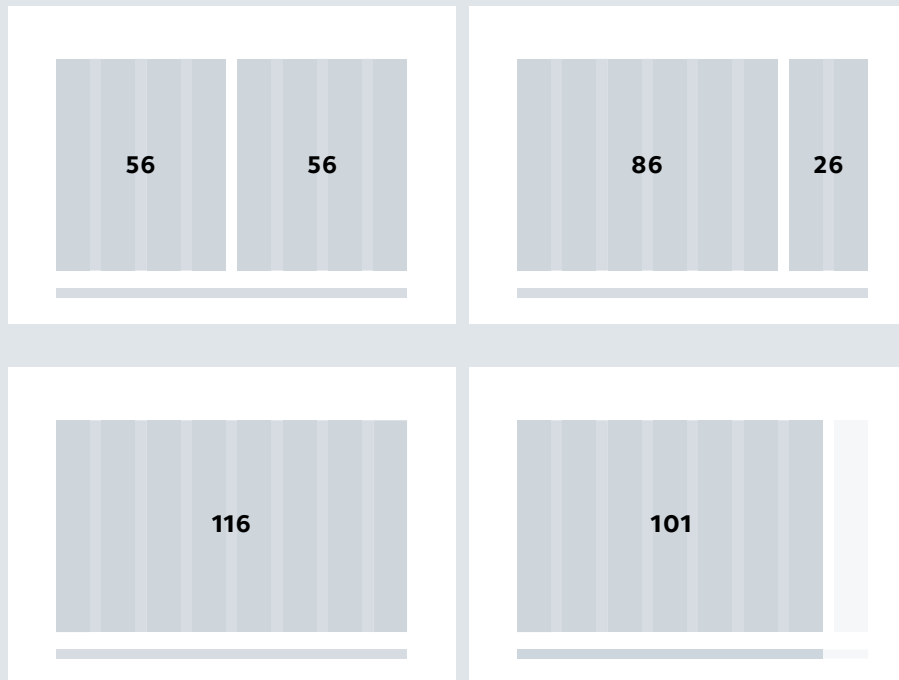


DIN lang quer 210 x 99 mm

07.4 DIN A6 quer Spaltenverteilung

90

DIN A6 quer 148 x 105 mm

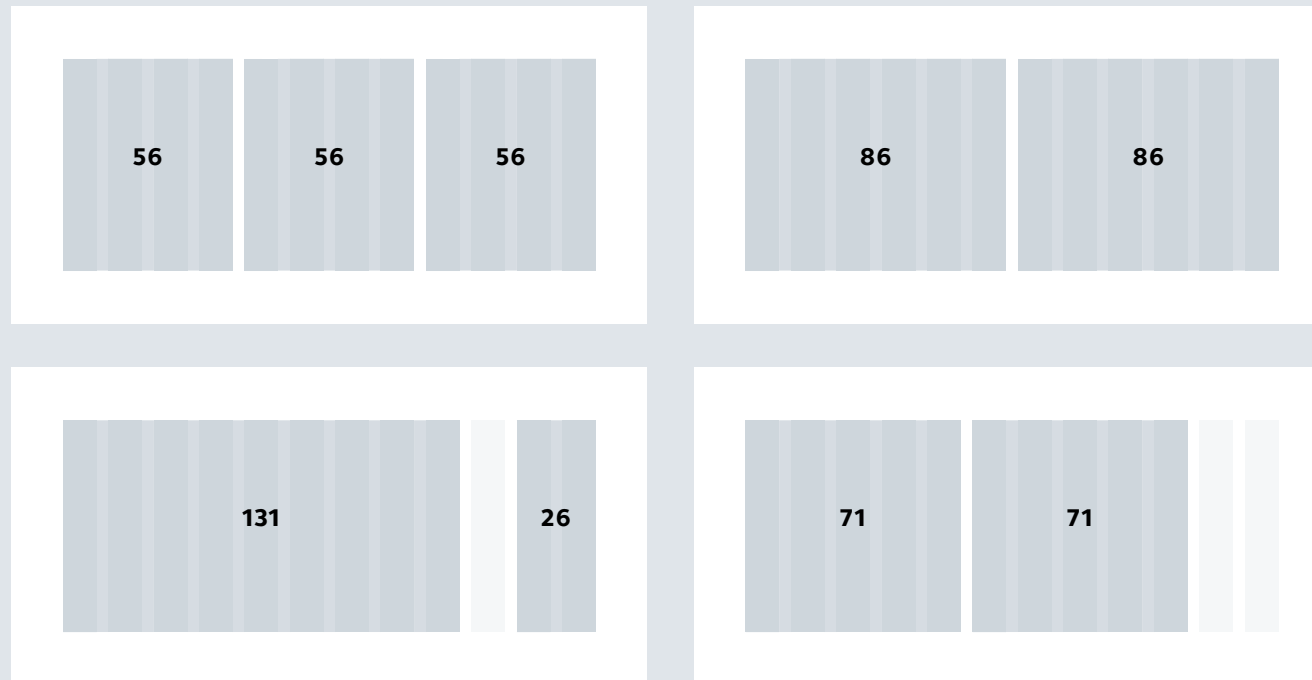


07.4 DIN lang quer Spaltenverteilung

91

DIN lang quer 210 x 99 mm

DIN lang quer 210 x 105 mm



07.5 DIN lang hoch/DIN A5

92

DIN lang hoch 99 x 210 mm

9,25 3,5 10,5 9,25

DIN lang hoch 105 x 210 mm

9,5 4 11 9,5

DIN A5 148 x 210 mm

16 4 11 16

Optional:
Erweiterter Horizont

Minimale Textbühne

Maximale Textbühne

Kreationsbereich

Logogröße
100 %, 50 mm

Beispielamt
FS Elliot Bold Caps, 8 pt, Laufweite 100

Headline
FS Elliot Heavy/Light, maximal 40 pt, Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold, 8 pt

Eckenradius
50 mm

07.5 lang hoch/DIN A5 Beispiele

93

DIN lang hoch 105 x 210 mm



Optional: Erweiterter Horizont
am Beispiel 99 x 210 mm



DIN A5 148 x 210 mm



07.5 **DIN lang hoch** Spaltenbelegung

DIN lang hoch 99 x 210 mm

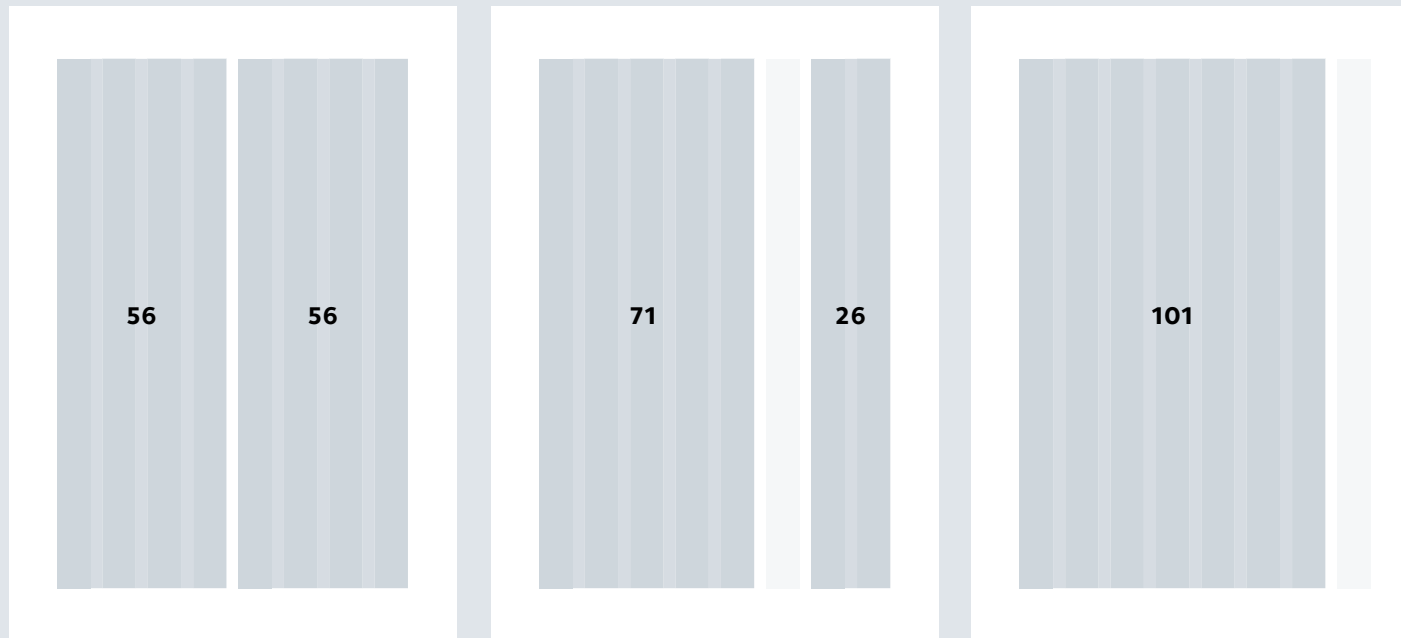
DIN lang hoch 105 x 210 mm



07.5 **DIN A5** Spaltenbelegung

95

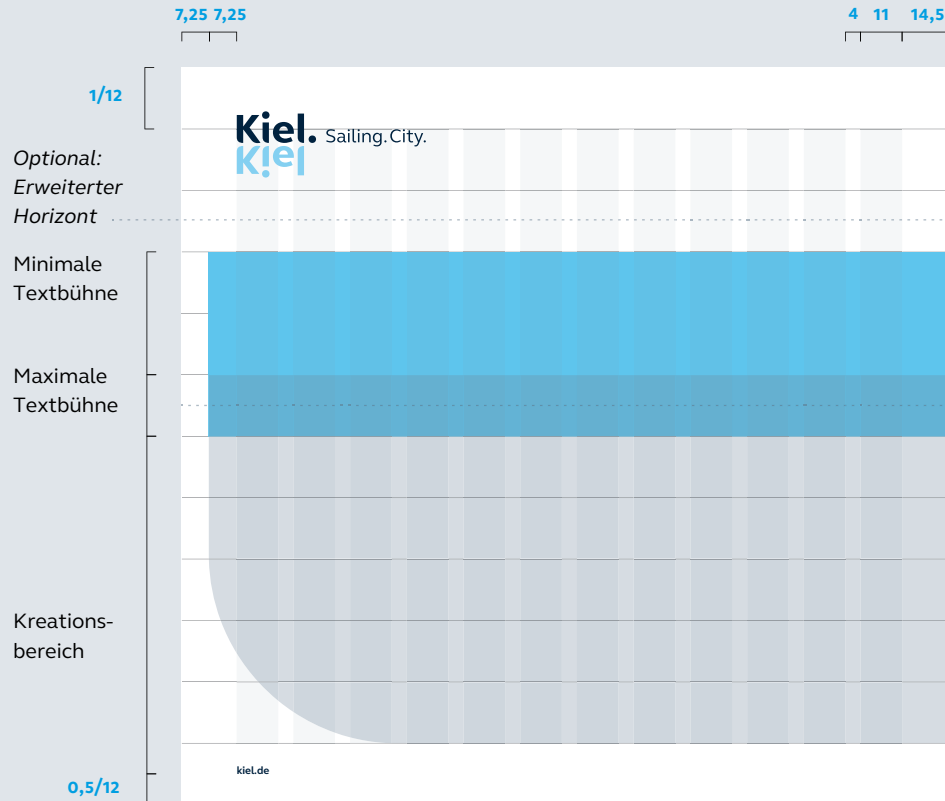
DIN A5 148 x 210 mm



07.6 Broschüre Euroformat

96

Euroformat 205 x 195 mm



Logogröße
100 %, 50 mm

Beispielamt
FS Elliot Bold Caps,
8 pt, Laufweite 100

Headline
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 70 pt, Zeilenabstand
1,0-1,2-fach

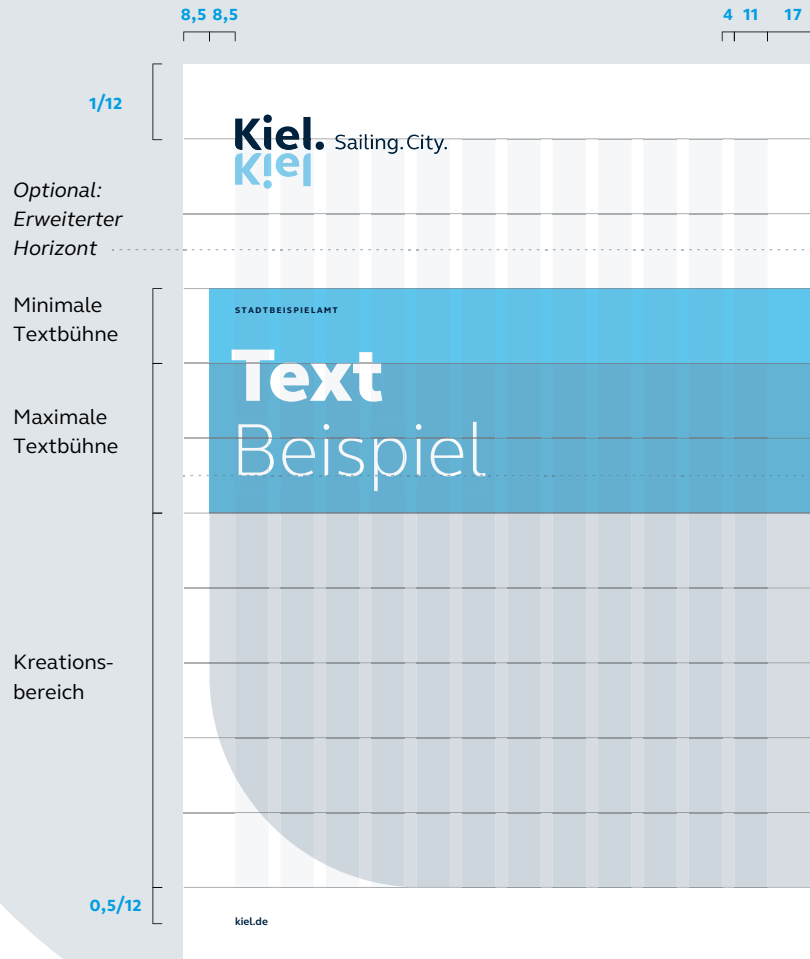
kiel.de
FS Elliot Bold,
8 pt

Eckenradius
50 mm

07.6 Plakat/Broschüre DIN A4

97

DIN A4 210 x 297 mm



DIN A4 II 210 x 297 mm



Logogröße
140 %, 70 mm

Beispielamt
FS Elliot Bold Caps,
10 pt, Laufweite 100

Headline
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 70 pt, Zeilenabstand
1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold,
10 pt

Eckenradius
70 mm

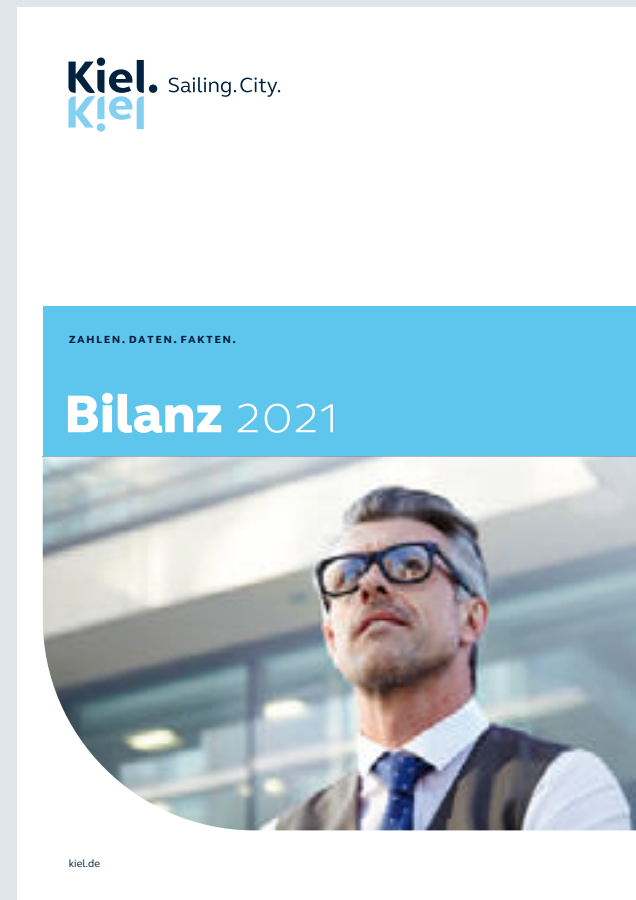
07.6 Plakat/Broschüre DIN A4 Beispiele

98

DIN A4 210 x 297 mm



DIN A4 II 210 x 297 mm



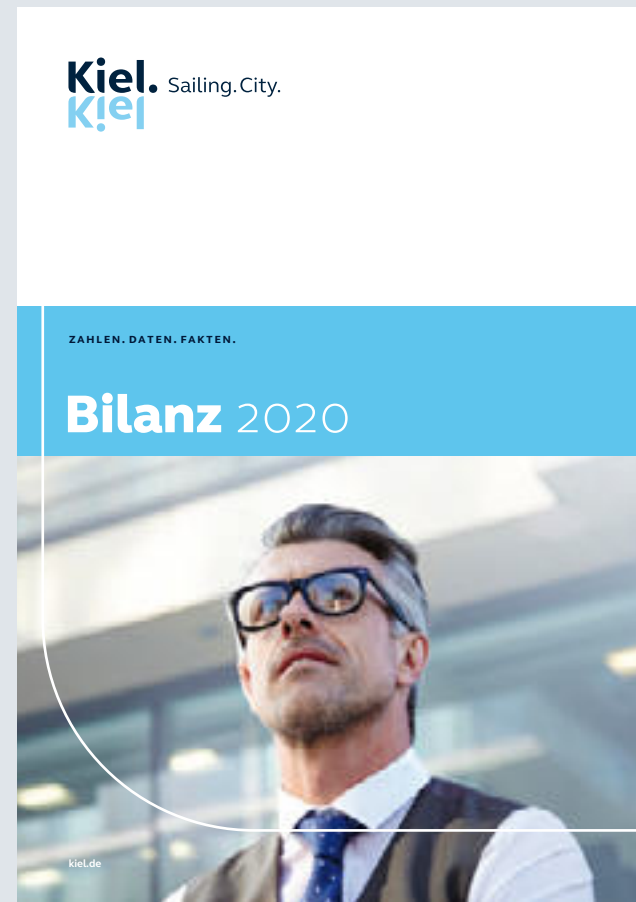
07.6 Plakat/Broschüre DIN A4 Beispiele linearer Kurvenverlauf

99

DIN A4 210 x 297 mm



DIN A4 II 210 x 297 mm



07.6 Broschüre DIN A4 Spaltenbelegung

100

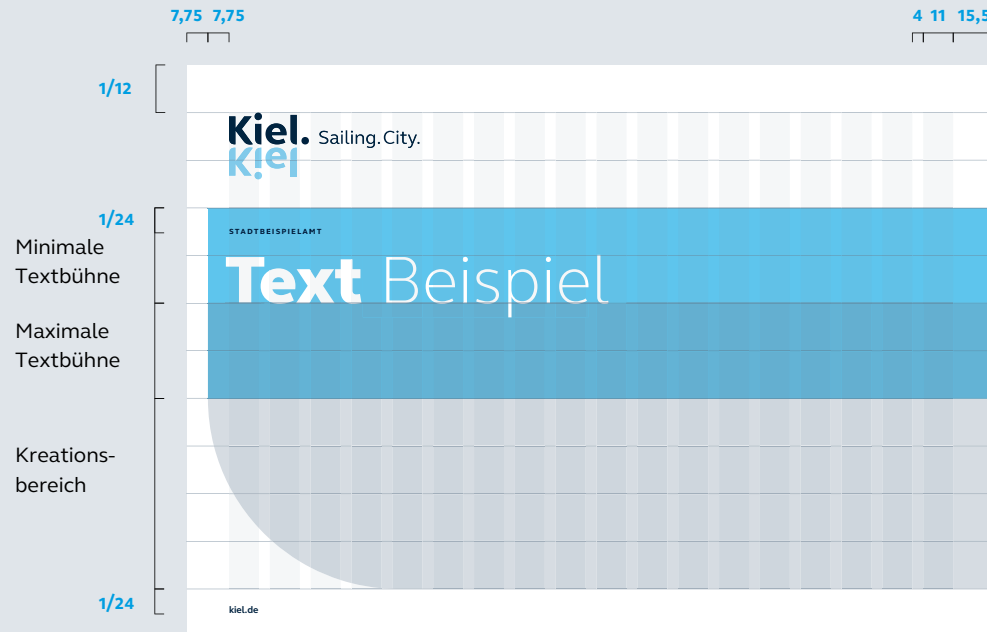
DIN A4 210 x 297 mm



07.7 Plakat/Broschüre DIN A4 quer

101

DIN A4 quer 297 x 210 mm



DIN A4 quer Broschüre 297 x 210 mm

**Logogröße**

140 %, 70 mm

BeispielamtFS Elliot Bold Caps,
10 pt, Laufweite 100**Headline**FS Elliot Heavy/Light,
maximal 70 pt, Zeilenabstand
1,0–1,2-fach**kiel.de**FS Elliot Bold,
10 pt**Eckenradius**

70 mm

07.7 Plakat/Broschüre DIN A4 quer Beispiele

102

DIN A4 quer 297 x 210 mm



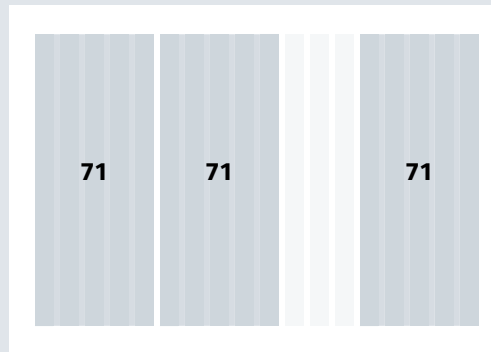
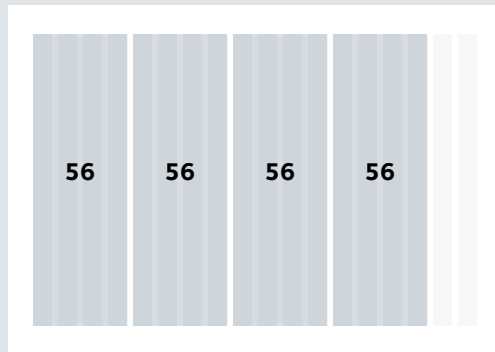
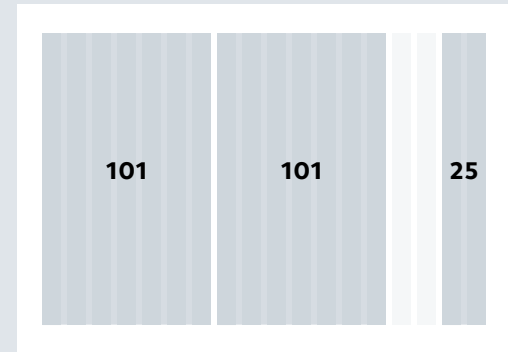
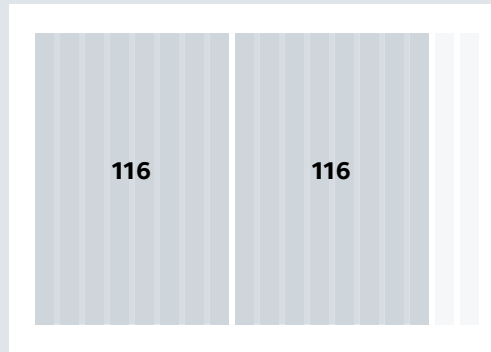
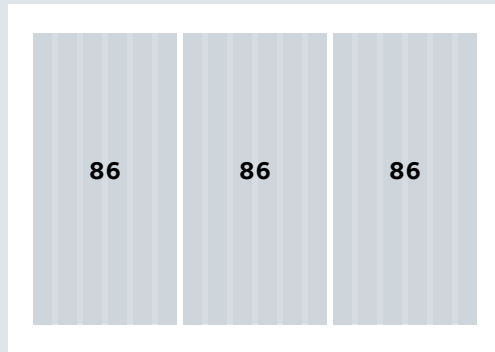
DIN A4 quer Broschüre 297 x 210 mm



07.7 Plakat/Broschüre DIN A4 quer Spaltenbelegung

103

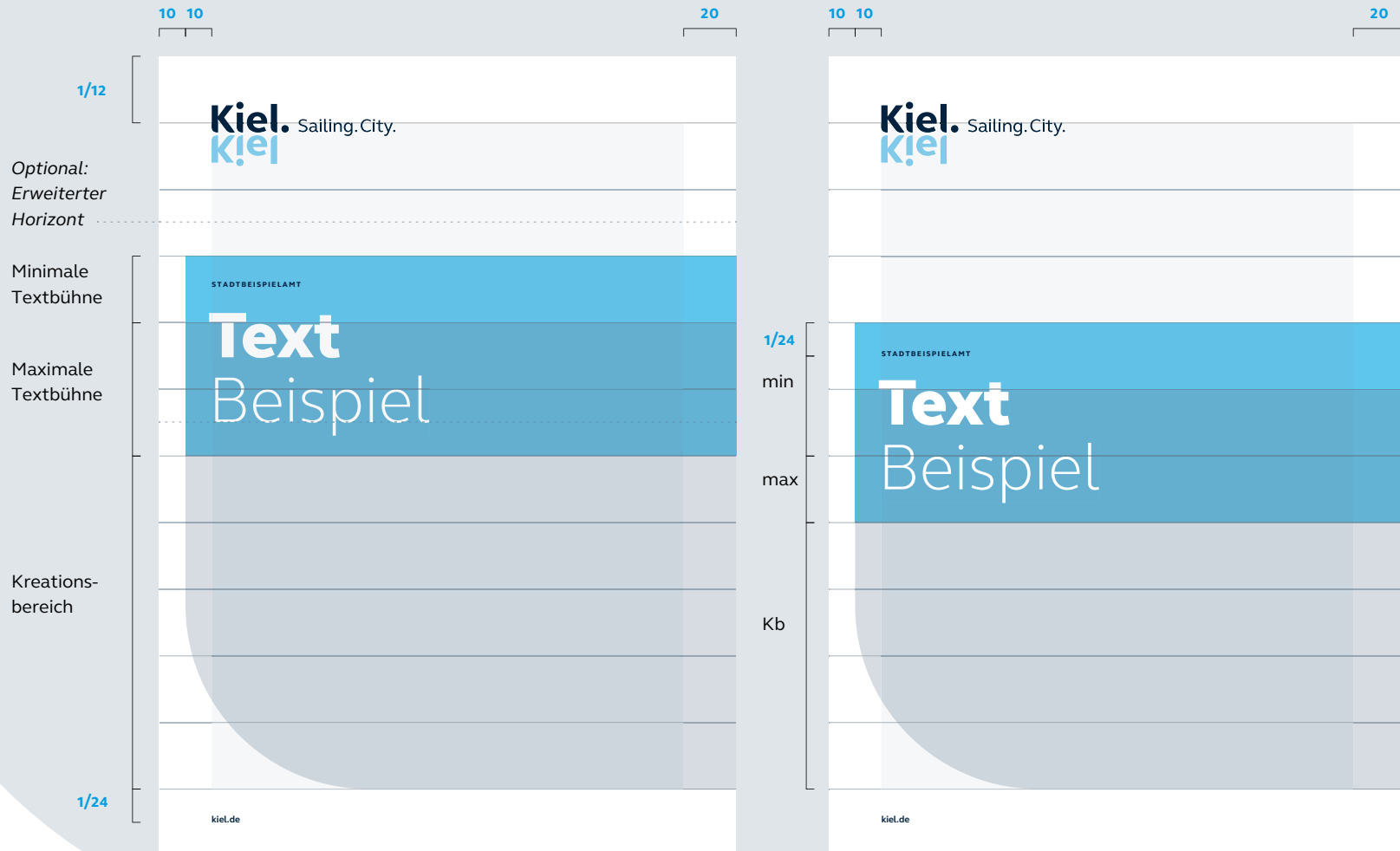
DIN A4 quer 297 x 210 mm



07.8 Mappe

104

Mappe 220 x 305 mm



Logogröße

140 %, 70 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
10 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 70 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

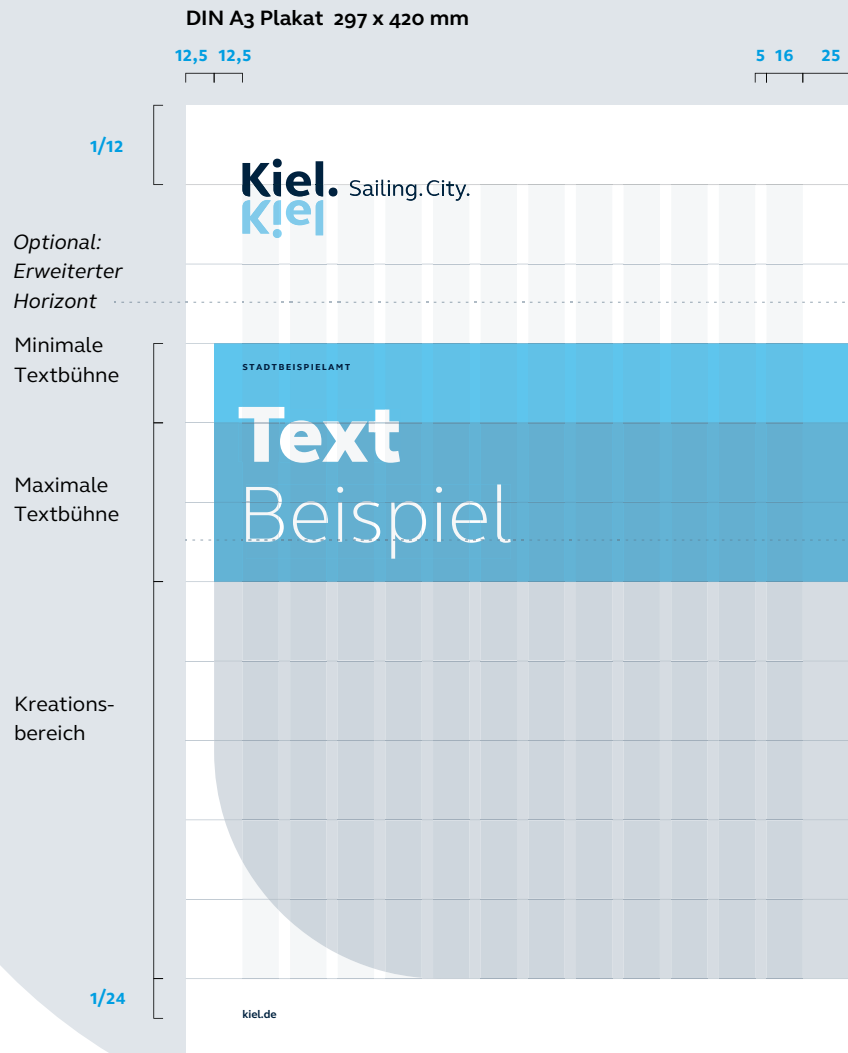
FS Elliot Bold,
10 pt

Eckenradius

70 mm

07.9 Plakate A3–Ao

105



Die Formate A3 bis Ao werden ganz einfach durch Skalierung erzeugt. Damit trotzdem mit geraden Maßen operiert werden kann, sind alle Schrift- und Logogrößen und die Radien extra definiert.

Auf allen Großformaten kann die Internet-Domain bis zu 200% der im Layout/Template angegebenen Größe einnehmen.

DIN A3 297 x 420 mm

Logogröße

200 %, 100 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
14 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 100 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
14 pt

Eckenradius

100 mm

DIN A1 594 x 840 mm

Vergrößerungsfaktor: 200 %

Logogröße

400 %, 200 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
28 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 200 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
28 pt

Eckenradius

200 mm

DIN A2 420 x 594 mm

Vergrößerungsfaktor: 141,4 %

Logogröße

280 %, 140 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
20 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 140 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
20 pt

Eckenradius

140 mm

DIN Ao 840 x 1188 mm

Vergrößerungsfaktor: 282,8 %

Logogröße

560 %, 280 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
40 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 280 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
40 pt

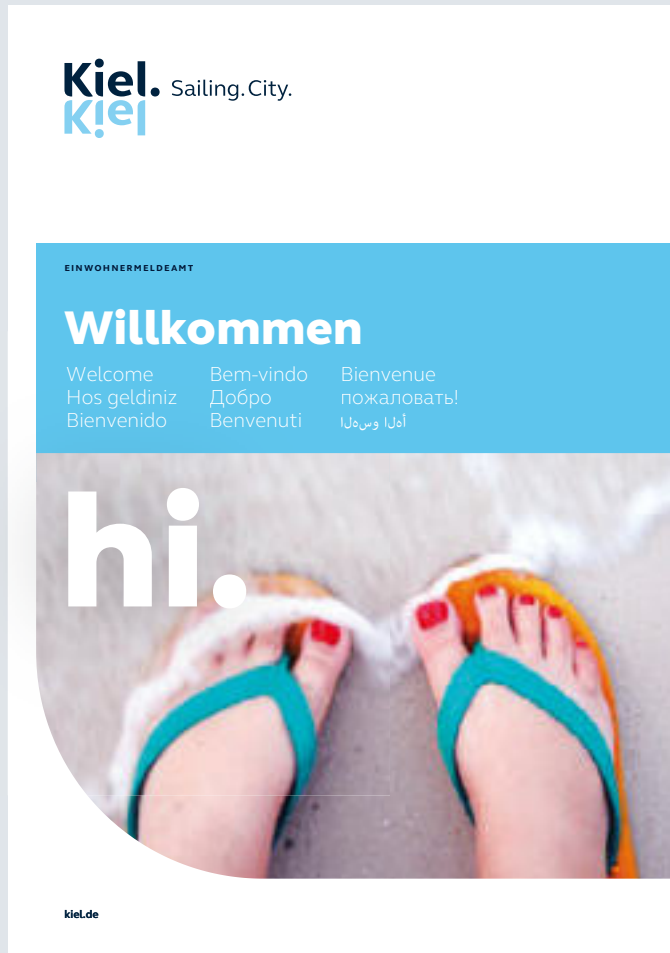
Eckenradius

280 mm

07.9 Plakate A3-Ao Beispiele

106

DIN A3 Plakat 297 x 420 mm



DIN A3 Plakat 297 x 420 mm
mit erweitertem Horizont



07.10 Plakate A3–Ao quer

107



Die Formate A3 bis Ao werden ganz einfach durch Skalierung erzeugt. Damit trotzdem mit geraden Maßen operiert werden kann, sind alle Schrift- und Logogrößen und die Radien extra definiert.

DIN A3 420 x 297 mm

Logogröße

200 %, 100 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
14 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 100 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
14 pt

Eckenradius

100 mm

DIN A1 840 x 594 mm

Vergrößerungsfaktor: 200 %

Logogröße

400 %, 200 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
28 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 200 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
28 pt

Eckenradius

200 mm

DIN A2 594 x 420 mm

Vergrößerungsfaktor: 141,4 %

Logogröße

280 %, 140 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
20 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 140 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
20 pt

Eckenradius

140 mm

DIN Ao 1188 x 840 mm

Vergrößerungsfaktor: 282,8 %

Logogröße

560 %, 280 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
40 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 280 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
40 pt

Eckenradius

280 mm

07.10 Plakate A3-Ao Beispiel

108



07.11 Citylight-Plakat

109

Citylight 1185 x 1750 mm

59 59 20 61 118

1/12

Optional:
Erweiterter
Horizont

Minimale
Textbühne

Maximale
Textbühne

Kreations-
bereich

1/24

Kiel. Sailing.City.
kiel

STADTBEISPIELAMT

Text
Beispiel

Logogröße
800 %, 400 mm

Beispielamt
FS Elliot Bold Caps,
56 pt, Laufweite 100

Überschrift
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 400 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold,
56 pt

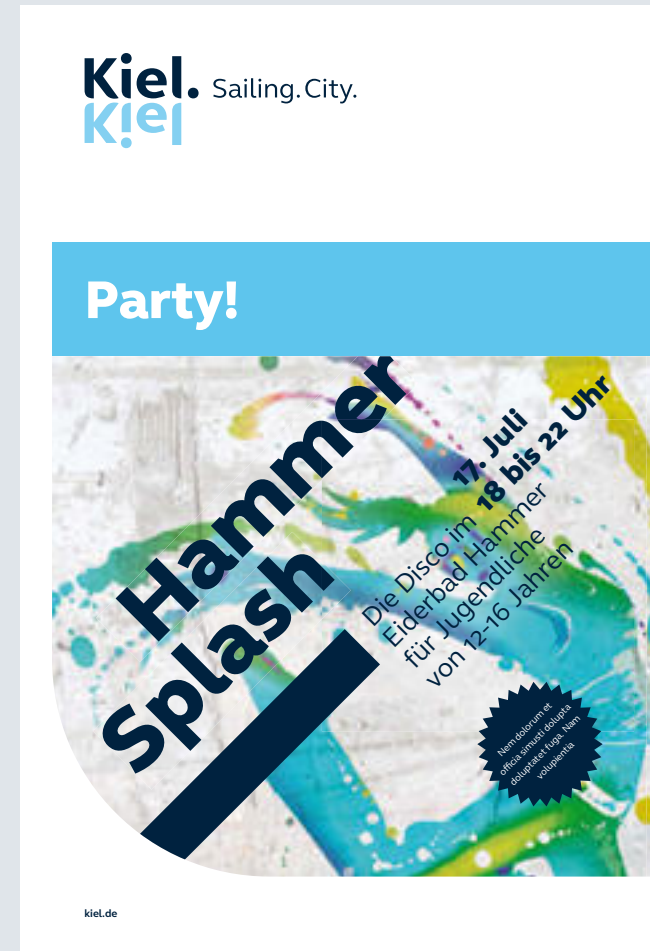
Eckenradius
400 mm

kiel.de

07.11 Citylight-Plakat Beispiel

110

Citylight 1185 x 1750 mm
mit erweitertem Horizont



07.11 Citylight-Plakat Beispiel

111



07.12 Roll-up

112



Logogröße

800 %, 400 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
56 pt, Laufweite 100

Headline

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 400 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
56 pt

Eckenradius

400 mm

07.12 **Roll-up** Beispiel

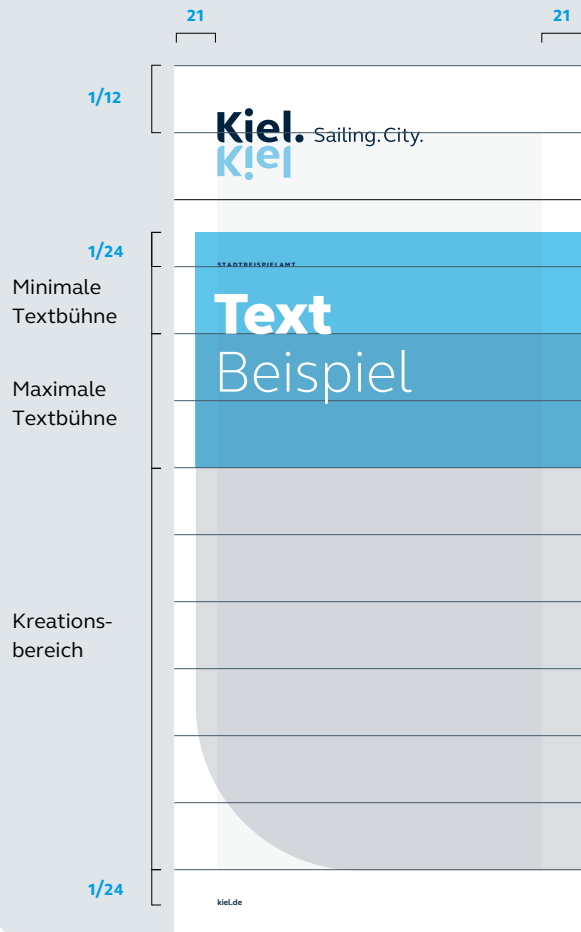
113

Roll-up 1000 x 2000 mm



07.13 Ganzsäulen

Ganzsäule 6/1: 198 x 420 mm (Anlageformat)



Logogröße
800 %, 400 mm

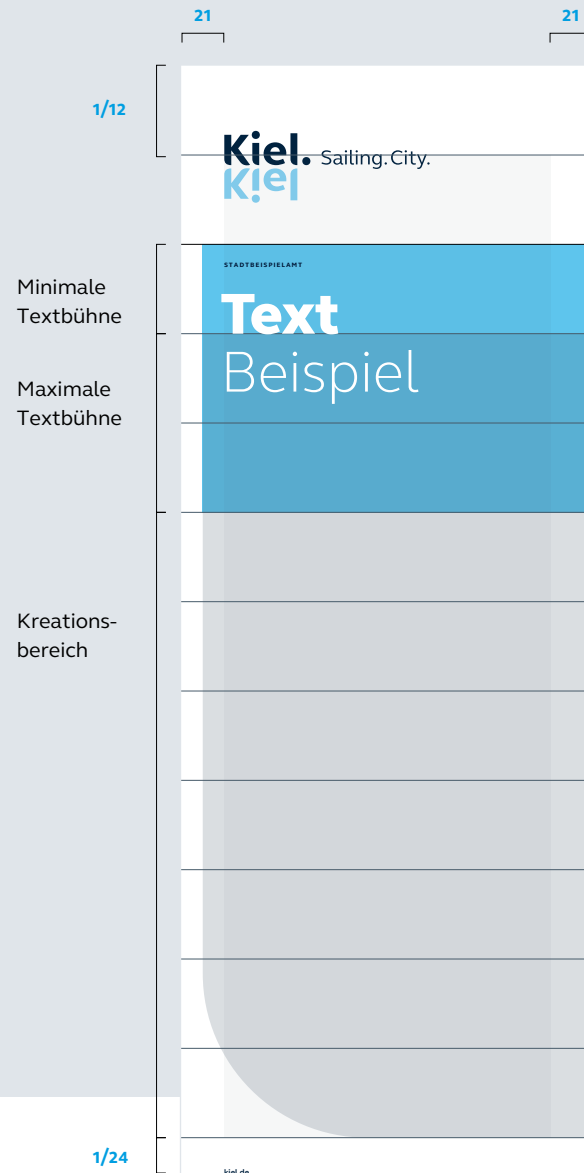
Beispielamt
FS Elliot Bold Caps,
56 pt, Laufweite 100

Headline
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 400 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold,
56 pt

Eckenradius
400 mm

Ganzsäule 8/1: 198 x 560 mm (Anlageformat)



Logogröße
800 %, 400 mm

Beispielamt
FS Elliot Bold Caps,
56 pt, Laufweite 100

Headline
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 400 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold,
56 pt

Eckenradius
400 mm

07.14 18/1-Plakat

115



Logogröße

2000 %, 1000 mm

Beispielamt

FS Elliot Bold Caps,
150 pt, Laufweite 100

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 1000 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
150 pt

Eckenradius

800 mm

07.14 **18/1-Plakat** Beispiel

116



07.15 Anzeigen 1/4 Seite

117

Die Anzeigen wurden aus der DIN-A6-Broschüregestaltung entwickelt. Die Flächenaufteilung wird relational auf die speziellen Maße vergrößert oder verkleinert. Dabei bleiben Logo, maximale Überschriftengröße und Eckenradius in ihren Maßen konstant.

93 x 118 mm



90 x 120 mm



91 x 128 mm



92 x 130 mm



104 x 135 mm



Logogröße
80 %, 40 mm

Überschrift
FS Elliot Heavy/Light,
maximal 40 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de
FS Elliot Bold,
8 pt

Eckenradius
40 mm

07.15 Anzeigen 1/8 Seite

118

Die Anzeigen wurden aus der DIN-A6-quer-Broschürendgestaltung entwickelt. Die Flächenaufteilung wird relational auf die speziellen Maße vergrößert oder verkleinert. Dabei bleiben Logo, maximale Überschriftengröße und Eckenradius in ihren Maßen konstant.

90 x 60 mm



Logogröße

60 %, 30 mm

Überschrift

FS Elliot Heavy/Light,
maximal 20 pt,
Zeilenabstand 1,0–1,2-fach

kiel.de

FS Elliot Bold,
7 pt

Eckenradius

20 mm

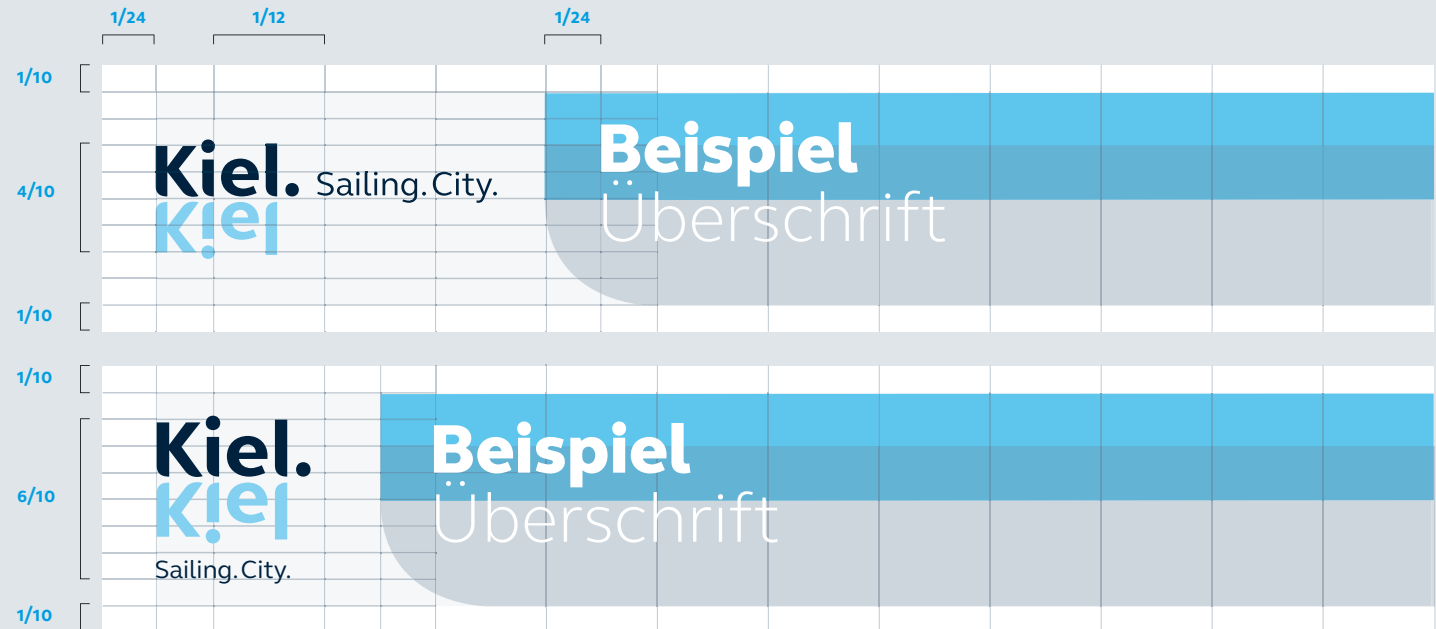
91 x 62 mm



07.16 Banner mit deutlichem Querformat

119

Für den Aufbau eines deutlichen Querformats wird die Zwölftelung senkrecht angesetzt und dient im Zusammenspiel mit einer waagerechten Zehntelung als relatives Gestaltungsraster, an dem sich alle Elemente orientieren.



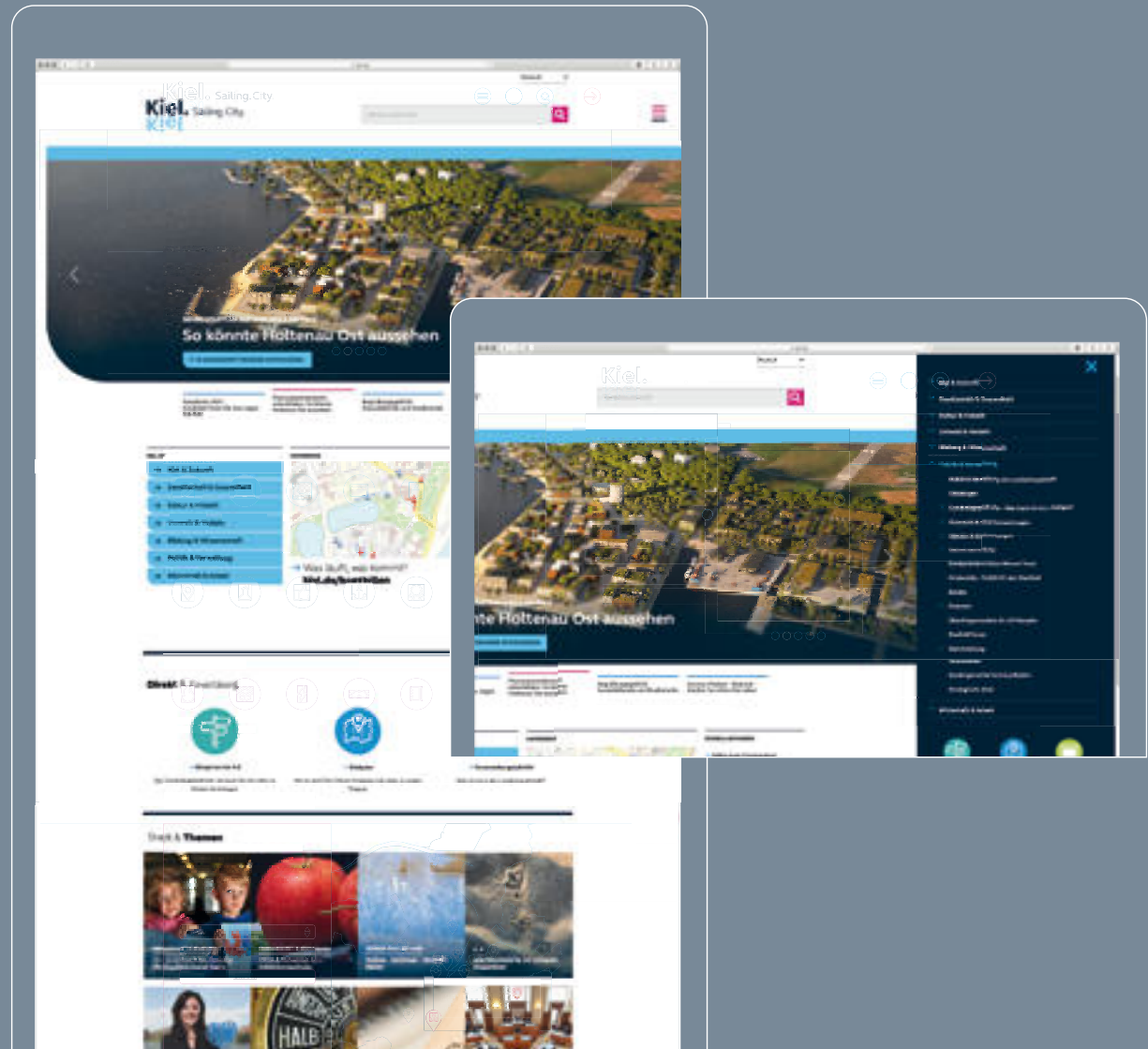
07.17 Internet

120

Passend zum Corporate Design der Stadt ist auch die Internetseite aufgebaut. Sie ist responsiv und auf allen geeigneten Geräten gut lesbar.

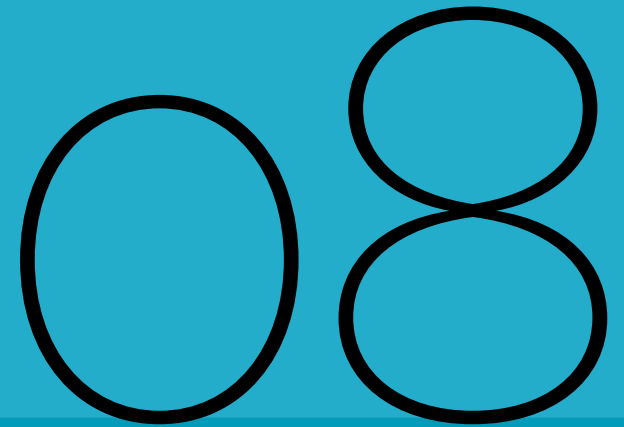
Zusätzlich zur klassischen Menüführung optimieren sinnvolle Direkt-einstiege die Übersichtlichkeit und die Usability der Seite.

Auf den Webseiten der Landeshauptstadt wird FS Elliot Pro eingesetzt. Für alle weiteren digitalen Dienste der Landeshauptstadt wird die frei verfügbare Raleway eingesetzt. Mehr Informationen dazu im Kapitel Typographie.





Beschilderung Flaggen

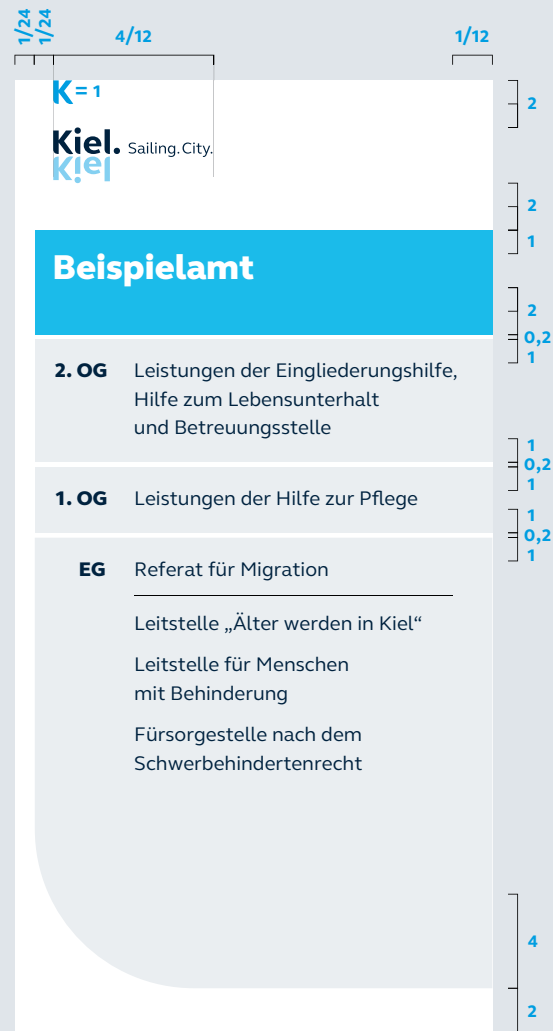


08.1 Gebäudebeschilderung

Die Beschilderung folgt der gleichen Layout-Systematik wie alle Medien.

Alle wichtigen vertikalen Layoutlinien ergeben sich aus der Teilung in 12 Zwölftel. Alle horizontalen Einheiten ergeben sich aus der Höhe des „K“ der Dachmarke. So sind auch Schildgrößen über die Normschilder der Stadt (400 x 400/800/1200 mm) hinaus zu bestücken. Die typografischen Parameter sind dann entsprechend anzupassen.

Innenschild



Außenschild



Größen für Normschilder mit Breite 400 mm

Logobreiten und Eckenradius

4/12

Überschrift

FS Elliot Heavy,
84 pt, Laufweite 1,2-fach

Geschosse

FS Elliot Heavy/Regular
48 pt auf 68 pt
Absatz klein: auf 98 pt
Absatz mit Linie: auf 128 pt

08.2 Stadtbegrüßungsschilder

124

Die Stadtbegrüßungsschilder sind 1000 x 3000 mm groß und entsprechen im Grundaufbau den allgemeinen Medien. Eine Produktionsdatei liegt im Pressereferat vor.



08.3 Bauschilder

125

- Logobreite:**
700 mm
- Eckenradius**
500 mm
- Schrift Bauvorhaben**
FS Elliot Heavy,
280 pt, Zeilenabstand 1,2-fach
- Schrift Tiefbauamt**
FS Elliot Bold
180 pt auf 240 pt
- Schrift Internetadresse**
FS Elliot Bold
120 pt
- Schrift Zuständigkeiten**
FS Elliot Bold /Regular
140 pt auf 200 pt
- Fond**
60% Cyan

Kiel. Sailing. City.
Kiel

**Umbau der Fläche zwischen
Stadtkloster und Dänischer
Straße zum Klosterplatz
bis zum 31.12.2021**

**Ihr Tiefbauamt
baut für Sie.
Vielen Dank für
Ihr Verständnis.
Infos unter:
0431.901.1234-567**

kieL.de

Zuständigkeitsbereich Firma Mustermann und Söhne
Beispielstraße 234, 12345 Irgendwo
Telefon 0431.12345-678

Logo

1/24 1/24 700 mm

1/12

1500 mm

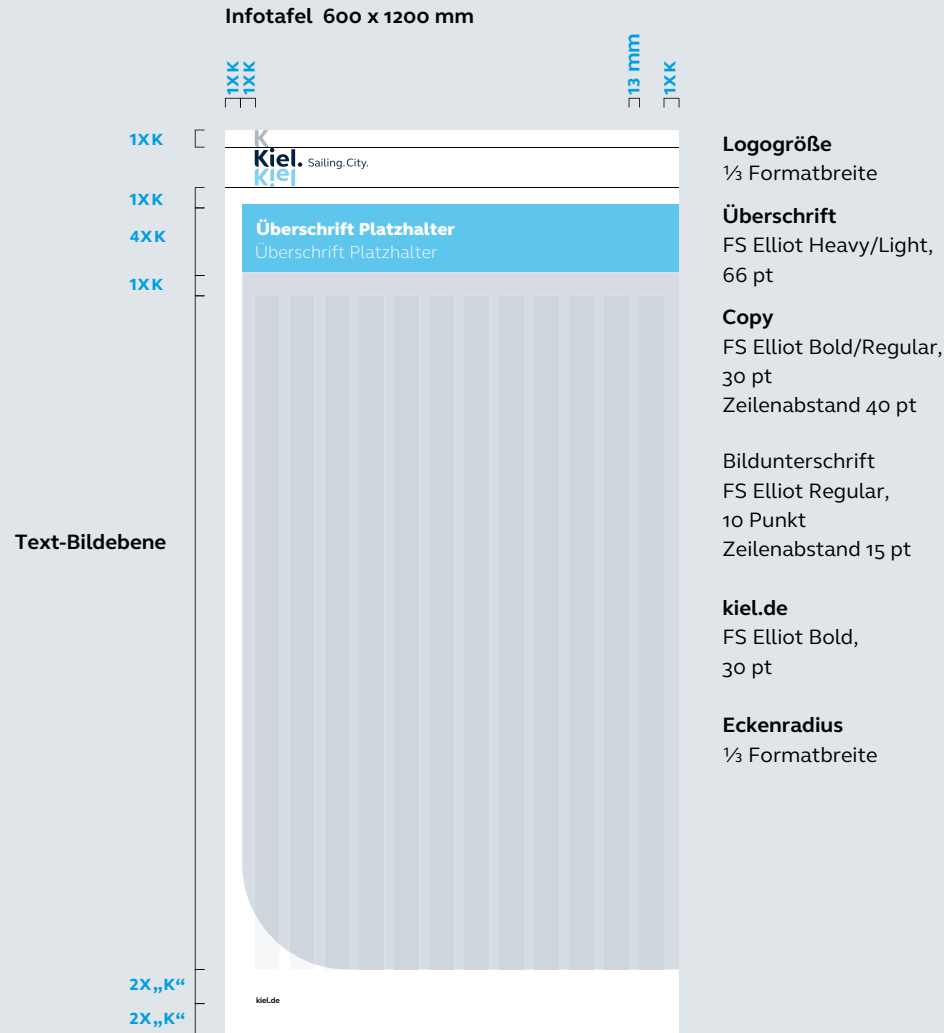
1/24 1/24 300 mm

1/24

3000 mm

08.4 Infotafel 600 x 1200

Die Gestaltung der Infotafeln richtet sich grundsätzlich nach dem Aufbau der allgemeinen Beschilderung. Basis für Höhen und Abstände bildet die Höhe des „K“. Um jedoch mehr Platz für Text und Bilder zu erhalten, wurde der Absenderbereich verkleinert und der Eckenradius der Text-Bildebene verkleinert. Die hier beschriebenen Textgrößen sind für das hier dargestellte Medium optimiert und können bei größeren Formaten entsprechend angepasst werden. Unterschritten werden sollten die Schriftgrößen nicht, um die Lesbarkeit zu garantieren.



08.4 Infotafel 600 x 1200 Beispiel

Kiel. Sailing.City.
Kiel

Marinestützpunkt Überschrift Platzhalter

Seit 1864, als die preußische Marine von Danzig an die Förde verlegt wurde, ist Kiel Marinestützpunkt. Die Erneuerung der Stadt zum Reichskriegshafen 1871 führte zu einer Ansiedlung von Marineneinrichtungen rund um die Förde und zu einem rasanten Ausbau der Werftindustrie, die vorwiegend für die Rüstung arbeitete. Auch in der Wilk, am strategisch wichtigen Nord-Ostsee-Kanal, entstanden Kasernen und andere Militäranlagen sowie auf Initiative des Flottenadmirals Alfred von Tirpitz ein bis heute nach ihm benannter Marinehafen an der nördlichen Kiellinie. Er war Heimathafen von Flotteneinheiten der Kaiserlichen Marine, der Kriegsmarine, der Bundesmarine und heute der Deutschen Marine.

Hier hat auch die „Gorch Fock“ ihren Liegeplatz, eine 1958 gebaute Bark, die der Marine noch heute als Segelschulschiff dient. Offiziers- und Unteroffiziersanwärterinnen und -anwärter erhalten bei den Fahrten in die Häfen aller Welt ihre praktische und theoretische Ausbildung für ihren späteren Dienst bei der Flotte. Unweit des Marinehafens erinnert der Flanderbunker an die Schrecken des Zweiten Weltkrieges. Der dreigeschossige Hochbunker war seinerzeit Flugabwehr- und Notkommando-Zentrale des Kriegsmarinehafens, diente aber auch der Zivilbevölkerung als Zufluchtsort bei Luftangriffen. Er steht seit Anfang 2005 unter Denkmalschutz und wird seit 2001 vom Verein „Mahmal Kilian e. V.“ als Bildungs- und Gedenkstätte genutzt.

Kiel has been a naval base since 1864, when the Prussian fleet moved from Danzig to the Kiel Firth. The city was named as the „Reichskriegshafen“ (Imperial naval harbor) in 1871, which led to naval facilities being set up around the firth and to ultra-rapid development in the expanding industry, which worked mainly on armaments. Barracks and other military buildings also grew up on the Wilk (Kiel district), by the strategic railway (Imperial Kiel Canal), and a naval harbour on the north Kiellinie (promenade), built on the initiative of Admiral of the Fleet Alfred von Tirpitz, and bearing his name.

It was the home port for units of the Kaiserliche Marine, the Kriegsmarine, the Bundesmarine and now the Deutsche Marine (German navy). The „Gorch Fock“ is also based here, a bark built in 1958 and still used as a training ship by the navy. Officers and NCOs receive their practical and theoretical training for later service in the fleet on board during voyages to ports all over the world.

Not far from the naval harbour, the Flandern bunker stands as a reminder of the horrors of the Second World War. This three-storey bunker was once the naval harbour's air defence and emergency command headquarters, but also served the civilian population as a refuge in air raids. It has been listed since 2005, and used as an education and memorial centre by the „Mahmal Kilian e. V.“ association for the promotion of peace and international understanding since 2001.



kiel.de

08.5 Infotafel 600 x 600

Der Aufbau der quadratischen Infotafel basiert auf den Maßen der bereits vorgestellten Gestaltung auf Seite 117. Soll sehr viel Text- und Bildmaterial untergebracht werden, bietet es sich an, zwei kleinere Tafeln zu fertigen.



08.5 Infotafel 600 x 600 Beispiele

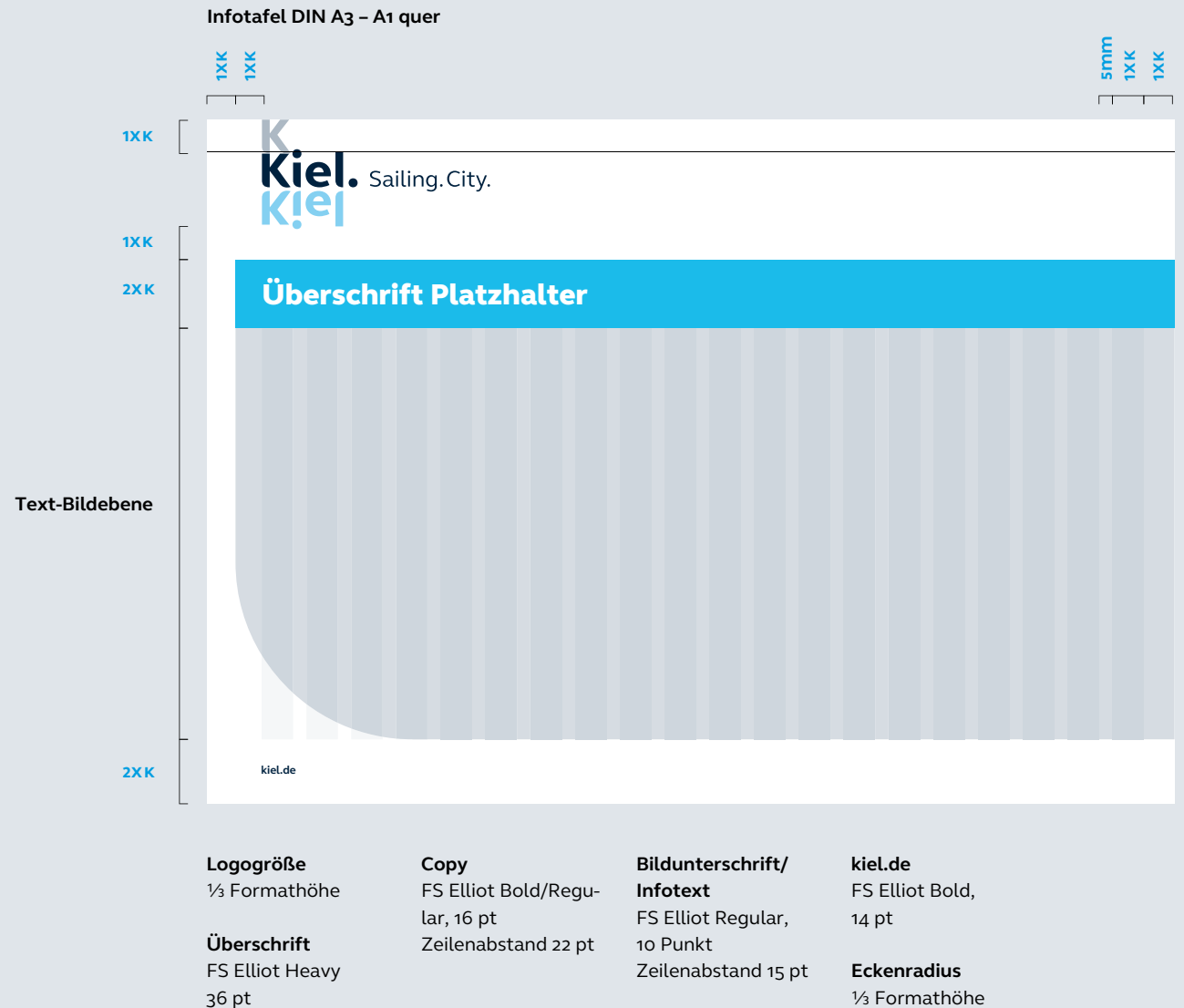
129



08.6 Infotafel DIN A3 – A1 quer

130

Der Aufbau der querformatigen Infotafeln orientiert sich am Aufbau der übrigen Tafeln: In Abgrenzung zum Aufbau von Plakaten werden hier der Absenderbereich oben links und der Eckenradius unten links verkleinert. Die hier angegebenen Schriftgrößen sollten nicht unterschritten werden, können bei DIN A2 und DIN A1 jedoch größer gewählt werden (siehe Schriftgrößen in 08.4 und 08.5).



08.6 Infotafel DIN A3 – A1 quer Beispiel

131



08.7 Fahnen

132

Es gibt drei Farbvarianten für die Gestaltung von Fahnen. Wenn es sich um eine Reihen-Hängung handelt, ist eine Mischung aus allen drei Varianten zu empfehlen.



08.7 Fahnen

Für alle Fahnen wird die symmetrische Logoversion II genutzt.

Für eine optimale Sichtbarkeit des Motivs wird das Logo so lange in den unteren Teil platziert, bis die Mindestabstände zum Rand erreicht sind. Die Schulterhöhe der Typo wird dafür an die Mitte der Fahne positioniert.

Auf breitformatigen Fahnen wird das Logo komplett mittig positioniert.



Sprache und Satz

09

09.1 **Schreibweise der Dachmarke**

135

Im Text wird die geschriebene Dachmarke als untrennbare Einheit behandelt und ebenso gesetzt. Alle drei Worte sind mit Punkten und ohne Wortabstand voneinander getrennt. Am Ende der Marke wird nur ein Punkt gesetzt, wenn es das Satzende kennzeichnet.

Die geschriebene Dachmarke darf auch im Zeilenumbruch nicht getrennt werden.

Kiel. Nach der erfolgreichen Einführung in der letzten Saison gibt es auch in 2021 wieder mehrwöchige Segelangebote in Kiel.Sailing.City. Bei diesen Kursen sind Kinder und Jugendliche über einen Zeitraum von drei Wochen an jeweils zwei Tagen in der Woche im Segelcamp. Neben der Schule können sie auf Jollen und Optis in den Segelsport hineinschnuppern.

An Land wird in der Saison 2021 in Kiel.Sailing.City ebenfalls viel geboten. Beim Beach-Volleyball, auf dem Segelsimulator und an ferngesteuerten Modellsegelbooten können Interessierte mit sicherem Boden unter den Füßen viel Spaß haben. Für alle sportlichen Frühaufsteher bietet der KMTV außerdem über die gesamte Saison hinweg ein Frühtraining mit Förderblick an. Die Gastronomie am Camp 24/7 lädt mit kleinen Snacks und regionalen Leckereien auch Besucher*innen zum Verweilen ein.

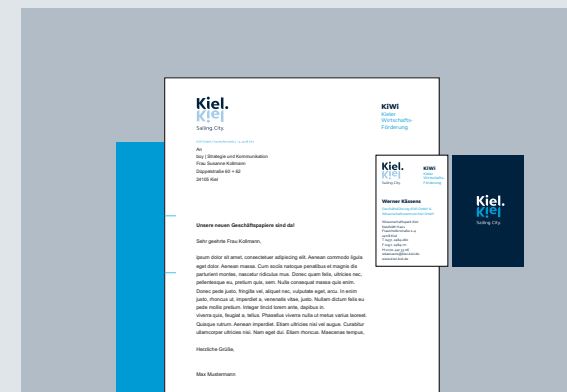
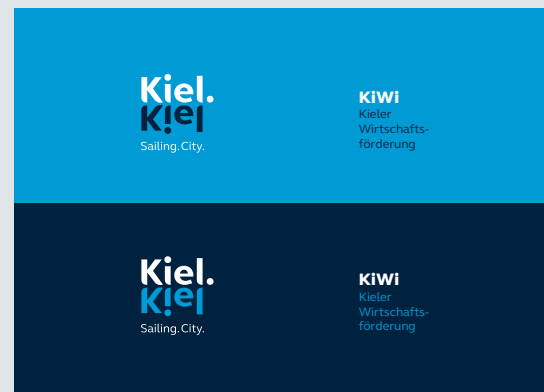
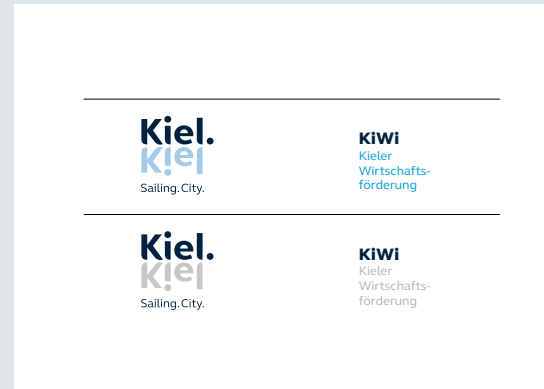
Beteiligungen

10

10.1 KiWi Marke

137

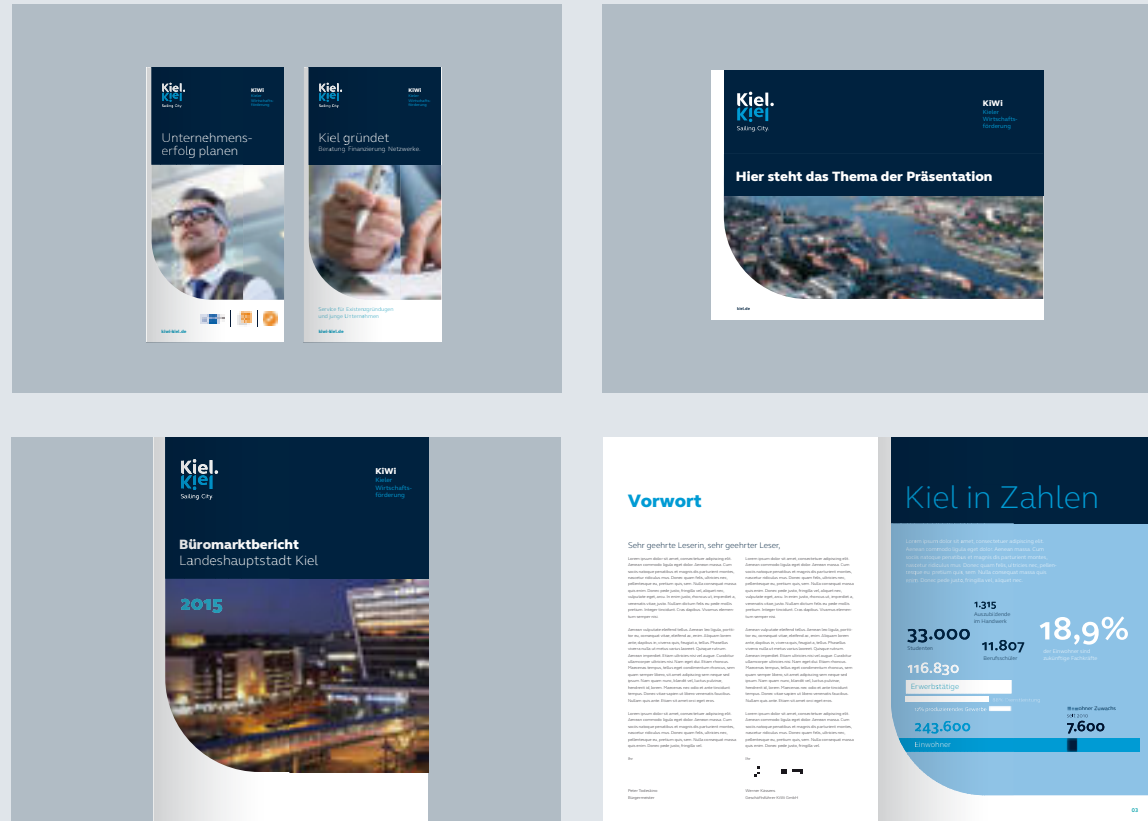
Die 100%-Beteiligungen der Landeshauptstadt Kiel dürfen das Erscheinungsbild in individualisierter Form für ihren eigenen Auftritt nutzen. Dabei muss die Dachmarke in unveränderter Form erscheinen – lediglich die Farbe des gespiegelten „Kiel“ darf variieren.



10.1 KiWi Layout

138

Alle Sekundärparameter des Erscheinungsbildes sollten in der Gestaltung der Medien so weit wie möglich genutzt werden, dürfen aber zugunsten eigener Anforderungen leicht variiert werden.



10.2 Kiel-Marketing Marke

139

Die 100%-Beteiligung Kiel-Marketing teilt sich ein Logo mit dem Kiel-Marketing e.V. und setzt sich damit im Bereich der Gesellschaftsdarstellung optisch leicht ab. Das individuelle Logo ist komplett aus den Design-Parametern der neuen Dachmarke abgeleitet und kann harmonisch mit ihr eingesetzt werden.



10.2 Kiel-Marketing Layout

140

Im Bereich der touristischen Kommunikation setzt Kiel-Marketing voll auf den effektvollen Einsatz der Dachmarke.



Kontakt

11

11.1 Ansprechpartner*innen

142

Landeshauptstadt Kiel

Pressereferat, Öffentlichkeitsarbeit

Fleethörn 9

24103 Kiel

T +49 431 901-2580

F +49 431 901-62507

E-Mail: oeffentlichkeitsarbeit@kiel.de

boy | Strategie und Kommunikation GmbH

Düppelstraße 60

24105 Kiel

T +49 431 24004-0

F +49 431 24004-44

E-Mail: info@its-a-boy.de