

Hilger Boie Waldschütz Design

NIDDA

Stadt am Fluss

01 Marke

02 Corporate Type

03 Corporate Color

Corporate Design

Stand: November 2022



Willkommen in Nidda

NIDDA



Stadt am Fluss

Willkommen in Nidda

Präambel

Nidda. Stadt am Fluss. Breite, gut lesbare Buchstaben, eine angedeutete Welle in Blau: das modernisierte Logo der Stadt. Parallel dazu hat sich Nidda ein neues Corporate Design gegeben. Warum?

Warum benötigt eine Stadt überhaupt ein Corporate Design? Warum sind klare Farben und Formen so wichtig, einheitliche Grafiken, durchgängige Schriftarten und -größen – und ein eingängiges Logo? Die Antwort ist einfach: Weil uns all das in der Summe unverwechselbar macht, wiedererkennbar. Wenn wir unser Erscheinungsbild eindeutig definieren und konsequent umsetzen, werden wir wiedererkannt. Wir werden als Einheit wahrgenommen, als ästhetisch anspruchsvoll und organisatorisch stimmig, als gut strukturiert und modern ausgerichtet.

Dabei ist kein Stilmittel zufällig oder willkürlich gewählt, alles hat Begründung und Bedeutung. Entwickelt wurde das CD von einem renommierten Designer, der alle Aspekte durchdacht hat. Ziel war es grundsätzlich, das Bestehende nicht zu ersetzen, sondern zu optimieren – nicht Revolution, sondern Evolution. Die neue Schriftart ist durch breitere Buchstaben einfacher lesbar als die bisherige, die Serifenschrift wirkt klassisch und damit passend für eine Stadt mit Tradition. Die Welle wirkt schwungvoll und passt zum Slogan „Stadt am Fluss“.

In diesem Handbuch stellen wir alle Details zum neuen Corporate Design der Stadt Nidda vor: welche Vorgaben gesetzt sind, wie Farben, Schriften und Grafiken im Alltag genutzt werden können, wie sich Elemente in der täglichen Arbeit einsetzen lassen. Vor allem aber zeigt dieser Styleguide, wie jede und jeder einzelne dazu beitragen kann, unsere Identität noch eindeutiger, noch klarer, noch unverwechselbarer nach außen zu zeigen – weit über die Grenzen der Stadt Nidda hinaus.

NIDDA

Stadt am Fluss

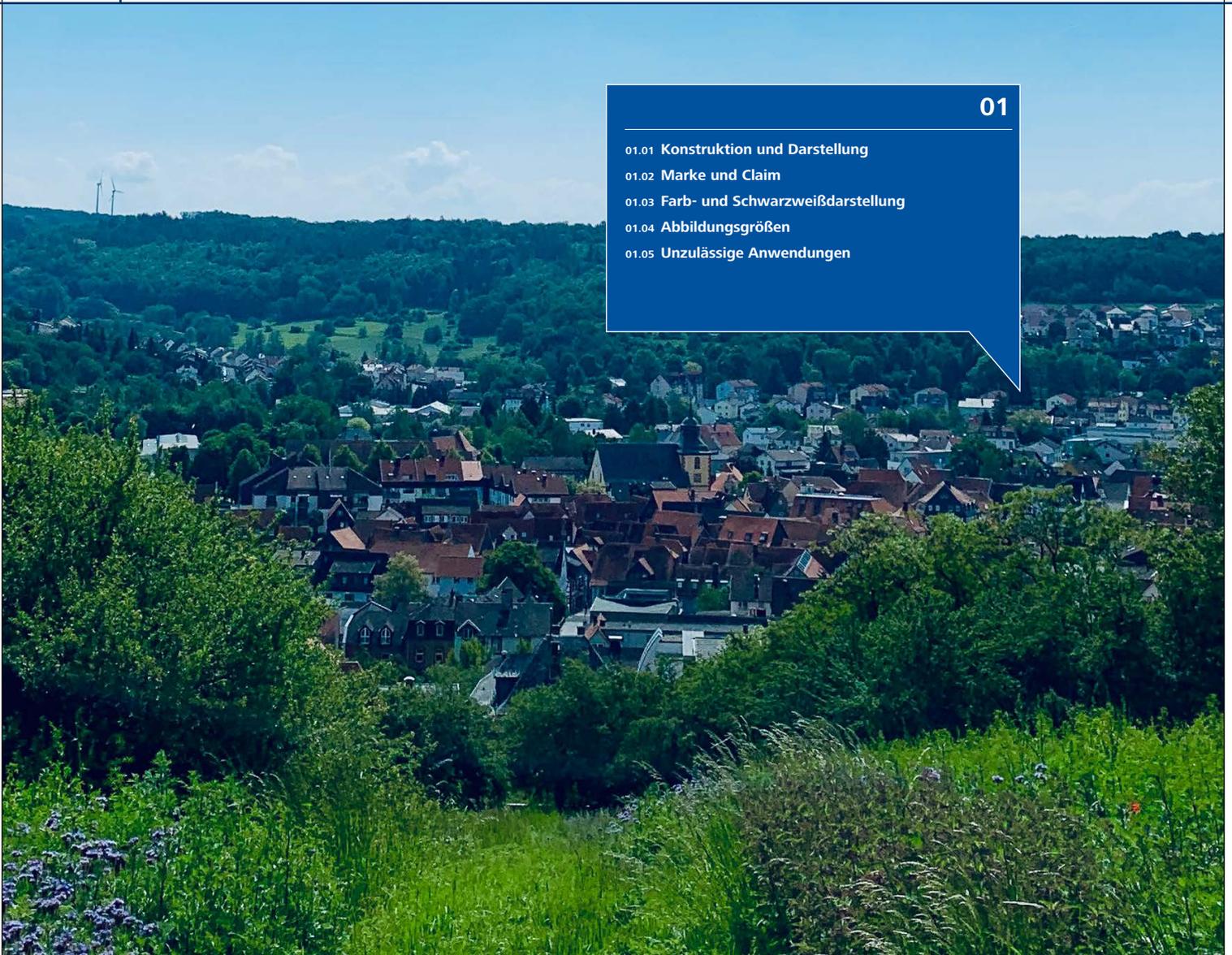
01 Marke

02 Corporate Type

03 Corporate Color

01

- 01.01 Konstruktion und Darstellung
- 01.02 Marke und Claim
- 01.03 Farb- und Schwarzweißdarstellung
- 01.04 Abbildungsgrößen
- 01.05 Unzulässige Anwendungen



01 Marke

01.01 Konstruktion und Darstellung

Schutzraum – wenn möglich!



NIDDA

Marken sind Erkennungszeichen, sie stehen für Qualität und bieten Kunden Sicherheit und Orientierung. Die klare Gestaltung der Marke sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert. Ihre Relationen sind genau definiert und festgelegt. Sie sollten für die klare Wiedererkennbarkeit im Markt niemals verändert werden.

01 **Marke**

01.01 **Konstruktion und Darstellung**

NIDDA 

NIDDA 

01 **Marke**

01.02 **Konstruktion und Darstellung der Marke + Claim**

Schutzraum – wenn möglich!



01 **Marke**

01.02 **Konstruktion und Darstellung der Marke + Claim**

NIDDA
Stadt am Fluss

NIDDA
Stadt am Fluss

01 Marke

01.02 Konstruktion und Darstellung der Marke + erweiterter Claim

Schutzraum – wenn möglich!



01 **Marke**

01.02 **Konstruktion und Darstellung der Marke + erweiterter Claim**

NIDDA 

Stadt am Fluss
in Oberhessen

NIDDA 

Stadt am Fluss
in Oberhessen

01 **Marke**

01.03 **Farb- und Schwarzweißdarstellung**

Farbdarstellung

NIDDA
Stadt am Fluss

Euroskala c 100 · m 070 · y 100 · k 000
RAL 5003 Saphirblau

Euroskala c 100 · m 000 · y 000 · k 000
RAL 5015 Himmelblau

Schwarzweißdarstellung

NIDDA
Stadt am Fluss

Euroskala c 000 · m 000 · y 000 · k 100
RAL 9017 Verkehrsschwarz

Euroskala c 000 · m 000 · y 000 · k 035

Die Marke erfüllt nur dann ihre Aufgabe, wenn Sie immer in einer bestimmten Form angewendet wird. Der Wiedererkennungswert ist wichtig für den Aufbau einer starken Marke. Deshalb ist es für die konstante Wahrnehmung der Marke wichtig, dass sie in einheitlicher Farbigkeit angewendet wird.

01 **Marke**

01.03 **Farb- und Schwarzweißdarstellung**

Farbdarstellung negativ

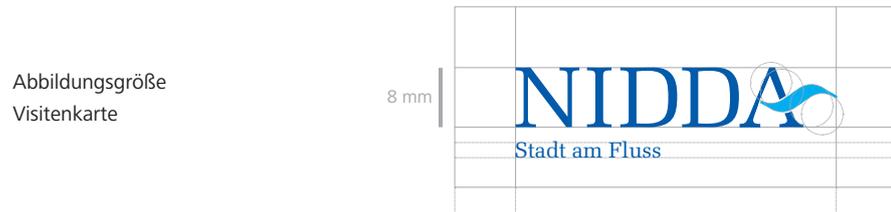
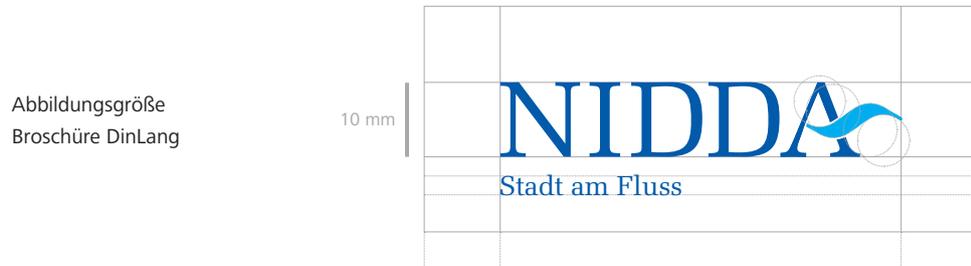
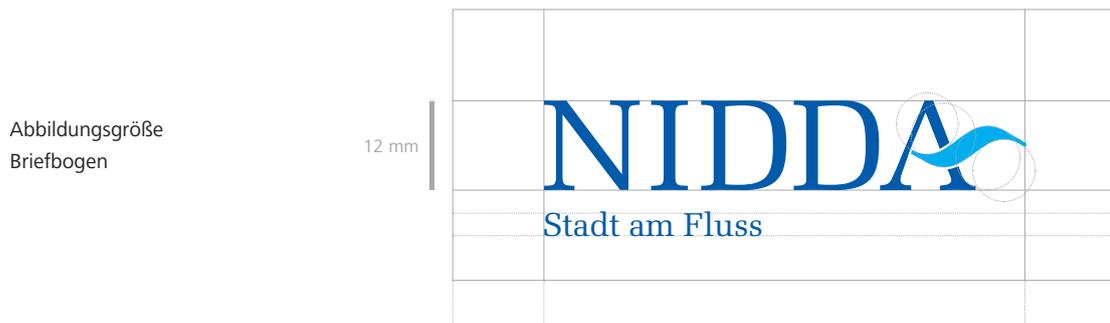


Schwarzweißdarstellung negativ



01 Marke

01.04 Abbildungsgrößen



01 Marke

01.05 Unzulässige Anwendungen

Korrekte Darstellung



Änderung der Farbe



Verzerren – Änderung der Farbe



Änderung der Schrift



Verzerren – Änderung der Proportion



Änderung der Spationierung



Änderung der Markenstellung



Nachbau mit anderen Schriften



01 **Marke**

01.05 **Unzulässige Anwendungen**

Andocken zusätzlicher Inhalte



NIDDA

Stadt am Fluss

01 Marke

02 Corporate Type

03 Corporate Color



02

- 02.01 Logo- und Headlineschrift,
Haus- und Arbeitsschrift
- 02.02 Logo- und Headlineschrift Melior LT
Hausschrift FrutigerNext LT
- 02.03 Arbeitsschrift Arial
- 02.04 Satzprinzipien

02 Corporate Type

02.01 Logo- und Headlineschrift, Haus- und Arbeitsschrift

Logo- und Headlineschrift

Die Schrift Melior LT bildet die Basis des Logos.
Darüber hinaus wird sie auch als Headlineschrift (erste Ebene) eingesetzt.

Melior LT regular

Melior LT bold

Haus- und Arbeitsschrift

Schriften sind grundlegende Gestaltungskomponenten in der Außendarstellung.

Hauschrift

Für Drucksachen und Printmedien wird die Schrift FrutigerNext LT auf zweiter bis unterster Textebene als Subheadline- und Fließtextschrift in verschiedenen Schnitten eingesetzt.

FrutigerNext LT light

FrutigerNext LT light italic

FrutigerNext LT regular

FrutigerNext LT regular italic

FrutigerNext LT medium

FrutigerNext LT medium italic

FrutigerNext LT bold

FrutigerNext LT bold italic

FrutigerNext LT heavy

FrutigerNext LT heavy italic

Arbeitsschrift

Als Arbeitsschrift verwenden wir die Schrift Arial, um ein einheitlich stimmiges Schriftbild in der Korrespondenz zu erhalten. Sie wird eingesetzt zum Beispiel zur Beschriftung von Briefbögen, in Präsentationen oder im Email-Schriftverkehr.

Arial regular

Arial bold

02 Corporate Type

02.02 Logo- und Headlineschrift Melior LT, Hausschrift FrutigerNext LT

Logo- und Headlineschrift Melior LT

Melior LT regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ; : - - % & / () = ! ?

Melior LT bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ; : - - % & / () = ! ?

Hausschrift FrutigerNext LT

FrutigerNext LT light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ; : - - % & / () = ! ?

FrutigerNext LT regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ; : - - % & / () = ! ?

FrutigerNext LT bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 , . ; : - - % & / () = ! ?

02 Corporate Type

02.03 Arbeitsschrift Arial

Arbeitsschrift Arial

Arial regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.;:--%&/()=!?

Arial bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.;:--%&/()=!?

02 Corporate Type

02.05 Satzprinzipien

Zulässige und unzulässige Satzprinzipien

linksbündiger Flattersatz, Rauhsatz

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea tak imata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.

Blocksatz

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea tak imata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.~~

rechtsbündiger Flattersatz

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam
 nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna
aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo
 duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea tak
 imata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet.~~

NIDDA

Stadt am Fluss

01 Marke

02 Corporate Type

03 Corporate Color



03

03.01 Primärfarben

03 Corporate Color

03.01 Primärfarben

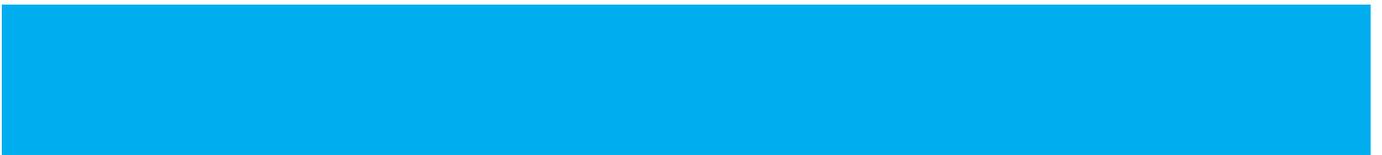
Primärfarben

Nidda-Blau



Euroskala c 100 · m 070 · y 000 · k 000 | RAL 5003 Saphirblau

Nidda-Wasserblau



Euroskala c 100 · m 000 · y 000 · k 000 | RAL 5015 Himmelblau

Schwarz



Euroskala c 000 · m 000 · y 000 · k 100 | RAL 9017 Verkehrsschwarz

Nidda-Grau



Euroskala c 000 · m 000 · y 000 · k 035

Die Primärfarben werden mit den beiden Sekundärfarben »Nidda-Dunkelgrau« und »Nidda-Hellgrau« ergänzt – das gibt Ihnen einen größeren Gestaltungsspielraum. Um Informationen in Grafiken aussagekräftig zu visualisieren, steht ein Portfolio kontrastierender Tertiärfarben zur Verfügung.

03 Corporate Color

03.02 Sekundär- und Tertiärfarben

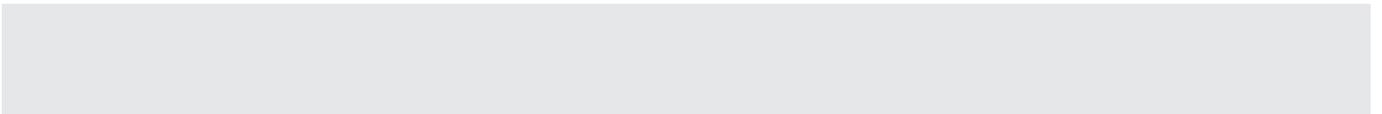
Sekundärfarben

Nidda-Dunkelgrau



Euroskala c 000 · m 000 · y 000 · k 075

Nidda-Hellgrau



Euroskala c 000 · m 000 · y 000 · k 010

Tertiärfarben

Nidda-Landschaftsgrün



Euroskala c 055 · m 000 · y 070 · k 010

Nidda-Himmelblau



Euroskala c 050 · m 020 · y 000 · k 000

Nidda-Sonnenorange



Euroskala c 000 · m 030 · y 070 · k 000

Nidda-Chamois



Euroskala c 000 · m 003 · y 007 · k 005

Vielen Dank!

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Kerstin Alt

Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung
Kur und Touristik

Telefon: 06043 9633 22

Telefax: 06043 9633 50

Telefon: 0178 2030744

k.alt@nidda.de

