

BRAND^{book}

STAND DER INHALTE:
Mai 2018

IMPRESSUM: Projektleitung- und Begleitung, Konzeption, Markenbildung und Designentwicklung, Grafik Design und Layout: message – The Inspiration Company unter der Leitung von Mag. Karl Hintermeier. Projektbegleitung: NÖ.Regional.GmbH, Dipl.-Ing. Daniel Brüll. Erstellung des Brand-Books: message – The Inspiration Company, Tanja Peklar-Zarka
Verwendetes Fotomaterial im Brandbook: message – The Inspiration Company; Stadtgemeinde Neulengbach; Maria Hörmandinger; Helmut Leonhartsberger; Michaela Schmitz; Leaderregion Elsbeere Wienerwald; placeit.net; shutterstock.com; 3-D-Visualisierungen: Lukas Bast, Markus Hintermeier



DIE NEUE MARKE

Über den Prozess **Seite 04**

DAS MARKENKONZEPT

Was Neulengbach ausmacht **Seite 06**

DAS LOGO

Logo **Seite 08**

Differenzierung: Verwaltungs- vs. Standortmarke **Seite 09**

Logovarianten **Seite 10**

Anwendung **Seite 12**

DIE MARKENBAUSTEINE

Dreiklang, Stadtwappen, Lamm **Seite 14**

Claim und Headlinekonzept **Seite 17**

Farbwelt **Seite 18**

Typografie **Seite 19**

Vorgegebene Schreibweisen & gendergerechtes Formulieren **Seite 20**

DIE MARKENARCHITEKTUR

Das Bilden von Submarken **Seite 22**

DIE LAYOUTBAUSTEINE

Designkonforme Gestaltungsmöglichkeiten **Seite 34**

BEST PRACTICE

Beispielhafte Umsetzungen **Seite 46**

INHALT

DIE NEUE MARKE

Sichtbar. Vielseitig. Mit der Entwicklung einer neuen Marke helfen wir der Stadt Neulengbach, ihre Potenziale und Chancen in Zukunft noch besser nutzen zu können.

Um ihr Potenzial als wichtiges regionales Zentrum im Bezirk St. Pölten in Zukunft besser auszuschöpfen, hat die Stadtgemeinde Neulengbach die Planung eines neuen Markenkonzepts beschlossen. Wir erarbeiteten dafür Konzepte und holten die Bevölkerung mit ins Boot. In Workshops und Dialogausstellungen diskutierten, kommentierten und bewerteten die Neulengbacherinnen und Neulengbacher unsere Vorschläge.

Die Story Neulengbachs Den Kern der neuen Marke bilden ein neues grafisches Erscheinungsbild sowie die inhaltliche Fokussierung auf den Claim „Sichtbar. Vielseitig“. Auf diesen zentralen Themen baut unsere Story für Neulengbach auf. Die Sichtbarkeit bezieht sich auf die weithin erkennbare Burg und Anlage des Stadtkerns von Neulengbach sowie auf die Stellung der Stadt als Motor und Impulsgeber und der Region. Die Vielseitigkeit bilden die zahlreichen, unterschiedlichen Facetten, die sich

in der Stadt vereinen: Natur, Dörfer, urbanes Flair mit vielen Einkaufsmöglichkeiten, breites Kulturangebot.

Der Dreiklang im Logo Das neue Logo der Stadt ist klar und sehr reduziert. Es baut auf den Elementen Schrift, Wappen und drei – von unserem Designerteam als „Dreiklang“ bezeichneten – Stäben auf. Die Inspiration dafür lieferten uns die Burg in Form ihres Wehrturms und die Dreiklänge von NEU-LENG-BACH sowie MENSCH – STADT – LAND.

– DIE NEUE MARKE: DER PROZESS –



Offener Dialog: In mehreren Workshops und öffentlichen Ausstellungen wurde diskutiert, kommentiert und bewertet. Insgesamt nutzten rund 400 NeulengbacherInnen diese Möglichkeit der BürgerInnenbeteiligung.



DAS MARKEN- KONZEPT

Was liebe ich an Neulengbach? Was zeichnet meine Stadt aus? Die Meinungen der Bürgerinnen und Bürger lieferten uns die Grundlage für die Entwicklung von Markenbausteinen.



DIE EINKAUFSTADT

„SHOPPINGQUEEN TRIFFT ALTSTADTFLAIR“

Neulengbach ist das Einkaufszentrum der gesamten Region mit allen großen Handelsketten, Baumärkten und Handwerksbetrieben. Gleichzeitig lockt die historische Altstadt mit Stadtgreißler, Gemüsefrau, Fachgeschäften, Bäckereien und Lokalen.



DIE LEBENSWERTE STADT

„ENERGIEBÜNDEL TRIFFT RUHEPOL“

Neulengbach bietet das perfekte Umfeld für eine Auszeit. Im Freibad toben sich Wasserratten aus und auf den vielen Pferdehöfen geht's im Galopp voran. Entlang des Laabenbachs tritt man in die Pedale, geht spazieren oder lässt einfach die Seele baumeln.

- DAS MARKENKONZEPT IN SEINEN BESTANDTEILEN -



DER WIRTSCHAFTS- STANDORT

„UNTERNEHMERGEIST TRIFFT WIRTSCHAFTSSTANDORT“

Die geografische und demografische Lage von Neulengbach ist ideal für eine gesunde wirtschaftliche Entwicklung. Mehr als die Hälfte der EinwohnerInnen arbeitet in der Stadt. Und als Wirtschaftsstandort nahe Wien und St. Pölten punktet sie mit hoch qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.



DIE JUGEND- UND BILDUNGSSTADT

„SCHLAUMEIER TRIFFT COOLE SOCKE“

Neulengbach ist eine hochattraktive Schulstadt mit Volksschule, Neue Mittelschule, Musikschulen, sonderpädagogische Schule und einem BORG mit attraktiven Schwerpunkten. Und an der Volkshochschule können die Erwachsenen ihre Kompetenzen auffrischen und erweitern.



DIE DÖRFER & DIE LAND- WIRTSCHAFT

„DORFTRATSCH TRIFFT STADTGEFLÜSTER“

Neulengbachs Dörfer sind berühmt für saftige Erdbeeren und die seltenen Elsbeeren. Ab Hof vom Bauern bekommen Sie alles, was das Herz begehrt. Und wer Lust auf Geselligkeit hat, findet sie im aktiven Vereinsleben, in den Wirtschaftshäusern und auf den zahlreichen Festen.

DAS LOGO

BRAND

Das Logo setzt sich aus folgenden Hauptelementen zusammen: Dreiklang, Wappen und CI-Schrift „Archive“ sowie den Hauptfarben Rot und Schwarz.

Zu bevorzugen ist stets der Einsatz der dreizeiligen Logovariante (siehe obenstehend). Sollte dies platztechnisch nicht möglich sein kommt die Längsvariante zum Einsatz (siehe rechts).



DIFFERENZIERUNG ZWISCHEN VERWALTUNGS- UND STANDORTMARKE



Die Verwaltungsmarke

Die Verwaltungsmarke zeichnet sich optisch durch den Einsatz des Stadtwappens „Lamm“ aus. Die Verwendung dieses Verwaltungsmarken-Logos ist dem Einsatz im Verwaltungsbereich und dem Rathaus vorbehalten!

BEISPIELE:

Offizielle Schreiben der Stadtgemeinde, Ausschreibungen, Bescheide, offizielle Kommunikationsunterlagen und Schriftverkehr der Stadtgemeinde und -verwaltung.



Die Standortmarke

Die Standortmarke basiert auf dem Dreiklang und dem Claim „Sichtbar.Vielseitig.“ – das Stadtwappen „Lamm“ kommt nicht zum Einsatz. Das Logo steht allen (Vereinen, Interessensgemeinschaften, Gewerbetreibenden, Bildungsstätten u.s.w.) zur Verfügung um Werbe- und Kommunikationsmittel in eine sinnvolle und wünschenswerte Verbindung mit der Stadt Neulengbach zu setzen.

BEISPIELE:

Flyer, Folder, Flugblätter, Ankündigungen, Plakate, Web-Auftritte, Facebook-Postings, Sticker u.v.m.

Anwendungsbeispiele, Gestaltungsvorgaben und Wissenswertes zum Umgang mit der Stadtmarke können in der Toolbox der Marke Neulengbach nachgelesen werden.

Dort stehen auch Logo und einfache Layoutvorlagen zum Download bereit. > marke.neulengbach.gv.at/toolbox



Logo auf dunklem Hintergrund

Auf Fotos und dunkleren Flächen kommt die weiße Version unseres Logos zum Einsatz. Auch hier sind sämtliche Spielvarianten (kompakt, mit und ohne Claim, mit und ohne Wappen) möglich.

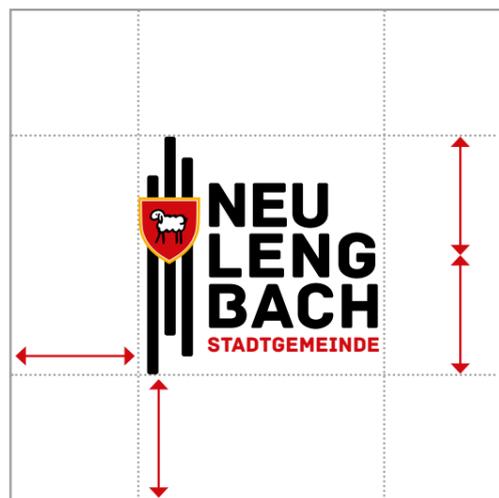


SCHUTZZONE

Die Logo-Schutzzone ergibt sich aus der halben Höhe des Logos und definiert den Raum, der um das Logo frei bleiben muss (dies gilt auch für die Logovariante „Dreizeilig“ sowie „Längs“, ebenso mit oder ohne Stadtwappen). Wenn möglich, soll der Freiraum noch größer sein, um eine entsprechende Wirkung zu erzielen.

Besonders wenn das Logo in einem lebendigen Umfeld oder negativ auf einem Hintergrund verwendet wird, ist auf optimale Lesbarkeit des Logos zu achten.

Das Logo ist bevorzugt rechts oben im Eck bzw. in den Logoleisten links oder rechts außen stehend einzusetzen.



> Logo-Schutzzone bei der dreizeiligen Logo-Variante



> Logo-Schutzzone bei der Längsvariante



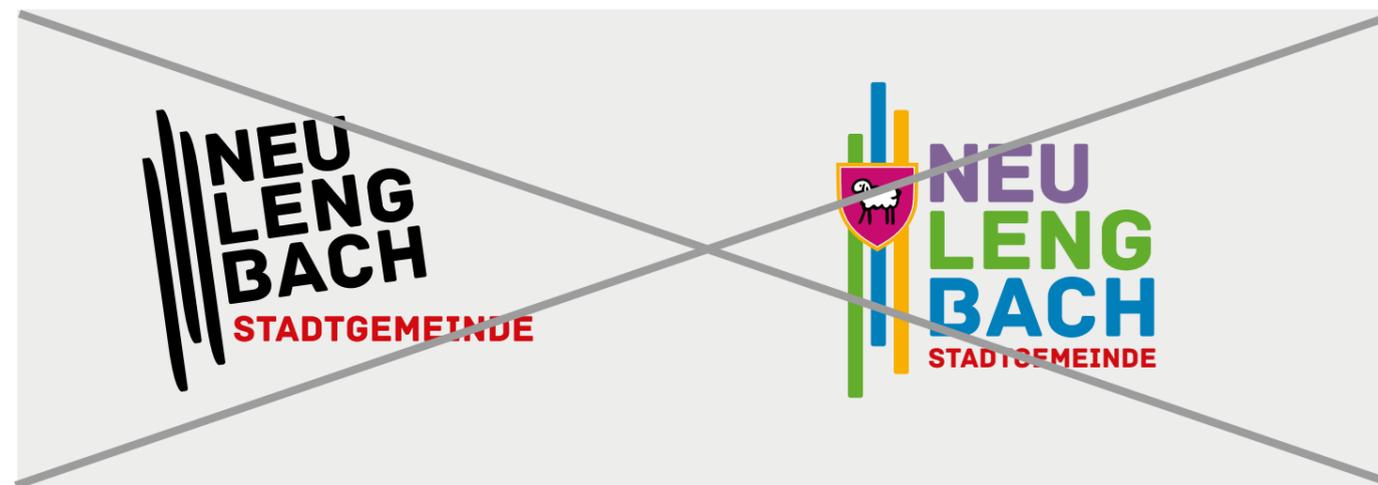
> Mindestgröße
25 mm (Breite)



> Mindestgröße
50 mm (Breite)

-SCHUTZZONE-

- DONT'S -



DONT'S

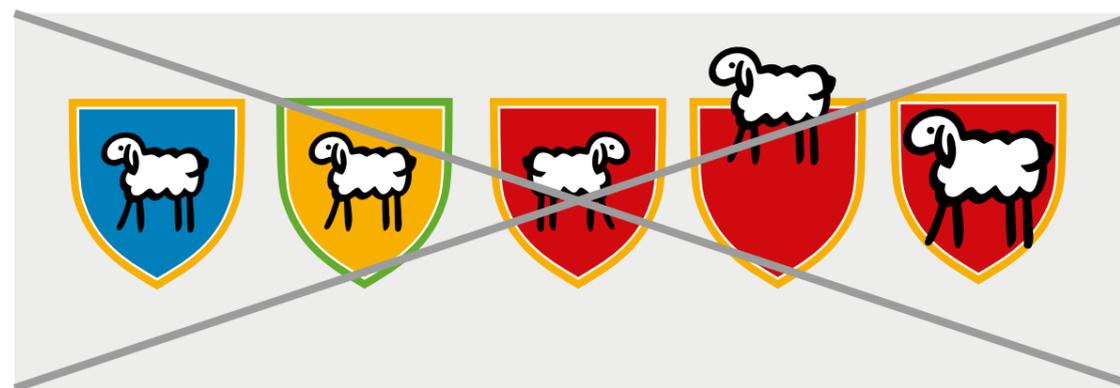
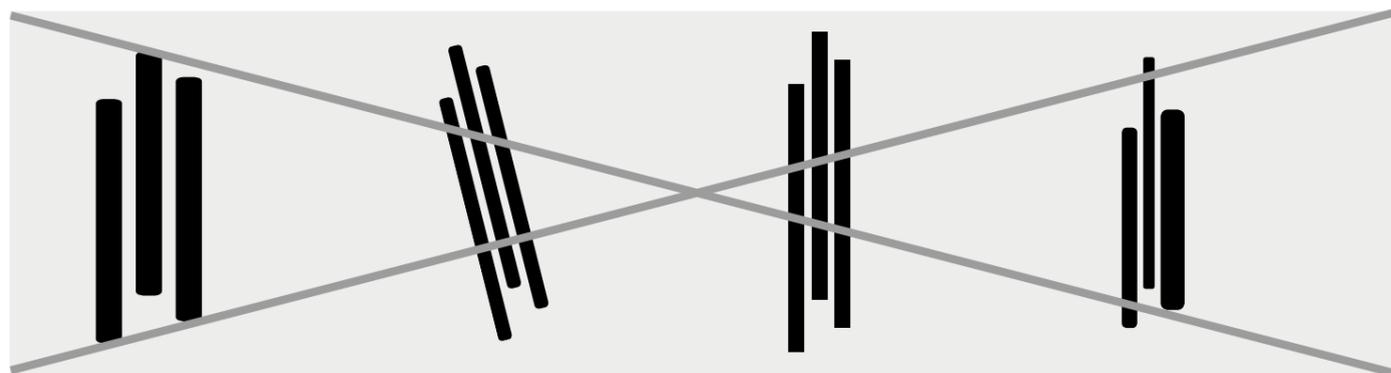
Das Logo (betrifft alle Varianten der Verwaltungsmarke sowie der Standortmarke) darf nicht modifiziert werden, die Proportionen der einzelnen Elemente des Logos dürfen nicht unabhängig voneinander verändert werden (Verzerrung, Rotation u. Ä.). Individuelle Farbeinstellungen und Veränderung der Typografie sind nicht erlaubt.

DIE BAUSTEINE DER MARKE

Gestaltungsbaustein DREIKLANG

Der Dreiklang, die Hauptkomponente des Logos und der Marke, darf und soll – als Gestaltungselement mit höchster Wiedererkennung – verwendet werden. Die Anordnung und Position der einzelnen Stäbe darf nicht modifiziert und verschoben werden, die Stärke soll nicht verändert werden. Die Ecken der Stäbe sind abgerundet. Der Dreiklang darf nicht gedreht, geneigt oder gespiegelt werden!

Als Gestaltungselement darf der Dreiklang z. B. transparent oder in negativ (weiß) auf ein Bild gesetzt werden, ggf. farblich angepasst oder auch unten abfallend verwendet werden. Im Zweifelsfall ist der Dreiklang (mit oder ohne Wappen) in Schwarz einzusetzen.



Gestaltungsbaustein LAMMWAPPEN

Das sanft überarbeitete Lammwappen kommt ausschließlich zum Einsatz, wenn Drucksorten und Kommunikationsmittel im direkten Zusammenhang mit der Stadtgemeinde stehen (z. B. amtliche Kommunikation, Projekte aus finanzieller Unterstützung der Stadtgemeinde u.s.w.) und ist Auszeichnung für offizielle sowie amtliche Kommunikationsmittel der Stadtgemeinde Neulengbach. Das Lammwappen ist ebendiesem Einsatz unter vorheriger Absprache mit Zuständigen der Stadtgemeinde vorbehalten.

Laut historischer Überlieferung sieht das Lamm im Wappen nach links!

Farben des Wappens sowie Position und Größe des Lamms dürfen nicht geändert werden.



> Das Lamm im Einsatz als liebevolles Gestaltungsdetail bei der neuen Stadteinfahrt Klosterberg, gefertigt aus Cortenstahl



Gestaltungsbaustein LAMM

Als Gestaltungselement und „Stadtmaskottchen“ kann das Lamm (ohne Wappen) im Rahmen der Marke Neulengbach frei eingesetzt werden. In diesem Zusammenhang darf es sowohl nach links als auch nach rechts sehen, umgefärbt werden, negativ stehen u.s.w.

SICHTBAR. VIELSEITIG.

> Claim – häufig im Einsatz mit Logo oder alleinstehend

DORFTRATSCH TRIFFT STADTGEFLÜSTER

ENERGIEBÜNDEL TRIFFT RUHEPOL

SHOPPINGQUEEN TRIFFT ALTSTADTFLAIR

UNTERNEHMERGEIST TRIFFT WIRTSCHAFTSSTANDORT

> Headline – passend für Kampagnen oder Darstellung spezifischer Themenbereiche; optimalerweise unterstützt von passendem Bildmaterial



> Umsetzung von Claim und Headlinekonzept bei den Tafeln der Stadteinfahrten von Neulengbach

CLAIM UND HEADLINEKONZEPT

Der Claim „SICHTBAR. VIELSEITIG.“ kann im Zusammenhang mit nahezu allen Gestaltungen eingesetzt werden – ebenso kommt er häufig in direktem Zusammenhang mit der Stadtmarke vor. Die Schreibweise soll in Versalien und mit je einem Punkt nach dem Wort eingesetzt werden. Die Worte „SICHTBAR. VIELSEITIG.“ sollen nicht verändert oder abgewandelt werden.

Das Headlinekonzept „X trifft Y“ basiert auf dem Gegenüberstellen von attraktiven Gegensätzen, um zu verdeutlichen, dass in Neulengbach die Vorzüge von Stadt und Land aufeinandertreffen. Das Headlinekonzept kann für Kampagnen, redaktionelle Beiträge u.s.w. jederzeit aufgegriffen werden.



NEULENGBACH ROT
C 0 M 100 Y 100 K 10
R 181 G 21 B 29
Pantone DE 74-1 C
RAL 040 40 67
Hex-Wert #b5151d



NEULENGBACH GELB
C 0 M 35 Y 100 K 0
R 249 G 176 B 0
Pantone DE 18-1 C
RAL 080 70 88
Hex-Wert #f9b000



NEULENGBACH Background-GELB
Einsatz: wenn Schrift negativ (weiß) auf Gelb steht um bessere Lesbarkeit zu gewährleisten!
C 0 M 35 Y 100 K 10

-FARBWELT-

SEKUNDÄRE FARBWELT



C 65 M 0 Y 100 K 5
R 98 G 173 B 45



C 50 M 60 Y 0 K 20
R 127 G 99 B 152



C 20 M 100 Y 20 K 0
R 199 G 12 B 111



C 100 M 0 Y 0 K 0
R 0 G 159 B 227

NEUTRALE KOMBINATIONSFARBEN (KÄSTEN, HINTERLEGER)



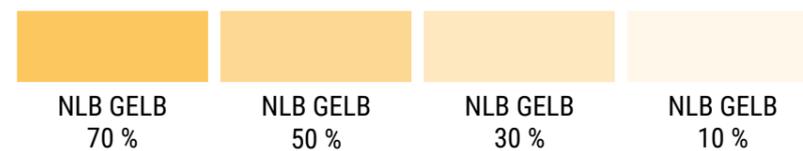
NLB ROT
70 %

NLB ROT
50 %

NLB ROT
30 %

NLB ROT
10 %

NEUTRALE KOMBINATIONSFARBEN (KÄSTEN, HINTERLEGER)



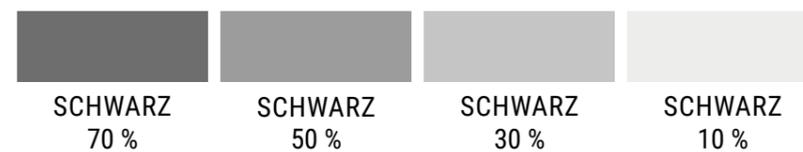
NLB GELB
70 %

NLB GELB
50 %

NLB GELB
30 %

NLB GELB
10 %

NEUTRALE KOMBINATIONSFARBEN (VERWALTUNGSBEREICH)



SCHWARZ
70 %

SCHWARZ
50 %

SCHWARZ
30 %

SCHWARZ
10 %

-TYPOGRAFIE -

ARCHIV

> Logo-, Claim- und Auszeichnungsschrift (sparsamer Einsatz)

Roboto Slab Serif (Alle Schnitte)

> Einsatz für Headlines und Lauftexte
> Verfügbarkeit: Free Google Font

Norican Scriptorama Kinescope

> ausgewählte Script-Schriften für Auszeichnungen (sparsamer Einsatz), Einsatz im Subbranding
> Verfügbarkeit: Norican – Free Google Front; Scriptorama – Adobe Typekit; Kinescope – Adobe Typekit

Roboto Sans Condensed Alle Schnitte

> Einsatz für Desktop-Umsetzungen, Website; Einsatz im Print: Bildunterschriften, Textkästen, Kleingedrucktes, Infoboxen,...
> Verfügbarkeit: Free Google Font

Schriften

Die Schriften stehen für Gestaltungszwecke im Rahmen der Stadtmarke auf unserer Toolbox zum Download bereit.

> marke.neulengbach.gv.at/toolbox/

Vereinheitlichung von Schreibweisen

Gemeinsam mit einer Lektorin wurden gewisse zeitgemäße und sinnvolle Schreibweisen und Vereinheitlichungen für die Stadtgemeinde Neulengbach festgelegt. Dies ist sinnvoll und fortzusetzen, um den Leserinnen und Lesern Kontinuität in den Texten der Kommunikationsmittel der Stadt zu ermöglichen.

Dies betrifft die Stadtzeitung, Werbekampagnen, Online, Auftritte u. v. m. (In der Auflistung kann es jederzeit zu Ergänzungen kommen!)

UHRZEIT (IMMER MIT DOPPELPUNKT UND 00 – AUCH BEI GERADER UHRZEIT, LANGER BIS-STRICH)

8:00 – 16:00 Uhr und 9:00 – 12:00 Uhr

TAGE (ABGEKÜRZT ODER AUSGESCHRIEBEN)

Mo. – Do. oder Montag – Donnerstag

DATUM (ZIFFER, OHNE NULL DAVOR, MONAT IMMER AUSGESCHRIEBEN, GGF. ABGEKÜRZT)

3. Mai 2017 oder 3. Sept. 2017

(AUSNAHME: KALENDERBLATT-ELEMENT – SIEHE SEITE 38)

TELEFONNUMMERN (IMMER MIT NATIONALER VORWAHL +43, DURCHWAHL MIT BINDESTRICH ABGETRENNT)

+43 2772 55297 oder +43 2772 55297-12

PREISE

EUR 15,- (Beistrich, langer Bindestrich=Gedankenstrich) bzw. EUR 15,50

ZAHLEN (TAUSENDERSCHRITTE MIT PUNKT KENNZEICHNEN, ZAHLEN BIS 12 AUSSCHREIBEN)

1.500 m, EUR 1.899,-

PROZENT (VERWENDUNG DES ZEICHENS)

50 %

TITEL UND BEZEICHNUNGEN

ALLE weiblichen Titel mit hochgestellten „in“ oder „a“ gendern (Mag.^a; Dr.ⁱⁿ u.s.w.)

ABKÜRZUNGEN

StR (Stadtrat) (nicht STR); diese Abkürzung wird ohne Punkt am Ende verwendet

StRⁱⁿ mit hochgestelltem in (Stadträtin); diese Abkürzung wird ohne Punkt am Ende verwendet

Bgm. oder ausgeschriebenen Bürgermeister (nicht BGM)

> grundsätzlich je Druckprodukt vereinheitlichen: Wenn Bürgermeister ausgeschrieben, Stadtrat auch ausschreiben;

wenn abgekürzt, alle anderen Titel auch abkürzen

IN DIREKTER ANSPRACHE BEIDE GESCHLECHTER AUSGESCHRIEBEN ANFÜHREN

z. B.: Liebe Neulengbacherinnen und Neulengbacher!

z. B.: Alle Einwohnerinnen und Einwohner werden gebeten ...

Genderformen mit Binnen-I bzw. Schrägstrich sollen aufgrund verschlechterten Leseflusses nicht verwendet werden!

GENDERN IN FLIESSTEXTEN/TEXTPASSAGEN

In langen Texten ohne direkte Ansprache der Bevölkerung kann auf die Ausformulierung beider Geschlechter verzichtet werden. Ein entsprechender Vermerk z. B. im Impressum kann darauf hinweisen, dass beide Geschlechter gemeint sind.

TITEL UND BEZEICHNUNGEN

ALLE weiblichen Titel mit hochgestellten „in“ oder „a“ gendern (Mag.^a; Dr.ⁱⁿ u.s.w.)

BILDMATERIAL

Auch bei Fotos auf gendergerechte Darstellung achten (ausgewogene Abbildung von Männern und Frauen, die Abbildung von Rollenklischees vermeiden u. Ä.)

DIE MARKENARCHITEKTUR

Bilden von Submarken

Für das Bilden von Submarken ist eine Entscheidung über den Grad der Integration bzw. Eigenständigkeit zu treffen.

Marken, die sehr spezielle Anforderungen zu erfüllen haben, ein sehr spezifisches Image aufbauen sollen, werden tendenziell stärker differenziert sein.

Marken, für die eine hohe Bindung an die Dachmarke vorteilhaft ist, werden stärker integriert sein.

Für den Grad der Eigenständigkeit wird sicher auch die historische Bedeutung der Submarke mitentscheidend sein.

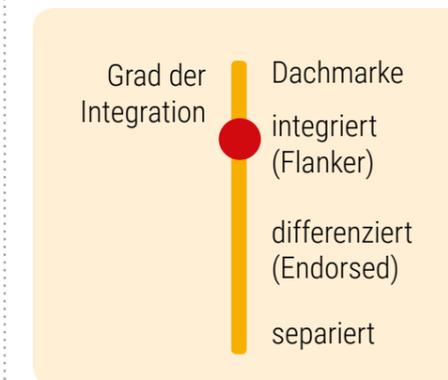
Hat die Submarke bereits eine hohe Bekanntheit in einer sehr spezifischen Zielgruppe aufgebaut, wird man versuchen differenzierende Elemente zu erhalten.

Ziel ist freilich, dass Submarken maximal in die Dachmarke einzahlen und umgekehrt von der Dachmarke profitieren können.

VERWENDUNG DER GESTALTUNGSELEMENTE ENTSPRECHEND DES GRADES DER INTEGRATION:

ENGE BINDUNG Submarke ist Flanker der Dachmarke

- Dreiklang mit Neulengbach Schriftzug
- Submarke links vom Dreiklang oder in der CI-Schrift Archive darunter

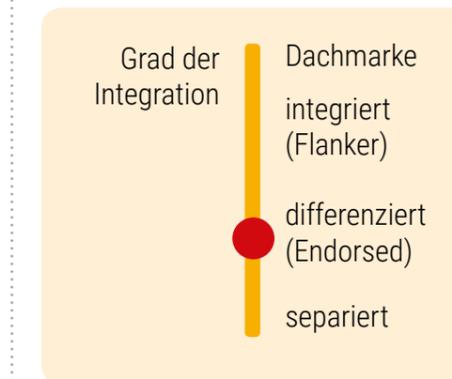


In unserem Brandbook kennzeichnen wir den Grad der Integration mit diesem Schieberegler

LOSERE BINDUNG Neulengbach ist Endorsement der Submarke

Die Gestaltung der Submarke sollte **zumindest zwei der folgenden Bestandteile** aufweisen:

- Dreiklang
- Schrift Archive
- Schaf als Gestaltungselement (ACHTUNG: nicht das Stadtwappen!)
- CI-Farbe



BEISPIEL 1:
Ausgangssituation: Für die Submarke existiert kein grafisches Element.

Gestaltung der Submarke:
Verwendung des Dreiklangs, Wortmarke in CI-Schrift Archive und/oder eine Scriptschrift und einer CI-Farbe
Als Endorsement/Flanker soll „NEULENGBACH“ in der CI-Schrift Archive verwendet werden!

BEISPIEL 2
Für die Submarke existiert ein grafisches Element (Bildmarke)
Prüfen ob Kombination mit Dreiklang möglich.

Wortmarke Archive-Schrift und/oder Scriptschrift und eine CI-Farbe
Endorsement: „NEULENGBACH“ in Archive



KATASTRALEN

Katastralgemeinden sind integrale Bestandteile der Dachmarke.

Es werden alle Markenbestandteile verwendet. Einzig das Wappen kann durch ein Dorf-Wappen ersetzt werden.

Grad der Integration

- integriert (Flanker)
- differenziert (Endorsed)
- separiert



Alle Submarken verfügen wie das Hauptlogo über eine Negativ-Version (weiß)

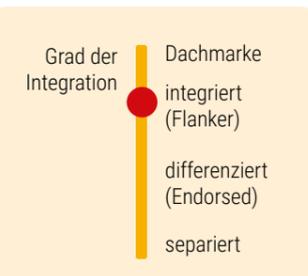
Submarken mit enger Bindung an Dachmarke

SUBMARKE = FLANKER

Submarken sollen in hohem Maß in die Dachmarke einzahlen und gleichzeitig von ihr profitieren.

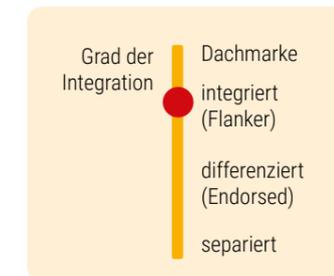
Beispiele:

Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung, Standortmarke wie die Aktive Wirtschaft



Je nach verwaltungsbedingter Nähe zur Stadtmarke wird die Submarke mit Stadtwappen versehen oder ohne verwendet (jeweils in individueller Abstimmung mit der Stadtgemeinde Neulengbach).

Mit einer der passenden Script-Schriften aus dem CD ist es möglich bei gewissen Submarken einen Akzent zu setzen.



Submarken mit enger Bindung an Dachmarke

NEULENGBACH = FLANKER

Wenn Submarken ein etwas höheres Maß an Eigenständigkeit aufbauen sollen (oder bereits aufgebaut haben) aber dennoch eine möglichst hohe Integration in die Dachmarke erreicht werden soll, bietet sich das Bauen der Submarke aus den Bestandteilen der Dachmarke an. Es werden alle Markenbestandteile verwendet. Ob das Wappen zum Einsatz kommt, entscheidet auch hier die Stadtverwaltung.

Beispiele: Wiederkehrende Veranstaltungen mit starker Werbepräsenz oder etwa Standortmarken, wie die Aktive Wirtschaft.

-SUBMARKEN -

-SUBMARKEN -

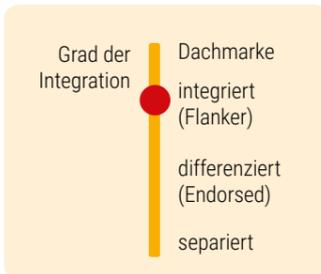


FREIWILLIGE FEUERWEHR
NEULENGBACH STADT



Es ist durchaus sinnvoll und gewünscht, die Submarke sowohl in einer Hochformatversion und eine Querformatversion umzusetzen, um für jeden Einsatz gewappnet zu sein.

Im Fall des Feuerwehr-Logos kann der Dreiklang mit dem Feuerwehrwappen auch eigenständig zum Einsatz kommen (siehe oben, d.h. ohne Schriftzug): z.B.: bei Fahrzeugbeklebungen oder reduziertem Branding auf Textilien o. Ä.



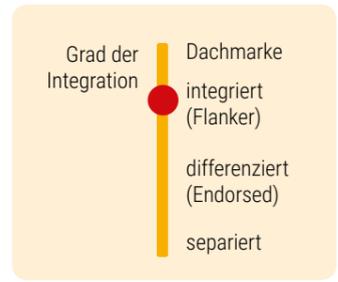
- SUBMARKEN -

- SUBMARKEN -

Submarken mit enger Bindung an Dachmarke

KATASTRALE = FLANKER

Das Feuerwehrlogo der Katastralgemeinden von Neulengbach wurde bewusst sehr nah an der Optik der Dachmarke gebaut. In diesem Fall kommt statt Stadtgemeinde Neulengbach der Name der Katastralgemeinde vor, um dieser volle Eigenständigkeit zu verleihen! Durch den Dreiklang und die Verwendung der CI-Schrift Archive ist trotzdem die volle Wiedererkennung zur Dachmarke gegeben.



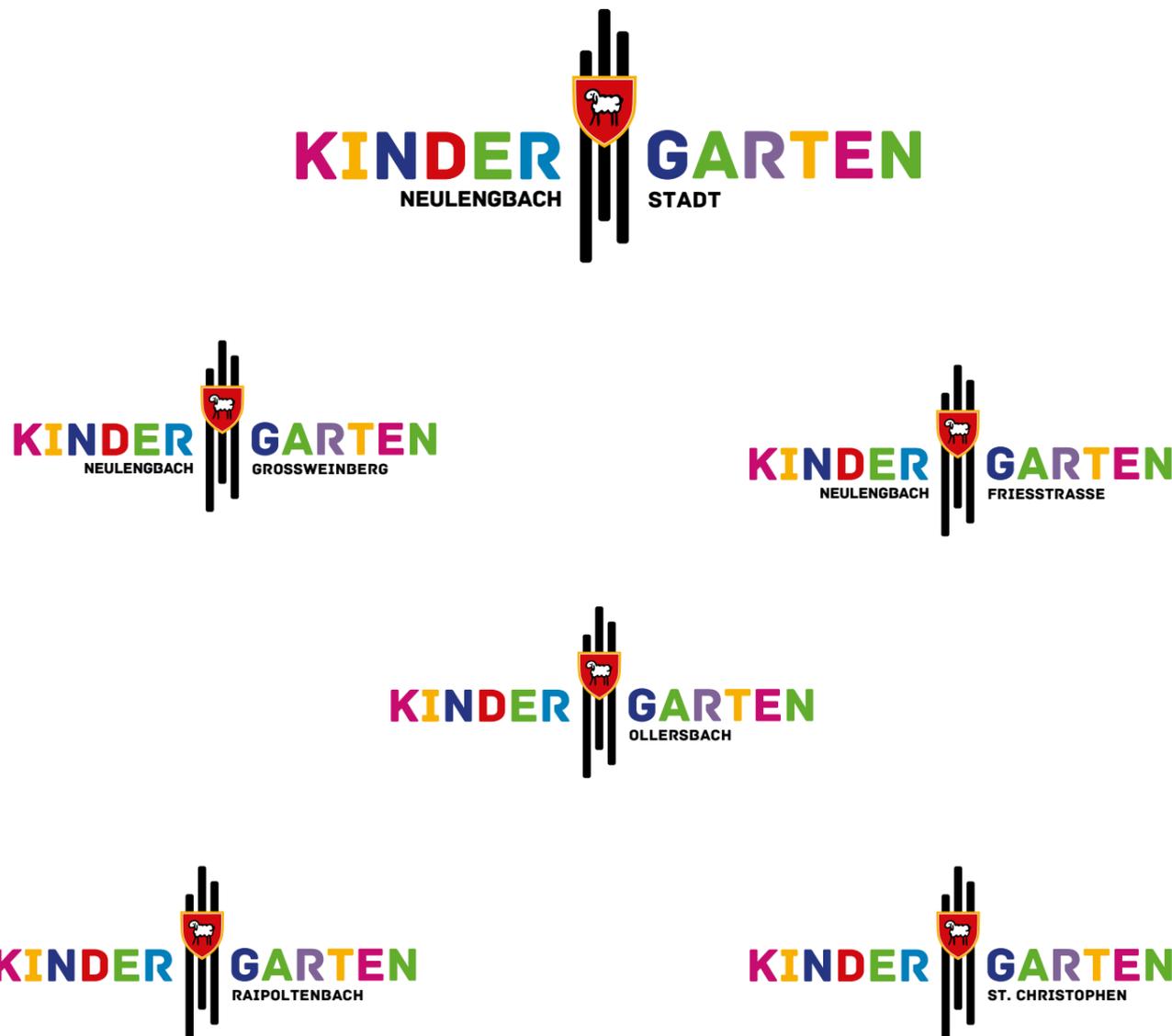
Submarken mit enger Bindung an Dachmarke

STANDORT = FLANKER

Das Logo des Kindergartens als städtische Institution wurde ebenfalls bewusst nah an der Optik der Dachmarke gehalten. Um es kindgerecht und fröhlich zu gestalten, wurden die Farben der Buchstaben eingefärbt. Als Flanker wird der Standort der jeweiligen Filiale geführt.

- SUBMARKEN -

- SUBMARKEN -



NÖ Landeskindergarten der Stadtgemeinde Neulengbach



NÖ Landeskindergarten der Stadtgemeinde Neulengbach

Ergänzung einer verpflichtenden Information (Logo/Wortlaut)

Das Niederösterreich-Logo und ein vorgegebener Wortlaut müssen beim Kindergarten-Logo für bestimmte Anwendungen mitgeführt werden. Hier wird sichtbar, wie solch eine Kombination, simpel gelöst, aussehen kann.

Grad der Integration

- Dachmarke integriert (Flanker)
- differenziert (Endorsed)
- separiert

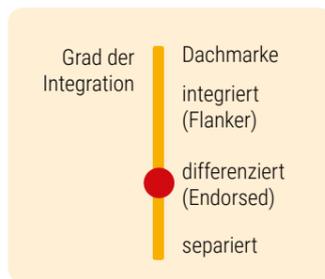
Grad der Integration

- Dachmarke integriert (Flanker)
- differenziert (Endorsed)
- separiert

Submarken mit loserer Bindung an Dachmarke

NEULENGBACH = FLANKER

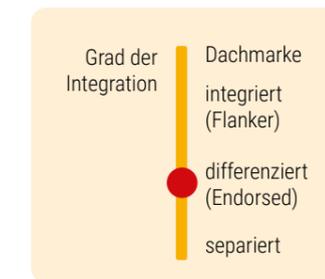
Manche Einrichtungen benötigen eine höhere Eigenständigkeit oder es existiert bereits ein Bildelement, das weiterverwendet werden soll. Die Dachmarke wird daher als Ingredient-Brand (endorsed) mitgeführt. Der Dreiklang kann durch das bestehende Bildelement ersetzt werden.



Logovorschläge // NOCH NICHT freigegebene Submarke

Verpflichtende Bestandteile

für Endorsed Brands um die Zugehörigkeit zur Dachmarke zu gewährleisten sind:
Stadtgemeinde Neulengbach als Flanker
CI-Schrift Archive
Verwendung der CI Farben.
Optional kann das Lamm, der Dreiklang oder eine Script-Schrift zum Einsatz kommen.



DIE LAYOUT-BAUSTEINE

Markenkonforme Gestaltungsmöglichkeiten

Unsere Online-Toolbox sowie die Bandbreite an Gestaltungsoptionen (von schlicht bis komplex) ermöglichen den unkomplizierten Umgang mit der Stadtmarke für einfache Umsetzungen im Office-Bereich bis hin zu Kreation und Design in Grafik-Agenturen. Die folgenden Seiten vermitteln einen kurzen Überblick über die wesentlichen Bausteine im Layout und deren Anwendung.

Aus den bereits angeführten Bausteinen der Marke und einigen weiteren Layoutbestandteilen kann die Gestalterin bzw. der Gestalter unkompliziert und schlicht designkonform arbeiten. Dem erfahrenen Designer bleibt ausreichend Spielraum, das Layout der neuen Marke darüber hinaus auf das jeweilige Thema kreativ umzulegen.

Designs, die mit der Verwaltungsmarke der Stadtgemeinde Neulengbach

versehen werden, sollen individuell mit der Stadtverwaltung abgestimmt und von dieser zur Veröffentlichung freigegeben werden.

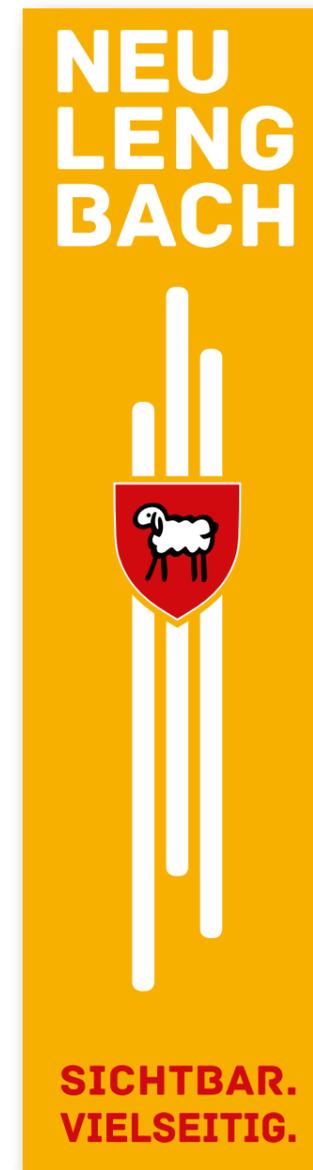
Simple Wordvorlagen bzw. Plakatvorlagen und einzelne Gestaltungselemente sowie Schriften stehen auf unserer Toolbox zum Download zur Verfügung.

> marke.neulengbach.gv.at

Die folgenden Seiten zeigen exemplarische Layouts und die umfangreichen Umsetzungen, um ein Gefühl für die Optik und das Erscheinungsbild der Marke zu vermitteln. Häufig verwendete und typische Layout-Bausteine werden nebenstehend erklärend beschrieben.

- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -

- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -



> Stadtfahne auf Gelb



> Einsatz von Gelb im Editorial Layout



> Einsatz des roten Balkens bei Hinweisschildern



> Gelbe Liegestuhlbespannung



> Einladungskarte (Vorderseite) mit Foto und rotem Abschlussbalken

Einsatz der CI-Farben

Für größere Flächen und Hintergründe soll die Farbe GELB als unpolitische, fröhliche Farbe gewählt werden! Die Hauptfarbe ROT dient vorrangig zur Akzentuierung von Headlines und Textelementen oder ggf. um Signalwirkung zu erzielen.

Die Farbe ROT soll nicht großflächig und vollflächig (100%) zur Gestaltung verwendet werden!

Um das ROT als Hauptfarbe im einem Layout zu wiederholen, eignet sich bei abfallenden Drucksorten der Einsatz eines roten, schmalen Balkens an der Unterkante der Drucksorte (häufig in Kombination mit weißem Hintergrund, wenn die Gestaltung neutral gehalten wird oder mit starkem Bildmaterial kombiniert ist).

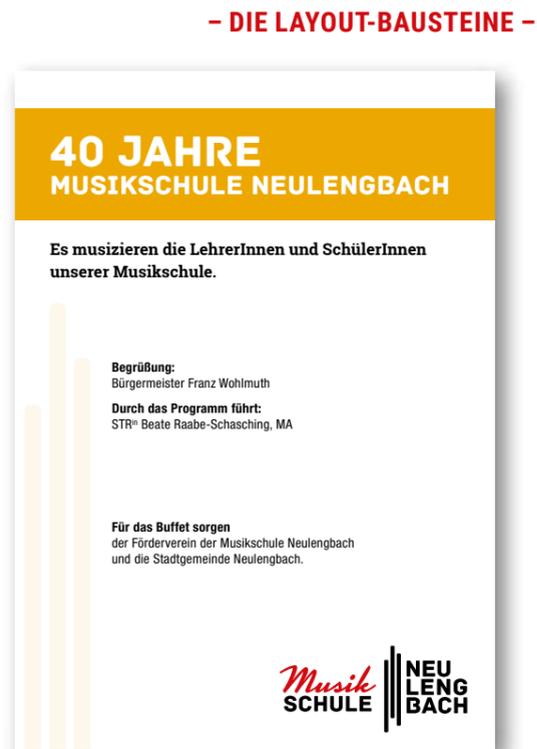
Typografie

Die **CI-Schrift Archive**, die auch im Logo vorkommt und das markante typografische Erscheinungsbild der Marke ausmacht, kann bei Printprodukten bevorzugt im Bereich **Logo, Claim und Auszeichnungsschrift** zum Einsatz kommen – empfohlen ist der sparsame Einsatz. Da die Schrift Archive ausschließlich über Versalien verfügt, ist sie für den Einsatz von längeren Texten nicht geeignet.

Fließtexte können je nach Einsatz in Roboto Slab Serif oder Robot Condensed gesetzt werden – häufig kann eine Kombination aus beiden sinnvoll sein. Schnitte von Light bis Bold bieten zahlreiche Differenzierungsmöglichkeiten in der Textgestaltung.



> Einsatz der CI-Schriften im Layoutentwurf des Stadtplans



> Schrifteinsatz auf Einladungskarte (Rückseite)



> Schrifteinsatz auf Plakat (siehe oben) und Sticker (unten) unter Anwendung einer ergänzenden CI-Farbe (grün)



11 %

beträgt der Bürgermeis-
terinnenanteil in Nieder-
österreich.

> Anwendung im Editorial-Bereich des Blickpunkts; Kombination von Archive und Roboto Condensed



> Kombiniertes Einsatz von Roboto Sans Serif und Roboto Slab Serif auf den Visitenkarten der Stadtgemeinde Neulengbach



- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -

- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -



> Einsatz der Roboto Slab Serif direkt auf Bild bei den Tafeln der Stadteinfahrten



Fließtext wird in **Schwarz** gesetzt; Akzente, Headlines, Zwischentitel u.s.w. bieten sich in **Rot** an oder unter Anwendung einer der **erweiterten CI-Farben**.

Auch der **Negativ-Einsatz** der Schriften, z. B. als Störer, Teaser, in Infokästen oder direkt auf Bildmaterial ist erlaubt.

Kommt **Schrift in Gelb** auf weißem Hintergrund zum Einsatz, empfiehlt sich das „Background-Gelb“ (siehe dazu „Farbwelt“ auf Seite 18) zu verwenden, um eine bessere Lesbarkeit zu erzielen.



> Einsatz der Schriften auf der Stadtlauf-Urkunde

Kalenderblatt

Das Kalenderblatt-Element dient im Rahmen der neuen Marke dem schnellen Wiedererkennen von Ankündigungen und Terminen. Das Kalenderblatt zählt als wichtiges Gestaltungselement auf Plakaten, Online und im Editorial-Bereich (Blickpunkt) u.s.w. Es kann farblich an die Drucksorte angepasst werden.

Die Verwendung des Kalenderblatts für Datumsangaben entscheidet der Gestalter bzw. die Gestalterin. **Der Einsatz ist nicht zwingend.**

(Die Datumsschreibweise auf diesem Element stellt aus optischen Gründen eine Ausnahme zu den vorgegebenen Schreibweisen laut Seite 20 dar.)

FREITAG
27
OKTOBER
AB
18:00
Markt
Neulengbach

> Das Kalenderblatt-Element in klassische Ausführung Rote Schrift auf Weiß

AB
DONNERSTAG
17
AUGUST
VHS

FR
20
10

> Das Kalenderblatt-Element angepasst für die Verwendung im Blickpunkt Neulengbach (links) bzw. für die Bühne im Gericht (rechts)

- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -

- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -

AUS DER REGION
Buchtipps



Nachdem das Buch „**St. Christophen und Umgebung. Geschichte, alte Ansichten und Tradition**“ bei der Bevölkerung im November 2010 so gut angekommen ist, habe ich mich entschlossen weiterzumachen. Bestärkt durch meine Sammlung und mit Unterstützung der St. Christophener Bevölkerung, die noch immer verborgene Schätze aus alter Zeit „ausgrub“, begann ich ein weiteres Buch, das dritte insgesamt, zu schreiben.

Im November 2016 war es so weit, mit dem Titel: „**St. Christophen im Wandel der Zeit. Zwischen Schöpfl und Buchberg und Mühlen im Laabental**“. Das Buch ist mit 255 Seiten, über 600 Ansichtskarten, Fotos und originalen Unterlagen bestückt. Besonders waren es die Ausflugsziele und Mühlen im Laabental, die mich zum Suchen von alten Fotos und Unterlagen anspornten. Vom Schöpfl bis Buchberg und Klamm mit der ersten Mühle am Laabenbach bis zur letzten, der Steghofmühle am Laabenbach.

St. Christophen im Wandel der Zeit: Das Buch kostet EUR 27,- und gibt es in der Bäckerei Berger in St. Christophen, in Neulengbach, Trafik „Alter Markt“, Raiffeisenbank und Volksbank zu kaufen.

> Infokasten-Element aus dem Blickpunkt

FR
20
10

> Datums-Element

TEASER-ELEMENT

TEASER-ELEMENT

TEASER-ELEMENT

> Teaser-Element

Abgerundete Ecken

Sowohl der Dreiklang als auch die Hauptschrift Archive verfügen über abgerundete Ecken. Somit zählen abgerundete Elemente zu einem Hauptmerkmal der neuen Marke, im Einsatz etwa bei Textkästen, Teaserelementen u. Ä. Auch in der Endfertigung von Druckprodukten können abgerundete Ecken den letzten Schliff verleihen – etwa bei Schildern oder ausgewählten Printproduktionen.

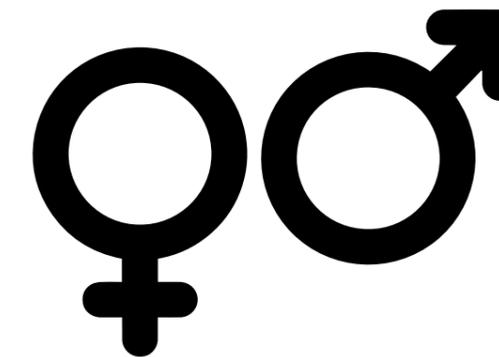
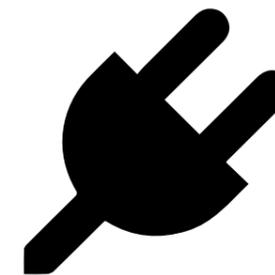
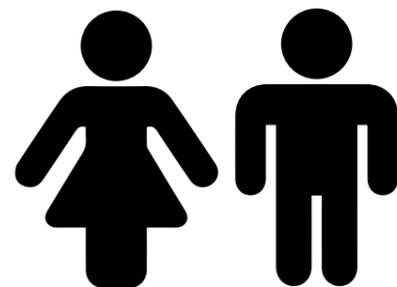
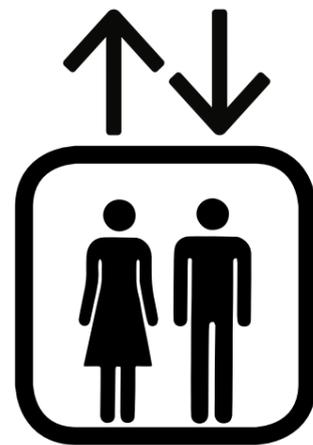
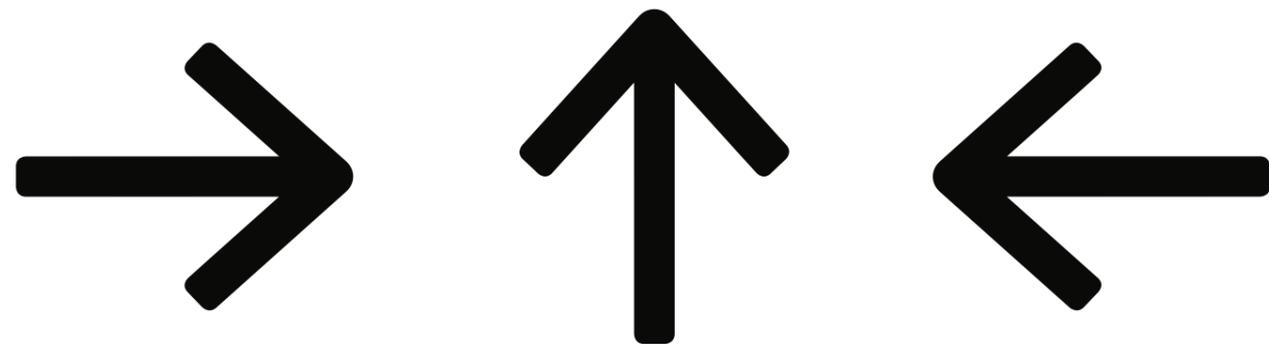
Piktogrammstil und Symbole

Auch bei den Piktogrammen ziehen sich die **abgerundeten Ecken** durch und sind maßgeblich für den Stil der Icons und Piktogramme.

Für die neue CI wurden eigens Pfeile entwickelt, die im Rahmen von Leitsystem & Hinweisschildern verwendet werden sollen, um hier ein homogenes Erscheinungsbild zur besseren Orientierung zu ermöglichen.

Die Pfeile stehen auf unserer Toolbox zum Download bereit.

<http://marke.neulengbach.gv.at/toolbox/>



Nach Bedarf können die benötigten Piktogramme und Icons passend zum Erscheinungsbild selbst gebaut werden.

Als Beispiele für Icons, die zur Marke der Stadt passen, können die Symbole des „Font Awesome“ angesehen werden.

> <http://fontawesome.io/icons/>

Bildstil

Neben dem Einsatz von Bildmaterial wird bevorzugt mit professionellen Fotografen aus der Region zusammengearbeitet bzw. alternativ, wenn es schnell gehen muss, mit hochwertigem Fotos aus dem Stock bzw. von Bildagenturen.

Wert gelegt wird auf Fotomaterial in einem modernen fotografischem Stil: helle, freundliche Lichtakzente und Stimmung; aus anspruchsvollen, ev. ungewöhnlichen Perspektiven; aufgenommen mit einer reizvollen Tiefenschärfe.



> Fotografin: Maria Hörmandinger aus Neulengbach (www.photodesignerin.at)



> Hobbyfotograf: Helmut Leonhartsberger aus Neulengbach

> Foto oben: message The Inspiration Company/Karl Hintermeier
> Foto unten: shutterstock.com/Jack Frog

Bildcredits und Namen der Fotografen sollen auf den Drucksorten und Online stets angegeben werden.



> Plakat mit Lightspots-Background



> Plakat mit Vorhang-Optik-Background



> Flyer mit goldigem Farbverlauf



> Teaser mit femininem Farbwolken-Background

Texturen

Nicht immer ist der Einsatz von Fotomaterial passend und möglich. Durch plakativen Einsatz der Typografie erreicht man auch unter Einsatz von passenden Texturen oder Farbverläufen stimmungsvolle Effekte und große Wiedererkennung zur Marke.

- DIE LAYOUT-BAUSTEINE -

- TOOLBOX -



ONLINE TOOLBOX

Die wichtigsten Eckdaten zur neuen Stadtmarke Neulengbach sowie Gestaltungsmaterial und das komplette Brandbook zur Ansicht und zum Download finden Sie online!

> marke.neulengbach.gv.at/toolbox <

Freigabeprozesse und Abstimmungen zu Designs und Layouts sind mit der Stadtverwaltung der Stadtgemeinde Neulengbach eigenständig zu erledigen! Danke im Voraus!

BEST PRACTICE

Gestaltungsumsetzungen im Rahmen der neuen Stadtmarke

Auf den folgenden Seiten findet sich eine Auswahl an grafischen Umsetzungen, die seit dem Beschluss der neuen Stadtmarke veröffentlicht wurden.



> Visitenkarten (Vorder und Rückseite)

SICHTBAR. VIELSEITIG.



BÜRGERMEISTER
E-Mail: franz.wohlmuth@neulengbach.gv.at
Sprechstunde: Di. 16.00–18.30 Uhr

An
Dipl. Ing. Martina Mustermann
Musterstraße 68
3040 Neulengbach

Neulengbach am 23. April 2017

Betreff: Blindtext bezüglich Blindtext

Sehr geehrte Frau Mustermann,

Nus nimint et quatum nobisquatem am qui untius, et aut fugias eum exceri dolupta eum none rest, ipsaped quatemquiae reptatquo eos ant, conse voluptatem laborestio. Ximus solorum harum illaut as ea con nectem repuda non cus et eossincae ipsa dem veliquo que es solorempor accus sim rem. Et officii odi omnit dis everume nimolent laut ratur sit voluptatios que verum qui quibus.

Ti cupta con cum quiatiam fuga. Lendebis vellicet aturecus et provid ulla ilibus autet volupta voluptatur, culparunti omnihil iur auta porepudis secum quat accuptati doluptam est, qui vorum quati retrovid maxim nihiciis et antest, to maiorunt.

Utem voluptatur re parcius rat aut experere et fuga. Et vel molessitam, se consequ aturiorum, con pra quasit dolumque lam acerumqui aut velestiam lita di sitis doloreium venis exeribus evendit, tem reicidu cimpor aut quo illoribus et esequam, ab illum ipienihitium doliique omnimperatio vendit arum ullaam re iuntore stiae.

Ut eume nobis ariandebis et que endaerf erchic to coribus ut am ullaceaquam rero dolupta temostia cus veratis as explacea as aut id quo venimenis aut ulles idelese nihillores aut autas eat pratur re audit inum exces del mi, ut quatatem. As eos as magnam faceribero mi, te omnihitatem doluptatios est il et es excepro vitaes si ulparum, sene landant aut pe cones ium volluptat lanimus, sit laceatur?

Adit officie quatur, sunt porporepudae nonsene mporrum que quid que con non perera doluptatem sundeseetur?

Mit freundlichen Grüßen,

Gabriela Buchbinder
Bürgerservice



Kirchenplatz 82, A-3040 Neulengbach | Politischer Bezirk St. Pölten, Land Niederösterreich
Tel.: +43 2772 52105, Fax: +43 2772 52105-55 | UID: ATU 16254602 | DVR: 0112623
www.neulengbach.gv.at

> Briefpapier der Stadtgemeinde Neulengbach; mit und ohne Claim; das Briefpapier steht der Stadtgemeinde in unterschiedlichen Ausführungen als Wordvorlage zur Verfügung (Besprechungsprotokoll, Aktenvermerk, Faxvorlage, Buchhaltung, ...)



BÜRGERMEISTER
E-Mail: franz.wohlmuth@neulengbach.gv.at
Sprechstunde: Di. 16.00–18.30 Uhr

An
Dipl. Ing. Martina Mustermann
Musterstraße 68
3040 Neulengbach

Neulengbach am 23. April 2017

Betreff: Blindtext bezüglich Blindtext

Sehr geehrte Frau Mustermann,

Nus nimint et quatum nobisquatem am qui untius, et aut fugias eum exceri dolupta eum none rest, ipsaped quatemquiae reptatquo eos ant, conse voluptatem laborestio. Ximus solorum harum illaut as ea con nectem repuda non cus et eossincae ipsa dem veliquo que es solorempor accus sim rem. Et officii odi omnit dis everume nimolent laut ratur sit voluptatios que verum qui quibus.

Ti cupta con cum quiatiam fuga. Lendebis vellicet aturecus et provid ulla ilibus autet volupta voluptatur, culparunti omnihil iur auta porepudis secum quat accuptati doluptam est, qui vorum quati retrovid maxim nihiciis et antest, to maiorunt.

Utem voluptatur re parcius rat aut experere et fuga. Et vel molessitam, se consequ aturiorum, con pra quasit dolumque lam acerumqui aut velestiam lita di sitis doloreium venis exeribus evendit, tem reicidu cimpor aut quo illoribus et esequam, ab illum ipienihitium doliique omnimperatio vendit arum ullaam re iuntore stiae.

Ut eume nobis ariandebis et que endaerf erchic to coribus ut am ullaceaquam rero dolupta temostia cus veratis as explacea as aut id quo venimenis aut ulles idelese nihillores aut autas eat pratur re audit inum exces del mi, ut quatatem. As eos as magnam faceribero mi, te omnihitatem doluptatios est il et es excepro vitaes si ulparum, sene landant aut pe cones ium volluptat lanimus, sit laceatur?

Adit officie quatur, sunt porporepudae nonsene mporrum que quid que con non perera doluptatem sundeseetur?

Mit freundlichen Grüßen,

Gabriela Buchbinder
Bürgerservice



Kirchenplatz 82, A-3040 Neulengbach | Politischer Bezirk St. Pölten, Land Niederösterreich
Tel.: +43 2772 52105, Fax: +43 2772 52105-55 | UID: ATU 16254602 | DVR: 0112623
www.neulengbach.gv.at



Kirchenplatz 82, 3040 Neulengbach





Kirchenplatz 82, 3040 Neulengbach




> Kuverts in den gebräuchlichen Formaten C4, C5, C5/6, C6/5



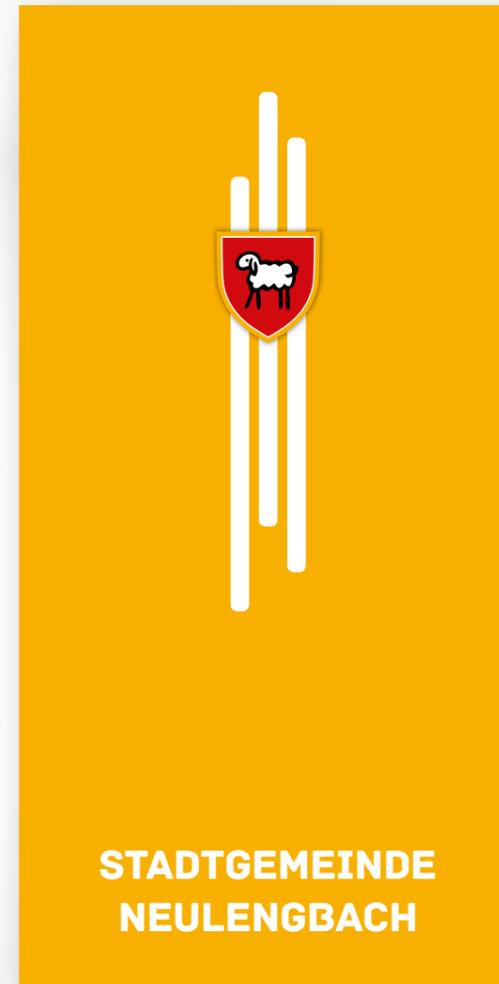
Kirchenplatz 82, 3040 Neulengbach





DER BÜRGERMEISTER
Kirchenplatz 82, 3040 Neulengbach





> Grußkarten in zwei Formaten (innen weiß zur handschriftlichen Beschriftung oder Eindruck)



STADir. Leopold Ott
STADTGEMEINDE NEULENGBACH

Kirchenplatz 82, 3040 Neulengbach
 Tel.: +43 2772 52105-0 Fax: +43 2772 52105-55
 E-Mail: Leopold.Ott@neulengbach.gv.at
www.neulengbach.gv.at

 Bitte denken Sie an die Umwelt, bevor Sie diese Nachricht ausdrucken!

VERTRAULICHKEIT: Diese Nachricht ist ausschließlich für denjenigen bestimmt, an den sie adressiert ist und kann vertrauliche Informationen enthalten. Falls Sie nicht der Empfänger dieser Nachricht sind, weisen wir Sie darauf hin, dass die unberechtigte Weitergabe oder Verwendung sowie das unberechtigte Verteilen oder Kopieren dieser Nachricht strikt untersagt sind. Falls Sie diese Nachricht irrtümlich erhalten haben, vernichten Sie sie bitte sofort.

CONFIDENTIALITY: This message is intended only for the use of the individuality or entity to which it is addressed and may contain information that is privileged, confidential and exempt from disclosure. If you are not the intended recipient you are notified that any dissemination, distribution, use or copying of this communication is strictly prohibited. If you received this message in error, please immediately destroy this message.

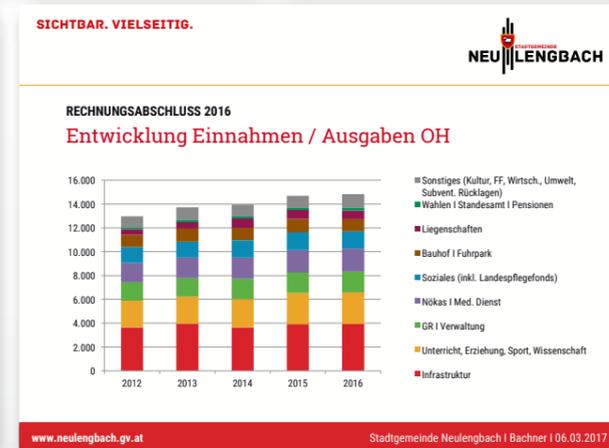
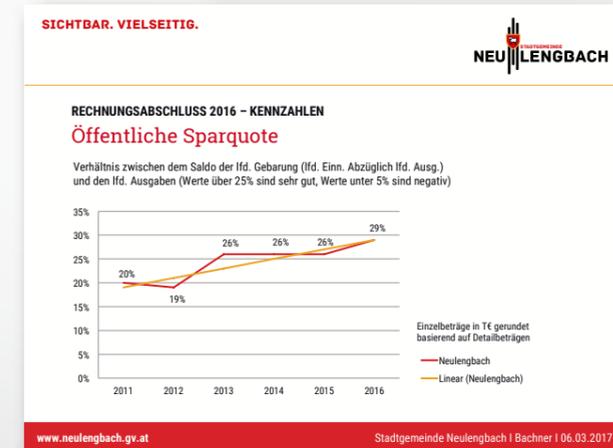
> E-Mail-Signatur der Stadtgemeinde Neulengbach



> Urkunden (oben) und Urkundenhülle/Umschlag (rechts)



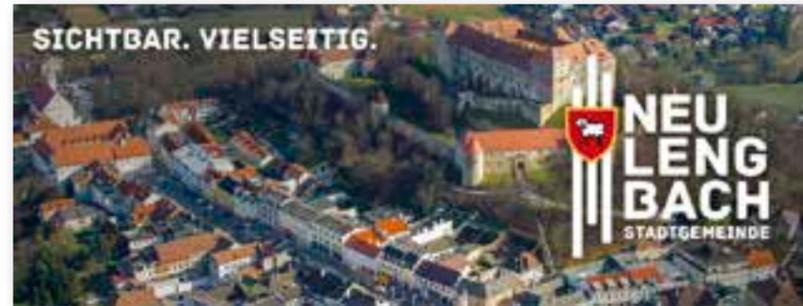
> Gutschein der Stadtgemeinde Neulengbach



> Designkonzept für den neuen Webauftritt im Responsive Design

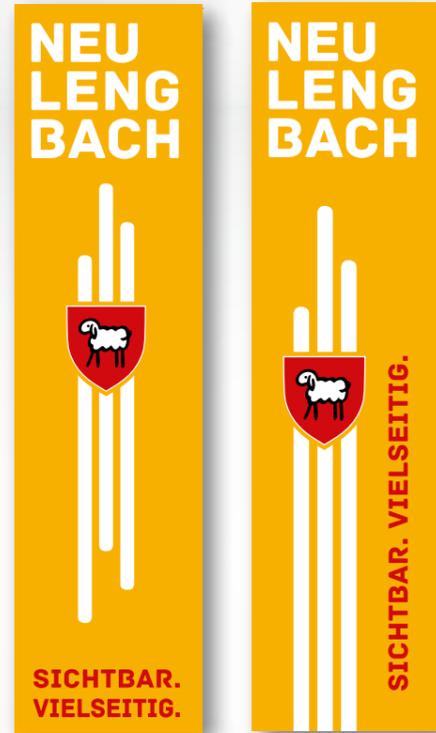


> Profilbild und Headerlösungen im Bereich Social Media



> Eventeinladung bzw. Infoaussendung

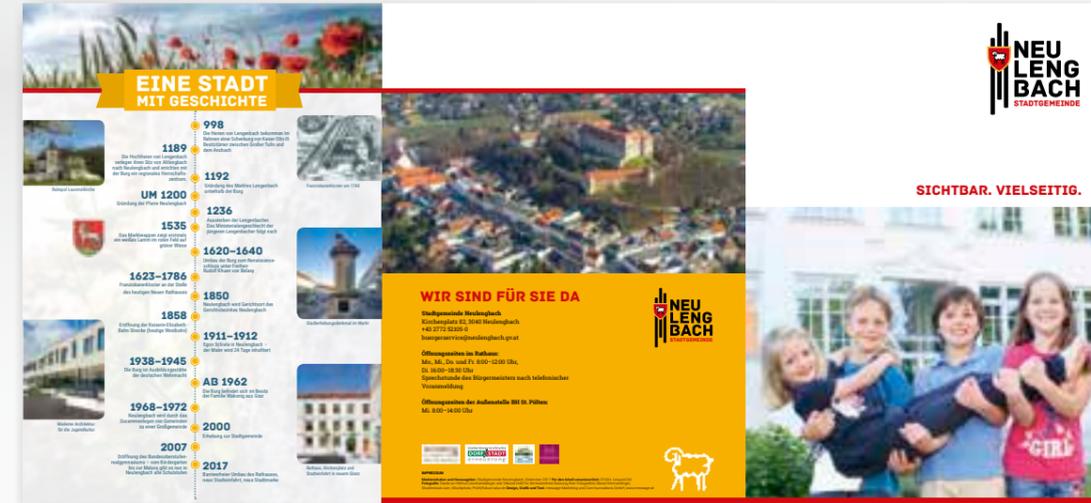
> Die Agentur message bietet mit ihrem maßgeschneiderten Tool für Einladungs- und Teilnehmermanagement auf professionelle Weise Veranstaltungseinladungen und Infoaussendungen an.



> Stadtfahnen vor dem Neuen Rathaus für die bestehenden Fahnenmasten in der Größe 1 x 4 m



> Schlichter Banner für Repräsentationszwecke in der Größe 5 x 1 m



> Folder im aufgeklappten Zustand außen (oben) und innen (unten)



> Cover des Imagefolders der Stadt Neulengbach in der Größe Überformat A4 (geschlossen)



SICHTBAR. VIELSEITIG.



Die neue Marke der Stadtgemeinde Neulengbach

Neulengbach hat eine perfekte Lage zwischen Wien und St. Pölten. Ein neues, modernes Erscheinungsbild und die fokussierte inhaltliche Positionierung helfen die Potenziale und Chancen der Stadt in Zukunft noch besser zu nutzen.

Stadtgemeinde Neulengbach. Die Entscheidung ist gefallen: Nach einem breit angelegten, mehrmontatigen Dialogprozess mit den BürgerInnen der Stadt Neulengbach wurde am Di, 2.5.2017 das neue Markenkonzept vom Gemeinderat einstimmig beschlossen. „Das Projekt Marke Neulengbach ist für uns wirklich mustergültig gelaufen“, freut sich GR-Ausschussvorsitzender Vizebürgermeister Alois Heiss. „Wir haben in einem Beirat aus über 60 Bürgerinnen und Bürgern die Ziele und Themen unserer neuen Marke in mehreren Workshoprunden erarbeitet und intensiv diskutiert.“ Die von der Stadtmarken-Agentur Message darauf aufbauend entwickelten Konzepte und Entwürfe konnten dann wiederum in drei Dialogausstellungen von der Bevölkerung kommentiert und bewertet werden. Insgesamt nutzten diese Gelegenheit knapp 400 BürgerInnen.

Die Story Neulengbach: Sichtbar. Vielseitig. Den Kern der neuen Marke bilden ein neues grafisches Erscheinungsbild sowie die inhaltliche Fokussierung auf den Claim Sichtbar. Vielseitig. „Eine Marke ist mehr als ein Logo oder ein Corporate Design. Eine Marke ist eine Geschichte, eine Story“, erklärt Stadtmarken-Entwickler Karl Hintermeier. Die Neulengbach-Story baut auf den zwei zentralen Themen Sichtbarkeit und Vielseitigkeit auf. Die Sichtbarkeit bezieht sich nicht nur auf die weithin sichtbare Burg und Anlage des Ortskerns von Neulengbach. Sichtbarkeit bezieht sich auch auf die Stellung, die Neulengbach in der Region bereits jetzt inne hat und in Zukunft noch stärker einnehmen möchte. „Es geht darum, dass wir Impulsgeber für die Region und den Bezirk sind“, ist sich Bürgermeister Franz Wohlmuth der Position und Verantwortung Neulengbachs bewusst. Ebenso schätzen die Neulengbacherinnen und Neulengbacher die Vielseitigkeit ihrer Stadt: Natur, Dörfer und Stadt, vielfältige Einkaufsmöglichkeiten, ein buntes Vereinsleben, ein immer breiter werdendes Kulturangebot – in Neulengbach vereinen sich scheinbare Gegensätze zu einem vielseitigen Ganzen. Der Markenkern wird auch in der neuen Werbelinie unter dem Motto „Stadt trifft Land“ aufgegriffen. In mehreren Slogans und Sujets werden die zentralen Themen der Stadt gespielt und die Vielseitigkeit Neulengbachs inszeniert.

Seite 1/2

> Pressemappe (Vorder- und Rückseite) und Presseausendung im Format A4

SICHTBAR. VIELSEITIG.



Durchgehendes Designkonzept für mehr Identität

Das neue Logo der Stadt ist klar, sehr reduziert und baut auf den Elementen Schrift, Wappen und drei – vom Designerteam rund um Karl Hintermeier als „Dreiklang“ bezeichneten – Stäben auf. Die Inspiration dafür lieferte das Landmark Burg in ihrer auf den Wehrturm reduzierten Form sowie der Dreiklang des Wortes NEU-LENG-BACH. Die drei Stäbe sind aber auch ein Symbol für den Dreiklang, in dem MENSCH – STADT – LAND schwingen. Um für das neue Logo einen breiten Einsatz zu ermöglichen, wurden eine Standortmarke (ohne Wappen) und eine Verwaltungsmarke (mit Wappen) geschaffen. Daraus lassen sich vielfältige Möglichkeiten für die Gestaltung von Sub-Brands ableiten. Gleichzeitig wurde auch das gesamte Corporate Design der Stadt modernisiert und durchgehend auf die Marke abgestimmt. So entsteht ein starker, identitätsfördernder Auftritt.

Zeitpunkt günstig gewählt: Projekt läuft im Rahmen der NÖ Stadterneuerung.

Begleitet wurde das Projekt von der NÖ Stadterneuerung. Projektbegleiter Daniel Brüll: „Uns ist wichtig, dass Positionierungsprojekte im Dialog mit der Bevölkerung entstehen – eine Stadtmarke muss breit akzeptiert sein und von Vielen getragen werden. In den Projektkosten von rund 50.000,- EUR sind neben der Entwicklung der Marke auch bereits eine Vielzahl von konkreten Umsetzungen enthalten. So wurde die Stadteinfahrt über den Klosterberg Markengerecht gestaltet, die Erstausgabe der Stadtzeitung Blickpunkt, des Neu-Design der Website, ein neuer Imagefolder, das Leitsystem im neuen Rathaus. „Wir haben die Entwicklung der Stadtmarke mit einigen anderen Infrastrukturprojekten geschickt zusammengelegt – es wären ohnedies Gestaltungsarbeiten nötig gewesen“, erklärt Stadtdirektor Leopold Ott, weshalb gerade jetzt der Zeitpunkt besonders günstig war. Zudem wird erwartet, dass die Entwicklungskosten zur Hälfte vom Land Niederösterreich im Rahmen der NÖ Stadterneuerung gefördert werden.

Mehr Informationen am Marken-Blog der Stadt

Die Entstehungsgeschichte der Marke sowie ab Juli 2017 eine Online-Toolbox mit vielen Downloads finden Sie am Marken-Blog der Stadt: marke.neulengbach.gv.at

Rückfrage Hinweis:

Stadtgemeinde Neulengbach
Ilona Muhr
+43 2772 521052
ilona.muhr@neulengbach.gv.at

Seite 2/2

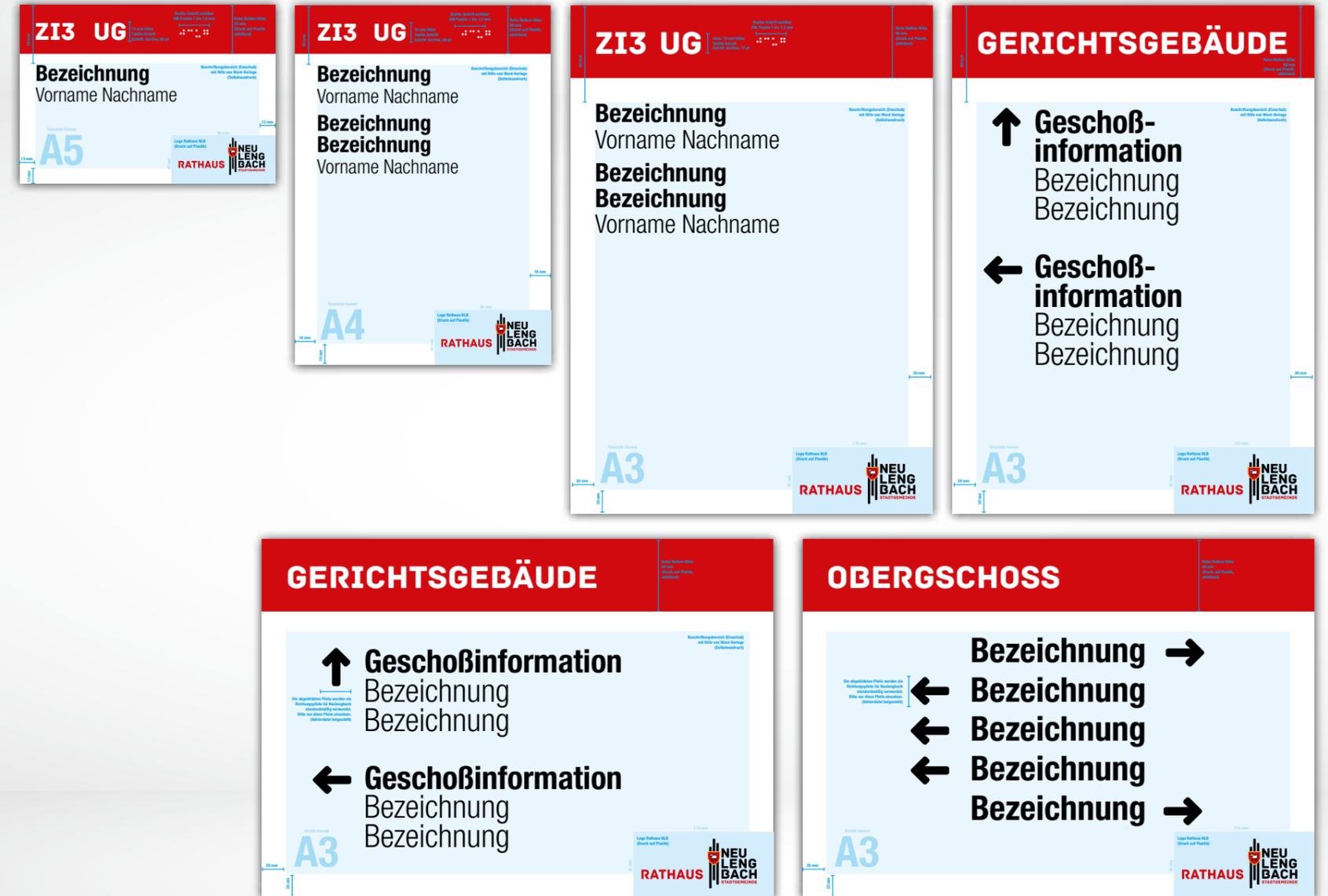


> Umsetzung der zweiseitigen Informationsstele vor dem Neuen Rathaus, Stadteinfahrt Klosterberg (links)
> Konzept und Design für Informationsstelen in unterschiedlichen Ausführungen (unten)





> Hinweisschilder am Neuen Rathaus



> Gestaltungsvorschlag für Raumbeschriftungen in öffentlichen Gebäuden



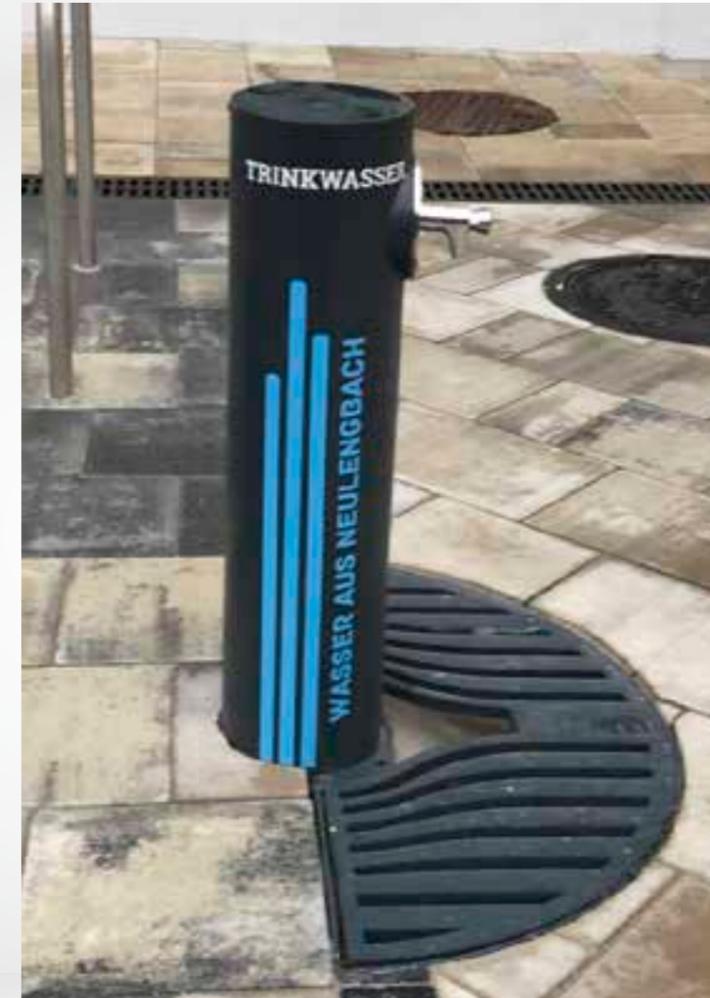
> Beklebungen an Glasflächen sowie an den Wänden im Neuen Rathaus zur besseren Orientierung



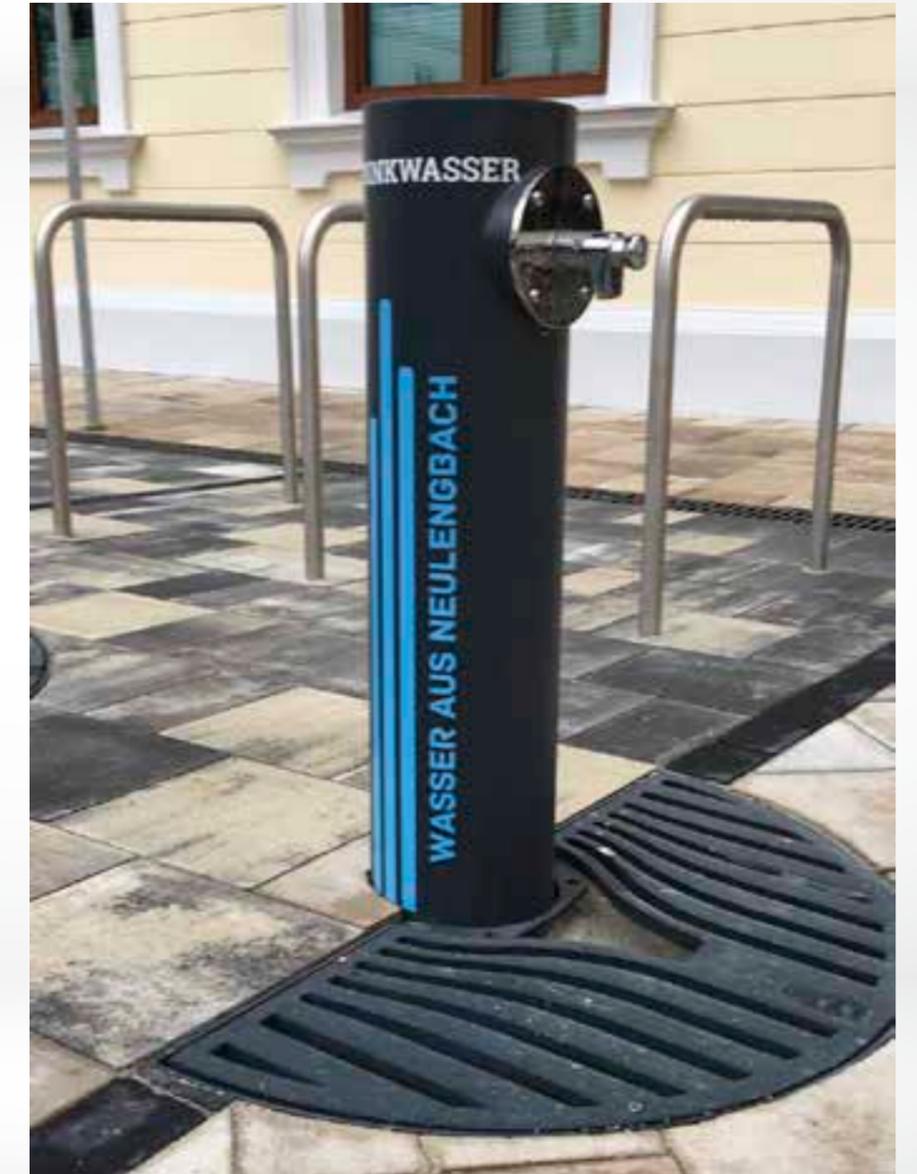
> Beklebung und Branding der stadt-eigenen Fahrzeuge



> Stadtmarkenbranding aus Cortenstahl bei der Stadteinfahrt Klosterberg gegenüber vom Neuen Rathaus

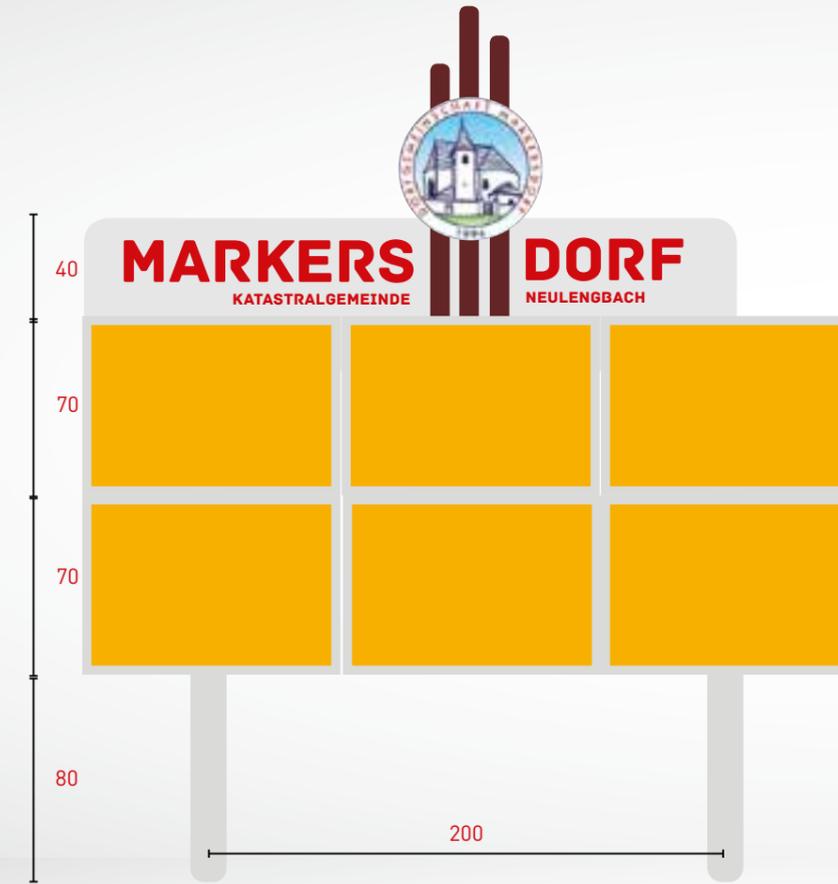


> Beklebung des Trinkbrunnens am Egon-Schiele-Platz





> Branding der Schaukästen



> Design für einen Schaukasten (oben) bzw. eine Stele (rechts oben) für die Katastralgemeinde Markersdorf





> Banner, Budenbeschriftungen, Fahnen u.v.m. für das Branding des „Neulengbacher Advents“



> Branding des Neulengbacher Wickelrucksackes



> Gebrandete Liegestühle für div. Veranstaltungen



> div. Printprodukte im passenden Subbranding für die Aktion „Wadlpass“



HALLOWEEN SHOPPING
NÄCHTLICHES EINKAUFSERLEBNIS MITTEN IN NEULENGBACH!

FREITAG 27 OKTOBER AB 18:00
Markt Neulengbach

Informationen auf www.aktivewirtschaft.at

UNSER PROGRAMM FÜR SIE:

- FF Neulengbach Feuerwehrauto-Rundfahrten
- Rotes Kreuz Neulengbach – Einsatzfahrzeug für Groß und Klein
- Überraschungsprogramm für Kinder mit den Neulengbacher Tagesmüttern & EKIZ
- Karateschule Itokai mit Karate-Hüpfburg
- Golf-Puttingmatte, Footgolf
- Holzspielsachen & Kinderschminken
- Trommelrhythmen am Lagerfeuer
- Schmankerl & Spezialitäten aus der Region, Foodtrucks
- Kreatives & Getöpferes
- „Wadpass“-Verlosung

AKTIVE WIRTSCHAFT
NEULENGBACH SICHTBAR. VIELSEITIG.

> Design und Printprodukte für das „Halloween Shopping“ der Aktiven Wirtschaft

HALLOWEEN SHOPPING
NÄCHTLICHES EINKAUFSERLEBNIS MITTEN IN NEULENGBACH!

FREITAG 27 OKTOBER AB 18:00
Markt Neulengbach

- Besondere Angebote in den Geschäften
- Schmankerl & Spezialitäten aus der Region
- Kinderprogramm u.v.m.

Informationen auf www.aktivewirtschaft.at

AKTIVE WIRTSCHAFT
NEULENGBACH SICHTBAR. VIELSEITIG.

TONKÜNSTLER ORCHESTER

NEUJAHRSKONZERT

Tonkünstler ORCHESTER

DONNERSTAG 13 JÄNNER 18:00
Schulzentrum Neulengbach

TICKETS VVK 32,- (AK 37,-)
Karten in den Trafiken in Neulengbach, Infobüro, Gemeindeamt

EINLASS ab 17:00 Uhr, Freie Platzwahl

P+R Weitere Parkmöglichkeit in der P&R Anlage

SICHTBAR. VIELSEITIG. **NEULENGBACH**
STADTGEMEINSCHAFT

> Drucksorten für das Neujahrskonzert inkl. Postwurfsendung und Eintrittskarten

TONKÜNSTLER ORCHESTER

NEUJAHRSKONZERT
Tonkünstler ORCHESTER

Donnerstag, 13. JÄNNER 2018
18:00 UHR

Das Tonkünstler-Orchester ist mit seinen drei Residenzen – im Musikverein Wien, im Festspielhaus St. Pölten und in Grafenegg – einer der größten und wichtigsten musikalischen Botschafter Österreichs.

Tickets
VVK 32,- (AK 37,-)
Karten in den Trafiken in Neulengbach, Infobüro, Gemeindeamt

Einlass
ab 17:00 Uhr
Freie Platzwahl

P + R
Weitere Parkmöglichkeit in der P&R Anlage

SICHTBAR. VIELSEITIG. **NEULENGBACH**
STADTGEMEINSCHAFT

KULTURSTADT NEULENGBACH

EINTRITTSKARTE TONKÜNSTLER ORCHESTER

DO 13 01 **BEGINN 18:00 UHR, EINLASS 17:00 UHR**
VVK 32,- (AK 37,-), Freie Platzwahl
Schulzentrum Neulengbach
Weitere Parkmöglichkeiten in der P&R Anlage

NEUJAHRSKONZERT

EINTRITTSKARTE TONKÜNSTLER ORCHESTER

MONIKA KONZERT
BALLWEIN CELEBRATES THE BEATLES

SAMSTAG 25 NOV 19:30
 Neulengbach
 Lengembacher Saal

TICKETS VVK 27,-/30,- (AK 30,-/33,-)
 Online. Rathaus. Info-Büro. Trafik Wittmann.
www.buehne-im-gericht.at

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

CHRISTOPH FÄLBL & JÜRGEN VOGL

SAMSTAG 11 NOV 19:30
 Neulengbach

KABARETT „Sie oder wir?“
TICKETS VVK 20,-/23,- (AK 25,-/28,-)
 Online. Rathaus. Info-Büro. Trafik Wittmann.
www.buehne-im-gericht.at

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

CHRISTIAN TERZINSKY FEAT. STELLA JONES

Freitag 17 NOV 19:30
 Neulengbach

JAZZ & SOUL VVK 20,-/25,- (AK 25,-/30,-)
 Online. Rathaus. Info-Büro. Trafik Wittmann.
www.buehne-im-gericht.at

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

BÜHNE IM GERICHT NEULENGBACH
 Dieser Herbst wird heiß!

FR 20 10 WIENERLIED BÄUML & KOSCHELU
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 18,- AK 20,- (VA Stadt Neulengbach)

FR 03 11 IRISH CIÚNAS – HIGH TIME
 PREMIERE: Das neue Album
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 22,-/25,- AK 25,-/28,-

SA 11 11 KABARETT CHRISTOPH FÄLBL & JÜRGEN VOGL: SO ODER SO
 PREMIERE: Das neue Album
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 20,-/23,- AK 23,-/26,-

FR 17 11 JAZZ & SOUL CHRISTIAN TERZINSKY FEAT. STELLA JONES
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 22,-/25,- AK 25,-/28,-

SA 25 11 SHOW MONIKA BALLWEIN CELEBRATES THE BEATLES
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 27,-/30,- AK 30,-/33,-

Tickets bequem online kaufen.
 In Kat. 1 mit Sitzplatzbuchung
www.buehne-im-gericht.at
TICKETS Online. Rathaus. Info-Büro. Trafik Wittmann.

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

> Erscheinungsbild, Bewerbung und div. Printprodukte für die Veranstaltungen der „Bühne im Gericht“ (links: Plakate und Postwurfsendung)



> Sitzplatz- und Sitzreihenbeschriftung im Lengembacher Saal



> redaktioneller Beitrag im Blickpunkt (links) sowie Speisekarten am Veranstaltungsort (unten)



> Gebrandetes Gästebuch



> div. Banner für Facebook und Web

BÜHNE IM GERICHT NEULENGBACH
 Kalender

FR 20 10 WIENERLIED BÄUML & KOSCHELU
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 18,- AK 20,- (VA Stadt Neulengbach)

FR 03 11 IRISH CIÚNAS – HIGH TIME
 PREMIERE: Das neue Album
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 22,-/25,- AK 25,-/28,-

SA 11 11 KABARETT CHRISTOPH FÄLBL & JÜRGEN VOGL: SO ODER SO
 PREMIERE: Das neue Album
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 20,-/23,- AK 23,-/26,-

FR 17 11 JAZZ & SOUL CHRISTIAN TERZINSKY FEAT. STELLA JONES
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 22,-/25,- AK 25,-/28,-

SA 25 11 KONZERT MONIKA BALLWEIN CELEBRATES THE BEATLES
 Beginn 19:30 Uhr, Einlass 19:00 Uhr
 VVK 27,-/30,- AK 30,-/33,-

Tickets bequem online kaufen.
 In Kat. 1 mit Sitzplatzbuchung
www.buehne-im-gericht.at
TICKETS Online. Rathaus. Info-Büro.

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

Brutschys BUFFET IM GERICHT NEULENGBACH

ZUM TRINKEN

SEKT weiß, rosé oder mit Orange	2,50
GRÜNER VELTLINER Fink, Göttweig	2,50
ZWEIFELT Gager, Deutschkreuz	2,-
G'SPRITZTER 1/4-Flascherl	2,50
BIER aus'm Flascherl (0,33)	2,-
APFEL-/ORANGENSAFT 1/4-Flascherl	2,-
APFEL G'SPRITZT 0,5er Flascherl	2,-
MINERAL 0,5er Flascherl für'n Durst	2,-

ZUM BEISSEN

STANGERL g'füllt (Brutschys Krokođuh)	2,50
BREZEL passt immer	1,-
2 BRÖTCHEN für die Feinspitze	2,-

STANGREISSEREI
Brutschy

Preise beinhalten gesetzliche Mehrwertsteuer.
 Allergene bitte am Buffet erfragen – da Georg wußt alles!

Tickets bequem online kaufen.
 In Kat. 1 mit Sitzplatzbuchung
www.buehne-im-gericht.at
TICKETS Online. Rathaus. Info-Büro. Trafik Wittmann.

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

BÜHNE IM GERICHT
 KULTURSTADT NEULENGBACH

Das neue Kulturprojekt. Als private Initiative bringen wir gemeinsam mit der Kulturstadt Neulengbach Kunst und Kultur auf die neue Bühne im Lengembacher Saal.

Tickets erhalten Sie im Vorverkauf
 Online – Kategorie 1 mit Sitzplatzbuchung
 Oder wie gewohnt:
 Stadtgemeinde Neulengbach, Büro Melis
 Südöste im Gerichtsgebäude
 Trafik Wittmann

Programm November

- MONIKA BALLWEIN CELEBRATES THE BEATLES
- IRISH: CIÚNAS – HIGH TIME
- CHRISTOPH FÄBL & JÜRGEN VOGL: SO ODER SO
- CHRISTIAN TERZINSKY FEAT. STELLA JONES

SAMSTAG 25 NOV 19:30
MONIKA BALLWEIN CELEBRATES THE BEATLES

> Web-Auftritt und online Ticketing-System im CI-konformen Erscheinungsbild

SICHTBAR. VIELSEITIG.