

Das Bild von dieser Stadt.

*... ist ein lebendiges Mosaik
mit vielen Facetten.*



HANDBUCH ZUM KOMMUNIKATIONSDESIGN

EINLEITUNG	03
• GRUSSWORT	04
LEITBILD UND CLAIM	05
DAS LOGO	07
• DIE LOGOIDEE	08
• DIE LOGOFARBEN	09
• DIE FARBVARIANTEN DES LOGOS	10
• DIE LOGOGRÖSSEN UND SCHUTZZONEN	11
• DIE POSITIONIERUNG DES LOGOS	12
• UMGEBUNG DES LOGOS	13
• DAS LOGO IN KOMBINATION MIT ANDEREN LOGOS	14
• DIE INHALTLICHEN VARIANTEN DES LOGOS	15
UMGANG MIT SCHRIFT	16
• DIE BASISCHRIFTEN	17
• DIE SCHRIFTEN FÜR OFFICE- UND DIGITALUMGEBUNGEN	18
DIE BASELEMENTE FÜR GESTALTUNG	19
• DIE FARBEN	20
• DIE FARBEN UND FARBFLÄCHEN	21
• DIE GRAFISCHEN ELEMENTE / BASISLAYOUTS	22
• DIE TEXTELEMENTE	25
DIE GESCHÄFTSAUSSTATTUNG	26
• BRIEFBÖGEN UND -VORLAGEN	28-34
• VISITENKARTEN	35-36
• AMTSBLATT UND ANDERE ANWENDUNGEN	37-38
• STELLENANZEIGE	39
• URKUNDE	40
• OPEN OFFICE IMPRESS VORLAGE	41
• E-MAIL-SIGNATUR	42
• E-MAIL-SIGNATUR ABWESENHEITSNOTIZ.....	43
• IMPRESSUM	44

Am Anfang stehen Worte.

*... und Ideen für ein
erfolgreiches Stadtmarketing.*



Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
liebe Partner der Stadt Jena,

in einer sich schnell verändernden Welt ist es manchmal notwendig, zurück zu schauen und manch lieb gewonnenes zu ändern. Aus einer Umfrage in der Jenaer Bürgerschaft wurde 2005 eine Gestaltungsrichtlinie entwickelt, die der Stadt ein neues Gesicht gab. Nach einer Zeit des Nachdenkens und Nachfragens änderte sich das Gesicht noch einmal - aus „Stadt zur Welt“ wurde „Lichtstadt“. Die Bildmarke bleibt, denn das, was die Bürger mit „ihrem Jena“ verbanden und was seinen Ausdruck in den vier Farben fand, hat sich nicht verändert. Nur war am Ende eines längeren Prozesses die Erkenntnis gereift, dass sich der Charakter unserer Stadt – die einzigartige Symbiose aus Wissenschaft und Unternehmertum, die hellen Köpfe der Dichter, Denker und Forscher und die helle Strahlkraft, die sich aus all dem bildet – noch viel stärker durch das Wort „Lichtstadt“ symbolisieren lässt. Einer der führenden Wissenschafts- und Technologiestandorte in Deutschland, eine innovative Bildungslandschaft, eine bunte Kulturlandschaft, einzigartige Naturlandschaften, die Stadt der kurzen Wege – die Liste ließe noch beliebig fortführen.

Das vorliegende Handbuch soll Sie bei der Umsetzung der Gestaltungsrichtlinie unterstützen und sicher stellen, dass einheitliche Bild unserer Verwaltung, ihrer Eigenbetriebe, ihrer Eigengesellschaften und der Beteiligungen der Stadt nach außen hin zu stärken. Mein Ziel ist es, dass jeder Bürger unserer Stadt sofort erkennt, dass er ein Schreiben oder eine Broschüre der Stadt in der Hand hält oder im Stadtbild ein Plakat entdeckt.

Manches wird Ihnen bekannt vorkommen, manches Neue wird zunächst auch ungewohnt sein. Mir gefallen die neuen Gestaltungselemente, die die Innovationskraft unserer Stadt widerspiegeln, sehr gut. Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Entdecken und Ausprobieren.

Dr. Albrecht Schröter
Oberbürgermeister

Selbstbewusst und realistisch.

*... wer etwas zu sagen hat,
darf auch mal lauter sein.*



LEITBILD UND CLAIM



Das Leitbild – Jena 2020

»Jena ist ein international bekanntes Hochtechnologiezentrum, geprägt von einer einzigartigen Symbiose zwischen Wissenschaft und Unternehmertum.

Jena ist auf Grund einer integrativen und zukunftsweisenden Stadtentwicklung ein hochattraktiver Ort zum Leben, bekannt für Familienfreundlichkeit, Weltoffenheit, eine moderne Kulturlandschaft und einzigartige Naturräume.

Richtungsweisende Entwicklungen in der Bildungslandschaft und der sozialen Integration sichern die Chancengleichheit aller Bürgerinnen und Bürger.

Die Stadtverwaltung mit ihren Eigenbetrieben und Gesellschaften hat als bürgerorientiertes und zukunftsfähiges Unternehmen Vorbildcharakter.«

Claim:

JENA – LICHTSTADT.

Ein Logo ist ein Logo ist ein Logo.

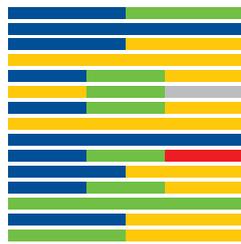
... und was man noch darüber wissen sollte.

DAS LOGO

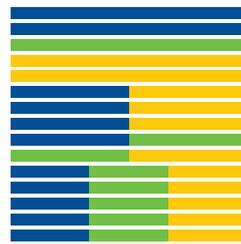


Umfrage:

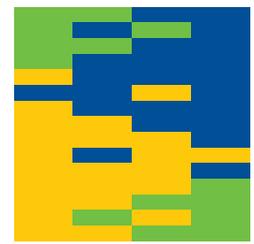
Welche Begriffe fallen Ihnen zu JENA ein und welchen FARBEN würden diese Begriffe entsprechen?



Dokumentation



Auswertung



Interpretation

Umfrage, Meinung ...

... wird zum Bild.

Am Anfang stand die Frage: „Wie sehen die Jenaer ihre Stadt?“. Eine Umfrage brachte die Ergebnisse. Die Daten wurden festgehalten, gewichtet und grafisch interpretiert.

Grafische Elemente wurden hinzugefügt, um den Eindruck von Dynamik zu verstärken und den Gedanken des Veränderlichen in einer jungen Stadt zu visualisieren.

Entstanden ist ein Label, eine Bildmarke, welche die Gedanken der Bewohner von Jena widerspiegelt:
Jena ist eine starke Marke.

Das Logo und seine Entstehung sind der Ausgangspunkt für die Entwicklung des gesamten Auftritts.

Bei der Weiterentwicklung des Corporate Designs wurde das Logo noch mal angepasst: die Bildmarke blieb, der Slogan wurde geändert.

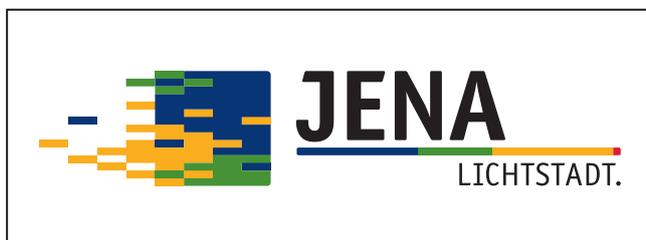
Bedeutungen / Assoziationen:

- Jena ist eine dynamische Stadt.
- Innovationen der Stadt strahlen nach außen und bündeln sich in der Stadt.
- Das Logo steht für Zugewandtheit, Offenheit.



Die Einwohner von Jena konnten ihre Farben selbst bestimmen. Sie identifizieren sich mit einem freundlichen Farbspektrum, diese Aussagen flossen in die grafische Umsetzung ein. Das Ergebnis zeigt kräftige, prägnante, moderne Farben. Eine einprägsame Kombination.

4farbige Reproduktionen



Die Farbvariante des Logos.

Da der Laserdrucker, auf dem dieses Handbuch gedruckt wurde, eine sehr genaue Farbwiedergabe gewährleistet, kann diese Abbildung zu Vergleichszwecken herangezogen werden.

Im Zweifelsfall sollte jedoch immer entsprechend des genannten Pantone-Farbfächers entschieden werden.

Pantone-Farben als Vorgaben

- Blau: 288 EC
- Gelb: 1235 EC
- Grün: 370 EC
- Rot: 1797 EC

CMYK Euroscala für Offsetdruck

(nach Pantone-Fächer „color bridge coated EURO“)

- Blau: 100c/80m/6y/30k
- Gelb: 0c/36m/98y/0k
- Grün: 66c/1m/100y/25k
- Rot: 2c/98m/85y/7k

RGB für digitale Anwendungen

(nach Pantone-Fächer „color bridge coated EURO“)

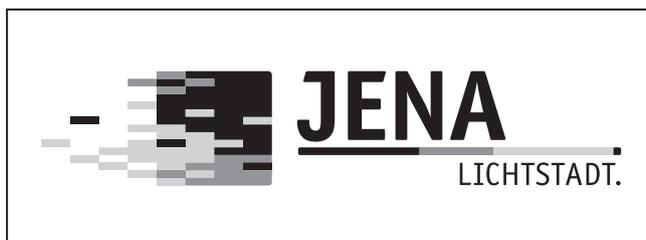
- Blau: R 0/G 44/B 119
- Gelb: R 255/G 182/B 18
- Grün: R 91/G 143/B 34
- Rot: R 196/G 38/B 46

HTML für Anwendung auf Webseiten

(nach Pantone-Fächer „color bridge coated EURO“)

- Blau: 002C77
- Gelb: FFB612
- Grün: 5B8F22
- Rot: C4262E

Graustufendefinitionen



Die Darstellung des Logos entsprechend Graustufendefinition.

in Prozenten von Schwarz

- Blau: 100k
- Gelb: 20k
- Grün: 50k
- Rot: 100k

Da das Logo auf den unterschiedlichsten Druckerzeugnissen und in digitalen Medien Verwendung finden soll, benötigt man diverse Farbvarianten des Logos.

Die unten aufgeführten Anwendungsfälle beziehen sich hier zunächst auf den technischen Aspekt der (Druck-)Qualität der Publikation im Sinne einer angemessenen Darstellung des Logos. Neben diesen ist aber auch immer der Inhalt der Publikation bezüglich der Anwendung der inhaltlichen Varianten des Logos zu prüfen (siehe Seite 17).

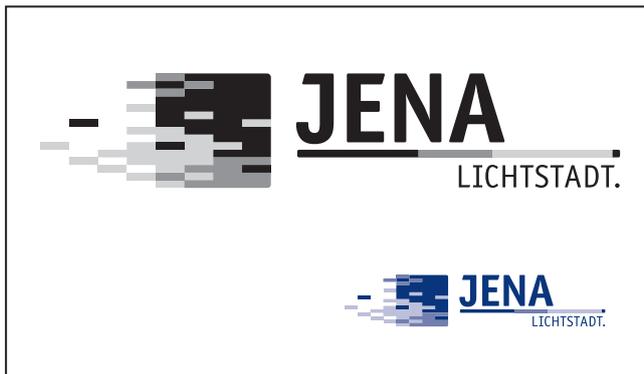


Die Farbvariante des Logos.

Farbvariante:

Die farbige Variante des Logos setzt sich aus den vier definierten Farben (siehe Seite 12) und Schwarz zusammen. Sie ist die wertige Variante des Logos und sollte auch immer unter diesem Aspekt Anwendung finden.

Bei der Verwendung des farbigen Logos ist immer auf einen ausreichenden Kontrast zur Fondfarbe zu achten. Es steht immer auf weißem oder schwarzem Hintergrund. In allen anderen Fällen ist einzuschätzen, ob ein angemessener Farbkontrast zu den Farben des Logos noch gegeben ist. Ist eine entsprechende Darstellung nicht möglich, sollte man besser auf die monochrome oder Schwarzvariante zurückgreifen.



Die Monochromvariante des Logos.

Anwendung der Farbvariante:

- hochwertige Publikationen im Offset- oder Digitaldruck nach Euroscala
- digitale Medien (Webseiten, Präsentationen,...)

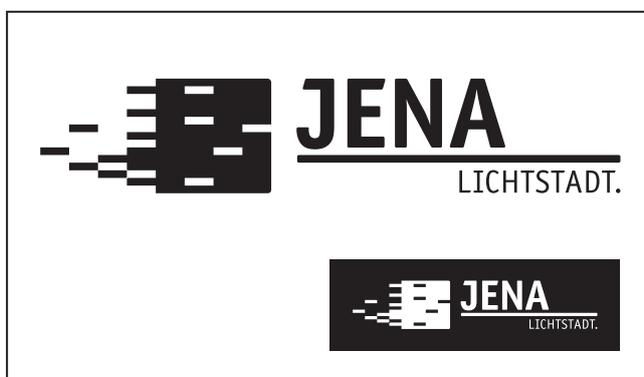
Monochromvariante:

Die Monochromvariante des Logos dient als Variante zur Verwendung auf Drucksachen, bei denen eine wertige Reproduktion der Farbvariante nicht möglich ist.

Dabei ist jedoch wie bei der Farbvariante auf einen deutlichen Farbkontrast zu achten.

Anwendung der Monochromvariante:

- einfarbige Reproduktionen in Graustufen:
SW-Laserdrucker (z.B. Wordvorlagen), Tintenstrahldrucker, schwarzer Offsetdruck
- eingefärbte Reproduktionen in Sonderfarben



Die Schwarzvariante des Logos.

Schwarzvariante (und inverse Variante):

Anwendung der Schwarzvariante:

- Medien mit minderer Druckqualität (Faxvorlagen, Kopier- vorlagen, ...)
- Stempel

Damit das Logo seine Wirkung entfalten kann, braucht es eine Mindestgröße. Weitere Standardgrößen sind so definiert, dass die Prägnanz des Logos auf verschiedenen Größen von Publikationen optimal zur Geltung kommt. Diese Vorgaben schaffen einen visuell einheitlichen Auftritt.

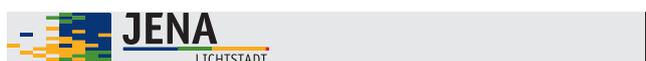
Für alle Reproduktionen bis DIN A4 gelten folgende Standardgrößen:



Höhe 12 mm – entspricht 10 pt Größe „LICHTSTADT“
(Standardgröße für Publikationen in **DIN A4**
und ähnlichen Formaten: US Brief, US Lang, ...)

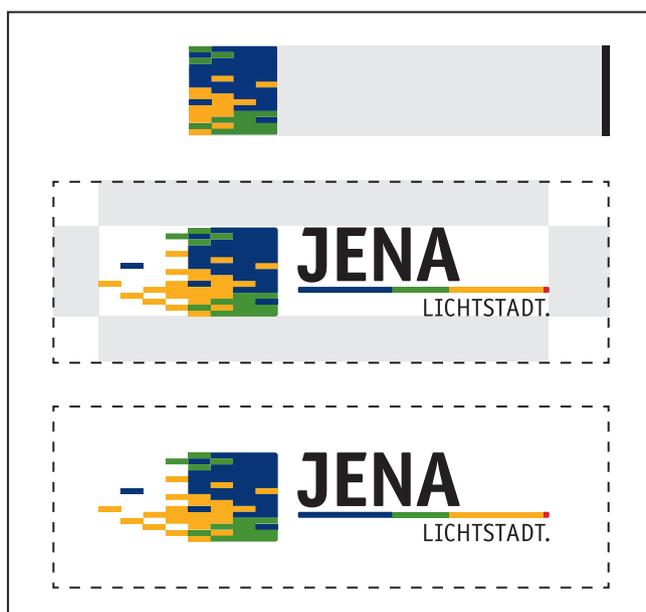


Höhe 9 mm – entspricht 7,5 pt Größe „LICHTSTADT“
(Standardgröße für Publikationen in **DIN A5**
und ähnlichen Formaten: DIN Lang hoch, ...)



Höhe 7 mm – entspricht 6 pt Größe „LICHTSTADT“
(Standardgröße für Publikationen in **DIN A6**
und ähnlichen Formaten: DIN Lang quer, ...)

Bei Publikationen **größer als DIN A4** sollte das Logo minimal 12 mm hoch sein oder sich der Größe entsprechend anpassen.

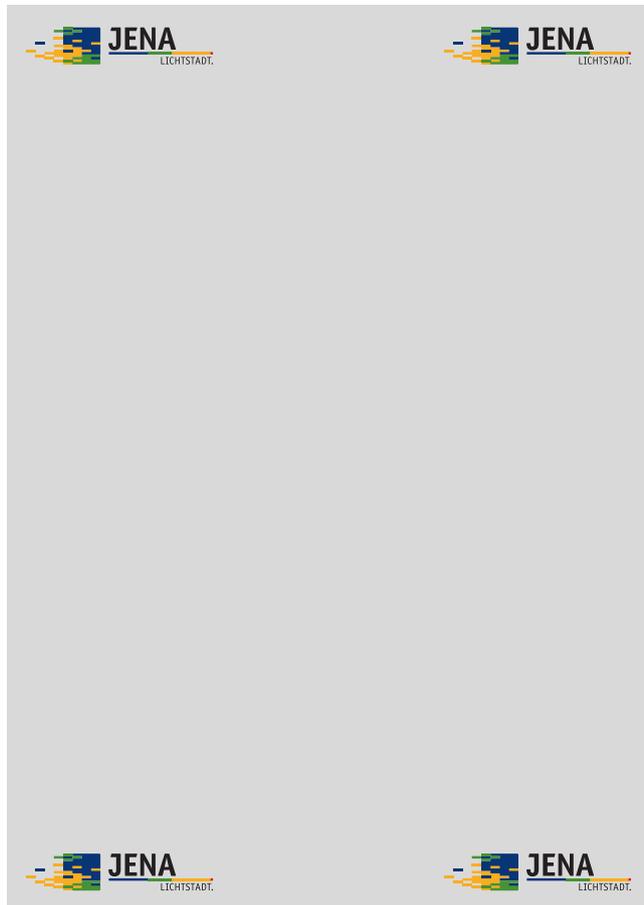


Das Logo soll wirken, dafür braucht es seinen angemessenen Raum, seine eigene Schutzzone. Sie ist bindend, denn nur in diesem Raum steht das Logo prägnant und klar. Innerhalb der Schutzzone darf nichts zum Logo in Konkurrenz treten (z. B. andere Logos, Gestaltungselemente, Bilder, ...).

Für die Größen der Schutzzone gilt:

Die Herleitung der Größen der Schutzzone ergibt sich aus der Größe des farbigen Quadrates des Logos.
(Abbildung: Standardgröße 12 mm für DIN A4)

- **oben/unten: halbe Höhe des Quadrates** (Abb.: 6 mm)
- **links: halbe Breite** (Abb.: 6 mm)
- **rechts: 2/3 der Breite** (Abb.: 8 mm)



(Abbildungen verkleinert von DIN A4)

DIE POSITIONIERUNG DES LOGOS

Das Logo kann je nach Notwendigkeit grundsätzlich in allen Ecken positioniert werden – unter Beachtung der vorn erwähnten Schutzzonen. So kann das Logo frei eingesetzt und flexibel verwendet werden.

Innerhalb der verschiedenen Gestaltungslinien des Kommunikationskonzeptes (z.B. Ableitung für die Geschäftsausstattung, Gestaltungslinie für die Wirtschaftsförderung, Gestaltungsvorgaben für Internet, ...) kann eine bestimmte Position vorgeschrieben werden. Diese ist dann bindend und schränkt die grundsätzlichen Positionierungsmöglichkeiten des Logos ein.

Bei Verwendung der Standardgrößen (12 mm, DIN A4) werden folgende Randabstände empfohlen:

- **Abstand oben: 2/3 der Logohöhe** (hier 8 mm)
- **Abstand rechts: 2/3 der Logohöhe** (hier 8 mm)
- **Abstand unten: 1/2 der Logohöhe** (hier 6 mm)
- **Abstand links: 1/2 der Logohöhe** (hier 6 mm)

• In jedem Fall gilt minimal der Abstand, der sich aus der Schutzzone ergibt.

• Bei Drucksachen, die auf Geräten ausgegeben werden, die ein randabfallendes Drucken nicht ermöglichen (Officedrucker, Farblaserdrucker, ...) muss der Randabstand entsprechend vergrößert werden.

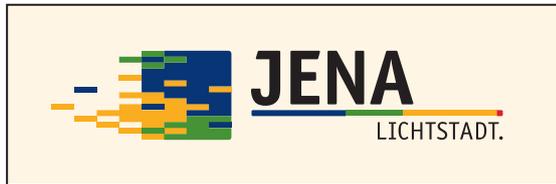
Wird das **Logo links** positioniert, kann das Quadrat als Bezugspunkt (Ausrichtungskante) für Layoutraster, Texte oder Bilder dienen – das verstärkt optisch den Labelcharakter des Logos.

Auf der **rechten Seite** sind das Ende des Logos und die Bezugskante der Text- bzw. Bilderblöcke identisch.

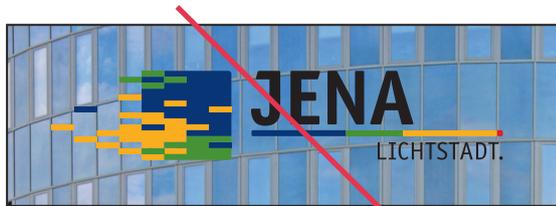


Idealerweise wird die farbige Wortbildmarke auf einer weißen Fläche dargestellt.

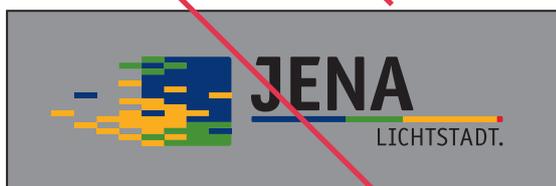
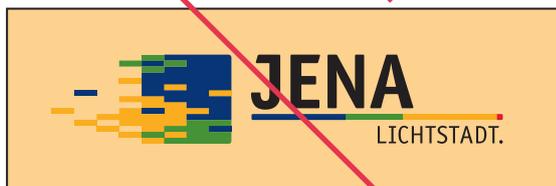
Bis zu einer Farbdeckung von ca. 10% kann das Logo auch auf farbigen Hintergrundflächen platziert werden.



Zulässige Umgebungen des Logos.



Wenn der Kontrast zwischen Hintergrund und Logo zu gering wird, darf das Logo nicht platziert werden



Unzulässige Umgebungen des Logos.



Auf Flächen, die eine Platzierung des farbigen Logos nicht zulassen würden, kann das Logo in seiner Schwarz- bzw. Inversvariante verwendet werden



Zulässige Umgebungen des Logos in Schwarz- und Inversvariante.

Die Stadt Jena hat viele Partner. Daher ist es bei Publikationen und anderen Anwendungen wahrscheinlich, dass das Jena-Logo mit anderen Logos kombiniert wird.

In der Kombination ist in Anpassung an die anderen Logos eine Abweichung von den Standardgrößen möglich.

Ziel sollte es immer sein, dass das Logo der Stadt Jena im Gleichklang mit den anderen Logos angemessen dargestellt wird.



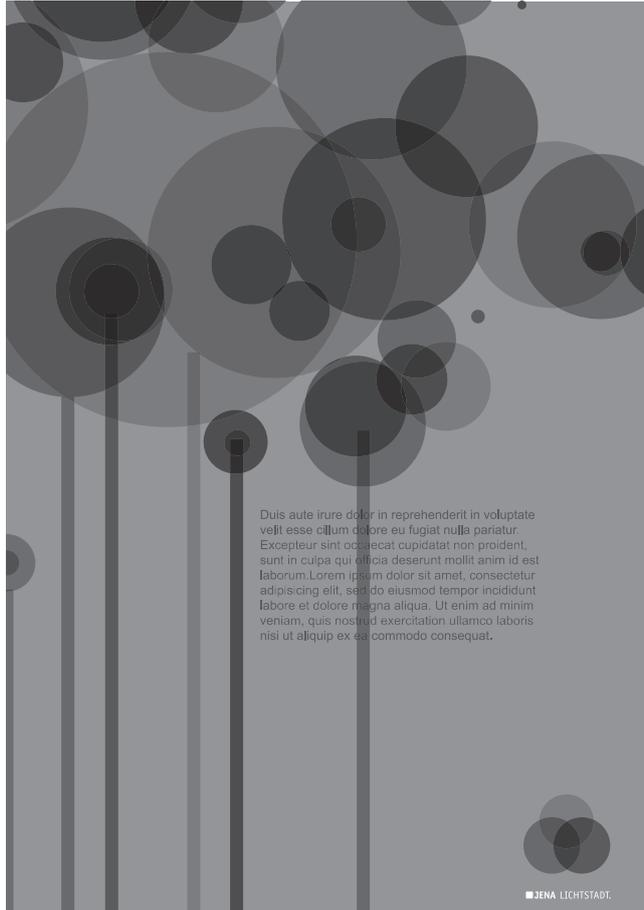
-
- Bei einer Reihung mit untergeordneten Logos (hier Eigenbetriebe und Unternehmen der Stadt Jena) steht das Logo der Stadt immer links.



-
- Bei einer Reihung mit übergeordneten Logos (Kooperationen, Netzwerke, Bundesland) steht das Logo rechts.
 - Bei vertikaler Anordnung wird die linke/rechte Position durch die obere/untere Position ersetzt.




Labelvariante des Logos



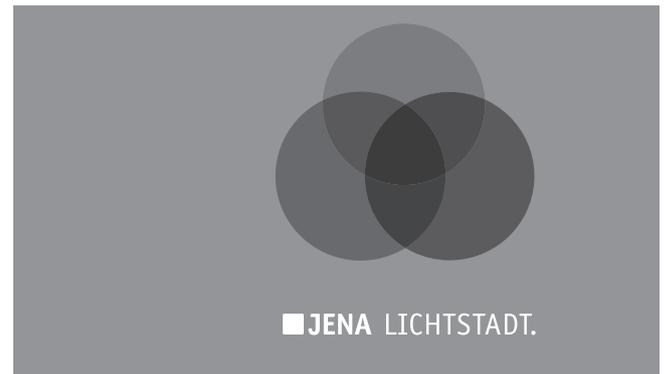
Labelvariante:

Verwendung:

- für sehr kleine Reproduktionen
- Logo soll sich deutlich der Herkunft der Publikation unterordnen (eher Kennzeichnung anstelle Logo)
- als untergeordnete Variante innerhalb eines bestehenden Corporate Designs von Partnern / Veranstaltungen
- in Funktion einer Fußnote, Markenzeichen

Anwendung:

- eine Höhe von ca. 2 mm darf nicht unterschritten werden (entspricht ca. 8 pt Schriftgröße)
- die Schutzzone der Labelvariante ergeben sich aus der einfachen Höhe und Breite des Quadrates



Die Labelvariante des Logos ordnet sich klar dem anderen Logo unter.

Auf den Inhalt kommt es an.

... so werden Aussagen

optimal aufs Papier gebracht.

DER UMGANG MIT SCHRIFT

Die Schrift trägt die textliche Kommunikation. Sie soll sich dem Logo anpassen und in allen professionell erstellten Drucksachen Verwendung finden. So entsteht ein einheitliches Bild.

Die serifenlose, moderne Schriftfamilie ITC Officina Sans kommt in unterschiedlichen Schriftschnitten in allen Publikationen zum Einsatz.

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 @ €

ITC Officina Sans (Book):

Mengen und Lesetext, Tabellen, technische Texte, Listen, Text in Anzeigen, Schrift für die Subline im Logo

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 @ €

ITC Officina Sans (Bold):

Headlines, Auszeichnungen, Antexte, Schrift für den Schriftzug »JENA« im Logo

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 @ €

ITC Officina Sans (BookItalic):

Bildunterschriften, Auszeichnungen, Antexte, Zitate

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 @ €

ITC Officina Sans (BoldItalic):

Headlines, Auszeichnungen, Antexte, Zitate

In Officeprogrammen wird in Anlehnung an die Basisschrift eine Schriftart verwendet, die auf jedem Rechner vorhanden ist.

Die digitale Korrespondenz kann so ganz unproblematisch gehandhabt werden, ohne dass PCs extra aufgerüstet werden müssen.

Diese Schrift wird auch in digitalen Anwendungen eingesetzt (z.B. Internet, Impress, ...).

Auch bei den Broschüren-Vorlagen für das Programm Open Office kommt diese Schrift zum Einsatz

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 @ €

Arial Regular:

Mengen und Lesetext, Tabellen, technische Texte, Listen, Text in Anzeigen, Korrespondenzschrift

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 @ €

Arial Bold:

Headlines, Auszeichnungen, Antexte

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 @ €

Arial Italic:

Bildunterschriften, Auszeichnungen, Antexte, Zitate

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 @ €

Arial Bold Italic:

Headlines, Auszeichnungen, Antexte, Zitate

Praxistauglich und passend.

*... ein Werkzeugkoffer
für Kommunikation.*



DIE BASELEMENTE FÜR DIE GESTALTUNG



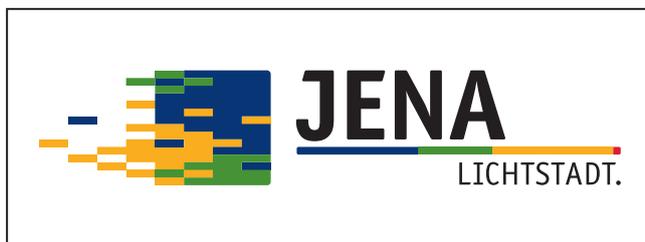
Die Basiselemente der Kommunikation und Gestaltung bilden einen Baukasten für alle Arten von Umsetzungen innerhalb des Kommunikationskonzeptes.

Sie definieren das grundlegende Farbspektrum und beschreiben grafische Elemente zur Gestaltung und Strukturierung und den Umgang mit Bildern.

Der Baukasten lässt noch große gestalterische Freiheiten, sorgt aber durch einzelne, spezifische Vorgaben für ein buntes, jedoch einheitliches Bild.

Ob administrativ oder werblich – die Elemente des Baukastens bilden in Kombination alle Bereiche des Stadtmarketings ab.

Aus den Basiselementen müssen sich alle Gestaltungslinien innerhalb des Kommunikationskonzeptes der Stadt Jena ableiten.



Die Basielemente sind:

- **das Logo**
- **die Farben und Farbflächen**
- **die grafischen Elemente**
- **Basislayouts**
- **Bilder**



„MIT JENA“

GELUNGENER AUFTRITT AUF DEUTSCHEM PARKETT

* Stadt und Bürger sind stolz.
Jena sichert sich Platz 24 beim großen gesamtdeutschen
Handelsblatt-Standortvergleich – von immerhin 439 Städten und Landkreisen.
Das Besondere daran: Diese Studie bewertet erstmals die Zukunftsfähigkeit
der Region. Und da zieht Jena sogar an Köln (41) und Nürnberg (60) vorbei.

Wir sind für Sie da! Dezernat Stadtentwicklung und Bauwesen.

Die Basiselemente in Anwendung und als Grundlage für die Gestaltung



**Dezeranat 1:
Zentraler Service**



**Dezeranat 2:
Finanzen, Sicherheit und Bürgerservice**



**Dezeranat 3:
Stadtentwicklung und Umwelt**

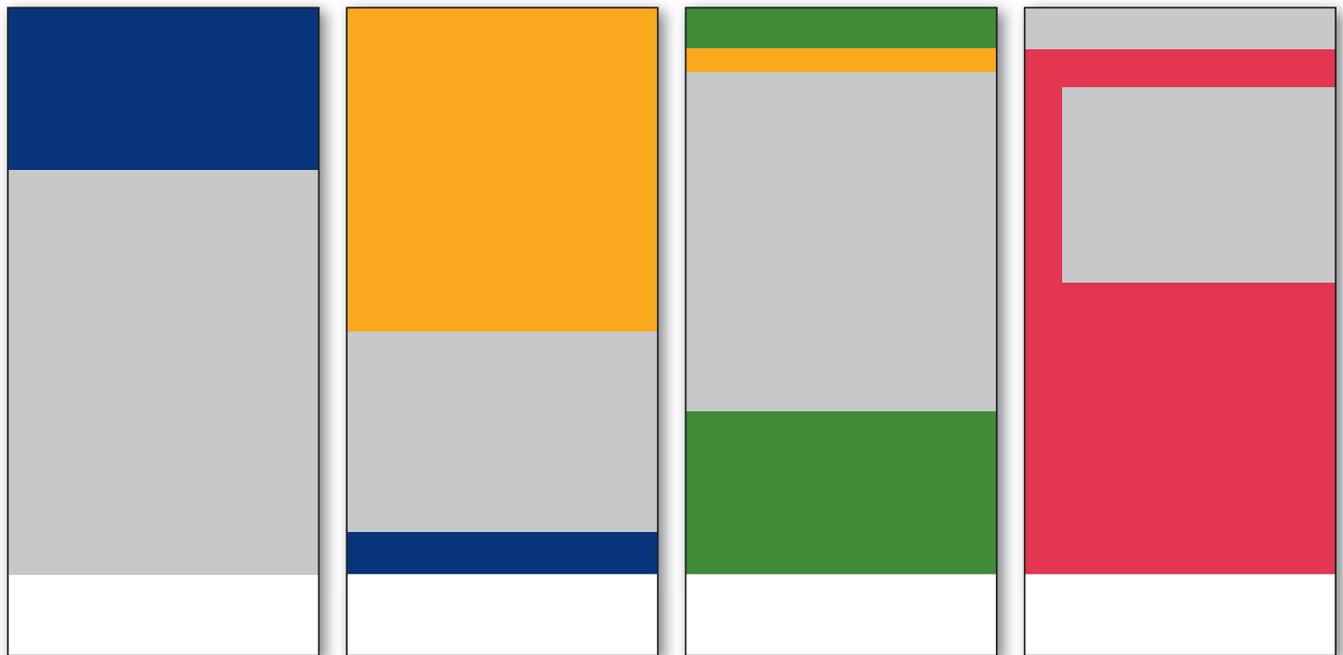


**Dezeranat 4:
Familie, Bildung und Soziales**

Die Farben entsprechen den Logofarben. Sie dürfen nicht verändert werden.

Im Bereich der Stadtverwaltung gibt es eine eindeutige Zuordnung der Farben zu den Dezeranaten (siehe links). Neben den zugeordneten Hauptfarben, können auch die anderen Farben zusätzlich verwendet werden (visuell untergeordnet)

Für Eigenbetriebe und andere Organisationen, die sich an diesem vorliegenden CD-Handbuch orientieren sollen, sind generell keine thematischen Farbzugeordnungen vorgegeben. Themenspezifisch kann immer eine der vier Grundfarben als Hauptfarbe gewählt werden. Bereits eingeführte Farbzugeordnungen sollten nach Möglichkeit berücksichtigt werden.

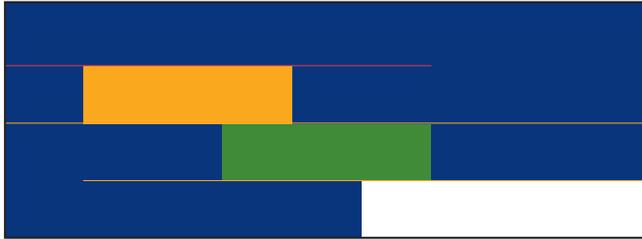


Gestaltungsbeispiele der Farbverwendung auf einer Titelseite

Generell gilt, eine von den vier Farben muss immer dominant als Flächenfarbe auf Titelseiten etc. verwendet werden.

Dabei ist eine Flächendeckung von zusammenhängend mindestens 25% der gesamten Seitenfläche ist einzuhalten.

So weit möglich sind diese Farbflächen immer randabfallend einzusetzen.



Die Basiselemente in Anwendung und als Grundlage für die Gestaltung

Die grafischen Elemente besitzen vor allem eine strukturierende, akzentuierende und dekorative Funktion. Sie tragen die Dynamik des Logos in das Layout und schaffen eine visuelle Verbindung zum Thema.

Sie betonen in Anlehnung an das Logo die Vertikale durch Linien und daran angehängte Flächen, die immer deutlich breiter als hoch sind (mindestens dreimal so breit wie hoch).

Die Flächen können reine Farbflächen sein oder Bilder und andere Elemente in sich aufnehmen.

- Linienstärken zwischen 0,5 und 0,75 pt sollten in Publikationen bis DIN A4 nicht über- und unterschritten werden

BASISLAYOUTS



Basislayout A

Für die Gestaltung von beispielsweise Titelseiten sind je nach inhaltlichem Fokus der Publikation zwei verbindliche Basislayouts vorgesehen:

Basislayout A: Fokus Jena

Basislayout A ist vorgesehen für werbliche Publikationen, in denen die Stadt Jena im Fokus stehen soll.

Basislayout B: Fokus Thema, Event, Eigenbetrieb

Basislayout B ist vorgesehen für Publikationen, in denen beispielsweise ein bestimmtes Thema oder ein Event im Mittelpunkt steht. Dieses Layout ist auch für Veröffentlichungen der Eigenbetriebe in eigener Sache vorgesehen.



Basislayout B

Festgelegte Konstanten:

Für beide Basislayouts gelten einige unveränderliche Festlegungen:

- Das Jena-Logo ist immer zu platzieren.
- Das Logo steht immer rechts oben oder links unten (je nach Fokus)
- das Logo steht immer auf weißem, horizontalem, randabfallendem Balken
- es gilt immer die Regelung zur minimal 25%igen Farbdeckung der Fläche durch die Primärfarbe



Basislayout A: Fokus Jena

Bei Basislayout A wird das Logo immer oben horizontal rechts platziert.

Das Logo ist in einer der für die Publikationsgröße vorgesehenen Höhe (siehe vorn »Logogrößen«) zu platzieren.

Ganz oben befindet sich immer ein farbiger, oben und seitlich randabfallender Balken, dessen Höhe sich aus einem Drittel der Logohöhe ergibt.

Das Logo selbst, steht vertikal mittig in einem weißen Balken, der drei mal so hoch ist, wie die platzierte Logohöhe. Der weiße Balken ist immer links und rechts randabfallend.

Bei einer Publikationsgröße von A5 bzw. DIN lang hoch ergeben sich somit die links stehenden Maße für das Basislayout.



Das Basislayout A darf unter Berücksichtigung bestimmter Punkte weiter ausgearbeitet werden.

Entscheidend ist, dass der weiße Balken oben dominant bleiben muß, auch wenn dort zusätzliche Elemente platziert werden. Diese Elemente dürfen außerdem die Schutzzone des Logos nicht überschreiten. Der Weißraum um das Logo muss immer erhalten bleiben.

Basislayout B: Fokus Thema, Event, Eigenbetrieb

Bei Basislayout B wird das Logo immer unten horizontal links platziert.

Das Logo ist entsprechend der Publikationsgröße in einer der folgenden Größen zu platzieren:

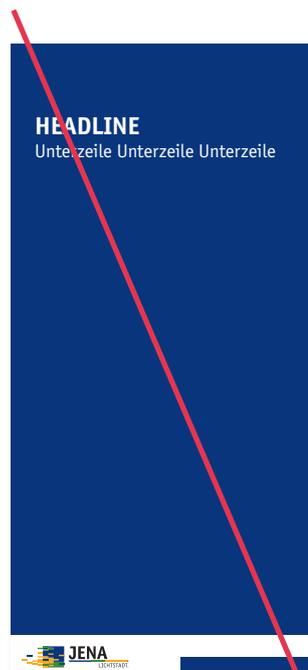
- DIN A6 und DIN A5: Logohöhe 7mm
- DINlang hoch bzw. DINlang quer: Logohöhe 7mm
- Din A4: Logohöhe 9mm

Das Logo steht vertikal mittig in einem weißen Balken, der doppelt so hoch ist, wie die platzierte Logohöhe. Der weiße Balken ist immer links, rechts und unten randabfallend.

Bei einer Publikationsgröße von A5 bzw. DIN lang hoch ergeben sich somit die links stehenden Maße für das Basislayout.



zulässige Ausarbeitung



unzulässige Ausarbeitung

Das Basislayout B darf unter Berücksichtigung bestimmter Punkte weiter ausgearbeitet werden.

Entscheidend ist, dass der weiße Balken unten als Abschluß der Seite über die gesamte Breite randabfallend erhalten bleibt, auch wenn innerhalb des Balkens zusätzliche Elemente platziert werden. Diese Elemente dürfen außerdem die Schutzzone des Logos nicht überschreiten. Der Weißraum um das Logo muss immer erhalten bleiben.

Als ein Baustein der Kommunikation wurden verschiedenste Geschichten über Jena zusammengetragen. Sie sind nun in einer großen Anzahl vorhanden. Die kurzen Texte erzählen von Jenaer Alleinstellungsmerkmalen, Besonderheiten, Forschungsergebnissen aus Jena, Rankings oder auch Skurrilitäten.

Anwendung:

- als Text für Anzeigen, entweder als reine Textanzeige oder in Kombination mit einem Testimonialbild als personalisiertes Testimonial (Personen aus Jena erzählen über Jena)
- als Einstreutexte in Präsentationen
- als Antexte zur Einleitung in thematische Texte
- auf den Rückseiten der Visitenkarten und der Botschafterkarten

Verwendung:

- die Texte liegen der Stadt vor
- je nach Verwendung sind sie entsprechend anzupassen

Nährboden

Jena ist eine der wenigen Städte in Ostdeutschland, die ein Bevölkerungswachstum aufweisen kann. Während der bundesdeutsche Trend eine negative Tendenz zeigt, kann man in Jena seit mehr als 10 Jahren kontinuierlich steigende Einwohnerzahlen verzeichnen.

Familienbande

Im „Familienatlas“ des Wirtschaftsforschungsinstitutes prognos wird Jena als sehr gutes Beispiel für regionale Aktivitäten erwähnt. Untersucht wurde unter anderem die Frage, wie gut Eltern gegenwärtig Beruf und Familie vereinbaren können.

Wolkenkratzer

In Jena entstand 1915 das erste Hochhaus Deutschlands in Skelettbauweise. Der innovative Bau von 43 Metern Höhe wurde nach den Plänen des Architekten Friedrich Pützer (1871 – 1922) gebaut. Weltweit werden Wolkenkratzer auch heute noch mit einem derartigen Gerüst aus Stahl und Beton konstruiert – Architektur für die Metropolen der Welt.

Wappen versus Logo.

... jetzt wird es amtlich.

DIE GESCHÄFTSAUSSTATTUNG



Die Geschäftsausstattung ist eine aus dem Kommunikationskonzept abgeleitete Gestaltungslinie. Sie greift die Basiselemente auf und ergänzt diese durch Konkretisierungen innerhalb der Vorgaben und andere Elemente (Wappen).

Die Herausforderung bestand darin, das Stadtwappen mit den modernen Elementen des Kommunikationskonzeptes zu kombinieren.

Hierbei tritt das Logo zurück oder verschwindet völlig. Die grafischen Elemente tragen den Gedanken des Logos in die Gestaltung. So wird eine Konkurrenzsituation der Bildmarken vermieden.

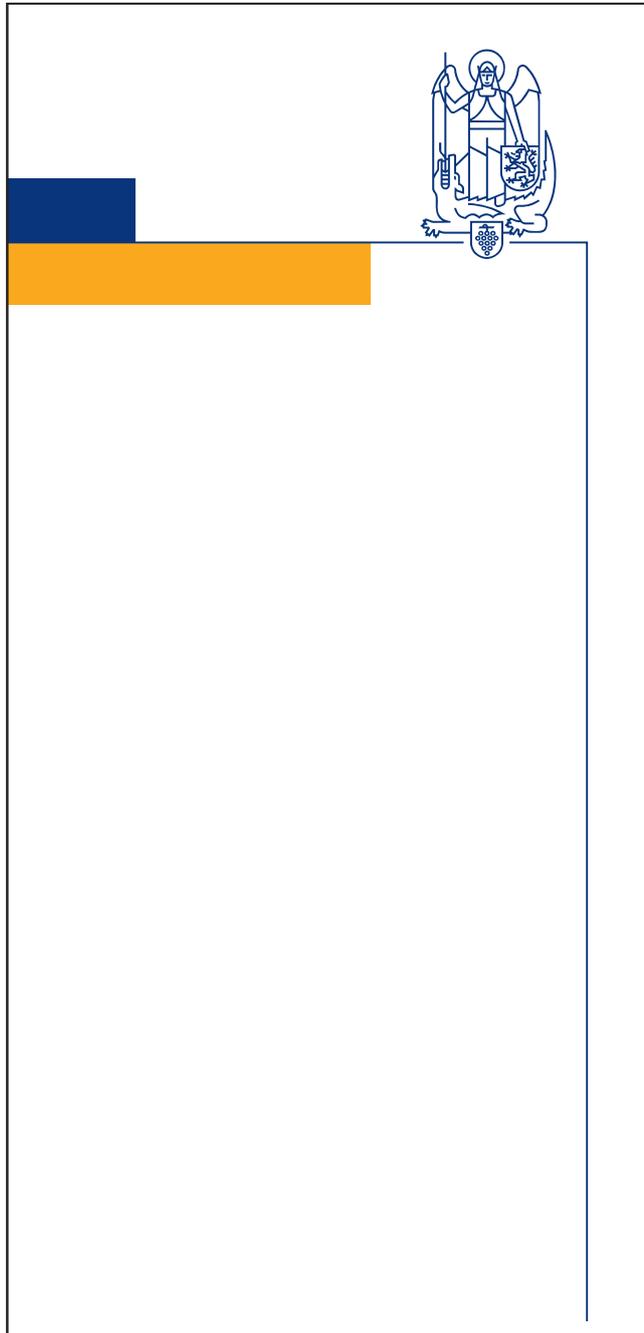
Es entsteht eine „amtliche“ Interpretation der Gestaltung, die sich in das Gesamtkonzept einpasst und dennoch selbstständig ist. Damit bleibt das Wappen nur der Geschäftsausstattung der Stadtverwaltung vorbehalten.

Auf den Kopfbögen (Geschäftspost) wird das Wappen geführt, welches in der Fußzeile durch den Verweis auf die Internetpräsenz „www.jena.de“ ergänzt wird.

Für die Visitenkarten kann zwischen dem Wappen und dem Logo gewählt werden, wobei zu beachten ist, dass das Logo als Marketingmotiv zu verstehen ist. Soll der behördliche Charakter der Aufgaben des Karteninhabers unterstrichen werden, ist das Wappen zu wählen. Sind eher repräsentative oder werbende Aufgaben zu erfüllen, sollte das Logo Verwendung finden.

Für Broschüren, Flyer und alle anderen Publikationen, die einen werbenden Inhalt haben, ist ausschließlich das Logo zu verwenden.

Die gemeinsame Verwendung von Wappen und Logo ist nur noch in Ausnahmefällen gestattet.



Stadtwappen und Gestaltungselemente in möglicher Kombination



STADT JENA OBERBÜRGERMEISTER



Variante für den Oberbürgermeister



STADT JENA

Erster Beigeordneter
Dezernent für Familie, Bildung und Soziales



Stadt Jena • Postfach 10 03 38 • 07703 Jena

Besucheradresse: Am Anger 13
07743 Jena
Telefon: 03641 49-2700
Telefax: 03641 49-2704
E-Mail: buergemeister@jena.de
Internet: www.jena.de
Datum: 01.06.13

—

—

—



Sparkasse
BLZ: 830 530 30
Kto.-Nr.: 574

Deutsche Bank
BLZ: 820 700 00
Kto.-Nr.: 3906666

HypoVereinsbank
BLZ: 830 200 87
Kto.-Nr.: 4149149

Commerzbank
BLZ: 820 400 00
Kto.-Nr.: 2589000



STADT JENA

Erster Beigeordneter
Dezernent für Familie, Bildung und Soziales



Stadt Jena • Postfach 10 03 38 • 07703 Jena

Besucheradresse: Am Anger 13
07743 Jena
Telefon: 03641 49-2700
Telefax: 03641 49-2704
E-Mail: buergermeister@jena.de
Internet: www.jena.de
Datum: 01.06.13

—

—

—



Sparkasse
BLZ: 830 530 30
Kto.-Nr.: 574

Deutsche Bank
BLZ: 820 700 00
Kto.-Nr.: 3906666

HypoVereinsbank
BLZ: 830 200 87
Kto.-Nr.: 4149149

Commerzbank
BLZ: 820 400 00
Kto.-Nr.: 2589000

STADT JENA

Dezernent für Finanzen, Sicherheit und Bürgerservice



Stadtverwaltung Jena • Postfach 10 03 38 • 07703 Jena

Besucheradresse: Löbdergraben 12
07743 Jena
Telefon: 03641 49-3000
Telefax: 03641 49-3044
E-Mail: finanzen@jena.de
Internet: www.jena.de
Datum: 01.06.13

—

—

—

**Sparkasse**

BLZ: 830 530 30
Kto.-Nr.: 574
IBAN: DE72 8305 3030
0000 0005 74
BIC: HELADEF1JEN

Deutsche Bank

BLZ: 820 700 00
Kto.-Nr.: 3906666
IBAN: DE47 8207 0000
0390 6666 00
BIC: DEUTDE8E

HypoVereinsbank

BLZ: 830 200 87
Kto.-Nr.: 4149149
IBAN: DE10 8302 0087
0004 1491 49
BIC: HYVEDEMM463

Commerzbank

BLZ: 820 400 00
Kto.-Nr.: 2589000
IBAN: DE75 8204 0000
0258 9000 00
BIC: COBADEFFXXX

STADT JENA
Dezernent für Finanzen, Sicherheit und Bürgerservice



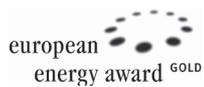
Stadtverwaltung Jena • Postfach 10 03 38 • 07703 Jena

Besucheradresse: Löbdergraben 12
07743 Jena
Telefon: 03641 49-3000
Telefax: 03641 49-3044
E-Mail: finanzen@jena.de
Internet: www.jena.de
Datum: 01.06.13

—

—

—



Sparkasse
BLZ: 830 530 30
Kto.-Nr.: 574
IBAN: DE72 8305 3030
0000 0005 74
BIC: HELADEF1JEN

Deutsche Bank
BLZ: 820 700 00
Kto.-Nr.: 3906666
IBAN: DE47 8207 0000
0390 6666 00
BIC: DEUTDE8E

HypoVereinsbank
BLZ: 830 200 87
Kto.-Nr.: 4149149
IBAN: DE10 8302 0087
0004 1491 49
BIC: HYVEDEMM463

Commerzbank
BLZ: 820 400 00
Kto.-Nr.: 2589000
IBAN: DE75 8204 0000
0258 9000 00
BIC: COBADEFFXXX

STADT JENA

Dezernent für Stadtentwicklung und Umwelt



Stadtverwaltung Jena • Postfach 10 03 38 • 07703 Jena

Besucheradresse: Am Anger 26
07743 Jena
Telefon: 03641 49-5000
Telefax: 03641 49-5005
E-Mail: stadtentwicklung@jena.de
Internet: www.jena.de
Datum: 01.06.13



Sparkasse
BLZ: 830 530 30
Kto.-Nr.: 574
IBAN: DE72 8305 3030
0000 0005 74
BIC: HELADEF1JEN

Deutsche Bank
BLZ: 820 700 00
Kto.-Nr.: 3906666
IBAN: DE47 8207 0000
0390 6666 00
BIC: DEUTDE8E

HypoVereinsbank
BLZ: 830 200 87
Kto.-Nr.: 4149149
IBAN: DE10 8302 0087
0004 1491 49
BIC: HYVEDEMM463

Commerzbank
BLZ: 820 400 00
Kto.-Nr.: 2589000
IBAN: DE75 8204 0000
0258 9000 00
BIC: COBADEFFXXX

STADT JENA

Dezernent für Stadtentwicklung und Umwelt



Stadtverwaltung Jena • Postfach 10 03 38 • 07703 Jena

Besucheradresse: Am Anger 26
07743 Jena
Telefon: 03641 49-5000
Telefax: 03641 49-5005
E-Mail: stadtentwicklung@jena.de
Internet: www.jena.de
Datum: 01.06.13

—

—

—



Sparkasse
BLZ: 830 530 30
Kto.-Nr.: 574
IBAN: DE72 8305 3030
0000 0005 74
BIC: HELADEF1JEN

Deutsche Bank
BLZ: 820 700 00
Kto.-Nr.: 3906666
IBAN: DE47 8207 0000
0390 6666 00
BIC: DEUTDE8E

HypoVereinsbank
BLZ: 830 200 87
Kto.-Nr.: 4149149
IBAN: DE10 8302 0087
0004 1491 49
BIC: HYVEDEMM463

Commerzbank
BLZ: 820 400 00
Kto.-Nr.: 2589000
IBAN: DE75 8204 0000
0258 9000 00
BIC: COBADEFFXXX

Im Bereich der Stadtverwaltung gibt es zwei Varianten der Visitenkarten:

- werbliche Variante mit platziertem Lichtstadt-Logo – zur Verwendung in öffentlich, marketingrelevanten Positionen
- amtliche Variante mit platziertem Wappen – zur Verwendung in sachlich, amtlichen Positionen der Stadtverwaltung

Auf den DIN gemäßen Satz der Telefonnummern ist zu achten.

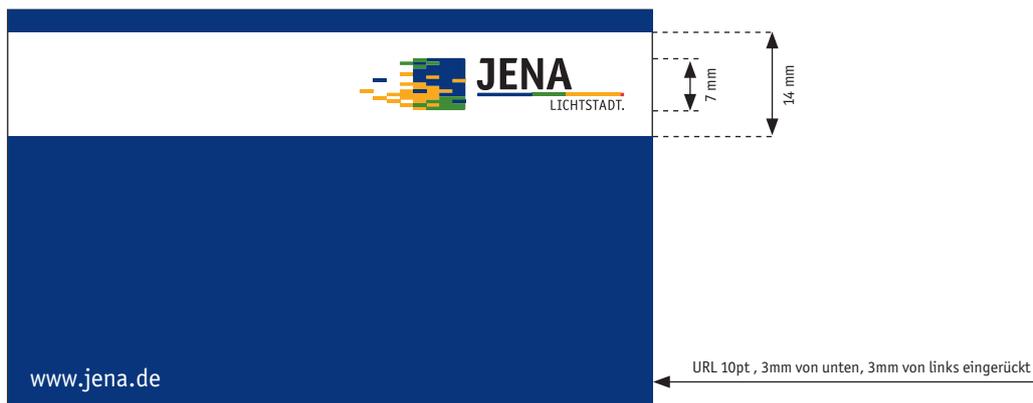


Um die Zugehörigkeit der Eigenbetriebe zur Stadt zu zeigen, verwenden diese eine einheitlich gestaltete Rückseite.

Die Farben dürfen dabei variiert werden und der maßgeblichen Farbanwendung der Eigenbetriebe angepasst werden.

Die Größen der Farbbalken, die Platzierung des Logos und die Platzierung der Webadresse dürfen nicht verändert werden.

Bei der Verwaltung sind die Farben wie vorn festgelegt zu verwenden. (Zuordnung zu Dezernaten)



AMTSBLATT

Preis 0,60 Euro



DER STADT JENA • 35/11

22. Jahrgang

1. September 2011

Inhaltsverzeichnis

Seite

Das Amtsblatt der Stadt Jena ist das offizielle Mitteilungsblatt der Stadtverwaltung Jena.
Herausgeber: Stadtverwaltung Jena, Bereich des Oberbürgermeisters
Anschrift: Stadtverwaltung Jena, Bereich des Oberbürgermeisters, Postfach 10 03 38, 07703 Jena, Fax: 49-20 20, Telefon: 49-21 11, E-Mail: amtsblatt@jena.de
Erscheinungsweise: wöchentlich, jeweils Donnerstag Einzelbezug: 0,60 € - Jahres-ABO: bei Bezug auf Rechnung 28,80 €, bei Bezug im Lastschriftverfahren 26,40 €, zzgl. Vertriebsgebühr: 0,25 €. Kündigungsstermine: 30.06. und 31.12. eines Jahres - Kündigungsfrist: 1 Tag vor o.g. Terminen (Datum des Poststempels).
Adressänderungen bitte schriftlich an o.g. Anschrift (per Post, Fax oder E-Mail).
Nachdruck nur mit Genehmigung der Redaktion. Alle Angaben ohne Gewähr.
Druck: Saale Betreuungswerk der Lebenshilfe Jena gGmbH, anerkannte Werkstatt, § 57 SchwbG, Am Flutgraben 14, 07743 Jena.
Redaktionsschluss: 25. August 2011 (Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe: 1. September 2011)

Öffentliche Bekanntmachungen

	Öffentliche Bekanntmachung Ausschusssitzung
<p>Am 10.03.2011, 17.00 Uhr, findet im Plenarsaal des Rathauses, Markt 1, die nächste Sitzung des Stadtentwicklungsausschusses statt.</p> <p><i>Tagesordnung, öffentlicher Teil:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tagesordnung 2. Protokollkontrolle 3. Hydrogeologisches Gutachten Eichplatz 4. Abwägungsbeschluss zum 2. Entwurf für den Bebauungsplan „Lichtenhainer Oberweg“ 5. Sonstiges <p>Der Ausschussvorsitzende</p>	

Öffentliche Ausschreibung

	Öffentliche Ausschreibung
--	--------------------------------------

Die Stadt Jena beabsichtigt folgende Leistungen nach VOB/A zu vergeben:

Platzgestaltung vor dem Denkmal und der Kirche in Vierzehnheiligen

a) Öffentlicher Auftraggeber:

Stadtverwaltung Jena

Dezernat Stadtentwicklung und Umwelt

Fachbereich Stadtentwicklung und Stadtplanung

Fachdienst Stadtentwicklung

Am Anger 26

07743 Jena

b) Vergabeverfahren: Öffentliche Ausschreibung, VOB/A

c) Angaben zum elektronischen Vergabeverfahren und

zur Ver- und Entschlüsselung der Unterlagen:

nicht zugelassen

d) Art des Auftrags:

Landschaftsbauarbeiten, Sanierungsarbeiten im

denkmalgeschützten Bereich

e) Ort der Ausführung:

07751 Vierzehnheiligen bei Jena, Bereich um die Kirche

Das Amtsblatt der Stadt Jena ist das offizielle Mitteilungsblatt der Stadtverwaltung Jena.

Herausgeber: Stadtverwaltung Jena, Bereich des Oberbürgermeisters

Anschrift: Stadtverwaltung Jena, Bereich des Oberbürgermeisters, Postfach 10 03 38, 07703 Jena, Fax: 49-20 20, Telefon: 49-21 11, E-Mail: amtsblatt@jena.de

Erscheinungsweise: wöchentlich, jeweils Donnerstag Einzelbezug: 0,60 € - Jahres-ABO: bei Bezug auf Rechnung 28,80 €, bei Bezug im Lastschriftverfahren 26,40 €, zzgl. Vertriebsgebühr: 0,25 €. Kündigungstermine: 30.06. und 31.12. eines Jahres - Kündigungsfrist: 1 Tag vor o.g. Terminen (Datum des Poststempels).

Adressänderungen bitte schriftlich an o.g. Anschrift (per Post, Fax oder E-Mail).

Nachdruck nur mit Genehmigung der Redaktion. Alle Angaben ohne Gewähr.

Druck: Saale Betreuungswerk der Lebenshilfe Jena gGmbH, anerkannte Werkstatt, § 57 SchwbG, Am Flutgraben 14, 07743 Jena.

Redaktionsschluss: (Redaktionsschluss für die nächste Ausgabe:)

 JENA LICHTSTADT.	Öffentliche Ausschreibung - Stellenausschreibung -
Im Fachbereich Finanzen der Stadtverwaltung Jena ist schnellstmöglich nachfolgende Stelle zu besetzen:	
Teamleiter/-in Controlling im Beschäftigtenverhältnis (40 Wochenstunden), Vergütung bis Entgeltgruppe E 13	
Weitere Informationen finden Sie unter: http://www.jena.de/personalausschreibungen	
Stadt Jena	

STADT JENA



URKUNDE

Der Fachdienst Jugend und Bildung der Stadt Jena bescheinigt:

Herrn/Frau:

die erfolgreiche Teilnahme an:

durch:

Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae. Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae. Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae.

Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae. Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae. Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae. Adlaudabilis rures satis neglegenter conubium santet verecundus syrtes. Saburre optimus infeliciter vocificat agricolae.

Jena, den



JENA
LICHTSTADT.

Hier steht der Titel

Hier steht der Untertitel

www.jena.de



JENA
LICHTSTADT.

Titel durch Klicken hinzufügen

Text durch Klicken hinzufügen

Die E-Mail Signatur ist für alle Mitarbeiter der Stadtverwaltung bindend vorgegeben. Zusätzliche Angaben, Bilder, Logos etc. sind nicht zulässig.

Telefonnummern sind entsprechend DIN-Norm zu setzen.

Name Nachname
Funktion, Position

Stadtverwaltung Jena
Bereich der Stadtverwaltung
Straße Hausnummer
07743 Jena

Tel.: 03641 49-1234
Fax: 03641 49-1234
Mob.: 0162 123456
E-Mail: name.nachname@jena.de
Internet: www.jena.de

Bitte denken Sie an die Umwelt, bevor Sie diese E-Mail drucken.
Please keep the environment in mind. Do you really need to print this email?

Die E-Mail Signatur ist für alle Mitarbeiter der Stadtverwaltung bindend vorgegeben. Zusätzliche Angaben, Bilder, Logos etc. sind nicht zulässig.

Telefonnummern sind entsprechend DIN-Norm zu setzen.

Sehr geehrte Damen und Herren, ich bin in der Zeit vom xx.xx.xxxx bis zum xx.xx.xxxx nicht persönlich erreichbar. Ihre E-Mails werden nicht gelesen oder weitergeleitet. Bei dringenden Fragen wenden Sie sich bitte an ...

Mit freundlichen Grüßen

Name Nachname

Funktion, Position

Stadtverwaltung Jena
Bereich der Stadtverwaltung
Straße Hausnummer
07743 Jena

Tel.: 03641 49-1234
Fax: 03641 49-1234
Mob.: 0162 123456
E-Mail: name.nachname@jena.de
Internet: www.jena.de

Bitte denken Sie an die Umwelt, bevor Sie diese E-Mail drucken.
Please keep the environment in mind. Do you really need to print this email?

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

Stadtverwaltung Jena
Bereich des Oberbürgermeisters
Am Anger 15, 07743 Jena

Tel. 03641 49-2006
Fax 03641 49-2020
E-Mail: buerob@jena.de
www.jena.de

Das Corporate-Design-Handbuch kann auch im Intranet der Stadtverwaltung oder als Download unter www.jena.de als PDF-Datei abgerufen werden.

Erstellt durch:

ART-KON-TOR Kommunikation GmbH
Hainstraße 1 · 07745 Jena

Tel. 03641 88770
Fax 03641 887766

www.art-kon-tor.de

Dieses Handbuch wird ständig erweitert und realisierten Umsetzungen entsprechend ergänzt.

Jena, Juni 2013