

**W
BI**

Bielefeld

**Gestaltungsprinzip
der Stadtmarke**

Unsere Stadtmarke

Um die Stärken der Stadt konsequent und zielgerichteter in den Vordergrund zu stellen, geht Bielefeld neue Wege bei der Imagearbeit. Eine starke, positiv besetzte Stadtmarke hat nicht zuletzt auch ökonomische Bedeutung und kann in vielen Bereichen eine langfristige Dynamik entfalten. Von diesen Wirkungsmechanismen profitieren die Menschen in Bielefeld und somit die gesamte Stadt.

Damit alle kommunikativen Maßnahmen effizient und nachhaltig auf die Marke Bielefeld einzahlen, ist eine stringente Markenführung der Marke Bielefeld mit einem hohen Wiedererkennungswert in Inhalt wie auch in der Gestaltung absolut entscheidend. Durch das visuell prägnante, stringente, aber zugleich variantenreich einsetzbare Gestaltungsprinzip tritt Bielefeld wiedererkennbar über alle medialen Kanäle hinweg und somit auch ressourcenschonend als eine Marke auf. Das Gestaltungsprinzip ist nicht der Inhalt, sondern die Bühne, auf der die Themen präsentiert werden.

Wenn jeder Akteur der Stadt seine Kommunikation mit eigenem Gestaltungsprinzip und eigenen Inhalten betreibt, gibt es im Wettbewerb kein Durchkommen. Eine durchgängige, wiedererkennbare Handschrift erhöht die Durchsetzungskraft, wovon jeder und jede profitiert. In der Folge werden die Leistungen der verschiedenen Akteurinnen und Akteure der Stadt Bielefeld auch mit ihr in Verbindung gebracht.

Das Gestaltungsprinzip Stadtmarke Bielefeld ist Pflichtbestandteil und verbindliche Vorgabe jedes Briefings für Kommunikationsmittel an externe Dienstleister und interne Aktivitäten.

Inhalt

Eine Stadt, eine Marke!

| | |
|---|---|
| Nutzen einer starken Marke Bielefeld | 5 |
| Unsere Strategie: Sichtbarkeit schaffen | 5 |
| Der Kern der Stadtmarke Bielefeld | 6 |

Gestaltungsprinzip der Stadtmarke

| | |
|---|----|
| Ein Stadt-Logo für Bielefeld | 9 |
| Ein(!) Zeichen für alle Bielefelder Akteure | 10 |
| Prägnante Platzierung | 11 |
| Die Botschaft steht im Vordergrund | 12 |
| Einfache Regeln | 13 |
| Logo Stadt Bielefeld und Zusätze | 14 |
| Corporate Schrift: Cera Bielefeld | 15 |
| Icons – ergänzend und vielseitig | 16 |
| Bielefeld-Farben | 17 |
| Gestaltungsgrundlagen – einfach und markant | 18 |
| Vielfältige Möglichkeiten | 19 |
| Empfehlungen für Schriftgrößen | 20 |

| | |
|---|----|
| Seitengestaltung | 21 |
| Die wichtigsten Regeln für Texte | 22 |
| Bildwelt | 23 |
| Digitale Medien | 24 |
| Briefbogen, Visitenkarten, Office-Anwendungen | 25 |
| Beschilderung | 26 |

Das Gestaltungsprinzip in Beispielen

| | |
|---|----|
| Verschiedene Medien in Anwendungsbeispielen | 27 |
|---|----|

Nutzungsbedingungen

| | |
|----------------------------|----|
| Logo „Bielefeld“ | 36 |
|----------------------------|----|

Kontakt

| | |
|---|----|
| Bielefeld Marketing und Stadt Bielefeld | 37 |
|---|----|

Weitere Medien zur
Marke Bielefeld



**W
BI**

Bielefeld

Eine Stadt, eine Marke!
(Auszug)

Eine Stadt, eine Marke!

Nutzen einer starken Marke Bielefeld

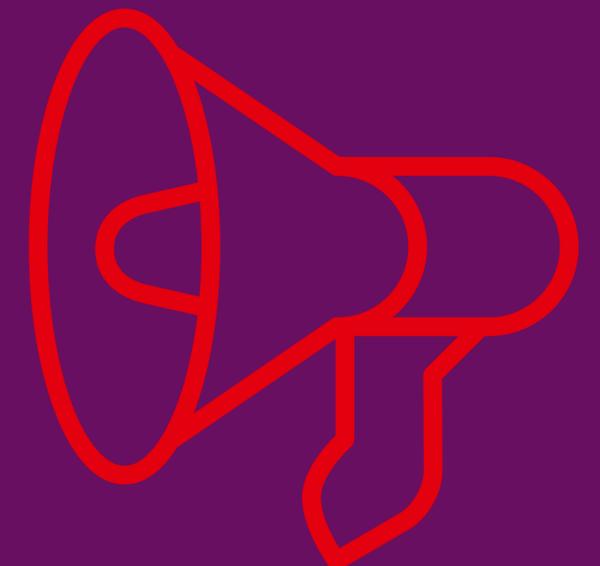
- Höhere Anziehungskraft für Tourist:innen/Besucher:innen
- Höhere Anziehungskraft für Fachkräfte
- Mehr Identifikation der Bürger:innen mit der Stadt
- Mehr Stolz und Motivation städtischer Angestellter
- Mehr politische Bedeutung der Stadt



W
BI

Unsere Strategie: Sichtbarkeit schaffen

- Fokussieren und Kräfte bündeln!
- Mut zur Lücke!
- Konzentration der Budgets!
- Bürger:innen als Botschafter:innen!
- Impact vor Reichweite!
- Stringente Markenführung in Inhalt und Form



Der Kern der Stadtmarke Bielefeld

Die positionierenden Stärken der Marke im Überblick

Exzellente Hochschulen

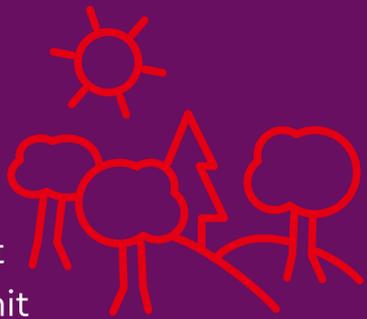
Bürger:innen schätzen Bielefelds Hochschulen und Wissenschaft in besonderer Weise. Insbesondere der **zentrale Campus** von Uni/Hochschule, die **Vielfalt der Studiemöglichkeiten** und die **Forschung** der Hochschulen prägen die positive Wahrnehmung.



W BI

Lage im Teutoburger Wald

Die Bielefelder:innen lieben die **Lage** ihrer Stadt inmitten des **Teutoburger Walds**. Zusammen mit Landschaften wie **Lipperland** und **Eggegebirge**, der zentralen **Lage in OWL** und gut angebundenen **Metropolen** bietet Bielefeld einen lebenswerten Mix aus Natur und Stadt.



Geschichte und Natur im Stadtbild

Zwar zählt das Stadtbild insgesamt nicht zu den profilierenden Stärken Bielefelds – bestimmte Facetten erzeugen jedoch Resonanz und Identifikation: **das historische Bielefeld** mit der **Sparrenburg** und der **Altstadt** mit dem Alten Markt sowie die **Natur** im Stadtbild mit viel **Wald** und **Grünflächen**.



Attraktives Freizeit- und Kulturangebot

Ob Ausflugsziele wie **Olderdissen** und **Obersee**, **Stadtfeste**, **Kultur-Events**, **Outdoor-Angebote**, große **Kulturinstitutionen** oder **Programmkinos** – Bielefeld bietet attraktive Freizeit- und Kulturangebote für jeden Geschmack.

Starke Wirtschaft

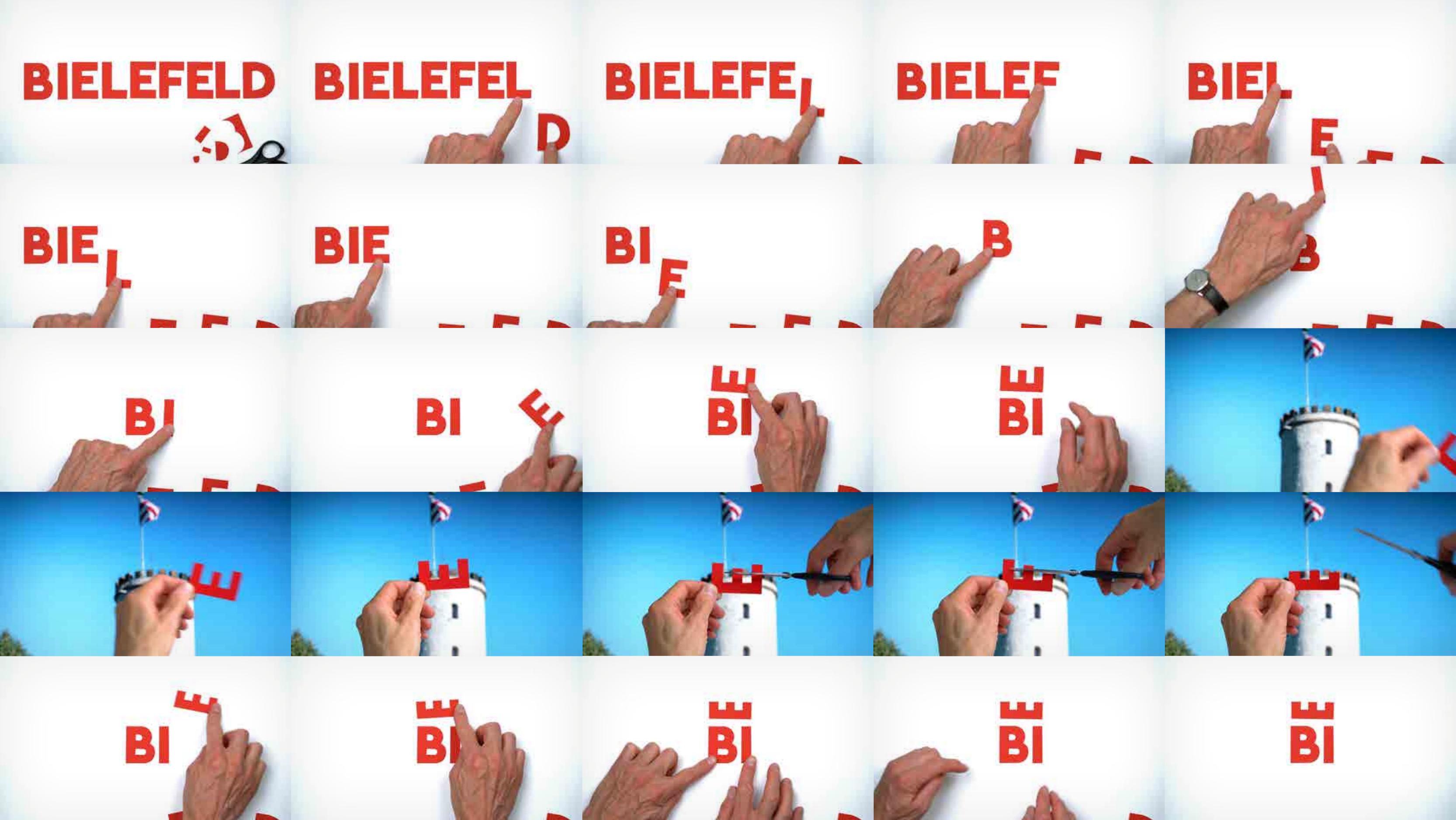
Starke Unternehmen machen Bielefeld zu einem starken Standort mit attraktiven Jobperspektiven. Ein gesunder **Mittelstand**, **Familienunternehmen** und die Strahlkraft (**inter-)****national erfolgreicher Companies** prägen Bielefeld als Teil der **Wirtschaftsregion OWL**.



**W
BI**

Bielefeld

**Gestaltungsprinzip
der Stadtmarke**



Ein Stadt-Logo für Bielefeld

Das Logo hat durch seinen einfachen und prägnanten Aufbau einen hohen Wiedererkennungswert. Ziel ist es, die Marke Bielefeld in allen Medien sympathisch darzustellen.

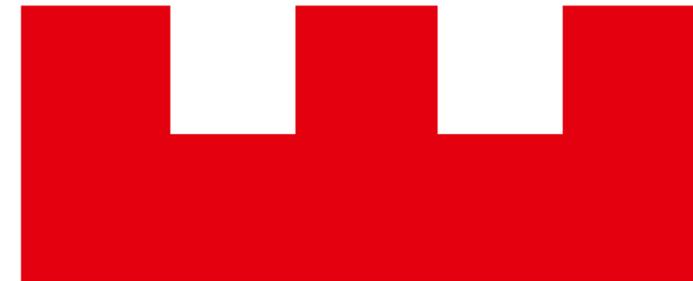
Das „BI“ als Autokennzeichen ist außerhalb der Stadtgrenzen bekannt. Das „E“ im Logo ist eine spielerische Ergänzung und hat mit den Zinnen einen Bezug zu unserer Sparrenburg. Das Logo spiegelt die Identität der Stadt auf charmante Weise wider.



Filmclip zum Stadt-Logo

wenige
prägende >
Elemente

Bezug zur
Sparrenburg
✓



< kompaktes
Prinzip



^
Farbe Rot aus
dem Bielefelder
Wappen



Ein(!) Zeichen für alle Bielefelder Akteure

Unsere Stadtmarke lebt vom Mitmachen – partizipativ. Das Gestaltungsprinzip Bielefeld ist ein Beispiel dafür, wie eine klare Markenidentität geschaffen werden kann. Es erzielt einen hohen Wiedererkennungswert, indem es auf das Wesentliche reduziert ist und gleichzeitig eine emotionale Verbindung zu der Stadt herstellt. Dies ist ein wichtiger visueller Bestandteil unserer erfolgreichen Markenstrategie.

Prägnante Platzierung

Die Logo-Platzierung ist wichtig für eine starke Wiedererkennung in allen Medien. Eine festgelegte Platzierung hilft dabei, eine optimale Sichtbarkeit zu gewährleisten.

- ▶ In allen Medien wird das Logo in den Formatecken platziert (oben links/rechts oder unten links/rechts)
- ▶ Dabei ist der Schutzraum zu berücksichtigen. Innerhalb des Schutzraumes dürfen keine anderen Text- oder Grafikelemente platziert werden.
- ▶ Logo-Größen sind für die DIN-Formate vorgegeben.
- ▶ Für den professionellen Einsatz stehen Templates in einer InDesign-Datei zur Verfügung.

Immer in der Format-Ecke



Logo-Größe für alle Medien-Formate definiert

Die Botschaft steht im Vordergrund

In allen Medien stehen die jeweiligen Empfänger:innen und Themen im Vordergrund. Absender:innen treten in den Hintergrund.

- ▶ Im Zentrum steht die Botschaft
- ▶ Das Stadt-Logo wird in der Regel alleinstehend platziert
- ▶ Für Absender:innen ist ein vorgegebener Raum vorgesehen.
- ▶ Eine Logo-Doppelung auf Titeln sollte vermieden werden.
- ▶ Für Absender- oder Veranstalterhinweise wird eine reine Textform empfohlen

Absender:innen >
auf Rückseite

Herausgeber:



Niederwall 23
33602 Bielefeld
Telefon 0521 51-2215
Telefax 0521 51-6997
presseamt@bielefeld.de



< Die Botschaft steht im Vordergrund

Keine Absender:innen
✓ auf Titeln



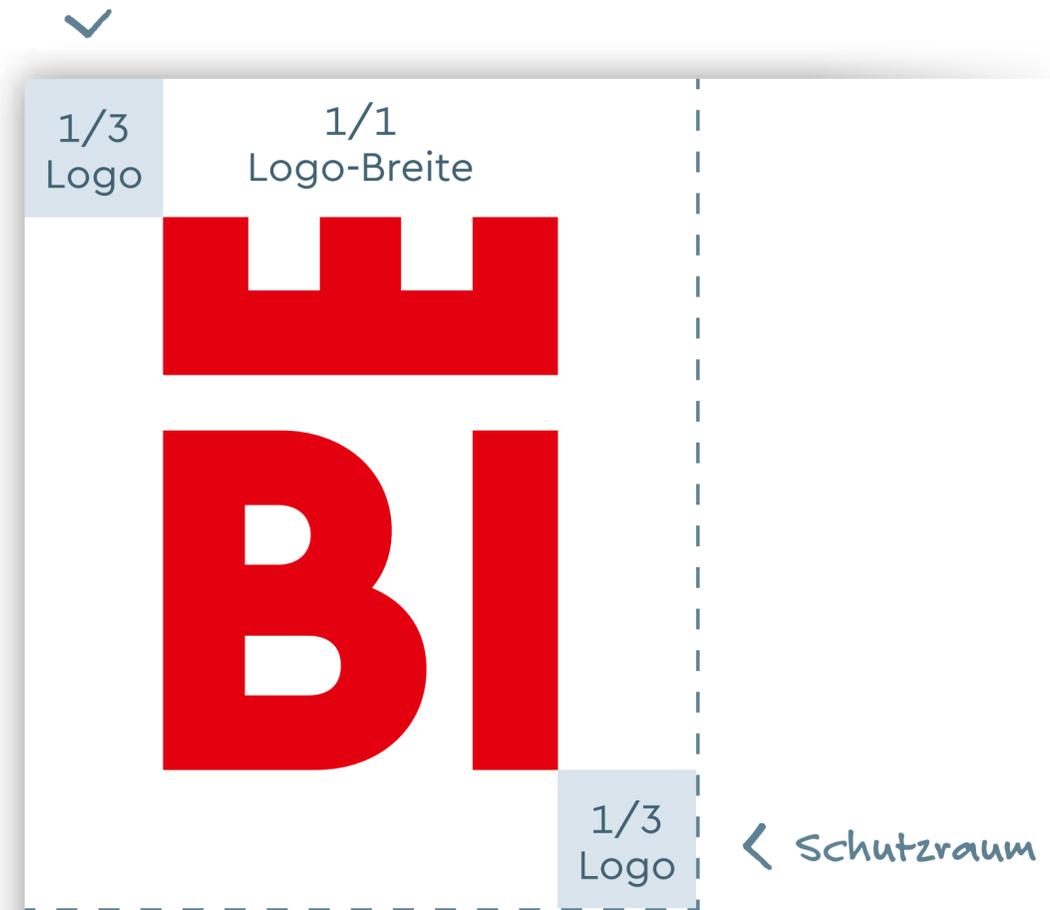
^
Keine Logo-Doppelung!
Absender nur als Text

Einfache Regeln

- ▶ Die Logobreite definiert den Schutzraum.
- ▶ Innerhalb des Schutzraumes dürfen keine Text- und Grafikelemente eingesetzt werden.
- ▶ Logo-Größen sind für die Medien-Formate vorgegeben.
- ▶ Veränderungen in Farbe, Form und Proportion sind nicht zulässig!
- ▶ Das Logo darf nicht in Texten oder Slogans eingebunden werden. Der Schutzraum ist einzuhalten.

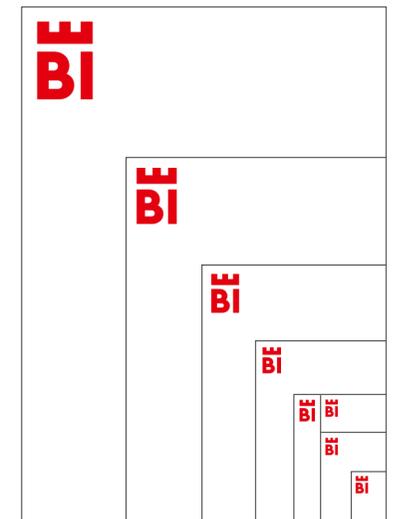


Abstände in Format-Ecke



Logo-Breiten

- 20 mm ▶ DIN lang / DIN A6
- 25 mm ▶ DIN A5
- 30 mm ▶ DIN A4
- 45 mm ▶ DIN A3
- 65 mm ▶ DIN A2
- 90 mm ▶ DIN A1
- 130 mm ▶ DIN A0
- 350 mm ▶ 18/1 Plakate



Logo Stadt Bielefeld und Zusätze

Das Logo der Stadt Bielefeld wird grundsätzlich in **Rot** eingesetzt. Die Platzierung von Textzusätzen für Ämter und Institutionen ist fest definiert.

- ▶ Das Stadt-Logo in der Farbe Rot ist nur der Stadt Bielefeld und ihren Institutionen vorbehalten.
- ▶ Der Textabstand (Schutzraum) ist fest definiert.
- ▶ Veränderungen in Farbe, Schriftart, Form, Abstand und Proportion sind nicht zulässig.



✓ Zusätze
Stadt Bielefeld



◀ Die Logobreite definiert den Abstand (Schutzraum) von Textzusätzen. Die Grundlinie der letzten Zeile steht immer bündig mit der Unterkante vom Logo.



◀ Textzusätze sind in max. 3 Zeilen möglich.
1. Zeile: „Stadt Bielefeld“
(Schrift: Cera Bielefeld Bold)
2./3. Zeile: Amt bzw. Institution
(Schrift: Cera Bielefeld Regular)



◀ **Projektzusätze** dürfen nur in Abstimmung mit dem Presseamt der Stadt Bielefeld eingesetzt werden!

Typografie – eine Schrift für Bielefeld

Corporate Schrift: Cera Bielefeld

In allen professionellen Print- und Onlinemedien wird die Schrift **Cera Bielefeld** eingesetzt. Die Schrift zeichnet sich durch ihre gute Lesbarkeit und klare Form aus. Der umfangreich ausgebaute Font ist exklusiv für das Gestaltungsprinzip der Stadtmarke Bielefeld verfügbar.

- ▶ Die Schrift wird von der Bielefeld Marketing GmbH den Agenturen bereitgestellt.
- ▶ Die Verwendung ist lizenzrechtlich nur für diesen Zweck vorgesehen.
- ▶ Für Online-Anwendungen steht die **Cera Bielefeld Web** zur Verfügung.

Cera Bielefeld Black *Italic*

Cera Bielefeld Bold *Italic*

Cera Bielefeld Medium *Italic*

Cera Bielefeld Regular *Italic*

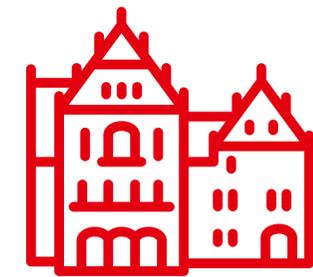
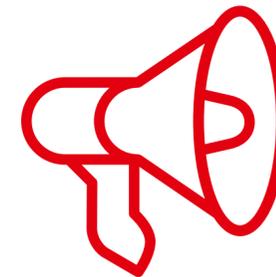
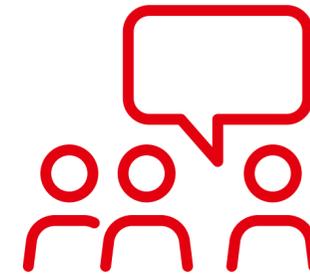
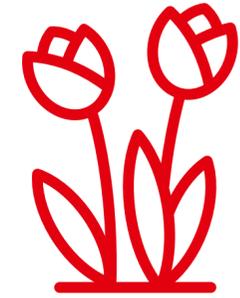
Cera Bielefeld Light *Italic*

Cera Bielefeld Thin *Italic*

Icons – ergänzend und vielseitig

Icons können zusätzlich in den einzelnen Medien eingesetzt werden, um Inhalte zu verdeutlichen oder zu illustrieren.

- ▶ Die Icons werden von der Bielefeld Marketing GmbH oder dem Presseamt den Agenturen bereitgestellt.



250 weitere Icons...



Bielefeld-Farben

Für die Medien ist eine umfangreiche Auswahl an **Primärfarben** definiert. Sie können je nach Anwendung frei gewählt werden. Die Farben können abgestuft werden.

- ▶ Für den professionellen Einsatz steht eine ASE-Datei zur Verfügung.
- ▶ Weitere Sonderfarben können nach Absprache verwendet werden.
- ▶ Logo Rot auf Weiß / Weiß auf Rot ist nur der Stadt Bielefeld vorbehalten.



| | | | | | | |
|---|--|---|--|---|--|---|
| <p>30 %</p> <p>BI 01</p> <p>0c/100m/100y/0k Pantone 185 RGB 227/0/20 Hex #e30613 HKS 14 RAL 3020 Verkehrsrot</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 02</p> <p>0c/55m/100y/0k Pantone 137 RGB 241/135/0 Hex #f18800</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 03</p> <p>0c/20m/100y/10k Pantone 116 RGB 235/189/0 Hex #ebbd00</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 04</p> <p>45c/0m/100y/0k Pantone 376 RGB 162/198/23 Hex #a2c614</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 05</p> <p>60c/0m/100y/10k Pantone 362 RGB 110/171/39 Hex #6eaa27</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 06</p> <p>90c/0m/100y/24k Pantone 348 RGB 0/131/50 Hex #008332</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 07</p> <p>100c/0m/90y/57k Pantone 3425 RGB 0/87/43 Hex #00562c</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> |
| <p>30 %</p> <p>BI 08</p> <p>60c/0m/51y/0k Pantone 346 RGB 109/190/151 Hex #6cbe97</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 09</p> <p>69c/0m/0y/0k Pantone 299 RGB 30/188/239 Hex #26bcef</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 10</p> <p>100c/11m/0y/4k Pantone 3005 RGB 0/145/214 Hex #0090d4</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 11</p> <p>100c/70m/0y/33k Pantone 287 RGB 0/59/121 Hex #023c79</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 12</p> <p>56c/100m/0y/33k Pantone 2603 RGB 106/19/98 Hex #6a1362</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 13</p> <p>16c/100m/0y/0k Pantone 225 RGB 206/0/127 Hex #ce027f</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 14</p> <p>44c/15m/0y/22k Pantone 542 RGB 129/163/195 Hex #82a3c3</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> |
| <p>30 %</p> <p>BI 15</p> <p>0c/12m/40y/34k Pantone 4525 RGB 188/170/129 Hex #bcaa81</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 16</p> <p>49c/14m/10y/43k Pantone 5415 RGB 96/129/146 Hex #5f8092</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 17</p> <p>39c/0m/32y/40k Pantone 623 RGB 119/150/134 Hex #779686</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 18</p> <p>52c/100m/85y/0k Pantone 195 RGB 144/40/52 Hex #902834</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 19</p> <p>0c/73m/85y/67k Pantone 168 RGB 109/47/13 Hex #6d2f0d</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 20</p> <p>0c/30m/46y/73k Pantone 7531 RGB 101/80/59 Hex #65503b</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> | <p>30 %</p> <p>BI 21</p> <p>18c/0m/42y/31k Pantone 452 RGB 170/178/135 Hex #aab287</p> <p>+ 30 % Schwarz</p> |

21 Primärfarben
+ Hell- und Dunkel-Abstufungen

Gestaltungsgrundlagen – einfach und markant

Grundprinzip in allen Medien und Formaten ist ein einheitliches Gestaltungsraster und der vielfältige Einsatz der Farbflächen mit der prägnanten Platzierung des Logos.

- ▶ Logo-Platzierung grundsätzlich in der Format-Ecke.
- ▶ Die Farben können je nach Anwendung frei gewählt werden.
- ▶ Die Schrift „Cera Bielefeld“ wird in allen Medien verwendet.
- ▶ Es werden nur aussagekräftige Bildmotive und bei Bedarf die Bielefeld-Icons eingesetzt.
- ▶ Bei überregional eingesetzten Medien sollte „Bielefeld“ in Headlines nach Möglichkeit genannt werden.

Farbfläche mit
Headline
▼



◀ Logo immer in
der Format-Ecke,
ruhige Bildpartien
beachten

◀ Bild im Vollformat

◀ Headlines können farbig
unterlegt werden

Farbfläche
und Grafik ▶



◀ Headlines auf
neutralen
Hintergründen

Vielfältige Möglichkeiten

In besonderen Ausnahmefällen oder zeitlich abgeschlossenen Projekten geben wir die Möglichkeit, das Gestaltungsprinzip für Komplementärfarben, Schrägen, Freiformen, Texturen, Zusätze und vieles mehr zu öffnen.

- ▶ Eine Abstimmung im Vorfeld mit dem Presseamt oder der Bielefeld Marketing ist hier erforderlich.

Gelernt ist gelernt!

In Stadt und Region ist das Bielefeld-Logo sehr gut etabliert. Es ist also gelernt und damit soll sich das System weiter öffnen. Wer Gestaltung „gelernt“ hat, darf ganz viel, solange es die Präsenz der Marke stützt und vor allem, wenn es inhaltlich Sinn macht!



Empfehlungen für Schriftgrößen

Für die gängigen Formate DIN A4 bzw. DIN lang werden Schriftgrößen empfohlen. Die Schriftgrößen können nach Inhalt, Art und Umfang des jeweiligen Mediums in einem Rahmen variiert werden.

Typografie allgemein

Zeilenabstand: Headlines 120 % / Fließtext 130 %
 Laufweite: 0 (metrisch)



1

Headlines

Cera Bielefeld Bold oder Black
 DIN lang: 21 pt / DIN A4: 30 pt
 Sublines in Regular
 Schriftgrößen in den
 jeweiligen Medien variabel

2

Einlauftexte

Cera Bielefeld Bold
 DIN lang: 15 pt / DIN A4: 20 pt
 Schriftfarbe: Primärfarbe

3

Headlines Fließtext

Cera Bielefeld Bold
 DIN lang / A4: 10–12 pt
 Schriftfarbe: Schwarz
 oder Primärfarbe

4

Fließtext

Cera Bielefeld Regular
 DIN lang / A4: 8,5–10 pt
 Schriftfarbe: Schwarz

5

Unterlegte Headlines, Störer, Zitate etc.

Texte mit Farbunterlegung,
 Schriftgrößen und -schnitte
 in den jeweiligen Medien variabel

6

Bildunterschriften, Kolumnentitel

Cera Bielefeld Regular/Bold
 DIN lang / A4: 7 pt
 Schriftfarbe: Schwarz
 oder Primärfarbe

7

Ziffern

Die Cera Bielefeld enthält
 Standard-, Mediäval- und
 Tabellenziffern

1

Eine Headline

2

Einlaufertext als Beispiel. Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Sie wohnen in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines Sprachozeans.

Ein Fließtext als Beispiel. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg.

3

Eine Headline für den Fließtext

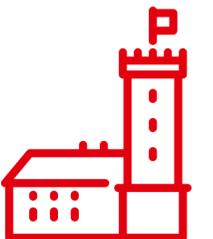
Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte.

4

Abgeschieden wohnen sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien.

5

Eine unterlegte Headline und kleines Bächlein namens Duden als Beispieltext.



1214

Eine Bildunterschrift Bielefelds erste urkundliche Nennung

6

7

Seitengestaltung

Für die Seitengestaltung gelten folgende Parameter:

- ▶ Bilder sollten großzügig und in klaren Formatkontrasten platziert werden.
- ▶ Im Layout ist ein hoher Anteil an Weißraum zu berücksichtigen.
- ▶ Sinnvolle Gliederung von Inhalten und kontrastreiche Schriftformatierungen werden empfohlen.
- ▶ Für den professionellen Einsatz stehen Templates in einer InDesign-Datei zur Verfügung.



Liebe Freundinnen und Freunde des Botanischen Gartens, sehr geehrte Besucherinnen und Besucher,

Der Botanische Garten ist ein Umbruch - an vielen Stellen wird bis einschließlich 2021 gepflanzt, renoviert oder gelistet. Der Eingangsbereich des Gartens und das angrenzende Gelände werden offen und großzügig umgestaltet, auf der Freizeitanlage entsteht ein Atriumgarten und das Fachwerkhaus wird komplett saniert.

Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Botanischen Gartens bringt diese Zeit des Umbruchs erhebliche zusätzliche Anforderungen. Auch dank der Gartenfreunde und des Fachvereins ist dieser Zeit für Veranstaltungen nicht zu Verfügung. Manche der bis gewonnenen Veranstaltungen werden deshalb bis auf weiteres ausgesetzt.

Der Verein Freunde des Botanischen Gartens bietet Ihnen dennoch auch für 2020 ein interessantes, abwechslungsreiches und etwas anderes Jahresprogramm.

Schauen Sie selbst!

Programm 2020

Februar
Samstag 22. Februar, 11 Uhr, Clubheim Bielefeld, Bobbi-Korwe
 Hochzeitsfeier - Schatzfund in der Bielefelder Altstadt
 Prof. Dr. G. W. Bielefeld
 Kostenbeitrag pro Person: 4,50 Euro

März
Samstag 21. März, 11 Uhr, Clubheim Bielefeld, Bobbi-Korwe
 Mitgliederversammlung 2020/21
Samstag 20. August, 17 Uhr, Rosenfläche unterhalb des Fachwerkhauses
 100 Jahre Clubheim Bielefeld
 Bitte bringen Sie Stilleben und Verpflegung mit!

April
Samstag 11. April, 17 Uhr, Rosendach
 Die Kugel mit dem Botanischen Garten
 Führung mit Bernd Georg Henke

Mai
Samstag 2. Mai, 14 Uhr, Rosendach
 Öffnung mit Susanne Schmidt
Sonntag 10. Mai, 15 Uhr, Rosendach
 Der Botanische Garten geliebt
 Baustellenführung mit Christof El und Hans Frank
Sonntag 14. Mai, 17 Uhr, Rosendach
 Die Kugel mit dem Botanischen Garten
 Führung mit Bernd Georg Henke

September
Sonntag 13. September, 18 Uhr, Rosendach
 Baustellenführung durch die Gärten der Pflanzen und Steine im Botanischen Garten
 mit Claudia Quirin-Jürgens und Dr. Mark Karber

Der Botanische Garten ist zentralmarkt gelegen und ganzjährig und um die Uhr geöffnet. Der Eintritt ist frei!

Anreise
 Die Anreise ist über alle Verkehrsverbindungen zu empfehlen. Die Fußgänger am Botanischen Garten sind über den Hauptbahnhof am besten erreichbar zur Verfügung stehen. www.mobil.de

Bus
 Linie 29 Haltestelle Langenhagen, Linie 24 Haltestelle Johannisstraße

Wahlzeiten
 Linie 1 bis Haltestelle Kottelnberg, dann weiter zu Fuß über den Keller Weg/Langenhagen

Wenn Sie Fragen oder Anregungen haben, erreichen Sie uns wie folgt:
Unterstützung der Stadt Bielefeld
 Botanischer Garten
 oder
Verein Freunde des Botanischen Gartens Bielefeld e. V.
 Am Kottelnberg 11 | 33607 Bielefeld
 Tel.: 0521 31 378 | Fax: 0521 31 378
 botanischer.garten@biel.de
www.botanischer.garten-bielefeld.de

Spendenkonto: Sparkasse Bielefeld
 BLZ: 251 400 | IBAN: 0526 40 00 00 00 00 00
 BIC: SPK23333

Herausgeber:
Stadt Bielefeld
 Umweltdezernat
 Umweltdezernat - Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
 Postfach 10 10 10 | 33607 Bielefeld
 Telefon: 0521 31 378 | Fax: 0521 31 378
 www.bielefeld.de

Die wichtigsten Regeln für Texte

Es gilt die Rechtschreibung nach Duden.
Alle typografischen Regeln werden dabei professionell angewendet.

Beispiel für ein Impressum:

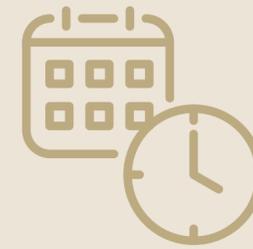
Herausgegeben von:



Stadt Bielefeld
Presseamt

Niederwall 23
33602 Bielefeld
Telefon 0521 51-2215
Telefax 0521 51-6997
presseamt@bielefeld.de

Verantwortlich für den Inhalt:
Beate Beispiel (Amtsleitung)
Redaktion: Bertram Lorem, Marie Ipsum
Gestaltung: dateringdesign.de
Bilder: Maximiliane Lorem-Ipsum
Stand: Juni 2023



Zeitangaben

Mittwoch, 3. April, 9.30 Uhr
Mi. 3.4. | 9.30 Uhr

- ▶ Je nach Platzbedarf ausführliche oder kurze Schreibweise
- ▶ Nullen werden nicht vorangestellt (z. B. 03.04., 09.30 Uhr)
- ▶ Wochentage wenn möglich mit aufführen
- ▶ Bei Uhrzeiten werden Punkte empfohlen
- ▶ Gliederung durch gerade Trennstriche möglich



Telefonnummern

0521 123456
oder international
+49 521 51-1234

- ▶ Nur ein Leerzeichen zwischen Vorwahl und Tel.-Nr.
- ▶ Bei Bedarf mit Bindestrich für die Durchwahl und internationale Vorwahlen



Direkte Ansprache

„Mach mit“ oder
„Jetzt mitmachen!“

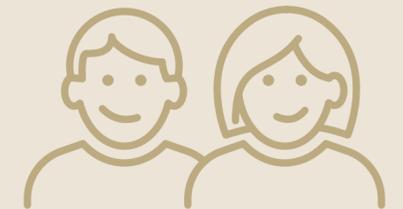
- ▶ Abhängig von der jeweiligen Zielgruppe
- ▶ Duzen nur, wenn Kinder und Jugendliche angesprochen werden
- ▶ Alternativ kann die direkte Ansprache vermieden werden



Mengenangaben

€ 5,- oder 5,- Euro
75 % oder 75 Prozent
9 – 10 Personen

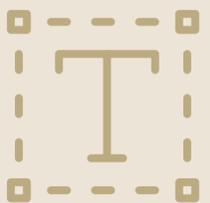
- ▶ Mengen- und Maßeinheiten werden mit Symbolen gesetzt
- ▶ In Fließtexten werden sie in der Regel ausgeschrieben



Gendern

„Lehrkräfte“ oder
„Lehrer*innen“ oder
„Lehrer:innen“

- ▶ Wenn möglich, sollten weibliche und männliche Formen vermieden werden (z.B. Lehrkräfte statt Lehrer*innen oder Lehrerinnen und Lehrer)
- ▶ Die Stadt Bielefeld verwendet das Gendersternchen, die Bielefeld Marketing den Doppelpunkt. (Hinweis: Der Doppelpunkt wird bei der Vorlesefunktion in digitalen Medien berücksichtigt)



Orthografische und typografische Regeln

- ▶ Es gilt die Rechtschreibung nach Duden
- ▶ Alle typografischen Regeln werden fachlich korrekt und professionell angewendet

www.duden.de

www.typolexikon.de



Bildwelt

Ziel ist es, die Stärken Bielefelds in der Bildwelt positiv darzustellen.



Bildwelten

- ▶ Natur im Stadtbild
- ▶ Historisches Bielefeld
- ▶ Lebendiges Bielefeld
- ▶ (Industrie-)Kultur

Tonalitäten

natürlich, bodenständig, familiär,
lebendig, vielfältig

siehe auch

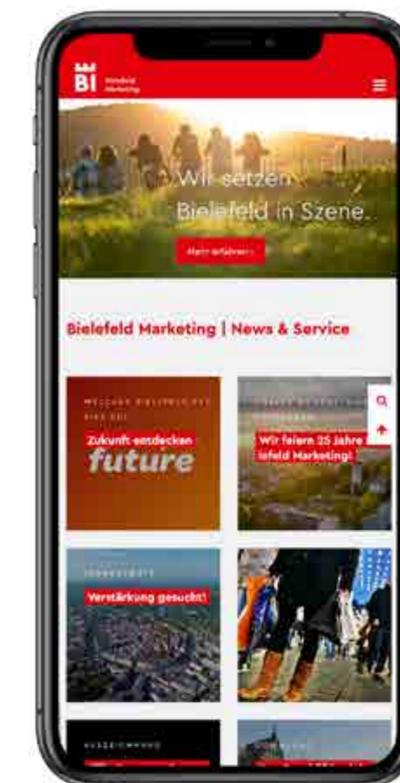
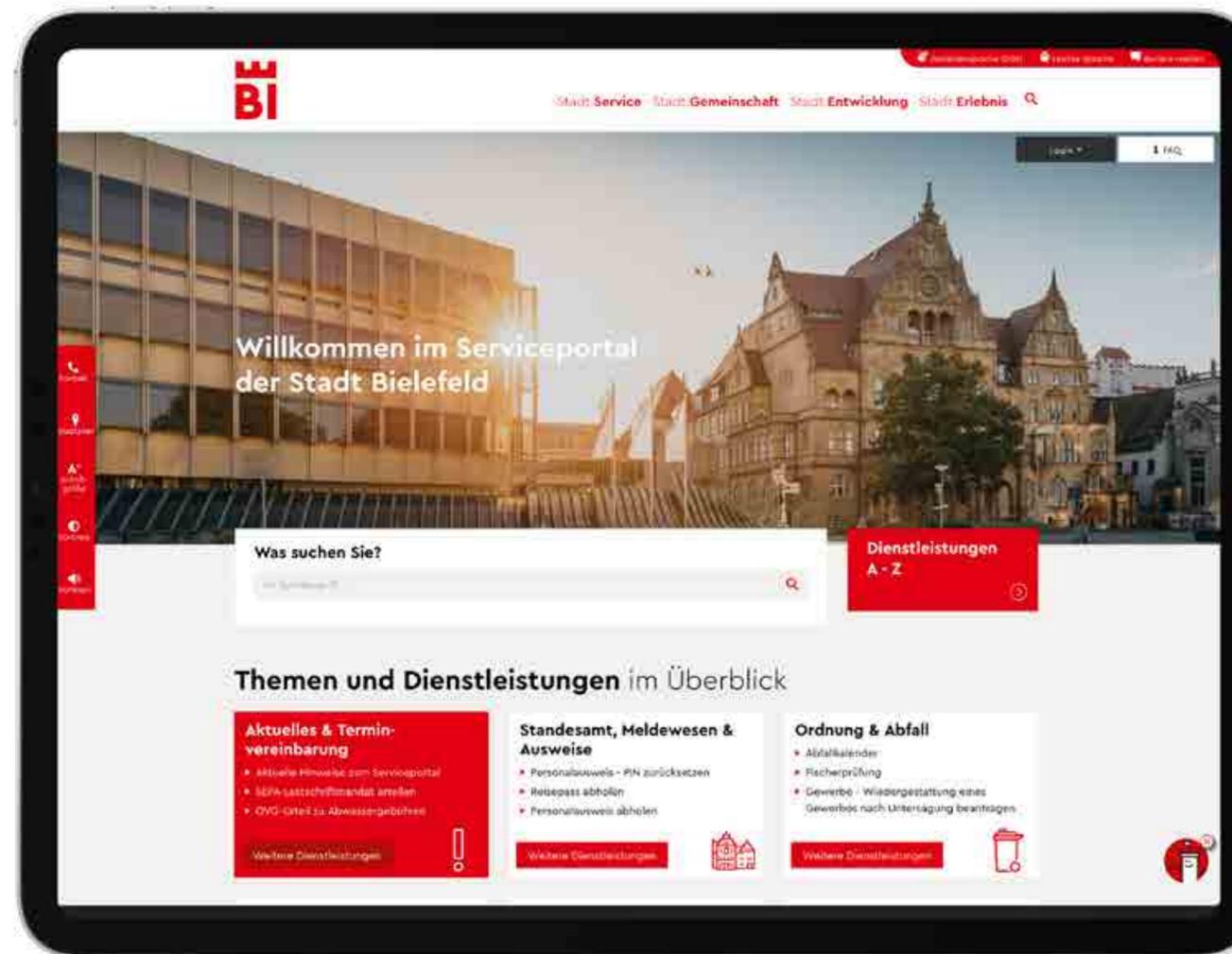
[Eine Stadt, eine Marke!](#)



Digitale Medien

In allen digitalen Medien gelten die Parameter des Gestaltungsprinzips.

- ▶ Die Veröffentlichung von Internetseiten oder Social Media Kanälen erfolgt ausschließlich über das Presseamt der Stadt Bielefeld bzw. über die Bielefeld Marketing.
- ▶ Bei Social Media Posts werden Farben, Icons und Bildmotive je nach Inhalt ausgewählt.
- ▶ Die Schrift „Cera Bielefeld“ wird in allen Medien verwendet.



Hinweise mit Icon



Bildmotiv und Text mit Farbrunterlegung



Farbkombinationen und Icons



Nur Bildmotiv

Briefbogen, Visitenkarten, Office-Anwendungen

- ▶ Das Logo in Rot ist der Stadt Bielefeld und ihren Institutionen vorbehalten.
- ▶ Textzusätzen für Ämter und Institutionen am Logo sind zulässig, wenn erforderlich.
- ▶ In allen Medien sind die Formatvorlagen fest definiert.
- ▶ In Office-Vorlagen wird die Schriftart Arial verwendet.



Briefbogen und Visitenkarten



PowerPoint-Vorlage:
Folienmaster für Text und Bild

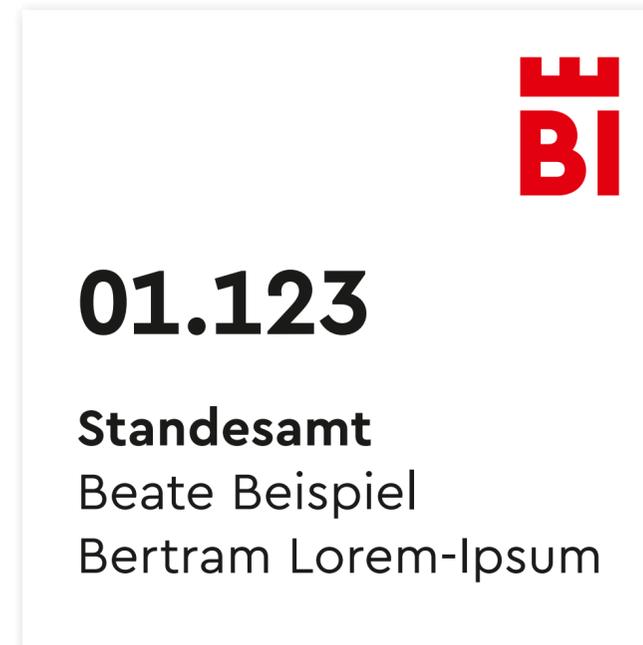


Deckblatt und
Titelkopf



Beschilderung

- ▶ Das Logo wird nur einmal eingesetzt.
- ▶ Grundsätzlich wird die Schrift „Cera Bielefeld“ verwendet.
- ▶ Die Abstimmung erfolgt ausschließlich über das Presseamt der Stadt Bielefeld bzw. über die Bielefeld Marketing.



**W
BI**

Bielefeld

**Das Gestaltungsprinzip
in Beispielen**

Veranstaltungsplakate

► Vollbild-Motive



Veranstaltungsplakate und Aktionen

► Freisteller, Grafik



BI Stadtwerke Bielefeld

Burgsommer
11.-18.7.2021*
An der Sparrenburg

Konzerte
Poetry Slam
Kinderprogramm
Yoga
Wissenschaft
Quiz-Abend

* Tickets & Infos
www.bielefeld.jetzt/burgsommer

Veranstalter: **BI** Bielefeld Marketing Das Kinderprogramm wird gesponsert von: **MieleFelder Bürgerstiftung**



BI

BRAINSTORM
Wissenschaft trifft Improtheater

„Geteilte Welt – geteilte Wirklichkeit?“
Spezialausgabe zum Kongress „Polarisierte Welten“
der Deutschen Gesellschaft für Soziologie

27.9.2022 | 19:30 Uhr
Komödie Bielefeld → Ritterstraße 1
Eintritt: 12 € (8 € ermäßigt)

Veranstalter: **BI** Bielefeld Marketing
Sponsoren: **STADTWERKE BIELEFELD**
Corporate Partner: **UNIVERSITÄT BIELEFELD**



BI

Deine Fan-Aktion für Bielefeld

Wir fördern die besten Projekte für die **Innenstadt!**

Jetzt bewerben:
www.bielefeld.jetzt

Aktionen

- ▶ Vollbild, Farbverläufe, typografische Akzente



W
BI

Diese Aktion wird unterstützt von den Bielefelder-Partnern, dem Netzwerk der Stadtmarke Bielefeld.



Unterstützer: Initiator: Kooperation:

Illustrationen

- ▶ Einsatz von Illustration und Akzentschriften

Ich bin Erzieher*in!

Jeder Tag ist ein kleines Abenteuer!

#erziehungshelden gesucht!

9 to 5 im Büro ist nichts für Dich? Du willst Abwechslung, einen Job, der Dich erfüllt, und Kinder und Jugendliche für ihre Zukunft stärken? Dann könnte eine Ausbildung als pädagogische Fachkraft genau das Richtige für Dich sein!

Am 1.8. ist Ausbildungsbeginn
Jetzt bewerben!
www.bielefeld.de/erziehungshelden

Willst Du mit mir picknicken?

Die 10 schönsten Picknickplätze in Bielefeld

Kultur tut gut.

Bielefelder Kultur verschenken: mit Kunstdrucken, Gutscheinen, Tickets und vielem mehr.



Titel mit Farbflächen

► Dokumentationen und Flyer

E BI

Stadt Bielefeld
Umweltbetrieb



Abwasserbeseitigungskonzept 2022
der Stadt Bielefeld

3. Rückblick auf das Abwasserbeseitigungskonzept 2016

Weser-Lutterler verzeichnet Wehaversberger Straße und finanziellertigsten Baumaßnahme.

der Sanierung der war technisch und herausfordernd. Als ungslösungen der der Schmutzwasser für die kommenden gewähren. Der vor wurde eingehalten.

1. Bauabschnitt mit Niederwals für den

Einbringung von Kasternprofilen in das aufgeschichtete Hauptprofil der alten Lutter

RRB Teutoburger Straße - Einbringung von Unterwasserbeton zur Sohlabsbildung



E BI

Stadttrundgang
Von Burg zu Berg

www.bielefeld.jetzt



JOHANNISBERG

www.bielefeld.jetzt



Die einmalige Lage am Fuße des Teutoburger Waldes bietet eine beeindruckende Sicht auf die Bielefelder Stadtkulisse und die Sparrenburg.

Der liebevoll angelegte Johannenberg lädt mit einem schönen Pavillon zum Verweilen ein. Die Südlage garantiert den Besucherinnen herrliche Sonnenstrahlen. Bis in die vierziger Jahre des 20. Jahrhunderts flanierten hier die Bielefelder Bürgerinnen hoch über der Stadt in der von Villen umgebenen Parkanlage. Nach den Kriegsjahren geriet das Areal immer mehr in Vergessenheit und verwilderte. 2008 wurde die in einen Dornröschenschlaf versunkene Parkanlage auf dem Johannenberg wiederhergerichtet und strahlt seitdem in neuem Glanz. Ein Höhenabenteurer im Grünen erwartet die Besucherinnen im Hochseilgarten des Kletterparks Bielefeld mit mehr als 90 Kletter- und Balancestationen. Der Wohnmobilstellplatz am Johannenberg bietet zehn Wohnmobilen einen Aufenthalt mitten im Naturpark Teutoburger Wald. Außerdem macht eine „Bewegungswelt“ mit 12 Fitness-Stationen Training im Freien möglich.

SPARRENBURG



Die Sparrenburg ist Bielefelds Wahrzeichen und Besuchermagnet. Ein Ausflug zur Sparrenburg lohnt sich zu jeder Jahreszeit.

Von der mächtigen Festungsanlage bietet sich den Besucherinnen ein herrlicher Panoramablick über die Universitätsstadt am Teutoburger Wald. Das weitläufige Burggelände liegt an einem der schönsten Höhenwanderwege Deutschlands, dem Hermannsweg. Erbaut in der ersten Hälfte des 13. Jahrhunderts vom Grafen von Ravensberg, diente die Sparrenburg als Verwaltungs- und Wohnsitz der Landesherren und sicherte die Stadt sowie den Handelsweg am Bielefelder Pass. Kundige Tourguides nehmen die Besucherinnen mit in die unterirdische Welt der Kasematten. Bei der 45-minütigen Tour erkunden die Besucherinnen das 300 Meter lange Gangsystem und bekommen dabei einen spannenden Einblick in die Burggeschichte. Dicke Steinmauern, dunkle Verlässe und enge Lichtschächte zeigen eindrucksvoll unter welchen Bedingungen die Soldaten damals Burg und Stadt vor feindlichen Eroberungen verteidigt haben.

► www.sparrenburg.info

Bielefeld zu Fuß entdecken

17 Highlights in 3 Stunden
Strecke: 7 Kilometer



KUNSTFORUM HERMANN STENNER

Das Museum feierte am 20. Januar 2019 in den denkmalgeschützten Gebäudeteilen des Ortwin Goldberg Forums seine Eröffnung. Das Kunstforum Hermann Stenner lädt zur offenen Begegnung mit der bildenden Kunst des 20. Jahrhunderts ein. Das Ausstellungshaus öffnet sich aber auch der zeitgenössischen Kunst.

► www.kunstforum-hermann-stenner.de

BAUERNHAUSMUSEUM

Zeitreise ins 19. Jahrhundert: Im Bauernhausmuseum, dem ältesten Freilichtmuseum Westfalens, wird die Geschichte des Bauernlebens in der Region veranschaulicht. Seit 1919 befindet sich das Museum auf der Ochsenheide. Vor allem für Kinder gibt es ein vielfältiges Programm. Das Café im historischen Ambiente einer Scheune bietet regionale Spezialitäten wie Pickler, süß oder herzhaft, sowie selbstgebackene Torten und Kuchen.

► www.bielefelder-bauernhausmuseum.de

DR. OETKER WELT

Die Dr. Oetker Welt lädt ein zum Entdecken, Erleben und Genießen. Auf geführten Rundgängen, in Seminaren und Vorträgen erfahren die Besucherinnen Interessantes über die Entwicklung des Unternehmens, Wissenswertes über Produktion und Produkte und Außergewöhnliches über die Marke Dr. Oetker. Ein Besuch ist nur nach vorheriger Anmeldung möglich.

► www.droetkerwelt.de

KUNSTHALLE BIELEFELD

Die Kunsthalle Bielefeld genießt bundesweite Reputation. Deutsche und internationale Kunst des 20. und 21. Jahrhunderts bestimmt das Programm im Inneren des Architekturdenkmal. Das Museum und Ausstellungshaus hat der New Yorker Architekt Philip Johnson 1968 erbaut. Neben der eigenen Sammlung gibt es mehrere Wechselausstellungen pro Jahr. Nach einem Besuch lädt das Café im Gebäude mit schöner Gartenterrasse zum Verweilen ein.

► www.kunsthalle-bielefeld.de

NATURKUNDE-MUSEUM - NAMU

Der Einfluss der Menschen auf unsere Natur und Umwelt im Laufe der Zeit ist Thema im namu, einem Museum für Natur, Mensch und Umwelt. Ein umfangreiches Ausstellungsprogramm vermittelt großen und kleinen Besucherinnen den richtigen Umgang mit unserem Planeten. Das Naturkunde-Museum befindet sich im Spiegelhof, einem der wenigen erhaltenen Adelshöfe (1540).

► www.namu-ev.de

Alle Highlights auf einen Blick

- 1 Tourist-Info
- 2 Kunstforum Hermann Stenner (Start- und Endpunkt)
- 3 Ratsgymnasium
- 4 Skulpturenpark
- 5 Werke bedeutender Künstler:innen des 20. Jahrhunderts, ein Wasserbecken und schalenförmige Wege laden zum Flanieren ein. Der Skulpturenpark wurde 2008 nach Originalplänen des New Yorker Architekten Philip Johnson neu gestaltet.
- 6 Kunsthalle Bielefeld
- 7 Naturkunde-Museum im Spiegelhof
- 8 Sparrenburg
- 9 Musik- und Kunstschule
- 10 Dr. Oetker Welt
- 11 Botanischer Garten
- 12 Kahler Berg
- 13 Der 25 Hektar große Naturwald in der Nähe des Heimat-Tierparks Olderdissen wird im Wesentlichen der natürlichen Entwicklung überlassen, in der Hoffnung, dass nach langer Zeit eine neue Urwaldwildnis entsteht.
- 14 Tierpark Olderdissen
- 15 Ochsenheide
- 16 Das Naturschutzgebiet in direkter Nachbarschaft zum Bauernhausmuseum ist für Naturfans eine besondere Augenweide.
- 17 Bauernhausmuseum
- 18 Infopunkt am Johannisberg
- 19 Denkmal „Unter Zwang“
- 20 Die Landschaftsskulptur erinnert an die dunkle Geschichte des Johannisberges, nämlich an das hier gelegene Arbeitslager für Zwangsarbeiterinnen während des Zweiten Weltkrieges.
- 21 Johannisberg
- 22 Winzschers Garten

Tipp!
Bollerwagen-Tour
Kurze Wege, tolle Geschichten, humorvolle Anekdoten und eine gute Portion Wissen – das ist die 3-stündige geführte Bollerwagen-Tour über den Johannisberg!

► www.bielefeld.jetzt/bollerwagen

Kampagnen

- ▶ Hintergrundgrafiken und freie Formen
- ▶ Abstimmung ausschließlich über das Presseamt der Stadt Bielefeld bzw. über die Bielefeld Marketing.



Social Media-Beispiele

Freie Anwendungen

- ▶ Grafische Einbindung des Logos
- ▶ Abstimmung ausschließlich über das Presseamt der Stadt Bielefeld bzw. über die Bielefeld Marketing.



Kulturbeutel gepackt!

Deine Wahl, Dein Geschenk.
Gutscheine & Tickets für Theater,
Konzerte, Museen und mehr.

→ Nur hier: **Tourist-Information Bielefeld, Niederwall 23**
Infos unter www.bielefeld.jetzt/kulturbeutel

Gratis
Beim Kauf
gibt's den
Kulturbeutel
dazu.



Deine Fan-Aktion für Bielefeld

Wir fördern die besten
Events und Projekte!

Jetzt Projekt einreichen und bis
zu 5.000 € Förderung erhalten:

mein.bielefeld.de



Nutzungsbedingungen des Logos „Bielefeld“

Das Logo/Markenzeichen „Bielefeld“ ist marken- und urheberrechtlich geschützt. Mit dem Herunterladen des Bielefeld-Logos auf www.bielefeld.jetzt werden folgende Nutzerbedingungen akzeptiert: Die Nutzung des Logos erfolgt ausschließlich auf Basis der im Folgenden dargestellten erlaubten Nutzungen. Sämtliche über die im Folgenden dargestellten Nutzungen hinausgehenden Verwendungen sind untersagt.

❶ Für das Bielefeld-Logo in allen Farbvarianten

außer Rot/Weiß und Weiß/Rot:

Private Nutzung: Die Nutzung und Verwendung des „Bielefeld-Logos“ ist mit Ausnahme der in Ziffer 2 ausschließlich der Stadt Bielefeld vorbehaltenen Nutzung in der Farbvariante Weiß/Rot und Rot/Weiß für den persönlichen und privaten Gebrauch der Bürgerinnen und Bürger vollständig freigegeben. Darüber hinaus darf das Logo als Vorlage für eigene Bielefeld-Logo-Interpretationen, also zur Gestaltung von Kleidung, Gemälden und Waren in haushaltsüblichen Mengen etc. genutzt werden. Ausgeschlossen sind rassistische, fremdenfeindliche, gewaltverherrlichende, radikale oder sonstige verfassungsfeindliche Nutzungen.

Gewerbliche und nicht private Nutzung: Die Verwendung des „Bielefeld-Logos“ zu kommerziellen Zwecken und die Herstellung von Waren, Werken und Werbeträgern aller Art, die das „Bielefeld-Logo“ abbilden, ist ausschließlich mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Rechtsinhabers der Bielefeld Marketing GmbH gestattet. Der Verkauf von Waren, die gestaltungsmäßig ausschließlich aus dem „Bielefeld-Logo“ bestehen, ist untersagt.

❷ Die Verwendung des Bielefeld-Logos in den Farben Rot/Weiß und Weiß/Rot

Die Nutzung des Bielefeld-Logos in den Farben Rot/Weiß bzw. Weiß/Rot ist in sämtlichen Verwendungsformen ausschließlich der Bielefeld Marketing GmbH, der Stadt Bielefeld und städtischen Unternehmen vorbehalten. Die Nutzung erfolgt entsprechend der definierten Vorgabe im Manual „Gestaltungsprinzip der Marke Bielefeld“.

Dieses rote „Bielefeld-Logo“ stellt das offizielle Logo der Stadt Bielefeld dar. Es ist in diesem Zusammenhang im Einzelfall für Medienberichte über Bielefeld als Hinweis über den Zusammenhang mit der Stadt Bielefeld zur Nutzung freigegeben. Darüber hinaus sind jedoch weitere, insbesondere kommerzielle Nutzungen durch oder in Medien nicht erlaubt. Insbesondere hat die Nutzung des roten „Bielefeld-Logos“ für Werbung, Anzeigen oder redaktionelle Werbung zu unterbleiben.

Die Bielefeld Marketing GmbH haftet nicht für Schäden, die durch den Download und die weitere Nutzung des Logos entstehen.

Wir freuen uns auf Ihre Veröffentlichung!

Belegexemplare und Beleglinks an:

Bielefeld Marketing GmbH

Herforder Straße 4-6 | 33602 Bielefeld

Telefon 0521 55774-710

kommunikation@bielefeld-marketing.de



Logo Rot auf Weiß
und Weiß auf Rot

Kontakt



Bitte die Nutzung des Gestaltungsprinzips vor der Realisation
in jeglichen Medien abstimmen mit:

Bielefeld Marketing GmbH

Herforder Straße 4-6

33602 Bielefeld

Telefon 0521 55774-710

kommunikation@bielefeld-marketing.de

Stadt Bielefeld

Presseamt

Niederwall 23

33602 Bielefeld

Telefon 0521 512215

presseamt@bielefeld.de