



Markenpositionierung Corporate Design Manual

Regelwerk mit Spielraum

Das vorliegende Manual gibt Ihnen einen Überblick über das Corporate Design der Lutherstadt Wittenberg. Das Corporate Design ist das visuelle Aushängeschild unserer Stadt. Es spiegelt symbolisch die Werte wider, für die wir stehen, und definiert sich über bestimmte Farben, Formen, Bilder, Schrift-Typen, Materialien und Zeichen. Sein zentrales Element ist das Logo. Auch wenn sich eine Marke beständig weiterentwickelt, bleiben die Kernelemente des Corporate Designs erhalten, denn sie bilden seine Eckpfeiler.

Dieses Regelwerk soll Ihnen in Ihrer täglichen Arbeit als handliche Gebrauchsanweisung zum Umgang mit unserer Marke und dem Corporate Design dienen. Obwohl es sehr wichtig ist, dass die hier vorgegebenen Grundregeln eingehalten werden, lässt Ihnen dieses Manual gestalterischen Spielraum. Das liegt zum einen daran, dass wir absichtlich ein sehr flexibles Design entwickelt haben, um allen Ansprüchen der unterschiedlichen Nutzergruppen (wie Verwaltung, öffentliche Einrichtungen, kommunale Unternehmen etc.) gerecht zu werden. Zum anderen liegt es daran, dass wir dieses Manual bereits in der Konzeptphase der CD-Erarbeitung begonnen haben. Das heißt, es handelt sich bei fast allen Anwendungen um sogenannte „Look & Feels“ (das meint die beispielhafte Anwendung des neuen Corporate Designs auf ausgewählte Medien). Eine konkrete und detaillierte Umsetzung aller Medien auf Basis dieses neuen Designs wird in den kommenden Monaten und Jahren sukzessive

erreicht werden. Entsprechend werden wir auch dieses Manual immer weiter anpassen und ausbauen. Wir bitten an dieser Stelle um Ihr Verständnis und um Ihre Mithilfe!

Wir alle sind Lutherstadt Wittenberg.

Die Marke Lutherstadt Wittenberg muss daher sorgsam behandelt und verwendet sowie behutsam weiterentwickelt werden. Bereits kleine Nachlässigkeiten im Umgang können dazu führen, dass das Gesamtbild gestört wird. Deshalb gilt: Ganz gleich, ob Sie eine Einladung schreiben, ein Plakat gestalten oder eine Veranstaltung ausrichten, prüfen Sie bitte sorgfältig, ob eine von Ihnen geplante Maßnahme zur Marke Lutherstadt Wittenberg passt und ob deren Umsetzung den in diesem Manual aufgeführten Markenrichtlinien entspricht. Jeder Einzelne von uns trägt dazu bei, dass sich die Marke stark und authentisch weiterentwickelt. Bei Fragen und Anregungen wenden Sie sich bitte an die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH.

Vorlagen für einzelne Anwendungen wie Briefbögen, Formulare, Flyer u. Ä. werden kurzfristig entwickelt und für Sie bereitgestellt. Sollte im Einzelfall eine Erweiterung der Grundregeln notwendig sein, wenden Sie sich bitte an die Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH.

Kontakt

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH
Markt 4
06886 Lutherstadt Wittenberg
Germany

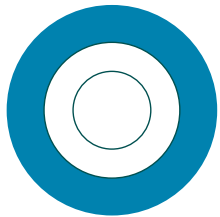
Tel.: +49 (0)3491 419 260
E-Mail: marketing@wittenberg.de

Hinweis

Vorschläge und Ideen sind uns immer willkommen. Bitte unternehmen Sie jedoch keine gestalterischen Alleingänge. Selbstständige Entwürfe (Einladungen, Plakate etc.) müssen mit der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH abgestimmt werden. Dies gilt grundsätzlich für sämtliche Maßnahmen der Außenkommunikation. Bitte stellen Sie außerdem die Entwurfsvorlagen der Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH unaufgefordert zur Verfügung.

Die Marke Lutherstadt Wittenberg

Die Definition der Marke durch Verdichtung der Eigenschaften zu Markenwerten und die Ableitung eines Markenkerns



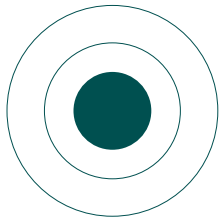
Expressive Markenwerte

beschreiben den besonderen Charakter und das Verhalten der Lutherstadt Wittenberg im Sinne von:
Die Lutherstadt Wittenberg ist ...



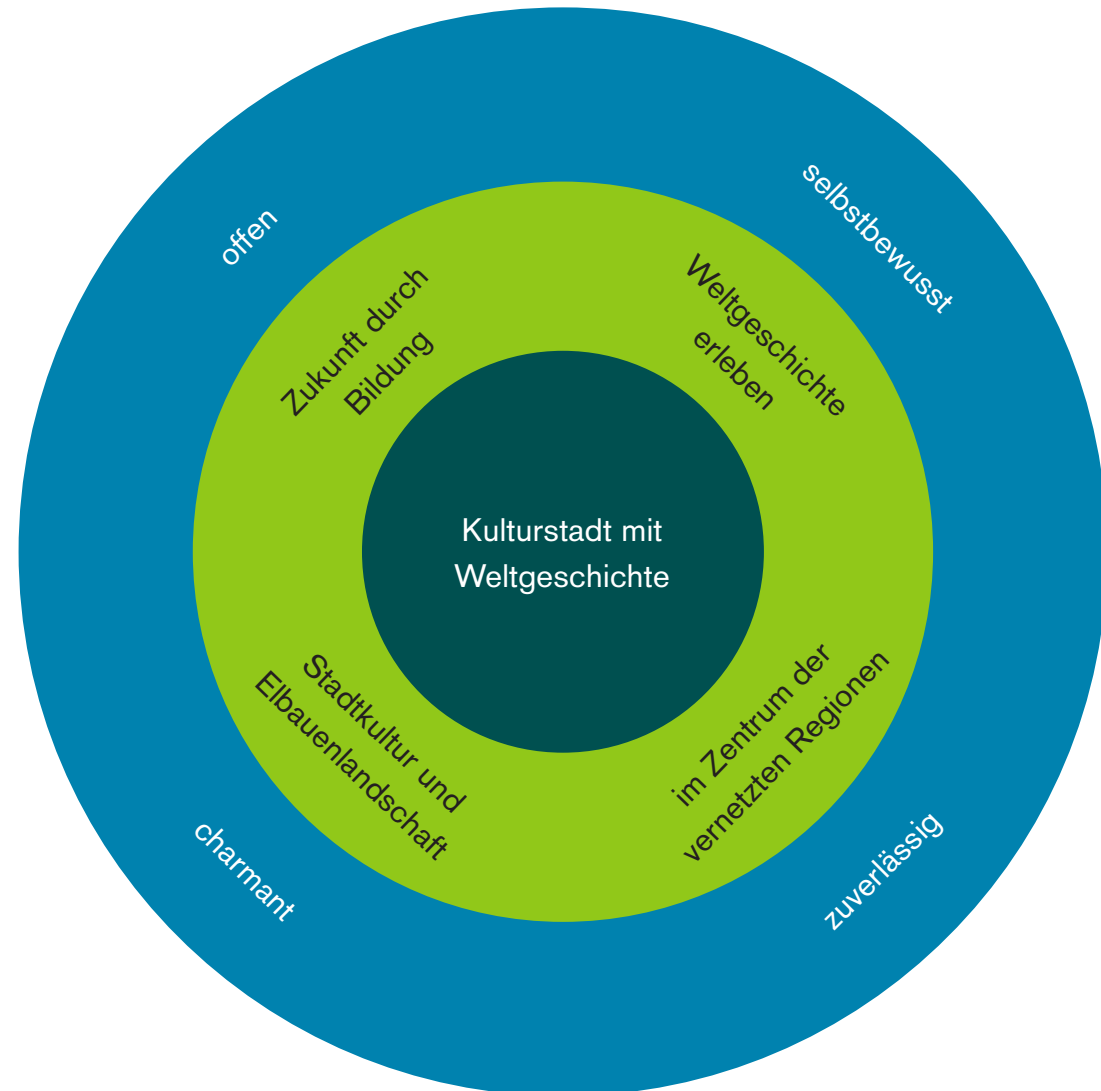
Funktionale Markenwerte

beschreiben die differenzierenden Leistungen der Lutherstadt Wittenberg im Sinne von: Die Lutherstadt Wittenberg bietet ...



Markenkern

beschreibt den zentralen Gedanken, den die Zielgruppen mit der Lutherstadt Wittenberg verbinden sollen. Was muss sich einprägen?



Weltgeschichte erleben

Funktionaler Wert 1 und seine Bedeutung für die drei Zielgruppen

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Bürgern ...

... eine von Weltgeschichte geprägte Altstadt. Ob beim Kaffeetrinken, Shoppen oder Konzertbesuch – die bedeutende Weltgeschichte ist in Wittenberg allgegenwärtig. Das Wirken der Reformatoren und bedeutender Künstler lebt in unzähligen Gebäuden und Denkmälern fort und trägt zum Stolz der Bürger auf ihre Stadt bei. Die historische Bedeutung ist wichtige Säule für den Tourismus und Lebenshintergrund vieler Bürger.

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Unternehmen ...

... Weltgeschichte als wichtige Grundlage für eine erfolgreiche Tourismusbranche. Sie ist Standortfaktor für Neuansiedlungen von Unternehmen. Zudem sind die allgegenwärtige und spürbare Weltgeschichte und das besondere Flair der Stadt wichtige Aspekte für die Lebensqualität bestehender und potenzieller Mitarbeiter.

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Besuchern ...

... erlebbare Geschichte. Die erstrangigen Originalschauplätze der Reformation sind UNESCO-Weltkulturerbe und kulturelle Leuchttürme von nationaler und internationaler Bedeutung. Die ganze Stadt zeichnet ein lebhaftes Bild dieser Geschichte. Die Wirkungsstätten von Martin Luther und Philipp Melanchthon stehen für den Beginn einer neuen Epoche der europäischen Geschichte.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

UNESCO-Weltkulturerbestätten, Wirkungsstätten der Reformatoren: Stadtkirche, Schlosskirche, Lutherhaus, Cranachhäuser, Museum für Stadtgeschichte, ehemalige Universität Leucorea (eine der ältesten Europas, hier lehrten u. a. Luther, Melanchthon, Giordano Bruno), Druck der ersten deutschsprachigen Bibel (M. Lotter), Erfinder der drahtlosen Telegrafie (W. Weber), Schwerter-zu-Pflugscharen-Aktion auf dem Wittenberger Lutherhof (1983) usw.

Zukunft durch Bildung

Funktionaler Wert 2 und seine Bedeutung für die drei Zielgruppen

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Bürgern ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Bürgern ein leicht zugängliches und engmaschiges Bildungsnetzwerk, in dem eine sehr gute Aus- und permanente Weiterbildung ermöglicht wird. Dabei geht es über die beruflichen Qualifikationen hinaus, indem auch Themen der Allgemeinbildung und besonderer Interessengebiete neue Bildungshorizonte aufzeigen. Die Lutherstadt Wittenberg fördert so die Zukunft der Bürger und ihrer Stadt.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

KommBi (Kommunale Bildungseinrichtungen: Schulen, Kindertagesstätten etc.), Leucorea, Evangelische Akademie, Paul Gerhardt Diakonie-Akademie, Ratsarchiv der Städtischen Sammlung, Stadtbibliothek, Bildungszentrum Lindenberg, Campus Wittenberg, Evangelisches Predigerseminar, Institut für Hochschul-forschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Institut für deutsche Sprache und Kultur, zwei Gymnasien, vier Berufsbildende Schulen, Musikschulen, Malschule, Berufsbildungswerk, ConAct, Luthergesellschaft, LWB-Zentrum Wittenberg (Lutherischer Weltbund), Wittenberg Center der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Amerika, Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Unternehmen ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Unternehmen eine attraktive Bildungslandschaft, in der allen Fachkräften eine gute Aus- und ständige Weiterbildung ermöglicht wird. Branchenspezifische Institute und deren Tagungen sorgen für einen permanenten Wissenstransfer und sichern das hohe Innovationspotenzial der Stadt. Durch Forschungs- und Weiterbildungsangebote entstehen Wettbewerbsvorteile.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

Agrochemisches Institut, Forschungseinrichtungen im Agro-Chemiepark, Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik, Leucorea, Arbeitskräftepotenzial aus dem Chemiebereich

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Besuchern ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Besuchern einen Zugang zu diversen Bildungsthemen aus Geschichte, Religion, Kunst und Kultur. Je nach Interessenlage kann sich der Besucher hier einen Überblick verschaffen oder sein Expertenwissen vertiefen. Egal in welcher Zugangsstufe, bei der Wissensvermittlung steht das „Erleben“ im Vordergrund. Denn nur wer seine Vergangenheit kennt, kann daraus Zukunft entwickeln.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

Museen mit Museumspädagogik, Ausstellungen, Evangelische Akademie, Colleg Wittenberg, Leucorea etc.

Im Zentrum der vernetzten Region

Funktionaler Wert 3 und seine Bedeutung für die drei Zielgruppen

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Bürgern ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Bürgern

eine lebens- und liebenswerte Region. Die attraktive Lage und gute Anbindung an die Großstädte Berlin, Leipzig und Halle machen Wittenberg zu einem attraktiven Wohnort. Die Region ist gut vernetzt – miteinander und mit dem ganzen Land. Sie wächst permanent weiter – auch wirtschaftlich. Wittenberg spielt für die Bedeutung dieser Region eine herausragende Rolle.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

ICE-Halt (schnelle Verbindung nach Berlin (32 Min.), Leipzig (30 Min.), mediale Vernetzung (LTE), Bundes- und Landesstraßen, günstige Mieten und Grundstückspreise, Unternehmensansiedlungen, Arbeitsplätze etc.

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Unternehmen ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Unternehmen eine attraktive Lage in Mitteldeutschland und gut vernetzte Kompetenzzentren. Als Teil der Metropolregion Mitteldeutschland hat der Standort mit Industriekultur eine überregionale Bedeutung. Die ansässigen Unternehmen profitieren von Netzwerksynergien. Die direkte Verkehrsanbindung ist auf dem Land-, Luft- und Seeweg gesichert.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

Agro-Chemiepark, weitere Gewerbegebiete, Nähe zu Flughäfen Leipzig/Halle, Berlin, Autobahnanbindung A 9, Elbhafen, ICE-Halt etc.

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Besuchern ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Besuchern eine Region mit der dichtesten Ansiedlung von UNESCO-Welterbestätten der Welt. Die attraktive Lage in Mitteldeutschland und die Nähe zu den Großstädten Berlin, Leipzig und Halle sowie die gute Anbindung per Bahn, Bus oder Auto macht die Lutherstadt Wittenberg zum Zentrum einer attraktiven Urlaubsregion. Wittenberg ist der perfekte Ausgangspunkt für Ausflüge in die Umgebung.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

Bauhaus Dessau, Dessau-Wörlitzer Gartenreich, Fläming, Dübener Heide, Elberadweg und andere Radwege von europäischem Rang, ICE nach Berlin in 32 Min., Leipzig ca. 30 Min., Dessau 35 Min. mit Regionalbahn, Flughäfen Leipzig/Halle, Berlin etc.

Stadtkultur und Elbauenlandschaft

Funktionaler Wert 4 und seine Bedeutung für die drei Zielgruppen

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Bürgern ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Bürgern eine der schönsten Natur- und bedeutendsten Kulturlandschaften. Das besondere Flair der Innenstadt und außergewöhnliche Events machen die Weltgeschichte lebendig. Zudem liegt die Stadt inmitten einer einzigartig schönen und besonderen Umwelt. Mit ihren Elbauen gibt die reizvolle Umgebung von Wittenberg die Möglichkeit einer aktiven und gesunden Freizeitgestaltung.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

sanierte Altstadt, gute Einkaufsmöglichkeiten in Altstadt mit Shoppingmall, Innenstadt-Flair, zahlreiche Cafés und Restaurants, Luthers Hochzeit, Erlebnisnacht, Reformationsfest, Konzerte, Stadthaus und Exerzierhalle als modernste Tagungs- und Veranstaltungshäuser, Tierpark, Parkanlagen, UNESCO-Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Schmetterlingspark, Bäder, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Sport- und Kulturvereine, zahlreiche Sportveranstaltungen, Elberadweg, Sport- und Freizeitmöglichkeiten an der Elbe (Kanu, Paddeln etc.), etc.

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Unternehmen ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Unternehmen eine intakte Umwelt und lebenswerte Räume. Die Elbe ist für die Wirtschaft nicht nur Transportweg, sondern auch Naherholungsgebiet für die Mitarbeiter. Die einzigartige Umwelt mit ihren Elbauen bietet eine Vielfalt an Freizeitmöglichkeiten. Das besondere Flair der liebevoll sanierten Altstadt und außergewöhnliche Events erhöhen ebenfalls die Lebensqualität am Standort.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

Image der Stadt und der Landschaft als Standortfaktor für Investoren, sanierte Altstadt, Innenstadt-Flair, Luthers Hochzeit, Erlebnisnacht, UNESCO-Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Reformationsfest, Konzerte, gute Einkaufsmöglichkeiten, Parkanlagen, zahlreiche Cafés und Restaurants, Tierpark, Schmetterlingspark, Bäder, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Sport- und Kulturvereine, zahlreiche Sportveranstaltungen, Stadthaus und Exerzierhalle als modernste Tagungs- und Veranstaltungshäuser, Elberadweg, Sport- und Freizeitmöglichkeiten an der Elbe (Kanu, Paddeln etc.).

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren

Besuchern ...

Die Lutherstadt Wittenberg bietet ihren Besuchern eine wunderschöne und historisch bedeutsame Stadt inmitten einer einzigartigen Landschaft. Wittenberg vereint damit eine der schönsten Naturlandschaften mit bedeutender Geschichte und Stadtkultur. Die Besucher können ihren Aufenthalt hier sowohl aktiv, gesund oder erholsam gestalten als auch unter kulturellen und geschichtlichen Aspekten.

Gesichert werden diese Versprechen durch:

sanierte Altstadt, Innenstadt-Flair, Luthers Hochzeit, Erlebnisnacht, UNESCO-Biosphärenreservat Mittlere Elbe, Reformationsfest, Konzerte, gute Einkaufsmöglichkeiten in Altstadt mit Shoppingmall, Parkanlagen, zahlreiche Cafés und Restaurants, Tierpark, Schmetterlingspark, Bäder, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Sport- und Kulturvereine, zahlreiche Sportveranstaltungen, Stadthaus und Exerzierhalle als modernste Tagungs- und Veranstaltungshäuser, Elberadweg, Sport- und Freizeitmöglichkeiten an der Elbe (Kanu, Paddeln etc.) etc.

Die expressiven Markenwerte

Wert 1

selbstbewusst

Die Lutherstadt Wittenberg ist ...

... selbstbewusst. Wittenberg **spielte in der Reformation eine außergewöhnliche Rolle**. In der ganzen Stadt spürt man die historische und kulturprägende Bedeutung. Auf diese Bedeutung ist die Stadt **stolz** und geht **nachhaltig mit diesem Vermächtnis** um. Die Stadt geht selbstbewusst ihren eigenen Weg und ist und bleibt dabei **geschichts- und kulturbewusst**.

Wert 2

zuverlässig

Die Lutherstadt Wittenberg ist ...

... zuverlässig. Die Lutherstadt Wittenberg ist **bodenständig, freundlich und verlässlich**, das spiegelt sich auch im Umgang mit Verwaltung, touristischen Dienstleistern, ansässigen Unternehmen etc. wider.

Wert 3

offen

Die Lutherstadt Wittenberg ist ...

... offen. Wittenberg ist ein **Ort der Transparenz**. Hier werden Bürger und Unternehmen in die Stadtpolitik einbezogen. Das ist der **demokratische Anspruch**. Die Stadt ist **offen für Veränderungen** und die Herausforderungen. Sie ist **weltoffen und kommunikativ**.

Wert 4

charmant

Die Lutherstadt Wittenberg ist ...

... charmant. Die Originalschauplätze der Reformation machen das **besondere Flair** Wittenbergs aus. Die Stadt ist **einladend, lebensfroh, sympathisch und freundlich**.

Der Markenkern

Zwei Werte, die Wittenberg maßgeblich differenzieren

Wert 1

Weltgeschichte

Wittenberg wurde zur **Wiege der Reformation**. Von hier gingen Veränderungen aus, die den Lauf der Weltgeschichte beeinflusst haben. Über den Begriff der Reformation hinaus soll ihre **Bedeutung auf die gesamte Weltgeschichte** betont werden. Automatisch entsteht so eine höhere Bedeutungsebene – auch für Menschen, die sich mit der Reformation bisher nicht auseinandergesetzt haben, und Konfessionslose.

Wert 2

Kulturstadt

Kulturstadt hat drei Bedeutungsebenen:

1. Wittenberg hat **viele Kulturangebote**, welche die Reformation erlebbar machen.
2. Wittenberg war und ist **kulturprägend**. So hatte die Reformation großen Einfluss auf Gesellschaft, Sprache, Schrift, Literatur, Musik und vieles mehr.
3. Wittenberg steht für eine **Gesellschaftskultur, die sich an Gleichberechtigung, Transparenz und Offenheit** orientiert.

Markenzeichen

Das Logo der Lutherstadt Wittenberg:
ein klares, vereinfachtes, eindeutiges Zeichen.
Es spiegelt die Luther-Idee auf kleinstem
Raum wider. Durch die ikonenhafte Darstellung
und den Stempelcharakter hat es eine
starke Symbolkraft. Das Logo bezieht sich auf
die Tradition, entwickelt diese aber weiter, indem
es ihr eine moderne Anmutung hinzugibt
und spielerische Anwendungen zulässt.






LUTHERSTADT
WITTENBERG

Markenzeichen Positivdarstellung

Übersicht Varianten:

Bildmarke, Wortmarke zentriert und linksbündig sowie Markenzeichenvariante A und B

Die Wort- und Bildmarke dürfen über alle gestalteten Medien hinweg auch getrennt voneinander verwendet werden.
Wenn sie kombiniert werden sollen, müssen die Variante A oder B verwendet werden, wobei A die bevorzugte Variante ist.

<p>Markenzeichen Variante A bevorzugte Variante</p> <div data-bbox="577 624 987 879"><p>LUTHERSTADT WITTENBERG</p></div>	<p>Bildmarke</p> <div data-bbox="1727 580 1861 719"></div>
<p>Markenzeichen Variante B</p> <div data-bbox="499 1209 1070 1350"><p>LUTHERSTADT WITTENBERG</p></div>	<p>Wortmarke zentriert</p> <div data-bbox="1592 970 2002 1059"><p>LUTHERSTADT WITTENBERG</p></div> <p>Wortmarke linksbündig</p> <div data-bbox="1592 1337 2002 1426"><p>LUTHERSTADT WITTENBERG</p></div>

Markenzeichen Negativdarstellung

Übersicht Varianten:

Bildmarke, Wortmarke zentriert und linksbündig sowie Markenzeichenvariante A und B

Die Wort- und Bildmarke dürfen über alle gestalteten Medien hinweg auch getrennt voneinander verwendet werden.
Wenn sie kombiniert werden sollen, müssen die Variante A oder B verwendet werden, wobei A die bevorzugte Variante ist.

Markenzeichen Variante A
bevorzugte Variante



Bildmarke



Wortmarke zentriert



Markenzeichen Variante B



Wortmarke linksbündig



Markenzeichen

Aufbau, Konstruktion und Schutzzone Bild- und Wortmarke

Das Markenzeichen der Stadt besteht aus drei Elementen:

- eine zentrierte Wortmarke
- eine linksbündige Wortmarke
- eine Bildmarke

Diese drei Elemente können sowohl getrennt als auch in kombinierter Form (siehe Variante A u. B) frei eingesetzt und skaliert werden.

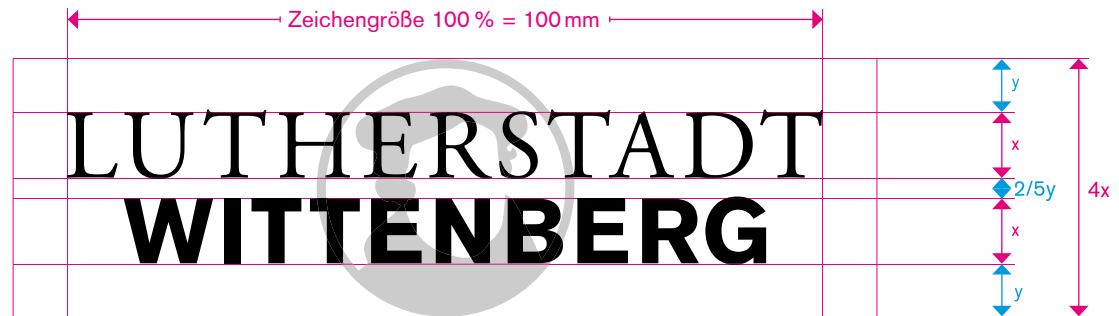
Die Zeichnungsgröße der Wortmarke entspricht bei 100 % = 100 mm. So kann das Logo frei in 5%-Schritten skaliert werden. Die empfohlene Mindestgröße für den Einsatz des Markenzeichens ist 15 %.

Die Schutzzone definiert den Raum um das Markenzeichen herum. In diesem Bereich dürfen keine logofremden Elemente oder Texte platziert werden.

Das Markenzeichen sollte bevorzugt in seiner Positivvariante in der Primärfarbe „Dunkelgrün“ und der zentrierten Variante (A) verwendet werden. Weiter stehen für Ausnahmen auch eine horizontale Variante (B) sowie entsprechende Negativvarianten in Weiß zur Verfügung.

Don't

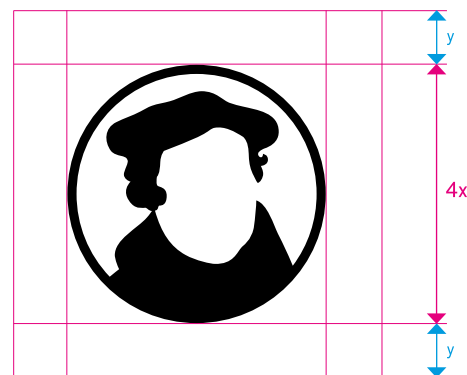
Das Markenzeichen darf in seiner Form nicht verändert, gestaucht, gezerrt oder anderweitig manipuliert werden. Das gilt auch für die Verwendung der Marke Lutherstadt Wittenberg in Fließtexten. Trennungen und Umbrüche sind nicht zulässig.



Wortmarke zentriert



Wortmarke linksbündig



Bildmarke

Markenzeichen

Aufbau, Konstruktion und Schutzzone Mindestgröße Markenzeichen zentriert

Durch Kombination von Bild- und Wortmarke entsteht die Markenzeichen-Variante A. Diese orientiert sich am Aufbau der einzelnen Markenzeichen-Elemente, hat jedoch in der Kombination einen angepassten Schutzraum für die Wortmarke.

Wichtig:

Die zentrierte Markenzeichen-Variante A wird bevorzugt und in der Primärfarbe „Dunkelgrün“ verwendet werden.

Für Ausnahmen stehen auch eine horizontale Variante (B) sowie entsprechende Negativvarianten in Weiß zur Verfügung.



Markenzeichen

Aufbau, Konstruktion und Schutzzone

Mindestgröße Markenzeichen horizontal

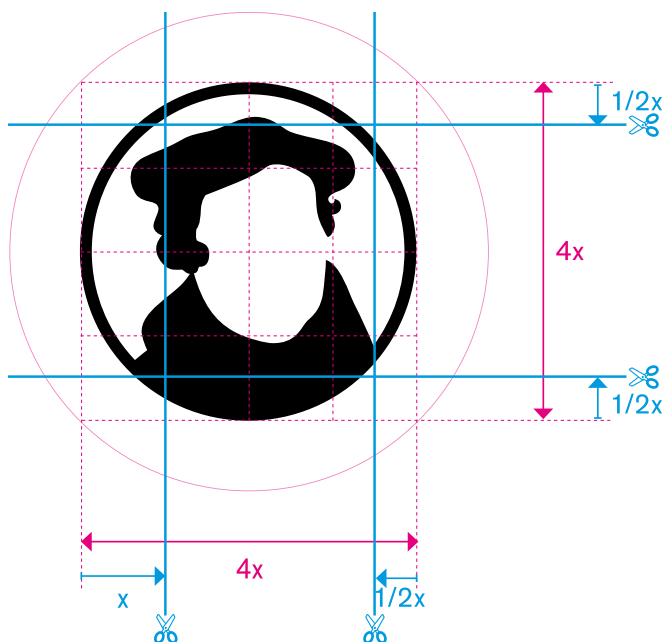
Durch Kombination von Bild- und Wortmarke entsteht die Markenzeichen-Variante B. Diese orientiert sich am Aufbau der einzelnen Markenzeichen-Elemente, hat jedoch in der Kombination einen angepassten Schutzraum für die Wortmarke.

Wird dieses Markenzeichen verwendet, sollte es bevorzugt in der Positivvariante in der Primärfarbe „Dunkelgrün“ eingesetzt werden. Weiter steht für Ausnahmen auch eine entsprechende Negativvariante in Weiß zur Verfügung.

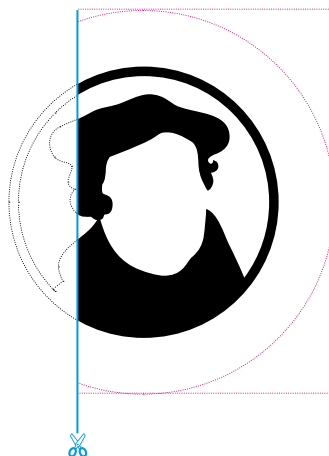


Bildmarke

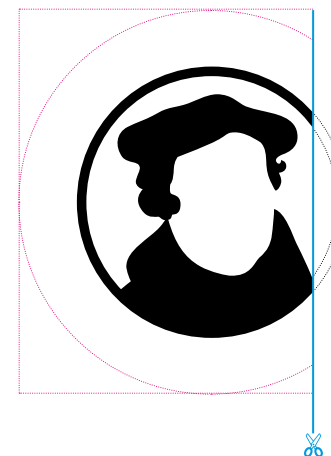
Die Bildmarke kann frei auf einer Fläche skaliert und positioniert werden. Die Bildmarke darf auch an jeweils einer Seite angeschnitten werden. Dabei muss der maximale Anschnittsabstand eingehalten werden. Weiter muss in jedem Fall die Schutzzone beachtet werden. Bei randabfallender Anwendung muss entsprechend eine Beschnittzugabe hinzugerechnet werden.



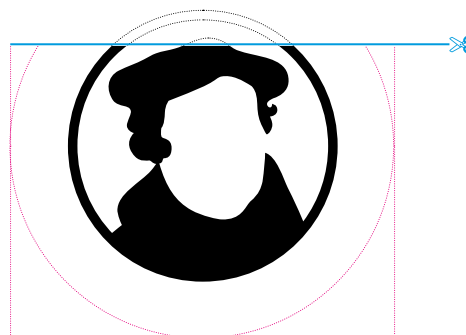
1) Anschnitt von links



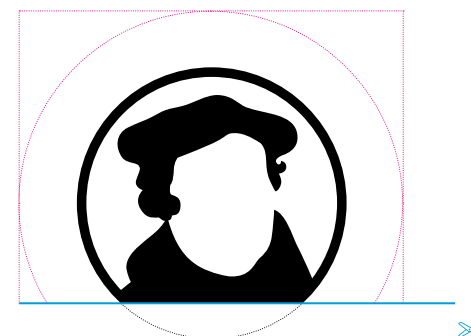
2) Anschnitt von rechts



3) Anschnitt von oben



4) Anschnitt von unten



Markenzeichen Nomenklatur

Hinweise zu den Dateiformaten für das Markenzeichen

Nomenklatur

LWB_Logoart_Farbvariante_zusatz.Dateiformat

Name	Farbvariante	Zusatz	Dateiformat
LWB_	gruen = Vierfarbendruck (4C/RGB) schwarz = 1C-Variante	neg = negativ	.eps = Encapsulated PostScript .png = Portable Network Graphics
Verwendung:	DTP/Print		Internet und Officeanwendungen
	4C Vierfarbendruck	1C-Variante	RGB Farbe
Dateiname:			
Bildmarke	LWB_Bildmarke_gruen.eps	LWB_Bildmarke_schwarz.eps LWB_Bildmarke_neg.eps	LWB_Bildmarke_gruen.png LWB_Bildmarke_schwarz.png LWB_Bildmarke_neg.png
Wortmarke linksbündig	LWB_Wortmarke-links_gruen.eps	LWB_Wortmarke-links_schwarz.eps LWB_Wortmarke-links_neg.eps	LWB_Wortmarke-links_gruen.png LWB_Wortmarke-links_schwarz.png LWB_Wortmarke-links_neg.png
Wortmarke zentriert	LWB_Wortmarke-zentriert_gruen.eps	LWB_Wortmarke-zentriert_schwarz.eps LWB_Wortmarke-zentriert_neg.eps	LWB_Wortmarke-zentriert_gruen.png LWB_Wortmarke-zentriert_schwarz.png LWB_Wortmarke-zentriert_neg.png
Markenzeichenvariante A (zentriert)	LWB_Variante-A_gruen.eps	LWB_Variante-A_schwarz.eps LWB_Variante-A_neg.eps	LWB_Variante-A_gruen.png LWB_Variante-A_schwarz.png LWB_Variante-A_neg.png
Markenzeichenvariante B (linksbündig)	LWB_Variante-B_gruen.eps	LWB_Variante-B_schwarz.eps LWB_Variante-B_neg.eps	LWB_Variante-B_gruen.png LWB_Variante-B_schwarz.png LWB_Variante-B_neg.png
Zeichnungsgröße des Markenzeichens:	100 mm Breite Die Breite der Wortmarke in Millimetern entspricht der Einsatzgröße in Prozent.		
Mindestgröße des Markenzeichens:	15%. Bitte beachten Sie, dass die effektive Einsatzgröße des Markenzeichens immer vom Trägermaterial, Einsatzzweck und -art abhängig ist und individuell geprüft werden muss.		

Farben

Primär- und Sekundärfarben sowie Farbabstufungen

Die Primärfarbe ist „LWB Dunkelgrün“. Sie wird bevorzugt für das Markenzeichen verwendet.

Für das Setzen von Farbakzenten werden weitere Sekundärfarben hinzugestellt. Durch die breite Palette an Sekundärfarben sind viele Möglichkeiten für einen spielerischen Umgang mit Gestaltung gegeben.

Weiter sind verschiedene Farbabstufungen vordefiniert. Diese können z. B. bei der Gestaltung von Infografiken verwendet werden.

LWB Dunkelgrün CMYK 90 0 45 70 RGB 0 80 80 Pantone 7722 C RAL 6004						80	60	40	30	20	10
LWB Schwarz CMYK 0 0 0 100 RGB 0 0 0						LWB Weiß CMYK 0 0 0 0 RGB 255 255 255					
LWB Anthrazit CMYK 65 45 30 75 RGB 50 65 70 Pantone 432 C RAL 5008						LWB Graubraun CMYK 10 15 20 30 RGB 185 175 165 Pantone Warm Grey 4 C RAL 7044					
LWB Blau CMYK 95 5 10 25 RGB 0 130 175 Pantone 7704 C RAL 5012						LWB Hellgrün CMYK 50 0 100 0 RGB 145 200 25 Pantone 2292 C RAL 6018					
LWB Gelb CMYK 0 30 100 0 RGB 240 180 35 Pantone 7409 C RAL 1004						LWB Rot CMYK 10 80 55 5 RGB 205 85 90 Pantone 7418 C RAL 3017					
80						80					
60						60					
40						40					
30						30					
20						20					
10						10					

Typografie

Die Stadt arbeitet mit zwei Schriften:

- „Adobe Garamond Pro“ und
- „Berthold Akzidenz Grotesk“

Diese zwei Schriften sollen miteinander kombiniert werden.

Die Idee ist, die zwei kontrastierenden Schriften miteinander zu kombinieren und so spannende Schriftkompositionen herzustellen.

Adobe Garamond Pro

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 ä ö ü ß
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 Ä Ö Ü
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
(! @ # ? \$ % & § / . , : ; „ “ *)

Berthold Akzidenz Grotesk

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 ä ö ü ß
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 Ä Ö Ü
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
(! @ # ? \$ % & § / . , : ; „ “ *)

Typografie

Ausweichschriften

Für den Fall, dass die Lizenzen für Garamond bzw. Akzidenz Grotesk nicht verfügbar sind, z. B. in der Officekommunikation, kann auf eine Ausweichschrift zurückgegriffen werden. Im Fall der Garamond ist es die „Times New Roman“ und bei der Akzidenz Grotesk ist es die „Arial“.

Die Ausweichschriften gelten insbesondere für folgende Medien:

- interner Schriftverkehr (Officekommunikation)
- Briefe und Mitteilungen
- PowerPoint-Präsentationen

Dies gilt ausdrücklich **nicht** für die Gestaltung von Broschüren, Anwendungen und Medien, welche der Imagekommunikation der Lutherstadt Wittenberg dienen.

Adobe Garamond Pro

Handgloves

Mpismi dolorrovid ut laut
eatur re volupta tqiias eius
alis ducide ea as ea volg

Ausweichschrift
Times New Roman

Handgloves

Mpismi dolorrovid ut laut
eatur re volupta tqiias eius
alis ducide ea as ea volg

Berthold Akzidenz Grotesk

Handgloves

Mpismi dolorrovid ut laut ea-
tur re volupta tqiias eius alis
ducide ea as ea volg

Ausweichschrift
Arial

Handgloves

Mpismi dolorrovid ut laut
eatur re volupta tqiias eius
alis ducide ea as ea volg

Typografie

Ausgleichen der Schriftgrößen

Hinweise zur Gestaltung mit Schrift:

Um die Buchstaben auszugleichen, muss die Garamond entsprechend größer bzw. die Akzidenz Grotesk etwas kleiner gesetzt werden, sodass sie optisch ausgeglichen und gleich groß wirken. Dasselbe gilt auch für die Ausweichschriften.

Adobe Garamond Pro		→	Berthold Akzidenz Grotesk	
48pt	Handgloves	45pt	Handgloves	
22pt	Mpismi dolorrovid ut laut eatur re volupta tqiias eius alis ducide ea as ea volg	20pt	Mpismi dolorrovid ut laut ea- tur re volupta tqiias eius alis ducide ea as ea volg	
Ausweichschrift Times New Roman		→	Ausweichschrift Arial	
48pt	Handgloves	45pt	Handgloves	
22pt	Mpismi dolorrovid ut laut eatur re volupta tqiias eius alis ducide ea as ea volg	20pt	Mpismi dolorrovid ut laut eatur re volupta tqiias eius alis ducide ea as ea volg	

Typografie

Textformatierung

Folgendes sollte bei der Textformatierung beachtet werden:

Texte werden linksbündig ausgerichtet, nicht im Blocksatz. Überschriften stehen ebenfalls linksbündig.

Hinter einer Überschrift steht kein Doppelpunkt.

Worte werden hervorgehoben, indem Sie in fetter Schrift gesetzt werden, es gibt keine Unterstreichungen und keine Kursivschrift. Wörter werden auch nicht in Großbuchstaben (Versalien) geschrieben. Wort- und Silbentrennungen werden vermieden.

Die Wortgruppe „Lutherstadt Wittenberg“ wird stets auf einer Zeile geschrieben (wie alle Namen).

Das Aufzählungszeichen ist ein Punkt. Ebenen darunter beginnen mit einem Gedankenstrich.

Nummerierungen werden in dieser Form (1., 2. ...) verwendet.

Richtig

Mpisi dolorrovid ut laut eatur re volu pta tqias eius alis ducide ea as ea.

Mpisi dolorrovid ut laut

Mpisi dolorrovid ut laut eatur re volu pta tqias **eius alis** ducide ea as ea. Diduntia di debitusdae. Mus dolupta **turiatur**, sunt exerum as **pro coria** sum verferent. Ebitia

Mpisi dolorr Lutherstadt Wittenberg pta tqias eius alis ducide ea as ea.

- Ovidendi volupta eritam, cum escia velloriti ut labore volor molendi si
- officit ut acipsam facearum aut lis dit
 - iducian dipsae nimus as aut et ea
 - corum aspit inimaostio cum repra core

1. Ovidendi volupta eritam, cum escia
2. officit ut acipsam facearum aut lis
3. ditParcispis utatem ima que dolorrovide

Falsch

Mpisi dolorrovid ut laut eatur re volu pta tqias eius alis ducide ea as ea.

Mpisi dolorrovid ut laut:

Mpisi dolorrovid ut laut eatur re volu pta tqias eius alis ducide ea as ea. Diduntia di debitusdae. Mus dolupta *turiatur*, sunt exerum as PRO CORIA sum verferent. Ebi-

Mpisi dolorrovid ut laut Lutherstadt Wittenberg volu pta tqias eius alis.

- » Ovidendi volupta eritam, cum escia velloriti ut labore volor molendi si
- » officit ut acipsam facearum aut lis dit
 - ~ iducian dipsae nimus as aut et ea
 - ~ corum aspit inimaostio cum repra core

- I) Ovidendi volupta eritam, II) officit ut acipsam facearum aut lis dit III) Parcispis utatem ima que dolorrovide

Gestaltungsprinzip

Feste Position der Wortmarke innerhalb des Satzspiegels

Bei der Gestaltung von Anwendungen gilt ein einfaches Prinzip:

Das Format wird wie gezeigt geteilt. Es gibt festgelegte Positionen für die Wortmarke.

Je nach Position ist die Wortmarke zentriert oder linksbündig. Die am besten geeignete Position ist abhängig von Format und Medium zu wählen.

Bildmarke



Wortmarke zentriert

LUTHERSTADT
WITTENBERG

Wortmarke linksbündig

LUTHERSTADT
WITTENBERG

Mindestgröße Markenzeichen Variante A

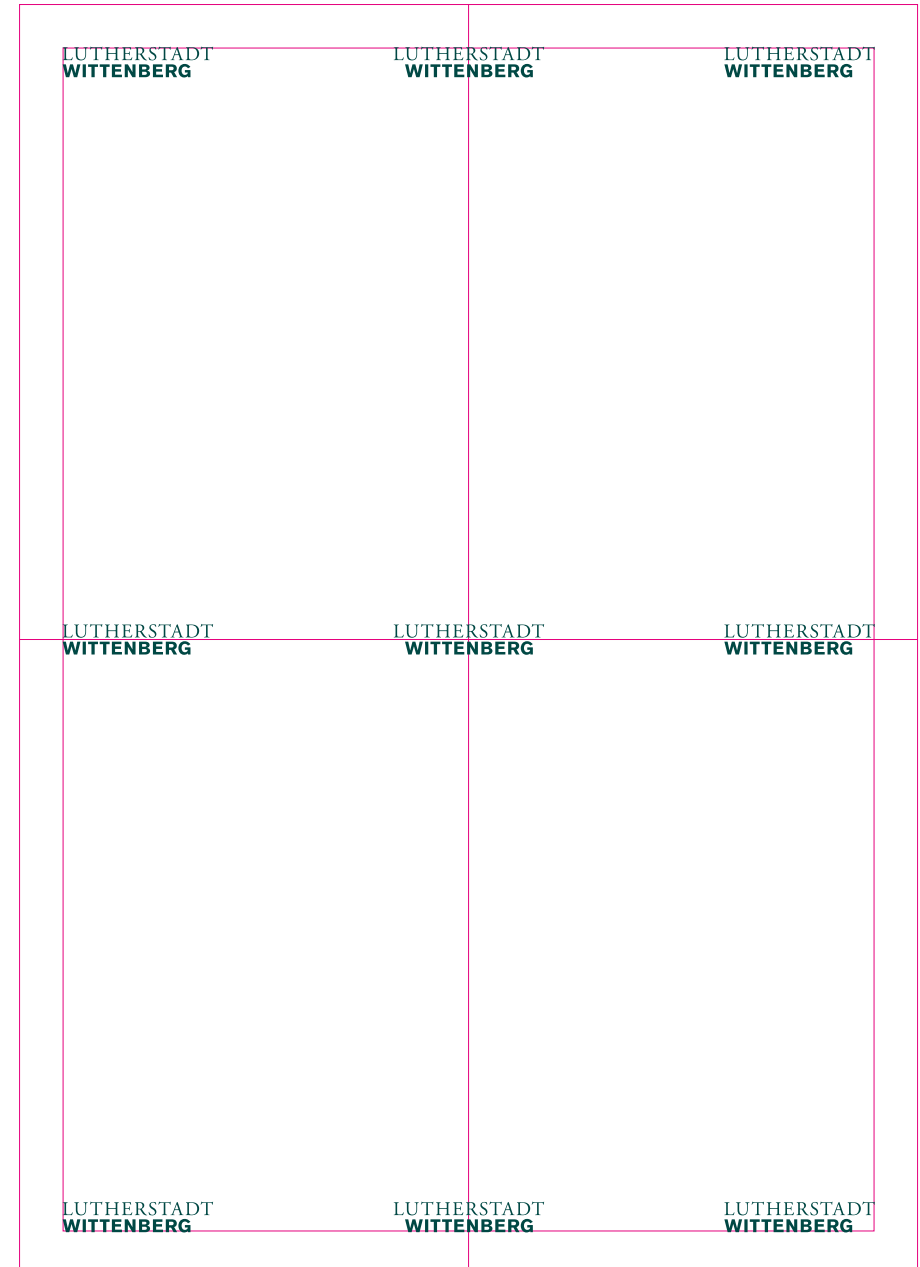


LUTHERSTADT
WITTENBERG

Mindestgröße Markenzeichen Variante B



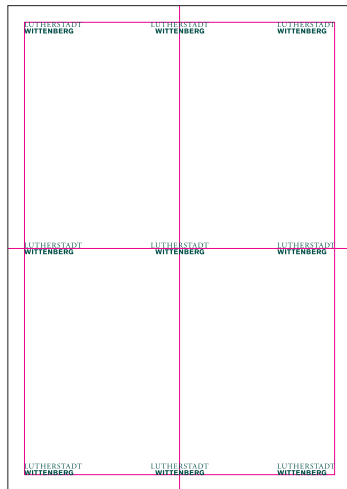
LUTHERSTADT
WITTENBERG



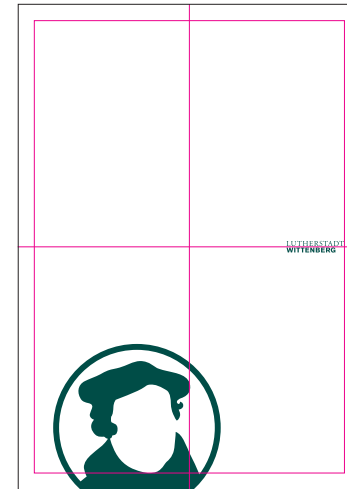
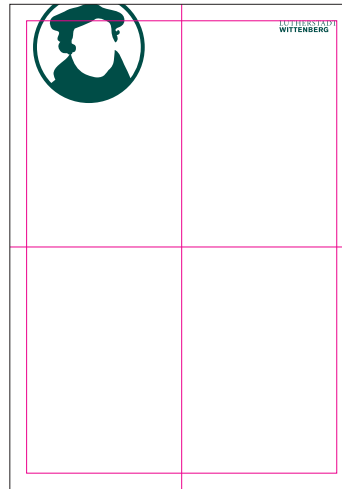
Gestaltungsprinzip

Freie Kombination von Wort- und Bildmarke

1) Position Wortmarke

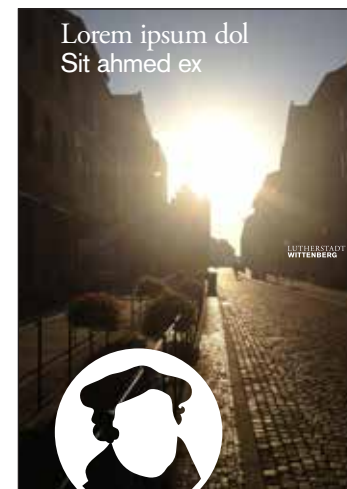


2) Beispiele für Wortmarke in Kombination mit der Bildmarke



Nachdem das Raster, die Position und Skalierung der Wortmarke bestimmt wurde, kann die Bildmarke beliebig skaliert und frei positioniert werden. Weiter können Farben, Bilder, Schrift etc. zur Gestaltung genutzt werden.

3) Beispiele für die Kombination mit Fläche, Farbe, Text etc.

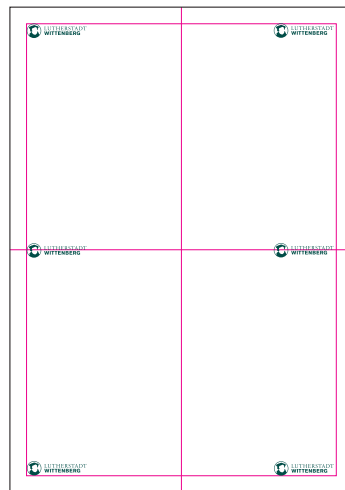
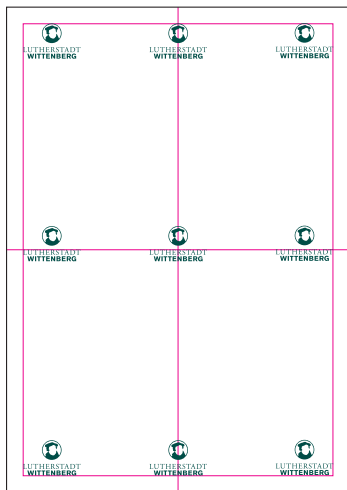


Gestaltungsprinzip

Anwendung des kombinierten Markenzeichens (Varianten A und B)

Auch für die beiden kombinierten
Markenzeichenvarianten gibt es feste
Platzierungspunkte im Raster. Je nach Format
und Medium kann dabei jedoch zwischen
Variante A und B gewählt werden.

1) Positionierung kombiniertes Markenzeichen (Variante A und B)



2) Fläche, Farbe, Text etc.

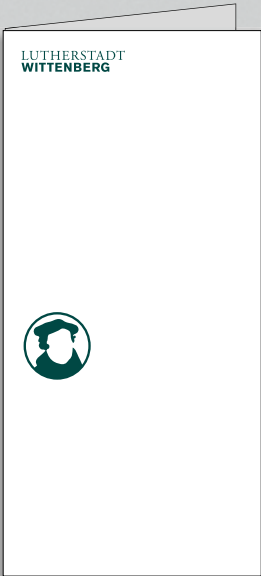


Gestaltungsprinzip

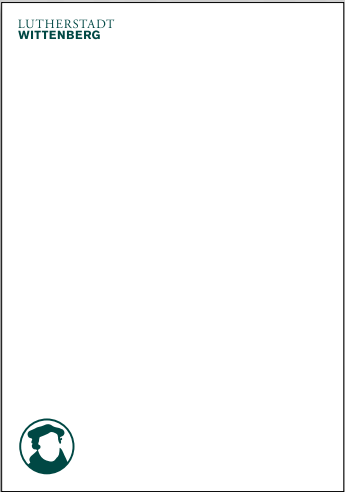
Beispiele



A



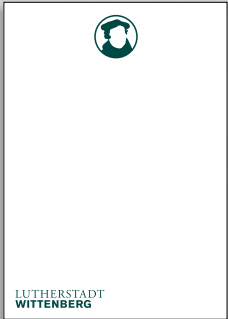
B



C



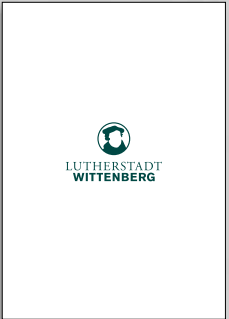
D



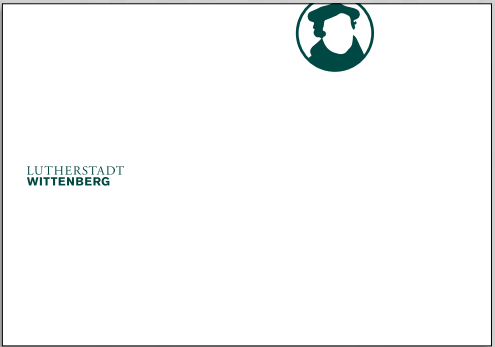
F



G



H



E

Visitenkarten

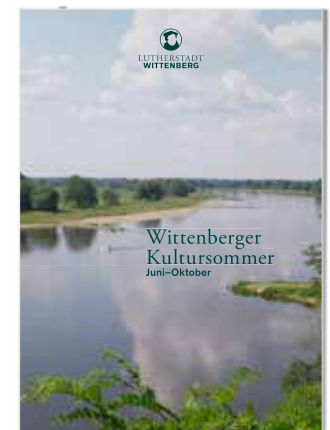


Titel

Beispielanwendung

Beispielhafter Umgang für die Gestaltung von verschiedenen Titeln auf Basis des Gestaltungsprinzips.

Das Gestaltungsprinzip lässt Raum für einen vielfältigen Umgang mit dem Corporate Design. Dennoch sollte stets darauf geachtet werden, dass alle Medien ihrem Zweck entsprechend gestaltet werden. Information geht vor! Die Spielelemente haben Nachrang. Es sollte immer auf ausreichenden Kontrast, eine geeignete Flächenaufteilung und Komposition der einzelnen Elemente geachtet werden.



Anzeigen

Beispielanwendung mit Bild,
Farbe und Schrift

WITTENBERGER
ErlebnisNacht
16. AUGUST 2014

Ungewöhnliche Dinge zu ungewöhnlichen
Zeiten an ungewöhnlichen Orten

Bezaubernder Flamenco, Weltmusik, Irish Folk,
Blues, kubanische Rhythmen, Zauberkunst, Jazz,
Tango, Soul- und Popmusik, Latinoklänge, eine
sprechende Couch, Schlangen- und Feuershow und viel mehr ...

VVK: 8,00 €, AK: 10,00 €

19.00–24.00 Uhr
danach Musikfeuerwerk

Präsentiert von:

Mit freundlicher Unterstützung von:

 **SAW**
www.radiosaw.de

 **wige**
www.wittenberger-erlebnissnacht.de

 **Sparkasse Wittenberg**
www.wittenberg-marketing.de

 **Mitteldutsche Zeitung**
www.mzweb.de

 **LUTHERSTADT WITTENBERG MARKETING GMBH**

 **LUTHERSTADT WITTENBERG**

Höhepunkte 2016

09.04. WittenbergMesse und Regionalmarkt
„Staunen.Informieren.Erleben“, Exerzierhalle

06.–07.05. 9. Wittenberger Radsporttage mit 6. Altstadtlauf
www.wittenberger-radsporttage.de

21.–22.05. Maiblumenfest, Marktplatz

22.05. 17. Regio-Pedale im Radwandern, Schlosswiese
www.wittenberger-radsporttage.de

01.06. UNESCO-Welterbetag

10.–12.06. Luthers Hochzeit – Das Wittenberger Fest
www.lutherhochzeit.de

28.–31.07. Weinfest, Marktplatz
www.gewerbeverein-wittenberg.de

07.07.–19.08. Sommerkabarett-Festival, Cranach-Hof
www.clack-theater.de

20.08. ErlebnisNacht, Altstadt
www.wittenberger-erlebnissnacht.de

04.09. Tag des Sports im Arthur-Lambert-Stadion
www.kreissportbund-wittenberg.de

05.09.–31.10. „95 Türen zur Reformation“ (Open-Air-Ausstellung)
www.tueren-zur-reformation.de

07.09. Seniorenaktionstag, Marktplatz

24.–25.09. Töpfermarkt, Marktplatz

30.09. Lichternacht, Altstadt
www.werbegemeinschaft-wittenberg.de

22.–31.10. Renaissancemusikfestival
www.wittenberger-renaissancemusik.de

Stand: 01.03.2016 / Änderungen vorbehalten

 **LUTHERSTADT WITTENBERG MARKETING GMBH**
Tel.: +49 3491 419 260
www.wittenberg-marketing.de

 **Sparkasse Wittenberg**

 **wige**

 **WITTE**

 **WITTE**

 **WITTE**

 **WITTE**

 **LUTHERSTADT WITTENBERG**

Höhepunkte 2016

27.02., 19.30 Uhr Künstler im Exil – Was Du mir bist
Liederglück mit Katharina Rückgaber
Kurt Weill Fest Dessau, Exerzierhalle Wittenberg
www.kurt-weill-fest.de

04.–05.03. 53. ADMV-Rallye Lutherstadt Wittenberg
www.msc-wittenberg.de

11.03., 19.30 Uhr Mussorgsky trifft Schostakowitsch
Das Jourist Quartett zu Gast in Wittenberg
Kurt Weill Fest Dessau, Exerzierhalle Wittenberg
www.kurt-weill-fest.de

09.04. WittenbergMesse und Regionalmarkt
„Staunen.Informieren.Erleben“, Exerzierhalle

06.–07.05. 9. Wittenberger Radsporttage mit 6. Altstadtlauf
www.wittenberger-radsporttage.de

21.–22.05. Maiblumenfest, Marktplatz

22.05. 17. Regio-Pedale im Radwandern, Schlosswiese
www.wittenberger-radsporttage.de

01.06. UNESCO-Welterbetag

10.–12.06. Luthers Hochzeit – Das Wittenberger Fest
www.lutherhochzeit.de

28.–31.07. Weinfest, Marktplatz
www.gewerbeverein-wittenberg.de

07.07.–19.08. Sommerkabarett-Festival, Cranach-Hof
www.clack-theater.de

20.08. ErlebnisNacht, Altstadt
www.wittenberger-erlebnissnacht.de

04.09. Tag des Sports im Arthur-Lambert-Stadion
www.kreissportbund-wittenberg.de

07.09. Seniorenaktionstag, Marktplatz

24.–25.09. Töpfermarkt, Marktplatz

30.09. Lichternacht, Altstadt
www.gewerbeverein-wittenberg.de

23.–31.10. Renaissancemusikfestival
www.wittenberger-renaissancemusik.de

31.10. Reformationsfest, Altstadt
www.wittenberger-reformationsfest.de

18.12. Wittenberger Weihnachtsspiel

23.11.–22.12. Wittenberger Weihnachtsmarkt
www.gewerbeverein-wittenberg.de

Stand: 14.01.2016
Änderungen vorbehalten

 **LUTHERSTADT WITTENBERG MARKETING GMBH**
Tel.: +49 3491 419 260
www.wittenberg-marketing.de

 **Sparkasse Wittenberg**

 **wige**

 **WITTE**

 **WITTE**

 **WITTE**

Amtsblatt

Beispielanwendung

Titel Variante A (bevorzugt)



Titel Variante B



Raster Innenseiten



Imagebroschüre

Titel und ein Auszug der Innenseiten



Piktogramme und Informationsgrafik

Übertragung des Gestaltungsprinzips in Informationsgrafik

Die Elemente Fläche (Scherenschnitt) und Linie sowie Kreis werden als Gestaltungsprinzip übernommen und auf Piktogramme und Infografiken übertragen.



Ableitung des Zeichens
in Piktogramme

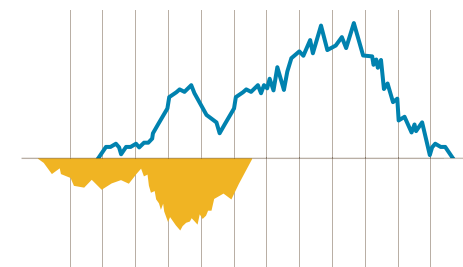
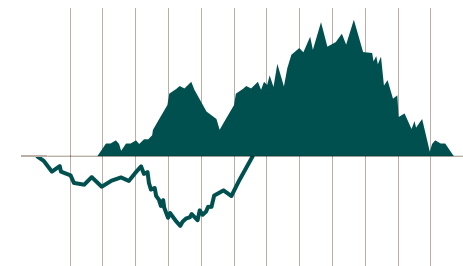
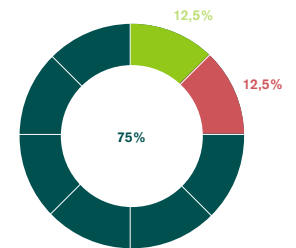
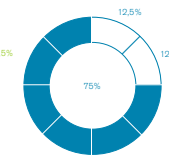
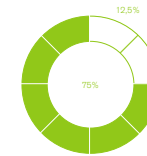


Gestaltungsprinzip

- 1) Fläche
- 2) Anschnitt
- 3) Linie



- 4) Außenform Kreis
- 5) Farbe



PowerPoint

Beispielanwendung

Damit die Schriftarten stets korrekt angezeigt werden, muss hier auf eine Systemschrift zurückgegriffen werden.

Die verwendeten Schriftarten sind die Times New Roman für Überschriften und die Arial für Fließtexte.

Text/Bild Chart

Musterheadline 30pt, Times New Roman

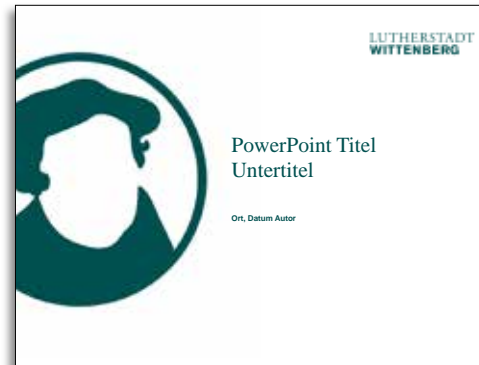
Mustersubline 26pt, Arial



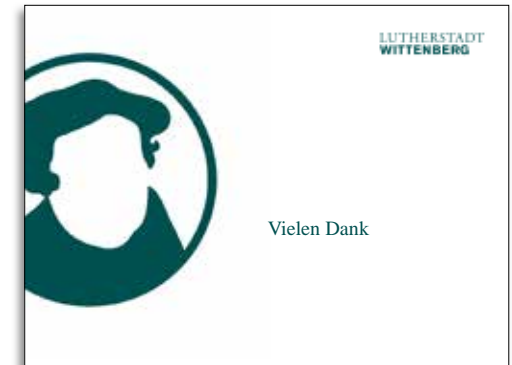
Arial 9pt, o odigendi nes mo officium repelit asitibu sandae pariam faces ipsundae parum, corit laborep electem diosae estibusdam volonibus rata videles as iminull aborunt orescia vellatis il molecabo. Et reritatur am alist, volore voluptatium quatio veles del ellesed ut que molupis re



Titel Variante A



Abschlusschart



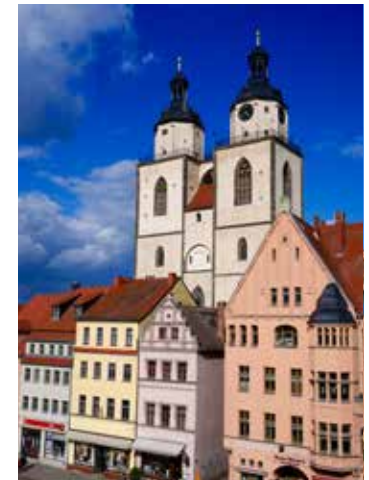
Musterheadline 30pt, Times New Roman

Mustersubline 26pt, Arial

Arial 24 pt, fett, Lorem Ipsum

Arial 20 pt, Lorem Ipsum o odigendi nes mo officium repelit asitibu sandae pariam faces ipsundae parum, corit laborep electem diosae.

- odigendi nes mo officium
- repelit asitibu sandae pariam
- faces ipsundae parum



App-Icon

Beispielanwendung



Darstellung von kommunalen Unternehmen

Kommunale Unternehmen basieren auf der Gestaltung der Markenzeichenvariante B. Diese wird durch den Zusatz des jeweiligen Unternehmens ergänzt. Die Schriftgröße sowie der Zeilenabstand muss an den der Wortmarke angeglichen werden. Die Farben können frei entsprechend des bisherigen Corporate Designs des kommunalen Unternehmens bestimmt werden, oder frei gewählt werden. Die Farbe der Wortmarke Lutherstadt Wittenberg wird schwarz.

Bildmarke

Wortmarke linksbündig in Schwarz



Darstellung von kommunalen Unternehmen

Ähnlich wie das Markenzeichen der Lutherstadt Wittenberg, gibt es auch verschiedene Varianten für die Logos der kommunalen Unternehmen.

Die bevorzugte Variante ist immer die farbige Positivdarstellung. Für Ausnahmen (z.B. bei der Anwendung auf dunklen Hintergründen) stehen jedoch auch Negativdarstellungen bereit.

Logos der kommunalen Unternehmen
in der Positivdarstellung:



Logos der kommunalen Unternehmen
in der Negativdarstellung:



Darstellung von kommunalen Unternehmen

Für Ausnahmen stehen zusätzlich einfarbige Darstellungen bereit.

Für eventuelle Cobranding-Fälle, bei denen ein kommunales Unternehmen in Verbindung mit verschiedenen Partnerunternehmen auftritt (z.B. in einer Sponsorenleiste), kann auch die einfarbige Logodarstellung gewählt werden. Diese Varianten stehen ebenfalls in einer Positiv- sowie Negativversion zur Verfügung.

Logos der kommunalen Unternehmen
in der Positivdarstellung:



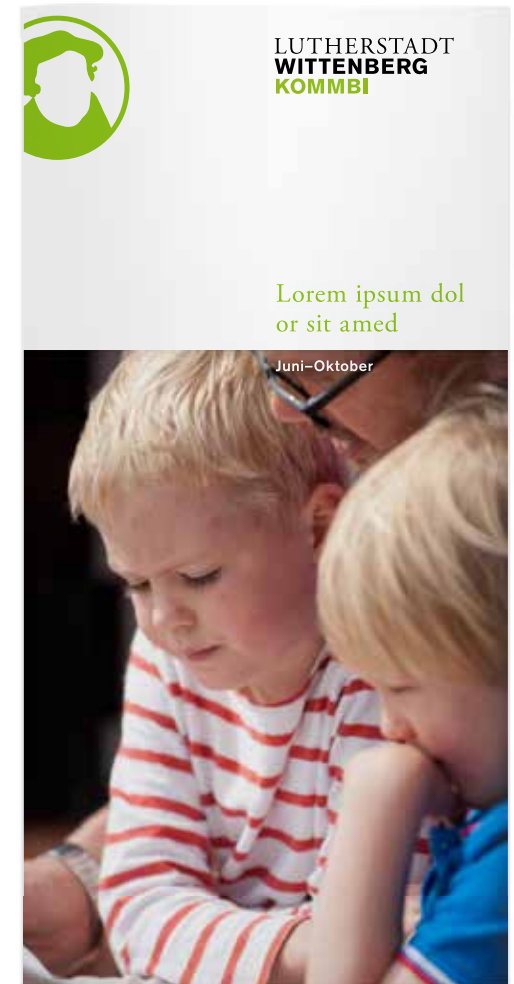
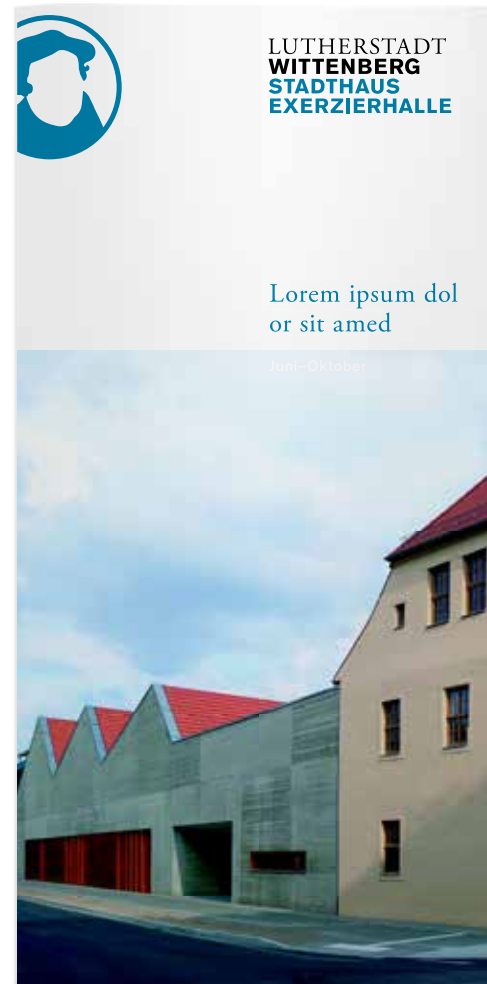
Logos der kommunalen Unternehmen
in der Negativdarstellung:



Kommunale Unternehmen und Titelgestaltung

Beispielanwendung

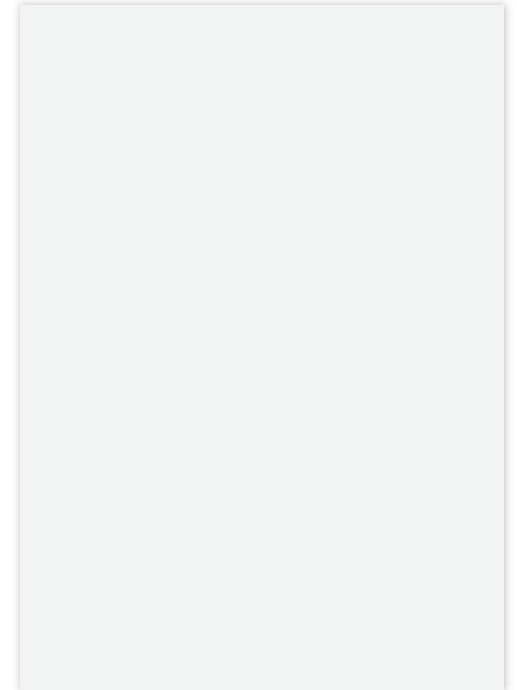
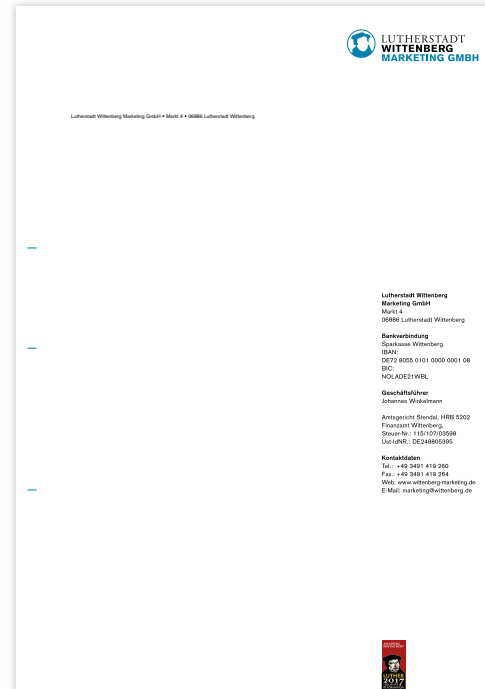
Die Farbgestaltung orientiert sich an der Farbe des jeweiligen Unternehmens.



Kommunale Unternehmen und Briefbögen

Beispielanwendung

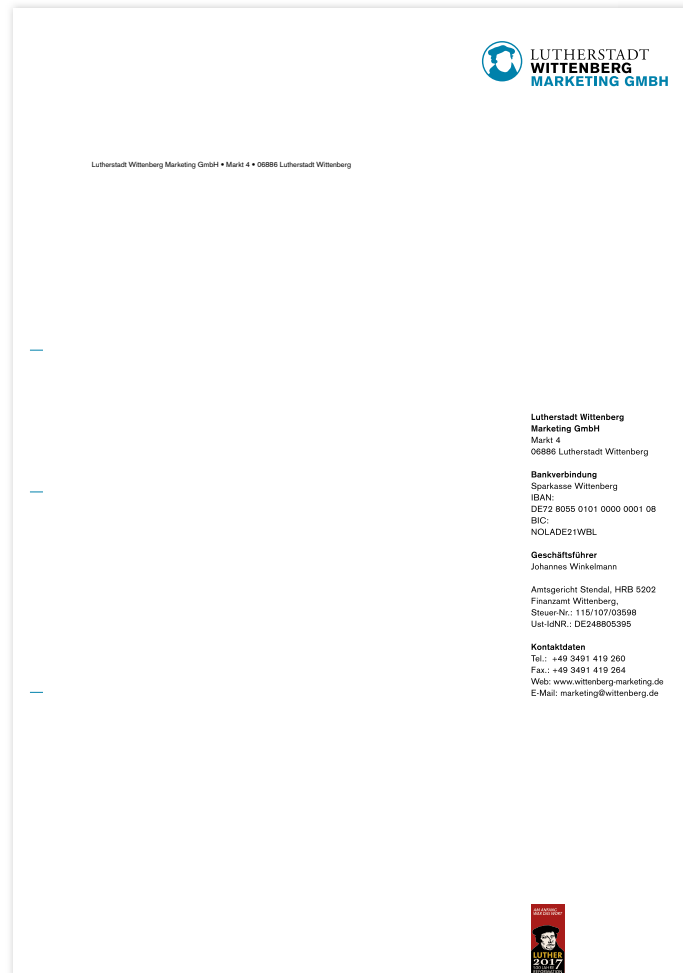
Beispielhafte Gestaltung von Briefbögen für diverse kommunale Unternehmen. Die Position der Wortmarke und Bildmarke ist frei wählbar entsprechend dem Gestaltungsprinzip. Die Wortmarke Lutherstadt Wittenberg ist in Anthrazit gedruckt und wird durch den „Farbcode“ des Unternehmens ergänzt.



Kommunale Unternehmen und Briefbögen

Beispielanwendung

Beispielhafte Gestaltung von Briefbögen für diverse kommunale Unternehmen. Die Position der Wortmarke und Bildmarke ist frei wählbar entsprechend dem Gestaltungsprinzip. Die Wortmarke Lutherstadt Wittenberg ist in Anthrazit gedruckt und wird durch den „Farbcode“ des Unternehmens ergänzt.



Der Oberbürgermeister

Briefbogen A4 und Folgebogen

1. Abstand: 23 mm

2. Logo Lutherstadt Wittenberg
Abstand: 10,3 mm
Breite: 44,3 mm
Höhe: 27 mm

3. Abstand: 48,8 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk
Schriftgröße: 12,5 pt

4. Abstand: 55,9 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 7,5
Zeilenabstand: 10 pt

5. Abstand: 112,3 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 7,5
Zeilenabstand: 10 pt

6. Luther 2017
Abstand: 8 mm
Breite: 10,86 mm
Höhe: 23,3 mm

7. Abstand: 48,8 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 6,5 pt

8. Abstand: 55,9 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt

9. Abstand: 112,3 mm
Schriftart: Arial Bold
Schriftgröße: 10 pt

10. Abstand: 170,6 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt
- Schriftfarbe: 100 % Schwarz

1.

6.

7.

8.

9.

A

Lutherstadt Wittenberg • Lutherstraße 56 • 06886 Lutherstadt Wittenberg

Zusatzvermerk oder leer
Zusatzvermerk oder leer
Zusatzvermerk oder leer
Name bzw. Firma
Namenszusatz oder Straße/Hausnummer (Postfach)
Straße/Hausnummer (Postfach) oder PLZ/Ort
PLZ/Ort oder Länderangabe bzw. leer
Länderangabe bzw. leer


Wichtige Informationen zur Gestaltung der Geschäftsausstattung

2.

3.

4.

5.


LUTHERSTADT
WITTENBERG

Der Oberbürgermeister

Fachbereich
- aufgabenbereich -
Vorname Name

Termine nach Vereinbarung

Raum Raum
Tel.: 03491 421-telefon
Fax: 03491 421-299
buergerbüro@lutherstadt-wittenberg.de
www.lutherstadt-wittenberg.de

Datum

Bitte immer angeben:
oel Aktenzeichen

Ihr Zeichen/Ihre Nachricht vom
Ihr Zeichen/ Ihre Nachricht vom

Öffnungszeiten Bürgerbüro
Mo-Do 8:00-18:00 Uhr
Fr 8:00-12:00 Uhr
Sa 9:00-12:00 Uhr

Bankverbindung
Sparkasse Wittenberg
Gläubiger-ID
DE562200000020980
IBAN:
DE 90 8055 0101 0000 0000 19
BIC:
NOLANDE21WBL

1 Leerzeile
1 Leerzeile
1 Leerzeile
5 Leerzeilen

B

Sehr geehrte Damen und Herren,

Odienda qui te eos serum doluptam velest exberro il maximolore, venit et volor cum fugia doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobilibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, c platisc ilibusd aeproratur, queiba. Ullitendae d Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et ei s aut lis apicae berat ulienienmo idebis anda di tioribuscid quos es erum re perspel molum voluptamencaaeperferum que corit odi nonsed qui bearunt arionestisci acidit imagnat enditiunt niscia se pa voluptat voluptur?


Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et eicatem aritaes Rat as mi, venimint optae nim nobilibus optae nim nobilibus o samu

doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobilibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, conse conse ex estiant a nis quid magniet que aut lam harciatur, di repudigeniet quid experferat t quid bus o samusa et eicatem aritaes num que quam erum sum, vernam incimod eaque quunt officialis de aciuntur?

Mit freundlichen Grüßen,
Max Mustermann

A Falzmarke
Durchmesser: 1 mm
Abstand v. oben: 105 mm

B Lochmarke
Durchmesser: 1 mm
Abstand v. oben: 148,5 mm


LUTHERSTADT
WITTENBERG

Odienda qui te eos serum doluptam velest exberro il maximolore, venit et volor cum fugia doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobilibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, c platisc ilibusd aeproratur, queiba. Ullitendae d Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et ei s aut lis apicae berat ulienienmo idebis anda di tioribuscid quos es erum re perspel molum voluptamencaaeperferum que corit odi nonsed qui bearunt arionestisci acidit imagnat enditiunt niscia se pa voluptat voluptur?

Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et eicatem aritaes Rat as mi, venimint optae nim nobilibus optae nim nobilibus o samu

doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobilibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, conse conse ex estiant a nis quid magniet que aut lam harciatur, di repudigeniet quid experferat t quid bus o samusa et eicatem aritaes num que quam erum sum, vernam incimod eaque quunt officialis de aciuntur? Odienda qui te eos serum doluptam velest exberro il maximolore, venit et volor cum fugia doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobilibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, c platisc ilibusd aeproratur, queiba. Ullitendae dus quat volupta optae nim nobilibus o samusa et ei s aut lis apica nisd quid magniet que aut lam harciatur, di repudigeniet quid experferat t quid bus e berat ulienienmo idebis anda di tioribuscid quos es erum re perspel molum voluptamencaaeperferum que corit odi nonsed qui bearunt arionestisci acidit imagnat enditiunt niscia se pa voluptat voluptur?

Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et eicatem aritaes Rat as mi, venimint optae nim nobilibus optae nim nobilibus o samu. Ullitendae dus quat volupta sin repratras sam quaspe moste quuntio samusa et eicatem aritaes Rat as mi, venimint optae nim nobilibus optae nim nobilibus o samu

Mit freundlichen Grüßen,

Max Mustermann

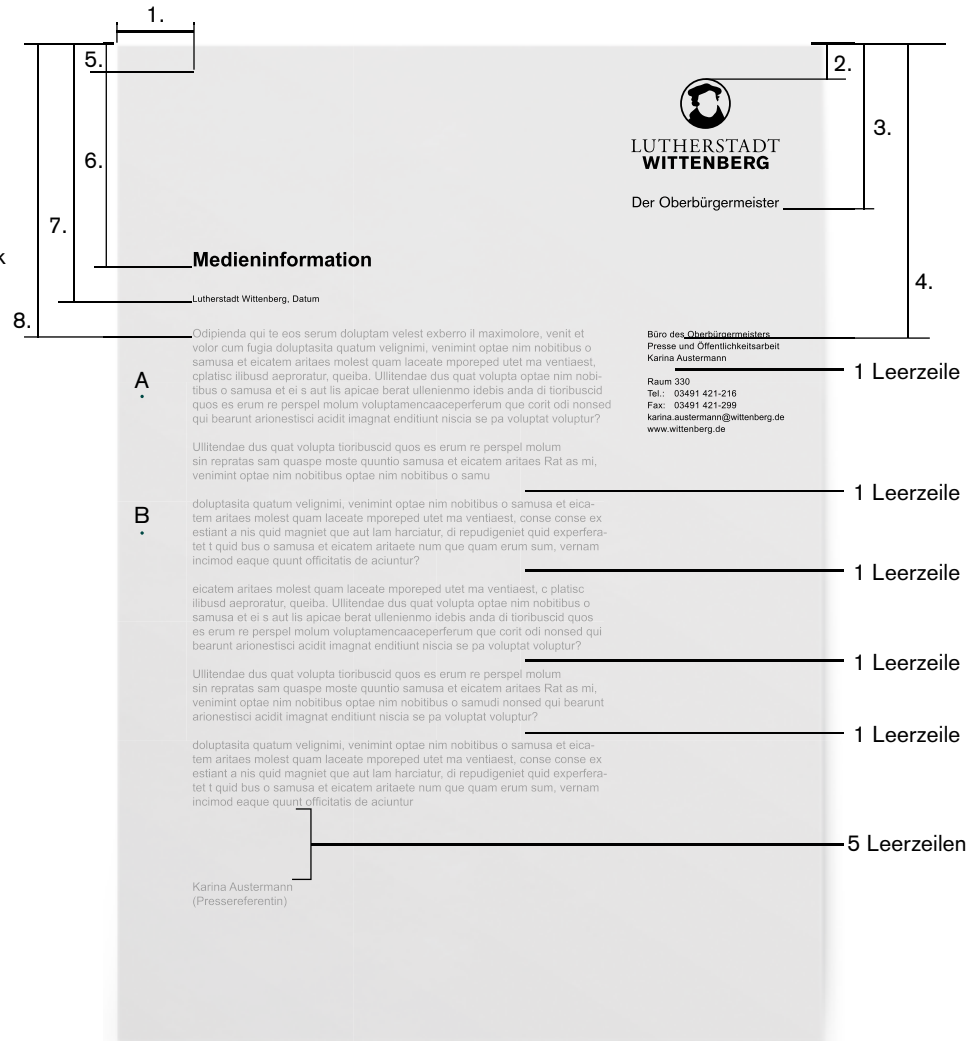
Zweitblatt

Der Oberbürgermeister

Pressemitteilung A4 und Folgebogen

1. Abstand: 23 mm
2. Logo Lutherstadt Wittenberg
Abstand: 10,3 mm
Breite: 44,3 mm
Höhe: 27 mm
3. Abstand: 48,8 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk
Schriftgröße: 12,5 pt
4. Abstand: 87,6 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 7,5 pt
Zeilenabstand: 10 pt
5. Luther 2017 Logo
Abstand: 8 mm
Breite: 10,86 mm
Höhe: 23,3 mm
6. Abstand: 66,4 mm
Schriftart: Arial Bold
Schriftgröße: 17 pt
7. Abstand: 77 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 7,5 pt
8. Abstand: 87,6 mm
Schriftart: Arial
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt

Schriftfarbe: 100 % Schwarz



- | | | | |
|---|-------------------------|---|---------------------------|
| A | Falzmarke | B | Lochmarke |
| | Durchmesser: 1 mm | | Durchmesser: 1 mm |
| | Abstand v. oben: 105 mm | | Abstand v. oben: 148,5 mm |

Zweitblatt

Der Oberbürgermeister

Urkunde A4

1. Logo Lutherstadt Wittenberg
Abstand: 10,3 mm
Breite: 44,3 mm
Höhe: 27 mm
 2. Abstand: 56 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 12,5 pt
 3. Abstand: 94,8 mm
Schriftart: Times New Roman Regular
Schriftgröße: 31 pt
 4. Abstand: 108,9 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt
 5. Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 13 pt
Zeilenabstand: 12 pt
 6. Abstand: 281,7 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 7,5 pt
Zeilenabstand: 10 pt
- Lutherkopf im Hintergrund
7. Abstand: 70 mm
 8. Abstand: 119 mm

Schriftfarbe: LWB Dunkelgrün (S. 18)
Hintergrund: 5 % LWB Dunkelgrün

The diagram illustrates the layout of the 'Urkunde A4' certificate. It features a light blue background with a faint circular watermark of Martin Luther's head. The layout is defined by numbered dimensions and content areas:

- 1.** Logo Lutherstadt Wittenberg (top right).
- 2.** Text 'Der Oberbürgermeister' (top right, below logo).
- 3.** Title 'Urkunde' (center).
- 4.** Recipient line 'Sehr geehrte Damen und Herren, _____' (center).
- 5.** Address line 'Herr Müller' (center).
- 6.** Date line 'für 10 Jahre XXX' (center).
- 7.** Signature line (center, below date).
- 8.** Footer line 'Lutherstadt Wittenberg • Lutherstraße 56 • 06896 Lutherstadt Wittenberg www.wittenberg.de' (bottom).

Additional content includes three paragraphs of Latin placeholder text and a signature 'Max Mustermann, 15. Oktober 2014'.

Der Oberbürgermeister

Zertifikat A4

1. Logo Lutherstadt Wittenberg
Abstand: 10,3 mm
Breite: 44,3 mm
Höhe: 27 mm
 2. Abstand: 48,8 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 12,5 pt
 3. Abstand: 48,8 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 6,5 pt
 4. Abstand: 56 mm
Schriftart: Arial
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt
 5. Abstand: 126,3 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt
 6. Abstand: 281,7 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk
Schriftgröße: 7,5 pt
- Lutherkopf im Hintergrund
s. Urkunde
- Schriftfarbe: LWB Dunkelgrün
Hintergrund: 5 % LWB Dunkelgrün

1.

2. Der Oberbürgermeister

3. Lutherstadt Wittenberg • Lutherstraße 56 • 06896 Lutherstadt Wittenberg

4. Zusatzvermerk oder leer
Zusatzvermerk oder leer
Zusatzvermerk oder leer
Name bzw. Firma
Namenszusatz oder Straße/Hausnummer (Postfach)
Straße/Hausnummer (Postfach) oder PLZ/Ort
PLZ/Ort oder Länderangabe bzw. leer
Länderangabe bzw. leer

A •

1 Leerzeile

B •

1 Leerzeile

1 Leerzeile

5 Leerzeilen

Sehr geehrte Damen und Herren,

Odiendi qui te eos serum doluptam velest exberro il maximolore, venit et volor cum fugia doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobitibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, erum re perspel molum voluptamencaaceperferum que corit odi nonsed qui bearunt arionestisci acidit imagnat enditiunt niscia se pa voluptat voluptur?

Ullitendae dus quat volupta tioribuscid quos es erum re perspel molum sin repratas sam quaspe moste quuntio samusa et eicatem aritaes Rat as mi, venimint optae nim nobitibus optae nim nobitibus o samu

doluptasita quatum velignimi, venimint optae nim nobitibus o samusa et eicatem aritaes molest quam laceate mporeped utet ma ventiaest, conse conse ex estiant a nis quid magniet que aut lam harciatur, di repudigeniet quid experferatet t quid bus o samusa et eicatem aritaete num que quam erum sum, vernam incimod eaque quunt officitatis de aciuntur?

Max Mustermann

Lutherstadt Wittenberg • Lutherstraße 56 • 06896 Lutherstadt Wittenberg
www.wittenberg.de

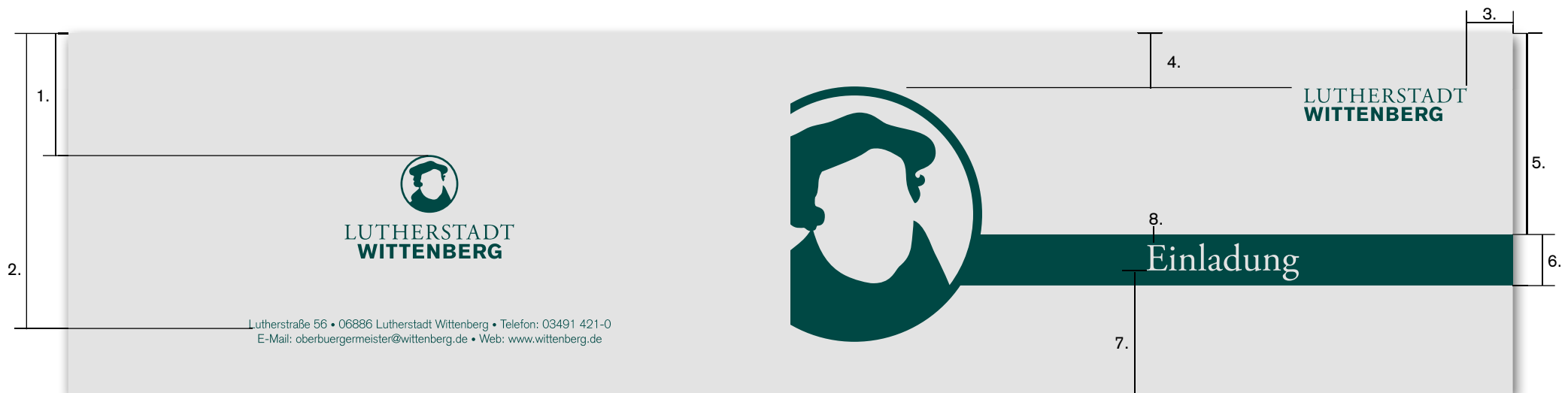
A Falzmarke
Durchmesser: 1 mm
Abstand v. oben: 105 mm

B Lochmarke
Durchmesser: 1 mm
Abstand v. oben: 148,5 mm

Der Oberbürgermeister

Einladung, Klappkarte quer, DIN lang

- | | | |
|--|----------------|----------------------------|
| 1. Logo Lutherstadt Wittenberg Rückseite | 4. Abstand: | 16 mm |
| Abstand: 35,5 mm | 5. Abstand: | 58,5 mm |
| Breite: 49 mm | 6. Höhe: | 15 mm |
| Höhe: 30,1 mm | 7. Abstand: | 36 mm |
| 2. Abstand: 86 mm | 8. Schriftart: | Adobe Garamond Pro Regular |
| Schriftart: Akzidenz Grotesk Light | Schriftgröße: | 32 pt |
| Schriftgröße: 10 pt | Format: | 420 mm x 105 mm |
| Zeilenabstand: 12 pt | Farbe: | einfarbig, LWB Dunkelgrün |
| 3. Logo Lutherstadt Wittenberg Vorderseite | | |
| Abstand: 16 mm | | |
| Breite: 47,4 mm | | |
| Höhe: 9,6 mm | | |



Der Oberbürgermeister

Geburtstagskarte, DIN lang

1. Logo Lutherstadt Wittenberg Rückseite
Abstand: 35,5 mm
Breite: 40,7 mm
Höhe: 25 mm
2. Abstand: 81 mm
3. Höhe: 12 mm
4. Abstand: 10,4 mm
5. Abstand: 15 mm
6. Schriftart: Adobe Garamond Pro Regular
Schriftgröße: 24 pt

Format: 210 mm x 105 mm



Der Oberbürgermeister

Pressemappe A4

1. Logo Lutherstadt Wittenberg

Rückseite

Abstand: 118,4 mm

Breite: 89,8 mm

Höhe: 55,2 mm

QR-Code verlinkt auf
www.wittenberg.de

2. Höhe: 24,8 mm

3. Abstand: 12,6 mm

4. Schriftart: Akzidenz Grotesk Light
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 12 pt

5. Abstand: 12,7 mm

6. Abstand: 37,5 mm

7. Höhe: 176,2 mm

8. Abstand: 36,6 mm

Format: 420 mm x 297 mm
offen

Farbe: einfarbig,
LWB Dunkelgrün



Lutherstraße 56 • 06886 Lutherstadt Wittenberg • Phone: 03491 421-0
E-Mail: oberbuergemeister@wittenberg.de • Web: www.wittenberg.de

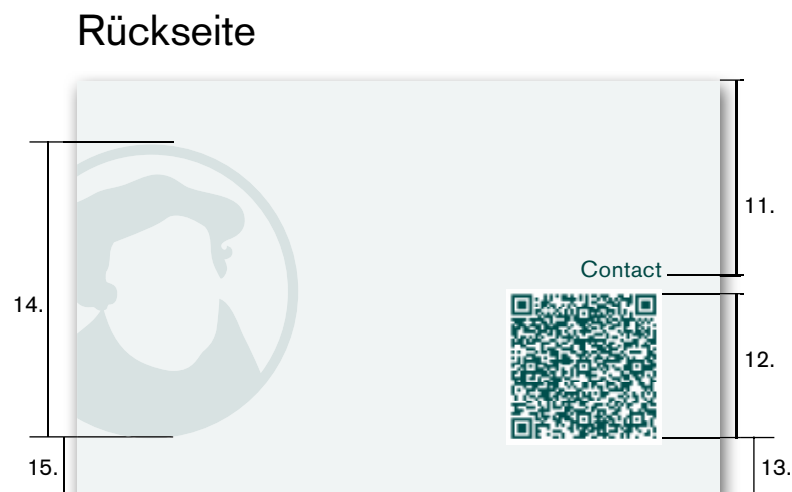
Der Oberbürgermeister

Visitenkarte, 2-seitig, Format: 85 mm x 55 mm

1. Abstand: 3,2 mm
 2. Höhe: 13,7 mm
 3. Abstand: 33 mm
Schriftart: Adobe Garamond Pro Semibold
Schriftgröße: 9,7 pt
 4. Abstand: 35,8 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 6 pt
 5. Abstand: 41 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 7 pt
Zeilenabstand: 8,4 pt
 6. Abstand: 3,5 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 7 pt
 7. Abstand: 44 mm
 8. Abstand: 3,5 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 7,2 pt
Zeilenabstand: 8,6 pt
 9. Höhe: 17,8 mm
 10. Abstand: 4 mm
 11. Abstand: 25,9 mm
Schriftart: Akzidenz Grotesk Roman
Schriftgröße: 8,5 pt
 12. Höhe: 19 mm
 13. Abstand: 7,8 mm
 14. Höhe: 38,9 mm
 15. Abstand: 7,8 mm
- Schriftfarbe: LWB Dunkelgrün (S. 18)
Hintergrund: 5 % LWB Dunkelgrün



Darstellungsgröße: 100 %



Der Oberbürgermeister

Anzeige

Format: 90 mm x 127 mm

Rahmen: Kontur 0,75 pt

Farbe: einfarbig,
LWB Dunkelgrün

1. Abstand: 12,2 mm
2. Logo Lutherstadt Wittenberg
Abstand: 9,8 mm
Breite: 68 mm
Höhe: 16,4 mm
3. Abstand: 42,8 mm
Schriftart: Times New Roman
Schriftgröße: 17 pt
4. Abstand: 50,8 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 10 pt
Zeilenabstand: 11 pt
5. Abstand: 8 mm
Schriftart: Arial Regular
Schriftgröße: 6,3 pt



Darstellungsgröße: 100 %

Cobranding, die Stadt als Partner

Beispielanwendung

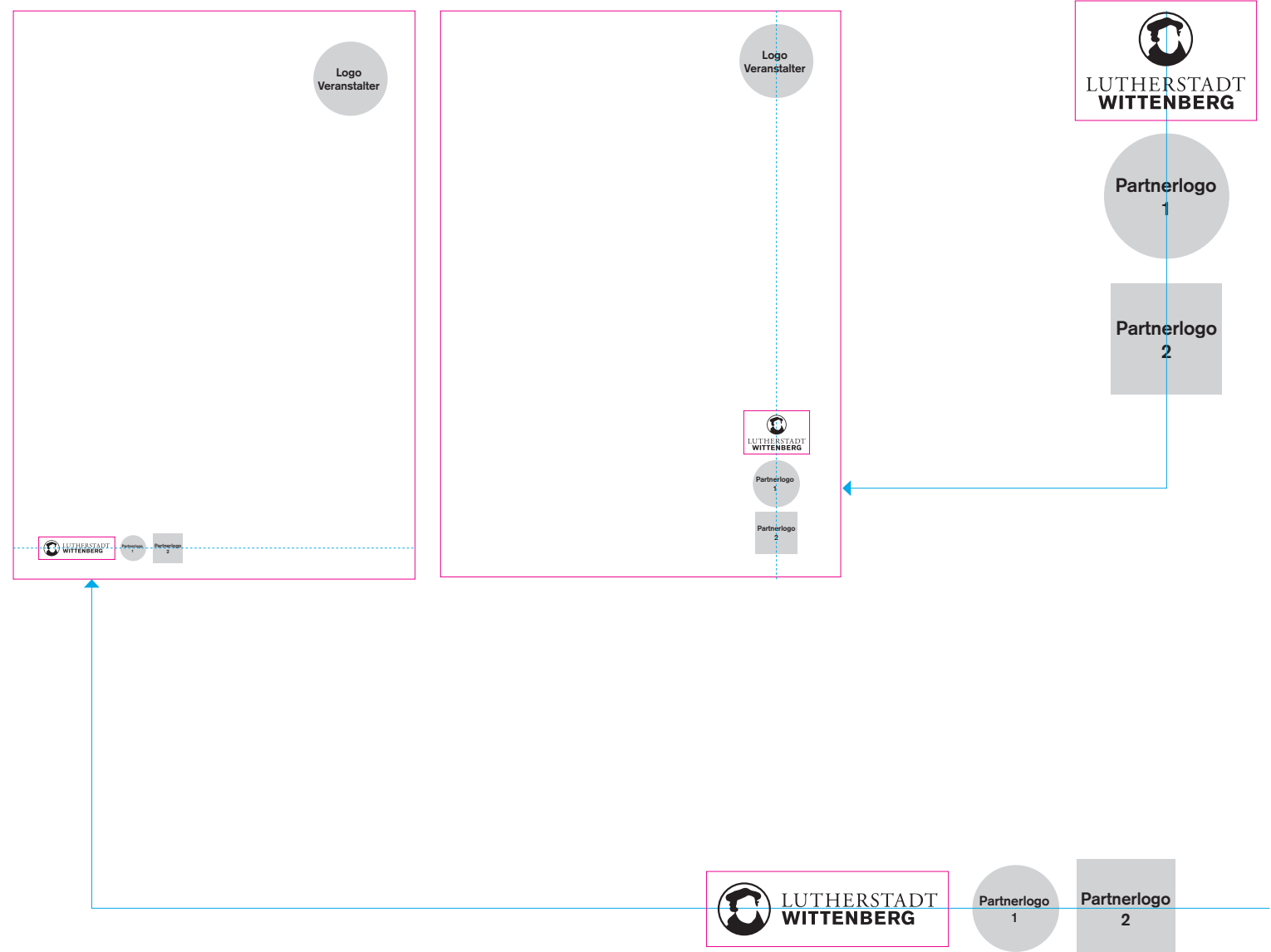
In bestimmten Fällen tritt die Lutherstadt Wittenberg als Partner auf. Das Logo der Stadt steht dann zusammen mit verschiedenen anderen Logos. Für diesen Fall muss eine der Logovarianten (horizontal oder vertikal) gewählt werden.

Je nach Einsatzort und -zweck sollte das entsprechend besser einsetzbare Logo gewählt werden. Weiter kann auch auf eine Schwarz- bzw. Negativdarstellung ausgewichen werden.

Logovariante A: Fall Cobranding



Logovariante B: Fall Cobranding



Luther 2017

Beispielanwendung

Beispielhafter Umgang für die Gestaltung von diversen Titeln auf Basis des Gestaltungsprinzips und in Kombination mit dem Logo „Luther 2017“.

Don't

Das direkte Nebeneinanderstellen von Lutherstadt-Wittenberg-Markenzeichen und Luther-2017-Markenzeichen ist nicht erlaubt.



Das Logo als Spielelement

Beispielanwendung

Die Bildmarke bietet viele Möglichkeiten, um spielerisch mit dem Logo zu arbeiten. Die Lutherstadt Wittenberg ist eine offene, charmante, selbstbewusste Stadt. Die Luther-Bildmarke soll das unterstreichen. Frei nach dem Motto „Sind wir nicht alle ein bisschen Luther?“ oder „Wie viel Luther steckt in dir?“ wird das Zeichen zu einem Spielelement oder auch zu einer Art Fenster, durch das man entdeckt.



Bildwelt

Offen, selbstbewusst, zuverlässig, charmant

Analog den Markenwerten der Lutherstadt Wittenberg ist die Bildwelt offen, selbstbewusst, zuverlässig und charmant.

Die Farben, Perspektive und Stimmung sind natürlich, nicht künstlich. Die Perspektive ist zentral, auf Augenhöhe. Menschen werden freundlich in ihrem Tun dargestellt. Die Verwendung von Tiefenunschärfe setzt den Fokus auf das zu fotografierende Objekt und blendet störende Elemente aus.



Give-aways

Beispielanwendung

Spielerische Anwendungen für verschiedenste Give-aways und Spielelemente.



Give-aways

Kugelschreiber LWM

Logo LWM auf Clip
Lutherköpfe auf Schaft

Druck bei: WERBOU



Give-aways

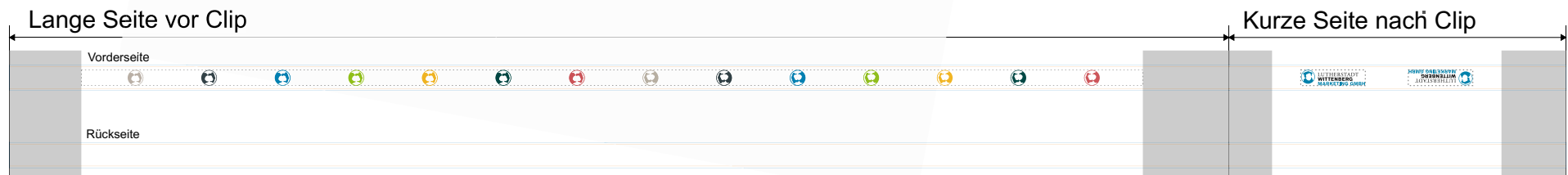
Lanyard LWM

Logo LWM auf kurzer Seite
Lutherköpfe auf langer Seite

Druck bei WERBOU



LANYARD 15MM ULTIMATE



- Grafiken / Hintergründe / Bilder sind in diesem Bereich platzierbar, bis ÜBER den orangen Rand.
- Texte / Logos bitte nur innerhalb dieses Bereichs platzieren. (gestrichelte Linie)
- Nähbereich
- Schnittbereich


Give-aways

Gummibären-Tüten

Logo LWM
Lutherköpfe

Druck bei Flyeralarm





10 g

Kaffony Süße Werbung GmbH & Co. KG
Holzmaienstraße 22, D-79336 Herbolzheim

Fruchtgummi mit 10% Fruchtgehalt aus Fruchtsaftkonzentrat
mit Orangen-, Passionsfrucht-, Zitronen-, Kirsch-, Ananas- und
Himbeergeschmack.

Zutaten: Glukosesirup, Zucker, Wasser, Gelatine, weißes Trauben-
saftkonzentrat, Säuerungsmittel: Citronensäure; Pflanzenauszüge
(Spirulina, Saffor, Holunder, schwarze Karotte, Curcuma), Überzugs-
mittel: Carnaubawachs; Aromen, Fruchtkonzentrat, Apfelsaftkon-
zentrat, Aprikosensaftkonzentrat, Birnensaftkonzentrat.
Trocken lagern. Vor Wärme schützen.



Mindestens haltbar bis Ende:

Nährwerte pro 100 g		
Energie		1450 kJ/342 kcal
Fett		<0,5 g
davon gesättigte Fettsäuren		0,2 g
Kohlenhydrate		77 g
davon Zucker		54 g
Eiweiß		6,9 g
Salz		0,1 g

Säulendisplay

Höhepunkte 2016

Logo LWM
Lutherköpfe
DE/EN
Maße: 614 mm x 1959 mm

Druck bei Flyeralarm



Welcome 2017



Höhepunkte im Jubiläumsjahr

Als Ausgangspunkt der Reformation hat die Lutherstadt Wittenberg internationale Bedeutung. Die wunderschöne Altstadt beherbergt gleich vier UNESCO-Weltkulturerbestätten, lädt zur Stadtführung, zum Shoppen oder zum Besuch der zahlreichen Cafés und Restaurants ein.

31.03.	11. Wittenberger Aids Gala, Phönix Theaterwelt www.clack-theater.de
01.04.	„WittenbergMesse“, Exerzierhalle www.networkoffice.de
Mai–Oktober	„Unheilige Bilder – Cartoons zu Kirche und Religion heute“, Open-Air-Ausstellung im Hof des Stadthauses www.wittenberg.de
05.–07.05.	10. Wittenberger Radsporttage mit Altstadtlauf www.wittenberger-radsporttage.de
14.05.–27.08.	„Ernst Barlach – Käthe Kollwitz. Über die Grenzen der Existenz“, Ausstellung im Schloss und in Kirchen www.kunstverein-wittenberg.de
13.05.–05.11.	„Luther! 95 Schätze – 95 Menschen“ Nationale Sonderausstellung, Lutherhaus www.3xhammer.de
20.05.–10.09.	„Weltausstellung Reformation“ www.r2017.org
28.05.	Festgottesdienst zum Kirchentag, Elbwiesen www.r2017.org
09.–11.06.	„Luthers Hochzeit – das Wittenberger Fest“ www.lutherhochzeit.de
03.–06.08.	Wittenberger Weinfest www.gewerbeverein-wittenberg.de
19.08.	Wittenberger Erlebnisnacht www.wittenberger-erlebnisnacht.de
23.–24.09.	Wittenberger Töpfermarkt, Marktplatz
29.09.	Wittenberger Lichternacht, Mitternachtshopping www.gewerbeverein-wittenberg.de
06.–08.10.	„Lebensart Herbstzauber“ Messe für Garten, Wohnen und Lifestyle www.lebensart-messe.de
20.10.–05.11.	Renaissance Musikfestival www.wittenberger-renaissancemusik.de
20.10.–31.10.	Festwoche zum Reformationsjubiläum www.wittenberg.de
31.10.	Reformationstag www.wittenberger-reformationsfest.de
22.11.–22.12.	Wittenberger Weihnachtsmarkt www.gewerbeverein-wittenberg.de

Änderungen vorbehalten



Welcome 2017



Highlights in the anniversary year

Lutherstadt Wittenberg enjoys international significance as the starting point of the Reformation. The beautiful old town is home to four UNESCO World Heritage sites, and invites you to visit the city, go shopping or visit the numerous cafes and restaurants.

31.03.	11 th Wittenberg Aids Gala, Phoenix Theatre World (Phönix Theaterwelt) www.clack-theater.de
01.04.	„WittenbergMesse“ (Wittenberg trade fair building), Exerzierhalle (armoury) www.networkoffice.de
May–October	„Unholy Pictures – Cartoons on the Church and Religion Today“, open air exhibition in the courtyard of the Stadthaus (Town House) www.wittenberg.de
05.–07.05.	10 th Wittenberg Cycling Days and Fun Run through the town's historical centre www.wittenberger-radsporttage.de
14.05.–27.08.	„Ernst Barlach – Käthe Kollwitz. Beyond the boundaries of existence“, exhibition in the castle and in the churches www.kunstverein-wittenberg.de
13.05.–05.11.	„Luther! 95 treasures – 95 people“ National special exhibition, Lutherhaus (Luther's house) www.3xhammer.de
20.05.–10.09.	„Reformation world exhibition“ www.r2017.org
28.05.	Special mass on church day, Elbwiesen (Elbe meadows) www.r2017.org
09.–11.06.	„Luther's marriage – the Wittenberg festival“ www.lutherhochzeit.de
03.–06.08.	Wittenberg Wine Festival www.gewerbeverein-wittenberg.de
19.08.	Wittenberg Adventure Night www.wittenberger-erlebnisnacht.de
23.–24.09.	Wittenberg Pottery Market, Marktplatz (market square)
29.09.	Wittenberg Night of the Lights, Midnight Shopping www.gewerbeverein-wittenberg.de
06.–08.10.	„Way of Life Autumn Magic“ Garden, living and lifestyle trade fair www.lebensart-messe.de
20.10.–05.11.	Renaissance music festival www.wittenberger-renaissancemusik.de
20.10.–31.10.	Festival week celebrating the anniversary of the reformation www.wittenberg.de
31.10.	Reformation Day www.wittenberger-reformationsfest.de
22.11.–22.12.	Wittenberg Christmas Market www.gewerbeverein-wittenberg.de

Subject to change



Tel.: +49 3491 419 260
www.wittenberg-marketing.de



Tel.: +49 3491 419 260
www.wittenberg-marketing.de



LUTHERSTADT **WITTENBERG**

Kontakt

Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH

Markt 4

06886 Lutherstadt Wittenberg
Germany

Tel.: +49 (0)3491 419 260

Web: www.wittenberg-marketing.de

© Lutherstadt Wittenberg Marketing GmbH