



Corporate Design Handbuch

Inhalt

1. Logo	3	6. Stilelement	25
Varianten	5		
Anwendung	6	7. Bildsprache	27
Schutzraum	7		
Größen	8	8. Ausstattung	30
2. Claim	9	8.1 Briefbogen	32
		8.2 Briefbogen (Einrichtungen)	33
3. Farben	11	8.3 Visitenkarte	34
		8.4 Pressemeldung	35
4. Schrift	13	8.5 Formular	36
4.1 Hausschrift	14	8.6 Amtsblatt	37
4.2 Logo-Schrift	15	8.7 Urkunde	38
5. Submarken	16	8.8 Schmuckblatt	39
5.1 Die Bereiche Farbkonzept	17	8.9 Flyer	40
5.2 Einbindung der Submarken Klammer	18	8.10 Flyer Submarken	41
5.3 Ausgewählte Submarken Bibliothek	21	8.11 Broschüre A4 hoch	47
5.4 Ausgewählte Submarken Freiwillige Feuerwehr	22	8.12 Broschüre A5 quer	48
5.5 Ausgewählte Submarken Jugendfeuerwehr	23	8.13 Plakat	49
5.6 Ausgewählte Submarken Bauhof	24	8.14 Präsentation	50
		8.15 E-Mail Signatur	52
		8.16 Einladungskarte	53
		8.17 Glückwunschkarte	54
		8.19 Allgemeine Karte	55
		8.19 Social Media Grafiken	56
		9. Einsatzbeispiele	59

Logo

1

1 Logo

Mit Claim



Ohne Claim



Das Logo der Stadt Bischofswerda besteht aus zwei Hauptelementen: einer verspielteren Bildmarke und einer seriösen Wortmarke. Ergänzt wird das Logo zudem durch den Claim „Schiebock. Oberlausitz. Läuft.“

Die verspielte Bildmarke zeigt einen stilisierten Schiebock, der charakteristisch und somit prägend für Bischofswerda ist. Der Schiebock ist eine Referenz auf die lange Handelsgeschichte der Großen Kreisstadt, spielt aber auch auf das heutige Bischofswerda an, in dem Handel und Wirtschaft florieren. Eingebunden ist der Schiebock in die Linien, die sowohl die gute Verkehrsanbindung per Straße und Schiene sowie die Zukunftszugewandtheit zeigen.

Einzigartig – auch im regionalen Vergleich ist das lächelnde Gesicht im Schiebock. Es zeigt die freundlichen Bewohner und öffnet sich für Gäste, Investoren und neue Einwohner gleichermaßen. Unterstrichen wird dies außerdem durch die freundliche Farbgebung in Maisgelb und Nachtblau, die das lebhaft und einladende Wesen von Bischofswerda widerspiegeln.

Die Wortmarke stellt den Namen der Stadt klar und gut lesbar da. Das Nachtblau verleiht ihr außerdem ein gesundes und seriöses Gegenstück zur Bildmarke.

Beide Teile bilden in Kombination mit dem Claim ein harmonisches Ganzes.

1 Logo | Varianten

Farbiges Logo



Farbiges Logo mit weißer Schrift



Weißes Logo



Schwarzes Logo



Das Logo existiert in 4 verschiedenen Varianten, um den verschiedenen Anforderungen und Hintergründen gerecht zu werden.

Die verschiedenen Varianten des Logos ermöglichen es, die Markenpräsenz auf unterschiedliche Weise zu präsentieren und eine konsistente visuelle Identität zu wahren, unabhängig von den spezifischen Anforderungen und Verwendungszwecken.

Zusätzlich zu den verschiedenen Varianten kann das Logo auch ohne den Claim verwendet werden. Je nach Anwendung kann es sinnvoll sein, den Claim entweder in Kombination mit dem Logo oder separat zu verwenden.

Farbiges Logo

Hierbei handelt es sich um die Hauptversion des Logos. Es sollte hauptsächlich diese Variante verwendet werden, um ein einprägsames Erscheinungsbild zu erzeugen.

Farbiges Logo mit weißer Schrift

Diese Variante des Logos wird verwendet, wenn das Hauptlogo auf einem blauen Hintergrund platziert wird oder der Hintergrund ausreichend Kontrast zum Maisgelb bildet. Die Schrift des Logos wird in Weiß gehalten, um eine gute Lesbarkeit und Sichtbarkeit auf dem Hintergrund zu gewährleisten.

Weißes Logo

Das Logo wird in weiß bei einem dunklen Hintergrund verwendet, um eine gute Kontrastwirkung zu erzielen. Zum Einsatz kommt es beispielsweise bei einfarbigen Druckprodukten.

Schwarzes Logo

Diese Version ist ideal für Anwendungen, bei denen eine farbige Darstellung nicht möglich oder nicht wünschenswert ist. Das schwarze Logo bietet eine klare und zeitlose Optik und kann auf verschiedensten Hintergründen verwendet werden.

1 Logo | Anwendung



Das Logo darf ausschließlich in den in Punkt 1.1 genannten Varianten verwendet werden. Es darf mit und ohne Claim genutzt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass die Mindestgröße und der Schutzraum des Logos eingehalten wird, siehe Folgepunkte.

Das Logo darf nicht gestaucht, gedreht, verzerrt oder umgefärbt werden. Auf eine proportionale Skalierung ist in jedem Fall zu achten. Des Weiteren muss das Logo ausreichend Kontrast zum Hintergrund besitzen.

Bitte beachten!

Für Druckprodukte jeglicher Art sind folgende Dateiformate zu verwenden:

.ai, .pdf, .eps

Für Web und andere digitale Einsatzgebiete sind folgende Dateiformate zu verwenden:

.jpg, .png, .svg

1 Logo | Schutzraum



Einsatz ohne Claim

B Schutzraum des Logos
(= 1 x)

Das Gesamtlogo bzw. deren Abstände ergeben sich in einer einfachen Konstruktion: Die Versalhöhe des „B“ der Wortmarke „Bischofswerda“ bildet den Wert 1 x.

Dieser Abstand ist das Maß für den Mindestabstand, den so genannten Schutzraum des Logos. Dieser Mindestabstand zu anderen Gestaltungselementen und zum Seitenrand zwingend einzuhalten.

Das Logo sollte auf Anwendungen, auf denen mehr Platz vorhanden ist, mit einem größeren Schutzraum versehen werden.

Dieser Schutzraum definiert sich über die einmalige Höhe des Buchstabens, auf allen 4 Logoseiten. Rechts und links vom Schriftzug wird das „B“ entsprechend um 90 Grad gedreht, um wieder den gleichen Abstand zu erzeugen.

Dies trifft sowohl bei der Verwendung mit und ohne Claim zu.

1 Logo | Größen

Mindestgrößen

Mindestgröße (mit Claim)



Breite = 3,7 cm

Mindestgröße (ohne Claim)



Breite = 2,5 cm

Wenn das Logo zu klein abgebildet wird, kann es schwer sein, die darin enthaltenen Details oder den Text zu erkennen. Des Weiteren kann es zu Problemen im Druck führen, da zu geringe Strichstärken wegbrechen oder verschwimmen. Eine angemessene Mindestgröße gewährleistet, dass das Logo klar und deutlich sichtbar ist und seine Botschaft vermittelt.

Beträgt die Gesamtbreite des Logos weniger als 3,7 cm, muss auf den Claim verzichtet werden. Das Logo der Stadt Bischofswerda darf ohne Claim bis zu einer Gesamtbreite von 2,5 cm verwendet werden. **Dabei beziehen sich alle Maße auf das Logo inklusive bereits angelegtem Schutzraum.**

Empfohlene Größen

Es wird empfohlen, Größenrichtlinien für das Logo zu berücksichtigen. Dabei handelt es sich um Richtwerte, die dazu entwickelt wurden, um sicherzustellen, dass das Logo in verschiedenen Anwendungen und Medien optimal zur Geltung kommen. Dabei ist es besonders wichtig, sowohl die Mindestgröße als auch den Schutzraum des Logos einzuhalten.

Achtung: Die genannte Logo-Breite bezeichnet dabei die Gesamtbreite der kompletten Datei (Logobreite inklusive bereits angelegtem Schutzraum).

Produktgröße	Produkt	Logo-Breite
DIN Lang (98/105 x 210 mm)	Flyer/Faltblatt	7,2 cm
DIN A6 (148 x 105 mm; QF)	Karte/Einladung	4,2–7,8cm
DIN A5 (148 x 210 mm, QF)	Broschüre	5,5 cm
DIN A4 (210 x 297 mm)	Broschüre, Plakat	8,4 cm
DIN A3 (297 x 420 mm)	Plakat	15,9 cm

Claim

2

2 Claim

Schiebock. Oberlausitz. Läuft.

Der Claim „Schiebock. Oberlausitz. Läuft.“ vermittelt eine starke Botschaft und kombiniert verschiedene Elemente, um die Identität und den Charakter der Stadt Bischofswerda zu repräsentieren.

Der erste Teil des Claims, „Schiebock“, bezieht sich auf das prägende Element der Stadt, den Schiebock. Als Wahrzeichen der Stadt ist der Schiebock ein Symbol für die Tradition, Handel und Einzigartigkeit von Bischofswerda. Indem er im Claim erwähnt wird, schafft er eine unmittelbare Verbindung zur Stadt und weckt Interesse und Neugierde bei den Betrachtern und sorgt für Identität der Schiebocker mit ihrer Stadt.

Der Begriff „Oberlausitz“ verdeutlicht die geografische Verortung von Bischofswerda in Deutschland. Er stellt eine Region dar, die für ihre landschaftliche Schönheit und kulturelle Besonderheiten bekannt ist. Durch die Erwähnung der Oberlausitz im Claim wird eine starke regionale Verbundenheit vermittelt.

Der letzte Teil des Claims, „Läuft“, ist ein lebendiger und dynamischer Ausdruck. Er symbolisiert den Fortschritt, das Vorankommen und den positiven Wandel in Bischofswerda. Es steht für einen frischen Wind, der durch die Stadt weht und vermittelt eine positive und optimistische Atmosphäre, die die Aufmerksamkeit auf das Potenzial der Stadt lenkt. Er bezieht sich auch ganz klar auf die Verbindung zu Straße und Schiene.

Insgesamt erzeugt der Claim „Schiebock. Oberlausitz. Läuft.“ eine einprägsame Kombination aus Identität, Regionalität und Dynamik. Er spiegelt die Einzigartigkeit und den Wandel von Bischofswerda wider und lädt dazu ein, die Stadt zu entdecken, zu erkunden und am positiven Fortschritt teilzuhaben.

Farben

3

3 Farben

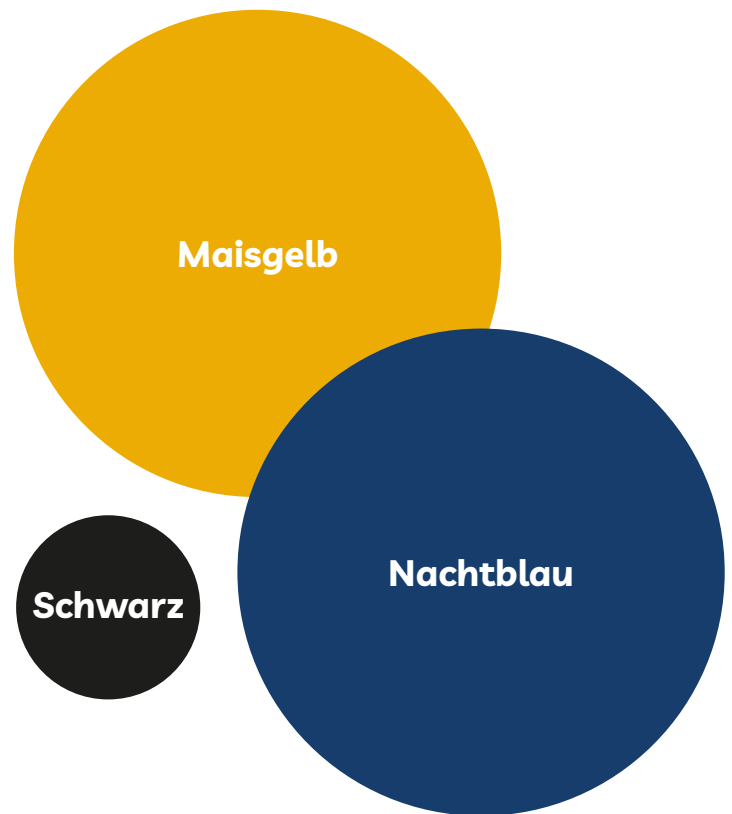
Das Corporate Design wird durch den Einsatz von zwei Primärfarben definiert: Maisgelb und Nachtblau.

Maisgelb ist eine warme und lebendige Farbe, die mit positiven Eigenschaften assoziiert wird. Sie strahlt Fröhlichkeit, Optimismus und Energie aus und schafft eine einladende und freundliche Atmosphäre. Maisgelb sollte als hervorstechende Akzentfarbe genutzt werden.

Nachtblau ist eine tiefblaue, kräftige Farbe, die Eleganz, Seriosität und Vertrauen ausstrahlt. Ruhe, Stabilität und Verlässlichkeit gehören ebenfalls dazu. Die Primärfarbe dient als solide Basis.

Die Kombination beider Farben erzeugt eine interessante Balance zwischen Lebendigkeit und Seriosität.

Schwarz wird in Fließtexten verwendet und trägt dazu bei, dass dieser gut lesbar ist, eine professionelle Atmosphäre schafft und zeitlos wirkt.



Maisgelb

CMYK: 7/36/97/0
RGB: 236/172/0
PAN: 131
HKS: 71
RAL: 1003
HEX: #ecac00

Nachtblau

CMYK: 100/79/30/17
RGB: 0/61/105
PAN: 2768
HKS: 42
RAL: 5002
HEX: #003d69

Schwarz

CMYK: 0/0/0/100
RGB: 0/0/0
PAN: 419
HKS: 88
RAL: 9005
HEX: #000000

Hinweise zu den Farben der Submarken befinden sich im gleichnamigen Kapitel.

Schrift

4

4.1 Schrift | Hausschrift

Die Schriftart „Livvic“ wird als Hausschrift im Corporate Design der Stadt Bischofswerda eingesetzt. Dabei handelt es sich um eine offene, freundliche und frei vielfältig einsetzbare Schriftart, die eine Mischung aus Seriosität und Frische verkörpert. Inspiriert von Handschriften, hat sie einen starken, dennoch zugänglichen Charakter, der eine persönliche Note vermittelt.

Die Italic-Version der Livvic hat einen leicht schwungvollen Charakter, der ihr eine gewisse Dynamik verleiht, für visuelles Interesse sorgt und zum Beispiel für den Claim und auch bei den Submarken zum Einsatz kommt.

Durch den Einsatz der Schriftart Livvic im Corporate Design erhält Bischofswerda eine visuelle Konsistenz und Wiedererkennbarkeit. Die Schrift vereint Seriosität mit einer frischen und einladenden Ästhetik, während ihre Inspiration aus Handschriften einen individuellen Touch verleiht.

Für Fließtexte wird dabei der Schriftschnitt „Regular“ verwendet. Bei Auszeichnungen, Hervorhebungen, Subheadlines und Links können zum Beispiel die Schriftschnitte „Italic“ und „Semibold“ zum verwendet werden. Für Headlines wird der Schriftschnitt „Bold“ empfohlen.

Achtung: Für den Geschäftsbriefbogen wird Arial anstelle der Hausschriftart „Livvic“ verwendet, um den Richtlinien der DIN-Norm zu entsprechen.

Livvic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
1234567890/?!+-# 1234567890

Livvic Regular

Das ist ein Fließtext.

Livvic Italic

Das ist eine Auszeichnung in Fließtexten.

Livvic Semibold

Das ist eine Subheadline.

Livvic Bold

Das ist eine Headline.

**Die Schrift kann hier
heruntergeladen
werden:**

[www.fonts.google.com/
specimen/Livvic](https://www.fonts.google.com/specimen/Livvic)



4.2 Schrift | Logo-Schrift

Im Logo wurde für den Schriftzug „Bischofswerda“ die Schriftart „Signika Negative“ verwendet. Dabei handelt es sich um eine serifenlose Schriftart mit einem sanften Charakter.

Aufgrund ihrer nicht vorhandenen kursiven Schriftschnitte wird sie **ausschließlich** als Logo-Schriftart verwendet – sowohl für das Logo der Stadt Bischofswerda als auch für die städtischen Submarken. **Für den Fließtext und andere Anwendungsbereiche wird deshalb auf die Schriftart „Livvic“ zurückgegriffen.**

Bischofswerda

Die Schrift kann hier
heruntergeladen
werden:

[www.fonts.google.com/
specimen/Signika+Negative](https://www.fonts.google.com/specimen/Signika+Negative)



Submarken

5

5.1 Die Bereiche | Farbkonzept

In Bischofswerda existieren viele Initiativen, Einrichtungen, Unternehmen und Vereine, die mit der Stadt in enger Verbindung stehen. Ziel der Neuordnung des Corporate Designs ist es auch, diese Submarken entsprechend zu gestalten und in ein sinnvolles, aber nicht konkurrierendes Gefüge zum Hauptlogo der Stadt zu setzen.

Dieses Konzept dient dazu, die Anwendung für die Nutzer zu vereinfachen. Deshalb wurde ein Farbkonzept für die verschiedenen Bereiche der Stadt entwickelt, so dass diese klar voneinander unterscheidbar sind und auch für digitale Anwendungen, wie z.B. Website oder eBooks verfügbar sind.

Folgende Bereiche sind festgelegt:

- Kultur & Tourismus
- Rathaus & Eigenbetriebe
- Familie & Bildung
- Freiwillige Feuerwehr
- Vereine & Ehrenamt
- Wirtschaft

Jeder Bereich wird durch eine eigene Farbe repräsentiert, um eine klare und deutliche Unterscheidung zu ermöglichen.



Kultur & Tourismus

CMYK: 63/97/0/0
RGB: 122/37/130
HEX: #7a2582

Rathaus & Eigenbetriebe

CMYK: 100/79/30/17
RGB: 0/61/105
HEX: #003d69

Familie & Bildung

CMYK: 60/2/100/0
RGB: 122/179/30
HEX: #7ab31e



Freiwillige Feuerwehr

CMYK: 19/99/100/9
RGB: 185/21/29
HEX: #b9151d
RAL: 3000

Vereine & Ehrenamt

CMYK: 7/73/93/0
RGB: 222/97/33
HEX: #de6121

Wirtschaft

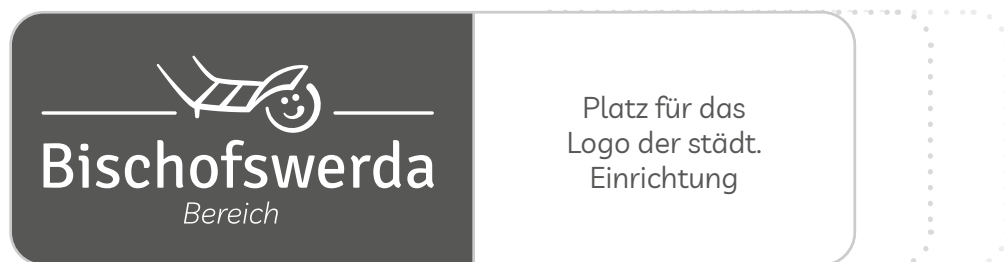
CMYK: 74/44/34/19
RGB: 67/108/125
HEX: #436c7d

5.2 Einbindung der Submarken | Klammer

Das Logo der Stadt Bischofswerda wird in eine Art Klammer eingegliedert und bleibt für alle Bereiche unverändert. Im rechten Teil der Klammer wird eine flexible Zone geschaffen, in der das jeweilige Logo der Einrichtung platziert wird. Dadurch entsteht eine klare visuelle Verbindung zwischen der Stadt und den städtischen Einrichtungen, während gleichzeitig Raum für individuelle Anpassungen und Identität geschaffen wird.

Das Farbkonzept und die Logo-Klammer ermöglichen eine einfache und einheitliche Nutzung des Logos und der Logos für die Einrichtungen. Sie sorgen für eine bessere optische Differenzierung zwischen den verschiedenen Bereichen. Die Klammer schafft eine Identität, während den Einrichtungen dennoch Spielraum für ihre eigene visuelle Präsentation gegeben wird.

Die Klammer wird ausschließlich genutzt für Briefe, Einladung, Hinweise, (Amtliche) Schreiben, Flyer, Formulare und Pressemitteilungen. Auf Produkten wie z.B. T-Shirt, Banner, Fahnen, Fahrzeugfolierung, etc. wird das eigenständige Logo der jeweiligen Einrichtung abgebildet.



**Fester Baustein
in jeweiliger Farbe und
Nennung des Bereichs**

**Flexible Zone
für Logo der städt.
Einrichtung**

5.2 Einbindung der Submarken | Klammer

Die Farbe **Lila** steht für „Kultur & Tourismus“ und vermittelt eine kreative und inspirierende Atmosphäre. Sie symbolisiert den Reichtum und die Vielfalt künstlerischer und kultureller Aktivitäten in Bischofswerda.



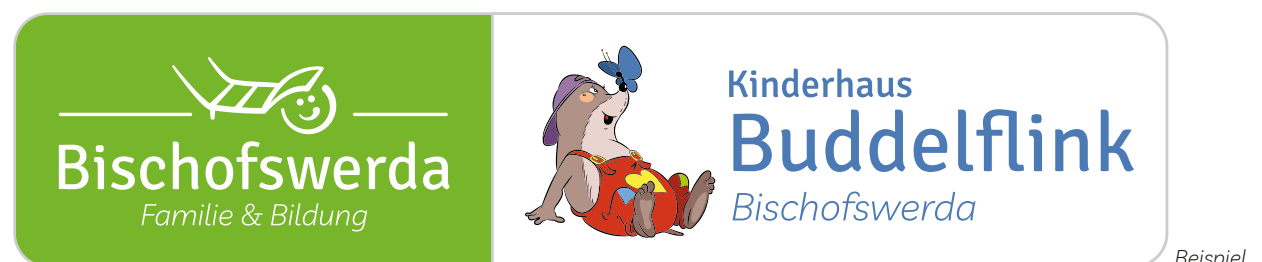
Orange repräsentiert den Bereich „Vereine und Ehrenamt“. Die warme und lebhafte Farbe steht für die Energie und Hingabe der ehrenamtlichen Arbeit sowie die positive Ausstrahlung, die sie in der Gemeinschaft erzeugt. Die auffällige Farbe sorgt außerdem dafür, dass die Arbeit der Vereine und Ehrenamtlichen bewusst sichtbar gemacht wird.



Der Bereich „Freiwillige Feuerwehr“ wird durch die Farbe **Rot** gekennzeichnet. Rot steht für Schutz, Sicherheit und Einsatzbereitschaft. Diese Farbe vermittelt die wichtige Rolle und den Mut der Feuerwehrleute und schafft eine visuelle Verbindung zu ihrem Aufgabenbereich.

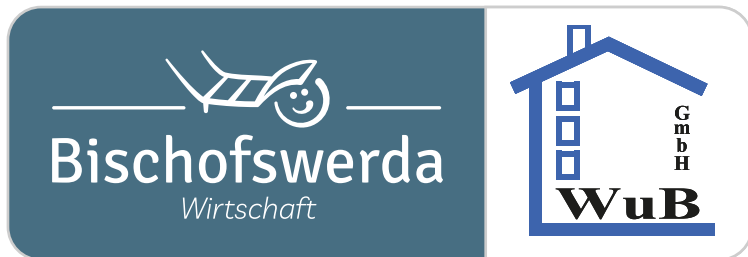


Hellgrün symbolisiert den Bereich „Familie & Bildung“ und strahlt eine freundliche und einladende Atmosphäre aus. Diese Farbe steht für Fürsorge, Entwicklung und Gemeinschaft und schafft eine angenehme Umgebung für Einrichtungen, die sich um das Wohl von Kindern und Familien kümmern.



5.2 Einbindung der Submarken | Klammer

Stahlgrau wird für den Bereich „Wirtschaft“ verwendet und vermittelt Professionalität und Stabilität. Diese Farbe steht für die Unternehmenslandschaft und wirtschaftliche Aktivitäten in Bischofswerda und schafft eine seriöse und vertrauenswürdige visuelle Präsenz.



Beispiel

Die Farbe **Nachtblau** ist der Kategorie „Rathaus & Eigenbetriebe“ vorbehalten, die Stärke, Vertrauen und Seriosität ausstrahlt. Diese Farbe unterstreicht die Bedeutung dieser Einrichtungen als Verwaltungs- und Dienstleistungsstellen der Stadt Bischofswerda. Durch den Einsatz dieser Farbe wird auch eine klare Unterscheidung zu den anderen Farben im Farbkonzept erreicht.



Beispiel

5.3 Ausgewählte Submarken | Bibliothek



Einsatz Namensschilder



5.4 Ausgewählte Submarken |

Freiwillige Feuerwehr



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Gemeindefeuerwehr
BISCHOFSWERDA



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Ortsfeuerwehr
BISCHOFSWERDA



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Ortsfeuerwehr
GEIßMANNSDORF



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Ortsfeuerwehr
GOLDBACH



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Ortsfeuerwehr
GROßDREBNITZ



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Ortsfeuerwehr
SCHÖNBRUNN



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Ortsfeuerwehr
WEICKERSDORF

5.5 Ausgewählte Submarken |

Jugendfeuerwehr



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Jugendfeuerwehr
BISCHOFSWERDA



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Jugendfeuerwehr
GEIßMANNSDORF



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Jugendfeuerwehr
GOLDBACH



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Jugendfeuerwehr
GROßDREBNITZ



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Jugendfeuerwehr
SCHÖNBRUNN



Freiwillige Feuerwehr Bischofswerda
Jugendfeuerwehr
WEICKERSDORF

5.6 Ausgewählte Submarken | Bauhof



Bauhof
Bischofswerda



Bauhof
Bischofswerda



Bauhof
Bischofswerda

Stilelement

6

6 Stilelement

Beim Stilelement liegt der Fokus ganz auf dem „Lachenden Gesicht“ des Schiebocks. Die Verwendung des Stilelements ermöglicht eine lebhafte und spielerische Gestaltung, zieht die Aufmerksamkeit der Betrachter auf sich und sorgt für eine offene und einladende Atmosphäre.

Dabei tritt der Schiebock in den Hintergrund, während das Gesicht die Aufmerksamkeit auf sich zieht. Die Bildmarke kann auf verschiedenen touristischen Materialien eingesetzt werden, wie beispielsweise Aufklebern, Buttons, im Screendesign und Ähnlichem.

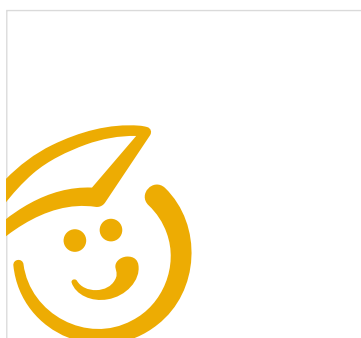
Durch die bewusste Reduzierung von weiteren Stilelementen und die Fokussierung auf das lachende Gesicht des Schiebocks wird eine klare visuelle Präsentation geschaffen.

Dabei wird das Gesicht des lachenden Schiebocks am linken Rand angeschnitten, sodass nur ein Teil oder ein minimaler Ausschnitt der restlichen Bildmarke zu sehen sind. Es darf auch minimal an der Unterkante angeschnitten werden – wichtig dabei ist, dass der „Gesichts-Charakter“ erhalten bleibt. Das Stilelement darf in der Farbe Maisgelb verwendet werden.

Das Stilelement **muss nicht** eingesetzt werden und bietet lediglich eine mögliche Option für die visuelle Auflockerung.



Sichtbarer Bereich



Bildsprache

7

7 Bildsprache

Das zentrale Ziel der Bildsprache ist es, die Vielfalt und Einzigartigkeit der Stadt Bischofswerda abzubilden. Dies wird erreicht durch den Einsatz von authentischen Portraits, die in Fotoshootings mit Bürgerinnen und Bürgern, Schaffenden, Gewerbetreibenden und anderen Akteuren entstehen können. Diese Portraits geben den Menschen eine Stimme und erzählen ihre individuellen Geschichten, wodurch die lebendige Gemeinschaft der Stadt sichtbar wird.

Die freundliche Bildstimmung steht dabei im Vordergrund. Die Fotos strahlen eine positive Atmosphäre aus und vermitteln ein Gefühl von Offenheit, Gemeinschaft und Freude. Sie zeigen nicht nur das Maisgelb aus dem Logo und das Lachen aus der Bildmarke, sondern auch die Menschen, die Bischofswerda zu dem machen, was es ist.

Durch die Vielfalt der abgebildeten Personen, Szenen und Geschichten wird die kulturelle und soziale Vielfalt der Stadt Bischofswerda sichtbar. Außerdem soll die Bildsprache der Stadt Bischofswerda nicht nur die Vielfalt der Stadtgemeinschaft einfangen, sondern auch die atemberaubende Schönheit der Oberlausitz und des Bischofswerdaer Umlands zeigen.

Das Ziel ist es, Besucherinnen und Besucher dazu zu inspirieren, Bischofswerda und die Oberlausitz zu erkunden. Vielfältige Landschaftsaufnahmen vermitteln ein Gefühl von Weite, Ruhe und natürlicher Schönheit und laden dazu ein, die Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten der Gegend zu entdecken.



7 Bildsprache



Ausstattung



8.1 Ausstattung | Briefbogen



Bischofswerda
Schiebbeck. Oberlausitz. Luft.

Stadtverwaltung Bischofswerda | Altmarkt 1 | 01877 Bischofswerda

Wieduwilt Kommunikation
Jana Wieduwilt
Berliner Str. 21
01979 Lauchhammer

Mittendrin. Für Alle. Zuhause.
BISCHOFSWERDAER LAND

Bauamt
Straßen-/Tiefbau

Aktenzeichen:
Name:
Telefon:
Fax:
E-Mail:

Ort und Datum:

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing.

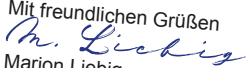
Sehr geehrte Frau Wieduwilt,

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

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

Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et aliquip ex ea commodo consequat.

Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer

Mit freundlichen Grüßen

Marion Liebig

Stadtverwaltung Bischofswerda
Altmarkt 1 | 01877 Bischofswerda | Tel. +49 3594 786-0
info@bischofswerda.de | www.bischofswerda.de
(Kein Zugang für elektronisch signierte sowie für
verschlüsselte elektronische Dokumente.)

Die Datenschutzerklärung finden Sie unter
www.bischofswerda.de/datenschutz

Seite 1 von 1

Deutsche Kreditbank AG
IBAN: DE34 1203 0000 0001 2397 63
BIC: BYLADEM1001

Kreissparkasse Bautzen
IBAN: DE43 8555 0000 1000 5130 30
BIC: SOLADES1BAT



8.1 Ausstattung | Briefbogen

The diagram illustrates the layout and dimensions of a business letter template. Key elements include:

- Header:**
 - Bischofswerda:** 54,12 x 29,29 mm. Includes the logo and text: "Schiebock, Oberlausitz, Läufe".
 - Bischofswerdaer Land:** 65,91 x 13,68 mm. Includes the text: "Mittendrin. Für Alle. Zuhause."
- Address Block (Left):**
 - Stadtverwaltung Bischofswerda | Altmarkt 1 | 01877 Bischofswerda
 - Wieduwilt Kommunikation
 - Jana Wieduwilt
 - Berliner Str. 21
 - 01979 Lauchhammer
 - 85 x 45 mm
- Address Block (Right):**
 - Bauamt Straßen-/Tiefbau**
 - Aktenzeichen:
 - Name:
 - Telefon:
 - Fax:
 - E-Mail:
 - Ort und Datum:
 - 75 mm x 35,9 mm
- Body Text:**
 - Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing. 165 x 4,25 mm
 - Sehr geehrte Frau Wieduwilt, 165 x 4,25 mm
 - 10,59 mm
 - 6,1 mm
 - 165 x 111 mm
- Footer:**
 - Stadtverwaltung Bischofswerda
 - Altmarkt 1 | 01877 Bischofswerda | Tel. +49 3594 786-0
 - info@bischofswerda.de | www.bischofswerda.de
 - (Kein Zugang für elektronisch signierte sowie für verschlüsselte elektronische Dokumente.)
 - 90 x 30,6 mm
 - Deutsche Kreditbank AG
 - IBAN: DE34 1203 0000 0001 2397 63
 - BIC: BYLADEM1001
 - 55 x 30,6 mm
 - Kreissparkasse Bautzen
 - IBAN: DE43 8555 0000 1000 5130 30
 - BIC: SOLADES1BAT
 - 12,96 x 12,96 mm (QR code)

Dimensions and spacing are indicated throughout the layout, including margins and line heights.

Achtung: Für den Geschäftsbriefbogen wird Arial anstelle der Hausschriftart „Livvic“ verwendet, um den Richtlinien der DIN-Norm zu entsprechen.

8.2 Ausstattung | Briefbogen (Einrichtungen)



Kinderhaus Buddelflink | Buchenweg 3 | 01877 Bischofswerda

Wieduwilt Kommunikation
Jana Wieduwilt
Berliner Str. 21
01979 Lauchhammer

Name:
Telefon:
Fax:
E-Mail:

Ort und Datum:

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing.

Sehr geehrte Frau Wieduwilt,

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

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

Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est Lorem ipsum dolor sit amet. Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et aliquip ex ea commodo consequat.

Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer

Mit freundlichen Grüßen

Marion Liebig

„Kinderhaus Buddelflink“ in Trägerschaft
der Stadtverwaltung Bischofswerda
Altmarkt 1 | 01877 Bischofswerda | Tel. +49 3594 786-0
info@bischofswerda.de | www.bischofswerda.de
(Kein Zugang für elektronisch signierte sowie für
verschlüsselte elektronische Dokumente.)

Die Datenschutzerklärung finden Sie unter
www.bischofswerda.de/datenschutz

Seite 1 von 1

Deutsche Kreditbank AG
IBAN: DE34 1203 0000 0001 2397 63
BIC: BYLADEM1001

Kreissparkasse Bautzen
IBAN: DE43 8555 0000 1000 5130 30
BIC: SOLADES1BAT



8.3 Ausstattung | Visitenkarte



Vorderseiten



Rückseite

8.4 Ausstattung | Pressemeldung

Stabsstelle

Nr. 13210030

Bischofswerda, 23.05.2023

Pressemeldung

Hipp, hipp, hurra, der Ferien(s)pass ist wieder da!

Punktlich zum Kindertag am 1. Juni ist er wieder erhältlich: Bischofswerdas beliebter Ferien(s)pass. Was 2014 mit neun Angeboten als kleiner „Wegweiser“ begonnen hatte, ist inzwischen zum vielfältigen Ferienplaner mit zahlreichen Veranstaltungstipps und Vergünstigungen geworden. In diesem Jahr feiert der Ferienpass sein erstes Jubiläum, denn es ist inzwischen der zehnte in Folge. Auch dieses Jahr ist er mit jeder Menge verschiedener Ferienangebote gefüllt: von kostenlosen Freibad- und Tierparkbesuchen über Kreativ- und Sportaktivitäten bis hin zu Eis- und Einkaufsgutscheinen.

„Wir freuen uns, den Kindern und Jugendlichen auch im Jubiläumsjahr wieder einen prall gefüllten Ferienpass in die Sommerferien mitzugeben“, erklärt Madlen Raupach, Projektverantwortliche aus der Stabsstelle im Rathaus. Der zehnte Geburtstag des Ferien(s)passes soll übrigens am letzten Ferientag, am Freitag, dem 18. August 2023, mit einem Kinderfest im Freibad gefeiert werden.

Insgesamt bietet der Ferienpass Aktivitäten bzw. Rabatte von 48 verschiedenen Partnern. Diese Zahlen bedeuten übrigens einen neuen Rekord in der mittlerweile langen Geschichte des Ferien(s)passes – 2021 waren es noch 40. Neben langjährigen treuen Partnern konnten erneut fünf neue Mitstreiter gewonnen werden: das Elementarium und die Kletterhalle in Kamenz, das Stadtspiel Stolpen, der Wanderladen Roland Richter sowie der Biohof Franziskushof Leutwitz und die Biokreis-Imkerei Heinrichsgarten®.

Erhältlich ist der Ferien(s)pass im Bürger- und Tourismusservice im Rathaus, in der Stadtbibliothek, im Freibad, in der Buchhandlung Heinrich, beim Regenbogen e.V. und bei Bürobedarf-Schreibwaren Förster. Genutzt werden kann er wie bereits in den Vorjahren nicht nur von allen Schulkindern, sondern auch von Kindergarten- und Vorschulkindern. Für alle Nutzer kostet der Ferien(s)pass wie in den Vorjahren fünf Euro. 2022 nutzen knapp 570 Kinder und Jugendliche das Angebot der Stadt Bischofswerda und ihrer Partner.

8.5 Ausstattung | Formular

Bischofswerda
Schiebbeck. Oberlausitz. Läuft.

Mittendrin. Für Alle. Zuhause.
BISCHOFSWERDAER LAND

Bischofswerda, 23.05.2023

Antrag
auf Ausnahmegenehmigung gem. § 46 Abs. Abs. 1 Straßenverkehrsordnung (StVO)
für vorübergehende befristete Maßnahmen (Bsp.: Baustellen, Umzüge, ...)

Formular

Seite 1 von 2

Die Datenschutzerklärung finden Sie unter www.bischofswerda.de/datenschutz

8.6 Ausstattung | Amtsblatt

Überschrift1(Einladung zur öffentlichen Sitzung des Stadtrates Bischofswerda)

Bischofswerda, am xx.xx.2023

der Oberbürgermeister

sinvelisquat volorationem natem volupta dolut ad exeri autatis doluptatur se volenihit laut pre vellectem essundandit quam, eosa nis duci temodi cum ad quas amus exeris exped ullibea destrundae voles excerspeles audae excestibus, incium volupta turios earit pratur?

Equi commole scipsum aut ex ex eaquatiis et asperch ilitiam doluptat adia pratinu mquatem simi, cus evenim acea vel magnatiuntus simus.

Icia comnim qui consequi di vel mil mi, aboriandae voluptatia il eati et et vent aut ipidus de dolore-rum il int arciat estis pliam ilique et, quunt quis aut dunt ea dolorem aperatatum quia veruntior aut eos volor sam re repero magni ipsuntis eriberum nesian re necti ullaceatint, cus et hiliqua turio.

Num velest erspeditum aliqui quam, sitatum as apis experi que

Impressum:

Herausgeber: Stadt Bischofswerda, Altmarkt 1, 01877 Bischofswerda

Redaktion: Stadt Bischofswerda, Altmarkt 1, 01877 Bischofswerda

Verantwortlich für Inhalte der amtlichen Mitteilungen: OB Prof. Dr. Holm Große

Seite 1 von 2

8.7 Ausstattung | Urkunde



Bischofswerda
Schiebock. Oberlausitz. Luft.

Urkunde

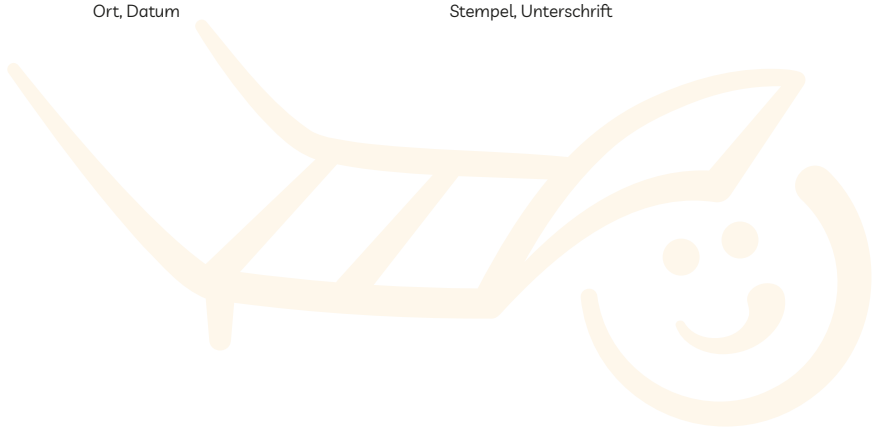
*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur
s adipscing elit, sed diam nonumy
dolor luptua.*

Vorname Name

*Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur s adipscing elit, sed diam no-
numy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna.*

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift



Mittendrin. Für Alle. Zuhause.
BISCHOFSWERDAER LAND

8.8 Ausstattung | Schmuckblatt



Bischofswerda

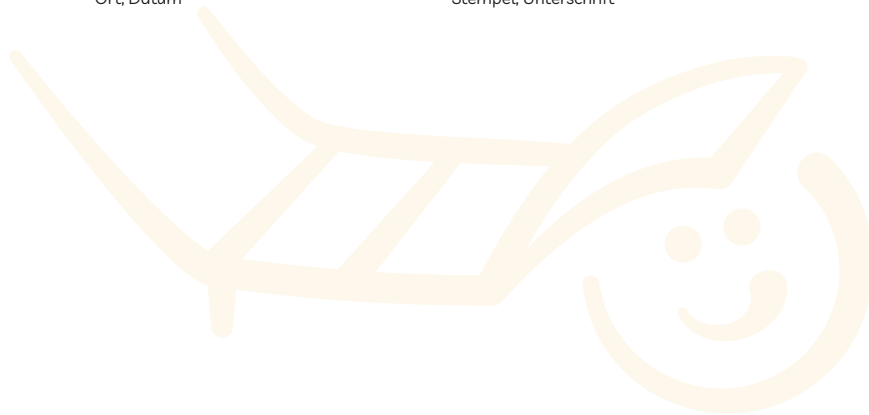
Schiebock. Oberlausitz. Läuft.

*Herzlichen Glückwunsch
zum Jubiläum!*

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

Ort, Datum

Stempel, Unterschrift



8.9 Ausstattung | Flyer



8.10 Ausstattung | Flyer Submarken



Beispiel für Submarke: Kultur & Tourismus

8.10 Ausstattung | Flyer Submarken



Beispiel für Submarke: Rathaus & Eigenbetriebe

8.10 Ausstattung | Flyer Submarken



Beispiel für Submarke: Familie & Bildung

8.10 Ausstattung | Flyer Submarken



Beispiel für Submarke: Freiwillige Feuerwehr

8.10 Ausstattung | Flyer Submarken



Beispiel für Submarke: Vereine & Ehrenamt

8.10 Ausstattung | Flyer Submarken



Beispiel für Submarke: Wirtschaft

8.11 Ausstattung | Broschüre A4 hoch

Rückseite

Titel



Doppelseite



8.12 Ausstattung | Broschüre A5 quer

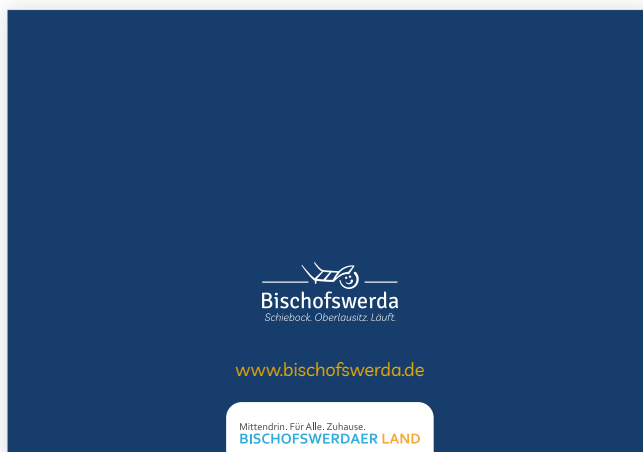
Titel



Doppelseite



Rückseite



8.13 Ausstattung | Plakat A3


Bischofswerda
Schiebock. Oberlausitz. Lläuft.

15.9.
ab 15 Uhr



**Lorem Ipsum dolor
sit amet ignes.**

www.bischofswerda.de



8.14 Ausstattung | Präsentation



Stet clita kasd gubergren

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

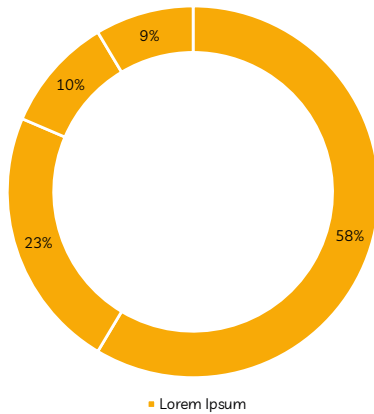


Seite 2

8.14 Ausstattung | Präsentation

Lorem Ipsum dolor sit amet

Ut Labore et dolore



Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua.

At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren

Seite 3



Vielen Dank!

www.bischofswerda.de

8.15 Ausstattung | E-Mail Signatur

Mit freundlichen Grüßen

Madlen Raupach
Stadtmarketing



Stadt Bischofswerda
Altmarkt 1
01877 Bischofswerda

Telefon: +49 3594 786-217
Telefax: +49 3594 786-219

E-Mail: madlen.raupach@bischofswerda.de
E-Mail 2: marketing@bischofswerda.de
E-Mail 3: ferienpass@bischofswerda.de

www.bischofswerda.de

Schriftart: Livvic Regular / Bold

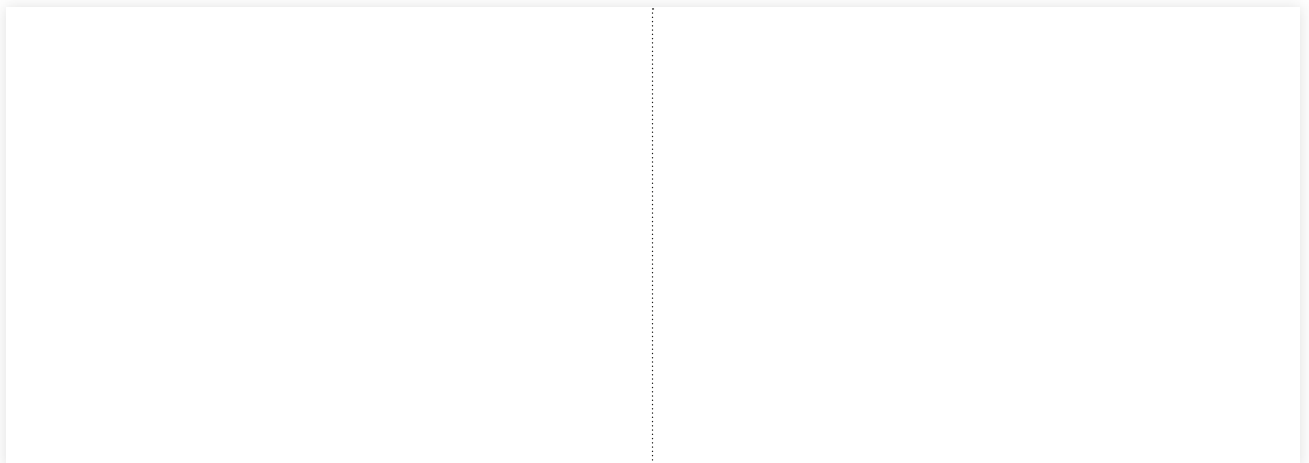
Schriftgröße: 11 pt

8.16 Ausstattung | Einladungskarte

Außenseite



Innenseite

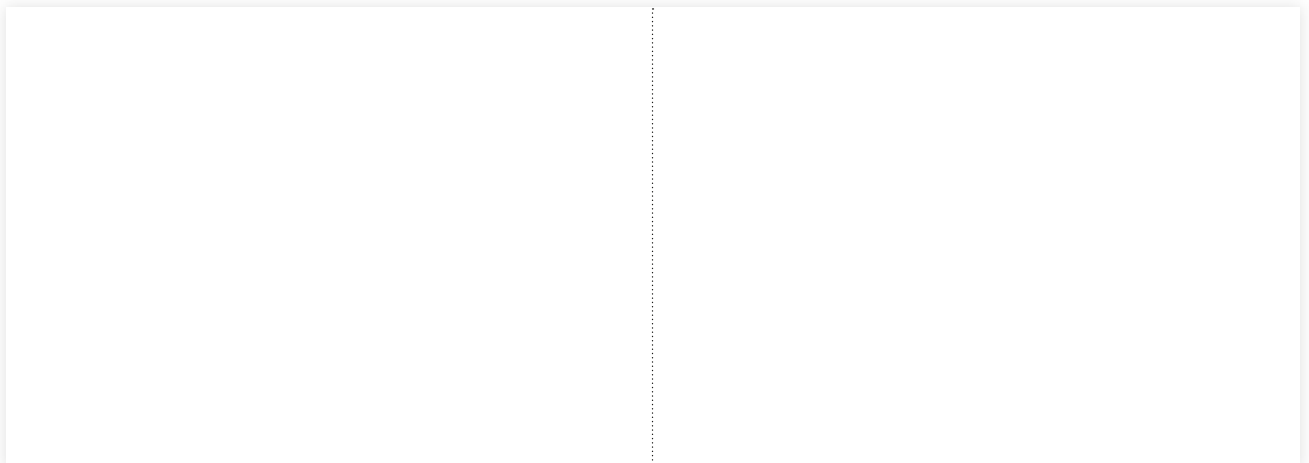


8.17 Ausstattung | Glückwunschkarte

Außenseite



Innenseite

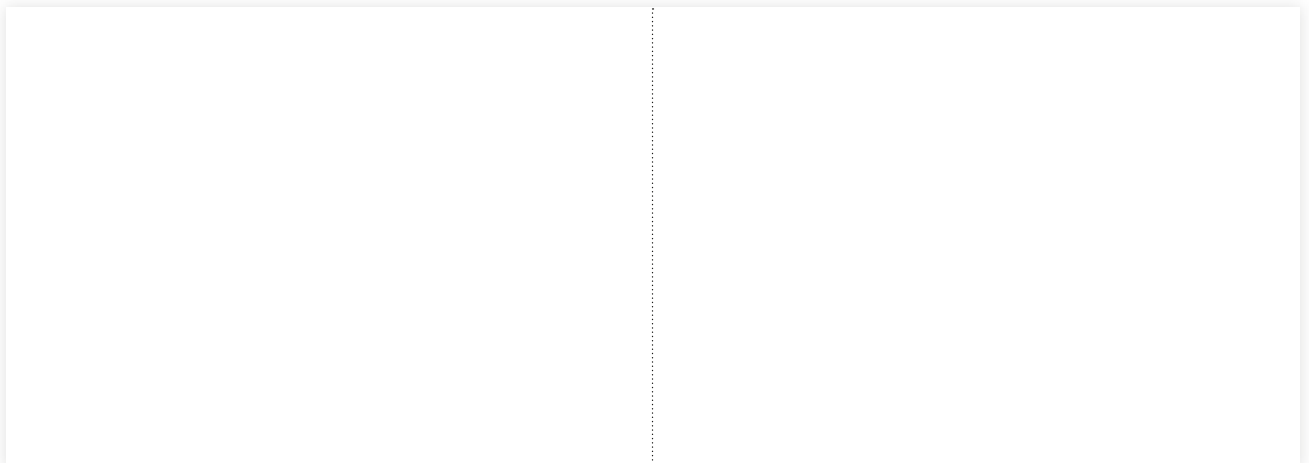


8.18 Ausstattung | Allgemeine Karte

Außenseite



Innenseite



8.19 Ausstattung | Social Media Grafiken

Facebook-Banner



Profilbild



8.19 Ausstattung | Social Media Grafiken

Facebook Posts



8.19 Ausstattung | Social Media Grafiken

Posts (Beispiel z.B. anhand Instagram-Raster)



Einsatzbeispiele

9

9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



9 Einsatzbeispiele



Corporate Design der Stadt Bischofswerda

Entwickelt von:

Wieduwilt Kommunikation

Jana Wieduwilt

www.wieduwilt-kommunikation.de



WIEDUWILT
Kommunikation

Zeitraum:

Dezember 2022 – Januar 2024

Finale Fassung:

Januar 2024