

Erläuterungen zur konzeptionellen Entwicklung und Gestaltung des Logos der Stadt Nordhorn

1. Das Signet

In dem Signet werden die für die Identität der Stadt Nordhorns wichtigen Themen „Wasserstadt“, „Grenznahe“ und „textile Vergangenheit“ harmonisch miteinander verbunden. Das Signet besteht aus unterschiedlichen Elementen, die sich zu einer klaren Form – einer Einheit – zusammenfügen. Jedes Element des Signets steht dabei für einen bestimmten Bereich.

Die graue Fläche symbolisiert die „textile Vergangenheit“ der Stadt Nordhorn und bildet – am Fuß des Signets platziert – die Basis auf der die Entwicklung der Stadt Nordhorn aufbaut. Unterstrichen wird der textile Charakter in diesem Signet außerdem von der fließenden – einem Stoff gleichenden – Form.

Das blaue Element steht für das Thema „Wasserstadt“. Die wellenartige Form des blauen Elements unterstreicht dies noch zusätzlich.

Aberundet wird das Signet von der großzügigen grünen Fläche, die „Raum für freie Entfaltung“ bietet – sowohl auf die Menschen, als auch auf den wichtigen Dienstleistungs- und Wirtschaftsstandort Nordhorn bezogen. Die Farbe Grün hat zugleich direkten Bezug zur geografischen Lage Nordhorns, das idyllisch in der Natur gelegenen Lebensqualität bietet.

Die „Grenznahe“ wird durch die vertikale weiße Linie symbolisiert. Ein Element, das die Optik des Logos ausmacht, dabei jedoch nicht zu dominant ist. Hiermit wird ausgedrückt, dass die geografische Nähe und der Austausch mit den Niederlanden vorhanden sind – die Identität Nordhorns wird dadurch jedoch nicht überlagert.

Die ausgewählten Farben Grün (HKS 67), Blau (HKS 49) und Grau (HKS 92) passen nicht nur zur Stadt Nordhorn (die Lage im Grünen und die Nähe zum Wasser), sie unterstreichen gleichzeitig die Schwerpunktthemen.

Grau Dieser Farbton symbolisiert die Basis, passend zur Geschichte und zugleich jedoch nicht dominant, da der Blick auf die Zukunft und Perspektiven der Stadt Nordhorn gerichtet ist.

Grün Natur, Tourismus, Erholung, Raum und Wachstum (auch auf die Wirtschaft bezogen)

Blau Wasserstadt, Freizeit, Tourismus, Erholung, Natur

Alle Elemente des Signets fügen sich zu „einem Ganzen“ zusammen. Hier wurde bewusst eine dynamische Form für das Signet gewählt, die ausdrückt, dass sich in der Stadt Nordhorn „etwas bewegt“, zukunftsorientiert gedacht und gehandelt wird. Die schwingvolle Aufwärtsbewegung erinnert an die Kurve eines Diagramms und kann so stellvertretend für eine positive Entwicklung in vielen Bereichen der Stadt Nordhorns stehen.

Die Form und schwingvolle Führung der weißen Linien erwecken die Assoziation an eine Flagge (die drei Elemente als hintereinander wehende Flaggen sowie insgesamt die Form des Signets). „Flagge zeigen“ – diese Philosophie sollte die Stadt Nordhorn leben, sowohl im Bezug auf die Innen- als auch Außenwirkung.

Form und Farbe des Logos versinnbildlichen zugleich die Vielseitigkeit Nordhorns und bieten Raum für unterschiedliche Ansätze, so dass sich auch andere für die Stadt Nordhorn wichtige Themen, wie z. B. der wirtschaftliche Aspekt und die hohe Lebensqualität Nordhorns, die im Briefing nicht explizit erwähnt wurden, wiederfinden.

- 1 -

2. Die Typografie

Für die Schrift des Logos wurde die Univers Condensed Bold bzw. Univers Condensed ausgewählt. Durch die serifenlose und geradlinige Optik wirkt diese Schrift nicht verspielt. Sie lässt sich konsequent auch für alle anderen Bereiche wie Musikschule, Städtische Galerie, Bücherei und VVV sowie für offizielle Schreiben des Bürgermeisters einsetzen. Die klare Schriftart ist sehr gut lesbar und vervollständigt optimal die schlichte, grafische Eleganz des Signets zu einem harmonischen Gesamtbild, dem Logo. Die Schriftenfamilien der Univers ist sehr umfassend, für alle Einsatzbereiche ist eine einheitliche Darstellung mit den unterschiedlichen Schriftschnitten dieser Schriftenfamilien möglich.

3. Das Logo

Bei der konzeptionellen Entwicklung und Gestaltung wurde besonderes Augenmerk auf den vielseitigen und passenden Einsatz für alle Kompetenzbereiche gelegt. Wie anhand der Entwürfe zu sehen ist, werden drei Varianten vorgeschlagen.

1. Das Logo bestehend aus dem Schriftzug Nordhorn in Kombination mit dem Signet
2. Das Logo bestehend aus dem Schriftzug Nordhorn in Kombination mit dem Signet und zusätzlich dem Slogan „entdecke das Leben“
3. Das Logo bestehend aus dem Schriftzug Nordhorn in Kombination mit Signet und dem entsprechenden Kompetenzbereich (z. B. Der Bürgermeister, Musikschule, ...) anstelle des Slogans

Der Slogan kann bei Bedarf eingesetzt werden. Er drückt Aktivität und ein positives Lebensgefühl aus und ergänzt ideal insbesondere die Themen Wasserstadt, Tourismus, Kultur und Lebensqualität (= Marketing-offensive). Er ist auch für Niederländer gut verständlich und kann gegebenenfalls in niederländischer Sprache verwendet werden (ontdek het leven).

Bei der grafischen Gestaltung des Logos wurde besonderen Wert auf die praxisnahe Realisierbarkeit gelegt. Die klaren grafischen Formen sowie die Schrift ermöglichen vielfältige Einsatzmöglichkeiten. So ist die Wirkung und Wiedererkennbarkeit des Logos auch auf kleinen Flächen (wie z. B. bei Giveaways) oder in Schwarzweiß-Optik gewährleistet.

Die dynamische Form des Logos ist nicht nur ideal für den Einsatz im Print-, sondern auch im Multimedia-Bereich. Das Logo und seine einfachen grafischen Elemente können optimal bei der Gestaltung aufgegriffen und animiert dargestellt werden.

4. Die Marke

Grundsätzlich sollte das Logo (mit und ohne Slogan) als Marke eingetragen werden. Die Eintragung als Wort-Bild-Marke und das Versehen des Logos mit dem Registered-Zeichen verleiht Nordhorn eine Alleinstellung und einen besonderen Wert (vergleichbar mit hochwertigen Markenprodukten).

Nordhorn ist nicht beliebig austauschbar, sondern individuell und unverwechselbar! Bei Produkten ist eine Marke ein entscheidendes Verkaufsargument und dieser Gedanke sollte auf die Stadt Nordhorn übertragen werden. Neben dem positiven Image können beispielsweise ganz konkret die Bereiche Tourismus und Wirtschaft von der Marke Nordhorn profitieren.

Wichtig ist, die Marke mit Leben zu füllen. Hinter der Marke muss eine entsprechende Marketingstrategie stehen, die gemeinsam gelebt und einheitlich nach innen und außen kommuniziert wird. So können die Potenziale der Stadt Nordhorn optimal vermarktet werden! Ein Ansatz hierfür ist eine neue Webplattform, wie z. B. www.nordhorn-entdeckedasleben.de, auf der Bürger und Besucher der Region das Leben in Nordhorn entdecken können.