

Coesfeld



Prächtiger Sonnenaufgang

Guten Morgen! Sieht der Himmel bei Ihnen auch so schick aus? Birgit Schoenfeld hat dieses Bild gestern Morgen am Overhagenweg gemacht. Vielen Dank dafür!

ZITAT

„Für mich als Coesfelder war es eine Herzensangelegenheit, ein neues ansprechendes Logo für die Stadt zu präsentieren.“
Werner Gerdes, Geschäftsführer von ad-cetera, zum neuen Logo der Stadt.

NACHRICHTEN

CDU: Baustraße für Hengtegebiet

COESFELD. Planungsteam und Fraktionsvorstand der CDU haben jetzt noch einmal das Thema Bebauung Hengte-Sportplatz unter die Lupe genommen. Sie beschließen, dass ein Prüfauftrag in Sachen Verkehrsregelung an die Stadt ergehen soll. Die Verwaltung soll prüfen, ob durch eine Bau-

straße zum Buchholzweg hin während der Bauphase eine zusätzliche Verkehrsmöglichkeit vor allem für den Bauverkehr eingerichtet werden kann. Das würde eine deutliche Entlastung bringen, meint die CDU. Die Anregung kam aus dem Kreis interessierter Bauwilliger.

Trickdiebe erbeuten Handy

COESFELD. Zwei etwa 20- bis 25-jährige Männer haben am Montag mit einem Trick ein Handy erbeutet. Sie betreten um 10.45 Uhr ein Büro an der Pfauengasse und hielten einem Mitarbeiter eine Spendenliste

vor. In einem günstigen Augenblick stahlen sie das auf dem Tisch liegende Handy des Mitarbeiters. Die Diebe hatten kurze schwarze Haare. Hinweise an die Polizeiwache Coesfeld, Telefon: 140.

Fußgängerin leicht verletzt

COESFELD. Leicht verletzt worden ist gestern eine 56-jährige Fußgängerin aus Coesfeld bei einem Unfall mit einem Auto. Sie überquerte

gerade den Konrad-Adenauer-Ring, als ein 58-jähriger Pkw-Fahrer aus Coesfeld von der Borkener Straße abbog und sie dabei erfasste.

Handel diskutiert über Events

COESFELD. Der Arbeitskreis Handel & Gastronomie des Stadtmarketing Vereins kommt am Dienstag (11. 3.) um 19 Uhr zu seiner nächsten Sitzung zusammen. Sie findet im Saal des Seniorenzentrums am Coesfelder Berg (Am Alten Freibad) statt. Es soll über das Frühlingfest (6. 4.) und die Automeile (18. 5.) gesprochen werden. Außerdem wird das modernisierte Stadtmarketing-Logo präsentiert, und die Straßensprecher stel-

len sich vor. Ein weiteres Thema ist der Sparkassen-Marathon in 2015. Michael Laukamp (DJK Eintracht Coesfeld-VBRS) und Dieter Meier (Marketing Sparkasse Westmünsterland) berichten Näheres über das Großereignis. Das neue Konzept für den Weihnachtsmarkt wird außerdem vorgestellt. Zudem geht es um den Innovationsimpuls für den Handel gemeinsam mit der WFC (Wirtschaftsförderung Kreis Coesfeld).

KONTAKT

AZ-Pressahaushaus
Rosenstraße 2
48653 Coesfeld
☎ 9210, Fax 92 11 29

Geschäftsstelle
Mo. bis Do. 8-17 Uhr
Fr. 8-13 Uhr
Sa. 8.30-12 Uhr

Redaktion Coesfeld
☎ 92 11 51
Fax 92 11 55
coesfeld@azonline.de

Drei rote Quadrate weisen den Weg

Logo der Stadt Coesfeld modernisiert / Lambertikirche, Promenade und Walkenbrückentor als Blickpunkte

Von Manuela Reher

COESFELD. Ein langsamer Abschied steht dem 16 Jahre alten Logo der Stadt Coesfeld bevor. Das Emblem aus dem Jahr 1998 hat ausgedient und wird nach und nach ausgetauscht – zumindest auf städtischen Fahrzeugen oder Anlagen, wenn diese neu angeschafft werden. Bei aktuell zu erstellenden Schriftstücken, Werbeflyern, Plakaten wird hingegen das neue Format bereits eingesetzt.

„Anlass für die Anpassung ist die neue grafische Aufbereitung der Internetseite coesfeld.de“, teilt Dorothee Heitz, Pressesprecherin der Stadt Coesfeld, mit.

Die Coesfelder Internet- und Werbeagentur ad-cetera am Lambertiplatz hat das Logo der Stadt Coesfeld modernisiert. „Wir haben einen Relaunch vorgenommen“, teilt Werner Gerdes, Geschäftsführer von ad-cetera, mit. Im Zuge der digitalisierten Welt sei eine Überarbeitung notwendig geworden, wie Dorothee Heitz erläutert. Der Rot-Ton des Logos, die Schriftart Copperplate und die Symbole „Lambertikirche“, „Walkenbrückentor“ und „Promenade mit Fahrrad“ sind geblieben. Allerdings ist die Gesamtform nicht mehr rund, sondern im Querformat.

Dieses gliedert sich in drei bordeauxfarbene Quadrate mit dem dominanten



Werner Gerdes (r.) und Gerrit Welkers – die beiden Geschäftsführer der Internet- und Werbeagentur ad-cetera – präsentieren das modernisierte Logo der Stadt Coesfeld.

Foto: Manuela Reher

Schriftzug Coesfeld.

Im neuen Logo werden nur noch die Farben Rot, Schwarz (für die Schrift) und Weiß verwandt. Das alte Logo kam viel bunter daher: in Rot, Blau, Gelb, Grün und Schwarz.

„Viele Farben haben den Nachteil, dass das Logo bei einfarbigen Anwendungen wie zum Beispiel beim Stempel oder bei Schwarz-Weiß-Anzeigen schwierig umzusetzen ist“, erläutert

Werner Gerdes.

Das alte Logo bestand zudem aus neun Elementen, die kein geschlossenes Erscheinungsbild erkennen ließen. „Das ist schwierig in verkleinerten Darstellungen“, kommentiert Gerrit Welkers, Geschäftsführer von ad-cetera.

Die neue schematischere, gradlinigere Darstellung wirke weniger verspielt und passe besser zu den bereits im städtischen Fachbereich

43 (Weiterbildung und Kultur) vorkommenden Logos der Stadtbücherei und des Stadtmuseums, fügt Werner Gerdes hinzu.

Er räumt ein, dass das alte Logo dem damals herrschenden Zeitgeist durchaus entsprochen habe. Das neue Emblem sei an die Erfordernisse des neuen Zeitalters (Werbung, Internet, mobile Endgeräte) angepasst worden.

„Für mich als Coesfelder war es eine Herzensangelegenheit, ein neues ansprechendes Logo für die Stadt zu präsentieren“, betont Werner Gerdes. Sein Kollege Gerrit Welkers fügt hinzu: „Die Kooperation mit der Stadt war hervorragend.“ Schließlich sei eine gute Zusammenarbeit Basis für ein gutes Ergebnis. Es gehe darum, die Alleinstellungs-

Merkmale von Coesfeld hervorzuheben und die Wiedererkennbarkeit sicherzustellen.

Bei der Gestaltung des modernisierten Logos entstand in der Werbeagentur auch die Idee, den drei bereits vorhandenen Symbolen – Lambertikirche, Promenade und Walkenbrückentor mit Fahrrad – drei weitere hinzuzufügen: Windmühle (für den Ortsteil Lette), Konzert Theater und Ossenköpp (Wappentier und Symbol für Tradition und Beständigkeit).

„Doch das wäre letztlich zu unübersichtlich geworden“, räumt Werner Gerdes ein. Außerdem hätte es sich dann um ein komplett neues Logo gehandelt. Bei der Variante mit den drei Symbolen könne man an das alte Logo anknüpfen.



Das alte Logo der Stadt Coesfeld hat bald ausgedient.



Das neue Logo ist an die Erfordernisse des neuen Zeitalters (Werbung, Format Smartphone) angepasst worden.

Fünf Jahre „Guter Start“

Bunter Kreis legt Imagebroschüre 2.0 auf



Informieren mit der Imagebroschüre 2.0 über die Arbeit des Bunten Kreis Münsterland e.V.: v.l. Doris Röckinghausen (Agentur wort ART), Katrin Gangloff und Elisabeth Böke (Bunter Kreis) und Grafikerin Doris Vogt.

Foto hlm

COESFELD (hlm). Ein Schreckensszenario, dass sich Eltern nicht vorstellen möchten: das Kind ist schwer erkrankt – vielleicht unheilbar. Der ganze familiäre Alltag gerät in Schräglage – wie der Schiefe Turm von Pisa. Seit 2001 kümmert sich der Bunte Kreis Münsterland e.V. um solche Familien, die dringend Hilfe bei der Stabilisierung des Fundaments brauchen. Mit individueller Beratung und Begleitung durch spezielle Fachkräfte finden sie neue Wege im neuen Alltag.

Auf ein kleines Jubiläum stößt der Bunte Kreis dieses Jahr an. 2009 begleitete der Verein erstmalig mit dem Projekt „Guter Start“ in der Coesfelder Klinik eine junge Familie. Jetzt gibt es das Angebot auch im Mathias-Spital Rheine. Mit dem Präventivangebot finden junge Familien oder Alleinerziehende kostenlose Hilfe durch Beratungen und anderen Unterstützungen, damit die Weichen gleich zu Anfang

richtiggestellt werden.

Einen Überblick über die Aufgaben und Ziele des Vereins gibt der Bunte Kreis Betroffenen jetzt mit der neuen Imagebroschüre. Die zweite Auflage blickt direkt in Familien hinein, die in solchen Situationen stecken. Dabei rückt die Behinderung oder Krankheit in den Hintergrund und die Bilder drücken Lebensfreude aus. „Das Leben soll positiv gelingen“, bringt es Doris Röckinghausen von der Agentur wort ART auf den Punkt. Die Broschüre, mit einer Auflage von 5000 Stück, will aber auch Mäzene ansprechen. Elisabeth Böke, Geschäftsführerin des Bunten Kreises: „Projekte können nur durch die Hilfe von Sponsoren an den Start gehen.“ Erhältlich ist die Imagebroschüre in den Christophorus-Kliniken und verschiedenen weiteren Stellen. Auch digital steht die Imagebroschüre zum Download bereit: www.bunter-kreis-muensterland.de

FAMILY & FRIENDS WOCHE bis 31. März

TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH

EINLADUNG ZUM FAMILY & FRIENDS AKTIONSTAG!

Wir freuen uns auf Sie, freuen Sie sich auf:

- Unsere wirtschaftlichen Familienmodelle zum Aktionspreis!
- Ein spannendes Spiel- und Spaßprogramm für die ganze Familie
- Selbstgebackenen Kuchen, frisch gebrühten Kaffee und Erfrischungen
- Die „Family & Friends Card“ mit exklusiven Angeboten

Kraftstoffverbrauch der hier gezeigten Modelle kombiniert 7,3–3,7/100 km, CO₂-Emissionen kombiniert 176–85 g/km (nach EU Messverfahren). Abb. zeigt Sonderausstattung.

von 9 bis 16 Uhr 22.02.	weitere attraktive Angebote	Nichts-ist-unmöglich-Angebot 0,00% ¹ effektiver Jahreszins
-----------------------------------	---------------------------------------	--

¹ Unser Nichts-ist-unmöglich-Finanzierungsangebot ² z.B. für den Yaris 3-Türer 1.0 Cool: Hauspreis: 14.390 €, abzüglich Aktionsrabatt: 700 €, Anzahlung: 2.690 €, einmalige Schlussrate: 6.837,68 €, Nettodarlehensbetrag: 11.000 €, Gesamtbetrag: 11.000 €, Vertragslaufzeit: 36 Monate, gebundener Sollzins: 0,00%, effektiver Jahreszins: 0,00%, 35 mtl. Raten à 119 €, Bearbeitungsgebühr: 0,00 €

² Ein Angebot der Toyota Kreditbank GmbH, Toyota-Allee 5, 50858 Köln. Das Finanzierungsangebot entspricht dem Beispiel nach § 6a Abs. 3 PAngV. Der effektive Jahreszins von 0,00% gilt für alle Toyota Yaris und Auris Neuwagen bei Anfrage und Genehmigung bis zum 31.03.2014. Nur bei teilnehmenden Toyota Vertragshändlern. Unser Autohaus vermittelt ausschließlich Darlehensverträge der Toyota Kreditbank GmbH.

toyota.de

Autocenter RIETMANN & LEIFKES
... freundlich und fair

Ihr Toyota-Autocenter in Coesfeld
Dülmener Str. 65 • 48653 Coesfeld
Tel: 02541-8016-0 • Fax: 02541/8016-20
www.riemann-leifkes.com