

UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Stand April 2018

CORPORATE DESIGN

BASISELEMENTE

DAS CORPORATE DESIGN

3 Vorwort
4 Ableitung des Corporate Design

BASISELEMENTE

5 Wort-Bild-Marke
11 Siegel
13 Schmuckmarke Paulinum
14 Typografie
15 Farben
16 Formen
18 Bildsprache
20 Icons

ANWENDUNGSBEISPIELE UND ANSPRECHPARTNER

21 Anwendungsbeispiele
22 Ansprechpartner

© 2017 Universität Leipzig

VORWORT

Die Universität Leipzig ist eine große und forschungsstarke Universität und beherbergt ein sehr breites Spektrum an wissenschaftlichen Disziplinen. Entsprechend selbstbewusst und stark soll ihre Kommunikation nach außen geführt werden, unterstützt von einem zeitgemäßen Corporate Design.

Im Januar 2016 hat sich das Rektorat für eine Überarbeitung des bestehenden Corporate Designs ausgesprochen. Dem Beschluss ging ein Markenbildungsprozess voraus, in dem die Ausrichtung der Kommunikationsstrategie neu definiert wurde. In Ergänzung zum traditionellen Erscheinungsbild werden nun die Aspekte der lebendigen Vielfalt, Offenheit und Modernität sichtbar nach außen getragen. Die Universität präsentiert sich mit einer in sich geschlossenen Farbwelt und einer neuen Wort-Bild-Marke, welche das historische Siegel in vereinfachter Form integriert.

Die überarbeiteten Gestaltungsrichtlinien wurden im Juni 2017 hochschulöffentlich präsentiert und stehen zusammen mit neuen Vorlagen ab Oktober 2017 zur Verfügung. Sie sind für alle Einrichtungen der Universität Leipzig ab Oktober 2018 verbindlich. So wird ein fließender Übergang und ausreichend Zeit zur Umstellung ermöglicht.

Ein Schwerpunkt bei der Überarbeitung des Corporate Designs lag auf der Berücksichtigung häufig geäußerter Kritikpunkte und der Vereinfachung der bisherigen Vorgaben. Mit Hilfe der Informationen zu den Basiselementen und der im Intranet verfügbaren Vorlagen sollen verantwortliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Angehörige der Universität in die Lage versetzt werden, Texte, Broschüren oder Poster selbst zu gestalten.

Bleiben Fragen zur Anwendung der Gestaltungsrichtlinien offen, stehen Ihnen die Kolleginnen und Kollegen der Stabsstelle Universitätskommunikation gern unterstützend zur Seite.

Das Corporate Design der Universität Leipzig soll die Vielfalt ihrer Mitglieder, Einrichtungen, Studiengänge und Forschungsprojekte nach außen vereint präsentieren. Als Beschäftigten, Studierenden oder Forschenden an der Alma mater Lipsiensis möchten wir Sie mit diesem überarbeiteten Corporate Design befähigen, Ihrem Wirken an unserer Universität ein einheitliches, zeitgemäßes Äußeres zu verleihen.

Prof. Dr. Beate A. Schücking
Rektorin

Prof. Dr. Birgit Dräger
Kanzlerin

© 2017 Universität Leipzig



ABLEITUNG DES CORPORATE DESIGNS



Die Gebäude der Universität sind prägend für das Leipziger Stadtbild. Das soll sich auch in der Gestaltung des Corporate Designs zeigen. So wurde die progressive architektonische Sprache der Stadtansicht von Neuem Augusteum und Paulinum sowie die Innenarchitektur der Universität Leipzig aufgenommen und in einen kommunikativen Zusammenhang überführt.

Schräge transparente Flächen in verschiedenen Schattierungen mineralischer Akzentfarben kennzeichnen das neue Erscheinungsbild. Die Flächen können sich verschieben und überlagern und sich dadurch verwandeln. So entsteht ein flexibles Gestaltungssystem, das im universitären Umfeld differenzierend wirkt und sich stark auf die lokale Präsenz bezieht. Das Image der Universität wird dadurch zeitlos und flexibel weiterentwickelt.

© 2017 Universität Leipzig

WORT-BILD-MARKE

Ableitung

Für die neue Wort-Bild-Marke wurde das Siegel überarbeitet und in die Gegenwart überführt. Gemeinsam mit der Wortmarke „Universität Leipzig“ ist nun eine Wort-Bild-Marke entstanden, welche die Tradition der Universität mit ihrem modernen Anspruch vereint. Das historische Siegel findet im Original weiterhin Verwendung, siehe Kapitel „Universitätssiegel“.

Claim

Der Claim „Aus Tradition Grenzen überschreiten“ wird künftig nicht mehr verwendet.







© 2017 Universität Leipzig

WORT-BILD-MARKE

Zusammensetzung, Schutzraum und Mindesthöhe

Die Wort-Bild-Marke setzt sich aus einer Bild- und einer Wortmarke zusammen. **Die Bildmarke steht immer links und horizontal zentriert neben der Wortmarke und darf nicht von dieser getrennt werden.**

Der Schutzraum der Wort-Bild-Marke muss zwingend eingehalten werden, um genügend Weißraum zu erhalten. In den zur Verfügung stehenden Vorlagen ist die Wort-Bild-Marke jeweils in der richtigen Größe und mit den korrekten Abständen eingesetzt. **Eine selbstständige Bearbeitung der Wort-Bild-Marke ist nicht zulässig.**

Die Mindesthöhe der Normalausprägung der Wort-Bild-Marke beträgt 11 mm im Printbereich und 70 px bei digitalen Anwendungen. Die Höhe wird hierbei an der Bildmarke gemessen. Die Mindesthöhe darf nicht unterschritten werden.

Bildmarke Wortmarke



Mindesthöhe mit Schutzraum Print:
17 mm
Mindesthöhe mit Schutzraum Digital:
110 px

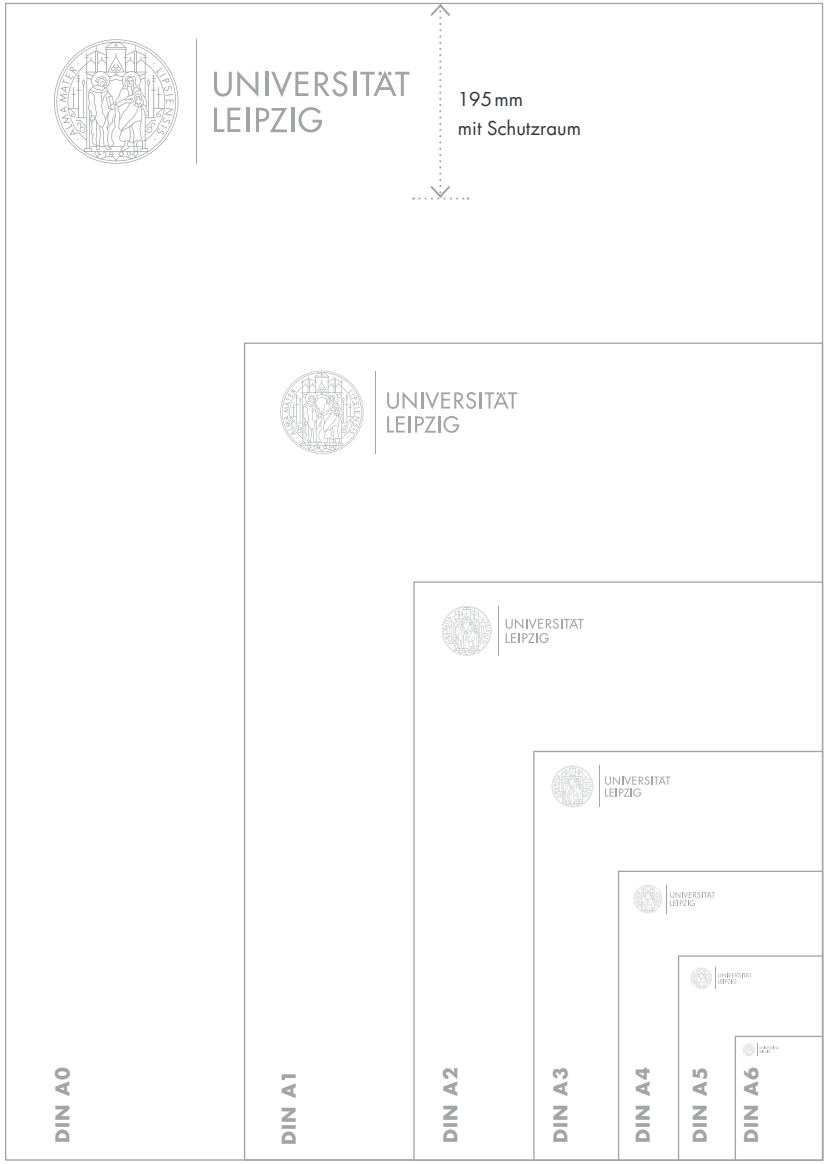
Mindesthöhe ohne Schutzraum Print:
11 mm
Mindesthöhe ohne Schutzraum Digital:
70 px

© 2017 Universität Leipzig

WORT-BILD-MARKE

Vermaßung auf DIN-Formaten

Die abgebildeten Werte dienen der Skalierung der Wort-Bild-Marke auf DIN-Formaten und sind als Hilfestellung bei der Erstellung von Printmedien zu verstehen. Dabei beziehen sich die Angaben auf die Höhe der Wort-Bild-Marke.



Mit Schutzraum

DIN A0 = 195 mm

DIN A1 = 140 mm

DIN A2 = 95 mm

DIN A3 = 70 mm

DIN A4 = 50 mm

DIN A5 = 30 mm

DIN A6 = 20 mm

© 2017 Universität Leipzig

WORT-BILD-MARKE

Anwendung auf Hintergründen

Die Proportionen der Wort-Bild-Marke dürfen nicht verändert werden. Drehen, Verzerren oder sonstiges Weiterentwickeln sind unzulässig. **Die Wort-Bild-Marke wird immer auf weißem Hintergrund eingesetzt.**

Auf hellen Bildhintergründen darf die Wort-Bild-Marke nur verwendet werden, wenn ausreichend Kontrast vorhanden ist.
Nicht zulässig ist die Anwendung auf farbigen oder dunklen Hintergründen (als Negativ) sowie auf realen Fotohintergründen mit unzureichendem Kontrast.







Verfügbare Formate und Einsatzgebiet

Um die Wort-Bild-Marke im digitalen Bereich (z. B. auf Websites) zu nutzen, stehen folgende (für Retina-Displays optimierte) Dateien zur Verfügung:
WBM_UL_RGB_digital.jpg
WBM_UL_RGB_digital.png

Um die Wort-Bild-Marke außerhalb der zur Verfügung stehenden Vorlagen in Printprodukten zu nutzen, steht folgende Datei zur Verfügung:
WBM_UL_CMYK_print.eps

Download: **uni-leipzig.de/+cd** ›

© 2017 Universität Leipzig

WORT-BILD-MARKE

Anwendung auf Sonderformaten

Auf Sonderformaten, die kleiner als A6 sind oder auf denen die Mindesthöhe der Wort-Bild-Marke von 11 mm oder 70 px unterschritten wird, lässt sich die Bildmarke nicht mehr fehlerfrei darstellen. Daher wird die Bildmarke von der Wortmarke getrennt und lediglich der Querbalken und Schriftzug abgebildet. **Diese Variante darf nur in Ausnahmefällen genutzt werden und wird von der Stabsstelle Universitätskommunikation auf Anfrage zur Verfügung gestellt.**



Mindesthöhe mit Schutzraum Print:
9 mm

Mindesthöhe ohne Schutzraum Print:
6 mm

Verwendung der hochdetaillierten Variante

Wenn die Wort-Bild-Marke größer als 140 mm (mit Schutzraum) oder auf DIN A0 oder größer gedruckt werden soll, muss die hochdetaillierte Variante der Wort-Bild-Marke verwendet werden. Diese wird auf Anfrage von der Stabsstelle Universitätskommunikation zur Verfügung gestellt.



Hochdetaillierte Variante der Wort-Bild-Marke
Anwendung ausschließlich für Printprodukte auf DIN A0 oder größer

© 2017 Universität Leipzig

WORT-BILD-MARKE

Kombinationen verschiedener Wort-Bild-Marken

Die Kombination der Wort-Bild-Marke einer Einrichtung der Universität mit der Wort-Bild-Marke der Universität Leipzig kann auf Medien verwendet werden, die nicht von der Universität produziert und herausgegeben werden und auf denen die Einrichtung sich als Teil der Universität Leipzig präsentiert. Die Universität ist dabei als Dachmarke immer erkennbar.

Die Kombinationen werden ausschließlich von der Stabsstelle Universitätskommunikation erstellt und freigegeben.





© 2017 Universität Leipzig

SIEGEL

Universitätssiegel

Das historische Siegel der Universität Leipzig, das „sigillum maiestatis“, zeigt den Heiligen Laurentius und Johannes den Täufer. Sie galten seinerzeit als Schutzheilige des Bistums Merseburg, dessen Bischof zugleich Kanzler der Universität Leipzig war.

Anwendung

Das historische Siegel ist eine eingetragene Marke der Universität und darf nur von ihren Einrichtungen verwendet werden. Es tritt immer im Zusammenhang mit der Wort-Bild-Marke der Universität auf.

Das Siegel bleibt der Verwendung auf Urkunden, auf Vorsatzpapieren von Publikationen und zu besonderen Anlässen mit historischem Hintergrund vorbehalten.

Das Siegel wird immer in einer Größe von 5 cm abgebildet. **Die gemeinsame Darstellung des Universitätssiegels und des Siegels einer Fakultät ist unzulässig.**

Download: **uni-leipzig.de/+cd** ›



Historisches Siegel der Universität Leipzig

© 2017 Universität Leipzig

SIEGEL

Fakultätssiegel

Die Verwendung der historischen Siegel der Veterinärmedizinischen Fakultät, der Theologischen Fakultät, der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie, der Juristenfakultät, der Medizinischen Fakultät und der Universitätsbibliothek bleibt besonderen Anlässen vorbehalten und ist mit dem jeweiligen Dekanat der Fakultät abzusprechen.

Die Siegel werden immer in einer Größe von 5 cm abgebildet. Die gemeinsame Darstellung mit dem Universitätssiegel ist unzulässig.

Download: **uni-leipzig.de/+cd** ›

5 cm



Historisches Siegel der Veterinärmedizinischen Fakultät



Historisches Siegel der Theologischen Fakultät



Historisches Siegel der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie



Historisches Siegel der Juristenfakultät



Historisches Siegel der Medizinischen Fakultät



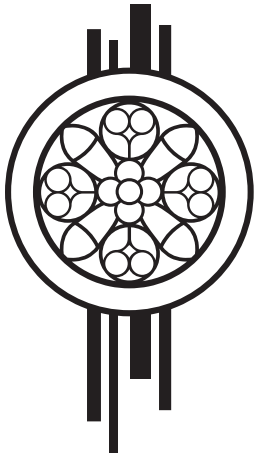
Historisches Siegel der Universitätsbibliothek

© 2017 Universität Leipzig

SCHMUCKMARKE PAULINUM

Anwendung

Die Schmuckmarke des Paulinums dient im neuen Corporate Design ausschließlich zur Bewerbung des Paulinums als Veranstaltungsort. Sie darf daher nicht mehr als Element auf Materialien eingesetzt werden, die nicht im Zusammenhang mit dem Paulinum stehen.



© 2017 Universität Leipzig

TYPOGRAFIE

Verwendung Futura Book

Im Printbereich wird **die Futura Book für Überschriften, Auszeichnungen und kurze Texte** verwendet.

Verwendung Arial

Wenn nur Systemschriften zur Verfügung stehen oder die Futura Book als Schriftart nicht genutzt werden kann, verwenden Sie die **Arial als alternative Schrift**.
Für E-Mail-Texte ist künftig bitte die Arial zu verwenden.

Verwendung Times New Roman

Verwenden Sie in Printmedien **für Fließtexte die Times New Roman**.

Download Futura Book: **uni-leipzig.de/+cd** ›

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss TT Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Futura Book Bold

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss TT Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Futura Book Regular

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss TT Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Arial Bold

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss TT Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Arial Regular

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss TT Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Times New Roman Bold

Aa

Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss TT Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Times New Roman Regular

© 2017 Universität Leipzig

FARBEN

Ableitung

Die Farbpalette des Corporate Designs leitet sich aus den an und in den Gebäuden des Campus Augustusplatz verwendeten Farbtönen ab. Um eine gemeinsame und verständliche Begriffswelt für die Hauptfarben zu erschaffen, wurden die Farben nach Mineralien benannt. So bilden Basalt, Granat, Karneol und Aquamarin künftig den farblichen Rahmen aller Medien der Universität Leipzig.

Die Farben können nicht beliebig in Print und Web angewendet werden. Ihre Verwendung ist in den verfügbaren Vorlagen vorgegeben und nicht zu verändern. Andere Farben können nicht verwendet werden.

Basalt

38|42|49
#262A31
C80|M70|Y50|K70
RAL 9011

Granat

176|47|44
#B02F2C
C20|M90|Y80|K10
RAL 3011

Karneol

214|66|66
#D8413E
C10|M80|Y70|K0
RAL 3000

Aquamarin

138|194|209
#8AC2D1
C50|M5|Y10|K0
RAL 5024

Schwarz

0|0|0
#000000
C0|M0|Y0|K100

Weiß

255|255|255
#FFFFFF
C0|M0|Y0|K0

© 2017 Universität Leipzig

FORMEN

Zusammensetzung

Die Grundfläche in der Farbe Granat und der Balken in der Farbe Karneol ergeben in der Summe die typische Form des Corporate Designs.

Anwendung

Der Balken kann bei der Erstellung eigener Printmedien auf der Grundfläche horizontal verschoben werden. Er muss die Grundfläche jedoch immer schneiden und darf nicht separat stehen. Die Summer kann um 360° gedreht werden.

In den verfügbaren Vorlagen ist die Platzierung der Formen vorgegeben und nicht zu verändern.

Download der Formen als Bild- oder Vektordatei:
uni-leipzig.de/+cd ›



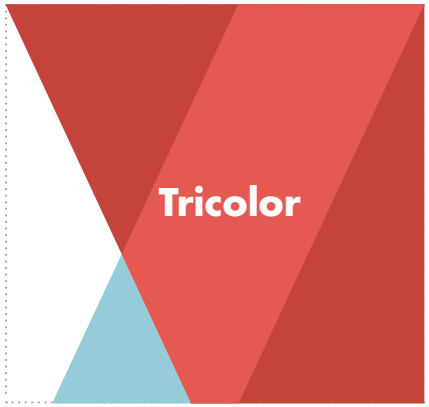
© 2017 Universität Leipzig

FORMEN

Tricolor-Variante

Der Farbton Aquamarin kann als **Tricolor-Variante für Formen ohne Fotos im Hintergrund** verwendet werden. Er ist damit ein Schmuckelement, wenn im Hintergrund kein Bildmaterial verwendet wird sondern lediglich eine weiße Fläche vorhanden ist..

Download der Formen als Bild- oder Vektordatei:
uni-leipzig.de/+cd ›



© 2017 Universität Leipzig

BILDSPRACHE

Grundsätze

Achten Sie bei der Auswahl und Erstellung des Bildmaterials auf authentisch wirkende Situationen sowie auf eine helle und freundliche Bildkomposition. Bilder illustrieren den jeweiligen Text und passen zum Thema. Es bedarf keiner nachträglichen künstlich wirkenden Veränderungen des Bildmaterials, Duplex- oder Graustufenbilder sind nicht erwünscht.

Als verbindendes Element werden die Formen des Corporate Designs in Kombination mit dem Bildmaterial eingesetzt. Sie sorgen damit für die einheitliche Gesamterscheinung.







© 2017 Universität Leipzig

BILDSPRACHE

Orte und Architektur

Darstellungen der Architektur ermöglichen ausgefallene und abstrakte Bildkonzepte. Aufnahmen des Campusgeländes, der Fakultäten und wissenschaftlichen Einrichtungen transportieren die Vielfalt und Größe der Universität Leipzig.

Vielfältig und aktiv

Um die Bandbreite der Aktivitäten an der Universität Leipzig aufzuzeigen, wird Bildmaterial verwendet, das Menschen in Aktion zeigt, beispielsweise beim Studieren, Forschen oder beim Besuch von Veranstaltungen.

Fokus und Stimmung

Nahaufnahmen und Detailausschnitte, sei es von Szenen oder von der Architektur, bringen Ruhe und Stabilität in das ansonsten lebendige Erscheinungsbild und helfen, den Fokus auf die Kernaussage des zu illustrierenden Textes oder des Zusammenhangs zu lenken.

Download von Bildmaterial der Universität Leipzig und Stockfotos:
uni-leipzig.de/+cd ›













© 2017 Universität Leipzig

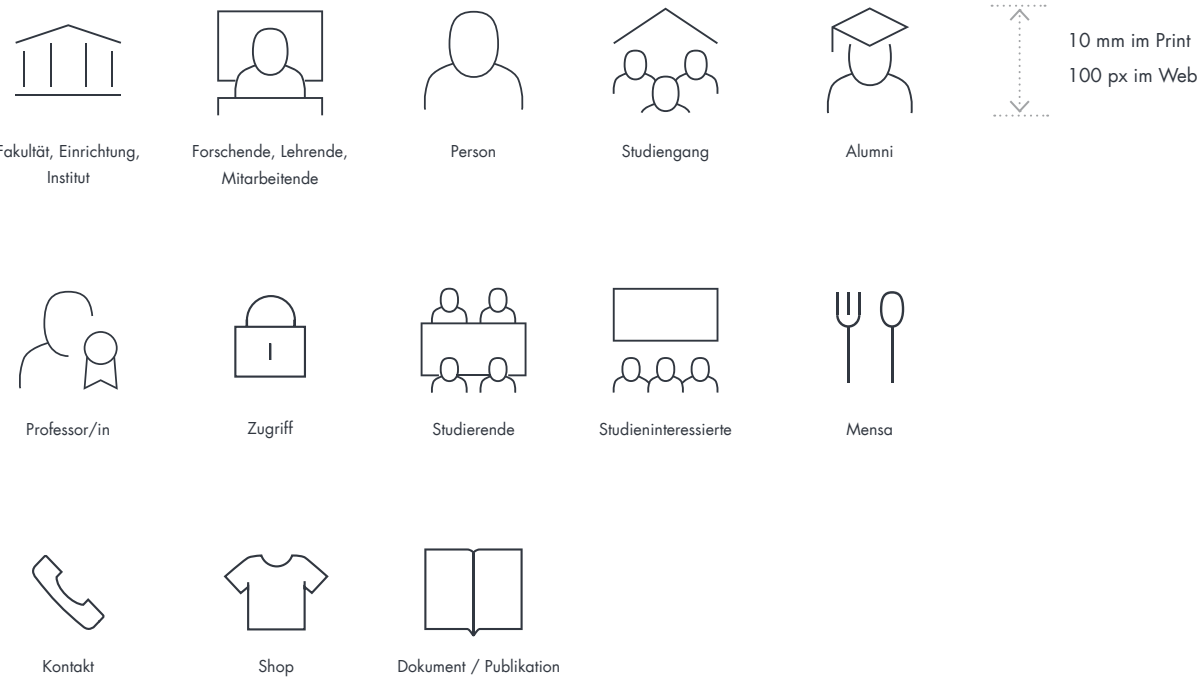
ICONS

Anwendung

Icons dienen als visuelle Stütze und sollen wichtige Informationen verstärken. Eingesetzt werden können sie sowohl im Printbereich als auch im Web im Rahmen von Informationsvisualisierungen und in Bereichen, die schnell erfasst werden sollen.

Die hier dargestellten Icons können beispielhaft für die benannten Einsatzgebiete, aber auch für andere passende Zwecke verwendet werden.

Download: **uni-leipzig.de/+cd** ›



© 2017 Universität Leipzig

ANWENDUNGSBEISPIELE



© 2017 Universität Leipzig

ANSPRECHPARTNER

Ansprechpartner allgemein:

Stabsstelle Universitätskommunikation
Ritterstraße 30 – 36, 04109 Leipzig
T +49 341 97-35025
F +49 341 97-35039

kommunikation@uni-leipzig.de

Ansprechpartner grafische Umsetzung:

Thomas Häse
Stabsstelle Universitätskommunikation
Ritterstraße 30 – 36, 04109 Leipzig
T +49 341 97-35019
T +49 341 97-35039

thomas.haese@zv.uni-leipzig.de

Corporate Design Downloadbereich:

uni-leipzig.de/+cd ›

© 2017 Universität Leipzig