



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Corporate Design Manual

RICHTLINIEN FÜR EINEN EINHEITLICHEN MARKENAUFTRITT

Universität Hohenheim, Februar 2024, Version 1.3

WARUM?

Dachmarke Uni Hohenheim

5 Gründe für Corporate Design	4
Die Marke Uni Hohenheim stärken	6
Dem Bedarf an der Uni gerecht werden	6
Ziele und Attribute aus Markenworkshop	7
Anforderungen an das CD	8

Ansprechpartner und Unterstützung

Stabsstelle Marketing und Veranstaltungen	58
---	----

WIE?

Markensignale

Markensignale Übersicht	10
Logo	12
Logo Standardmaße	17
Logo mit Zusatz	19
Typografie	19
Farbwerte (für Print und Web)	23
Farbe und Form	24
Bildsprache	29

Designelemente

Icons	32
Social Media Icons	33
Tabellen	39
Diagramme	41

WAS?

Gestaltungsvorlagen

Gestaltungsprinzipien	44
PowerPoint Vorlagen	46
Textdokument, DIN A4	50
Faltblätter, DIN A4	52
Faltblätter, DIN A5	56
Flyer, DIN lang	60
Postkarten DIN A6	65
Poster	68
Wissenschaftliche Poster, DIN A0	71
Roll-up	73
Briefpapier	77
Visitenkarten	79
E-Mail-Signatur	82
Beschilderung	84
Video	90

In Arbeit

Instagram (UHOH)
Facebook (UHOH)
LinkedIn (UHOH)
Webdesign
Anfahrts- und Campuspläne
Maxi Postkarten

„Für den ersten
Eindruck gibt es keine
zweite Chance.“

5 GRÜNDE FÜR CORPORATE DESIGN

Einzigartigkeit schafft Abgrenzung

Keine Verwechslungsgefahr
durch eindeutige Positionie-
rung

Wiederer- kennen schafft Vertrautheit

Emotionale Bindung und
Sicherheit

Design schafft Identifikation

Zugehörigkeit (innen) und
Orientierung (außen)

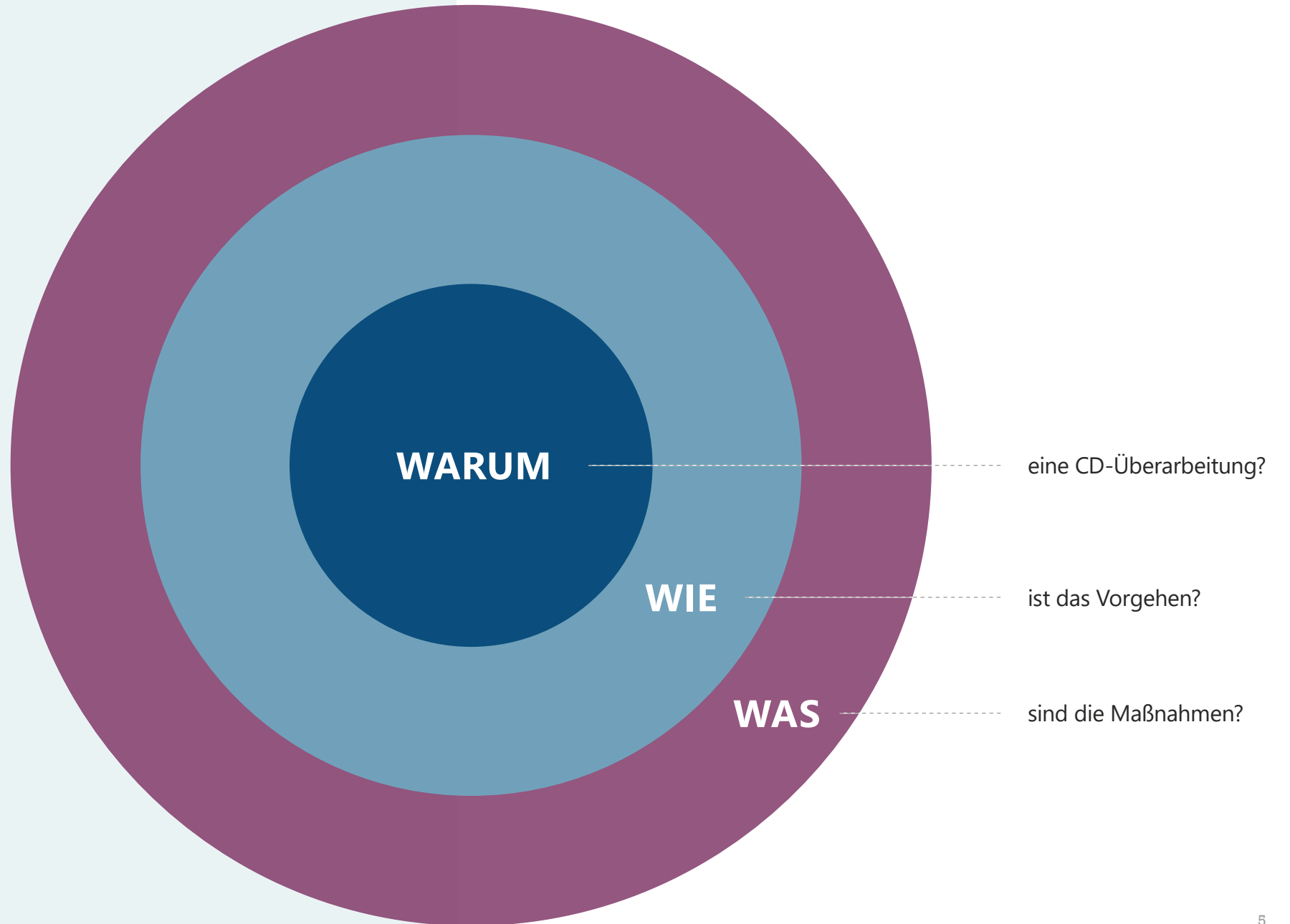
Design schafft neue Märkte

Sichtbarmachen von Werten
und Normen

Professionalität schafft Wert

Glaubwürdigkeit und
Stärkung der Marke

Quelle: Scholz & Friends (2010). Die Schönheit des Mehrwertes, Deutschlands größte Studie zur Bedeutung von Design für den Unternehmenserfolg. Berlin, Deutschland: Scholz & Friends, Markenverband e. V., Rat für Formgebung
<http://www.markenverband.de/publikationen/studien/Designstudie>



WARUM?

DIE MARKE UNI HOHENHEIM STÄRKEN

- Ziele und Attribute aus dem Workshop vollenden
- Studierendenzahlen erhöhen
- Abgrenzung zum Wettbewerb
- Interne Identifikation
- EIN Markenauftritt in Print und Web

DEM BEDARF AN DER UNI GERECHT WERDEN

- Zusammenspiel Digital und Print
- Bedarfsgerechte Vorlagen

ZIELE UND ATTRIBUTE AUS DEM MARKENWORKSHOP

Steigerung der Studierendenzahlen

vielfältig
einzigartig
top-qualifizierend
international vernetzt

Festigung Image in Politik und Gesellschaft

gesellschaftsorientiert
regional verankert

Sichtbarkeit der Forschung in Community und Politik

kompetent
forschungsstark
top-qualifizierend
international vernetzt

Steigerung der Identifikation und Motivation (intern)

transparent
respektvoll
vertrauensvoll
konsensorientiert

→ **UNI HOHENHEIM IST DIE DACHMARKE: SÄMTLICHE KOMMUNIKATION FOLGT AUSSCHLIESSLICH DIESEM PRINZIP.**

ANFORDERUNGEN AN DAS CD





WIE?

MARKENSIGNALE

- Logo
- Typografie
- Farbe und Form
- Bildsprache
- Icons
- Social Media Icons
- Tabellen
- Diagramme

Durch die Verwendung von Markensignalen entsteht ein einheitliches Bild über alle Kommunikationskanäle hinweg.

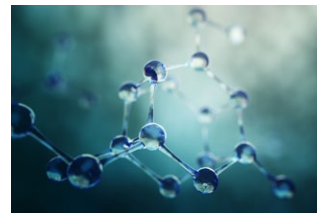
MARKENSIGNALE ÜBERSICHT

Die Markensignale zeichnen ein klares, unverkennbares Bild der Uni Hohenheim. Je mehr Signale verwendet werden, desto höher die Identifikation. Bei der Gestaltung sollte man sich also immer fragen: **Ist das typisch Uni Hohenheim?**

Logo



Bildsprache



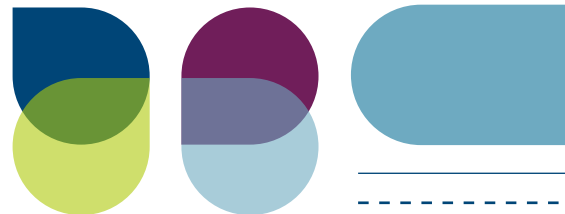
Typografie

Segoe UI
Rockwell

Farben



Form und Transparenz



Icons



LOGO

LOGO

TEIL 1/6

Verwendung

Das Logo ist Absender und steht hinter der Botschaft. Daher wird es in das Layout integriert und kann unterschiedlich eingesetzt werden.

Die gezeigten Beispiele rechts gelten für alle Logovarianten.

Das Logo steht vorwiegend oben links, kann aber bei Bedarf auch rechts oder mittig stehen.

Wichtig: Das Logo darf nicht verändert werden. Die Trennung von Wort- und Bildmarke ist nicht zulässig.

Bitte beachten Sie die LogoPolicy der Uni Hohenheim.

Auf Fläche



Auf Bild



Bitte beachten:

Der Bildhintergrund muss kontrastarm sein und hell, bzw. dunkel genug, damit sich das Logo gut absetzt.

LOGO

TEIL 2/6

Varianten der Wort-Bild-Marke

Generell wird das Standardlogo verwendet. Es wird immer die komplette Wort-Bild-Marke verwendet. Es gibt sie in Deutsch und Englisch, Weiß und UHOH Blau sowie in Schwarz.

Je nach Medium können in Sonderfällen die Varianten Quadrat, Stab und Rund zum Einsatz kommen. (Die Verwendung bitte vorher mit der Stabsstelle Marketing und Veranstaltungen abklären)

Logo Standard und Stab können auch gestürzt verwendet werden (90° gegen den Uhrzeigersinn gedreht).

Hinweis: Im Studierendenmarketing findet das Logo nur in Schwarz oder Weiß Verwendung.

Standard



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM

Quadrat



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM

Stab

UNIVERSITÄT  HOHENHEIM

UNIVERSITY OF  HOHENHEIM

Rund



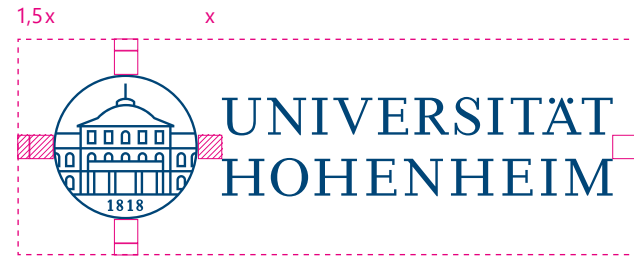
LOGO

TEIL 3/6

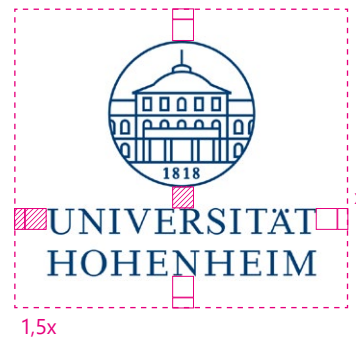
Schutzraum

Der angegebene Rand ist der minimale Schutzraum um das Logo, der nicht unterschritten werden darf. Er ist anderthalbmals so groß wie der Abstand (x) zwischen Bildmarke und Schriftzug, also 1,5 x. Der Schutzraum gilt ebenso für das englische Logo.

Standard



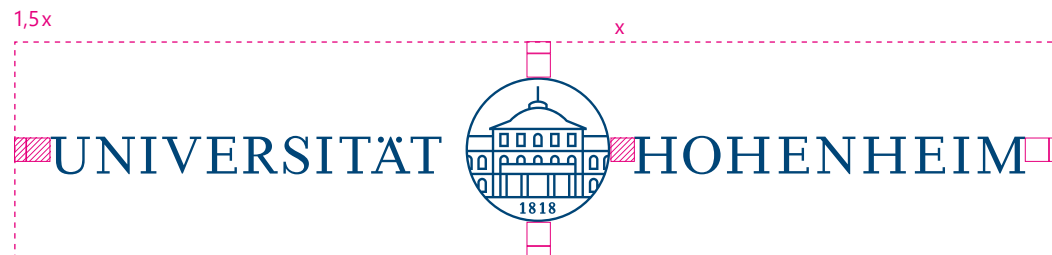
Quadrat



Rund



Stab



LOGO

TEIL 4/6

Bildmarke für Social Media Profilbilder

Die Bildmarke separat zu verwenden ist nur für den Einsatz bei Social Media gestattet. Die Größe ist 1000x1000 px

Social Media Profilbilder für Einrichtungen

Für eigene Social Media Kanäle erstellen wir Ihnen gerne ein Profilbild gemäß nebenstehendem Beispiel. Bitte wenden Sie sich hierzu an die Stabsstelle Presse: presse@uni-hohenheim.de

Hinweis: Die adaptierte Bildmarke darf explizit NUR als Profilbild auf Social Media Kanälen verwendet werden.



Blau auf Weiß



Weiß auf Blau



Weiß auf Blau

LOGO

TEIL 5/6

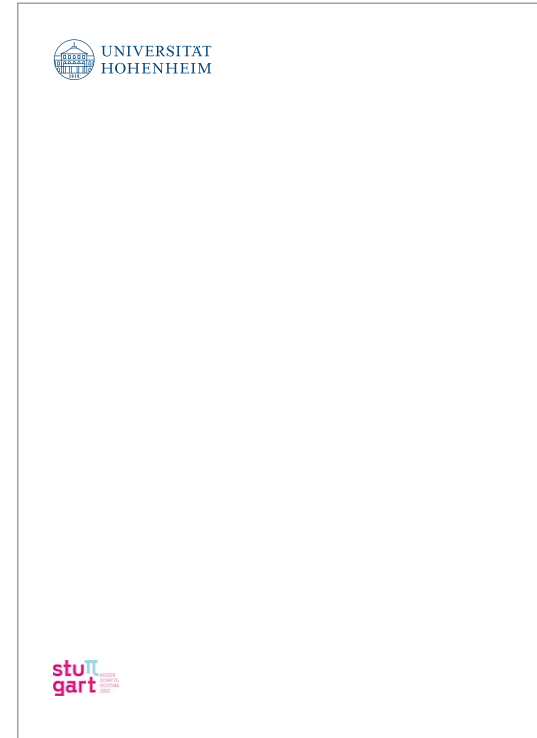
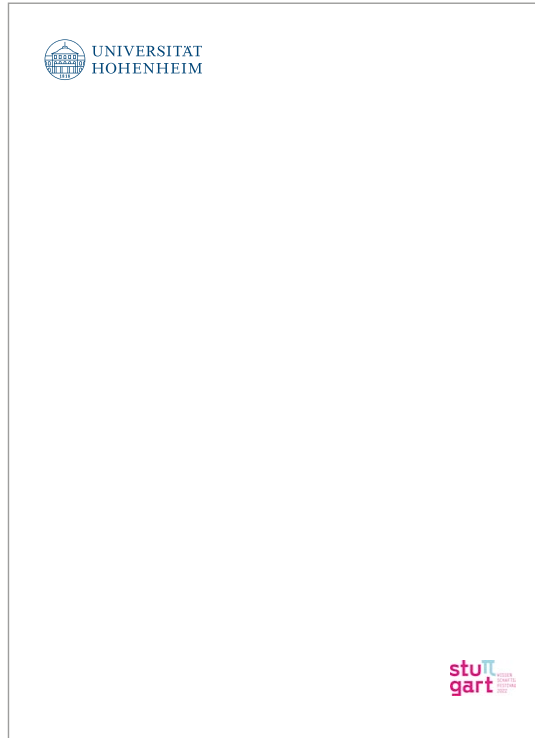
Logo und weiteres Logo

UHOH ist die Dachmarke. Sie steht immer im Vordergrund. Bei Kooperationen muss die Darstellung der anderen Bildmarke(n) räumlich getrennt erfolgen. Das andere Logo darf nicht gewichtiger sein als das UHOH Logo.

Wichtig: Eigenkreationen in Kombination mit dem UHOH Logo sind nicht erlaubt.

Räumlich getrennte Darstellung hier gezeigt am Beispiel DIN A4; andere Medien folgen dem gleichen Prinzip.

Darstellung räumlich getrennt:



LOGO

TEIL 6/6

Standard Angaben

Die Größe und der Stand des Logos sind je nach Format wie nebenstehend definiert. Vor allem bei Produkten in Serie ist eine einheitliche Darstellung zwingend.

Die Angaben gelten für das standardmäßig links platzierte UHOH Logo.



Grafikdokument	Format Breite x Höhe (mm)	Logobreite (mm)	x-Abstand (mm)	y-Abstand (mm)
PowerPoint-Präsentation	33,9 x 19	70	19	19
Flyer, DIN lang	105 x 210	46	6	6
Poster, DIN A3	297 x 420	100	18	18
Poster, DIN A2	420 x 594	140	25	25
Poster, DIN A1	594 x 841	200	35	35
Poster, DIN A0	841 x 1189	284	50	50
Wissenschaftl. Poster, DIN A0	841 x 1189	188	28	28
Roll-up	850 x 2200	360	50	60
Postkarte, DIN A6	105 x 148	40	6	6
Faltblatt, Din A5	148 x 210	46	8	8
Faltblatt, Din A4	210 x 297	70	15	15
Textdokument	210 x 297	70	15	15

LOGO MIT ZUSATZ

LOGO

TEIL 1/4

Logo mit Zusatz

Zusätze sind nur mit dem Standardlogo möglich (Schriftzug rechts von bzw. unterhalb der Bildmarke)

Die Erstellung des Logos muss über die Hausagentur unger+ erfolgen. Es darf nicht eigenständig nachgebaut werden.

Eine Freigabe von Seiten der Stabsstelle Marketing und Veranstaltungen ist nicht nötig, wir bitten aber um Information.

Deutsch



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Name Lorem ipsum
dolores Redwitz



UNIVERSITÄT
HOHENHEIM

Name Lorem ipsum
dolores Redwitz

Englisch



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM

Name Lorem ipsum
dolores Redwitz



UNIVERSITY OF
HOHENHEIM

Name Lorem ipsum
dolores Redwitz

LOGO

TEIL 2/4

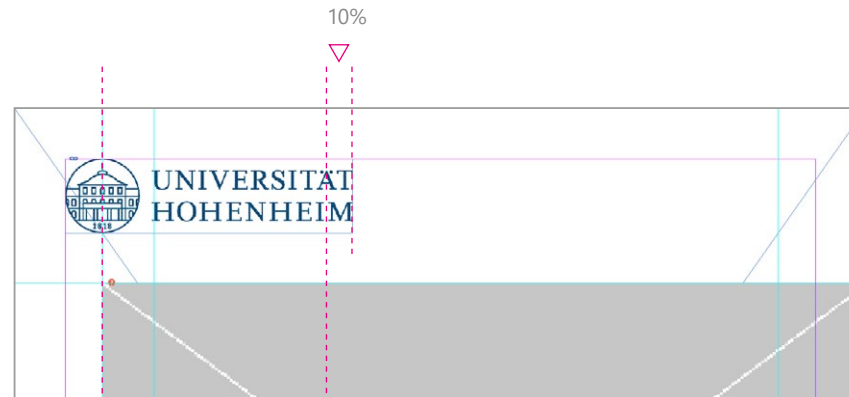
Einspiegelung Logo mit Zusatz

Das Logo mit Zusatz wird in der Anwendung von der oberen linken Ecke aus um 10% verkleinert, da es sonst sehr wuchtig wirkt.

Die imaginäre Linie bleibt gleich, das Logo rutscht somit etwas nach rechts. Die Oberkante bleibt gleich.

Hier gezeigt am Beispiel Poster, andere Medien verhalten sich genauso.

UHOH Logobreite: 100 mm



UHOH Logobreite: 90 mm,
bei Verwendung Logo mit Zusatz



LOGO

TEIL 3/4

Anwendungsbeispiele Print

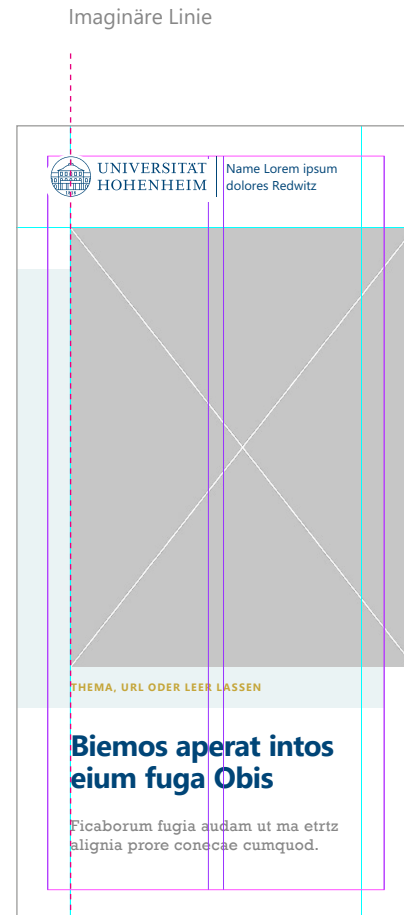
- Flyer
- Poster

Logobreite: 90%

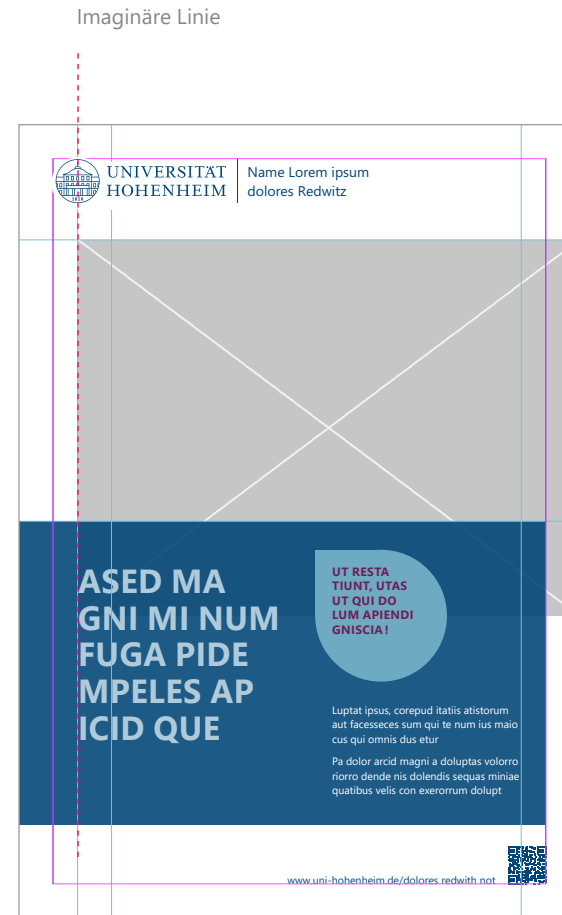


Platzhalter Bild

INHALT



Flyer Titel



Poster

LOGO

TEIL 4/4

Anwendung im Web

Auf den UHOH Websites wird das Logo mit Zusatz **nicht** verwendet. Die hier gezeigte Darstellung ist für alle Einrichtungen verbindlich.

Ein eigenes KeyVisual kann nur im Contentbereich platziert werden.



Platzhalter Bild

Logo und Link zur UHOH Startseite

Nennung der Einrichtung und Link zur Startseite der Einrichtung

Beispielhafte Platzierung KeyVisual

UNIVERSITÄT HOHENHEIM

Einrichtungsname Lorem Ipsum Katalorum Dolores

Navigation Navigation Navigation Navigation

Breadcrumb > Lorem > Ipsum

H4 (optional; nur linksbündig)

H1 Überschrift (Pflicht, nur linksbündig)

Ti Nati nonempel in consecus por aperata ssectotat la nusandi onsequossi a conestrum ipsamen tiatisimet volessit renducimenda quam vellupti consed quas et aut eos essunt et eum qui officae ex eos rest porporem quunt vel maximin nem. Itaquatur sum rem explab ipic to bla ea consequati qui a consent am et unt et eum qui officac to bla ea consequati qui a consent am et.

TYPOGRAFIE

TYPOGRAFIE

TEIL 1/2

Neue Hausschrift

Die Arial wird ersetzt. Im Printbereich kommt die Segoe UI (sprich *Si:gou*) zum Einsatz (Verfügbarkeit auf den meisten Rechnern ohne explizites Installieren).

Segoe UI, Schriftschnitte

Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum
Lorem ipsum

Segoe UI, Textbeispiel

The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
The quick brown fox jumps over the lazy dog.
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.

Segoe UI, Ziffern

1234567890
1234567890
1234567890

TYPOGRAFIE

TEIL 2/2

Auszeichnungsschrift

Um das Erscheinungsbild der Uni Hohenheim einzigartiger zu machen, kommt außerdem eine Serifenschrift zum Einsatz. Diese hat ihre Wurzeln in dem Logoschriftzug und kann beispielsweise für Zitate, Hervorhebungen oder Zwischenüberschriften verwendet werden.

Im Print wird aus praktischen Gründen auf die Rockwell ausgewichen (Verfügbarkeit auf den meisten Rechnern ohne explizites Installieren).

Serifen im Logo

WEB



PRINT

Roboto Slab

Serifenschrift

Rockwell

Serifenschrift

FARBE UND FORM

FARBEN

Die überarbeitete Farbpalette ist deutlich minimiert, dafür trennschärfer.

Primärfarbe UHOH Blau bleibt.

Hinweis: Seit Januar 2023 gilt ein neuer Pantonewert (s. rechts).

Sekundärfarben mit ähnlichem Lichtwert sind Tanne und Beere.

Hellere Akzentfarben sind Himmel, Apfel und Sand.

Anthrazit, Lichtgrau und Weiß beruhigen die Farbpalette.

Alle Farben dürfen in Abstufungen verwendet werden.

Im Studierendenmarketing werden immer die Farben Apfel und Beere verwendet.



UHOH BLAU

cmyk 100/50/0/45
rgb 0/65/120
web #003F75

PANTONE P 108-8 C



UHOH TANNE

cmyk 75/35/100/15
rgb 75/120/45
web #56752B



UHOH BEERE

cmyk 60/100/30/20
rgb 115/30/90
web #70295A



UHOH ANTHRAZIT

cmyk 70/60/60/30
rgb 82/82/80
web #444444



UHOH SCHWARZ

cmyk 0/0/0/100
rgb 0/0/0
web #000000



UHOH HIMMEL

cmyk 60/20/20/0
rgb 110/170/195
web #74B8C7



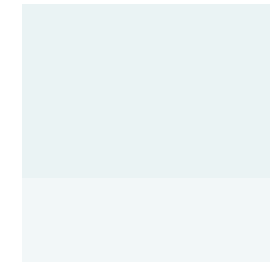
UHOH APFEL

cmyk 40/0/100/0
rgb 175/200/10
web #AFCA0A



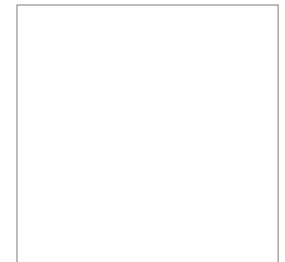
UHOH SAND

cmyk 25/30/85/5
rgb 195/165/60
web #C1A24A



UHOH LICHTGRAU

cmyk 10/2/5/0
rgb 235/242/245
web #ECF1F1



UHOH WEISS

cmyk 0/0/0/0
rgb 255/255/255
web #FFFFFF



FORM UND TRANSPARENZ

Neben Rechteck und Kreis gibt es nun zusätzlich eine signifikantere Form, den „Drop“. Dieser wird immer waage- bzw. senkrecht platziert, nicht schräg. Die Ecke kann oben, unten, links oder rechts sein.

Die Verwendung von Transparenzen ist zentrales Gestaltungselement des CDs und assoziiert Begriffe wie Leichtigkeit, Zusammenspiel, Vielschichtigkeit, Kompromissbereitschaft, Freundlichkeit – alles Begriffe, die das Markenverständnis der Uni widerspiegeln.

Störer können waagrecht platziert werden. Bei Schrägstellung diese bitte auf 15° ausrichten und immer von unten links nach oben rechts aufsteigend einsetzen.

Formen für Störer



Textausrichtung an Kante

0% Drehung

15% Drehung

Beispiele für Transparenz 60%



TRANSPARENZ

Gute Farbkombinationen mit der Primärfarbe UHOH Blau

Nicht alle Überlagerungen ergeben ansprechende Farbtöne. Nebenstehend sind am Beispiel drei unterschiedlicher Transparenzeinstellungen Empfehlungen abgebildet. (Eine Überlagerung von Sand 60% auf UHOH Blau ist demnach nicht zu empfehlen.)

Basis Blau 100%, Layer 90%



Basis Blau 100%, Layer 60%



Basis Blau 100%, Layer 30%



TRANSPARENZ

Gute Farbkombinationen

Durch die Überlagerung ergibt sich ein großer Gestaltungsspielraum, lauter oder zurückhaltender – aber immer klar harmonisierend.

Basisfarbe 100%, Layer 60%
(andere Abstufungen sind möglich)



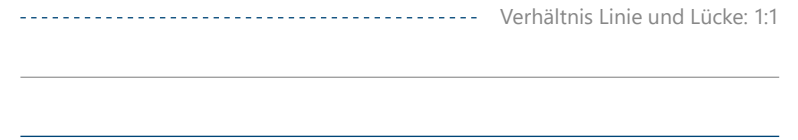
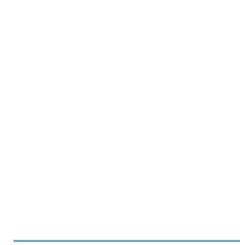
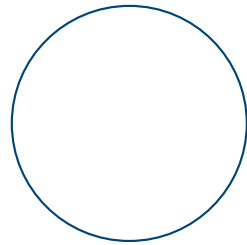
LINIE UND SCHRAFFUR

Zur Strukturierung und Gestaltung von Inhalten können dünne Linien eingesetzt werden.

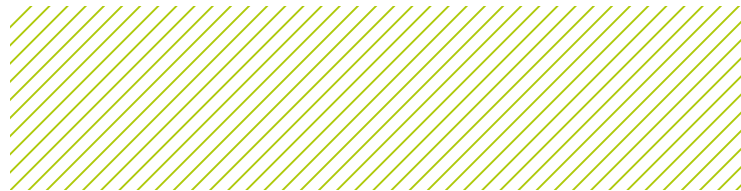
Die Schraffur in Beere oder Apfel findet **hauptsächlich** in der Kommunikation im Studierendenmarketing statt. Diese beträgt immer 45°, aufsteigend.

Als Richtwert für das Verhältnis Linie/Abstand gilt: 1:10, der Eindruck muss aber immer individuell überprüft und ggf. angepasst werden.

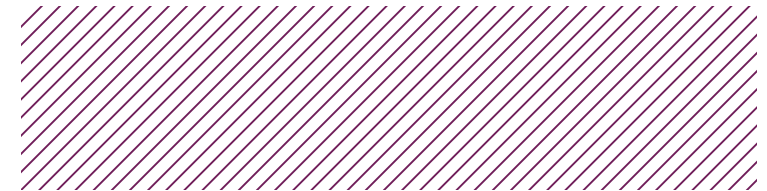
Linien



Schraffur Apfel



Schraffur Beere



BILDSPRACHE

BILDSPRACHE

Bildinhalt und -sprache

Im Idealfall schwingt das Thema Natur immer in der Bildsprache mit: Draußen, Fenster, Sonnenlicht-Einfall. Dies ist nicht bei allen Themen möglich. Aber generell ist die Bildsprache authentisch, die Stimmung ist natürlich und freundlich.

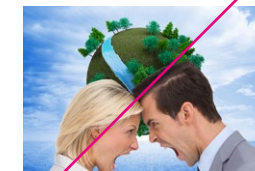
Wenn möglich, sind die eigens für uns auf dem UHOH Gelände fotografierten Bilder zu bevorzugen. Eine Übersicht darüber finden Sie im Fotoarchiv Manja. Aber auch Stockfotos von anderen Bild-datenbanken können gut verwendet werden, wenn auf Qualität, Bildaufbau und -stil geachtet wird.



Merkmale eines guten Bildes:

- UHOH Farbklima
- Authentizität
- Bildaufbau (Perspektive)
- Bildausschnitt
- Licht, Schatten, Kontrast
- Schärfe/Unschärfe
- Auf Künstliches und abstrakte Fotomontagen verzichten
- Abstraktes mit Illustration lösen
- Collagen nach Möglichkeit vermeiden

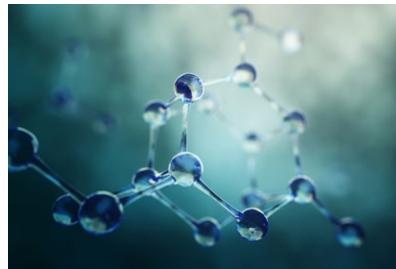
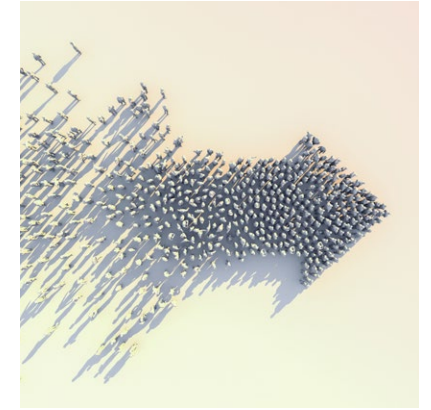
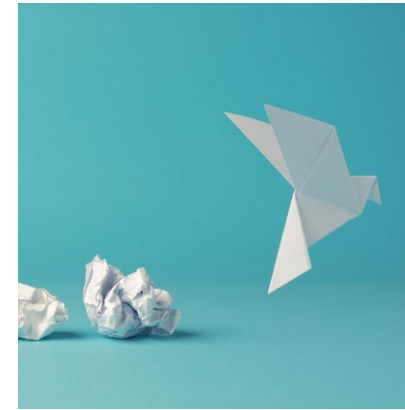
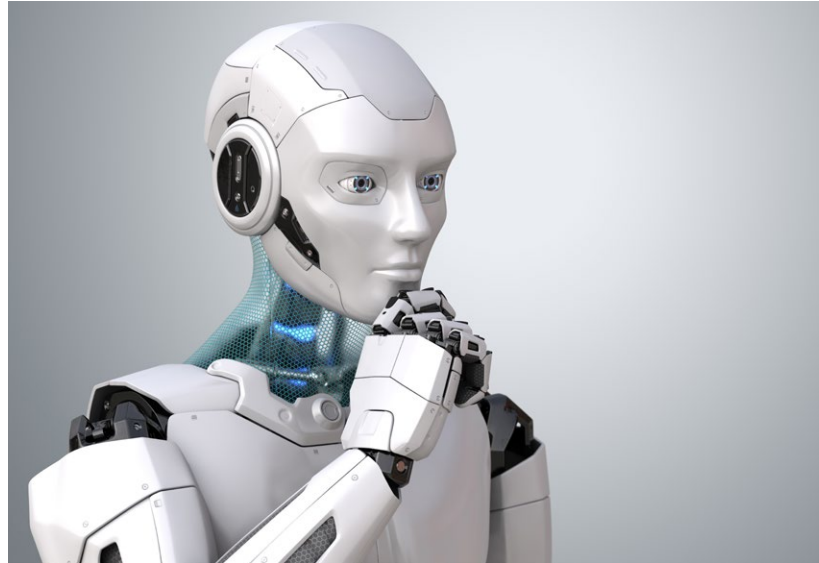
Negativbeispiele:



ILLUSTRATION

Bildinhalt und -sprache

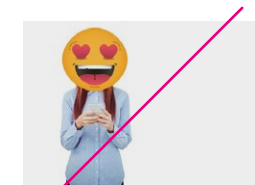
Wenn Inhalte nicht mit authentischer Fotografie zu vermitteln sind, dann sind hochwertige Illustrationen und 3D-Visualisierungen eine gute Alternative.



Merkmale einer guten Illustration:

- UHOH Farbklima
- Hochwertigkeit
- Modernität
- Seriosität
- Klarheit
- Ästhetik
- Bildaufbau

Negativbeispiele:



ICONS

ICONS

Einheitlicher Illustrationsstil

Passend zur UHOH Bildmarke verwendet die Uni Hohenheim das Iconset von Google Material, outlined:

<https://fonts.google.com/icons>

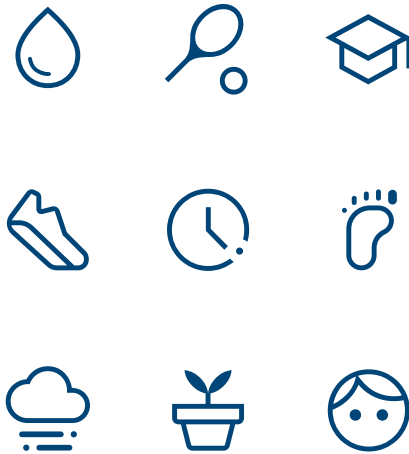
Das Set besteht aus über 2.500 Icons, die als png oder svg in Print- und Digitalmedien ohne Quellennachweis genutzt werden können. Bitte eine mitteldicke Konturlinie wählen, um eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten.

Die Outlines können in der Farbigkeit variieren, positiv oder negativ, mit oder ohne Hintergrund verwendet werden. Sie müssen nicht eingerahmt sein.

Bei Bedarf dürfen Icons gemäß Google Material Stils professionell selbst erstellt werden.



BEISPIELE DER GOOGLE MATERIAL ICONS



Positiv ohne Rahmen und Hintergrund



Positiv mit Rahmen



Negativ mit Hintergrund

SOCIAL MEDIA ICONS

Social Media Icons stehen neben jpg- und png-Format auch als svg-Dateiformat zur Verfügung, die ohne Qualitätsverluste skaliert werden.

Bei der Abbildung der Icons ist immer rechts stehende Reihenfolge einzuhalten.

Farbvarianten:

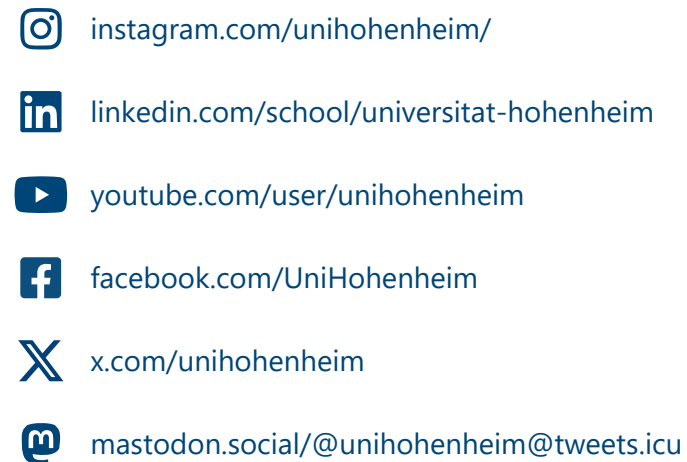
- Blau
- Schwarz
- Weiß

Da es sich um eigenständige Organisationen handelt, werden sie nicht wie die anderen Icons mit einer Konturlinie erstellt.

Anordnung nebeneinander



Anordnung untereinander mit nebenstehender URL



Anordnung untereinander



TABELLEN

TABELLEN

Tabellen sollten über alle Medien einheitlich gestaltet sein.

- Typo: Segoe UI, bold und regular
- Zeilen gebändert, abwechselnd UHOH Lichtgrau und Weiß
- Alternative Darstellung nur mit horizontalen grauen Linien
- Kopfzeile ohne Rahmen
- Zahlen können bei Bedarf auch rechtsbündig oder mittellachsig sein.
- Hervorhebungen: weiße Schrift auf UHOH blauer Fläche

Bitte benutzen Sie die Vorlagendokumente auf der CD-Seite (Textvorlage, PPT, Flyer, ...)

STANDARDTABELLE

Benennung Spalte	Lorem	Ipsum	Condux	Fucto
DegreeXim fugiatemo	BE	–	120	1.6
Cgiatemo cupitium ius rernatisciis vol	BE	–	30	1.8
Xim fueni anieneture	BE	–	7.5	2.3
Et laceate por sam maiorehent dicipsae non sed ea ium faccum et ad quatur aditas vitem	BE	–	7.5	1.0
Odiorerspel inctium faciditat aut i	BE	–	7.5	2.3
ectatiissi cus perumen imendisqui	BE	–	45	1.3
Hosame prem reiundissit et invelen repedia alitas voluptum undesedi	BE	–	22.5	1.6

STANDARDTABELLE MIT HERVORHEBUNG

Benennung Spalte	Lorem	Ipsum	Condux	Fucto
Benennung Unterzeile				
DegreeXim fugiatemo	BE	–	120	1.6
Cgiatemo cupitium ius rernatisciis vol	BE	–	30	1.8
Xim fueni anieneture	BE	–	7.5	2.3
Hosame prem reiundissit et invelen repedia	BE	–	22.5	1.6

ALTERNATIVE TABELLE

Benennung Spalte	Lorem	Ipsum
DegreeXim fugiatemo	BE	–
Cgiatemo cupitium ius rernatisciis vol	BE	–
Xim fueni anieneture	BE	–
Et laceate por sam maiorehent dicipsae non sed ea ium faccum et ad quatur aditas vitem	BE	–
Odiorerspel inctium faciditat aut i	BE	–
ectatiissi cus perumen imendisqui	BE	–
Hosame prem reiundissit et invelen repedia alitas voluptum undesedi	BE	–

STANDARDTABELLE MIT HERVORHEBUNG

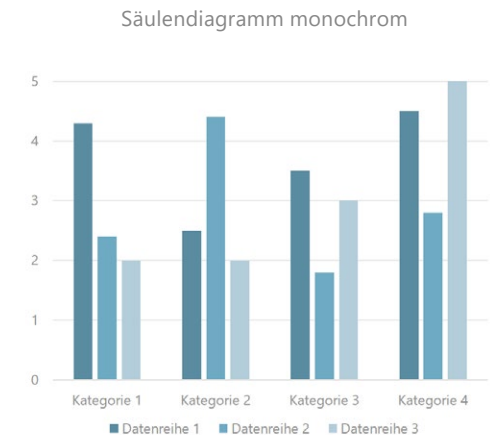
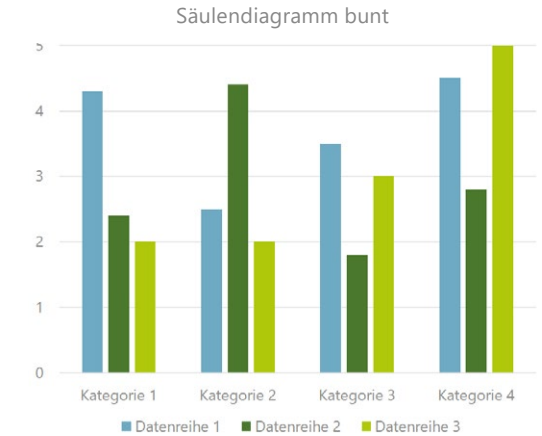
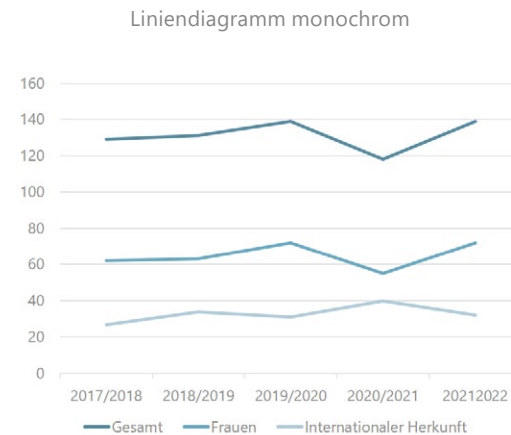
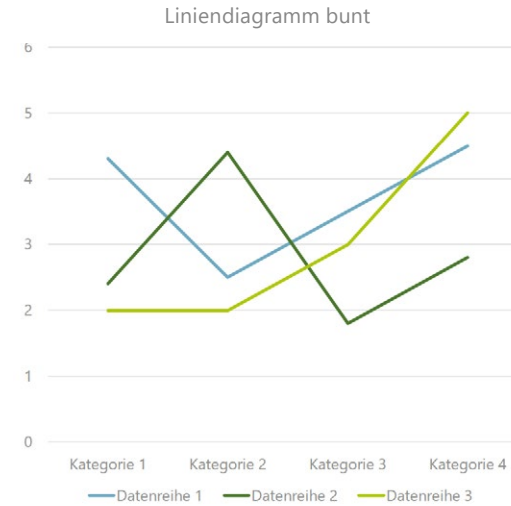
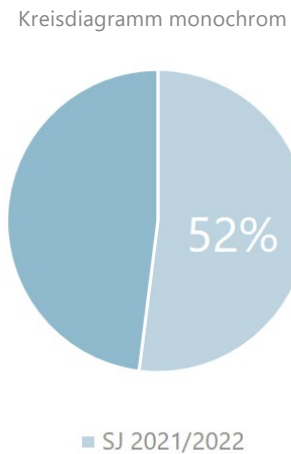
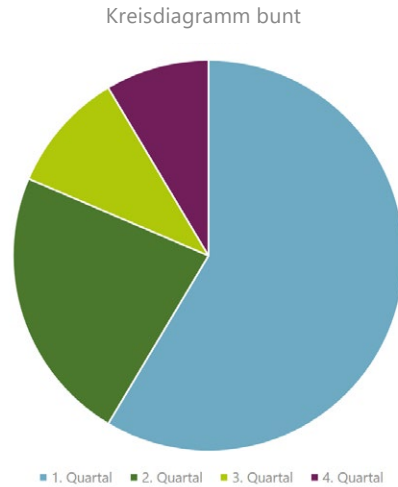
Benennung Spalte	2022	2023
Degree uim fugiatemo	24	11
Cgiatemo cupitium ius rernatisciis vol	3	2
Xim fueni anieneture	120	95
Hosame prem reiundissit et invelen repedia	71	–21
Degree Xim fugiatemo		

DIAGRAMME

DIAGRAMME

- Nur UHOH Farben verwenden
- Diagramme können entweder bunt oder monochrom angelegt werden
- Flat-Design (keine 3D-Visualisierung)
z. B. Kreisdiagramm statt Torte
- Reduzierte Gestaltung
- Alle Arten von Diagrammen sind zulässig, solange sie in dem hier gezeigten Stil sind.
- Die Komplexität der Beschriftungen und Hilfslinien ist wählbar

Bitte benutzen Sie die Vorlagendokumente auf der CD-Seite (Textvorlage, PPT, Flyer, ...)





WAS?

GESTALTUNGSVORLAGEN

Alle Vorlagen stehen auf der
Corporate Design Seite zur Verfügung.

GESTALTUNGSPRINZIPIEN

GESTALTUNGS- PRINZIPIEN

1. Imaginäre Linie

Bilder, Flächen oder Typo richten sich an der Mittelachse der Bildmarke aus.

Prinzip 1: Imaginäre Linie



Bild an Linie



Fläche an Linie



Schrift an Linie

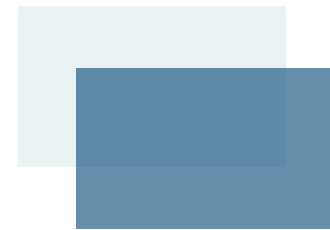
2. Überlagerungen

Flächen liegen mit reduzierter Deckkraft über Bildern oder anderen Flächen. Schrift darf Flächen oder Bilder halb überlagern.

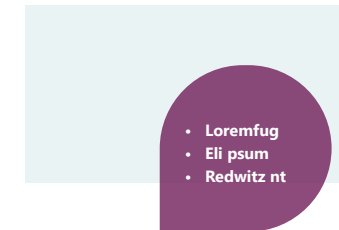
Prinzip 2: Überlagerungen



Fläche und Bild



Fläche und Farbfläche



Fläche und Form



Fläche und Schrift

POWERPOINT-VORLAGEN

POWERPOINT VORGABEN

Folienformat: 339 x 190 mm

Diese Seitentypen stehen in der PowerPoint-Vorlagendatei zur Verfügung:

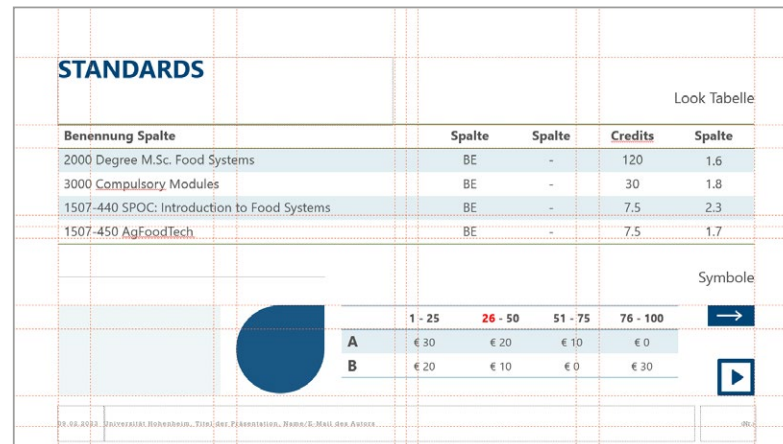
- Titel
- Inhalt
- Headline + Text
- Headline + Text + Bild/Video/Grafik
- Headline + Tabelle
- Sprecherwechsel
- Bild/Video
- Zitat
- Kapiteltrenner
- Schlussfolie



Textebenen



Titel und Raster



Standardformen, Tabellenstil, Standardlinie und -fläche

POWERPOINT SEITENTYPEN

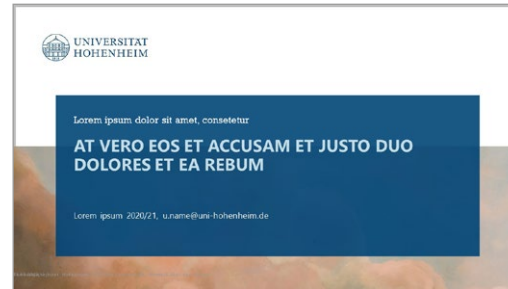
TEIL 1/2

Nebenstehend beispielhafte Seiten aus den PowerPoint-Folienvorlagen.

Das Logo steht nur auf der Titelseite. Die Seiten dürfen innerhalb des Gestaltungsrahmens und -prinzips auf die eigenen Bedürfnisse angepasst werden.

Die UHOH Farbpalette ist in der Vorlage hinterlegt. Die Farben der Vorlagen dürfen innerhalb des UHOH Farbraums geändert werden.

Als Schriften kommen ausschließlich Segoe UI (für Formeln Segoe UI Symbol) und Rockwell zum Einsatz.



Titel



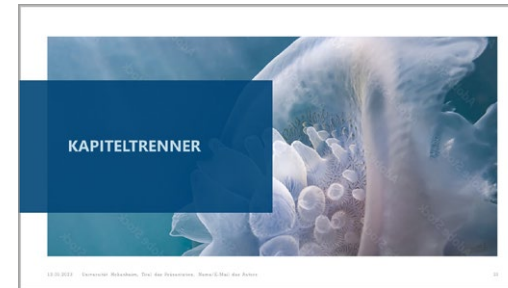
Titel, Variante



Inhalt



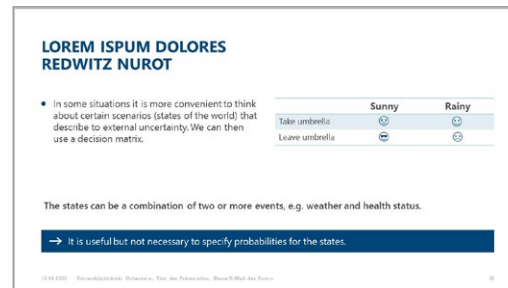
Zitat



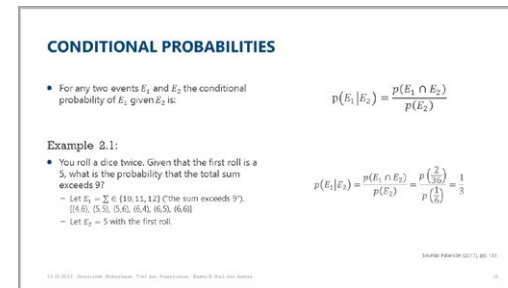
Kapiteltrenner



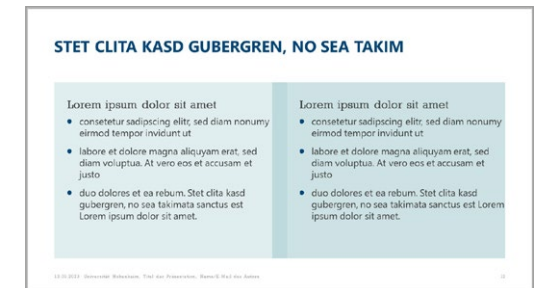
Headline + Text



Headline + Text, Variante



Headline + Text, zweispaltig



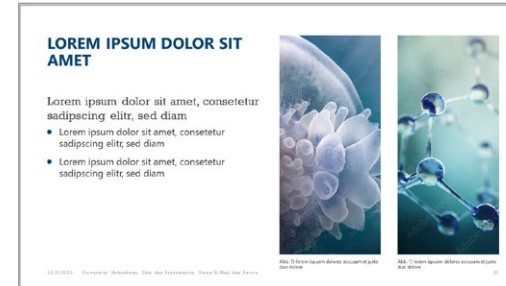
Headline + Vergleich

POWERPOINT SEITENTYPEN

TEIL 2/2



Headline + Bild/Video



Headline + Text + 2 Bilder



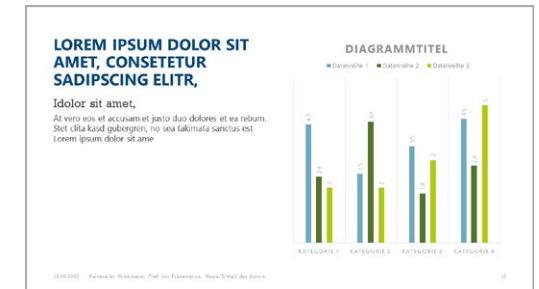
Headline + Text + 4 Bilder



Headline + Text + Bild/Video



Headline + Text + Bild/Video, Variante



Headline + Text + Grafik



Sprecherwechsel



Sprecherwechsel, Variante



Schlussfolie

TEXTDOKUMENT

TEXTVORLAGE, DIN A4

Deckblätter und Inhaltsseiten

- Format: 210 x 297 mm
- Satzspiegel: überall 2,5 cm vom Rand
- Deckblätter sind an imaginärer Linie ausgerichtet
- Tabellen und Grafiken sollen einheitlich gestaltet sein

In der Textvorlage sind die UHOH Farben und die UHOH Schrift als Standard gespeichert, außerdem sind Deckblätter, Kopf- und Fußzeile sowie Formatvorlagen angelegt.

Für englische Dokumente wählen Sie bitte die Kopfzeile mit dem englischen Logo.



Platzhalter Bild

Deckblätter

Imaginäre Linie

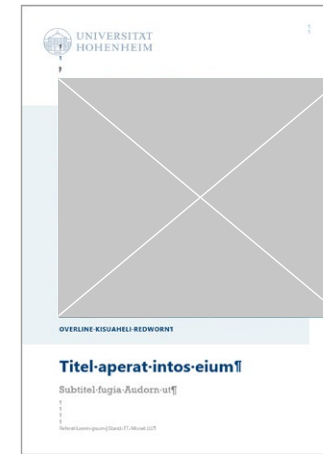


UHOH Deckblatt Blau

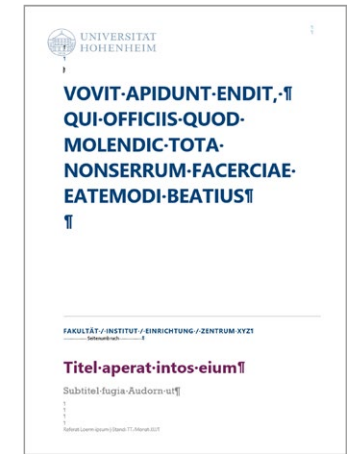
Logobreite: 70 mm



UHOH Deckblatt Lichtgrau



UHOH Deckblatt mit Bild



UHOH Deckblatt ohne Hintergrund

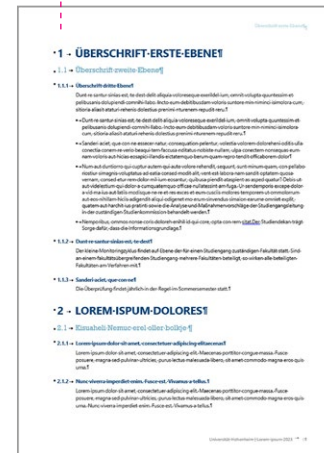
Inhaltsseiten (Auszug)

Autom. erstelltes Inhaltsverz.



Inhalt

Überschriften Gliederung



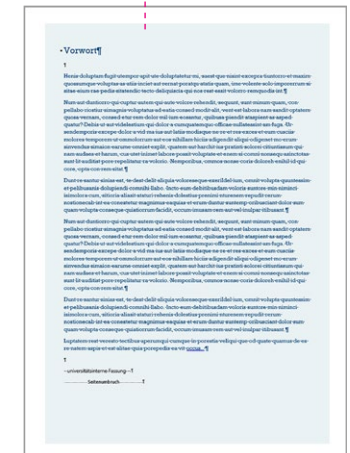
Text

Kopfzeile



Tabelle

Hervorhebung



Vorwort

FALTBLÄTTER

FALTBLÄTTER, DIN A4

TEIL 1/3

Zweibruchfalz, 6-Seiter
Format geschlossen:
210 x 294 mm

Titel: Varianten

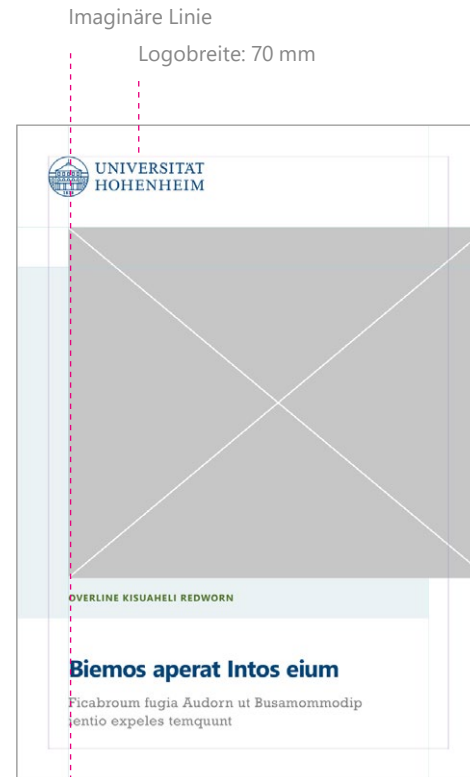
- Satzspiegel: überall 15 mm vom Rand
- Ausrichtung an imaginärer Linie

Die genauen Gestaltungsvorgaben,
inklusive Absatz- und Stilformate sind in
den Musterdokumenten angelegt.

Das Logo kann in Blau oder Weiß (oder
Schwarz beim Studierendenmarketing)
verwendet werden.



Platzhalter Bild



Titel 1, Standard



Titel 2 mit größerer Farbfläche



Titel 3 mit großem Bild

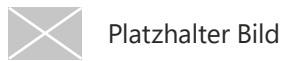
FALTBLÄTTER, DIN A4 TEIL 2/3

Innenseiten: Auszug

Die Inhaltselemente können frei kombiniert werden. Grundlegende Gestaltungsrichtlinien sind bitte zu beachten. Die Farben können variiert werden.

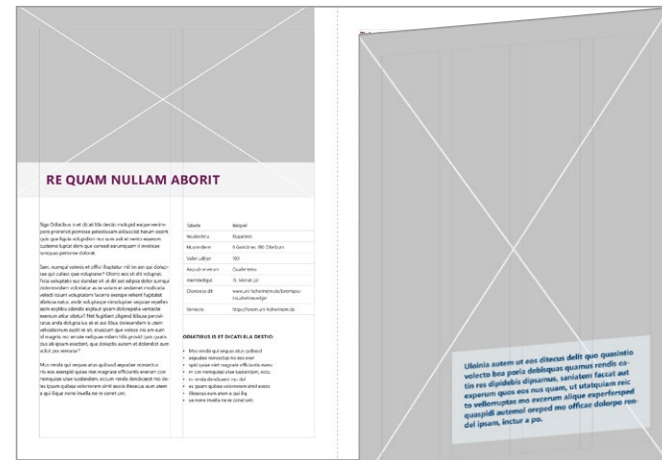
Hinweis: Im geschlossenen Zustand liegen jeweils die zwei linken Seiten von Innen- und Außenbogen nebeneinander.

Das englische und deutsche UHOH Logo ist jeweils auf einer separaten Ebene und kann in der Vorlagendatei entsprechend ein- und ausgeblendet werden.



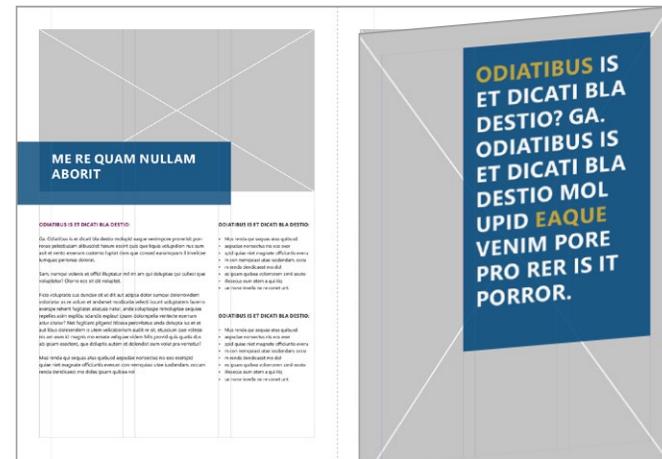
Platzhalter Bild

Variante 1

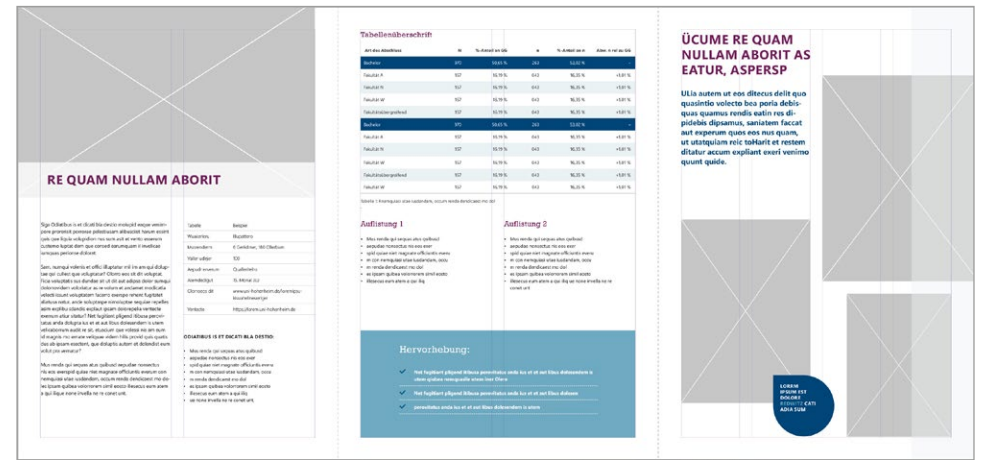


Innen, einmal aufgeklappt

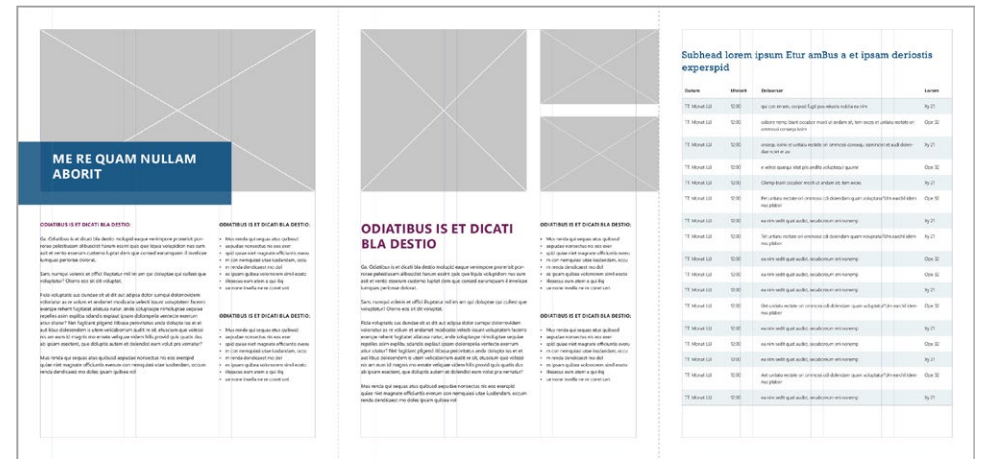
Variante 2



Innen, einmal aufgeklappt



Innen, zweimal aufgeklappt



Innen, zweimal aufgeklappt

FALTBLÄTTER, DIN A4 TEIL 3/3

Rückseite: Varianten

Die Rückseiten korrespondieren mit den Titelseiten und sollten immer paarweise verwendet werden. Inhaltlich dürfen sie angepasst werden.



Rückseite 1, Standard



Rückseite 2 mit größerer Farbfläche



Rückseite 3 mit Inhalt



Platzhalter Bild

FALTBLÄTTER, DIN A5

FALTBLÄTTER, DIN A5

TEIL 1/3

Zweibruchfalz, 6-Seiter
Format geschlossen:
148 x 210 mm

Titel: Varianten

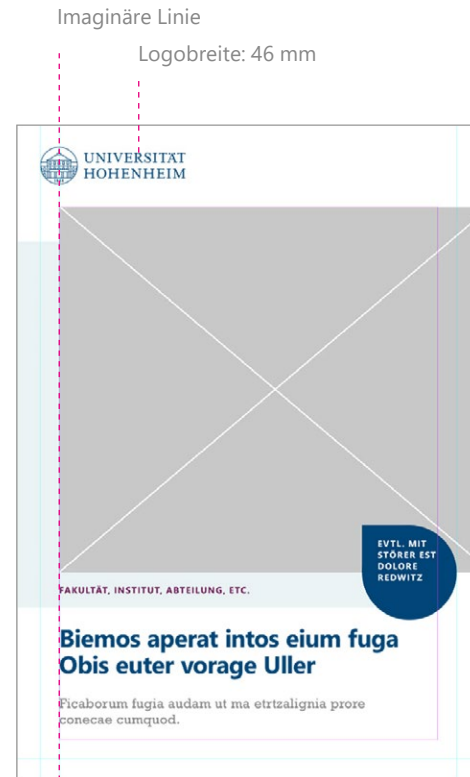
- Satzspiegel: überall 14 mm (bzw. 8 mm) vom Rand
- Ausrichtung an imaginärer Linie

Die genauen Gestaltungsvorgaben, inklusive Absatz- und Stilformate sind in den Musterdokumenten angelegt.

Das Logo kann in Blau oder Weiß (oder Schwarz beim Studierendenmarketing) verwendet werden.



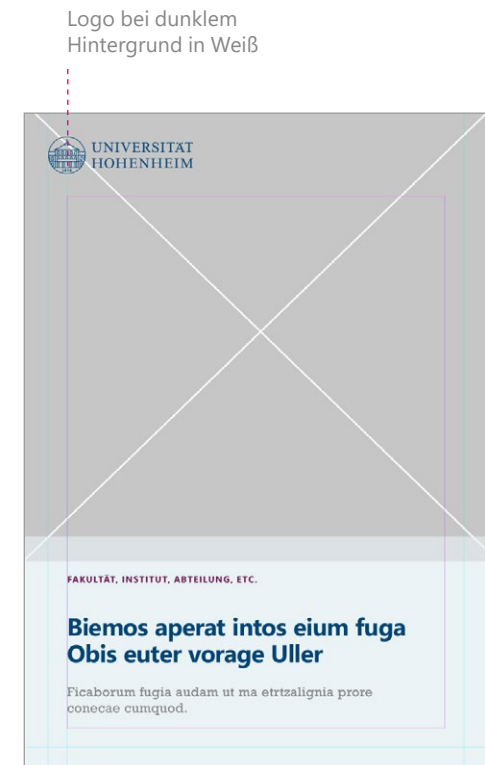
Platzhalter Bild



Titel 1, Standard



Titel 2 mit größerer Farbfläche



Titel 3 mit großem Bild

FALTBLÄTTER, DIN A5 TEIL 2/3

Innenseiten: Auszug

Die Inhaltselemente können frei kombiniert werden. Grundlegende Gestaltungsrichtlinien sind bitte zu beachten. Die Farben können variiert werden.

Hinweis: Im geschlossenen Zustand liegen jeweils die zwei linken Seiten von Innen- und Außenbogen nebeneinander.

Das englische und deutsche UHOH Logo ist jeweils auf einer separaten Ebene und kann in der Vorlagendatei entsprechend ein- und ausgeblendet werden.



Platzhalter Bild

Variante 1



Innen, einmal aufgeklappt

Variante 2



Innen, einmal aufgeklappt



Innen, zweimal aufgeklappt

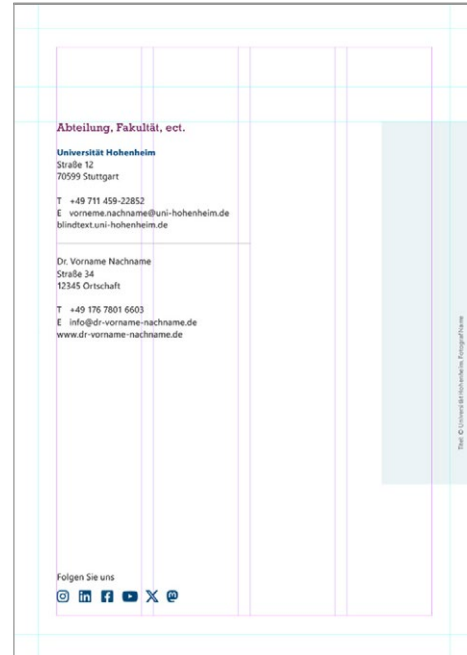


Innen, zweimal aufgeklappt

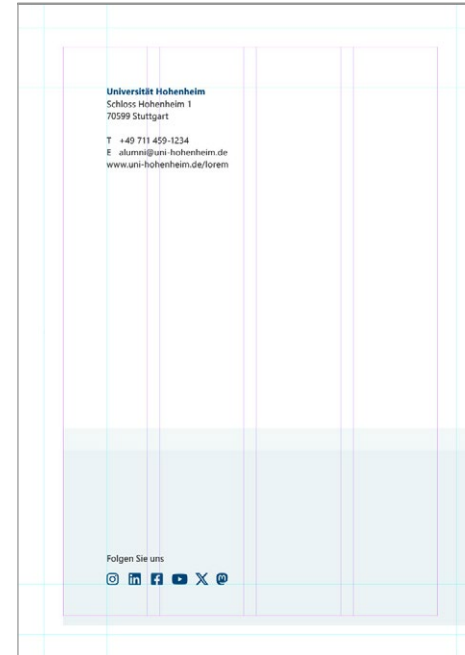
FALTBLÄTTER, DIN A5 TEIL 3/3

Rückseite: Varianten

Die Rückseiten korrespondieren mit den Titelseiten und sollten immer paarweise verwendet werden. Inhaltlich dürfen sie angepasst werden.



Rückseite 1, Standard



Rückseite 2 mit größerer Farbfläche



Rückseite 3 mit Inhalt



Platzhalter Bild

FLYER, DIN LANG

FLYER, DIN LANG

TEIL 1/4

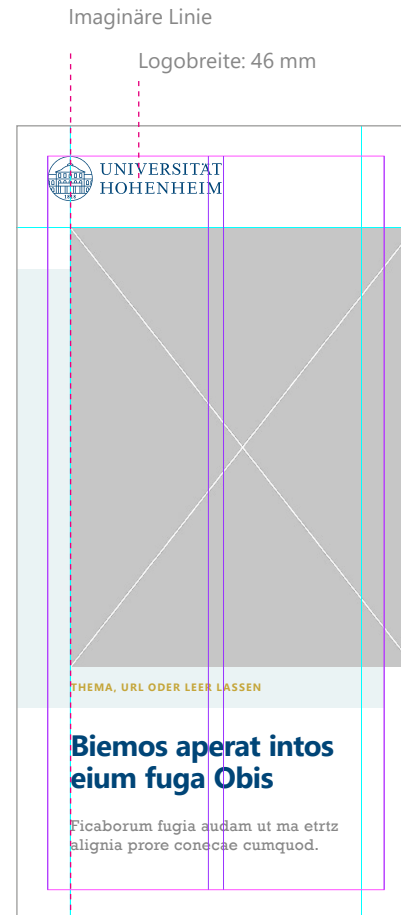
Einbruchfalz, 4-Seiter
Format geschlossen:
105 x 210 mm

- Satzspiegel: überall 8 mm vom Rand
- Farben sind frei wählbar
- Ausrichtung an imaginärer Linie

Die genauen Gestaltungsvorgaben,
inklusive Absatz- und Stilformate sind in
den Musterdokumenten angelegt.



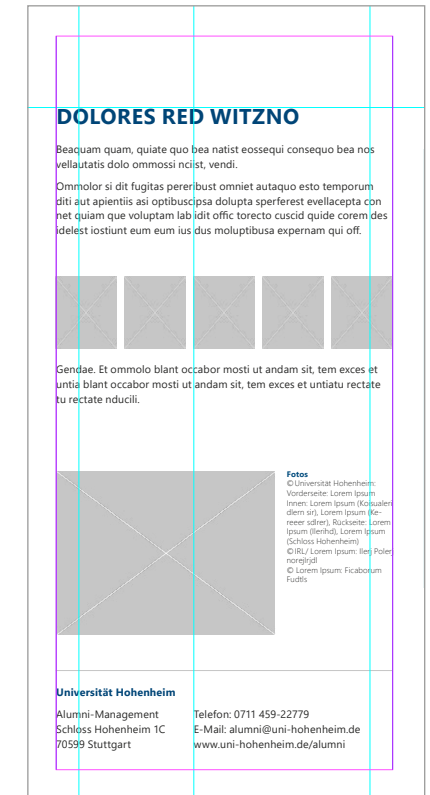
Platzhalter Bild



Titel



Beispiel Innenseite



Beispiel Rückseite

FLYER, DIN LANG

TEIL 2/4

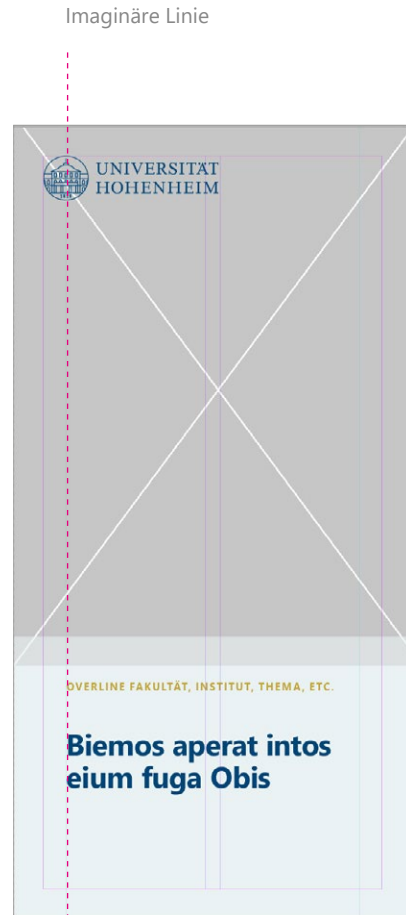
Zweibruchfalz, 6-Seiter
Format geschlossen:
105 x 210 mm

- Satzspiegel: überall 8mm vom Rand
- Farben sind frei wählbar
- das Raster dient als Unterstützung, es darf bei Bedarf geändert werden
- Farbflächen als Layer einsetzen, Höhe ist flexibel

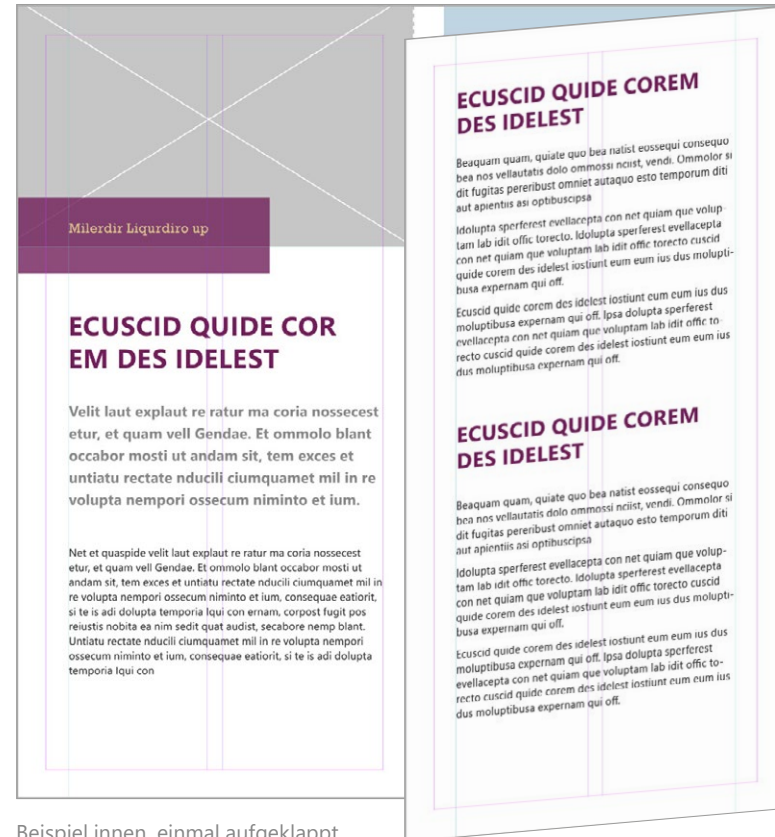


Platzhalter Bild

INHALT



Beispiel Titel



Beispiel innen, einmal aufgeklappt

FLYER, DIN LANG

TEIL 3/4

Zweibruchfalz, 6-Seiter

- Texte können farbig hinterlegt sein
- Introtexte können farblich variieren
- Größen und Platzierung der Bilder und Flächen sind variabel

Milerdir Liqurdiru op

ECUSCID QUIDE COR EM DES IDELEST

Velit laut explaut re ratur ma coria nossecest etur, et quam vell Gendae. Et ommolo blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate nducilli ciumquamet mil in re volupta nempori ossecum niminto et ium.

Net et quaspidelait laut explaut re ratur ma coria nossecest etur, et quam vell Gendae. Et ommolo blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate nducilli ciumquamet mil in re volupta nempori ossecum niminto et ium, consequae eatiorit, si te is adi dolupta temporaria Iqui con ernam, corpost fugit pos reiuistis nobita ea nim sedit quat audist, secabore nemp blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate ori ommossi consequi issiminciet et audi dolendae velest quatqui sitat plis andita volupta-qui quantem quam voluptatur?

DAT STRATIUM

Net et quaspidelait laut explaut re ratur ma coria nossecest etur, et quam vell Gendae. Et ommolo blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate nducilli ciumquamet mil in re volupta nempori ossecum niminto et ium, consequae eatiorit, si te is adi dolupta temporaria

Iqui con ernam, corpost fugit pos reiuistis nobita ea nim sedit quat audist, secabore nemp blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate ori ommossi consequi issiminciet et audi dolendae velest quatqui sitat plis andita volupta-qui quantem quam voluptatur?

- Tore stibus quidelita videliquatet vendi sunt, omnis nume et ini ipis si doloresesece quateturia venimet quatut?
- Gendae. Et ommolo blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untia blant occabor mosti ut andam sit
- Tem exces et untiatu rectate tu rectate nducilli ciumquamet mil in re volupta nempori ossecum niminto et
- Oium, consequae eatiorit, si te is adi dolupta temporaria qui et audi dolendae velest quatqui sitat plis andita volupta-qui quantem quam voluptatur?

Benennung Spalte	Signuem
2000 Dit ommolo blant occabor	120
3000 volubrater quern ter	30
Ciumquamet mil in re volupta nempori	7.5
11234 - 23355	7.5
Untiatu rectate nducilli	7.5
Lossecum niminto et ium, consequae	7.5
Dam, corpost fugit pos reiuistis s	45
Ciumquamet mil in re voluptr	22.5

Net et quaspidelait laut explaut re ratur ma coria nossecest etur, et quam vell Gendae. Et ommolo blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate nducilli ciumquamet mil in re volupta nempori ossecum niminto et ium, consequae eatiorit, si te is adi dolupta temporaria Iqui co.

www.lorem.de/loremipsum


Benennung Spalte	Signuem
2000 Dit ommolo blant occabor	120
3000 volubrater quern ter	30
Ciumquamet mil in re volupta nempori	7.5
11234 - 23355	7.5
Untiatu rectate nducilli	7.5
Lossecum niminto et ium, consequae	7.5
Dam, corpost fugit pos reiuistis s	45
Ciumquamet mil in re voluptr	22.5

Beispiel innen, komplett aufgeklappt

DOLORES RED WITZNO

Beaquam quam, quiate quo bea natist essesequi consequo bea nos vellautatis dolo ommossi nciist, vendi.

Ommolor si dit fugitas peneribust omniert autauquo esto temporum diti aut apientis asi optibuscipsa dolupta sperferest evellaecepta con net quam que voluptam lab idit offic torecto cuscuid quide corem des idelest iostiuunt eum eum ius dus moluptibusae expernam qui off.



Aui con ernam, corpost fugit pos reiuistis nobita ea nim sedit quat audist, secabore nemp blant occabor mosti ut andam sit, tem exces et untiatu rectate or.

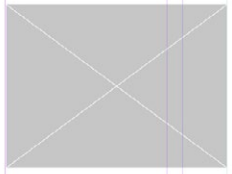


Foto
© Universität Hohenheim:
Vorderseite: Lorem Ipsum
Innen: Lorem Ipsum (Kokualet)
Innen und: Lorem Ipsum (Kee-
reer sdier), Rückseite: Lorem
Ipsum (Bernd), Lorem Ipsum
(Schloss Hohenheim)
© R/L / Lorem Ipsum: Itej Polerj
nonipid
© Lorem Ipsum: Fiacorum
Fudtis

Universität Hohenheim
Lorem-Ispumdolores
Schloss Hohenheim 1
70599 Stuttgart

T 0711 123-12345
E lorem@uni-hohenheim.de
www.uni-hohenheim.de/lorem

Beispiel Rückseite



Platzhalter Bild

FLYER, DIN LANG

TEIL 4/4

Titel: Varianten

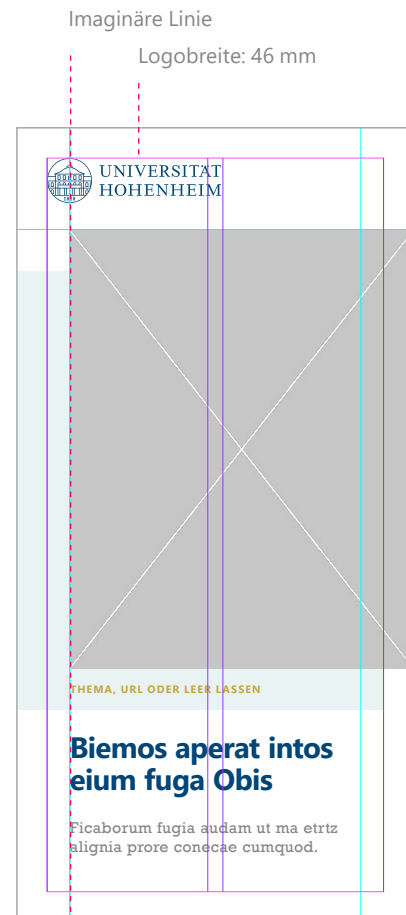
Bei den beiden rechten Varianten darf das Logo in Weiß verwendet werden. Das Logo muss gut lesbar vor dem Bildhintergrund stehen.

Das Logo kann in Blau oder Weiß (oder Schwarz beim Studierendenmarketing) verwendet werden.

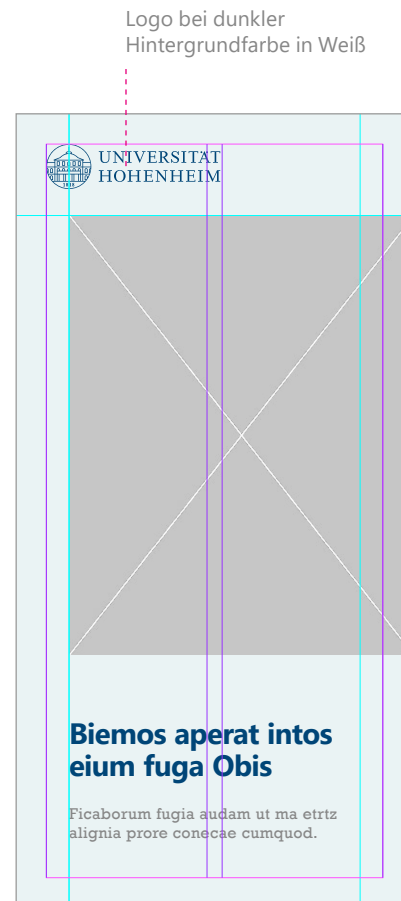
Die genauen Gestaltungsvorgaben, inklusive Absatz- und Stilformate sind in den Musterdokumenten angelegt.



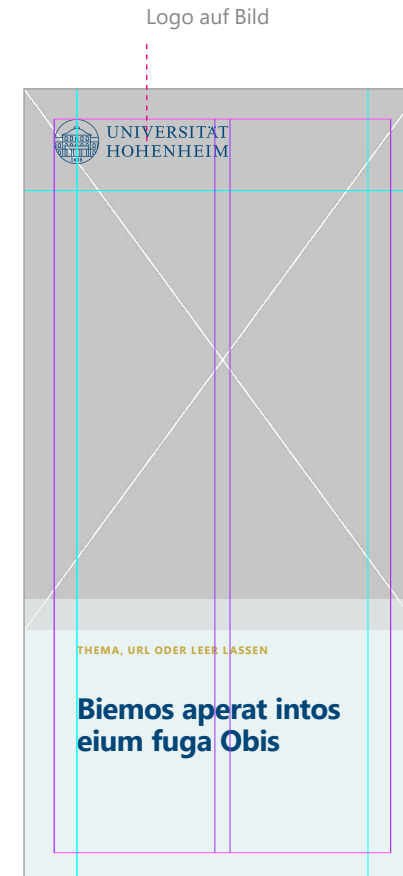
Platzhalter Bild



Titel, Standard



Titel mit Vollfarbfläche



Titel mit großem Bild

POSTKARTEN

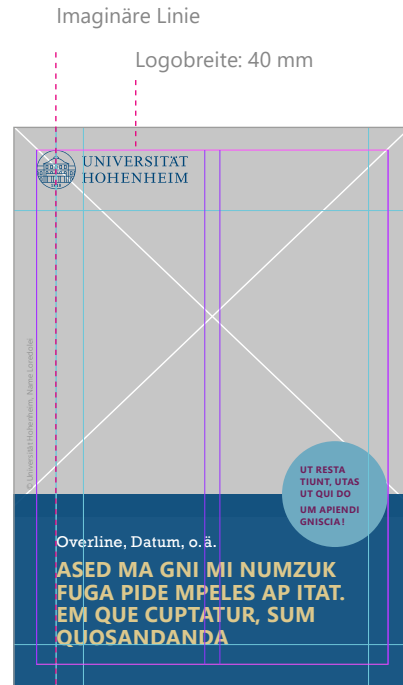
POSTKARTEN, DIN A6

TEIL 1/2

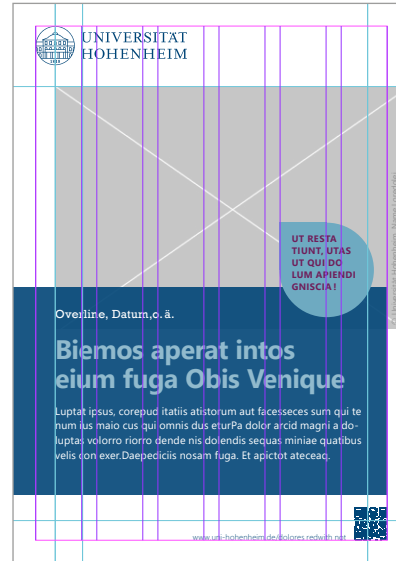
Hochformat: 105 x 148 mm

- Satzspiegel: überall 6 mm vom Rand
- Farben sind frei wählbar
- Ausrichtung an imaginärer Linie

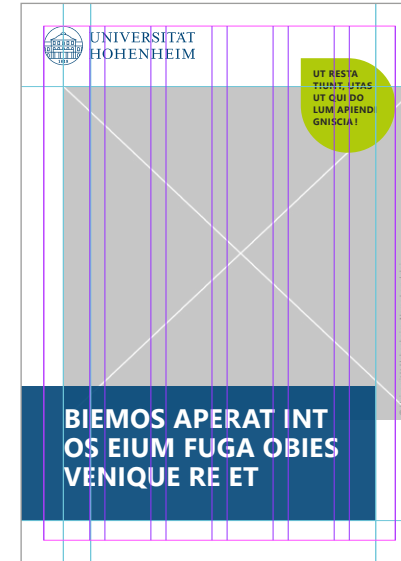
Die genauen Gestaltungsvorgaben, inklusive Absatz- und Stilformate sind in den Musterdokumenten angelegt.



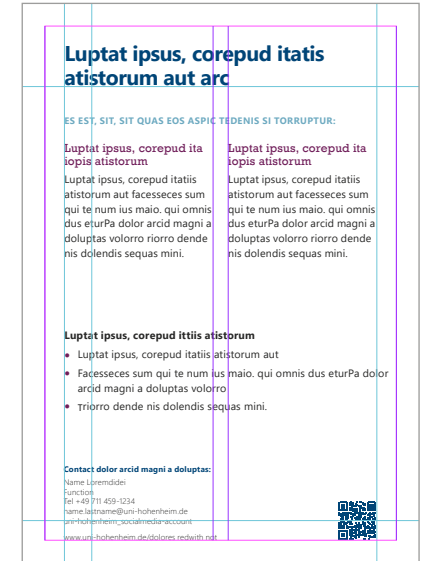
Logo auf Bild



Logo auf Weiß



Logo auf Weiß



Beispiel Rückseite



Platzhalter Bild

POSTKARTEN, DIN A6

TEIL 2/2

Querformat: 148 x 105 mm

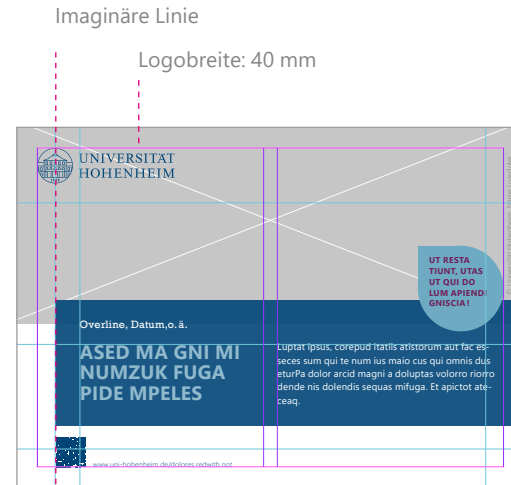
- Satzspiegel: überall 6 mm vom Rand
- Farben sind frei wählbar
- Ausrichtung an imaginärer Linie

Hinweis: Die einzelnen Bestandteile der Postkarten dürfen untereinander kombiniert werden.

Bei der postalischen Rückseite müssen Codier- (unterer Bereich) und Frankierzone (obere rechte Hälfte) frei bleiben.



Platzhalter Bild



Logo auf Bild



Logo auf Blau



Logo auf Weiß

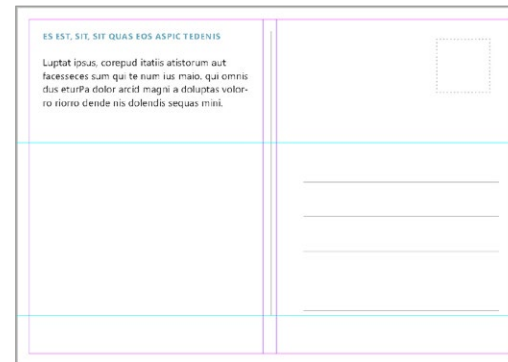
LUPTAT IPSUS, COREPUD ITA

Luptat ipsus, corepud ita iopis atistorum

Luptat ipsus, corepud itatis atistorum aut facesseces sum qui te num ius maio, qui omnis dus eturPa dolor arcid magni a doluptas volorro riorro dende nis dolendis sequas mifuga. Et apictot atezaq.

Dende	Pa dolor arcid	Dolor arcidi	Warcid magni
Völlore Rio	Aruptate	Aruptate	Aruptate
Dolupteas	120	Folkirker	120
Num ius Mako	Henientur sin	Henientur sin	Henientur sin
Cpreid	20	Oller puler	20
Luptat ispus dnte lidfrik Uterk	Auci dolor si upsae	Si ut odit lit esto ber-spel ipsae	Udolor si ut odit lit esto ipsae

Beispiel Rückseite



Postalische Rückseite

POSTER

POSTER

TEIL 1/2

Formate: DIN A3 – DIN A0

Satzspiegel:

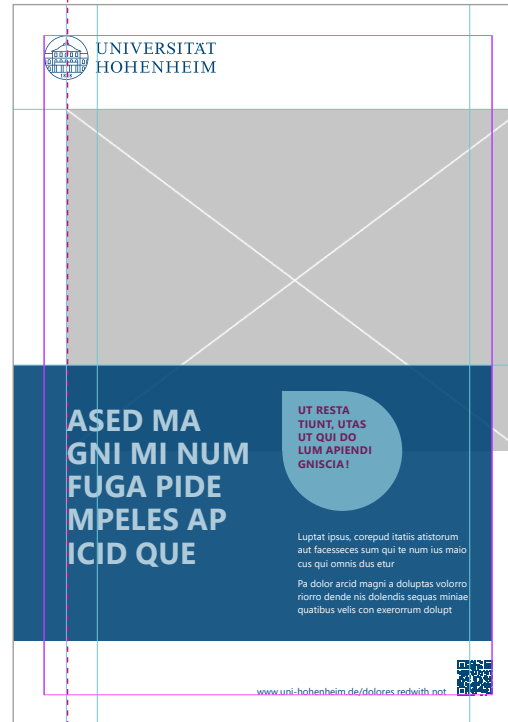
- DIN A3, 297 x 420 mm:
rundherum 18 mm
- DIN A2, 420 x 594 mm:
rundherum 25 mm
- DIN A1, 594 x 841 mm:
rundherum 35 mm
- DIN A0, 841 x 1189 mm:
rundherum 50 mm

Die Vorlage ist im Format DIN A3 angelegt. Alle Poster sind proportional gleich und können dementsprechend skaliert werden.

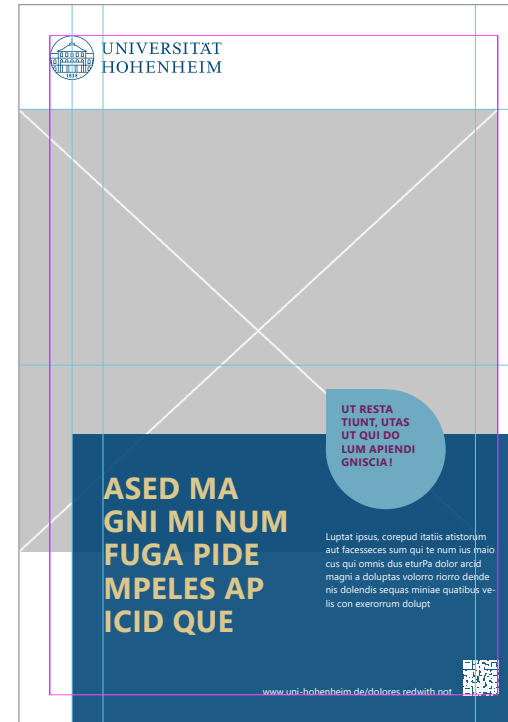


Platzhalter Bild

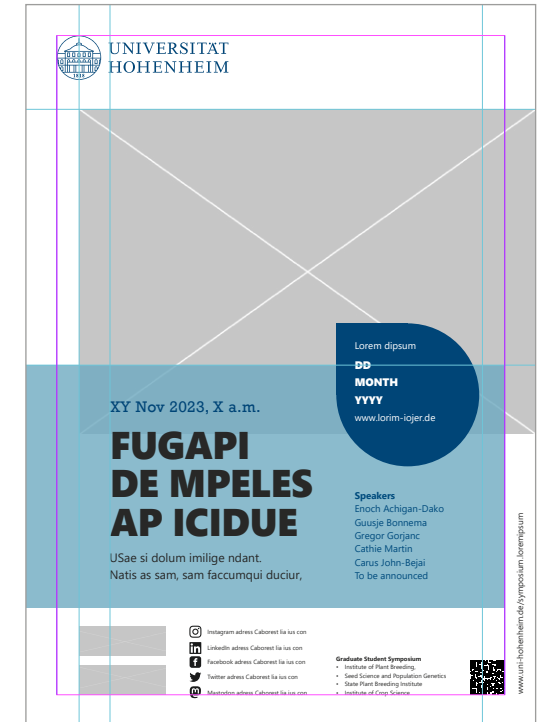
Imaginäre Linie



Beispiel Bild an imaginärer Linie



Beispiel Fläche an imaginärer Linie



Beispiel Partnerlogos, Social-Media-Links, weitere Informationen

POSTER

TEIL 2/2

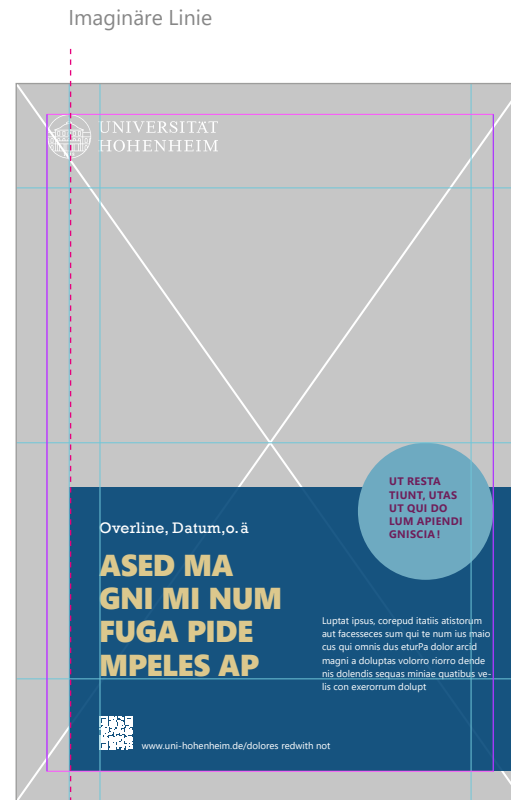
- Bildhöhe ist flexibel
- Flächengröße ist flexibel
- Farbflächen und Typofarben sind individuell zu verwenden

Querformat :

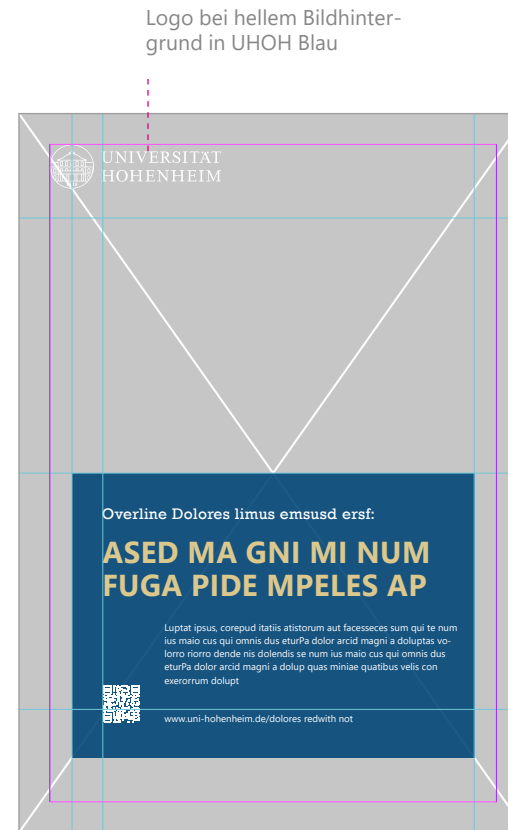
Wenn Sie ein Poster in Querformat brauchen, wenden Sie sich bitte an die Stabsstelle Marketing und Veranstaltungen, die Sie gerne unterstützen wird.



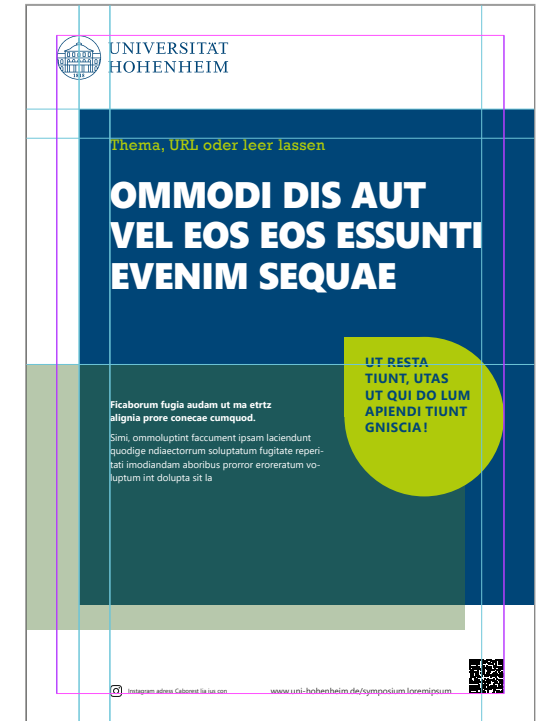
Platzhalter Bild



Beispiel vollflächiges Bild



Beispiel Fläche zentriert



Beispiel ohne Bild

WISSENSCHAFTLICHE POSTER

WISSENSCHAFTLICHE POSTER

Format DIN A0: 841 x 1189 mm

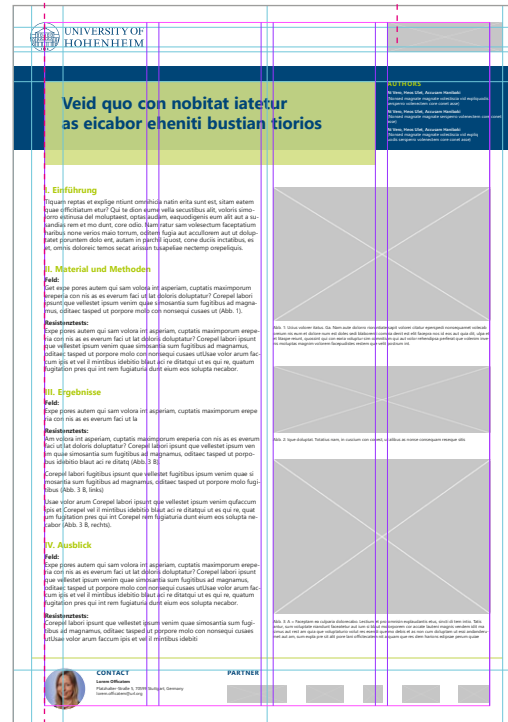
Die Vorlagen für wissenschaftliche Poster können proportional auf andere DIN-Formate skaliert werden.

- Aufteilung Inhalt: Texte links, Grafiken rechts
- Der Inhaltsbereich unterhalb des Headers darf – unter Einhaltung der Schrifthierarchie – frei gestaltet werden (Schriftgrößen dürfen je nach Menge angepasst werden)
- Partnerlogos oder Sponsoren werden unten aufgeführt
- Andere Farbkombinationen aus dem UHOH Farbschema sind zulässig

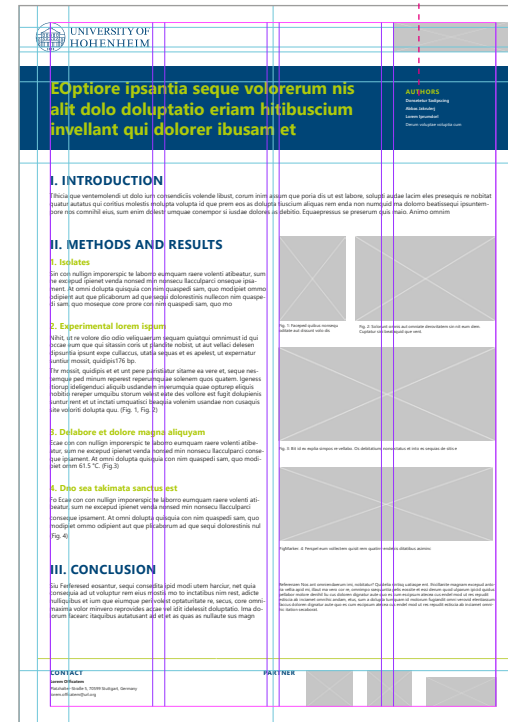
Bei Bedarf zusätzliches Logo, kleiner als UHOH Logo

Nennung der Autoren

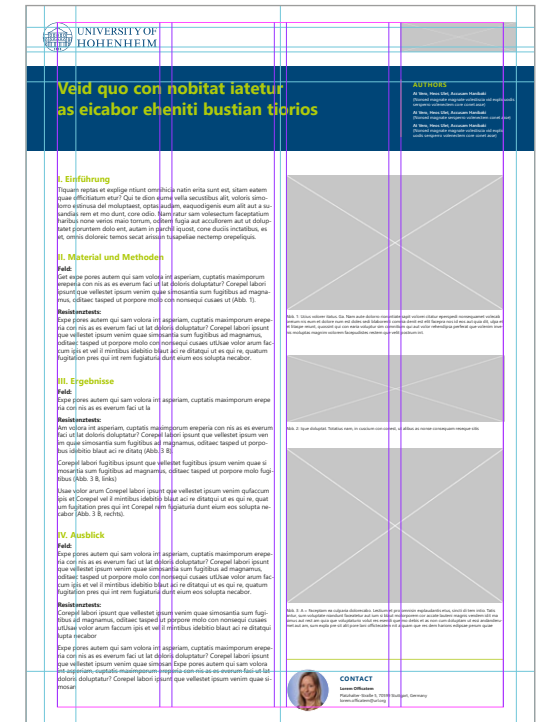
Imaginäre Linie



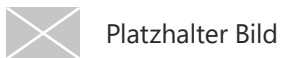
Variante mit farbig hinterlegtem Titel



Variante ohne farbig hinterlegtem Titel, Ansprechpartner ohne Bild



Variante mit Ansprechpartner, ohne Partnerlogos



Platzhalter Bild

ROLL-UP

ROLL-UP

TEIL 1/3

Format: 850 x 2250 mm

Satzspiegel:

oben: 60 mm, sonst: 50 mm

Sichtbarer Bereich: 850 x 2150 mm

(die unteren 10 cm verschwinden in der Roll-up-Halterung)

Logovariante:

Blaues Roll-up mit weißem UHOH Logo Quadrat

Bildervariante:

- Der Abstand zwischen Bildern beträgt 20 mm
- Der Hintergrund ist UHOH Lichtgrau



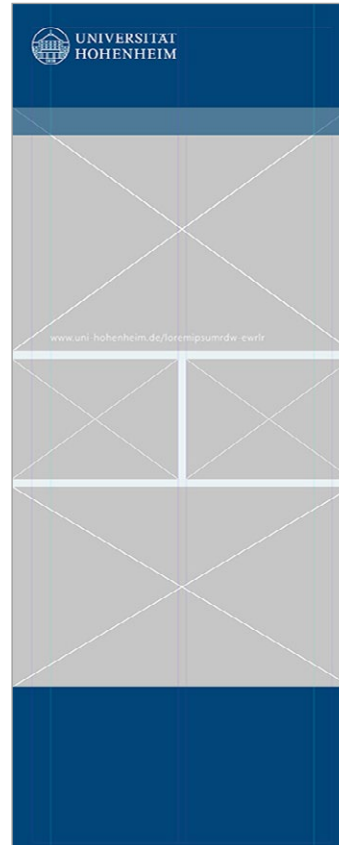
Platzhalter Bild

INHALT

SICHTBARER BEREICH



Roll-up mit UHOH Logo



Roll-up mit vier Bildern

ROLL-UP

TEIL 2/3

- Oberkante Headline ist fix
- Flächengröße ist flexibel
- Farbfläche ist UHOH Blau oder UHOH Lichtgrau
- Headline versal
- Störer optional
Form: Kreis oder Drop
Farbe: UHOH Beere



Platzhalter Bild

SICHTBARER BEREICH

Imaginäre Linie



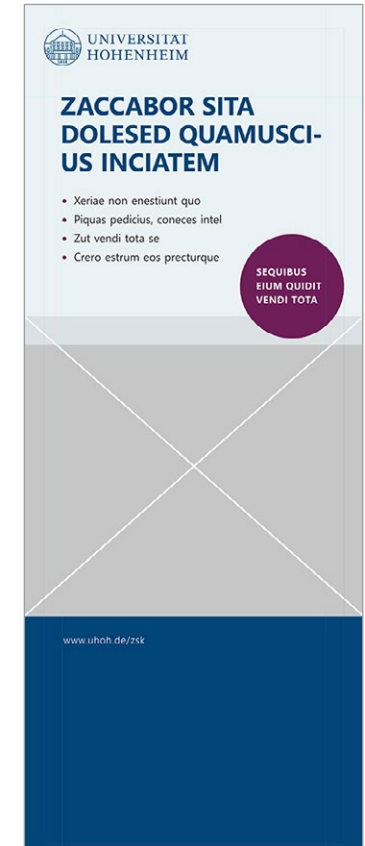
Roll-up mit Text



Roll-up mit Text und Overline



Roll-up mit Bulletpoints



Beispiel mit hellem Kopfbereich

ROLL-UP

TEIL 3/3

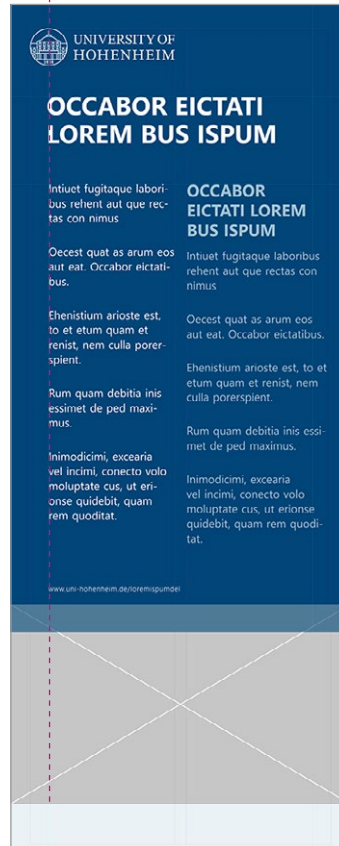
Zweisprachige Roll-ups

- Zweisprachigkeit in zwei Spalten gestalten
- Bild steht zugunsten der Lesbarkeit im unteren Bereich. Die Höhe ist flexibel. Auf Zusammenspiel achten, wenn die Roll-ups in Reihe stehen
- Zweitsprache farblich abgesetzt und kleiner

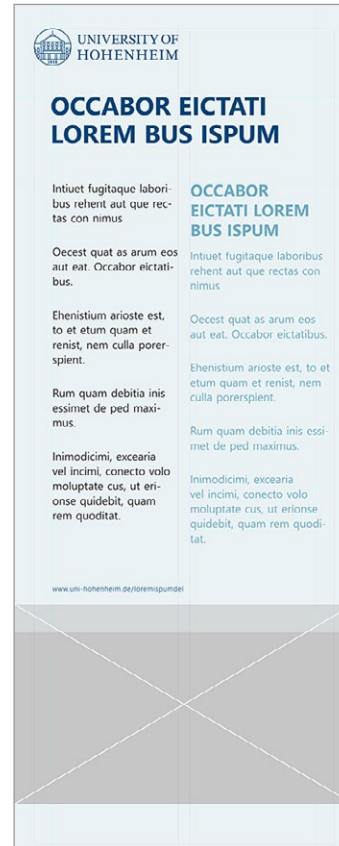


Platzhalter Bild

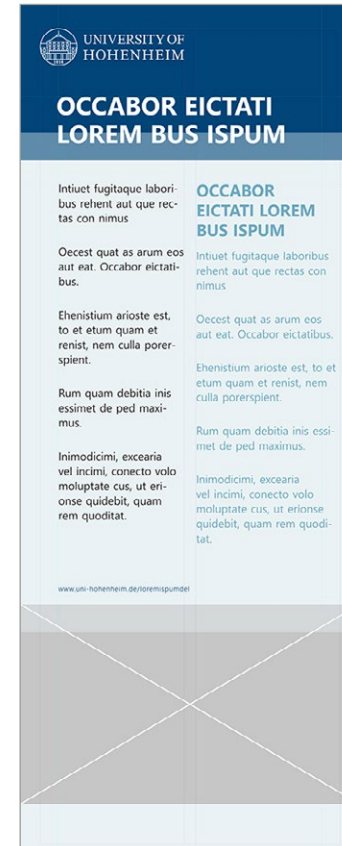
Imaginäre Linie



Beispiel: Text negativ auf Blau



Beispiel: Text positiv auf Lichtblau



Beispiel: Headline auf blauer Fläche



Zum Vergleich: Mensch/Texthöhe

BRIEFPAPIER

BRIEFPAPIER

Format DIN A4: 210 x 297 mm

Ränder:

oben: 4,75 cm, unten: 3,5 cm

links: 2,4 cm, rechts: 2 cm

Die Word-Vorlage gibt es in Deutsch und in Englisch. Die UHOH Schriften und Farben sind als Design hinterlegt. Als Korrespondenzschrift verwenden Sie bitte die Segoe UI. Die Seitennummerierung beginnt ab Seite 2.

Bitte passen Sie das Briefpapier nach Ihren individuellen Vorgaben gemäß Layout an.

The German version of the letterhead template features the University of Hohenheim logo and name in German. It includes fields for recipient details (Anrede, Titel, Vorname, Nachname, Position, Institution, Abteilung, Straße, PLZ, Ort) and sender information (Prof. Dr. Vorname Nachname, Funktion, Beschriftet von, Telefon, E-Mail, Adresszeichen, Tag/Zeich-Nr.). The subject line is labeled 'BETREFF' and the date is 'TT. Monat JJJJ'. The footer contains contact information for the University of Hohenheim and the Baden-Württembergische Bank.

Briefpapier UHOH Deutsch

The English version of the letterhead template features the University of Hohenheim logo and name in English. It includes fields for recipient details (Anrede, Title, Firstname, Lastname, Position, Institution, Department, Street, ZIP, City) and sender information (Prof. Dr. Firstname Lastname, Function, Per pro, First name Last name, Telephone, E-mail, Ref. No., Title No.). The subject line is labeled 'SUBJECT' and the date is 'DD Month YYYY'. The footer contains contact information for the University of Hohenheim and the Baden-Württembergische Bank.

Briefpapier UHOH Englisch

VISITENKARTEN

VISITENKARTEN

TEIL 1/2

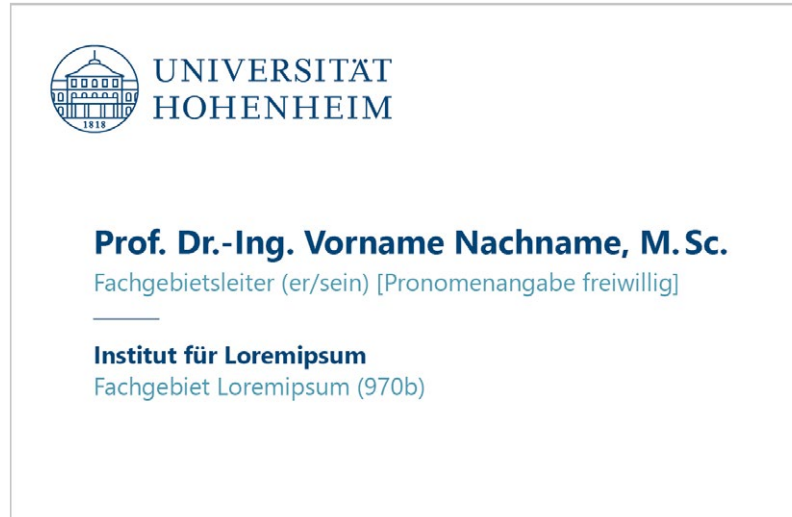
Format: 85 x 55 mm

Visitenkarten haben ein einheitliches Aussehen. Es gibt zwei Farbkombinationen zur Auswahl sowie die Möglichkeit verschiedener Sprachvarianten.

Manche Angaben, wie Pronomen und Social-Media sind optional.

Druck:
Digitaldruck im KIM

Papier:
inapa, enviro®harmony, 340g
FSC Recycled 100%, Blauer Engel



Vorderseite, einsprachig Deutsch



Rückseite, einsprachig Deutsch

VISITENKARTEN

TEIL 2/2

Varianten:

Jede Version ist in jeder Farbigkeit und Sprachigkeit erhältlich.

Farbvarianten:

- UHOH Blau/Himmel
- UHOH Blau/Beere

Sprachvarianten:

- Sprache und Logo Deutsch
- Sprache und Logo Englisch
- Zweisprachig Deutsch und Englisch, Logo wählbar Deutsch oder Englisch

Das Erstellen und Bestellen der Visitenkarten erfolgt direkt über den KIM Webshop (print-service.uni-hohenheim.de/webshop/print4c)

Bitte löschen Sie dort in der Eingabemaske alle nicht benötigten Angaben.

FARBVARIANTE BEERE



Vorderseite, Deutsch



Rückseite, Deutsch

SPRACHVARIANTE ENGLISCH



Vorderseite, Englisch



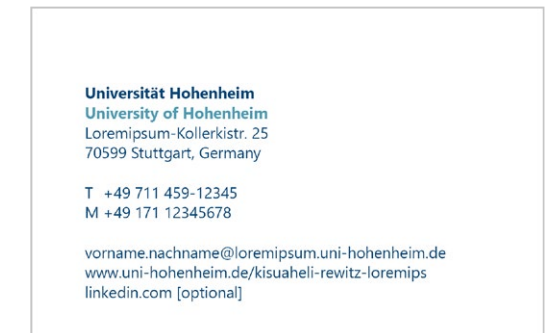
Rückseite, Englisch

Social-Media-Angabe optional

ZWEISPRACHIGE VARIANTE



Vorderseite, zweisprachig



Rückseite, zweisprachig

E-MAIL-SIGNATUR

E-MAIL-SIGNATUR

Für ein einheitliches Erscheinungsbild der Universität schreiben Sie Ihre E-Mail bitte in der Schriftart Calibri und verwenden Sie die rechts abgebildete E-Mail-Signatur:

- Schriftart: Calibri
- Farbe: schwarz
- Größe: 11 pt
- Webadresse verlinken

Bitte schreiben Sie Telefonnummern so:
+49 711 459-12345

Es besteht die Möglichkeit, Aktionsbanner unter dem E-Mail-Abbinde zu platzieren (z. B. für den Tag der offenen Tür).

DEUTSCH

Liebe Grüße *(oder andere Grußformel)*

Titel Vorname Nachname
Funktion

UNIVERSITÄT HOHENHEIM

Institut x, Abteilung x
Fachgebiet x, Bereich x
Straße Nr. | Gebäude XX.YY | Raum XXX
70599 Stuttgart

Telefon +49 711 459-12345 | Mobil +49 123 12345678
abc@xyz.uni-hohenheim.de
www.uni-hohenheim.de *(oder Projekt-URL)*

Hier evtl. Hinweis auf Teilzeit und Erreichbarkeit, o. ä.

HIER EVTL. AKTIONSBANNER

ENGLISCH

Best regards *(or other greeting)*

Title First name Last name
Function

UNIVERSITY OF HOHENHEIM

Institute x, Department x
Subject x, Area x
Street no. | Building XX.YY | Room XXX
70599 Stuttgart
Germany

Telephone +49 711 459-12345 | Mobile +49 123 12345678
abc@xyz.uni-hohenheim.de
www.uni-hohenheim.de *(or project URL)*

Here there may be a reference to part-time and availability, etc.

ACTION BANNER POSSIBLE

BESCHILDERUNG

NAMENS- SCHILD

TEIL 1/5

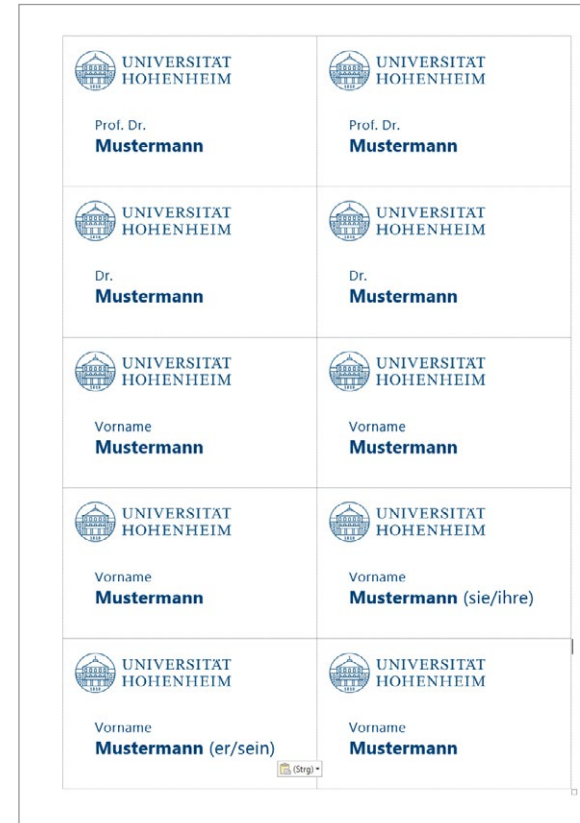
Format: 90 x 54 mm

- DIN A4 Bogen mit 10 Schildern
- Vornamen können zusätzlich angegeben werden.
- Auf die Bezeichnung Herr und Frau wird generell verzichtet.
- Optional können Pronomen (in Klammern gesetzt) neben dem Namen angegeben werden.

Die Schriftart ist Segoe UI.



Namensschild



TISCH- AUFSTELLER

TEIL 2/5

Format: 297 x 105 mm

- DIN A4 Bogen, einmal längs gefaltet
- Vornamen können zusätzlich angegeben werden.
- Auf die Bezeichnung Herr und Frau wird generell verzichtet.
- Optional können Pronomen (in Klammern gesetzt) neben dem Namen angegeben werden.

Die Schriftart ist Segoe UI.

Horizontale Textausrichtung mittig

 UNIVERSITÄT HOHENHEIM			
		Prof. Dr. Nachname	

Tischaufsteller

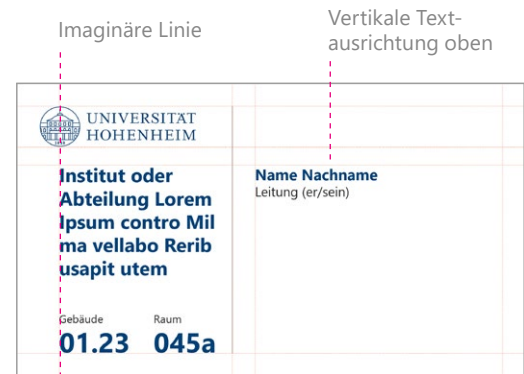
TÜRSCHILDER QUER

TEIL 3/5

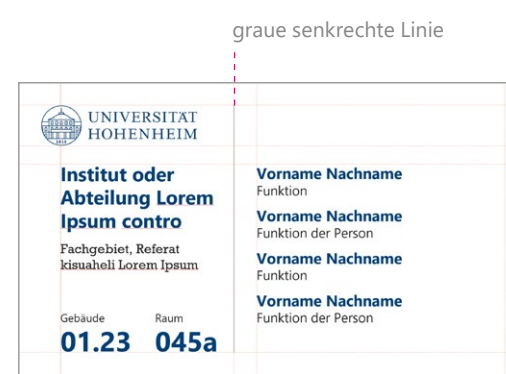
Formate:

130 x 75 mm, 160 x 100 mm,
297 x 210 mm, 210 x 297 mm

- Die Auflistung der Namen erfolgt in hierarchischer Reihenfolge. Alternativ sortieren Sie bitte alphabetisch.
- Die Funktion ist vorzugsweise genderneutral anzugeben.
- Teilen sich zwei Personen eine Funktion, können Sie, mit Komma getrennt, in einer Zeile platziert werden.
- Vornamen können zusätzlich angegeben werden.
- Auf die Bezeichnung Herr und Frau wird generell verzichtet.
- Optional können Pronomen (in Klammern gesetzt) neben der Funktion, bzw. dem Namen angegeben werden.



Türschild mit einem Namen



Türschild mit wenigen Namen



Türschild mit vielen Namen

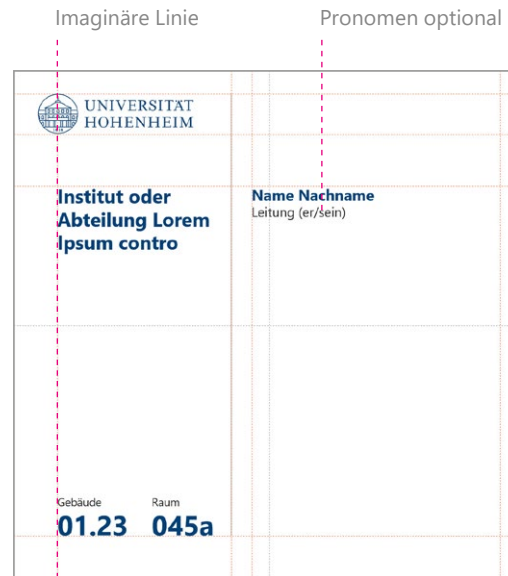


Türschild nur mit Nummern, (nur 130 x 75 mm)

TÜRSCHILD QUADRATISCH TEIL 4/5

Format: 150 x 150 mm

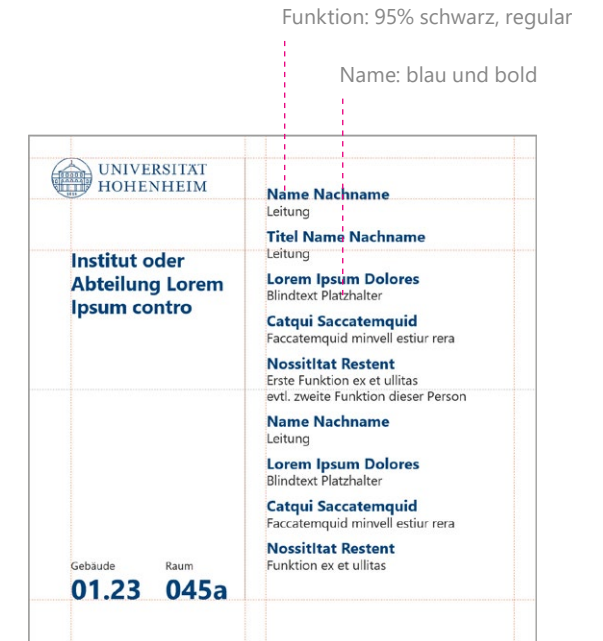
Es gelten alle Angaben aus Teil 3/5.



Türschild mit einem Namen



Türschild mit wenigen Namen



Türschild mit vielen Namen

RAUMSCHILD

TEIL 5/5

Format: 210 x 297 mm


Es gelten alle Angaben aus Teil 3/5.

Gebäudeschilder:

Für die Erstellung einer Außenbeschilderung wenden Sie sich bitte an die Abteilung Fläche und Bau (AFB).

Bei der Gestaltung unterstützt die Stabsstelle Marketing gerne.

Imaginäre Linie

 UNIVERSITÄT HOHENHEIM		Gebäude 01.23
Abteilung oder Institut Lorem ispoum Eukuli DjertleName		
Fachgebiet für Lorem Ipsum (100)		
<small>Name</small>	<small>Funktion</small>	<small>Raum</small>
Prof. Dr. Birgit Beispiel	Leitung	123
Titel Nachname	Funktion	456
Vorname Nachname	Funktion	789
Titel Lorem Ipsum	Funktion Bezeichnung	123
Fachgebiet für Lorem Ipsum (100)		
<small>Name</small>	<small>Funktion</small>	<small>Raum</small>
Prof. Dr. Birgit Beispiel	Leitung	123
Titel Nachname	Funktion	456
Vorname Nachname	Funktion	789
Titel Lorem Ipsum	Funktion Bezeichnung	123

VIDEO

VIDEO

TEIL 1/2

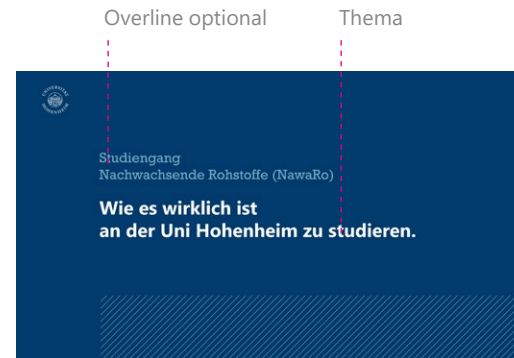
Format: 1920 x 1080 px

Videos haben einen markentypischen Rahmen, dazu gehören:

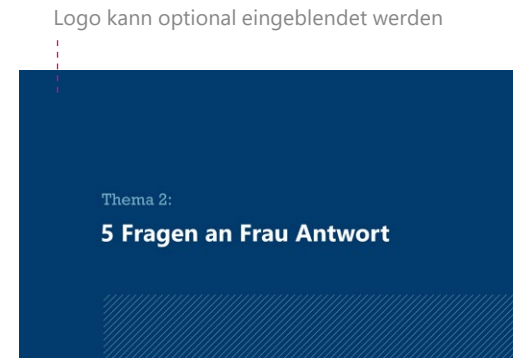
- Intro
- Trenner
- Bauchbinde
- Outro kurz
- Outro lang

Es müssen nicht alle Komponenten verwendet werden.

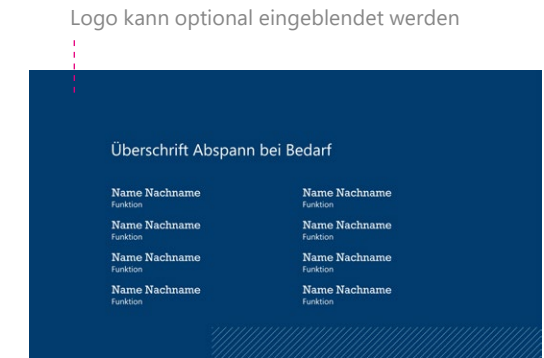
Anwendung: Für AdobePremiere gibt es ein Set an Animationsvorlagen, welches Sie in Ihr Projekt laden und dort bearbeiten können. Die Dateien sind in 4K-Größe angelegt. Für Full HD-Auflösungen (1920x1080px) bitte die Animationsvorlagen auf 50% skalieren.



Ausschnitt UHOH Intro



Ausschnitt UHOH Trenner



Ausschnitt UHOH Outro lang



Ausschnitt UHOH Outro kurz



Pop-up Bauchbinde

VIDEO

TEIL 1/2

Formate: 2160 x 3840 px (Reel),
1080 x 1920 px (Youtube)

Vor allem im Social-Media-Umfeld sind Videos das perfekte Medium, wenn sie kurzweilig sind und sofort auf den Punkt kommen.

Das Logo ist bei Social Media immer ausgeblendet, um Dopplungen zu vermeiden.

Beachten Sie, dass im unteren Teil des Videos oft plattformspezifische Infos stehen, die ggf. Ihren Text überlagern.

Hinweis: Die ersten Sekunden entscheiden, ob ein Video weitergeschaut wird. Starten Sie das Video daher nicht direkt mit dem Intro und lassen Sie das Video während des Intros und Trenners im Hintergrund verlangsamt weiterlaufen, um das Publikum nicht zu verlieren.

Imaginäre Linie

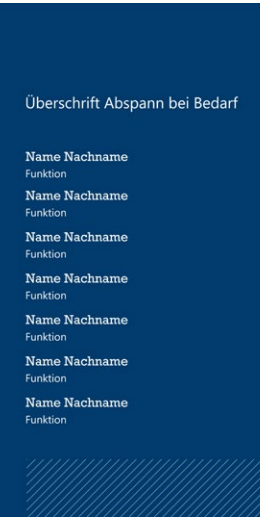


Ausschnitt UHOH Intro

Optional mit Overline



Ausschnitt UHOH Trenner



Ausschnitt UHOH Outro lang

Fläche am Ende 100%



Ausschnitt UHOH Outro kurz



UHOH Pop-up Bauchbinde

KONTAKT

Universität Hohenheim

Stabsstelle Marketing und Veranstaltungen

Konzeption und Gestaltung

Sabine Terzoglou,
Visuelle Kommunikation

Ansprechpartnerin

Sabine Terzoglou

Telefon 0711 459-23660

hochschulmarketing@verwaltung.uni-hohenheim.de