

## Fragen & Antworten zum Corporate Design der Universität Paderborn

### 1) Warum gibt es ein Corporate Design der Universität Paderborn?

Das Corporate Design der Universität Paderborn gibt der Vielfalt der Institution ein einheitliches, unverwechselbares Erscheinungsbild und schafft so bereichsübergreifend, sowohl nach innen als auch nach außen, ein visuelles Identifikationssystem.

Der Auftritt der Universität mit ihren Fakultäten, ihren zentralen Einrichtungen und ihrer Verwaltung unter einem gemeinsamen Corporate Design stärkt die Identität und Geschlossenheit. Das Corporate Design definiert klare Gestaltungsparameter, die die Basis für eine unverwechselbare und zeitgemäße Darstellung der Universität Paderborn, innerhalb der differenzierten Hochschullandschaft der Bundesrepublik Deutschland, schaffen.

Die konsequente Einhaltung und Umsetzung der Vorgaben ist unerlässlich für den Aufbau eines durchgängigen und effektiven Erscheinungsbildes. Die grundlegenden Bestandteile des Corporate Designs und die Regeln für deren Anwendungen sind in einem Handbuch zusammengefasst. Es soll bei der Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnern helfen, ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten.

Es erspart den Gestaltern unnötige Vorarbeiten und zeitraubende Detailentscheidungen und ermöglicht gleichzeitig gestalterische Freiheit in einem überschaubaren Spielraum. Das ermöglicht ein effizientes und kostengünstiges Produzieren von Kommunikationsmitteln in jeder Art und Weise.

Gewünscht ist Kreativität und Vielfalt im Umgang mit den vorliegenden und bewusst einfach gehaltenen Basisdefinitionen. Ein offenes Konzept, das dem schnellen Wandel Rechnung trägt und in regelmäßigen Abständen an die sich verändernden Bedürfnisse der Universität angepasst wird.

### 2) Wo bekomme ich detaillierte Informationen zum Corporate Design?

Die grundlegenden Informationen zum Corporate Design der Universität Paderborn (Corporate Design Handbuch, Merkblatt zum Corporate Design, Designlinienübersicht, Artikel zum Corporate Design in der PUZ) finden Sie auf der Webseite des Referats für Hochschulmarketing und Universitätszeitschrift.

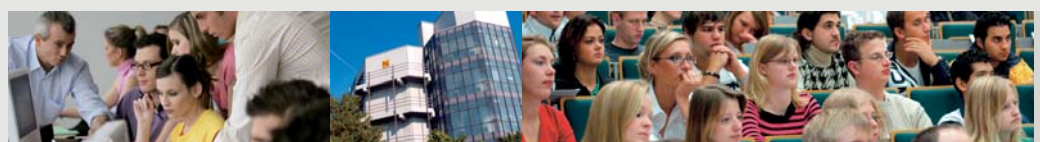
[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/)

### 3) Sind die Vorgaben des Corporate Designs verbindlich?

Das Corporate Design der Universität Paderborn wurde vom Präsidium der Universität beschlossen und das Referat für Hochschulmarketing und Universitätszeitschrift mit der Umsetzung beauftragt. Die Gestaltungsvorgaben des Corporate Designs (Corporate Design Handbuch 2009) sind daher verbindlich.

### 4) In welcher Form kann ich das Logo verwenden?

Das Logo besteht aus einer Kombination von zwei typografischen und einem grafischen Baustein. Es muss stets in der im Corporate Design Handbuch genau definierten Form verwendet werden und darf in den einzelnen Bestandteilen nicht verändert werden. Im Corporate Design Handbuch finden Sie darüber hinausgehende Vorgaben zur Verwendung dieses Logos.



### 5) Kann das Logo verändert werden?

Das Logo der Universität Paderborn muss stets in der im Corporate Design Handbuch genau definierten Form verwendet werden und darf in den einzelnen Bestandteilen nicht verändert werden. Das Logo darf nur in der kompletten Form verwendet werden.

### 6) Wo finde ich Datensätze des Logos?

Datensätze des Logos für unterschiedlichste Anwendungen werden Ihnen in Standardformaten (EPS-, JPG-, PDF-, TIF-, PNG-, AI-, FH11- und SVG-Format) auf der Webseite des Hochschulmarketings zur Verfügung gestellt. Das Logo ist in fünf Versionen verfügbar:

- in einer CMYK-Version für den Vierfarb-Druck
- in einer RGB-Version für elektronische Medien
- in einer Pantone-Version für den Druck von Sonderfarben
- in der einfarbigen schwarzen Version
- in der einfarbigen weißen Version

Im Corporate Design Handbuch finden Sie darüber hinaus genaue Vorgaben zur Verwendung des Logos.

[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/logo/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/logo/)

### 7) Gibt es eine weiße (negative) Version des Logos?

Eine weiße (negative) Version des Logos steht zur Verfügung. Entsprechende Datensätze werden Ihnen in Standardformaten (EPS-, AI-, FH11- und SVG-Format) auf der Webseite des Hochschulmarketings zur Verfügung gestellt. Im Corporate Design Handbuch finden Sie darüber hinaus genaue Vorgaben zur Verwendung des weißen Logos.

[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/logo/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/logo/)

### 8) Können eigene Logos verwendet werden?

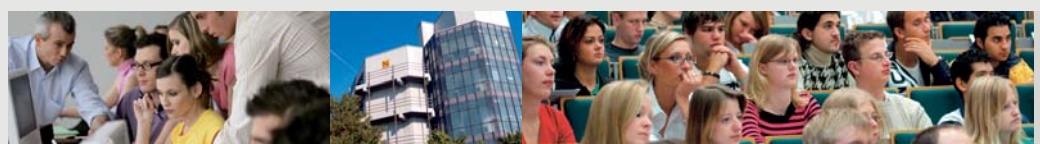
Das Präsidium, die Verwaltung, die Stabstellen, die Fakultäten und die zentralen Einrichtungen der Universität verwenden das Logo der Universität Paderborn. Eigene Logos sind für diese Bereiche nicht vorgesehen. Nur so lässt sich langfristig die einheitliche Außen-darstellung der Universität gewährleisten.

Logos für Institute innerhalb der Universität sind im bisher definierten Umfang möglich. Sowohl zum Aufbau als auch zur Verwendung (Positionierung) dieser Logos finden Sie genaue Vorgaben im Corporate Design Handbuch.

Untere Organisationsebenen der Universität, z. B. Fachschaften können für eigene Aktionen eigene Logos einsetzen. Voraussetzung dafür ist, dass diese Aktionslogos eigenständig sind, d. h. dass sie keine Ähnlichkeit mit dem offiziellen Logo der Universität Paderborn aufweisen. Auch der Begriff Universität Paderborn darf in diesen Logos nicht verwendet werden.

### 9) Kann ich das Grafikelement des Logos allein verwenden?

Eine Verwendung des Grafikelements (Kralle) ohne die beiden Textzusätze des Logos ist nicht zulässig. Es darf auch nicht mit anderen Zusatzelementen kombiniert oder verändert werden.



### 10) Gibt es fremdsprachige Versionen des Logos?

Das Logo der Universität Paderborn wird nur in der deutschsprachigen Version eingesetzt. Eine Verwendung des Logos in einer fremdsprachigen Fassung ist nicht vorgesehen.

### 11) Wo bekomme ich die Basisschrift FF META?

Basisschrift der Universität ist die Schriftfamilie FF Meta. Es handelt sich dabei um eine serifenlose Antiqua, die sich in erster Linie durch eine hervorragende Lesbarkeit auszeichnet. Die FF Meta ist eine schmallaufende Schrift. Dadurch bietet sie gegenüber Schriften mit großer Laufweite erhebliche Vorzüge bei der Verarbeitung großer Textmengen. Bei einer Institution wie der Universität und der großen Zahl ihrer Publikationen ist dies ein großer Vorteil.

Die Schriftfamilie FF Meta steht allen Mitarbeitern der Universität Paderborn zur Verfügung und ist im IMT bei Herrn Hilbig (Tel.: 60-2448, erhard.hilbig@uni-paderborn.de) oder bei Herrn Effertz (Tel.: 60-3905, martin.effertz@uni-paderborn.de) erhältlich.

### 12) Kann ich auch andere Schriften verwenden?

Neben der Basisschrift FF META ist auch die Verwendung der Schriftfamilie ARIAL und ARIAL NARROW zulässig. Sie werden allerdings nur für den Fließtext der Geschäftspost (Adressfeld, Datum, Betreffzeile, Anschreiben, Seitenzahl) eingesetzt.

Die Schriftfamilien ARIAL und ARIAL NARROW haben den Vorteil der allgemeinen Verfügbarkeit, denn sie stehen als Systemschrift auf allen gängigen Windows-Systemen zur Verfügung und können daher unproblematisch verwendet werden.

### 13) Wie sind die Primärfarben im Corporate Design definiert?

Die erste Primärfarbe der Universität Paderborn ist Pantone 281 – ein dunkler, neutraler Blauton. Die zweite Primärfarbe der Universität Paderborn ist Pantone 420 – ein heller, neutraler Grauton.

Die Kombination dieser beiden Farbtöne aus dem Blau- und Graubereich ergibt ein zurückhaltendes, seriöses, passives Farbklima. Sie wird in der Kommunikation des offiziellen Bereiches eingesetzt, das heißt unter anderem im Geschäftsverkehr, in den Imagedrucksachen oder aber in den offiziellen Verlautbarungen der Universität.

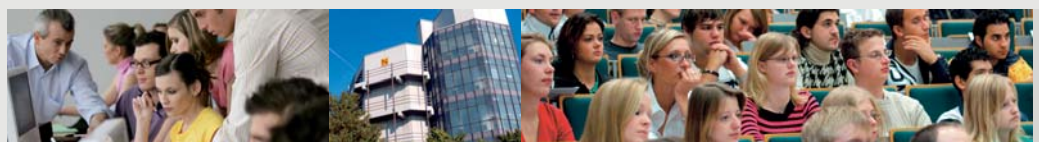
Die genauen Definitionen dieser beiden Farbtöne für unterschiedliche Farbsysteme (Print, Screen, Lackierungen) finden Sie im Corporate Handbuch.

[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/)

### 14) Welche zusätzlichen Farben (Sekundärfarben) kann ich verwenden?

Durch die Kombination der Primärfarben mit frischen, hellen Farbtönen ergibt sich ein aktives Farbklima. Diese Kombination wird in der werblichen Kommunikation nach außen eingesetzt, so beispielsweise in den Studienführern, in Ausstellungen, auf Plakaten, etc.. Der neutrale Charakter der Basisfarben ermöglicht die Kombination mit fast allen Tönen des Farbspektrums. Es fällt daher leicht, auf Trends zu reagieren und bei der Farbwahl eine große Gestaltungsbreite zu gestatten. Beispiele für exemplarische Umsetzungen finden Sie auf der Designlinienübersicht.

<http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/>



**15) Wo bekomme ich Briefbögen, Visitenkarten und Urkunden?**

Die Produktion der offiziellen Briefbögen, Visitenkarten und Urkunden im Design der Universität Paderborn erfolgt über Herrn Franke, „Canon Business Center“ in der Universität, Tel.: 60-2000, E-Mail: dlz-pb@tdm-online.de.

Unter [www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/visitenkarte/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/visitenkarte/) finden Sie die Vorgaben für den Aufbau der Visitenkarten. Hier finden Sie auch ein Auftragsformular für die einfache Bestellung der Drucksachen.

**16) Ist der Aufbau der Visitenkarten verbindlich?**

Der Aufbau der Visitenkarten ist mit dem Präsidium der Universität Paderborn abgestimmt und im Corporate design Handbuch genau definiert (Aufbau der Visitenkarten, Titelbezeichnungen, Verwendung von Zusatzlogos).

[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/visitenkarte/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/visitenkarte/)

**17) Welche Schrifttypen werden auf den Visitenkarten eingesetzt?**

Nach einer langen Entscheidungsphase für die Gestaltung der Visitenkarten ist für die Bezeichnung des jeweiligen Namens der Schriftschnitt FF Meta Black Roman und für die Zusatzangaben auf den Visitenkarten der Schriftschnitt FF Meta Medium Caps festgelegt worden. Bei dem Schriftschnitt FF Meta Medium Caps handelt es sich um eine „Kapitälchenschnitt“ der FF Meta. Dieser führt auf den Visitenkarten zu einem einheitlicheren Grauwert der Schrift und so zu einer besseren Gesamtdarstellung.

**18) Welche Standardvorlagen werden angeboten?**

Im Moment werden folgende Standardvorlagen angeboten:

- Word-Vorlage für komplett vorgedruckten Briefbogen (siehe Merkblatt 3.A.),
- Word-Vorlage für Zweitbogen,
- Word-Vorlage für vorgedruckten Briefbogen (siehe Merkblatt 3.B.),
- Elektronischer Briefbogen für E-Mail oder interne Verwendung (siehe Merkblatt 3.C.),
- PowerPoint-Präsentation im Corporate Design der Uni Paderborn.

Geplant ist zukünftig auch Standardvorlagen für die interne Produktion von Plakaten und Flyern (Umfang 4-6 Seiten) anzubieten.

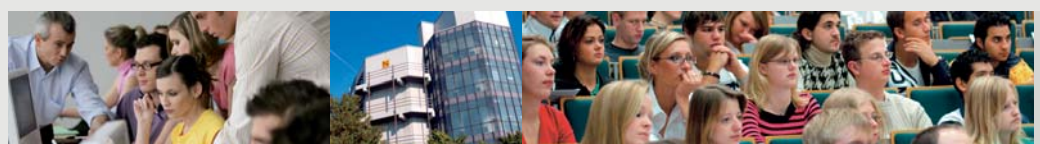
[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/briefbogen/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/briefbogen/)

[www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/powerpoint-praesentation/](http://www.uni-paderborn.de/universitaet/hochschulmarketing/corporatedesign/powerpoint-praesentation/)

**19) Wo bekomme ich Bildmaterial für meine Veröffentlichungen?**

Eine allgemeine Auswahl an Fotomotiven zu Institutionen, Personen, Luftaufnahmen, Gebäude, etc. der Universität Paderborn finden Sie auf der Webseite des Referats Presse und Kommunikation. Die Fotos stehen als Download zur Verfügung und können unter Angabe der Quelle „Universität Paderborn“ von allen Mitarbeitern der Universität genutzt werden.

<http://groups.uni-paderborn.de/fotoarchiv/>





### **20) Welche Produkte im Corporate Design der Universität werden angeboten?**

Um Sie bei Ihren Marketingaktivitäten zu unterstützen, hat das Referat Hochschulmarketing und Universitätszeitschrift eine Reihe von Produkten produziert, die Ihnen zum Selbstkostenpreis für Messen, Veranstaltungen, Meetings, etc. zur Verfügung stehen. Im einzelnen sind dies Stifte, Seminarblöcke, Semesterkalender, Taschen, Präsentationsmappen, Krawatten und Tücher, Fruchtgummis und Grußkarten. Eine Übersicht der Produkte und deren Kosten finden Sie auf der Webseite des Referats Hochschulmarketing und Universitätszeitschrift.

Alle Artikel sind unter Angabe der Kostenstelle Ihres Bereiches im Sekretariat des Referats Hochschulmarketing (Frau Lang/Frau Appelbaum, Raum B 2.248, Tel.: 05251/60-2553) erhältlich.

### **21) Wer ist Ansprechpartner in Fragen der Umsetzung des Corporate Designs?**

Für alle Fragen des Corporate Designs ist Frau Ramona Wiesner, Leiterin des Referats Hochschulmarketing und Universitätszeitschrift (Tel.: 60-3880, Fax: 60-3421, E-Mail: [wiesner@zv.uni-paderborn.de](mailto:wiesner@zv.uni-paderborn.de), Raum: B 2.245) verantwortlich.

Universität Paderborn, Stand Juli 2010

