



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

CORPORATE MANUAL

DER UNIVERSITÄT HAMBURG



01 Das Logo

Vorwort.....	5
Das Logo der Universität Hamburg	6
Nichtfarben	7
Hintergründe	9
Umraum	10

02 Schrift

Erläuterung Schriftschnitte	11
Auflistung Schriftschnitte	12
Schriftgrößen Plakate	14
Schriftgrößen Briefbögen/Geschäftskommunikation.....	15

03 Farben

Gestaltungskonzept	16
Verwendung.....	17
Verlauf	19
Beispiele	20
Regeln	21

04 Designelemente

Verwendung	22
------------------	----

05 Bilder

Titelfoto	23
Ausnahmen	24

06 Wortmarken

Allgemein	26
Wortmarken auf Titeln	27
Wortmarken und weitere Absender (graue Wortmarken)...	28
Wortmarken und Formate.....	30
Wortmarken der Fakultäten	37
Wortmarken anderer Institutionen.....	38

07 Medien

Titel /allgemein	38
Titel/Regeln	39
Plakat/Raster	40
Plakat /Titel/Logoplatzierung.....	43
Flyer/Wickelfalz/Raster/Titeltext oben	44
Flyer/Wickelfalz/komplette Ansicht	45
Flyer/Wickelfalz/Raster/Titeltext unten	47
Flyer/Wickelfalz/komplette Ansicht.....	48
Flyer/Wickelfalz/Ausnahme.....	49
Flyer/Fensterfalz/Raster/Titeltext oben	51
Flyer/Fensterfalz/komplette Ansicht.....	52
Flyer/Fensterfalz/Raster/Titeltext unten	54
Flyer/Fensterfalz/komplette Ansicht.....	55
Flyer/ Titel/Logoplatzierung	57
Broschüre/Raster.....	58
Broschüre/Titel/Logoumraum.....	59
Broschüre/Ausnahmen.....	60
Broschüre/Innenseiten.....	61
Powerpoint	62
Briefbogen	63

Folgende Themen werden im Corporate Manual aufgenommen:

Social Media, Studentenkarte, Bauschild, Merchandise, Schreibblock, Messe, Event, Beschriftungen, Rollups, Rednerpulte, Leitsysteme: Gebäudebeschilderung (aussen, innen), Flurwegweiser, Namensschilder, Aufstellnamensschilder, Audio/Video, Einladungen, Stempel, Visitenkarten, Signatur, Infoscreen, Stellenausschreibung...

Liebe Angehörige der Universität Hamburg,

das **Corporate Manual der Universität Hamburg** dient als Anwendungsleitfaden für die Gestaltung der internen und externen Kommunikation der Universität Hamburg (Logos und Schriftmarken, Farbgebung, Bildsprache). Das Corporate Design vereinheitlicht unser Erscheinungsbild und stärkt die öffentliche Wahrnehmung der Marke Universität Hamburg mit ihren vielen Einrichtungen.

Die dem Corporate Design zugrundeliegende Systematik bildet die Vielfalt unserer Universität und ihrer Einrichtungen klarer ab als bisher: Absender und Adressaten von Medienprodukten sind deutlicher erkennbar.

Der professionelle und korrekte Umgang mit der Markenidentität der Universität Hamburg ist unabdingbar. Wir bitten Sie, die hier niedergelegten Design-Regeln und die downloadbaren Vorlagen bei allen Print- und Online-Produkten anzuwenden, um die Identifikation mit der Universität Hamburg zu stärken.

Das Corporate Manual wird kontinuierlich um weitere Kapitel ergänzt, so dass es die Entwicklungen der Universität Hamburg zeitgemäß begleiten kann.

Prof. Dr. Dieter Lenzen
Präsident der Universität Hamburg



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Das Logo der Universität Hamburg steht an erster Stelle des Corporate Designs und besteht aus der Bildmarke (rotes Signet) und der Schriftmarke („Universität Hamburg“ gemeinsam mit dem Claim „DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG“ – gemäß der Widmungs-Inschrift auf dem Portal des Hauptgebäudes von **1911**).

Das Logo der Universität wurde spezifisch ausdefiniert und ist nur als abgeschlossener/fertiger Datensatz zu verwenden. Die bestehende Kombination aus Wort- und Bildmarke darf nicht nachgesetzt, beschnitten oder verändert werden.

Es gibt keine englische oder anderssprachige Version des Logos. Der Eigenname der Universität und die Widmung vom Eingangsportal des Hauptgebäudes dürfen als visuelles Element nur auf Deutsch wiedergegeben und nicht übersetzt werden.

1. Standard-Anwendung auf weißem Fond.

Das Logo steht in der Regel farbig auf weißem Hintergrund. Sprechen besondere gestalterische oder technische Gründe für eine abweichende Anwendung, so kann das Logo in den folgenden dargestellten Nichtfarben-Variationen eingesetzt werden.



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

2. Die Graustufendarstellung (60% Schwarz) wird verwendet, wenn nicht zweifarbig gedruckt werden kann.



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

3. Die Solid-Darstellung (100% Schwarz) wird verwendet, wenn nicht mit Graustufen (60% Schwarz) gedruckt werden kann.

Das Logo wird standardmäßig stets farbig auf weißem Hintergrund platziert.

Die Weiß-Anteilsflächen innerhalb der „Bildmarke“ sind ein grundlegender Bestandteil des universitären Corporate Designs.

Wenn vom Standard abweichende Gründe (z.B. Unterstützungs- bzw. Kooperationsgestaltungen) andere Farbgebungen erforderlich machen, ist der Einsatz des transparenten Logos auf monochromen Hintergründen (also einfarbigen bzw. farbtoneinheitlichen Hintergründen, z.B. leichten Verläufen) erlaubt.

Beispiel: Standard-Logo (in Farbe) auf hellem Hintergrund



Beispiel: Das „invertierte“ Logo auf verschiedenen dunklen Hintergründen



Auf hellen Hintergründen findet das Standard-UHH-Logo (mit der schwarzen Textmarke) Verwendung. Auf dunklen Hintergründen (die einem Farbwert von 50% Schwarzwert oder dunkler entsprechen), wird das sogenannte „invertierte“-Logo (mit der weiß-invertierten Textmarke und der Schutzkonturlinie um die Bildmarke herum) eingesetzt.

Der Einsatz des UHH-Logos transparent ist nur auf monochromen Hintergründen (also einfarbigen bzw. farbtoneinheitlichen Hintergründen) gestattet.

Auf wechselnden Untergründen (z.B. Fotos, Tapetenmuster, Comics, Hintergründen mit Schrift, usw.) ist der Einsatz des Logos nicht gestattet, da das Logo hier nicht mehr für sich genommen eigenständig wirken kann (es besteht die Gefahr, dass das Logo dadurch visuell in einen anderen Kontext gestellt oder gar kommentiert wird).



Der Freiraum um das Logo herum (Logo-Umraum) ergibt sich aus der Größe des roten Signet-Quadrats (Bildmarke). Bei einer Skalierung des Logos vergrößert oder verkleinert sich der Logo-Umraum dementsprechend jeweils mit.

Um das Logo wurde ein Schutz-Umraum festgelegt, in dem keine anderen Gestaltungselemente wie z. B. Schriften, Grafiken oder Bildelemente angeordnet werden dürfen. Der Umraum leitet sich aus der Höhe des roten Quadrates ab. Der Mindestabstand nach unten beträgt ein halbes Quadrat, zu allen übrigen Seiten ein ganzes Quadrat.

Um eine optimale Präsenz des Logos zu gewährleisten, darf der Logo-Umraum nicht unterschritten werden.

Bei der Verwendung eines Logos ist stets der Status einer „visuellen Unverletzlichkeit“ des universitären Signets sicherzustellen.

Angrenzende oder hinterlegte Bildelemente bzw. Layoutbestandteile dürfen das Logo in keinsten Weise „visuell kommentieren“ oder in andere Zusammenhänge stellen können. Die beabsichtigte Wirkung eines Logos/Markenzeichens entfaltet sich nur durch die fest vorgegebene grafische Raumaufteilung und die Unveränderlichkeit in der Anwendung.

Die Hausschrift der Universität Hamburg ist die **The Sans UHH**. Vier Schriftschnitte (The Sans UHH **Regular**, The Sans UHH **Bold**, The Sans UHH **Bold Kapitälchen** und The Sans UHH **Semilight Kapitälchen**) begleiten den grafischen Auftritt der Universität.

Für die Anwendung der neuen Schrift gilt:

Die The Sans UHH **Regular**, die The Sans UHH **Bold**, die The Sans UHH **Bold Kapitälchen** sowie The Sans UHH **Semilight Kapitälchen** sind als Schriftschnitte anwählbar.

Die Hausschrift der Universität Hamburg ist die The Sans UHH.
Es werden folgende Schriftschnitte verwendet:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

The Sans UHH Regular: Fließtext, Bildunterschriften, Text in der Marginalspalte,
lange Untertitel

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

The Sans UHH Bold: Texthervorhebungen, kurze Untertitel, Seitenzahlen

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

The Sans UHH Bold Kapitälchen: Titel, Überschriften, Zitate, Überschrift der
Wortmarken (Fakultät, Zentrum, etc.), Überschriften in der Marginalspalte

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Semilight Kapitälchen: Unterzeilen der Wortmarken (z.B. für Erziehungswis-
sensschaften), Absender (siehe Broschüren-Rückseite), Kapitelbezeichnungen,
besondere Formate, Tabellen, Auszeichnungen etc.

02 SCHRIFT

SCHRIFTGRÖSSEN PLAKATE/FLYER

Folgende Schriftgrößen gelten auf Plakatpublikationen sowie auf Flyern:

bis DIN A4:	Maximalgröße 33pt (27,5 pt ZAB)	Headlines
	Mindestgröße* 8,5 pt (12pt ZAB)	Fließtext
	Mindestgröße* 8,5pt (8,5pt ZAB)	Tabellen & Grafiken

*weiße Schrift auf farbigem Grund – hier muss die pt-Größe mindestens 0,5pt höher als der Mindestwert liegen.
Ausnahme: Tabellen

DIN A4:	Maximalgröße* 71pt (62pt ZAB)	kurze Überschriften
	Standardgröße 12pt (17pt ZAB)	Fließtext
	Mindestgröße 8pt (10pt ZAB)	Bildunterschriften

Hinweis:

Die Angaben für Din A4 beziehen sich nicht auf die Briefbögen/Geschäftskommunikation. Diese finden Sie auf Seite 15.

02 SCHRIFT

SCHRIFTGRÖSSEN PLAKATE

DIN A2:	Mindestgröße 125pt (118pt ZAB)	Überschrift
	Standardgröße 35pt (45pt ZAB)	Fließtext
	Mindestgröße 19pt (20pt ZAB)	Absender, Impressum

DIN A0: (wissenschaftliche Plakate)	Mindestgröße 135pt (118pt ZAB)	Überschrift
	Mindestgröße 22pt (28pt ZAB)	Fließtext
	Mindestgröße 18pt (26pt ZAB)	Bildunterschriften

DIN A1:	Mindestgröße 177pt (167pt ZAB)	Überschrift
	Mindestgröße 50pt (63pt ZAB)	Fließtext
	Mindestgröße 28pt (30pt ZAB)	Absender, Impressum

02 SCHRIFT

SCHRIFTGRÖSSEN BRIEFBÖGEN/ GESCHÄFTSKOMMUNIKATION

DIN A4:

Mindestgröße
11 pt

Überschrift

Standardgröße
11pt

Fließtext



Rot
CMYK 0/100/100/0
RGB: 226/0/26
HKS: 14
Pantone: 485C



Blau
CMYK 85/15/5/0
RGB: 0/156/209
HKS: 49
Pantone: 2995



Schwarz
CMYK 0/0/0/100
RGB: 0/0/0



Steingrau
CMYK 45/11/11/73
RGB: 59/81/91

Hinweis:

Der Blauton der Wortmarken hat abweichende Werte, weitere Informationen bitte s. S. 26.

Die Hauptfarben des Corporate Designs der Universität Hamburg sind **Rot** (CMYK 0/100/100/0) und **Blau** (CMYK 85/15/5/0)

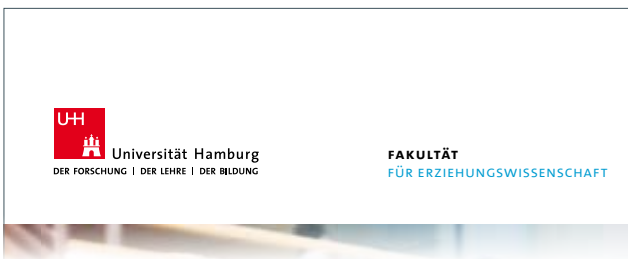
Diese leiten sich zum einen vom Rot des Uni-Logos ab, zum anderen soll das Blau die Nähe der Stadt Hamburg und damit die Nähe zum Wasser symbolisieren.

Das Blau transportiert ebenso Raum und Perspektive.

Schwarz wird für den Fließtext verwendet. Als Alternative kann das Steingrau verwendet werden.

Grundsätzlich haben Publikationen eine Rot-Blau-Teilung:
Die linke Seite ist rot-, die rechte Seite ist blaulastig.

Diese farbliche Ordnung wird von dem Zusammenspiel des Logos und der Wortmarke abgeleitet:



■ UHH-Logo und eine Wortmarke

Wichtig:

- Blau und Rot sollen subtil eingesetzt werden, nicht zu bunt: eher Designelemente wie Linien einfärben, keine ganzen Textpassagen.
- Gewichtung der beiden Farben muss gleich sein.



■ Falsch: ganze Absätze gefärbt, die Seite wirkt überladen



■ Richtig: dezente Akzente

03 FARBEN

FOTOS/VERLAUF

Fotos werden mit einem rot-blauen Verlauf versehen, um eine Einheitlichkeit zu erreichen

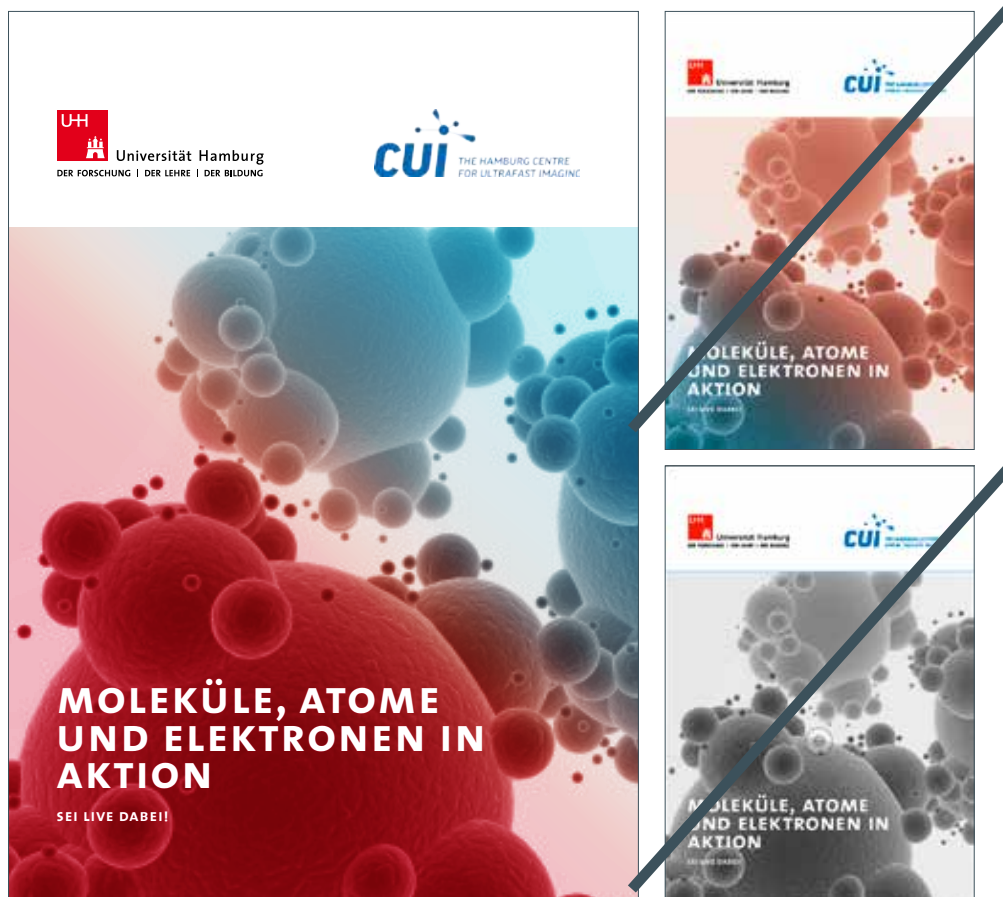
Der Verlauf ist wie folgt angelegt:

- immer von links-unten (rot) nach rechts-oben (blau)
- Übergangsbereich **in einer Linie mit UHH Logo**
- Einstellung „weiches Licht“ in Indesign
- Der Verlauf ist in 85%, 70% oder 55% anzulegen, je nachdem, ob das Foto einen intensiven oder schwachen Verlauf benötigt.

Wichtig:

- subtil einsetzen, nicht zu aufdringlich
- Coverbild immer eingefärbt
- Bild im Innenteil nur selten einfärben,

Beispiele:

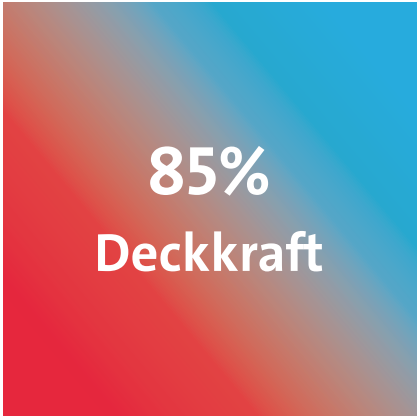


■ Beispiel für den richtigen Gebrauch des Verlaufes

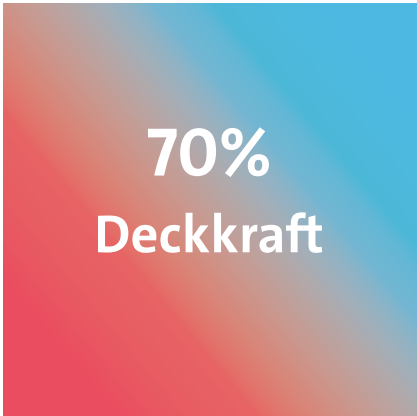
03 FARBEN

FOTOS/VERLAUF

Verlaufstärken:



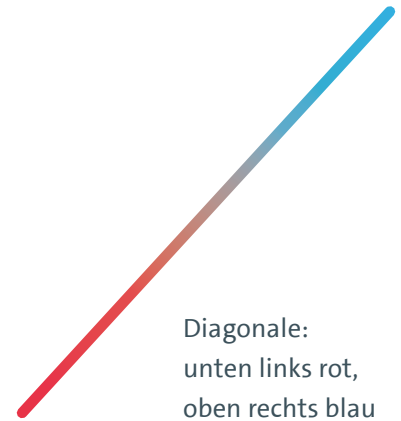
85%
Deckkraft



70%
Deckkraft



55%
Deckkraft



Beispiele für Verläufe im Innenteil:



Beispiele für Seiten ohne Verläufe :



- Der Verlauf auf Fotomotiven wird für Titelbilder und große Mood-Bilder innen angewendet, alle weiteren Bilder bleiben ohne Verlauf.
- Für jedes Bild muss ein eigener Verlauf verwendet werden, es darf keinen Einzelverlauf über mehrere Bilder geben.
- Handelt es sich um eine Abbildung einer konkreten Persönlichkeit (z.B. auch Walross Antje) wird auf den Verlauf verzichtet.

04 DESIGNELEMENTE

Folgende Designelemente können verwendet werden:

Linien:

- verlaufen immer waagrecht
- an einer Seite randabfallend
- sind immer entsprechend der Farbbregeln rot bzw. blau gefärbt

Ausnahme:

- Verläuft die Linie über eine ganze Doppelseite, kann sie auch mit dem typischen Farbverlauf eingefärbt werden. Wenn sie auf Farbflächen oder Fotos (z.B. Titel) stehen, sind sie weiß.

Zahlen, Quadrate, etc.:

- Übergroße Zahlen oder Quadrate können als Schmuckelemente verwendet werden.
- sind immer in der jeweiligen Seitenfarbe eingefärbt
- können aber auch in weiß auf einem Foto oder einer Farbfläche stehen
- sparsam einsetzen

Beispiele:

20
07



05 BILDER

TITELFOTO

Die richtige Auswahl der Titelbilder für Publikationen ist für die Corporate Identity des Layouts der Universität Hamburg von großer Bedeutung, um ein atmosphärisch positives Image zu transportieren.

Daher sollte das Foto oder der Fotoausschnitt für den Titel möglichst plakativ wirken. Es soll ruhige Flächen, und wenig visuelle Information enthalten, damit die Botschaft auf den ersten Blick erkennbar ist. Hierbei handelt es sich um sogenannte Mood-und Image-Bilder, welche eine positive Stimmung zeigen.

Beispiele:

geeignet:



ungeeignet:



05 BILDER

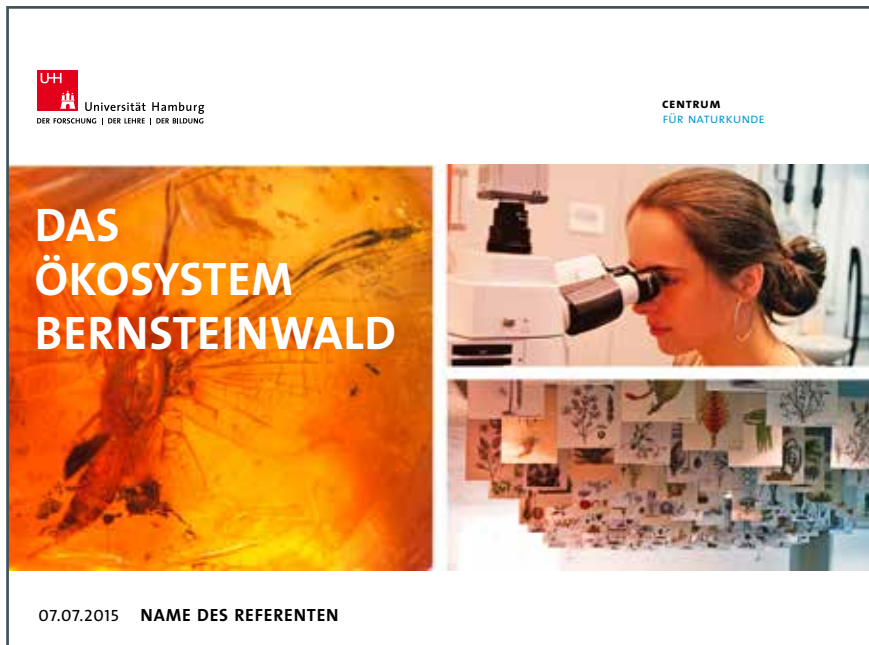
AUSNAHMEN: MEHRERE BILDER

Im Ausnahmefall, dass auf dem Titelbild mehrere Bilder untergebracht werden sollen, gilt es, eine Mischung aus verschiedenen Bildern zu finden.

z.B.: ein Detailbild (Nahaufnahme), ein emotionales Bild, ein weitwinkliges Bild.

Darunter muss ein ruhiges Bild abgebildet sein, auf dem die Schrift gut steht.

Für jedes Bild muss ein eigener Verlauf verwendet werden, es darf keinen Einzelverlauf über mehrere Bilder geben.



Beispiel Powerpointvorlage:
Variabilität in den Fotomotiven
sorgen für ein dynamisches Titelbild

Im Innenteil der Publikationen (Broschüren, Flyer), wo meist wissenschaftliche Themen abgehandelt oder erläutert werden, haben die Fotos keinen Verlauf. Allerdings wird der Verlauf für große Mood-Bilder innen angewendet.

Beispiele für die Verwendung von Fotos im Innenteil finden Sie auf S. 20

06 WORTMARKEN

ALLGEMEIN

Neben der Dachmarke UNIVERSITÄT HAMBURG wurden für Fakultäten und Zentren sowie einige andere Einrichtungen, die der Uni Hamburg zugehörig sind, **Wortmarken** entwickelt. Es gibt Ausnahmen, bei denen die Wortmarken nicht zum Einsatz kommen. Diese Ausnahmen können bei der Universität Hamburg, Abt. 2 - Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit, erfragt werden.

Die Wortmarken der Fakultäten können Sie **hier** downloaden. Weitere Wortmarken müssen in der Grafik der Abteilung **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** angefordert werden.

Die Wortmarken setzen sich aus einem oberen Teil („Fakultät“ oder „Zentrum“ in Schwarz) und einem unteren Teil zusammen, der die Spezifikation enthält (Blau). Aus Gründen der besseren Lesbarkeit enthält der Blauton der Wortmarken zusätzlich 20% Schwarz.

FAKULTÄT — TheSans UHH Bold Caps, schwarz
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK — TheSans UHH Semilight Caps, blau:
UND NATURWISSENSCHAFTEN — CMYK: 85, 15, 5, 20, RGB: 0/133/179

Beachten Sie, dass sich das Blau der Wortmarken von dem Blau der Gestaltungselemente unterscheidet. Das dunklere Blau wurde hier gewählt, um eine bessere Lesbarkeit zu garantieren.

Die Wortmarken auf den Publikationen stehen zumeist immer rechts neben oder unter der Dachmarke Uni Hamburg.

Folgende Markenkombinationen sind zugelassen:

Auf den Publikationen der Universität Hamburg sind folgende Möglichkeiten zugelassen:

- nur das UHH-Logo
- das UHH-Logo und eine Wortmarke (Fakultät oder Zentrum, oder beide übereinander)
- das UHH-Logo und eine Wortmarke (universitätsübergreifender Fall: z.B. Universitätskolleg)
- das UHH-Logo und ein Logo (zugelassenes Logo, wie z.B. CUI)

Dies wird auf den folgenden Seiten näher erläutert und veranschaulicht.

06 WORTMARKEN

AUF TITELN

Welche und wieviele Absender auf der Titelseite angegeben werden, ist folgendermaßen definiert:

DINlang-Formate



- Nur UHH-Logo

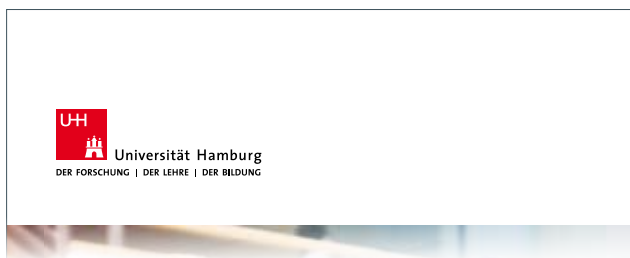


- UHH-Logo und eine Wortmarke (Fakultät oder Zentrum)

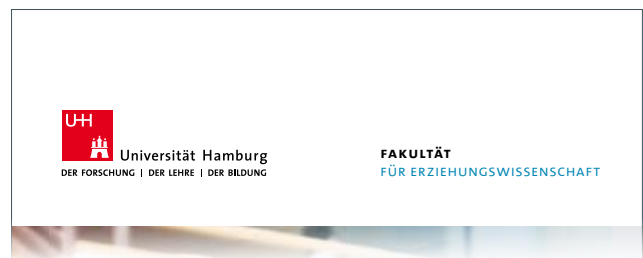


- UHH-Logo und eine Wortmarke (universitätsübergreifender Fall)

DIN A4-Formate



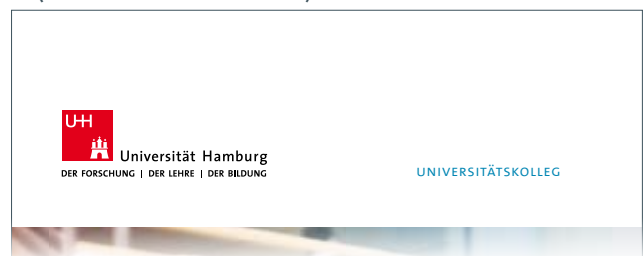
- Nur UHH-Logo



- UHH-Logo und eine Wortmarke (Fakultät oder Zentrum)



- UHH-Logo und zwei Wortmarken (eine Fakultät und ein Zentrum)



- UHH-Logo und eine Wortmarke (universitätsübergreifender Fall)

Graue Wortmarken

Neben dem Hauptabsender, den **blauen Wortmarken**, gibt es die **grauen Wortmarken**, welche in TheSans UHHSemilight Caps gesetzt sind. Mit diesen Wortmarken ist die Möglichkeit gegeben, weitere Absender anzugeben.

Die grauen Wortmarken sind nur zur Verwendung innerhalb der Absender-Hierarchie auf der Rückseite von Flyern und Broschüren, sowie im unteren Bereich auf Plakaten vorgesehen.

Die entsprechenden Stilvorlagen sind den Vorlagen zu entnehmen.

Plakate:



weitere Absender:

TheSans UHHSemilight Caps, steingrau:
45, 11, 11, 73

06 WORTMARKEN

WEITERE ABSENDER

Flyer:

Die grauen Wortmarken auf der Rückseite des Flyers ergänzen den „Haupt“-Absender, **die Wortmarke**, vorne auf der Titelseite. Dieser wird auf der Rückseite wiederholt und mit einem zusätzlichen Absender ergänzt. Es können mehrere Absender angegeben werden.



Die Absender/Wortmarken auf der Rückseite müssen eine hierarchische Ordnung haben.

Hier ein Beispiel:

FAKULTÄT
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN
FACHBEREICH PHYSIK
INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK
ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

Wortmarken-Formate auf der **Vorderseite** von **Briefbogen, Flyern, Broschüren**

DINlang-Formate und Briefbogen:

FAKULTÄT	_____	TheSans Bold Caps, 12pt (ZAB 13,5pt), 60 LW
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK UND NATURWISSENSCHAFTEN	_____	TheSans SemiLight Caps, 12pt (ZAB 13,5pt), 25 LW

DIN A4-Formate:

FAKULTÄT	_____	TheSans Bold Caps, 15pt (ZAB 16,5pt), 60 LW
FÜR ERZIEHUNGSWISSENSCHAFT	_____	TheSans SemiLight Caps, 15pt (ZAB 16,5pt), 25 LW
ZENTRUM		
FÜR LEHRERBILDUNG		
HAMBURG		

Wortmarken-Formate auf den **Rückseiten** von **Flyern und Broschüren**

DINlang-Formate

6,25 mm

FAKULTÄT

FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

schließt immer mit Text ab, linke Seite abfallend

TheSans Bold Caps, 8,5pt (ZAB 10pt), 60 LW

TheSans SemiLight Caps, 8,5pt (ZAB 10pt), 25 LW

steingrau

DIN A4-Formate

8,375 mm

FAKULTÄT

FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

TheSans Bold Caps, 15pt (ZAB 16,5pt), 60 LW

TheSans SemiLight Caps, 15pt
(ZAB 16,5pt), 25 LW

nach Hierarchien geordnet

Wortmarken-Formate im **oberen Bereich von Plakaten**

DIN A3-Formate, oberer Bereich:

FAKULTÄT ————— TheSans Bold Caps, 21 pt (ZAB 24 pt), 60 LW
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN

| TheSans SemiLight Caps, 21 pt (24 pt), 25 LW

DIN A2-Formate, oberer Bereich:

FAKULTÄT ————— TheSans Bold Caps, 31,7pt (ZAB 38,9pt), 60 LW
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN

| TheSans SemiLight Caps, 31,7pt (ZAB 34,9pt), 25 LW

Wortmarken-Formate im **oberen Bereich von Plakaten**

DIN A1-Formate oberer Bereich:

FAKULTÄT — TheSans Bold Caps, 37,7pt (ZAB 42pt), 60 LW
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN

TheSans SemiLight Caps, 37,7pt (ZAB 42pt), 25 LW

DIN A0- Formate oberer Bereich:

FAKULTÄT — TheSans Bold Caps, 53,3pt (ZAB 59,5pt), 60 LW
FÜR MATHEMATIK, INFOR
UND NATURWISSENSCHAFTEN

TheSans SemiLight Caps, 53,3pt (ZAB 59,5pt), 25 LW

Wortmarken im **unteren Bereich von Plakaten**.

Im unteren Bereich von Plakaten (vergl. Abbildung. S. 29) gibt es die Möglichkeit, weitere Absender aufzulisten.

Die Auflistung folgt einer Hierarchie: Der größte gemeinsame Nenner steht immer ganz oben. Der oben platzierte Absender/ Wortmarke wird nicht im unteren Bereich **nicht** wiederholt.

DIN A3-Formate

rechts abfallend

10 mm

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

TheSans SemiLight Caps, 14,2 pt (ZAB 15,3 pt), 25 LW

DIN A2-Formate

rechts abfallend

12 mm

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

TheSans SemiLight Caps, 20pt (ZAB 21,5pt), 25 LW

Wortmarken-Formate im **unteren Bereich von Plakaten**.

Die Wortmarke des Absenders aus dem oberen Bereich wird auf Plakaten im unteren Bereich nicht wiederholt.

DIN A1-Formate

14 mm

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

TheSans SemiLight Caps, 21,2pt (ZAB 23,7pt),

DIN A0-Formate

16 mm

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

TheSans SemiLight Caps, 30pt (ZAB 33,5pt),

Die Wortmarken der Fakultäten können Sie **hier** downloaden. Weitere Wortmarken werden bei Bedarf in der Grafik der Abteilung Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit erstellt.

06 WORTMARKEN

FAKULTÄTEN

Die Wortmarken der **Fakultäten**:

FAKULTÄT
FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFT

FAKULTÄT
FÜR ERZIEHUNGSWISSENSCHAFT

FAKULTAT
FÜR GEISTESWISSENSCHAFTEN

FAKULTAT
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN

FAKULTAT
FÜR PSYCHOLOGIE UND
BEWEGUNGSWISSENSCHAFT

FAKULTÄT
FÜR RECHTSWISSENSCHAFT

FAKULTÄT
FÜR WIRTSCHAFTS- UND
SOZIALWISSENSCHAFTEN

Wortmarkenbeispiele von Zentren und anderen Institutionen:

Die Wortmarken der Institutionen können in der Grafik der Abteilung **Kommunikation und Öffentlichkeit** angefordert werden.

CENTRUM
FÜR NATURKUNDE

HAMBURGER ZENTRUM
FÜR UNIVERSITÄRES
LEHREN UND LERNEN

SPRACHZENTRUM
DER UNIVERSITÄT
HAMBURG

ZENTRUM
FÜR INTERDISZIPLINÄRE
SUCHTFORSCHUNG

**INTERDISZIPLINÄRES
ZENTRUM**
FÜR INTERNATIONALES
FINANZ- UND STEUERWESEN

CENTRUM
FÜR ERDSYSTEMFORSCHUNG
UND NACHHALTIGKEIT

**CARL-FRIEDRICH VON
WEIZSÄCKER-ZENTRUM**
FÜR NATURWISSENSCHAFT
UND FRIEDENSFORSCHUNG

07 MEDIEN

TITEL/ALLGEMEIN

Hinweis: Vorlagen für diverse Publikationen stehen **hier** auf der Internetseite der Universität Hamburg zum Download bereit.



- Beispiel Plakat DIN A2, Flyer, Broschüre

1. Es wird ein ausdrucksstarkes, qualitativ-hochwertiges Foto (siehe auch S. 24) verwendet. Das Motiv steht repräsentativ für den übergeordneten Bereich, oder ein Thema. (Im Gegensatz zu den ggf. wissenschaftlichen Bildern oder Grafiken im Innenteil, die keinen Verlauf tragen.)
2. Das Foto wird mit dem UHH-Verlauf überlagert. Die Stärke des Verlaufs ist dem Bildmotiv anzupassen (siehe S. 18/19).
3. Das Fotomotiv sollte so gewählt werden, dass es möglich ist, den Titeltext darauf zu platzieren. Dieser soll gut lesbar sein. Es ist möglich, das Bild zu beschneiden oder zu spiegeln, um einen interessanteren Bildausschnitt zu erhalten.
4. Der Titeltext des Mediums steht in weiß auf dem Foto. Ist der Text auf dem Bild nicht optimal platzierbar, kann dieser unter dem Foto in grau platziert werden.
5. Der Text kann oben oder unten auf dem Foto stehen. Auch ist es möglich, den Text über (ausser auf Plakaten) oder unter das Foto auf weißem Hintergrund zu setzen.

wichtig: Um ein einheitliches Bild im Sinne des Corporate Designs zu bewahren, muss immer mindestens ein Gestaltungselement verwendet werden: Schrift auf Bildmotiv oder Farbverlauf auf Bild.

Es ist nicht erlaubt, den Text unterhalb eines Bildes ohne Farbverlauf zu setzen.
Dies gilt für alle Medien.

Imageplakat DIN A1, DIN A2, DIN A3:



Fachbezogen DIN A1, DIN A2, DIN A3:



Fachbezogen DIN A1, A2, A3 :

- Der längste Fakultätsname bestimmt die Achse für alle Fakultäten.
- Der Weißraum im unteren Bereich ist variabel und um halbe x-Höhen erweiterbar (= maximal 5x das Logoquadrat).
- Fakultät bzw. Zentrum werden im unteren Absenderbereich nicht wiederholt.

= x-Höhe / Logogröße

Titeltext außerhalb des Titelfotos, DIN A1, DIN A2, DIN A3:



Wie bei den Flyern ist es auch auf Plakaten möglich, den Titeltext unterhalb des Motivs, in einer weißen Fläche zu platzieren. Diese Variante sollte nur gewählt werden, wenn es nicht möglich ist, den Text in weiß, gut lesbar auf dem Titelmotiv zu platzieren. **wichtig:** Auch hier gilt: der Text darf nicht unterhalb eines Bildes ohne Verlauf platziert werden.

 = x-Höhe / Logogröße

Informationsplakat (mit viel Text und Bild) DIN A0:

1

1

U+H

Universität Hamburg

DER FORSCHUNG I DER LEHRE I DER BILDUNG

1

FAKULTÄT

FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK UND NATURWISSENSCHAFTEN

1/2

mindestens 2 x-Höhen

TEILCHENPHYSIK UND DETEKTORPHYSIK

DER LARGE-HADRON-COLLIDER AM CERN: DIE EXPERIMENTE ATLAS UND CMS

PROTON-PROTON-STREUUNG BEI HÖCHSTEN ENERGIEN

Entscheidende Fragestellungen der heutigen Elementarteilchenphysik:

- Verhalten des Standardmodells bei kleinsten Abständen
- Ursache der Massen der Teilchen
- Woraus besteht die dunkle Materie?
- Warum gibt es mehr Materie als Antimaterie?

Entdeckung des Higgs-Bosons

Nachweis des Higgs-Feldes theoretisch von großer Bedeutung

Existenz des Higgs-Bosons vorausgesetzt durch Mechanismus der elektroschwachen Symmetriebrechung

Erklärung der Teilchenmassen

Der LHC bietet ideale Voraussetzungen für eine Entdeckung:

- Höhe Schwerpunktsenergie (14 TeV)
- Höhe Ereignisraten

→ ca. 2 Millionen Higgs-Teilchen falls MH=140 GeV

Supersymmetrie (SUSY)

- SUSY stellt tiefen Zusammenhang her zwischen Materieteilchen (Fermionen, z.B. Elektronen) und Austauschteilchen (Bosonen, z.B. Photonen).
- Jedem Standardmodellteilchen wird ein supersymmetrisches Partnerteilchen zugeordnet.
- Durch SUSY Vereinheitlichung der drei Elementarkräfte (Starke, schwache, elektromagnetische Wechselwirkung) bei sehr hohen Energien ("10¹⁶ GeV") möglich für ein „gereinigtes“ Higgs-Boson (1 TeV).
- Natürliche Erklärung für die „wahre Symmetrie der Natur und auf der TeV-Skala realisiert ist, wenn CMS und ATLAS SUSY mit großer Wahrscheinlichkeit entdecken.“

Entwicklung von Detektoren für die Teilchenphysik

- Entwicklung von neuartigen Siliziumdetektoren für die nächste Generation von Experimenten
- Insbesondere stahlharte Sensoren für den Super-LHC

Mehr Informationen: cms.cern.ch www.atlas.ch

ASTROTEILCHENPHYSIK

KOSMISCHE GAMMA-STRahlung HÖCHSTER ENERGIEN

Weltweit empfindlichste Teleskope für Gamma-Energien 100 GeV – 100 TeV

Zahlreiche Entdeckungen zum relativistischen Universum:

- Supernova-Reste
- Mikro-Quasare
- Aktive Galaxienkerne
- Radio-Galaxien

Mehr Informationen: hess.de

1

2

3

4

1) Gamma-Strahlung vom Supernova-Rest, 2) High-Energy Stereoscopic System (H.E.S.S.) in Namibia.

HERA: DIE EXPERIMENTE ZEUS UND H1

ELEKTRON-PROTON-STREUUNG UND DIE STARKE KRAFT

Beschleuniger und Detektoren

- HERA-Ringbeschleuniger: Elektron-Proton-Kollisionen
- Messung der Kollisionsprodukte („Leptonreaktion“) mit den Detektoren H1 und ZEUS; Ziel: präzise Vermessung der Struktur des Protons
- Beschreibung dieser Struktur im Rahmen der Quantenchromodynamik (QCD) – wie geht das?
- Bedeutung für Proton-Proton-Kollisionen bei LHC
- HERA Betrieb bis Juni 2007, finale Auswertung auf Hochtour.

Elektron-Proton-Kollisionen

- Elektron-Proton-Kollision in ZEUS, (rechts) und theoretischer Vorstellung (links).
- Deutlich zu erkennen: gestreutes Elektron. Aufschluss über Kinetik/Dynamik.
- Elektron schlägt Quark aus dem Proton heraus → Bündel von Spuren („Jet“), im Detektor „Proton-Test“ fliegt geradeaus weiter.

Die starke Kraft

- Zusammenfall von Quarks und Gluonen im Proton durch „starke Kraft“ mit abstandsabhängiger Kopplung α_s.
- Das gemessene „Laufen“ von α_s als Funktion des Abstands gut von Theorie beschrieben.
- „Confinement“ → es gibt keine freien Quarks oder Gluonen, nur gebundene Zustände (z.B. Proton).

Die Struktur des Protons

- Partonverteilungsfunktionen (pdf, „Wahrscheinlichkeit“, Quark oder Gluon mit einem Bruchteil x des Protonimpulses zu finden).
- Neue Messung der Partonverteilungen für Gluonen (vgl. Sequenqs 1-5) und up-, down-Valenzquarks (jeu und adu).

Mehr Informationen: www.zeus.de www.h1.de

1

2

3

4

5

1) Messung der Kollisionsprodukte („Leptonreaktion“) mit den Detektoren H1, 2) Elektron-Proton-Kollision in ZEUS und 3) in theoretischer Vorstellung, 4) Aufbau der kosmischen Strahlung in CMS (Oktober 2008), 5) Einfließen des Silizium-Spurdetektors in CMS, 6) Der ATLAS-Toroid-Magnet, 7) Super-LHC-Sensoren

INTERNATIONAL LINEAR COLLIDER

Die Elektron-Proton-Kollisionen am Linear Collider werden eine einzigartige Plattform der Untersuchung neuer Physik an der Teraskala ermöglichen. Dies dient zum Entschlüsseln der Rolle der elektroschwachen Symmetriebrechung und der Dunklen Materie.

- größter Elektron-Proton-Linearbeschleuniger
- 500 GeV Schwerpunktsenergie, erweiterbar auf 1 TeV
- ca. 40 km Länge
- sehr hohe Kollisionsrate
- supraleitende Technologie
- erster Strahl: 2027 (geplant)

Neue Detekortechnologien mit nie vorher erreichter Messgenauigkeit werden für den ILC benötigt. Prototypen werden bereits jetzt gebaut und an Teststrahlen gemessen.

Mehr Informationen: www.linearcollider.org

1

2

3

4

1) Detektor, 2) Geplanter Elektron-Proton-Linearbeschleuniger, 3) Strahlentunnel, 4) Strahlentunnel

FAKULTÄT

FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK UND NATURWISSENSCHAFTEN

FACHBEREICH PHYSIK

INSTITUT FÜR EXPERIMENTALPHYSIK

ARBEITSGRUPPE TEILCHENPHYSIK

31/2

www.mini.uni-hamburg.de

1/2

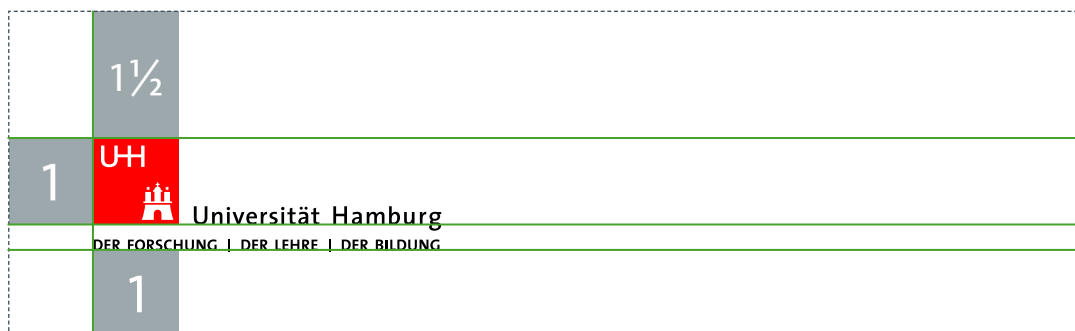
= x-Höhe

- mehrere Fotos zu einem Thema gebündelt platzieren
- rechter, unterer Raum dient als erweiterte Absenderfläche

Seite 42

Definition des Weißraums und die Positionierung der Elemente

Plakat
DIN A1, A2:



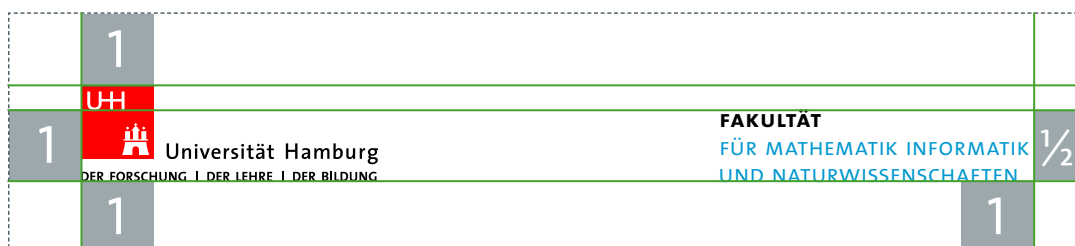
Mindestabstand

Plakat
DIN A1, A2:
Fakultät



Ebenso bei Plakat Din A1 und A0.

Plakat DIN A3:



Bei A0 gilt dasselbe wie bei DIN A1, DIN A2, ausgenommen es handelt sich dabei um ein Informationsplakat mit viel Text und Bild (vergl. S. 43)

Flyer DIN lang, 6-Seitig, **Wickelfalz**: Titeltext **unten**

Titeltext auf Foto:



Titeltext unter Foto:



= x-Höhe

- Der Titel kann flexibel in der Höhe gesetzt werden. (Mindestabstand zum Rand 1 x-Höhe)
- Die Fakultätsmarke sowie das Logo richtet sich an 1/2 x-Höhe über dem Titelbild aus.

Flyer DIN lang, 6-Seitig, Wickelfalz: Titeltext unten, Innenseiten

Titeltext auf Foto unten:



hier Vorlagen downloaden

Titeltext unter Foto:



hier Vorlagen downloaden

Flyer DIN lang, 6-Seitig, Wickelfalz: Titeltext unten, Innenseiten mit mehreren Bildern

Titeltext auf Foto:



**FAKULTÄT
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN**

**SCHREIBEN SIE
HIER EINE
ÜBERSCHRIFT!**

SUBHEADLINE

HERVORHEBUNG/UNTERSCHRIFTEN IM TEXT
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

HERVORHEBUNG/UNTERSCHRIFTEN IM TEXT
Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pretium quis, sem.

**FAKULTÄT
FÜR MATHEMATIK, INFORMATIK
UND NATURWISSENSCHAFTEN
FACHBEREICH PHYSIK**

KONTAKT UND ANSPRECHPARTNER
Universität Hamburg
Fakultät für Mathematik, Informatik
und Naturwissenschaften
Fachbereich Informatik
Mühlenstrasse 30
22527 Hamburg
www.vorname@uni-hamburg.de
DR. WOLFGANG MUSTERMANN
Studentenberatung Informatik
muster@informatik.uni-hamburg.de

VERBODEN:
Mittwoch, 9.00 – 12.30 Uhr
in Klausur & Exam 300

JAN VON MUSTERMANN
Ansprechpartner bei Fragen zur
Bewerbung
muster@informatik.uni-hamburg.de
Tel. (040) 4 24 89 - 22 01



**HIER STEHT
EINE HEADLINE**

HIER STEHT EINE SUBHEADLINE



**SCHREIBEN SIE
HIER EINE
ÜBERSCHRIFT!**

SUBHEADLINE

HERVORHEBUNG/UNTERSCHRIFTEN IM TEXT
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fongilla vel, aliquet nec, vulgatae eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo.

SUBHEADLINE

Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, ut amet adipiscing sem neque and ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, lacinia pulvinar, tortor. Sed ut eliam.

SUBHEADLINE

Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, ut amet adipiscing sem neque and ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, lacinia pulvinar.

**HIER KANN EINE LANGE
ODER EINE KURZE ÜBER-
SCHRIFT STEHEN**

SUBHEADLINE

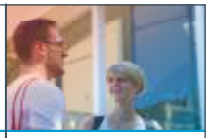
Hier steht die Headline. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate dui. Aenean leo ligula porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, fongilla a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet.

SUBHEADLINE

Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, ut amet adipiscing sem neque and ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, lacinia pulvinar, tortor. Sed ut eliam.

SUBHEADLINE

Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, ut amet adipiscing sem neque and ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, lacinia pulvinar.



ZWEITE SUBHEADLINE

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fongilla vel, aliquet nec, vulgatae eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo.

DRITTE SUBHEADLINE

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fongilla vel, aliquet nec, vulgatae eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo.

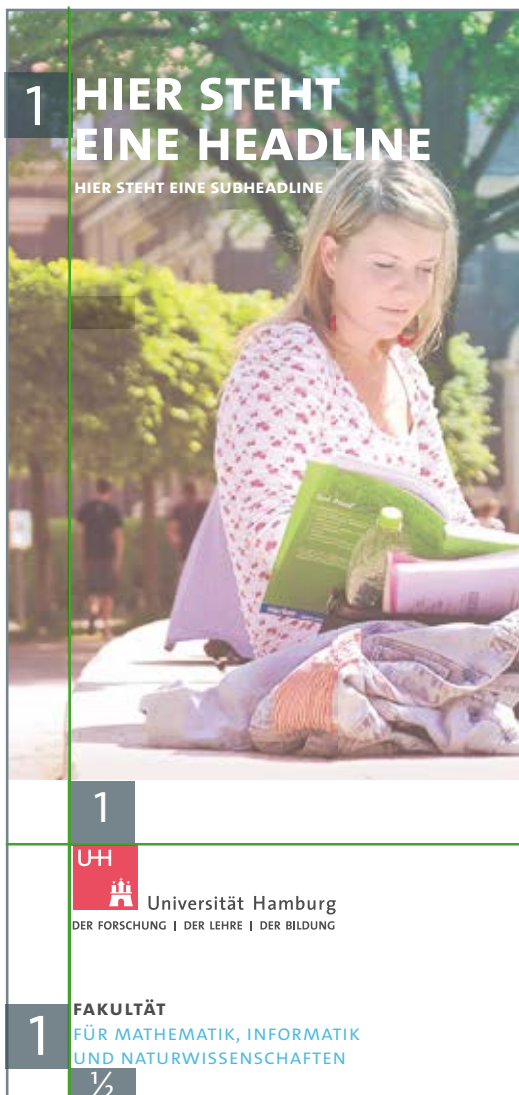
HIER STEHT EINE VIERTE SUBHEADLINE

Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, ut amet adipiscing sem neque and ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, lacinia pulvinar.

hier Vorlagen downloaden

Flyer DIN lang, 6-Seitig, Wickelfalz: Titeltext **oben** (eignet sich für Flyer-/ Prospektständer)

Titeltext auf Foto:



- Flyer, die in einem Flyerständer platziert werden, haben das UHH-Logo und ggf. Wortmarke oder Logo unterhalb des Titelbildes.
- Die Abstände zur Titelschrift zum linken und oberen Rand sind wie in den Beispielen zu sehen festgelegt.
- Sollte das UHH-Logo der einzige Absender des Flyers sein, wird der Weißraum in seiner Höhe entsprechend verkleinert.



= x-Höhe

Flyer DIN lang, 6-Seitig, Wickelfalz: Titeltext **oben** (eignet sich für Flyer-/ Prospektständer), Innenseiten

Titeltext auf Foto oben:



hier Vorlagen downloaden

Titeltext über Foto:



hier Vorlagen downloaden

Es besteht die Möglichkeit aus den Flyerinnenseiten eine nachhaltige Variante zu erstellen. In diesem Fall kann der Hintergrund in rot und blau gelöscht werden. Die Schrift sollte dann in schwarz gesetzt werden. Auf nicht-farbigem Hintergrund ist die **Schriftgröße 0,5 Punkt** kleiner.

07 MEDIEN FLYER/WICKEFALZ/AUSNAHME

Flyer DIN lang, 6-Seitig, Wickelfalz: Titel ohne Verlauf

Sollte es nicht möglich sein, das Titelbild einzufärben, da es sich z. B. um ein historisches Bild oder ein bestimmtes Kunstwerk handelt, dessen Farben nicht geändert werden dürfen, ist es möglich, keinen Farbverlauf auf das Bild zu setzen. Dies ist jedoch nur in Ausnahmefällen gestattet.



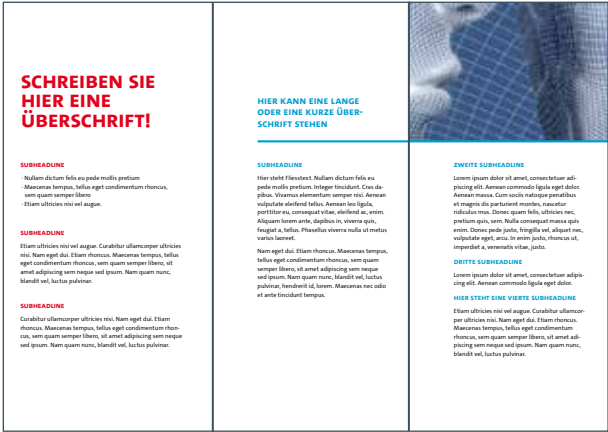
wichtig: Um ein einheitliches Bild im Sinne des Corporate Designs zu bewahren, muss immer mindestens ein Gestaltungselement verwendet werden: Schrift auf Bildmotiv oder Farbverlauf auf Bild.

Es ist nicht erlaubt, den Text unterhalb eines Bildes ohne Farbverlauf zu setzen. Dies gilt für alle Medien.

= x-Höhe

07 MEDIEN FLYER/WICKELFALZ/AUSNAHME

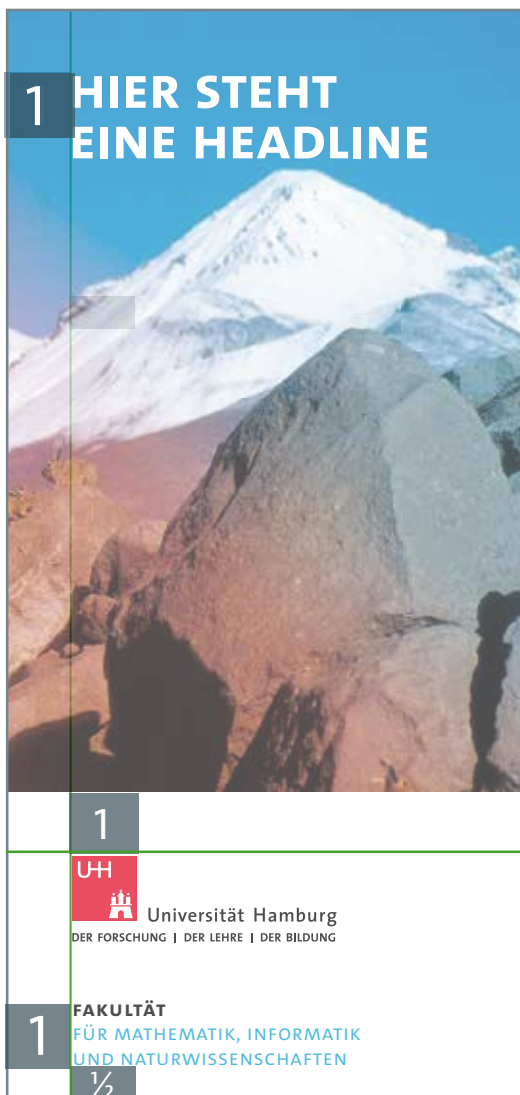
Flyer DIN lang, 6-Seitig, Wickelfalz: Titel ohne Verlauf, Innenseiten



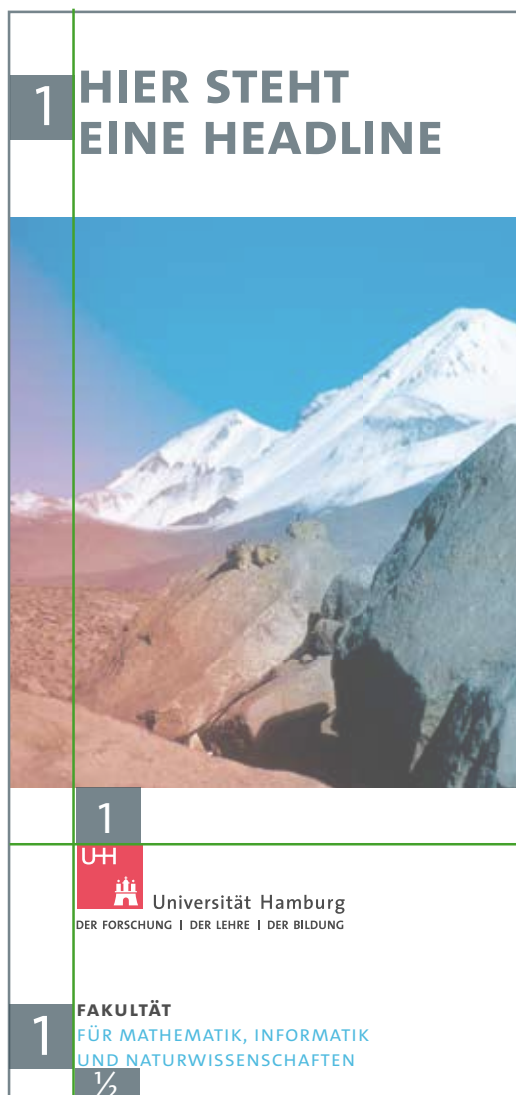
hier Vorlagen downloaden

Flyer DIN lang, 8-Seitig, **Fensterfalz**: Titeltext **oben** (eignet sich für Flyer-/ Prospektständer)

Titeltext auf Foto oben:



Titeltext über Foto:

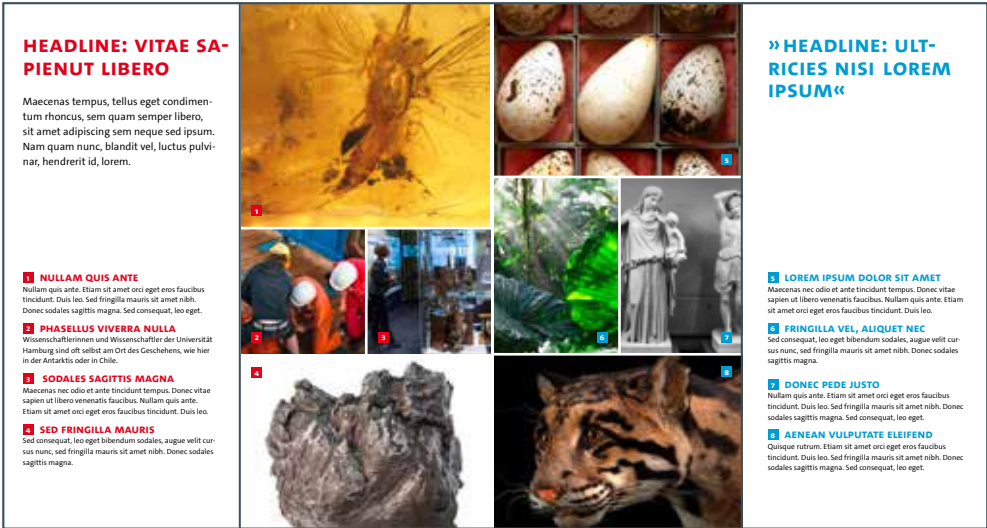


- Flyer, die in einem Flyerständer platziert werden, haben das UHH-Logo und ggf. Wortmarke oder Logo unterhalb des Titelbildes.
- Die Abstände zur Titelschrift zum linken und oberen Rand sind wie in den Beispielen zu sehen festgelegt.
- Sollte das UHH-Logo der einzige Absender des Flyers sein, wird der Weißraum in seiner Höhe entsprechend verkleinert.

 = x-Höhe

Flyer DIN lang, 8-Seitig, Fensterfalz: Titeltext oben, Innenseiten

Titeltext auf Foto oben:



hier Vorlagen downloaden

Flyer DIN lang, 8-Seitig, Fensterfalz: Titeltext über Foto oben, Innenseiten

Titeltext über Foto:

SUBHEADLINE: DOLOR SIT AMET

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt.

Phraglia vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt.

Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium.

Integer tincidunt:
Information: Tel +49 40 - 428 16 440, außerhalb der Öffnungszeiten +49 40 - 428 16 583

Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam ut amet occi eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna.



**CENTRUM
FÜR NATURKUNDE**
ZENTRALSTELLE FÜR WISSEN-
SCHAFTLICHE SAMMLUNGEN
DER UNIVERSITÄT HAMBURG

Prof. Dr. Rosemarie Mustermann
Telefon +49 40 - 42838333
rosemarie.mustermann@uni-hamburg.de
www.uni-hamburg.de/museum

**HIER STEHT
EINE HEADLINE**



**SUBHEADLINE: NULLA UT METUS VARI-
US LAOREET**

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium.

Integer tincidunt.

Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi.

Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus.

Phasellus viverra nulla ut metus.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id.

Duis leo.

Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus.

Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate.

Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim.

Nullam dictum felis eu pede mollis pretium.

Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus.

Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim.

Nullam dictum felis eu pede mollis pretium.

Aenean imperdiet.

Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit.

Sed fringilla mauris sit amet nibh.

**HEADLINE: VITAE
SAPIEN UT LIBERO**

Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem.

1 NULLAM QUIS ANTE
Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget.

2 PHASELLUS VIVERRA NULLA
Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Universität Hamburg sind oft selbst am Ort des Geschehens, wie hier in der Antarktis oder in Chile.

3 SODALES SAGITTIS MAGNA
Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam ut amet occi eget eros faucibus tincidunt. Duis leo.

4 SED FRINGILLA MAURIS
Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna.



**»HEADLINE: LAM-
CORPER ULTRICIES
NISI«**

1 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET
Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam ut amet occi eget eros faucibus tincidunt. Duis leo.

2 FRINGILLA VEL, ALIQUET NEC
Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna.

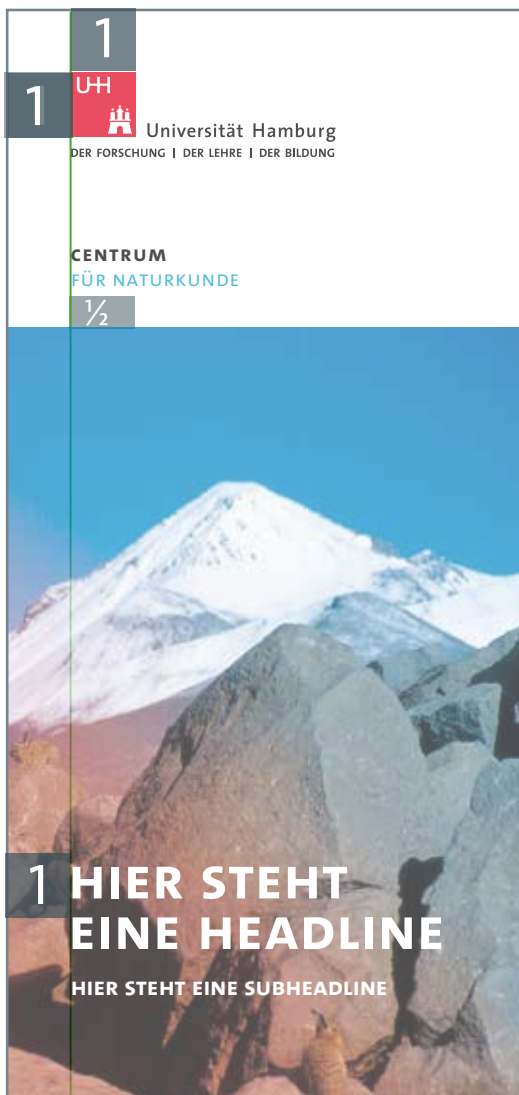
3 DONEC PEDE JUSTO
Nullam quis ante. Etiam ut amet occi eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget.

4 AENEAN VULPUTATE ELEIFEND
Quisque rutrum. Etiam ut amet occi eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget.

hier Vorlagen downloaden

Flyer DIN lang, 8-Seitig, Fensterfalz: Titeltext unten

Titeltext auf Foto unten:



Titeltext unter Foto unten:

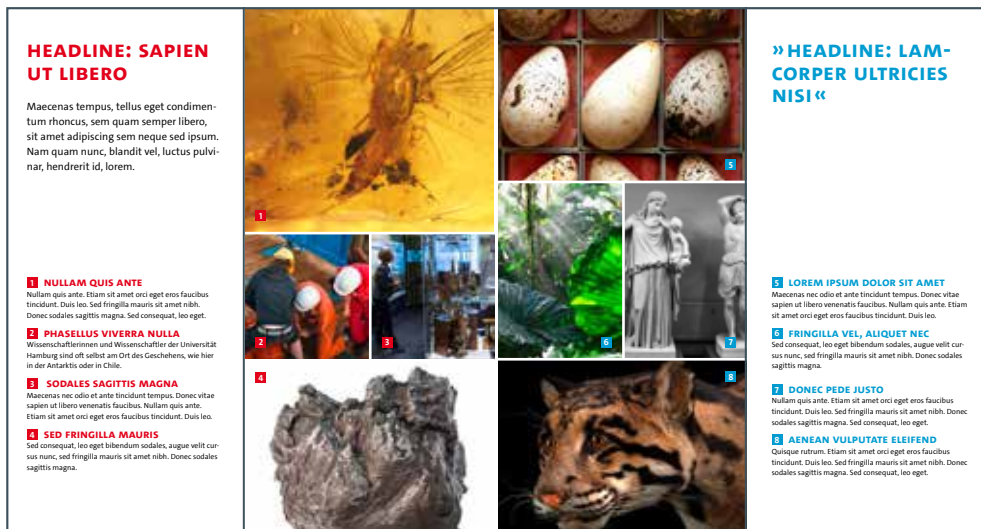


- Die Abstände zur Titelschrift zum linken und oberen Rand sind wie in den Beispielen zu sehen festgelegt.
- Sollte das UHH-Logo der einzige Absender des Flyers sein, wird der Weißraum in seiner Höhe entsprechend verkleinert.

 = x-Höhe

Flyer DIN lang, 8-Seitig, Fensterfalz: Titeltext unten auf Foto, Innenseiten

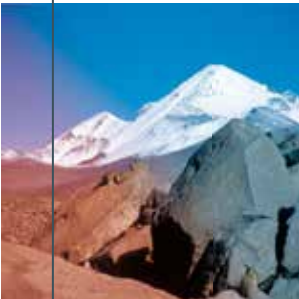
Titeltext auf Foto unten:



hier Vorlagen downloaden

Flyer DIN lang, 8-Seitig, Fensterfalz: Titeltext unter Foto

Titeltext auf Foto unten:

SUBHEADLINE: DOLOR SIT AMET Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt: Information: Tel: +49 40 - 428 16 440, außerhalb der Öffnungszeiten: +49 40 - 428 16 583 Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam ut amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna.	 CENTRUM FÜR NATURKUNDE ZENTRALSTELLE FÜR WISSENSCHAFTLICHE SAMMLUNGEN DER UNIVERSITÄT HAMBURG	 Universität Hamburg DER FORSCHUNG DER LEHRE DER ERZUGUNG CENTRUM FÜR NATURKUNDE  HIER STEHT EINE HEADLINE HIER STEHT EINE SUBHEADLINE	SUBHEADLINE: NULLA UT METUS VARI- US LAOREET Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Phasellus viverra nulla ut metus. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id. Duis leo. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Aenean imperdiet. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit. Sed fringilla mauris sit amet nibh.
---	---	--	---

HEADLINE: SAPIEN UT LIBERO Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. 1 NULLAM QUIS ANTE Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget. 2 PHASELLUS VIVERRA NULLA Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Universität Hamburg sind oft selbst am Ort des Geschehens, wie hier in der Antarktis oder in Chile. 3 SODALES SAGITTIS MAGNA Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam ut amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. 4 SED FRINGILLA MAURIS Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna.	       	» HEADLINE: LAM- CORPER ULTRICIES NISI « 5 LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. 6 FRINGILLA VEL, ALIQUET NEC Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. 7 DONEC PEDE JUSTO Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget. 8 AENEAN VULPUTATE ELEIFEND Quisque rutrum. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget.
--	---	---

hier Vorlagen downloaden

07 MEDIEN FLYER/TITEL/LOGOPLATZIERUNG

Definition des Weißraums und die Positionierung der Elemente

DINlang Flyer
(Variante)
Fakultät:



DINlang Flyer
(Variante)
Logo:



DINlang Flyer
(Variante)
Logo:



Din A4-Broschüre mit Fakultätswortmarke:

Din A4-Broschüre mit Logo:



Broschüren:

- Der Titel kann flexibel in der Höhe gesetzt werden (Mindestabstand zum Rand 1 x-Höhe)
- Die Fakultätsmarke richtet sich an 1 x-Höhe über dem Titelbild aus.
- Der längste Fakultätsname bestimmt die Achse für alle Fakultäten.

 = x-Höhe

Definition des Weißraums und die Positionierung der Elemente

DIN A4:

	2		
1	 Universität Hamburg DER FORSCHUNG DER LEHRE DER BILDUNG		1/2
	1		

DIN A4
Fakultät:

	2		
1	 Universität Hamburg DER FORSCHUNG DER LEHRE DER BILDUNG	FAKULTÄT FÜR ERZIEHUNGSWISSENSCHAFT ZENTRUM FÜR LEHRERBILDUNG HAMBURG	1/2
	1		

Mindestabstand

DIN A4
Logo:

	2		
1	 Universität Hamburg DER FORSCHUNG DER LEHRE DER BILDUNG	 CUi THE HAMBURG CENTRE FOR ULTRAFAST IMAGING	1
	1		

rechts ausgerichtet

Graustufen-Foto



Farbfoto



Titel ausserhalb des Titelbildes



Sollte es nicht möglich sein, das Titelbild einzufärben, da es sich z. B. um ein historisches Bild oder ein bestimmtes Kunstwerk handelt, dessen Farben nicht geändert werden dürfen, ist es möglich, statt des Farbverlaufs zwei horizontale Linien in das Bild ragen zu lassen. Position, Farbe und Stärke der Linien sind dabei festgelegt und lassen sich aus der Vorlage entnehmen.

Ist es nicht möglich, die Titelschrift auf dem Titelbild zu platzieren, ist es möglich, den Titel in einem zusätzlichen Weißraum unterhalb des Bildes zu platzieren.

wichtig: Um ein einheitliches Bild im Sinne des Corporate Designs zu bewahren, muss immer mindestens ein Gestaltungselement verwendet werden: Schrift auf Bildmotiv oder Farbverlauf auf Bild.

Es ist nicht erlaubt, den Text unterhalb eines Bildes ohne Farbverlauf zu setzen. Dies gilt für alle Medien.



= x-Höhe / Logogröße

Hier finden Sie Vorlagen für Broschüren. Informationen zu Satzspiegel, Zeilenabstand sowie Vorgaben für Absätze usw. sind darin enthalten.

UNIVERSITÄT HAMBURG

GRUSSWORT

1919

Am 10. Mai wurde parlamentarisch entschieden. Die „Hamburgische Universität“ wird feierlich eröffnet.



LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

„Der Forschung – Der Lehre – Der Bildung“. Eingegossen über dem Hauptportal der Universität Hamburg, muss diese Aufgabe der Universität immer wieder erinnert, neu interpretiert und vor allem umgesetzt werden. Wie kann die Universität Bildung ermöglichen? Das ist eine ebenso wichtige Frage wie die nach der Struktur der Studiengänge oder der Finanzierung großer Forschungsvorhaben.

Dabei geht es um den Menschen, die Bildung souveräner Persönlichkeiten und damit auch darum, wie sich das Individuum zur Gesellschaft stellt, wo sein Platz sein kann und wie es die Gemeinschaft mitgestalten kann. Geleitet von dem Gedanken der Nachhaltigkeit, der sich als Leitlinie über die Bereiche Forschung, Lehre, Bildung und Organisation weilt, wollen wir uns an der Universität Hamburg dafür einsetzen, dass die jungen Menschen, die bei uns studieren, mehr lernen können als es nur bestehende Curricula vorsehen.

Einen ersten Eindruck über die Geschichte der Universität Hamburg, ihre Forschungsspitze, ihr Studiengangsbild und darüber hinaus ihre Bedeutung für die Stadt Hamburg gibt Ihnen diese Broschüre. Viel Freude und Einsicht bei der Lektüre!

Prof. Dr. Dieter Lenzen, Universitätspräsident

UNIVERSITÄT HAMBURG

HEUTE UND DAMALS

100

JAHRE JUBILÄUM IM BLICK:

1919

Die Universität Hamburg wird gegründet.

Die erste Sitzung des Senats wird am 10. Mai 1919 abgehalten.

1933

Die Universität Hamburg wird von den Nationalsozialisten geschlossen.

Die ersten Studenten werden in die Universität aufgenommen.

1967

Die Universität Hamburg wird von der Bundesregierung als eine der ersten Universitäten in Deutschland anerkannt.

Die ersten Professoren werden ernannt.

2013

Die Universität Hamburg feiert ihr 100-jähriges Jubiläum.

Die ersten Studenten werden in die Universität aufgenommen.

BEZÜHRTE DER UNIVERSITÄT HAMBURG

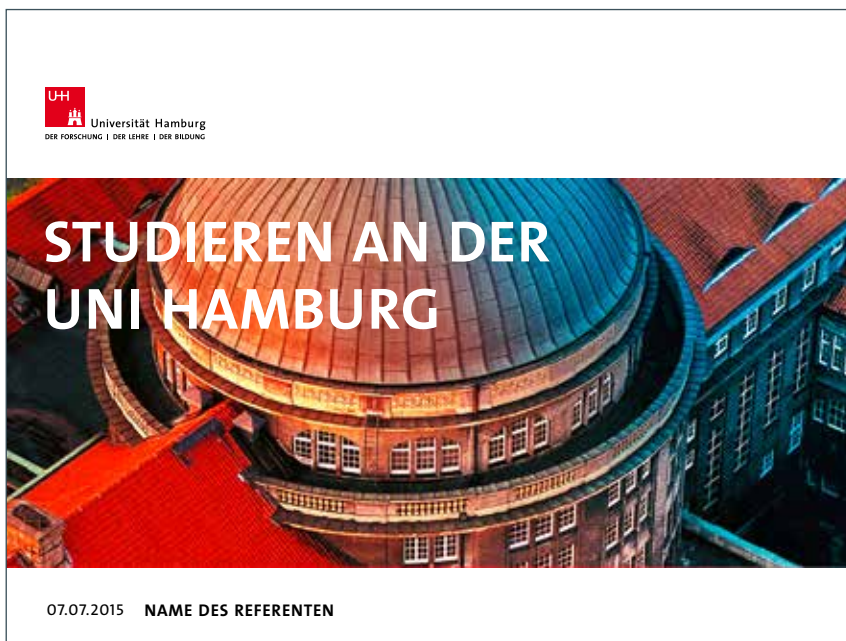
Aquibus, sandem dictum capitulum ab inversione velibus estibus, to venia que intelligit



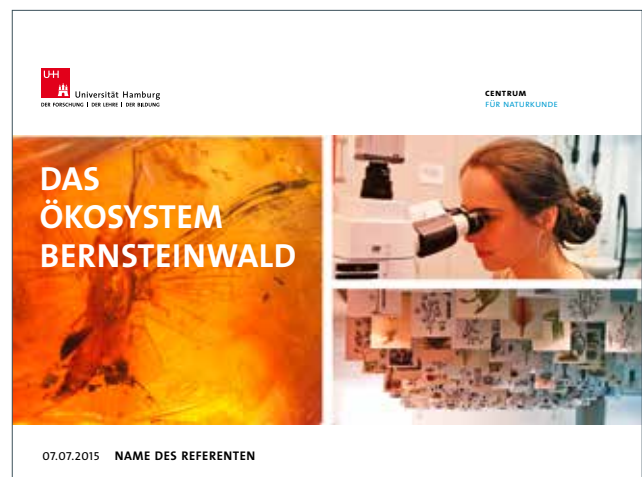
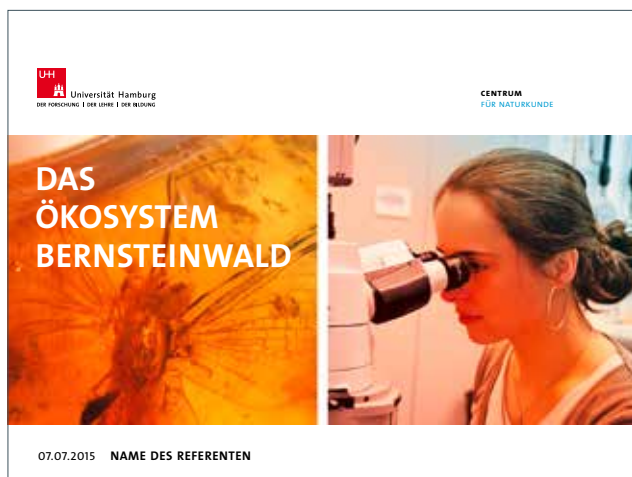
Der zentrale Campus und die Verwaltung der Universität befinden sich im Hamburger Zentrum in der Nähe der Alster. Weitere bedeutende Wissenschaftszentren liegen außerhalb des Campus, wie die Medizinische Fakultät am Universitätsklinikum Hamburg Eppendorf (UKE), das Biozentrum mit Botanischem Garten in Klein Flottbek, die Sternwarte in Bergedorf und die Physikalischen Institute in Bahrenfeld auf dem Gelände des Deutschen Elektronen-Synchrotrons DESY.

Powerpointfolien können Sie **hier** downloaden.

Standard: 1 Bild auf Startseite



In Ausnahmefällen können 2 oder 3 Bilder auf dem Titel verwendet werden.
Siehe auch S. 25



 Universität Hamburg DER FORSCHUNG DER LEHRE DER BILDUNG	FAKULTÄT FÜR BETRIEBSWIRTSCHAFT
UHH - Fakultät Iura - Rothenbaumchaussee 33 - 20148 Hamburg	Prof. Dr. iur. Max Mustermeier Fakultät für Rechtswissenschaft ggf. Funktionsbezeichnung Einrichtung 1. Zeile ggf. Einrichtung 2. Zeile ggf. Einrichtung 3. Zeile Straße, Hausnummer ggf. Etage bzw. Raumnummer PLZ, Ort Tel. +49 40 42838-xxxx Fax +49 40 42838-xxxx vorname.name@uni-hamburg.de www.uni-hamburg.de
Herrn/Frau Maxi Mustermensch Beispieltitel Beispielstraße 8 20146 Hamburg Per E-Mail/im Hause	
13.01.2016 AZ	
Betreff	
Sehr geehrte Frau Muster, dies ist der universitäre Briefbogen; hierin wird die Haus-Schrift „TheSans UHH“ (serifenlose Thesis-Schrift der Universität Hamburg) in der Schriftgröße 11 Punkt verwendet. Passen Sie bitte Ihre Absenderangaben mithilfe der nachfolgenden Anleitung an: Ändern Sie zunächst die Absender-Kurzadresse (links oben). Diese enthält für den Postrücksendungsfall lediglich die Angaben: Straße, Ort und Fakultät/Einrichtung. Tragen Sie bitte dort Ihre eigenen Angaben dem Beispiel entsprechend ein. Bearbeiten Sie anschließend Ihre ausführlichen Absender- und Kontaktdaten (am rechten Rand). Hierzu öffnen sie die „Kopfzeile“ des Dokuments per Doppelklick auf das Logo, und tragen Sie dann Ihre Absenderdaten ein. Neben den normalen „Zeilenumbrüchen“ können Sie dabei auch „Textabsätze“ als Zeilentrennung benutzen. Verwenden Sie bitte für einen „Zeilenumbruch“ die Tastenkombination „Shift“ (⇧) + „Return“ (↵). Ein bloßes „Return“ (↵) erzeugt dagegen immer einen neuen „Textabsatz“ mit dem größeren Zeilenabstand einer zusätzlichen halben Leerzeile. Um den Kopfzeilen-Bereich danach wieder zu verlassen, klicken Sie bitte rechts oben auf „Kopf- und Fußzeile schließen“ oder drücken dreimal die „ESC“-Taste. Löschen Sie bitte abschließend diesen Beispiel-Text nach „Sehr geehrte“ wieder vollständig heraus und speichern das Dokument dann als Ihre persönliche Briefvorlage ab: „Speichern unter“ ⇒ „Dateiname: <i>nach Ihren Vorgaben</i>“, „Dateityp: Word-Vorlage (*.dotx)“, und Ihre neue Briefvorlage ist fertig.	

TheSans Bold Caps, 12pt (ZAB 13,5pt), 60 LW
 TheSans SemiLight Caps, 12pt (ZAB 13,5pt), 25 LW

Die Wortmarke orientiert sich an der Unterseite des Logos.
 Sie können die Briefvorlagen **hier** downloaden.