

**DAS
KLEINE
DESIGN
HAND
BUCH**

**U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T**

**AUF
GE
RÄUMT**

Vorwort

Die Universität Kassel präsentiert sich als moderne, vielfältige und an gesellschaftlichen Fragestellungen orientierte Hochschule. Im Kern ist sie durch ihr unverwechselbares typografisches Logo und die markante Hausfarbe als Organisation erkennbar.

Um den visuellen Auftritt mit mehr Klarheit zu stärken und sich noch geschlossener als Universität Kassel zu positionieren, unterziehen wir das Corporate Design einer Nachjustierung und Konkretisierung.

Ein professionelles Erscheinungsbild zeigt gesundes Selbstbewusstsein und erzeugt beim Adressaten Vertrauen in die Qualität unseres Tuns in Forschung, Lehre und Wissenstransfer. Im fünften Jahrzehnt des Bestehens festigen wir die Marke Universität Kassel und positionieren uns mit einer abgestimmten Gestaltung eindeutig.

In der Vielfalt und Konkurrenz akademischer Institutionen ist die Universität Kassel so überregional wiedererkennbar und sichtbar.

Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Universität Kassel
Mai 2015

**EIN
BILD
AUS
BUCH
STABEN**

Logo

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

U N I K A S S E L

Das Logo der Universität Kassel ist das zentrale Corporate Design Merkmal der Hochschule.

Es ist ein aus Buchstaben konstruiertes Bild und darf nur als solches verwendet werden; eine Nachbildung als Schriftzug mit der Textverarbeitung ist nicht möglich, Ergänzungen und Erweiterungen sind nicht erlaubt.

Verwendung:

- Standardform in der Außendarstellung, Kurzform in der internen Verwendung
- Farbig oder schwarz oder weiß
- bevorzugt 9,7 x 51 mm oder 5,9 x 30,7 mm (wie hier), nicht kleiner als 2,9 x 15,3 mm
- Schutzraum (Breite von „UN“ nach links und rechts, halb soviel nach oben und unten)
- Position oben links (optional leicht zur Mitte versetzt) oder unten rechts; immer auf weiß oder hellen Tönen – in schwarz oder weiß auf Fotos

**NAH
DRAN**

Uniübergreifende Institutionen und Fachbereiche

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T
B I B L I O T H E K

U N I K A S S E L | M A T H E M A T I K
V E R S I T Ä T | U N D
N A T U R
W I S S E N S C H A F T E N

Für Institutionen, die hochschulübergreifend agieren, und durch die Verwendung eines Logos eine eigene Identität rechtfertigen können, gibt es die Variante des angegliederten Logos. Dieses Logo tritt dann an die Stelle des „einfachen“ Universitätslogos.

Für die Fachbereiche der Universität gibt es ebenfalls eine feste Form. Diese Form nimmt das Universitätslogo in einer reduzierteren Variante auf.

Daneben gibt es die begrenzte Möglichkeit, weitere Logos zur Außendarstellung einzelner Einrichtungen, Projekte, Forschungsverbünde, Dienste und Unter-einheiten der Universität einzusetzen. Von Zweit-Logos soll allerdings nur im Einzelfall und nach Prüfung einer unbedingten Notwendigkeit eines eigenen Marken-auftritts Gebrauch gemacht werden.

**MIT
SCHRIFT
ZEICHEN
SETZEN**

Typografie

normal

kursiv

fett

fett und kursiv

schmal

schmal und fett

Die Hausschrift der Universität ist die Univers. Aus ihr ist das Logo gesetzt und sie sollte möglichst für alle Texte verwendet werden. In den meisten Fällen gibt es keine Notwendigkeit, in einem typografischen Kontext mehrere Schriftarten zu verwenden. Die unterschiedlichen Schnitte bieten genügend Abwechslung.

Ersatzschrift ist die Arial.

FARB SPIELE

Farben

Die rote Hausfarbe der Universität Kassel (HKS 28) ist neben dem Logo das zentrale Erkennungsmerkmal der Universität und sollte in diesem Sinne bewusst eingesetzt werden.



Zusätzlich zu HKS 28 gibt es zwei Abwandlungen der Hausfarbe sowie drei ergänzende Grautöne.



Als weitere Ergänzung gibt es fünf weitere Farben. Eine Aufrasterung in 40% ist möglich.



**EINER
LINIE
FOL
GEN**

Gestaltungselement

Dem Gestaltungselement wohnt eine gewisse Flexibilität inne, was für ein lebhaftes und erneuerbares Erscheinungsbild sorgt. Es gibt ein paar Grundregeln, die für die Wiedererkennbarkeit sorgen.

Der Einsatz der variablen Linie ist optional.

- Es muss immer mindestens eine Ecke, eine horizontale und eine vertikale Linienstrecke zu sehen sein.
- Die Linien enden nie offen, sondern gehen immer in den Anschnitt.
- Es werden keine Logos oder Textbausteine neben Linienanfänge bzw. -enden gestellt.
- Die Linien gehen nie über die Typografie und nicht in den Schutzraum des Logos.

Die Winkel betragen immer 90° und die Linienteile sind immer parallel zu den Seitenrändern.

**INS
BILD
RÜ
CKEN**

Bildsprache



Im Mittelpunkt steht hierbei der Campus mit seinen Alltagssituationen. Bewusst werden Motive und Räumlichkeiten gezeigt, die einen hohen Wiedererkennungswert bei Studierenden und Beschäftigten der Hochschule erzielen.

Zentrale Orte, besondere Blickwinkel, ruhige Lern- und Arbeitssituationen, reduzierte Motivwahl sowie eine leichte, dezente und helle Farbstimmung sind die Merkmale der neu aufzubauenden Bildwelt.

Die Bilder stehen bevorzugt im Anschnitt und in großzügigen Formaten.

NOCH FRAGEN ?

gestaltung@uni-kassel.de
www.uni-kassel.de/go/gestaltung

