

**Das  
Erscheinungsbild  
der  
Universität  
Kassel  
Appendix 01  
Die  
Fachbereiche**

Das  
Erscheinungsbild  
der  
Universität  
Kassel

## **Appendix 01**

### **Die Fachbereiche**

## **Impressum**

Herausgeber  
Universität Kassel,  
Der Präsident  
34109 Kassel

Redaktion  
Stabsstelle Kommunikation,  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Beate Hentschel (Leitung),  
Christine Mandel

Gestaltung Logo  
Ott+Stein

Gestaltung Markenarchitektur  
Prof. Bernard Stein und Studierende

Gestaltung Fachbereich-Anwendungen  
Machbar GmbH

Gestaltung Handbuch  
Christian Rudewig

Druck  
Druckerei Grunewald

Stand  
November 2015

Das überarbeitete Erscheinungsbild der Universität Kassel wurde mit dem neuen Handbuch ausführlich dargestellt und eingeführt.

Erstmals erhalten auch die Fachbereiche als Kerneinrichtungen für Forschung und Lehre abgestimmte Logos, die den eindeutigen Bezug zum Uni-Kassel-Schriftzug herstellen. Diese Dachmarkenstrategie soll die Universität Kassel vor allem auch überregional als Einheit erkennbar machen.

In diesem Appendix zum Handbuch wird die Eigenständigkeit der Fachbereiche nun ausführlich gezeigt und erklärt.

4	Markenarchitektur
6	Fachbereich-Logos
10	Grundlagen
12	Fachbereich-Briefpapier
16	Fachbereich-Visitenkarte
18	Fachbereich-Publikationen
26	Hilfe

# Markenarchitektur

Das Logo der Universität Kassel ist das zentrale Corporate-Design-Merkmal der Hochschule. Aufgrund der zentralen Bedeutung für die Markenpflege der Universität ist eine einheitliche Darstellung zwingend notwendig.

Für bestimmte Bereiche und Organisationsstrukturen der Universität leiten sich Wortmarken von dem Universitäts-Logo ab.

Für die Fachbereiche der Universität gibt es ebenfalls eine feste Form. Diese Form nimmt das Universitäts-Logo in einer reduzierten Variante auf.

Innerhalb der Fachbereiche führen Institute und Fachgebiete häufig eigene Logos. Diese sind als Zweitlogos so zu behandeln, wie auf den Seiten 12ff des CD-Handbuches ausgeführt und stehen hierarchisch nicht gleichwertig neben dem Universitäts-Logo oder dem Fachbereichs-Logo. Das Führen von Fachgebiets-Logos ist zwar nicht untersagt, soll in der Markenarchitektur der Universität zukünftig zugunsten der Sichtbarkeit der Gesamtuniversität zurückstehen.

Sämtliche Logos sind aus Buchstaben konstruierte Bilder. Sie dürfen nur als solche verwendet werden; eine Nachbildung als Schriftzug mit Mitteln der Textverarbeitung ist nicht möglich und muss daher unterbleiben.

# U N I K A S S E L V E R S I T Ä T

## Uni-übergreifend

U N I K A S S E L  
V E R S I T Ä T  
e C A M P U S

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

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  
V E R S I T Ä T  
G R A D U I E R T E N  
A K A D E M I E

U N I K A S S E L  
V E R S I T Ä T  
I T S E R V I C E

## Fachbereiche

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

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

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

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

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

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

U N I K A S S E L  
V E R S I T Ä T | Ö K O L O G I S C H E  
A G R A R  
W I S S E N S C H A F T E N

U N I K A S S E L  
V E R S I T Ä T | B A U I N G E N I E U R  
U N D  
U M W E L T  
I N G E N I E U R W E S E N

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

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

# Fachbereich-Logos

Die für die Fachbereich-Logos geltenden Regeln entsprechen denen des Universitätslogos.

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

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

## Fachbereiche

Die Universität Kassel führt im Rahmen dieser Markenarchitektur neben dem Logo der Universität verbindliche Logos für die zehn Fachbereiche ein, die die eindeutige Zugehörigkeit dieser Fachbereiche zur Universität Kassel optisch zum Ausdruck bringen. Die von Prof. Bernard Stein konzipierten Logos setzen die vollständigen Fachbereichsnamen in der Univers-Schrift neben das Universitäts-Logo, das farbig oder optional in Graustufen erscheint. Die Verbindung wird durch einen horizontal verlaufenden Strich in der Länge von vier Zeilen in der Hausfarbe verdeutlicht.

U N I K A S S E L | Ö K O L O G I S C H E  
V E R S I T Ä T | A G R A R  
W I S S E N S C H A F T E N

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

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

U N I K A S S E L | B A U I N G E N I E U R  
V E R S I T Ä T | U N D  
U M W E L T  
I N G E N I E U R W E S E N

## Die Farbigkeit

Neben der farbigen Version,  
die bevorzugt zu verwenden  
ist, ist auch die Darstellung  
als schwarze oder weiße  
Variante möglich.

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

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

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

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

## Internationaler Einsatz

Für den internationalen Einsatz können die Fachbereich-Logos auch in einer englischen Variante verwendet werden. Das Universitätslogo als Eigen- und Markenname gibt es nur in einer deutschen Fassung. Sie bleibt auch im internationalen Kontext bestehen.



## Der Schutzraum

Rund um das Logo besteht ein fest definierter Schutzraum, der nicht durch andere Elemente gestört werden darf. Der vertikale Abstand gleicht der Breite von „UN“ (bezeichnet 2x), der horizontale die Hälfte davon (x).



## Die Größe

Da die verschiedenen Fachbereich-Logos aufgrund der unterschiedlichen Längen unterschiedliche Maße haben, bezieht sich die Ausgangsgröße 100 % auf den Teil des normalen Universitätslogos (51 x 9,7 mm).

Eingesetzt werden vorrangig die Größen 85 %, 57 % und 48 %.

# Grundlagen

**HKS 28 + K30**  
CMYK 20|100|40|30  
RGB 154|12|70

**HKS 28**  
CMYK 20|100|40|0  
RGB 199|16|92

**HKS 28 20%**  
CMYK 4|20|8|0  
RGB 243|216|221

**K80**  
CMYK 0|0|0|80  
RGB 87|87|87

**K50**  
CMYK 0|0|0|50  
RGB 157|157|157

**K20**  
CMYK 0|0|0|20  
RGB 218|218|218

**Dunkelgrün**  
CMYK 87|50|84|61  
RGB 21|56|36

**Hellblau**  
CMYK 65|25|0|10  
RGB 80|149|200

**Goldgelb**  
CMYK 0|20|60|10  
RGB 234|195|114

**Gelbgrün**  
CMYK 31|0|96|0  
RGB 196|210|15

**Hellgrün**  
CMYK 65|0|45|10  
RGB 74|172|150

**Farbe**  
Neben der Hausfarbe HKS 28 gibt es zwei Abstufungen sowie drei Grautöne. Als weitere Ergänzung können fünf zusätzliche Farben eingesetzt werden. Eine Aufrasterung in 40% ist möglich.

### Schrift

Die Hausschrift der Universität ist die Univers. Aus ihr ist das Logo gesetzt und sie sollte verwendet werden für alle Texte, die mit dem Logo direkt in Verbindung stehen. Ersatzschrift an Arbeitsplätzen, an denen die Univers nicht zur Verfügung steht, ist die Arial.

**Univers 55 Regular**

*Univers 56 Regular kursiv*

**Univers 65 Bold**

*Univers 66 Bold kursiv*

**Univers 57 Condensed**

**Univers 67 Bold Condensed**

**Arial Regular**

*Arial kursiv*

**Arial bold**

### Bildsprache

Im Mittelpunkt stehen hierbei die Fachbereiche mit ihren Alltagssituationen. Bewusst werden Motive und Räumlichkeiten gezeigt, die einen hohen Wiedererkennungswert bei Studierenden und Beschäftigten der Hochschule erzielen. Die Bilder stehen bevorzugt im Anschnitt und in großzügigen Formaten.



### Gestaltungselement Linie

Der Linie wohnt eine gewisse Flexibilität inne, ihr Einsatz ist optional.

Es muss immer mindestens eine Ecke, eine horizontale und eine vertikale Linienstrecke zu sehen sein.

Die Linien 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 sind parallel zu den Seitenrändern.

# Fachbereich-Briefpapier

Das Briefpapier der Fachbereiche ist vom übergeordneten Briefpapier der Universität Kassel abgeleitet.

Um der flexiblen Länge und Höhe der unterschiedlichen Fachbereich-Logos Rechnung zu tragen, werden diese in skaliert Form (85%) verwendet.

Um auch 4-zeiligen Logos genügend Weißraum zu geben, wird die erste Zeile der Bezeichnung der Abteilung / des Fachbereichs / des Instituts o. Ä. auf die Grundlinie der Fenster-Adresszeile nach unten versetzt.

Instituts- oder Fachgebiets-Logos werden auf der ersten Seite in der Fußzeile rechtsbündig eingesetzt. Hierbei ist auf eine dem Gesamterscheinungsbild zuträgliche Größe zu achten.

Alle anderen Gestaltungselemente werden entsprechend dem übergeordneten Briefpapier der Universität Kassel eingesetzt.

Universität Kassel · 34109 Kassel

Manfred Mustermann  
Musterstraße 19  
34117 Kassel

**Prof. Dr. Manuel Mustermann**  
**Institut / Fachgebiet**

Universität Kassel  
Straße  
PLZ Ort

Bearbeitung: Prof. Dr. Manuel Mustermann  
manuel.mustermann@uni-kassel.de  
Telefon +49 561 804 XXXX  
Fax +49 561 804 XXXX

---

#### **Dies ist die kurze Betreffzeile**

02.09.2015  
Seite 1 von 1

Sehr geehrte Damen und Herren,

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog.

Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus. Quod erat demonstrandum. Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden. Nichteinhaltung wird mit bis zu 245 € oder 368 \$ bestraft. Genauso wichtig in sind mittlerweile auch Âçcëñtë, die in neueren Schriften aber fast immer enthalten sind.

Ein wichtiges aber schwierig zu integrierendes Feld sind OpenType-Funktionalitäten. Je nach Software und Voreinstellungen können eingebaute Kapitälchen, Kerning oder Ligaturen (sehr pfiffig) nicht richtig dargestellt werden. Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen.

Mit freundlichen Grüßen

Fußzeile  
für weitere Informationen  
mit maximal drei Zeilen

zum Beispiel Webseiten  
des Fachbereichs  
oder Fachgebiets

# UNI KASSEL HUMAN VERSITÄT WISSENSCHAFTEN

Logo, Größe 85%

Univers 65, 9,5 pt / 15 pt

Universität Kassel · 34109 Kassel

Univers 55, 7 pt

**Prof. Dr. Manuel Mustermann**

**Institut / Fachgebiet**

Manfred Mustermann

Musterstraße 19

34117 Kassel

Univers 55, 9,5 pt / 15 pt

Universität Kassel

S  
P

Univers 55, 7 pt / 10 pt

Bearbeitung: Prof. Dr. Manuel Mustermann

manuel.mustermann@uni-kassel.de

Telefon +49 561 804 XXXX

Fax +49 561 804 XXXX

Dies ist die kurze Betreffszeile

Univers 65, 9,5 pt / 15 pt

02.09.2015

Seite 1 von 1

Univers 55, 7 pt / 10 pt

Sehr geehrte Damen und Herren,

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog.

Univers 55, 9,5 pt / 15 pt

Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus. Quod erat demonstrandum. Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden. Nichteinhaltung wird mit bis zu 245 € oder 368 \$ bestraft. Genauso wichtig in sind mittlerweile auch Âçcèntë, die in neueren Schriften aber fast immer enthalten sind.

Ein wichtiges aber schwierig zu integrierendes Feld sind OpenType-Funktionalitäten. Je nach Software und Voreinstellungen können eingebaute Kapitälchen, Kerning oder Ligaturen (sehr pfiffig) nicht richtig dargestellt werden. Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen.

Mit freundlichen Grüßen

Hier kann ein Instituts- oder Fachgebiet-Logo (möglichst in schwarz/weiß rechtsbündig eingepasst werden).

Hier kann die Fachbereichs- oder Institutsadresse stehen.

53 mm

40 mm

Fußzeile  
für weitere Informationen  
mit maximal drei Zeilen

Univers 55, 7 pt / 10 pt

zum Beispiel Webseiten  
des Fachbereichs  
oder Fachgebiets

25 mm

10,75 mm

23,5 mm

23,5 mm

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog. Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus. Quod erat demonstrandum. Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden. Nichteinhaltung wird mit bis zu 245 € oder 368 \$ bestraft. Genauso wichtig in sind mittlerweile auch Äccèntë, die in neueren Schriften aber fast immer enthalten sind. Ein wichtiges aber schwierig zu integrierendes Feld sind OpenType-Funktionalitäten. Je nach Software und Voreinstellungen können eingebaute Kapitälchen, Kerning oder Ligaturen (sehr pfiffig) nicht richtig dargestellt werden. Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog. Oft werden in Typoblindtexte auch fremdsprachige Satzteile eingebaut (AVAIL® and Wefox™ are testing aussi la Kerning), um die Wirkung in anderen Sprachen zu testen. In Lateinisch sieht zum Beispiel fast jede Schrift gut aus. Quod erat demonstrandum. Seit 1975 fehlen in den meisten Testtexten die Zahlen, weswegen nach TypoGb. 204 § ab dem Jahr 2034 Zahlen in 86 der Texte zur Pflicht werden.

13,5 mm

53 mm

Mit freundlichen Grüßen



23,5 mm

# Fachbereich-Visitenkarte

Je nach Einsatz oder persönlicher Entscheidung können Sie Visitenkarten nur mit dem Uni-Logo oder Visitenkarten mit Fachbereich-Logo erstellen. Im ersten Fall beachten Sie die Angaben im CD-Handbuch S. 42ff. Im zweiten Fall die folgenden Angaben:

Sämtliche Elemente der Visitenkarte stehen linksbündig.

Der persönliche Text beginnt immer auf der Fußzeile und bietet somit nach oben Raum für unterschiedlich viele Angaben.

Die Informationen stehen linksbündig mit der Fachbereichsbezeichnung im Logo. Name und Funktion nehmen die gleiche Schriftgröße ein, die weiteren Informationen werden in einer kleineren Schriftgröße gesetzt. Somit ist es möglich, auch längere Informationen unterzubringen.

Es gilt folgende Reihenfolge:

Name

Abteilung / Institut / etc.

Leerzeile

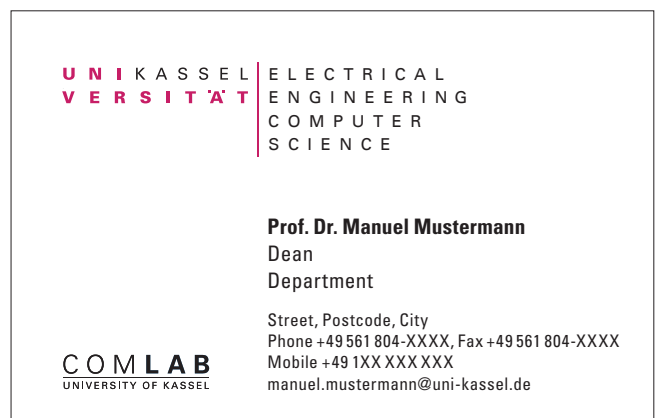
Adresse

Telefon, Fax

Mobil

Mail

weitere Angaben bei Bedarf.



Visitenkarte 85 x 55 mm  
Visitenkarte 85 x 55 mm Englisch  
Abbildung in 100%



Die Fachbereich-  
Visitenkarten sind immer  
im Querformat, da nur so  
das Fachbereich-Logo  
untergebracht werden kann.



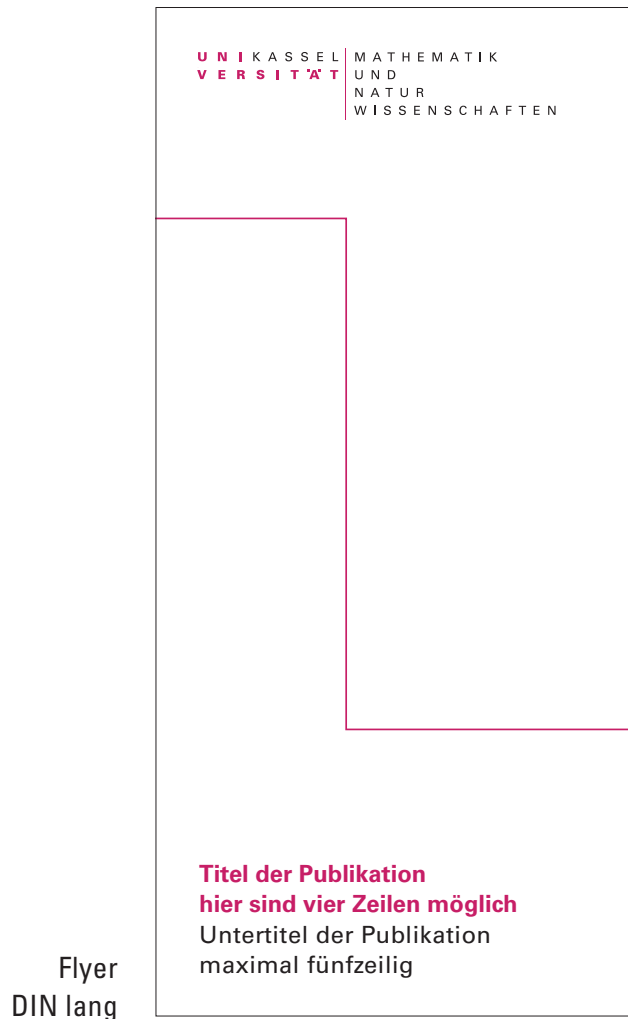
↑ Von diesen Stellen aus läuft der Text nach oben.

# Fachbereich-Publikationen

Bei Publikationen wird das Fachbereich-Logo oben links eingesetzt. So wird garantiert, dass die Bezeichnung „Universität Kassel“ immer an einer festen Position steht und nach rechts und unten genügend Raum für die Bezeichnung der Fachbereiche bleibt, auch wenn diese länger oder höher sind.

Für die Titel der Publikationen der Universität gibt es ein Baukastensystem.

- Einheitlicher Logostand und Logogröße
- Einheitlicher Stand der Typografie (Ausnahme Roll-Up)
- Einsatz von Bildern und Farbflächen möglich
- Weißraum, Bilder und Farbflächen können kombiniert werden.
- Der Einsatz des Gestaltungselements „Linie“ ist optional





**Titel der Publikation**  
**maximal dreizeilig**  
Untertitel der Publikation  
maximal vierzeilig

**Titel des Roll-ups**  
**maximal vierzeilig**  
Untertitel des Roll-ups  
maximal fünfzeilig

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen.

Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves um Schriften zu testen.

Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Broschürentitel  
DIN A4

Roll-up  
800 x 2000 mm

13,5 mm

### Logo

Alle Formate außer DIN Lang verwenden  
die gleiche Logogröße: Standardgröße 85%.

Farbigkeit: Auf weißer Fläche und hellen

Farben in Farbe; auf allen anderen

Untergründen steht es als rein schwarze

oder rein weiße Version (je nach Kontrast).

Ausnahme: Setzt man es in einen weißen

Rahmen in der Größe seines Schutzraumes,

kann es auf allen Hintergründen stehen.

### Kopf-, Fuß- und Seitenstege

gelten für die folgenden Formate:

DIN A4

DIN A5

Quadrat 210 x 210

130 x 260 mm

**Titel der Publikation**  
**maximal dreizeilig**

Univers 65 Bold, 22 pt / 28 pt

**Untertitel der Publikation**  
**maximal dreizeilig**

Univers 55 Roman, 22 pt / 28 pt

### Instituts- oder Fachgebiets-Logo

Farbigkeit:

Es wird die rein schwarze

oder rein weiße Version

genutzt (je nach Kontrast).

28 mm

58 mm

13,5 mm

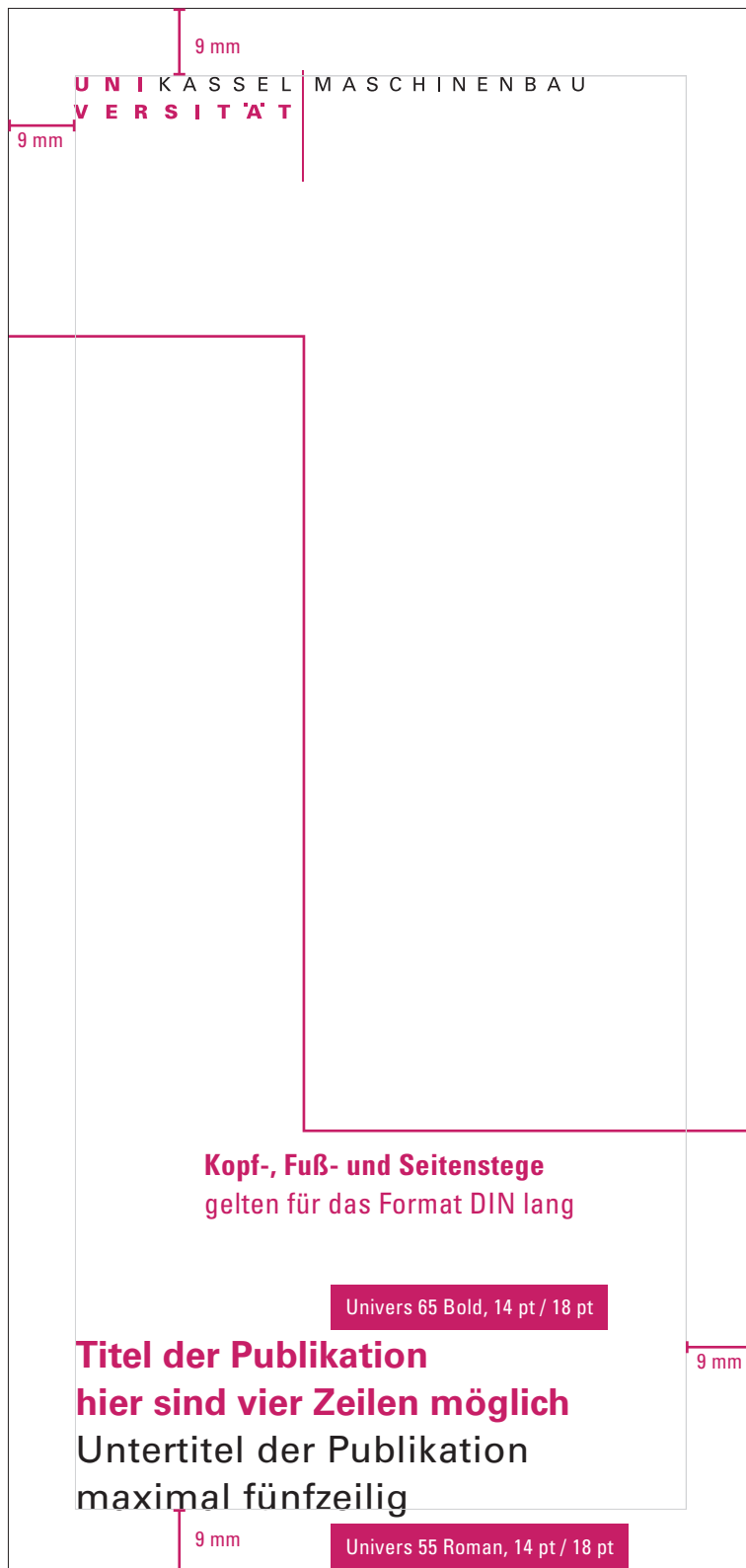
13,5 mm

**Die optionale Kopffläche**  
ist für alle Formate gleich hoch: 90 mm  
Sie kann als Farbe weiß oder eine der CD-Farben haben

Die untere Fläche kann sowohl weiß  
sein, eine Farbe oder aber ein Bild  
erhalten.

**Titel der Publikation**  
**maximal dreizeilig**  
Untertitel der Publikation  
maximal vierzeilig





## Logo

Für DIN Lang gilt die Logogröße 57 %.

Farbigkeit: Auf weißer Fläche und hellen Farben in Farbe; auf allen anderen Untergründen steht es als rein schwarze oder rein weiße Version (je nach Kontrast).

Ausnahme: Setzt man es in einen weißen Rahmen in der Größe seines Schutzraumes, kann es auf allen Hintergründen stehen.

## Das Gestaltungselement:

### Die variable Linie

Für die Publikationen gilt:

Linienstärke: 2 pt

Linienfarbe: Hausfarbe

(HKS 28), Weiß, Schwarz.

Es müssen immer mindestens eine Ecke (maximal drei), eine horizontale und eine vertikale Linienstrecke zu sehen sein. Die Linien enden nie offen, sondern gehen immer in den Anschnitt.

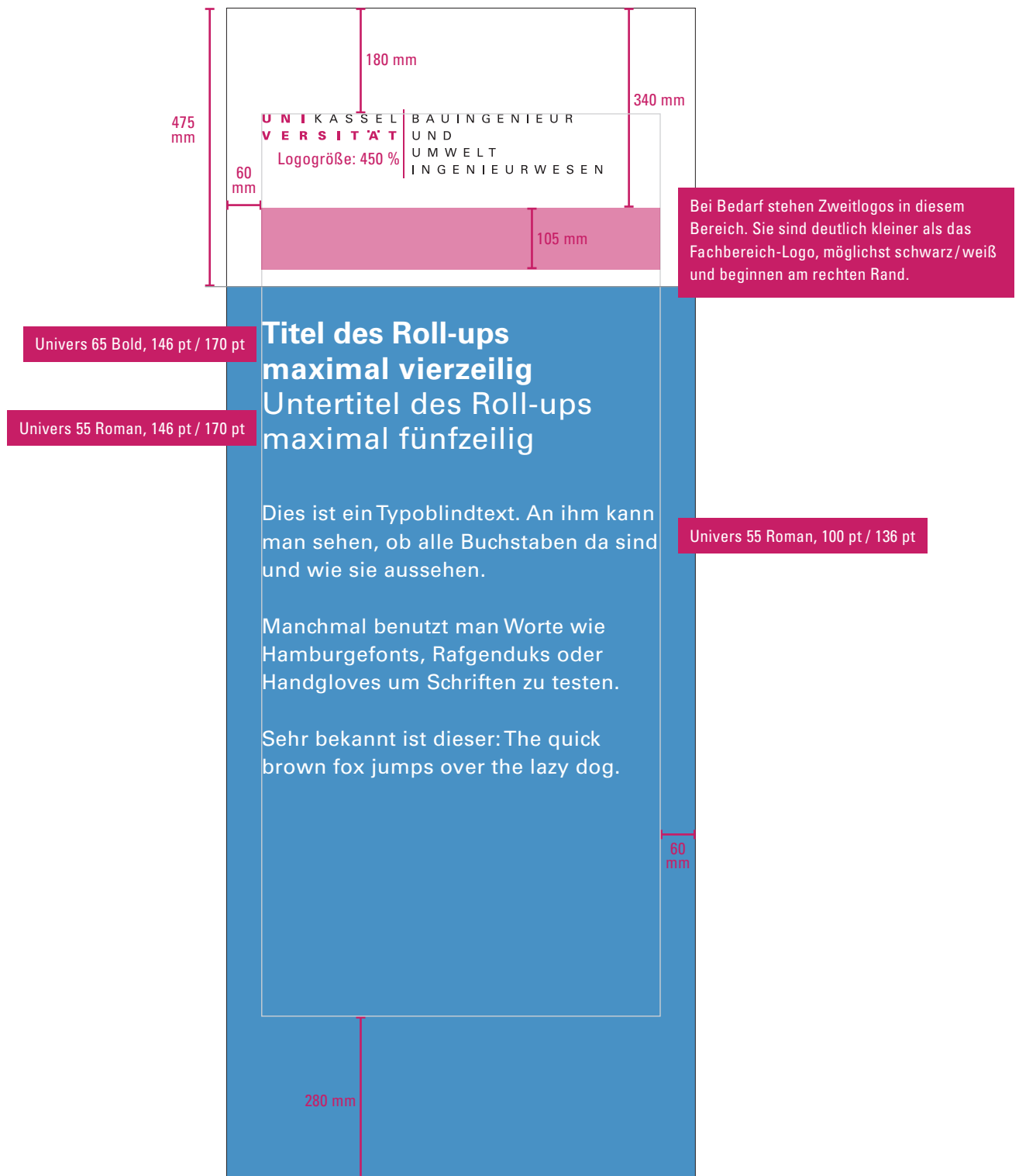
DIN lang, 100 x 210 mm

**Die optionale Kopffläche**  
ist für alle Formate gleich hoch: 90 mm

**Titel der Publikation**  
**maximal vierzeilig**

Untertitel der Publikation  
maximal fünfzeilig

DIN lang, 100 x 210 mm



Roll-up 800 x 2000 mm  
Abbildung in 10%



## Titel des Roll-ups

### Untertitel des Roll-ups



## Titel des Roll-ups

### Untertitel des Roll-ups



Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen.

Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen.

Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog.

# Hilfe

## **Ansprechpartner/innen**

Haben Sie Fragen, Kommentare, Anregungen  
zum neuen Erscheinungsbild?

Dann wenden Sie sich gern an das Team  
der Stabsstelle Kommunikation, Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit:

+49 561 804-1961  
[gestaltung@uni-kassel.de](mailto:gestaltung@uni-kassel.de)

Nutzen Sie auch unseren Medienservice unter  
[www.uni-kassel.de/go/gestaltung](http://www.uni-kassel.de/go/gestaltung)



