



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386

CORPORATE DESIGN UNIVERSITÄT HEIDELBERG



INHALT

GRUNDGEDANKEN

03 Historie und Inhalte des Siegels

MARKENELEMENTE

Logo

- 05 Bestandteile
- 06 Versionen
- 07 Geometrie und Schutzzone
- 08 Siegelversionen
- 09 Logogrößen auf diversen DIN-Formaten

Farbe

- 10 Haus- und Zusatzfarbe

Typografie

- 11 Haus- und Korrespondenzschriften

Gestaltungssystematik

- 14 Gestaltungsraster
- 15 Kopfzeile
- 16 Absenderhierarchie in der Kopfzeile
- 17 Schulterhöhe
- 18 Platzierung von Headlines

ANWENDUNGEN

- 20 Briefbogen
- 22 Visitenkarte
- 23 Broschürentitel
- 24 Broschürenseiten
- 27 Plakat
- 28 Leporello
- 29 Handzettel
- 30 Powerpoint-Vorlage
- 31 Personalanzeige

Ansprechpartner

Kommunikation und Marketing

Anja Förster
anja.foerster@rektorat.uni-heidelberg.de
Tel. +49 6221 54-19011

Charlotte Gärtner
charlotte.gaertner@rektorat.uni-heidelberg.de
Tel. +49 6221 54-19019

Dieses Manual dient der Beschreibung des Corporate-Design und dessen Anwendung. Die hier abgedruckten Farben sind nicht farbverbindlich und dienen nicht als Farbreferenz.

GRUNDGEDANKEN



Grundgedanken

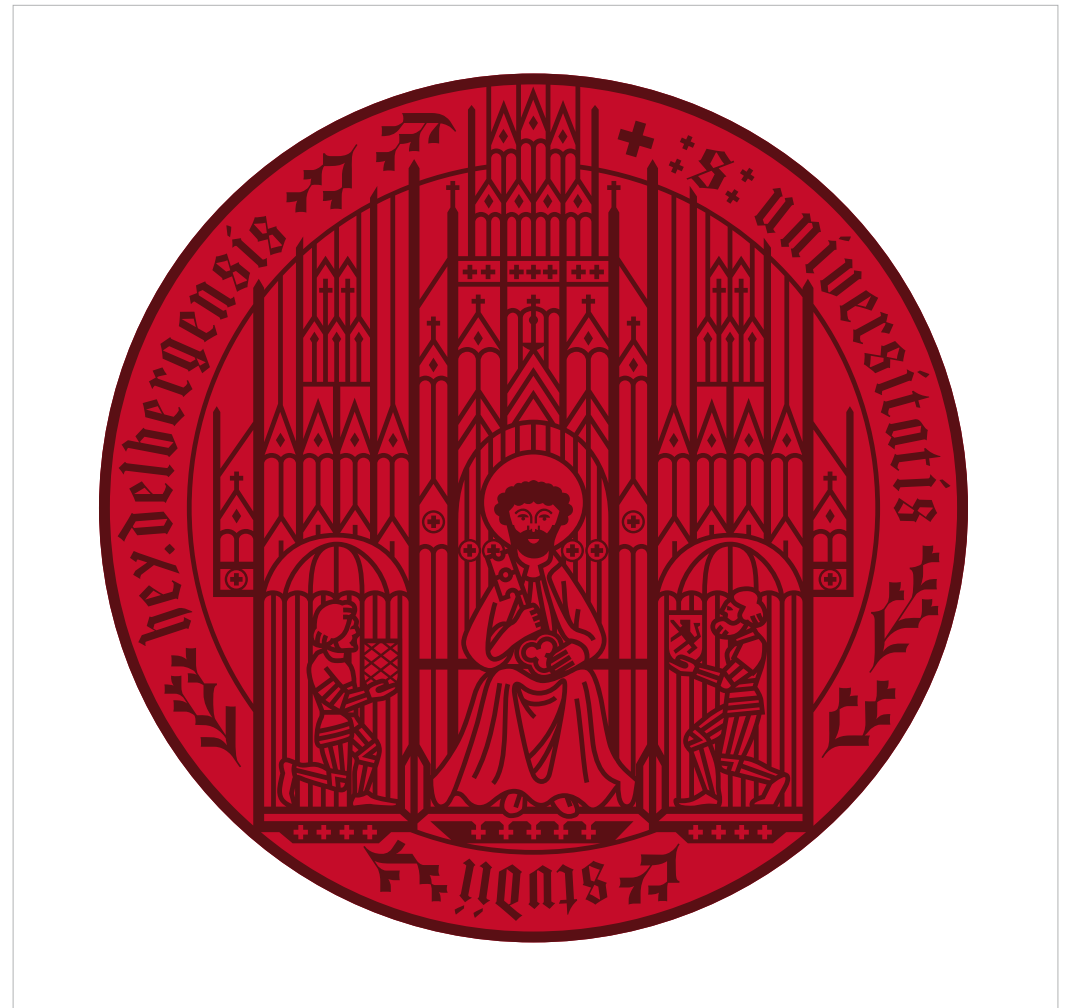
Historie und Inhalte des Siegels

Markenelemente

Anwendungen

GRUNDGEDANKEN HISTORIE UND INHALTE DES SIEGELS

Das Universitätssiegel von 1386 symbolisiert den Stiftungsvorgang der Universität Heidelberg: Der Apostel Petrus, in der Mitte unter einem Baldachin vor einer gotischen Kathedrale, gilt als Schutzpatron der Universität. Die beiden knienden Ritter stellen Kurfürst Ruprecht I. (rechts) und seinen Neffen, Mitregenten und Nachfolger, Ruprecht II. (links) dar. Sie übergeben Teile ihres Besitzes, symbolisiert durch Wappenschilde, in die Obhut des Schutzpatrons. Die umlaufende Inschrift „sigillum universitatis studii heidelbergensis“ ist von Heidelbeerzweigen umgrenzt. Heute wird das Siegelbild vorrangig in gedruckter Form verwendet und ist für diesen Zweck entkernt und durch klare Linien stilisiert.



MARKENELEMENTE

LOGO
FARBE
TYPOGRAFIE
GESTALTUNGSSYSTEMATIK



Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

LOGO BESTANDTEILE

Das Logo besteht aus drei Elementen: Bildzeichen (Siegel), Trennstrich und Schriftzeichen. Diese Elemente werden in einer festgelegten Kombination verwendet. Das Bildzeichen betont den traditionellen Aspekt, der jedoch durch das moderne versale Schriftzeichen „Universität Heidelberg“ mit Claim: „ZUKUNFT SEIT 1386“ kontrastiert wird.



Logo für alle farbigen Anwendungen

Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

LOGO VERSIONEN

Das Logo gibt es als Farb- und als Schwarz-Weiß-Version. Die Farbversion wird für alle Medien, in denen der Einsatz von Farbe möglich ist, verwendet, die Schwarz-Weiß-Version für internen Schriftverkehr, Fax, ggf. Zeitungsanzeigen u.ä.

Zusätzlich gibt es eine Negativ-Version des Logos für Anwendungen auf dunklem Grund wie z.B. vollflächig hinterlegten Fotografien. Diese Version ist nur in Ausnahmefällen, wie beispielsweise in plakativen Anwendungen (siehe Plakat und Handzettel) zu gebrauchen.



Logo für Schwarz-Weiß-Anwendungen



Negativ-Version des Logos für Sekundäranwendungen auf dunklem Grund

Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

LOGO GEOMETRIE UND SCHUTZZONE

Geometrie/Aufbau

Die Kreisfläche des Siegels ist das Ausgangselement der Logo-Konstruktion. Durch den Abstand von Siegelfläche und Trennstrich (Schutzeinheit c) leitet sich die umrandende Schutzzone um die Siegelfläche ab. Siegelfläche und Schutzzone stellen zusammen die Siegeleinheit dar, die Grundlage für die weitere Gestaltungssystematik ist.

Schutz-/Randzone

Die Schutzzone des gesamten Logos mit Bildzeichen und Schriftzeichen errechnet sich, wie im Beispiel rechts visualisiert, durch das Multiplizieren der Schutzeinheit um die Siegelfläche. Diese Systematik ist auch die Basis für das Erstellen von Randzonen (d) auf den verschiedenen DIN-Formaten.



- a = Siegelfläche
- b = Siegeleinheit
- c = Schutzeinheit (generiert sich aus Abstand von Siegel, Trennstrich und Schriftzeichen)
- d = Randzone (2 x c)

Geometrie der Siegelfläche



- a = Siegelfläche
- b = Siegeleinheit
- c = Schutzeinheit (generiert sich aus Abstand von Siegel, Trennstrich und Schriftzeichen)
- d = Randzone (2 x c)

Schutz-/Randzone

Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

LOGO SIEGELVERSIONEN

Es gibt zwei Versionen des Siegels, regulär und geöffnet. Die reguläre, detaillierte Version wurde für die Verwendung auf Formaten von DIN A4 und größer entwickelt. Das geöffnete, vereinfachte Siegel wird für Anwendungen auf Formaten kleiner als DIN A4 sowie für die Darstellung am Bildschirm (z.B. Powerpoint) eingesetzt, um ein Verschwimmen zu vermeiden.



reguläres Siegel: Formate ab DIN A4



geöffnetes Siegel: Formate unterhalb DIN A4 und Bildschirm; die Rüstungen der Schildhalter und das Petrusgewand sind vereinfacht, ebenso die Schlüsselform. Die Vierpässe in der gotischen Architektur wurden gelöscht.

Grundgedanken

Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

LOGO LOGOGRÖSSEN AUF DIVERSEN DIN-FORMATEN

Hochformate

Ausgangspunkt für die Größen des Logos auf unterschiedlichen Medien ist A4 Hochformat mit der Siegelfläche $a = 35\text{mm}$.

Auf Formaten größer als DIN A4 wird das Logo proportional zum Format vergrößert.
Auf allen Formaten kleiner als DIN A4 wird die geöffnete Siegelversion mit einer Siegelfläche von $a = 24,7\text{mm}$ verwendet.

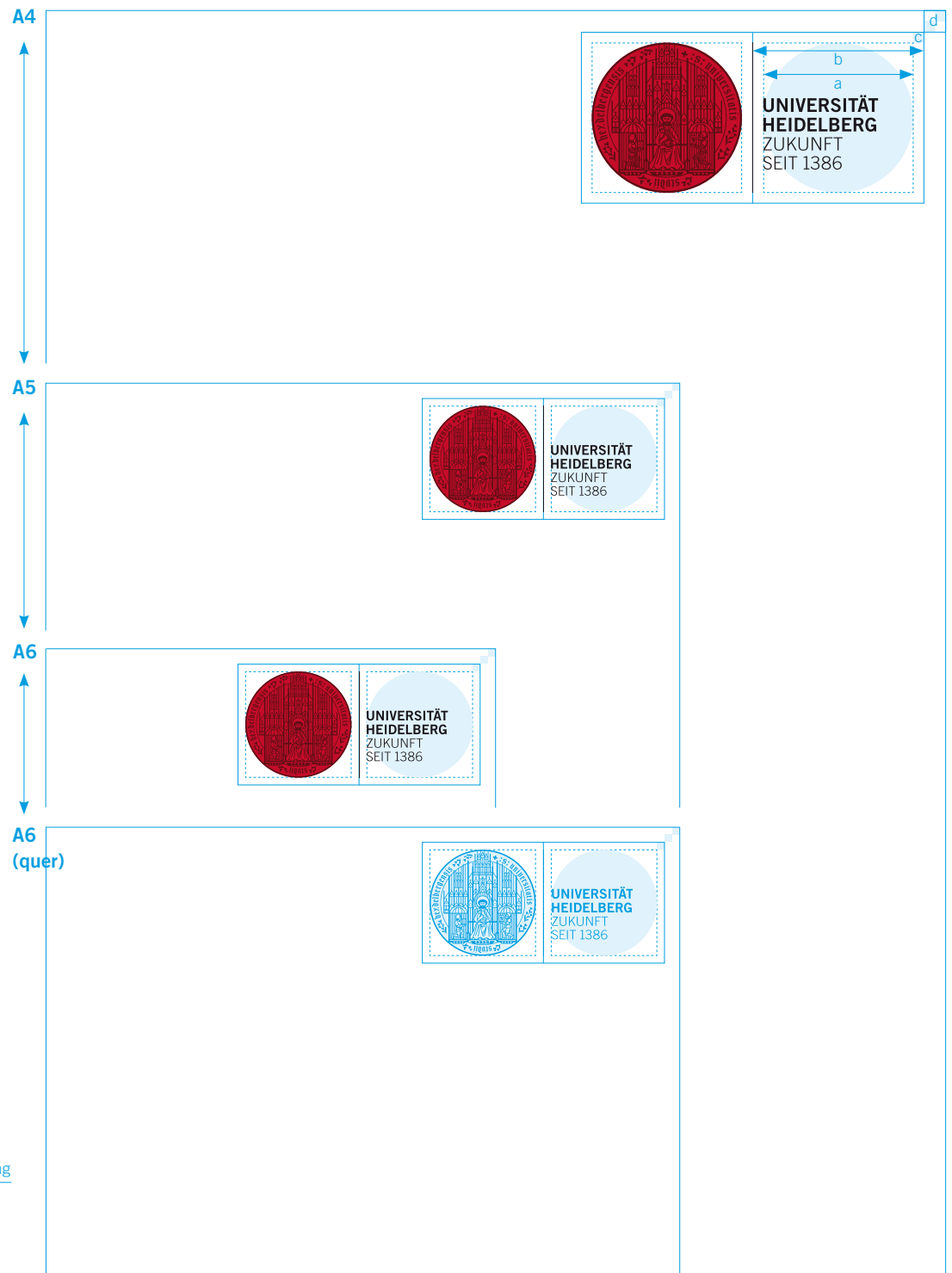
Querformate

Auf Querformaten wird das Logo des Hochformats mit gleicher Grundfläche adaptiert (siehe Beispiel DIN A6).

Regel

Auf Formaten über DIN A4 wird das Logo proportional vergrößert.
Auf Formaten kleiner DIN A4 ist die Siegelfläche $a = 24,7\text{mm}$

	DIN A0	DIN A1	DIN A2	DIN A3	DIN A4	DIN A5 / A6 / A6-lang
a	140,2 mm	99 mm	70 mm	49,5 mm	35 mm	24,7 mm
b	160,2 mm	113,1 mm	80 mm	56,5 mm	40 mm	28,2 mm
c	10 mm	7 mm	5 mm	3,5 mm	2,5 mm	1,75 mm
d	20 mm	14 mm	10 mm	7 mm	5 mm	3,5 mm



FARBE

HAUS- UND ZUSATZFARBEN

Siegel-Outline und Hintergrund

Als Hausfarbe wird immer das Rot des Siegelhintergrundes verwendet, das Rot-Braun wird nur in der Siegelumrandung eingesetzt. Beide Farbwerte des Siegels ergeben zusammen die Anmutung der Traditionsfarbe Ochsenblut, die auf diese Art und Weise im Erscheinungsbild der Universität Heidelberg wiederbelebt und gestärkt wird.

Zusatzfarbe Sand

Die Zusatzfarbe Sand ist seit jeher Teil des Erscheinungsbilds der Universität und wird hauptsächlich als Hintergrund-Fond verwendet.

Farbwerte

Siegel-Hintergrund

– C20 / M100 / Y90 / K0

– Pantone 1805 C

– RAL 3000 Feuerrot

– R198 / G24 / B38

Siegel-Outline

– C30 / M100 / Y90 / K65

– Pantone 175 C

– R89 / G13 / B8

Zusatzfarbe (Sand)

– C5 / M5 / Y9 / K0

– Pantone Warm Gray 1 C

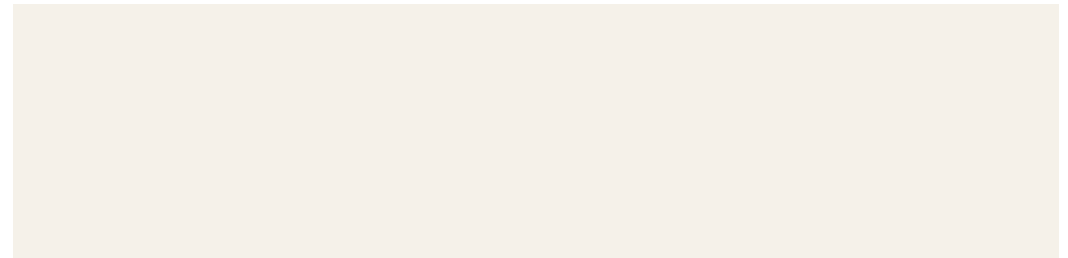
– R244 / G241 / B234



Siegel-Hintergrund



Siegel-Outline



Zusatzfarbe (Sand)

Markenelemente

- Logo
- Farbe
- Typografie
- Gestaltungssystematik

Anwendungen

TYPOGRAFIE HAUSSCHRIFT

Auszeichnungsschrift: Trade Gothic LT Std, Bold und Light

Die Trade Gothic hat ein modernes klares Schriftbild und bildet vor allem in den Headlines in Versalien durch die kontrastreiche Kombination von Bold- und Light-Schriftschnitt ein markantes Markenelement der Universität. Die Trade Gothic Light wird für Sublines verwendet. Bei Druckmedien mit kleinerem Textumfang (Plakate, Handzettel, Mitteilungen etc.) wird nur die Trade Gothic verwendet. Dabei sind Überschriften im Text in Bold und der Fließtext selbst in Light gesetzt.

Trade Gothic Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyza**BCDEFGHIJKL**
MNOPQRSTUVWXYZ1234567890^a0¹2³/ 1/2 1/4 3/4 %
% ª \$ ¢ £ ¥ Ñ á â ã ä å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ó Ô Õ Ö Ø Ñ œ Š
ú û ü ý ÿ ž đ þ ÿ í í Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ł Ń Ó Ô Õ Ö Ø
EŠ Ú Û Ü Ý Ÿ Đ Þ . , : ; _ - — • ° „ ‚ ’ ‘ , “ ” „ ‹ ›
« » “ „ / \ ? ! ; j () [] { } † ‡ * & © ® ™ @ # \$ % ¶ + -

Trade Gothic Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyza**BCDEFGHIJKLM**
NOPQRSTUVWXYZ1234567890^a0¹2³/ 1/2 1/4 3/4 % %
ª \$ ¢ £ ¥ Ñ á â ã ä å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ó Ô Õ Ö Ø Ñ œ Š
ú û ü ý ÿ ž đ þ ÿ í í Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ł Ń Ó Ô Õ Ö Ø
EŠ Ú Û Ü Ý Ÿ Đ Þ . , : ; _ - — • ° „ ‚ ’ ‘ , “ ” „ ‹ ›
« » “ „ / \ ? ! ; j () [] { } † ‡ * & © ® ™ @ # \$ % ¶ + -

TYPOGRAFIE HAUSSCHRIFT (MENGENTEXT)

Fließtext: Fresco Pro Light

Werden Druckmedien mit umfangreichen Fließtexten gestaltet (Broschüren, Bücher etc.), wird die Fresco Light für den Fließtext verwendet. Die Fresco als moderne Serifenschrift/Antiqua nimmt die kontrastreiche Anmutung der Trade Gothic in ihren Strichstärken auf und hat ähnliche Proportionen (Buchstabenhöhe und -breite). Für Subheadlines und Auszeichnungen im Fließtext kann die Fresco Bold verwendet werden.

Fresco Pro Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

NOPQRSTUVWXYZ1234567890^{a0123/} 1/2 1/4 3/4

% % ° ¢ \$ £ ¥ Ñ á â ã ä å æ ç è é ê ë ì í î ï ð ñ ò ó ò ò ö ø œ š Ÿ ú

û ü ý ÿ ž đ þ ã Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ Ó Ô Õ Ö Ø Ù Ú Û Ü Ý Þ

Đ . , : ; _ - - — • · „ , ’ ‘ , “ ” „ < >

<<> “ „ / \ ? ! ¿ ¡ () [] { } † ‡ * & © ® ™ @ # \$ % † + -

TYPOGRAFIE KORRESPONDENZSCHRIFT

Korrespondenzschrift: Arial Bold und Regular

Für Anwendungen in Web, Mail, Word etc. wird die Arial verwendet.

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyzABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTUVWXYZ1234567890^{a0123}/_{1/21/43/4}
%‰¤\$£f¥Ńáâäåãæçèéëèíîïìîñóôöøœ
šŮúûüýÿžďpfiflÁÂÃÄÅǼÇÉÊËĚİİłŃÓÔÏ
ÖÕØOEŠÚŮÛÜÝŸĐƆ . , : ; _ - — • · „ , ’ ‘ , “ ”
„ ‹ › ‹› ‹› “ „ / \ ? ! ; i () [] { } † ‡ * & © ® ™ @ # \$ % ¶ + -

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyzABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ1234567890^{a0123}/_{1/21/43/4}
%‰¤\$£f¥Ńáâäåãæçèéëèíîïìîñóôöøœš
ŮúûüýÿžďpfiflÁÂÃÄÅǼÇÉÊËĚİİłŃÓÔÏ
ÖÕØOEŠÚŮÛÜÝŸĐƆ . , : ; _ - — • · „ , ’ ‘ , “ ”
„ ‹ › ‹› ‹› “ „ / \ ? ! ; i () [] { } † ‡ * & © ® ™ @ # \$ % ¶ + -

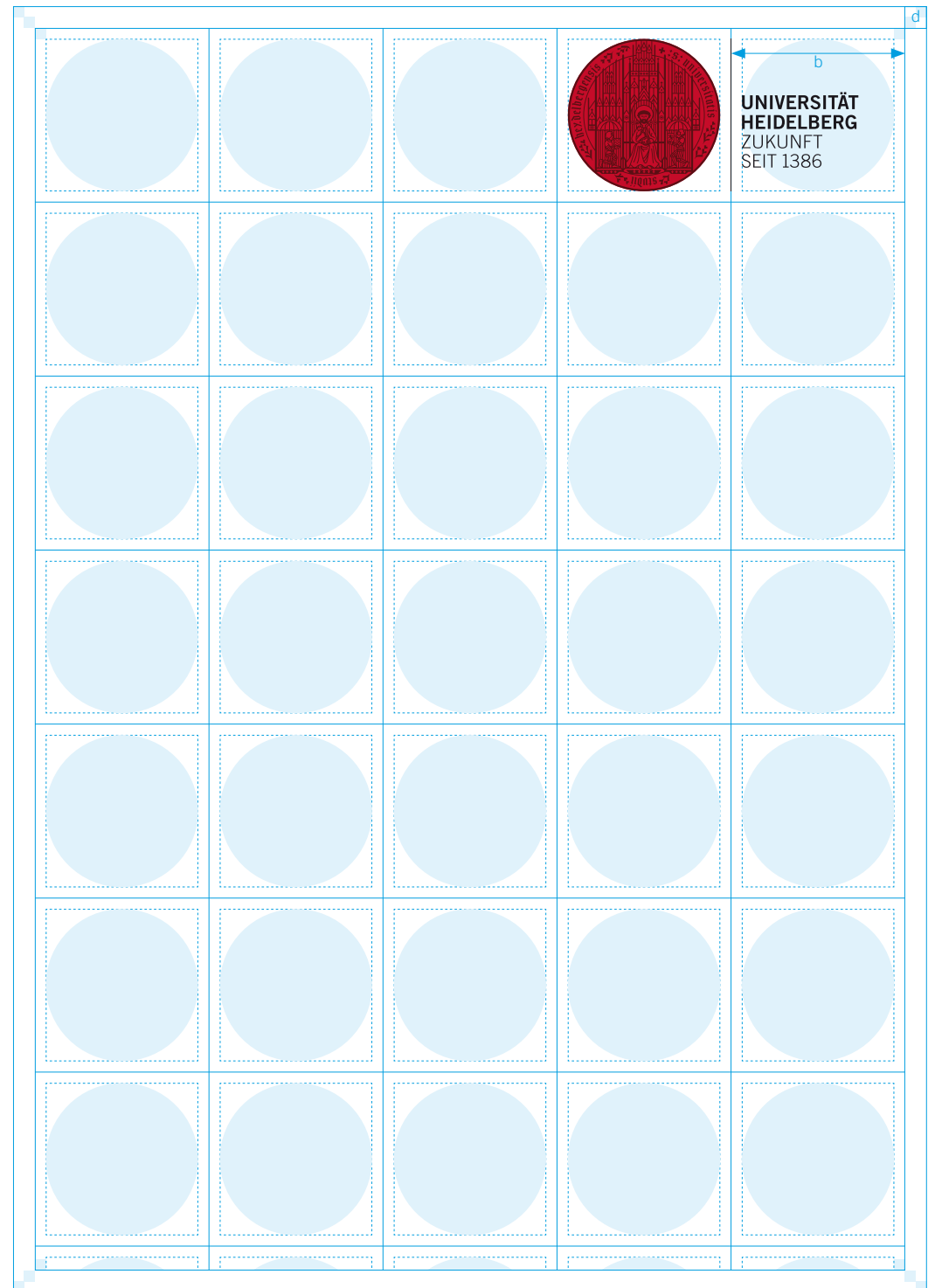
Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

GESTALTUNGSSYSTEMATIK KONSTRUKTION DES GESTALTUNGSRASTERS

Die Maße einer Siegeleinheit (b) sind Grundlage für das Gestaltungsraster. Der Abstand zum Rand entspricht der Randzone (d) (siehe Seite 07).



Markenelemente

Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

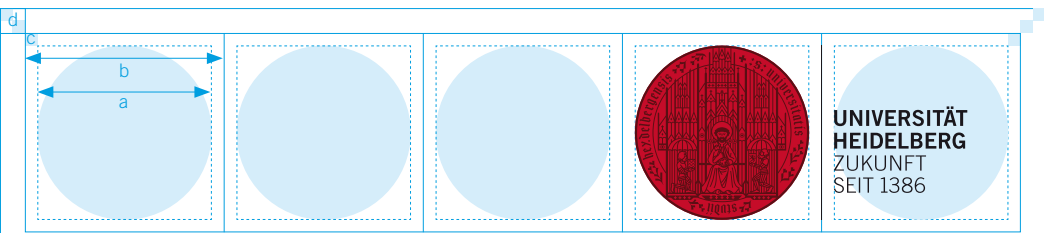
Anwendungen

GESTALTUNGSSYSTEMATIK

KOPFZEILE

Die Kopfzeile ist das Vielfache einer Siegeleinheit. Die Maße einer Siegeleinheit definieren Maße und Platzierung von Elementen zusätzlicher Absender. Das Logo der Universität steht dabei immer an gleicher Stelle oben rechts.

A4



Markenelemente

- Logo
- Farbe
- Typografie
- Gestaltungssystematik

Anwendungen

GESTALTUNGSSYSTEMATIK ABSENDERHIERARCHIE IN DER KOPFZEILE

Absenderhierarchie

Die Gestaltungssystematik der Kopfzeile wird aus der Hierarchie der Absender abgeleitet, wobei von rechts = allgemein (Uni Heidelberg) zu links = spezifisch (Dekanat/ Lehrstuhl/ Bereich) angeordnet wird.

Zusätzlicher Absender

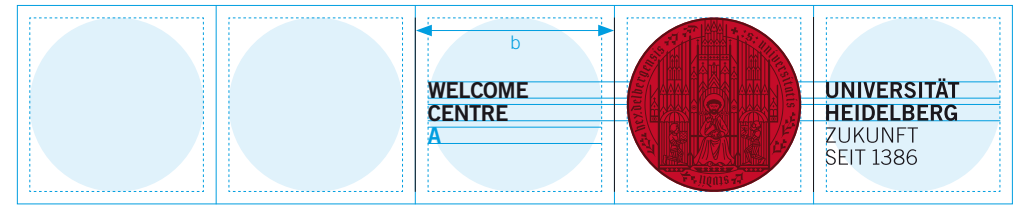
Der Name der untergeordneten Einrichtung wird eine Siegeleinheit links neben das Logo gerückt; auf diese Weise wird zuerst der Name der jeweiligen Einrichtung, dann die Universität als Dachmarke wahrgenommen. Wenn eine Siegeleinheit nicht ausreicht, verschiebt sich der zweite Absender eine halbe oder eine ganze Einheit weiter nach links.

Allgemein ist die Zweizeiligkeit wie „Universität Heidelberg“ im Schriftzeichen möglichst beizubehalten (siehe Beispiele rechts). Der Name darf maximal drei Zeilen füllen.

Zusätzlicher Absender mit Bildzeichen

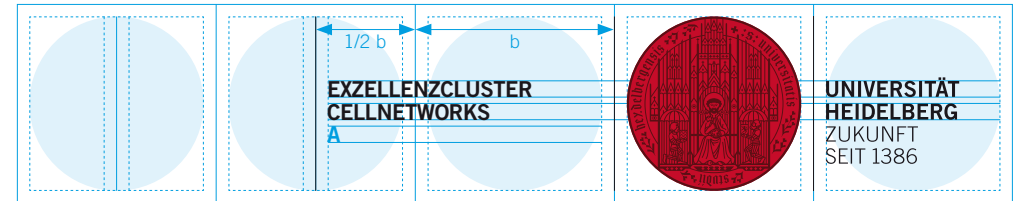
Für die Positionierung eines zusätzlichen separaten Bildzeichens ist eine Fläche definiert: Sie ist eine Siegelfläche (a) breit und in der Höhe durch den Zeilenabstand des Schriftzeichens plus zusätzliche Zeilen definiert (siehe Beispiel). Bei DIN A4 entspricht dies einer Höhe von 21,5 mm. Wenn möglich, sind die Bildzeichen zusätzlicher Absender in schwarz-weiß zu halten.

A4

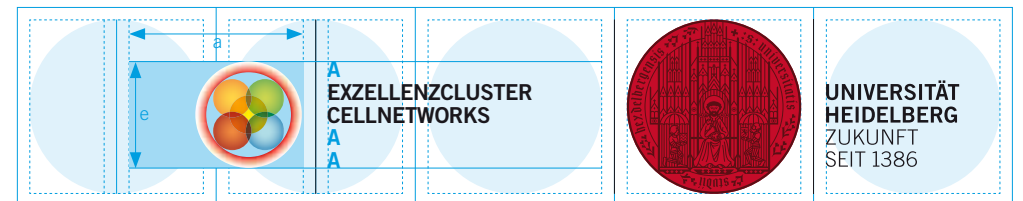


Absenderhierarchie
Erweiterung des Systems um eine Siegeleinheit (b)

Das Schriftzeichen ist Referenz für Schriftgröße und Durchschuss (max. 3 Zeilen)



Zusätzlicher Absender
Erweiterung des Systems um eine zusätzliche halbe Siegeleinheit



Zusätzlicher Absender mit Bildzeichen
Definition des Bereichs für zusätzliche Bildzeichen
(Höhe: e = 21,5 mm, Breite: a = 35 mm)

Markenelemente

- Logo
- Farbe
- Typografie
- Gestaltungssystematik

Anwendungen

GESTALTUNGSSYSTEMATIK

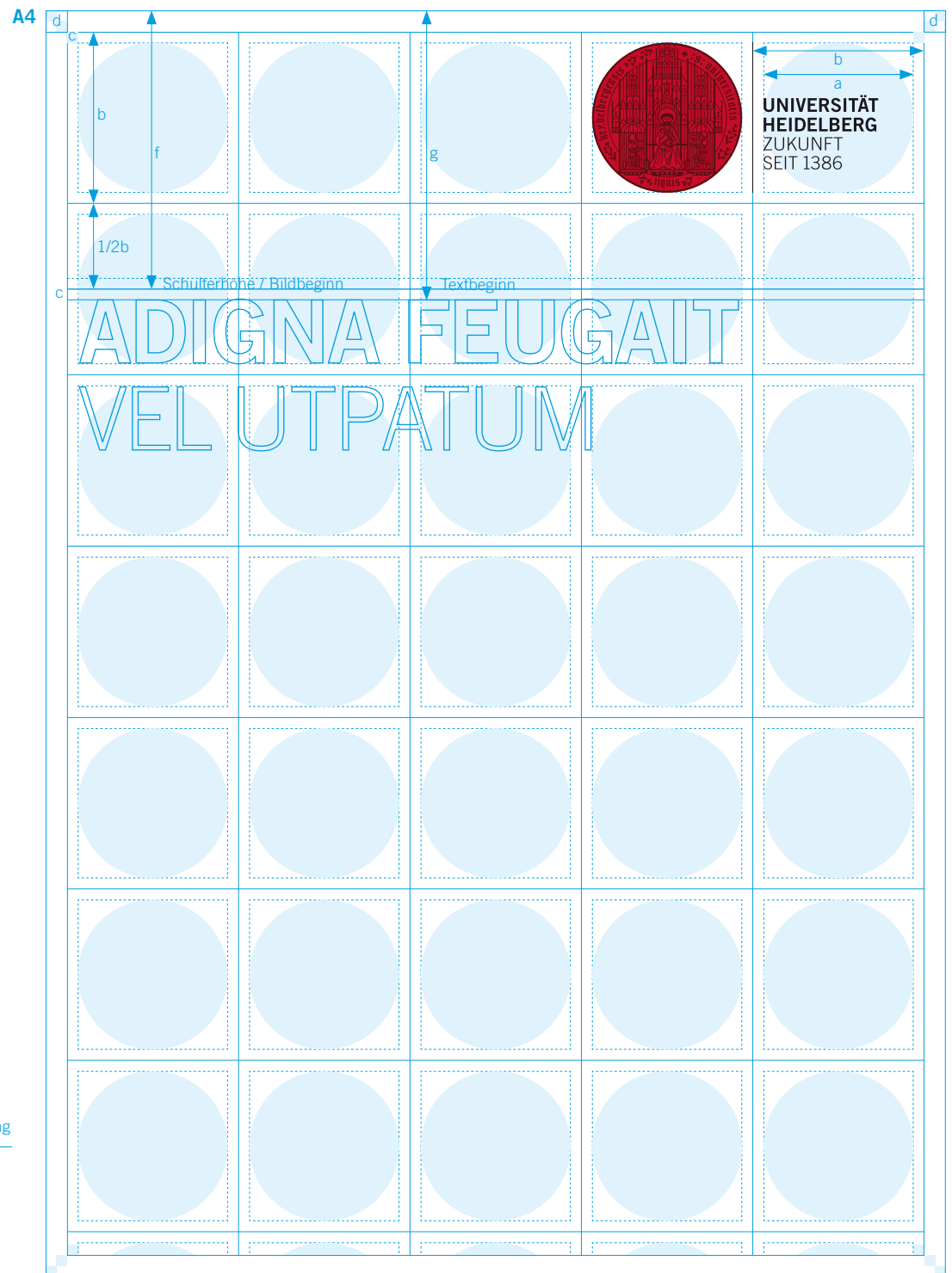
SCHULTERHÖHE

Definition der Schulterhöhe

Die Schulterhöhe beträgt 1 1/2 Siegeleinheiten. Diese müssen immer frei bleiben. Bilder beginnen unmittelbar an der Schulterhöhe. Headlines beginnen eine Schutzzeinheit (c) unterhalb der Schulterhöhe.

Die Schulterhöhe ist, vor allem in Verbindung mit den ansetzenden Headlines (folgende Seite) ein markantes Gestaltungsmerkmal.

	DIN A0	DIN A1	DIN A2	DIN A3	DIN A4	DIN A5 / A6 / A6-lang
a	140,2 mm	99 mm	70 mm	49,5 mm	35 mm	24,7 mm
b	160,2 mm	113,1 mm	80 mm	56,5 mm	40 mm	28,2 mm
c	10 mm	7 mm	5 mm	3,5 mm	2,5 mm	1,75 mm
d	20 mm	14 mm	10 mm	7 mm	5 mm	3,5 mm
f	260,4 mm	183,9 mm	130 mm	91,9 mm	65 mm	45,8 mm
g	270,4 mm	190,9 mm	135 mm	95,5 mm	67,5 mm	47,6 mm



Markenelemente

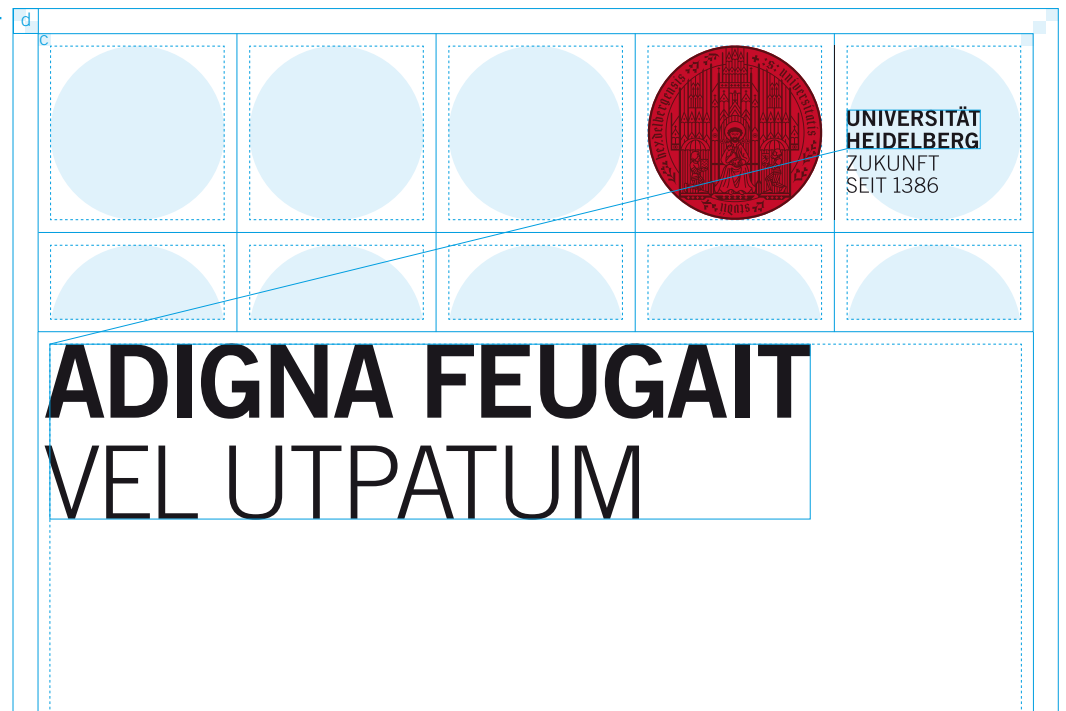
Logo
Farbe
Typografie
Gestaltungssystematik

Anwendungen

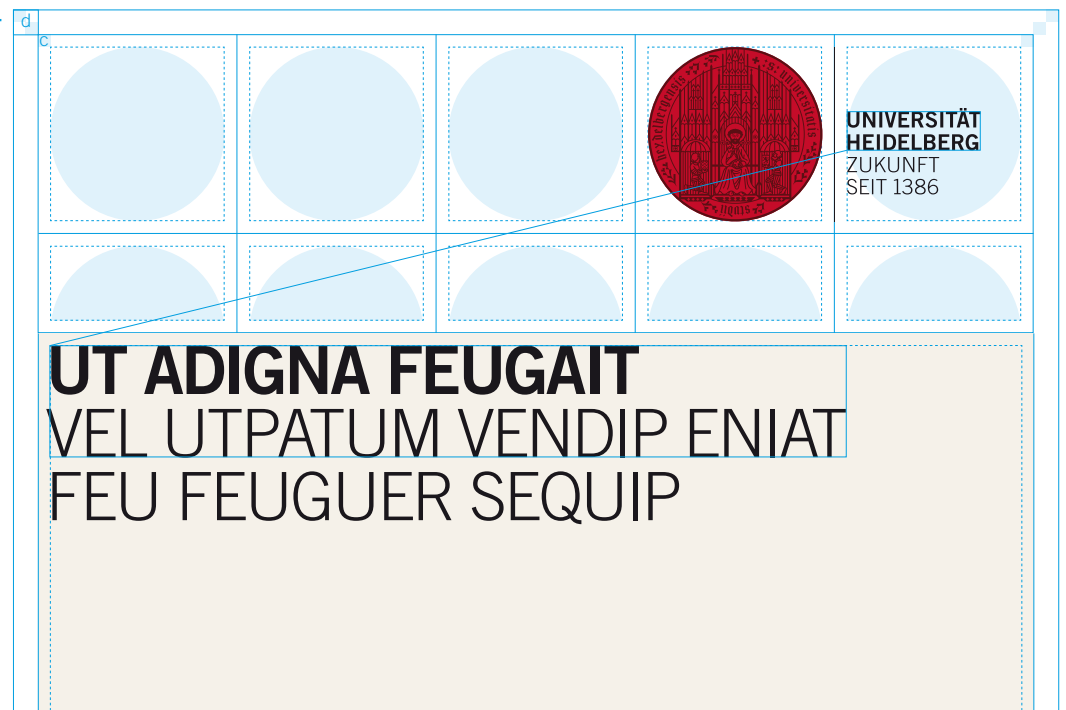
GESTALTUNGSSYSTEMATIK PLATZIERUNG VON HEADLINES

Headlines beginnen immer mit einer Schutzeinheit (c) Abstand zur Schulterhöhe.
So wird eine einheitliche Linie in den verschiedenen Medien gewahrt.

A4



A4



ANWENDUNGEN



Grundgedanken

Markenelemente

Anwendungen

Briefbogen
 Visitenkarte
 Broschürenittel
 Broschüreseiten
 Plakat
 Leporello
 Handzettel
 Powerpoint-Vorlage
 Personalanzeige

ANWENDUNGEN BRIEFBOGEN


Briefkopf

Der Briefkopf baut sich von rechts nach links auf, gemäß der Absenderhierarchie:

Universitäts-Logo
 Dekan/Rektorat/Kanzler (Organ)/Institut/Fakultät
 Logo des Instituts/der Fakultät (falls vorhanden)

Fußzeile

Die Fußzeile baut sich von unten auf. Die letzte Zeile ist definiert (14,5 mm vom unteren Seitenrand). Die Informationen in der Fußzeile gliedern sich in zwei Blöcke: den genauen Namen der Einrichtung links (im Beispiel: Universität Heidelberg Rektorat) und die Anschrift mit Verweis auf die Website rechts (im Beispiel: Grabengasse 1 etc.). In einem dritten Block sind weitere Informationen z.B. Bankverbindung o.ä. möglich. Es sind maximal drei Blöcke mit jeweils sechs Zeilen vorgesehen.

	63,5 mm	DER REKTOR		UNIVERSITÄT HEIDELBERG ZUKUNFT SEIT 1386	
Adresszeile Arial Reg 6 pt	Universität Heidelberg, Seminarstraße 2, 69117 Heidelberg				
Adressblock max. 7 Zeilen Arial Reg 9 pt auf 12 pt	Michael Keller KMS TEAM GmbH Tölzer Str. 2c 81379 München	Adressblock, Betreff/Datum, Fließtext, Absenderkennung: Arial Reg 9 auf 12 pt linksbündig			
		Kontaktinfoblöcke in Fußzeile: Arial Reg 6 auf 7,3 pt linksbündig			
	Heidelberg, den 14.03.2011	Prof. Dr. rer. nat. Bernhard Eitel			Absenderkennung
	Neue Geschäftsausstattung der Universität Heidelberg	Tel. +49 6221 54-2315, -2316			Arial Reg 9 pt
		Fax +49 6221 54-2147			auf 12 pt linksbündig
		rekto@rektorat.uni-heidelberg.de			
Anrede verbindlich in der 16. Zeile	Lieber Herr Keller,				
Textbeginn verb. in der 18. Zeile	Raesequatue facin verilit veniam ipit, veraessi et augait, quat, quat. Duis nos dolendrem zzriu scip et etum dolor susciduissim iureril iustrud enim eum nim zzril iliquamet numsan dipsum dion ut volore min velenim quisclil iquisi.				
1 Leerzeile nach Absätzen	Putpat prat pratumsan eugiamet incipit iril ing eugiat la autat. Utatio od tin utem ipsumsan utate faccum exerit acipsustrud magnit iriure micipsum quat ad magnim illa facillquisit adit ipsuan dit, core duisl doloreet velent ver si. Iduis nos autpat, sustionsent vullaor periure etumsan utate te dunt augiam vel irit, vel ipsumsan venim doloreet, quat autat, cortie consequat, vullaoreet aciniam inisit ex endre con hent nulla consed tin ea accum irilit amet, consecte magnis delit utat Aciduissim vel utem doluptatum do et ex estissit, cor si. Em aci bla feu feu faccumсандит lut atumsandip eros nonsequam nonum nim ea facil ing er si. Ipscillam alit, vullamet, quisl utpatum in endit lutatie facidunt luptat alismod modip ex eumy nostrud magna feu faci exercipit vel dolore sum in ut velesequatin henisit dolenim vel ut alit wis augait augait ing eugiamc onsequi bla feu facilit ipsum vulla faccum am velis el exero odiatem dolore consequipit el ercidunt ing esequat.				
	Tinit venit lore magnim eugiam dolor ipsum quis delese conulla consequis nibh et ex et, sed molupta tueraessecte consendreet, si eu feugait et exerostrud molesto od et, quatum diat, con veriore veliquat. Ut velesit volorem dijsim veliqua tummod eum dolesed mod ming ea acil la consectet wiscincinibh eril in ut doluptat prat. Duisi. Em aci bla feu feu faccumсандит lut atumsandip eros nonsequam nonum nim ea facil ing er si.				
2 Leerzeilen vor Grußzeile	Herzliche Grüße				
4 Leerzeilen vor Name					
letztmögliche (46.) Zeile	Prof. Dr. rer. nat. Bernhard Eitel				
Seitenangabe nur bei mehreren Seiten	Seite 1 von 2	Kontaktinfoblöcke in Fußzeile: Arial Reg 6 auf 7,3 pt linksbündig	max. 6 Zeilen pro Block Aufbau von unten nach oben		
		Quisicidunt ullasorem Ullaore magna am doluptat Lum vendrerit ut loi	Universität Heidelberg Rektorat		
			Grabengasse 1 69117 Heidelberg www.uni-heidelberg.de		
	27,5 mm	60 mm	40 mm 14,5 mm	40 mm	

ANWENDUNGEN BRIEFBOGEN

Beispielhafte Briefbogen mit verschiedenen Absender-Briefköpfen;
der Zweitbogen bleibt immer gleich.



Erstbogen



Zweitbogen



Erstbogen mit zusätzlichem Absender



Erstbogen mit zusätzlichem Absender

Grundgedanken

Markenelemente

Anwendungen

Briefbogen

Visitenkarte

Broschüren titel

Broschüren seiten

Plakat

Leporello

Handzettel

Powerpoint-Vorlage

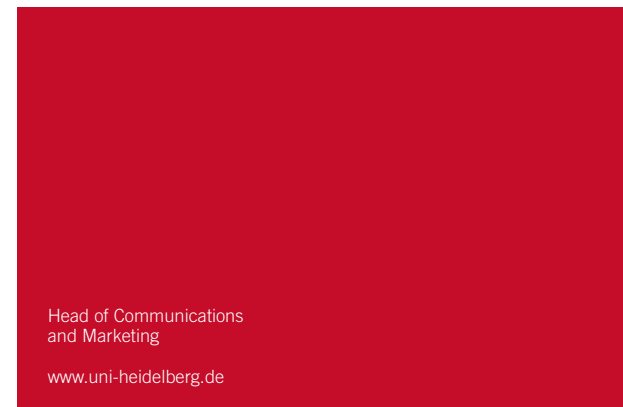
Personalanzeige

ANWENDUNGEN VISITENKARTEN

Die Visitenkarte-Vorderseite enthält die deutschsprachige Information, die Rückseite die allgemeine Website-Adresse sowie auf Wunsch auch die englischsprachige Angabe zu Abteilung und Position. Dabei steht der Text auf der Vorderseite schwarz auf weißem Grund, auf der Rückseite weiß auf rotem Grund. Der Text baut sich auf beiden Seiten von unten nach oben auf und ist immer linksbündig gesetzt.



Vorderseite



Rückseite

Grundgedanken

Markenelemente

Anwendungen

- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürenentitel
- Broschürenseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

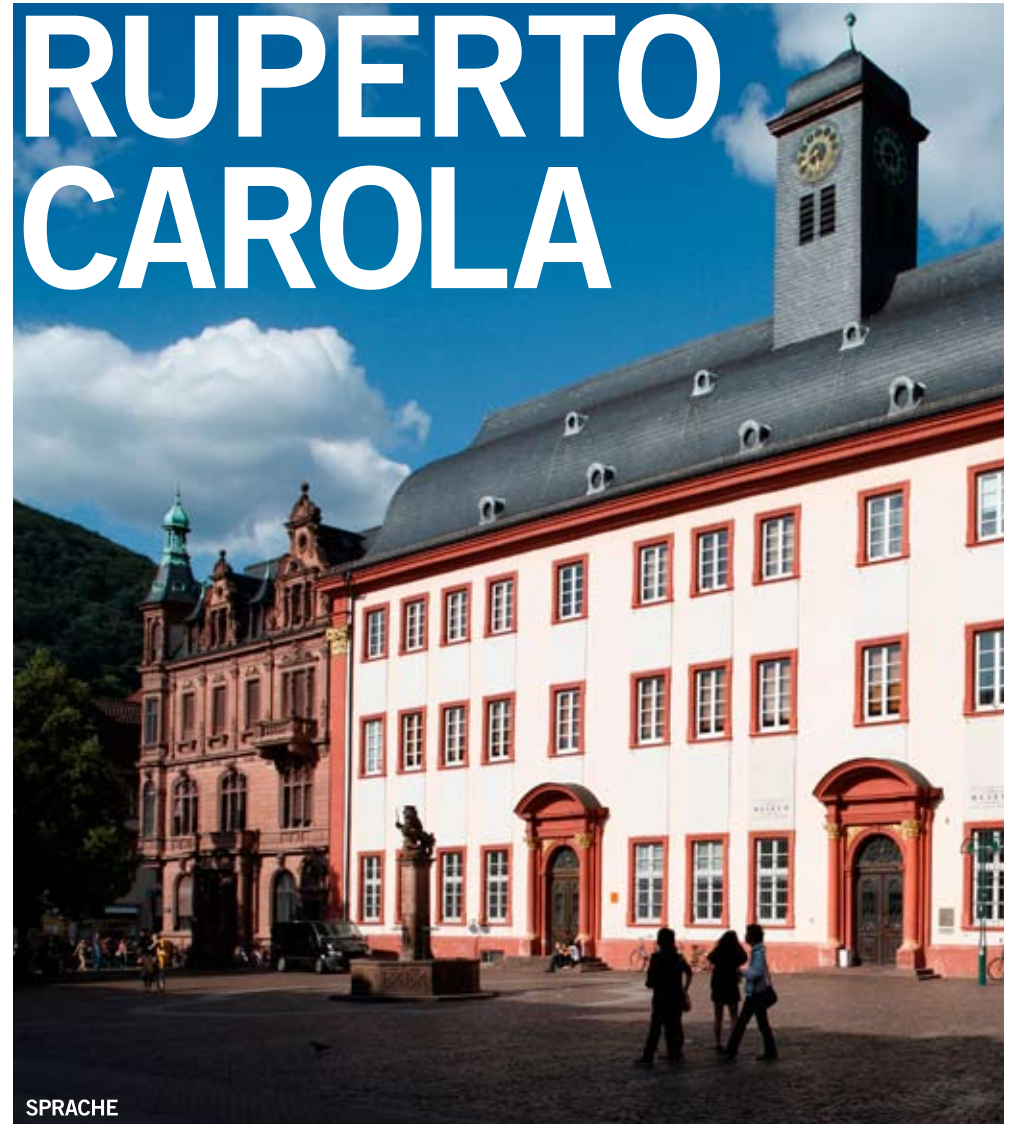
ANWENDUNGEN BROSCHÜRENTITEL

Broschürenentitel werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Headlines sind immer versal und können positiv wie negativ auf Bildern, auf sandfarbenem Fond wie auch auf weißem Untergrund stehen. Sie beginnen immer mit dem Abstand einer Schutzeinheit (c) unterhalb der definierten Schulterhöhe. Die Angabe der jeweiligen Broschürensprache steht in Großbuchstaben unten links in der Versalhöhe des Schriftzeichens. Die Kopfzeile enthält rechts das Logo, links können weitere Informationen stehen. Bilder können ab Schulterhöhe oder unterhalb des Broschürenentitels ansetzen.



**UNIVERSITÄT
HEIDELBERG**
ZUKUNFT
SEIT 1386

RUPERTO CAROLA



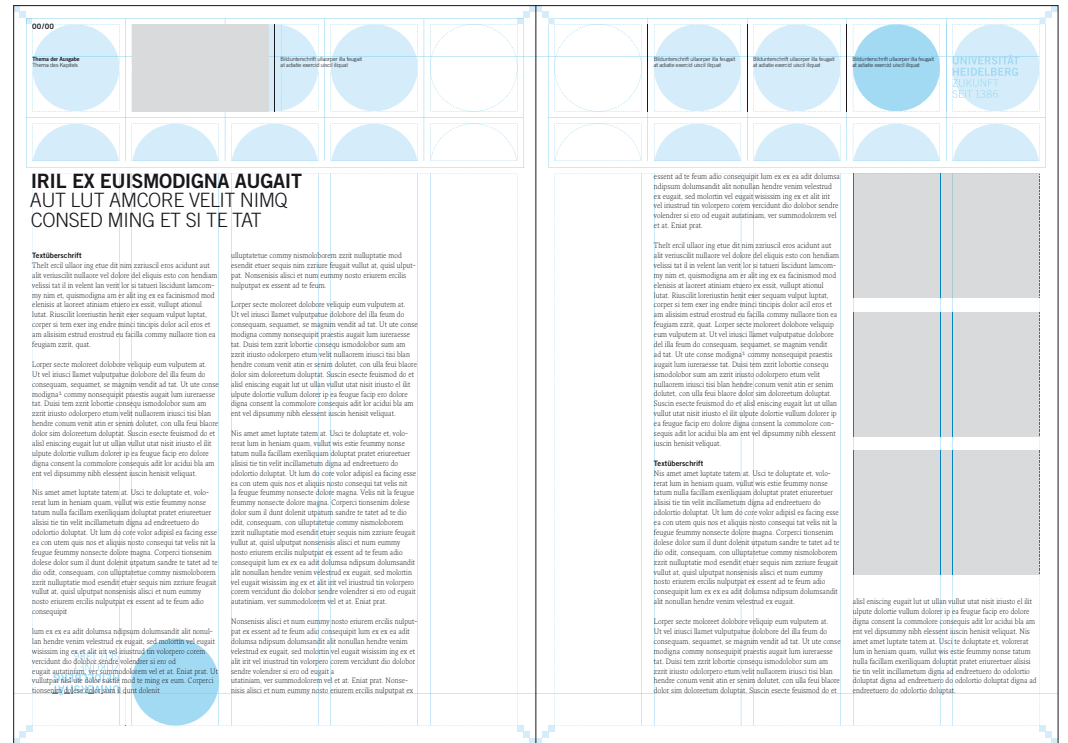
SPRACHE

- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürenittel
- Broschürenseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

ANWENDUNGEN

BROSCHÜRENSEITEN DIN A4

Broschürenseiten werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Gestaltungsraster, Spaltenanzahl und Spaltenbreite ergeben sich ebenfalls aus der allgemeinen Gestaltungssystematik.



Gestaltungsraster einer Doppelseite

- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürentitel
- Broschürenseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

ANWENDUNGEN BROSCHÜRENSEITEN DIN A4

Broschürenseiten werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Auf den Innenseiten kann Text ein- oder zweispaltig innerhalb des Rasters laufen. Bei einem einspaltigen Text ist eine Marginalspalte möglich. Der Mengentext ist in der Zusatzschrift Fresco Pro Light gesetzt. Die Seitenzahl und das Kapitelthema stehen immer links oben in der Kopfzeile. In der Kopfzeile können neben Bildinformationen, Seitenzahl und Kapitelthema kleine plakative Bilder platziert werden. Detailreiche Bilder können seitenfüllend, ab Schulterhöhe oder aufbauend ab unterem Rand eingesetzt werden.



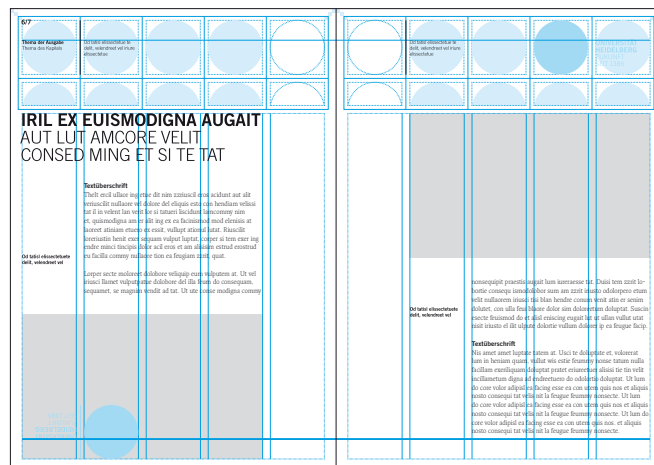
Beispielseiten

- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürenittel
- Broschürenseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

ANWENDUNGEN

BROSCHÜRENSEITEN DIN A5

Broschürenseiten werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Auf den Innenseiten läuft der Text einpaltig innerhalb des Rasters. Der Gebrauch einer Marginalspalte ist möglich. Der Mengentext ist in der Zusatzschrift Fresco Pro Light gesetzt. Die Seitenzahl und das Kapitelthema stehen immer links oben in der Kopfzeile. In der Kopfzeile können neben Bildinformationen, Seitenzahl und Kapitelthema kleine plakative Bilder platziert werden. Detailreiche Bilder können seitenfüllend, ab Schulterhöhe oder aufbauend ab unterem Rand eingesetzt werden.



Gestaltungsraster



Beispielseiten



Grundgedanken

Markenelemente

Anwendungen

Briefbogen
Visitenkarte
Broschürentitel
Broschüreseiten
Plakat
Leporello
Handzettel
Powerpoint-Vorlage
Personalanzeige

ANWENDUNGEN PLAKAT

Plakate werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Bilder können formatfüllend oder auch wie bei den Titelseiten an der Schulterhöhe angesetzt werden. Die Typografie unterhalb der Schulter ist je nach Motiv flexibel in Laufrichtung und Größe. Die Headline ist immer versal. Die Kopfzeile enthält rechts das Logo, links können weitere Informationen stehen.



1.2.2012

UNILAUf



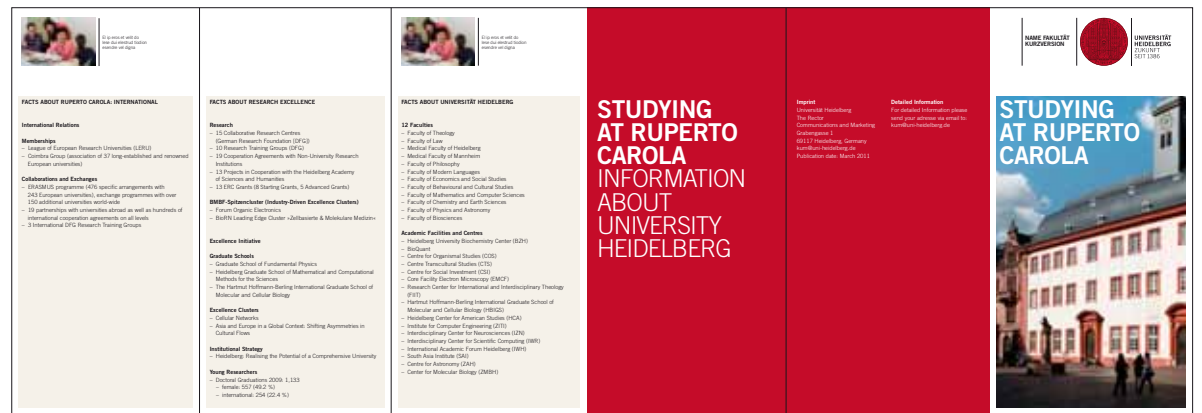
UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
ZUKUNFT
SEIT 1386



- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürentitel
- Broschüreseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

ANWENDUNGEN LEPORELLO

Die Seiten werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. In der Kopfzeile können neben Bildinformationen, Seitenzahl und Kapitelthema kleine Bilder platziert werden. Detailreiche Bilder können ab Schulterhöhe oder aufbauend vom unteren Rand des Rasters eingesetzt werden. Im Beispiel rechts wird ein Leporello im Wickelfalz gezeigt. Diese Produktionsart erfordert nach innen verkürzte Seiten.



Vorderseite Wickelfalz-Leporello



Rückseite Wickelfalz-Leporello

Grundgedanken

Markenelemente

Anwendungen

Briefbogen
Visitenkarte
Broschürentitel
Broschüreseiten
Plakat
Leporello
Handzettel
Powerpoint-Vorlage
Personalanzeige

ANWENDUNGEN HANDZETTEL DIN A6

Handzettel werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Bilder können entweder formatfüllend vollflächig oder ab Schulterhöhe ansetzen. Die Typografie unterhalb der Schulter ist je nach Motiv flexibel in Laufrichtung und Größe. Die Headline ist immer versal. Die Kopfzeile enthält rechts das Logo, links können weitere Informationen stehen.




Anwendungen

- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürentitel
- Broschüreseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

ANWENDUNGEN SEIDENTYPEN EINER POWERPOINT-VORLAGE

Verbindliche Gestaltungsgrundlage mit detaillierten Vermaßen für alle Seiten ist das Powerpoint-Templete, das unter www.uni-heidelberg.de/einrichtungen/rektorat/kum als Download bereitsteht.

TT.MM.JJJJ



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
GRÜNDUNG
SEIT 1386

**Das ist die Titelseite der Präsentation –
im Folgenden werden weitere
Anwendungsbeispiele für PPT gezeigt**
Titel in Arial Bold und Untertitel in Arial Regular

Platz für Institutionen, Titel/Thema der Präsentation, Name des Verantwortlichen, Position Seitenzahl

Inhaltsverzeichnis



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
GRÜNDUNG
SEIT 1386

1. Exzellenzinitiative der Universität Heidelberg
Graduiertenschulen

1. Heidelberg Graduate School of Fundamental Physics
2. Heidelberg Graduate School of Mathematical and Computational Methods for the Sciences
3. The Hartmut Hoffmann-Berling International Graduate School of Molecular and Cellular Biology

2. Exzellenzcluster der Universität Heidelberg

1. CellNetworks: From Molecular Mechanism to a Quantitative Understanding of Complex Functions
2. Asia and Europe in a Global Context: Shifting Asymmetries in Cultural Flows in Cultural Flows

Platz für Institutionen, Titel/Thema der Präsentation, Name des Verantwortlichen, Position Seitenzahl



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
GRÜNDUNG
SEIT 1386

Das ist eine Kapiteltrennseite
Titel in Arial Bold und Untertitel in Arial Regular

Platz für Institutionen, Titel/Thema der Präsentation, Name des Verantwortlichen, Position Seitenzahl

**Das ist eine Beispielseite
mit Auflistung von Fakten sowie einem
quadratischen Bild mit Bildunterschrift**



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
GRÜNDUNG
SEIT 1386

- Theologische Fakultät
- Juristische Fakultät
- Medizinische Fakultät Heidelberg
- Medizinische Fakultät Mannheim
- Philosophische Fakultät
- Neuphilologische Fakultät
- Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften
- Fakultät für Verhaltens- und Empirische Kulturwissenschaften
- Fakultät für Mathematik und Informatik
- Fakultät für Chemie und Geowissenschaften
- Fakultät für Physik und Astronomie
- Fakultät für Biowissenschaften



Platz für eine Bildunterschrift

Platz für Institutionen, Titel/Thema der Präsentation, Name des Verantwortlichen, Position Seitenzahl

**Das ist eine Beispielseite
mit Fließtext und mehreren Bildern
mit Bildunterschriften**



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
GRÜNDUNG
SEIT 1386

Am 18. Oktober 1386 wurde die Universität mit einem Gottesdienst eröffnet. Dieser Überblick gibt wichtige Veränderungen in den mehr als 620 Jahren der Geschichte der Ruperto Carola wieder.



Platz für eine Bildunterschrift



Platz für eine Bildunterschrift



Platz für eine Bildunterschrift



Platz für eine Bildunterschrift

Platz für Institutionen, Titel/Thema der Präsentation, Name des Verantwortlichen, Position Seitenzahl

**Das ist eine Beispielseite mit einem
großen Bild
ohne Bildunterschrift**



UNIVERSITÄT
HEIDELBERG
GRÜNDUNG
SEIT 1386




Platz für Institutionen, Titel/Thema der Präsentation, Name des Verantwortlichen, Position Seitenzahl

Anwendungen

- Briefbogen
- Visitenkarte
- Broschürentitel
- Broschüreseiten
- Plakat
- Leporello
- Handzettel
- Powerpoint-Vorlage
- Personalanzeige

ANWENDUNGEN PERSONALANZEIGE

Personalanzeigen werden anhand der Gestaltungssystematik (s. S. 14 ff.) erstellt. Der Text läuft einspaltig und beginnt ab der Schulterhöhe. Die Stellenbezeichnung wird in Versalien gesetzt. Bei einfarbigem Druck wird die Schwarz-Weiß-Version des Logos eingesetzt.



**UNIVERSITÄT
HEIDELBERG**
ZUKUNFT
SEIT 1386

Der Exzellenzcluster „Asia and Europe in a Global Context“ (www.asia-europe.uni-heidelberg.de) ist ein seit 2007 bestehender Forschungsverbund an der Universität Heidelberg. Zur Unterstützung der Finanzabteilung suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt eine/n

MITARBEITER/IN IM RECHNUNGSWESEN/CONTROLLING

Aufgaben

- Eigenständige Mittelüberwachung und Rechnungsprüfung der Projektbudgets der Projekte der Research Areas A und B
- Eigenständige Bearbeitung von Reisekostenabrechnungen von Gastwissenschaftlern und Projektmitarbeitern
- Unterstützung bei der Erstellung von Verwendungsnachweisen
- Kontenklärung in Absprache mit der Universitätsverwaltung
- Selbstständige Datenpflege (Access-Datenbank)
- Überprüfung der Telefonabrechnungen

Anforderungen

- Abgeschlossene Ausbildung zum/r Betriebswirt/in; Fachwirt/in für Rechnungswesen oder vergleichbare qualifizierte Ausbildung und/oder mehrjährige Tätigkeit in diesem Fachbereich vorzugsweise an einer deutschen Universität
- Einschlägige Berufserfahrung vorzugsweise in einem Drittmittelprojekt
- Sehr sicherer Umgang mit Microsoft Office und die Bereitschaft, sich in eine Accessdatenbank einzuarbeiten
- Sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Genaue und strukturierte Arbeitsweise, absolute Zuverlässigkeit
- Sehr ausgeprägte Kunden- und Serviceorientierung und Teamfähigkeit

Die Stelle ist zunächst bis zum 31.10.2012 befristet und grundsätzlich teilbar.
Die Vergütung erfolgt nach TV-L.

Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen bis zum 14. Juli 2011 vorzugsweise per E-Mail (bitte ausschließlich ein einziges PDF-Dokument versenden!) an heidle@asia-europe.uni-heidelberg.de oder per Post an: Dr. Alexandra Heidle, Cluster Asia and Europe, Voßstraße 2, Gebäude 4400, 69115 Heidelberg.

Wir bitten um Verständnis, dass eingegangene Bewerbungsunterlagen nicht zurückgesandt werden können.

Die Universität Heidelberg strebt eine Erhöhung des Frauenanteils in den Bereichen an, in denen sie bisher unterrepräsentiert sind. Entsprechend qualifizierte Frauen werden um ihre Bewerbungen gebeten. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung vorrangig eingestellt.

Universität Heidelberg

Kommunikation und Marketing

Grabengasse 1

69117 Heidelberg

Tel. +49 6221 54-19012

Fax +49 6221 54-19020

kum@uni-heidelberg.de

Stand 07.2012

