

## **Corporate Design der Universität Bremen**

### **Informationen zu diesem Textdokument**

Dieses Dokument ist eine barrierefreie Version des Corporate Design-Regelwerks der Universität Bremen. Es beinhaltet die Unterpunkte Logo, Schrift, Layout und Farben in reiner Textform.

Die wichtigsten Informationen, die im CD-Portal ausschließlich innerhalb von Grafiken transportiert werden, sind hier mitaufgeführt. Bitte beachten Sie jedoch, dass aufgrund der Komplexität nicht alle in Grafiken enthaltenen Informationen barrierefrei zugänglich gemacht werden können.

Bei Fragen oder für Anregungen wenden Sie sich bitte an das Team Hochschulkommunikation und -marketing, per E-Mail erreichbar unter [marketing@uni-bremen.de](mailto:marketing@uni-bremen.de) oder telefonisch unter 0421 218-60164.

## **Kommunikation neu gestalten**

Die Universität Bremen ist jung, dynamisch, vielfältig und offen. Das neue Corporate Design (Unternehmens-Erscheinungsbild) ist zeitgemäß und unverwechselbar. Die Gestaltungsrichtlinien sind einfach anzuwenden und sichern einen einheitlichen Auftritt über alle Medien hinweg. Das erhöht die Wiedererkennbarkeit und stärkt das Markenprofil der Universität Bremen – national und international.

### **1. Logo**

Die Bildmarke U ist klar und so offen wie die Universität selbst. Die geometrisch geschmeidige Schrift unterstützt den zeitlos modernen Eindruck.

Das Logo der Universität Bremen ist immer in seiner vorgegebenen Form zu verwenden. Es wird positiv in Rot/Schwarz auf weißem Untergrund platziert. Die Schutzzone (5L) von fünf Strichbreiten der Bildmarke „U“ ist zum oberen und linken Formatrand einzuhalten sowie zu allen anderen Elementen.

Das Uni-Logo darf nicht verzerrt, gestürzt, gespiegelt oder individuell gesetzt werden.

Die Bildmarke "U" wird immer zusammen mit der Wortmarke verwendet. Die Bildmarke "U" darf nicht frei, einzeln oder als Bestandteil eines anderen Wortes eingesetzt werden. (Seltene Ausnahmen, wie bei der Verwendung in Social-Media-Kanälen der Uni Bremen oder als Gestaltungselement, müssen immer mit KOMMA abgestimmt werden.)

Bitte immer die entsprechenden Datei-Vorlagen verwenden und diese nicht verändern. Für Schwarz-Weiß-Abbildungen stehen ein schwarzes und ein negatives Logo zur Verfügung.

### 1.1. Logo-Größen

Für folgende Formate sind Logo-Größen definiert. Für abweichende Formate wird die Logo-Größe des nächst passenden DIN Formats gewählt. Alternativ kann das Format DIN A4 auf das entsprechende Format skaliert werden.

DIN lang: Logohöhe  $U = 14$  mm

DIN A6: Logohöhe  $U = 14$  mm

DIN A5: Logohöhe  $U = 14$  mm

DIN A4: Logohöhe  $U = 18,5$  mm

DIN A3: Logohöhe  $U = 25$  mm

DIN A2: Logohöhe  $U = 35$  mm

DIN A1: Logohöhe  $U = 50$  mm

DIN A0: Logohöhe  $U = 70$  mm

### 1.2. Logo-Platzierung

Das Uni-Logo wird immer oben links im Format platziert. Der Abstand zu den Formaträndern entspricht der Logo-Schutzzone von  $5L$  ( $1L =$  eine Strichbreite des  $U_s$ ) und ist immer einzuhalten.

### 1.3. Institute, Einrichtungen und Fachbereiche

Institute, Einrichtungen, Projekte und ähnliches werden in derselben Schriftart und Schriftgröße wie die Wortmarke des Uni-Logos gesetzt. Sie stehen oben rechts im Format. Die Schriftfarbe aller Bezeichnungen ist Schwarz. Der Fachbereich wird in kleinerer Schriftgröße (circa die Hälfte der Schriftgröße „Universität Bremen“) gesetzt. „Fachbereich XY“ wird in Sharp Sans Bold gesetzt, der Name des Fachbereichs wird in Sharp Sans Semibold gesetzt.

Soll ein eigenes Instituts- / Einrichtungs- oder Projekt-Logo oder ähnliches mitgeführt werden, wird dies unten rechts auf weißem Untergrund (Seitenabschluss) platziert. Unzulässig ist die Platzierung weiterer Logos im oberen Bereich, neben dem Uni-Logo oder bei der Instituts-Bezeichnung. Fachbereiche werden als elementarer Bereich der Universität Bremen namentlich auf den Medien genannt, führen aber kein eigenes Logo mit.

Auch außerhalb von Uni-Medien kann die Logo-Erweiterung verwendet werden. Für die Anordnung der Wortmarken gelten dieselben Regeln wie oben genannt. Der Mindestabstand zwischen der Wortmarke „Universität Bremen“ und dem Namen des Instituts oder des Fachbereichs entspricht der Logo-Schutzzone (5L).

## 2. Hausschrift

Sharp Sans ist eine angenehm sachliche Schrift, die der Gestaltung professioneller Off- und Online-Medien alle Freiheiten lässt. Acht Schriftschnitte sind für die Uni lizenziert und allen Mitarbeitenden zugänglich.

Die Sharp Sans ist die Hausschrift der Universität Bremen. Sie wird insbesondere bei Werbe- und Kommunikationsmedien verwendet. Für die alltägliche Bürokommunikation kann die Systemschrift Arial weiterverwendet werden. Bitte nutzen Sie nur die Sharp Sans oder Arial für die Kommunikation.

### 2.1. Schriftschnitte

Die Schriftschnitte Sharp Sans Medium und Sharp Sans Bold werden vorrangig verwendet. Sharp Sans Book und Sharp Sans Semibold sind alternative Schriftschnitte für besonders kleine oder große Formatanwendungen.

Für Headlines, Fließtexte und Einführungen wird die Sharp Sans Medium verwendet. Sie ist der Standard-Schriftschnitt für sämtliche Medien der Universität Bremen. Für Subheadlines und Hervorhebungen wird die Sharp Sans Bold verwendet.

Für bewusste Farbakzente in der Gestaltung können gezielte Textabschnitte, wie zum Beispiel Einführungen oder Subheadlines in farbiger Schrift gesetzt werden. Hierbei ist auf gute Lesbarkeit und deutliche Farbkontraste zu achten.

Alle Italic-Schriftschnitte (kursiv) sind bei zweisprachigen Medien für die zusätzliche Sprache vorgesehen.

## 2.2. Laufweite

Die Sharp Sans wird grundsätzlich mit einer Laufweite von mindestens 20 Einheiten gesetzt (einzustellen in InDesign). Bei Headlines, Einführungen und größeren Schriftanwendungen können bis zu 40 Einheiten Laufweite (InDesign) gesetzt werden.

## 2.3. Schrift-Einsatz\*

\* alle Schriftgrößen entsprechen einer DIN A4 Broschüre

### Topline

Schriftschnitt: Sharp Sans Bold

Schriftgröße: 11 pt

Laufweite InDesign: 30

### Kapitel-Headline

Schriftschnitt: Sharp Sans Medium

Schriftgröße: 30 pt, ZAB 37,5 pt

Laufweite InDesign: 30

## Headline und Einführung

Schriftschnitt: Sharp Sans Medium

Schriftgröße: 18 pt, ZAB 25 pt

Laufweite InDesign: 30

– auch in Farbe möglich

## Anlesertext

Schriftschnitt: Sharp Sans Bold

Schriftgröße: 9 pt, ZAB 12,5 pt

Laufweite InDesign: 30

## Fließtext

Schriftschnitt: Sharp Sans Medium

Schriftgröße: 8,5 pt, ZAB 12,5 pt

Flattersatz, linksbündig

Laufweite InDesign: 20

## Übergeordnete Zwischenheadline

Schriftschnitt: Sharp Sans Bold

Schriftgröße: 9 pt, ZAB 12,5 pt

Laufweite InDesign: 30

– Schrift in Farbe, z. B. Rot

## Zwischenheadline / Hervorhebung im Text

Schriftschnitt: Sharp Sans Bold

Schriftgröße: 9 pt, ZAB 12,5 pt

Laufweite InDesign: 30

### 2.4. Nicht zulässig

Headlines werden immer in Gemischtschreibweise gesetzt. Die Schreibweise in Versalien ist nicht zulässig. Auch die Italic-Schriftschnitte und der Bold-Schriftschnitt sind nicht für Headlines auf den herkömmlichen Medien vorgesehen.

### 2.5. Barrierefreiheit

Für eine möglichst barrierefreie Kommunikation sollte bei Texten auf gute Lesbarkeit geachtet werden. Hierzu zählen kurze und eindeutig formulierte Texte sowie eine übersichtliche Struktur und eine klare Anordnung der Inhalte. Die Schriftgröße von Fließtexten und Headlines sollte sich deutlich voneinander unterscheiden. Texte sollten linksbündig gesetzt werden, nicht im Blocksatz. Bei farbigen Texten ist auf gute Farbkontraste zu achten. Folgende beispielhafte Farbkombinationen haben einen ausreichenden Farbkontrast:

Weißer Schrift auf dunkelrotem Hintergrund und dunkelrote Schrift auf weißem Hintergrund.

Weißer Schrift auf rotem (Hausfarbe) Hintergrund und rote Schrift auf weißem Hintergrund.

Weißer Schrift auf dunkelblauem (Hausfarbe) Hintergrund und dunkelblaue Schrift auf weißem Hintergrund.

Weißer Schrift auf mittelblauem Hintergrund und mittelblaue Schrift auf weißem Hintergrund.

Weißer Schrift auf lila Hintergrund und lila Schrift auf weißem Hintergrund.

Weißer Schrift auf dunkelgrünem Hintergrund und dunkelgrüne Schrift auf weißem Hintergrund.

ehr Informationen zum Thema Barrierefreiheit und Corporate Design finden Sie [hier](#).

### 3. Layout

Alle Layouts folgen einer vorgegebenen Rasteraufteilung. Dieses System erlaubt eine sehr freie Gestaltung, die flexibel auf unterschiedlichste Formate und Anforderungen reagieren kann. Die visuelle Klammer bilden vertikale und horizontale Streifen, die sich aus dem Logo ableiten und darauf aufbauen.

#### 3.1. Layoutraster und Streifen-Objekte anlegen

Das Raster für Titelseiten setzt sich aus nahezu quadratischen Flächen zusammen. Die kurze Formatseite wird in 12 Rastereinheiten unterteilt. Ausgehend von dieser Rastergröße werden entsprechend viele Einheiten in die Formathöhe dupliziert. Kleine Abweichungen werden ausgeglichen, indem die Linien mit gleichem Abstand über das Format verteilt werden (Einstellungen in InDesign: Objekte ausrichten / um horizontale Mittelachse verteilen).

Auf dem Raster wird eine farbige Fläche mit Streifen angelegt (Streifen-Objekt). Die Streifenbreite und die Streifenlänge richtet sich am Raster aus. Alle Streifen innerhalb einer Farbfläche haben dieselbe Breite und Länge. Auch der Abstand der Streifen zueinander ist identisch und entspricht einer Streifenbreite.

Die Größe des Corporate Design-Elements (Farbfläche mit Streifen) ist flexibel und darf innerhalb des Rasters klein oder großflächig aufgezogen werden. Die Streifen innerhalb einer Farbfläche dürfen horizontal oder vertikal ausgerichtet werden.

Es dürfen auch zwei Streifen-Objekte, die sich farblich voneinander abgrenzen, kombiniert werden. Die Farben innerhalb eines Streifen-Objekts müssen aus derselben Farbgruppe gewählt werden (siehe Kapitel Farben). Da maximal zwei Streifen-Objekte pro Layout kombiniert werden dürfen, kommen somit maximal zwei Farbgruppen zum Einsatz. Welche Farbgruppen kombiniert werden dürfen, kann im Kapitel „Farben“ nachgelesen werden.

Die Abbildungen zeigen mögliche Layoutanordnungen mit ein oder zwei Streifen-Objekten. Auch Bilder können mit den Streifen-Objekten kombiniert werden und richten sich ebenfalls am Raster aus. Template-Vorlagen zu verschiedenen Medien werden sukzessiv erarbeitet und im Laufe des Jahres auf diesem Portal zur Verfügung gestellt.

### 3.2. Unzulässige Anordnungen

Sehr viele Layoutvarianten sind innerhalb dieser Vorgaben möglich. Nicht zulässig sind Anordnungen, bei denen individuelle Formen, wie zum Beispiel Buchstaben, ungewollte Negativ-Effekte oder visuelle Assoziationen entstehen. Auch zu kurze Streifen, die wie Kästchen erscheinen, sollen vermieden werden. Es sollte vermieden werden, Text auf den Farbflächen zu platzieren.

Die Streifen sollten von außen nach innen laufen und nicht von innen nach außen. Grundsätzlich sollen sich harmonische Flächenaufteilungen ergeben, bei denen die Grundidee von Streifen auf Farbflächen immer erkennbar ist.

### 3.3. Barrierefreiheit

Bitte beachten Sie auch die Informationen rund um das Thema "[Barrierefreiheit und Corporate Design](#)" auf der entsprechenden Unterseite im Menü. Neben Tipps zur barrierefreien Gestaltung von Kommunikationsmedien werden dort die Grundlagen zu Logo, Schrift, Layout und Farben als barrierefreie Textdatei zum Download zur Verfügung gestellt.

## 4. Farben

Die Farben in all ihren Abstufungen und Kombinationen spiegeln die Vielfalt der Uni wider – und ermöglichen so eine höchst individuelle Gestaltung. Die Rot- und Blau-Töne sind die Primärfarben. Sie sorgen für ein vertrautes Farbklima und eine schnelle Wiedererkennung der Universität.

Die sechs Primärfarben (Rot- und Blau-Töne) werden vorzugsweise verwendet. Die fünf zusätzlichen Sekundärfarben mit den jeweiligen Farbabstufungen schaffen Abwechslung und erleichtern eine lebendige, zielgruppengenaue Kommunikation. Bei der Verwendung von mehreren Farben sind nur ausgewählte Farbkombinationen zulässig (siehe unten).

### 4.1. Primärfarben

Im Folgenden sind die Farbwerte der Primär- und Sekundärfarben sofern definiert in CMYK, Pantone, RGB, HEX und RAL aufgelistet.

#### Farbgruppe Rot

Dunkelrot:

CMYK: 45 / 100 / 65 / 0

Pantone: 208 C

RGB: 157 / 34 / 70

HEX: #9d2246

RAL: 4002

Hausfarbe Rot:

CMYK: 10 / 100 / 80 / 0

Pantone: 186 C

RGB: 213 / 12 / 47

HEX: #d50c2f

RAL: 3020

Rosa:

CMYK: 0 / 50 / 20 / 0

Pantone: 197 C

RGB: 243 / 156 / 169

HEX: #f39ca9

### Farbgruppe Blau

Hausfarbe Blau:

CMYK: 100 / 74 / 0 / 40

Pantone: 280 C

RGB: 0 / 50 / 109

HEX: #00326d

RAL: 5003

Knallblau:

CMYK: 100 / 50 / 0 / 0

Pantone: 285 C

RGB: 0 / 104 / 180

HEX: #0068b4

RAL: 5015

Hellblau:

CMYK: 50 / 20 / 0 / 0

Pantone: 7453 C

RGB: 137 / 180 / 225

HEX: #89b4e1

## 4.2. Sekundärfarben

### Farbgruppe Lila

CMYK 95: / 100 / 30 / 0

Pantone: k.A.

RGB 59 / 41 / 106

HEX #3b296a

CMYK: 55 / 50 / 10 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 134 / 129 / 177

HEX: #8681b1

CMYK 25 / 25 / 0 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 199 / 193 / 225

HEX: #c7c1e1

### Farbgruppe Koralle

CMYK: 15 / 75 / 50 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 212 / 91 / 101

HEX: #d45b65

CMYK: 0 / 47 / 34 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 244 / 161 / 152

HEX: #f4a198

CMYK: 0 / 20 / 15 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 251 / 218 / 210

HEX: #fbdad2

### Farbgruppe Gelb

CMYK: 0 / 40 / 100 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 247 / 166 / 0

HEX: #f7a600

CMYK: 0 / 20 / 80 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 254 / 206 / 67

HEX: #fece43

CMYK: 0 / 10 / 35 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 255 / 231 / 182

HEX: #ffe7b6

### Farbgruppe Grün

CMYK: 100 / 35 / 60 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 0 / 136 / 120

HEX: #008878

CMYK: 50 / 0 / 35 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 138 / 203 / 183

HEX: #8acbb7

CMYK: 20 / 0 / 15 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 214 / 235 / 225

HEX: #d6ebe1

### Farbgruppe Limette

CMYK: 20 / 0 / 100 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 222 / 220 / 0

HEX: #dedc00

CMYK: 8 / 0 / 80 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 246 / 233 / 69

HEX: #f6e945

CMYK: 0 / 0 / 35 / 0

Pantone: k.A.

RGB: 255 / 248 / 189

HEX: #fff8bd

#### 4.3. Zulässige Farbkombinationen

Jede Farbe für sich hat eine kräftige und klare Wirkung. Die Farben werden immer mit 100% Deckkraft eingesetzt und dürfen nicht in Transparenzen oder Abstufungen verwendet werden.

Pro Streifen-Objekt können zwei Farben aus derselben Farbgruppe ausgewählt werden. Bei zwei Streifen-Objekten können also vier Farben zum Einsatz kommen. Hierfür sind nur Kombinationen bestimmter Farbgruppen erlaubt. Alle zulässigen Farbkombinationen sind:

- Farbgruppe Rot + Farbgruppe Blau
- Farbgruppe Rot + Farbgruppe Lila
- Farbgruppe Rot + Farbgruppe Koralle
- Farbgruppe Rot + Farbgruppe Gelb
- Farbgruppe Blau + Farbgruppe Lila
- Farbgruppe Blau + Farbgruppe Grün

- Farbgruppe Blau + Farbgruppe Koralle
- Farbgruppe Blau + Farbgruppe Gelb
- Farbgruppe Blau + Farbgruppe Limette
- Farbgruppe Lila + Farbgruppe Grün
- Farbgruppe Lila + Farbgruppe Koralle
- Farbgruppe Lila + Farbgruppe Gelb
- Farbgruppe Lila + Farbgruppe Limette
- Farbgruppe Grün + Farbgruppe Limette
- Farbgruppe Koralle + Farbgruppe Gelb

#### 4.4. Barrierefreiheit

Bitte beachten Sie auch die Informationen rund um das Thema ["Barrierefreiheit und Corporate Design"](#) auf der entsprechenden Unterseite im Menü. Neben Tipps zur barrierefreien Gestaltung von Kommunikationsmedien werden dort die Grundlagen zu Logo, Schrift, Layout und Farben als barrierefreie Textdatei zum Download zur Verfügung gestellt.

## **Zur Information: Weitere Unterseiten des CD-Portals**

Das CD-Portal enthält drei weitere Menüpunkte:

- Vorlagen
- Barrierefreiheit
- Kontakt

Da diese Seiten vollständig barrierefrei sind, wird an dieser Stelle auf die Abbildung in reiner Textform verzichtet.