

Corporate Design

Das neue Erscheinungsbild
der Universität Siegen

Weitere Infos auf
dem Designportal:



Kontakt

design@uni-siegen.de
Tel. +49 271 740 4993

Universität Siegen

Stabsstelle für Presse,
Kommunikation und Marketing
Adolf-Reichwein-Str. 2a / Gebäude NA
57068 Siegen

uni-siegen.de



FrISChe Optik, starke Marke, Raum für Individualität

Mehr denn je steht die Universität Siegen in der Öffentlichkeit. Das Uni-Logo prangt an der Fassade des Hörsaalzentrums mitten in Siegen, die Universität wirbt um Studierende und die besten Köpfe in Wissenschaft und Verwaltung, in den Sozialen Medien folgen tausende Menschen unseren Kanälen.

Dafür brauchen wir ein neues Corporate Design, das das Erscheinungsbild unserer Universität prägt, ihr eine visuelle Identität verleiht. Wir brauchen einen modernen, einheitlichen Auftritt, der sich in allen Bereichen unserer Hochschule widerspiegelt. Deshalb haben wir für die Modernisierung unseres Corporate Designs so viele Menschen wie möglich einbezogen – aus den Fakultäten, Einrichtungen, Projektgruppen und Gremien.

Zwei Ziele standen bei der Entwicklung im Fokus. Erstens: ein neues, frisches Design, das auf einer Visitenkarte ebenso wirkt wie auf Instagram. Zweitens: ein leichter, niedrigschwelliger Umgang, sodass Flyer und Plakate ohne professionelle Grafik-Programme gestaltet werden können.

Entstanden ist ein Corporate Design, das der Vielfalt unserer Universität Raum für Individualität lässt, aber durch ein einheitliches Erscheinungsbild unsere Marke „Universität Siegen“ stärkt.

Wir laden alle ein, das neue Corporate Design kennenzulernen – es lohnt sich!

André Zeppenfeld /
Pressesprecher der Universität Siegen

Das neue Corporate Design (CD)

Im Onlineportal sind alle Infos zum neuen CD gebündelt. Das Designportal ist zu finden unter: <https://design.uni-siegen.de>

Die Dachmarke



Mit einem gründlichen Rebrush wurde das bisherige Hauptlogo der Universität Siegen überarbeitet. Neu ausgewogene Verhältnisse innerhalb der Logoelemente, ein stabil ausgeformtes Uni-„u“ und eine gemischte Schreibweise der Wortmarke geben der Logoform mehr Klarheit und eine zuverlässige Lesbarkeit. Zudem tritt das Logo nun auch farblich mit gestärktem Selbstbewusstsein auf – repräsentativ und elegant kommt es jetzt einfarbig und im neuen „Uni Dunkelblau“ oder weiß daher.



Die Fakultätslogos

Die bisherigen Logos der fünf Fakultäten wurden so aufbereitet, dass ihre Individualität und damit auch ihre Wiedererkennbarkeit erhalten bleiben. In ihrem Aufbau greifen sie dieselbe Systematik auf, die auch dem Hauptlogo zu Grunde liegt und bilden nun eine deutlich stärker spürbare Nähe zueinander. Abstände, Größen und Schutzräume sind so definiert, dass sie bei gleicher Logogröße dieselben Werte einnehmen – über alle grafischen Elemente der Submarken hinweg. So ist bei einer gleich großen Platzierung ein möglichst harmonisches und stimmiges Gesamtbild gegeben.

phil Philosophische
Fakultät

ba Bildung
Architektur
Künste

wir Wirtschaftswissenschaften
Wirtschaftsinformatik
Wirtschaftsrecht

nt Naturwissenschaftlich-
Technische Fakultät

twf Lebenswissenschaftliche
Fakultät

Farben

Für die Gestaltung von Medien für die Universität Siegen und die Fakultäten stehen jeweils zwei Hauptfarben zur Verfügung. Die dunklere Primärfarbe kommt vor allem in kleineren Texten und den Logos zum Einsatz. Die leuchtenden Akzentfarben sind für textliche Hervorhebungen vorgesehen. Eine übergreifend nutzbare Farbe stellt das "Uni Grau" dar – es kann von jeder Einrichtung der Universität verwendet werden, sobald eine dritte, neutrale Farbkomponente notwendig ist.



Dachmarke



Fakultät I



Fakultät II



Fakultät III



Fakultät IV



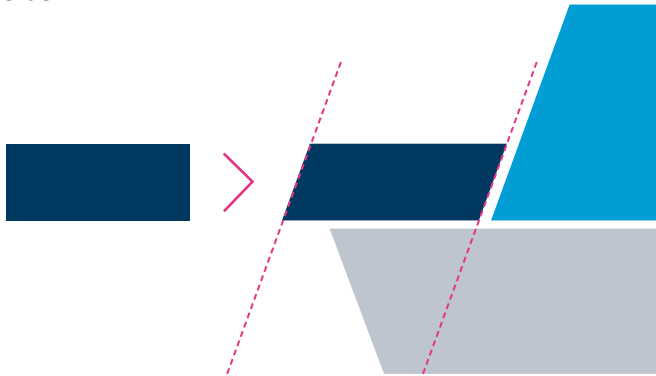
Fakultät V

Schriften

Wir haben eine neue Hausschrift! Für alltägliche Anwendungen kommt ab sofort die Calibri zum Einsatz. Als Systemschrift auf sehr vielen Rechnern ermöglicht sie eine möglichst barrierefreie Nutzung des neuen Corporate Designs. Die bisher verwendete lizenzpflichtige Schriftart Bliss kommt nur noch zum Einsatz, wo eine aufwändigere Gestaltung und Umsetzung möglich ist.

Flächenelemente

Das Gestaltungsprinzip ist das wesentliche Wiedererkennungsmerkmal des Corporate Designs. Es basiert auf der Idee des Verbindens, der Bewegung und des Zusammenspiels. Die geneigten bzw. angeschrägten Farbflächen können flexibel miteinander kombiniert werden.



Anwendung der Formen

Für Plakate, Trennseiten in Präsentationen und Auftaktseiten in Publikationen kommen sie großflächig und sehr grafisch zum Einsatz. Etwas kleiner können sie auch als Hinterlegungen für Texte genutzt werden. Zudem ist es möglich, sie mit Bildinhalt zu befüllen.

Einfache Web-to-Print-Lösung kommt

Der Start des neuen Corporate Designs ist in zwei inhaltliche und zeitliche Stufen unterteilt:

Stufe 1:

Der Start beginnt mit den neuen Richtlinien und der Veröffentlichung des Designportals mit Informationen zu Farben, Flächen, Formen sowie einer umfangreichen Sammlung an downloadbaren Templates (Vorlagen) für verschiedene Medien (Plakate, Flyer, Visitenkarten, Social Media Visuals, etc.). Nach aktuellem Standard werden diese Vorlagen als Bearbeitungsdatei des Adobe-Programms „InDesign“ veröffentlicht. Sie lassen sich herunterladen, bearbeiten und dann druckfertig machen oder als digitales Medium (z.B. für Facebook, Instagram) verwenden.

Stufe 2:

Gemeinsam mit der für den CD-Relaunch verantwortlichen Agentur Nordsonne Identity aus Berlin arbeiten wir mit Hochdruck an einer einfachen, langfristig nutzbaren Web-to-Print-Lösung für die gängigsten und allgemein verbreitetsten Medien im neuen CD. In dieser Online-Anwendung können NutzerInnen von jedem Endgerät aus losgelöst von der darauf installierten Software oder gestalterischen Fähigkeiten druckfertige Medien innerhalb der Richtlinien des CDs gestalten. Dieses technisch aufwändige Angebot wird voraussichtlich im Laufe des Kalenderjahres 2022 eingeführt, auch, um darin bereits auf erste Erfahrungen mit der Anwendung des neuen Designs reagieren zu können. Über den genauen Zeitpunkt der Einführung informieren wir auf der Webseite.

Ein buntes Repertoire an Möglichkeiten

Die um 20 Grad geneigten Flächen bilden – als einfache und modulare, flexible Elemente – die Grundbausteine dieses Gestaltungsprinzips. Ob bei Visitenkarten, auf dem Briefbogen oder in den Sozialen Medien: In wechselnden Farben und Größen können sie strukturgebend und plakativ im Layout verwendet werden.



Visitenkarten



Messestand, Theke und Beachflag



Türschilder



Das neue CD: Fragen? Fragen!

Ab wann kann ich das neue Corporate Design einsetzen?

Ab sofort! Das neue CD ist veröffentlicht und das bedeutet, ab sofort dürfen alle UniversitätsmitarbeiterInnen Flyer, Plakate und andere Publikationen im neuen, frischen Design gestalten.

Muss ich das neue CD anwenden?

Das Corporate Design haben wir gemeinsam mit einer externen Agentur so gestaltet, dass es sehr viele Möglichkeiten zur Individualisierung bietet. Es sind aber notwendige Leitplanken vorgegeben - und an diese sollen sich alle MitarbeiterInnen der Universität Siegen halten.

Was passiert mit meinen alten Designvorlagen?

Es ist empfehlenswert, die alten Vorlagen zunächst aufzubewahren – und zwar vor allem wegen der Inhalte. Das gilt besonders für wiederkehrende Veröffentlichungen, aber generell ist es gut, von alten Flyern, Plakaten usw. ein „Backup“ zu haben.

Was passiert mit meinem Logo?

Das Rektorat hat beschlossen, dass es ab einer gewissen Anpassungszeit im neuen CD keine eigenen grafischen Logos mehr geben soll. Als Alternative, um dem Bedürfnis nach individueller Darstellung gerecht zu werden, gibt es eine eigene Submarkensystematik. In der zweiten Stufe des Relaunches wird es hierfür ein eigenes Onlinetool zur Erstellung des CD-konformen Logos geben.



Kann ich die Vorlagen beliebig verändern?

Nein, beliebig verändern kann man die Vorlagen nicht – immerhin geht es bei den Vorlagen ja darum, dass bestimmte Regeln des CDs eingehalten werden. Diese finden sich anhand von praktischen Beispielen auch ausführlich auf dem neuen Designportal erklärt. Die Vorlagen bieten natürlich einen gewissen Spielraum zur Anwendung der Regeln. Diese lernt man am besten durch Ausprobieren und vor allem durch die online sichtbaren Anwendungsbeispiele.

Wo finde ich Hilfen zur Einsetzung des neuen Designs?

Wir haben ein Onlineportal aufgebaut, wo die Anwendungsregeln (wie Beispiele, benötigte Dateien und Farbwerte) zu finden sind. Der Vorteil: Dieser Online-Styleguide (also quasi das Handbuch für den Einsatz des neuen CDs) ist von überall abrufbar und kann leicht weitergegeben werden (z.B. an extern beauftragte Agenturen). Das Designportal ist unter folgendem Link zu finden: <https://design.uni-siegen.de>