Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Stand August 2006

# Corporate-Design-Manual

Basiselemente Logo Typografie Farbe Raster Gestaltungsprinzip Bildeinsatz Geschäftsausstattung
Standardbogen Briefbogen Visitenkarte Zeugnis Urkunde Zeugnismappe Dokumentenmappe Literatur
Formate Flyer Vorlesungsverzeichnis Imagebroschüren Studiengangsbroschüren Plakate Plakate mit Bild
Plakate mit Typografie Beschilderung Banner im Außenbereich Messesystem Roll-Ups PowerPoint Internet

# Inhalt


| | | |
|---|---|---|
| | Willkommen | 3 |
| 1 | Basiselemente | 4 |
| 1.1 | Logo | 5 |
| 1.2 | Typografie | 8 |
| 1.3 | Farbe | 11 |
| 1.4 | Raster | 13 |
| 1.5 | Gestaltungsprinzip | 14 |
| 1.6 | Bildeinsatz | 16 |
| 2 | Geschäftsausstattung | 17 |
| 2.1 | Standardbogen | 18 |
| 2.2 | Faxbogen | 21 |
| 2.3 | Kurzmitteilung | 22 |
| 2.4 | Visitenkarte | 23 |
| 2.5 | Urkunde und Zeugnis | 24 |
| 2.6 | Zeugnismappe | 30 |
| 2.7 | Dokumentenmappe | 32 |
| 3 | Literatur | 34 |
| 3.1 | Formate | 35 |
| 3.2 | DIN-Lang-Flyer | 36 |
| 3.2.1 | Titel mit Typografie | 36 |
| 3.2.2 | Titel mit Bild | 37 |
| 3.3 | DIN A5 (Vorlesungsverzeichnis) | 44 |
| 3.4 | DIN A4 | 48 |
| 3.4.1 | Imagebroschüre FHW Berlin | 49 |
| 3.4.2 | Imagebroschüre IMB | 52 |
| 3.4.3 | Studiengangsbroschüre IMB | 56 |
| 3.4.4 | ECTS-Handbuch | 60 |
| 3.4.5 | SemesterJournal | 66 |
| 4 | Plakate | 70 |
| 4.1 | Plakate mit Bild | 71 |
| 4.2 | Plakate mit Typografie | 72 |
| 5 | Beschilderung | 74 |
| 5.1 | Banner im Außenbereich | 75 |
| 5.2 | Türschilder | 76 |
| 5.3 | Wegeleitsystem | 79 |
| 6 | Messesystem | 81 |
| 6.1 | Roll-Ups | 82 |
| 7 | PowerPoint | 84 |
| 8 | Internet | 86 |
| 9 | Kontakt | 93 |
| 10 | Impressum | 94 |

# Willkommen

Dieses Handbuch ist Informations-, Arbeits- und Orientierungsinstrument zugleich und führt Sie in die Welt der Außendarstellung der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin ein.

Es richtet sich zum einen an alle, die sich im Rahmen der Hochschule gestalterischen Aufgaben widmen oder Medien in gedruckter oder digitaler Form veröffentlichen. Zum anderen bietet dieses Handbuch allen Interessierten einen Überblick über Aufbau und Grundsätze des Hochschuldesigns.

Die Fachhochschule für Wirtschaft Berlin setzt sich aus verschiedenen Einheiten zusammen: der zentralen Verwaltung, den einzelnen Fachbereichen und dem Zentralinstitut.

Auch wenn die einzelnen Bereiche eigenständig mit der Öffentlichkeit kommunizieren, wird die Hochschule von außen als eine Einheit wahrgenommen. Dazu trägt auch ein homogenes Erscheinungsbild bei. Es macht sichtbar, was auf den ersten Blick verborgen bleibt und die Institution eint: die Werte, die das Denken und Handeln der Hochschule bestimmen.

Mit den vorliegenden Gestaltungsrichtlinien wird das Ziel eines einheitlichen und charakteristischen Corporate Designs verfolgt.

Im Umgang mit diesen gestalterischen Konstanten und Variablen tragen alle Anwender/innen zu einem professionellen Auftreten der Hochschule bei.

Viel Spaß beim Lesen und Gestalten!

# 1 Basiselemente

1.1 Logo
1.2 Typografie
1.3 Farbe
1.4 Raster
1.5 Gestaltungsprinzip
1.6 Bildeinsatz

# 1.1 Logo

## Bild-Wortmarke

Das Logo der FHW Berlin besteht aus einer Bild- und einer Wortmarke. Die Bildmarke stellt einen nach links ausgerichteten Bären im Profil dar. Der Bär steht hier als Zeichen für die Stadt Berlin, den Sitz der Fachhochschule. Der Bär ist in einem fest definierten Abstand links neben der Wortmarke positioniert.

Die Wortmarke enthält die zweizeilige Bezeichnung „Fachhochschule für Wirtschaft Berlin“. Die Minion Pro OpenType eignet sich hier als Schrift besonders gut, da sie als Serifenschrift gut lesbar ist und für Tradition und Seriosität steht.

In der dritten Zeile folgt der englische Titel „Berlin School of Economics“ in der DIN Medium Pro OpenType. Die serifenlose DIN-Schrift verkörpert Sachlichkeit und Modernität.

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

## Fachbereichskennzeichnung

Werden Medien eines Fachbereichs bzw. des Zentralinstituts gestaltet, wird der Absender in einer vierten Zeile, linksbündig zur Bildmarke, ergänzt.

Die Fachbereichs-/Institutskennzeichnung wird in der Schrift DIN Medium Pro OpenType manuell gesetzt. Sie besitzt die gleiche Größe wie die Typografie des englischen Titels in der dritten Zeile. Die Höhe der Positionierung der Fachbereichs-/Institutskennzeichnung wird durch den Zeilenabstand der Wortmarke ermittelt. Die Farbe des Zusatzes ist für die positive Logoversion die Farbe HKS 92, für die negative Variante Weiß.

1 Schrift
DIN Medium Pro OT 8,6 pt

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics
IMB Institute of Management Berlin

## Farben

Das Logo präsentiert sich in den beiden Hausfarben der Hochschule HKS 15 N und HKS 92 N. Das Rot steht hier für Aktivität, das Grau für Tradition.

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics
Fachbereich Berufsakademie

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics
Fachbereich XY

# 1.1 Logo

## Kopf- und Gestaltungszone
Jedes zu gestaltende Medium wird in eine Kopf- und eine Gestaltungszone eingeteilt.

## Posititionierung
Das Logo wird in die Kopfzone integriert. Überwiegend wird es links und nur in Ausnahmefällen (Briefbogen, Fax, PowerPoint-Vorlagen und Internet) rechts positioniert.

## Schutzraum
Um dem Logo genügend Raum in einer Fläche zu gewährleisten, ist ein Schutzraum definiert. Ein Mindestabstand von 3,5 Millimetern zum oberen und linken beziehungsweise rechten Rand einer Fläche ist definiert.

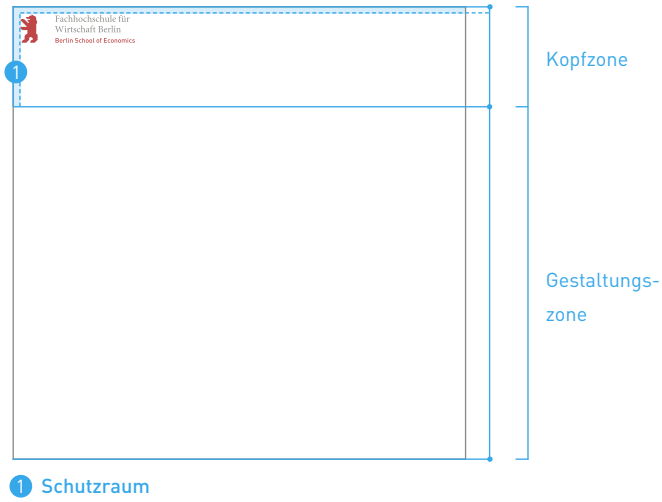
Genau definierte Abstände des Logos zu den Rändern liegen für die DIN-Formate A3, A4, A5 und auch für DIN Lang vor.

## Logofamilie
Das Logo liegt in der Logofamilie in einer positiven, negativen und einer positiven Schwarz-Weißversion vor.

Für die Visitenkarte gibt es zwei Sonderversionen, die auf 75 Prozent skaliert gesetzt werden.

## Größen
Die Standardgröße des FHW-Logos hat eine Breite von 53 Millimetern. Diese Logogröße ist für das DIN-A4-, DIN-A5- und in DIN-A-Lang-Format vorgesehen. Auf der Visitenkarte wird das Logo auf 75 Prozent verkleinert eingesetzt. Wird das Logo größer benötigt, wird dieses entsprechend skaliert und nicht nachgebaut.

## Logoerweiterung
Bei einer Namensänderung der Hochschule erlaubt die Wortmarke des Logos eine Anpassung. Im Falle der Integration der FHVR wird die Fachhochschule voraussichtlich in „Fachhochschule für Wirtschaft und Recht Berlin“ umbenannt. Von diesem Zeitpunkt an werden alle Medien der Fachhochschule ausschließlich mit dieser Bezeichnung an die Öffentlichkeit treten. Der Umgang mit dem neuen Logo in allen Anwendungen ändert sich dadurch nicht.




Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Logo positiv: fhw_sc_53.eps
Breite 53 mm

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Logo negativ: fhw_la_neg_53.eps

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Logo Strichversion: fhw_la_pos_53.eps

Fachhochschule für
Wirtschaft und Recht Berlin
Berlin School of Economics

# 1.1 Logo

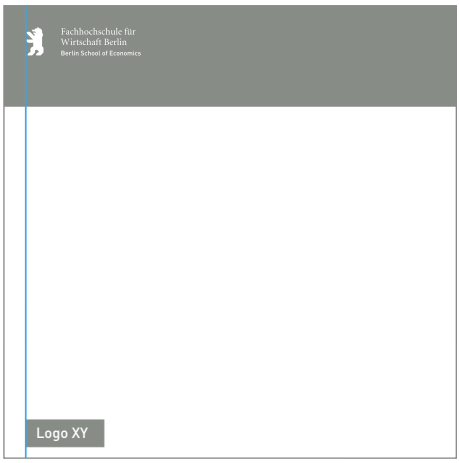
## Schreibweise im Fließtext

Der Name „Fachhochschule für Wirtschaft Berlin“ wird in Fließtexten in Groß- und Kleinbuchstaben ausgeschrieben. Die Abkürzung „FHW Berlin“ darf auch verwendet werden.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut Fachhochschule für Wirtschaft Berlin erat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis Berlin.

## Zusatzlogo

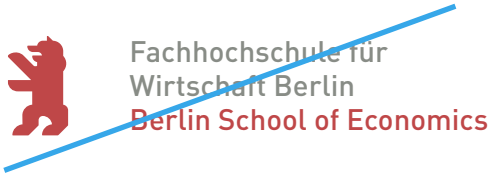
Die Platzierung eines Zusatzlogos ist für den unteren Bereich der Gestaltungszone vorgesehen. Dabei richtet sich das Zusatzlogo linksbündig an der Achse des Bären aus.




## Nicht erlaubte Versionen

Das Logo wird bevorzugt als eps-Datei eingesetzt (andere Formate bei der Pressestelle erhältlich) und wird nicht aus einem Schriftfont nachgesetzt.

Verzerrungen, Verformungen, Schattierungen oder sonstige Modifikationen am Logo sind unzulässig.



# 1.2 Typografie
## Headlines

### DIN Pro OpenType
1936 wurde die DIN-Schrift für die Bereiche Technik und Verkehr genormt. Bei der Entwicklung dieser Grotesk-Schrift stand die Lesbarkeit im Vordergrund. Sie ist der allgemeinen Öffentlichkeit bekannt von Orts-, Autobahn-, Eisenbahn- und anderen Hinweisschildern.

Die Fachhochschule für Wirtschaft Berlin verwendet die DIN Pro OpenType aufgrund der hohen Lesbarkeit und ihrer modern-sachlichen Anmutung.

Die Schrift eignet sich besonders gut für schnell zu erfassende Typografie wie beispielsweise Headlines, Auszeichnungen und Bildunterschriften.

### Schriftschnitte
Die DIN Pro OpenType wird in den Schriftschnitten Medium (Headlines) und Regular (Sublines) verwendet.

### Satz
Die gemischte Schreibweise und der linksbündige Flattersatz ist Standard für alle Textarten.

DIN Regular Pro OpenType

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
WXYZ0123456789@,.-;:_?!§$%
&/()#=“`*‘

DIN Medium Pro OpenType

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
WXYZ0123456789@,.-;:_?!§$
%&/()#=“`*‘

## 1.2 Typografie
Fließtext

### Minion Pro OpenType
Die Serifenschrift Minion wurde 1990 von Robert Slimbach entworfen. Durch ihr ausgeglichenes Schriftbild ist sie gut lesbar und symbolisiert Tradition und Seriosität.

Aufgrund der harmonischen Gesamtwirkung eignet sie sich besonders gut als Fließtextschrift.

### Hervorhebungen
Für Hervorhebungen im Fließtext wird die Minion Pro OpenType Italic oder Bold verwendet.

### Satz
Die gemischte Schreibweise und der linksbündige Flattersatz ist Standard für alle Textarten.

Minion Pro OpenType

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV
WXYZ0123456789@,.-;:_?!§$%
&/()#=“`*‘

Minion Italic Pro OpenType

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV*
*WXYZ0123456789@,.-;:_?!§$*

Minion Bold Pro OpenType

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUV**
**WXYZ0123456789@,.-;:_?!§$**

## 1.2 Typografie
Ersatzschrift

### Arial
Als alternative Schrift für Office-Anwendungen wird sowohl für Headlines als auch für Fließtexte die Systemschrift Arial verwendet.

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWXYZ0123456789@,.-;:_
?!§$%&/()#=“`*‘

# 1.3 Farbe
## FHW Berlin

Das Farbklima der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin unterteilt sich in definierte Farben, die der Hochschule als Gesamtheit zuzuordnen sind, und in Farben, die ausschließlich den einzelnen Organisationseinheiten (Fachbereiche und Zentralinstitut) vorbehalten sind.

### Farbsystem
Die Farben werden dem HKS-Farbsystem entnommen. Es empfiehlt sich, HKS N als Farbcode zu verwenden.

### Farben der Zentrale
Medien, die sich auf die Fachhochschule für Wirtschaft Berlin im Allgemeinen beziehen und nicht auf einen speziellen Fachbereich oder das Zentralinstitut, werden in den Farben Rot, Grau und Weiß gestaltet.

Die Farben sind gut miteinander kombinierbar. Das Grau lässt sich in 10-Prozent-Schritten aufrastern. Das Rot wird ausschließlich als Vollton eingesetzt.

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
HKS 15
CMYK 10.100.80.0
Hexadezimal #D92425

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
HKS 92
CMYK 10.0.0.65
Hexadezimal #6B6F73

| 90 % | 80 % | 70 % | 60 % | 50 % | 40 % | 30 % | 20 % | 10 % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
CMYK 0.0.0.0
Hexadezimal #FFFFFF

# 1.3 Farbe
## Fachbereiche

Den einzelnen Fachbereichen und dem Zentralinstitut ist jeweils eine Farbe zugeordnet.

Dies erleichtert die Unterscheidung und Wiedererkennung der verschiedenen Bereiche.

Jede Farbe darf in 10 Prozent-Schritten aufgerastert werden. Das Abdunkeln mit Schwarz ist erlaubt, sofern der Schwarzanteil nicht zu hoch ausfällt.

Das Mischen der Farben untereinander ist nicht erlaubt.

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
HKS 38
CMYK 95.50.15.50
Hexadezimal #1D2A35

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| + 60 K | + 50 K | + 40 K | + 20 K | 100 % | 90 % | 80 % | 70 % | 60 % | 50 % | 40 % | 30 % | 20 % | 10 % |

IMB Institute of Management Berlin
HKS 56
CMYK 100.0.70.30
Hexadezimal #005A40

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| + 70 K | +60 K | + 40 K | + 20 K | 100 % | 90 % | 80 % | 70 % | 60 % | 50 % | 40 % | 30 % | 20 % | 10 % |

Fachbereich Berufsakademie
HKS 18
CMYK 0.90.40.50
Hexadezimal #771C30

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| + 80 K | + 60 K | + 40 K | + 20 K | 100 % | 90 % | 80 % | 70 % | 60 % | 50 % | 40 % | 30 % | 20 % | 10 % |

Fachbereich XY
HKS 05
CMYK 0.15.100.0
Hexadezimal #FFAE00

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| + 80 K | + 60 K | + 40 K | + 20 K | 100 % | 90 % | 80 % | 70 % | 60 % | 50 % | 40 % | 30 % | 20 % | 10 % |

# 1.4 Raster

Das Raster ist ein wichtiges Mittel zur Gestaltung. Es vereinfacht die Entwurfsarbeit, sorgt für einen klaren Seitenaufbau und erleichtert das Erfassen von Informationen. Das Grundlinienraster dient hauptsächlich der Positionierung von Schrift.

Für sämtliche Printmedien ist ein einheitliches Raster vorgesehen. Dieses ist in der horizontalen Achse in 3,5-Millimeter-Schritten aufgeteilt und in der vertikalen Achse in 4,5-Millimeter-Schritten.

Benötigt man ein feineres Raster, kann das Grundlinienraster halbiert werden. Die Grundlinien sind dann in 2,25-Millimeter-Schritten Abstand angelegt.

## Hinweis

Das Raster ist in den dargestellten Beispielen und Vermaßungen immer von unten links aufgebaut. Bei Programmen, in denen sich der Nullpunkt oben links befindet, muß beim Anlegen einer neuen Datei das Raster neu angelegt, d. h. von unten links aufgebaut werden.

## Satzspiegel

Der Satzspiegel als Rahmen für die Gestaltung auf einem Format gewährt einen fest definierten Abstand zu allen Seitenrändern.

## Bilder im Raster

Bilder werden in das Gestaltungsraster integriert, wobei die Motive ein Vielfaches der Grundelemente betragen.

Sie werden bündig zur linken Textachse oder im Anschnitt positioniert.

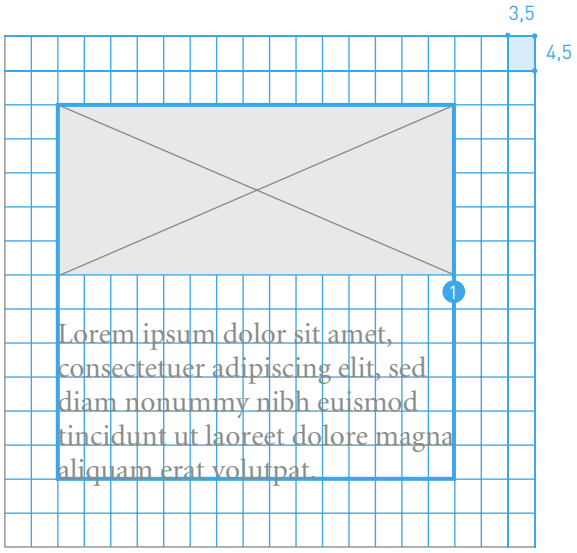



Abbildung 100 %

Maßangaben in Millimetern

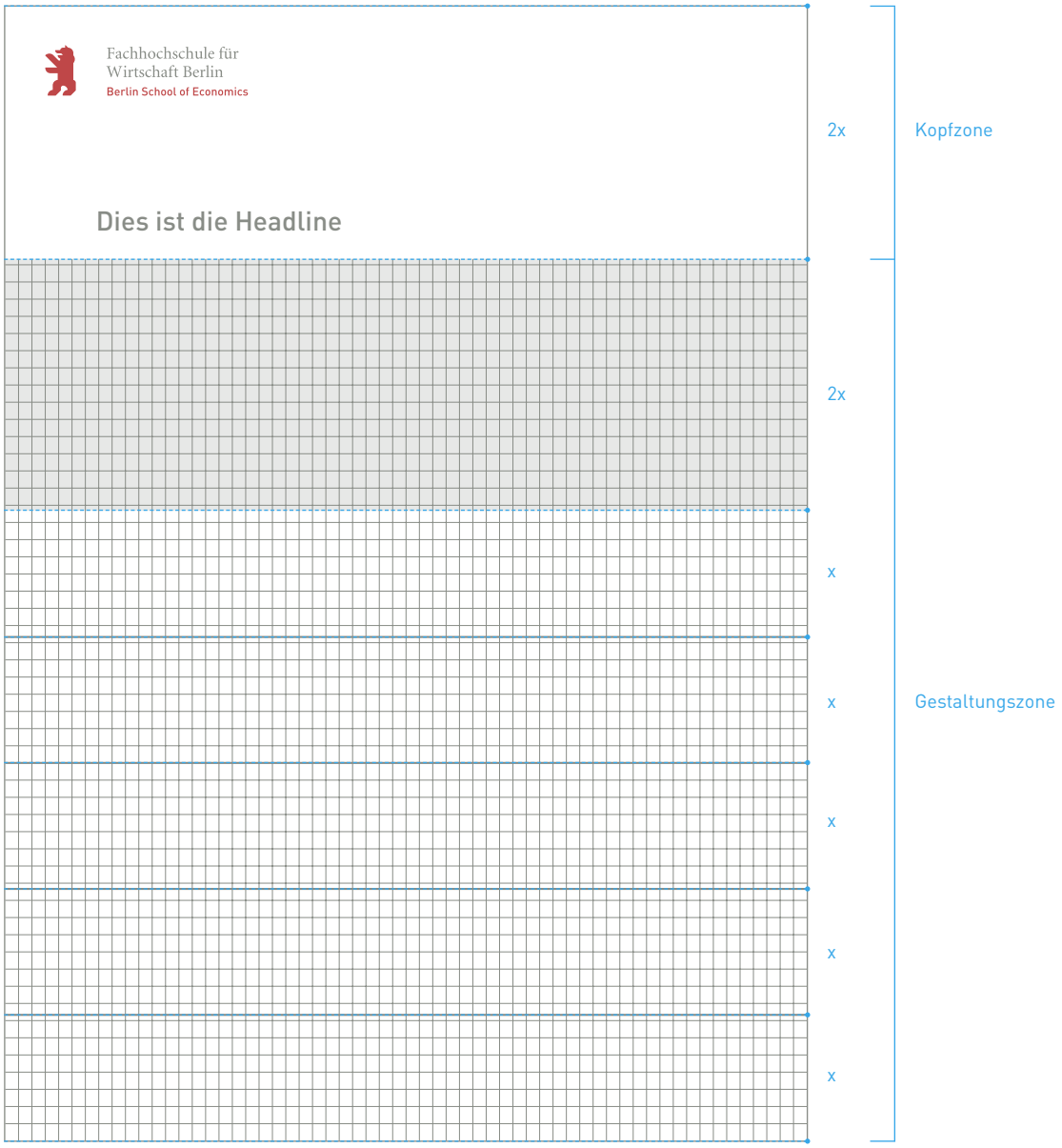
1 Satzspiegel

# 1.5 Gestaltungsprinzip

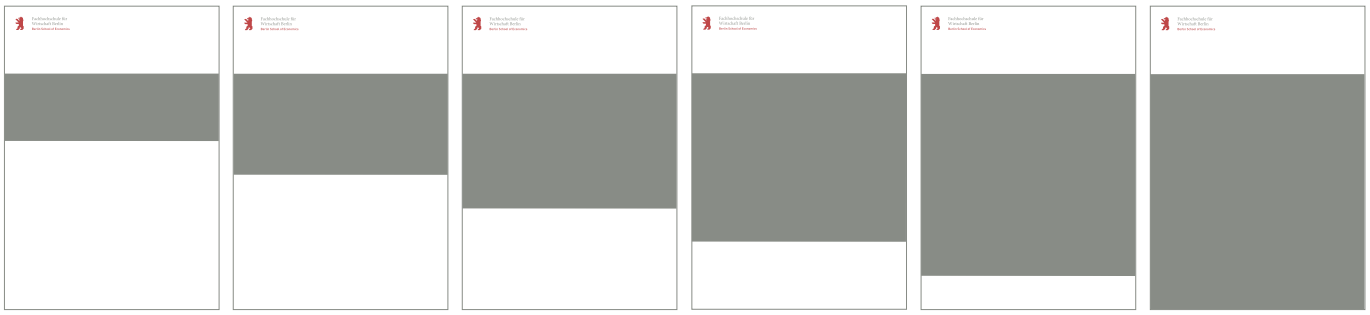
DIN-Formate im Hochformat werden vertikal in neun Teile oder Units (eine Unit entspricht einem x) gegliedert. Dabei sind die oberen ersten beiden Units dem Logo und der Headline vorbehalten. Diese Units werden als Kopfzone bezeichnet.

Die Gestaltungszone beginnt mit den darauffolgenden Units. Die ersten beiden davon werden grundsätzlich durch eine Farbfläche gekennzeichnet, in die optional ein Bild oder mehrere Bilder integriert werden.

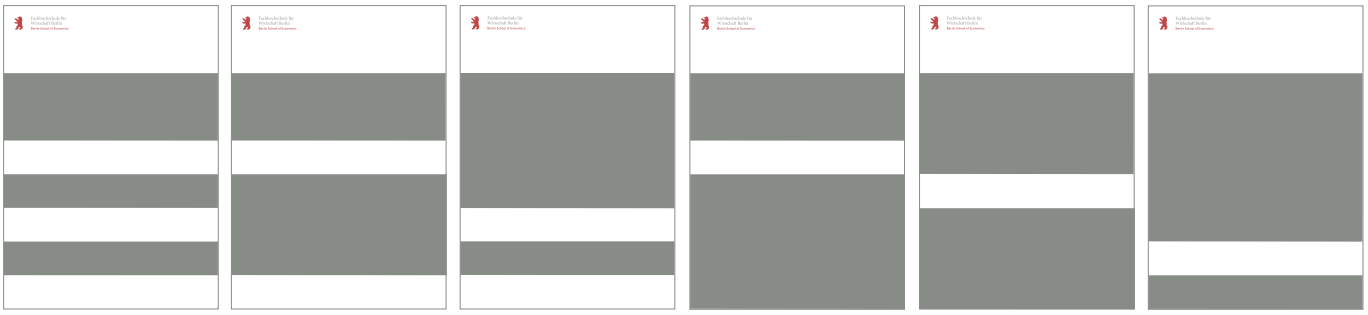
Die folgenden fünf Units stehen der weiteren Gestaltung zur Verfügung. Große Textmengen und/oder weitere Bilder oder Farbflächen können in diesem Raum mit Hilfe des Rasters gesetzt werden.



# 1.5 Gestaltungsprinzip
## Schema



Mit Hilfe der Units können Bilder oder Farbflächen mit Typografie positioniert werden.



Beispiele für den Einsatz mehrerer Bilder oder Farbflächen.

# 1.6 Bildeinsatz

Die Fotografien der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin zeichnen sich durch realistische Farben und Kontraste aus. Es sollen keine Farbverfremdungen oder andere sichtbare Nachbearbeitungen am Bildmotiv vorgenommen werden.

Für die einzelnen Organisationseinheiten bzw. Studienabschlüsse gibt es jeweils ein spezielles an den Zielgruppen ausgerichtetes Bildkonzept, das bei der Pressestelle erfragt werden kann.

Lebendigkeit und Natürlichkeit wird über die Abbildung von Menschen in den Fotografien transportiert.

### Schwarz-Weiß- und Farbbilder

Für kostengünstige Medien sind Schwarz-Weißbilder vorgesehen. Hochwertigere Publikationen werden mit Farbbildern gestaltet.

### Positionierung auf Titeln und Innenseiten

Die Bilder werden auf Titeln in Printmedien grundsätzlich in den Anschnitt gesetzt. Auf Innenseiten können sie auch in den Satzspiegel integriert werden.

### Bildquellen

Bildmaterial kann direkt über die Fachhochschule für Wirtschaft Berlin bezogen werden (Kontakt: media@fhw-berlin.de).

# 2 Geschäftsausstattung

2.1 Standardbogen
2.2 Faxbogen
2.3 Kurzmitteilung
2.4 Visitenkarte
2.5 Zeugnis und Urkunde
2.6 Zeugnismappe
2.7 Dokumentenmappe

# 2.1 Standardbogen
## DIN A4

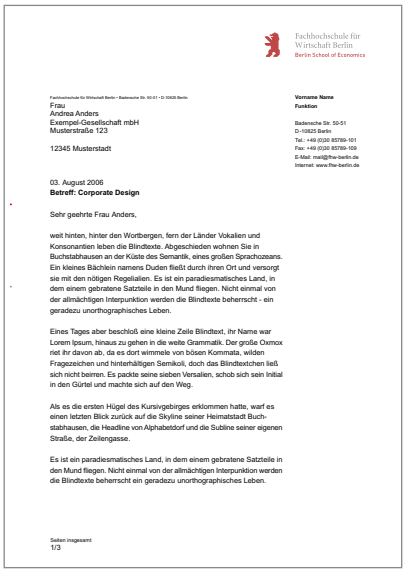
Der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin liegen für die externe Kommunikation vorgedruckte Standardbögen im DIN-A4-Format vor.

### Briefbogen

Der Standardbogen kann mit Hilfe eines Word-Templates als Briefbogen gesetzt werden. Wenn der Briefbogen beidseitig bedruckt wird, wird der Satzspiegel auf der zweiten Seite gespiegelt, so dass ein Durchscheinen des Textes auf dem Papier vermieden wird. Der Satzspiegel der nächsten Seite entspricht wieder dem der ersten Seite.

Das Logo erscheint auf jeder neuen Seite.

Die Paginierung steht grundsätzlich linksbündig an der Achse des Fließtextes.



Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin • Badenesche Str. 50-51 • D-10825 Berlin
Frau
Andrea Anders
Exempel-Gesellschaft mbH
Musterstraße 123

12345 Musterstadt

**Vorname Name**
**Funktion**

Badenesche Str. 50-51
D-10825 Berlin
Tel.: +49 (0)30 85789-101
Fax: +49 (0)30 85789-109
E-Mail: mail@fhw-berlin.de
Internet: www.fhw-berlin.de

03. August 2006
**Betreff: Corporate Design**

Sehr geehrte Frau Anders,

weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht - ein geradezu unorthographisches Leben.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg.

Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse.

Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht ein geradezu unorthographisches Leben.

Seiten insgesamt
1/3

Briefbogen 1. Seite

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans.

Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht - ein geradezu unorthographisches Leben.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren.

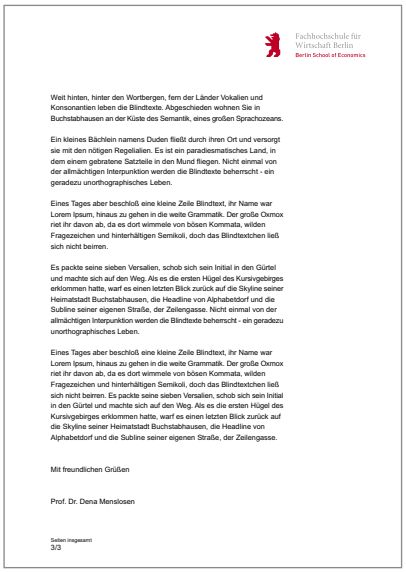
Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht - ein geradezu unorthographisches Leben.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse.

Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse.Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen.

Seiten insgesamt
2/3

Briefbogen Rückseite



Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans.

Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht - ein geradezu unorthographisches Leben.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren.

Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht - ein geradezu unorthographisches Leben.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse.

Mit freundlichen Grüßen

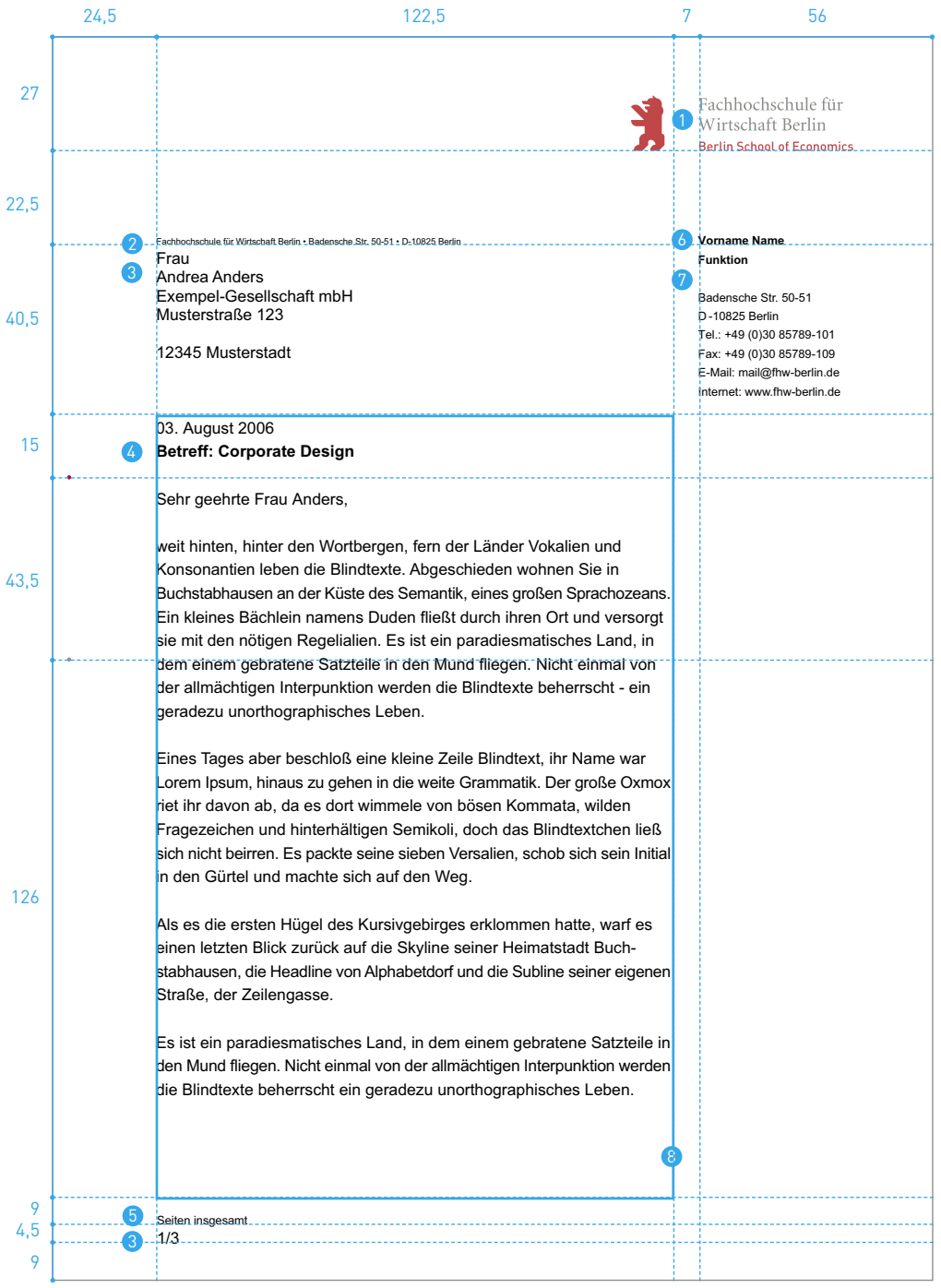
Prof. Dr. Dena Menslosen

Seiten insgesamt
3/3

Briefbogen 2. bzw. 3. Seite

Abbildungen 30 %

# 2.1 Standardbogen
## Briefbogen 1. Seite
## Vermaßung




1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Fensterzeile**
Arial 6 pt

3 **Fließtext**
Arial 11 pt, ZAB 16 pt

4 **Hervorhebung**
Arial fett 11 pt, ZAB 16 pt

5 **Fußnote**
Arial 8 pt, ZAB 4,5 mm

6 **Absender**
Arial fett 8 pt, 4,5 mm

7 **Anschrift**
Arial 8 pt, 4,5 mm

8 **Satzspiegel**

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 2.1 Standardbogen
## Briefbogen Rückseite
## Vermaßung

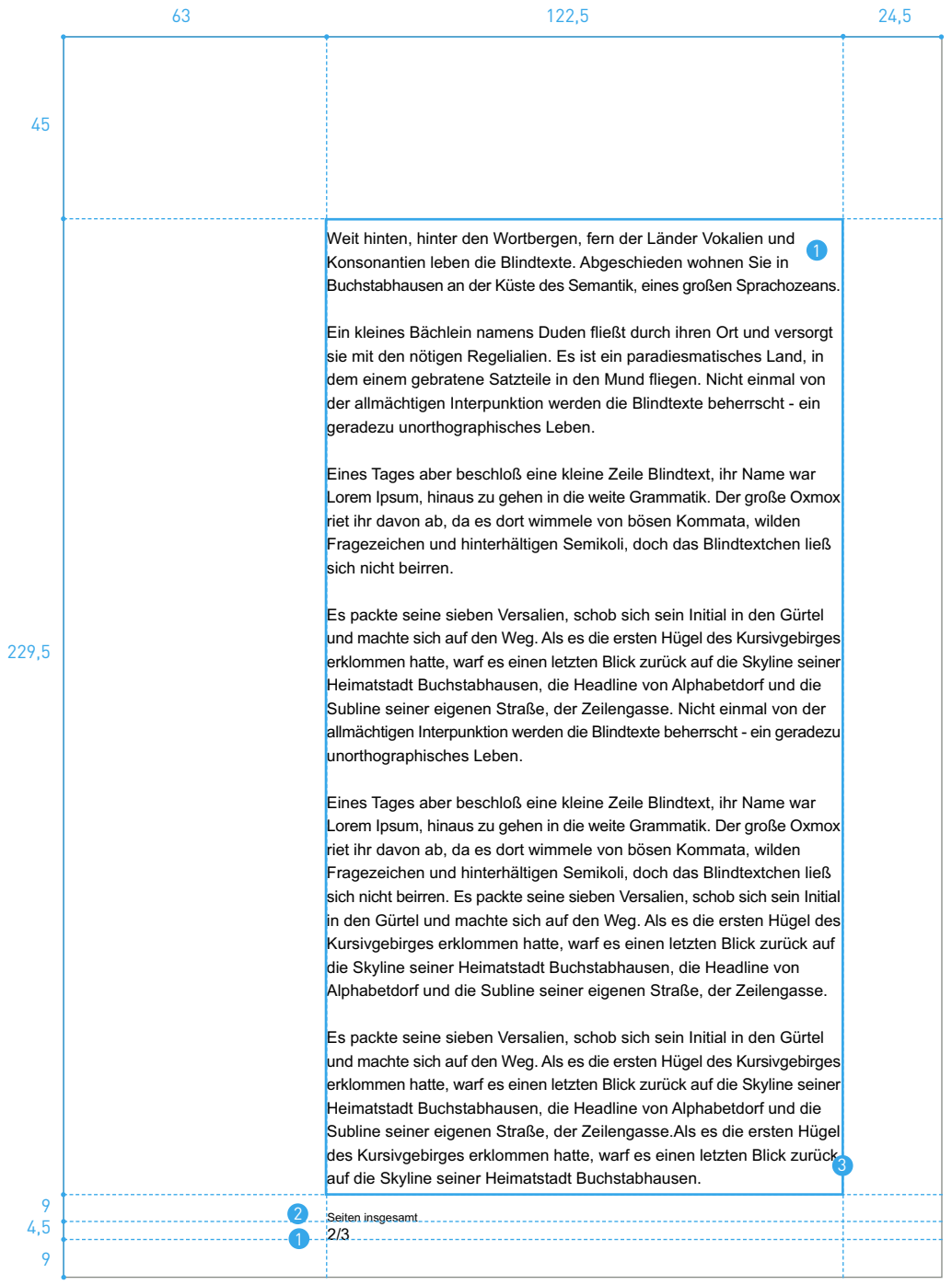



Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 2.2 Faxbogen
## DIN A4

Formulartitel
English Title

Fachhochschule für
Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

**Fax**

**An** To

Dena Menslosen
**Kontakt** Contact

Licht Firma
**Firma** Company

Schattenwesen
**Abteilung** Department

+49 (0)30 12345-678
**Telefon** Telephone

+49 (0)30 12345-789
**Telefax** Fax

1/1
**Seiten insgesamt** Pages

**Fachbereich**
**Wirtschaftswissenschaften**
Faculty of Business and Economics

**Prof. Dr. XY**

Badensche Str. 50-51
D-10825 Berlin
Tel.: +49 (0)30 85789-106
Fax: +49 (0)30 85789-110
E-Mail: fhwbln@fhw-berlin.de
Internt: www.fhw-berlin.de

2. November 2006
**Betreff: Corporate Design**

Sehr geehrte Frau Menslosen,

weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Abgeschieden wohnen Sie in Buchstabhausen an der Küste des Semantik, eines großen Sprachozeans. Ein kleines Bächlein namens Duden fließt durch ihren Ort und versorgt sie mit den nötigen Regelialien. Es ist ein paradiesmatisches Land, in dem einem gebratene Satzteile in den Mund fliegen. Nicht einmal von der allmächtigen Interpunktion werden die Blindtexte beherrscht - ein geradezu unorthographisches Leben.

Eines Tages aber beschloß eine kleine Zeile Blindtext, ihr Name war Lorem Ipsum, hinaus zu gehen in die weite Grammatik. Der große Oxmox riet ihr davon ab, da es dort wimmele von bösen Kommata, wilden Fragezeichen und hinterhältigen Semikoli, doch das Blindtextchen ließ sich nicht beirren. Es packte seine sieben Versalien, schob sich sein Initial in den Gürtel und machte sich auf den Weg. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen, die Headline von Alphabetdorf und die Subline seiner eigenen Straße, der Zeilengasse. Als es die ersten Hügel des Kursivgebirges erklommen hatte, warf es einen letzten Blick zurück auf die Skyline seiner Heimatstadt Buchstabhausen.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. XY

Abbildung 60 %

# 2.3 Kurzmitteilung
210 x 105 mm

Abbildung 70 %

# 2.4 Visitenkarte
55 x 85 mm

Visitenkarten können online bestellt werden. Für die Visitenkarte liegt ein InDesign-Masterdokument vor, in dem die entsprechenden Daten eingepflegt werden können.

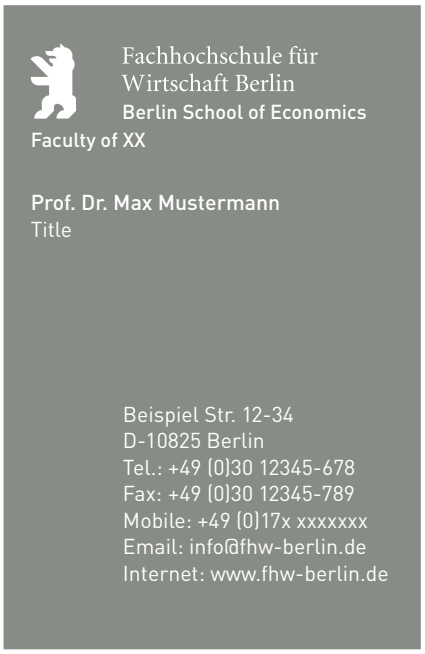
Die Visitenkarte kann sowohl einsprachig (deutsch) als auch zweisprachig (deutsch/englisch) angefertigt werden.

Wenn es sich um eine zweisprachige Visitenkarte handelt, gibt es eine deutsche und eine englische Seite.

In der deutschen Fassung wird das Logo positiv auf Weiß gesetzt. Optional kann der Fachbereich/das Zentralinstitut angegeben werden.

Zur optischen Unterscheidung wird die englische Visitenkarte in Weiss auf Grau gesetzt. Das Logo wird in diesem Fall negativ gesetzt.

Seite 1 deutsch

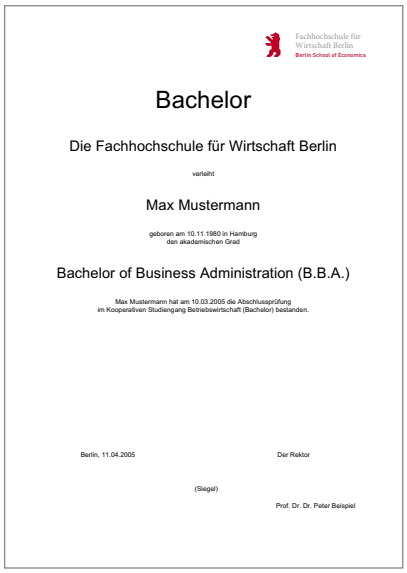



Seite 2 englisch

# 2.5 Urkunde und Zeugnis
## Übersicht

Es stehen vorgedruckte Zeugnisbögen mit Logo auf geschöpftem Papier zur Verfügung. Zeugnisse und Urkunden werden als Word-Template bereitgestellt. Allen Dokumenten liegt ein Raster von 3,5 x 4,5 mm innerhalb des Satzspiegels zugrunde. Das Logo erscheint auch auf den Folgeseiten oben rechts. Position und Größe ändern sich dabei nicht.

Um nach unten eine Basis zu haben, ist die Unterschriftenzeile fest verankert.



Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Bachelor

Die Fachhochschule für Wirtschaft Berlin

verleiht

Max Mustermann

geboren am 10.11.1980 in Hamburg
den akademischen Grad

Bachelor of Business Administration (B.B.A.)

Max Mustermann hat am 10.03.2005 die Abschlussprüfung
im Kooperativen Studiengang Betriebswirtschaft (Bachelor) bestanden.

Berlin, 11.04.2005 Der Rektor

(Siegel)

Prof. Dr. Dr. Peter Beispiel

Urkunde

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Zeugnis

Max Mustermann

geboren am 10.11.1980 in Hamburg
hat die Abschlussprüfung im

Kooperativen Studiengang Betriebswirtschaft

(Bachelor)

mit der Gesamtnote

sehr gut (1,7)

bestanden.

Diese Bewertung entspricht der ECTS-Note B*

Das Studium entspricht – einschließlich der integrierten Praxisphasen – einem 7-semestrigen Regelstudiengang.
Herr Max Mustermann hat das Studium mit den folgenden Schwerpunkten absolviert:

| | |
|---|---|
| **Abschlussarbeit**<br>Methodiken und wissensmanagementbasierte Ansätze zur strukturierten Vertriebsunterstützung im internationalen Systemgeschäft | **Note**<br>sehr gut (2,0) |
| **Tätigkeitsfeld:** Rechnungswesen und Controlling | gut (2,1) |
| **Themenfeld:** Internationalisierung von Wirtschaftsprozessen | hervorragend (1,3) |
| **Ergänzungsstudium:** Unternehmenssimulation | hervorragend (1,0) |

Berlin, den 12. April 2005

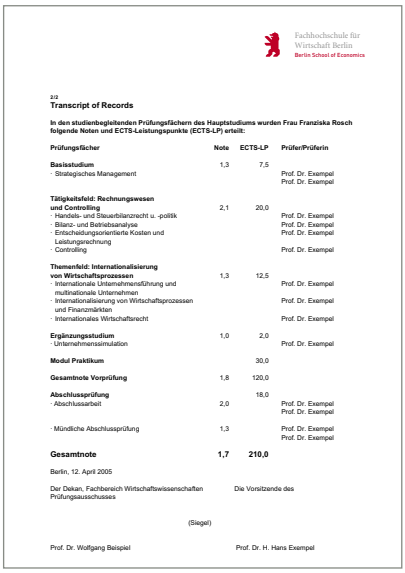
Der Dekan, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses

(Siegel)

Prof. Dr. Wolfgang Beispiel Prof. Dr. H. Hans Exempel

* ECTS-Noten: A = die ersten 10 %, B = die nächsten 25 %, C = die nächsten 30 %, D = die nächsten 25 %, E = die letzten 10 %

Zeugnis



Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

2/2
**Transcript of Records**

**In den studienbegleitenden Prüfungsfächern des Hauptstudiums wurden Frau Franziska Rosch folgende Noten und ECTS-Leistungspunkte (ECTS-LP) erteilt:**

| Prüfungsfächer | Note | ECTS-LP | Prüfer/Prüferin |
|---|---|---|---|
| **Basisstudium** | 1,3 | 7,5 | |
| · Strategisches Management | | | Prof. Dr. Exempel<br>Prof. Dr. Exempel |
| **Tätigkeitsfeld: Rechnungswesen und Controlling** | 2,1 | 20,0 | |
| · Handels- und Steuerbilanzrecht u. -politik | | | Prof. Dr. Exempel |
| · Bilanz- und Betriebsanalyse | | | Prof. Dr. Exempel |
| · Entscheidungsorientierte Kosten und Leistungsrechnung | | | Prof. Dr. Exempel |
| · Controlling | | | Prof. Dr. Exempel |
| **Themenfeld: Internationalisierung von Wirtschaftsprozessen** | 1,3 | 12,5 | |
| · Internationale Unternehmensführung und multinationale Unternehmen | | | Prof. Dr. Exempel |
| · Internationalisierung von Wirtschaftsprozessen und Finanzmärkten | | | Prof. Dr. Exempel |
| · Internationales Wirtschaftsrecht | | | Prof. Dr. Exempel |
| **Ergänzungsstudium** | 1,0 | 2,0 | |
| · Unternehmenssimulation | | | Prof. Dr. Exempel |
| **Modul Praktikum** | | 30,0 | |
| **Gesamtnote Vorprüfung** | 1,8 | 120,0 | |
| **Abschlussprüfung** | | 18,0 | |
| · Abschlussarbeit | 2,0 | | Prof. Dr. Exempel<br>Prof. Dr. Exempel |
| · Mündliche Abschlussprüfung | 1,3 | | Prof. Dr. Exempel<br>Prof. Dr. Exempel |
| **Gesamtnote** | **1,7** | **210,0** | |

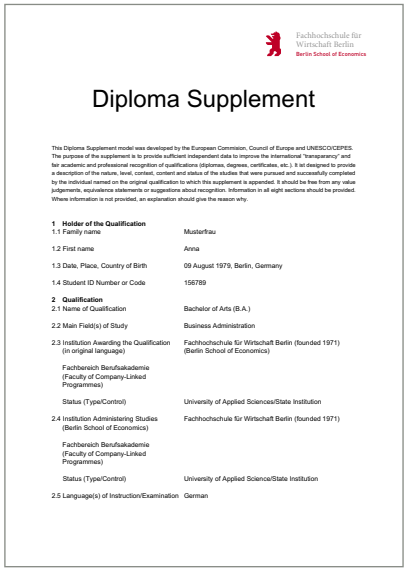
Berlin, 12. April 2005

Der Dekan, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften Die Vorsitzende des Prüfungsausschusses

(Siegel)

Prof. Dr. Wolfgang Beispiel Prof. Dr. H. Hans Exempel

Zeugnis Folgeseite



Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

Diploma Supplement

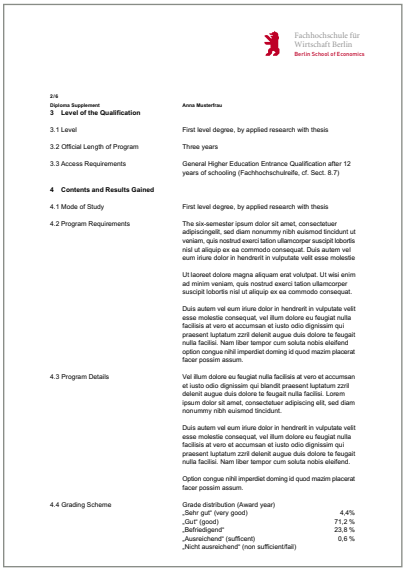
This Diploma Supplement model was developed by the European Commision, Council of Europe and UNESCO/CEPES. The purpose of the supplement is to provide sufficient independent data to improve the international "transparency" and fair academic and professional recognition of qualifications (diplomas, degrees, certificates, etc.). It iel designed to provide a description of the nature, level, context, content and status of the studies that were pursued and successfully completed by the individual named on the original qualification to which this supplement is appended. It should be free from any value judgements, equivalence statements or suggestions about recognition. Information in all eight sections should be provided. Where information is not provided, an explanation should give the reason why.

**1 Holder of the Qualification**

| | |
|---|---|
| 1.1 Family name | Musterfrau |
| 1.2 First name | Anna |
| 1.3 Date, Place, Country of Birth | 09 August 1979, Berlin, Germany |
| 1.4 Student ID Number or Code | 156789 |
| **2 Qualification** | |
| 2.1 Name of Qualification | Bachelor of Arts (B.A.) |
| 2.2 Main Field(s) of Study | Business Administration |
| 2.3 Institution Awarding the Qualification (in original language) | Fachhochschule für Wirtschaft Berlin (founded 1971) (Berlin School of Economics) |
| Fachbereich Berufsakademie (Faculty of Company-Linked Programmes) | |
| Status (Type/Control) | University of Applied Sciences/State Institution |
| 2.4 Institution Administering Studies (Berlin School of Economics) | Fachhochschule für Wirtschaft Berlin (founded 1971) |
| Fachbereich Berufsakademie (Faculty of Company-Linked Programmes) | |
| Status (Type/Control) | University of Applied Science/State Institution |
| 2.5 Language(s) of Instruction/Examination | German |

Diploma Supplement

Abbildungen 25 %



Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

2/4
**Diploma Supplement** **Anna Musterfrau**

**3 Level of the Qualification**

| | |
|---|---|
| 3.1 Level | First level degree, by applied research with thesis |
| 3.2 Official Length of Program | Three years |
| 3.3 Access Requirements | General Higher Education Entrance Qualification after 12 years of schooling (Fachhochschulreife, cf. Sect. 8.7) |

**4 Contents and Results Gained**

| | |
|---|---|
| 4.1 Mode of Study | First level degree, by applied research with thesis |
| 4.2 Program Requirements | The six-semester ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscingelit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie<br><br>Ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.<br><br>Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. |
| 4.3 Program Details | Vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt.<br><br>Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend.<br><br>Option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. |
| 4.4 Grading Scheme | Grade distribution (Award year)<br>„Sehr gut" (very good) 4,4%<br>„Gut" (good) 71,2 %<br>„Befriedigend" 23,8 %<br>„Ausreichend" (sufficant) 0,6 %<br>„Nicht ausreichend" (non sufficient/fail) |

Diploma Supplement Folgeseite

# 2.5 Urkunde und Zeugnis
## Urkunde

**Beispiel Bachelor**
Sofern wenig Text positioniert werden muss, sind innerhalb des Satzspiegels die Abstände zwischen den Zeilen frei wählbar.

1 Satzspiegel

Abbildung 60 %

# 2.5 Urkunde und Zeugnis

## Zeugnis Vermaßung

1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Titel, zentriert**
Arial 36 pt

3 **Headline, zentriert**
Arial 22 pt

4 **Fließtext, zentriert**
Arial 10 pt, ZAB 4,5 mm

5 **Headline Fließtext, linksbündig**
Arial fett 10 pt, ZAB 4,5 mm

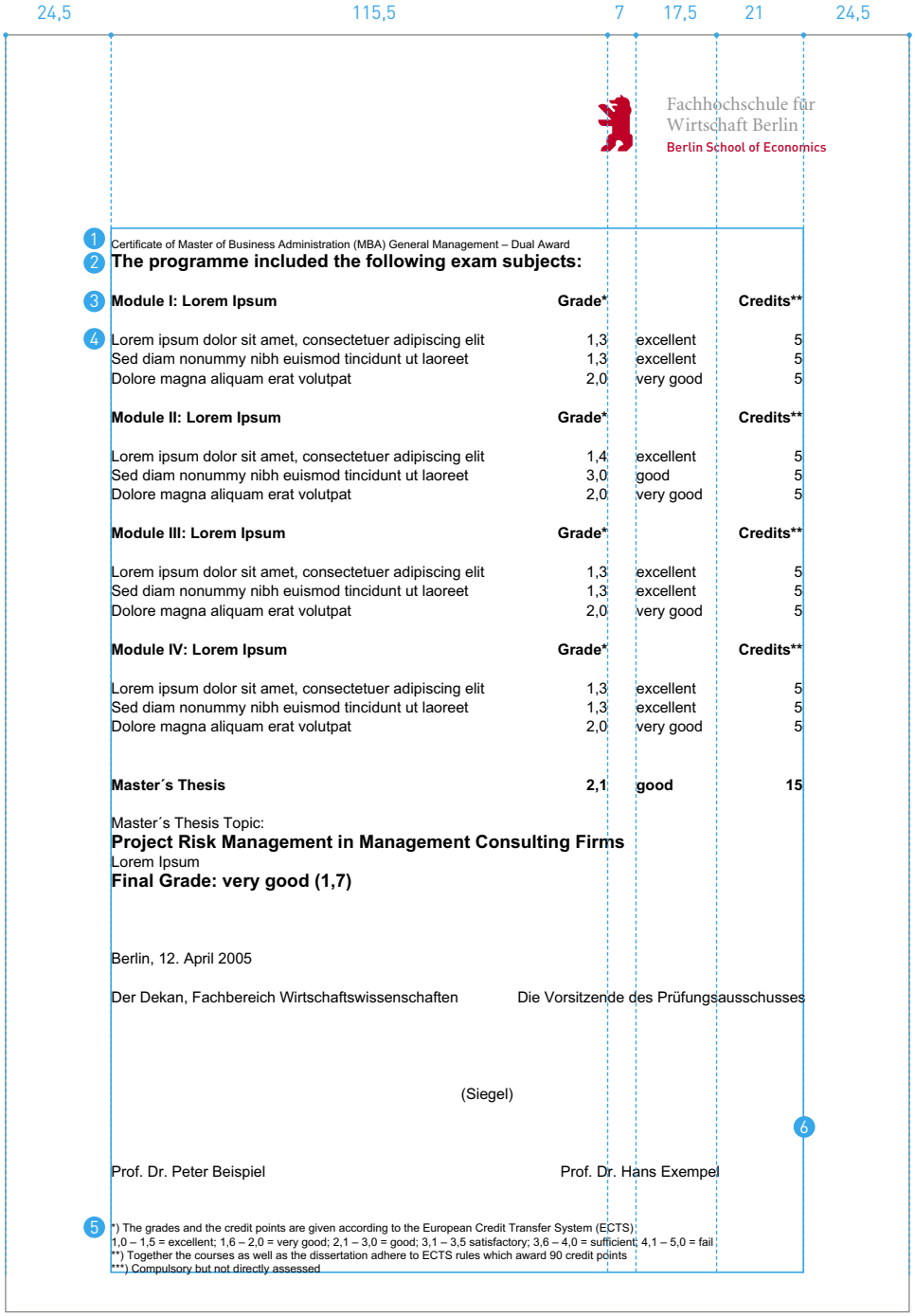
6 **Fußnote, linksbündig**
Arial 7,5 pt, ZAB 4,5 mm

7 **Satzspiegel**

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 2.5 Urkunde und Zeugnis
## Zeugnis

### Folgeseite
Innerhalb des Satzspiegels wird der Text linksbündig gesetzt, Zeugnisnoten und Zahlen werden rechtsbündig gesetzt.




1 **Subline**
Arial 7,5 pt, ZAB 4,5 mm

2 **Headline**
Arial fett 12 pt, ZAB 4,5 mm

3 **Headline Fließtext**
Arial fett 10 pt, ZAB 4,5 mm

4 **Fließtext**
Arial 10 pt, ZAB 4,5 mm

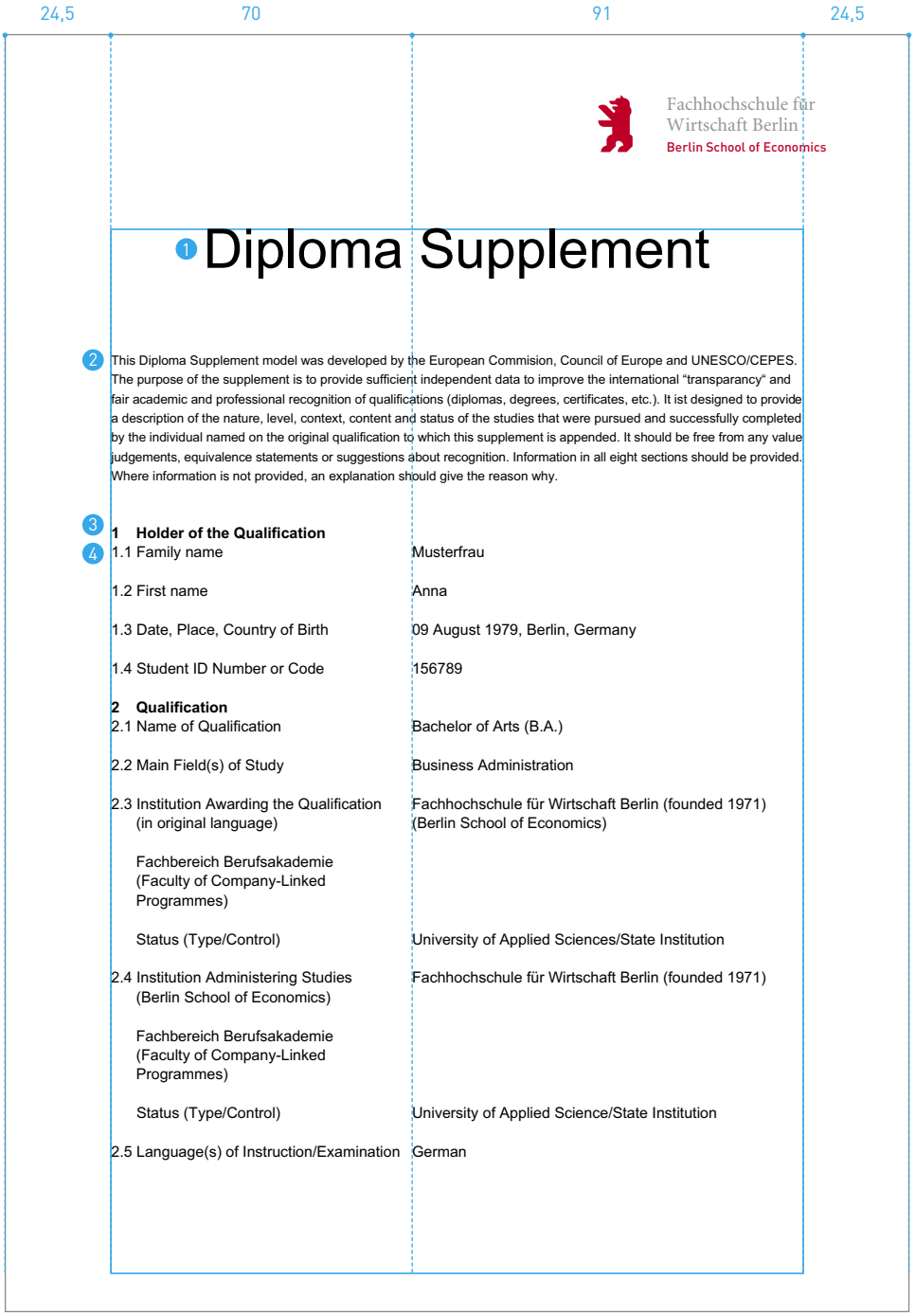
5 **Fußnote, linksbündig**
Arial 7,5 pt, ZAB 3 mm

6 **Satzspiegel**

Abbildung 60 %

# 2.5 Urkunde und Zeugnis
## Diploma Supplement

### Beispiel Diploma Supplement
Zugunsten der Übersichtlichkeit lassen sich Texte auch in zwei oder mehr Spalten setzen.




1 **Titel**
Arial 36 pt

2 **Einleitung**
Arial 8,5 pt, ZAB 4,5 mm

3 **Headline Fließtext**
Arial fett 10 pt, ZAB 4,5 mm

4 **Fließtext**
Arial 10 pt, ZAB 4,5 mm

Abbildung 60 %

# 2.5 Urkunde und Zeugnis
## Diploma Supplement
## 2. Seite

**Beispiel Diploma Supplement Folgeseite**
Auf Folgeseiten wird die Paginierung in die erste Zeile des Satzspiegels gesetzt.

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Berlin School of Economics

1

**2/6**
**Diploma Supplement** **Anna Musterfrau**

**3 Level of the Qualification**

| | |
|---|---|
| 3.1 Level | First level degree, by applied research with thesis |
| 3.2 Official Length of Program | Three years |
| 3.3 Access Requirements | General Higher Education Entrance Qualification after 12 years of schooling (Fachhochschulreife, cf. Sect. 8.7) |

**4 Contents and Results Gained**

| | |
|---|---|
| 4.1 Mode of Study | First level degree, by applied research with thesis |
| 4.2 Program Requirements | The six-semester ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscingelit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie<br><br>Ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.<br><br>Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. |
| 4.3 Program Details | Vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt.<br><br>Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend.<br><br>Option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. |
| 4.4 Grading Scheme | Grade distribution (Award year)<br>„Sehr gut“ (very good) 4,4 %<br>„Gut“ (good) 71,2 %<br>„Befriedigend“ 23,8 %<br>„Ausreichend“ (sufficent) 0,6 %<br>„Nicht ausreichend“ (non sufficient/fail) |

1 **Kennzeichnung Folgeseite**
Arial fett 7,5 pt, ZAB 4,5 mm

Abbildung 60 %

# 2.6 Zeugnismappe

## Titel

Auf der Zeugnismappe erscheint das Logo positiv auf weißer Fläche. Die vergrößerte Bildmarke wird zentriert auf den Titel positioniert und matt lackiert veredelt.

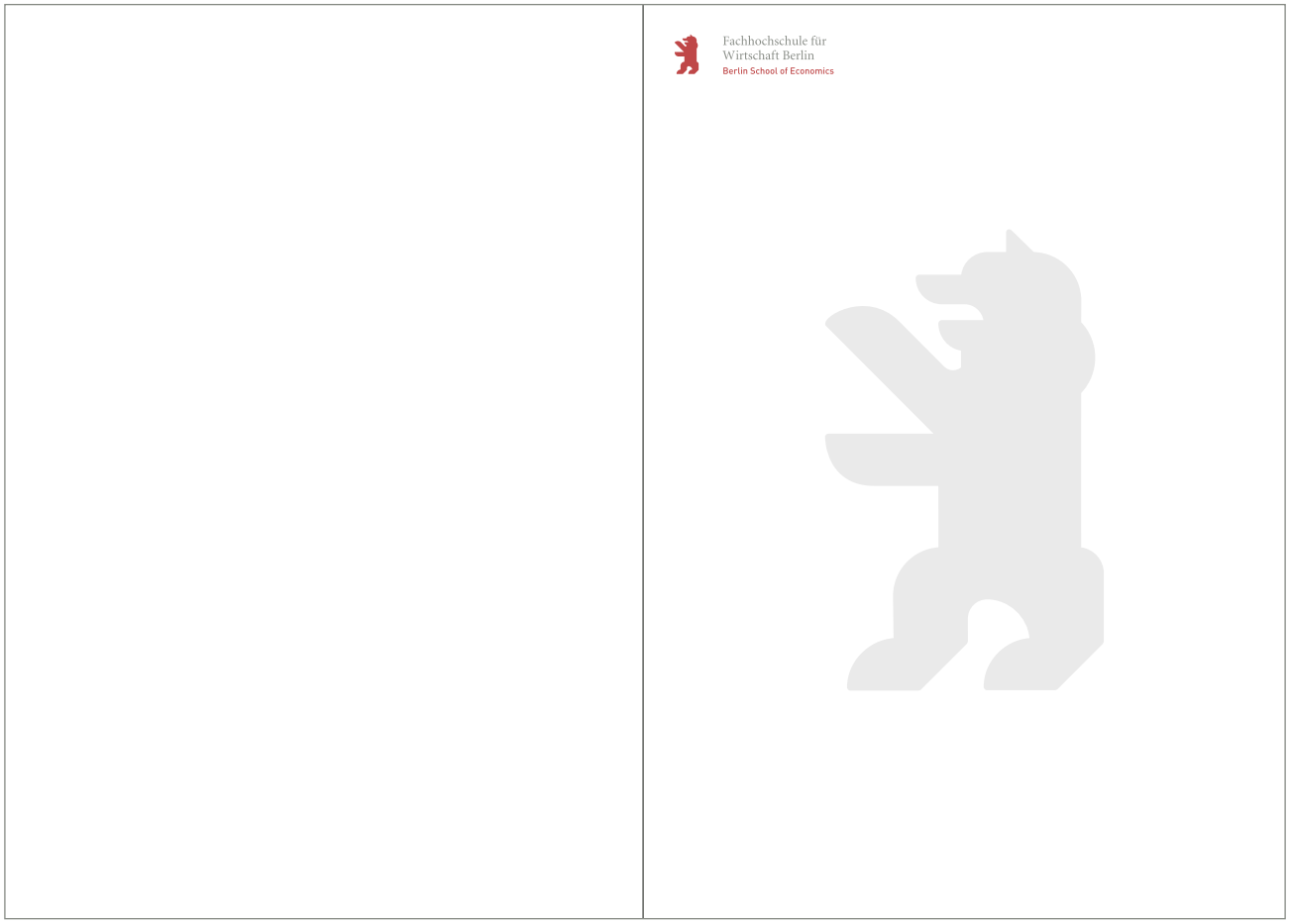



Abbildung 40 %

# 2.6 Zeugnismappe
## 427 x 305 mm
## Vermaßung

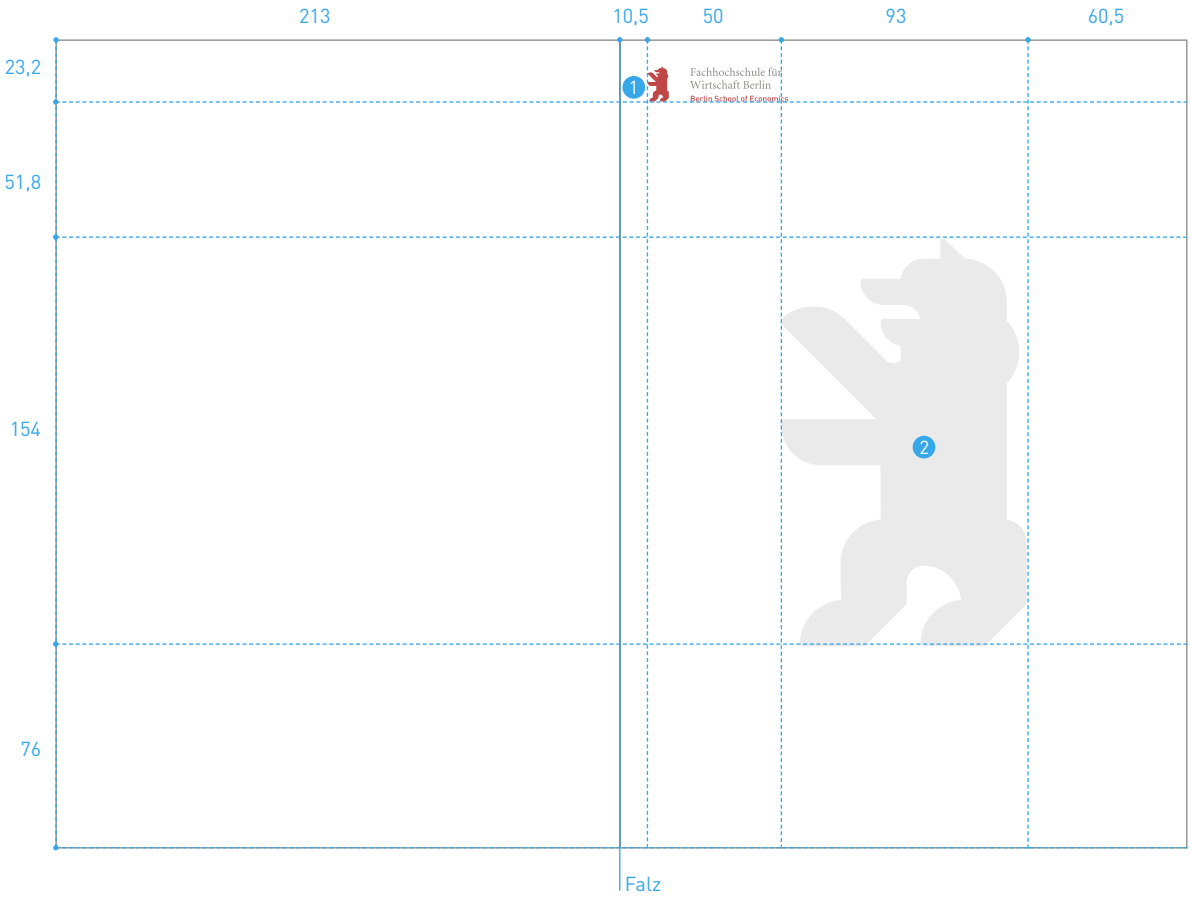



Abbildung 35 %
Maßangaben in Millimetern

1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Bär**
Mattlackierung

# 2.7 Dokumentenmappe

## Gestaltung

Um sich von der Zeugnismappe farblich abzuheben, wird die Dokumentenmappe in Rot gestaltet. Das Logo wird negativ auf die Farbfläche positioniert. Headlines sind für die Mappe nicht vorgesehen.

## Bildeinsatz

Es können Panoramabilder, zwei oder mehrere Bilder nebeneinander gesetzt werden. Die Höhe des Bildes oder mehrerer Bilder orientiert sich an der horizontalen Aufteilung in 9er-Schritten.

## Absender

Der Absender (FHW Berlin) wird als URL negativ (in Weiß) auf die Rückseite gesetzt.

Abbildung 28 %

# 2.7 Dokumentenmappe
## 448 x 305 mm
## Vermaßung

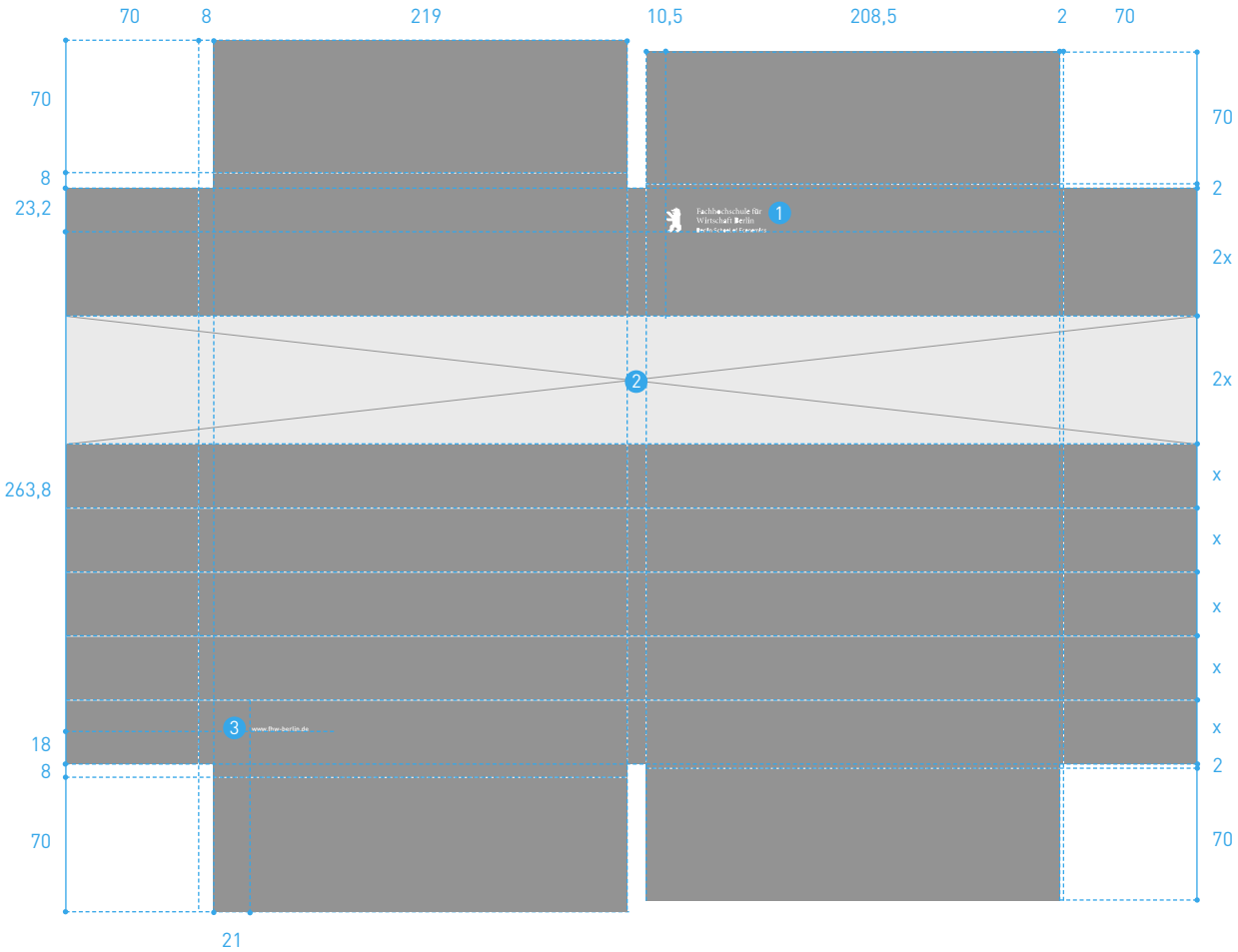



Abbildung 25 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Logo**

Breite 53 mm

2 **Rücken**

Breite 10 mm

3 **Absender**

www.fhw-berlin.de

DIN Medium Pro OT 10 pt

# 3 Literatur

3.1 Formate
3.2 DIN-Lang-Flyer
3.2.1 Titel mit Typografie
3.2.2 Titel mit Bild
3.3 DIN A5 (Vorlesungsverzeichnis)
3.4 DIN A4
3.4.1 Imagebroschüre FHW Berlin
3.4.2 Imagebroschüre IMB
3.4.3 Studiengangsbroschüre IMB
3.4.4 ECTS-Handbuch
3.4.5 SemesterJournal

# 3.1 Formate
## Broschüren

### Kategorien und Formate
Die Fachhochschule für Wirtschaft Berlin veröffentlicht sämtliche Studieninformationen in den Formaten DIN Lang, DIN A5 und DIN A4.

### Raster
Das Raster ist in der horizontalen Achse in 3,5-Millimeter-Schritten aufgeteilt und in der vertikalen Achse in 4,5-Millimeter-Schritten. Die 4,5 Millimeter entsprechen einem Zeilenabstand von umgerechnet 12,756 Punkt, was bei einer Schriftgröße von 10 Punkt ein gutes Schriftbild ergibt.

### DIN Lang
Alle Studiengänge der FHW Berlin sowie bestimmte Serviceeinrichtungen der Verwaltung erhalten einen Flyer. Sie dienen der Erstinformation und sind im Format DIN Lang angelegt.

### DIN A5
Das DIN-A5-Format kann für Broschüren der FHW Berlin angewendet werden. Das Vorlesungsverzeichnis wird z. B. in diesem Format angelegt.

### DIN A4
Broschüren der FHW Berlin können auch im DIN-A4-Format gestaltet werden. Anwendung findet dieses Format zum Beispiel bei den Studiengangsbroschüren für die MBA-Studiengänge.

### Zweisprachige Broschüren
Es gibt sowohl ein- als auch zweisprachige Flyer und Broschüren. Ein zweisprachiges Medium – dies sind in der Regel die Studiengangsflyer und -broschüren – wird nach Erst- und Zweitsprache (meist Deutsch und Englisch) unterschiedlich gestaltet. Häufig sind die zweisprachigen Materialien als Wendebroschüren angelegt. Unterscheidungsmerkmal der Sprachen ist die Schriftfarbe.

# 3.2.1 DIN Lang
## Flyer (allgemein)
## Titel mit Typografie

### Kopfzone
Die Kopfzone ist dem Logo der FHW Berlin und der Headline vorbehalten. Optional kann eine Subline über oder unter der Headline positioniert werden.

Headline und Subline orientieren sich linksbündig an der Achse der Wortmarke.

Es wird empfohlen, nur einzeilige Sub- und Headlines zu setzen, um dem Logo genügend Raum zu sichern.

### Gestaltungszone
In der Gestaltungszone können Typografie, Bilder und/oder Farbflächen positioniert werden.

Typografie wird linksbündig an die Achse der Wortmarke positioniert.

Sie wird optisch hervorgehoben, indem sie auf eine Farbfläche positioniert wird.

Um einen kostengünstigen 2c-Druck zu ermöglichen, kann das Grau der Dachfarben auch als 70 % aufgerastertes Schwarz dargestellt werden.

Bei Fachbereichsflyern wird die Farbfläche mit 20 Prozent Schwarz abgedunkelt dargestellt.

Neben ausgeschriebenen Headlines lassen sich auch Abkürzungen auf die zweite Farbfläche positionieren.

Es sind ein- und mehrzeilige Headlines erlaubt.

### Schriftgröße
Die Schriftgröße in der Farbfläche ist variabel, sollte aber grundsätzlich größer sein als die Typografie in der Kopfzone.

Abbildung 45 %

Abbildungen 24 %

# 3.2.2 DIN Lang
## Studiengangsflyer
## Titel mit Bild

### Gestaltungszone
Bilder werden formatfüllend direkt unter die Kopfzone positioniert. Die Verwendung von Schwarz-Weiß-Bildern ist kostengünstig und ermöglicht zudem die farbige Hervorhebung eines Studienabschlusses.

### Typografie
Der einzeilige Abschluss des jeweiligen Studiengangs läuft linksbündig bis zum rechten Formatrand. Er orientiert sich an der Achse der Wortmarke und wird in der entsprechenden Fachbereichs- bzw. Institutsfarbe gesetzt. Die Schriftgröße variiert entsprechend. Um die Lesbarkeit zu gewährleisten, sollte es sich an dieser Stelle um einen ruhigen Bildhintergrund handeln.

Abbildung 45 %

### Nicht erlaubt
- Bild mit Rahmen
- Headline in einer fachbereichsfremden Farbe
- Mehrzeilige Headline im Bild
- Duplex-Bilder

Abbildungen 24 %

# 3.2.2 DIN Lang
## Studiengangsflyer
## Verhältnis von Fläche und Bild

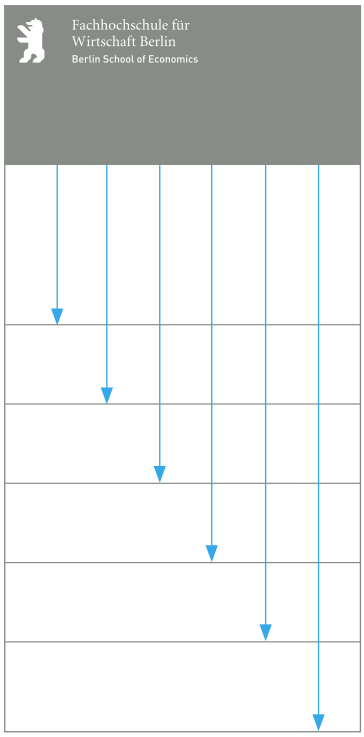
### Bildeinsatz

Um eine möglichst große Variabilität in der Gestaltung zu erreichen, können Bilder unterschiedlich groß in die Gestaltungszone integriert werden.

Je nach Bildmotiv lassen sich sowohl Querformate als auch hochformatige Bilder einsetzen.

Grundsätzlich werden alle Bilder in den Anschnitt gesetzt.

Füllt das Bild nicht die gesamte Gestaltungszone aus, können bei Bedarf kurze Texte unterhalb des Bildes positioniert werden.



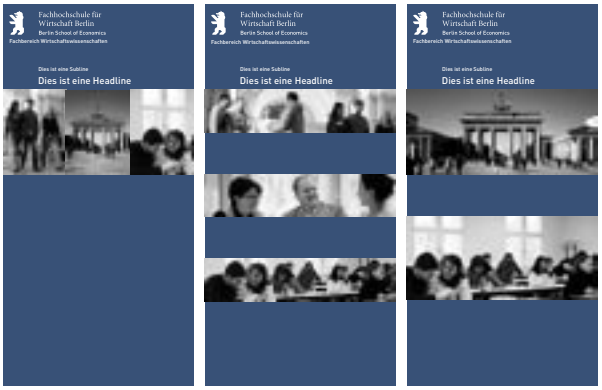
Abbildungen 24 %

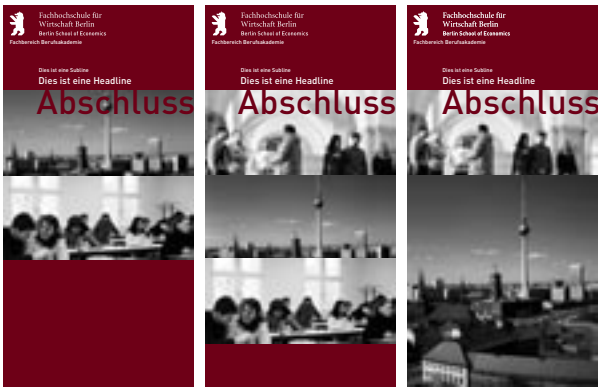
# 3.2.2 DIN Lang
## Studiengangsflyer
## Einsatz mehrerer Bilder

Es können auch mehrere Bilder in den Titel integriert werden. Sie können durch eine Farbfläche unterbrochen oder auch direkt untereinander gesetzt werden. Ebenso lassen sich Bilder nebeneinander anordnen.

Grundsätzlich werden alle Bilder in den Anschnitt positioniert.

Optional kann auch eine Headline in das oberste Bild positioniert werden.



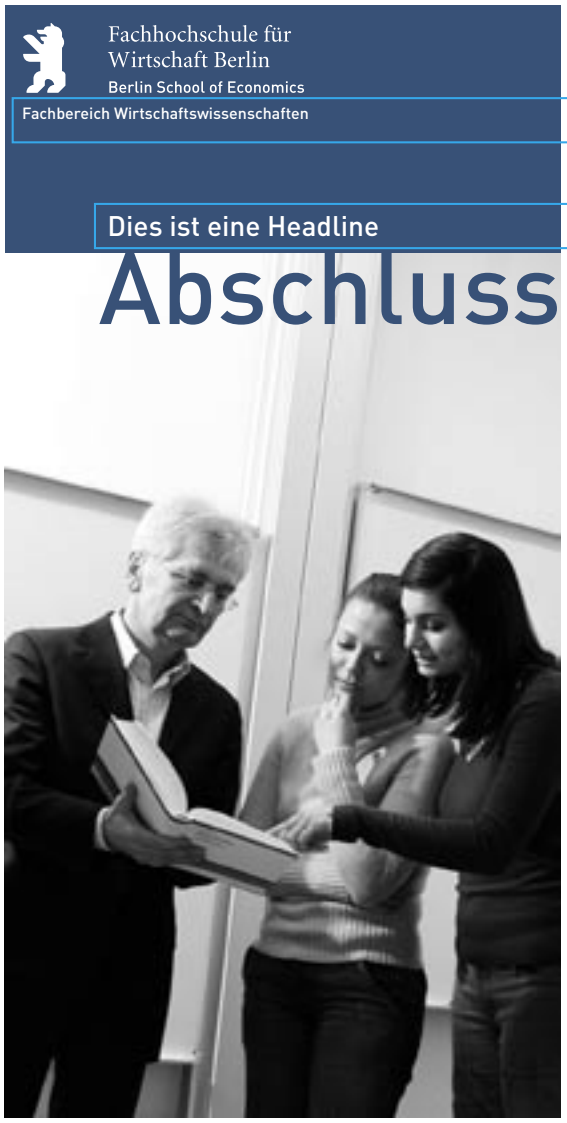
Abbildungen 24 %

**Nicht erlaubt**
- Bildüberschneidungen
- Linien
- Quadratische, runde, freigestellte oder sonstige Formatabänderungen

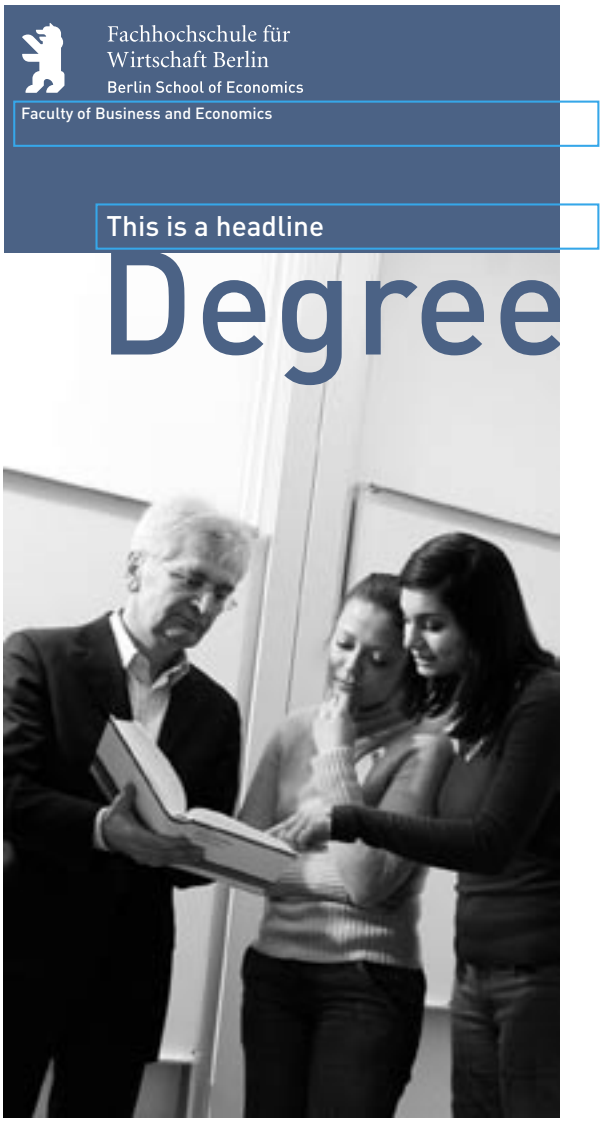
# 3.2.2 DIN Lang
## Studiengangsflyer
## Zweisprachigkeit

**Zweisprachiger Wendeflyer**
Zweisprachige Flyer werden als Wendeflyer angelegt. Die sprachliche Unterscheidung ist in der Kennzeichnung des jeweiligen Fachbereichs und der Headline ersichtlich.

Zusätzlich kann die Farbfläche beim Titel der Zweitsprache 90 Prozent aufgehellt werden.




Deutscher Titel
Abbildungen 70 %




Englischer Titel
Kennzeichnung Fachbereich und Headline
in englischer Sprache

## 3.2.2 DIN Lang
Studiengangsflyer
105 x 210 mm
Vermaßung Titel

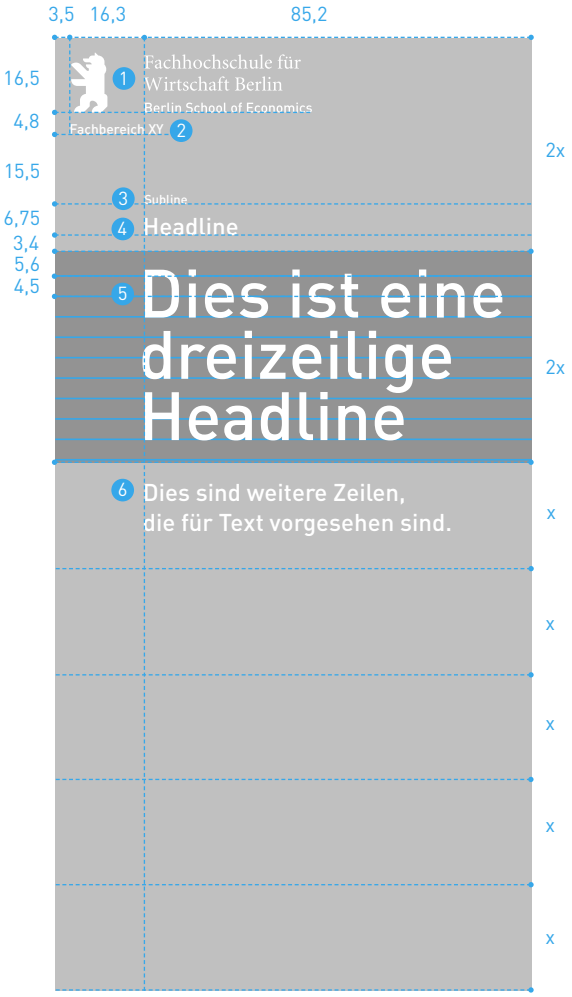


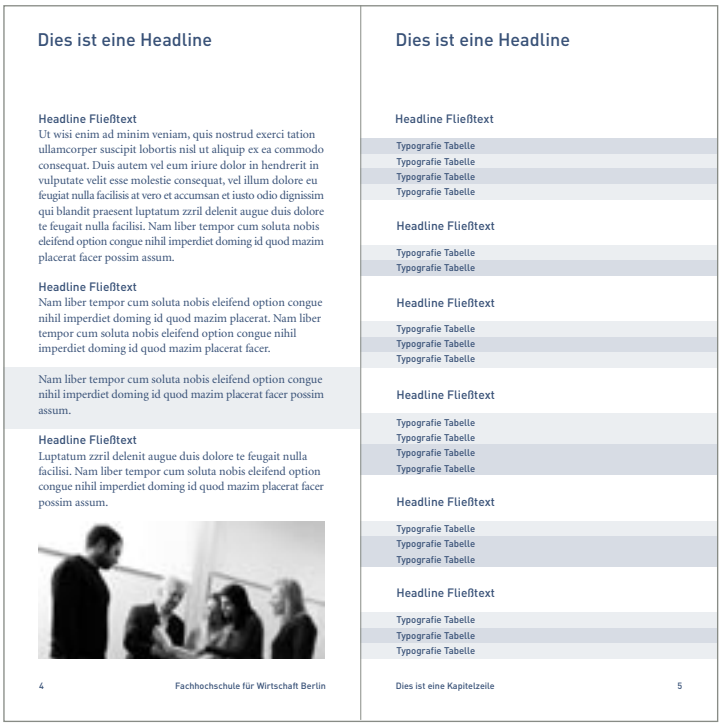

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

1. **Logo FHW Berlin**
   Breite 53 mm
2. **Fachbereichs-/ Institutskennzeichnung**
   DIN Medium Pro OT 8,6 pt
3. **Subline**
   DIN Medium Pro OT 8 pt,
   ZAB 6,75 mm
4. **Headline**
   DIN Medium Pro OT 15 pt,
   ZAB 6,75 mm
5. **Große Typografie**
   DIN Medium Pro OT,
   variable Schriftgröße,
   Mehrzeiligkeit, wenn kein Bild
   verwendet wird und Einzeiligkeit
   bei Bildeinsatz
6. **Zusatztext**
   DIN Medium Pro OT 15 pt,
   ZAB 6,75 mm

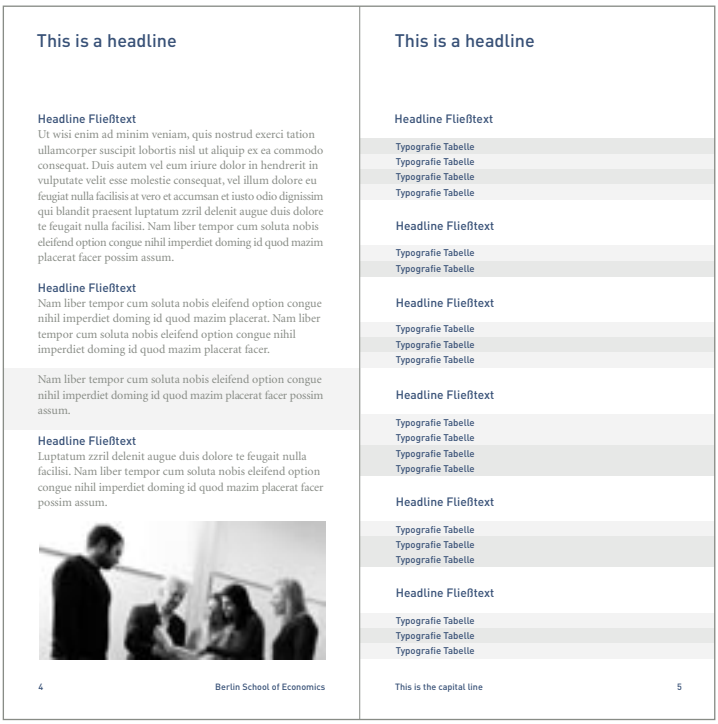
# 3.2.2 DIN Lang
## Studiengangsflyer
## Gestaltung Innenseiten
## Zweisprachigkeit

Handelt es sich um einen zweisprachigen Flyer, wird eine farbliche Unterscheidung vorgenommen. In der Erstsprache (i. d. R. Deutsch) wird die Typografie in der Farbe des jeweiligen Fachbereichs gesetzt. In der Zweitsprache (i. d. R. Englisch) wird der Fließtext in Grau (70 % aufgerastertes Schwarz) gesetzt.

Texte, die hervorgehoben werden sollen, werden mit aufgerasterten Farbflächen (20 %, 40 %, 60 %, 80 %) hinterlegt. Diese Farbflächen (Erstsprache = Fachbereichsfarbe; Zweitsprache = Grau) können auch in Tabellen zur inhaltlichen Unterscheidung dienen.




Beispiel Erstsprache (Text wird in der Farbe des Fachbereichs gesetzt)




Beispiel Zweitsprache (Fließtext wird in HKS 92 gesetzt)
Abbildungen 45 %

# 3.2.2 DIN Lang
## Studiengangsflyer
## Vermaßung Innenseiten

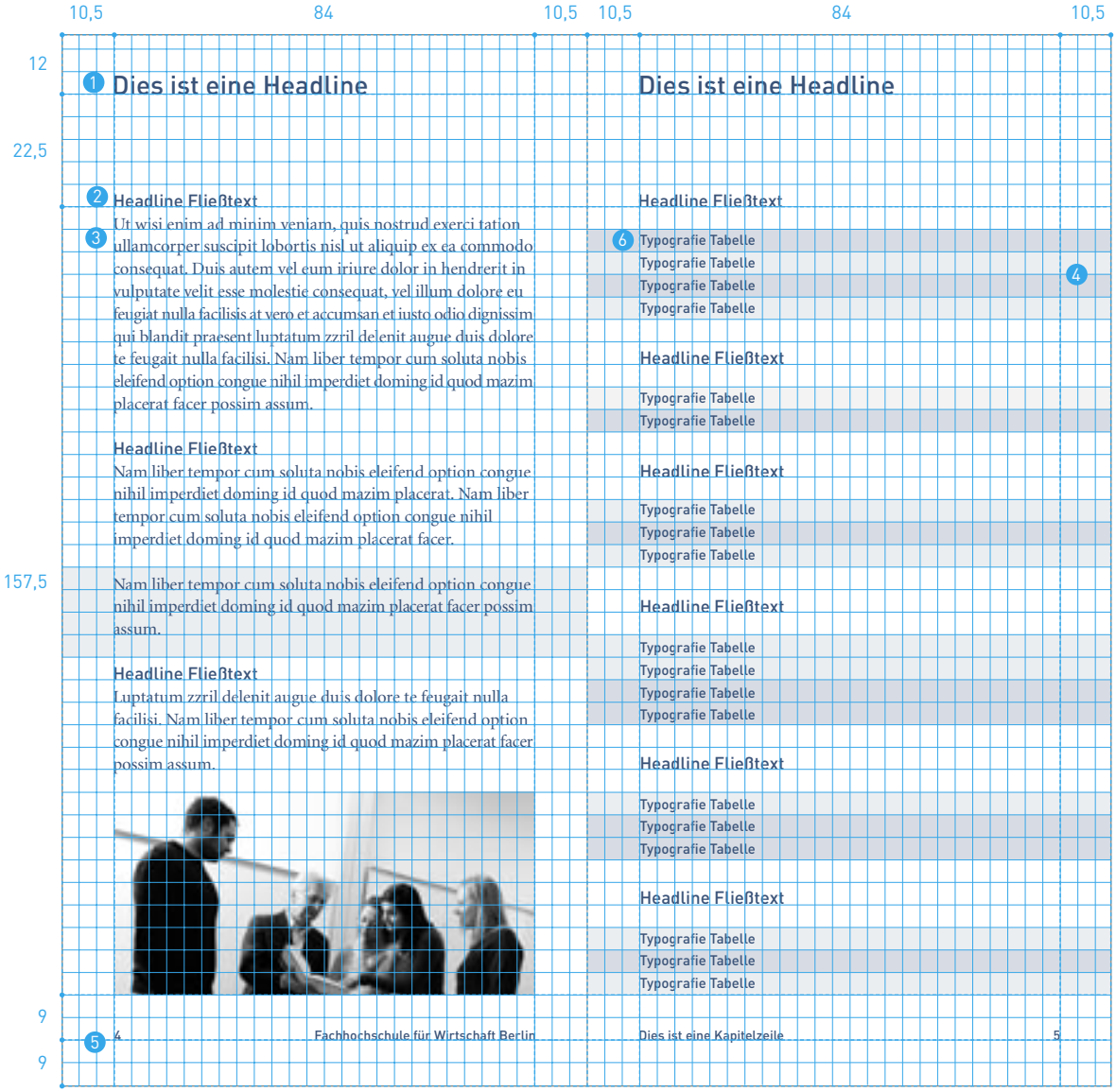



Abbildung 70 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Headline**
DIN Medium Pro OT 15 pt

2 **Headline Fließtext**
DIN Medium Pro OT 10 pt

3 **Fließtext**
DIN Medium Pro OT 10 pt

4 **Farbfläche**
Aufrasterung 20 % und 40 %

5 **Kapitelzeile/Paginierung**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt

6 **Typografie Tabelle**
DIN Medium Pro OT 8 pt

# 3.3 DIN A5
## Vorlesungsverzeichnis
## Gestaltung Titel

### Vorlesungsverzeichnis
Das Vorlesungsverzeichnis wird im DIN-A5-Format und mit den beiden Hausfarben der FHW Berlin, Rot (HKS 15) und Grau (HKS 92), sowie Weiß angelegt. In der Gestaltungszone wird Typografie positioniert.

### Bildeinsatz
Auf den Einsatz von Bildern wird verzichtet.

### Logo
Das Logo wird grundsätzlich in Weiß auf die rote Fläche gesetzt.

Abbildungen 31 %

## 3.3 DIN A5

Vorlesungsverzeichnis
148 x 210 mm
Vermaßung Titel

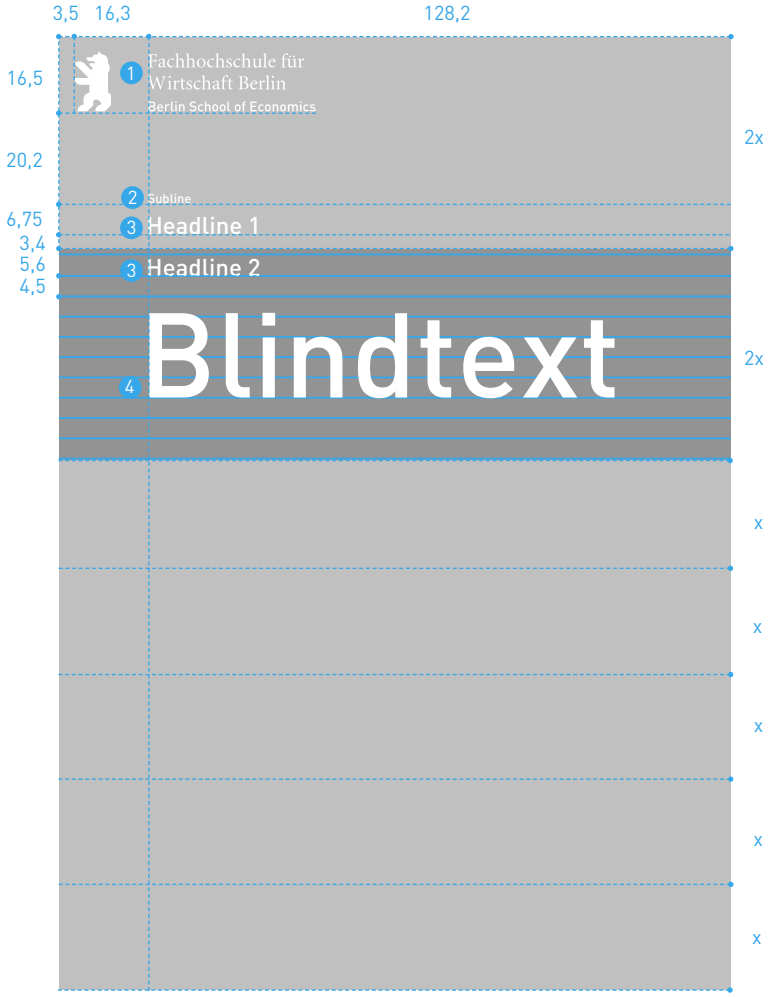



Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Subline**
DIN Medium Pro OT 8 pt,
ZAB 6,75 mm

3 **Headline**
DIN Medium Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

4 **DIN Medium Pro OT**
variable Schriftgröße

# 3.3 DIN A5
## Vorlesungsverzeichnis
## Beispiel Innenseiten

### Vorlesungsverzeichnis

1 **Studienprogramm**
2 Wintersemester 2006/2007

3 **Dies ist eine Headline**
Faculty of Business and Economics

4 Badensche Straße 50 – 51, D-10825 Berlin
Tel.: +49 (0)30 85789-0, Fax: +49 (0)30 85789-199
E-Mail: info@fhw-berlin.de, Internet: www.fhw-berlin.de

Öffnungszeiten:
Das Hochschulgebäude ist in der Vorlesungszeit
Mo-Fr 7.00 – 21 Mo-Fr 7.00 – 20.00 Uhr geöffnet.

Kindertagesstätte des Studentenwerks Berlin
Leiterin: Sigrid Fehr-Broszat, Telefon: +49 (0)30 85726-810

**Dies ist eine Headline**
Faculty of Company-Linked Programmes

Neue Bahnhofstraße 11-17, D-10245 Berlin
Tel.: +49 (0)30 29384-300, Fax: +49 (0)30 29384-301
E-Mail: beratung@ba-berlin.de, Internet: www.ba-berlin.de

Öffnungszeiten: Mo-Fr 7.00 –18.00 Uhr (ganzjährig)

**Institute of Management Berlin (IMB) der**
**Fachhochschule für Wirtschaft Berlin**
Badensche Straße 50-51, D-10825 Berlin
Tel.: +49 (0)30 85789-262, Fax: +49 (0)30 85789-259
E-Mail: mbainfo@fhw-berlin.de, Internet: www.mba-berlin.de

Öffnungszeiten: siehe Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Schmutztitel
Abbildungen 55 %

Inhalt

5


8 Die Fachhochschule für Wirtschaft (FHW) Berlin
11 Das gesamte Studienangebot auf einen Blick
13 Praktizierte Chancengleichheit
14 Weiterbildung an der FHW Berlin
16 career contact
18 Ehrenmitglieder

19 Ausländische Kooperationspartner
21 Die FHW Berlin in Zahlen
24 Zeittafel/Fristen
25 Sprechzeiten

29 Hochschulverwaltung

6 29 Hochschulleitung
29 Kanzler
30 Beauftragte gem. gesetzlicher Bestimmungen
30 Beauftragte des Rektors

31 Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
32 Dekanat
32 Beauftragte des Dekans
33 Beratung und Service

34 Fachbereich Berufsakademie
34 Dekanat
35 Beauftragte des Dekans
35 Beratung und Service
36 Bibliothek
37 Studienberatung
38 Studienbereich Wirtschaft

39 Institute of Management (IMB)
40 Direktor, Stellv. Direktor
41 Beauftragte des Institutsrats
42 Management des IMB


Inhalt

3

Inhaltsverzeichnis

1 **Headline**
DIN Medium Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

2 **Subline**
DIN Regular Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

3 **Headline Fließtext**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

4 **Fließtext**
Minion Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

5 **Trennlinie**
0,5 pt

6 **Inhaltsverzeichnis, Aufzählung**
DIN Regular Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

# 3.3 DIN A5
## Vorlesungsverzeichnis
## Vermaßung Innenseiten

### Vorlesungsverzeichnis

Je nach Textmenge und Inhalt können ein- oder zweispaltige Texte gesetzt werden. Ein Register an beiden Seiten trägt zur schnellen Orientierung bei.

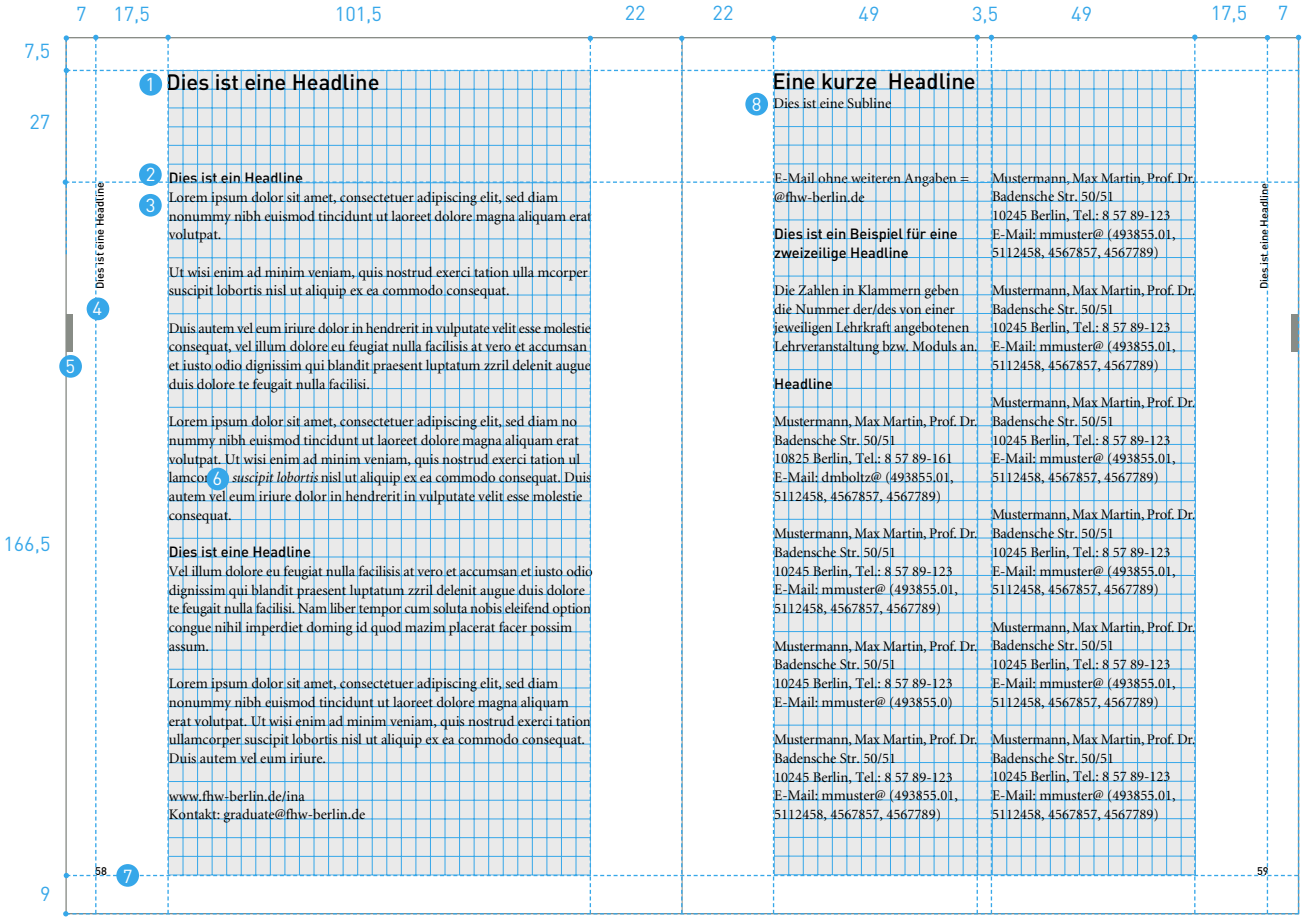



Abbildung 55 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Headline**
DIN Medium Pro OT 15 pt

2 **Headline Fließtext**
DIN Medium Pro OT 10 pt

3 **Fließtext**
Minion Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

4 **Registerzeile**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt

5 **Registerbalken**
Breite 1,5 mm, HKS 92
Höhe variabel

6 **Auszeichnung Fließtext**
Minion kursiv Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

7 **Paginierung**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt

8 **Subline**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

# 3.4.1 DIN A4
## Imagebroschüre FHW Berlin
## Titel

### Zweisprachige Wendebroschüre
Die Imagebroschüre der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin wird als Wendebroschüre gestaltet. Der erste Teil erscheint in deutscher, der zweite Teil in englischer Sprache. Der Umgang mit Typografie, Farbe und Bild ist in beiden Teilen identisch.

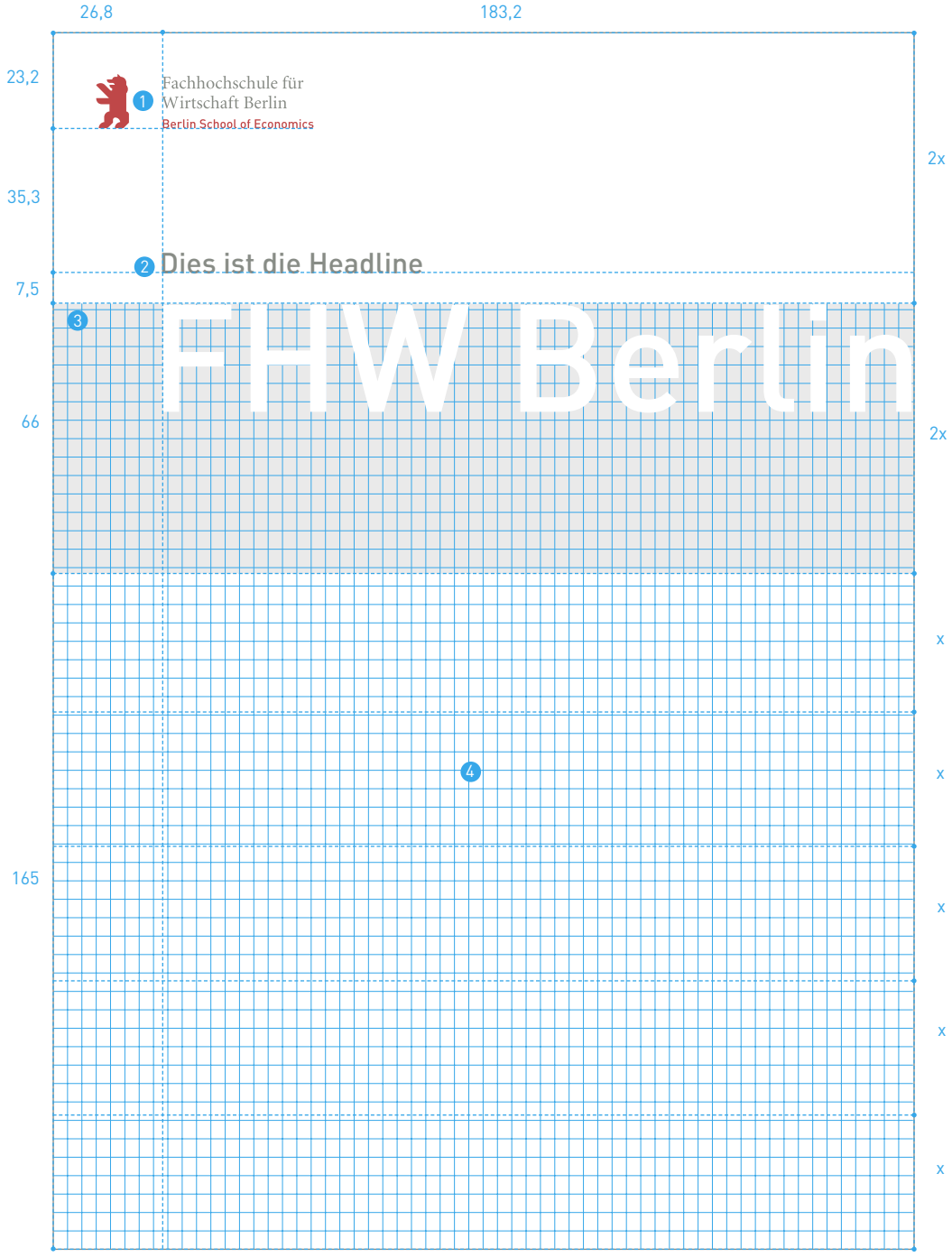
In der Kopfzone wird das Logo positiv und die Headline Grau oder Rot gesetzt.

In der Gestaltungszone wird ein Bild integriert. Es werden ausschließlich farbige Bilder eingesetzt. Füllt das Bild nicht die komplette Gestaltungszone aus, bleibt die restliche Fläche weiß.

### Slogan
Optional lässt sich ein Slogan unter oder in das Bild positionieren, sofern dieses die komplette Fläche der Gestaltungszone ausfüllt.

Abbildungen 22 %

# 3.4.1 DIN A4
## Imagebroschüre FHW Berlin
## Vermaßung Titel




1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Headline**
DIN Medium Pro OT 20 pt

3 **Bildhöhe (mindestens)**
66 x 210 mm

4 **Grundlinienraster**
3,5 x 4,5 mm

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.1 DIN A4
## Imagebroschüre FHW Berlin
## Innenseiten

Für die Imagebroschüre ist ein zweispaltiges Layout vorgesehen. Der Fließtext erscheint in Grau, Headlines und Zwischenüberschriften werden rot gesetzt.

Bilder werden als Querformat im oberen Viertel des Formats positioniert.

Ein roter Balken kennzeichnet den Beginn eines neuen Kapitels. In ihm wird eine Subline positioniert.

Eine Paginierung ist für die Imagebroschüre nicht vorgesehen.

Dies ist ein Beispiel für eine Subline.

### Dies ist ein Beispiel für eine Headline.

Wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier wesentlich mehr Produktaussage rein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet.

**Zwischenüberschrift**
Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden

**Zwischenüberschrift**
Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden

**Dies ist eine Subline.**

Wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier wesentlich mehr Produktaussage rein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet.

**Zwischenüberschrift**
Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet.

**Zwischenüberschrift**
Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet.

**Zwischenüberschrift**
Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein hier kann es jedenfalls nicht sein.reden sollte.

Abbildung 40 %

# 3.4.1 DIN A4

## Imagebroschüre FHW Berlin
## Vermaßung Innenseiten

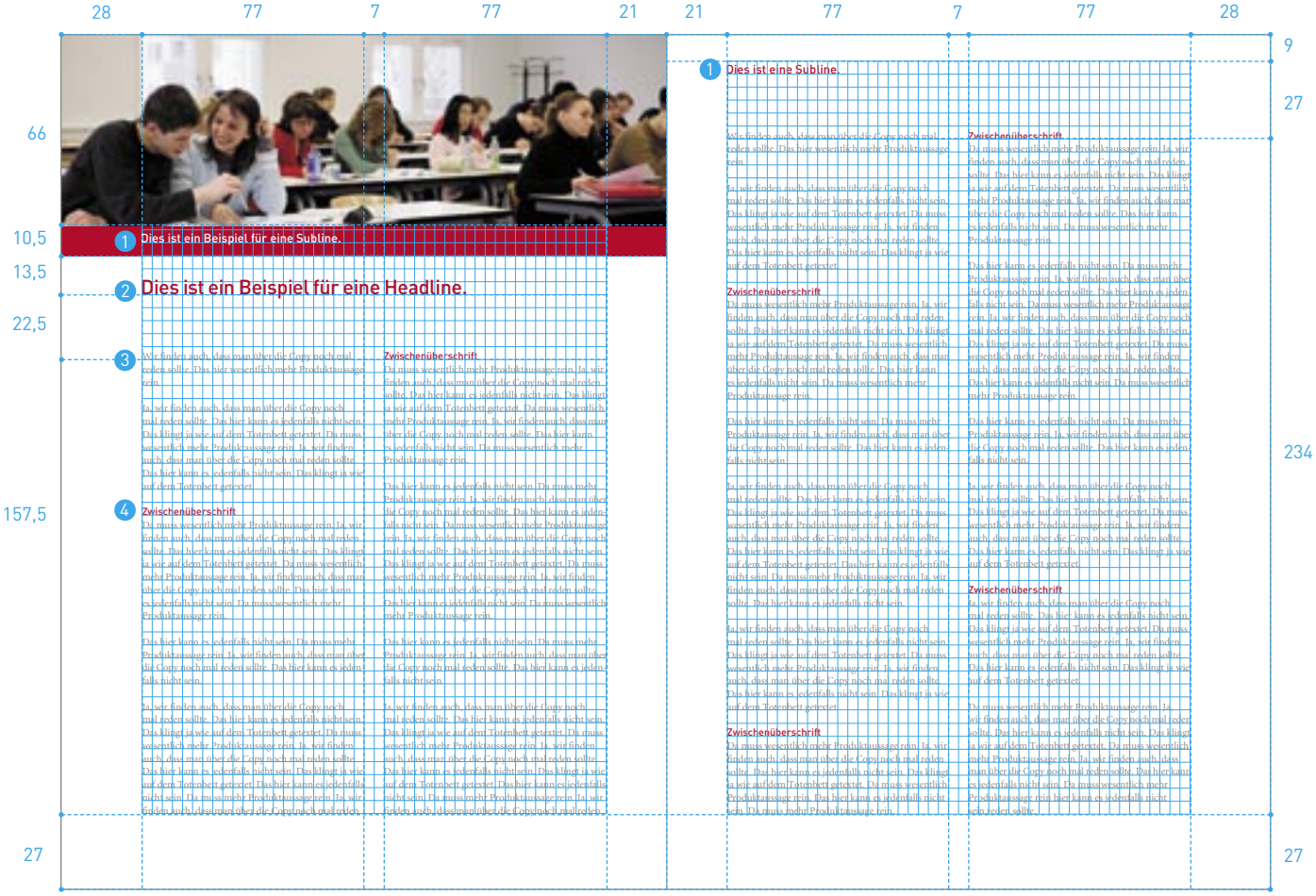



Abbildung 40 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Subline**
DIN Medium Pro OT 12 pt,
ZAB 4,5 mm

2 **Headline**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 4,5 mm

3 **Fließtext**
Minion Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

4 **Zwischenüberschrift**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

5 **Typografie in Grafik, Legende**
DIN Regular Pro OT 7 pt,
ZAB 4,5 mm

Abbildung 20 %

# 3.4.2 DIN A4
## Imagebroschüre IMB
## Titel

### Bildeinsatz
Für die Imagebroschüre werden ausschließlich Farbbilder verwendet.

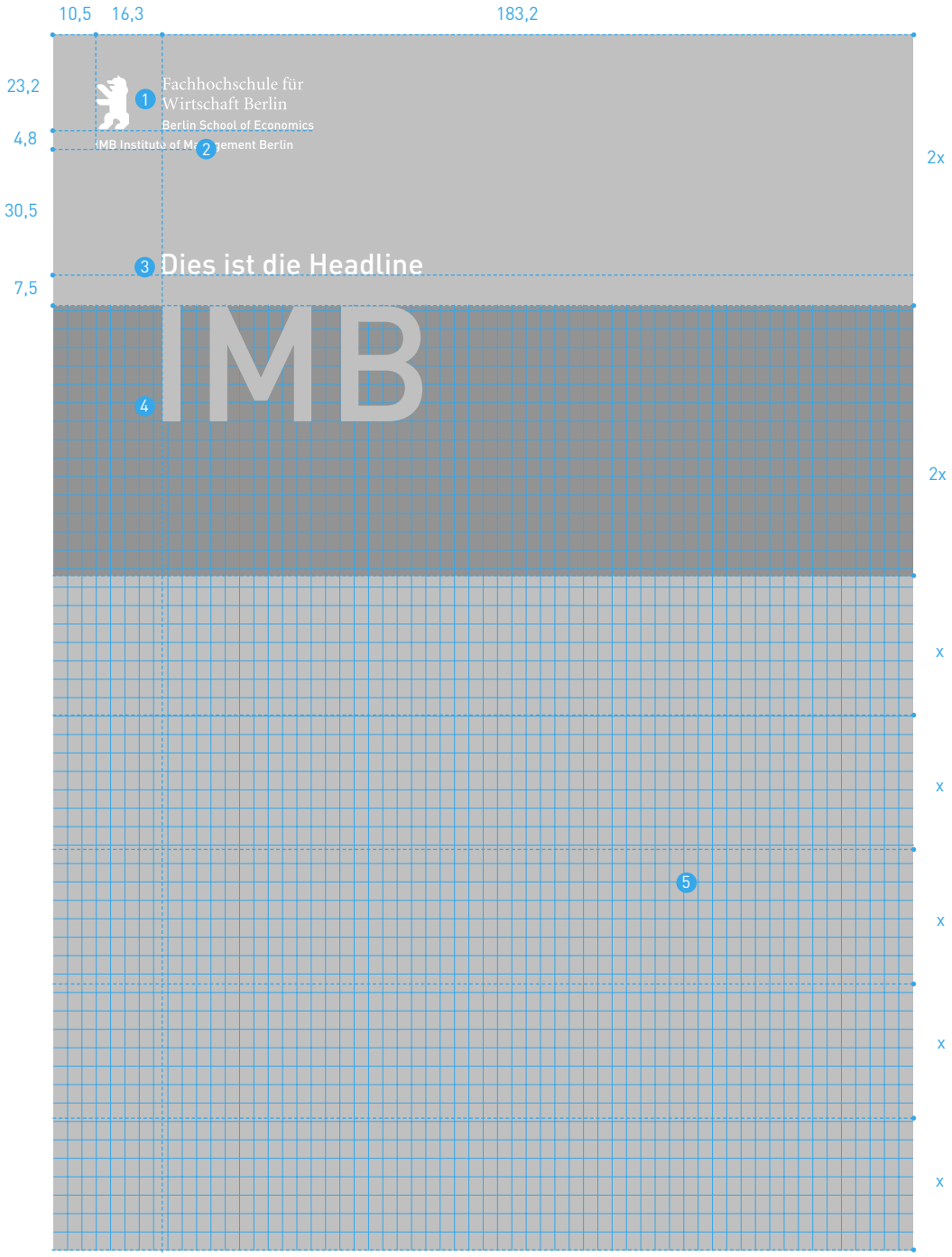
Je nach Motiv können Bilder unterhalb der Kopfzone im Quer- oder im Hochformat eingesetzt werden.

Es dürfen auch zwei oder mehr Bilder nebeneinander angeordnet werden.

### Typografie
Der Zusatz von großer Typografie im Bild ist optional.

Abbildungen 22 %

# 3.4.2 DIN A4
## Imagebroschüre IMB
## Vermaßung Titel




1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Institutskennzeichnung**
DIN Medium Pro OT 8,6 pt

3 **Headline**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 9 mm

4 **Große Typografie**
DIN Medium Pro OT,
variable Schriftgröße

5 **Raster**
3,5 x 4,5 mm

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.2 DIN A4
## Imagebroschüre IMB
## Innenseiten

Auf den Innenseiten stehen der deutsche und der englische Text auf jeder Seite direkt untereinander.

Da die Imagebroschüre wenig Text beinhaltet, wird dieser einspaltig gesetzt und auf eine Paginierung verzichtet.

### Zweisprachigkeit
Die Zweisprachigkeit wird farblich getrennt.

Der deutsche Text wird in der IMB-Farbe Grün (HKS 56), der englische Text in der FHW-Hausfarbe Grau (HKS 92) gesetzt.

### Bildeinsatz
Bilder werden an eine fest definierte Position in den Anschnitt gesetzt und laufen über die gesamte Formatbreite.

**Dies ist die Headline**
This is a headline

Wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein.

Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet.

Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Rest assured, the words will expand the concept. With clarity. Conviction. And even a little wit. Because in today's competitive marketing environment, the body copy of your advertisment must lead the reader through a series of disarmingly simple thoughts. All your supporting arguments must be communicated with simplicity and charm.

And in such a way that the reader will read on. After all, that's a reader's job: to read, isn't it? And by the time your readers have reached this point in the finished copy, you will have convinced them that you not only respect their intelligence, but you also understand their needs as consumers. As a result of which, your advertisment will repay your efforts.

Take your sales; simply put, they will rise. Likewise your credibility. There's every chance your competitors will wish they'd placed this advertisement, not you. While your customers will have probably forgotten that your competitors evenexist.

**Dies ist die Headline**
This is a headline

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte.

Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein. Das klingt ja wie auf dem Totenbett getextet. Da muss wesentlich mehr Produktaussage rein. Ja, wir finden auch, dass man über die Copy noch mal reden sollte. Das hier kann es jedenfalls nicht sein.

Rest assured, the words will expand the concept. With clarity. Conviction. And even a little wit. Because in today's competitive marketing environment, the body copy of your advertisment must lead the reader through a series of disarmingly simple thoughts. All your supporting arguments must be communicated with simplicity and charm.

And in such a way that the reader will read on. After all, that's a reader's job: to read, isn't it? And by the time your readers have reached this point in the finished copy, you will have convinced them that you not only respect their intelligence, but you also understand their needs as consumers. As a result of which, your advertisment will repay your efforts.

Abbildung 40 %

# 3.4.2 DIN A4
## Imagebroschüre IMB
## Vermaßung Innenseiten

Abbildung 40 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Headline deutsch**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 9 mm, HKS 56

2 **Headline englisch**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 9 mm, HKS 92

3 **Fließtext**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm
Deutsch HKS 56
Englisch HKS 92

## 3.4.3 DIN A4
Studiengangsbroschüre IMB
Titel

Die IMB-Studiengangsbroschüren werden als zweisprachige Wendebroschüren herausgegeben.

### Bildeinsatz
Aus Kostengründen werden die Broschüren zweifarbig gedruckt und entsprechend Schwarz-Weiß-Bilder verwendet.

Je nach Motiv können Bilder unterhalb der Kopfzone im Quer- oder im Hochformat eingesetzt werden.

Es wird grundsätzlich nur ein Bild auf dem Titel eingesetzt.

### Typografie
Die große Typografie im Bild kennzeichnet den Studienabschluss.

Abbildungen 22 %

## 3.4.3 DIN A4
Studiengangsbroschüre IMB
Vermaßung Titel

1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Institutskennzeichnung**
DIN Medium Pro OT 8,6 pt

3 **Subline**
DIN Medium Pro OT 12 pt,
ZAB 9 mm

4 **Headline**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 9 mm

5 **Große Typografie**
DIN Medium Pro OT,
bis zum rechten Formatrand

6 **Raster**
3,5 x 4,5 mm

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.3 DIN A4
## Studiengangsbroschüre IMB
## Innenseiten

Auf den Innenseiten werden die Texte zweispaltig gesetzt.

Headlines und Sublines werden farblich in HKS 56 (IMB-Farbe) hervorgehoben.

Der Text der Zweitsprache wird in Grau (70 % Schwarz) gesetzt.

**Bildeinsatz**
Die Schwarz-Weiß-Bilder werden innerhalb des Satzspiegels positioniert. Bildunterschriften können neben oder unter das Bild gesetzt werden.

Beispiel Erstsprache (Fließtext 100 % Schwarz)

Beispiel Zweitsprache (Fließtext 70 % Schwarz)
Abbildungen 20 %

# 3.4.3 DIN A4
## Studiengangsbroschüre IMB
## Vermaßung Innenseiten

Abbildung 40 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Headline**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 6,75 mm

2 **Subline**
DIN Medium Pro OT 12 pt,
ZAB 6,75 mm

3 **Einleitung**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

4 **Fließtext**
Minion Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

5 **Zitate**
DIN Medium Pro OT 20 pt,
ZAB 9 mm

6 **Paginierung/Kapitelzeile**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt,
ZAB 9 mm

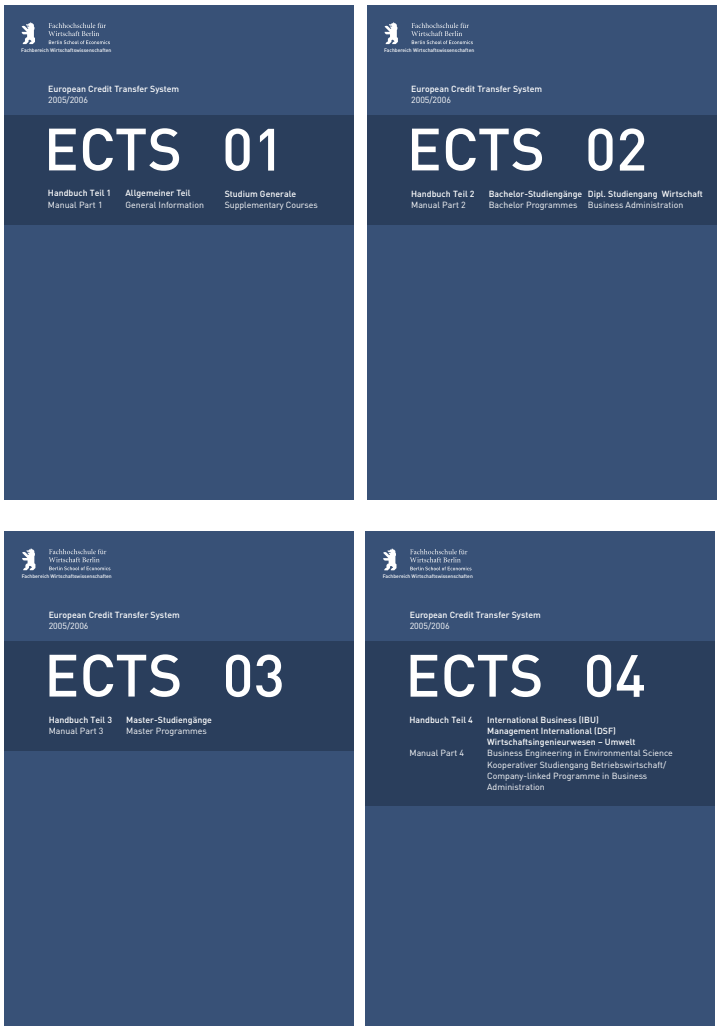
7 **Bildunterschrift**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt,
ZAB 4,5 mm

8 **Zwischenüberschrift**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

## 3.4.4 DIN A4
ECTS-Handbuch
Titel

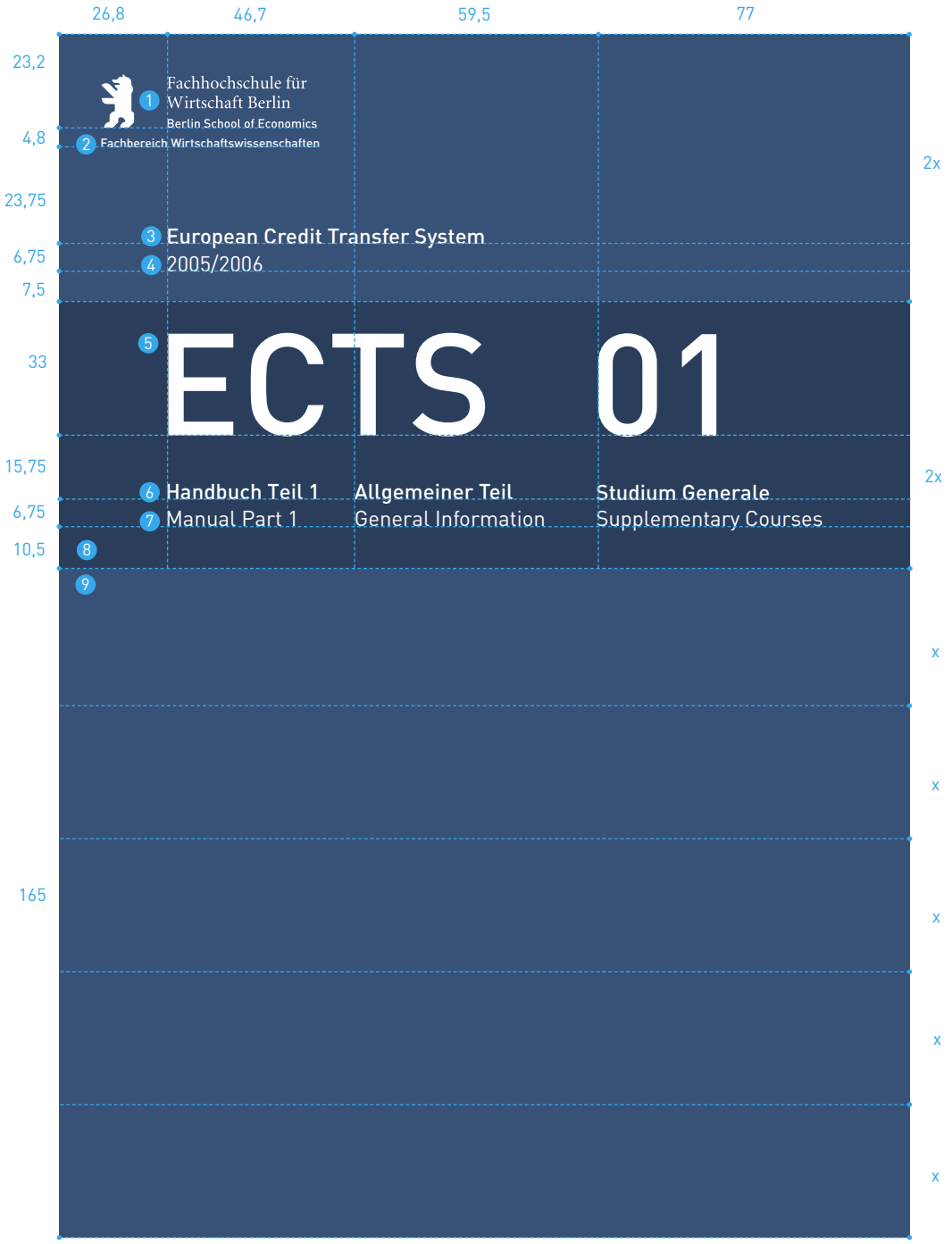
Das zweisprachige ECTS-Handbuch des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften besteht aus mehreren Teilen. Die Nummerierung der einzelnen Teile dient der besseren Orientierung. Die Kennzeichnung, hier „ECTS 01“ bis „ECTS 04“, wird in großer Typografie in die Gestaltungszone integriert und auf eine 20 Prozent abgedunkelte Farbfläche positioniert.

Weitere Headlines laufen über zwei oder drei Spalten auf dem Titel. Dabei wird der deutsche Text dem englischen vorangestellt.




Abbildungen 22 %

## 3.4.4 DIN A4
ECTS-Handbuch
Vermaßung Titel




1 **Logo**
Breite 53 mm

2 **Fachbereichskennzeichnung**
DIN Medium Pro OT 8,6 pt

3 **Headline**
DIN Medium Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

4 **Subline**
DIN Regular Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

5 **„ECTS 01"**
DIN Medium Pro OT 100 pt

6 **Headline deutsch**
DIN Medium Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

7 **Headline englisch**
DIN Regular Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

8 **HKS 38 + 20 % Schwarz**

9 **HKS 38**

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.4 DIN A4
## ECTS-Handbuch
## Inhaltsverzeichnis

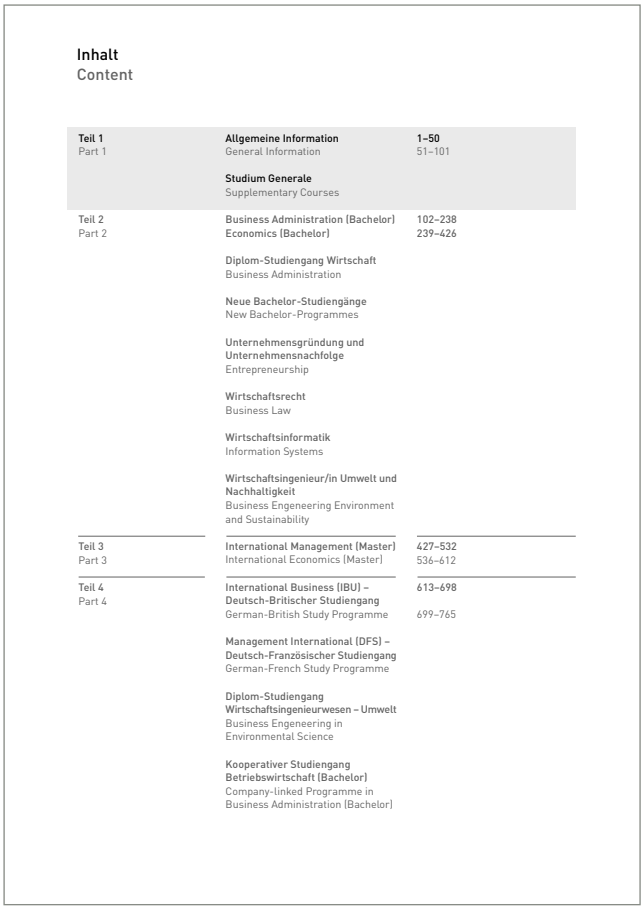
### Farbe
Der Innenteil des ECTS-Handbuchs wird mit Schwarz gestaltet.

Die Typografie auf den Innenseiten des ECTS-Handbuchs wird in 100 Prozent und 70 Prozent Schwarz gestaltet. Der deutsche Text wird im Vollton, der englische im aufgerasterten Farbton dargestellt.

### Inhaltsverzeichnis
Das Inhaltsverzeichnis wird dreispaltig gesetzt (vgl. Titel).

Der jeweils vorliegende Teil des ECTS-Handbuchs wird durch eine aufgerasterte schwarze Fläche hervorgehoben. Der deutsche Text ist schwarz, die darunterstehende englische Übersetzung 70 Prozent aufgerastert dargestellt.

Alle weiteren Teile werden gestalterisch durch Linien im Spaltenraster voneinander getrennt. Die Typgrafie wird komplett aufgerastert dargestellt, um sie so in den Hintergrund zu bringen.



**Inhalt**
Content

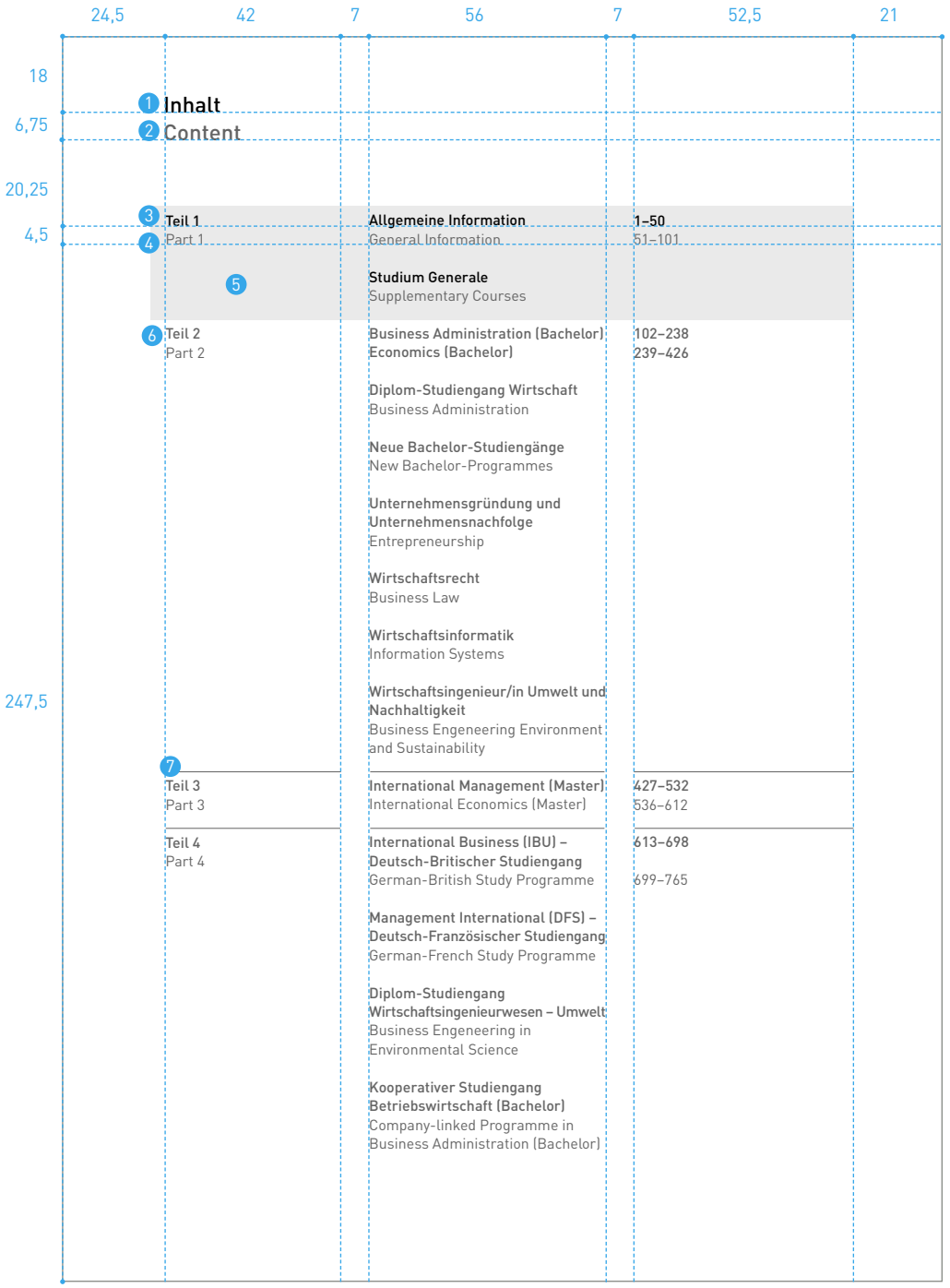
| | | |
|---|---|---|
| **Teil 1**<br>Part 1 | **Allgemeine Information**<br>General Information<br><br>**Studium Generale**<br>Supplementary Courses | **1–50**<br>51–101 |
| **Teil 2**<br>Part 2 | **Business Administration (Bachelor)**<br>**Economics (Bachelor)**<br><br>**Diplom-Studiengang Wirtschaft**<br>Business Administration<br><br>**Neue Bachelor-Studiengänge**<br>New Bachelor-Programmes<br><br>**Unternehmensgründung und Unternehmensnachfolge**<br>Entrepreneurship<br><br>**Wirtschaftsrecht**<br>Business Law<br><br>**Wirtschaftsinformatik**<br>Information Systems<br><br>**Wirtschaftsingenieur/in Umwelt und Nachhaltigkeit**<br>Business Engeneering Environment and Sustainability | 102–238<br>239–426 |
| **Teil 3**<br>Part 3 | **International Management (Master)**<br>International Economics (Master) | 427–532<br>536–612 |
| **Teil 4**<br>Part 4 | **International Business (IBU) – Deutsch-Britischer Studiengang**<br>German-British Study Programme<br><br>**Management International (DFS) – Deutsch-Französischer Studiengang**<br>German-French Study Programme<br><br>**Diplom-Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen – Umwelt**<br>Business Engeneering in Environmental Science<br><br>**Kooperativer Studiengang Betriebswirtschaft (Bachelor)**<br>Company-linked Programme in Business Administration (Bachelor) | 613–698<br><br>699–765 |

Abbildung 40 %

# 3.4.4 DIN A4

## ECTS-Handbuch

## Vermaßung Inhaltsverzeichnis




1 **Headline deutsch, 100 % Schwarz**
DIN Medium Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

2 **Headline englisch, 70 % Schwarz**
DIN Regular Pro OT 15 pt,
ZAB 6,75 mm

3 **Fließtext deutsch, 100 % Schwarz**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

4 **Fließtext englisch, 70 % Schwarz**
DIN Regular Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

5 **Fläche 10 % Schwarz**

6 **Fließtext deutsch, 70 % Schwarz**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm
**Fließtext englisch, 70 % Schwarz**
DIN Regular Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

7 **Trennlinie, 70 % Schwarz**
0,5 pt

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.4 DIN A4
## ECTS-Handbuch
## Innenseiten

Die Innenseiten des ECTS-Handbuchs teilen sich in einen deutschen und einen englischen Teil. Bei Fließtext wird ein einspaltiges Layout angewendet. Der deutsche und der englische Textteil sind seperat hintereinander angeordnet.

Die Beschreibungen der Lehrveranstaltungen werden zweispaltig und in zwei Sprachen verfasst. Die erste Spalte enthält die deutsche Version, die zweite die englische Version.

### Register

Ein Register am rechten und linken Rand einer Doppelseite trägt zur schnellen Orientierung innerhalb der einzelnen Kapitel bei.

Dies ist eine Headline

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euism tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

**Stipendium**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper postgradualen MBA-Studiengänge suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat. consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euism tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit obortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.
**http://europa.eu.int/comm/education/programmes/socrates/ects_de-html**

Dies ist ein Beispiel für eine dreizeilige Bildunterschrift.

**Berlin**

**Allgemeines**

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

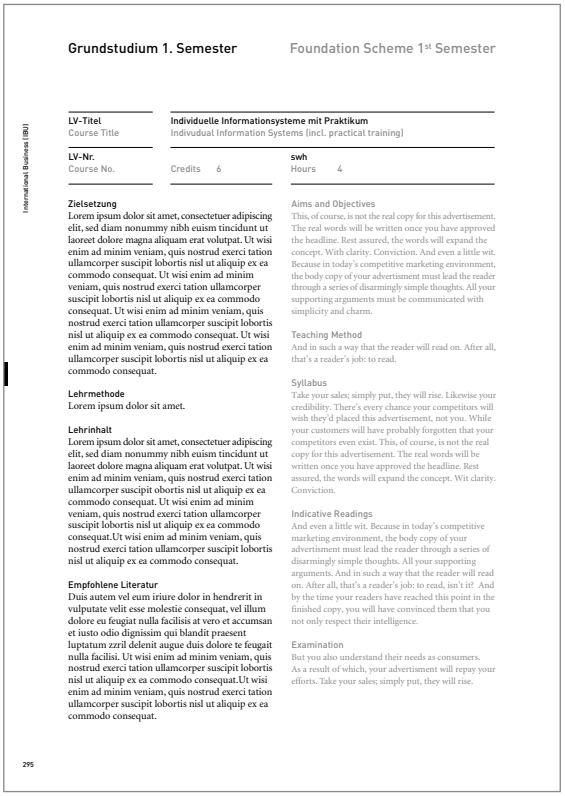
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis Autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat. Duis autem vel eum iriure dolor.
**www.berlin.de**

Allgemeiner Teil

7

Allgemeiner Textteil einsprachig in einer Spalte
Abbildungen 35 %



Grundstudium 1. Semester — Foundation Scheme 1st Semester

| | | |
|---|---|---|
| **LV-Titel**<br>Course Title | **Individuelle Informationsysteme mit Praktikum**<br>Indivudual Information Systems (incl. practical training) | |
| **LV-Nr.**<br>Course No. | Credits 6 | **swh**<br>Hours 4 |

**Zielsetzung**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euism tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Lehrmethode**
Lorem ipsum dolor sit amet.

**Lehrinhalt**
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euism tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit obortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Empfohlene Literatur**
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Aims and Objectives**
This, of course, is not the real copy for this advertisement. The real words will be written once you have approved the headline. Rest assured, the words will expand the concept. With clarity. Conviction. And even a little wit. Because in today's competitive marketing environment, the body copy of your advertisment must lead the reader through a series of disarmingly simple thoughts. All your supporting arguments must be communicated with simplicity and charm.

**Teaching Method**
And in such a way that the reader will read on. After all, that's a reader's job: to read.

**Syllabus**
Take your sales; simply put, they will rise. Likewise your credibility. There's every chance your competitors will wish they'd placed this advertisement, not you. While your customers will have probably forgotten that your competitors even exist. This, of course, is not the real copy for this advertisement. The real words will be written once you have approved the headline. Rest assured, the words will expand the concept. Wit clarity. Conviction.

**Indicative Readings**
And even a little wit. Because in today's competitive marketing environment, the body copy of your advertisment must lead the reader through a series of disarmingly simple thoughts. All your supporting arguments. And in such a way that the reader will read on. After all, that's a reader's job: to read, isn't it? And by the time your readers have reached this point in the finished copy, you will have convinced them that you not only respect their intelligence.

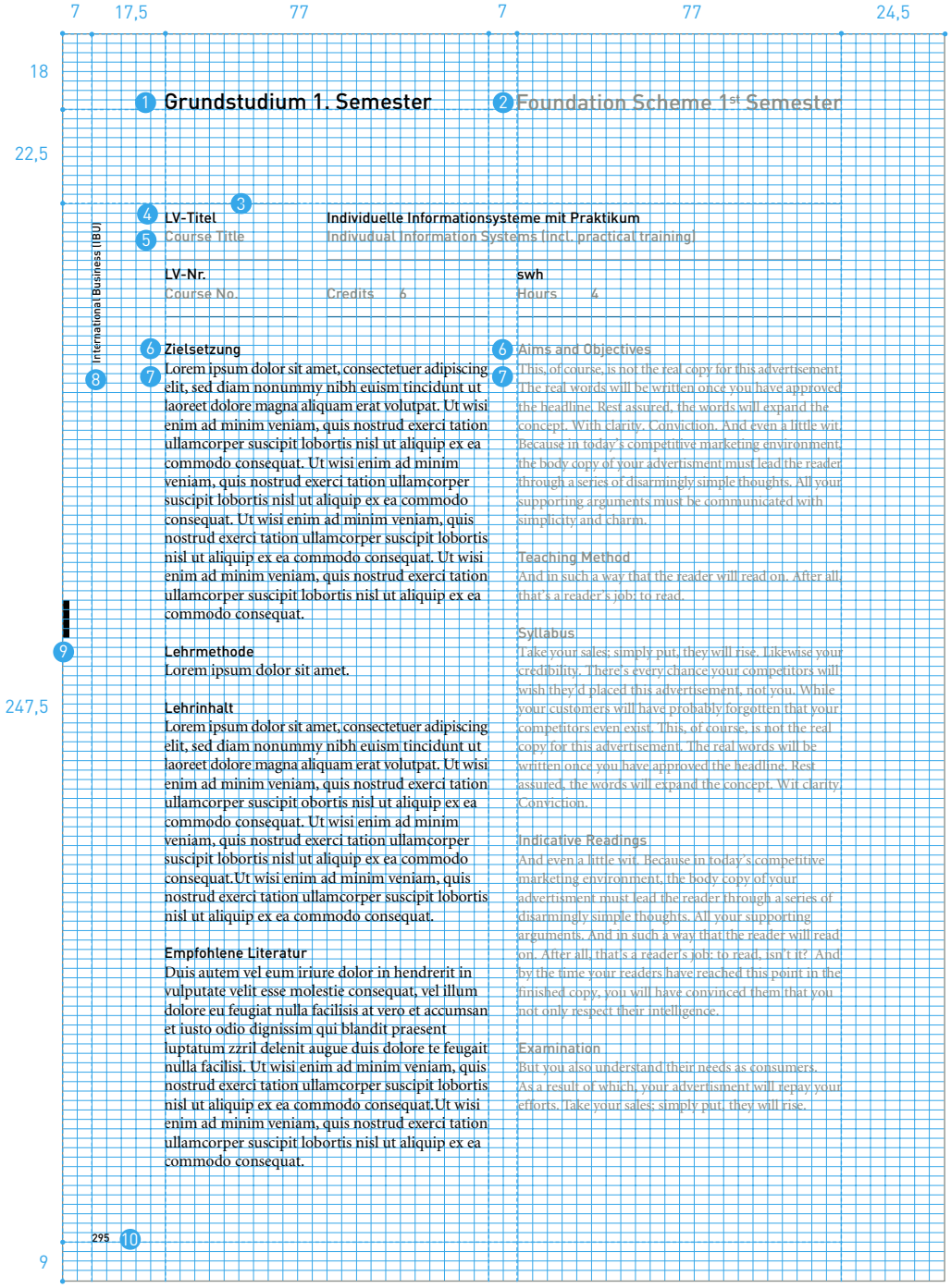
**Examination**
But you also understand their needs as consumers. As a result of which, your advertisment will repay your efforts. Take your sales; simply put, they will rise.

International Business (IBS)

295

Lehrveranstaltungen zweisprachig in zwei Spalten

# 3.4.4 DIN A4
## ECTS-Handbuch
## Vermaßung Innenseite




1 **Headline deutsch**
DIN Medium Pro OT 15 pt

2 **Headline englisch**
DIN Medium Pro OT 15 pt

3 **Trennlinie**
0,5 pt

4 **Typografie Tabelle deutsch**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

5 **Typografie Tabelle englisch**
DIN Regular Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

6 **Zwischenüberschrift**
DIN Medium Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

7 **Fließtext**
Minion Pro OT 11 pt,
ZAB 4,5 mm

8 **Registerzeile**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt

9 **Registerbalken**
Breite 3 mm, 100 % Schwarz

10 **Paginierung**
DIN Medium Pro OT 7,5 pt

**Deutscher Text 100 % Schwarz**
**Englischer Text 70 % Schwarz**

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.5 DIN A4
## SemesterJournal
## Titel

Das SemesterJournal erscheint zweimal jährlich während des Semesters. Es wird ausschließlich mit den Farben Schwarz, Rot und Grau (70 % Schwarz) gestaltet.

### Titel
In der Kopfzone ist das Logo und der Titel „Semester-Journal“ positioniert. Beide Elemente werden in allen Ausgaben negativ Weiß auf Rot (HKS 15) gesetzt.

In der Gestaltungszone wird mit einem Bild oder mehreren Bildern, Farbflächen und/oder Typografie gearbeitet.

Die Nummer des Heftes wird grundsätzlich unten rechts in einer fest definierten Schriftgröße positioniert. Hier wird die entsprechende Nummer mit einem Schrägstrich von der Jahreszahl getrennt (zum Beispiel „1/06“).

### Bildeinsatz
Das SemesterJournal wird durchgängig mit Schwarz-Weiß-Bildern gestaltet.

Handelt es sich um die Gestaltung mit einem vollformatigen Bild in der Gestaltunszone, wird das Titelthema in wenigen Zeilen in das Bild integriert.

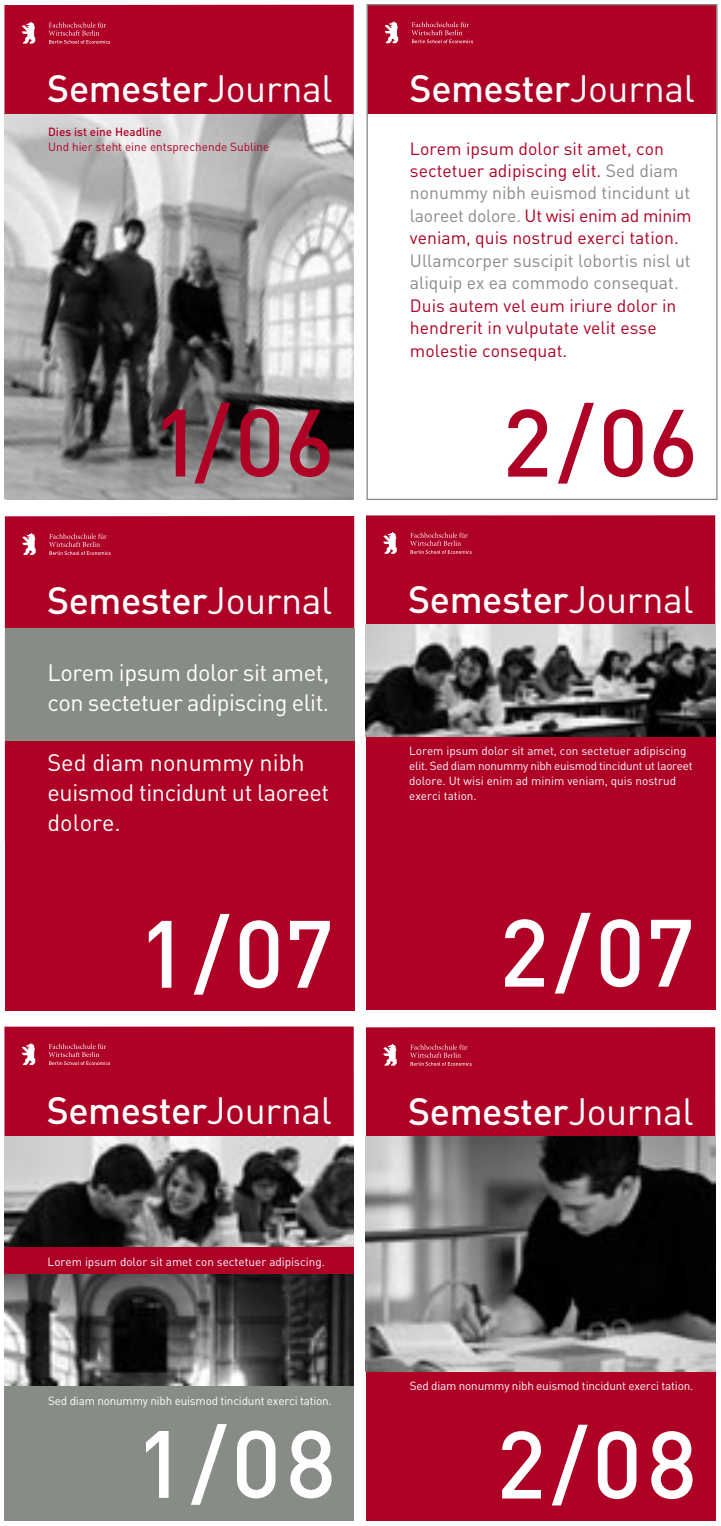
Sollen mehrere Bilder zum Einsatz kommen, werden diese ohne Zwischenraum untereinander angeordnet oder durch Farbflächen voneinander getrennt.

Rote, graue oder weiße Farbflächen stehen zwischen mehreren Bildern, um eine thematische Unterscheidung vorzunehmen.

### Typografie
Die Schrift läuft linksbündig zur Achse der Wortmarke und wird auf Weiß beziehungsweise in Weiß auf eine Farbfläche gesetzt.

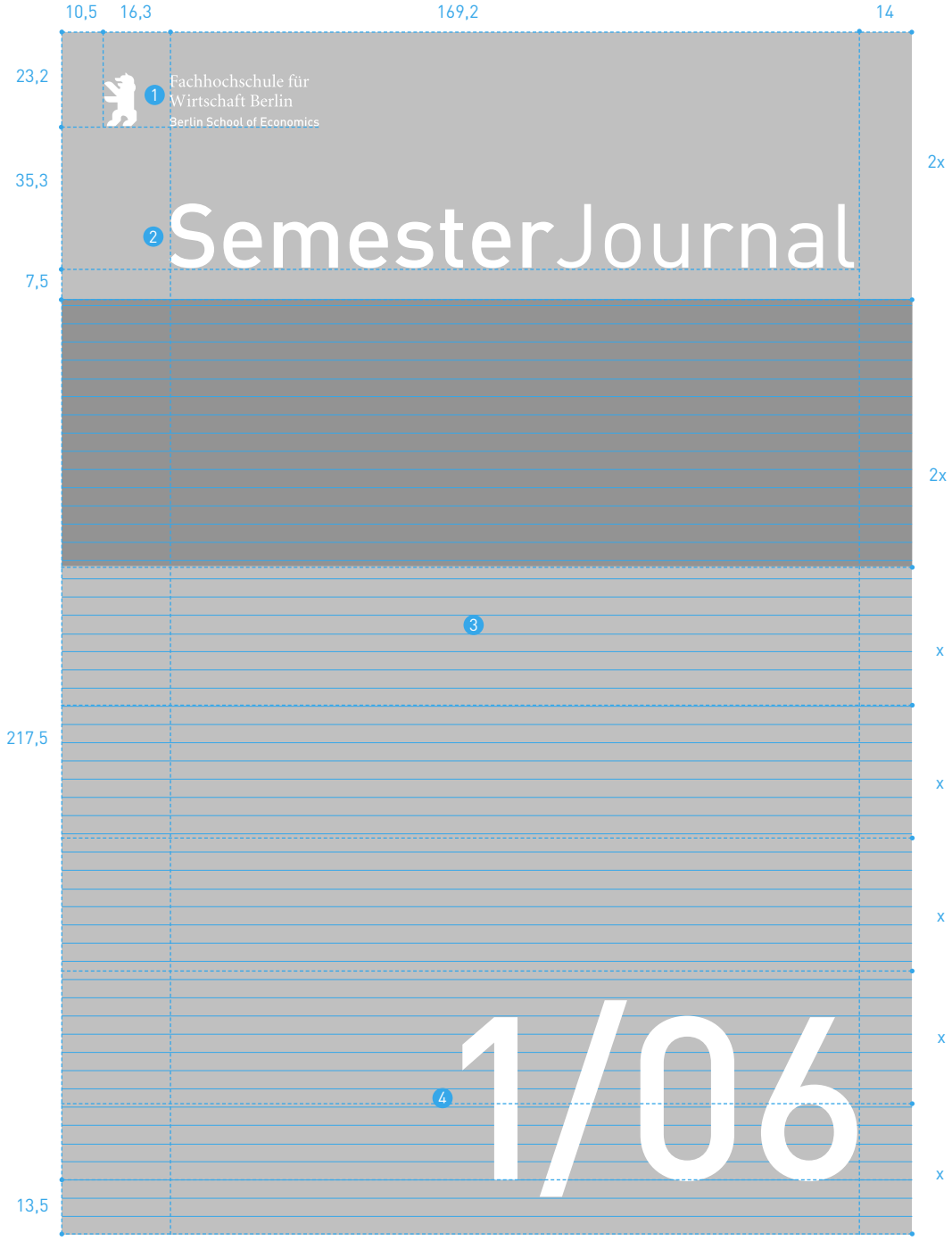
Die Schriftgröße sollte mindestens 30 pt betragen.

Ein Titel kann auch ausschließlich mit Typografie gestaltet werden. Dabei muss sichergestellt werden, dass sich Kopf- und Gestaltungszone farblich voneinander unterscheiden.




Abbildungen 22 %

## 3.4.5 DIN A4
SemesterJournal
Vermaßung Titel




1 **Logo**
Breite 53 mm
2 **Titel**
**„Semester“**
DIN Medium Pro OT 62,5 pt
**„Journal“**
DIN Regular Pro OT 62,5 pt
3 **Grundlinienraster**
4,5 mm
4 **Ausgabenummer**
DIN Medium Pro OT 160 pt

Abbildung 60 %
Maßangaben in Millimetern

# 3.4.5 DIN A4
# SemesterJournal
# Innenseiten

## Typografie und Farbe
Auch die Innenseiten werden mit zwei Farben (Rot und Schwarz bzw. 70 % Schwarz) gestaltet.

Der Fließtext und die Bildunterschriften werden in Schwarz gesetzt, Headlines, Sublines, Zwischenüberschriften und Hervorhebungen werden in Rot gesetzt. Hintergründe für Infotexte oder Grafiken werden in Grau gestaltet.

Der Text auf den Innenseiten läuft über drei Spalten.

## Kolumnentitel und Paginierung
Oberhalb des Satzspiegels verhelfen der Kolumnentitel und die Paginierung dem Leser zur schnellen Orientierung.

## Zitate
Zitate werden zur Hervorhebung in Weiß auf eine rote Fläche gesetzt. Diese Fläche kann bei Bedarf oder zur Auflockerung der Gestaltung eine ganze Seite ausfüllen.

## Hervorhebungen
Hervorhebungen innerhalb des Textes werden in Weiß auf eine graue Fläche (70 % Schwarz) integriert.

## Grafiken
Um Grafiken optisch hervorzuheben, werden sie in eine graue Fläche (70 % Schwarz) gesetzt. Die Fläche beinhaltet Text und die dazugehörige Grafik. Der Text steht grundsätzlich negativ auf der grauen Fläche.

## Bildeinsatz
Schwarz-Weiß-Bilder werden innerhalb des Rasters oder des Satzspiegels positioniert und stehen somit nicht im Anschnitt.

Abbildungen 22 %

# 3.4.5 DIN A4
## SemesterJournal
## Vermaßung Innenseiten

Abbildung 40 %

Maßangaben in Millimetern

1 **Kolumnentitel und Paginierung**
DIN Medium Pro OT 8 pt,
ZAB 4,5 mm
„SemesterJournal"
DIN Medium Pro OT und
DIN Regular Pro OT 8 pt

2 **Bildunterschrift**
DIN Medium Pro OT 8 pt,
ZAB 4,5 mm

3 **Subline**
DIN Medium Pro OT 12 pt,
ZAB 4,5 mm

4 **Headline**
DIN Medium Pro OT 30 pt,
ZAB 11,25 mm

5 **Einleitung**
DIN Medium Pro OT 9 pt,
ZAB 4,5 mm

6 **Fließtext**
Minion Pro OT 10 pt,
ZAB 4,5 mm

7 **Zwischenüberschrift**
DIN Medium Pro OT 9 pt,
ZAB 4,5 mm

8 **Typografie in Grafik**
**Headline**
DIN Medium Pro OT 9 pt,
ZAB 4,5 mm
**Subline**
DIN Regular Pro OT 9 pt,
ZAB 4,5 mm

Abbildung 10 %

**Legende**
DIN Regular Pro OT 7 pt,
ZAB 4,5 mm

9 **Zitat**
Minion Pro OT, Schriftgröße variabel,
hier: 60 pt, ZAB 22,5 mm

# 4 Plakate

4.1 Plakate mit Bild

4.2 Plakate mit Typografie

# 4.1 Plakate mit Bild

## Bildeinsatz

Bildmaterial wird direkt unter der Kopfzone positioniert. Die Höhe eines Bildes orientiert sich am Grundlinienraster.

Können Bilder nicht im Querformat eingesetzt werden, dürfen auch mehrere kleinere Bilder nebeneinander positioniert werden.

## Typografie

Für große Headlines sind zur Hervorhebung Farbflächen unterhalb des Bildes vorgesehen.

Große Textmengen werden in zwei Spalten gesetzt.

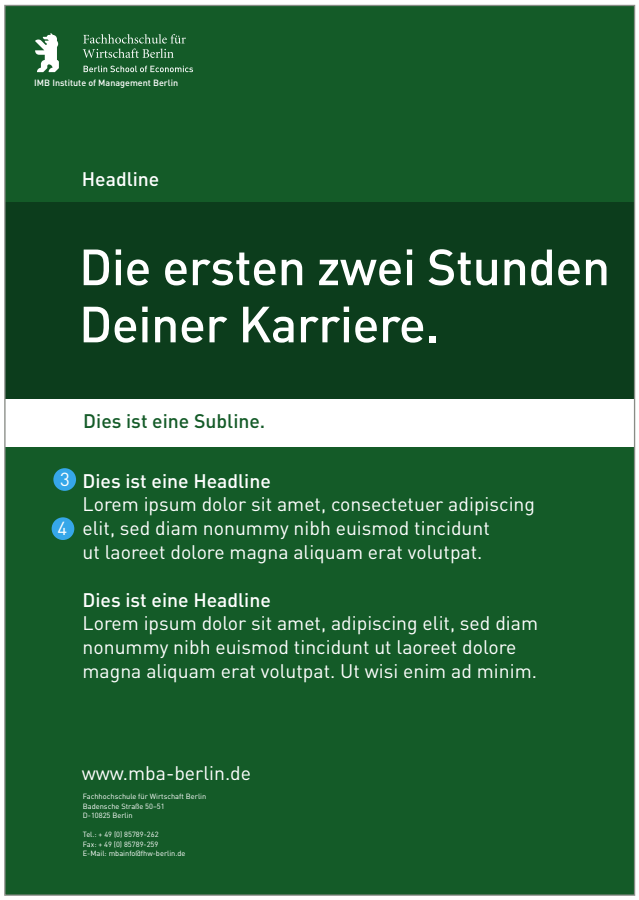
Abbildungen 28 %

1. **Headline in Farbfläche**
   DIN Medium Pro OT,
   mindestens 50 pt
2. **Headline in Kopfzone**
   DIN Medium Pro OT 26 pt
3. **Subline in Farbfläche**
   DIN Regular Pro OT 26 pt
4. **Headline Fließtext**
   DIN Medium Pro OT,
   Größe variabel
5. **Subline Fließtext**
   DIN Regular Pro OT,
   Größe variabel
6. **Zwischenüberschrift**
   DIN Medium Pro OT,
   Größe variabel
7. **Fließtext**
   DIN Regular Pro OT,
   Größe variabel
8. **Absender**
   DIN Regular Pro OT,
   Größe variabel

# 4.1 Plakate mit Typografie

Steht für die Gestaltung von Plakaten kein Bildmaterial zur Verfügung, wird ausschließlich mit Typografie und Farbflächen gestaltet. Die größte Schrift befindet sich dabei in der Fläche direkt unter der Kopfzone. Unter dieser Fläche lässt sich eine weitere Farbfläche anordnen, in denen optional eine Subline positioniert werden kann.

**Empfehlung**
Je weniger Text auf dem Plakat positioniert wird, desto größer und ansprechender ist die Wirkung der Farbflächen auf dem Plakat.




Abbildungen 28 %

1 **Headline/Subline**
DIN Medium Pro OT 26 pt

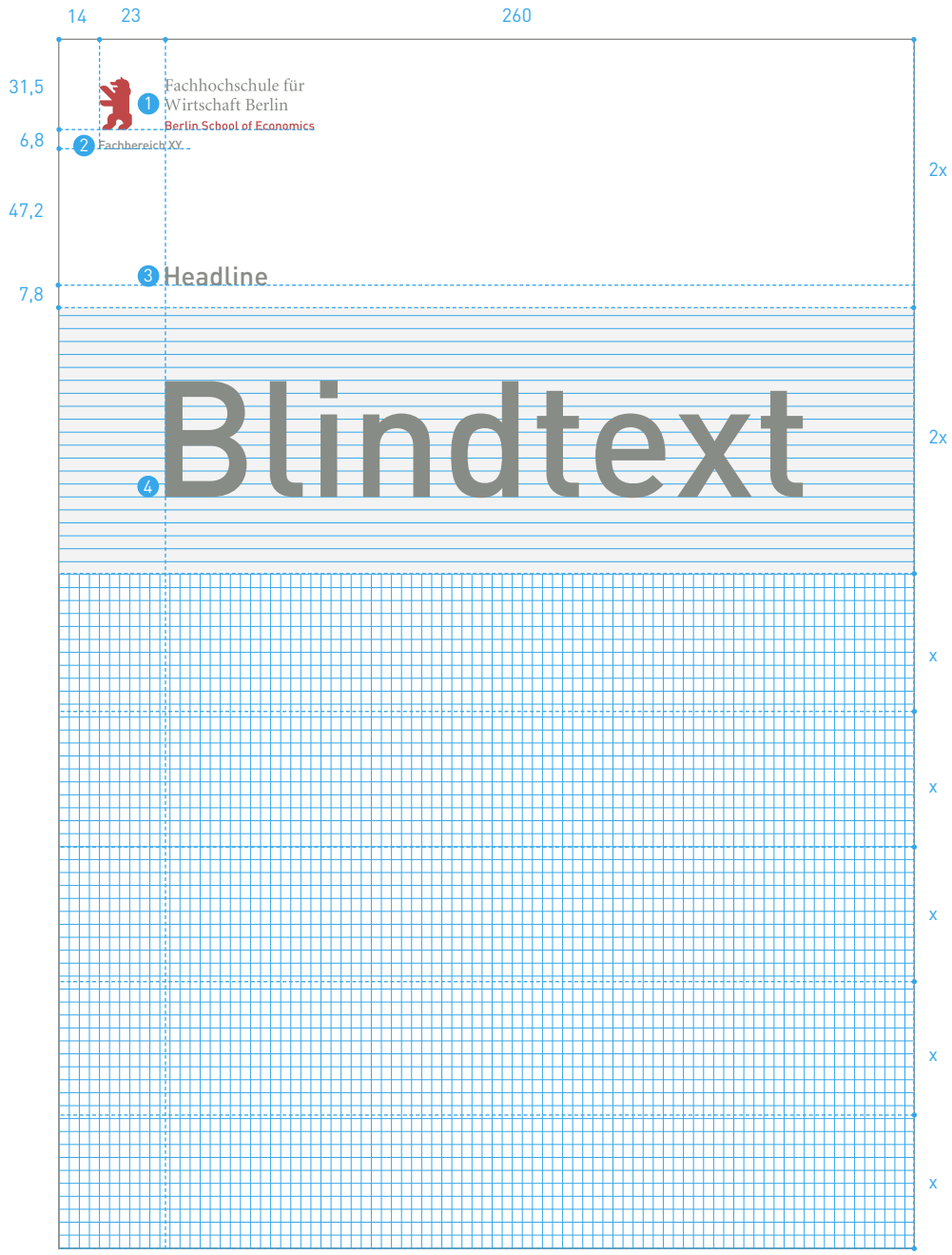
2 **Headline in Fläche**
DIN Medium Pro OT ≥ 50 pt

3 **Headline Fließtext**
DIN Medium Pro OT 26 pt,
ZAB 11,25 mm

4 **Fließtext**
DIN Regular Pro OT 26 pt,
ZAB 11,25 mm

5 **Absender**
DIN Medium Pro OT,
Größe variabel

# 4 Plakate
## Beispiel DIN A3
## Vermaßung




1 **Logo**
Breite 75 mm

2 **Fachbereichs-/Institutskennzeichnung**
DIN Medium Pro OT 12 pt

3 **Headline**
DIN Medium Pro OT 26 pt

4 **Große Typografie**
DIN Medium Pro OT
variable Schriftgröße

5 **Raster**
3,5 x 4,5 mm

Abbildung 40 %
Maßangaben in Millimetern

# 5 Beschilderung

5.1 Banner im Außenbereich
5.2 Türschilder
5.3 Wegeleitsystem

# 5.1 Banner im Außenbereich
## Beispiel 1250 x 200 cm
## Vermaßung

Zu Werbezwecken im Außenbereich werden Banner im Querformat gestaltet. Auf den Einsatz von Bildern wird verzichtet, es wird ausschließlich mit Typografie und den FHW-Hausfarben Rot, Grau und Weiß gestaltet.

### Logozone
Das Logo wird positiv auf eine weiße Fläche gesetzt. In der vierten Zeile kann ein Claim stehen.

### Gestaltungszone
Um eine möglichst plakative Wirkung zu erreichen, wird die Typografie in Weiß auf Rot gesetzt. Hierbei ist darauf zu achten, dass wenig Text oder nur die nötigsten Informationen auf die Fläche gesetzt werden.

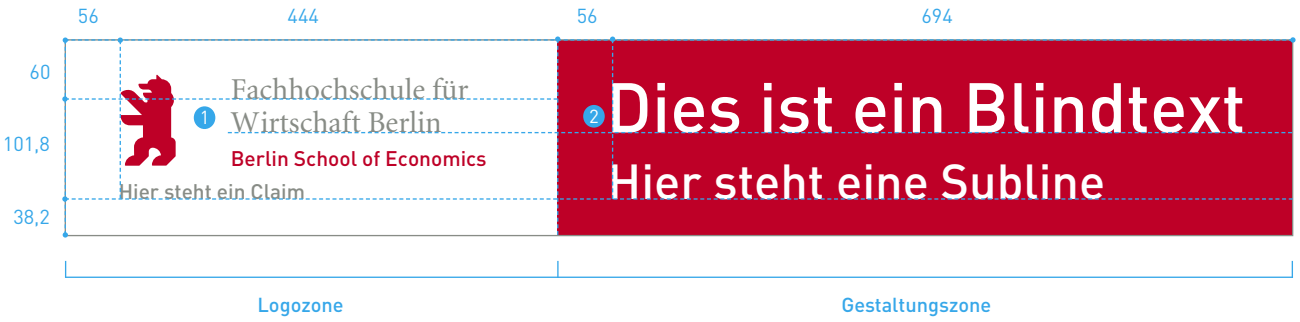



Abbildung 13 %
Maßangaben in Zentimetern

1 **Logo**
Breite 372 cm

2 **Große Typografie**
DIN Medium Pro OT,
variable Schriftgröße

# 5.2 Türschilder
## 150 x 150 mm

Türschilder können online bestellt werden.

In der Regel ist pro Raum ein Türschild vorgesehen. Bei der Typografie handelt es sich um einen linksbündigen Flattersatz.

Die Raumnummer wird in Rot hervorgehoben und über alle folgenden Informationen gesetzt.

Die Abteilungen mit entsprechenden Personen werden in einen grauen Balken unter der Raumnummer gesetzt.

Zusatzinformationen wie Sprechzeiten oder Telefonnummern werden in Grau auf Weiß in kleinerer Schrift unterhalb des grauen Balkens positioniert.

### Sonderzeichen
Sonderzeichen, wie z. B. Pfeile zur Richtungskennzeichnung, werden in der Systemschrift Zapf Dingbats bzw. Wingdings direkt hinter die Raumnummer gesetzt.

Türschild mit mehreren Namen

Türschild mit Zusatzinformationen

Türschild mit zwei Abteilungen und zwei Namen

Türschild mit mehreren Arbeitsbereichen und einem Namen

Türschild mit mehreren Arbeitsbereichen und mehreren Zusatzinformationen

Türschild mit zwei Raumnummern

Abbildungen 30 %

# 5.2 Türschilder
## Systematik Typografie

Das Türschild-Modul basiert auf drei Textfeldern. Das erste Textfeld ist der Raumnummer vorbehalten, die an einer fest definierten Position steht.

Im zweiten Textfeld (grauer Balken) wandert der Text nach unten, der Text im dritten Feld wandert von unten nach oben.

Eine Mindesthöhe ist für den grauen Balken, in dem die Typografie gesetzt ist, vorgesehen. Je nach Textmenge variiert auch die Höhe des Balkens. Fest definiert ist hingegen die Höhe, von der aus der Balken nach unten wächst.

Der Abstand der letzten Zeile zum unteren Rand ist in jedem Schild gleich.

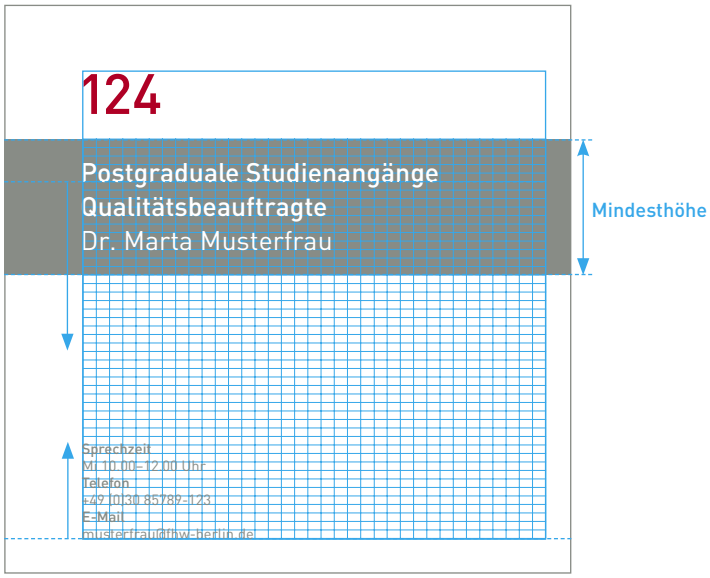



Abbildung 50 %

## 5.2 Türschilder
150 x 150 mm
Vermaßung

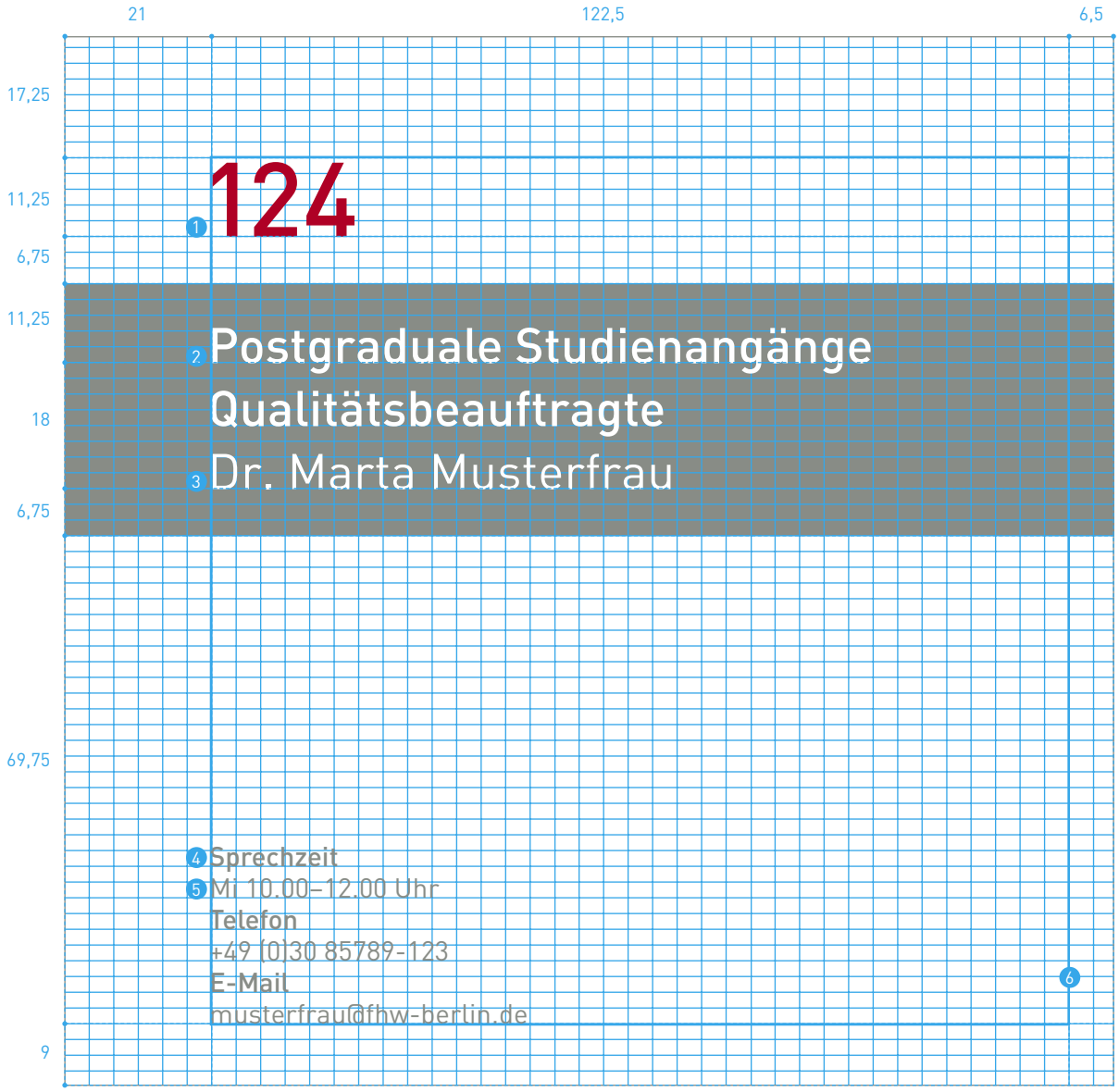



Abbildung 100 %
Maßangaben in Millimetern

1. **Raumnummer**
   DIN Medium Pro OT 42 pt
2. **Abteilung**
   DIN Medium Pro OT 20 pt,
   ZAB 9 mm
3. **Personenname**
   DIN Regular Pro OT 20 pt,
   ZAB 9 mm
4. **Headline Zusatzinformation**
   DIN Medium Pro OT 11 pt,
   ZAB 4,5 mm
5. **Subline Zusatzinformation**
   DIN Regular Pro OT 11 pt,
   ZAB 4,5 mm
6. **Satzspiegel**

# 5.3 Wegeleitsystem

Das Wegeleitsystem besteht aus einzelnen Modulen.

Alle Räume, die auf der gleichen Seite liegen, werden auf einem Gesamtschild untereinander zusammengefasst. Ein weißer Pfeil auf roter Fläche kennzeichnet die Richtung der Räume.

Die Abteilungen bzw. Räume werden alphabetisch geordnet.

Pro Modul wird normalerweise ein Raum oder eine Abteilung genannt. Eine oder mehrere Raumnummern werden rechtsbündig hinter die jeweilige Abteilung gesetzt.

Gibt es in einem Raum mehrere Abteilungen oder ist der Name der Abteilung zu lang für eine Zeile, werden diese in einem Modul, oder bei Bedarf auf mehreren Modulen zusammengefasst. Die Raumnummer wird dabei immer hinter die erstgenannte Abteilung gesetzt.

Alle Module werden durch eine weiße Linie voneinander getrennt. Nur die Fläche des untersten Moduls schließt bündig mit der Unterkante ab.

| ← | |
|---|---|
| Allgemeine Verwaltung | 124, 127 |
| AStA | 121 |
| Beratung und Service | 132 |
| Frauenbeauftragte | 126, 128 |
| Hörsaal | 129,130 |
| Information/Kommunikation | 125 |
| Lehrbeauftragte | 128 |
| Sitzungsraum | 122 |

| → | |
|---|---|
| Allg. Verwaltung | 102-104, 115 |
| Beratung und Service | 116 |
| Erster Prorektor | 110 |
| Kanzler | 106 |
| Prorektor | 113 |
| Pressestelle | 112 |
| Rektor | 108 |
| Sitzungsraum | 101 |

| ← | |
|---|---|
| Allgemeine Verwaltung | 124, 127 |
| ASTA | 121 |
| Beratung und Service | 132 |
| Frauenbeauftragte | 126, 128 |
| Hörsaal | 129, 130 |
| Internationaler Austausch Kommunikation | 57, 58 |
| Lehrbeauftragte | 128 |
| Sitzungsraum | 122 |

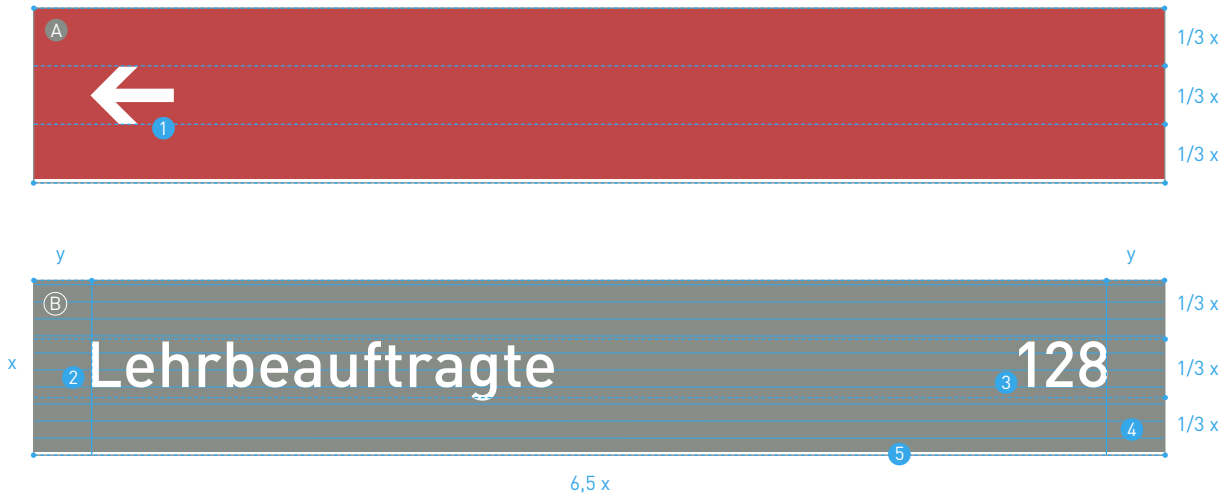
| ← | |
|---|---|
| Allgemeine Verwaltung | 124, 127 |
| ASTA | 121 |
| Beratung und Service | 132 |
| Frauenbeauftragte | 126, 128 |
| Hörsaal | 129, 130 |
| Information Kommunikation Gasthörer Zweithörer | 125 |
| Sitzungsraum | 122 |

Werden auf einem Schild mehrere Etagen aufgeführt, werden diese als Ziffern linksbündig in Weiß auf einer roten Fläche hervorgehoben.

Pro Etage werden die jeweiligen Abteilungen untereinander in Weiß auf Grau angeordnet.

| ← | | |
|---|---|---|
| 5 | Mensa | |
| 4 | Aufgang zur Mensa | |
| | Hörsaal | 425, 427 |
| | Raum | 421-424, 428-434 |
| 3 | Audimax | 301 |
| | Hörsaal | 305, 309 |
| | Raum | 302-304, 306-308 |

# 5.3 Wegeleitsystem
## Vermaßung




1 **Pfeil**
Zapf Dingbats/Wingdings

2 **Abteilung/Einheit** (linksbündig)
DIN Medium Pro OT, Versalhöhe max. 1/3x

3 **Raumnummer** (rechtsbündig)
DIN Medium Pro OT, Versalhöhe max. 1/3x

4 **Zeilenabstand**
4,5 mm

5 **Trennlinie** (nicht im letzten Modul)
< 4,5 mm

Farben

A **HKS 15**

B **HKS 92**

# 6 Messesystem
## 6.1 Roll-Ups

# 6.1 Roll-Ups

## Konzept

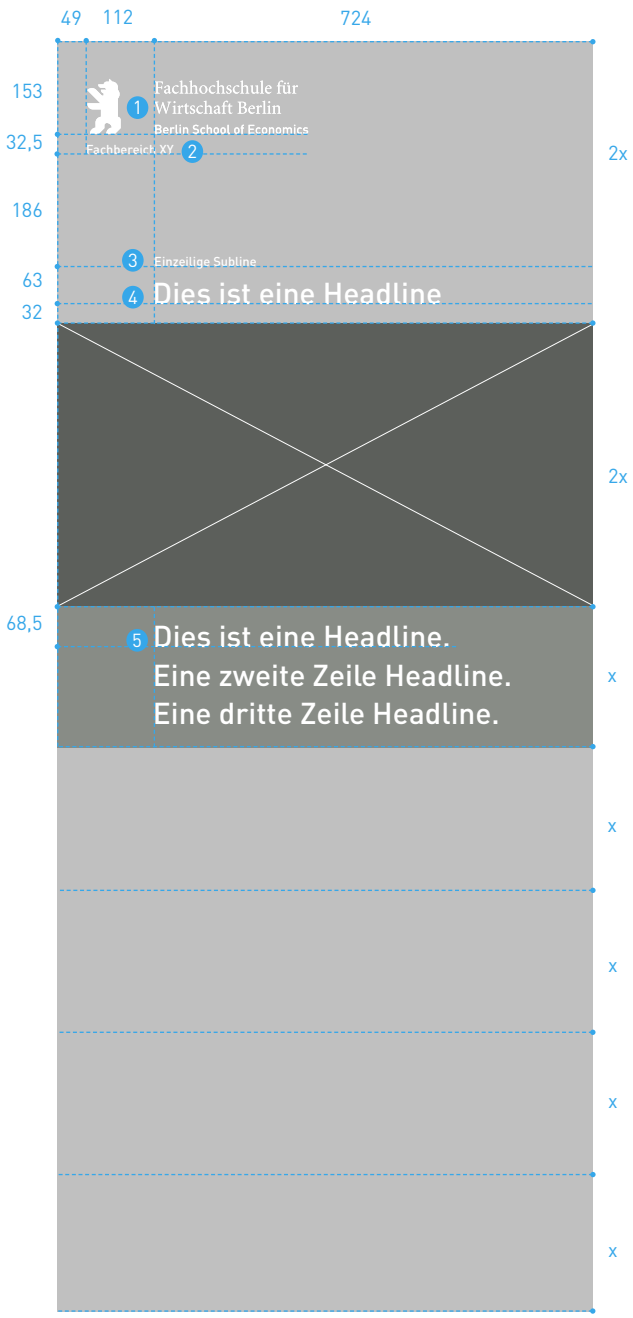
Für die Fachbereiche und das Zentralinstitut ist je ein Roll-Up vorgesehen. Dieses wird in der jeweiligen Fachbereichs-/Institutsfarbe angelegt. Das System der Roll-Ups ermöglicht es, sowohl Einzelelemente als auch mehrere Elemente miteinander zu kombinieren oder nebeneinander anzuordnen. Fotos der Stadt Berlin betonen den Standort und die internationale Ausrichtung der Fachhochschule.

## Gestaltung

Das Logo wird negativ auf die Farbfläche positioniert. Unter dem Bildmotiv ist in einer abgedunkelten Farbfläche (plus 20 Prozent Schwarz der jeweiligen Fachbereichs-/Institutsfarbe) Platz, um Text in weißer Schrift anzuordnen.

Abbildungen 5 %

# 6.1 Roll-Ups
## 885 x 2100 cm
## Vermaßung




1 **Logo**
Breite 365 mm

2 **Fachbereichs-/Institutskennzeichnung**
DIN Medium Pro OT 60 pt

3 **Subline**
DIN Medium Pro OT 60 pt

4 **Headline**
DIN Medium Pro OT 140 pt

5 **Headline**
DIN Medium Pro OT 140 pt,
ZAB 63 mm

Abbildung 8 %
Maßangaben in Millimetern

# 7 PowerPoint

# 7 PowerPoint

Die PowerPoint-Vorlage stellt einen Titel und eine Inhaltsseite als Musterfolie zur Verfügung.

In der digitalen Vorlage ist das Logo bereits in der richtigen Größe und Position platziert.

Zwei Linien trennen den Logobereich und die Fußzeile vom Inhaltsbereich. Im Inhaltsbereich sind die Schriftgrößen fest definiert.

1 **Logozone**
2 **Titel Präsentation**
Arial 31 pt
3 **Name des Verfassers**
Arial 20 pt
4 **Fußzeile**
Arial 8 pt
5 **Headline**
Arial 24 pt
6 **Ebene 1**
Arial 20 pt
7 **Ebene 2 bis 5**
Arial 20 pt

# 8 Internet

# 8 Internet
## Aufbau

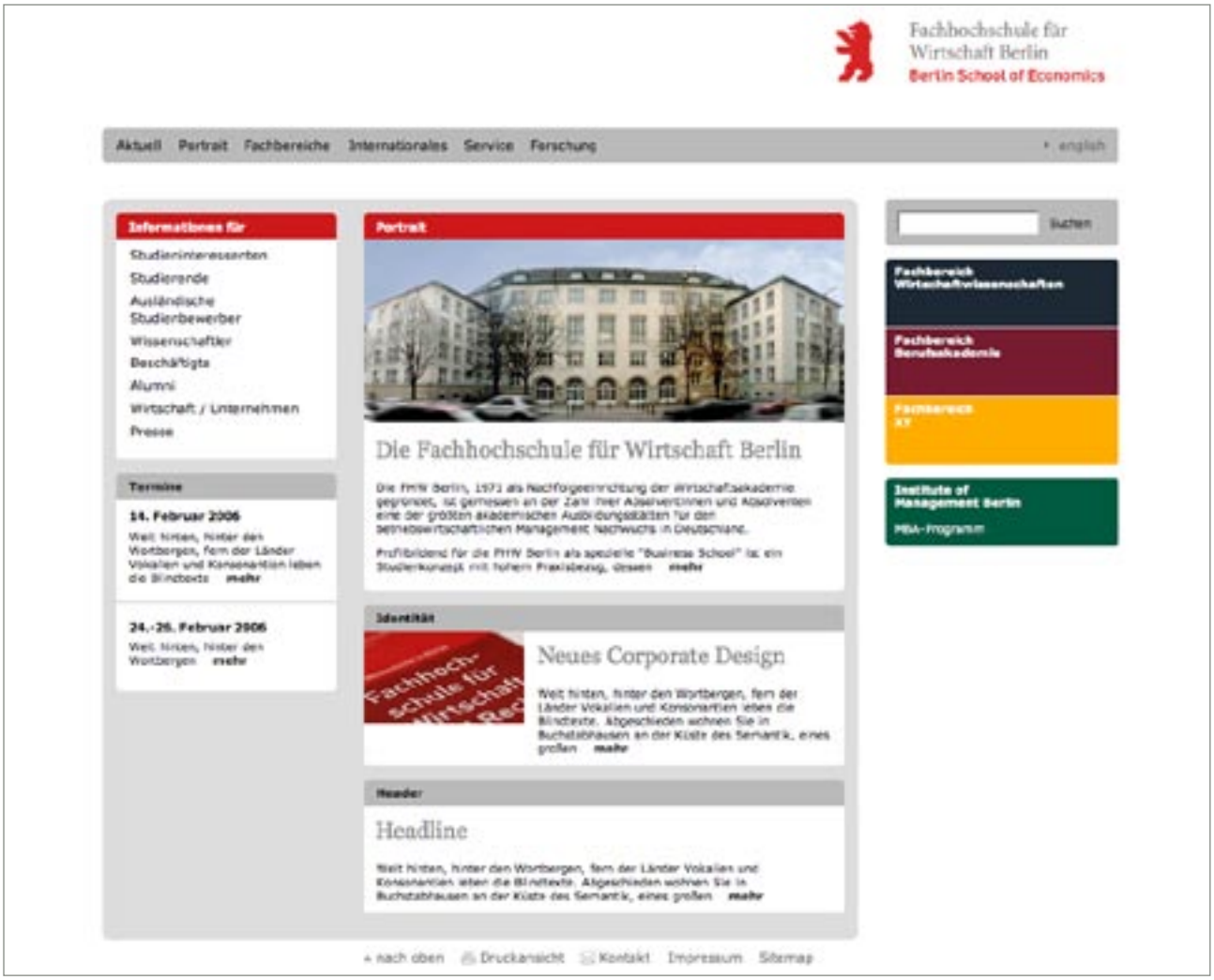
Der Internetauftritt der Fachhochschule für Wirtschaft Berlin verfügt über drei Navigationsleisten: unter dem Logo die horizontale Hauptnavigation, links die vertikale Zielgruppen- und die Subnavigation, rechts die vertikale Suchfunktion und Fachbereichs-/Institutskennzeichnung. In der Mitte befindet sich die vertikale Inhaltsebene mit der Option auf weitere Links. Abschließend finden sich auf jeder Seite in der letzten Zeile Angaben zu Kontakt, Impressum, etc.

### Logo
Das Logo wird positiv auf Weiß auf jeder Seite oben rechts positioniert. Der Raum links neben dem Logo bleibt grundsätzlich frei.

### Farbe
Die farbliche Codierung der Fachbereiche und des Instituts wird schon auf der Startseite deutlich.

Handelt es sich jedoch um allgemeine, fachbereichsübergreifende Themen, kommen ausschließlich Rot und Grau zum Einsatz. Alle ausgewählten Themen und Headlines der FHW Berlin werden mit einem roten Balken hinterlegt.

### Rahmen
Auf der Startseite unterstützen graue, abgerundete Rahmen die Trennung unterschiedlicher Themenbereiche.



# 8 Internet

### Darstellung
Die Darstellung des Auftritts skaliert je nach Schriftgrößeneinstellung des Browsers und der Wahl des Benutzers mit. Die Logogröße bleibt dabei jedoch immer gleich.

### Maßeinheit
Alle Maße sind in der Einheit „em“ angegeben, also im Verhältnis zur Schriftgröße.

Der html-Körper „body“ ist auf 75 Prozent skaliert.

### Spalten
Dem Layout liegt ein Grundraster von vier Spalten in einer Gesamtbreite von 74 em zu Grunde, so dass die Darstellung auf einem Bildschirm in der Größe von 1024 x 768 px ohne horizontalen Scrollbalken erfolgen kann.

### Bilder
Bilder auf den Startseiten der Rubriken skalieren mit und haben im css eine Größe von 36 em x 16,3 em. Die wirklichen Bilder sollten deshalb eine Größe von 864 px x 392 px (2fach skaliert) oder von 648 px x 294 px (1.5fach skaliert) haben.

### Links
Links im Text sind immer unterstrichen.

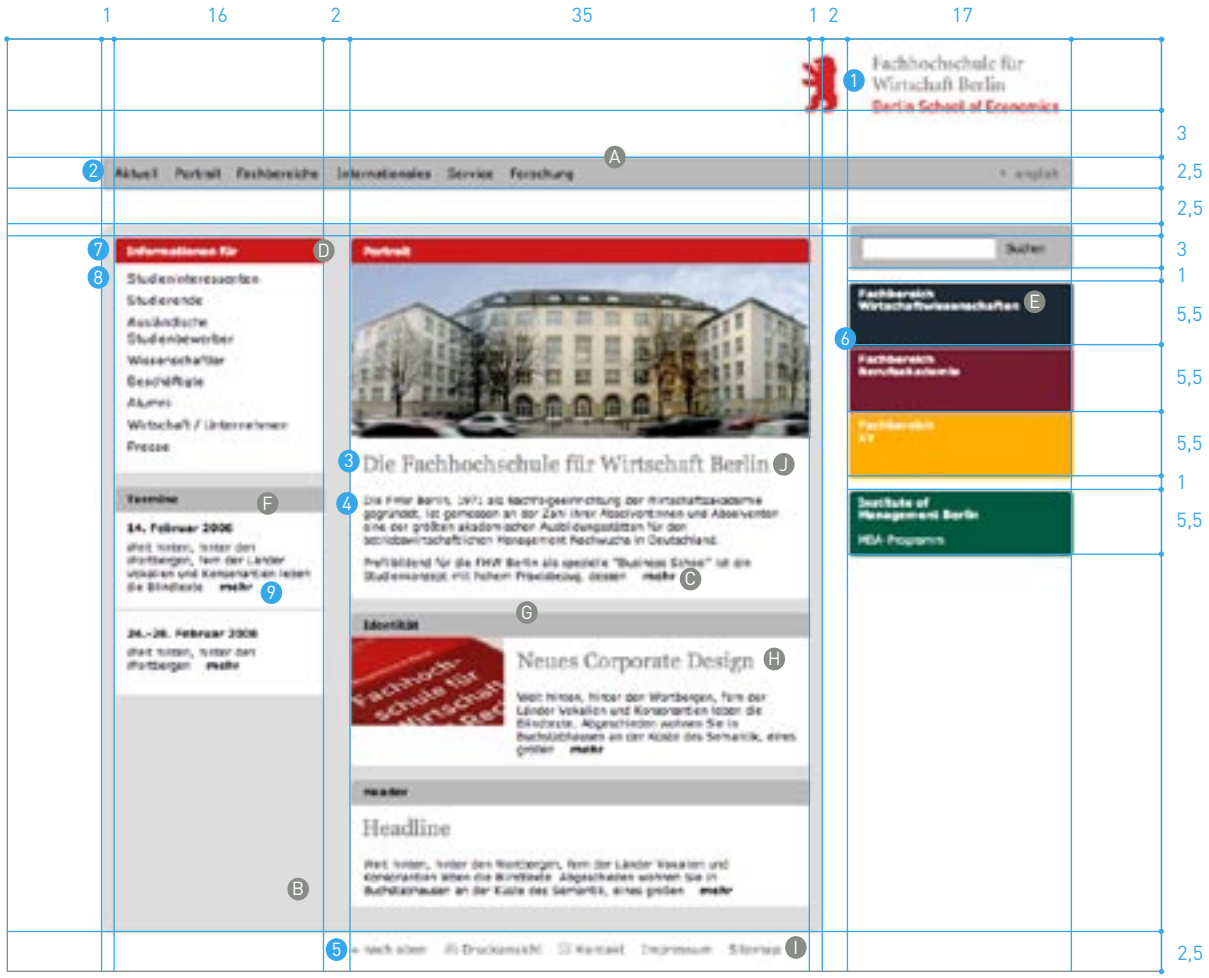
Links in der Navigation sind nicht unterstrichen, werden aber bei mouseover unterstrichen und eingefärbt.

Alle hier vorliegenden Angaben stellen nur eine erste Übersicht über die html/css-Umsetzung des Internetauftritts dar.

Für ausführliche Angaben konsultieren Sie bitte die zur Verfügung gestellten html/css-Dateien.

# 8 Internet

## Vermaßung Startseite




Maßangaben in em

1 **Logo**
236 x 57 px

2 **Hauptnavigation**
0,95 em, ZAB 2,5 em

3 **Headline und Zitat**
Georgia Serif 2 em, ZAB 1,3 em

4 **Fließtext**
1 em, ZAB 1,5 em

5 **Seitenfuß**
0,95 em, ZAB 2,5 em

6 **Links Fachbereiche**
fett 0,8 em, ZAB 0,95 ZAB

7 **Headline**
1,7 em

8 **Zielgruppennavigation**
0,9 em, ZAB 1 em

9 **Links in Box**
fett

Farben

A **Hauptnavigation**
Hintergrund #bababa

B **Newsbereich Startseite**
Hintergrund #dddddd

C **Link**
#000000

D **Zielgruppennavigation Kopf ‹h2›**
Hintergrund #D92425 oder

E **Farbe des Fachbereichs**
Text #ffffff

F **Startboxen Grau Kopf ‹h2›**
Hintergrund #bababa
Text #000000

G **Startboxen graue Inhalte**
Hintergrund #ffffff
Text #000000
Trennlinien #bababa

H **Headlines ‹h3›**
Text #888888

I **Seitenfuß**
Text und Icons #666666

# 8 Internet
## Inhaltsseite FHW Berlin

### Farbe
Auf allen allgemeinen Seiten außerhalb der Startseite, die weder einem Fachbereich noch dem IMB zugeordnet sind, werden in der rechten Navigationsleiste alle Fachbereichs- sowie der Institutsbutton auf Grau gesetzt. So heben sich Themen der FHW Berlin mit Hilfe der roten Farbe besonders gut ab.

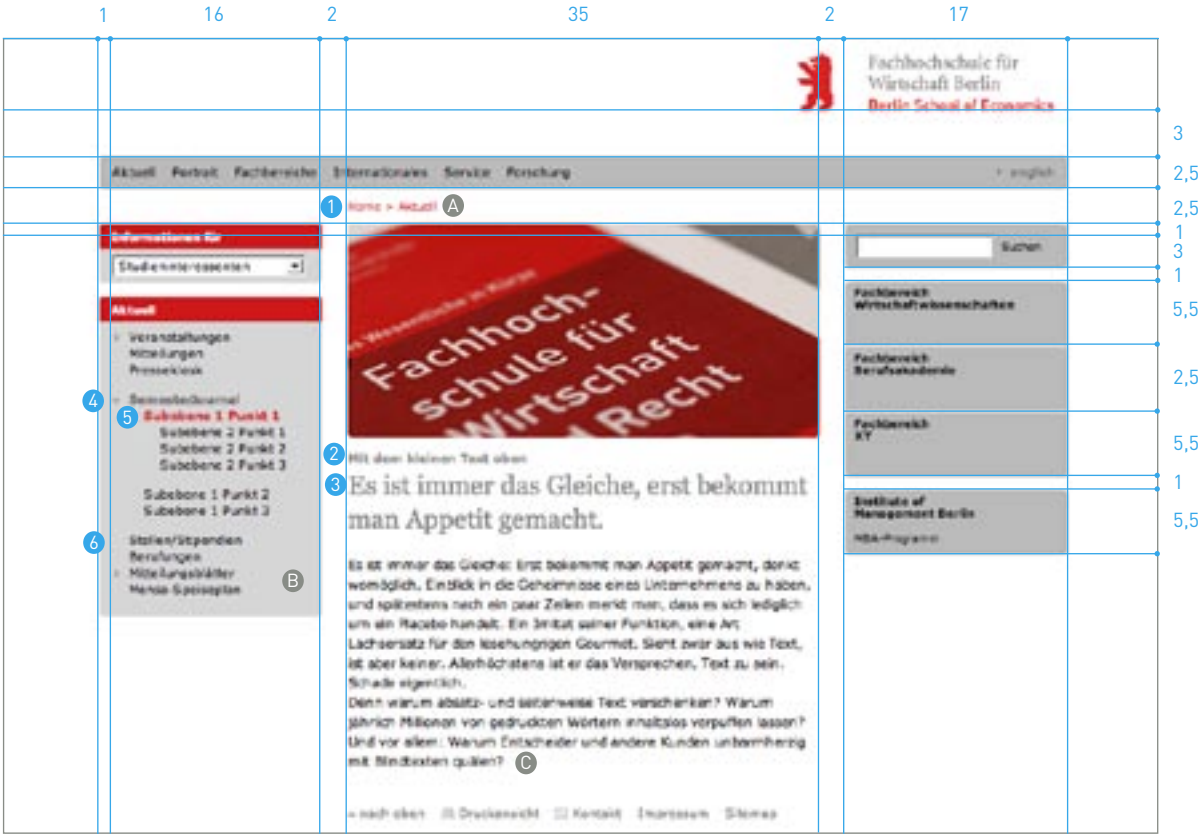
Die graue Fläche, die auf der Startseite die linke Navigation und den mittleren Inhaltsbereich verbunden hat, wird hier nicht mehr eingesetzt. Subebenen werden als Einzüge in der linken Navigationsleiste gesetzt, um so zur Übersichtlichkeit innerhalb eines Themenbereichs beizutragen.

### Pfad
Der Pfad der aktuellen Seite wird linksbündig in Rot, auf Fachbereichsseiten in der Fachbereichsfarbe, über dem Inhaltsbereich hervorgehoben.

# 8 Internet

## Inhaltsseite FHW Berlin

## Vermaßung




Maßangaben in em

1 **Navigationspfad**
0,9 em, ZAB 1,2 em

2 **Subline**
0,48 em, ZAB 1,2 em

3 **Headline**
Georgia Serif 2 em, ZAB 1,3 em

4 **Elternelement des aktiven Punkts**
fett 0,9 em, ZAB 1,3 em

5 **Aktiver Punkt**
fett 0,9 em, ZAB 1,3 em

6 **Inaktiver Navigationspunkt**
0,9 em, ZAB 1,3 em

Farben

A **Navigationspfad**
Text #D92425

B **Subnavigation Inhalt**
Hintergrund #d6d6d6
Link #000000
Link (:hover) #D92425
Aktiver Punkt #D92425
Überpunkt eines aktiven Punkts #666666

C **Fließtext**
Text #000000
Link #000000
Link (:hover) #D92425

# 8 Internet
## Inhaltsseite Fachbereich

Bei der Wahl eines Fachbereichs erscheint dieser gestalterisch im jeweiligen Farbcode. Die Farbe tritt einmal in der Zielgruppennavigation auf und zusätzlich in der rechten Navigationsleiste. Alle weiteren Navigationsfelder treten farblich zurück, sie werden mit grauen Farbflächen gekennzeichnet.

1 **Tabellenkopf**
fett 0,95 em, ZAB 1,4 em

2 **Tabelleninhalt**
0,95 em, ZAB 1,4 em

Farben

A **Tabellenkopf**
Hintergrund #dddddd
Text #000000

B **Tabellenzellen**
Hintergrund #ececec
Text #000000
Trennlinien #ffffff

# 9 Kontakt
## Fragen zum Corporate Design

Bei offenen Fragen zur Gestaltung und deren Umsetzung wenden Sie sich bitte an

Henriette Scharfenberg
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Fachhochschule für Wirtschaft Berlin
Badensche Straße 50–51
10825 Berlin

Tel.: +49 (0)30 85789-205
Fax: +49 (0)30 85789-209
E-Mail: presse@fhw-berlin.de
Internet: www.fhw-berlin.de

# 10 Impressum

AM | CORPORATE & CREATIVE
Torstraße 49
10119 Berlin

Telefon +49 30 44 03 87-0
Telefax +49 30 44 03 87-10
www.am-com.com

© Berlin 2006

**Bildquellen**
FHW Berlin

www.photocase.com
(Seite 36, 37, 47, 55, 76)

www.berlin.de
(Seite 38, 63, 70, 76)