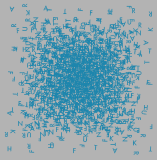
Leitfaden
für unser Erscheinungsbild



Fachhochschule Frankfurt am Main – University of Applied Sciences

Warum?

Das professionell gestaltete grafische Erscheinungsbild mit festgelegten Standards ist für Hochschulen ein wichtiger Bestandteil ihrer Selbstdarstellung.

Das optische Gesamtprofil trägt zur Unverwechselbarkeit bei und kann den Erfolg der Hochschule und die Umsetzung ihrer Ziele positiv beeinflussen.

Dieser kurze Leitfaden soll Ihnen dabei helfen, die Standards unseres Erscheinungsbildes – unseres Corporate Designs – besser kennen zu lernen.

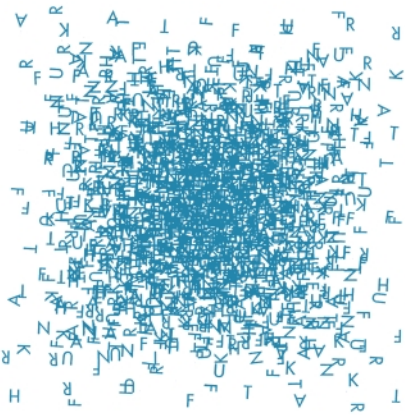
1. Standards

Das Designkonzept muss bei jedem öffentlichen Auftritt der FH Frankfurt am Main angewandt werden: bei den Geschäftsdrucksachen, allen anderen Druckmaterialien (Faltblätter, Plakate, Broschüren), bei allen Werbematerialien und beim Orientierungssystem.
Auch alle elektronischen Formen (Internet, Video, Power Point Präsentationen, CD, DVD usw.) werden dem Corporate Design entsprechend optisch angepasst gestaltet.

1.1 Das Signet

Es gibt ein zentrales Signet.
Das Buchstabenquadrat unseres Logos
besteht aus den 11 Großbuchstaben
des Schriftzuges FH FRANKFURT.

Das Signet darf in Form und Anordnung
nicht verändert werden. Mögliche Farben
sind: Blau HKS 46, Schwarz, Weiß (negativ).



1.2 Der Schriftzug

Der Eigenname der Fachhochschule wird
in folgenden drei Varianten geschrieben:
Fachhochschule Frankfurt am Main –
University of Applied Sciences
(Groß- und Kleinbuchstaben, Formatierung linksbündig)
FH Frankfurt am Main (Groß- und Kleinbuchstaben)
FH FFM (Großbuchstaben).

Die Verwendung der Abkürzung ist nur in längeren Fließtexten möglich. Der Schriftzug „Fachhochschule Frankfurt am Main – University of Applied Sciences" oder „FH Frankfurt am Main" wird in Futura Book gesetzt.

Schriftzug und Signet müssen jeweils in angemessener Größe erscheinen. Sie können auch getrennt platziert werden.

FH Frankfurt am Main

FH FFM

Fachhochschule Frankfurt am Main – University of Applied Sciences

Fachhochschule Frankfurt am Main –
University of Applied Sciences

1.3 Die Schriften

Materialien können in zwei Schriftfamilien gesetzt werden: In der Futura Schriftfamilie als Überschrift (Auszeichnungsschrift) und in der Times Schriftfamilie für längere Texte (Fließtexte).

Die Absatzformatierung ist grundsätzlich linksbündig.

Die Futura als Überschrift (Auszeichnungsschrift)

Sono un testo di prova. Sono nato così. Mi ci è voluto un po', ma alla fine ho capito: essere un testo di prova vuol dire non avere senso. Starsene un po'qua, un po'là, senza un contesto. E magari non venire neanche letto. Ma sono per questo un cattivo testo? Lo so benissimo, non mi pubblicheranno mai sul „Corriere". Ma sono per questo meno importante? sono un testo di prova! Ma fare il testo mi piace.

Die Times als längerer Text (Fließtext)

Sono un testo di prova. Sono nato così. Mi ci è voluto un po', ma alla fine ho capito: essere un testo di prova vuol dire non avere senso. Starsene un po'qua, un po'là, senza un contesto. E magari non venire neanche letto. Ma sono per questo un cattivo testo? Lo so benissimo, non mi pubblicheranno mai sul „Corriere". Ma sono per questo meno importante? sono un testo di prova! Ma fare il testo mi piace.

1.4 Die Farben

Die Hausfarbe der FH FFM ist Blau HKS 46. Gegebenenfalls sind auch Schwarz und Weiß (negativ) möglich.

Diese Farbfestlegung wird nur für übergreifende Einrichtungen erweitert (Fachbereiche siehe 2.3).

blau (HKS 46)

Akademisches Auslandsamt - International Office

dunkelrot (HKS 18)

Bibliothek

pink (HKS 31)

Frauenbeauftragte

lila (HKS 29)

Weiterbildung

dunkelblau (HKS 41)

Wissenstransfer; Technologie- und Innovationsberatung

türkis (HKS 51)

Abteilung für Studierende

gelb (HKS 5)

1.5 Das Papier

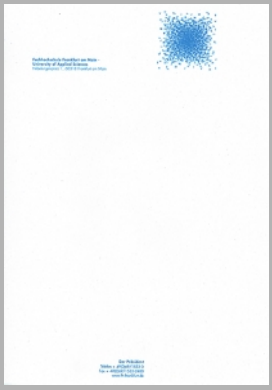
Die Drucksachen werden im Allgemeinen auf weißem, seidenmatten Naturpapier produziert. Ressourcenschonend und so umweltverträglich wie möglich streben wir einen hohen Anteil von Recyclingpapier an.

2. Anwendungsbeispiele

Die auf dieser Seite abgebildeten Beispiele verdeutlichen die Anwendung unseres Erscheinungsbildes in seiner ganzen Bandbreite.

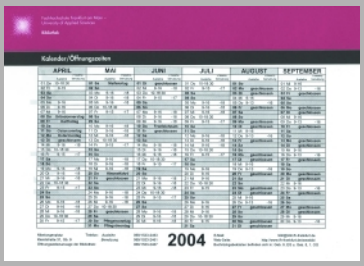
Diese erstreckt sich von den Basisdrucksachen wie Briefbogen und Visitenkarte über Layouts für zentrale Einrichtungen und Fachbereiche bis hin zu Kampagnen und Projekten unserer Fachhochschule.

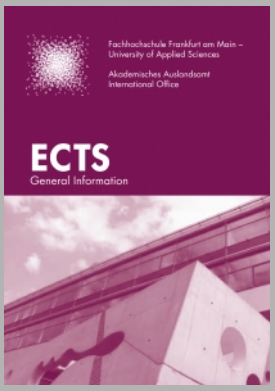
2.1 Basisdrucksachen



2.2 Unterlayouts

Im Rahmen des Gesamtauftritts sind für zentrale Einrichtungen der FH FFM Unterlayouts möglich. Sie orientieren sich möglichst eng an den festgelegten Standards unseres Erscheinungsbildes.





2.3 Die vier Fachbereiche

Die vier Fachbereiche können als Gestaltungselement die entsprechenden Zahlen von 1 bis 4 verwenden (Schriftfamilie Futura). Der Name des Fachbereichs wird ausgeschrieben, gegebenenfalls auch in Englisch, der jeweilige Studiengang kann darunter gesetzt werden.

1

2

3

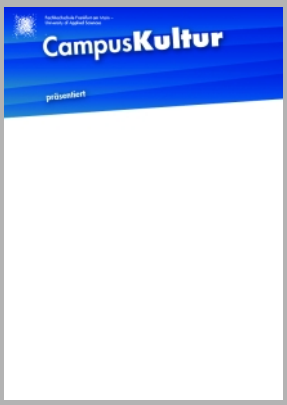
4

2.4 Kampagnen

Besonders für Werbekampagnen, zum Beispiel für neue Studiengänge, und Projekte gilt: Die Orientierung am optischen Gesamtprofil unseres Erscheinungsbildes sichert den Wiedererkennungswert und steigert die Wirkung unserer Arbeit.

2.5 Projekte

13. November 2002
Tag der offenen Tür
9.30-15.00 Uhr
Fachhochschule Frankfurt am Main
University of Applied Sciences


CampusKultur
präsentiert

Das FH-Schülerportal.
FH-WELCOME
www.fh-welcome.de

WISSENSCHAFT
FÜR DIE PRAXIS

3. Der Auftragsablauf

Das Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit berät Sie gern bei der Planung und regelt für Sie die Zusammenarbeit mit Agenturen. Bitte beachten Sie, dass für alle Projekte ein angemessener zeitlicher Vorlauf benötigt wird (Beispieltabellen siehe Intranet/Services/ CD Planung und Auftragsablauf).

Alle für die Öffentlichkeit bestimmten Drucksachen und elektronische Materialien werden vor der Produktion im Auftrag der Hochschulleitung mit dem Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bezüglich des Corporate Design abgestimmt.

Die Aufträge können nur nach schriftlicher Freigabe in der Hausdruckerei oder extern produziert werden.