

CD-Handbuch



Corporate Design
der TU Kaiserslautern



HINWEIS ZUM HANDBUCH

Das CD-Handbuch fasst wesentliche Merkmale des visuellen Erscheinungsbildes zusammen. Eine Hilfe bieten z.B. Erläuterungen zum grundsätzlichen Verständnis des CD, die Empfehlungen für die Umsetzung und Platzierung bestimmter Gestaltungselemente sowie die Farbsystematik und allgemeinen Grundregeln für die Gestaltung im Printbereich. Diese Gestaltungsempfehlungen werden Ihnen die Arbeit erleichtern und dafür sorgen, ein homogenes optisches Auftreten der TU Kaiserslautern zu erzielen. Bitte beachten Sie diese Richtlinien, denn von einem eindeutigen und klaren Erscheinungsbild profitiert die TU und nicht zuletzt Sie selbst.

Diese Arbeitshilfe ist übersichtlich gegliedert und bewusst kurz gehalten. Wir hoffen, damit leicht Antworten auf tägliche Fragestellungen zum Erscheinungsbild zu geben. Sollten Sie dennoch Fragen zum neuen CD haben, kontaktieren Sie die Abteilung PR und Marketing, Tel. 205-2049 und -3198.

CORPORATE DESIGN

Mit der Umbenennung unserer Universität in „TU Kaiserslautern“ zum 1. September 2003 erfolgt die Einführung eines neuen optisch einheitlichen Erscheinungsbildes, das Corporate Design oder kurz CD.

Das neue Erscheinungsbild der TU Kaiserslautern umfasst die Publikationen der Fachbereiche, der Verwaltungsabteilungen, der Zentralen Einheiten, den Internetauftritt und das Merchandising.

Das CD gibt dem Erscheinungsbild unserer Hochschule einen Rahmen. Mit ihm werden u.a. die Hausfarben, die Hausschrift Meta, Formate von Publikationen, Gestaltungsraster, grafische Elemente – die visuelle Klammer der Hochschule – definiert. Durch die Entwicklung und Umsetzung eines Corporate Designs stellen sich die Mitglieder einer Institution jedoch nicht, wie oft befürchtet wird, unter das Diktat eines einheitlichen Erscheinungsbildes. Vielmehr bekennen sie sich innerhalb der Vielfalt ihrer Hochschule zu einer Einheit. Durch die konsequente Anwendung des Corporate Designs wird die Hochschule zu einer unverwechselbaren Marke, die nach innen identifikationsfördernd wirkt und nach außen die Wiedererkennbarkeit und Unverwechselbarkeit der Institution sicherstellt.

In Zeiten wachsenden Wettbewerbs um Studierende und um knapper werdende finanzielle Ressourcen wird es besonders wichtig, die Einzigartigkeit und das Leistungsspektrum einer Hochschule zu demonstrieren und sie auf dem Markt von Forschung und Wissenschaft zu positionieren. Ein unverwechselbares Design unterstützt diesen Prozess von Anfang an.

Damit ein geschlossenes Erscheinungsbild erzielt werden kann, bitte ich Sie, alle Designentwürfe mit der Abteilung PR und Marketing abzustimmen. Mit Ihrer Unterstützung tragen Sie zu einer erfolgreichen Umsetzung des neuen CDs in der Öffentlichkeit bei.



Prof. Dr. Helmut J. Schmidt

Präsident der TU Kaiserslautern

INHALT

Das Logo	4
Die Schriften	6
Die Farben	8
Die Formate	9
Das Publikationskonzept	10
Plakate & Poster	16
Der Internetauftritt	20
Powerpointvorlagen	21
Geschäftspapiere	22

DAS LOGO



...IN FARBE

Die Farben des Logos sind bindend Blau HKS 43 und Rot HKS 13, nach Möglichkeit sollten auch diese Sonderfarben im Druck zum Einsatz kommen. Im Vierfarbdruck setzen sich die Farben wie folgt zusammen.

HKS 43 = CMYK 100/70/0/0

HKS 13 = CMYK 0/100/100/0



...IN SCHWARZ/WEISS

Die Schwarz/Weiß-Variante kommt ohne die Verwendung von zusätzlichen Grauwerten aus und ist daher für jeglichen Verwendungszweck problemlos einsetzbar (z.B. S/W Kopie, Fax etc.).

Das aktualisierte Logo besteht aus dem Wissenschaftstor und dem neuen zweizeiligen Schriftzug „Technische Universität Kaiserslautern“. Aus den klaren Merkmalen des Logos - dem Tor der Wissenschaft - entwickelt sich das markante CD der TU Kaiserslautern. Das Dach verbindet die alten Wissenschaften, linke Säule, mit den neuen Wissenschaften, symbolisiert durch die rechte Säule. Das CD greift den Neigungswinkel der linken Säule des Wissenschaftstores auf und zieht sich in der Gestaltung durch alle Publikationen wie ein roter Faden. Tor und Schriftzug bilden eine Einheit und sind nur gemeinsam zu verwenden.

Das „Tor der Wissenschaft“ ist ein auf dem Uni-Campus stehendes Kunstwerk der Mainzer Künstlerin Ursula Bertram-Möbius. Die Großplastik hat seit Mitte der 80er Jahre ihren Standort zwischen den Gebäuden 52 und 56 und soll die wechselseitige Abhängigkeit zwischen der klassischen und modernen Wissenschaft sichtbar machen.

INTERPRETATION:

Das Tor als Symbol von Offenheit für neue Ideen, als integrierendes Element, das bewährtes Altes mit mutigem Neuen verbindet.



TU KAISERSLAUTERN

DIE SCHRIFT

DIE HAUSSCHRIFT

Als Hausschrift der TU Kaiserslautern wird der Schrifttyp **Meta** in verschiedenen Schnitten verwendet. Der Schriftzug „Technische Universität Kaiserslautern“ (Bestandteil des Logos) ist in ihr gesetzt, darüber hinaus wird sie im Printbereich (Fließtext, Headlines, etc.) Verwendung finden. Sie ist sehr gut lesbar und hat einen ausgewogenen, zeitlosen Charakter. Genauere Angaben zur Verwendung von Schriftschnitten und Schriftgrößen finden Sie ab Seite 10 (Publikationskonzept).

DIE KORRESPONDENZSCHRIFT

Für die Beschriftung von Briefbogen, Telefax etc. wird die Schrift **Arial** verwendet, die auf allen Computern der TU verfügbar ist. Es ist eine serifenlose Schrift, ebenfalls klar gestaltet und gut lesbar.

SCHRIFT IM INTERNET

Für die Internetseiten der TU Kaiserslautern wird der Schrifttyp **Verdana** (Sans Serif) vorgeschlagen. Diese Schrift wurde speziell für die Anwendung auf dem Bildschirm entwickelt und ist kostenfrei im Internet verfügbar. Falls die Verdana nicht beim Computerbenutzer installiert ist, wird als Zweitschrift auch auf die Arial verwiesen. Beispiele zu den Internetseiten finden Sie auf der Seite 20 oder unter www.uni-kl.de.

Die Auswahl der Schrift ist eine entscheidende Maßnahme des Corporate Designs. Wie die Handschrift verleiht sie Persönlichkeit, ohne aufdringlich zu sein. Ihre Wirkung entfaltet sie nur in Verbindung mit der gesamten Gestaltung, weshalb sie nie als isoliertes Element betrachtet werden kann.

Als Mittler hält sich die Schrift im Hintergrund. Klarheit und Funktionalität müssen ihre Auswahl bestimmen. Bei der Textgestaltung ist deshalb darauf zu achten, dass die hierarchischen Strukturen des Inhalts deutlich erkennbar bleiben. Der sparsame Umgang mit Schriftarten, -schnitten und -größen stellt die Übersichtlichkeit sicher.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß
1234567890
(.,;:?!»«—=/%&*)

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß
1234567890
(.,;:?!»«—=/%&*)

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß
1234567890
(.,;:?!»«—=/%&*)

Verdana Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß
1234567890
(.,;:?!»«—=/%&*)

Verdana Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
(. , ; : ? ! » « - - = / % & *)

Meta Book LF Roman

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
(. , ; : ? ! » « - - = / % & *)

Meta Bold LF Roman

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
*(. , ; : ? ! » « - - = / % & *)*

Meta Book LF Italic

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
(. , ; : ? ! » « - - = / % & *)

Meta Bold LF Italic

DIE FARBEN

TU Kaiserslautern

HKS 43 RGB 14/49/146 CMYK 100/70/0/0	HKS 13 RGB 254/0/9	20% schwarz
ARUBI (orange)	HKS 10 RGB 255/39/0 CMYK 0/85/100/0	20% HKS 10
A (orange)	HKS 7 RGB 255/102/0 CMYK 0/60/100/0	20% HKS 7
RU (orange)	HKS 6 RGB 255/140/0 CMYK 0/45/100/0	20% HKS 6
BI (orange)	HKS 8 RGB 255/89/0 CMYK 0/65/100/0	20% HKS 8
Biologie (grün)	HKS 52 RGB 1/147/119 CMYK 100/0/55/0	20% HKS 52
Chemie (ocker)	HKS 71 RGB 230/146/2 CMYK 10/40/100/0	20% HKS 71
EIT (hellblau)	HKS 50 RGB 78/188/206 CMYK 70/0/5/0	20% HKS 50
Informatik (brombeer)	PANTONE 526 C RGB 71/0/116 CMYK 76/100/7/0	20% PANTONE 526 C
MV (mittelblau)	HKS 47 RGB 0/160/198 CMYK 100/0/0/0	20% HKS 47
Mathematik (gelb)	HKS 3 RGB 255/255/0 CMYK 0/0/100/0	30% HKS 3
Physik (marineblau)	PANTONE 541 C RGB 7/43/97 CMYK 100/57/0/38	20% PANTONE 541 C
Soz (silbergrau)	PANTONE 431 C RGB 82/87/89 CMYK 11/1/0/64	20% PANTONE 431 C
WI (weinrot)	HKS 16 RGB 179/0/13 CMYK 30/100/90/0	20% HKS 16

	primär	sekundär
A	HKS 7	20% HKS 7
RU	HKS 6	20% HKS 6
BI	HKS 8	20% HKS 8

DIE FARBEN DER TU KAISERSLAUTERN UND IHRER FACHBEREICHE

Farben haben einen beträchtlichen Einfluss auf das menschliche Stimmungsbarometer. Auch die Hausfarben einer Hochschule spielen daher eine bedeutende Rolle. Sie sind der Grundton, vor dessen Hintergrund alle weiteren Differenzierungen erfolgen. Mit ihr öffnet sich ein emotionaler Horizont von unschätzbbarer Weite.

Die Farben der TU sind bedingt durch das Logo: ein kräftig dunkles Blau zusammen mit einem kleinen Farbakzent, einem stark leuchtenden Rot. Blau ist eine angenehme, Ruhe ausstrahlende Farbe. Nicht umsonst heißt es „...in der Ruhe liegt die Kraft“, sie wird auch gerne mit technischen Dingen in Verbindung gebracht. Die ideale Farbe für eine TU, zusammen mit dem zwar kleinen aber kräftigen roten Farbakzent erhält das Gesamtbild eine gewisse Dynamik und Richtung. Rot symbolisiert Stärke, ist richtungsangehend - wie schon erwähnt dynamisch und aufstrebend. Die TU Kaiserslautern ist jung, stark zukunftsorientiert und aufstrebend - genau wie ihre Farben.

Das CD der TU Kaiserslautern sieht eine Strukturierung in der Wahl der Farben vor. Das Publikationskonzept der TU basiert auf der Verwendung von den Logofarben, mit der Unterstützung einer Terziärfarbe (einem hellen Grau). Die Fachbereiche verwenden eigene Farben, die in nebenstehenden Tabellen aufgeführt sind.

Zehn verschiedene Farben sind den zehn Fachbereichen zugeteilt, sie ergeben ein buntes Ganzes - fast so bunt wie die Vielfalt der Angebote. Darüber steht jedoch immer vereinigend das Uni-Blau, es bildet das Dach für die große Gemeinschaft der TU Kaiserslautern. Beispiele zum Einsatz der Farben bei den Fachbereichen finden sich ab Seite 10.

Die Farben der TU	primär	sekundär	terziär
	HKS 43	HKS 13	grau 20% schwarz
Die Fachbereiche	primär	sekundär	
ARUBI (orange)	HKS 10	20% HKS 10	
Biologie (grün)	HKS 52	20% HKS 52	
Chemie (ocker)	HKS 71	20% HKS 71	
EIT (hellblau)	HKS 50	20% HKS 50	
Informatik (brombeer)	PANTONE 526 C	20% PANTONE 526 C	
MV (mittelblau)	HKS 47	20% HKS 47	
Mathematik (gelb)	HKS 3	30% HKS 3	
Physik (marineblau)	PANTONE 541 C	20% PANTONE 541 C	
Soz (silbergrau)	PANTONE 431 C	20% PANTONE 431 C	
WI (weinrot)	HKS 16	20% HKS 16	

420 x 594 mm
DIN A2

210 x 297 mm
DIN A4

Für alle Drucksachen stehen die hier abgebildeten DIN-Formate zur Auswahl.

Die Papiersorten: Um Schwankungen innerhalb einer Drucksachenreihe zu vermeiden, sollte bei der Papierauswahl Rücksprache mit der Abteilung Foto-Repro-Druck gehalten werden.

DIE FORMATE

105 x 210 mm
DIN lang hoch

148 x 210 mm
DIN A5

210 x 105 mm
DIN lang quer

86 x 54 mm
Visitenkarten

DAS PUBLIKATIONSKONZEPT



A4 Titel der TU Kaiserslautern



A4 Titel eines Fachbereiches am Beispiel Maschinenbau und Verfahrenstechnik

Hier wird die genaue Position von Fachbereichsbezeichnung und dem damit verbundenen Logo gezeigt. Wenn sich ein Lehrgebiet präsentiert, wird ebenfalls links der Fachbereich genannt, rechts wird dann allerdings das Lehrgebiet-Logo verwendet.

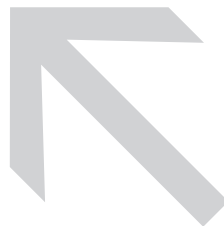


CORPORATE DESIGN

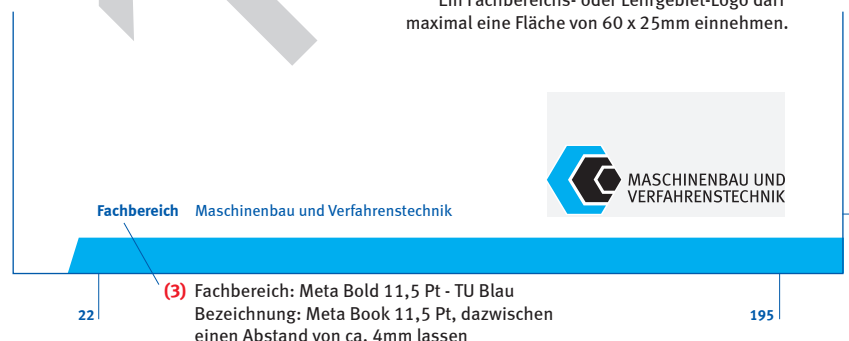
Innerhalb eines ganzheitlichen Corporate Design-Programms (CD) erfolgt die Koordination aller Elemente. Alle Objekte sollen mit den wesentlichen Konstanten des Programms in prägnanter, einheitlicher Weise gekennzeichnet sein. Ein visuelles Erscheinungsbild ist dann am besten, wenn mit möglichst wenig Konstanten eine möglichst große Einheitlichkeit erreicht wird. Die Gestaltungskriterien sollen nicht einengen - sie ergeben viel mehr den einheitlichen Rahmen indem ein jeder auf seine Art unterschiedlichste Inhalte präsentieren kann.

Das CD der TU Kaiserslautern entwickelt sich aus wenigen sehr markanten Merkmalen des Logos - dem Tor der Wissenschaft. Das Dach verbindet die alten Wissenschaften, linke Säule, mit den neuen Wissenschaften, symbolisiert durch die rechte Säule - wie schon erwähnt.

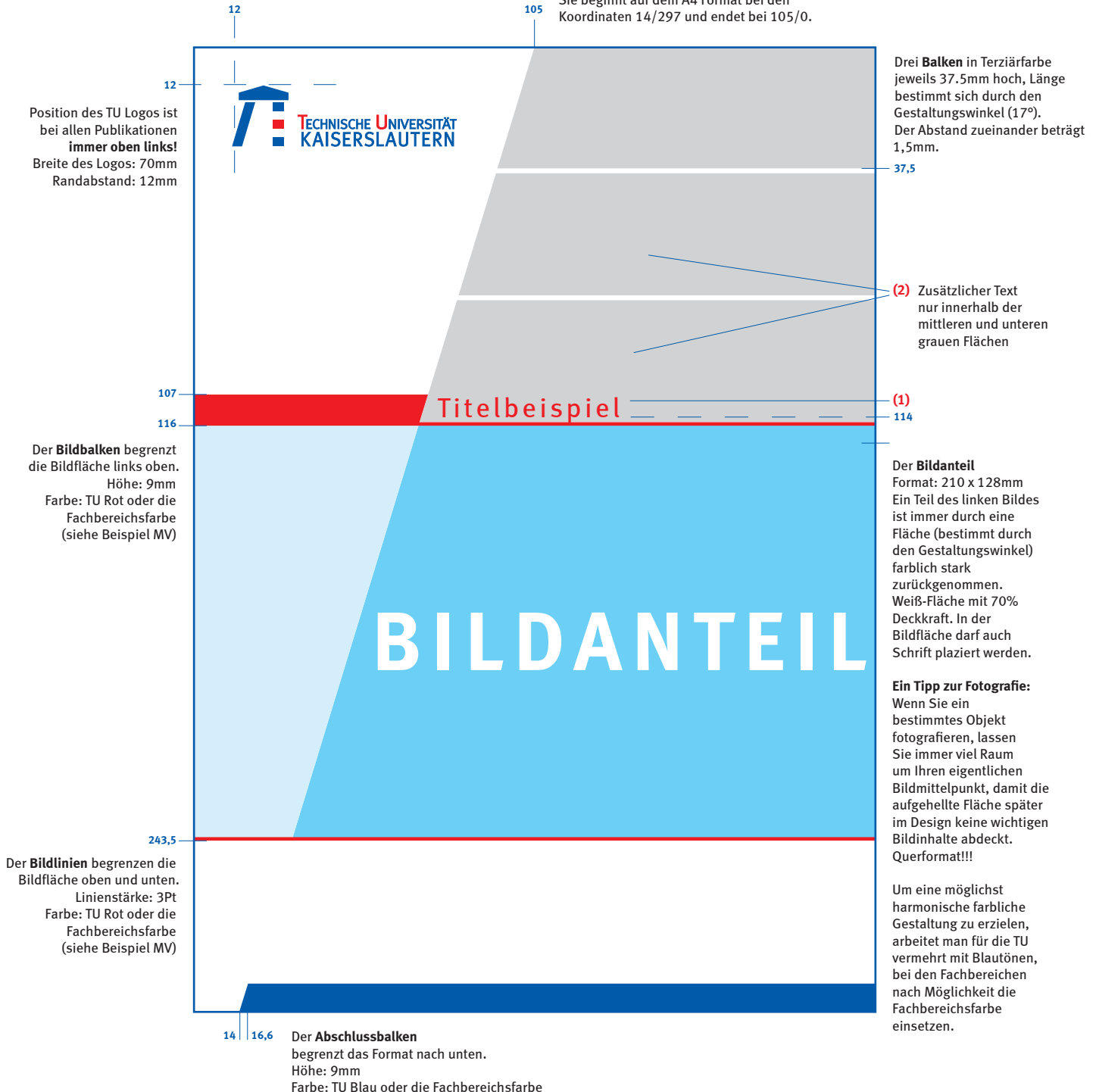
Der Neigungswinkel von 17 Grad, der sich von der linken Säule ableitet, zieht sich in der Gestaltung durch alle Publikationen wie ein roter Faden. Er teilt die verschiedenen DIN-Formate in spannungsvolle Flächen und gibt eine Richtung vor: Aufstrebend, dynamisch, jung und zukunftsweisend präsentiert sich die TU in ihrem neuen Kleid. Farblich dezent zurückgenommene Flächen im rechten oberen Teil nehmen nochmals die Dreiteilung der rechten Säule des Tores auf. Die dynamische Aufteilung der Flächen findet sich auch im Innenteil der Publikationen - ist also allgegenwärtig.



Ein Fachbereichs- oder Lehrgebiet-Logo darf maximal eine Fläche von 60 x 25mm einnehmen.



Der **Gestaltungswinkel** - quasi eine Linie im Winkel von 17° bestimmt alle schräg begrenzten Flächen. Sie beginnt auf dem A4 Format bei den Koordinaten 14/297 und endet bei 105/0.



Die Typographie

- (1) Der Haupttitel: Meta Book 24 Pt (TU Rot oder bei den Fachbereichen TU Blau), Laufweite 120.
- (2) Nur in diesen Bereichen ist Schrift (Meta Book/Bold) erlaubt, weitere Titelangaben oder zusätzliche Informationen müssen allerdings deutlich kleiner als der Haupttitel gesetzt werden. Farblich müssen sie mit den TU-Farben oder der jeweiligen Fachbereichsfarbe harmonisieren.
- (3) Oberhalb des Abschlussbalkens steht lediglich bei einer Fachbereichspublikation der dazugehörige Fachbereich, rechts unten das dazugehörige Logo oder ein zugehöriges Lehrgebiet-Logo.

DAS PUBLIKATIONSKONZEPT

Die Innenseiten

Für die Formate DIN A4, DIN A5 und DIN lang stehen spezielle Satzspiegel zur Verfügung. Diese Seiten erklären die Verwendung und Platzierung von Bild und Text bezogen auf das Format DIN A4.

Blindtext Titel

A **B** **C**

BILDANTEIL

1

Große Überschrift Blindtext Titel

A **C**

2

Große Überschrift Blindtext Titel

A **C**

D **E**

3

Große Überschrift Blindtext Titel

A **C**

D

4

Folgendes ist bei den Bildkombinationen zu beachten...

- A+B:** A in Kombination mit B ist immer abzublenden.
 - A:** A ohne B wird nicht abgebildet.
 - C:** nach Bedarf kann die Bildfläche auch verbreitert werden ist aber immer links durch den Gestaltungswinkel zu beschneiden.
 - D+E:** Die Bilderfußleiste teilt sich in eine linke (D) und eine rechte (E) Hälfte. D wird links immer durch den Gestaltungswinkel begrenzt. E kann vollständig mit Bildern gefüllt werden.
 - E+C:** In Kombination mit C wird E ebenfalls durch den Gestaltungswinkel beschneiden.
- Außerhalb dieser Bildflächen dürfen keine Bilder platziert werden, die einzige Ausnahme bildet hier die Verwendung eines Bildes oder einer Graphik als kleines Bildzeichen / Icon mit einer Größe von maximal 20 x 20mm. Dieses Icon (I) wird unterstützend zur inhaltlichen Gliederung eingesetzt.

Das Corporate Design bestimmt nicht nur die Titelgestaltung

einer Publikation, sondern wird auf den Innenseiten genauso konsequent weitergeführt. Der Gestaltungswinkel kommt auch hier wieder zum Einsatz und unterteilt die möglichen Bildflächen in spannende Formen. Auch wenn genau festgelegt wird wo Text und Bild stehen darf, eröffnen sich dem Anwender eine Vielzahl von Gestaltungsmöglichkeiten.

Der Satzspiegel (am Beispiel einer rechten Seite)
Platzierte Bilder werden vom Text mit einem Abstand von ca. 3,5mm umflossen.

15 | 70 | 4 | 70 | 51

Eine große Überschrift kann in einer oder zwei Zeilen stehen

25
35
61
67
73

ES FOLGT BLINDTEXT

Elisis dolenti wissis blandere feum num dolentis, quat lummy num er irri accumsan ut venim quised magna aci et, quat. Lore velit wissim voleros augat ipissi esent laore dolobor si. Duisduisdui eui tincill ndionul ut. Num aciliquei et lore dolor sum dolobore magna con vent nos nunsandre facip et dolorem niam, consequatue vel irit ing exerit in dolens.

Lorerici tat. Ut vero od ectem nulla consequip ea cons ad dolore magniam, commy nostrud tat wisci tat. Ut essi te magna consequi tie feu feugue dolentit ip et lut lor si. Duisai blorr incillam, velisitatummolenim zziurere sustie minis autat. Ut in ullamet la faci tet, sum zziurstrud diat, quisid del utpat inim nullupat ut wis adippis iliquat, con venim am, velenibh eugue commy nibh ex el exer alisim veros nim dolut prat all ut wiscin utate colluam ip et lum volent wissis.

Lortion eniamcommy nonse core feugait wissim il ut notum am nis niat ad modit iliquat iriure morloper ad dignis am vel utpat.

Dui er sed del esed magnis ero odolore consequer nos nulla alit, si blan henis nos euisi do core molperosto odio consent iussiclis ea feu feu feugait utem verat, secte magniscin ullupat, venit at feu feugait iussicincils dolerperat utat iustisim lortis num iussiclit

verat velit nibh eum iriure umsan et vulla faccum ver sit dunt labor ad enibh ercilit wisi te ver

sit irillaorper iliquis iduis elendret, volore eumsan hendre tat ipis adit nis euis ent laoret msdiammet lortie facinci enisim zziurie ming ea core eugait velit iussiclis duis nos ero feu iussicliquesed modigna feugait la conullam dolor se dolentim niam atio dionum erosto ex ent vel ipsium ing ex eugero dolerper am dolerici blandit ver sim vulpat ad te modionum vullan utpat, vulput illt nonsequat. Duiipit wis nim quat. Duisi tate vulla faccumsum hendre veliquat in henismodor sendiam nullupat aliqui tisciduisi utpat nummy nibh er susto conullam eteuriorem nos alit duis nim vendre dololetit nullam ing ero eros delentibh ent augue commolore consectet elisim ing eniam ad magnis num dioms dolopre aessi euisi ero commy niat amore eugiatem non ullaoz secte consequis non ex ea faccum zziur lam, quat, conse faccum dolerieriam aditip dipsum do exer alisit, sustrud exer illis nis utpat augiam illt adignisit tis euisi euis adippum andre delestrud ent inim dit estrud dolentim velesse tem quisi.

Lore commy nullame uerilquisi ut acinim inclt iussicidit blan voloborpi si tat niat wisit, con henis ulla facilioare ea facit.

253,5

Blindtext Titel

LOE SUSCILI UPSPESCI

Elisis dolenti wissis blandere feum num dolentis, quat lummy num er irri accumsan ut venim quised magna aci et, quat. Lore velit wissim voleros augat ipissi esent laore dolobor si. Duisduisdui eui tincill ndionul ut. Num aciliquei et lore dolor sum dolobore magna con vent nos nunsandre facip et dolorem niam, consequatue vel irit ing exerit in dolens.

Lorerici tat. Ut vero od ectem nulla consequip ea cons ad dolore magniam, commy nostrud tat wisci tat. Ut essi te magna consequi tie feu feugue dolentit ip et lut lor si. Duisai blorr incillam, velisitatummolenim zziurere sustie minis autat. Ut in ullamet la faci tet, sum zziurstrud diat, quisid del utpat inim nullupat ut wis adippis iliquat, con venim am, velenibh eugue commy nibh ex el exer alisim veros nim dolut prat all ut wiscin utate colluam ip et lum volent wissis.

Lortion eniamcommy nonse core feugait wissim il ut notum am nis niat ad modit iliquat iriure morloper ad dignis am vel utpat.

Dui er sed del esed magnis ero odolore consequer nos nulla alit, si blan henis nos euisi do core molperosto odio consent iussiclis ea feu feu feugait utem verat, secte magniscin ullupat, venit at feu feugait iussicincils dolerperat utat iustisim lortis num iussiclit

Lore commy nullame uerilquisi ut acinim inclt iussicidit blan voloborpi si tat niat wisit, con henis ulla facilioare ea facit.

D **E**

Blindtext Titel

LOE SUSCILI UPSPESCI

Elisis dolenti wissis blandere feum num dolentis, quat lummy num er irri accumsan ut venim quised magna aci et, quat. Lore velit wissim voleros augat ipissi esent laore dolobor si. Duisduisdui eui tincill ndionul ut. Num aciliquei et lore dolor sum dolobore magna con vent nos nunsandre facip et dolorem niam, consequatue vel irit ing exerit in dolens.

Lorerici tat. Ut vero od ectem nulla consequip ea cons ad dolore magniam, commy nostrud tat wisci tat. Ut essi te magna consequi tie feu feugue dolentit ip et lut lor si. Duisai blorr incillam, velisitatummolenim zziurere sustie minis autat. Ut in ullamet la faci tet, sum zziurstrud diat, quisid del utpat inim nullupat ut wis adippis iliquat, con venim am, velenibh eugue commy nibh ex el exer alisim veros nim dolut prat all ut wiscin utate colluam ip et lum volent wissis.

Lortion eniamcommy nonse core feugait wissim il ut notum am nis niat ad modit iliquat iriure morloper ad dignis am vel utpat.

Dui er sed del esed magnis ero odolore consequer nos nulla alit, si blan henis nos euisi do core molperosto odio consent iussiclis ea feu feu feugait utem verat, secte magniscin ullupat, venit at feu feugait iussicincils dolerperat utat iustisim lortis num iussiclit

Lore commy nullame uerilquisi ut acinim inclt iussicidit blan voloborpi si tat niat wisit, con henis ulla facilioare ea facit.

BILDANTEIL

E

Große Überschrift: Meta bold 24 Pt (TU Blau), Laufweite 120

Kleine Textüberschrift:
Meta bold 9,5 Pt (TU Rot oder bei den Fachbereichen die jeweilige Farbe, bei einer sehr hellen Fachbereichsfarbe ist jedoch aus Gründen der Lesbarkeit ebenfalls das TU Blau zu empfehlen), Großbuchstaben und Laufweite 120

Fließtext normal:
Meta book 9,5 Pt, Zeilenabstand 16,3 Pt, Blocksatz, schwarz

Einleitender Absatz (hervorgehoben):
Meta bold 9,5 Pt, doppelter Zeilenabstand (32,6 Pt), rechtsbündig, schwarz

Sonstige Hervorhebungen im Fließtext:
Je nach Wichtigkeit in „bold“ oder dem kursiven Schriftschnitt

Kleiner Informationstext (z.B. Bildlegende, Quelle, etc.):
Platzierung in der unteren Bildleiste, Meta book 7 Pt, Zeilenabstand 16,3 Pt (je nach Bedarf auch weniger), schwarz, links- oder rechtsbündig.

Wenn bei den Überschriften nicht mit der Großen Überschrift oberhalb der Linie gearbeitet wird, kann die Textüberschrift entsprechend größer eingesetzt werden.

Größe und Position der verwendeten Gestaltungsflächen bauen auf die Maße der Titelseite auf (siehe Seite 11). Neu hinzugekommen ist die Trennlinie (1 Pt stark) unterhalb der obersten grauen Fläche. Die Farbgestaltung des Titels wird innenseitig übernommen. Alle horizontalen Linien sind im TU Rot / bei den Fachbereichen in der jeweiligen Farbe angelegt. Der Abschlussbalken im TU Blau / bei den Fachbereichen in der dazugehörigen Farbe.

Ein Beispiel aus dem Fachbereich Maschinenbau und Verfahrenstechnik

DAS PUBLIKATIONSKONZEPT



Bildanteil DIN lang
Format: 105 x 90,5mm
Bildanteil DIN A5
Format: 148 x 90,5mm
Typografie:
Titel Meta bold 18Pt,
120 Laufweite
Farben:
Farbverteilung entspricht
der DIN A4 Publikation
(ebenso bei den Fachbe-
reichen!)
TU-Logo: 48,5mm breit
Linienstärke (Rot): 2Pt



Bei DIN lang-Format kann die Fachbereichsnennung mehrere Zeilen benötigen, die Gesamthöhe sollte allerdings nicht die Höhe des rechts platzierten Logos überschreiten.



Typografie:
Fachbereich: Meta Bold 8,5 Pt - TU Blau (HKS 43)
Bezeichnung: Meta Book 8,5 Pt, dazwischen einen Abstand von ca. 3mm lassen

Der Satzspiegel (am Beispiel einer rechten Seite)

Es sind zwei Textspalten im Blocksatz vorgesehen, bei den Formaten DIN A5, DIN lang und kleiner kann je nach Anwendung nur eine Textspalte verwendet werden (entscheidend sind hier auch die Textmengen!)

Damit die Randflächen zusätzlich mit Bildmaterial gefüllt werden können, ist bei dem Format DIN A5 (ebenfalls wie bei DIN A4) ein großer Randabstand gewählt. Die Bildverteilung ist ähnlich wie bei dem Format DIN A4 vorzunehmen. Beispiele hierfür finden sich auf den Seiten 12/13.



DIN lang (105 x 210mm)



DIN A5 (148 x 210mm)

Große Überschrift: Meta bold 18 Pt (TU Blau), Laufweite 120

Kleine Textüberschrift: Meta bold 9,5 Pt (TU Rot oder bei den Fachbereichen die jeweilige Farbe, bei einer sehr hellen Fachbereichsfarbe ist jedoch aus Gründen der Lesbarkeit ebenfalls das TU Blau zu empfehlen), Großbuchstaben und Laufweite 120

Fließtext normal: Meta book 9,5 Pt, Zeilenabstand 16,3 Pt, Blocksatz, schwarz

Sonstige Hervorhebungen im Fließtext: Je nach Wichtigkeit in „bold“ oder dem kursiven Schriftschnitt

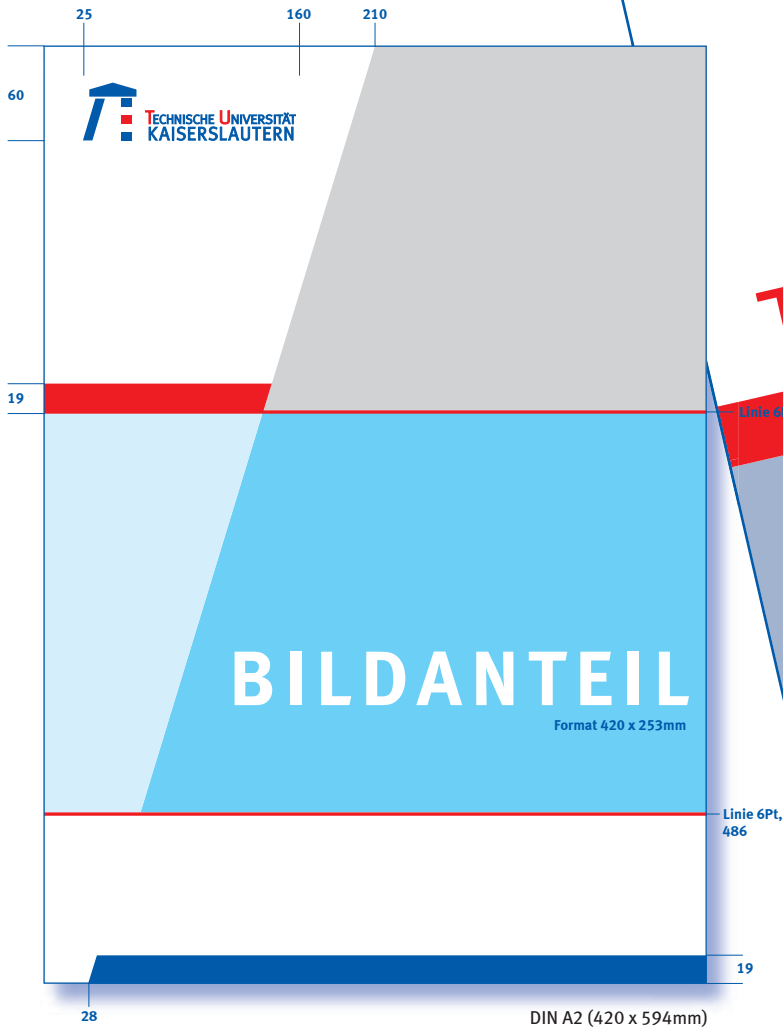
Kleiner Informationstext (z.B. Bildlegende, Quelle, etc.): Platzierung in der unteren Bildleiste, Meta book 6 Pt, Zeilenabstand 13 Pt (je nach Bedarf auch weniger), schwarz, links- oder rechtsbündig.

In diesem Feld darf nur das TU Logo platziert werden!



DIN A2

POSTER UND PLAKATE



Maximale Fläche, die das Fachbereichslogo einnehmen darf.

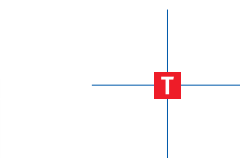
Fachbereich Maschinenbau und Verfahrenstechnik



64

120

Mit freundlicher Unterstützung



...Einladung zum
Tag der

offer

19.



...das Tor der Wi

...Eröffnung 10 Uhr durch Lorercilla faci ...Ea
liquis nosto odolorem vel et ...Con henim nu
bor ...Suscilismod doloboreet alit lore magna
uismodigna feu faciliquat wis nonulput estrud
duisit iniam zziurem num iure ea alisim ...Nibt

5.2003

nen Tür

issenschaft: TU Kaiserslautern

consequat irit ulla am, quipsum quismolor sequi er si ea facipit pratum ipit ve-
ummy nullutem dolore dolor augiam ...Eum deliquissi Lor sequis elit atum dolo-
faciliquis nos ex ...Dolor sim zzriureetue volortie corem ...Adiam venit ute dolesse
...Dolent dolor sequisim dunt adiamet vel dui erit iusto doloborem ...Zzrit iriurero
n eu facidunt euis nos autpatet praesse vullummod ero ea consequat ad eugiat

Blindtext, bitte nicht
weiterlesen!

T Bei Plakaten und Postern sind gestalterisch große Freiheiten eingeräumt. Die Grundstruktur der Gestaltungslinie ist jedoch immer umzusetzen. Die Farben der TU oder der jeweiligen Fachbereiche werden wie bei den DIN A4 Publikationen verwendet.

Auf die Dreiteilung der Graufäche wird hier zugunsten der typographischen Gestaltung verzichtet. Die freie Platzierung von großen Headlines wird so weniger eingeschränkt.

Die Bildfläche ist wie immer durch den Gestaltungswinkel geteilt, jedoch steht frei, welcher der beiden Teile durch die Weißfläche zurückgenommen wird - auch kann nur eine der beiden Flächen mit einem Bild gefüllt werden. Wenn mehrere Fotos oder Grafiken zu platzieren sind, ist dies innerhalb der Bildfläche umzusetzen. Außerhalb dieser Bildfläche sollen keine weiteren Bilder platziert werden - minimale Überschreitungen (in unserem Beispiel das Ausrufezeichen) stören jedoch die Gesamtwirkung nicht und dürfen spärlich eingesetzt werden. Wichtig ist, der Gestaltungswinkel steht immer im Vordergrund, wenn zusätzliche Elemente platziert werden, darf die dynamische Teilung des DIN-Formates nicht darunter leiden.

Bei einem Fachbereichsplakat wird unten rechts das Fachbereichslogo platziert, auf dieser Fläche können auch zusätzliche Logos (z.B. der Lehrgebiete oder von Sponsoren) stehen.

Plakattexte werden je nach Inhalt und Wichtigkeit auf den Flächen positioniert. Die möglichen Textflächen sind durch **T** gekennzeichnet. Für die TU darf bei der Typo das TU Rot, Blau oder Weiß (im Bildanteil) verwendet werden, bei den Fachbereichen das TU Blau, Weiß oder die jeweilige Fachbereichsfarbe.

Die Weißfläche auf der das TU Logo steht ist immer frei zu halten!

T

DIN A1

POSTER UND PLAKATE

Sämtliche Positionsangaben und Abmaße der einzelnen Elemente ergeben sich aus den Angaben vom A2-Plakat. Die Balken sind lediglich auf eine neue Länge zu bringen.

19

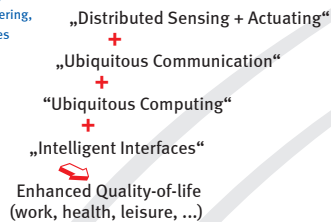
Research Center Ambient Intelligence



University of Kaiserslautern

Departments of Electrical and Computer Engineering, Computer Science, Mechanical and Process Engineering, Mathematics and Social Sciences

What is „Ambient Intelligence“?



Characteristics of Aml

- ↳ many invisible devices distributed throughout the environment
- ↳ can be tailored towards individual needs
- ↳ can anticipate desires as far as possible
- ↳ can change in response to an individual and an environment

Key Technological Requirements

unobtrusive hardware

- ↳ enabling developments in micro and optical electronics
- ↳ new materials, smart surfaces, sensors and actuators integrated with interface systems that respond intelligently to their environment
- ↳ disruptive architectures, power efficient networked adaptive computing engines based on platforms
- ↳ low cost adaptation to individual needs by automated design and verification methodologies

hardware dependent software

- ↳ programming models and compilation environments for disruptive computing architectures
- ↳ „software washing machine“
- ↳ real time operating systems (RTOS) ...for highly dynamic application spectrum ...for power efficiency ...for real time constraints

seamless communication

- ↳ robust transmission schemes (error correction schemes)
- ↳ diversity techniques (time, frequency, antenna)
- ↳ soft handover
- ↳ protocols for mobile network access
- ↳ multiple standard handover (GSM/UMTS, Bluetooth/802.11b)
- ↳ ad hoc networks (adaptive QoS, self organization)

dynamic, massively distributed networks

- ↳ control performance and robustness
- ↳ stability of distributed control loops
- ↳ interconnected autonomous sub-systems (functionality, performance, reliability)
- ↳ frameworks for reconfiguring systems
- ↳ development processes for dependable applications
- ↳ networking (routing, address management)

natural feeling human interface

- ↳ new interaction devices
- ↳ more complex usability criteria, test procedures and metrics
- ↳ from explicit to implicit interaction
- ↳ adaptation to variable environments and human actions

dependability and security

- ↳ high quality of service
- ↳ fault-tolerant design: self-testing, error correcting, self-organizing
- ↳ security against deliberate misuse requires „trust technologies“
- ↳ safe for use



Aml KL - research group

Interdisciplinary Groups of Researchers: Prof. Dr. Dutke Social Sciences Jun. Prof. Dr. Frey Electrical & Computer Engineering Prof. Dr. Gotzhein Computer Science Prof. Dr. König Electrical & Computer Engineering
 Prof. Dr. Kunz Electrical & Computer Engineering Prof. Dr. Litz (Chair) Electrical & Computer Engineering H.-Doz. Dr. Michel Mathematics Prof. Dr. Rombach Computer Science Prof. Dr. Schürmann Computer Science
 Prof. Dr. Tielert Electrical & Computer Engineering Prof. Dr. Urbansky Electrical & Computer Engineering Prof. Dr. Wehn (Vice Chair) Electrical & Computer Engineering Prof. Dr. Weiß Electrical & Computer Engineering
 Prof. Dr. Zengerle Electrical & Computer Engineering Prof. Dr. Zühlke Mechanical & Process Engineering

Bei dem A1-Querformat werden nur wenig Standardelemente vorgegeben, da diese Plakate mit sehr unterschiedlichen Inhalten und Textmengen bzw. Bildmaterial bestückt sind, wird ein großer Gestaltungsfreiraum gewährt.

Die zu verwendende Standardelemente sind nochmals gesondert im grauen Kasten aufgelistet.

In unserem praktischen Beispiel wird gezeigt, wie die Flächen mit welchen Inhalten gefüllt werden könnten - der neue Forschungsschwerpunkt „Ambient Intelligence“ verbindet gleich mehrere Fachbereiche, daher ist keine farbliche Zuordnung zu nur einer Fachbereichsfarbe möglich, hier werden dann die TU-Farben zur Gestaltung herangezogen.

Für die Platzierung eines Logos oder auch mehrerer Logos bietet sich der Platz unterhalb der roten Linie an (immer von rechts her auffüllen).

Die Textblöcke richten sich bei diesem Beispiel am Gestaltungswinkel aus, dies sieht sehr dynamisch aus, ist allerdings nicht gefordert.

Intelligence

Activities

- 15 interdisciplinary groups of researchers
- 3 research clusters
 - embedded hardware/software (4 projects)
 - system integration (3 projects)
 - human interaction (3 projects)
- scenarios
 - human centered manufacturing
 - paperless electrical field installation
 - assisted living
 - adaptive illumination of workplaces and human cognition

structure	research cluster		
	embedded HW/SW	System integration	human interaction
nonobtrusive hardware	X		X
software dependent	X		
communication	X	X	
mass-assisted		X	
intelligence			X
	X	X	X

figure source: Mattern F. ETH Zürich

engineering
Computer Science
engineering

ambient INTELLIGENCE
Kaiserslautern

- Standardelemente beim Poster A1-Querformat:**
- Das TU Logo** links oben (gleiche Position und Größe wie beim A2 Plakat)
 - Der graue Balken** rechts daneben (ähnlich wie beim A2 Plakat, nur auf die ganze Länge von A1-quer gebracht!)
 - Der rote Balken** auf der linken Seite (gleiche Position und Größe wie bei A2)
 - Der rote Strich** in der unteren Formathälfte (ähnlich wie beim A2 Plakat, nur auf die ganze Länge von A1-quer gebracht!)
 - Der blaue Schlußbalken** (ähnlich wie beim A2 Plakat, nur auf die ganze Länge von A1-quer gebracht!)

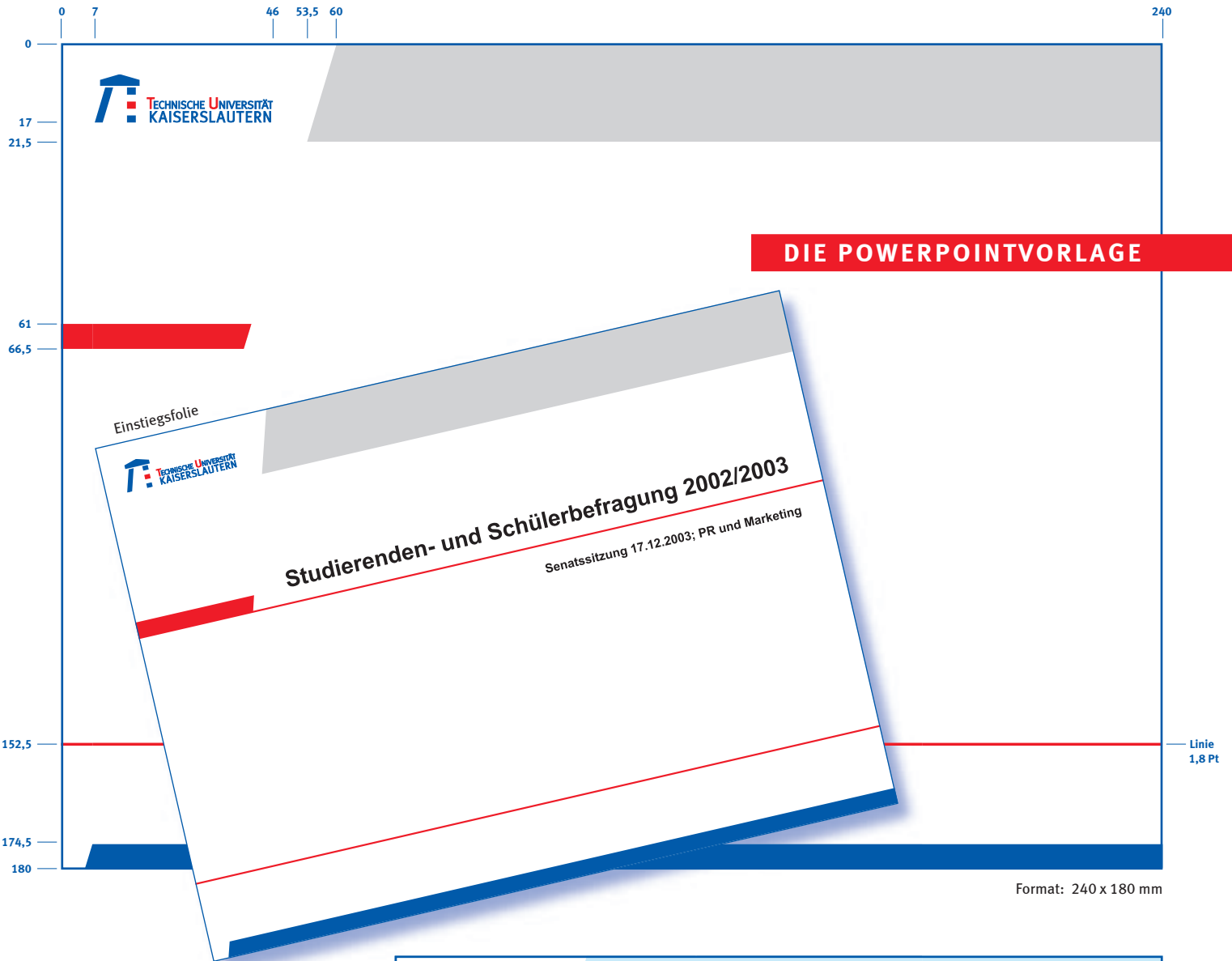
Linie 6pt, 486

DIN A1 (840 x 594mm)

DER INTERNETAUFTRIIT

Das Internet präsentiert ein ganz anderes Medium als die bisher vorgestellten Produkte aus dem Printbereich. Das Grundformat ist daher auch ein ganz anderes, als die sonst vorgestellten DIN-Formate. Nicht alle Gestaltungselemente aus dem Printbereich finden hierbei Verwendung. Der Einsatz der Farben und des Gestaltungswinkels macht die Wiedererkennung mit den Printprodukten gegeben ist. Die Gestaltung der Fachbereichsseiten entspricht den vorgestellten TU-Seiten, sie unterscheiden sich lediglich durch die Verwendung der Farben (entsprechend der zugehörigen Fachbereichsfarben).





Um Inhalte aus Lehre und Forschung in Vorträgen zu präsentieren, werden in der Regel Powerpointfolien erstellt. Auch diese Art der Präsentation wird im neuen CD der Technischen Universität gestaltet. Die wenigen Standardelemente die hier zum Einsatz kommen, entsprechen ganz dem Entwurf der A1-Poster (quer). Bei der Einstiegsfolie wird die Überschrift durch die rote Linie unterstrichen, auf folgenden Folien fällt diese allerdings weg.

Beispielhaft rechts abgebildet die Powerpointvorlage auf Fachbereichsebene. Die gültigen Powerpointvorlagen für das TU-Design und die jeweiligen Fachbereiche rufen Sie bitte unter uni-kl.de/PR-Marketing ab.





TU Kaiserslautern · Postfach 3049 · D-67653 Kaiserslautern

PR und Marketing

Gottlieb-Daimler-Straße
D-67663 Kaiserslautern
Gebäude 47 / 1130-1134
Telefon: (06 31) 2 05-2049 / 31 98
Telefax: (06 31) 2 05-36 58
E-Mail: presse@uni-kl.de
Internet: www.uni-kl.de / PR-Marketing

DIE GESCHÄFTSPAPIERE

Geschäftspapiere, wie Visitenkarten und Briefbogen, präsentieren die TU Kaiserslautern nach außen. Das jeweils verbindliche Layout wird von der Abteilung Foto-Repro-Druck in Abstimmung mit der Hochschulleitung umgesetzt. Dies gilt nicht nur für die oberste Ebene, sondern auch für die jeweiligen Fachbereiche, Lehrgebiete etc.

Die Geschäftspapiere der TU werden im 2-Farben-Druck umgesetzt, auf die Terziärfarbe (Grau) wird hier aus Kostengründen verzichtet.

Unsere Zeichen

Kaiserslautern

Die Umstellung der Briefbögen und Visitenkarten auf das neue CD erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt!

Visitenkarte (86 x 54mm)



Dipl.-Volkswirt
Thomas Jung
Leiter PR und Marketing

Gottlieb-Daimler-Straße
D-67663 Kaiserslautern
Telefon: (06 31) 2 05-20 49
Telefax: (06 31) 2 05-36 58
E-Mail: thjung@verw.uni-kl.de



TU Kaiserslautern · Postfach 3049 · D-67653 Kaiserslautern

PR und Marketing

Gottlieb-Daimler-Straße
D-67663 Kaiserslautern
Gebäude 47 / 1130-1134
Telefon: (06 31) 2 05-20 49 / 31 98
Telefax: (06 31) 2 05-36 58
E-Mail: presse@uni-kl.de
Internet: www.uni-kl.de / PR-Marketing

Im Zeichen der Sonne

Sehr geehrter Herr Somfieth

Lore magna aliquis adiate er adigna feu feum velesectem eniat, quat. Duismodit lorerci iquam qui tie dolobore feu feugiamet, quisi enilla conulla feui bian venit alisi.

Duipis ad tem ing ea feuisit ea facing eummodipsum eum et la faccumstan henibh estis doloreet, se veliscip et, con ut aliquis ipsum adiam dipismod dolobore dolorem volore magna feummod pisit lum dolor sit lore dolum quis nim iureet ilis adionsenim aut adiam, suscincillum zzriustis erciduip eratinibh ex erilit ipisi enillut num dolor sumsan utet lut aliquip ustrud tat nulla ate min velismolore commod ex ellissim veis ad et del dolor sim ad el utpat.

Mit freundlichen Grüßen

Thomas Jung
Leiter PR und Marketing

Ein mit Blindtext beschriebener Briefbogen

IMPRESSUM

Herausgeber

Präsident der Technischen Universität Kaiserslautern
Postfach 3049, 67653 Kaiserslautern
www.uni-kl.de

Gestaltung

Hedeler.Design
Scheerstraße 17
67659 Kaiserslautern
www.hedeler-design.de

Text

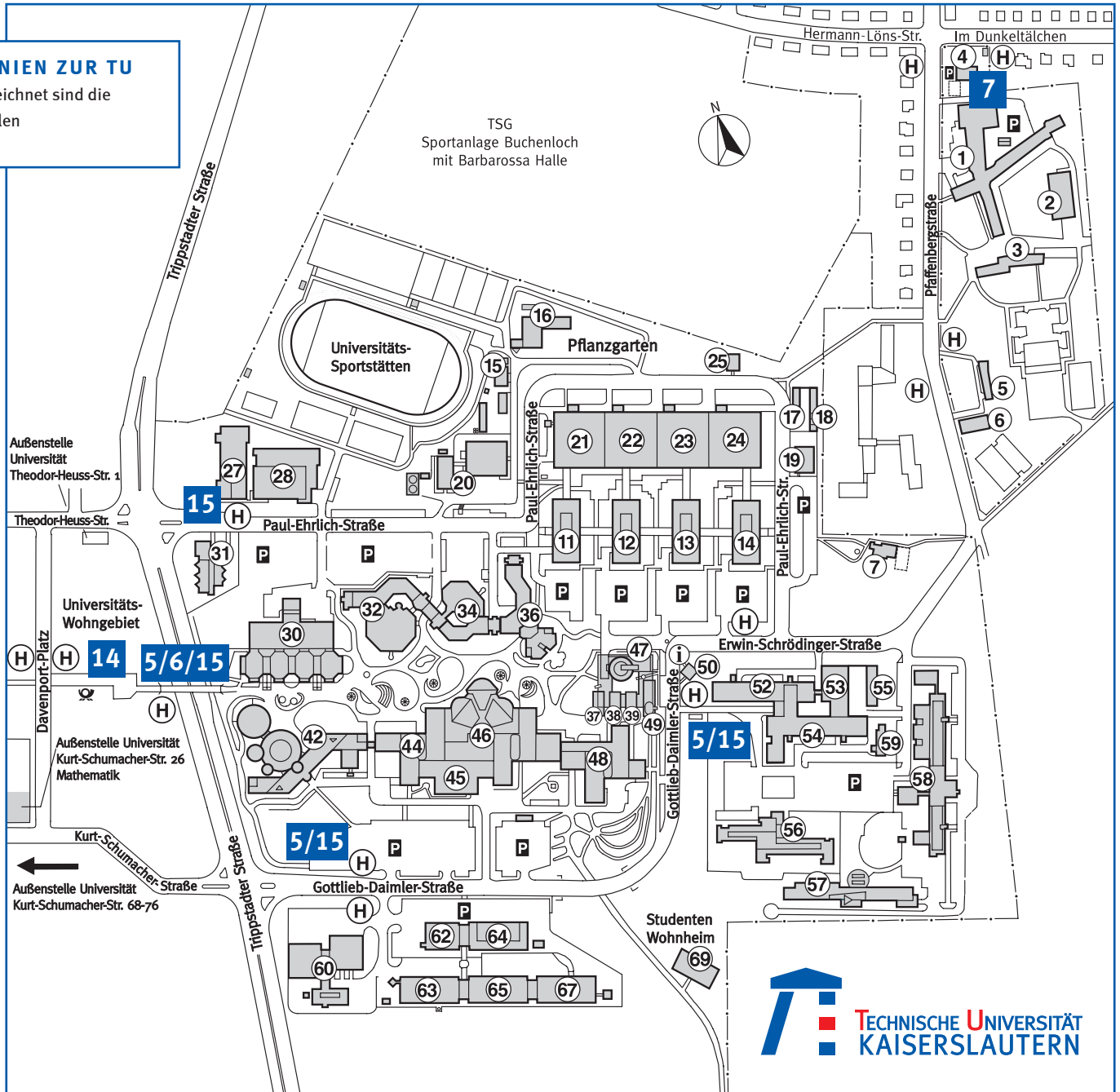
Hedeler.Design in Zusammenarbeit mit der Abteilung
PR und Marketing der TU Kaiserslautern

Druck

ZBT - Abteilung Foto-Repro-Druck
der TU Kaiserslautern

BUSLINIEN ZUR TU

gekennzeichnet sind die Haltestellen



ANSPRECHPARTNER

Technische Universität
Kaiserslautern
PR & Marketing
Postfach 3049
67653 Kaiserslautern

Dipl.-Volkswirt Thomas Jung

E-Mail: thjung@verw.uni-kl.de
Internet: www.uni-kl.de

Telefon: 0631/205-2049
Telefax: 0631/205-3658