

Corporate Design Manual

Helmholtz-Zentrum
für Umweltforschung – UFZ

Inhalt

1.0 | 03 Corporate Design

04 Rebranding

2.0 | 05 Logo

06 Wort-Bild-Marke

07 Schutzraum

08 Sonderfälle

09 So bitte nicht!

10 Soziale Medien

11 Größen und Platzierung

3.0 | 12 Farbwelt

13 Farbwerte

14 Wort-Bild-Marke

4.0 | 15 UFZ-Themenbereiche

16 Farbwerte

17 Piktogramme

5.0 | 18 Typografie

19 Hausschrift/Systemschrift

20 Satzspiegel

6.0 | 21 Gestaltungselemente

22 Slider-Fläche

23 Slider-Linie

24 Slider-Linie – Erstellung

7.0 | 25 Geschäftsausstattung

26 Briefbögen und Visitenkarten

27 PowerPoint Folienmaster

28 Stellenausschreibungen

29 Vortragsankündigungen/Aushänge

8.0 | 30 Weitere Kommunikationsmittel

31 Factsheet

32 Wissenschaftliches Plakat

33 Flyer

9.0 | 34 Anwendungen

35 Auswahl

36 Kontakt

1.0

Corporate Design

„Ziel ist ein eigenständiges und wiedererkennbares Auftreten – und zugleich Zugehörigkeit zu Helmholtz zu zeigen. Gemeinsam mehr erreichen.“

Das Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung – UFZ ist eines der derzeit 19 Helmholtz-Zentren. Es ist eines der drei Helmholtz-Zentren, die sich seit 2006 – dem ersten umfassenden Rebranding der Helmholtz-Gemeinschaft – konsequent im Namen und Design zur Helmholtz Gemeinschaft bekennen. Darauf aufbauend wurde das UFZ-Rebranding entwickelt und umgesetzt.

Ziel ist ein eigenständiges und wiedererkennbares Auftreten – und zugleich Zugehörigkeit zu Helmholtz zu zeigen. Gemeinsam mehr erreichen. So kann die Gemeinschaft ihrem Anspruch gerecht werden, Spitzenforscher*innen sowie die besten jungen Talente anzusprechen und den Mehrwert ihrer Forschung für die breite Öffentlichkeit sichtbar zu machen.

Die konsequente Anwendung des Corporate Designs schafft Wiedererkennbarkeit und Kontinuität in der internen und externen Kommunikation des Helmholtz-Zentrums für Umweltforschung – UFZ.

2.0

Logo

Logo

Wort-Bild-Marke



Das Logo ist eine Wort-Bild-Marke, bestehend aus dem UFZ-Schriftzug und einem Halbkreis. Das Logo repräsentiert auf allen Kommunikationsmitteln und Informationsmedien das UFZ und ist somit wichtiger Bestandteil des Erscheinungsbildes des UFZ. Alle Elemente sind in ihrer Relation (Größe und Abstand) zueinander festgelegt und in der Schrift „Hermann“ (Eigenentwicklung für die Helmholtz-Gemeinschaft) und „Corporate“ gesetzt.

Logo Schutzraum



Die Wort-Bild-Marke wird von einem weißen Schutzraum umgeben, der zwingend einzuhalten ist. Dieser Schutzraum definiert den Minimalabstand, den die Wort-Bild-Marke zu anderen Elementen und zu den Formaträndern haben sollte.

Der Minimalabstand definiert sich durch die Versalhöhe vier H der Wortmarke nach oben und drei H nach unten. Die Versalbreite vierer H der Wortmarke definiert den Abstand nach rechts und links.

Logo Sonderfälle



Sekundärfarbe Helmholtz-Grau 20%

Die UFZ Wort-Bild-Marke wird grundsätzlich in der farbigen Darstellung auf Weiß verwendet.

Die Negativ-Version der Wort-Bild-Marke wird in Ausnahmefällen eingesetzt. Hier wird sie ausschließlich auf Helmholtz-blauer Farbfläche oder annähernd einfarbigen Bildhintergründen verwendet. Es muss auf ausreichenden Kontrast zur Farbigkeit des Logos geachtet werden.

Der Einsatz des Logos mit Farbverlauf kann in Ausnahmefällen auch auf einer grauen Fläche eingesetzt werden.



Ist aus produktionstechnischen Gründen eine farbige Darstellung nicht möglich, steht eine Schwarz-Weiß-Variante der Wort-Bild-Marke zur Verfügung.

Logo

So bitte nicht!



Keine unruhigen Bildhintergründe

Keine Platzierung auf unruhigen Bildhintergründen mit zu wenig Kontrast zu den CD-Farben der Wort-Bild-Marke. (Sonderfall S. 8)



Wort-Bild-Marke nur in CD-Farben

Die Farbigkeit der Wort-Bild-Marke darf nicht verändert werden. Die Wortmarke steht auf Weiß immer im Helmholtz-Blau, die Bildmarke im definierten Farbverlauf.



Keine Verzerrungen und Effekte

Es dürfen keine Effekte auf die Wort-Bild-Marke angewandt werden. Stauchungen, Streckungen, Schatten und Verzerrungen sind nicht zulässig.



Schutzraum und Verhältnis beachten

Der Schutzraum der Wort-Bild-Marke muss eingehalten werden. Das Verhältnis der Elemente „Wortmarke“ und „Bildmarke“ darf nicht verändert werden.



Schrift und Schreibweise einhalten

Die Schrift der Wort-Marke darf nicht geändert werden. Die Worte „UFZ“ und „Helmholtz“ stehen immer in Versalien. Andere Schreibweisen sind nicht zulässig.

Logo

Soziale Medien

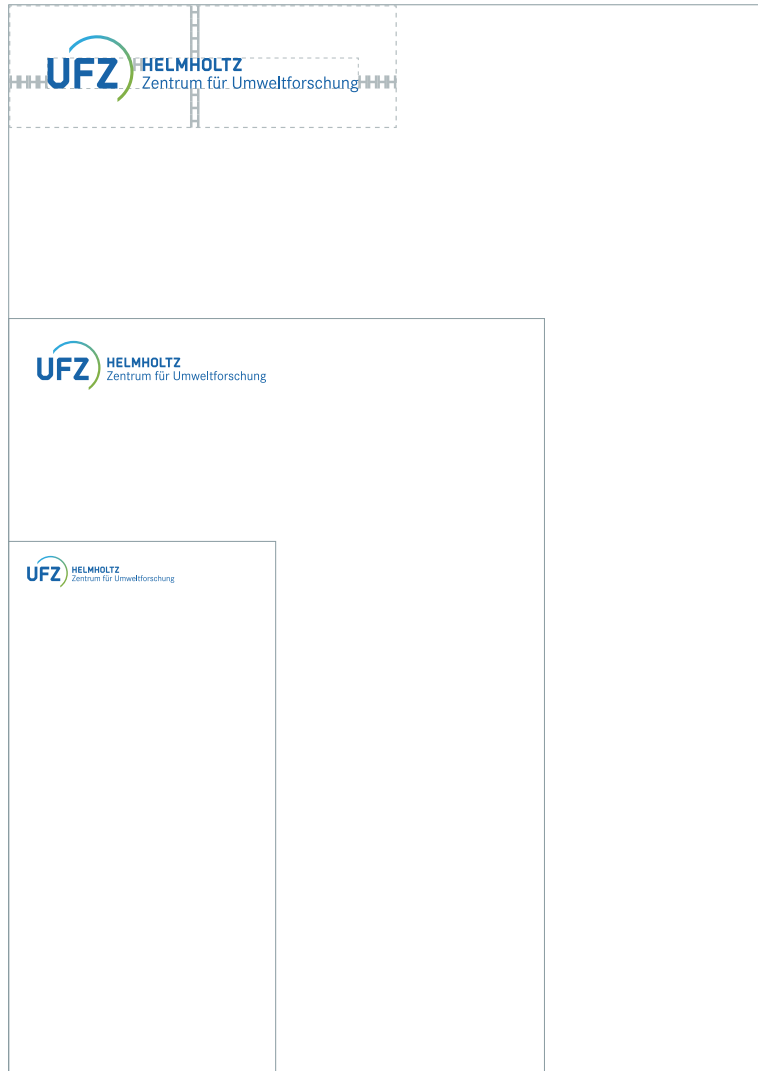


Für den Auftritt in Sozialen Medien kann die Bildmarke solitär, ohne vollständige Wortmarke, eingesetzt werden. Die Bildmarke kann als Profilbild, Thumbnail und Favicon für den Einsatz in verschiedenen Anwendungen wie Facebook, Youtube, Twitter, Instagram etc. benutzt werden.

Soziale Medien unterliegen der ständigen Veränderung. Eventuell muss eine entsprechende Anpassung erfolgen.

Logo

Größen und Platzierung



Die Wort-Bild-Marke wird immer links oben des jeweiligen Mediums platziert. Der Schutzraum um das Logo muss eingehalten werden.

Für verschiedene Formate wird das Logo auf verschiedene Größen skaliert. Die prozentualen Skalierungen können der Tabelle unten entnommen werden. Bei Sonderformaten gilt es, sich am nächstähnlichen Format zu orientieren.

Die Wort-Bild-Marke in 100% ist die Basis der Skalierung in der folgenden Tabelle. Bei 100%-iger Darstellung haben die Versalien der Wortmarke UFZ eine Höhe von 21 mm.

Format	Wort-Bild-Marke
DIN A3	57 %
DIN A4	42 %
DIN Lang	27 %

Farbwelt

Farbwelt

Farbwerte

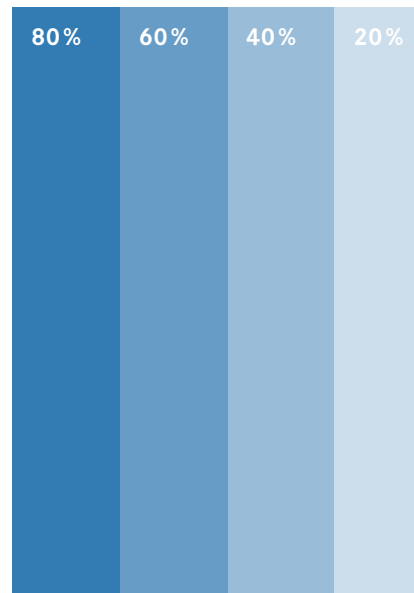
Helmholtz-Blau

CMYK: 100/50/0/20
RGB: 0/90/160

Pantone 301C
Pantone 301U

RAL D2 Design:
260 40 40

HEX: #0005AA0



Die Primärfarbe Helmholtz-Blau ist dem UFZ als Hausfarbe zugeordnet und prägt zusammen mit dem Logo die Gestaltung. Sie wird für Auszeichnungen oder als Fondfarbe eingesetzt.

Als Sekundärfarbe kann ein definierter Grauton verwendet werden. Auch eine Aufrasterung aller Farben in 20er-Schritten steht zur Verfügung. Weitere Akzentfarben kommen durch die Farbpalette der UFZ-Themenbereiche hinzu (siehe Seite 16).

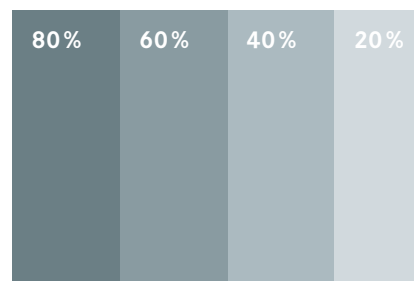
Grau

CMYK: 25/0/5/70
RGB: 90/105/110

Pantone 431C
Pantone 432U

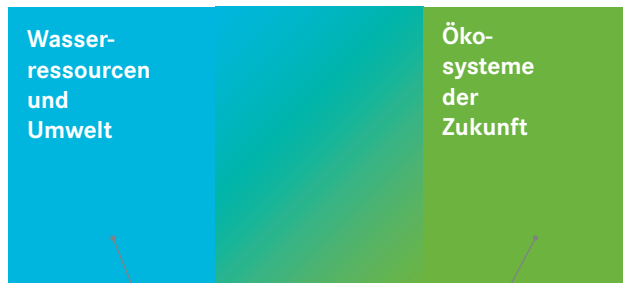
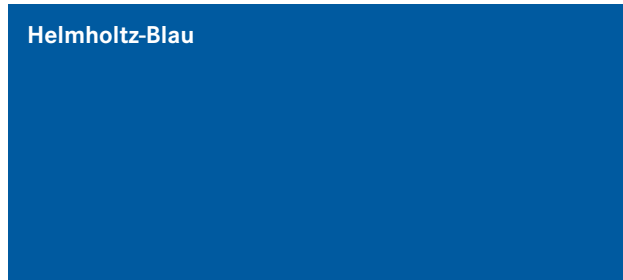
RAL D2 Design:
250 40 10

HEX: #5A696E



Farbwelt

Wort-Bild-Marke



Als zusätzliches Gestaltungselement wurde ein Farbverlauf entwickelt. Der Verlauf enthält die UFZ-Themenbereich-Farben Blau (Wasserressourcen und Umwelt) und Grün (Ökosysteme der Zukunft).

Der Farbakzent im Halbkreis gibt dem Logo ein modernes und zeitgemäßes Aussehen, das zur Individualisierung des Auftritts beiträgt.

UFZ-Themenbereiche

UFZ-Themenbereiche

Farbwerte

Für die Kommunikation der sechs UFZ-Themenbereiche gibt es eine zusätzliche Farbpalette. Die Sekundärfarben können in den jeweiligen UFZ-Themenbereichen zur Kennzeichnung angewendet werden.


Ökosysteme der Zukunft

PANTONE 369
RGB: 136/174/51
CMYK: 59/0/100/7




Wasserressourcen und Umwelt

PANTONE 638
RGB: 68/170/221
CMYK: 83/0/10/0




Chemikalien in der Umwelt

PANTONE 187
RGB: 164/2/40
CMYK: 0/100/79/20




Smarte Modelle und Monitoring

PANTONE 143
RGB: 230/174/19
CMYK: 0/35/100/0




Umwelt- und Biotechnologie

PANTONE 569
RGB: 0/136/119
CMYK: 98/0/57/17



Umwelt und Gesellschaft

PANTONE 2602
RGB: 105/33/124
CMYK: 63/100/0/3



UFZ-Themenbereiche

Piktogramme



Ökosysteme
der Zukunft



Wasserressourcen
und Umwelt

Das Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung verwendet zur Illustration die Piktogramme der UFZ-Themenbereiche.

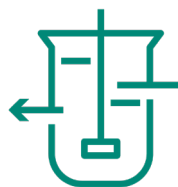
Die Piktogramme stehen entweder farbig auf weiß oder sie werden als Negativvariante angewendet. Dann stehen sie weiß auf der jeweiligen Farbe des UFZ-Themenbereichs (siehe Seite 16).



Chemikalien in
der Umwelt



Smarte Modelle
und Monitoring



Umwelt- und
Biotechnologie



Umwelt und
Gesellschaft

Typografie

Typografie

Hausschrift

Corporate S Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate S Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate S Demi

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate A Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate A Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate A Demi

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

Die UFZ-Hausschriften sind die Corporate S und die Corporate A. Die Wiedererkennbarkeit des Zentrums wird durch die Verwendung einer einheitlichen Schrift zusätzlich unterstützt. Da die Anzahl der Lizenzen für die Hausschrift begrenzt ist, kann diese nur vom Stab „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ für die Produktion von offiziellen Image-Materialien (Broschüren, Flyer, Rollups, Banner etc.) eingesetzt, angewendet und erfragt werden.

Die „**Corproate S**“ ist eine serifenlose Schrift, die für alle Anwendungen des UFZ verwendet wird. Sie wirkt modern, offen und leicht. Im Fließtext wird sie stets im Flattersatz gesetzt.

Die „**Corproate A**“ ist eine Serifenschrift, die sich insbesondere für längere Fließtexte, beispielsweise in wissenschaftlichen Publikationen, eignet. Im Fließtext wird sie stets im Flattersatz gesetzt.

Systemschrift

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

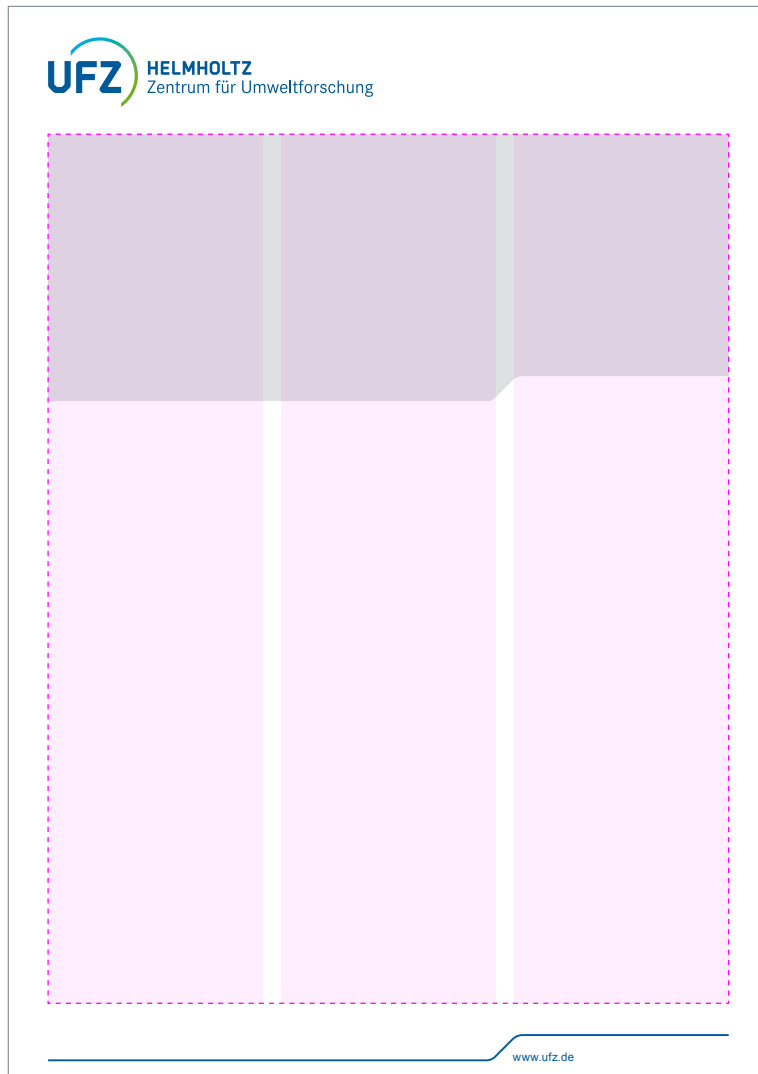
Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
0123456789 (!?&@,;)

In manchen Fällen ist der Einsatz der Hausschrift nicht sinnvoll. Dies ist beispielsweise in der Korrespondenz via E-Mail oder bei der Verwendung von PPT-Dateien und Word-Dateien auf fremden Computern der Fall, da dort die Hausschriften per System nicht zur Verfügung stehen.

Als Ersatz für die „Corporate S“ und „Corporate A“ steht die Schriftfamilie der „Arial“ in den Schnitten **Regular** und **Bold** als Systemschrift zur Verfügung.

Typografie Satzspiegel



Der Satzspiegel dient zur Positionierung der einzelnen Elemente auf dem genutzten Format. Er ist variabel und ergibt sich aus dem Format und Verwendungszweck.

Das Logo am oberen Rand definiert durch seine festgelegte Größe und den entsprechenden Schutzraum den Randabstand des Layouts. Aus diesem Abstand ergibt sich wiederum der Satzspiegel, der die Positionierung der einzelnen Elemente vorgibt.



Gestaltungselemente

Gestaltungselement

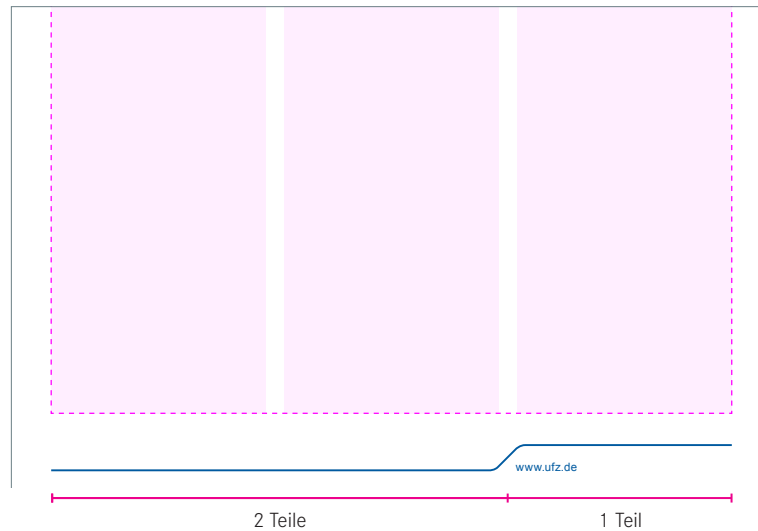
Slider-Fläche



Das Sliderelement kann sowohl als reine Farbfläche eingesetzt werden sowie Bilder enthalten. Das Jalousienprinzip des Sliders (hier durch die pinken Richtungspfeile dargestellt) ermöglicht es, Größe, Position und Höhe frei zu verändern. Die Ausrichtung und auch die Breite des Sliders sind variabel. Bei Medien, welche randabfallend bedruckt werden können, wird die Fläche nicht eingerückt.

Gestaltungselement

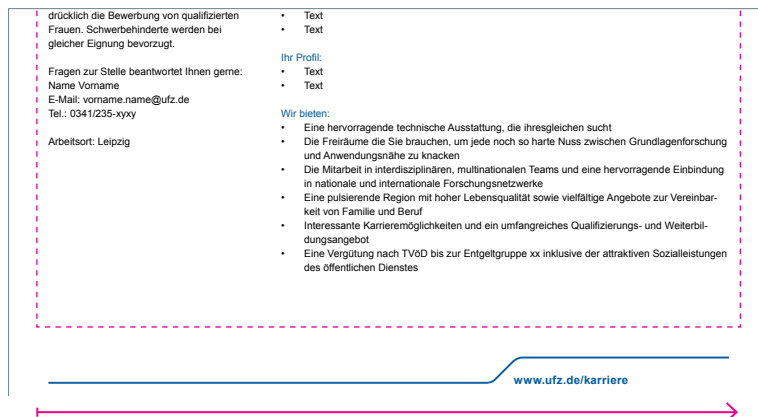
Slider-Linie



Die Slider-Linie ist ebenso ein charakteristisches Gestaltungselement, das dem UFZ mehr Eigenständigkeit und bessere Wiedererkennung im Auftritt verleiht.

Die Breite der Slider-Linie entspricht der Breite des Satzspiegels. Die Eckwinkel in der Linie orientieren sich an dem Verhältnis 2:1.

Bei Präsentationen läuft die Linie über den Satzspiegel (siehe PowerPoint Seite 27).

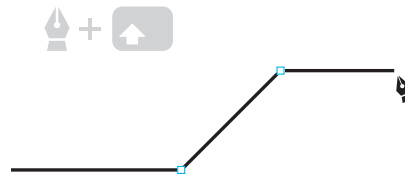


Gestaltungselement

Slider-Linie – Erstellung

1. Die Form Zeichnen

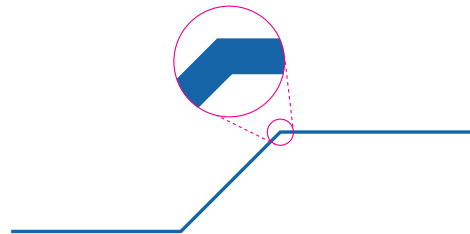
Mit dem Ankerpunkt-Werkzeug wird die Linie gezeichnet. Die gedrückte Shift-Taste gewährleistet eine lotrechte, beziehungsweise auf 45° angewinkelte Linienführung.



Die Erstellung der Slider-Linie erfolgt in einem vektorbasierten Grafikprogramm, beispielsweise in Adobe Illustrator. Nur hier kann die korrekte Berechnung der Radien garantiert werden. Alle in diesem Manual angegebenen Radien basieren auf den „echten“ Radiuswerten, wie auch Illustrator CC und aufwärts sie berechnet.

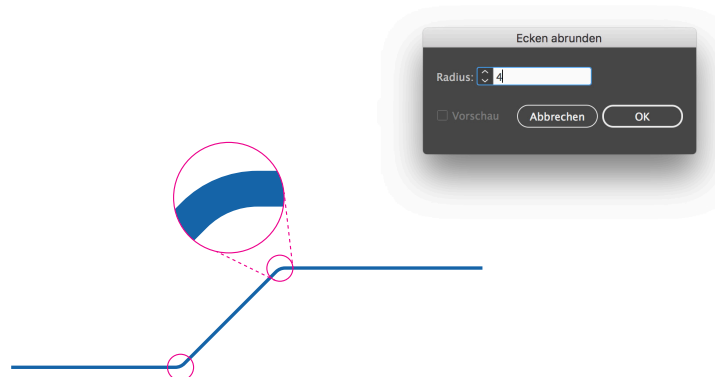
2. Die Farbgebung

Nachdem die Linie erstellt ist, kann das Gestaltungselement in die gewünschten Corporate Design-Farbe gefärbt werden. Noch sind die Ecken nicht abgerundet.



3. Die Ecken abrunden

Im letzten Schritt werden über die Funktion „Ecken abrunden“ (in der Kopfleiste oder im Reiter „Transformieren“) die Ecken abgerundet.



Geschäftsausstattung

Geschäftsausstattung

Briefbögen und Visitenkarten



210 x 297 mm



85 x 55 mm

Briefbögen und Visitenkarten sind wichtige Kommunikationsmittel des UFZ, da sie einen ersten Eindruck des Unternehmens vermitteln.

Die **Briefbögen** korrespondieren in ihrer Gestaltung mit den Visitenkarten. In der Wordvorlage können Empfänger, Absenderinformationen, Betreffzeile und Fließtext eingefügt werden. **Die festgelegten Schriftgrößen und Zeilenabstände dürfen nicht geändert werden, da sie auf Lesefreundlichkeit optimiert sind.**

Die **Visitenkarten** sind im landesüblichen Format angelegt und enthalten die wichtigen Informationen zu Personen und Kontaktdaten.

> **Allen UFZ-Mitarbeiter*innen stehen im UFZ-Intranet Word-Vorlagen für Briefe auf Deutsch und Englisch zum Einsatz im Druck und zum Online-Einsatz zur Verfügung. Sie sind über den Index-Katalog oder im Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Stichwort „Corporate Design / Vorlagen“ zu finden.**

> **Visitenkarten können über den Visitenkartenmanager im UFZ-Intranet bestellt werden. Auch dieser ist über den Index-Katalog oder im Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu finden – Stichwort „Visitenkarten.“**

Geschäftsausstattung

PowerPoint Folienmaster



Das UFZ Design beinhaltet Powerpoint-Vorlagen, die einfach und flexibel mit Inhalten befüllt werden können. Die Vorlagen sind im heute gängigen Format 16:9 angelegt und beinhalten Masterfolien, in denen alle wichtigen Grundeinstellungen bereits voreingestellt sind. Diese dürfen nicht geändert werden. Von zusätzlichen visuellen Effekten, Animationen und überladenen Folien sollte abgesehen werden.

> Der PowerPoint Folienmaster steht allen UFZ-Mitarbeiter*innen im UFZ-Intranet zum Download zur Verfügung. Er ist über den Indexkatalog oder den Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Stichwort „Corporate Design/Vorlagen“ zu finden.



Geschäftsausstattung

Stellenausschreibungen

UFZ HELMHOLTZ
Zentrum für Umweltforschung



Bildunterschrift

Ihre Bewerbung

Wir freuen uns auf Ihre E-Mail-Bewerbung unter Angabe der Kennziffer xx/2013 an bewerbung@ufz.de

Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung GmbH – UFZ
Personalabteilung
Permoserstraße 15
04318 Leipzig

Einsendeschluss: xx.yy.zzzz

Chancengleichheit ist Bestandteil unserer Personalpolitik, daher begrüßen wir ausdrücklich die Bewerbung von qualifizierten Frauen. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung bevorzugt.

Fragen zur Stelle beantwortet Ihnen gerne:
Name Vorname
E-Mail: vorname.name@ufz.de
Tel.: 0341/235-xyxy

Arbeitsort: Leipzig

Das Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung – UFZ hat sich mit seinen 1100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als internationales Kompetenzzentrum für Umweltwissenschaften einen hervorragenden Ruf erworben. Wir sind Teil der größten Wissenschaftsorganisation Deutschlands – der Helmholtz-Gemeinschaft. Unsere Mission: Wir forschen für eine Balance zwischen gesellschaftlicher Entwicklung und langfristigem Schutz unserer Lebensgrundlagen.

z.B. Im Rahmen einer Elternzeitvertretung suchen wir ab dem xx.yy.zzzz für unser Team Personalentwicklung einen

Wissenschaftlichen Mitarbeiter (m/w/d)

Arbeitszeit xy h pro Woche, befristet für die Zeit von Mutterschutz und Elternzeit, voraussichtlich 1 Jahr

Ihre Aufgaben:

- Text
- Text

Ihr Profil:

- Text
- Text

Wir bieten:

- Eine hervorragende technische Ausstattung, die ihresgleichen sucht
- Die Freiräume die Sie brauchen, um jede noch so harte Nuss zwischen Grundlagenforschung und Anwendungsnahe zu knacken
- Die Mitarbeit in interdisziplinären, multinationalen Teams und eine hervorragende Einbindung in nationale und internationale Forschungsnetzwerke
- Eine pulsierende Region mit hoher Lebensqualität sowie vielfältige Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Interessante Karrieremöglichkeiten und ein umfangreiches Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebot
- Eine Vergütung nach TVöD bis zur Entgeltgruppe xx inklusive der attraktiven Sozialleistungen des öffentlichen Dienstes

www.ufz.de/karriere

210 x 297 mm

Aktuelle Stellenausschreibungen können mit einer Word-Vorlage erstellt und entweder im Format DIN A4 ausgedruckt oder digital versandt werden.

Geschäftsausstattung

Vortragsankündigung/Aushänge



297 x 420 mm

Das Beispiel zeigt exemplarisch die mögliche Gestaltung einer Vortragsankündigung des UFZ im Format DIN A3 unter Verwendung des Gestaltungselements „Slider-Fläche“ und eines Portraits.

> Die Vorlagen stehen allen UFZ-Mitarbeiter*innen im UFZ-Intranet zum Download zur Verfügung. Sie sind über den Indexkatalog oder den Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Stichwort „Corporate Design / Vorlagen“ zu finden.

Weitere Kommunikationsmittel

Kommunikationsmittel

Factsheet



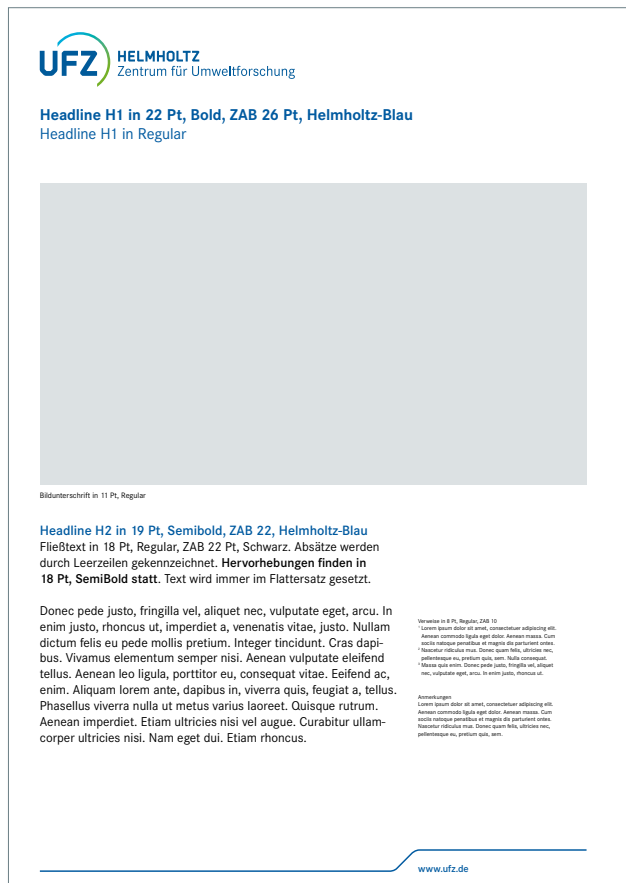
In den UFZ Factsheets können relevante Informationen zu einem Thema auf übersichtliche Weise aufbereitet werden.

> Die Vorlagen im Format DIN A4 stehen allen UFZ-Mitarbeiter*innen im UFZ-Intranet zum Download zur Verfügung. Sie sind über den Indexkatalog oder den Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Stichwort „Corporate Design/Vorlagen“ zu finden.

210 x 297 mm

Kommunikationsmittel

Wissenschaftliches Plakat



841 x 1189 mm



Die Beispiele zeigen mögliche Gestaltungen eines wissenschaftlichen Plakats im Format DIN A0. Die Themen zu bestimmten Forschungsbereichen werden mit den Piktogrammen und der Slider-Linie in der entsprechenden Farbe gekennzeichnet.

Schriftgrößen können je nach Inhaltsmenge angepasst werden, wobei für eine gute Postergestaltung ausreichend Weißraum unabdingbar ist.

> Die Postervorlagen stehen allen UFZ-Mitarbeiter*innen im UFZ-Intranet zum Download zur Verfügung. Sie sind über den Indexkatalog oder den Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Stichwort „Corporate Design / Vorlagen“ zu finden.

Kommunikationsmittel

Flyer



Geschlossenes Format:
100 x 210 mm

Die Slider-Fläche als grundlegendes Gestaltungselement kann in unterschiedlichen Varianten sowohl als Füllfläche für die Bilder als auch als Trägerfläche für Informationen dienen.

Der Wickelfalz wird im Endformat DIN-Lang gesetzt und bietet Platz für alles, was Sie präsentieren möchten.

> Die Flyer-Vorlagen stehen allen UFZ-Mitarbeiter*innen im UFZ-Intranet zum Download zur Verfügung. Sie sind über den Indexkatalog oder den Servicebereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Stichwort „Corporate Design / Vorlagen“ zu finden.

Anwendungen

Anwendungen Auswahl



Visitenkarte



Flyer



Factsheet

Corporate Design des Helmholtz-Zentrums für Umweltforschung – UFZ

Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung GmbH - UFZ
Permoserstr. 15, 04318 Leipzig

Tel.: (0341) 235-1269
www.ufz.de / info@ufz.de

Fragen zum Corporate Design bitte an:

Susan Walter-Pantzer / Grafik und Design
susan.walter@ufz.de / Telefon: 0341 235 1269

Doris Wolst / Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
doris.wolst@ufz.de / Telefon: 0341 235 1269

Corporate Design Entwicklung:
yellow too, Berlin

www.yellowtoo.com