

STYLE GUIDE

Bauhaus-Universität Weimar

Stand Januar 2020

Bauhaus-
Universität
Weimar

Das Corporate Design ist Kern der visuellen Kommunikation nach außen und innerhalb der Bauhaus-Universität Weimar. Ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild stärkt die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Universität und schärft das Profil der Universität in der Öffentlichkeit.

Mit dem visuellen Erscheinungsbild kann sich eine Universität von anderen Universitäten abheben, deshalb wird dem Corporate Design große Bedeutung beigemessen. Das Erscheinungsbild soll dem Selbstverständnis möglichst gut entsprechen. Es darf aber nicht erstarren, sondern muss sich mit der Universität, ihrem Leitbild und langfristig in gewissem Maß auch mit dem allgemeinen ästhetischen Zeitgefühl weiterentwickeln.

Deshalb ist es von großer Bedeutung, dass die hier dargestellten Richtlinien von allen Verantwortlichen durchgängig beachtet und umgesetzt werden. Diese Publikation veranschaulicht Ihnen deshalb die Richtlinien des Corporate Designs und deren korrekte Anwendung auf internen und externen Kommunikationsmitteln.

Im ersten Kapitel des Style Guide sind die Basiselemente vom Logo bis hin zum Hauspapier aufgeschlüsselt. Für eine Auswahl an Produkten finden Sie zusätzlich im Kapitel »Layout« weiterführende Gestaltungsraster und andere Anwendungsempfehlungen.

Der vorliegende Style Guide wurde unter Berücksichtigung der heute gültigen Anforderungen entwickelt; es gilt zu beachten, dass sich das Corporate Design ständig wandelnden Anforderungen anpassen muss und deshalb sukzessive weiterentwickelt wird. Bitte prüfen Sie auf den Internetseiten der UK (www.uni-weimar.de/uk), ob Sie die jeweils aktuellste Version dieses Handbuchs verwenden. Bei Unklarheiten wenden Sie sich bitte an die zuständigen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner, deren Kontaktdaten Sie am Ende eines jeden Themas in diesem Handbuch finden.

Wir wünschen erfolgreiches Arbeiten mit unserem Style Guide und freuen uns auf Ihr Feedback.

Ihre Universitätskommunikation

BASISELEMENTE

1. BASISELEMENT LOGO

LOGO-VARIANTEN 11
 Logo-Varianten 3-zeilig 12
 Logo-Varianten 2-zeilig 13
 Logo-Varianten 1-zeilig 14
 Logo-Beispiele für zentrale Einrichtungen oder andere Organisationsteile 15
 Platzierung 17
 Mindestgröße 18
 Platzierung von Sponsoren- und Partnerlogos 19
 Platzierung von gleichrangigen Logos 20
 Schutzzonen und Mindestabstände 21
 Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner 22
 Download 22

2. BASISELEMENT HAUSFARBEN

HAUSFARBEN 24
 Zusatzfarben 24
 Farbwerte für crossmediale Anwendungen 25
 Farbfamilien 26
 Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner 28

3. BASISELEMENT SCHRIFT

DIE HAUSSCHRIFT »LINOTYPE SYNTAX COM« 30
 Verfügbare Schnitte der »Linotype Syntax Com«-Schriftenfamilie 31
 »FIRA SANS« FÜR DIE WEBSITE 34
 ICON-FONT »BAUHAUS-UNI-ICON« 34
 DAS VERSAL-ESZETT 35
 Versal-Eszett-Schnitte der Hausschrift »Linotype Syntax Com« 36
 Anwendung des Versal-Eszetts 37
 TECHNISCHE INFORMATIONEN 38
 Was ist OpenType? 38
 Installation 38
 ANSPRECHPERSONEN UND IT-VERANTWORTLICHE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER 39
 SCHRIFTGRÖßEN UND LESBARKEIT 40
 Schriftgrößen Print 40
 Zeilenabstand 40
 Auszeichnungen im Text 41
 TYPOGRAFISCHE RICHTLINIEN DEUTSCH 42
 Trennstriche 42
 Anführungszeichen 43
 Apostroph 43
 Tastaturbefehle im Überblick 43
 Zahlen im Fließtext: Mediävalziffern 44
 Telefon- und Faxnummern 44

Datumsangabe in Fließtexten	45
Datumsangaben in Überschriften, auf Plakaten oder in Aufzählungen	45
Zeitangabe	46
Zeiträume im Fließtext	46
Zeiträume in Überschriften, auf Plakaten oder in Aufzählungen	46
Name der Universität	46

TYPOGRAFISCHE RICHTLINIEN ENGLISCH 47

Anführungszeichen	47
Zahlenangaben	47
Datumsangabe in Fließtexten	48
Datumsangaben in Überschriften, auf Plakaten oder in Aufzählungen	48
Zeitangaben	48
Name der Universität	49
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	49

4. BASELEMENT SPRACHE

GENDER-SPRACHLEITFADEN51

Sprache gemeinsam verändern: neue Realitäten erschaffen	51
Geschlechtlich neutrale Formulierung.....	52
Reformulierung.....	53
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	54

ANSPRACHE »DU« ODER »SIE« 54

SPRACHLEITFADEN ENGLISCH »DE.ENG«..... 55

Ansprechpartnerin	55
-------------------------	----

5. BASELEMENT BILD

Bildsprache	57
Bildmotive und Themen	57
Abbildung von Kunstwerken	57
Technische Informationen	57
Verwendung von Bildern	58
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	59

6. BASELEMENT PAPIER

DIE HAUSPAPIERE..... 61

Extra Plus pure (hochweiß).....	61
Galaxi Supermat.....	62
FSC-Siegel.....	63
PEFC-Prozess	63
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	64
Bestellung von Musterseiten	64

LAYOUT

7. LAYOUT GESCHÄFTSPAPIERE

BRIEFBOGEN FÜR DIE EXTERNE VERWENDUNG 67

Anwendungsbeispiel Briefbogen extern.....	68
---	----

Anwendungsbeispiel Briefbogen extern, Folgeseiten.....	69
Briefbogen für externe Verwendung, Varianten Bildmotive.....	70
Briefbogen extern, Schriftgrößen.....	71
BRIEFBOGEN FÜR DIE INTERNE VERWENDUNG.....	72
Anwendungsbeispiel Briefbogen intern.....	73
Anwendungsbeispiel Briefbogen intern, Folgeseite.....	74
Briefbogen intern, Schriftgrößen.....	75
FAXVORLAGE.....	76
Faxvorlage, Schriftgrößen.....	77
VISITENKARTEN.....	78
Bestellung von Visitenkarten.....	78
Farb- und Motiv-Varianten.....	79
URKUNDEN UND ZEUGNISSE.....	80
Urkunden.....	81
Zeugnisse.....	82
Anwendungsbeispiel Bachelorurkunde.....	83
FORMULARE.....	84
Anwendungsbeispiel Formulare.....	85
KOMPLIMENTKARTEN.....	86
Farbvarianten.....	86
NAMENSSCHILDER.....	87
Anwendungsbeispiel Namensschilder.....	87
Farbvarianten.....	88
STEMPEL.....	89
Anwendungsbeispiel Stempel.....	90
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner.....	91
8. LAYOUT PRINTPRODUKTE	
LAYOUT PRINTPRODUKTE GRUPPE 1:	
DIREKTE STUDIERENDENANSPRACHE.....	94
Infokarte Gruppe 1.....	95
Anwendungsbeispiel Flyer Gruppe 1.....	96
Anwendungsbeispiel Broschüre Gruppe 1.....	97
LAYOUT PRINTPRODUKTE GRUPPE 2:	
IMAGE UND INFORMATION.....	98
Infokarte Gruppe 2.....	99
Flyer Gruppe 2.....	100
Anwendungsbeispiel Broschüren Gruppe 2 / Innenseiten.....	101
Anwendungsbeispiel Broschüre Gruppe 2.....	102
LAYOUT PRINTPRODUKTE GRUPPE 3:	
META-MATERIALIEN.....	103
Anwendungsbeispiel Plakat Gruppe 3.....	104
Anwendungsbeispiel Broschüre »Bauhaus.Journal« Gruppe 3.....	105
IMPRESSUM.....	106
Anwendungsbeispiel Impressum.....	106

URHEBERVERMERK	107
SOCIAL MEDIA	108
Ansprechpartner	108
9. LAYOUT WERBEMITTEL	
WERBEMITTEL	110
MAPPEN UND NOTIZBLÖCKE	112
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	113
10. LAYOUT LEITSYSTEME	
ZIMMERSCHILDER	115
Anwendungshinweise	115
Anwendungsbeispiel Zimmerschild 1 Person	116
Anwendungsbeispiel Zimmerschild 2–3 Personen	117
Anwendungsbeispiel Zimmerschild 4–5 Personen	118
WEGWEISERSCHILDER	119
Anwendungsbeispiel Wegweiserschilder Haus	120
Anwendungsbeispiel Wegweiserschilder Etage	121
GLASTÜRENBESCHRIFTUNG	122
Anwendungsbeispiel Glastürenbeschriftung	122
LAGEPLÄNE	123
Anwendungsbeispiel Lagepläne	124
HINWEISSCHILDER	125
Anwendungsbeispiel Hinweisschilder	126
HAUSSCHILDER	127
Anwendungsbeispiel Hausschilder	128
Bestellung von Hausschildern	129
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	129
11. LAYOUT DIGITALE MEDIEN	
ERSATZSCHRIFT »VERDANA« FÜR DIE ONLINENUTZUNG	131
E-MAILS	132
E-Mail-Signatur	132
E-Mail-Signaturbilder	133
E-Mail-Abwesenheitsnachrichten Deutsch/Englisch	134
POWERPOINT-PRÄSENTATION	135
Präsentation »Informationen zur Bauhaus-Universität Weimar«	135
Vorlage für eine PowerPoint-Präsentation	135
Unbilderte Präsentationsvorlage	136
BANNERWERBUNG	137

HANDBÜCHER FÜR DIGITALE MEDIEN.....	138
Handbuch – Online-Redaktion	138
TYPO3-Handbuch – Grundlagen	138
TYPO3-Handbuch – Erweiterte Funktionen.....	138
TYPO3-Handbuch – Barrierefreiheit.....	138
TYPO3-Handbuch – Gestaltung von Professurwebsites	138
Social Media Guidelines	138
Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner	139

12. HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN

HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN

ALLGEMEINE FRAGEN	141
LOGO.....	142
SCHRIFT	142
PERSONALISIERTE PRODUKTE	143
BILDMATERIAL.....	143
INDEX.....	144
Kontakt	145

BASISELEMENTE

1. BASELEMENT LOGO

LOGO-VARIANTEN

Das Logo setzt sich aus einer farbigen Fläche in einer der sieben Hausfarben und dem Schriftzug »Bauhaus-Universität Weimar« in der Farbe Weiß zusammen. Zur Verfügung stehen jeweils eine 1-zeilige, 2-zeilige oder 3-zeilige Variante. Die Proportionen des Logos sind als Standard definiert und dürfen nicht verändert werden.



3-zeilige Variante



2-zeilige Variante



1-zeilige Variante

Logo-Download
[www.uni-weimar.de/
logo](http://www.uni-weimar.de/logo)

Logo-Varianten 3-zeilig



*Mehr Informationen
zum Thema
»Hausfarben« finden Sie
ab Seite 24.*

*Logo-Download
[www.uni-weimar.de/
logo](http://www.uni-weimar.de/logo)*

Logo-Varianten 2-zeilig

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

Bauhaus-Universität
Weimar

*Mehr Informationen zum
Thema »Hausfarben«
finden Sie ab Seite 24*

*Logo-Download
[www.uni-weimar.de/
logo](http://www.uni-weimar.de/logo)*

Logo-Varianten 1-zeilig

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

Bauhaus-Universität Weimar

*Mehr Informationen zum
Thema »Hausfarben«
finden Sie ab Seite 24.*

*Logo-Download
[www.uni-weimar.de/
logo](http://www.uni-weimar.de/logo)*

Logo-Beispiele für zentrale Einrichtungen oder andere Organisationsteile

Auch die Logos für zentrale Einrichtungen oder Organisationsteile sind fest definiert und dürfen nur in der unten abgebildeten Form verwendet werden. Jeder Einrichtung wird das Logo in den sieben Hausfarben zur Verfügung gestellt. Eine feste Zuordnung der Farben ist nicht erwünscht. Die Farben werden fakultäts- und institutsunabhängig eingesetzt.

Benötigen Sie ein neues Logo für Ihre Einrichtung, wenden Sie sich bitte an die Universitätskommunikation.

Bauhaus-Universität Weimar

Universitätssportzentrum

Bauhaus-Universität Weimar

Sprachenzentrum

Bauhaus-Universität Weimar

Gleichstellungsbeirat

Bauhaus-Universität Weimar

Dezernat Internationale Beziehungen

Bauhaus-Universität Weimar

Institut für Mathematik / Physik

Bauhaus-Universität Weimar

Archiv der Moderne

Bauhaus-Universität Weimar

Dezernat Forschung

Mehr Informationen zum Thema »Hausfarben« finden Sie ab [Seite 24](#).

Logo-Download www.uni-weimar.de/logo

Anwendungsbeispiel Logo zentrale Einrichtungen oder andere Organisationsteile

Die sieben Hausfarben werden unabhängig von einem bestimmten Instituts- oder Fakultätsbezug verwendet. Unten abgebildet finden Sie die Anwendung der möglichen Farben am Beispiel des »Universitätssportzentrums« in deutscher und englischer Variante.

Das Bereichslogo darf aufgrund der besseren Lesbarkeit nicht am linken Rand verwendet werden.

Bauhaus-Universität Weimar

Universitätssportzentrum

Bauhaus-Universität Weimar

University Sports Centre

Bauhaus-Universität Weimar

Universitätssportzentrum

Bauhaus-Universität Weimar

University Sports Centre

Bauhaus-Universität Weimar

Universitätssportzentrum

Bauhaus-Universität Weimar

University Sports Centre

Bauhaus-Universität Weimar

Universitätssportzentrum

Logo-Beispiele für zentrale Einrichtungen oder andere Organisationsteile, Mindestgröße

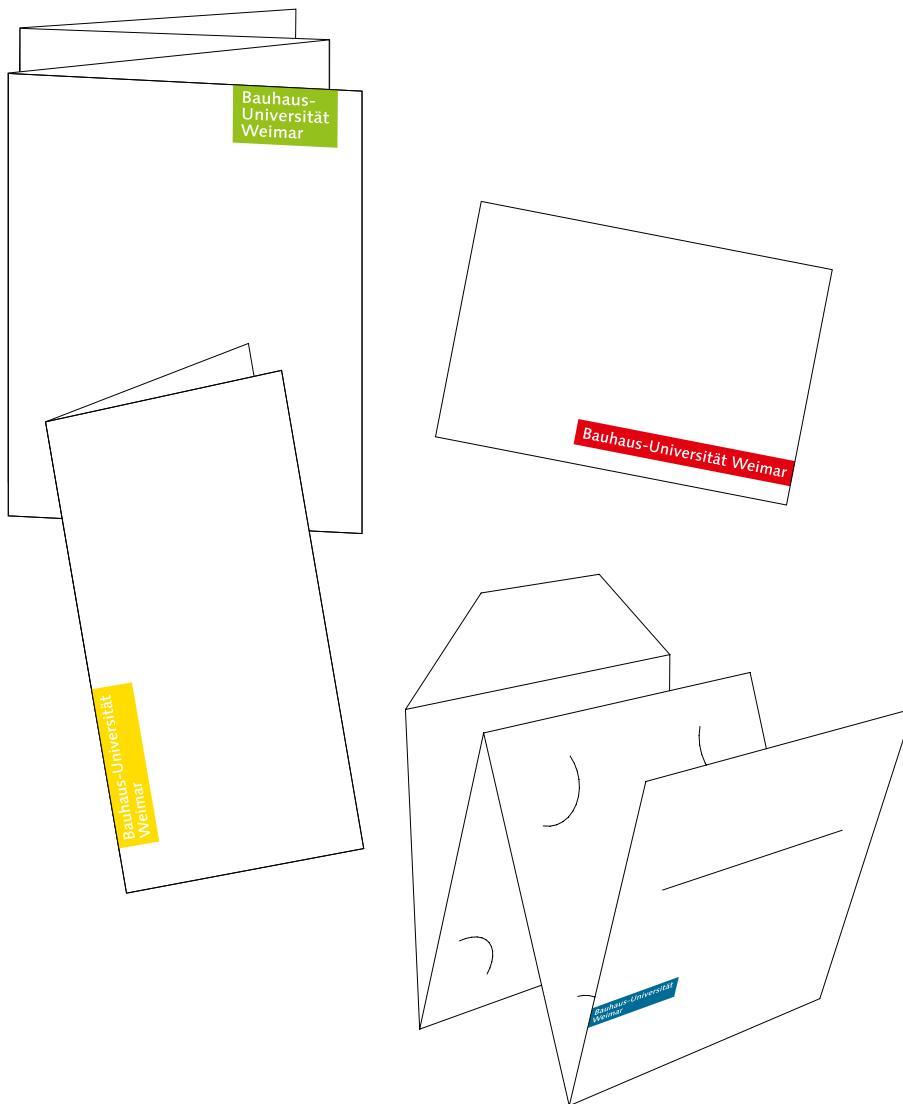
Für die Verwendung von Logos der zentralen Einrichtungen, anderer Organisationsteile und Logos einzelner Fonds ist eine Mindestgröße von 35 mm in der Breite festgelegt. Wenn das Logo in einer kleineren Größe abgebildet werden soll, ist das Logo der Bauhaus-Universität Weimar zu verwenden. Ist kein Logo einer zentralen Einrichtung oder anderer Organisationsteile vorhanden, ist das Logo der Bauhaus-Universität Weimar zu verwenden.

Bauhaus-Universität Weimar
Universitätssportzentrum

Breite 35 mm

Platzierung

Jede Logovariante kann horizontal oder vertikal, möglichst immer mit einer Seite im Anschnitt, platziert werden. Der Abstand zum linken beziehungsweise rechten Rand variiert je nach Format und Raster des Mediums. Innerhalb einer Publikation ist es oft ratsam, durchgängig nur eine Variante des Logos zu verwenden.

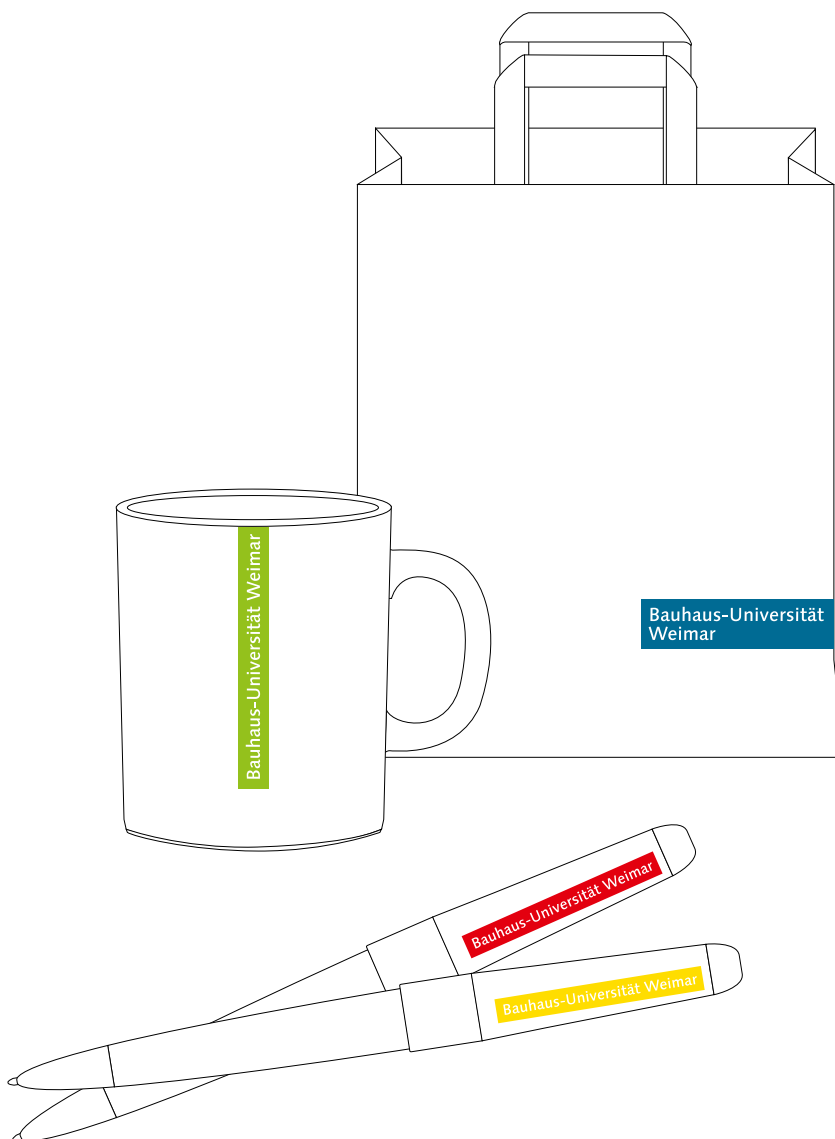


Die Logoplatzierung ist für die personalisierten Geschäftspapiere (Briefbogen, Visitenkarten, Namensschilder) fest definiert. Empfehlungen für individuelle Publikationen finden Sie ab Seite 66.

Mindestgröße

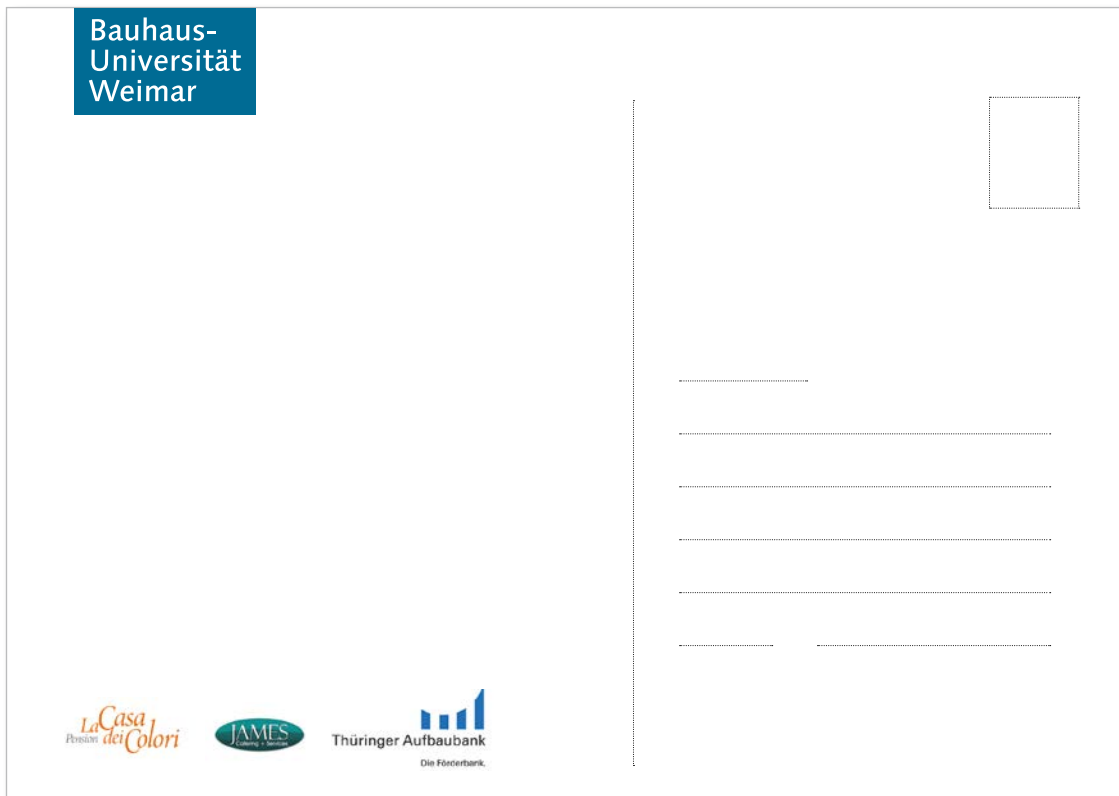
Um zu gewährleisten, dass Produkte der Bauhaus-Universität Weimar klar zuzuordnen sind, muss die Wortbildmarke – je nach Medium – in angemessener Größe abgebildet werden.

Die Mindestgröße des Logos ist abhängig von der Bemaßung, dem jeweiligen Produktionsverfahren und dem Gestaltungsraster des Gesamtformats der Publikation/des Produkts.



Platzierung von Sponsoren- und Partnerlogos

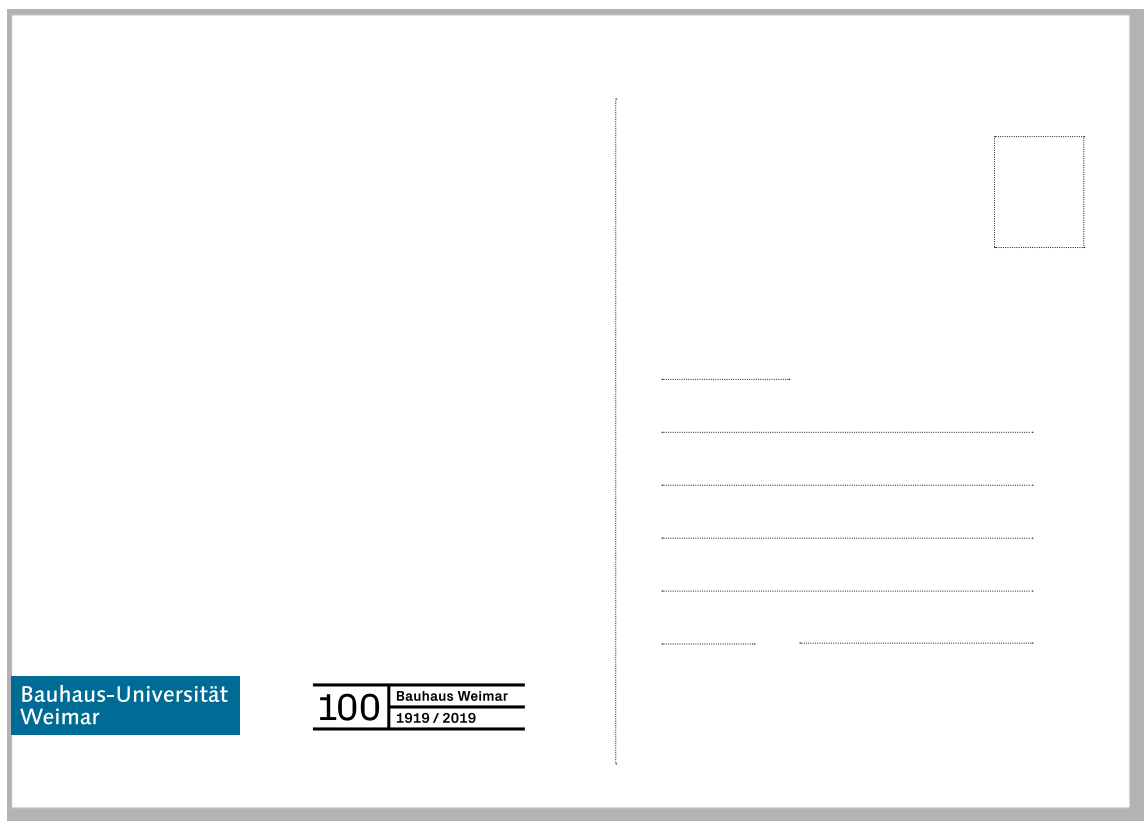
Die Logos von Sponsoren und Partnern sind, je nach Gewichtung, in einem visuellen Verhältnis von ca. 1:3 zum Logo der Bauhaus-Universität Weimar anzulegen, da die Position der Universität als Hauptveranstalter oder Initiator grundsätzlich deutlich betont werden sollte.



Platzierung von Sponsorenlogos am Beispiel einer Postkartenrückseite, Originalgröße

Platzierung von gleichrangigen Logos

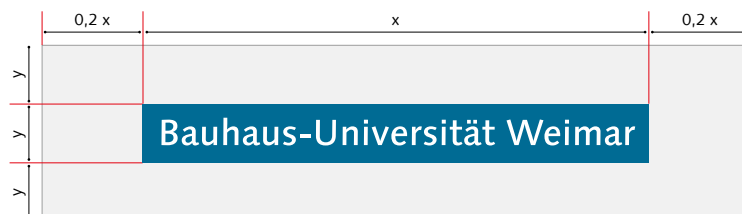
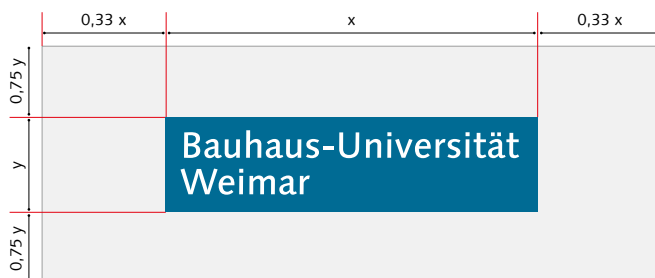
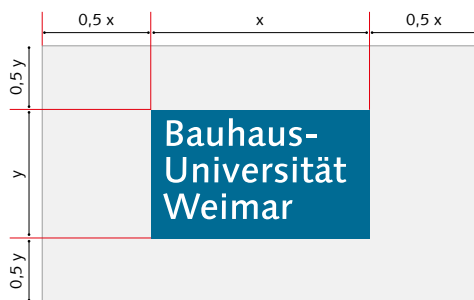
Die Logos von Mitveranstaltern oder gleichgewichteten Partnern werden, unter Berücksichtigung der *Schutzzonen und Mindestabstände (auf Seite 21)*, in einem Verhältnis von 1:1 neben dem Logo der Bauhaus-Universität Weimar platziert, also jeweils gleich groß.



*Platzierung von gleichberechtigten Logos
am Beispiel einer Postkartenrückseite,
Originalgröße*

Schutzzonen und Mindestabstände

Das Logo der Bauhaus-Universität Weimar ist von einer Schutzzone umgeben, in der keine weiteren Grafiken, Texte, Bilder oder Marken positioniert werden dürfen. Deshalb ist bei der Platzierung des Logos darauf zu achten, dass ein ausreichender Mindestabstand zu weiteren Objekten eingehalten wird. Je mehr Raum das Logo umgibt, desto intensiver wird die Marke »Bauhaus-Universität Weimar« betont.



Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Anwendung des Logos wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. (FH) Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

Falls Sie ein Logo für eine zentrale Einrichtung oder andere Angebote der Universität benötigen, kontaktieren Sie bitte:

Dipl.-Ing. (FH) Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Download

Über den folgenden Link können Sie die Logos der Bauhaus-Universität Weimar herunterladen: www.uni-weimar.de/logo

2. BASELEMENT HAUSFARBEN

HAUSFARBEN

Für die Geschäftsausstattung wurden insgesamt sieben Farben aus der Pantone-Farbpalette für gestrichenes Papier (Pantone Coated) ausgewählt. Die Farben in Verbindung mit schwarzem Text verdeutlichen die Vielseitigkeit der Bauhaus-Universität Weimar. Bitte beachten Sie, dass die Farben fakultäts- und institutsunabhängig eingesetzt werden sollen.



Pantone 109 C



Pantone 308 C



Pantone 144 C



Pantone 3135 C



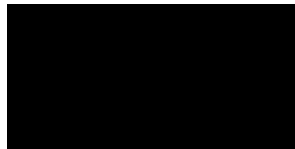
Pantone 1795 C



Pantone 376 C



Pantone 207 C



Pantone Black

Informationen zu den Hausfarben finden Sie auch auf der Website der Universität:
www.uni-weimar.de/hausfarben

Zusatzfarben

Für spezielle Medien oder Anlässe verwendet die Universitätskommunikation einige Zusatzfarben.

Gründungsjubiläum



Pantone 178 C (85%)

Urkunden



Pantone 872 C








Website




pink

Farbwerte für crossmediale Anwendungen

Die Pantone-Farben können auch aus den Druckfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz (CMYK) zusammengesetzt werden. Für Produktionen, bei denen die Verwendung von Pantone-Farbwerten aus finanz- oder produktionstechnischen Gründen nicht möglich ist (4-Farbdruck/Online-Produktionen/Foli-enplots), verwenden Sie bitte stattdessen die unten aufgeführten Farbwerte. Ebenso in der Tabelle finden Sie die Farbwerte für den Einsatz im Internet.

Pantone	Farbfeld	CMYK	RGB	Web	RAL
109C		C 0 M 10 Y 100 K 0	R 255 G 221 B 0	# ffd00	1018
144C		C 0 M 50 Y 100 K 0	R 243 G 145 B 0	# f39100	1007
1795C		C 0 M 100 Y 100 K 0	R 227 G 0 B 15	# e3000f	3028
207C		C 30 M 100 Y 60 K 0	R 183 G 26 B 73	# b71a49	3003
308C		C 90 M 5 Y 0 K 45	R 0 G 107 B 148	# 006b94	5001
3135C		C 100 M 0 Y 30 K 0	R 0 G 155 B 180	# 009bb4	5021
376C		C 50 M 0 Y 100 K 0	R 148 G 193 B 28	# 94c11c	6018

Sollte im Ausnahmefall der Einsatz eines Logos in Schwarz-Weiß erforderlich sein, verwenden Sie bitte folgende Werte:

Pantone	Farbfeld	CMYK	RGB	Web	RAL
Black		C 0 M 0 Y 0 K 100	R 0 G 0 B 0	# 00000	9005

Farbfamilien

Um die Gestaltungsmöglichkeiten für Broschüren, Plakate und Postkarten sowie andere Drucksachen zu erhöhen, wurden zu jeder Hausfarbe vier zusätzliche Farben zugeordnet, die zusammen jeweils eine Farbfamilie bilden.



Pantone 3135 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
3135 C		C 100 M 0 Y 30 K 0
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
7508 C		C 5 M 30 Y 50 K 5
7457 C		C 25 M 0 Y 5 K 0



Pantone 308 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
308 C		C 90 M 5 Y 0 K 45
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
486 C		C 0 M 55 Y 45 K 0
600 C		C 0 M 0 Y 40 K 0



Pantone 376 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
376 C		C 50 M 0 Y 100 K 0
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
505 C		C 45 M 70 Y 45 K 30
9580 C		C 15 M 0 Y 25 K 0



Pantone 109 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
109 C		C 0 M 10 Y 100 K 0
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
7473 C		C 60 M 5 Y 45 K 0
600 C		C 0 M 0 Y 40 K 0



Pantone 144 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
144 C		C 0 M 50 Y 100 K 0
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
9424 C		C 30 M 0 Y 10 K 0
7507 C		C 0 M 15 Y 30 K 0



Pantone 1795 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
1795 C		C 0 M 100 Y 100 K 0
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
622 C		C 25 M 0 Y 20 K 0
9022 C		C 5 M 15 Y 5 K 0



Pantone 207 C

Pantone	Farbfeld	CMYK
207 C		C 30 M 100 Y 60 K 0
5455 C		C 25 M 5 Y 5 K 0
547 C		C 100 M 80 Y 60 K 0
148 C		C 0 M 30 Y 50 K 0
9022 C		C 5 M 15 Y 5 K 0

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Anwendung der Hausfarben wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

3. BASELEMENT SCHRIFT

DIE HAUSSCHRIFT »LINOTYPE SYNTAX COM«

Als durchgängig verwendete Hausschrift ist die Syntax Com eines der prägendsten Elemente des Corporate Design der Bauhaus-Universität Weimar. Sie ist für die Umsetzung von personalisierten Geschäftspapieren und gedruckten Publikationen als verbindlicher Standard definiert.

Die Syntax Com ist eine serifenlose Linear-Antiqua, entworfen von Hans Eduard Meier. Die Schrift wurde in den Jahren 1968 bis 1972 entwickelt; allerdings arbeitete der Schweizer Typograf Meier bereits seit den frühen fünfziger Jahren an dieser Type.

Für die Anwendung dieser Satzschrift stehen 12 aufeinander abgestimmte Schriftschnitte zur Verfügung (*siehe (Seite 31)*).

Für sehr feierliche Anwendungen kann auch die Syntax Serif verwendet werden

Im Bereich digitaler Anwendungen ist die Schriftart Fira Sans festgelegt (*siehe Seite 31*).

Mehr Informationen:
[www.swisstypedesign.ch/
designer/85/](http://www.swisstypedesign.ch/designer/85/)

Informationen zur
Installation der
Hausschrift finden Sie auf
[Seite 38](#).

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Versalien

abcdefghijklmnopkl ABCDEFGHIJ

Minuskeln

Kapitälchen

0123456789 0123456789

Versalziffern

Mediävalziffern

? ! ¢ £ § \$ % & / » « \ α { = }

Auswahl Sonderzeichen

Verfügbare Schnitte der »Linotype Syntax Com«-Schriftenfamilie

Linotype Syntax Com light

Linotype Syntax Com light italic

Linotype Syntax Com regular

Linotype Syntax Com italic

Linotype Syntax Com medium

Linotype Syntax Com medium italic

Linotype Syntax Com bold

Linotype Syntax Com bold italic

Linotype Syntax Com heavy

Linotype Syntax Com heavy italic

Linotype Syntax Com black

Linotype Syntax Com black italic

Alle Schnitte sind auch in der »Linotype Syntax Serif« verfügbar

»Linotype Syntax Com« Größenansichten

6 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

7 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

8 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

9 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

10 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

12 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben

14 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

16 pt OHamburge fonstiv nature Hoffnung Habsburg Oberfoerster
Hornisse Otto amuse sonnentaue tassetee inserat moostauben
monsunregen frage abteigruft nortvone mitgabe turnverein

»Linotype Syntax Com« Größenansichten

24 pt OHamburgefonstiv

36 pt OHamburgefonstiv

48 pt OHamburgefonstiv

60 pt OHamburgefon

72 pt OHamburgef

84 pt OHamburg

»FIRA SANS« FÜR DIE WEBSITE

Auf der Website wird der Free Font »Fira Sans« verwendet. Fira ist eine humanistische, serifenlose Schrift, die von Erik Spiekermann, Ralph du Carrois, Anja Meiners und Botio Nikoltchev entworfen wurde. Sie ist eng verwandt mit der FF Meta von Erik Spiekermann. Ihre 18 Schnitte und der große Zeichensatz mit Textfiguren und Kapitälchen ermöglichen sehr variable Einsatzmöglichkeiten. Fira erfüllt hohe Anforderungen an die Lesbarkeit auf Wiedergabegeräten unterschiedlichster Qualität und Größe.

Mehr Infos:
www.fonts.google.com/specimen/Fira+Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Versalien

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567

Minuskeln

Ziffern

?!£\$%&/»«\α{=}

Auswahl Sonderzeichen

ICON-FONT »BAUHAUS-UNI-ICON«

Dieser Icon-Font wurde für die Website und Drucksachen der Universität entwickelt, um Print und Online stärker zu verschränken.

Beratung zur
 Verwendung
 erhalten Sie bei den
 Mitarbeiterinnen der
 UK:
www.uni-weimar.de/uk



DAS VERSAL-ESZETT

Das Versal-Eszett bezeichnet die Großbuchstabenform des Buchstaben ß (Eszett oder scharfes S).

Sprachen, deren Zeichen auf dem lateinischen Alphabet beruhen, besitzen ein Klein- und Großbuchstabenalphabet. Deshalb sollte das kleine Eszett seiner Funktion entsprechend ausschließlich als Kleinbuchstabe eingesetzt werden und nicht, wie zum Beispiel bisher in behördlichen Dokumenten zur Sicherung der Eindeutigkeit von Eigennamen, auch in der Großschreibweise Verwendung finden.

Bei Sprachen, die ein Klein- und Großbuchstabenalphabet besitzen, ist es ein universelles Prinzip, dass man einen Text wahlweise in gemischter Schreibweise oder in Großbuchstaben setzen kann, ohne den Inhalt anzutasten. Dies funktioniert überall, nur in der deutschen Rechtschreibung in Deutschland und Österreich nicht. Man kann zwar einen Namen wie »Meißner« im Großbuchstabensatz in »MEISSNER« auflösen, aber der umgekehrte Weg bleibt verwehrt, denn es ist nicht mehr ersichtlich, ob es sich bei Herrn »MEISSNER« nun um Herrn »Meißner« oder Herrn »Meissner« handelt.

Außerdem sind Doppel-S und ß aus phonetischer Sicht nicht gleichzusetzen, da sie nach aktueller Rechtschreibung Auskunft über die Länge des Vokals vor dem S-Laut geben. Das Wort »Spaß« müsste daher in seiner Großschreibweise »SPASS« anders ausgesprochen werden.

In der Folge hat sich die Bauhaus-Universität Weimar dazu entschieden, diesen neuen Buchstaben zu nutzen.

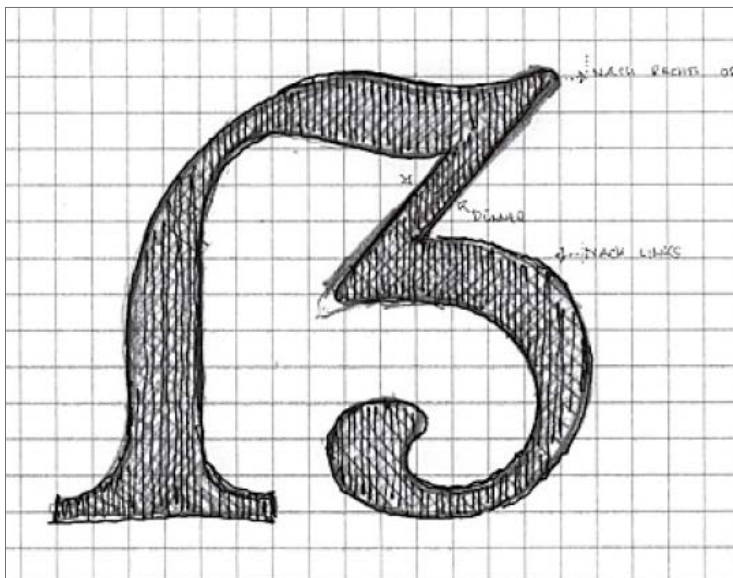
Weitere Informationen
zum Versal-Eszett finden
Sie auf
www.versaleszett.de
und
www.signographie.de

ß

Kleinbuchstaben
-Eszett

ß

Versal
-Eszett



Syntax Light Versal-ß

Syntax Light Italic Versal-ß

Syntax Regular Versal-ß

Syntax Italic Versal-ß

Syntax Medium Versal-ß

Syntax Medium Italic Versal-ß

Syntax Bold Versal-ß

Syntax Bold Italic Versal-ß

Syntax Heavy Versal-ß

Syntax Heavy Italic Versal-ß

Syntax Black Versal-ß

Syntax Black Italic Versal-ß

Die Dateien
(Schriftschnitte) heißen:

eszett-Light.ttf
eszett-LightIt.ttf
eszett-Regular.ttf
eszett-Italic.ttf
eszett-Medium.ttf
eszett-MediumIt.ttf
eszett-Bold.ttf
eszett-BoldIt.ttf
eszett-Black.ttf
eszett-BlackIt.ttf
eszett-Heavy.ttf
eszett-HeavyIt.ttf

Anwendung des Versal-Eszetts

Das Versal-Eszett wird dann angewendet, wenn ein Wort mit Eszett in Großbuchstaben geschrieben wird, zum Beispiel in Formularen, in Überschriften, auf Produktverpackungen oder Plakaten.

Hier achten Sie bitte darauf, das Versal-Eszett zu verwenden. Hierfür steht ein Eszett-Zeichen für jeden der 12 Schnitte der »Syntax« bereit. Noch sind diese Zeichen jeweils eine separate Datei, sie müssen deshalb wie ein zusätzlicher Font installiert und benutzt werden.

richtig	STRAßE
	STRAẞE
falsch	STRABE
nicht empfohlen	STRASSE
richtig	GROßBRAND
	GROẞBRAND
falsch	GROBBRAND
nicht empfohlen	GROSSBRAND

Wenn Sie das Versal-ß verwenden wollen, wenden Sie sich bitte an die Universitätskommunikation, Kontakt auf [\(Seite 49\)](#).

So richten Sie sich Ihr Dokument ein:

*Adobe InDesign
Legen Sie sich ein Zeichenformat an, wählen Sie als Schrift »Eszett ...« aus, wählen Sie die Namensergänzung anhand des Schriftschnitts aus, den Sie gerade verwenden (regular, bold, etc.).*

*Word
Legen Sie sich auch hier eine neue Formatvorlage an und definieren Sie sie als Zeichenformatvorlage. Auch hier können Sie einfach die Schrift und den Schnitt auswählen, so wie der eigentliche Text angelegt wurde.*

TECHNISCHE INFORMATIONEN

Die Linotype Syntax Com ist eine OpenType-Schrift. Die Bezeichnung »Com« besagt, dass sie auch für die internationale Kommunikation geeignet ist. Das bedeutet, dass auch Sonderzeichen für andere Sprachen in der Schrift enthalten sind. OpenType heißt auch, dass die Schrift auf Rechnern mit unterschiedlichen Betriebssystemen eingesetzt werden kann.

Was ist OpenType?

OpenType ist ein von Adobe und Microsoft in den 90er Jahren gemeinsam entwickeltes Font-Format. Die ersten Spezifikationen wurden 1997 veröffentlicht, die ersten OpenType-Fonts kamen 2000 auf den Markt. Heute werden die meisten neuen Fonts in OpenType veröffentlicht. Dieses Format kann daher als Industriestandard betrachtet werden.

OpenType unterstützt Unicode™, was zur Folge hat, dass OpenType-Fonts umfangreiche Zeichensätze enthalten können: Ein OpenType-Font kann über 65.000 Zeichen enthalten!

Unicode bedeutet auch, dass wesentlich mehr Sprachen unterstützt werden können. OpenType-Fonts benötigen keine getrennten Fonts für verschiedene Sprachengruppen (Western Roman, CE, Baltic, etc.), stattdessen sind sie alle in ein und demselben Font eingebunden. Außer den Zeichen für westeuropäische Sprachen (ISO Latin 1, usw.) mit deren Akzenten gehören zu diesen Fonts häufig Zeichen für zentral- und osteuropäische Sprachen sowie kyrillische und griechische Zeichen. Dank OpenType kann jeder Benutzer auch mit komplexeren typografischen und sprachspezifischen Besonderheiten arbeiten. Dazu gehören bei OpenType-Fonts häufig zahlreiche spezielle Zeichen wie z. B. Ligaturen, Titel und Schwungbuchstaben, Mediävalziffern, Kapitälchen, Brüche und historische Zeichen. In der Vergangenheit mussten die so genannten Experten-Zeichensätze in eigenen Font-Dateien abgelegt werden. Der Satz mit erweiterten typografischen Besonderheiten gestaltete sich damit sehr mühsam.

Installation

Die Linotype Syntax Com ist auf jedem Arbeitsrechner installiert. Sollte dies nicht der Fall sein oder nur eine ältere Version (zum Beispiel die LT Syntax OSF oder LT Syntax) vorhanden sein, wenden Sie sich bitte an den IT-Beauftragten Ihrer Fakultät oder, wenn Sie im Gewährleistungsbereich arbeiten, das SCC.

Bitte fragen Sie Ihren IT-Verantwortlichen, wenn die Hausschrift noch nicht auf Ihrem Computer installiert sein sollte.
www.uni-weimar.de/it-ansprechpartner

ANSPRECHPERSONEN UND IT-VERANTWORTLICHE MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Betreuer Bereich	verantwortlich	Telefon	E-Mail
Fakultät Architektur und Urbanistik			
Mitarbeiter	Christian Möhwald	58 31 07	christian.moehwald@uni-weimar.de
Pools	Jens Knüpfer	58 42 08	jens.knuepfer@uni-weimar.de
Fakultät Bauingenieurwesen			
	Jens Gebert	58 48 88	support@bauing.uni-weimar.de
	Martin Zimmer	58 42 94	support@bauing.uni-weimar.de
Fakultät Gestaltung			
MacPool, CIP-Pool, Sekretariat	Thomas Filter	58 32 35	thomas.filter@uni-weimar.de
Videostudio	Andrea Carra	58 32 22	andrea.carra@uni-weimar.de
CNC Pool	Thomas Patze	58 34 82	thomas.patze@uni-weimar.de
Fotostudio	Andreas Oberthür	58 33 98	andreas.oberthuer@uni-weimar.de
Petzi-Pool	Helge Oder	58 33 89	helge.oder@uni-weimar.de
Fakultät Medien			
	Christiane Aßmann	58 36 14	admin@medien.uni-weimar.de
	André Bernhardt	58 36 14	admin@medien.uni-weimar.de
Verwaltung			
	Stefan Dembski	58 24 16	stefan.dembski@uni-weimar.de
Universitätsbibliothek			
	Ekkehard Becker	58 28 67	ekkehard.becker@uni-weimar.de
	Heidi Traeger	58 28 66	heidi.traeger@uni-weimar.de
	Heike Lapp	58 28 73	heike.lapp@uni-weimar.de

SCHRIFTGRÖßEN UND LESBARKEIT

Im Printbereich misst man die Schriftgrößen in Punkt (1 pt sind 0,3527 mm). Im Web gibt man die Schriftgröße in Pixel an oder verwendet relative Maßeinheiten.

Schriftgrößen Print

Für gute Lesbarkeit von Texten müssen Schriftgröße, Zeilenabstand und die Verwendung von Schriftschnitten genau aufeinander abgestimmt werden. In der Praxis haben sich bestimmte Größen und Abstände bewährt:

- > Überschriften: 12 bis 48 pt
- > Fließtext: 8 bis 12 pt
- > Bildunterschriften, Fußnoten: 6 bis 8 pt

Zeilenabstand

Der Zeilenabstand wird von Grundlinie zu Grundlinie gemessen. Er beeinflusst die Lesbarkeit und den Grauwert eines Textes und bestimmt zusammen mit der Zeilenlänge den Lesekomfort eines Textes. Er beträgt mindestens 120 Prozent der Schriftgröße. Bei einer Schriftgröße von 10 pt sind das 12 pt Zeilenabstand. Bei schwer verständlichen Texten empfiehlt sich ein Zeilenabstand von 130 Prozent.

empfohlen

Als durchgängig verwendete Hausschrift ist die Linotype Syntax Com eines der prägendsten Elemente des Corporate Designs der Bauhaus-Universität Weimar. Sie ist für die Umsetzung von personali-

Schriftgröße 10 pt, Zeilenabstand 12 pt

empfohlen (besser lesbar)

sierten Geschäftspapieren und gedruckten Publikationen als verbindlicher Standard definiert. Die Syntax Com ist eine serifenlose Linear-Antiqua, entworfen von Hans Eduard Meier.

Schriftgröße 10 pt, Zeilenabstand 13 pt

nicht empfohlen (zu eng, schlecht lesbar)

Die Schrift wurde in den Jahren 1968 bis 1972 entwickelt; allerdings arbeitete der Schweizer Typograf Meier bereits seit den frühen fünfziger Jahren an dieser Type.

Schriftgröße 10 pt, Zeilenabstand 11 pt

Auszeichnungen im Text

Um einen Text besser lesbar zu machen, ist es manchmal sinnvoll, bestimmte Inhalte hervorzuheben. Das kann in Form von der Anwendung verschiedener Schriftschnitte wie bold und italic passieren.

Weitere Schriftschnitte unserer Hausschrift finden Sie auf [\(Seite 31\)](#).

Als durchgängig verwendete **Haus-schrift** ist die **Linotype Syntax Com** eines der prägendsten Elemente des **Corporate Designs** der Bauhaus-Universität Weimar. Sie ist für die Umsetzung von personalisierten Geschäftspapieren und gedruckten Publikationen als verbindlicher Standard definiert.

Die *Syntax Com* ist eine serifenlose Linear-Antiqua, entworfen von *Hans Eduard Meier*. Die Schrift wurde in den Jahren 1968 bis 1972 entwickelt; allerdings arbeitete der Schweizer Typograf Meier bereits seit den frühen fünfziger Jahren an dieser Type.

Hervorhebung mit Schriftschnitt Linotype Syntax Com bold

Hervorhebung mit Schriftschnitt Linotype Syntax Com Medium italic

Eine Hervorhebung der Schrift kann auch in Kombination Schriftschnitte und Hausfarben passieren. Allerdings sollte hier immer die Lesbarkeit überprüft werden. Das Beispiel rechts verliert durch den helleren Grauwert des Grüns an Lesbarkeit.

empfohlen

Als durchgängig verwendete **Haus-schrift** ist die Linotype Syntax Com eines der prägendsten Elemente des Corporate Designs der Bauhaus-Universität Weimar. Sie ist für die Umsetzung von personalisierten Geschäftspapieren und gedruckten Publikationen als verbindlicher Standard definiert.

Hervorhebung mit Linotype Syntax Com bold und Pantone 308

nicht empfohlen

Die Syntax Com ist eine **serifenlose Linear-Antiqua**, entworfen von Hans Eduard Meier. Die Schrift wurde in den Jahren 1968 bis 1972 entwickelt; allerdings arbeitete der Schweizer Typograf Meier bereits seit den frühen fünfziger Jahren an dieser Type.

Hervorhebung mit der Hausfarbe Pantone 376 C

TYPOGRAFISCHE RICHTLINIEN DEUTSCH

Innerhalb des Corporate Designs der Bauhaus-Universität Weimar wurden mikrotypografische Schreibweisen festgelegt, um ein einheitliches Satz- und Wortbild innerhalb des öffentlichen Auftritts der Universität zu erzeugen.

Die hier als falsch ausgezeichneten Schreibweisen, wie beispielsweise die Verwendung von Versalziffern, **sind** in der allgemeinen deutschen Detailtypografie **nicht grundsätzlich falsch**, sondern **finden nur innerhalb des Corporate Designs der Universität keine Anwendung**. Allgemein richten Sie sich bitte nach der Neuen Deutschen Rechtschreibung. www.neue-rechtschreibung.de

Trennstriche

Benutzen Sie als Gedankenstrich anstatt des normalen Bindestrichs/Minuszeichens (-) einen Halbgeviertstrich (–).

Beispiel **Mit Füllfederhalter zu schreiben – das sage
nicht nur ich – sieht immer edler aus.**

Der Halbgeviertstrich wird auch als »Streckenstrich« verwendet.

richtig **Weimar–Berlin**

falsch Weimar-Berlin

Der Halbgeviertstrich wird auch als »Bis-Strich« verwendet.

richtig **Montag–Donnerstag**

falsch Montag - Donnerstag

richtig **1996–1999**

falsch 1996 - 1999

Tastaturbefehl

Mac

– =  + 

PC

– =  + 0150

Zahlen bitte auf dem Ziffernblock der Tastatur eingeben. Bei einem Laptop müssen Sie den Ziffernblock über die »Num«-Taste einschalten.

Anführungszeichen

Für die Publikationen der Bauhaus-Universität Weimar werden ausschließlich französische Anführungszeichen («...»; Guillemets) mit Spitzen nach innen verwendet.

- empfohlen** »richtig«
- nicht empfohlen** „nicht falsch, aber nicht empfohlen“
- falsch** “falsch”
- falsch** "falsch"

Apostroph

Apostrophe sind Auslassungszeichen und haben immer die Form einer kleinen hochstehenden »9«, niemals und in keiner Verwendung die Form einer kleinen »6«. Sie dürfen auch nicht mit dem ASCII-Strichlein »'« gesetzt werden.

- richtig** Rem Koolhaas' Neubau
- falsch** Rem Koolhaas' Neubau
- falsch** Rem Koolhaas` Neubau

Tastaturbefehle

Mac

» = 

« = 

PC

» = 

« = 

(Ziffernblock)

Apostroph

Mac

' = 

PC

' = 

(Ziffernblock)

Tastaturbefehle im Überblick

Zeichen	Mac	PC (Ziffernblock)
»	Alt + Shift + Q	Alt + 0187
«	Alt + Q	Alt + 0171
'	Shift + #	Alt + 0146
–	Alt + -	Alt + 0150

Zahlen im Fließtext: Mediävalziffern

Benutzen Sie bitte im Fließtext Mediävalziffern. Diese besitzen wie Kleinbuchstaben Ober- und Unterlängen sowie variable, der Zeichenform angepasste Dicken (Breiten der Zahl). Im Gegensatz dazu verwenden Sie innerhalb von Tabellen die speziell dafür vorgesehenen Mediävalziffern für Tabellen.

empfohlen Im Januar **2054** wurden **24.300** Euro an Fördergeldern vergeben.

nicht empfohlen Im Januar **2054** wurden **24.300** Euro an Fördergeldern vergeben.

Telefon- und Faxnummern

Verwenden Sie bei der Angabe von Telefonnummern proportionale Mediävalziffern. Beachten Sie auch die Trennungen und Leerräume zwischen den einzelnen Ziffern.

richtig Telefon **+49 (0) 36 43 / 158 145 166**
Telefax **+49 (0) 36 43 / 58 56 77**

falsch Tel. **03643/585677**
Fax **03643/585 677**

Mediävalziffern können Sie in Ihrem Dokument so einrichten:

- Microsoft Word*
Formatvorlage ändern
 > Schriftart
 > Erweitert
 > Erweiterte Typografie
 > Zahlenzeichen
 > Mediäval auswählen

- Adobe InDesign*
Formatvorlage bearbeiten
 > OpenType-Funktionen
 > Zahlenformat
 > Proportionale Mediävalziffern auswählen

■ = Leerzeichen
 | = Achtelgeviert

Tastaturbefehl
 Achtelgeviert
 (nur bei Adobe InDesign)

Mac



PC



Datumsangabe in Fließtexten

richtig Die Veranstaltung beginnt am **18. Juli 2013.**

nicht empfohlen Die Veranstaltung beginnt am **18.7.2013.**

falsch Die Veranstaltung beginnt am **18.07.13.**

Nach einem »von/vom« folgt grundsätzlich ein »bis«.

richtig Die Tagung findet vom **15. bis 18.** Juli 2010 statt.

falsch Die Tagung findet vom **15. - 18.** Juli 2010 statt.

richtig Walter Gropius lebte **von 1844 bis 1865.**

falsch Walter Gropius lebte **von 1844 – 1865.**

Datumsangaben in Überschriften, auf Plakaten oder in Aufzählungen

richtig Ausstellung **23.07.–1.09.**

richtig Ausstellung **23. Juli–1. September**

falsch Ausstellung **23.07. - 01.09.**

Zeitangabe

richtig Die Veranstaltung beginnt um **18 Uhr**.

falsch Die Veranstaltung beginnt um **18:00 Uhr**.

Zeiträume im Fließtext

richtig Das Konzert findet von **18 bis 19 Uhr** statt.

richtig Das Konzert findet von **18.30 bis 19.00 Uhr** statt.

falsch Das Konzert findet von **18:00-19:00 Uhr** statt.

Zeiträume in Überschriften, auf Plakaten oder in Aufzählungen

richtig Konzert **18–19 Uhr**

richtig Konzert **18.30–19.00 Uhr**

falsch Konzert **18.00 bis 19.00 Uhr**

Name der Universität

Der Titel »Bauhaus-Universität Weimar« ist ein Wort-Bild-Marke und ein Eigenname, der nicht abgekürzt oder in andere Sprachen übersetzt werden darf.

richtig **Bauhaus-Universität Weimar**

falsch Bauhaus University Weimar

falsch BUW

TYPOGRAFISCHE RICHTLINIEN ENGLISCH

Wie bereits beschrieben, wurden innerhalb des Corporate Designs der Bauhaus-Universität Weimar mikrotypografische Schreibweisen festgelegt, um ein einheitliches Satz- und Wortbild der Universität zu erzeugen.

Die hier als falsch ausgezeichneten Schreibweisen sind in der allgemeinen englischen Detailtypografie nicht grundsätzlich falsch, sondern finden nur innerhalb des Corporate Designs der Universität keine Anwendung. Für die Bauhaus-Universität Weimar verwenden Sie bitte die **britisch-englische Schreibweise**, nicht die amerikanisch-englische.

Anführungszeichen

Für die englischsprachigen Publikationen der Bauhaus-Universität Weimar sollen, wie im Deutschen, die französischen Anführungszeichen («...»; Guillemets) mit Spitzen nach innen verwendet werden. Das Gleiche gilt für mehrsprachige Texte.

richtig	»richtig«
nicht empfohlen	„falsch“
falsch	“falsch”

Zahlenangaben

Sobald eine Zahl vier oder mehr Stellen hat, werden im Englischen je drei Stellen von rechts durch ein Komma abgeteilt. Die Kommastelle wird mit einem Punkt getrennt.

richtig	56,389.53 Euro
falsch	56.389,53 Euro

Mehr Informationen zur Verwendung von Mediävalziffern finden Sie auf Seite 44.

Datumsangabe in Fließtexten

Bitte verwenden Sie auch im englischsprachigen Fließtext Mediävalziffern und schreiben Sie den Monat aus.

richtig We met on **14th June, 2013.**

falsch We met on **14/12/2013.**

richtig The conference takes place from **13th to 14th June, 2013.**

falsch The conference takes place **13 – 14 June, 2013.**

richtig Walter Gropius lived from **1844 to 1865.**

falsch Walter Gropius lived **from 1844 - 1865.**

Datumsangaben in Überschriften, auf Plakaten oder in Aufzählungen

richtig Exhibition **23.07.–1.09.**

richtig Exhibition **23. July–1. September**

richtig Date of Birth **14/12/1980**

falsch Exhibition **23.07. - 01.09.**

Zeitangaben

richtig The meeting starts at **18.00.**

richtig The meeting starts at **6 p.m.**

richtig Walter Gropius lived **1883–1969.**

falsch The meeting starts **from 18.00.**

Name der Universität

Wie bereits erwähnt, ist der Titel »Bauhaus-Universität Weimar« eine Wort-Bild-Marke und ein Eigenname, der nicht abgekürzt oder in andere Sprachen übersetzt werden darf.

richtig **Bauhaus-Universität Weimar**

falsch Bauhaus University Weimar

falsch BUW

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Verwendung der Hausschrift wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

Bei technischen Problemen oder Fragen zur Installation der Hausschrift wenden Sie sich bitte an die zuständigen IT-Verantwortlichen. Eine Auflistung der entsprechenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden Sie auf [Seite 39](#).

4. BASELEMENT SPRACHE

GENDER-SPRACHLEITFADEN

(Erarbeitet vom Gleichstellungsbüro der Bauhaus-Universität Weimar)

[www.uni-weimar.de/
gleichstellung](http://www.uni-weimar.de/gleichstellung)

Sprache gemeinsam verändern: neue Realitäten erschaffen

Sprache beschreibt nicht nur, Sprache erschafft auch Wirklichkeiten. Sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern trägt maßgeblich zur Gleichstellung bei. Geschlechtergerechtes Schreiben und Sprechen ist eine Frage der Gewohnheit, aber auch ein Beitrag zu einer besseren und gerechteren Zukunft für alle. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele, die Ihnen zeigen, wie man geschlechtersensibel formulieren kann.

Auch die Bildauswahl, die zur Verdeutlichung oder zur Veranschaulichung verwendet wird, ist oft nicht ausgewogen und repräsentiert häufig nur ein Geschlecht. Visuelle Repräsentationen erschaffen Identifikationen und damit auch Wirklichkeiten. Versuchen Sie, in Ihren Lehrmaterialien und Darstellung Ihrer Forschungsergebnisse Repräsentationen beider Geschlechter zu verwenden.

Es bieten sich drei Wege an, um sprachliche Geschlechtergerechtigkeit zu erreichen: Benennung beider Geschlechter

Die Benennung beider Geschlechter ist konkret und persönlich und stellt sicher, dass sich die Benannten angesprochen (z. B. bei der Ansprache, Briefanrede) oder repräsentiert fühlen (z. B. bei journalistischen und berichtenden Texten).

Die vollständige Paarform wird von der Bauhaus-Universität Weimar empfohlen:

- > Liebe Studentinnen und Studenten ...
- > Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieser Veranstaltung ...
- > Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser Universität ...
- > Alle Professorinnen und Professoren der Fakultät ...

Kurzformen werden von der Bauhaus-Universität Weimar nicht empfohlen:

- > Splitting: Mitarbeiter/innen, der Autor/die Autorin,
- > ein/e Student/in, der/die Dekan(in)
- > Binnen-I: MitarbeiterInnen
- > Gender-Gap: Mitarbeiter_innen
- > Sternchen: Mitarbeiter*innen

Geschlechtlich neutrale Formulierung

Wenn es unpersönlicher, unkonkreter und neutral sein soll, gibt es viele Varianten, um nicht das generische Maskulinum oder auch Femininum zu gebrauchen:

- | | |
|----------------|---|
| nicht | Teilnehmer, Mitarbeiter, Studenten, Interessenten etc. |
| sondern | teilnehmende Personen/Teilnehmende, Mitarbeitende, Studierende, Interessierte, Angestellte, Beschäftigte, Assistierende, Lehrende, Unterrichtende, Dozierende, Promovierende, Referierende, Forschende, die Lehrperson, die Lehrkraft, die Leitung, Kandidierende, Ansprechperson, das Rektorat, das Dekanat, das Personal. |
| nicht | Der/die Student/in, der/die die Prüfung ablegt ... |
| sondern | Wer die Prüfung ablegt ... |
| nicht | Gesucht wird jemand, der sich sozial engagiert. |
| sondern | Gesucht wird jemand mit sozialem Engagement. |
| nicht | leserfreundlich, benutzerfreundlich |
| sondern | lesefreundlich, benutzungsfreundlich |
| nicht | Teilnehmerliste |
| sondern | Liste der Teilnehmenden |
| nicht | Mitarbeitergespräch |
| sondern | Qualifikations-/Beratungsgespräch |

Reformulierung

Viele Sätze werden durch die Benennung beider Geschlechter zu lang oder zu umständlich. In diesen Fällen hilft umformulieren.

nicht Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind berechtigt, die Software zu benutzen.

sondern Die Teilnahme am Seminar berechtigt zur Benutzung der Software.

nicht Studentinnen und Studenten müssen folgende Hinweise beachten.

sondern Folgende Hinweise sind zu beachten.

nicht Die Präsidentin oder der Präsident und ihre Stellvertreterin bzw. ihr Stellvertreter oder seine Stellvertreterin bzw. sein Stellvertreter werden auf zwei Jahre gewählt.

sondern Die Präsidentin oder der Präsident wird auf zwei Jahre gewählt. Das Gleiche gilt für die Stellvertreterin oder den Stellvertreter.

Sensibilität für Geschlechtergerechtigkeit bei bildlichen Darstellungen

Bildliche Repräsentationen erschaffen Identifikationen und damit auch Wirklichkeiten. Die Bildauswahl, die zur Verdeutlichung oder zur Veranschaulichung verwendet wird, kann geschlechtliche Ungerechtigkeiten manifestieren. Versuchen Sie, in Ihren Flyern, Lehrmaterialien etc. Repräsentationen beider Geschlechter zu verwenden und stereotype Darstellungen zu vermeiden.

Nicht empfohlen: Die Generalklausel

Die Generalklausel ist ein dem Text vorangestellter Vermerk, dass bei den verwendeten männlichen oder weiblichen Formen das jeweils andere Geschlecht mitgemeint sei. Das widerspricht dem Grundgedanken der Gleichbehandlung und daher der Idee von geschlechtergerechter Kommunikation. Die Verwendung von Generalklauseln wird von der Universität daher nicht empfohlen.

Zu empfehlen: Der Gender-Check

Bei der Gestaltung von Text und Bild sollte von Anfang an das Konzept der geschlechtergerechten Kommunikation präsent sein, um das nachträglich immer schwierige und oft unbefriedigende Umgestalten zu vermeiden. Allerdings bleibt auch die bestgemeinte Absicht nicht vom (unbewussten) Gewohnheitseffekt verschont. Ein anschließendes Lektorat mit bewusstem »Gender-Check« sollte daher zum Standard gehören.

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Anwendung des genderneutralen Sprachleitfadens wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen des Gleichstellungsbüros:

Gleichstellungsbüro der Bauhaus-Universität Weimar
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Gleichstellungsbeauftragte
Ricarda Löser, Ph.D.
Amalienstraße 13, Raum 303
99423 Weimar

Telefon +49 (0) 36 43/58 42 40
Telefax +49 (0) 36 43/58 42 45
E-Mail: ricarda.loeser@uni-weimar.de

Referentin für Gleichstellung
Dr. Miriam Benteler
Amalienstraße 13, 2. OG
99423 Weimar

miriam.benteler@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 42 43
Telefax +49 (0) 36 43/58 42 45

www.uni-weimar.de/gleichstellung

ANSPRACHE »DU« ODER »SIE«

Bei der Kommunikation nach außen wird grundsätzlich das »Sie« verwendet. In Einzelfällen, beispielsweise bei kleineren, gezielten Werbemaßnahmen, die Schüler oder ähnliche Zielgruppen ansprechen sollen, sind Ausnahmen möglich.

SPRACHLEITFADEN ENGLISCH »DE.ENG«

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Inhalte und Ideen mit Worten auszudrücken und zu umschreiben. Regeln und Normen für eine solche Kommunikation variieren, ändern sich und entwickeln sich über Jahrzehnte und Ländergrenzen hinweg.

Um zu garantieren, dass die Bauhaus-Universität Weimar über ein konsistentes Erscheinungsbild in der internationalen Kommunikation verfügt, stellen wir Ihnen ein kleines Handbuch zur Verfügung. Es gilt als Referenzinstrument für die Standardisierung von Begriffen, Abkürzungen, Rechtschreib- und Zeichensetzungsregeln an der Universität. Das Handbuch sollte nicht als Lehrinstrument verstanden werden. Es dient vielmehr als Hilfsmittel, um einen stimmigen Ausdruck in der internen und externen Hochschulkommunikation (Website, Print- und Online-Publikationen) zu etablieren.

Um einen einheitlichen englischsprachigen Sprachstil zu gewährleisten, sollte der English-Guide der Bauhaus-Universität Weimar in Kombination mit »DE.ENG« genutzt werden. Beide Instrumente unterstützen die fortschreitende Internationalisierung an der Bauhaus-Universität Weimar und sollen helfen, diese voranzutreiben.

Sprachleitfaden zur Verwendung des Englischen an der Bauhaus-Universität Weimar: »DE.ENG«
www.uni-weimar.de/glossar

Den English-Guide finden Sie unter:
www.uni-weimar.de/handbuecher-und-leitfaeden

Ansprechpartnerin

Bei Fragen zur Anwendung des englischen Sprachleitfadens wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterin:

Universitätskommunikation / Sprachenzentrum
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Kathryn Arsenault
kathryn.arsenault@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43 / 58 11 63

5. BASELEMENT BILD

Bildsprache

Die Bildsprache der Bauhaus-Universität Weimar zeichnet sich durch eine klare Formensprache, authentische Motive und Wiedergabe einer realistischen Lichtsituation (zum Beispiel Tageslicht) aus. Weichzeichner oder andere Effektfiler, die eine stark emotionalisiert verklärende Wirkung erzeugen, sollen nicht angewandt werden.

Bildmotive und Themen

Die verwendeten Fotografien sollen die offene und motivierende Atmosphäre innerhalb der Universität kommunizieren und somit einen positiven Eindruck beim Betrachter erzeugen. Die Bildinhalte sollten authentisch wirken und im Umfeld der Universität angesiedelt sein; zum Beispiel Studierende in Werkstätten bei fachspezifischen Tätigkeiten. Bei der Auswahl der Modelle ist zu beachten, dass die Altersanmutung entsprechend der Zielgruppe (zum Beispiel Schülerinnen und Schüler, Studienanfängerinnen und -anfänger, Studierende und Alumni) gewählt wird. Der Blick der fotografierten Person ist dem Betrachter tendenziell zugewandt.

Download von Bildern
[www.uni-weimar.de/
bilderservice](http://www.uni-weimar.de/bilderservice)

Abbildung von Kunstwerken

Wenn Sie Fotos verwenden wollen, auf denen Kunstwerke abgebildet sind, müssen Sie diese Verwendung bei der **Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst** anmelden. Die VG Bild-Kunst vertritt die Urheberrechte der Bildurheber in Deutschland.

www.bildkunst.de

Technische Informationen

Bitte beachten Sie grundsätzlich eine Auflösung von 300 dpi im Zusammenspiel mit ausreichenden Pixel-Werten. Bei der Verwendung von Bildern für Online-Medien sind 72 dpi ausreichend. Die Bildgrößen und -formate sollten im Voraus, entsprechend dem Endformat des/der Mediums/Publication, geplant werden.

Verwendung von Bildern

Unser Bildarchiv umfasst eine Auswahl von Imagebildern, die Sie für Print- und digitale Medien einsetzen können. Wenn Sie Fotos oder Bildmaterial von Personen, Gebäuden oder Veranstaltungen der Bauhaus-Universität Weimar benötigen, steht Ihnen online eine Auswahl zur Verfügung. Andere Motive können Sie per E-Mail unter presse@uni-weimar.de oder telefonisch unter +49 (0) 36 43/58 11 71 erfragen.

In Zukunft soll das Bildarchiv der Universitätskommunikation online durchsuchbar sein.



Bildeditionen-Download
[www.uni-weimar.de/
bilderservice](http://www.uni-weimar.de/bilderservice)

Beachten Sie, dass bei der Verwendung von Bildmaterial der Bauhaus-Universität Weimar diese im Bildnachweis als Rechteinhaberin angegeben werden muss.

Beispiel:
© Bauhaus-Universität Weimar,
Fotograf/Fotografin: [Name des Fotografen oder der Fotografin]



© Bauhaus-Universität Weimar, Fotograf: Jens Hauspurg

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Medienvertreterinnen und -vertreter wenden sich bei Bildanfragen bitte gezielt an:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Claudia Weinreich, M.A.
Pressesprecherin
presse@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 73
Telefax 0 36 43/58 11 72

Marvin Hamann, M.A.
Mitarbeiter Medienarbeit
presse@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 80
Telefax 0 36 43/58 11 72

Als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter der Universität wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

6. BASELEMENT PAPIER

DIE HAUSPAPIERE

Der visuelle und haptische Eindruck eines durchgängig eingesetzten Hauspapiers unterstützt den positiven Gesamteindruck des Corporate Designs.

Für die Produktion der Geschäftsausstattung (Briefbogen, Visitenkarte, Urkunden u.ä.) wird die Papiersorte **Extra Plus pure** von Lake Paper, vertreten durch Igepa Deutschland, verwendet.

Für die Produktion von Werbemitteln (Broschüren, Flyer, Postkarten, Plakate, Bücher u.ä.) wird **Galaxi Supermat** von Sappi, vertreten durch Papier Union, verwendet.

Extra Plus pure (hochweiß)

Extra Plus pure ist ein hochfeines, superglattes Ausstattungspapier. Die hochfeine Oberfläche verleiht den Druckerzeugnissen ein natürliches Papiergefühl und ermöglicht eine erstklassige Bildwiedergabe. Dank seiner besonderen Eigenschaften, wie das hohe Volumen, die hohe Steifheit und Glätte, eignet sich das Papier besonders für Druckerzeugnisse, bei denen besonderer Wert auf die Haptik gelegt wird. Für ein optimales Druckergebnis wird ein Druckraster von 70 lpi empfohlen.

- > acht unterschiedliche Papiergewichte von 90 bis 350 g/m²
- > Inkjet- und Laser geeignet (90, 100, 115 g/m²)
- > DL, C5 und C4 Umschläge mit blickdichtem Innendruck mit und ohne Fenster
- > 100 % holzfreier Zellstoff
- > chlorfreie Zellulose
- > alterungsbeständig, pH-neutral
- > FSC-zertifiziert

Flächengewicht g/m ²	90	100	115	135	160	200	250	350
Opazität %	85–96	86–96	88–96	93–98	94–100	98–100	97–100	99–100
Dicke µm	90–100	100–115	115–135	135–160	155–190	245–290	195–235	340–400
Volumen	1,0–1,15	1,0–1,15	1,0–1,15	1,0–1,15	1,0–1,15	1,0–1,15	1,0–1,15	1,0–1,15
Weiß CIE	115–120	115–120	115–120	115–120	115–120	115–120	115–120	115–120
Beschreibbarkeit Tinte	ja	ja	ja	ja	ja	ja	ja	nein

Galaxi Supermat

Galaxi Supermat ist ein doppelt matt gestrichenes, holzfreies Bilderdruck-Papier mit überdurchschnittlichem Volumen und höchster Weiße. Seine reflexionsfreie Oberfläche ist die matteste seiner Klasse, garantiert optimale, matte Abbildungsqualität und eignet sich daher für alle Arten hochwertiger, mehrfarbiger Drucksachen mit hohem Text- und Bildanteil.

- > neun unterschiedliche Papiergewichte von 90 bis 300 g/m²
- > holzfrei
- > beidseitig matt vollgestrichen
- > PEFC-zertifiziert
- > für Buch-, Offset- und Siebdruck geeignet
- > Drucklackierung, Laminierung, Kaschierung, Prägedruck und Folienprägung sind möglich
- > Rillen, Falzen und Stanzen möglich
- > für Fadenheftung und Klebebindung geeignet

Flächengewicht g/m ²	90	100	115	135	150	170	200	250	300
Opazität %	91	93	94	96	97	98	99	99	99
Volumen	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90	0,90	0,94
Weiße CIE	127	127	127	127	127	127	127	127	127
Helligkeit	100	100	100	100	100	100	100	99	99
Glätte PPS, µm	2,3	2,3	2,3	2,3	2,0	2,0	2,0	1,6	1,8

FSC-Siegel

Im Bereich der Frischfaserpapiere etabliert sich derzeit das FSC-Siegel international als Standard, das alljährlich von unabhängigen Gutachtern überprüft wird. Dieses von allen wichtigen Umweltverbänden anerkannte und geförderte Zertifizierungsverfahren leistet dank der strengen Kontrolle ökologischer Kriterien bei der Waldbewirtschaftung einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Wälder. Daneben sehen diese vom »Forest Stewardship Council« festgelegten Standards vor, dass das soziale und ökonomische Wohlergehen der im Wald Beschäftigten und der lokalen Bevölkerung langfristig erhalten und vergrößert werden soll. Naturschutz geht somit Hand in Hand mit Maßnahmen zur Armutsbekämpfung.

Die Kriterien werden unter Berücksichtigung nationaler Besonderheiten auf der Basis von zehn Prinzipien auf jedes Land individuell angepasst. Beim Kauf von FSC-Produkten bleibt dabei immer gewährleistet, dass im Zuge der Waldbewirtschaftung weder Menschen ausgebeutet, noch Tiere und Pflanzen gefährdet wurden. Sie unterstützen also aktiv den Erhalt unserer Umwelt, auch für folgende Generationen. FSC ist ein Musterbeispiel für die nachhaltige Nutzung unserer Ressourcen – sozial, ökonomisch und ökologisch ausgewogen. Der »Forest Stewardship Council« ist eine gemeinnützige, weltweit tätige Organisation und wurde 1993, ein Jahr nach der UN-Umweltkonferenz in Rio de Janeiro, gegründet, um den Raubbau an unseren Wäldern zu verringern. Weltweit erfüllten Ende 2006 bereits über 85 Mio. Hektar Wald die FSC-Kriterien für eine nachhaltige Forstwirtschaft.

Der PEFC-Prozess wurde 1998 von skandinavischen, französischen, österreichischen und deutschen Waldbesitzern zusammen mit Vertretern der Holzwirtschaft initiiert. Das PEFC bildet den internationalen Rahmen zur Anerkennung nationaler Zertifizierungssysteme und -initiativen.

PEFC-Prozess

Die Zertifizierung basiert auf den Kriterien, die auf den Ministerkonferenzen zum Schutz der Wälder in Europa von 37 Nationen verabschiedet wurden. Die nachhaltige Waldbewirtschaftung im Hinblick auf ökonomische, ökologische sowie soziale Standards ist vorrangiges Ziel des PEFC.

Aufgrund des regionalen Ansatzes können auch kleinere Familienforstbetriebe an der Zertifizierung teilnehmen, ohne sich kostenaufwändigen und bürokratischen Prozessen unterziehen zu müssen. Auch hier wird Kunden und Handelspartnern durch unabhängige Gutachter garantiert, dass die Wälder nach hohen Standards bewirtschaftet werden. Aufgrund der Anerkennung anderer forstlicher Zertifizierungssysteme, vorausgesetzt sie sind ebenfalls glaubwürdig, freiwillig und transparent, konnten bis Februar 2008 weltweit bereits 204 Mio. Hektar Waldfläche nach PEFC zertifiziert werden.

Produkte mit dem FSC- und dem PEFC-Siegel durchlaufen vom Wald bis zum Endverbraucher mehrere Stationen und damit verbunden mehrere Eigentumsverhältnisse. Entscheidend ist, dass alle Verarbeitungs- und Handelsbetriebe innerhalb der Produktkette zertifiziert sind. Mit Hilfe dieser »Chain of Custody« kann lückenlos rückverfolgt werden, dass Erzeugnisse mit FSC- und PEFC-Label garantiert aus einem zertifizierten und verantwortungsvoll bewirtschafteten Forstbetrieb stammen.

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Verwendung des Hauspapiers wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation, oder direkt an Ihre Druckerei.

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

Bestellung von Musterseiten

Igepa Papiergroßhandel GmbH
Stammhaus Queis
Igepa-Ring 1
06188 Landberg/OT Queis
Telefon +49 (0) 3 46 02/61 - 6
www.igepagroup.com

Papier Union Zentrale
Warburgstraße 28
20354 Hamburg
Tel. +49 (0) 40/411 75 - 0
www.papierunion.de

LAYOUT

7. LAYOUT GESCHÄFTSPAPIERE

BRIEFBOGEN FÜR DIE EXTERNE VERWENDUNG

Für den Briefverkehr nach außen werden in Offsetdruck erzeugte Briefbögen verwendet, auf denen sich ein Motiv unserer Bildedition und der Schriftzug »Bauhaus-Universität Weimar« befinden. Alle weiteren Informationen wie Adresse und Briefftext werden individuell hinzugefügt und später mit auf den Briefbogen gedruckt. Auf der Website der Universität finden Sie digitale Briefvorlagen, in denen Schrift, Größe und Position der Texte bereits entsprechend des Corporate Designs definiert sind. Damit Ihr Name und Ihr Bereich/Funktion auch auf den Folgeseiten des Briefes vorhanden sind, sind diese Informationen in der Kopfzeile hinterlegt.

Sollten Sie mehrseitige Dokumente versenden, erscheinen auf dem Zweitbogen nur Name und Postanschrift des Absendenden im oberen Textfeld der Informationsleiste. Briefbögenvordrucke werden im Online-Lager Kreller vorgehalten und können über Ihr zuständiges Sekretariat bestellt werden. Bitte beachten Sie, dass für diese Briefbögen das Hauspapier *Extra Plus pure* verwendet wird und Sie deshalb für die Folgeseiten auch dieses Papier verwenden. Es kann ebenfalls über das Online-Lager bestellt werden.

Die Vorlagen für Geschäftsunterlagen finden Sie im Internet unter:

[www.uni-weimar.de/
briefboegen-und-
faxvorlagen](http://www.uni-weimar.de/briefboegen-und-faxvorlagen)

Die DIN 5008 formuliert Empfehlungen für die Gestaltung von Geschäftspapieren. Grundsätzliche Maße, wie zum Beispiel die der Faltschlitze, werden auch hier verwendet, viele andere nicht.



Anwendungsbeispiel Briefbogen extern

26. November 2012

Maria Mustermann
Musterstraße 12
98989 Musterstadt

**Dr.-Ing.
Max Mustermann**
Fakultät Architektur
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Briefbogen Musteransicht

Sehr geehrte Frau Mustermann,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui.

Mit freundlichen Grüßen

Max Mustermann



Geschwister-Scholl-Straße 8
99423 Weimar

Postanschrift
99421 Weimar
Deutschland

Telefon
+49 (0) 36 43/58 00 00

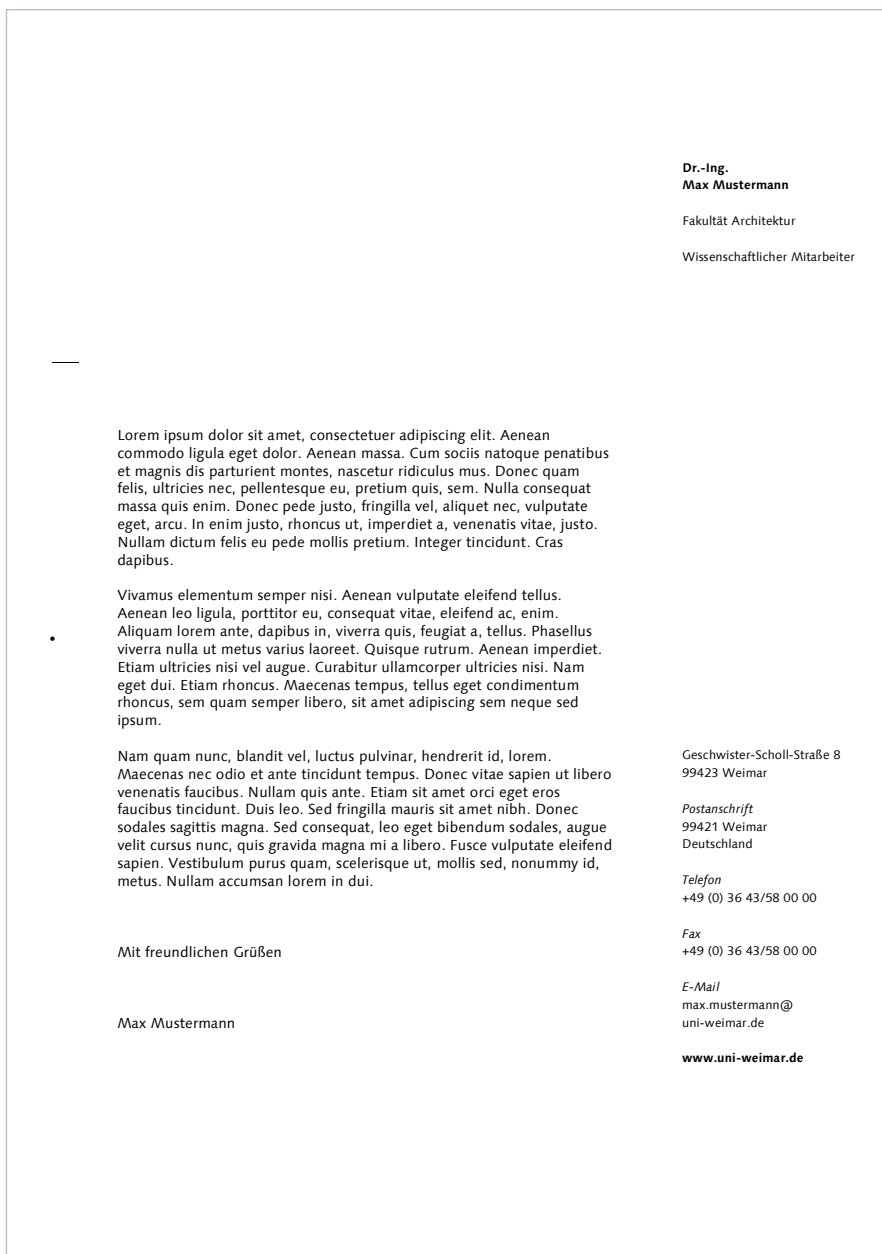
Fax
+49 (0) 36 43/58 00 00

E-Mail
max.mustermann@
uni-weimar.de

www.uni-weimar.de

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

Anwendungsbeispiel Briefbogen extern, Folgeseiten



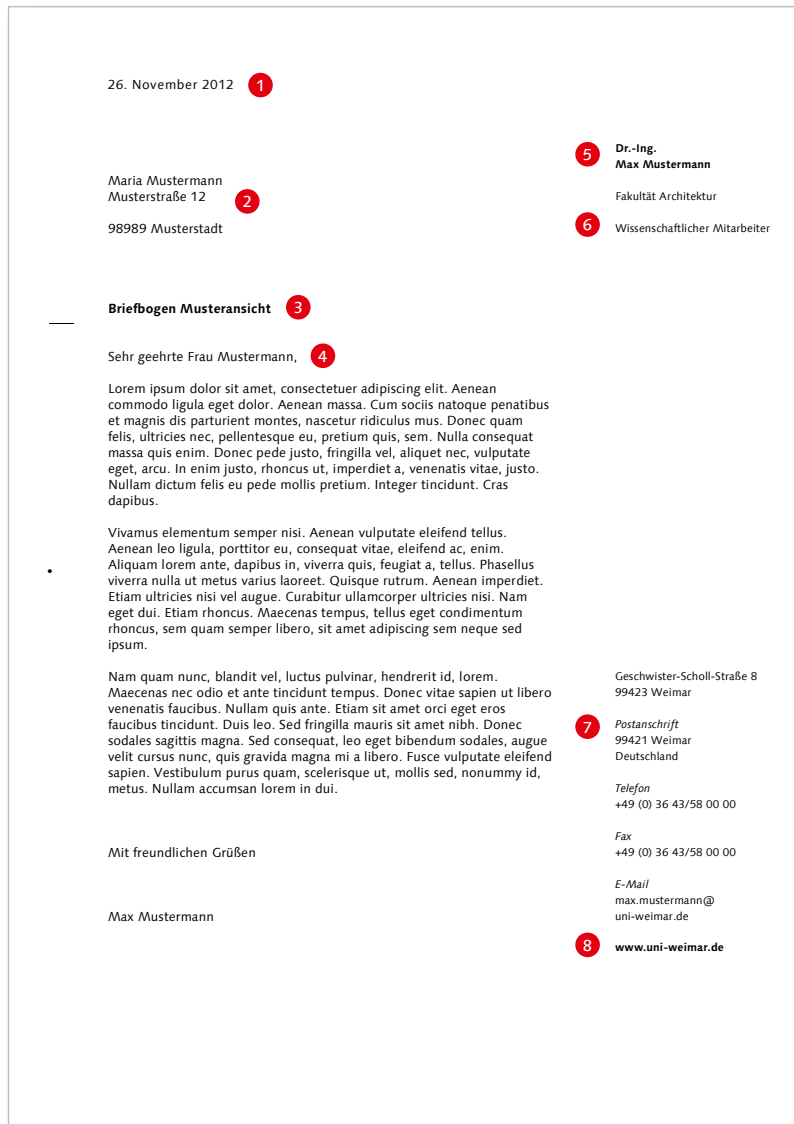
verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

Briefbogen für externe Verwendung, Varianten Bildmotive

Es wird jeweils ein Bildmotiv der aktuellen Bildedition der Bauhaus-Universität Weimar in Verbindung mit dem zweizeiligen Schriftzug verwendet. Die Bildmotive können nicht frei gewählt werden, sondern werden per Zufallsprinzip verteilt. Es werden jedes Jahr verschiedene Bildmotive gedruckt.

**Motiv zum 100. Gründungsjubiläum (2019)**

Briefbogen extern, Schriftgrößen



1 Datum
2 Adresse
4 Brieftext
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 12 pt

3 Betreff
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 12 pt

5 Titel, Absender
8 Webadresse
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt

6 Personenangaben
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt

7 Hervorhebungen in den
Personenangaben
Linotype Syntax Com
Italic
Schriftgröße 8,5 pt

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

BRIEFBOGEN FÜR DIE INTERNE VERWENDUNG

Der interne Briefbogen wird nur zur Kommunikation innerhalb der Universität verwendet. Er stellt eine vereinfachte Version des externen Briefbogens dar – für die interne Kommunikation kann auf Bildmotiv und Schriftzug verzichtet werden.

Alle Gestaltungselemente des internen Briefbogens sind ebenfalls im Internet als Vorlage vorhanden und können auf beliebiges Papier gedruckt werden.



*Die Vorlagen für
Geschäftsunterlagen
finden Sie im Internet
unter:
[www.uni-weimar.
de/briefboegen-und-
faxvorlagen](http://www.uni-weimar.de/briefboegen-und-faxvorlagen)*

Anwendungsbeispiel Briefbogen intern

Bauhaus-Universität Weimar

Intern

Fakultät Medien
Maria Mustermann
Bauhausstraße 11
99423 Weimar

26. November 2012

Briefbogen Musteransicht

Sehr geehrte Frau Mustermann,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

- Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui.

Mit freundlichen Grüßen

Max Mustermann

**Dr.-Ing.
Max Mustermann**

Fakultät Architektur
Wissenschaftlicher Mitarbeiter

Geschwister-Scholl-Straße 8
99423 Weimar

Postanschrift
99421 Weimar
Deutschland

Telefon
+49 (0) 36 43/58 00 00

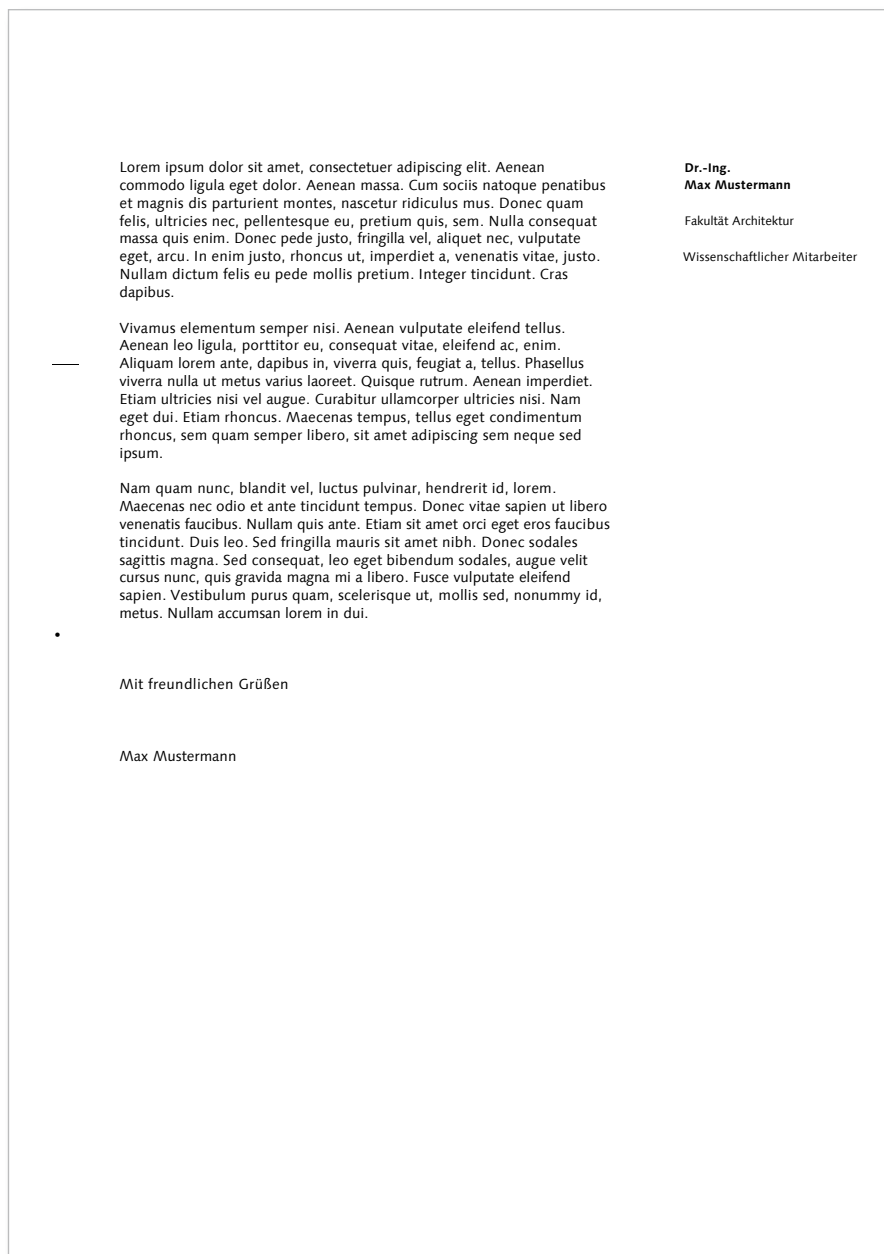
Fax
+49 (0) 36 43/58 00 00

E-Mail
max.mustermann@
uni-weimar.de

www.uni-weimar.de

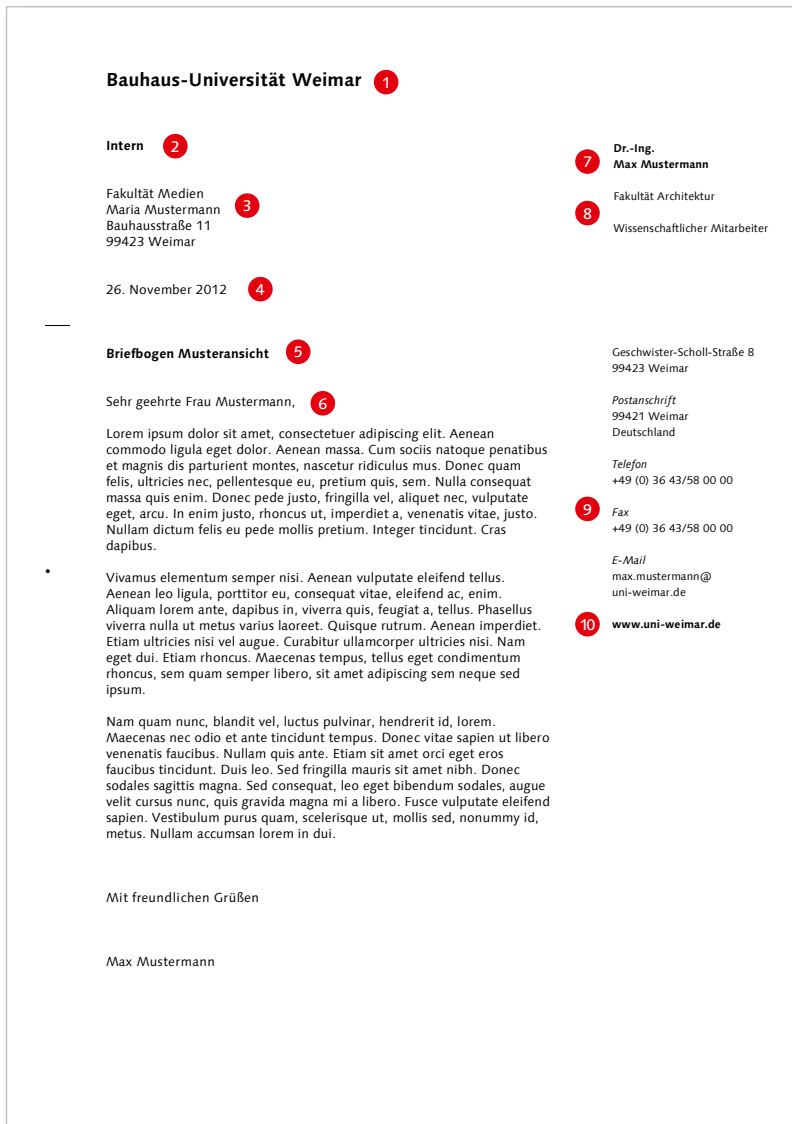
verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

Anwendungsbeispiel Briefbogen intern, Folgeside



verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

Briefbogen intern, Schriftgrößen



1 Schriftzug
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 14 pt

2 Titel Vorlage
5 Betreff
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 12 pt

3 Adresse
4 Datum
6 Brieftext
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 12 pt

7 Titel, Absender
10 Webadresse
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt

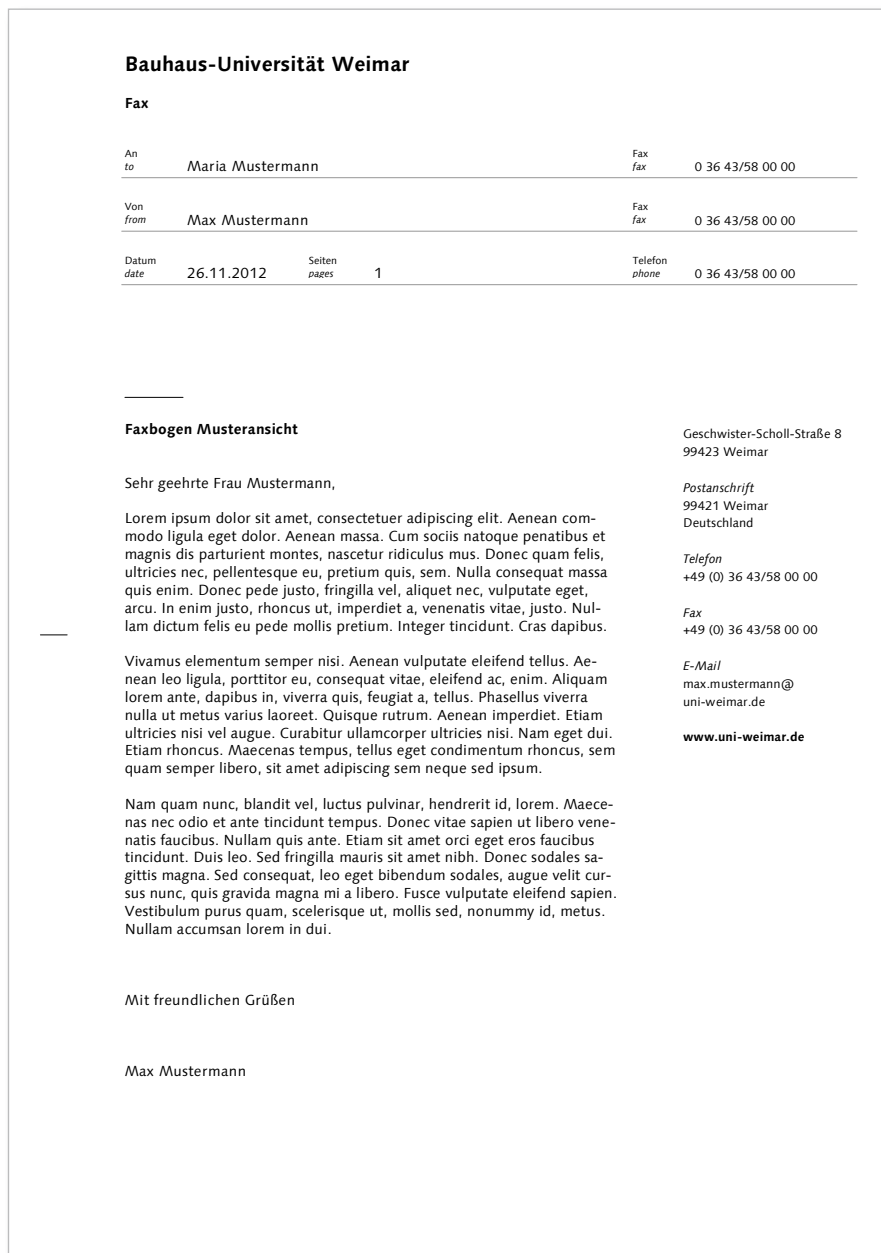
8 Personenangaben
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt

9 Hervorhebungen in den Personenangaben
Linotype Syntax Com
Italic
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

FAXVORLAGE

Im Gegensatz zur Qualität von Offset-Druck oder der Ausgabe mit Office-Druckern ist die Auflösung von Faxgeräten sehr gering und auf Farbwiedergabe kann verzichtet werden. Deshalb wird auf dem Faxbogen im Gegensatz zum Briefbogen extern anstatt des Logos plus Motiv nur die Wortmarke »Bauhaus-Universität Weimar« in 100% schwarz verwendet. Die entsprechende Vorlage können Sie ebenfalls auf der Website der Bauhaus-Universität Weimar herunterladen.



Die Vorlagen für Geschäftsunterlagen finden Sie im Internet unter:
www.uni-weimar.de/briefboegen-und-faxvorlagen

verkleinerte Abbildung (Originalgröße A4)

Faxvorlage, Schriftgrößen

Bauhaus-Universität Weimar 1

Fax 2

An to	3 Maria Mustermann 4	Fax fax	0 36 43/58 00 00
Von from	Max Mustermann	Fax fax	0 36 43/58 00 00
Datum date	26.11.2012	Seiten pages	1
		Telefon phone	0 36 43/58 00 00

Faxbogen Musteransicht 5

Sehr geehrte Frau Mustermann, 6

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus.

Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum.

Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui.

Mit freundlichen Grüßen

Max Mustermann

7 Geschwister-Scholl-Straße 8
99423 Weimar

Postanschrift
99421 Weimar
Deutschland

8 Telefon
+49 (0) 36 43/58 00 00

Fax
+49 (0) 36 43/58 00 00

E-Mail
max.mustermann@uni-weimar.de

9 www.uni-weimar.de

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

- 1 **Schriftzug**
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 14 pt
- 2 **Titel Vorlage**
- 5 **Betreff**
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 12 pt
- 3 **Formularfragen dt./eng.**
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 7 pt
Zeilenabstand 8,5 pt
- 4 **Formularantworten**
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 18 pt
- 6 **Faxtext**
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 10 pt
Zeilenabstand 12 pt
- 7 **Adressangaben**
Linotype Syntax Com
Regular
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt
- 8 **Hervorhebungen in den Adressangaben**
Linotype Syntax Com
Italic
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt
- 9 **Webadresse**
Linotype Syntax Com
Bold
Schriftgröße 8,5 pt
Zeilenabstand 12 pt

VISITENKARTEN

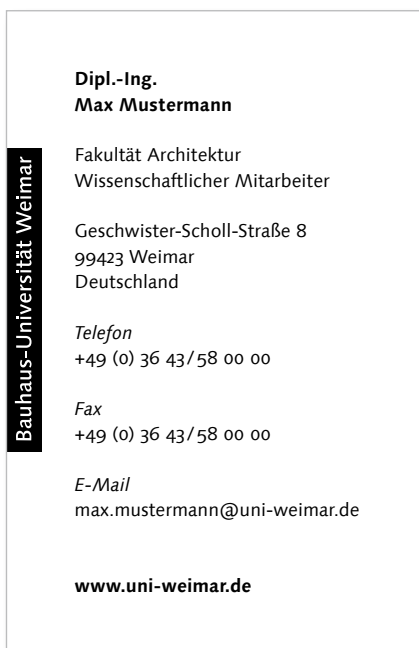
Die Visitenkarte der Bauhaus-Universität Weimar zeigt auf der einen Seite ein Bildmotiv der aktuellen Bildedition mit farbigem Logo und auf der anderen Seite Informationen mit den Daten der jeweiligen Mitarbeiterin oder des Mitarbeiters.

Der Aufbau der Visitenkarten ist durch das Corporate Design festgelegt. Bildmotive und Farbe können frei gewählt werden.

Bestellung von Visitenkarten

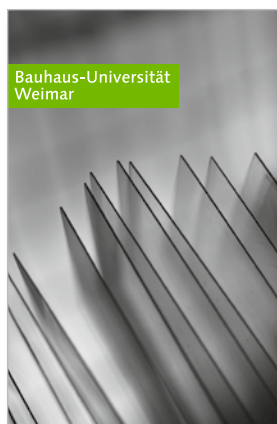
Für den Druck der Visitenkarten werden vier Termine pro Jahr angeboten. Den nächsten Drucktermin können Sie über Ihr zuständiges Sekretariat erfragen oder auf der Website der Universität über den nebenstehenden Link eruieren. Die Karten können in Staffellungen von 100 Stück sowie in den Standardsprachen Deutsch und Englisch bestellt werden. Auf Wunsch sind auch andere Sprachen möglich.

Bitte bestellen Sie Ihre persönlichen Visitenkarten über:
www.uni-weimar.de/visitenkarten



Originalgröße

Farb- und Motiv-Varianten



*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 55 × 85 mm)*

*Motiv zum
100. Gründungsjubiläum
(2019)*

URKUNDEN UND ZEUGNISSE

Urkunden, Zeugnisse und Zertifikate der Bauhaus-Universität Weimar sind mit einem fälschungssicheren Muster im Offset vorgedruckt. Sie können anschließend mit fast jedem Drucker individuell bedruckt werden.

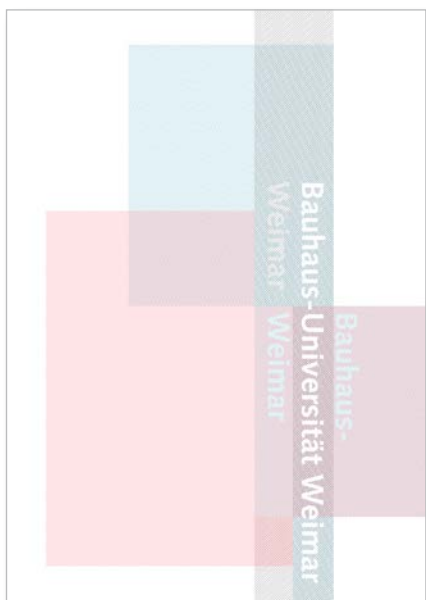
Die Vordrucke erhalten Sie über den Bürohandel Kreller.

Urkunden werden in den Hausfarben Pantone 1795, Pantone 308 und schwarz, Zeugnisse und Zertifikate in den Hausfarben 109, Pantone 308 und schwarz gedruckt.

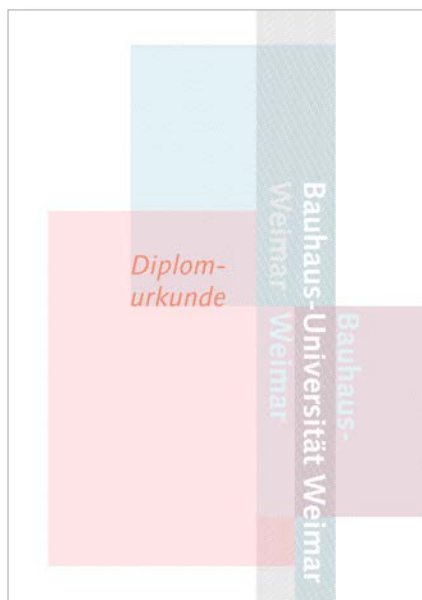


Bitte bestellen Sie die Vorlagenpapiere für Urkunden und Zeugnisse über Ihr zuständiges Sekretariat.

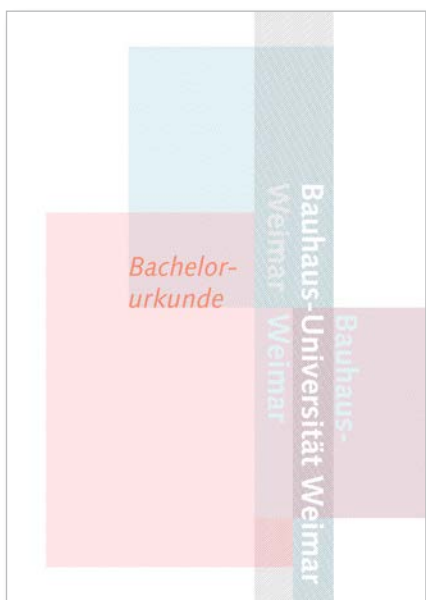
Urkunden



Urkunde blanko A4



Diplomurkunde A4



Bachelorurkunde A4



Masterurkunde A4

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

Zeugnisse



Zeugnis blanko A4



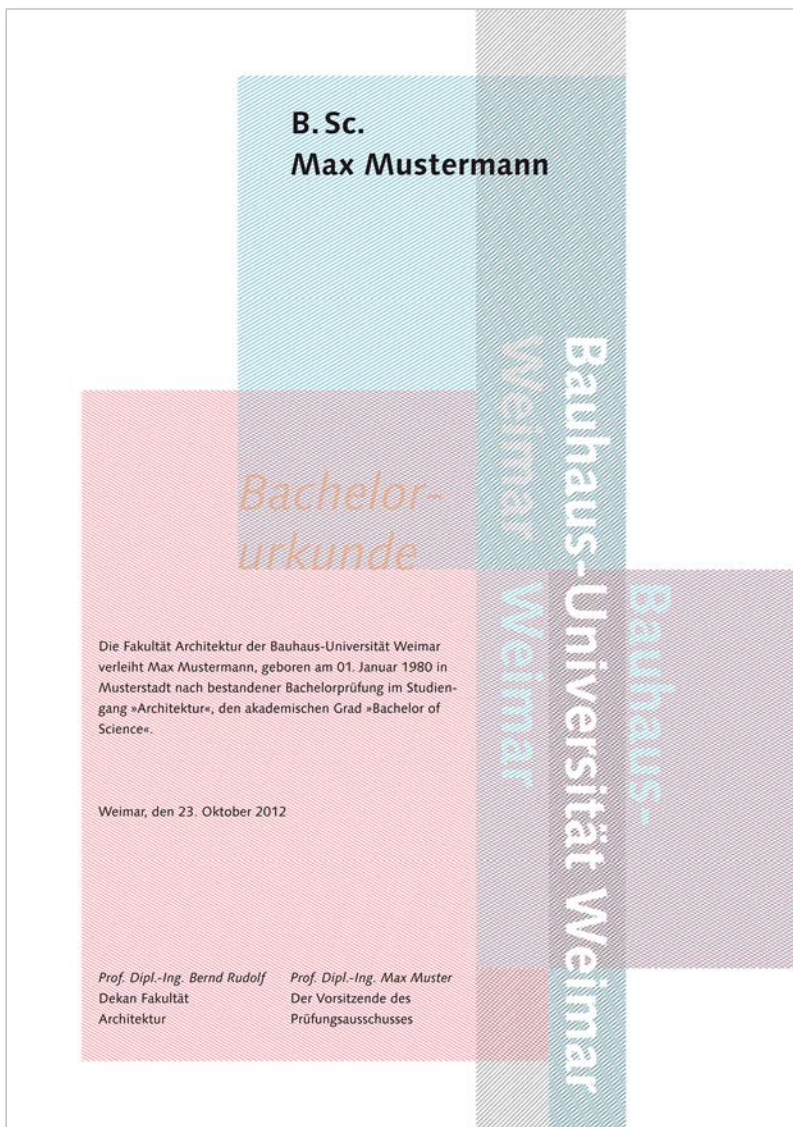
Zeugnis/Certificate A4, 4-seitig

*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4 oben
A4, 4-seitig unten)*

Anwendungsbeispiel Bachelorurkunde

Auf den folgenden Seiten finden Sie Satz- und Gestaltungsrichtlinien für die Erstellung von Urkunden. Bitte beachten Sie, dass es sich um Platzhaltertexte handelt, die lediglich als Beispiel zu verstehen sind.

Inhaltlich halten Sie sich bitte an die Bestimmungen und Festlegungen der jeweiligen Prüfungsämter und des Justitiariats der Bauhaus-Universität Weimar. Optisch richten Sie sich bitte nach den unten aufgeführten Mustern.



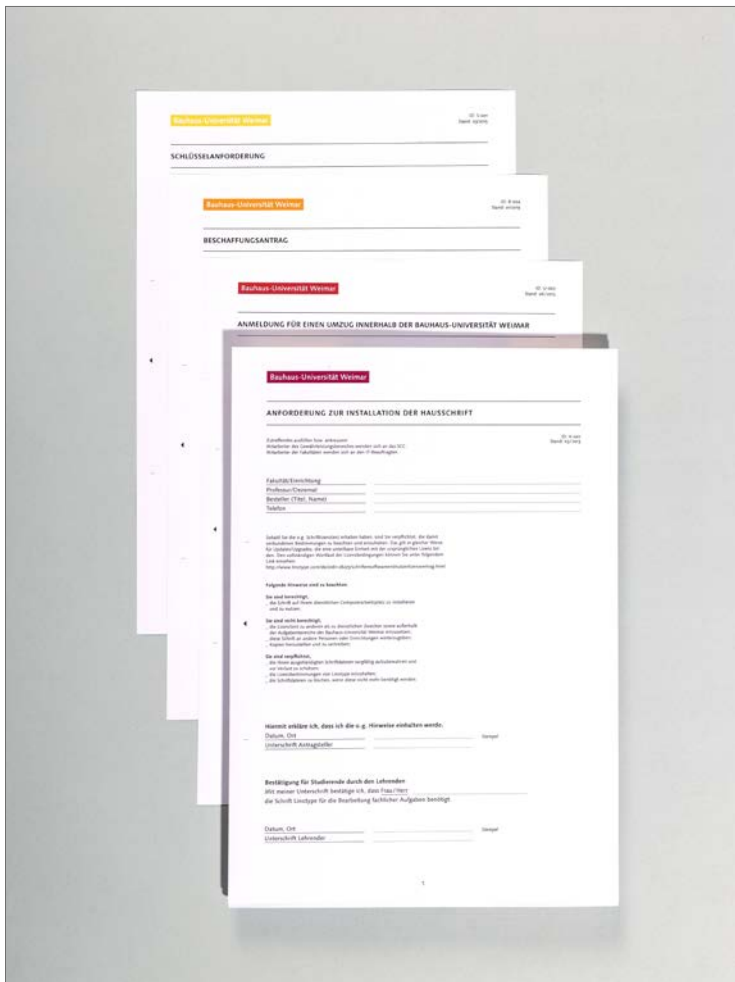
Passende Zeugnismappen können Sie über Ihr Sekretariat beim Online-Lager Kreller bestellen, siehe [Seite 112](#).

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

FORMULARE

Formulare werden ebenfalls im Corporate Design der Universität gestaltet. Sie stehen als PDF-Formular auf der Website an unterschiedlichen Stellen zur Verfügung.

Formulare für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universität finden Sie unter folgendem Link: www.uni-weimar.de/de/fs/uni-intern/allgemeine-formulare/
Formulare für Studierende finden Sie auf den Seiten des Dezernats Studium und Lehre.



Anwendungsbeispiel Formulare

Bauhaus-Universität Weimar

ANFORDERUNG ZUR INSTALLATION DER HAUSSCHRIFT

Zutreffendes ausfüllen bzw. ankreuzen!
Mitarbeiter des Gewährleistungsbereiches wenden sich an das SCC.
Mitarbeiter der Fakultäten wenden sich an den IT-Beauftragten.

ID: H-001
Stand: 03/2013

Fakultät/Einrichtung _____

Professur/Dezernat _____

Besteller (Titel, Name) _____

Telefon _____

...

Sobald Sie die o.g. Schriftlizenz(en) erhalten haben, sind Sie verpflichtet, die damit verbundenen Bestimmungen zu beachten und einzuhalten. Das gilt in gleicher Weise für Updates/Upgrades, die eine unteilbare Einheit mit der ursprünglichen Lizenz bilden. Den vollständigen Wortlaut der Lizenzbedingungen können Sie unter folgendem Link einsehen:
<http://www.linotype.com/de/2061-2825/schriftensoftwareendnutzerlizenzvertrag.html>

Folgende Hinweise sind zu beachten:

Sie sind berechtigt,
 die Schrift auf Ihrem dienstlichen Computerarbeitsplatz zu installieren und zu nutzen;

Sie sind nicht berechtigt,
 die Lizenz(en) zu anderen als zu dienstlichen Zwecken sowie außerhalb der Aufgabenbereiche der Bauhaus-Universität Weimar einzusetzen;
 diese Schrift an andere Personen oder Einrichtungen weiterzugeben;
 Kopien herzustellen und zu vertreiben;

Sie sind verpflichtet,
 die Ihnen ausgehändigten Schriftdateien sorgfältig aufzubewahren und vor Verlust zu schützen;
 die Lizenzbestimmungen von Linotype einzuhalten;
 die Schriftdateien zu löschen, wenn diese nicht mehr benötigt werden.

Hiermit erkläre ich, dass ich die o.g. Hinweise einhalten werde.

... Datum, Ort _____ Stempel _____
 Unterschrift Antragsteller _____

Bestätigung für Studierende durch den Lehrenden
 Mit meiner Unterschrift bestätige ich, dass Frau/Herr _____
 die Schrift Linotype für die Bearbeitung fachlicher Aufgaben benötigt.

Datum, Ort _____ Stempel _____
 Unterschrift Lehrender _____

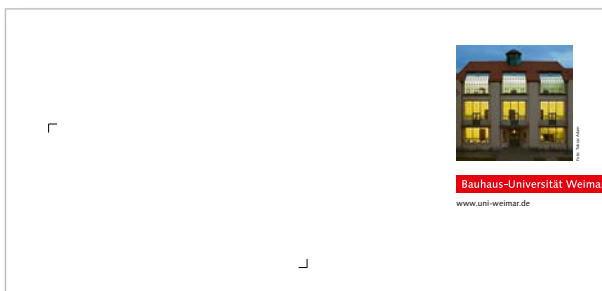
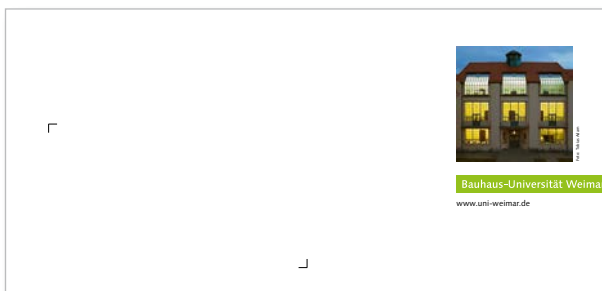
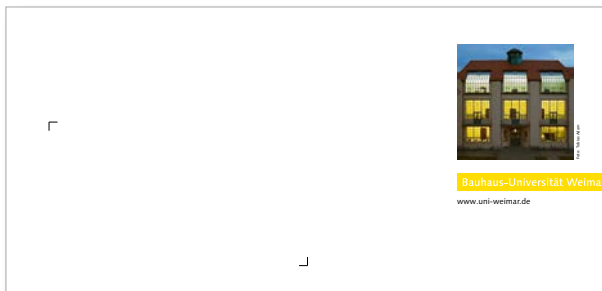
1

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße A4)

KOMPLIMENTKARTEN

Die Komplimentkarten sind eine vielseitig anwendbare und persönliche Ergänzung Ihrer Geschäftsunterlagen. Wie auch die vorgedruckten Briefbögen für die externe Korrespondenz, sind Empfehlungskarten bei der Firma Kreller per Bestellung über Ihr zuständiges Sekretariat erhältlich.

Farbvarianten



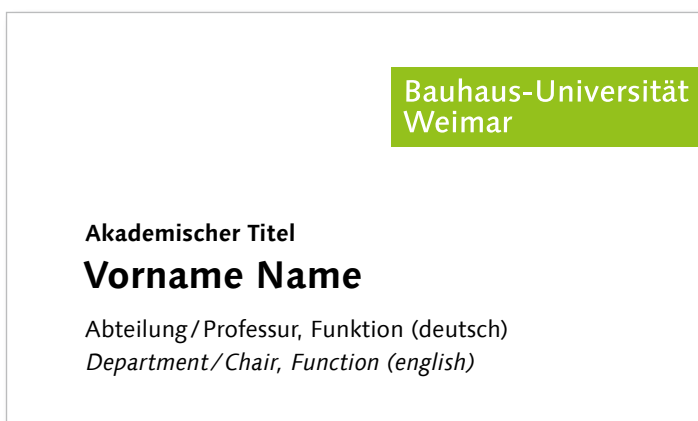
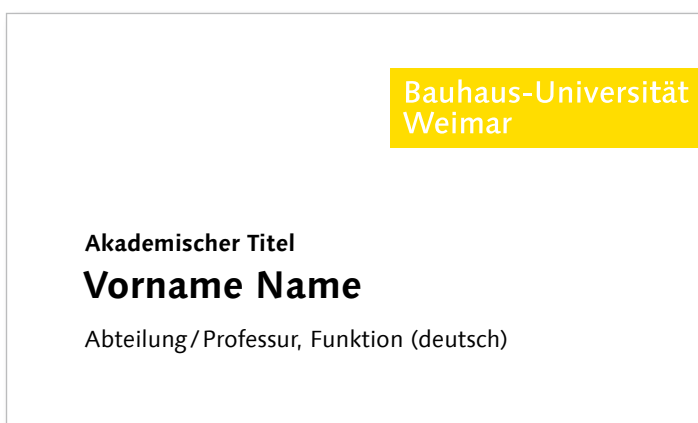
*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 210 x 100 mm)*

NAMENSSCHILDER

Um auf Messen und Veranstaltungen als Ansprechpartner der Bauhaus-Universität Weimar erkannt zu werden, gibt es Schilder, auf denen Sie Ihren Namen und Ihre Abteilung ergänzen können. Eine Vorlage als PDF können Sie auf der folgenden Website herunterladen: www.uni-weimar.de/namensschilder

Bitte denken Sie an eine zweisprachige Fassung, wenn dies dem Charakter der Veranstaltung oder Ihrem Publikum entgegenkommt.

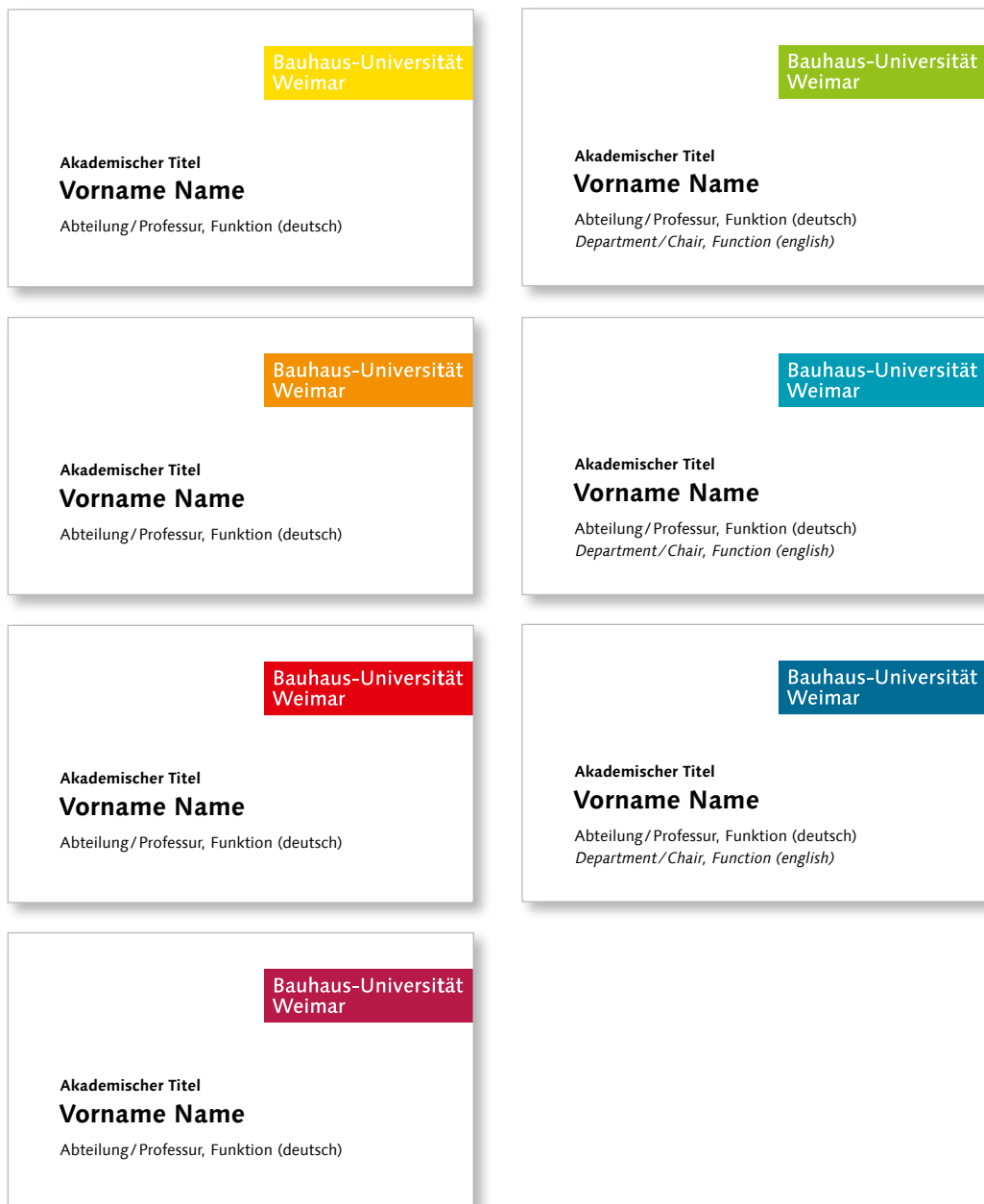
Anwendungsbeispiel Namensschilder



Die Vorlagen für
Namensschilder
finden Sie im Internet
unter:
[www.uni-weimar.de/
namensschilder](http://www.uni-weimar.de/namensschilder)

Originalgröße

Farbvarianten



verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 89 × 53 mm)

STEMPEL

Ihre Stempelbestellungen richten Sie bitte an:

Dezernat Finanzen, Referat Beschaffung
Carola Kaufmann
Coudraystraße 7, Raum 413
99423 Weimar

Tel.: + 49 (0) 36 43/58 25 50

Fax: + 49 (0) 36 43/58 25 52

E-Mail: carola.kaufmann@uni-weimar.de



Anwendungsbeispiel Stempel

BÜCHERSENDUNG

Bauhaus-Universität Weimar

 Universitätskommunikation

 99421 Weimar

Hier offen!
 Unverschlossene Sendung –
 kann zu Prüfzwecken durch
 die Post geöffnet werden

KOPIE
Annahmeanordnung
Kap./Titel
Untertitel
Kostenstelle
Kostenart
sachl./rechn. richtig
Unterschr./Dat.
Betrag
Mahnschl.

Auszahlungsanordnung
Annahmeanordnung
Kap./Titel
Untertitel
Kostenstelle
Kostenart
sachl./rechn. richtig
Unterschr./Dat.
Datum
Skontobetrag

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zu Vorlagen oder Anwendungen der Geschäftspapiere wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation.

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

8. LAYOUT PRINTPRODUKTE

Die Printmedien der Bauhaus-Universität Weimar unterteilen sich in drei verschiedene Gruppen, die jeweils über ein eigenständiges Erscheinungsbild mit hohem Wiedererkennungswert verfügen.

Gruppe 1 – Direkte Studierendenansprache

In der Gruppe 1 werden alle Printprodukte, die eine direkte Studierendenansprache beinhalten, vereint. Die größte Gruppe der Printprodukte der Universität erzielt eine optische Einheit durch die fotografische Bildwelt, den farbigen, mit einem Verlauf versehenen, im linken Anschnitt platzierten Kasten. Dieser wird in den Hausfarben der Fakultäten und den dazugehörigen Clusterfarben verwendet. Das Logo steht vertikal und ist an der oberen rechten Kante des Kastens gebunden. Schriftgrößen, Abstände und Formate sind genau definiert.

Gruppe 2 – Image und Information

In Gruppe 2 werden die Printprodukte der Universität vereint, welche eine Eigendarstellung der Einrichtungen beziehungsweise Abteilungen der Universität darstellen. Auch in dieser Gruppe ist die Bildwelt fotografischen Ursprungs. Der farbige Kasten ist mit einem Verlauf versehen und im linken Anschnitt platziert. Er wird in der Grundfarbe Pink in Kombination mit einer frei wählbaren Clusterfarbe verwendet. Das Logo steht vertikal und ist an der oberen rechten Kante des Kastens gebunden. Schriftgrößen, Abstände und Formate sind genau definiert.

Gruppe 3 – Meta-Materialien

In der Gruppe 3 werden die übergeordneten Printprodukte, wie zum Beispiel das Bauhaus.Journal der Universität, vereint. Die Produkte der Gruppe 3 stellen immer die gesamte Universität dar und richten die Ansprache nach innen und außen. Die Platzierung des Logos, der farbige Kasten und das Format sind in dieser Gruppe nicht fest definiert. Es wird ein freier, spielerischer Umgang mit Gestaltung angeregt, um diesen Produkten ein eigenes Erscheinungsbild zu geben.

**LAYOUT PRINTPRODUKTE GRUPPE 1:
DIREKTE STUDIERENDENANSPRACHE**

In der Gruppe 1 werden alle Printprodukte, die eine direkte Studierendenansprache beinhalten, vereint. Die größte Gruppe der Printprodukte der Universität erzielt eine optische Einheit durch die fotografische Bildwelt, den farbigen, mit einem Verlauf versehenen, im linken Anschnitt platzierten Kasten. Dieser wird in den Hausfarben der Fakultäten und den dazugehörigen Clusterfarben verwendet. Das Logo steht vertikal und ist an der obere rechte Kante des Kastens gebunden. Schriftgrößen, Abstände und Formate sind genau definiert.



Infokarte Gruppe 1

Angaben zu Raster, Schriftgrößen, Druck, Papier, Verarbeitung, Gestaltungselementen, Bemaßungen und Zweisprachigkeit bekommen Sie bei uns nach einem Beratungsgespräch.

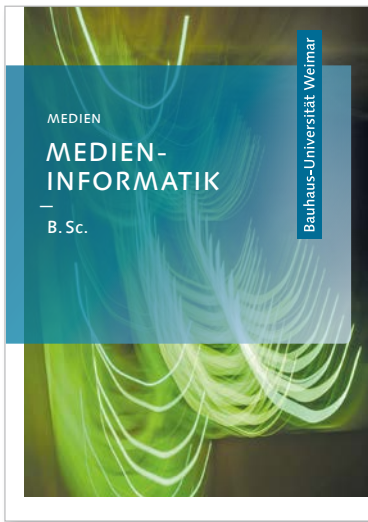
Die Postkarten der Gruppe 1 werden im Format 10,5 cm x 14,8 cm (DIN A6) hergestellt.



Anwendungsbeispiel Flyer Gruppe 1

Angaben zu Raster, Schriftgrößen, Druck, Papier, Verarbeitung, Gestaltungselementen, Bemaßungen und Zweisprachigkeit bekommen Sie bei uns nach einem Beratungsgespräch.

Die Flyer der Gruppe 1 werden im Format 10,5 cm x 14,8 cm (DIN A6) hergestellt.

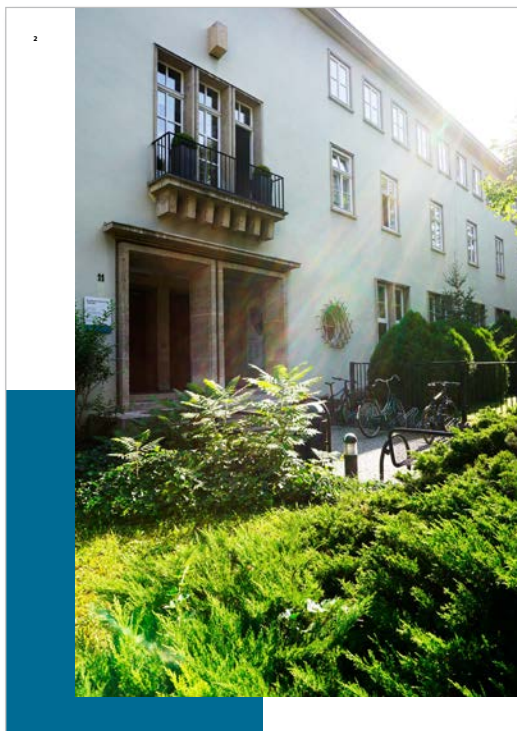


verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 105 x 148 mm)

Anwendungsbeispiel Broschüre Gruppe 1



verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 148 × 210 mm)



Willkommen an der Fakultät Medien

Kreativität, Forschungsexzellenz, Leistungsstärke und Engagement, das sind die Zutaten für den Erfolg der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar. Eine Erfolgsgeschichte, die nun schon über 20 Jahre anhält. Seit ihrer Gründung im Jahr 1996 folgt die Fakultät im Kleinen der Philosophie der gesamten Universität: Sie schafft durch ihren interdisziplinären Charakter Synergien zwischen der theoretisch-wissenschaftlichen und der künstlerisch-experimentellen Welt – und das immer im Kontext von Medien.

Im Zentrum der Lehre steht das forschungsorientierte und interdisziplinäre Projektstudium, d. h. enge und konzentrierte Gruppenarbeit an anspruchsvollen Projekten, mit dazugehörigem Teamgeist und eigenverantwortlichem Handeln. Zudem bieten unsere gut ausgestatteten Labore, Werkstätten und Seminarräume ideale Voraussetzungen für die Verwirklichung eigener Ideen und den Abschluss eines erfolgreichen Studiums. Die Vorteile unserer Fakultät liegen auf der Hand:

3 Fach- bereiche	2 Bachelo- r-Studen- gänge	1 bination- ales Ba- chelo- r-Studen- programm	2 deutsch- sprachige Master- Studen- gänge	3 englisch- sprachige Master- Studen- gänge
600 Studierende im Schnitt	16 Professoren	5 Junior- professoren	2 Dozenten	

Das gute Betreuungsverhältnis und das selbstbestimmte Projektstudium schaffen eine Arbeitsatmosphäre, in der innovativ und wissenschaftlich arbeitende Medienschafter ausgebildet werden. Berufsmöglichkeiten unserer Absolventinnen und Absolventen lassen sich in der Medien-, Kultur-, Computer- und Kommunikationsbranche sowie in Forschung und Lehre finden.

Folgen Sie Ihrer Experimentierfreude und erliegen Sie mit uns Ihrem Forscherdrang. Wir bieten Ihnen geistigen Freiraum und kreative Entfaltungsmöglichkeiten in einem internationalen Umfeld. Willkommen an der Fakultät Medien!

Ausführliche Informationen zum Studium an der Fakultät Medien erhalten Sie unter: www.uni-weimar.de/medien.

LAYOUT PRINTPRODUKTE GRUPPE 2: IMAGE UND INFORMATION

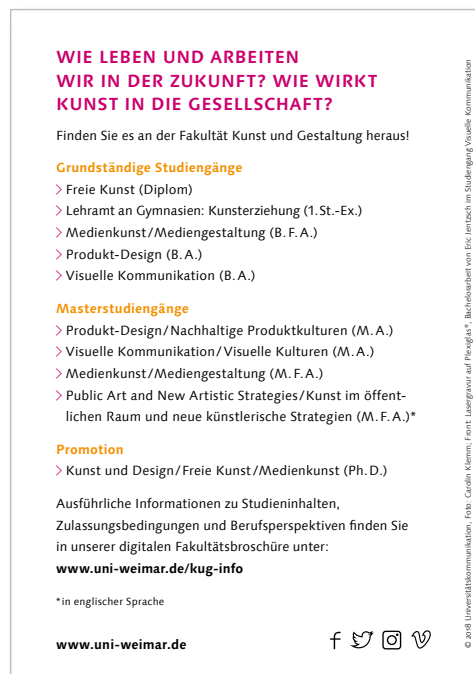
In Gruppe 2 werden die Printprodukte der Universität vereint, welche eine Eigendarstellung der Einrichtungen beziehungsweise Abteilungen der Universität darstellen. Auch in dieser Gruppe ist die Bildwelt fotografischen Ursprungs. Der farbige Kasten ist mit einem Verlauf versehen und im linken Anschnitt platziert. Er wird in der Grundfarbe Pink in Kombination mit einer frei wählbaren Clusterfarbe verwendet. Das Logo steht vertikal und ist an der obere rechte Kante des Kastens gebunden. Schriftgrößen, Abstände und Formate sind genau definiert.



Infokarte Gruppe 2

Angaben zu Raster, Schriftgrößen, Druck, Papier, Verarbeitung, Gestaltungselementen, Bemaßungen und Zweisprachigkeit bekommen Sie bei uns nach einem Beratungsgespräch.

Die Postkarten der Gruppe 2 werden im Format 10,5 cm x 14,8 cm (DIN A6) hergestellt.



verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 105 × 148 mm)

Flyer Gruppe 2

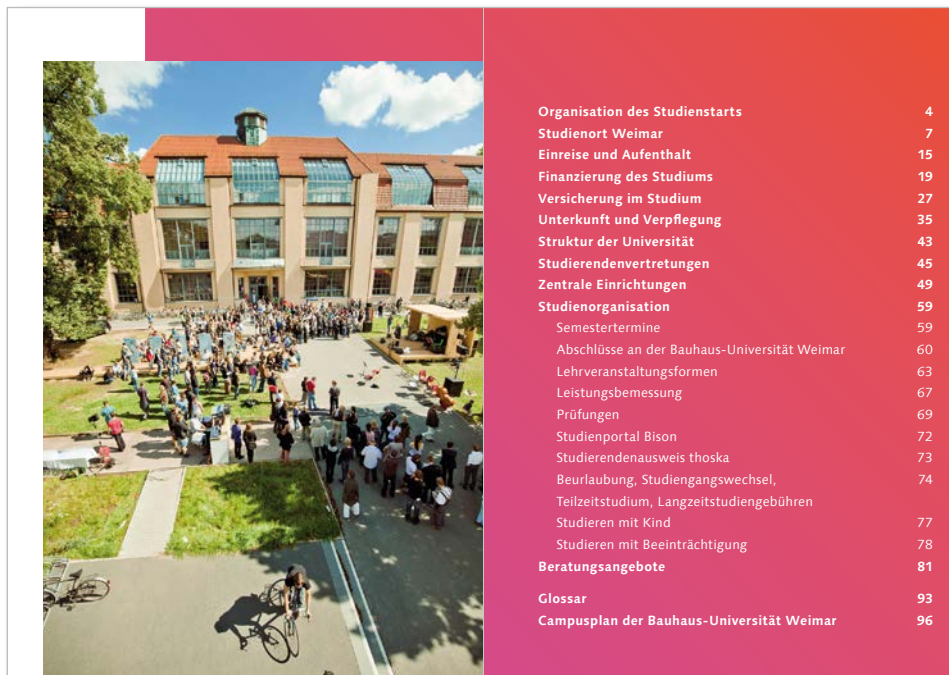
Die Flyer der Gruppe 2 werden im Format 10,5 cm x 14,8 cm (Endormat DIN A6) hergestellt.



verkleinerte Abbildung
 (Originalgröße 105 x 148 mm)

Anwendungsbeispiel Broschüren Gruppe 2 / Innenseiten

Die Broschüren der Gruppe 2 können im Format 10,5 cm x 14,8 cm (DIN A6) hergestellt werden.



Anwendungsbeispiel Broschüre Gruppe 2



Broschüren der Gruppe 2 können im Format 14,8 cm x 21,0 cm (DIN A5) hergestellt werden.



LAYOUT PRINTPRODUKTE GRUPPE 3: META-MATERIALIEN

In der Gruppe 3 werden die übergeordneten Printprodukte, wie zum Beispiel das Bauhaus.Journal der Universität, vereint. Die Produkte der Gruppe 3 stellen immer die gesamte Universität dar und richten die Ansprache nach innen und außen. Die Platzierung des Logos, der farbige Kasten und das Format sind in dieser Gruppe nicht fest definiert. Es wird ein freier, spielerischer Umgang mit Gestaltung angeregt, um diesen Produkten ein eigenes Erscheinungsbild zu geben.



Anwendungsbeispiel Plakat Gruppe 3



verkleinerte Abbildung

Anwendungsbeispiel Broschüre »Bauhaus.Journal« Gruppe 3



*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 230 × 300 mm)*

IMPRESSUM

Ein Impressum (lat. impressum »Hineingedrücktes« bzw. »Aufgedrücktes«) ist eine gesetzlich vorgeschriebene Herkunftsangabe in Publikationen, die Angaben über den Verlag, Autorin/Autor, Herausgeberin/Herausgeber oder die Redaktion enthält, vor allem aber, um die presserechtlich für den Inhalt Verantwortlichen kenntlich zu machen. Oft werden auch zusätzliche Informationen wie Druckerei, Erscheinungsweise, Erscheinungsjahr und Erscheinungsort aufgeführt.

Jede Publikation der Bauhaus-Universität Weimar benötigt ein Impressum mit folgenden Angaben:

- › Herausgeberin/Herausgeber mit Postadresse
- › Ansprechpartnerin/Ansprechpartner mit E-Mail-Adresse
- › Foto-/Illustrationsnachweise
- › © Bauhaus-Universität Weimar
- › Erscheinungsdatum
- › Website-Adresse der Bauhaus-Universität Weimar

Folgende Inhalte können ergänzend genannt werden:

- › Redaktionsleitung, Team
- › Übersetzung
- › Gestaltung
- › Hinweis auf Papier
- › Spezielle Internetadresse
- › Auflage

Anwendungsbeispiel Impressum

Bauhaus-Universität Weimar
Universitätskommunikation
Yvonne Puschatzki
Amalienstraße 13
99423 Weimar
Deutschland

Telefon +49 (0) 36 43/58 11 71
Telefax +49 (0) 36 43/58 11 72
info@uni-weimar.de

Gestaltung: Marie Musterfrau, UK 01/2020
Fotos: Max Mustermann
© Bauhaus-Universität Weimar

www.uni-weimar.de

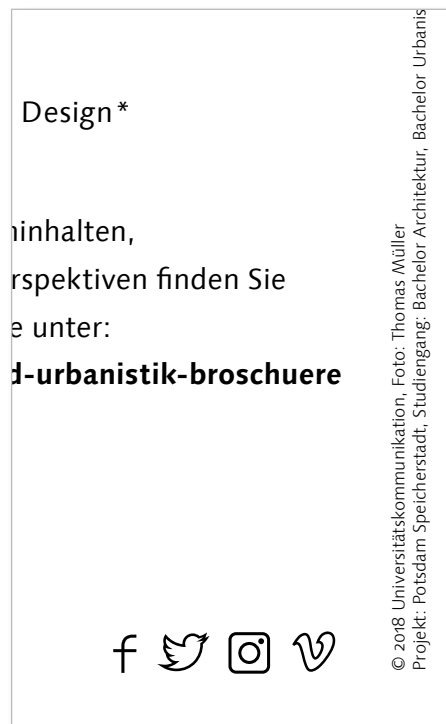
URHEBERVERMERK

Bei Plakaten, Postkarten oder Flyern ist wenig Platz für ein ausführliches Impressum. Deswegen verwenden Sie hier bitte den Urhebervermerk. So kann nachvollzogen werden, wer wann eine Postkarte oder einen Flyer gestaltet hat, ob er noch aktuell ist, wer der Urheber des verwendeten Fotos und der abgebildeten Arbeit ist.

So könnte ein Urhebervermerk aussehen:

© 2019 Bauhaus-Universität Weimar, Universitätskommunikation, Foto: Name FotografIn oder Fotograf, Projekt: Name des Urhebers, Projektbezeichnung, Studiengangsbezeichnung

empfohlene Schriftgröße: 5–6 pt



*verkleinerte Abbildung
 (Originalgröße 105 x 148 mm)*

SOCIAL MEDIA

Die Bauhaus-Universität Weimar ist auf verschiedenen Social Media Kanälen vertreten, daher ist es sinnvoll darauf hinzuweisen. Die Logos erhalten Sie von der Universitätskommunikation, sie sind nicht einzeln zu verwenden sondern immer zusammen in der hier angegebenen Reihenfolge.

www.uni-weimar.de/socialmedia



Ansprechpartner

Bei Fragen zum Bereich Social Media kontaktieren Sie bitte unseren Web- und Social Media-Redakteur:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Philipp Montenegro, B. A.
philipp.montenegro@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 85

Bei Fragen zur Erstellung von Printprodukten wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen der Universitätskommunikation:

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

9. LAYOUT WERBEMITTEL

WERBEMITTEL

Für die Bauhaus-Universität Weimar gibt es eine Reihe von Werbemitteln:

- > Bleistifte
- > Kugelschreiber
- > Pins
- > Tassen
- > Stoffbeutel
- > Magnete
- > Notiz-Bücher
- > Illustrierte Straßenkarte von Weimar

Eine bestimmte Anzahl dieser Produkte stellt die Universitätskommunikation über die Mitarbeiterinnen für Öffentlichkeitsarbeit an den Fakultäten kostenfrei zur Verfügung. Darüber hinaus können Werbemittel zum Selbstkostenpreis direkt von der Universitätskommunikation bezogen werden.

info@uni-weimar.de

Weitere Souvenirs und Merchandising-Produkte können Sie im Bauhaus.Atelier oder im Internet erwerben.

[www.btd-weimar.de/
online-shop/](http://www.btd-weimar.de/online-shop/)





MAPPEN UND NOTIZBLÖCKE

Zusätzlich können Sie über Ihr zuständiges Sekretariat Büromaterialien wie Dokument- und Pressemappen sowie DIN A4-Notizblöcke über das Online-Lager Kreller bestellen. Die verwendeten Hausfarben können zukünftig variieren.



Anlässlich 100 Jahre Bauhaus stellen wir ein weiteres Mappenlayout zur Verfügung.

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Erstellung von Werbeprodukten wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation.

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Raika Nebelung M.A.
raika.nebelung@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 74

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

10. LAYOUT LEITSYSTEME

ZIMMERSCHILDER

Die Zimmerschilder geben Auskunft über die Raumnummer, die Person und/oder die Bürozeiten. Das Zimmerschild besteht aus einer einfachen MDF-Trägerplatte, auf der eine Ringbandmechanik befestigt ist. Alle Informationen werden gelocht und auf der Trägerplatte eingehängt. Die Flexibilität der Befestigung ermöglicht das schnelle Hinzufügen und Erweitern der Informationen. Durch die Transparentfolie wird das Türschild geschützt.

Anwendungshinweise

Da die Anzahl der in den Räumen sitzenden Personen variiert, gibt es die Zimmerschilder und Trägerplatten in drei unterschiedlichen Längen: kurz für eine Person, die mittlere Länge für zwei bis drei Personen und eine lange Variante für vier bis fünf Personen.

Die Vorlagen für »Zimmerschilder« haben ebenfalls verschiedene Längen und werden überlappend aufgehängt. Da ein Zettel höchstens zwei Personennamen oder einen Fakultäts-/Abteilungsnamen und einen Personennamen aufnehmen kann, gilt hier: 1 (Kurz) + 2 (Mittel) = 3 Personen, 1 (Kurz) + 2 (Mittel) + 2 (Lang) = 5 Personen. Für jedes Format können Sie Vorlagen (ausfüllbare PDF-Formulare) auf der Website der Universität herunterladen.

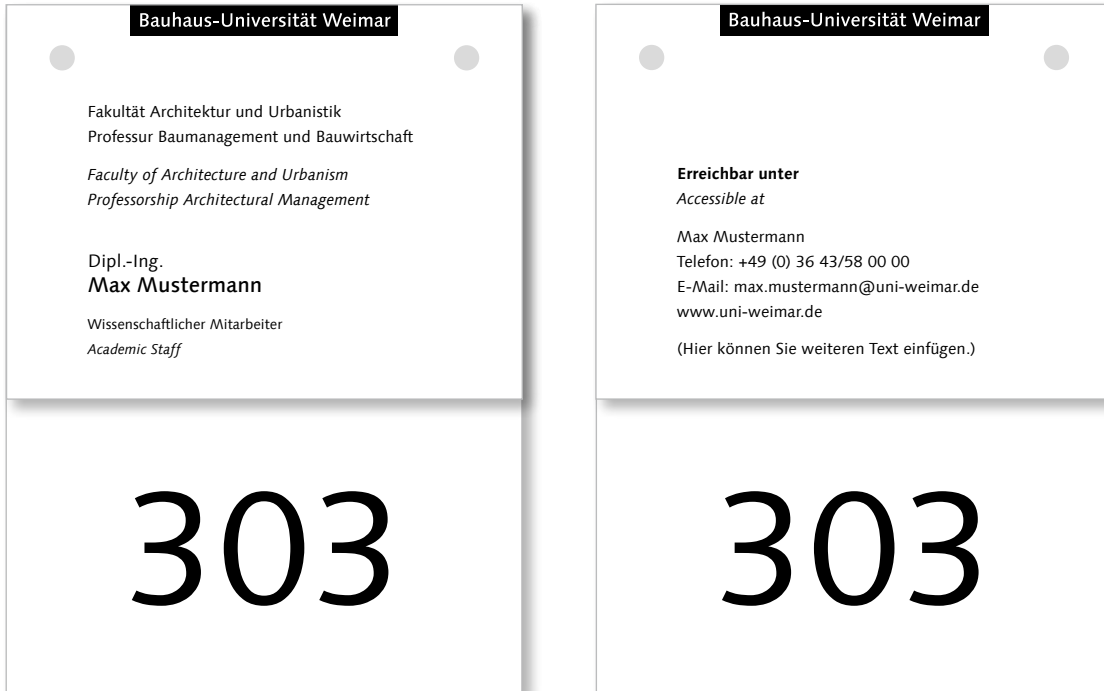
Anstatt Angaben zu Personen zu machen, können auch die Raumfunktionen angegeben werden. Für jedes »Zimmerschild« gibt es eine zweite Vorlage, auf der Telefonnummern oder Sprechzeiten festgehalten werden können. Diese werden unter den ersten Zettel mit den Personennamen gehängt. Bitte denken Sie beim Erstellen daran, auch eine englische Bezeichnung einzufügen.

Die Vorlagen für Türbeschilderungen finden Sie unter: www.uni-weimar.de/zimmerschilder

Für die Etagenschilder, die in gleicher Machart erstellt werden können, gibt es keine Vorlagen. Sie werden für jeden Zweck einzeln erstellt. Bei Bedarf wenden Sie sich bitte an die Universitätskommunikation.



Anwendungsbeispiel Zimmerschild 1 Person



verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 102 × 136 mm)

Anwendungsbeispiel Zimmerschild 2–3 Personen



verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 102 × 204 mm)

Anwendungsbeispiel Zimmerschild 4–5 Personen



verkleinerte Abbildung
 (Originalgröße 102 × 272 mm)

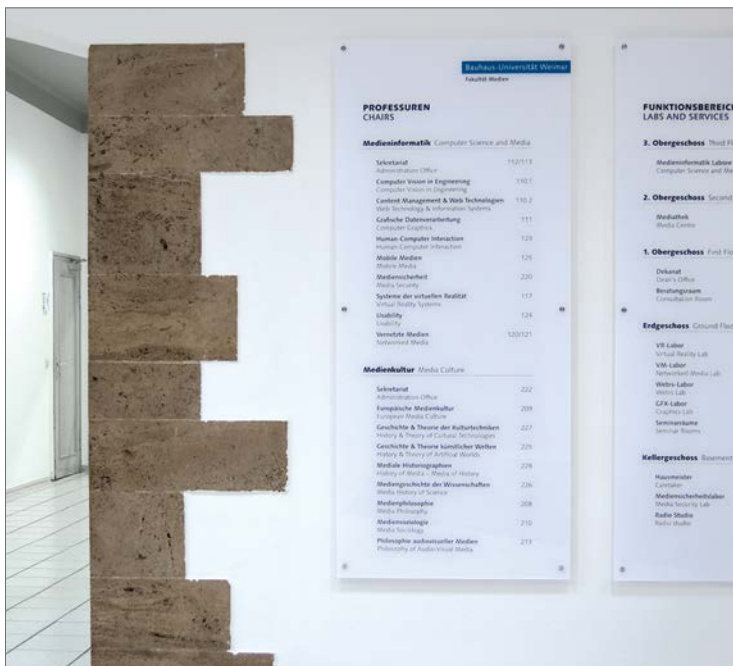
WEGWEISERSCHILDER

Wegweiserschilder sind für Besucher, Studierende und Angestellte eine Orientierung innerhalb eines Gebäudes.

Sie werden immer zweisprachig in Deutsch und Englisch erstellt und individuell für jedes Gebäude an die räumlichen Gegebenheiten angepasst.

Die Wegweiserschilder werden auf klare Folie gespiegelt gedruckt, mit einer weißen Folie kaschiert und auf 6 mm klares Acrylglas kaschiert. Die Platten werden mit Abstandshaltern in der Farbe Silber an der Wand befestigt.

Pro Jahr können einige Schilder neu angefertigt werden. Bitte melden Sie sich bei Interesse bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Universitätskommunikation.



Anwendungsbeispiel Wegweiserschilder Haus

Bauhaus-Universität Weimar	
3. Obergeschoss Third Floor	
Gleichstellungsbüro Equal Opportunity Office	303, 304
Personalrat Staff Council	306, 302
2. Obergeschoss Second Floor	
Universitätskommunikation University Communications	201–211
Experimentelle Werkstätten Architektur (EWA) Fotowerkstätten Medien Digitales Bildlabor Experimental Studios for Architecture (EWA) Photo Studios for Media Digital Photo Laboratory	212–220
1. Obergeschoss First Floor	
Zentrum für Universitätsentwicklung Centre for Institutional Development	101–108
Experimentelle Werkstätten Architektur (EWA) Fotowerkstätten Medien Digitales Bildlabor Experimental Studios for Architecture (EWA) Photo Studios for Media Digital Photo Laboratory	109–117
Erdgeschoss Ground Floor	
Zentrum für Universitätsentwicklung Centre for Institutional Development	003, 004
Experimentelle Werkstätten Architektur (EWA) Fotostudio, Seminarraum, Lichtlabor Experimental Studios for Architecture (EWA) Photo Studios for Media Photo Studio, Seminar Room, Light Lab	009
Kellergeschoss Basement	
Experimentelle Werkstätten Architektur (EWA) Fotolabor Experimental Studios for Architecture (EWA) Photo Studios for Media Analogue Photo Lab	

*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 800 × 1850 mm)*

Anwendungsbeispiel Wegweiserschilder Etage



*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 750 × 565 mm)*

GLASTÜRENBESCHRIFTUNG

Im Sinne der Barrierefreiheit kann unser Leitsystem auch auf Glastüren angewendet werden, wie in der Steubenstraße 6a, dem Zuse-Medienzentrum. So übersehen sehbehinderte Menschen nicht die Glastüren und normale sehende Menschen können sich besser orientieren.

Bei Interesse wenden Sie sich bitte an das Dezernat Liegenschaften.

Anwendungsbeispiel Glastürenbeschriftung



Zuse-Medienzentrum in der Steubenstraße 6a.

LAGEPLÄNE

Auch die Lagepläne werden immer zweisprachig in Deutsch und Englisch erstellt und individuell für jedes Gebäude an die räumlichen Gegebenheiten angepasst.

Sie werden ebenfalls auf klare Folie gespiegelt gedruckt, mit einer weißen Folie kaschiert und auf 6 mm klares Acrylglas kaschiert. Die Platten werden mit Abstandhaltern in der Farbe Silber im Eingangsbereich des jeweiligen Gebäudes befestigt.

Pro Jahr können einige Lagepläne neu angefertigt werden. Bitte melden Sie sich bei Interesse bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Universitätskommunikation.



Anwendungsbeispiel Lagepläne

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

Lageplan der Fakultät Medien
Campus Map of the Faculty of Media

Gebäude Fakultät Medien
Buildings of the Faculty of Media

- 1 **Lehrgebäude Medieninformatik und Medienwissenschaft, Dekanat Fakultät Medien**
Teaching premises, Computer Science and Media, Media Studies, Dean's Office
Bauhausstraße 11
- 2 **Lehrgebäude Medienkunst/ Mediengestaltung**
Teaching premises, Media Art and Design
Bauhausstraße 15
- 3 **Graduiertenkolleg Mediale Historiographien**
Research Training Group «Media of History - History of Media»
Berkaer Straße 1
- 4 **Lehrgebäude Medienmanagement**
Teaching premises, Media Management
Albrecht-Dürer-Straße 2
- 5 **Internationales Kolleg für Kulturtechnikkforschung und Medienphilosophie (IKKM)**
Internationales Kolleg für Kulturtechnik-
forschung und Medienphilosophie
Cranichstraße 17
- 6 **Lehrgebäude Medieninformatik, Medienwissenschaft**
Teaching premises, Computer Science and Media, Media Studies
Hans-Jaeger-Straße 7
- 7 **Lehrgebäude und Ateliers Medienkunst/Mediengestaltung**
Teaching premises and studios,
Media Art and Design
Marienstraße 5
- 8 **Lehrgebäude und Ateliers Medienkunst/Mediengestaltung**
Teaching premises and studios,
Media Art and Design
Marienstraße 7/8
- 9 **Medienhaus im Zuse-Medienzentrum**
Media House at the Zuse-Media Centre
Staubenstraße 6 A, Haus D
- 10 **Limona Zweigbibliothek Medien**
Limona - branch library for Media
Staubenstraße 6 A

Weitere Einrichtungen
Further University Facilities

- 11 **Bauhaus-Atelier | Info Shop Café**
Bauhaus-Atelier | Info Shop Café
Geschwister-Scholl-Straße 6 A
- 12 **Hauptgebäude, Universitätsleitung**
UNESCO-Weltkulturerbe
Main Building, President's Office
UNESCO-World Heritage
Geschwister-Scholl-Straße 8
- 13 **Campus-Office, Careers Service**
Campus Office, Careers Service
Geschwister-Scholl-Straße 15
- 14 **Audimax-Universitätsbibliothek (UB)**
Audimax/University Library (UB)
Staubenstraße 6
- 15 **Sprachenzentrum (SZ)**
Language Centre (SZ)
Coudrystraße 13 A
- 16 **Servicezentrum für Computersysteme und -kommunikation (SCC)**
Service Centre for Computer Systems and Communication (SCC)
Staubenstraße 6 A (Zuse-Medienzentrum)

- 17 **Alumni Büro**
Alumni Office
Marienstraße 9
- 18 **Universitätsportzentrum «An der Falkenburg» (USZ)**
University Sports Centre
«An der Falkenburg» (USZ)
Belvederer Allee 25 A
- 19 **Studierendenhaus M18**
Students House «M18»
Marienstraße 18
- 20 **Mensa am Park**
Dining Hall «Mensa am Park»
Marienstraße 15
- 21 **Digital Bauhaus Lab**
Digital Bauhaus Lab
Bauhausstraße 9 A
- 22 **Gründerwerkstatt neudeki**
Start-up Hub «neudeki»
Helmholtzstraße 15

Fakultäten
Faculties

- 23 **Dekanat Fakultät Architektur**
Faculty of Architecture, Dean's Office
Geschwister-Scholl-Straße 8
- 24 **Dekanat Fakultät Bauingenieurwesen**
Faculty of Civil Engineering,
Dean's Office
Marienstraße 13 B
- 25 **Dekanat Fakultät Gestaltung**
Faculty of Art and Design, Dean's Office
Geschwister-Scholl-Straße 7
- 26 **Dekanat Fakultät Medien**
Faculty of Media, Dean's Office
Bauhausstraße 11

Standort
You are here

www.uni-weimar.de

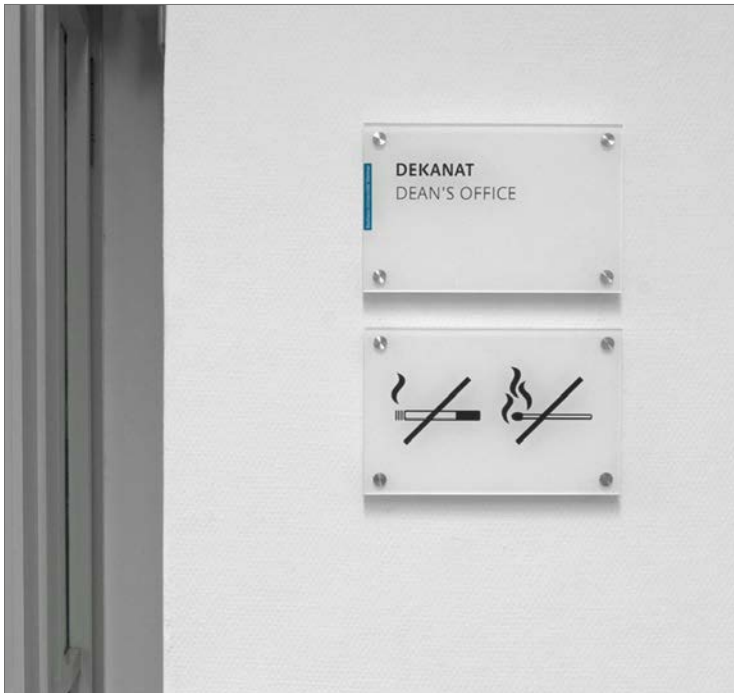
verkleinerte Abbildung
(Originalgröße 1200 x
2000 mm)

HINWEISSCHILDER

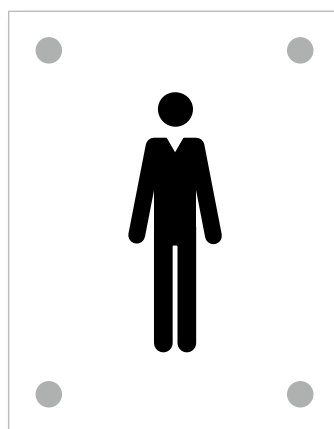
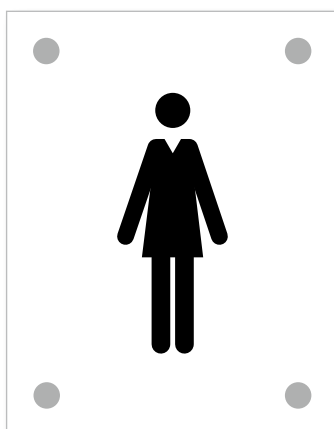
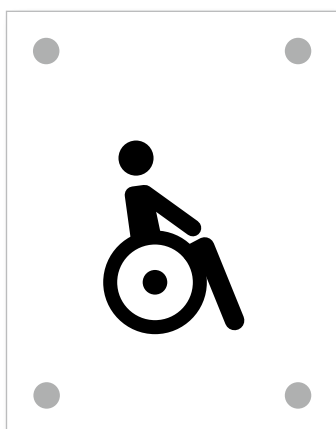
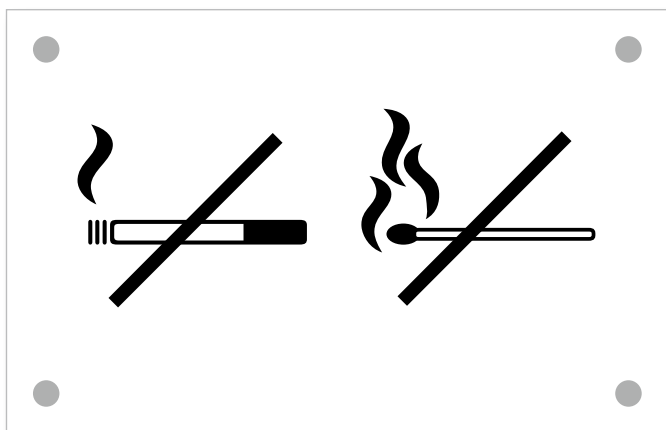
Hinweisschilder werden individuell für jedes Gebäude an die räumlichen Gegebenheiten angepasst.

Die Hinweisschilder werden auf klare Folie gespiegelt gedruckt, mit einer weißen Folie kaschiert und auf 4 mm klares Acrylglas kaschiert. Die Platten werden mit Abstandshaltern in der Farbe Silber an der Wand befestigt.

Pro Jahr können einige Schilder neu angefertigt werden. Bitte melden Sie sich bei Interesse bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Universitätskommunikation.



Anwendungsbeispiel Hinweisschilder



*verkleinerte Abbildung
(Originalgröße oben 250 × 160 mm,
unten 125 × 160 mm)*

HAUSSCHILDER

Hausschilder werden an die Außenfassade von Gebäuden montiert. Es handelt sich um Aludibondplatten mit weißem Hintergrund, auf denen der Name der Universität, Fakultät oder Einrichtung sowie die Abteilung und die Straße mit Hausnummer in Deutsch und Englisch aufgeführt sind.



Benötigen Sie neue Hausschilder für Ihr Gebäude, wenden Sie sich bitte an das Servicezentrum Liegenschaften.

Anwendungsbeispiel Hausschilder

**Bauhaus-Universität
Weimar**

Experimentelle Werkstätten Architektur
Experimental Studios for Architecture

Fotowerkstätten Medien
Photo Studios for Media

Gleichstellungsbüro
Equal Opportunity Office

Personalrat
Staff Council

Universitätskommunikation
University Communications

Zentrum für Universitätsentwicklung
Centre for Institutional Development

verkleinerte Abbildung
(Originalgröße
oben 500 × 653 mm,
unten 500 × 100 mm)

Amalienstraße 13

Barrierefreier Eingang
Fully Accessible Entrance

Zugang über Geschwister-Scholl-Strasse zwischen Campus-Office und Van-de-Velde-Bau
Access via Geschwister-Scholl-Strasse between Campus-Office and the Van-de-Velde-Building



Bestellung von Hausschildern

Servicezentrum Liegenschaften
Referat Hausdienste
Coudraystraße 7
99423 Weimar

Jörg Eckardt
joerg.eckardt@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 22 80
Telefax +49 (0) 36 43/58 22 52

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei Fragen zur Anwendung des Leitsystems wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation.

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

11. LAYOUT DIGITALE MEDIEN

ERSATZSCHRIFT »VERDANA« FÜR DIE ONLINENUTZUNG

Bei digitalen Anwendungen, bei denen die Hausschrift Linotype Syntax Com nicht installiert ist, ist die Systemschrift Verdana zu verwenden.

Verdana ist eine serifenlose Linear-Antiqua-Schrift, die von dem Schriftdesigner Matthew Carter für Microsoft geschaffen und 1996 veröffentlicht wurde. Seit 1996 wird die Verdana mit Microsoft Windows, Microsoft Office und dem Internet Explorer für Windows und Mac OS ausgeliefert. Die Schrift ist als Teil der »Core fonts for the Web« auch kostenlos für andere Systeme verfügbar.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Versalien

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567

Minuskeln

Ziffern

? ! £ \$ % & / » « \ * { = }

Auswahl Sonderzeichen

E-MAILS

Um auch in der elektronischen Kommunikation via E-Mail ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten, verwenden Sie bitte eine E-Mail-Signatur und gegebenenfalls eine Abwesenheitsnachricht entsprechend der folgenden Vorlage. Bitte denken Sie daran, auch eine englischsprachige E-Mail-Signatur und Abwesenheitsnachricht einzubinden.

E-Mail-Signatur

[Titel] [Vorname] [Name]

Bauhaus-Universität Weimar
[Abteilung/Professur]
[Funktion]
[Straße] [Hausnummer]
99421 Weimar
Telefon +49 (0) 36 43/58 [xx xx]
Telefax +49 (0) 36 43/58 [xx xx]
E-Mail [vorname.name]@uni-weimar.de
www.uni-weimar.de

[Title] [First name] [Last name]

Bauhaus-Universität Weimar
[Department/Chair]
[Function]
[Street House] [number]
99423 Weimar
Germany
phone: +49 (0) 36 43/58 [xx xx]
fax: +49 (0) 36 43/58 [xx xx]
e-mail: [first name.last name]@uni-weimar.de
www.uni-weimar.de

[...] Alle Inhalte in eckigen Klammern bitte individuell eintragen.

*Die Vorlage für die
E-Mail-Signatur finden
Sie unter:
[www.uni-weimar.de/
e-mail-signatur](http://www.uni-weimar.de/e-mail-signatur)*

E-Mail-Signaturbilder

Verwenden Sie gern Signaturbilder in Ihren E-Mails. Für den Fall, dass keine aktuelle Veranstaltung o. ä. ansteht, die Sie bewerben könnten, stellen wir Ihnen diese allgemeinen Signaturbilder zur Verfügung.



*E-Mail-Signaturbilder
finden Sie unter:
[www.uni-weimar.de/
e-mail-signatur](http://www.uni-weimar.de/e-mail-signatur)*



Motiv zum 100. Gründungsjubiläum (2019)



E-Mail-Abwesenheitsnachrichten Deutsch/Englisch

Beispiel Urlaubszeit:

Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für Ihre Mail.

Ich bin bis einschließlich [tt.mm.jjjj] nicht im Haus. Ab [tt.mm.jjjj] erreichen Sie mich wieder in meinem Büro. Ihre Anfrage werde ich gerne beantworten, sobald ich zurückgekehrt bin.

Bei dringenden Anfragen wenden Sie sich in der Zwischenzeit bitte an:

Hr. [xxxxxxx] Telefon +49 (0) 36 43/58 [xxxx]

oder Fr. [xxxxxxx] Telefon +49 (0) 36 43/58 [xxxx] bzw. per E-Mail an [xxxx.xxxxxx]@uni-weimar.de

Vielen Dank!

Dear Sir or Madam,

thank you for your e-mail to the Bauhaus-Universität Weimar. I am out of the office and will be back at my office on [xx.xx.xxxx]. I will respond to your e-mail as soon as I return.

In case of urgent matters, please contact:

Mr. [xxxxxxx] phone +49 (0) 36 43/58 [xx xx]

or Mrs. [xxxxxxx] phone +49 (0) 36 43/58 [xx xx]

or e-mail to [xxxx.xxxxxx]@uni-weimar.de

Thank you very much.

Sincerely yours

[Titel] [Vorname] [Name] + Signatur

Optional kann als Grund der Abwesenheit auch eingetragen werden:

- > Dienstreise (I am going on a journey)
- > andere besondere Anlässe

(Bitte Datenschutz bedenken)

Die Vorlage für die Abwesenheitsnachricht finden Sie unter:
www.uni-weimar.de/abwesenheitsnachricht

POWERPOINT-PRÄSENTATION

Präsentation »Informationen zur Bauhaus-Universität Weimar«

Eine vielfältig einsetzbare und individualisierbare PowerPoint-Präsentation mit Informationen zur Bauhaus-Universität Weimar in Deutsch und Englisch inklusive entsprechender Vorlagen für die Erstellung eigener Präsentationen steht Ihnen zum Download bereit. Sie wird mehrmals jährlich aktualisiert.



Die Dateien finden Sie unter:
www.uni-weimar.de/praesentationsvorlagen

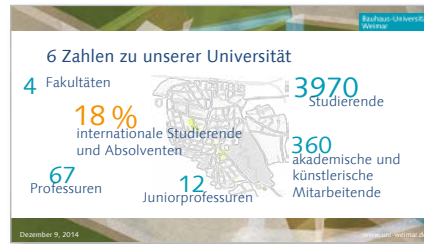
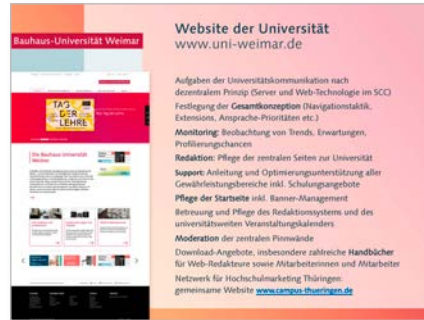
Screenshots der PowerPoint-Präsentation
 (Originalformat 4 : 3)

Vorlage für eine PowerPoint-Präsentation

Sie können mit dieser allgemeinen Präsentation auch Ihre eigene erstellen. Löschen oder deaktivieren Sie die Folien, die Sie nicht benötigen, und fügen Sie neue, leere Seiten hinzu. Oder nutzen Sie die Vorlagen auf der folgenden Seite.

Unbebilderte Präsentationsvorlage

Für ganz freie Präsentationen eignen sich die farbbasierten Vorlagen, die von der Dreisprung-Optik abgeleitet sind.



Die Dateien finden Sie unter:
www.uni-weimar.de/praesentationsvorlagen

Screenshots der PowerPoint-Präsentation (Originalformat oben 4:3, unten 16:9)

BANNERWERBUNG

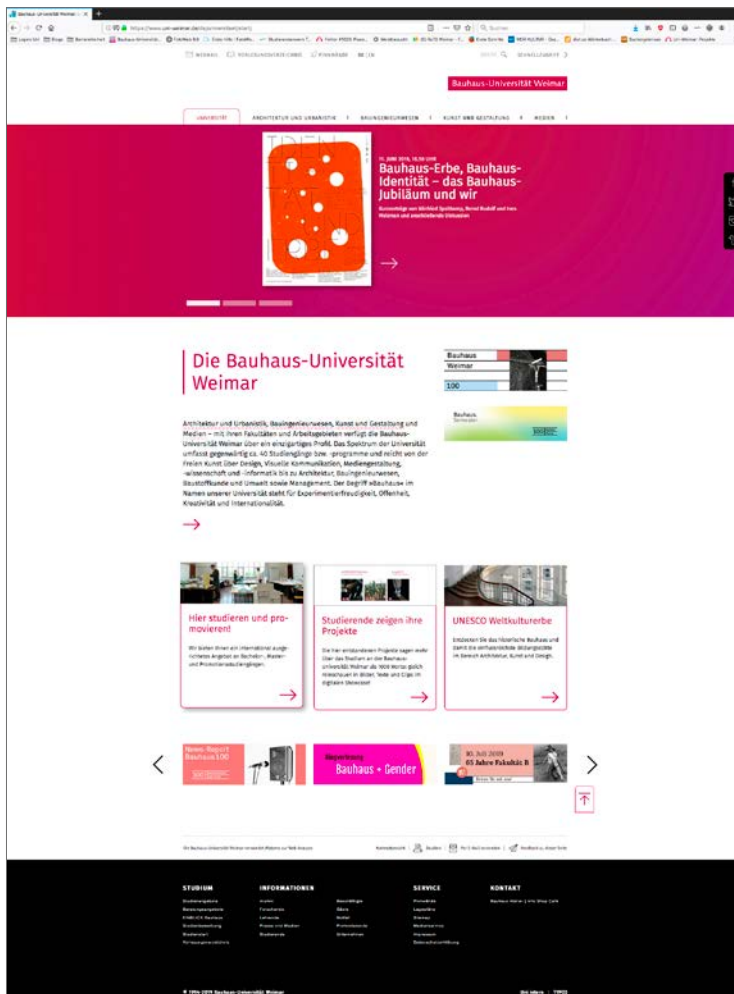
Auf der Startseite der Bauhaus-Universität Weimar können Banner geschaltet werden, die auf eine Veranstaltung oder ein Ereignis der Universität hinweisen. Es sind maximal drei Bannerplätze vorgesehen, die zum Teil auf Wechselplätzen laufen. Zuteilung und Freischaltung der Webbanner erfolgt nach Verfügbarkeit über die Webredaktion.

Diese Banner führen per Klick auf eine eigene Website oder einen Termineintrag in unserem Veranstaltungskalender. Termine können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universität selbständig im Redaktionsbereich eintragen.

- Banner-Maße: 300 x 100 Pixel
- Auflösung: 72 dpi
- RGB-Modus
- jpg, gif (kein PDF, kann nicht vom Browser als Bild dargestellt werden)
- keine animierten Inhalte

Das Anmeldeformular finden Sie unter: www.uni-weimar.de/bannerwerbung

Termine tragen Sie bitte hier ein: www.uni-weimar.de/veranstaltungen



Bannerplätze auf der Startseite der Website der Universität

HANDBÜCHER FÜR DIGITALE MEDIEN

Die Universitätskommunikation stellt eine Reihe hilfreicher und übersichtlich gestalteter Handbücher zur Verfügung, die Ihnen helfen, unsere Website zu pflegen und sich in sozialen Netzwerken zu bewegen.

[www.uni-weimar.de/
handbuecher-und-
leitfaeden](http://www.uni-weimar.de/handbuecher-und-leitfaeden)

Handbuch – Online-Redaktion

Hier lernen Sie die unterschiedlichen Seitentypen kennen und finden allgemeine Hinweise zum Erstellen von Web-Inhalten, zur Bildauswahl sowie zu einer geschlechtergerechten Sprache.

TYPO3-Handbuch – Grundlagen

Dieses Handbuch hilft Ihnen in übersichtlichen Schritt-für-Schritt-Anleitungen, sich mit dem Content-Management-System TYPO3 vertraut zu machen und beschreibt dessen wesentliche Grundfunktionen.

TYPO3-Handbuch – Erweiterte Funktionen

Dieser Leitfaden vermittelt Ihnen umfangreiches Wissen zum Umgang mit TYPO3 und zeigt, wie Sie ausgewählte Inhaltselemente und Plugins auf unserer Website einsetzen können.

TYPO3-Handbuch – Barrierefreiheit

Der Leitfaden zur Barrierefreiheit hilft Ihnen dabei, Ihre Website für Menschen mit Handicap gut zugänglich zu gestalten.

TYPO3-Handbuch – Gestaltung von Professurwebsites

Diese Dokumentation zeigt beispielhaft auf, wie Sie die Website Ihrer Professur gestalten und strukturieren können.

Social Media Guidelines

Unsere Social Media Guidelines möchten Ihnen Grundregeln, Hilfestellungen und Hinweise zur Nutzung von sozialen Medien mitgeben.

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Bei allen Fragen zur digitalen Anwendung des Corporate Designs wenden Sie sich bitte an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation.

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Des. Cissy Hecht
cissy.hecht@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 79

Dipl.-Ing. Christiane Hempel
christiane.hempel@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 77

Dipl.-Des. Romi Klockau
romi.klockau@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 66

Bei Fragen zur Anwendung der Handbücher wenden Sie sich bitte an die Webredaktion der Universitätskommunikation:

Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar

Dipl.-Kulturwiss. (Medien) Romy Weinhold
romy.weinhold@uni-weimar.de
Telefon +49 (0) 36 43/58 11 86

12. HÄUFIG GESTELLTE FRAGEN

ALLGEMEINE FRAGEN

Was ist Corporate Identity?

Unter Corporate Identity versteht man, kurz gesagt, eine strategisch geplante Selbstdarstellung und Verhaltensweise nach innen und außen, die ein definiertes Image transportieren soll. Dazu wird eine bestimmte Philosophie auf Basis einer langfristigen Zielsetzung entwickelt und mittels eines einheitlichen Erscheinungsbildes nach innen und außen kommuniziert.

Unsere Universitätsphilosophie (Corporate Identity) soll im Wesentlichen durch drei Faktoren vermittelt werden:

- › Visuelles Erscheinungsbild (Corporate Design)
- › Kommunikation (Corporate Communication)
- › Verhalten (Corporate Behaviour)

Was ist Corporate Design?

Unser Corporate Design vermittelt die Universitätspersönlichkeit durch ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild. Dieses ist geprägt von Gestaltungselementen wie dem Logo, den Hausfarben, der Hauschrift, der typografischen Form des Slogans, den Gestaltungsrastern und den stilistischen Sollvorgaben für Abbildungen, Fotos und andere Illustrationselemente. Um die Einhaltung der Gestaltungsrichtlinien zu gewährleisten, sind diese in einem Corporate-Design-Manual (Style Guide) festgehalten.

Mit unserem visuellen Erscheinungsbild kann sich die Universität am deutlichsten von anderen Hochschulen abheben. Deshalb wird dem Corporate Design von jeher große Bedeutung beigemessen. Das Erscheinungsbild muss dem Selbstverständnis dauerhaft entsprechen. Es darf aber nicht erstarren, sondern muss sich mit der Universität, deren Leitbild und langfristig in gewissem Maße auch mit dem allgemeinen ästhetischen Zeitgefühl weiterentwickeln.

Wofür gilt das Corporate Design?

Das Corporate Design ist für alle Publikationen der Bauhaus-Universität Weimar bindend.

Muss ich mich immer an das Corporate Design halten?

Ja, dem Corporate Design der Bauhaus-Universität Weimar ist grundsätzlich Folge zu leisten. Bitte stimmen Sie sich im Zweifelsfall mit der Universitätskommunikation ab. Wir beraten Sie auch nach Möglichkeit gerne im Vorfeld.

An wen kann ich mich mit Fragen zum Corporate Design wenden?

Bitte wenden Sie sich an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universitätskommunikation.

Was ist ein Style Guide?

Ein Style Guide ist ein kurz gefasstes Nachschlagewerk beziehungsweise eine Dokumentation zum Corporate Design. Der vorliegende Style Guide ist ein Leitfaden für alle, die die Bauhaus-Universität Weimar öffentlich vertreten. Er erläutert die festgelegten Gestaltungselemente und -richtlinien und hilft Ihnen somit, u.a. das Corporate Design richtig anzuwenden.

Kann es noch Änderungen am Corporate Design geben?

Der Style Guide dokumentiert die ständige Anpassung des Corporate Designs an neue Anforderungen und Anwendungsgebiete. Deshalb kommt es, wenn auch häufig nur in Detailpunkten, zu Änderungen.

Den jeweils aktuellen Stand finden Sie auf der Website der Bauhaus-Universität Weimar unter:
www.uni-weimar.de/corporate-communication

Muss ich immer die Hausfarben verwenden?

Ja, um ein einheitliches Erscheinungsbild zu gewährleisten, müssen die Hausfarben berücksichtigt werden. Bei Fragen zur Gestaltung von individuellen Publikationen für Veranstaltungen oder einzelne Broschüren stimmen Sie sich bitte grundsätzlich mit der Universitätskommunikation ab.

Muss ich immer ein Impressum angeben?

Ja, Sie sind rechtlich dazu verpflichtet, ein Impressum anzugeben. Ausführliche Hinweise hierzu finden Sie im [Abschnitt »Impressum«](#).

Gibt es eine Übersetzung der Wortmarke?

Nein, die Wort-Bild-Marke »Bauhaus-Universität Weimar« ist ein Eigenname und wird deshalb grundsätzlich nicht übersetzt.

LOGO

Wie verhalte ich mich bei der Verwendung des Logos von Partnern der Hochschule oder wenn Partner das Logo der Bauhaus-Universität Weimar abbilden?

Bitte beachten Sie hierzu die Hinweise im Kapitel Basiselemente im Abschnitt [»Logo« auf Seite 10](#). Das Logo steht unter www.uni-weimar.de/logo für Sie zum Download bereit.

Dürfen Studierende das Logo verwenden?

Ja, im Rahmen von universitären Projekten dürfen Studierende das Logo der Bauhaus-Universität verwenden. Sie können das Logo unter www.uni-weimar.de/logo herunterladen.

Darf man das Logo farblich, proportional oder in der Form verändern?

Nein, das Logo darf nur in der von der Universität zur Verfügung gestellten Form verwendet werden. Es darf in der Farbe, Form und Proportion nicht geändert werden.

SCHRIFT

Muss ich die Hausschrift verwenden?

Ja, für alle Publikationen der Bauhaus-Universität Weimar wird die Hausschrift [»Linotype Syntax Com« \(Seite 30\)](#) verwendet. Für Online-Anwendungen wird die Systemschrift [Verdana \(Seite 131\)](#) verwendet. Für die Website verwenden wir die [»Fira Sans« für die Website \(Seite 34\)](#).

Woher bekomme ich die Hausschrift?

Wenden Sie sich bitte an die oder den [IT-Verantwortlichen](#) Ihrer Fakultät oder, wenn Sie im Gewährleistungsbereich arbeiten, an das SCC (Hotline). Das Formular zur Anforderung der Hausschrift finden Sie im Bereich Formulare unter dem Stichpunkt H.

Wie installiere ich die Hausschrift?

Zur Installation der »Linotype Syntax Com« befragen Sie bitte die oder den [IT-Ansprechpartner](#) Ihrer Fakultät oder, wenn Sie im Gewährleistungsbereich arbeiten, das SCC (Hotline).

PERSONALISIERTE PRODUKTE**Woher bekomme ich Briefvorlagen?**

Vorlagen können Sie auf der Website der Bauhaus-Universität Weimar herunterladen:

www.uni-weimar.de/briefboegen-und-faxvorlagen

Briefbögenvordrucke bestellen Sie bitte über Ihr zuständiges Sekretariat.

Wie kann ich Visitenkarten drucken lassen?

Visitenkarten werden vier Mal im Jahr gedruckt. Den nächsten Drucktermin erfahren Sie über Ihr zuständiges Sekretariat. Die Karten können in Staffellungen von 100 Stück sowie in den Standardsprachen Deutsch und Englisch bestellt werden. Auf Wunsch sind im Austausch auch andere Sprachen möglich. Die Gestaltung der Visitenkarten ist durch das Corporate Design festgelegt.

www.uni-weimar.de/visitenkarten

BILDMATERIAL**Wo finde ich Fotos von der Bauhaus-Universität Weimar?**

Die Universitätskommunikation hat eine Bilddatenbank mit Fotos von Gebäuden, Veranstaltungen und aus dem Forschungs- und Studienalltag aufgebaut. Eine Fotoauswahl in hoher Auflösung steht zum Download auf der Universitäts-Website zur Verfügung. www.uni-weimar.de/bilderservice

Weitere Motive erfragen Journalistinnen und Journalisten bitte per E-Mail bei Claudia Weinreich unter presse@uni-weimar.de oder telefonisch unter +49 (0) 36 43/58 11 73 oder bei *Miriam Rebsamen* unter +49 (0) 36 43/58 11 80. Als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter der Universität wenden Sie sich bitte an die Universitätskommunikation unter +49 (0) 36 43/58 11 71.

Wir oder Partner von uns beabsichtigen, Film- und Fotoaufnahmen im Bereich der Bauhaus-Universität Weimar zu machen. Was ist zu beachten?

Film- und Fotoaufnahmen an der Bauhaus-Universität Weimar bedürfen grundsätzlich vorab einer rechtzeitigen Genehmigung durch die Universität. Informationen hierzu finden Sie auf unserer Website unter www.uni-weimar.de/medienservice

Bitte wenden Sie sich an die Pressesprecherin der Bauhaus-Universität Weimar Claudia Weinreich, per Mail an presse@uni-weimar.de oder telefonisch unter +49 (0) 36 43/58 11 73.

A

Abwesenheitsnachrichten **134**
 Allgemeine Fragen **141**
 Anführungszeichen **43, 47**
 Apostroph **43**
 Auszeichnungen im Text **41**

B

Bannerwerbung **137**
 Briefbogen für die externe
 Verwendung **67**
 Briefbogen für die interne Ver-
 wendung **72**

D

Datumsangabe in Fließtexten
45, 47

E

Eszett *siehe* Versal-Eszett
 Extra Plus pure (hochweiß) **61**

F

Farbfamilien **26**
 Faxvorlage **76**
 Fira Sans **34**
 Formulare **84**

G

Galaxi Supermat **62**
 Gender-Sprachleitfaden **51**
 Geschäftspapiere **66**
 Glastürenbeschriftung **122**
 Glossar *siehe* Sprachleitfaden
 Englisch
 Guillemets *siehe* Anführungs-
 zeichen

H

Handbücher für digitale Medien
138
 Handbuch – Online Redaktion
138
 Hausfarben **24**
 Hauspapiere **61**
 Hausschrift **30, 142**
 Hausschrift Installation **38**
 Hinweisschilder **125**

I

Icon-Font **34**
 Impressum **106**
 IT-Verantwortliche Mitarbeite-
 rinnen und Mitarbeiter **39**

K

Komplimentkarten **86**

L

Lagepläne **123**
 Linotype Syntax Com **30**
 Logo **10, 142**
 Logo Bereiche **15**
 Logo Mindestgröße **16**
 Logo Platzierung **17**
 Logo Schutzzonen und Min-
 destabstände **21**

M

Mappen **112**
 Mediävalziffern: Zahlen im
 Fließtext **44**
 Merchandising *siehe* Werbe-
 mittel

N

Name der Universität **46**
 Namensschilder **87**
 Notizblöcke **112**

O

OpenType **38**

P

Papier *siehe* Hauspapiere
 PowerPoint Präsentation **135**
 Präsentationsmappe *siehe* Map-
 pen

R

Richtlinien für Layout und Satz
 deutsch **42**
 Richtlinien für Layout und Satz
 Englisch **47**

S

Schrift **142**
 Schriftgrößen **40**
 Signatur **132**
 SOCIAL MEdia **108**
 Social Media Guidelines **138**
 Sprachleitfaden Englisch **55**
 Stempel **89**

T

Telefon- und Faxnummern **44**
 Trennstriche **42**
 TYPO3-Handbuch – Barriere-
 freiheit **138**
 TYPO3-Handbuch – Erweiterte
 Funktionen **138**
 TYPO3-Handbuch – Gestaltung
 von Professurwebsites **138**
 TYPO3-Handbuch – Grundla-
 gen **138**
 Typografische Richtlinien
 deutsch **42**
 Typografische Richtlinien Eng-
 lisch **47**

U

Urhebervermerk **107**
 Urkunden **80**

V

Versal-Eszett **35**
 VG Bild-Kunst **57**
 Visitenkarten **78**

W

Webschrift *siehe* Fira
 Wegweiserschilder **119**
 Werbemittel **109**

Z

Zahlenangaben **47**
 Zeilenabstand **40**
 Zeitangaben **46, 48**
 Zeiträume im Fließtext **46**
 Zeugnisse **80**
 Zimmerschilder **115**

Kontakt

Bauhaus-Universität Weimar
Universitätskommunikation
Amalienstraße 13
99423 Weimar
Deutschland

Telefon + 49 (0) 36 43/58 11 71
Telefax + 49 (0) 36 43/58 11 72

**Der Styleguide der Bauhaus-Universität Weimar
ist auch online verfügbar unter:**

www.uni-weimar.de/corporate-communication

Redaktion: Cissy Hecht, Christiane Hempel, Yvonne Puschatzki, Romy Weinhold, Carolin Klemm

Konzept: Cissy Hecht

Satz: Cissy Hecht, Christiane Hempel

www.uni-weimar.de