

Logo

Das Logo der Universität Bielefeld wurde weiterentwickelt – der Name ist nun größer und in die markante Form eingebunden, das Grün des Logos dunkler und damit prägnanter. Die Proportionen des Logos wurden leicht verändert und auch die Schrift des Logos ist neu. So ist die Wiedererkennbarkeit sichergestellt, das Logo insgesamt aber plakativer.

Universität Bielefeld

Das neue Logo:

- Quadrat leicht nach unten versetzt
- Schrift fetter und größer
- Schrift in den Block integriert
- Grün dunkler, kräftiger

Das System der Flächen

Markantes Element des neuen Corporate Designs ist eine Farb-/Bildfläche, die abgeleitet aus dem Logo und grundsätzlich immer an dieses angeschlossen ist. Dieser Anschluss steht für Kommunikation. Die Fläche ist zum einen Haltelinie für den „Absender“ (Fakultät, Rektorat, Verwaltung etc.) und zum anderen „Inhaltsfläche“ für Bilder, Headlines, Farben. Bei einigen Anwendungen kommt eine zweite Fläche hinzu – die beiden Flächen überlagern sich; ein Symbol für die Interdisziplinarität. Eine zentrale Rolle hat dabei das Logo, das immer in der linken oberen Ecke steht.

Universität Bielefeld

Fakultät für Linguistik und Literaturwissenschaft

Anschluss
Schnittstelle
Verbindung Zusammenschluss...

Haltelinie für
Absender



Überlagerung
Überschneidung
Interdisziplinarität...

Informationen, Vorlagen, Service

Wichtige Informationen und die notwendigen Formatvorlagen für unterschiedliche Anwendungen werden vom Referat für Kommunikation im Internet zum Download zur Verfügung gestellt:

→ www.uni-bielefeld.de/corporatedesign

Corporate Design

Für den professionellen grafischen Einsatz steht in Kürze ein umfangreiches Corporate Design Manual zur Verfügung.

Ihre Ansprechpartner:

Referat für Kommunikation

Ingo Lohuis

Referatsleitung und Marketing
Tel. 0521. 106-4145
ingo.lohuis@uni-bielefeld.de

Doris Voss

Grafikdesign
Tel. 0521. 106-5194
doris.voss@uni-bielefeld.de

Dr. Markus Paulußen

Informationsmanagement
Tel. 0521. 106-4159
markus.paulussen@uni-bielefeld.de

Universität Bielefeld

Neues Corporate Design

Farbig,
vielfältig und...

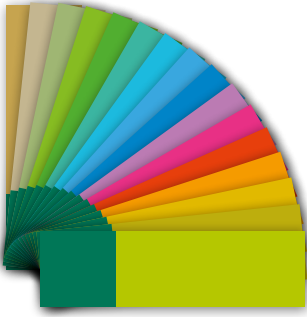
Menschen im Fokus

Vielfalt in Forschung und Lehre, interdisziplinär vernetzt, kommunikativ, aufgeschlossen und international ausgerichtet – zehn Jahre nach der Einführung des bisherigen Corporate Designs, galt es, dieses Profil der Universität Bielefeld visuell neu zu transportieren. Die Lösung – gestaltet von der Bielefelder Agentur deterringdesign – liegt seit dem 10. Oktober vor. Damit erhält die Universität Bielefeld ein unverwechselbares Erscheinungsbild, das sie nach innen und außen vermittelt. Im Wettbewerb der Hochschulen präsentiert sie sich fortan modern, bunt und mit Menschen im Fokus – und das einheitlich in Print und im Internet. Das neue Corporate Design ist kein Bruch mit dem alten, sondern eine konsequente Weiterentwicklung und Erweiterung. Und doch beinhaltet das Konzept entscheidende neue Elemente.



Farben

Die Hauptfarbe der Universität Bielefeld ist und bleibt Grün – die Logofarbe wird dunkler, die zentrale Sekundärfarbe ist ein heller Grün-Ton. Und: Es sind weitere frische Sekundärfarben hinzugekommen. Durch diese neue Farbigekeit soll die Vielfalt der Universität vermittelt werden. Fakultäten und zentrale wissenschaftliche Einrichtungen erhalten dabei die Möglichkeit, sich individuell aus einem großen Spektrum eine Farbe auszusuchen und so eine spezifische Identität zu vermitteln.



Die Farben: Das Dunkelgrün wird nach Möglichkeit durch eine Farbe ergänzt. Die Zusatzfarbe ist immer die hellere aus überwiegend warmen Tönen. Die Vielfarbigkeit entsteht durch die Frequenz der Medien.

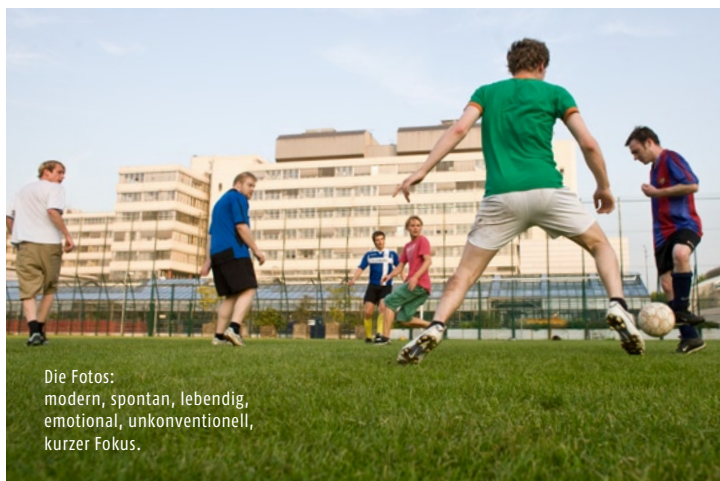
Schrift

Die neue Hausschrift der Universität Bielefeld heißt Fago. Es ist eine junge Schrift, die modern wirkt und für vielfältige Einsätze konzipiert ist. Sie wird für professionelle Gestaltung von Werbemitteln (Broschüren, Flyer, Anzeigen etc.) und zum Teil im Internet eingesetzt. In Office-Anwendungen (Word, Powerpoint etc.) kommt die Schrift Arial zum Einsatz, die als Systemschrift auf den meisten Computern standardmäßig installiert ist. Das macht die Umsetzung des Corporate Designs für jeden Anwender in der Universität unkompliziert und spart die hohen Lizenzgebühren für eine flächendeckende Installation.



Bilder

Bilder spielen eine wichtige Rolle bei der grafischen Umsetzung des Profils. „Menschen in der Universität Bielefeld“ ist dabei das zentrale Element der neuen Bildsprache. Speziell für die Einführung des neuen Corporate Designs sind zahlreiche Fotos zu den Themen „Studium“, „Forschung“, „Leben“ etc. entstanden.



Die Fotos: modern, spontan, lebendig, emotional, unkonventionell, kurzer Fokus.



Beispiele

