
Das Bild der TU Darmstadt

Corporate Design Handbuch
3. Auflage, Juni 2011



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Vorwort des Präsidenten

Corporate Design macht Eindruck. Corporate Design beeinflusst das Image und sorgt für Wiedererkennbarkeit. Die Technische Universität Darmstadt legt Wert auf ihr Corporate Design, um ihr Selbstverständnis und Profil klar und unverwechselbar zu zeigen. Das einheitliche Auftreten, Kommunizieren und Verhalten manifestiert die Identität der TU Darmstadt und erhöht die Aufmerksamkeit für die Fülle großartiger Leistungen, die die Mitglieder dieser Universität täglich individuell und in Teams erbringen.

Ich freue mich, dass nunmehr die dritte, überarbeitete und verbesserte Auflage des Style Guide der TU Darmstadt für gedruckte Medien und Beamer-Präsentationen vorliegt. Er enthält die vom Präsidium und dem Senat der TU Darmstadt am 11. Juli 2007 für verbindlich erklärten Grundregeln des Corporate Design, wie es für Korrespondenz, Visitenkarten, Flyer, Berichte usw. zu nutzen ist. So wird ein starkes, einprägsames Bild der Marke TU Darmstadt geschaffen.

Diese Dokumentation vereint die standardisierte Ordnung aller visuellen Mittel (Logo, Schrift, Farbe, Zeichen, Typografie, Darstellungen und grafische Prinzipien), mit denen die TU Darmstadt in ihrer reichhaltigen Substanz erlebbar wird. Das garantiert effizientes und wirtschaftliches Arbeiten. Das Design hat den besonderen Charme, ein hohes Maß an Gestaltungsspielraum innerhalb eines festen Rahmens zu bieten.

Corporate Design ist kein festgeschriebenes starres Regelwerk und kein Garant für (falsche) Sicherheiten. Gutes Design ist dynamisch, nicht zu verwechseln mit beliebig. Das Präsidium der TU Darmstadt achtet darauf, dass es strategisch weiterentwickelt und an neue Herausforderungen angepasst wird. Bitte stimmen Sie auch künftig Ihre Entwürfe für Druckerzeugnisse u.ä. mit der Stabsstelle Kommunikation und Medien der TU Darmstadt ab.

Ich danke den vielen Mitgliedern der TU Darmstadt, die an der Ausarbeitung der Leitlinien für dieses Handbuch beteiligt waren und wertvolle Anregungen beisteuerten. Ich bin überzeugt, dass dieses Handbuch dazu beiträgt, sich mit der TU Darmstadt zu identifizieren und ihr Corporate Design aus Überzeugung einzusetzen.

Prof. Dr. Hans Jürgen Prömel

Vorwort des Präsidenten	3
1. Gestaltungselemente	6
1.1. Das Logo – die Wort-/Bildmarke	6
1.2. Identitätsleiste, Logo und Abschlusslinie	7
1.3. Vermaßung	8
1.4. Verschiedene Formate und ihre Vermaßung	9
1.5. Darstellung der Wort-/Bildmarke	10
2. Schrift	12
2.1. Charter – Schrift für Fließtext und Korrespondenz	13
2.2. Frontpage – Schrift für Headline, Subline und Bildunterschrift	14
2.3. Stafford – Schrift für Auszeichnungen und Informationen	15
2.4. Tahoma und Verdana – Schriften für Monitor- und Beamerpräsentationen	16
3. Farben	17
3.1. Farbbereich I mit Schwarz und den vier Abstufungen	18
3.2. Welches Farbsystem für welche Anwendung?	18
3.3. Farbbereich II mit Misch-, Echt- und Monitorfarben	19
3.4. Farbgebung und Auszeichnungsschrift	20
3.5. Anwendung von Farben	21
3.6. Farbgebung Schrift und Farbfläche	22
3.7. Farbvarianten der Identitätsleiste	22
4. Gestaltungsraster	23
4.1. Aufteilung einer Seite in Spalten mit Hilfe eines Gestaltungsrasters	24
4.2. Muster einer DIN-A4-Publikation	25
4.3. Muster einer Klappkarte außen	26
4.4. Muster einer Klappkarte innen	27
4.5. Beispiele Karten DIN lang	28
4.6. Beispiele Flyer	29
4.7. Beispiele Plakate	30
4.8. Berichte, Abschlussarbeiten und Dissertationen	31
4.9. Aushänge	32
4.10. Zusatznennung von Fachgebieten	33
4.11. Darstellung von Sponsorenlogos	34

Inhalt

5. Geschäftsdrucksachen	35
5.1. Visitenkarte – Aufteilung	36
5.2. Visitenkarte – Vermaßung	37
5.3. Briefbogen – Vermaßung	38
5.4. Briefbogen – Folgeseiten	39
5.5. Briefbogen mit Sublogo	40
5.6. Ausdruck des Briefbogens	41
5.7. Telefaxmitteilung	42
5.8. Kurzbrief	43
5.9. Blankoformulare	44
6. Service	45

Die Gestaltungsrichtlinien basieren auf einem Beschluss des Präsidiums der TU Darmstadt vom 11.07.2007 und werden regelmäßig weiterentwickelt.

Impressum

Herausgeber:	Präsident der TU Darmstadt Karolinenplatz 5 64289 Darmstadt
Inhaltliche Konzeption und Umsetzung:	Stabsstelle Kommunikation und Medien Thomas Fester cd@pvw.tu-darmstadt.de
Gestaltung und Reinzeichnung:	Pia Lauck, Dipl. Designerin pl@desktop-design.de
Projektleitung:	Stabsstelle Kommunikation und Medien Jörg Feuck
Weitere Informationen:	www.tu-darmstadt.de/cd
Auflage:	1000

1. Gestaltungselemente

1.1. Das Logo – die Wort-/Bildmarke

Die „Athene“ und der dreizeilige Schriftzug in schwarzer Schrift auf weißem Hintergrund ist das Markenzeichen der Technischen Universität Darmstadt. Die Wort-/Bildmarke bildet zusammen mit dem definierten weißen Hintergrund (Schutzzone) eine untrennbare Einheit. Sie markiert in Kombination mit ihrer Positionierung klar den Absender und sorgt für rasche Wiedererkennung.

Das Logo der Technischen Universität Darmstadt ist eingetragen (Registernummer: 302008042171) und geschützt. Damit dieser Schutz gewährleistet ist, muss die Wort-/Bildmarke immer und überall korrekt dargestellt werden. Jede Art von Veränderung und Zusatz ist nicht zulässig. Die Wortmarke „Technische Universität Darmstadt“ wird nicht übersetzt. Dies gilt auch für alle Publikationen (Druckerzeugnisse, Internet-Auftritte etc.). Hier lautet die internationale Bezeichnung „Technische Universität Darmstadt“ oder „TU Darmstadt“.

Für jedes mögliche Format gibt es eine Größenvorgabe sowie eine Positionierung des Logos im Zusammenhang mit den Gestaltungselementen „Identitätsleiste“ und „Abschlusslinie“. Identitätsleiste und Abschlusslinie befinden sich innerhalb des Satzspiegels und sind für die verschiedenen Formate in ihrer Größe festgelegt.

Tipp aus der Praxis:

Das Logo in optimaler Qualität können Sie downloaden unter:
www.tu-darmstadt.de/cd.
(Für Drucksachen eine Auflösung von 300 dpi und Dateiformat .eps verwenden)



Schutzzone

Die Wort-/Bildmarke der Technischen Universität Darmstadt mit ihrer fest definierten Schutzzone

Akkreditierte Partner der Technischen Universität Darmstadt (z.B. die von der Universitätsverwaltung offiziell zugelassenen Hochschulgruppen) sind berechtigt, für Veranstaltungen, Publikationen etc., die der Stabsstelle Kommunikation und Medien zu melden sind, befristet das „Partner-Logo“ zu verwenden.



Partnerlogo der TU Darmstadt

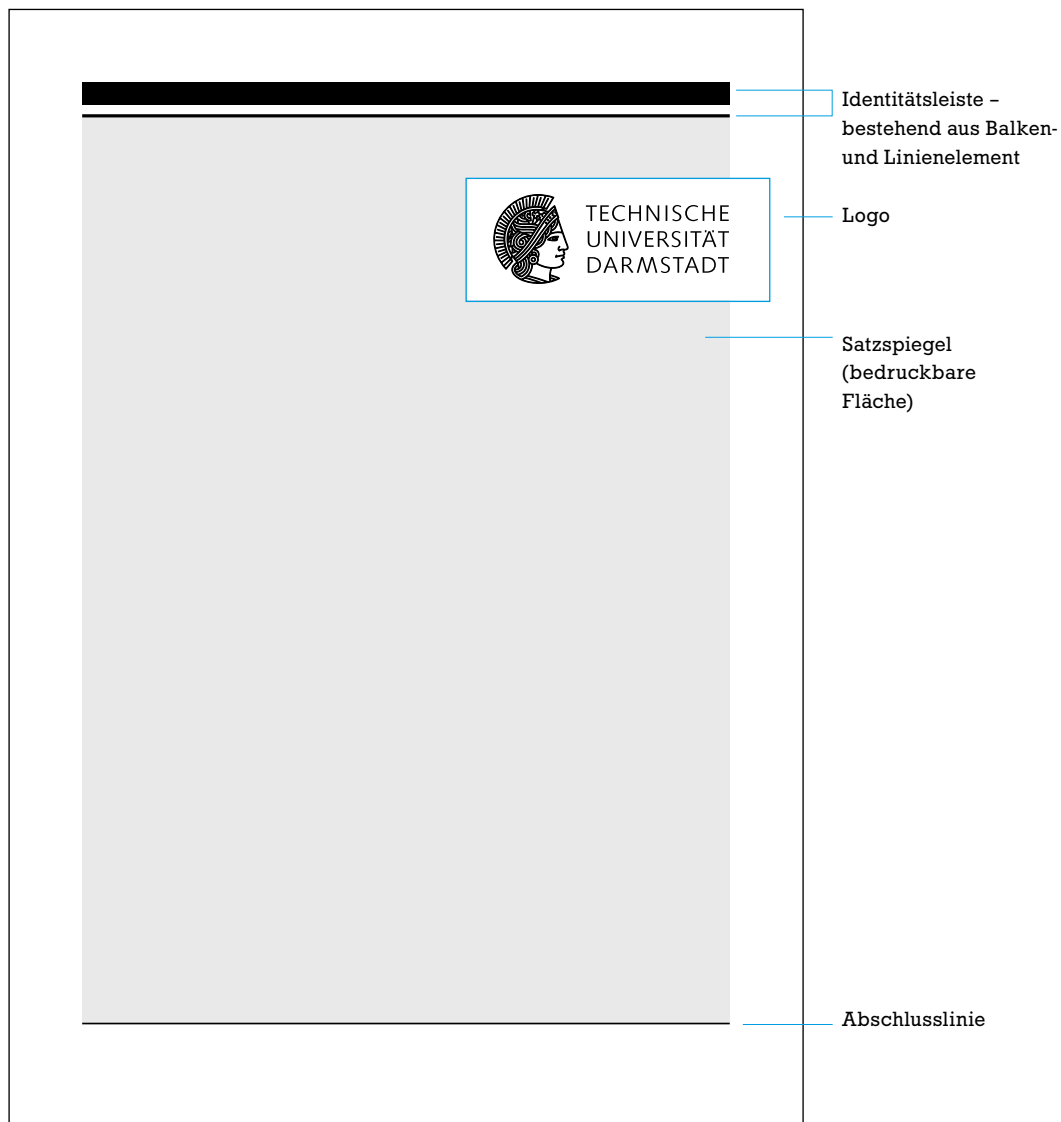
1. Gestaltungselemente

1.2. Identitätsleiste, Logo und Abschlusslinie

Die Gestaltungselemente Identitätsleiste, Logo und Abschlusslinie sind essentielle Bestandteile des Corporate Design der TU Darmstadt.

Für alle drei Gestaltungselemente sind Größe und Proportion passend zu den möglichen Formaten festgelegt. Diese Vermaßungen können Sie den nächsten Seiten entnehmen.

Alle Gestaltungselemente und Inhalte liegen innerhalb des Satzspiegels, wodurch gewährleistet wird, dass die Seiten auf einem normalen Drucker mit Greiferrand problemlos ausgedruckt werden können.

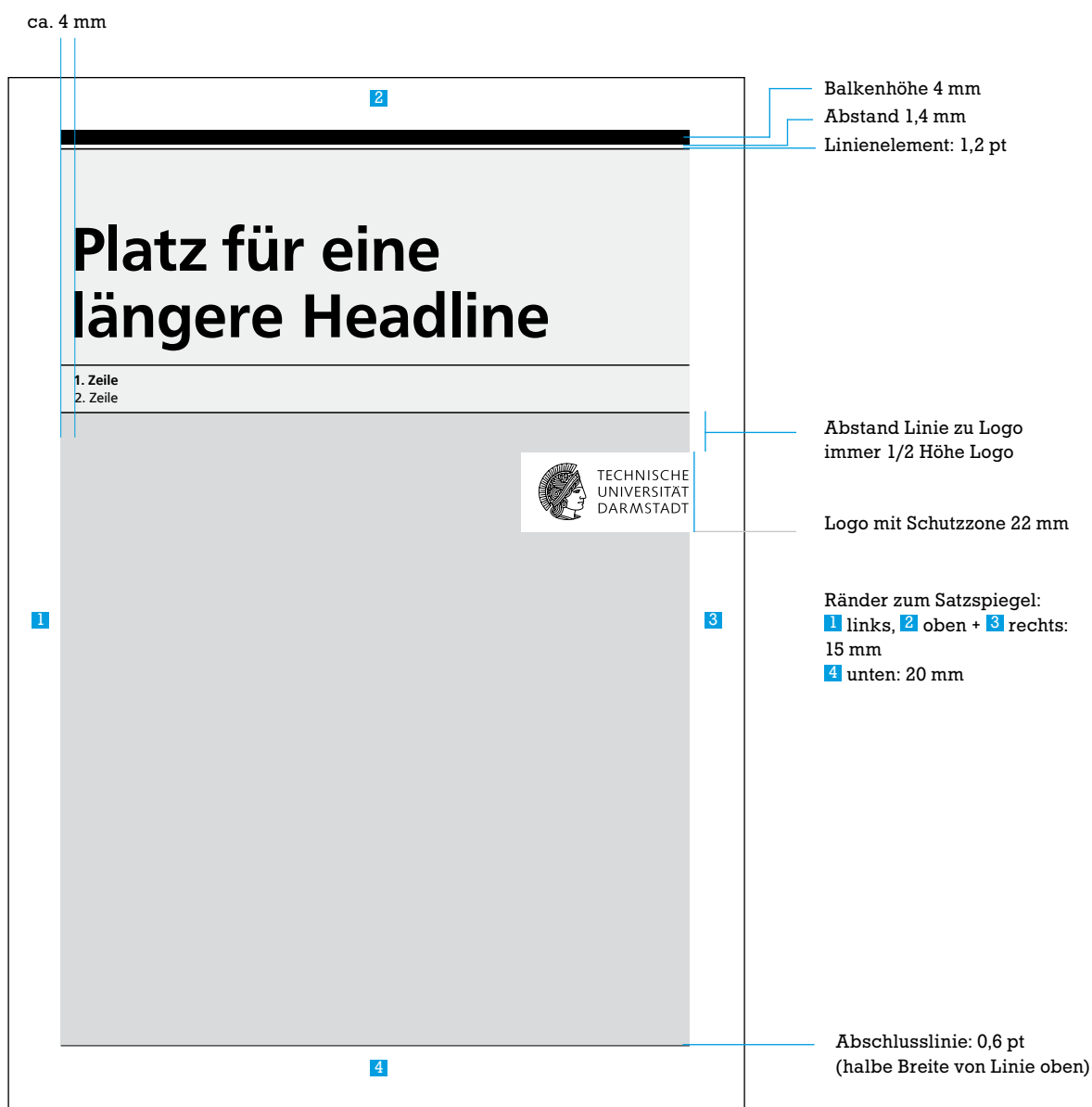


1. Gestaltungselemente

1.3. Vermaßung

Damit Sie das Corporate Design so einfach wie möglich anwenden können, sehen Sie hier ein vermates Beispiel.

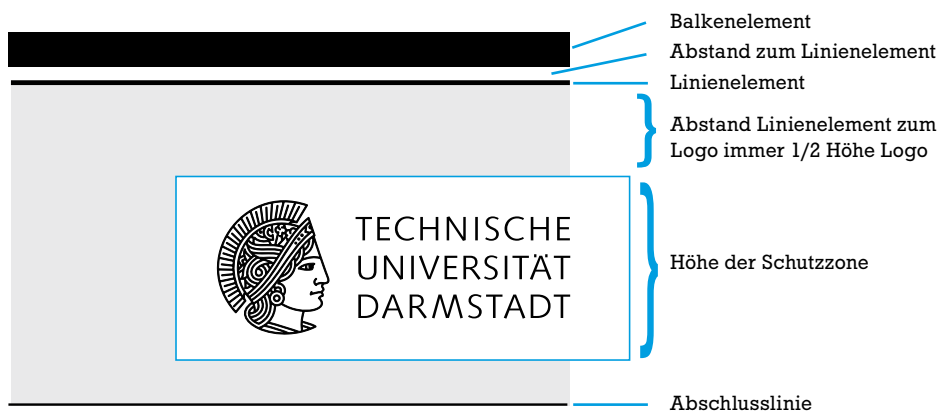
Vermaßung eines DIN-A4-Beispiels (verkleinerte Darstellung)



1. Gestaltungselemente

1.4. Verschiedene Formate und ihre Vermaßung

Basierend auf dem nebenstehenden Beispiel nun die Vermaßung der gängigsten Formate. Zu beachten ist, dass der Abstand zwischen dem Linienelement und dem Beginn der Schutzzone des Logos immer die halbe Höhe der Schutzzone des Logos beträgt.



Angaben für Publikationen und Aushänge

Format hoch und quer	Balken-element	Abstand zum Linien-element	Linien-element	Höhe Logo mit Schutzzone	Abschlusslinie	Ränder: links, oben, und rechts	Rand unten
DIN lang 10,5 x 21 cm	3,5 mm	1,4 mm	1,2 pt	17 mm	0,6 pt	10 mm	14 mm
DIN A6 10,5 x 14,8 cm	3 mm	1,4 mm	1,2 pt	16,5 mm	0,6 pt	10 mm	15 mm
DIN A5 14,8 x 21 cm	3,3 mm	1,4 mm	1,2 pt	19 mm	0,6 pt	12 mm	16 mm
DIN A4 21 x 29,7 cm	4 mm	1,4 mm	1,2 pt	22 mm	0,6 pt	15 mm	20 mm
DIN A3 29,7 x 42 cm	4,5 mm	1,4 mm	1,2 pt	24,5 mm	0,6 pt	15 mm	20 mm
DIN A2 42 x 59,4 cm	8 mm	2,5 mm	2,2 pt	44,5 mm	1,1 pt	30 mm	35 mm
DIN A1 59,4 x 84,1 cm	10 mm	3,0 mm	2,8 pt	55,5 mm	1,4 pt	30 mm	35 mm
DIN A0 84,1 x 118,9 cm	16 mm	5,2 mm	4,8 pt	80 mm	2,4 pt	30 mm	35 mm

Veröffentlichungen gelocht und geheftet im Format DIN A4 benötigen folgende Ränder:
links und unten: 20 mm, rechts und oben 15 mm

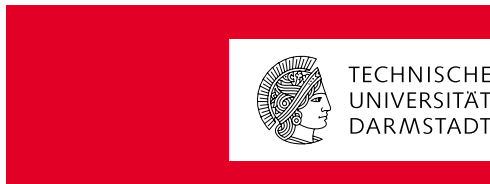
1. Gestaltungselemente

1.5. Darstellung der Wort-/Bildmarke

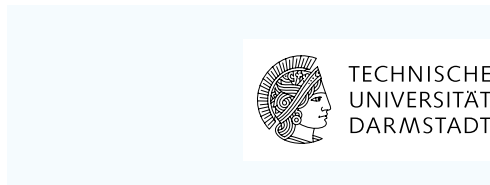
Das Logo, die untrennbare Wort-/Bildmarke, steht in einer Schutzzone. In dieser Schutzzone darf kein anderes Element platziert werden. Die Schutzzone gibt den Mindestabstand des Logos zu den Formatkanten an. Logo und Schutzzone fungieren als Etikett.

Die definierte Schutzzone rund um das Logo ist stets weiß – das gilt auch bei einer Platzierung auf einem Bildmotiv oder farbigem Hintergrund.

Zulässige Anwendungen



Logo auf farbigem Hintergrund



Logo auf weißem Hintergrund und auf Hintergrund mit Bildmotiv

Unzulässige Anwendungen



Die Darstellung des Logos wie folgt ist unzulässig:

- linksbündig
- ohne Schutzzone
- ohne Bildmarke
- Übersetzung der Wortmarke in andere Sprachen
- verzerrt
- negativ
- Verwendung der Bildmarke ohne Wortmarke
- mit Schatten



1. Gestaltungselemente



Tipp aus der Praxis:

Das Logo der TU Darmstadt gibt es nur in einer einzigen Version: als Wort-/Bildmarke in Schwarz auf weißem Hintergrund. Es ist nicht zulässig, die Marke verändert oder verfälscht zu verwenden.

Beispiele für zulässige Anwendungen



links:
Titel mit farbigem Hintergrund (frei gewählte Akzentfarbe, siehe Kapitel Farben)

rechts:
Titel mit Bildmotiv als Hintergrund (Akzentfarbe nimmt Bezug auf Bildmotiv)

2. Schrift

Speziell ausgewählte Schriften für die TU Darmstadt

Das typische Erscheinungsbild der Technischen Universität Darmstadt wird von der Schrift mitgeprägt. Als Hausschriften für die Technische Universität Darmstadt sind die Schriften Charter, Frontpage und Stafford definiert.

Charter als Fließtextschrift und zur Korrespondenz, Frontpage als Headlineschrift, Stafford als Auszeichnungs- und Informationsschrift.

So wird eine klare Hierarchie, Struktur und Ordnung erreicht. Schriftkombinationen optimieren durch gezielte typografische Gliederung das Lesen und akzentuieren inhaltliche Unterscheidungen. Die konsequente Einhaltung der typografischen Richtlinien gewährleistet einen harmonischen visuellen Auftritt und ein einheitliches Schriftbild.

In den beschriebenen Beispielen sind Vorschläge zu Schriften und Zeilenabständen gemacht. Diese können je nach Inhalt angepasst werden.

Die Schriften finden Sie im Internet zum Download: www.tu-darmstadt.de/cd. Dort finden Sie auch Informationen über Aktualisierungen, die von Zeit zu Zeit notwendig sind. Die Schriften sind mit allen gängigen Computerbetriebssystemen kompatibel.

Tipps aus der Praxis:

Beim Austausch „offener“ Dokumente innerhalb eines Betriebssystems (gemeinsame Bearbeitung) müssen die Schriften auf den verwendeten Computern vorhanden sein, da es ansonsten zu einer verfälschten Wiedergabe des Layouts kommen kann.

Bei dem Datenaustausch zwischen unterschiedlichen Betriebssystemen (PC und Macintosh) müssen die Schriften aktualisiert werden.

Für Druckaufträge bei externen Druckereien ist grundsätzlich die Übermittlung der Daten in Form einer Pdf-Datei zu empfehlen.

2. Schrift

2.1. Charter – Schrift für Fließtext und Korrespondenz

Die Charter ist eine Schriftart aus der Gruppe der serifenbetonten Linear-Antiquas. Sie wurde 1987 von Matthew Charter für die Firma Bitstream entworfen. Sie ist keine bloße Neuzeichnung bekannter Druckschriften, sondern eine eigenständige Neuentwicklung. Sie folgt gleichwohl klassischen Schriftstilen, besitzt aber eine vergleichsweise große x-Höhe.

Die Charter wird als Fließtext- und Kommunikationsschrift eingesetzt. Briefe und Fax-Mitteilungen sowie Fließtexte in Publikationen werden damit geschrieben. Um Inhalte hervorzuheben, kann der Bold- oder Kursiv-Schnitt der Charter angewendet werden. Der Zeilenabstand des Fließtexts entspricht der Einstellung „autom.“ (Zeilenabstand 120% der Schriftgröße).

Charter Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.;!?,“@€/(&)-

– Fließtext

Charter Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.;!?,“@€/(&)-

– Hervorhebungen im
Fließtext
– Zitate
– Übersetzungen

Charter Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.;!?,“@€/(&)-

– Hervorhebungen im
Fließtext

Schriftfarbe: ■
Die Schriftfarbe ist immer Schwarz

2. Schrift

2.2. Frontpage – Schrift für Headline, Subline und Bildunterschrift

Die Frontpage ist eine serifenlose Linear-Antiqua-Schrift. Das Schriftbild erscheint offen, mit großen Innenräumen bei den Kleinbuchstaben. Die Strichstärke der Vertikalen ist geringfügig größer als die der Horizontalen.

Die Frontpage wird ausschließlich für Headlines, Sublines und Bildunterschriften verwendet. In Fließtexten wird sie nicht angewendet.

Frontpage Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.,:;!?,,"@€/(&)-

- Headline
- Subline
- Paginierung
- Tabellen
- Beschriftung von Grafiken

Frontpage Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.,:;!?,,"@€/(&)-

Tipp aus der Praxis:

In Office-Anwendungen ist der Schriftschnitt Frontpage Medium nicht anwählbar. Hier wird Frontpage und Bold genutzt.



Headline Titel

Subline

Schriftfarbe: ■ ■ ■

Schwarz, Weiß und

in Sonderfällen nur für Headlines:

Akzentfarbe

In der Regel sind die Headlines schwarz oder weiß. In Sonderfällen kann die Akzentfarbe auf weißem Hintergrund eingesetzt werden, um damit eine besondere Hervorhebung und Akzentuierung des Inhalts zu erreichen.

Es ist zu beachten, dass Hintergrund und Schriftfarbe genügend Kontrast aufweisen, um eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten.

Tipps hierzu finden Sie auf Seite 22.

2. Schrift

2.3. Stafford – Schrift für Auszeichnungen und Informationen

Die Stafford ist die Auszeichnungs- und Informationsschrift der Technischen Universität Darmstadt. Informationen, die direkt mit der Universität zu tun haben, werden in der Stafford gesetzt. Dazu gehören z. B. Namen und Kontaktdaten, Marginalien und Impressum, d. h. alles, was einen zusätzlichen Informationsgehalt hat, wird durch die Stafford ausgezeichnet. Der starke und harmonische Charakter lässt die Stafford besonders flexibel erscheinen.

Die Stafford wird als Auszeichnungs- und Informationsschrift eingesetzt. Zusatzinformationen werden durch die Stafford betont.

Stafford

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.;!?,“@€%/(&)-

- Absender
(Informationen zum Absender/zur
TU Darmstadt, Autor, Redaktion,
Bildnachweis)
- Adressinformationen
- Impressum
- Marginalien
- Beschriftung von Grafiken
- Bildunterschriften



Marginalien

Schriftfarbe:
Schwarz
Akzentfarbe für Visitenkarten und
Briefbogen

Die Farbe richtet sich nach der ausgewählten Akzentfarbe der Publikation. Pro Publikation darf jeweils nur eine Farbe verwendet werden. Tipps hierzu finden Sie ab Seite 17.

2. Schrift

2.4. Tahoma und Verdana – Schriften für Monitor- und Beamerpräsentationen

Für Monitor- und Beamer-Präsentationen werden die Schriften Tahoma und Verdana empfohlen. Diese wurden speziell für optimale Lesbarkeit auf dem Monitor entwickelt und sind auf jedem System verfügbar.

Tahoma

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.;:!?a,,"@%/(&)-

Verdana

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzßäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890,.;:!?a,,"@%/(&)-

Beispiel einer Beamer-Präsentation

Vorlagen hierzu finden Sie im Internet www.tu-darmstadt.de/cd



3. Farben

Farbschema der TU Darmstadt

Das Farbschema der Technischen Universität Darmstadt spiegelt die Vielseitigkeit von Fachbereichen, Institutionen und Einrichtungen wider, die unter der Dachmarke vereint sind. Die definierten Farben können prinzipiell frei gewählt werden. Es ist möglich, Farben je nach Zielgruppe zu variieren oder sich selbst eine nicht exklusive identitätsfördernde „Hausfarbe“ zu geben.

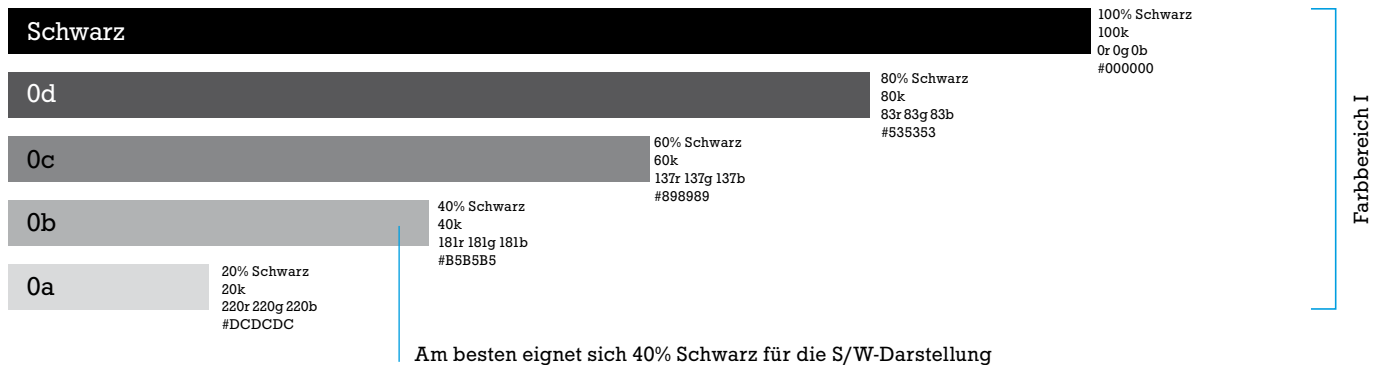
Pro Publikation darf jeweils nur eine Akzentfarbe aus dem Farbschema der Technischen Universität Darmstadt verwendet werden. Die Verwendung von Farben außerhalb der definierten Farbpalette ist nicht zulässig.

Der Farbraum der Technischen Universität Darmstadt wurde mit der Zielsetzung definiert, eine große Farbvielfalt mit einheitlichem Charakter zu ermöglichen. Alle Farbtöne haben keinen Schwarzanteil, sondern sind reine Mischfarben aus Cyan, Magenta und Yellow. Ungemischte Farben kommen im Farbraum nicht vor. Es gibt elf Farbtöne in jeweils vier verschiedenen Abstufungen, dadurch entstehen vier homogene Farbreihen.

3. Farben

3.1. Farbbereich I mit Schwarz und den vier Abstufungen

Für Schwarz-Weiß-Publikationen (S/W) gilt der Farbbereich I mit Schwarz und den vier Abstufungen in Grauwerten. Wirtschaftlichkeit und Produktionsoptimierung sind wesentliche Merkmale dieses Farbkonzepts.



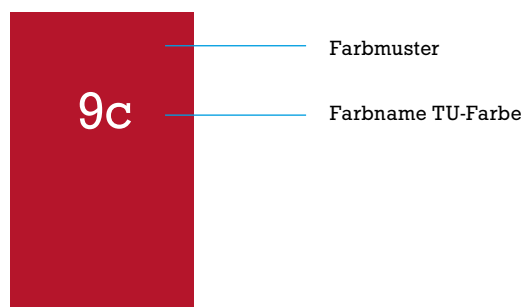
3.2. Welches Farbsystem für welche Anwendung?

CMYK wird bei Publikationen genutzt, die Bilder enthalten, die sich aus vielen Farben zusammensetzen.

PANTONE-Farben werden verwendet, wenn ein- bis dreifarbig (ohne Fotos) gedruckt werden soll (z. B. Visitenkarten einfarbig).

Bürodrucker: Sie verarbeiten alle Farbsysteme automatisch, die Ergebnisse sind jedoch nicht farbverbindlich.

Monitordarstellung: Der RGB-Farbraum wird für Web- oder Beamerpräsentationen genutzt. HEX-Code sind in ein anderes Zahlensystem umgesetzte RGB-Farben.



P 193

Nummer der PANTONE-Farbe

30c 100m 90y

CMYK-Zusammensetzung (Druckfarben): 30% Cyan, 100% Magenta, 90% Yellow

185r 15g 34b

RGB- Farbdefinition (Monitorfarbraum): 185 rot, 15 gelb, 34 blau

#B90F22

HEX-Code- Farbdefinition (RGB in HEX umgesetzter Farbraum)

3. Farben

3.3. Farbbereich II mit Misch-, Echt- und Monitorfarben

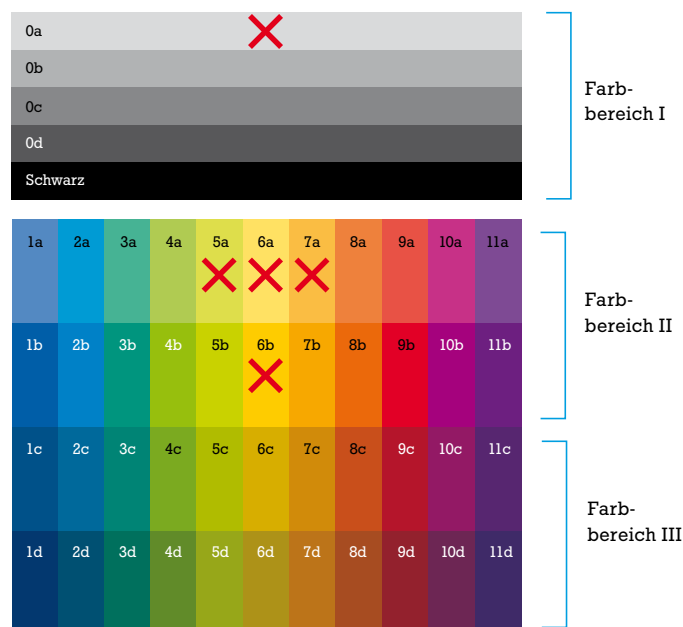
Das Farbkonzept besteht aus 44 fest definierten Farbwerten, ist flexibel und spiegelt Vielfalt, Dynamik und damit das Leben an der Universität wider.

Farbbereich II versammelt Mischfarben, die in CMYK gedruckt werden können, Pantone-Echtfarben für einfarbige Druckerzeugnisse sowie RGB-Farben für die Darstellung am Monitor. Die Farbwerte sind für alle Produktionsverfahren und Medien gültig und bindend. Abweichungen sind nicht zulässig.

1a	2a	3a	4a	5a	6a	7a	8a	9a	10a	11a	Farbbereich II
2727	299	338	381	379	113	129	158	1795	247	2685	PANTONE
70c 40m	80c 20m	70c 50y	40c 80y	20c 80y	10m 70y	30m 80y	60m 80y	80m 70y	20c 90m	60c 80m	CMYK
93r 133g 195b	0r 156g 218b	80r 182g 149b	175r 204g 80b	221r 223g 72b	255r 224g 92b	248r 186g 60b	238r 122g 52b	233r 80g 62b	201r 48g 142b	128r 69g 151b	RGB
#5D85C3	#009CDA	#50B695	#AFCC50	#DDDF48	#FFE05C	#F8BA3C	#EE7A34	#E9503E	#C9308E	#804597	HEX-Code
1b	2b	3b	4b	5b	6b	7b	8b	9b	10b	11b	Farbbereich II
2935	3005	3285	382	380	115	130	166	1797	248	2597	PANTONE
100c 60m	100c 30m	100c 60y	50c 100y	30c 100y	20m 100y	40m 100y	70m 100y	100m 90y	40c 100m	70c 100m	CMYK
0r 90g 169b	0r 131g 204b	0r 157g 129b	153r 192g 0b	201r 212g 0b	253r 202g 0b	245r 163g 0b	236r 101g 0b	230r 0g 26b	166r 0g 132b	114r 16g 133b	RGB
#005AA9	#0083CC	#009D81	#99C000	#C9D400	#FDCA00	#F5A300	#EC6500	#E6001A	#A60084	#721085	HEX-Code
1c	2c	3c	4c	5c	6c	7c	8c	9c	10c	11c	Farbbereich III
2945	3015	3285	376	390	110	124	173	193	249	268	PANTONE
100c 70m 20y	100c 50m 20y	100c 20m 60y	60c 10m 100y	40c 10m 100y	20c 30m 100y	20c 50m 100y	20c 80m 100y	30c 100m 90y	50c 100m 30y	80c 100m 20y	CMYK
0r 78g 138b	0r 104g 157b	0r 136g 119b	127r 171g 22b	177r 189g 0b	215r 172g 0b	210r 135g 0b	204r 76g 3b	185r 15g 34b	149r 17g 105b	97r 28g 115b	RGB
#004E8A	#00689D	#008877	#7FAB16	#B1BD00	#D7AC00	#D28700	#CC4C03	#B90F22	#951169	#611C73	HEX-Code
1d	2d	3d	4d	5d	6d	7d	8d	9d	10d	11d	Farbbereich III
2748	2955	3295	370	391	111	153	174	202	255	269	PANTONE
100c 90m 30y	100c 70m 40y	100c 40m 70y	70c 30m 100y	50c 20m 100y	40c 40m 100y	30c 60m 100y	40c 80m 100y	50c 100m 90y	70c 100m 50y	90c 100m 30y	CMYK
36r 53g 114b	0r 78g 115b	0r 113g 94b	106r 139g 55b	153r 166g 4b	174r 142g 0b	190r 111g 0b	169r 73g 19b	156r 28g 38b	115r 32g 84b	76r 34g 106b	RGB
#243572	#004E73	#00715E	#6A8B22	#99A604	#AE8E00	#BE6F00	#A94913	#961C26	#732054	#4C226A	HEX-Code

3. Farben

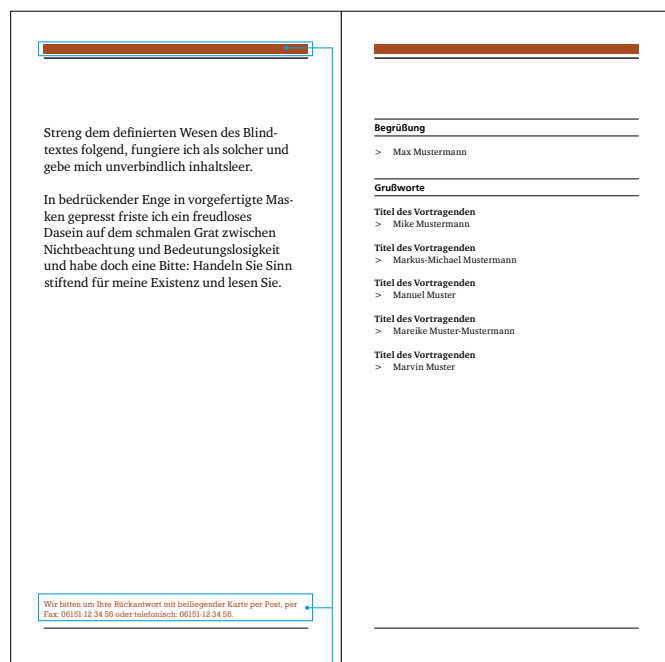
3.4. Farbgebung und Auszeichnungsschrift



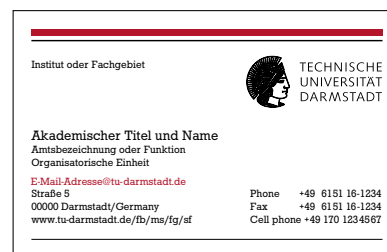
Empfohlene Farbgebung für die Auszeichnungsschrift

Eine Auszeichnungsschrift ist im Schriftgrad meist nicht sehr groß (z.B. Visitenkarten). Daher sollten nur Farben verwendet werden, die zu Weiß genügend Kontrast haben, das heißt gut lesbar sind.

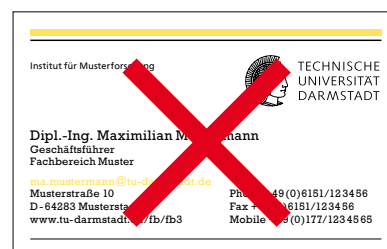
Aus den Farbbereichen dürfen bestimmte Farbwerte (durchgestrichen) nicht als Schriftfarbe für die Auszeichnungsschrift benutzt werden, da die Farbwerte zu hell sind, um eine optimale Lesbarkeit zu gewährleisten.



Farbgebung für Auszeichnungsschrift: Die Stafford darf nur in der Akzentfarbe eingefärbt werden. Ausnahmen sind der Farbtabelle zu entnehmen (oben).



Die Farbe für die Auszeichnungsschrift weist genügend Kontrast auf, um sich vom Papier deutlich abzuheben und ist dadurch optimal lesbar.



Die Farbe für die Auszeichnungsschrift ist sehr hell, bietet zu wenig Kontrast zum Hintergrund und ist deshalb nicht optimal lesbar.

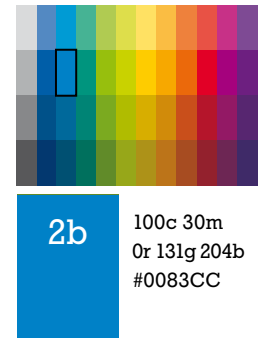
3. Farben

3.5. Anwendung von Farbe

Zulässige Farbvariationen:



Ausgewählte Farbe



Bildmotiv:

Damit der Titel harmonisch wirkt, empfiehlt es sich, eine Akzentfarbe zu wählen, die klar ersichtlich im Bildmotiv vorkommt.

Am gezeigten Beispiel wurde die Akzentfarbe Blau gewählt, da Blau eine der dominanten Farben des Motivs ist.

Unzulässige Farbvariationen:



3. Farben

3.6. Farbgebung Schrift auf Farbfläche

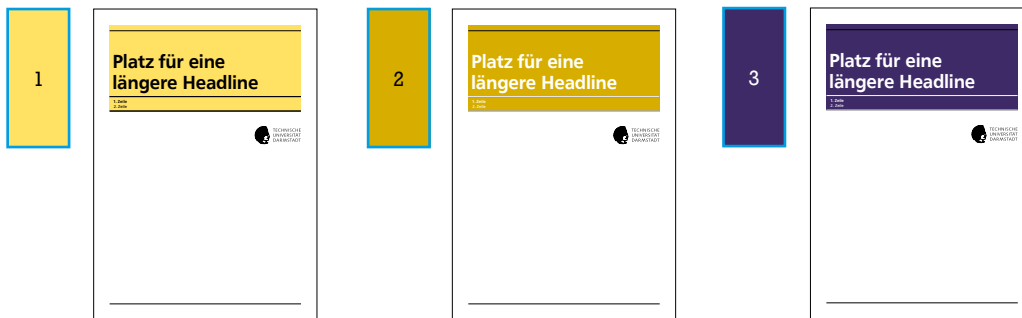
S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	1
W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	
S	W	W	W	W	W	S	S	S	S	W	
W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	
S	W	W	W	W	W	S	S	S	W	W	2
W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	
W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	W	3

Empfehlung für die Schriftfarbe (Schwarz oder Weiß):

Headlines und Sublines können auf Farbflächen stehen.

S = Schwarze Schrift
W = Weiße Schrift

Bei Farben, die mit S und W gekennzeichnet sind, ist die Schriftfarbe entweder Schwarz oder Weiß. Somit ist auf allen Hintergrundfarben genügend Kontrast von Hintergrund und Schrift gewährleistet.



3.7. Farbvarianten der Identitätsleiste

Die Identitätsleiste setzt sich aus zwei Elementen zusammen: dem Balkenelement und dem Linienelement. Der obere, breitere Balken der Identitätsleiste darf in der gewählten Akzentfarbe eingefärbt werden. Die Linie ist immer schwarz.

Mögliche Variationen der Identitätsleisten:

Beide Elemente können schwarz sein oder das Balkenelement in Akzentfarbe.



Unzulässige Variationen der Identitätsleiste:

Das Linienelement ist in der Akzentfarbe eingefärbt.



Einfügen eines Bildmotivs oder Text in die Identitätsleiste.



4. Gestaltungsraster

Seiteneinteilung mit Hilfe eines Gestaltungsrasters

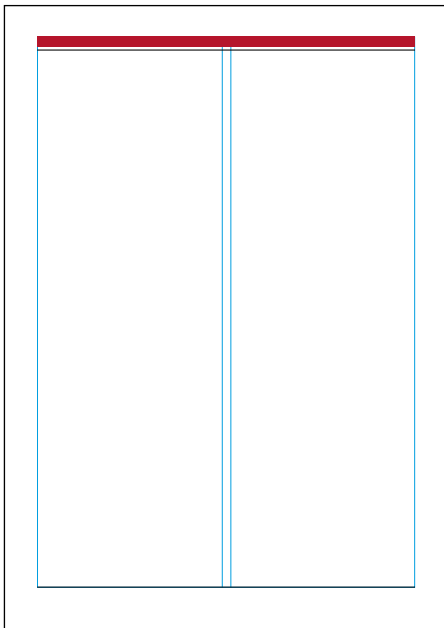
Um dem Leser das Erfassen des Textes leicht zu machen, sollte eine Textzeile nicht breiter als 90 mm sein. Da bereits bei dem Format DIN A5 die Breite des Satzspiegels 108 mm beträgt, sollte man ab dem Format DIN A4 mit Spalten arbeiten.

Als Hilfestellung, wie man mit einem Gestaltungsraster eine möglichst flexible Spalteneinteilung vornimmt, zeigen wir im Folgenden einige Beispiele.

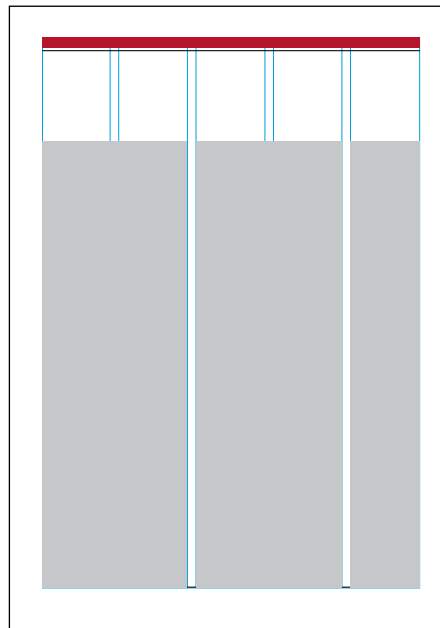
4. Gestaltungsraster

4.1. Aufteilung einer Seite in Spalten mit Hilfe eines Gestaltungsrasters

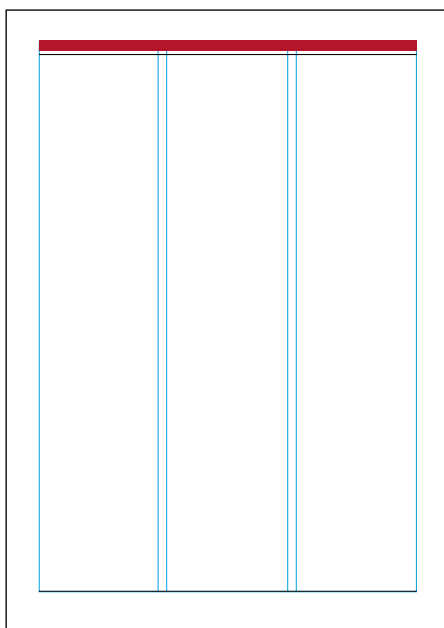
Zweispalter



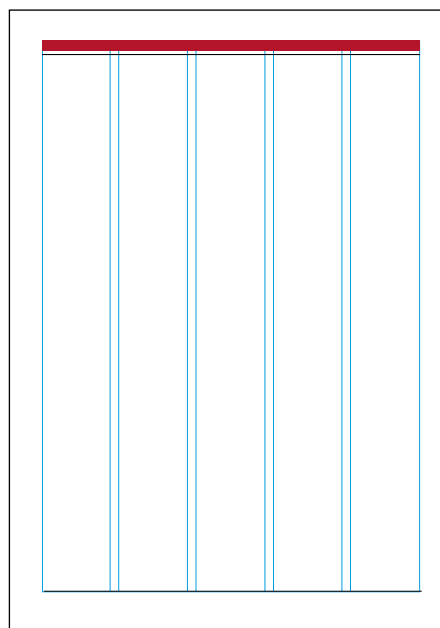
Zweispalter mit Marginalspalte



Dreispalter



Fünfspalter



4. Gestaltungsraster

4.2. Muster einer DIN-A4-Publikation

**Platz für eine
maximal dreizeilige
Headline**

Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in einer



Hier steht die Überschrift

Subline kann hier stehen einzellig oder auch
mehrzeilig, wie sie möchten

Bildungsschriften, Adressinformationen, Absender, Marginalien werden mit der Staßford gesetzt. Diese Schrift eignet sich, da sie nahezu blank

Hier steht der Flüchtigste. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Mindest schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sich typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestreicht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in Punkt-Örteile Outline gezogen. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Obflor schon ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Lesart verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewesen. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu springen.

Hier steht der Flüchtigst. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, können Sie Mindest schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht es sehr typografisches Handwerk par excellence.

Er hat Ihnen Copyblock weder gestreut, gezeichnet, noch in Versalien oder in 6 Punkt E-Mastige Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen vor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Bildunterschriften, Adressinformation, Abender, Maximalien

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder getaucht, ge-

zerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar schon ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, dienen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gegen diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gesteuert, gezeichnet, noch in Versalien oder in 6 Punkte Eustile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätte Sie wohl schon einige Zeilen vor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Fließtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Editor, Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sich typografischen Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestachelt, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Enroule Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach linear gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zur Verlesel verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die

Er hat diesen Copyblock wieder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zu der die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die

Hier steht die Überschrift

Subline kann hier stehen einzeilig oder auch
mehrzeilig, wie sie möchten

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, können Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder in 6 Punkt E-Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu rutschen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, können Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk gar exzellente.

Er hat diesen Copyblock weder gesteuert, gesetzt, noch in Versalen oder gar in Punkt- oder röstige Outline gegeben. Er hat ihn ganz einfach leser gemacht. Offensiv sogar ziemlich gut setzen hätten Sie wohl schon einige Zeilen vor der Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist anwendbar zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Er hat diesen Copyblock weder getauscht, ge-

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder getauscht, ge

zerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Estrustile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, können Sie blindsternschnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht unter typografisches Handwerk per excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gesteuert, gezeichnet, noch in Versalien oder gar in Punkt- und Rostlinie Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach leasbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen aus der Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zigig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gesteuert, gezeitert, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Engrastine Outline gesetzt. Er hat ihn sogar einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl seine eigenen Zeilen zur Leinwand verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom ersten einer Zeile in

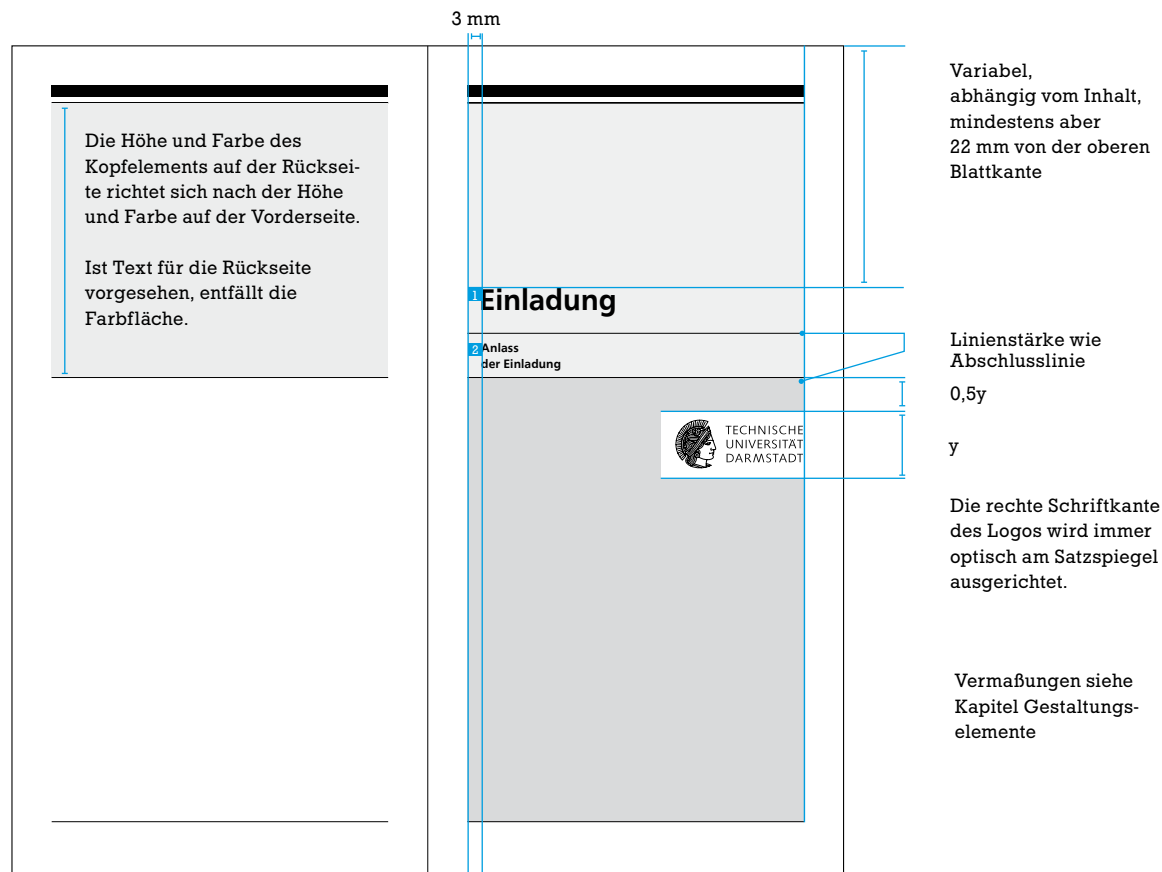
Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eastroile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen mehr die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die

Bildunterschriften, Adressinformationen, Rubricen, Marginalien werden mit der Strafford gewascht. Diese Schri-

Bildungsrichtungen, Adressinformation, Elsevier, Maximalien

4. Gestaltungsraster

4.3. Muster einer Klappkarte außen



Klappkarte | Titel und Rückseite (Format geschlossen: 105 x 210 mm)

Vorschläge für Schriften:

1 Headline (einzeilig)
SA: Frontpage
SG: 22 pt
SF: Schwarz oder Weiß
(je nach Hintergrundfarbe)

2 Subline (mehrzeilig)
SA: Frontpage
SG: 9 pt
ZA: 11 pt
SF: Schwarz oder Weiß
(je nach Hintergrundfarbe)

4. Gestaltungsraster

4.4. Muster einer Klappkarte innen

		Variabel, abhängig vom Inhalt, mindestens aber 22 mm von der oberen Blattkante
<div><div></div><p>3 Streng dem definierten Wesen des Blindtextes folgend, fungiere ich als solcher und gebe mich unverbindlich inhaltsleer.</p><p>In bedrückender Enge in vorgefertigte Masken gepresst friste ich ein freudloses Dasein auf dem schmalen Grat zwischen Nichtbeachtung und Bedeutungslosigkeit und habe doch eine Bitte: Handeln Sie Sinn stiftend für meine Existenz und lesen Sie.</p><p>4 Wir bitten um Ihre Rückantwort mit beiliegender Karte per Post, per Fax: 06151-12 34 56 oder telefonisch: 06151-12 34 56.</p></div>	<div><div></div><p>5 Begrüßung</p><p>> Max Mustermann</p><p>Grußworte</p><p>6 Titel des Vortragenden 7 > Mike Mustermann</p><p>Titel des Vortragenden > Markus-Michael Mustermann</p><p>Titel des Vortragenden > Manuel Muster</p><p>Titel des Vortragenden > Mareike Muster-Mustermann</p><p>Titel des Vortragenden > Marvin Muster</p></div>	

Klappkarte | Innenseiten

Vorschläge für Schriften:

3 Text

SA: Charter Regular
SG: abhängig vom Inhalt
SF: Schwarz

4 Infotext

SA: Stafford
SG: 7,5 pt
ZA: 9 pt (120%)
SF: Schwarz oder
Akzentfarbe

5 Programm Subline

SA: Frontpage Medium
SG: abhängig vom Inhalt
SF: Schwarz

6 Fließtext Hervorhebung

SA: Charter Bold
SG: abhängig vom Inhalt
SF: Schwarz

7 Fließtext

SA: Charter Regular
SG: abhängig vom Inhalt
SF: Schwarz

4. Gestaltungsraster

4.5. Beispiele Karten DIN lang

Programm

Begrüßung

„Die junge TU Darmstadt fördern“
Begrüßung durch den Präsidenten
Professor Dr. Hans Jürgen Prömel

Programm

Laudatio
auf die Preisträgerin und Politologin
Dr. Nicole Deitelhoff
Professor Dr. Klaus Dieter Wolf

„Überzeugen in der Politik: Herausforderungen an
das internationale Regieren im 21. Jahrhundert“
Dr. Nicole Deitelhoff

Laudatio
auf den Preisträger und Materialwissenschaftler
Dr. Torsten Granzow
Professor Dr. Jürgen Rödel

„Ferroelektrische Funktionsmaterialien –
Durchbruch für neue Technologien“
Dr. Torsten Granzow

Eröffnung des Büffets

Bitte bestätigen Sie Ihre Teilnahme per Mail:
praesident@tu-darmstadt.de



Einladung

des Präsidenten
zur Ehrung
der diesjährigen
Heinz Maier-Leibnitz-Preisträger
an der TU Darmstadt

Dr. Nicole Deitelhoff
Dr. Torsten Granzow

3. Juni 2008, 18 Uhr c.t.
Robert-Piloty-Gebäude
Hörsaal C 205
(Fachbereich Informatik)

Hochschulstraße 10
64289 Darmstadt





Einladung

zum Sommerfest des Präsidiums der TU Darmstadt

„Nichts setzt dem Fortgang der Wissenschaft
mehr Hindernis entgegen, als wenn man
zu wissen glaubt, was man noch nicht weiß.“
Georg Christoph Lichtenberg, 1742-1799

Das Präsidium der TU Darmstadt lädt Sie und Ihre Familie herzlich ein zum

Sommerfest 2010

am Freitag, den **16. Juli 2010** ab 17 Uhr

in das Georg-Christoph-Lichtenberg-Haus, Dieburger Str. 241, Darmstadt.

Lassen Sie uns das akademische Jahr gemeinsam ausklingen in sommerlicher
Atmosphäre im Garten unseres Georg-Christoph-Lichtenberg-Hauses.
Wir freuen uns auf anregende Gespräche mit Ihnen und auf einen unterhaltsamen
Abend mit Musik, Tanz und viel Spaß für die Kleinen.

Ihr

Präsident der TU Darmstadt

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung per E-Mail an sommerfest@tu-darmstadt.de,
telefonisch unter der Tel.-Nr. 06151-162120 oder per Fax an die Fax-Nr. 06151-164128.

Bitte zeigen Sie diese Einladungskarte am Empfang vor.

Programm

ab 17:00 Uhr: Einlass

18:00 Uhr: Grußwort
Prof. Hans Jürgen Prömel
Präsident der TU Darmstadt

19:00 Uhr: Begrüßung unserer
neuen Professoren
Verabschiedung unserer
ausgeschiedenen Professoren

21:00 Uhr: Wissenschaftshow
„Vom Fliegen und Nichtfliegen“
Bionik-Sigma: Eine Show zum
Staunen, Lachen und Erleben

21:15 Uhr: Sportschau des
Unisport-Zentrum

ab 21:30 Uhr: Tanz

Rahmenprogramm: Live-Musik, Wissenschaftspfad, Pony-
reiten, Kinderschminken, Luftballons-Modellieren, TURibus

4. Gestaltungsraster

4.6. Beispiele Flyer



Wir wollen

- ◆ Wissen bündeln
- ◆ Konzepte entwickeln
- ◆ Ideen umsetzen
- ◆ Austausch fördern
- ◆ Tipps geben
- ◆ Infos anbieten
- ◆ Mut machen

Sind Sie neugierig geworden?
Haben Sie Lust, aktiv Ihre Ideen einzubringen?

Dann schauen Sie vorbei
und machen Sie mit!



Kontakt

Technische Universität Darmstadt
SekretariaNet

Karolinenplatz 5
64289 Darmstadt

sekretarianet@tu-darmstadt.de

www.sekretarianet.tu-darmstadt.de

SekretariaNet

Ein Netzwerk zum lebendigen Austausch



Machen Sie mit!

Tipp aus der Praxis:

Bei einem Zickzackfalz
sind alle Seiten gleich
breit.
Bei einem Wickelfalz
muss die eingeklappte
Seite um 3 mm verkürzt
werden.

eingeklappte Seite (verkürzt)


Rückseite

Titelseite

Referenzen

Der Zertifikatskurs Baurecht wird seit 2005 an der TU Darmstadt angeboten. Zu unseren Kunden gehören sowohl kleine Architekturbüros und Ingenieurbüros als auch große Bau- und Immobilienunternehmen, aber auch Ministerien und öffentliche Einrichtungen:


- Alice-Hospital Darmstadt
- ARCADIS Deutschland GmbH
- Bilfinger Berger SE
- Bundesministerium der Verteidigung
- Deutsche Bundesbank
- Deutsche Telekom AG
- Fraport AG
- Hessisches Baumanagement
- Intech Deutschland GmbH & Co. KG
- Justus Liebig Universität Gießen
- Merck WGA
- Messe Frankfurt GmbH
- RWE AG
- Stadt Eschborn
- STRABAG AG
- Südwestrundfunk



Informationen und Anmeldung

TU Darmstadt
Referat Studium, Lehre und wissenschaftliche Weiterbildung
Karolinenplatz 5
64289 Darmstadt
Tel.: 06151/ 16-2096
Fax: 06151/ 16-7056
Mail: weiterbildung@tu-darmstadt.de


Informationen zu diesem Kurs und anderen Weiterbildungsangeboten der TU Darmstadt finden Sie auch unter:
<http://www.tu-darmstadt.de/weiterbildung>




Aktuelle Termine

ZERTIFIKATSKURS BAURECHT

Berufsbegleitende Weiterbildung




er richtet sich an Architekten, (Bau-) Ingenieure, Betriebe und Volkswirte sowie Mitarbeiterinnen von Bau- und Immobilienunternehmen der öffentlichen Verwaltung. Es auf ihrer bisherigen fachlichen Auszubereiten der Teilnehmer eine fundierte Zusatzqualifikation, die es ihnen ermöglicht, baurechtliche Probleme frühzeitig zu erkennen und selbstständig zu lösen.



Zugangsvoraussetzung

Hochschulabschluss in Architektur, (Bau-) Ingenieurwissenschaften, Betriebs- oder Volkswirtschaft oder adäquate, im Rahmen der Berufspraxis erworbene Kenntnisse.



Aufbau und Inhalte

Der berufsbegleitende Zertifikatskurs Baurecht ist in drei Module gegliedert und wird in Form von jeweils einwöchigen Blockveranstaltungen an der TU Darmstadt durchgeführt. Jedes Modul kann einzeln und unabhängig von den anderen Modulen besucht werden. Analog zur Ausbildung des Fachanwalts für Bau- und Architektenrecht werden folgende Inhalte vermittelt:

Modul I:

- Bauvertragsrecht
- Baubeherrschungsrecht
- Abschneidung
- Mängelrecht

Modul II:

- Architekten- und Ingenieurrecht
- Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen
- Gestaltung von Bauverträgen
- Gestaltung von Architekten- und Ingenieurverträgen
- Grenz überschreitende Verträge

Modul III:

- Vergaberecht
- Öffentliches Baurecht
- Streit schlichtungsmodelle
- Insolvenzrecht am Bau

Die Inhalte gehen vorbehaltlich einer anderen Schwerpunktsetzung in Absprache mit den Kursteilnehmern.

Abschluss


Jedes der drei Module schließt mit einer Klausur ab. Die Teilnehmer erhalten eine qualifizierte Teilnahmebescheinigung, die das Prüfungsergebnis und die erworbenen Kreditpunkte (ECTS) ausweist. Bei erfolgreichem Abschluss aller drei Module erhalten die Teilnehmer das „Zertifikat Baurecht“ der TU Darmstadt. Die Weiterbildung wird von den Kammern anerkannt.

Referenzen

Die Veranstaltung wird von einem Vortragsteam aus Rechtswissenschaftlern und Anwälten unter der Leitung von Herrn Prof. Dr. iur. Axel Wirth, Lehrstuhl für Deutsches und Internationales Öffentliches und Privates Baurecht an der TU Darmstadt, durchgeführt.

Kosten

Das Teilnahmeentgelt für jedes Modul beträgt 990,- EUR und beinhaltet Seminarunterlagen, Mittagessen, Pausengetränke und Abschlussklausur.



4. Gestaltungsraaster

4.7. Beispiele Plakate

Platz für eine zwei- oder dreizeilige Headline

Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen.



Tipps aus der Praxis:

Position des TU-Logos:
Auf Formaten ab DIN A3 kann das TU-Logo wahlweise nach der Identitätsleiste oder im Bild bzw. der Fläche angeordnet werden.
Farbigkeit Fläche mit Subline:
Die Subline kann wahlweise auf der ausgewählten Farbe oder auf Weiß stehen. Es kann auch auf die Subline verzichtet werden.

Willkommen an der TU Darmstadt



Das Präsidium der TU Darmstadt lädt alle Studienanfängerinnen und -anfänger des Wintersemesters 2010/11 ein zur

Erstsemesterbegrüßung

am 18. Oktober 2010 um 18:30 Uhr, Gebäude S1/01 & karo 5, Karolinenplatz 5

► **Wer:**
Der Präsident der Technischen Universität Darmstadt, der Oberbürgermeister der Wissenschaftsstadt Darmstadt sowie der Allgemeine Studierendenausschuss (AStA) möchten Sie gemeinsam an der TU Darmstadt begrüßen.

► **Wozu:**
Sie lernen Ihr neues Umfeld kennen und knüpfen wichtige Kontakte zu Mitstudierenden, Professorinnen und Professoren und wichtigen Einrichtungen/studentischen Gruppen der Universität.

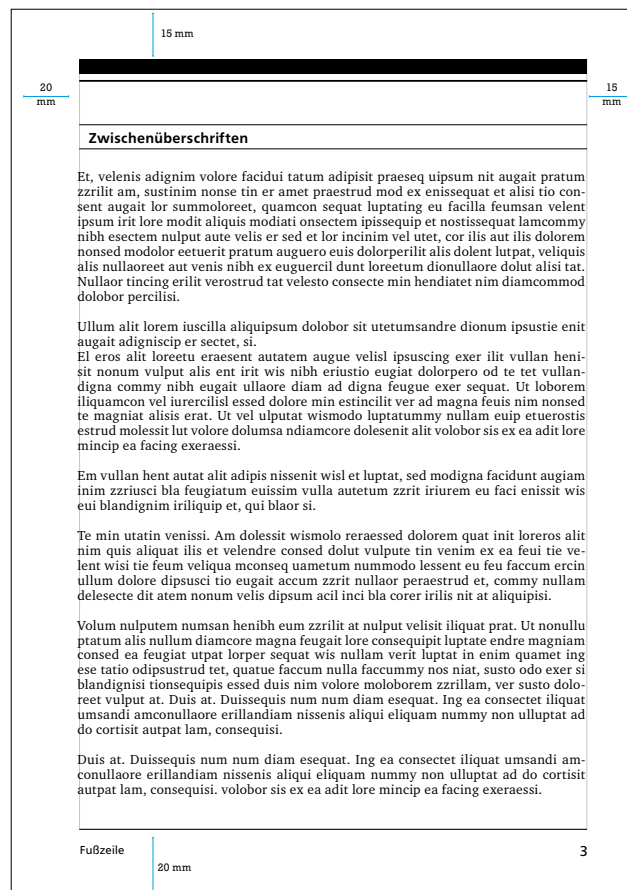
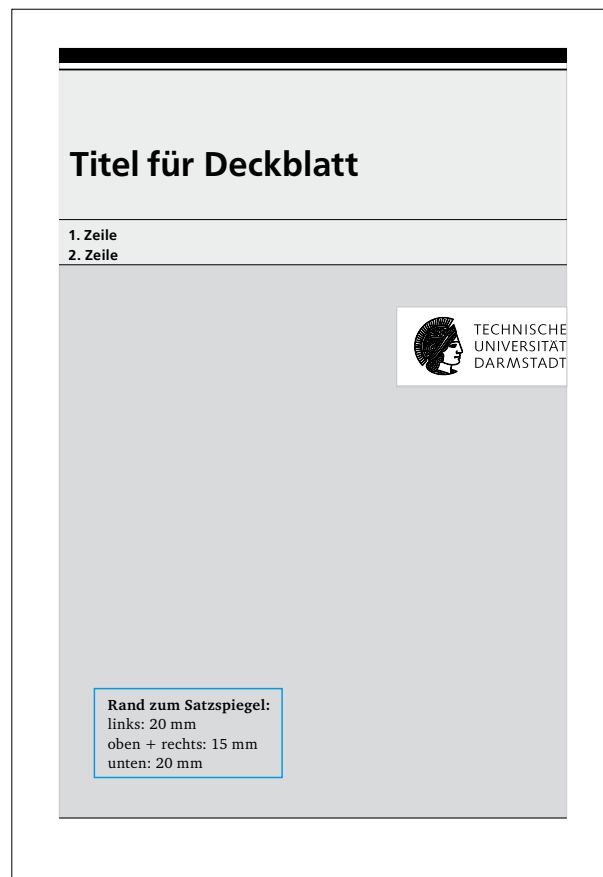
► **Was:**
Erstsemester-Tüten, Live-Musik sowie ein buntes Begleitprogramm der Hochschulgruppen sorgen für beste Unterhaltung. Verpassen Sie nicht die Talkrunde. Dabei werden Fragen rund um das Studium und das Leben in Darmstadt beantwortet.

► **Und dann?**
Ab 21 Uhr lädt der AStA zur großen Erstsemesterparty auf „606 qm“, Alexanderstraße 2, Darmstadt, ein.

www.willkommen.tu-darmstadt.de

4. Gestaltungsraaster

4.8. Berichte, Abschlussarbeiten und Dissertationen



Word-Publikation DIN A4 | Innenseite (abheftbar)

Vorschläge für Schriften:

■ Subline
SA: Frontpage Medium
SG: 14 pt
(abhängig vom Inhalt)
ZA: 120%
(abhängig vom Inhalt)
SF: Schwarz


■ Fließtext
SA: Charter Regular
SG: 9 pt
(abhängig vom Inhalt)
ZA: 120%
(abhängig vom Inhalt)
SF: Schwarz

■ Paginierung und
Fußzeilentext
SA: Frontpage Medium
SG: 8 pt
SF: Schwarz
(Auf der linken Seite steht
die Zahl links außen)

4. Gestaltungsraster

4.9. Aushänge

1



Platz für eine Headline auch zweizeilig

Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in ein

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, ge

2



Platz für eine Headline auch dreizeilig

Platz für eine Subline in ein oder mehreren Zeilen. Platz für eine Subline in ein

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht, gezerrt, noch in Versalien oder gar in 6 Punkt Eurostile Outline gesetzt. Er hat ihn ganz einfach lesbar gemacht. Offenbar sogar ziemlich gut, sonst hätten Sie wohl schon einige Zeilen zuvor die Leselust verloren. Beachten Sie nur die Zeilenbreite, die er gewählt hat. Sie ist weder zu lang noch zu kurz gewählt. Der dazugehörige Zeilenabstand ist ideal. Ihre Augen haben keinerlei Probleme, vom Ende einer Zeile in die nächste zu gelangen.

Hier steht der Fließtext. Lieber Kunde und Leser, falls Sie keine Probleme haben, diesen Blindtext schnell und zügig zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Der verantwortliche Art Director, der Ihnen höchstwahrscheinlich gerade diesen Entwurf präsentiert, versteht sein typografisches Handwerk par excellence.

Er hat diesen Copyblock weder gestaucht.

Vermaßung wie DIN A4

Vorschläge für
Schriften:

Headline
SA: Frontpage Medium
SG: hier 42 pt (eher
größer, da ein Aushang
auch auf eine Entfernung
gut lesbar sein muss)
SF: Schwarz

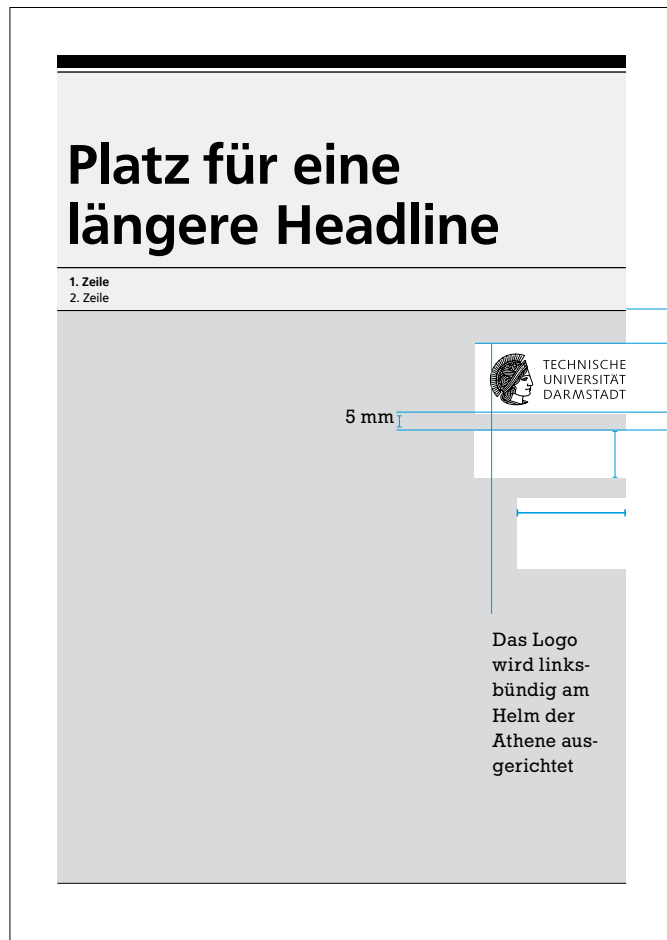
Subline
SA: Frontpage Medium
SG: mind. 14 pt
(abhängig vom Inhalt)
ZA: 16 pt
(abhängig vom Inhalt)
SF: Schwarz

Fließtext
SA: Charter Regular
SG: mind. 13 pt
(abhängig vom Inhalt)
ZA: mind. 16 pt (abhängig
vom Inhalt)
SF: Schwarz

Farbfläche
kann als Hintergrundfarbe
2 nur im Headlinebereich
oder 1 in Head- und Sub-
linebereich angewendet
werden.
Schriftfarbe variiert
(Schwarz /Weiß) je nach
Hintergrundfarbe s. S. 22)

4. Gestaltungsraster

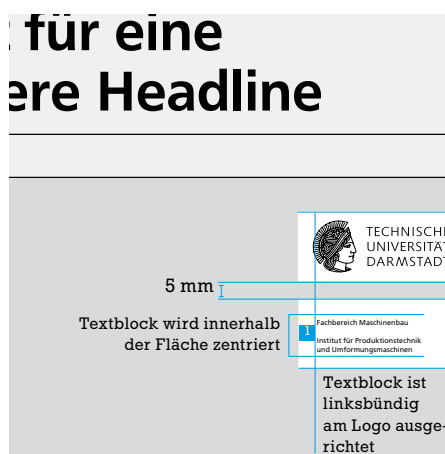
4.10. Zusatznennung von Fachgebieten



Darstellung von Fachgebieten der TU Darmstadt:
Das Logo oder die Institutsbezeichnung steht immer unter der Wort-/Bildmarke der Technischen Universität Darmstadt.

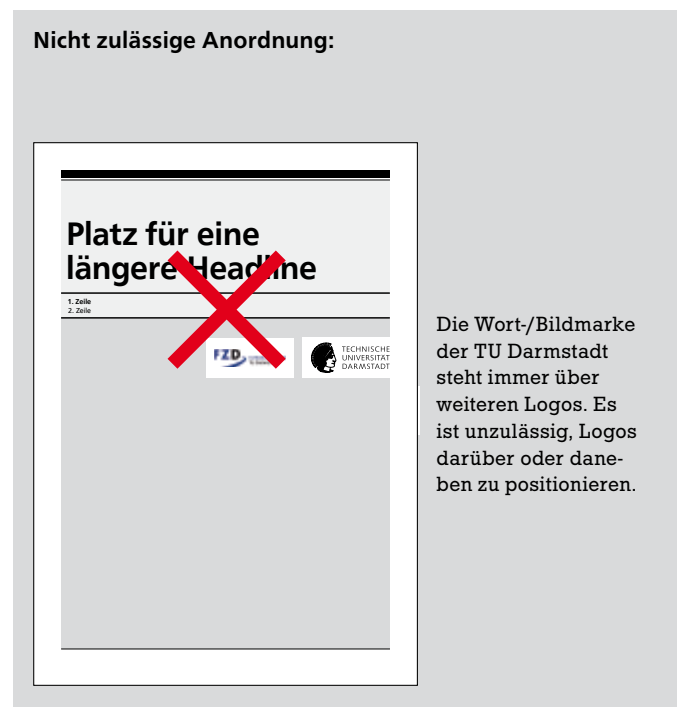
maximale Größe des Sublogos:
2/3 Höhe oder
2/3 Breite
des TU-Logos

Beispiel



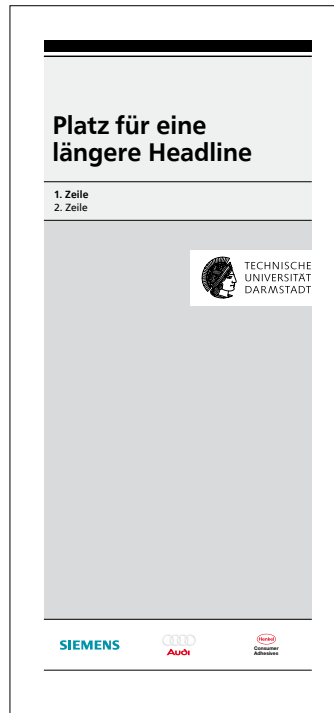
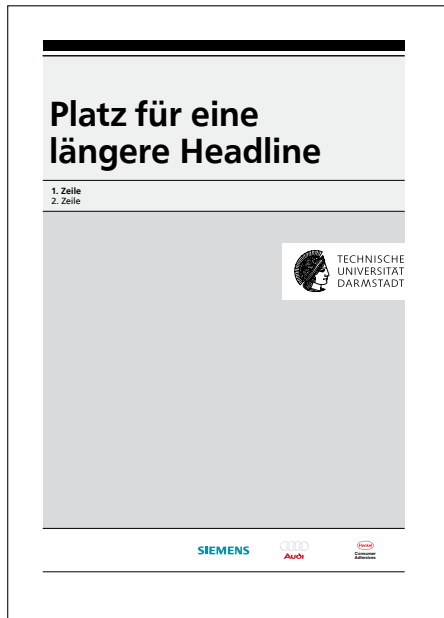
■ Institution

SA: Frontpage Regular, SG: 7 pt, ZA: 8 pt, SF: Schwarz, linksbündig

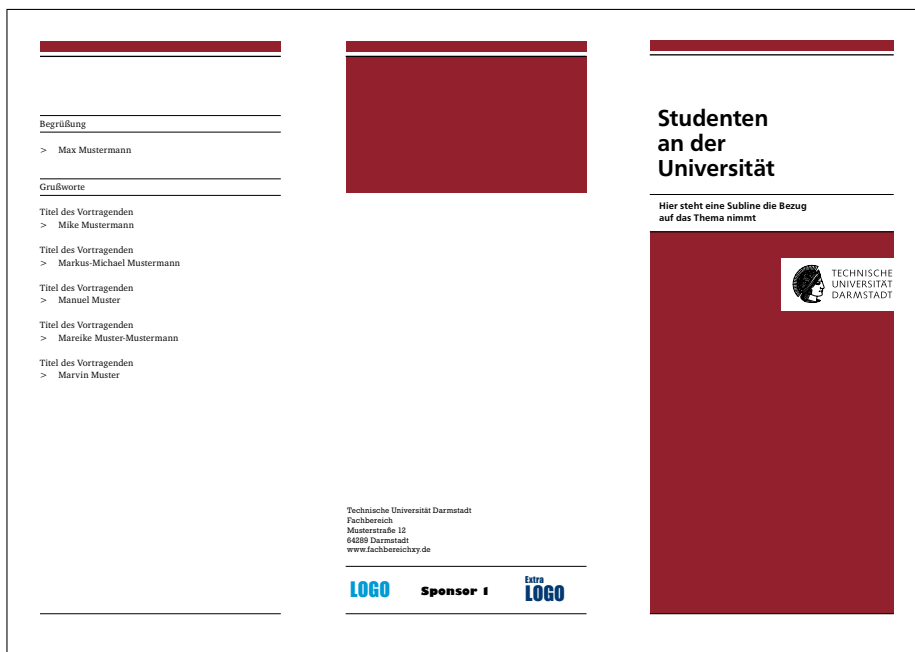


4. Gestaltungsraaster

4.11. Darstellung von Sponsorenlogos (formatunabhängig)



Sponsorenleiste mit drei Sponsoren auf dem Titel



Sponsorenleiste mit drei Sponsoren auf der Rückseite

5. Geschäftsdrucksachen

Auf den folgenden Seiten erhalten Sie Beispiele für Geschäftsdrucksachen (Brief, Fax, Kurzbrief) mit den entsprechenden Vermaßen.

Im professionellen Druck ist besonders für Visitenkarten die richtige Papierwahl für ein gutes Druckergebnis sehr wichtig, um ein gutes Erscheinungsbild nach außen zu erzielen.

Daher empfehlen wir grundsätzlich, Visitenkarten in einer Druckerei erzeugen zu lassen. Welche Druckerei mit dem Design der TU vertraut ist und praktikable Weboberflächen zum Ausfüllen und Bestellen bereit hält, finden Sie unter: www.tu-darmstadt.de/cd

Sollten Sie Sonderfälle bearbeiten müssen, können Sie gerne mit der Stabsstelle Kommunikation und Medien Kontakt aufnehmen oder eine Mail an cd@pvw.tu-darmstadt.de senden.

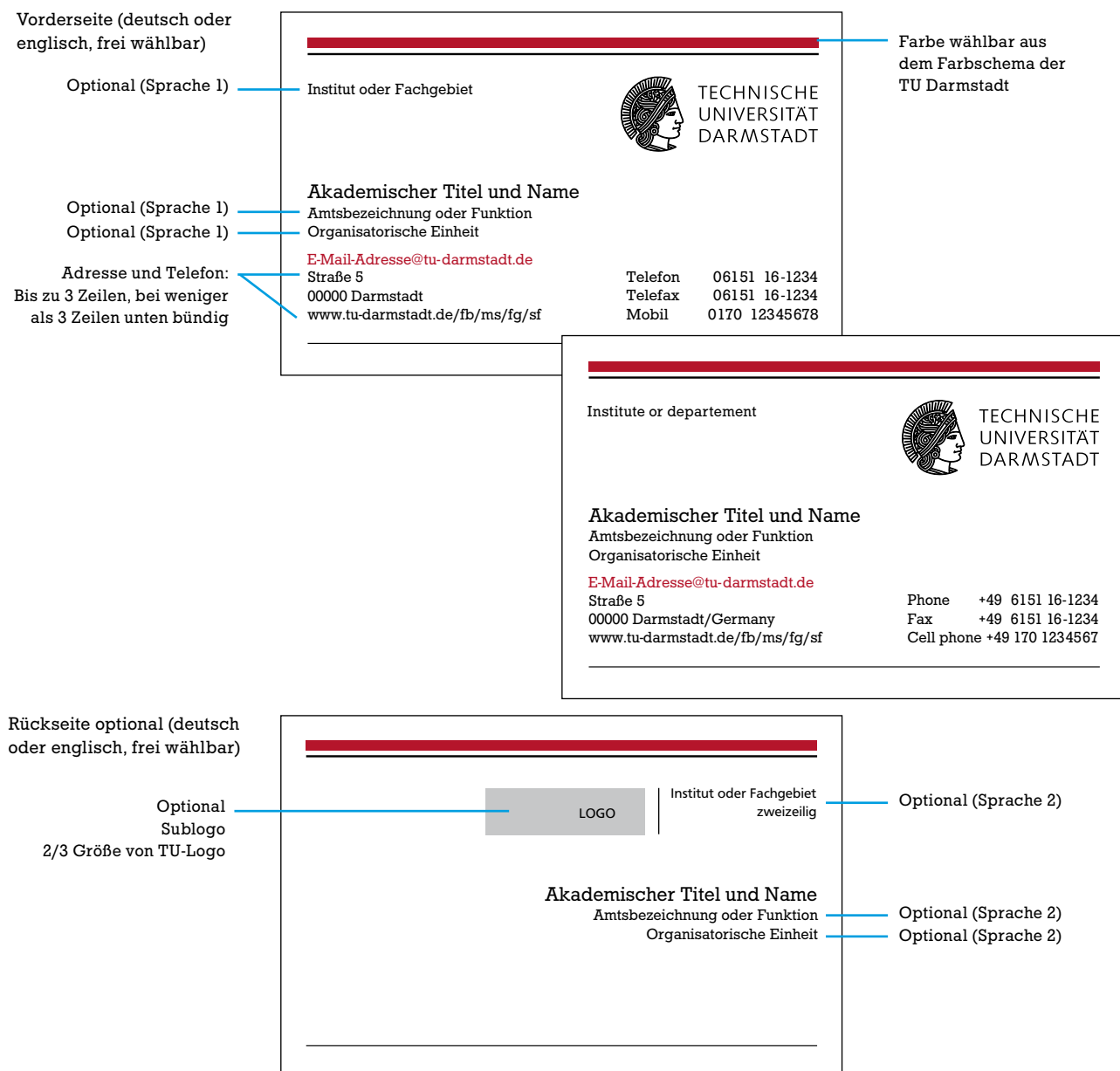
Tipp aus der Praxis:

Auf unserer Webseite:
www.tu-darmstadt.de/cd
finden Sie aktuelle Vorlagen
und Antworten zu oft gestell-
ten Fragen (FAQs) zum
Thema Printdesign.

5. Geschäftsdrucksachen

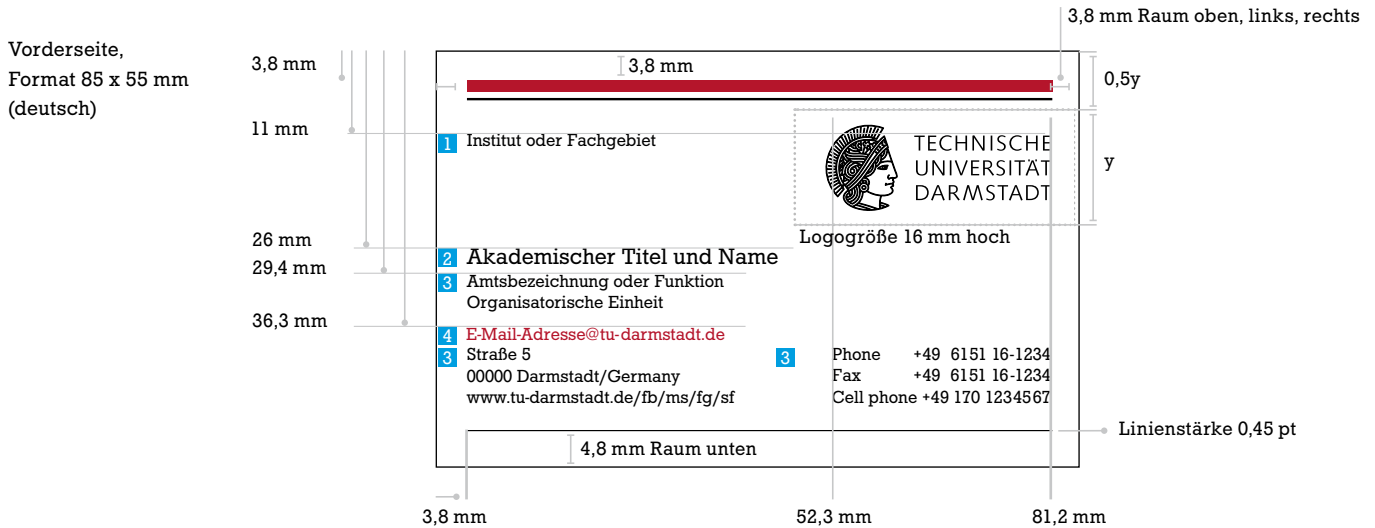
5.1. Visitenkarte – Aufteilung

Die Visitenkarte kann ein- oder zweisprachig aufgebaut sein (in letzterem Falle Vorderseite deutsch/Rückseite englisch oder umgekehrt). Zudem kann man frei wählen, ob man z. B. mit Institut oder Fachgebiet (optional mit Logo), Amtsbezeichnung oder Funktion sowie der übergeordneten organisatorischen Einheit auftritt. Im Internet der TU Darmstadt finden Sie ein deutsch-englisches Glossar für Begriffe aus Wissenschaft und Universität. Für die deutsche Version gelten folgende Begriffe: Telefon, Telefax und Mobil. Für die englische Version gelten folgende Begriffe: Phone, Fax und Cell phone/Mobile. Die Telefonnummern sind wie angegeben zu setzen. Die Farbe der Identitätsleiste und E-Mail-Adresse ist aus dem Farbschema der TU Darmstadt frei wählbar.

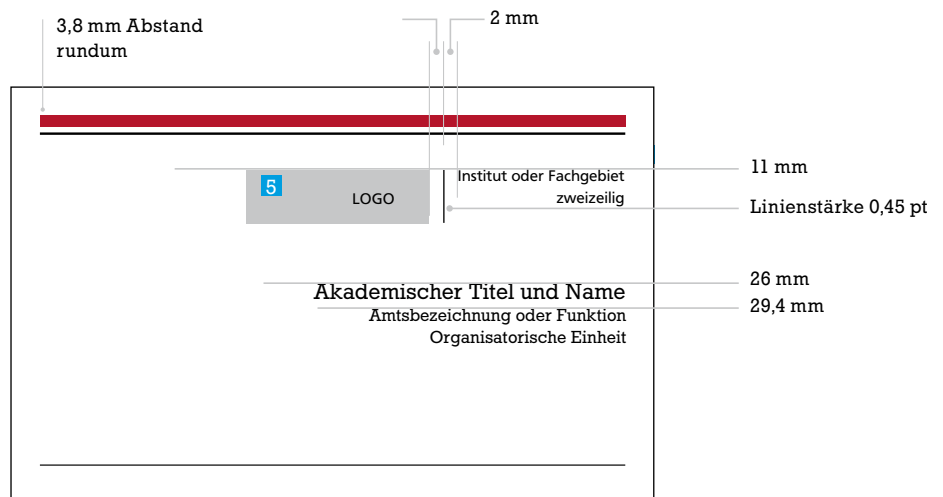


5. Geschäftsdrucksachen

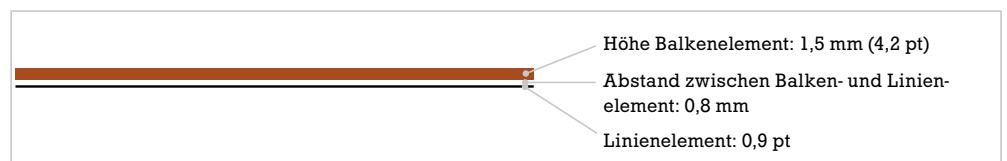
5.2. Visitenkarte – Vermaßung



Rückseite,
Format 85 x 55 mm
(englisch)



Sonderformat Identitätsleiste



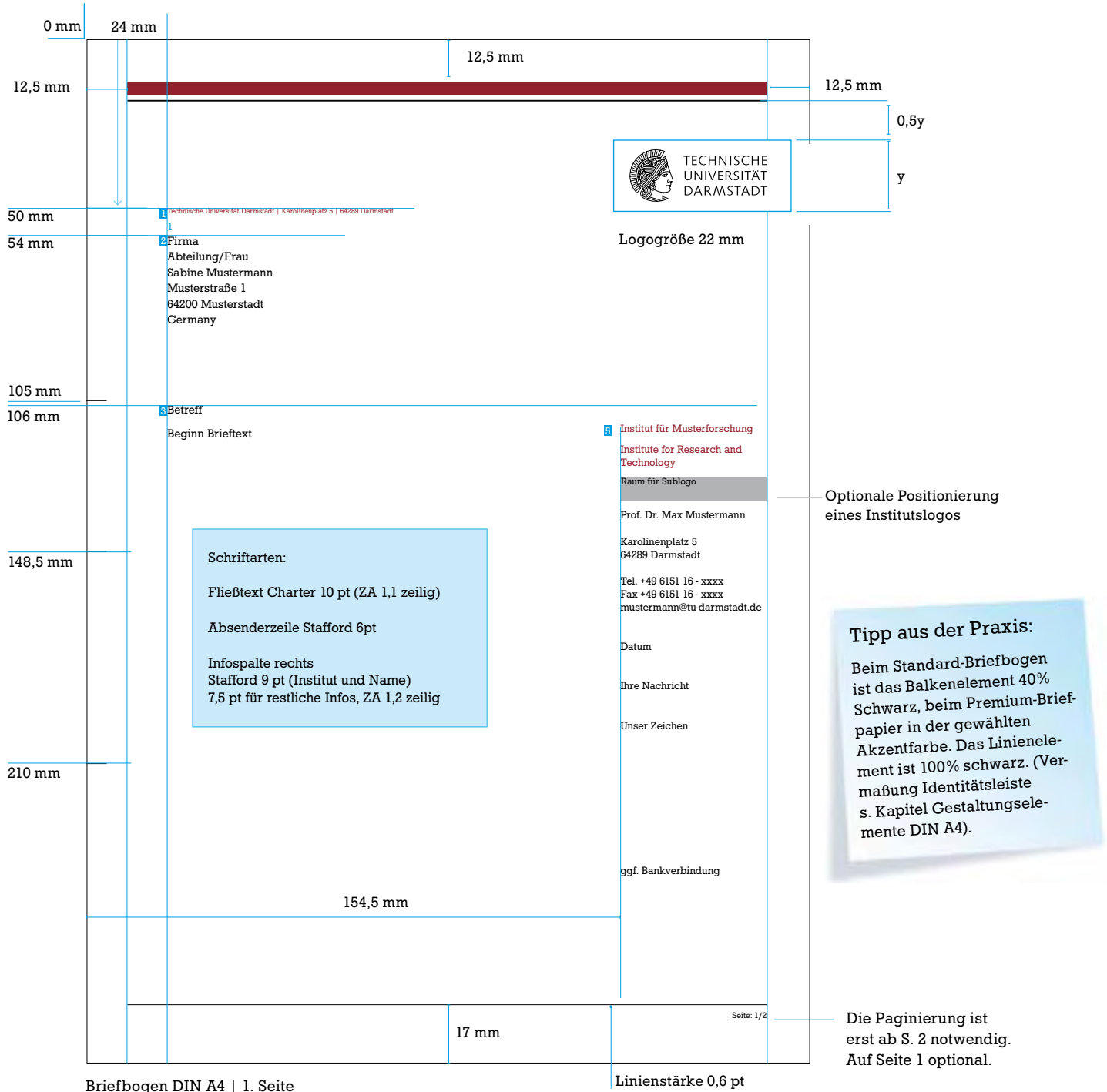
Die Proportionen auf der Visitenkarte wurden gesondert definiert.
Somit ist die Identitätsleiste optimal an die sehr kleine Formatgröße angepasst.

Vorschläge für Schriften

1 Institut/Fachgebiet	2 Akademischer Titel und Name	3 Amtsbezeichnung/Funktion/ Organisatorische Einheit	4 E-Mail-Adresse	5 Logo (optional)
SA: Frontpage Regular	SA: Stafford	SA: Stafford	SA: Stafford	Das Logo soll die Höhe von 2/3 mm in der Höhe und in der Breite nicht überschreiten. Es wird rechtsbündig in der Breite und zentriert in der Höhe ausgerichtet. Sonderfälle bitte mit der Stabsstelle Kommunikation und Medien abstimmen.
SG: 6 pt	SG: 9 pt	SG: 6,8 pt (max. 7 pt)	SG: 6,8 pt (max. 7 pt)	
ZA: 7,3 pt		ZA: 8 pt	ZA: 8 pt	
SF: Schwarz (kann bei Bedarf auch dreizeilig sein)	SF: Schwarz	SF: Schwarz	SF: Auszeichnungsfarbe	

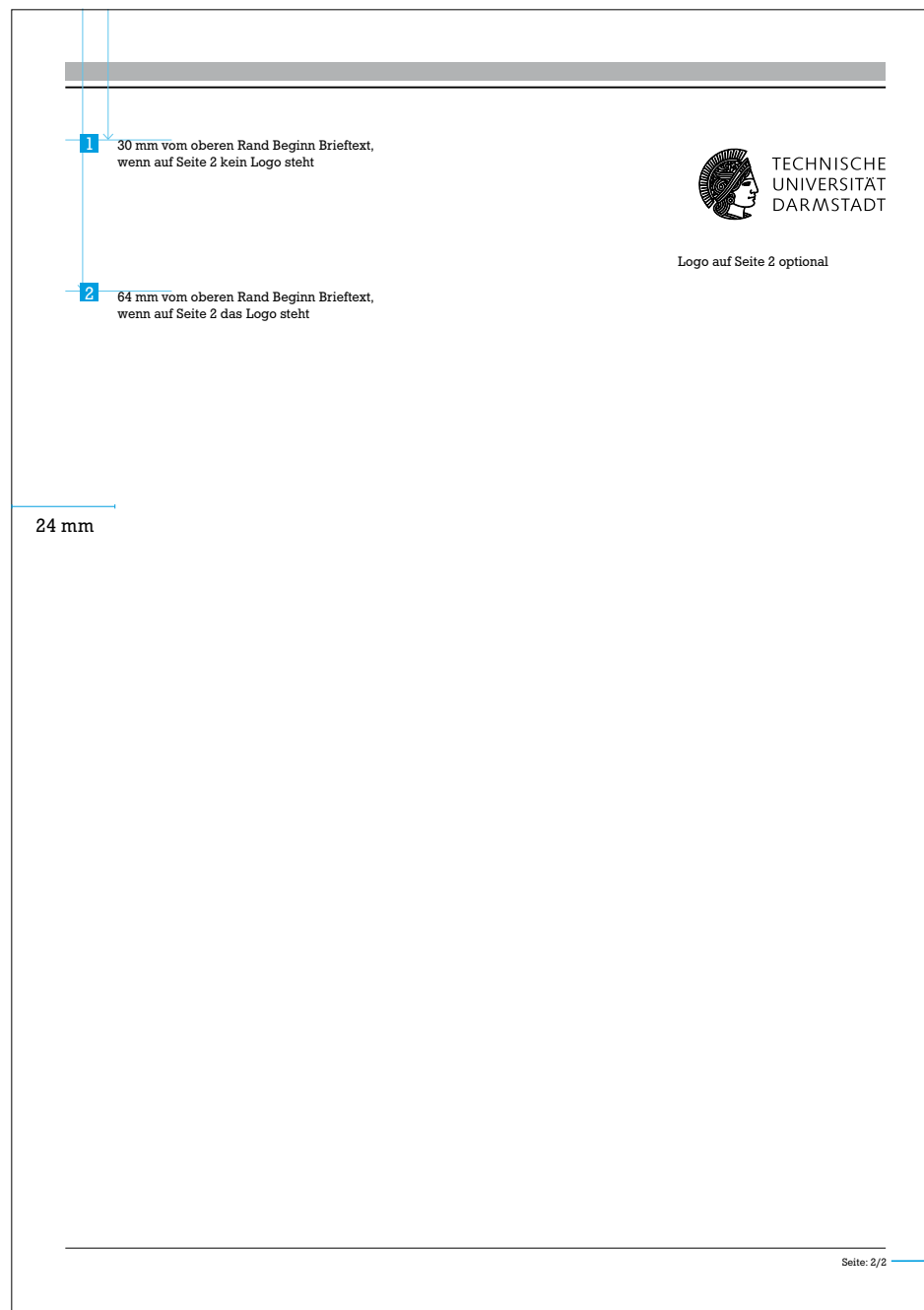
5. Geschäftsdrucksachen

5.3. Briefbogen – Vermaßung



5. Geschäftsdrucksachen

5.4. Briefbogen – Folgeseiten



Briefbogen DIN A4
Folgeseiten:

Auf den Folgeseiten sind die Identitätsleiste und Begrenzungslinie Pflicht und das TU-Logo optional.

Ohne Logo beginnt der Text an Position **1**

mit TU-Logo an Position **2**

Der Text darf ab der 2. Seite satzspiegelbreit gesetzt werden.

Die Seitennummerierung ab Seite 2 wird unterhalb der Begrenzungslinie rechtsbündig gesetzt.

5. Geschäftsdrucksachen

5.5. Briefbogen mit Sublogo

Ein Sublogo kann nach der Institutionsbezeichnung eingebunden werden. Die Größe darf max. 2/3 des TU-Logos betragen. Empfohlen wird höchstens ein Sublogo auf dem Briefbogen. Eventuell vorhandene Zugehörigkeit zu weiteren Fachgruppen kann in Textform abgebildet werden, z.B. Fachbereich XY (ohne Logo), Fachgebiet SZ mit Sublogo. Sonderlogos von Partnern wie EU-Logos bei EU-Projekten o.ä. können in den unteren Bereich der Marginalienspalte gesetzt werden.

	
Technische Universität Darmstadt Karolinenplatz 5 64289 Darmstadt	
Firma Abteilung/Frau Sabine Mustermann Musterstraße 1 64200 Musterstadt Germany	
Betreff Beginn Briefftext	Institut für Musterforschung Raum für Sublogo Prof. Dr. Max Mustermann Karolinenplatz 5 64289 Darmstadt Tel. +49 6151 16 - xxxx Fax +49 6151 16 - xxxx mustermann@tu-darmstadt.de Datum Ihre Nachricht Unser Zeichen ggf. Bankverbindung

Briefbogen DIN A4
Mit Sublogo, Vermaßung
siehe Seite 38

5. Geschäftsdrucksachen

5.6. Ausdruck des Briefbogens

Für den Ausdruck des Briefbogens gibt es zwei Möglichkeiten: Die erste Variante sieht vor, dass ein vorproduzierter farbiger Briefbogen in den Drucker eingelegt wird und der geschriebene Text eingedruckt wird. Für die andere Variante wird eine Datei (.dot) zur Verfügung gestellt, in die der Text eingefügt werden kann. Der Druck erfolgt über einen Schwarz-Weiß-Drucker und enthält alle Design-Elemente in der Vorlage, die Sie sich anpassen können (Eintrag Fachbereich/Fachgebiet/etc.).

Info für Farbdruck

Technische Universität Darmstadt | Karolinenplatz 5 | 64280 Darmstadt

TECHNISCHE UNIVERSITÄT DARMSTADT

Firma
Abteilung/Frau
Sabine Mustermann
Musterstraße 1
64200 Musterstadt
Germany

Betreff
Beginn Brieftext

Institut für Musterforschung
Institute for Research and Technology

Prof. Dr. Max Mustermann
Karolinenplatz 5
64280 Darmstadt
Tel. +49 6151 16 -xxxx
Fax +49 6151 16 -xxxx
mustermann@tu-darmstadt.de

Datum
Ihre Nachricht
Unser Zeichen

ggf. Bankverbindung

Schriftarten:
Fließtext Charter 10 pt (ZA 1,1 zeilig)
Absenderzeile Stafford 6pt
Info Spalte rechts
Stafford 9 pt (Institut und Name)
7,5 pt für restliche Infos, ZA 1,2 zeilig

Seite: 1/2

Info für Schwarz-Weiß-Druck

Technische Universität Darmstadt | Karolinenplatz 5 | 64280 Darmstadt

TECHNISCHE UNIVERSITÄT DARMSTADT

Firma
Abteilung/Frau
Sabine Mustermann
Musterstraße 1
64200 Musterstadt
Germany

Betreff
Beginn Brieftext

Institut für Musterforschung
Institute for Research and Technology

Prof. Dr. Max Mustermann
Karolinenplatz 5
64280 Darmstadt
Tel. +49 6151 16 -xxxx
Fax +49 6151 16 -xxxx
mustermann@tu-darmstadt.de

Datum
Ihre Nachricht
Unser Zeichen

ggf. Bankverbindung

Seite: 1/2

Premium-Briefpapier:

Die markierten Elemente werden in der gewählten Akzentfarbe auf hochwertigem Papier in einer Druckerei vorproduziert. Vordruckte Elemente sind die Identitätsleiste, die Absenderzeile, die Institutsbezeichnung sowie die Abschlusslinie.

Standard-Briefpapier:

Die Design-Elemente und der individuelle Text werden auf Druckerpapier auf Schwarz-Weiß-Druckern gedruckt. Die Empfehlung für den Grauwert liegt bei 40% schwarz.

Tipp aus der Praxis:

Verzichten Sie bitte auf die Produktion farbigen Briefpapiers in Standard-Papierqualität auf Farbdruckern: Eine farbechte Reproduktion ist nicht gewährleistet.

5.7. Telefaxmitteilung

Telefaxmitteilung



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

<p>■ Für/To:</p>	<p>Von/From</p>
<p>Telefax-Nr.:</p>	<p>Telefax-Nr.:</p>
<p>Datum/Date</p>	<p>Seiten/Pages</p>

Sehr geehrter Herr Mustermann,
anbei erhalten Sie die Unterlagen per Telefax wie besprochen

Mit freundlichen Grüßen

Institut für Musterforschung
Institute for Research and
■ Technology

Prof. Dr. Max Mustermann

Karolinenplatz 5
64289 Darmstadt

Tel. +49 6151 16 - xxxx
Fax +49 6151 16 - xxxx
mustermann@tu-darmstadt.de

Datum

Ihre Nachricht

Unser Zeichen

Seite: 1/2

1 Fax
SA: Frontpage Medium
SG: 21 pt
SF: Schwarz

■ Text „From/Von ...“
SA: Charter Regular
SG: 12 pt
ZA: 13 pt (120%)
SF: Schwarz

3 Infospalte
SA: Stafford
SG: 7,5 pt
ZA: 10 pt (120%)
SF: Schwarz

5. Geschäftsdrucksachen

5.8. Kurzbrief

12,5 mm 24 mm 80 mm 113 mm

50 mm
54 mm

Kurzbrief

1 Institut für Musterforschung /
Institute for Research and Technology
Prof. Dr. Max Mustermann
mustermann@tu-darmstadt.de

Karolinenplatz 5
64289 Darmstadt
Tel. 0 6151 16 - 2345
Fax 0 6151 16 - 5678

TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Datum _____

2 Technische Universität Darmstadt | Karolinenplatz 5 | 64289 Darmstadt

4 Betreff _____

3 Firma
Abteilung/Frau
Sabine Mustermann
Musterstraße 1
64200 Musterstadt
Germany

Anlagen: ☐ zur Information ☐ mit Dank zurück
mit der Bitte um: ☐ Kenntnisnahme ☐ Rückgabe
☐ Stellungnahme ☐ Unterschrift
☐ Bearbeitung ☐ Rücksprache
☐

Mit freundlichen Grüßen _____

rundum 7 mm bis
zum Rand

1 Absender oben
SA: Stafford
SG: 9 pt
ZA: 10 pt
SF: Schwarz
oder Akzentfarbe
(bei Premium-Kurzbrief)

2 Absenderfeld
SA: Stafford
SG: 6 pt
SF: Schwarz

3 Anschrift
SA: Charter
SG: 10 pt
ZA: 13 pt
SF: Schwarz

4 Datum, Betreff
SA: Charter
SG: 9 pt
ZA: 20 pt
SF: Schwarz

5. Geschäftsdrucksachen

5.9. Blankoformulare

Hier ist Platz für eine Überschrift des Infoblattes

Hier kann - wenn gewünscht - Name des Ansprechpartner oder auch Unterüberschrift stehen.
Diese beiden Zeilen können auch weggelassen werden.



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

dieser Raum ist frei gestaltbar für Formulare, Tabellen, Informationen mit und ohne Bilder

Vermaßung wie DIN A4

Vorschläge für
Schriften:

Headline
SA: Frontpage Medium
SG: ca. 24 pt (je nach
Umfang)
SF: Schwarz


Subline
SA: Frontpage Medium
SG: ca. 11 pt
(abhängig vom Inhalt)
ZA: 14 pt
SF: Schwarz

Fließtext
SA: Charter Regular
SG: mind. 9 pt
(abhängig vom Inhalt)
ZA: mind. 11 pt.
(abhängig vom Inhalt)
SF: Schwarz


Paginierung
optional
SA: Charter Regular
SG: mind. 6 pt
Schwarz

Hier ist Platz für eine mehrzeilige Überschrift des Infoblattes

Hier kann - wenn gewünscht - Name des Ansprechpartner oder auch Zwischenüberschrift stehen.
Diese beiden Zeilen können auch weggelassen werden.



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT



dieser Raum ist frei gestaltbar für Formulare, Tabellen, Informationen mit und ohne Bilder

2

6. Service

Corporate Design ist dynamisch, lebhaft: Es muss gezielt weiterentwickelt werden und wirft neue Fragen auf.

Haben Sie besondere Anforderungen – etwa für Messeauftritte oder Tagungen? Die Stabsstelle Kommunikation und Medien berät Sie gerne. Schreiben Sie eine E-Mail an: cd@pvw.tu-darmstadt.de

Gestaltungsrichtlinien und vorbildliche Beispiele für den Online-Auftritt finden Sie in der Publikation „Das Bild der TU Darmstadt im Web“ im Downloadbereich unter www.webteam.tu-darmstadt.de

Gedruckte Exemplare bestellen Sie bitte per E-Mail: presse@pvw.tu-darmstadt.de

