

## 7. Präsentationsmedien

7.1 Werbemittel .....	103
7.2 Messebau .....	104
7.2.1 Messestände .....	104
7.2.2 Banner, Roll-Ups .....	105

KARLSRUHER INSTITUT FÜR TECHNOLOGIE



## 7.1 Werbemittel

### Artikel der KIT-Kommunikationsebene 1

#### KIT-Logo

- Das Logo wird – sofern möglich – immer farbig eingesetzt.
- Die Abbildung der Unterzeile „Karlsruher Institut für Technologie“ ist verpflichtend.
- Bei kleinen Artikeln muss das Logo mit seitlichem Zusatz verwendet werden, z. B. Kugelschreiber (siehe auch Kapitel 3.3).
- Ausnahmen bilden Artikel, bei denen Details aus Produktionsgründen nicht realisiert werden können (z. B. bei Gravur oder Bestickung).
- Wenn möglich, wird zusätzlich die Internetadresse [www.kit.edu](http://www.kit.edu) aufgedruckt.

#### Farben

- Die Grundfarben sind Weiß, Silber oder KIT-Blau.
- Der flächige Einsatz von KIT-Grün ist zu vermeiden.

#### Bildwelt

- Die KIT-Bildwelt wird – sofern möglich – eingesetzt.
- Sie kann auf farbigem Hintergrund auch in der negativen Form verwendet werden, z. B. Stofftasche.

Ein umfassendes Sortiment finden Sie in der KIT-Kollektion, erhältlich über den KIT-Online-shop.



### Sonderformen

#### Farben

- Bei Bedarf, z. B. für besondere Veranstaltungen, kann auf weitere Farben der KIT-Farbtabelle (siehe Kapitel 3.4.5) zurückgegriffen werden.

#### KIT-Logo

- Beim Einsatz des Logos gelten die gleichen Regeln wie bei den oben genannten Artikeln (siehe auch Kapitel 3.3).
- Auf farbigem Untergrund wird das KIT-Logo in weiß verwendet.
- Um eine einheitliche Repräsentation des KIT zu gewährleisten, ist die Gestaltung in Abstimmung mit Presse, Kommunikation und Marketing erforderlich.



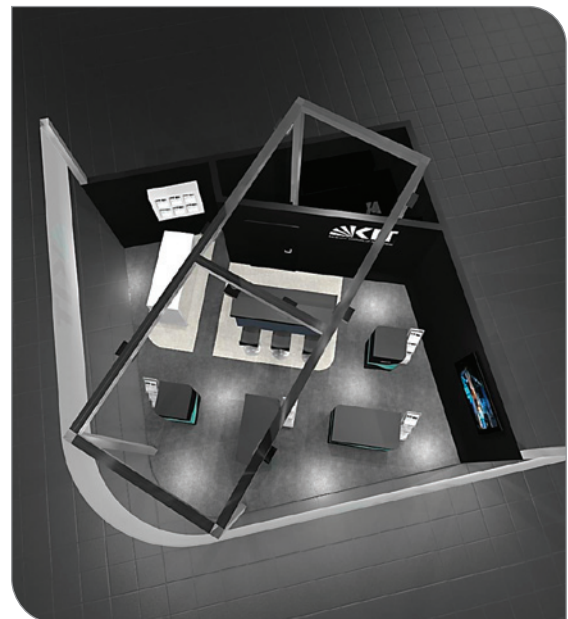
## 7.2 Messebau

### 7.2.1 Messestände

Bei der Planung von Messeständen gelten die allgemeinen Gestaltungsregeln (siehe Kapitel 3):

- Berücksichtigung der KIT-Kommunikationsebenen beim Einsatz von Bildern.
- Platzierung des KIT-Logos in ausreichender Größe, um die Lesbarkeit der Unterzeile zu gewährleisten.
- Verwendung der KIT-Farben Grün, Blau und Grau/Schwarz mit den definierten Farbwerten.
- Verwendung der Hausschrift Frutiger.
- Integration des Medienrahmens.
- Die Verwendung von Scherenschnitte ist optional.

### Beispiele



## 7.2.2 Banner, Roll-Ups

### Allgemein

Die Berücksichtigung der Gestaltungsgrundlagen aus Kapitel 3 sind verbindlich.

### Gestaltung

#### Logo und Medienrahmen

- Auch wenn Banner und Roll-Ups häufig nicht in einem DIN-Format erscheinen, ist die Verwendung des Medienrahmens verbindlich.
- Die Breite des Rahmens und die Größe des Logos stehen in einem harmonischem Verhältnis zu der Größe des Mediums. Die Ermittlung der Größe kann von den DIN-Formaten abgeleitet werden. Siehe Kapitel 3 (Gestaltungsgrundlagen, Medienrahmen) und Kapitel 4 (Drucksachen, Plakate)
- Bei der Logogröße ist darauf zu achten, dass die Lesbarkeit der Unterzeile beim durchschnittlichen Betrachtungsabstand des Mediums erhalten bleibt.

#### Bilder

- Der Einsatz der Bilder richtet sich nach der Kommunikationsebene, der Mediengröße und der Oberflächentextur. Generell gilt, dass ein Bild auch aus größerer Entfernung gesehen und verstanden werden muss. Kleinteilige und unruhige Bildinhalte sollten nicht verwendet werden.

#### Typografie/Inhalte

- Die Texte sollten kurz und aussagekräftig sein mit einer Headline, Unterzeile und maximal drei knappen Aussagen.
- Lange und ausführliche Texte sollten vermieden werden.

