

Gestaltungsrichtlinien

Stand Dezember 2012

KARLSRUHER INSTITUT FÜR TECHNOLOGIE



1.1 Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung

1.1 Inhaltsverzeichnis	2
------------------------------	---

1.2 Vorwort.....	4
------------------	---

2. Vorbemerkungen

2.1 Wissenswertes	7
-------------------------	---

2.2 Schreibweisen	8
-------------------------	---

2.3 KIT-Begriffe	9
------------------------	---

3. Gestaltungsgrundlagen

3.1 Legende.....	10
------------------	----

3.2 KIT-Kommunikationsebenen	11
------------------------------------	----

3.2.1 Kommunikationsebene 1.....	11
----------------------------------	----

3.2.2 Kommunikationsebene 2.....	12
----------------------------------	----

3.2.3 Kommunikationsebene 3.....	12
----------------------------------	----

3.3 Logo	13
----------------	----

3.3.1 Anwendung.....	13
----------------------	----

3.3.2 Logo-Einsatz	14
--------------------------	----

3.3.3 Sprache	15
---------------------	----

3.3.4 Größe	15
-------------------	----

3.3.5 Sonderformen	15
--------------------------	----

3.3.6 Anwendung.....	16
----------------------	----

3.3.7 Zusatzlogos.....	17
------------------------	----

3.4 Farben.....	18
-----------------	----

3.4.1 Farbsysteme	18
-------------------------	----

3.4.2 Grün	18
------------------	----

3.4.3 Blau	19
------------------	----

3.4.4 Schwarz und Grau	19
------------------------------	----

3.4.5 KIT-Farbtabelle	20
-----------------------------	----

3.5 Typografie.....	21
---------------------	----

3.5.1 Frutiger	21
----------------------	----

3.5.2 Arial.....	22
------------------	----

3.5.3 Verdana	23
---------------------	----

3.5.4 ITC Slimbach	24
--------------------------	----

3.6 Objekte, Grafik.....	25
--------------------------	----

3.6.1 Das Rund-Eckig-Prinzip	25
------------------------------------	----

3.6.2 Medienrahmen: Schmuckversion	25
--	----

3.6.3 Medienrahmen: Officeversion.....	26
--	----

3.6.4 Bildrahmen	26
------------------------	----

3.7 Bildwahl	27
--------------------	----

3.7.1 Bildquellen.....	27
------------------------	----

3.8 Infografik.....	28
---------------------	----

3.8.1 Anwendung.....	28
----------------------	----

4. Geschäftsdrucksachen

4.1 Briefbogen	29
----------------------	----

4.1.1 Brief-Varianten	29
-----------------------------	----

4.1.2 Seitenaufbau Schmuckbogen Briefe.....	30
---	----

4.1.3 Seitenaufbau Office-Vorlage Briefe.....	31
---	----

4.1.4 Maßangaben Schmuckbogen	32
-------------------------------------	----

4.1.5 Maßangaben Office-Vorlage.....	33
--------------------------------------	----

4.2 Visitenkarten.....	34
------------------------	----

4.2.1 Anwendung.....	34
----------------------	----

4.2.2 Visitenkarte deutsch	35
----------------------------------	----

4.2.3 Visitenkarte englisch.....	36
----------------------------------	----

4.2.4 Visitenkarte mit Zusatzlogo	36
---	----

4.3 Urkunden, Zertifikate, Teilnahmebedingungen	37
---	----

4.3.1 Varianten Urkunde.....	37
------------------------------	----

4.3.2 Seitenaufbau Schmuckbogen Urkunde	38
---	----

4.3.3 Seitenaufbau Office-Vorlage Urkunden	39
--	----

5. Drucksachen

5. Drucksachen	40
5.1 Formate.....	41
5.2 Aufbau und Inhalte.....	43
5.3 Broschüren.....	44
5.3.1 Allgemeine Informationen	44
5.3.2 Maßangaben	45
5.3.3 Innenteil.....	46
5.3.4 Typografie und Layout.....	47
5.3.5 Umschlag, Rücken	48
5.4 Flyer.....	49
5.4.1 Seitenaufbau	49
5.4.2 Maßangaben Titelseite	50
5.4.3 Innenteil.....	51
5.4.4 Typografie und Layout.....	52
5.4.5 Rückseite mit Maßangaben.....	53
5.5 Klappkarte	54
5.5.1 Seitenaufbau	54
5.5.2 Maßangaben	55
5.5.3 Innenteil.....	56
5.5.4 Typografie und Layout.....	57
5.6 Plakate	58
5.6.1 Seitenaufbau	58
5.6.2 Maßangaben	59
5.6.3 Typografie und Layout.....	61
5.7 Wissenschaftliche Poster.....	62
5.7.1 Seitenaufbau	62
5.7.2 Maßangaben	63
5.7.2 Maßangaben mit Zusatzlogo	64
5.7.3 Gestaltungsmöglichkeiten.....	65
5.8 Datenblätter	66
5.8.1 Seitenaufbau	66
5.8.2 Maßangaben	67
5.8.3 Gestaltungsmöglichkeiten.....	68

6. Elektronische Medien

6.1 Präsentationen	69
6.1.1 Aufbau	69
6.1.2 Maßangaben	70
6.1.3 Gestaltungsmöglichkeiten.....	72
6.2. Internetauftritt.....	73
6.2.1 Überblick.....	73
6.2.1 Regelungen	74
6.2.2 Seitenbereiche.....	76
6.2.3 Internetauftritt des KIT.....	77
6.2.4 Internetauftritt der Organisationseinheiten	81
6.2.5 Content-Templates.....	83
6.3 Social Media/Internetforen/Facebook.....	98
6.3.1 Facebook.....	98
6.3.2 Twitter.....	99
6.4 App.....	100
6.5 Mediawiki	101
6.6 Film.....	102

7. Präsentationsmedien

7.1 KIT-Kollektion/Werbemittel.....	103
7.2 Kleidung	104
7.3 Fahrzeugbeschriftung.....	105
7.4 Messebau	106
7.4.1 Messestände	106
7.4.2 Banner, Roll-Ups	107

8. Kontakt

8.1. Ansprechpartner	108
8.2. Impressum.....	109

1.2 Vorwort

Gemeinsam gestalten, einheitlich kommunizieren am KIT



Professor Dr.-Ing.
Holger Hanselka
Präsident des KIT

**Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
liebe Leserinnen und Leser,**

das Karlsruher Institut für Technologie (KIT) ist der Zusammenschluss des Forschungszentrums Karlsruhe und der Universität Karlsruhe. Basierend auf dem KIT-Gesetz, das der baden-württembergische Landtag im Juli 2009 verabschiedete, entstand eine Rechtsform, die in der deutschen Forschungslandschaft bisher einmalig ist. Und auch die daraus resultierenden Synergieeffekte und Möglichkeiten sind bemerkenswert: das KIT vereint eine Universität in Landeshoheit mit Aufgaben in Lehre und Forschung und eine Großforschungseinrichtung der Helmholtz-Gemeinschaft mit programmorientierter Vorsorgeforschung im Auftrag der Bundesrepublik Deutschland. Damit wurden die Kräfte der beiden Vorgänger-Institutionen gebündelt, um gemeinsam in den Kernbereichen Forschung, Lehre und Innovation einen Spitzenplatz in der deutschen Wissenschaftslandschaft einzunehmen. Das Ziel: Das KIT wird eine Institution der Spitzenforschung und der exzellenten wissenschaftlichen Ausbildung sowie eine herausragende Stätte für akademisches Leben, in der lebenslanges Lernen, umfassende Weiterbildung, der unbegrenzte Wissensaustausch und eine nachhaltige Innovationskultur gefördert und gelebt werden.

Die nationale und internationale Wissenschaftscommunity, aber auch die Vertreterinnen und Vertreter der Wirtschaft und der Politik schauen gespannt nach Karlsruhe und auf die Entwicklung des KIT. Sie nehmen uns als eine Einrichtung mit Forschungsexpertise, mit herausragender Lehre sowie industrie- und forschungsrelevanten Produkten und Dienstleistungen wahr. Gemeinsam zu forschen und zu lehren soll sich jedoch nicht nur in neuen Organisationsstrukturen des KIT ausdrücken. Gemeinsamkeit bedeutet hier auch die einheitliche Außendarstellung des KIT. Aus diesem Grund hat die Dienstleistungseinheit Presse, Kommunikation und Marketing (PKM) ein unverwechselbares „Corporate Design“ und damit die Basis eines homogenen Erscheinungsbildes für das KIT entwickelt. Die vorliegenden Gestaltungsrichtlinien sind Ihr Leitfaden für eine professionelle und vorbildliche externe und interne Kommunikation. Die Richtlinien sind für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des KIT sowie für beauftragte Agenturen verbindlich.

Wir wünschen Ihnen gutes Gelingen und viel Erfolg mit unserer gemeinsamen „Marke“ KIT.

Karlsruhe, Oktober 2013

Die Marke „KIT“

**Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
liebe Leserinnen und Leser,**

das KIT als Marke: Stark. Unverwechselbar. Professionell.

Mit diesem Ziel hat die Abteilung Presse, Kommunikation und Marketing (PKM) das Corporate Design entwickelt.

Grundlage bildete der Zusammenschluss zum KIT in 2009. Das Corporate Design oder Erscheinungsbild wird in den Gestaltungsrichtlinien anhand der grafischen Elemente und Vorlagen vorgestellt. Praktische Beispiele zeigen und erklären Ihnen, wie Sie Ihre Abteilung und das KIT in den jeweiligen Medien adäquat umsetzen.

Hier finden Sie alle Informationen zur richtigen Anwendung innerhalb der KIT-Kommunikationsebenen für Drucksachen wie Flyer, Broschüren oder Plakate für elektronische Medien wie PowerPoint-Präsentationen oder Webdesign.

Die KIT-Gestaltungsrichtlinien bieten Ihnen verbindliche Vorgaben zu der Verwendung von Logos, Farben, Schriften, Bildern und anderen Gestaltungselementen für alle Kommunikationsmittel.

Das Präsidium und die Abteilung PKM sind überzeugt, dass ein einheitliches Erscheinungsbild die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit innerhalb des KIT und für eine professionelle Präsentation nach außen ist. Daher sind die Gestaltungsrichtlinien für alle verbindlich, die am oder mit dem KIT arbeiten. Sie lassen jedoch genügend Raum für eine individuelle Gestaltung unter dem Dach des KIT.

Selbstverständlich sind wir bei Fragen jederzeit für Sie da und unterstützen Sie bei der Anwendung und Umsetzung der Richtlinien. Die jeweiligen Ansprechpartner finden Sie im Anhang des Leitfadens. Für Ihre Arbeit mit den KIT-Gestaltungsrichtlinien wünschen wir Ihnen nun viel Erfolg.



Dr. Thomas Windmann
Leiter DE Presse, Kommunikation
und Marketing