



Grundlagen

Vorwort | Einführung | Logo | Logosystematik | Schrift | Farbwelt | Claim

Inhalt

Vorwort	1
Einführung	3
Logo	5
Logosystematik	11
Schrift	21
Farbwelt	25
Claim	33



Logo

Das RWTH Aachen University-Logo in den verschiedenen Farbvarianten mit neuem Schutzraum erhalten Sie bei der Abteilung 3.2 - Marketing.

marketing@rwth-aachen.de



Logosystematik

Die Überführung oder Gestaltung des Logos in der neuen Logosystematik übernimmt die Abteilung 3.2 - Marketing kostenlos.

marketing@rwth-aachen.de



Schrift (Helvetica Neue)

Institute und Einrichtungen:

Da die Schriftart Helvetica Neue eine Lizenzschrift ist, wird jedem Institut, Lehrstuhl oder jeder Einrichtung kostenlos ein Satz der Schriftart Helvetica Neue über das Softwareportal des IT Centers zur Verfügung gestellt.

<http://www.itc.rwth-aachen.de>



Zentrale Hochschulverwaltung:

Die Verwaltung erhält die neue Schriftart kostenlos über das Helpdesk der ZHV.



Farben

Eine Farbpalette für die Verwendung in InDesign, Illustrator und Photoshop findet sich im Vorlagencenter für Institute und Einrichtungen.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/institute

Oder im Vorlagencenter für die Zentrale Hochschulverwaltung.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/verwaltung



Claim

Der Claim „Thinking the Future, Zukunft denken“ findet sich in allen nötigen Formen, Farbvarianten und Dateiformaten im Vorlagencenter für Institute und Einrichtungen.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/institute

Oder im Vorlagencenter für die Zentrale Hochschulverwaltung.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/verwaltung

Vorwort



Univ.-Prof. Dr.-Ing. Ernst Schmachtenberg, Rektor der RWTH Aachen

Sehr geehrte Damen und Herren,

einheitliche und strukturierte Kommunikation macht eine Hochschule unverwechselbar; sie vermittelt Verlässlichkeit und Professionalität. Dies sind Faktoren, die für die Sichtbarkeit in der nationalen und internationalen Forschungslandschaft essenziell sind.

Ein einheitliches Erscheinungsbild ist der Kern des neuen Corporate Designs der RWTH Aachen. Die in der neuen Logosystematik verankerte feste optische Verbindung der einzelnen Institute und Einrichtungen mit der Hochschule unterstreicht den interdisziplinären und zukunftsorientierten Ansatz der RWTH Aachen und erhält dennoch die individuelle Stärke einer jeden Institution. Die Nutzung eines einheitlichen Designs bei allen Schriftstücken und Printprodukten vermittelt Qualität und Verlässlichkeit und prägt so das öffentliche Erscheinungsbild. Kurzum: Ziel des neuen Corporate Designs ist es, die Logosystematik zu einem Qualitäts-Siegel zu machen.

Institute und Einrichtungen sowie die Zentrale Hochschulverwaltung haben im Rahmen des Corporate Designs unterschiedliche Anforderungen und erhalten differenzierte Vorgaben und Empfehlungen. Um die Umsetzung des neuen Außenauftritts zu erleichtern, enthält dieses Manual individuelle Hefte für Institute und Einrichtungen sowie für die Zentrale Hochschulverwaltung. So steht jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter ein passgenaues Handbuch zur Verfügung. Es soll Ihnen eine direkte Hilfe bei der Umsetzung unseres Corporate Designs sein.

Ich danke Ihnen für Ihren Einsatz und freue mich, dass wir auf diesem Weg gemeinsam den professionellen Auftritt der RWTH Aachen verbessern und damit unsere Sichtbarkeit und Relevanz in der internationalen Universitätslandschaft ausbauen und weiter festigen können.

Mit freundlichen Grüßen

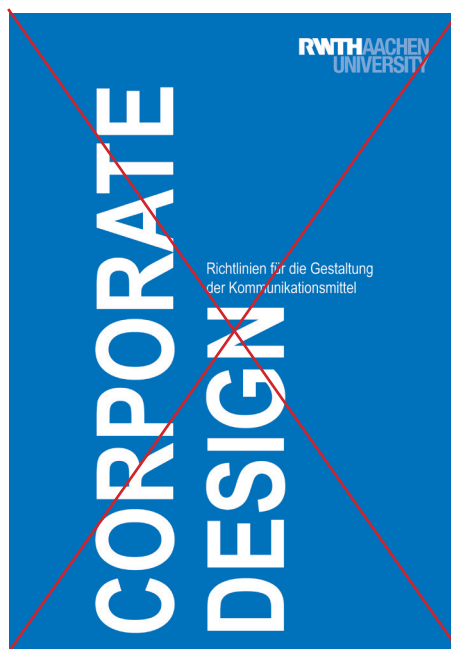
Univ.-Prof. Dr.-Ing.
Ernst Schmachtenberg

Einführung

Dieses Corporate Design Manual bietet einen detaillierten Überblick über alle Elemente des neuen Corporate Designs der RWTH Aachen. Grundlagen des neuen Auftritts der Hochschule sind das Logo und die neue Logosystematik für Institute und Einrichtungen, die neuen Hausschriften sowie die RWTH-Farbwelt und der Claim.

Ausgehend von diesen Basiselementen wurden die weiteren Schriftstücke, Medien und Beschriftungen gestaltet. Neben Angaben zu Geschäftsbedarf wie Briefbögen, Visitenkarten und Stempeln finden sich in diesem Manual auch Angaben zu Präsentationsmedien, Grafiken und Bildsprache, einem breiten Spektrum an Printmedien sowie Stellenanzeigen und Beschilderungen. Anhand von Anwendungsbeispielen werden Schrift- und Farbvorgaben sowie die Bemaßung der einzelnen Produkte erklärt und vereinfachen so das Verständnis des neuen Corporate Designs.

Das Corporate Design Manual aus dem Sommer 2011 hat seit Herbst 2013 keine Gültigkeit mehr und wird in seinen Inhalten ausnahmslos durch das vorliegende Manual ersetzt.



Titelseite ungültiges Corporate Design aus 2011

Um jeder Nutzerin und jedem Nutzer die relevanten Informationen verfügbar zu machen, wurde der Ordner unterteilt: im orangefarbenen Bereich finden sich alle Informationen für Institute und Einrichtungen. Unter dem blauen Bereich sind alle Informationen für die Zentrale Hochschulverwaltung zu finden.

Einleitend in jedem Heft und zu jedem Kapitel finden sich Bezugswege, Downloadhinweise und Hilfestellungen, die die Anwendung des neuen Corporate Designs erleichtern. Piktogramme helfen bei der schnellen Orientierung.



Bezugsweg



Download



Logodoktor

Um die Vorlagen unkompliziert zugänglich zu machen, wurden spezielle Vorlagencenter eingerichtet, die alle verfügbaren Dateien zum neuen Corporate Design enthalten. Die detaillierten Angaben zu Bezugswegen, Downloads und Hilfestellungen werden noch einmal neben den Piktogrammen besonders hervorgehoben.



Institute und Einrichtungen

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/institute

Zentrale Hochschulverwaltung

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/verwaltung

Bei weiteren Fragen zu den Gestaltungsmöglichkeiten rund um das neue Corporate Design steht die Abteilung 3.2 - Marketing jederzeit gerne beratend zur Seite.

marketing@rwth-aachen.de

Das Manual ist in elektronischer Form auch auf den Seiten des Corporate Designs zu finden.

www.rwth-aachen.de/cd

Logo

Ein Logo ist die Unterschrift eines jeden Unternehmens und so auch jeder Hochschule. Es wird auf allen Produkten, Schriftstücken und der Website abgebildet, schafft Kontinuität, vermittelt Verlässlichkeit und Professionalität und prägt so die öffentliche Wahrnehmung. Um das Image der RWTH Aachen zu wahren, ist das Logo eine geschützte Wortmarke und darf nur unter definierten Rahmenbedingungen verwendet werden.



Das RWTH Aachen University-Logo in den verschiedenen Farbvarianten mit neuem Schutzraum erhalten Sie bei der Abteilung 3.2 - Marketing.
marketing@rwth-aachen.de

Erscheinungsbild

Es wird ausschließlich das zweifarbige RWTH Aachen University-Logo (in Blau/Hellblau, Weiß/Hellblau und Schwarz/Grau) und das einfarbige weiße RWTH Aachen University-Logo verwendet. So wird die Marke der Hochschule gestärkt und die Anwendung vereinfacht.

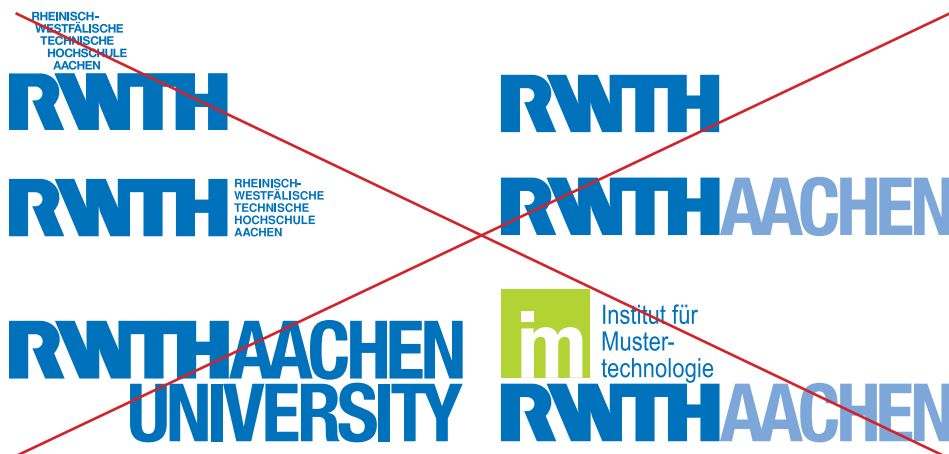
100% HKS 44
CMYK 100-50-0-0
RGB 0-84-159
Pantone 2945 C

50% HKS 44
CMYK 45-14-0-0
RGB 142-186-229
Pantone 278 C

RWTHAACHEN
UNIVERSITY

zweifarbiges RWTH Aachen University-Logo in Blau/Hellblau

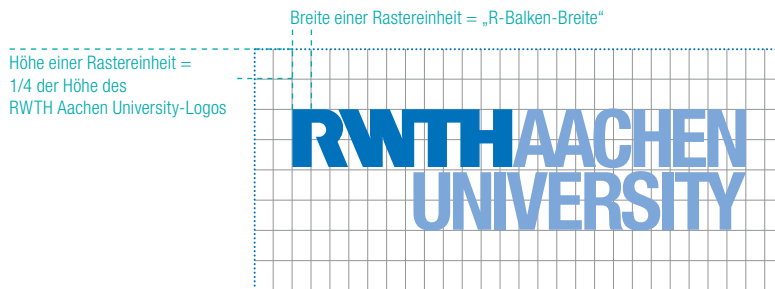
Unzulässige Logos



Beispiele unzulässiger Logos

Rasterkonstruktion

- Zur Entwicklung der Logosystematik wurde ein kleinteiliges Raster auf Basis des RWTH Aachen University-Logos entwickelt. Das Raster definiert gleichzeitig den Schutzraum des RWTH Aachen University-Logos.
- Das Raster ergibt sich wie folgt:
 - horizontale Teilung**
RWTH Aachen University-Logo : 24
 - vertikale Teilung**
RWTH Aachen University-Logo : 4



RWTH Aachen University-Logo im Raster

Schutzraum

- Das Logo hat einen neuen Schutzraum. In diesen Schutzraum darf keine Schrift und auch keine andere Grafik hineinragen. Der Schutzraum muss immer frei bleiben und eingehalten werden.
- Das Logo mit Schutzraum wird immer am rechten oberen oder rechten unteren Formatrand platziert.
- Der Schutzraum und die Abstände zu Formatbegrenzungen (z. B. Seitenrand) um das Logo betragen rundum zwei Rastereinheiten.
- Die Logodatei enthält bereits den Schutzraum und wird mit diesem ausgegeben.



RWTH Aachen University-Logo mit Schutzraum

Anwendungsvarianten



Für farbige Anwendungen **auf weißem Hintergrund**.



Für Schwarz-Weiß-Gestaltungen **auf weißem Hintergrund**. Dieses Logo darf nicht in Kombination mit Farben verwendet werden.



Für die Anwendung **auf blauem Hintergrund** (RWTH-Blau).



Für die Anwendung **auf hellen Farbflächen oder Fotos** mit einer geringen Deckung (weniger als etwa 25 %).



Für die Anwendung **auf hellen Grau-Flächen oder Schwarz-Weiß-Fotos** mit einer geringen Deckung (weniger als etwa 25 %).



Für die Anwendung **auf Fotos**.



Für die Anwendung **auf farbigem Hintergrund** (außer auf RWTH-Blau (siehe oben)).



Für die Anwendung **auf schwarzem Hintergrund**.

RWTH Aachen University-Logogrößen in DIN-Formaten

Um die Anwendung zu vereinfachen, sind nachfolgend Angaben zur Größe des RWTH Aachen University-Logos in den verschiedenen DIN-Formaten aufgelistet.

Die Werte der einzelnen Logogrößen wurden unter Berücksichtigung des Satzspiegels und des Logos ausgehend von DIN A4 ermittelt und als gerundete Größen in mm angegeben.

	Schutzraumbreite RWTH Aachen University-Logo in mm	Logobreite RWTH Aachen University-Logo in mm	Schutzraumhöhe RWTH Aachen University-Logo in mm	Logohöhe RWTH Aachen University-Logo in mm
DIN A7	35	30	16	8,1
DIN A6 DIN lang DIN A5	49,3	42,3	22,6	11,4
DIN A4	70	60	32	16,2
DIN A3	99	84,9	45,3	22,9
DIN A2 1/2 DIN A1	140	120	64	32,4
DIN A1	198	169,7	90,5	45,8
DIN A0	280,3	240,3	128,2	64,8

Angaben zu Logogrößen in DIN-Formaten

Anwendung in Kleinstgrößen

Sollte die Darstellungsgröße kleiner oder gleich 15 mm in der Breite sein, wird das Akronym „RWTH“ verwendet.



Unzulässige Anwendungen

Das RWTH Aachen University-Logo darf nicht in dieser Form verwendet werden:

- gestürzt,
- transparent, abgesoftet oder gerastert,
- mit Schlagschatten oder Glow,
- andersfarbig,
- komplett schwarz,
- komplett dunkelblau,
- gestaucht oder gestreckt,
- mit Outline.



Beispiele unzulässiger Anwendungen des RWTH Aachen University-Logos

Logosystematik

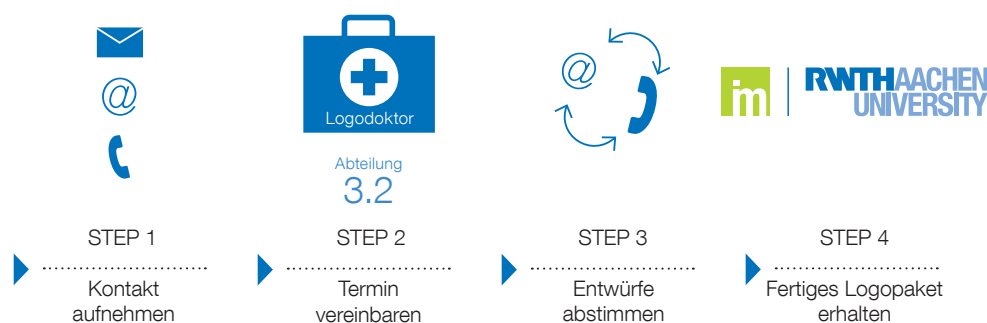
Institute, Lehrstühle und weitere Einrichtungen können mit der neuen Logosystematik die Stärke der Institutsmarke mit der Stärke der Marke RWTH Aachen verbinden, ohne die eigene Identität zu verlieren. Die Überführung oder Neuentwicklung der Logos wird kostenlos durch die Abteilung 3.2 - Marketing übernommen und erfolgt stets in enger Abstimmung mit den Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern der jeweiligen Einrichtung. So können Vorstellungen und Wünsche in den Arbeitsprozess eingebracht werden, und das neue Logo wird unter Nutzung aller Möglichkeiten, die das neue Corporate Design bietet, erstellt.



Die Überführung oder Gestaltung des Logos in der neuen Logosystematik übernimmt die Abteilung 3.2 - Marketing kostenlos.
marketing@rwth-aachen.de

Es wird darum gebeten, das Logo nicht selbständig und ohne Hilfe zu überführen, um die angebundenen Servicedienstleistungen wie das Web to Print-Verfahren für Visitenkarten oder die kostenlose Erstellung von Vorlagen für Briefbögen nutzen zu können und ein einheitliches Erscheinungsbild sicherzustellen.

Der Weg zum Logo in der neuen Logosystematik



Prozess der Logoerstellung

Rasterkonstruktion

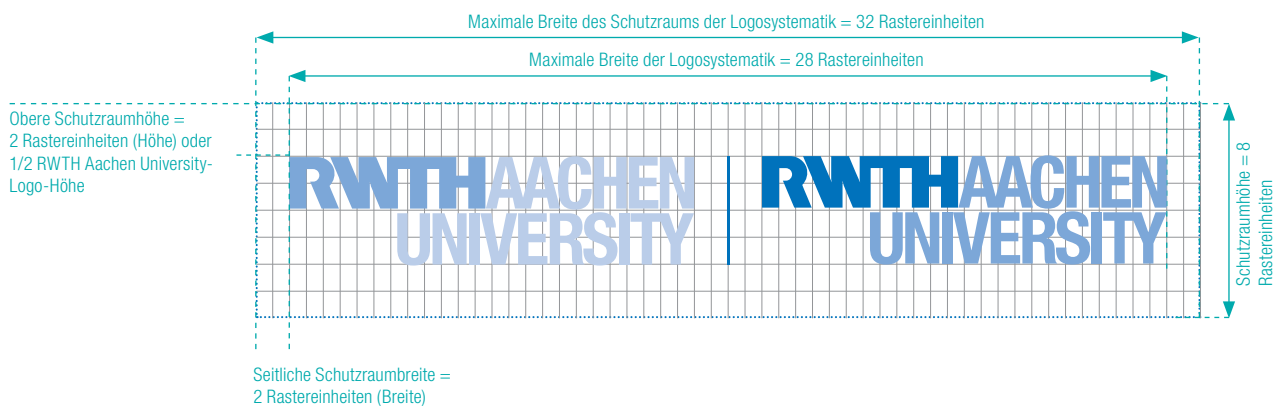
- Zur Entwicklung der Logosystematik wurde ein kleinteiliges Raster auf Basis des RWTH Aachen University-Logos entwickelt. Das Raster definiert gleichzeitig den Schutzraum des RWTH Aachen University-Logos.
- Das Raster ergibt sich wie folgt:
 - horizontale Teilung**
RWTH Aachen University-Logo : 24
 - vertikale Teilung**
RWTH Aachen University-Logo : 4



Logosystematik im Raster

Schutzraum und Größe

- Alle Logos in der Logosystematik haben einen Schutzraum. In diesen Schutzraum darf keine Schrift und auch keine andere Grafik hineinragen. Der Schutzraum muss immer frei bleiben und eingehalten werden.
- Das Logo mit Schutzraum wird immer am rechten oberen oder rechten unteren Formatrand platziert.
- Der Schutzraum beträgt rund um das RWTH Aachen University-Logo zwei Rastereinheiten.
- Für das Logo der Einrichtung steht links des Stegs der gleiche Platz zur Verfügung wie rechts des Stegs für das RWTH Aachen University-Logo. Die Gesamtbreite der konstruierten Logosystematik darf nicht größer sein als die Breite des RWTH Aachen University-Logos rechts und links vom Steg.

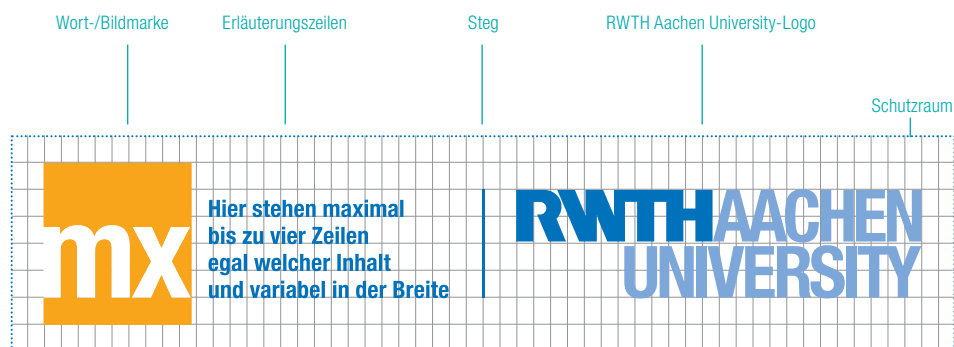


Logosystematik mit Schutzraum

Allgemeiner Aufbau

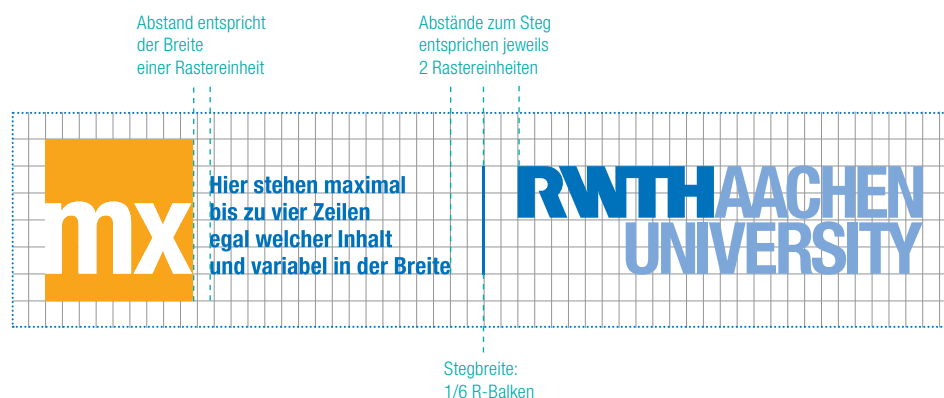
Der grundsätzliche Aufbau der Logosystematik schreibt folgende Reihenfolge vor (wenn Bestandteile vorhanden) von links nach rechts:

1. Wort-/Bildmarke
2. Erläuterungszeilen
3. Steg
4. RWTH Aachen University-Logo



Logosystematik mit Erläuterungszeilen

- **Eine Dopplung des RWTH Aachen University-Logos ist auch in Teilen nicht zulässig und darf somit links des Stegs nicht mehr auftauchen.**
- Die Raumanteile für Wort-/Bildmarke und Erläuterungszeilen sind variabel. Bei kurzem Erläuterungstext steht mehr Platz für den Bildanteil in der Systematik zur Verfügung als bei langem Text.
- Der Abstand zwischen Erläuterungszeilen und Wort-/Bildmarke beträgt eine Rastereinheit.
- Bei der Platzierung der jeweiligen Wort-/Bildmarke (Institutslogo) wird ein optisch ausgeglichenes Größenverhältnis auf beiden Seiten des Stegs angestrebt, welches sich am Raster orientiert.
- Der Abstand zwischen Erläuterungszeilen und Steg beträgt zwei Rastereinheiten.



Logosystematik im Raster

Wort-/Bildmarke

- Die Wort-/Bildmarke bildet den individuellen Teil der Logosystematik. Dort entsteht die Überführung, Weiterentwicklung oder Neukonzeption der visuellen Institutsmarke. Sie wird ausschließlich in Kombination mit dem RWTH Aachen University-Logo verwendet und darf nicht aus der Systematik gelöst werden und alleine stehen.
- Bei schmalen, eher vertikalen Formen darf das Raster mit dem Bildanteil um eine weitere Einheit nach oben und unten belegt werden. Der Schutzraum verändert sich dabei nicht, sondern orientiert sich an den zwei Rastereinheiten über und unter dem RWTH Aachen University-Logo. Dabei wird ein optisch ausgeglichenes Größenverhältnis auf beiden Seiten des Stegs angestrebt.
- In der Wort-/Bildmarke wird ein beliebiger Schnitt der Helvetica Neue eingesetzt.
- Bei der Gestaltung der Wort-/Bildmarke dürfen ausschließlich Farben der RWTH-Farbwelt verwendet werden. Dabei dürfen keine Effekte, wie z. B. ein Glow oder ein Verlauf, auftreten, um das Logo frei skalieren zu können. Auch auf eine dreidimensionale Darstellung wird verzichtet, um die Plakativität zu erhöhen.
- Die Wort-/Bildmarke muss auch in eine Schwarz-Weiß- und in eine inverse Anwendung überführbar sein. Sie sollte klar, einfach verständlich und nie zu kleinteilig sein, um auch bei kleinen Anwendungen eine gute Erkennbarkeit zu gewährleisten.
- Die Größe der Wort-/Bildmarke orientiert sich an der Größe des konstruierten Logos mit Erläuterungstext. Je länger der Text, desto kleiner wird die Wort-/Bildmarke. In der Version des Logos ohne Erläuterungszeilen ändert sich die Größe der Wort-/Bildmarke nicht. So ist ein einheitliches Erscheinungsbild möglich.

Anwendung der Logosystematik

Die Wort-/Bildmarke kann in Abhängigkeit vom Anwendungsfall mit oder ohne Erläuterungstext in der Logosystematik genutzt werden. Es werden beide Varianten zur Verfügung gestellt.



Beispieldarstellung eines Logos mit Wort-/Bildmarke mit und ohne Erläuterungszeilen in der Logosystematik

Oder es besteht die Möglichkeit, die Logosystematik nur mit den Erläuterungszeilen zu nutzen, falls keine Wort-/Bildmarke gewünscht ist („Nur-Text-Logo“).



Beispieldarstellung eines Logos ohne Wort-/Bildmarke in der Logosystematik

Erläuterungszeilen

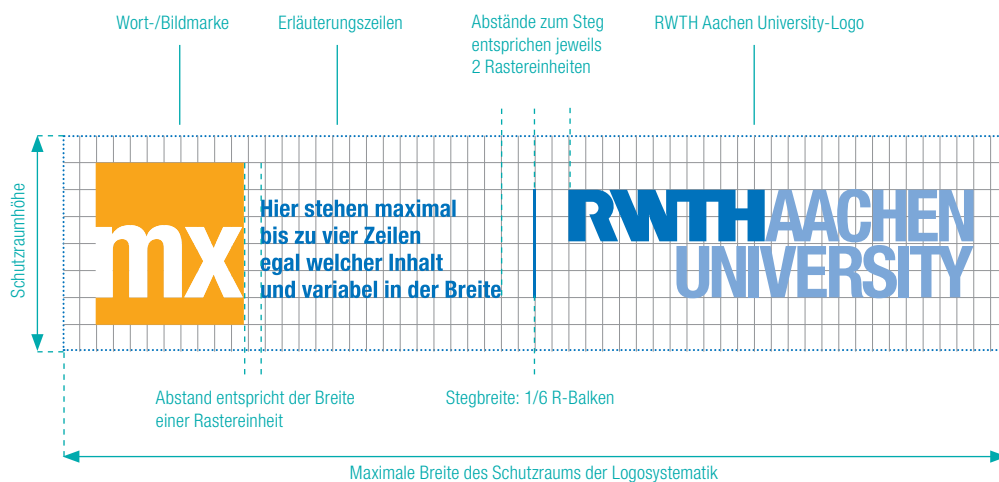
- Die Erläuterungszeilen stehen links vom Steg und rechts der Wort-/Bildmarke.
- Die Ausrichtung ist linksbündiger Flattersatz.
- Der Abstand der längsten Zeile zum Steg beträgt immer zwei Rastereinheiten.
- Es dürfen maximal vier Zeilen übereinander platziert werden, welche in der Breite variabel sind.
- Die Zeilen richten sich an der Unterkante des RWTH Aachen University-Logos aus.
- Der Erläuterungstext ist in 100% RWTH-Blau zu setzen.
- Die verwendete Schriftart bei den Erläuterungszeilen der Logosystematik ist Helvetica Neue 77 Bold Condensed mit einer Schriftgröße von 10 Pt bei DIN A4.
- Das Grundlinienraster ergibt sich durch das Gestaltungsraster.
- Die Schriftart, -größe und -farbe sowie die Textausrichtung sind unveränderlich. Die Schrift darf nicht gestürzt werden.
- Die Länge der Erläuterungszeilen definiert die Größe der Wort-/Bildmarke.

Steg

- Die Stegbreite beträgt 1/6 R-Balken. Die Steghöhe entspricht der RWTH Aachen University-Logohöhe (vier Rastereinheiten).
- Der Steg wird mittig auf der Rasterlinie platziert, die zwei Rastereinheiten entfernt links neben dem RWTH Aachen University-Logo steht. Somit steht der Steg immer mittig zwischen dem Logo rechts und dem entsprechenden Ergänzungselement links.

Abstände und Ausrichtungen

- Der Abstand zwischen Erläuterungstext und Steg oder Wort-/Bildmarke und Steg beträgt immer zwei Rastereinheiten.
- Der Abstand zwischen Bildmarke und Erläuterungstext beträgt exakt die Breite einer Rastereinheit. Er wird je nach Auskommen individuell abgemessen und löst sich somit aus dem Raster. Die Maximalausdehnung darf dabei in keinem Fall überschritten werden.



Logosystematik mit Erläuterungszeilen und Abständen

Anwendungsvarianten



Für farbige Anwendungen **auf weißem Hintergrund**.



Für Schwarz-Weiß-Gestaltungen **auf weißem Hintergrund**. Dieses Logo darf nicht in Kombination mit Farben verwendet werden.



Für die Anwendung **auf blauem Hintergrund** (RWTH-Blau).



Für die Anwendung **auf hellen Farbflächen oder Fotos** mit einer geringen Deckung (weniger als etwa 25 %).



Für die Anwendung **auf hellen Grau-Flächen oder Schwarz-Weiß-Fotos** mit einer geringen Deckung (weniger als etwa 25 %).



Für die Anwendung **auf Fotos**.



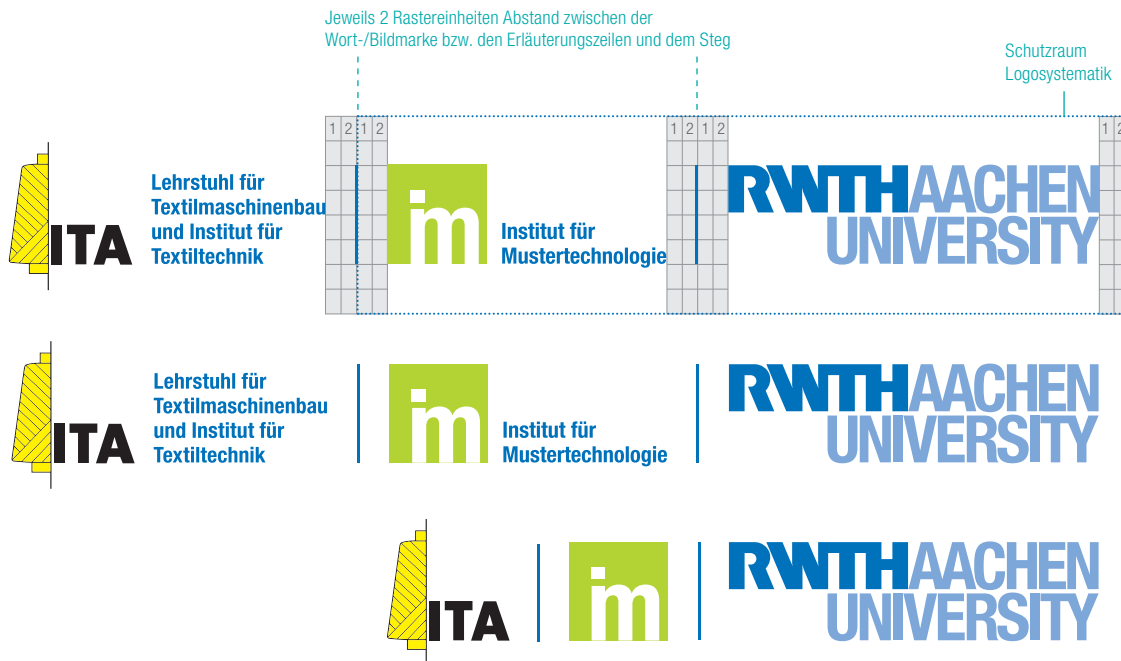
Für die Anwendung **auf farbigem Hintergrund** (außer auf RWTH-Blau (siehe oben)).



Für die Anwendung **auf schwarzem Hintergrund**.

Logokombination von Einrichtungen der Hochschule

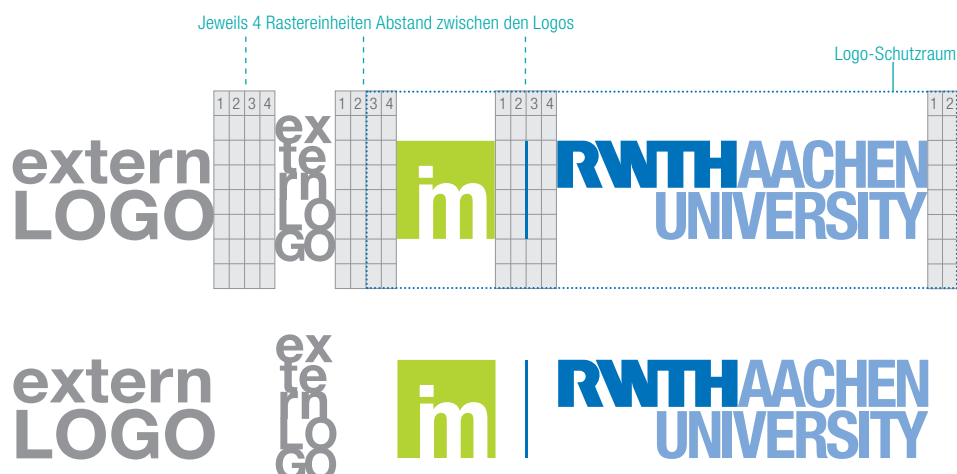
- Um bei einer Reihung mehrerer Logos in der neuen Logosystematik auf die Doppelung des RWTH Aachen University-Logos zu verzichten, steht dieses immer nur einmal rechts außen.
- Die Logos der Einrichtungen werden unter Einhaltung des einheitlichen Abstandes zum Steg (zwei Rastereinheiten/rechter Schutzraum) links daneben gereiht.



Beispiel Kombination mehrerer Logos in der Logosystematik als Reihung

Logokombination mit Externen (keine Mitglieder der RWTH Aachen)

- Das externe Logo wird immer links vom RWTH Aachen University-Logo platziert. Dabei ist mindestens der doppelte Schutzraum einzuhalten.
- Die Höhe des Logos sollte nach Möglichkeit nicht größer sein, als das RWTH Aachen University-Logo (maximal eine Rastereinheit nach oben und unten).



RWTH Aachen University-Logosystematik mit Logos von Externen

An-Institute

- An-Institute dürfen das Logo der Hochschule nicht mehr in ihrem Logo verwenden oder mit dem RWTH Aachen University-Logo werben. Bei Kooperationsprojekten wird mit den Logos der An-Institute in Kombination mit dem RWTH Aachen University-Logo so verfahren wie mit den Logos Externer.
- Zur Bezeichnung als An-Institut darf um das Logo des An-Instituts der Schriftzug „an der RWTH Aachen“ dezent platziert werden. Eine Verwendung auch nur von Teilen der RWTH-Wortmarke ist dabei nicht zulässig.

Logosystematik-Größen in DIN-Formaten

Um die Anwendung zu vereinfachen, sind nachfolgend Angaben zur Anwendung der Logosystematik in den verschiedenen DIN-Formaten aufgelistet. Entscheidend ist die Logohöhe, da die Breite variabel ist. Die Breite des Logos in der Logosystematik ist abhängig von der Breite der individuellen Wort-/Bildmarke und den Erläuterungszeilen.

Die Werte zu den einzelnen Logogrößen wurden unter Berücksichtigung des Satzspiegels und der Logosystematik ausgehend von DIN A4 ermittelt und als gerundete Größen in mm angegeben.

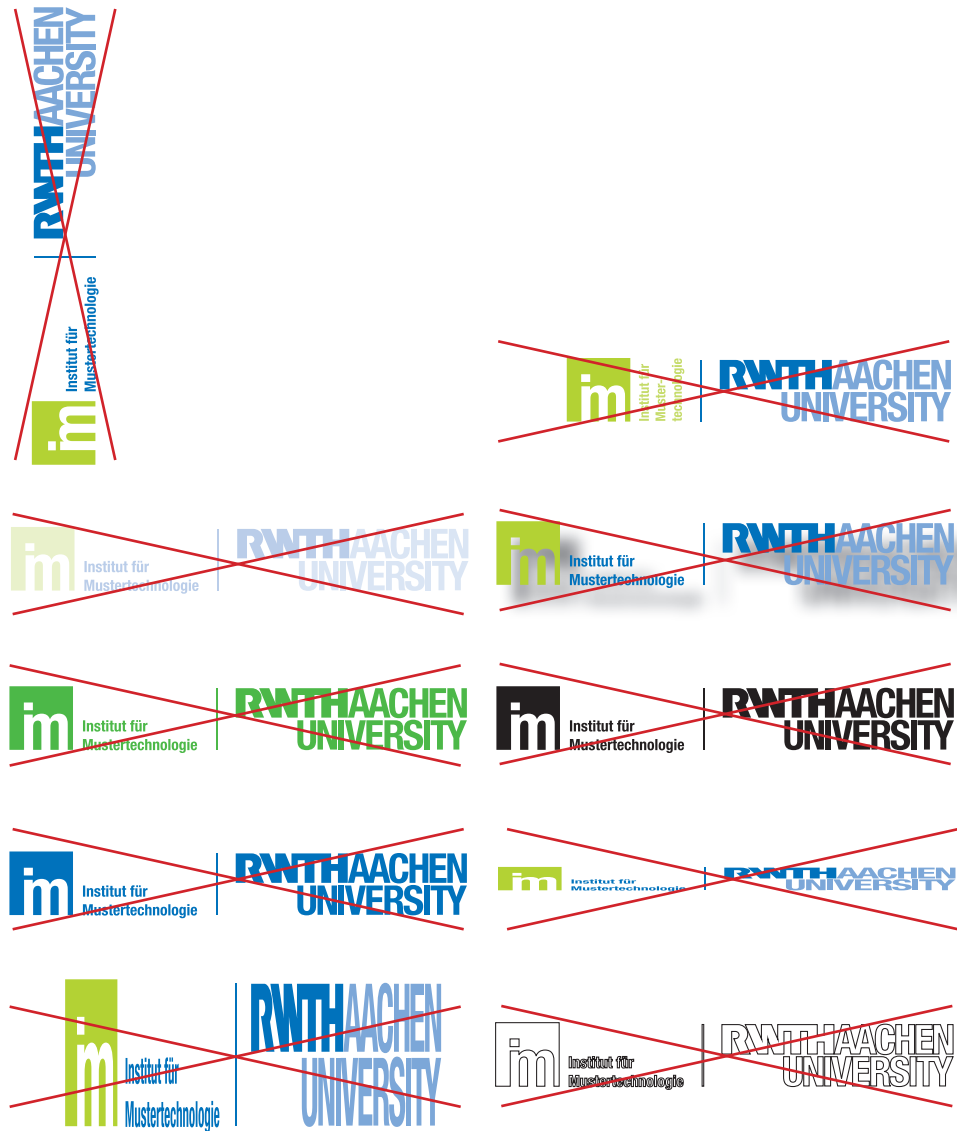
	Schutzraumhöhe Logo in der Logosystematik in mm	Logohöhe RWTH Aachen University-Logo in mm	Logobreite RWTH Aachen University-Logo in mm
DIN A7	16	8,1	30
DIN A6 DIN lang DIN A5	22,6	11,4	42,3
DIN A4	32	16,2	60
DIN A3	45,3	22,9	84,9
DIN A2 1/2 DIN A1	64	32,4	120
DIN A1	90,5	45,8	169,7
DIN A0	128,2	64,8	240,3

Angaben zu Logogrößen in DIN-Formaten

Unzulässige Anwendungen

Die Logos der Logosystematik dürfen nicht in dieser Form verwendet werden:

- gestürzt,
- transparent, abgesoftet oder gerastert,
- mit Schlagschatten oder Glow,
- andersfarbig,
- komplett schwarz,
- komplett dunkelblau,
- gestaucht oder gestreckt,
- mit Outline.



Beispiele unzulässiger Logo-Anwendungen der Logosystematik

Schrift

Die RWTH Aachen etabliert zwei Hausschriften: Arial und Helvetica Neue. Ziel ist die einheitliche Gestaltung von Schriftstücken; angefangen bei der E-Mail über Studiengangsbroschüren bis hin zu wissenschaftlichen Postern.

Dabei wird Arial für Office-Anwendungen genutzt, da diese Schrift weit verbreitet ist und Darstellungsprobleme minimiert werden können.

Helvetica Neue wird im gestalterischen Bereich eingesetzt und unterstützt die Schaffung eines einheitlichen Corporate Designs.



Institute und Einrichtungen:

Da die Schriftart Helvetica Neue eine Lizenzschrift ist, wird jedem Institut, Lehrstuhl oder jeder Einrichtung kostenlos ein Satz der Schriftart Helvetica Neue über das Softwareportal des IT Centers zur Verfügung gestellt.

<http://www.itc.rwth-aachen.de>

Zentrale Hochschulverwaltung:

Die Verwaltung erhält die neue Schriftart kostenlos über das Helpdesk der ZHV.

Schriftfarbe

- Die Schriftfarbe in Fließtexten sollte aufgrund der Lesbarkeit möglichst 100% Schwarz sein, auf ganzseitigen Fotos kann sie Weiß sein. Fließtexte können in Schwarz oder RWTH-Blau (CMYK 100-50-0-0; RGB 0-84-159) und den entsprechenden Rasterungen oder Weiß gesetzt werden. Die Haupttextfarbe ist dabei immer Schwarz (oder Weiß auf dunklen Untergründen).
- In Tabellen darf die Schrift in Schwarz oder RWTH-Blau und den entsprechenden Rasterungen oder Weiß auf blauem oder grauem Hintergrund stehen.
- Erklärende Beschriftungen, die Abbildungen in einzelnen Teilen beschreiben, sowie Ziffern und erläuternder Text in Infografiken und Text in Infokästen dürfen in Farben der RWTH-Farbwelt gesetzt werden. Der Farbeinsatz erfolgt dabei dezent.
- Farbige Schrift steht nie auf farbigen Hintergründen. Bei Farbflächen ist die Schriftfarbe Weiß oder Schwarz. Weiterer farbiger Schrifteinsatz ist nicht zulässig.

Arial - Alltagsschrift

Die Schriftart Arial ist weit verbreitet und auf den meisten Rechnern verfügbar. Daher ist diese die Alltagsschrift der Hochschule. Sie findet ihren Einsatz im alltäglichen Schriftverkehr (E-Mail, Brief, Fax), auf PowerPoint-Folien, wissenschaftlichen Postern und auf Türschildern. Die Schriftart Arial wird auch für das Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten oder Schriftenreihen empfohlen.

Schriftschnitte der Arial

Arial

Arial Bold

Alltagsschrift für Office-Anwendungen, PowerPoint-Folien, wissenschaftliche Poster und Türschilder etc.

Anwendungsbeispiel

Dies ist ein Beispieltext der Arial in 16 Pt

Hier sehen Sie die Schriftart Arial Bold in Schriftgröße 10 Pt mit einem Zeilenabstand von 12 Pt bei linksbündigem Flattersatz für Mengentexte in Arial.

Und hier sehen Sie die Schriftart Arial in Schriftgröße 10 Pt mit einem Zeilenabstand von 12 Pt bei linksbündigem Flattersatz für Mengentexte. Anhand des Blindtextes kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze „Pangrams“. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog. Dies ist ein Blindtext. Anhand des Blindtextes kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafgenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze „Pangrams“. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog.

Beispieltext in Arial

Unzulässige Verwendung

- Es ist nicht die Schriftart Arial Narrow zu verwenden.
- Farbige Schrift steht nie auf farbigem Hintergrund.
- Die Schrift darf nicht verzerrt oder gestaucht werden.
- Sperren oder Unterschneiden der Schrift ist nicht erlaubt.
- Gestürzte oder schräg gestellte Schriften sind unzulässig.

Helvetica Neue - Corporate Font/Hausschrift

Die Schriftart Helvetica Neue ist der neue Corporate Font der Hochschule und findet ihre Anwendung im gestalterischen Bereich. Sie wird in acht verschiedenen Schriftschnitten eingesetzt. Da dies eine Lizenzschrift ist, steht jeder Einrichtung eine Lizenz der hier aufgeführten Schriftschnitte über das Softwareportal des IT Centers auf <http://www.itc.rwth-aachen.de> zur Verfügung. In der Verwaltung werden die Schriften zentral vom Helpdesk installiert.

Schriftschnitte der Helvetica Neue

Helvetica Neue 47 Light Condensed

Helvetica Neue 77 Bold Condensed

Corporate Font beispielsweise für Logosystematik und Infotexte

Helvetica Neue 35 Thin

Helvetica Neue 45 Light

Helvetica Neue 75 Bold

Corporate Font beispielsweise für Außenbereichsbeschilderung, werbliche Publikationen (z. B. Fließtexte)

Helvetica Neue 33 Thin Extended

Helvetica Neue 43 Light Extended

Helvetica Neue 73 Bold Extended

Corporate Font beispielsweise für werbliche Publikationen (z. B. Titel und Headlines)

Anwendungsbeispiel

Dies ist die Helvetica Neue
Thin Extended in 24 Pt

Und hier sehen Sie die Helvetica Neue Light in 13 Pt

So sieht die Helvetica Neue Light in 10 Pt Schriftgröße mit einem Zeilenabstand von 12 Pt und linksbündigem Flattersatz aus. Sie wird für gestaltete Mengentexte verwendet. An dem Blindtext kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie Hamburgefonts, Rafigenduks oder Handgloves, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze „Pangrams“. Sehr bekannt ist dieser: The quick brown fox jumps over the lazy old dog.

Beispieltext in Helvetica Neue

Schriftgrößen, Zeilenabstände und Satzausrichtung

	Titelseiten	Innenseiten
Fließtext	-	Helvetica Neue 45 Light 9 Pt SG 13 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz
Headline	Helvetica Neue 33 Thin Extended 36 Pt SG 43 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz	Helvetica Neue 33 Thin Extended 24 Pt SG 28 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz
Subline	Helvetica Neue 45 Light 20 Pt SG 24 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz	Helvetica Neue 45 Light 15 Pt SG 20 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz
Web-Domains	Helvetica Neue 75 Bold 9 Pt SG 13 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz	Helvetica Neue 75 Bold 9 Pt SG 13 Pt ZAB linksbündiger Flattersatz
Bildunterschriften	-	Helvetica Neue 47 Light Condensed 8 Pt SG 9 Pt ZAB Satzausrichtung variabel

SG = Schriftgröße
ZAB = Zeilenabstand

Empfehlungen zur Schriftverwendung bezogen auf DIN A4

- Für Auszeichnungen im Text wird die Helvetica Neue 75 Bold empfohlen.
- Die Verwendung von Versalien ist lediglich als Auszeichnungsmittel zulässig.

Unzulässige Verwendung

- Farbige Schrift steht nie auf farbigem Hintergrund.
- Die Schrift darf nicht verzerrt oder gestaucht werden.
- Sperren oder Unterschneiden der Schrift ist nicht erlaubt.
- Eine Verwendung von kursiver Schrift ist nicht möglich.
- Gestürzte oder schräg gestellte Schriften sind unzulässig.

Farbwelt

Ergänzend zum traditionell verwendeten RWTH-Blau, das Schwerpunkt jeder Gestaltung bleibt, wird das Erscheinungsbild der Hochschule um elf Farben ergänzt. Die Hochschule wird so farbenfroh wie ihre Institute es sind. Um den Farben einen Rahmen zu geben, wurden in Abstimmung zum RWTH-Blau elf Farben ausgewählt, mit denen gestaltet werden kann. Die an der Hochschule bekannten Farben Magenta und Gelb bleiben dabei erhalten und finden als Sekundärfarben Verwendung.

Die Rasterungen auf den nachfolgenden Seiten sind als Empfehlungen zu verstehen, um ein einheitliches Erscheinungsbild der Farbwelt zu ermöglichen.

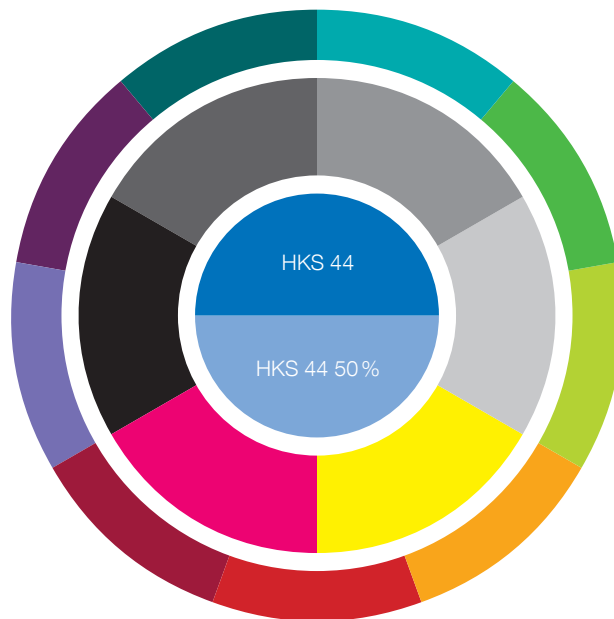


Eine Farbpalette für die Verwendung in InDesign, Illustrator und Photoshop findet sich im Vorlagencenter für Institute und Einrichtungen.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/institute

Oder im Vorlagencenter für die Zentrale Hochschulverwaltung.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/verwaltung



Farbkreis mit den Primär- und Sekundärfarben
sowie dem erweiterten Farbspektrum

Auszeichnungsfarben

- Gold und Silber ergänzen das Farbspektrum als spezielle Sonderfarben.
- Sie kommen z. B. bei den goldenen und silbernen Promotionsurkunden sowie bei Festschriften zum Einsatz.



Die Hausfarbe – RWTH-Blau

- Die Hausfarbe der RWTH Aachen bleibt das RWTH-Blau in HKS 44.
- Das RWTH Aachen University-Logo verwendet die Hausfarbe HKS 44 in den Tonstufen 100 % und 50 %.
- Sie stellt nach wie vor den Schwerpunkt jeder Gestaltung dar.

Die Farbwerte der Hausfarbe RWTH-Blau (Primärfarbe)

HKS 44 100 %	75 %	50 %	25 %	10 %
CMYK 100-50-0-0	75-38-0-0	45-14-0-0	23-7-0-0	9-3-0-0
RGB 0-84-159	64-127-183	142-186-229	199-221-242	232-241-250
CMYK 100-50-0-0	75-38-0-0	45-14-0-0	23-7-0-0	9-3-0-0
RGB 0-84-159	64-127-183	142-186-229	199-221-242	232-241-250
Hex # 00549F	# 407FB7	# 8EBAE5	# C7DDF2	# E8F1FA
Pantone 2945 C	75 %	278 C	25 %	10 %
RAL 5005 Signalblau	75 %	5012 Lichtblau	25 %	10 %
HKS 44 K	75 %	50 %	25 %	10 %
ORACAL (Folien) 051 Enzianblau	-	-	-	-
Avery (Folien) 741 Scuba Blue	-	-	-	-
MACal (Folien) -	-	9839-42 Pastel Blue	-	-

Die Sekundärfarben auf einen Blick

Schwarz CMYK 0-0-0-100 RGB 0-0-0	75 % 100-101-103	50 % 156-158-159	25 % 207-209-210	10 % 236-237-237
Magenta CMYK 0-100-25-0 RGB 227-0-102	75 % 233-96-136	50 % 241-158-177	25 % 249-210-218	10 % 253-238-240
Gelb CMYK 0-0-100-0 RGB 255-237-0	75 % 255-240-85	50 % 255-245-155	25 % 255-250-209	10 % 255-253-238

Das ergänzte Farbspektrum auf einen Blick

Petrol CMYK 100-30-50-30 RGB 0-97-101	75 % 45-127-131	50 % 125-164-167	25 % 191-208-209	10 % 230-236-236
Türkis CMYK 100-0-40-0 RGB 0-152-161	75 % 0-177-183	50 % 137-204-207	25 % 202-231-231	10 % 235-246-246
Grün CMYK 70-0-100-0 RGB 87-171-39	75 % 141-192-96	50 % 184-214-152	25 % 221-235-206	10 % 242-247-236
Maigrün CMYK 35-0-100-0 RGB 189-205-0	75 % 208-217-92	50 % 224-230-154	25 % 240-243-208	10 % 249-250-237
Orange CMYK 0-40-100-0 RGB 246-168-0	75 % 250-190-80	50 % 253-212-143	25 % 254-234-201	10 % 255-247-234
Rot CMYK 15-100-100-0 RGB 204-7-30	75 % 216-92-65	50 % 230-150-121	25 % 243-205-187	10 % 250-235-227
Bordeaux CMYK 25-100-70-20 RGB 161-16-53	75 % 182-82-86	50 % 205-139-135	25 % 229-197-192	10 % 245-232-229
Violett CMYK 70-100-35-15 RGB 97-33-88	75 % 131-78-117	50 % 168-133-158	25 % 210-192-205	10 % 237-229-234
Lila CMYK 60-60-0-0 RGB 122-111-172	75 % 155-145-193	50 % 188-181-215	25 % 222-218-235	10 % 242-240-247

Die Farbwerte der Sekundärfarben

Farbton	100 %	75 %	50 %	25 %	10 %
---------	-------	------	------	------	------

Schwarz



CMYK	0-0-0-100				
RGB	0-0-0	100-101-103	156-158-159	207-209-210	236-237-237
Hex	# 000000	# 646567	# 9C9E9F	# CFD1D2	# ECEDED
Pantone	Black C				
RAL	9005 Tiefschwarz				
HKS	88 K				
ORACAL (Folien)	070 Black				
Avery (Folien)	701 Black				

Magenta





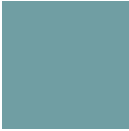

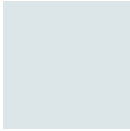
CMYK	0-100-25-0				
RGB	227-0-102	233-96-136	241-158-177	249-210-218	253-238-240
Hex	# E30066	# E96088	# F19EB1	# F9D2DA	# FDEEF0
Pantone	Rubine Red				
RAL	4010 Telemagenta				
HKS	25 K				
ORACAL (Folien)	041 Pink				
Avery (Folien)	715 Cyclamen				




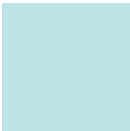
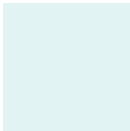
Gelb





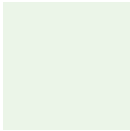


CMYK	0-0-100-0				
RGB	255-237-0	255-240-85	255-245-155	255-250-209	255-253-238
Hex	# FFED00	# FFF055	# FFF59B	# FFFAD1	# FFFDEE
Pantone	Yellow C				
RAL	1016 Schwefelgelb				
HKS	3 K				
ORACAL (Folien)	025 Schwefelgelb				
Avery (Folien)	707 Primrose Yellow				

Die Farbwerte des ergänzten Farbspektrums

Farbton	100 %	75 %	50 %	25 %	10 %
Petrol					
CMYK	100-30-50-30				
RGB	0-97-101	45-127-131	125-164-167	191-208-209	230-236-236
Hex	# 006165	# 2D7F83	# 7DA4A7	# BFD0D1	# E6ECEC
Pantone	3165 C				
RAL	6026 Opalgrün				
HKS	56 K				
ORACAL (Folien)	608 Petrol				
Avery (Folien)	798 Petrol				

Türkis					
CMYK	100-0-40-0				
RGB	0-152-161	0-177-183	137-204-207	202-231-231	235-246-246
Hex	# 0098A1	# 00B1B7	# 89CCCF	# CAE7E7	# EBF6F6
Pantone	320 C				
RAL	5018 Türkisblau				
HKS	51 K				
ORACAL (Folien)	066 Türkisblau				
Avery (Folien)	797 Turquoise Blue				

Grün (in Anlehnung an das Uniklinik-Grün)					
CMYK	70-0-100-0				
RGB	87-171-39	141-192-96	184-214-152	221-235-206	242-247-236
Hex	# 57AB27	# 8DC060	# B8D698	# DDEBCE	# F2F7EC
Pantone	369 C				
RAL	6018 Gelbgrün				
HKS	66 K				
ORACAL (Folien)	064 Gelbgrün				
Avery (Folien)	713 Grass Green				

Farbton	100 %	75 %	50 %	25 %	10 %
---------	-------	------	------	------	------

Maigrün



CMYK	35-0-100-0				
RGB	189-205-0	208-217-92	224-230-154	240-243-208	249-250-237
Hex	# BDCD00	# D0D95C	# E0E69A	# F0F3D0	# F9FAED
Pantone	382 C				
RAL	-				
HKS	69 K				
ORACAL (Folien)	-				
MACal (Folien)	9849-24 Green Yellow				

Orange



CMYK	0-40-100-0				
RGB	246-168-0	250-190-80	253-212-143	254-234-201	255-247-234
Hex	# F6A800	# FABE50	# FDD48F	# FEEAC9	# FFF7EA
Pantone	143 C				
RAL	1028 Melonengelb				
HKS	5 K				
ORACAL (Folien)	020 Goldgelb				
Avery (Folien)	764 Saffron				

Rot



CMYK	15-100-100-0				
RGB	204-7-30	216-92-65	230-150-121	243-205-187	250-235-227
Hex	# CC071E	# D85C41	# E69679	# F3CDBB	# FAEBE3
Pantone	1797 C				
RAL	3020 Verkehrsrot				
HKS	15 K				
ORACAL (Folien)	028 Kardinalrot				
Avery (Folien)	763 Regal Red				

Farbton	100 %	75 %	50 %	25 %	10 %
---------	-------	------	------	------	------

Bordeaux



CMYK	25-100-70-20				
RGB	161-16-53	182-82-86	205-139-135	229-197-192	245-232-229
Hex	# A11035	# B65256	# CD8B87	# E5C5C0	# F5E8E5
Pantone	7427 C				
RAL	3002 Karminrot				
HKS	16 K				
ORACAL (Folien)	306 Karminrot				
Avery (Folien)	767 Dark Red				

Violett



CMYK	70-100-35-15				
RGB	97-33-88	131-78-117	168-133-158	210-192-205	237-229-234
Hex	# 612158	# 834E75	# A8859E	# D2C0CD	# EDE5EA
Pantone	2622 C				
RAL	4004 Bordeaux				
HKS	37 K				
ORACAL (Folien)	048 Bordeaux				
Avery (Folien)	779 Bordeaux				

Lila



CMYK	60-60-0-0				
RGB	122-111-172	155-145-193	188-181-215	222-218-235	242-240-247
Hex	# 7A6FAC	# 9B91C1	# BCB5D7	# DEDAEB	# F2F0F7
Pantone	7446 C				
RAL	4005 Blaulila				
HKS	35 K				
ORACAL (Folien)	043 Lavendel				
Avery (Folien)	775 Lavendel				

Die Farbwerte der Auszeichnungsfarben

Farbton	100 %
----------------	-------

Gold



HKS	98
Heißfolienprägung	Gold glänzend Standard

Silber



HKS	99
Heißfolienprägung	Silber glänzend Standard

Claim

„Thinking the Future, Zukunft denken“, das ist der Claim der RWTH Aachen. Um dem Claim eine eigene Gestaltung zu geben, die ihn hervorhebt, wurde er in eine Box gesetzt. So kann er immer problemlos an den Formaträndern platziert werden.



Der Claim „Thinking the Future, Zukunft denken“ findet sich in allen nötigen Formen, Farbvarianten und Dateiformaten im Vorlagencenter für Institute und Einrichtungen.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/institute

Oder im Vorlagencenter für die Zentrale Hochschulverwaltung.

www.rwth-aachen.de/vorlagencenter/verwaltung

Aufbau

- **Der Claim „Thinking the Future, Zukunft denken“ steht immer in einer Box.**
- Es gibt zwei unterschiedliche Gestaltungsweisen der Claim-Box – eine vertikale und eine horizontale Form.
- Die Schreibweise ist immer zweizeilig:
Englisch oben - Deutsch unten.
- Der Claim-Text wird in Helvetica Neue 45 Light gesetzt.
- Die Schriftgröße (gemessen in mm, nicht in Pt) des Claims entspricht 1/4 der Logo-höhe.

Beispielrechnung

Logohöhe 16 mm / 4 = 4 mm = 11,3 Pt Schriftgröße des Claims (gerundet auf eine Stelle hinter dem Komma)

- Der Zeilenabstand beträgt 120 % der Schriftgröße.
- Unterschieden werden Versionen, die von rechts, links, oben oder unten in das Format ragen.
- Die Größe der Box orientiert sich immer am RWTH Aachen University-Logo – auch bei Verwendung der Logosystematik.
- Die Box wird immer in den Anschnitt geführt. Dies bedeutet, dass die Claim-Box immer ohne Abstand bis an den Seitenrand gesetzt wird.
- Der Text wird mit gleichem Abstand von oben und von der Seite in der Claim-Box platziert. Der Abstand des Claimtextes zu den Boxkanten beträgt eine Zeilenhöhe. Diese ist definiert durch die Höhe des Buchstaben „T“ von „Thinking“. (Nachfolgend durch ein türkisfarbenes Quadrat ■ aufgezeigt.)

Thinking the Future
Zukunft denken

Formatrand

Beispieldarstellung der Claim-Box

Vertikale Claim-Box (oben oder unten)

- Die Box wird immer in den Anschnitt geführt, wahlweise oben oder unten.
- Die vertikale Box ist so breit wie das UNIVERSITY im RWTH Aachen University-Logo.
- Die Boxhöhe ist flexibel. Die Mindesthöhe beträgt die 1,5-fache Höhe des RWTH Aachen University-Logos.
- Die Textausrichtung in der Box ist linksbündig.
- Bei der Claim-Box, die von oben ins Format ragt, wird der Text unten ausgerichtet.
- Bei der Claim-Box, die von unten ins Format ragt, wird der Text oben ausgerichtet.



Horizontale Claim-Box (rechts oder links)

- Die Box wird immer in den Anschnitt geführt, wahlweise von rechts oder von links.
- Die horizontale Box ist so hoch, wie das RWTH Aachen University-Logo.
- Die Boxbreite ist flexibel. Die Mindestbreite entspricht der Breite des UNIVERSITY im RWTH Aachen University-Logos, ergänzt um zwei Rastereinheiten des Logos (siehe Schutzraum Logosystematik).
- Bei der Claim-Box, die von rechts ins Format ragt, ist die Textausrichtung linksbündig.
- Bei der Claim-Box, die von links ins Format ragt, ist die Textausrichtung rechtsbündig.



Anwendungsvarianten



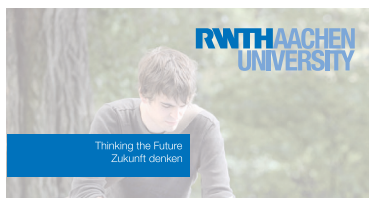
Bei farbigen Gestaltungen auf **weißem Hintergrund** ist die Claim-Box blau mit weißer Schrift.



Bei Schwarz-Weiß-Gestaltungen auf **weißem Hintergrund** ist die Claim-Box schwarz mit weißer Schrift.



Bei Anwendungen auf **farbigem Hintergrund** (einschließlich des RWTH-Blaus) ist die Claim-Box weiß mit blauer Schrift.



Auf **hellen Farbflächen** oder **Fotos mit einer geringen Deckung** (weniger als etwa 25 %) ist die Claim-Box blau mit weißer Schrift.



Auf **hellen Grau-Flächen** oder **Schwarz-Weiß-Fotos mit einer geringen Deckung** (weniger als etwa 25 %) ist die Claim-Box schwarz mit weißer Schrift.



Auf **Fotos** ist die Claim-Box blau mit weißer Schrift.



Bei Schwarz-Weiß-Gestaltungen auf **schwarzem Hintergrund** ist die Claim-Box weiß mit schwarzer Schrift.

Ausnahmen

Vertikale Box in kompletter Logobreite

- In Ausnahmefällen darf die Claim-Box die komplette RWTH Aachen University-Logobreite einnehmen.
- Die Boxhöhe ist flexibel. Die Mindesthöhe beträgt die 2-fache Höhe des RWTH Aachen University-Logos.
- Die Schriftgröße (gemessen in mm, nicht in Pt) entspricht in dieser Boxvariante 1/3 der Logohöhe.

Beispielrechnung:

Logohöhe 15 mm / 3 = 5 mm = 14,2 Pt Schriftgröße des Claims (gerundet auf eine Stelle hinter dem Komma)

Formatrand



Claim-Box von oben ins Format ragend

Der Claim ohne Box

- **Im Normalfall ist die Box-Lösung zu verwenden.** Die Version des Claims ohne Box darf nur in begründeten Ausnahmefällen verwendet werden.
- Die Schreibweise ist immer zweizeilig:
englisch oben - deutsch unten.
- Der Claim-Text wird in Helvetica Neue 45 Light gesetzt.
- Der Claim ohne Box kann in den nachfolgenden zwei Größen eingesetzt werden:
Die Schriftgröße (gemessen in mm, nicht in Pt) des kleinen Claims entspricht 1/4 der Logohöhe.

Beispielrechnung:

Logohöhe 16 mm / 4 = 4 mm = 11,3 Pt Schriftgröße des Claims (gerundet auf eine Stelle hinter dem Komma)

Die Schriftgröße (gemessen in mm, nicht in Pt) entspricht bei der großen Claim-Variante 1/3 der Logohöhe.

Beispielrechnung:

Logohöhe 15 mm / 3 = 5 mm = 14,2 Pt Schriftgröße des Claims (gerundet auf eine Stelle hinter dem Komma)

- Der Zeilenabstand beträgt 120 % der Schriftgröße.

-
- Es gibt folgende Anwendungen:
 - Farbige Anwendung mit weißem Hintergrund = Schriftfarbe Blau in HKS 44
 - Farbige Anwendung mit hellem Hintergrund oder Foto mit einer geringen Deckung (weniger als etwa 25 %) = Schriftfarbe Blau in HKS 44
 - Schwarz-Weiß-Gestaltungen mit weißem Hintergrund = Schriftfarbe Schwarz
 - Anwendung auf Fotos = Schriftfarbe Weiß
 - Anwendung auf farbigem und schwarzem Hintergrund = Schriftfarbe Weiß
 - Die Ausrichtung des Claims ohne Box sollte sich an sogenannten „stummen“ oder „unsichtbaren“ Gestaltungslinien orientieren und stets einen Bezug zu einem anderen Gestaltungsobjekt haben.

Thinking the Future Zukunft denken

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte.

stumme Gestaltungslinien

Thinking the Future
Zukunft denken



Beispieldarstellung der Platzierung des Claims ohne Box
(Orientierung an sogenannten „stummen“ Gestaltungslinien)

Claim-Boxgrößen in DIN Formaten

Um die Anwendung zu vereinfachen, sind nachfolgend Angaben für Logo- und Claim-Boxgrößen in den verschiedenen DIN Formaten aufgelistet. Die Claim-Boxvorlagen, die im Intranet in den Vorlagencentern zum Download bereit stehen, wurden auf Basis der Größenangaben zum DIN A4 Format angelegt. Die zur Verfügung gestellten Claim-Boxen können problemlos auf die benötigten Maße skaliert werden.

Die Werte der in der Tabelle aufgeführten Boxgrößen wurden unter Berücksichtigung des Satzspiegels und des Logos ausgehend von DIN A4 ermittelt und als gerundete Größen in mm angegeben.

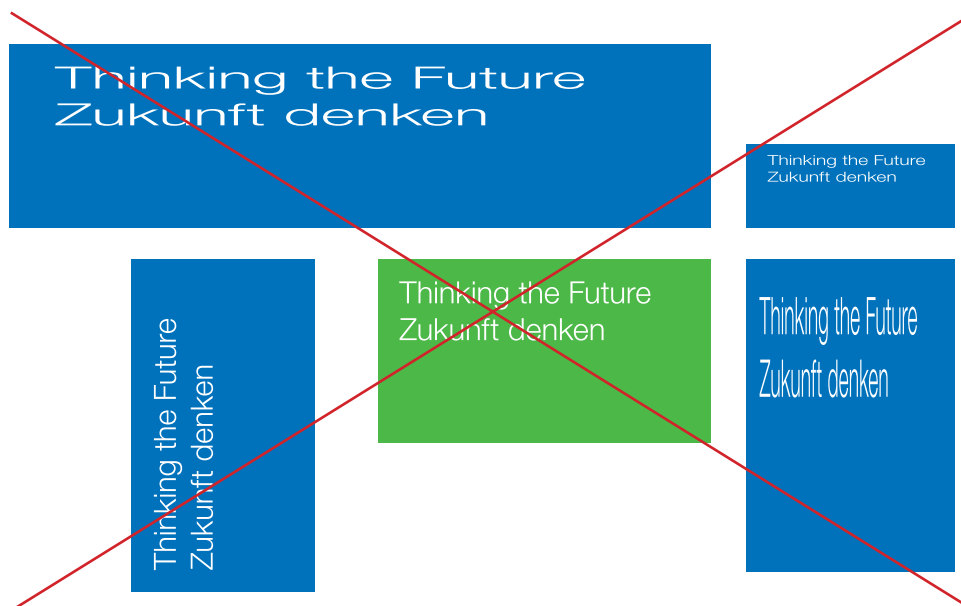
		Vertikale Boxbreite	Vertikale Boxbreite (Ausnahme)		Horizontale Boxhöhe	Schrift- größe in Pt
	Schutzraum- breite RWTH Aachen Uni- versity-Logo in mm	UNIVERSITY- Breite in mm	Logobreite RWTH Aachen University in mm	Schutzraum- höhe RWTH Aachen Uni- versity-Logo in mm	Logohöhe RWTH Aachen University in mm	
DIN A7	35	22	30	16	8,1	5,8
DIN A6 DIN lang DIN A5	49,3	31,1	42,3	22,6	11,4	8,1
DIN A4	70	44	60	32	16,2	11,5
DIN A3	99	62,2	84,9	45,3	22,9	16,2
DIN A2 1/2 DIN A1	140	88	120	64	32,4	22,9
DIN A1	198	124,4	169,7	90,5	45,8	32,4
DIN A0	280,3	176,2	240,3	128,2	64,8	45,9

Empfehlungen für Claim-Box- und Claim-Schriftgrößen in DIN-Formaten

Unzulässige Anwendungen

Der Claim darf nicht in diesen Formen verwendet werden:

- gestürzt,
- gestreckt,
- gestaucht,
- in anderen Farben.



Beispiele unzulässiger Claim-Anwendungen

Impressum

Corporate Design | RWTH Aachen | Grundlagen | 08.2014

Herausgeber im Auftrag des Rektors:
Abteilung Marketing der RWTH Aachen
52056 Aachen
Telefon: + 49 241 80-94344
Telefax: + 49 241 80-92324
marketing@rwth-aachen.de
www.rwth-aachen.de/marketing

Verantwortlich:
Linda Diepenbruck

Redaktion:
Jörg Carabin
Linda Diepenbruck
Petra Islik
Sylvia Jobi

Fotos:
Peter Winandy, Aachen (Seite 1)
Thilo Vogel, Aachen (Seite 7, 16, 35 und 37)

Konzeption und Gestaltung:
CarabinBackhaus Communication

Layout:
Petra Islik
Marie Joel

