



INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOLS

DESIGN GUIDELINES

VERSION 1.0 | STAND: 21.04.2022



Ein Styleguide für die IMPRS – warum?

Corporate Design bedeutet mehr als nur Farben und Formen. Es bestimmt das visuelle Erscheinungsbild einer Organisation und macht eine Marke einzigartig und unverwechselbar. Wer hier geschickt agiert, bleibt im internationalen Wettbewerb sichtbar, wer das nicht tut läuft Gefahr, visuell unterzugehen. Wer eine einheitliche, starke Marke schafft, indem sich alle auf ein gemeinsames Erscheinungsbild committen, wird bei seiner Zielgruppe definitiv stärker wahrgenommen.

Dass die INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS eine starke Marke werden – genau das wollen wir mit diesem Styleguide erreichen. Dafür haben wir die Möglichkeiten, die das Corporate Design der Max-Planck-Gesellschaft bietet, voll ausgeschöpft und sogar noch etwas weiter gefasst, sodass Raum entstanden ist, wie wir auch die Kooperationspartner der IMPRS berücksichtigen können, wenn diese das wünschen. Zusätzlich haben wir auch farblich sehr viel Spielraum geschaffen. Unser Ziel war es, dass die IMPRS modern und frisch wirken und somit vor allem eine junge Zielgruppe ansprechen können. Und unser Ziel war es auch, dass wir zugleich einen einheitlichen und damit starken Auftritt erreichen.

Wer MAX PLANCK hört, denkt an exzellente Grundlagenwissenschaft. Das ist der Kern der Marke MAX PLANCK. Das bedeutet, dass all diejenigen, die die Minerva im Logo tragen, vom ersten Tag an ebenfalls mit exzellenter Grundlagenforschung assoziiert werden. Für die IMPRS, die über Ihr Logo frei entscheiden können, empfehlen wir daher, die Minerva im Logo zu verwenden. Aber auch für die IMPRS, die einen oder mehrere Kooperationspartner berücksichtigen möchten, bieten wir Lösungsvarianten an – sodass ein einheitlicher starker Auftritt immer gewährleistet ist. Genau das bietet dieser Styleguide.

Zusätzlich zu diesem Styleguide stellen wir allen IMPRS auch zahlreiche InDesign-Vorlagen zum direkten Download in unserem Intranet „MAX“ zur Verfügung. Wir hoffen, Ihnen so die Anwendung unseres Corporate Designs so leicht wie möglich zu machen.

A style guide for the IMPRS – why?

Corporate design means more than just colours and shapes. It defines the visual identity of an organization and makes a brand unique and unmistakable. Those who act wisely here remain visible in international competition, those who don't, run the risk of being visually lost. Those who create a unified, strong brand - with all their members committing themselves to a common appearance - will definitely be recognized a lot more easily by their target group.

To make the INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS a strong brand is precisely what we want to achieve with this style guide. We have explored the possibilities offered by the Max Planck Society's corporate design to the full and even expanded them, so that we have created ample space to give consideration to the cooperation partners of the IMPRS, if they so wish. In addition to this, we have also created a lot of room for creative expression in terms of colour. Our goal was for the IMPRS to come across as modern and fresh, so that they can appeal especially to a young target group. Another goal we set ourselves at the same time was to achieve a unified and thus strong visual identity.

Anyone hearing the name MAX PLANCK will immediately think of excellent basic research. This is the core message of the MAX PLANCK brand. This means that all those who are entitled to use the Minerva in their logo are also associated with excellent basic research from day one.

For those IMPRSs which are free to decide on their own logo, we therefore recommend using the Minerva in their logo. However, we also offer possible solutions for those IMPRS who would like to consider one or more cooperation partners - so that a unified strong appearance is always guaranteed. This is exactly what this style guide offers to you.

In addition to this style guide, we also provide all IMPRS with numerous InDesign templates for direct download in our "MAX" Intranet . We hope this will make using our corporate design as easy as possible for you.

VARIANTE 1

IMPRS-Minerva-Logo

Für die IMPRS, die über Ihr Logo eigenständig entscheiden können, empfehlen wir, ein reines Minerva-Logo zu verwenden, da sie damit mit Abstand die stärkste Sichtbarkeit, v.a. auch im Ausland, erreichen. Die Minerva steht seit vielen Jahren für exzellente Grundlagenforschung. Nur wer die Minerva im Logo trägt, wird mit exzellenter Grundlagenforschung assoziiert und profitiert so von der Reputation der Marke Max Planck.

Editierbare Templates für das 1-zeilige und 2-zeilige Logo finden Sie im [Download-Bereich von MAX](#).

📄 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

VERSION 1

IMPRS Minerva logo

For the IMPRS, which are free to decide on their own logo, we recommend using a Minerva-only logo, as this by far affords them the widest visibility, especially internationally. For many years, Minerva has stood for excellent basic research. Only those that carry the Minerva in their logo are associated with excellent basic research and thus benefit from the reputation of the Max Planck brand.

Editable templates for the 1-line and 2-line logo can be found in the [MAX download area](#).

📄 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

1-zeilig | 1-line



2-zeilig | 2-line



Farbvarianten | Colour variants



green



Label green



black



Label green_light



grey_dark



Label blue_light



blue_dark



Label blue_dark



Label orange

Dieses Logo gibt es auch in negative / white für farbige Flächen
This logo is also available in negative / white

VARIANTE 2

IMPRS-Logo mit Kooperationspartner

Für die IMPRS, die einen Haupt-Kooperationspartner haben und wo der Wunsch besteht, dies im Logo sichtbar zu machen, empfehlen wir die Doppellogo-Variante, eine Kombination aus dem Minerva-Logo und dem Logo des jeweiligen Haupt-Kooperationspartners.

Editierbare Templates für das 1-zeilige und 2-zeilige Logo finden Sie im [Download-Bereich von MAX](#).

🔗 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

VERSION 2

IMPRS logo with cooperation partner

For those IMPRS that have a principal cooperation partner and where there it is desired to render this visible in the logo, we recommend the double logo variant, a combination of the Minerva logo and the logo of the respective principal cooperation partner.

Editable templates for the 1- line and the 2- line logo can be found in the [MAX download area](#).

🔗 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

1-zeilig | 1-line

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Platzhalter
Placeholder



2-zeilig | 2-line

IMPRS
for Templateresearch
Lorem Ipsum Lorem Ipsum
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Platzhalter
Placeholder



Farbvarianten | Colour variants

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Platzhalter
Placeholder



green

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Platzhalter
Placeholder



black

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Platzhalter
Placeholder



grey_dark

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Platzhalter
Placeholder



blue_dark

Dieses Logo gibt es auch in negative / white für farbige Flächen
This logo is also available in negative / white

VARIANTE 3

IMPRS als Wortmarke

Für die IMPRS, die mehrere Kooperationspartner haben, die alle im Logo berücksichtigt werden möchten, empfehlen wir, dass dann alle beteiligten Partner – also auch die Max-Planck-Gesellschaft – auf ihr Logo verzichten. In diesem Fall würde die IMPRS eine reine Wortmarke verwenden. Dies ist keineswegs ein Nachteil. Wortmarken – wie z.B. Siemens – können genauso stark sein wie Wort-Bild-Marken. Auch muss diese Variante zusammen mit dem zu ihr gehörenden Webheader betrachtet werden. Dadurch, dass der Internetauftritt von der Max-Planck-Gesellschaft gehostet wird, ist dort ohnehin die Minerva zu sehen und wird durch die Namen der Kooperationspartner ergänzt (s. Seite 9).

VERSION 3

IMPRS as a word mark

For those IMPRS that have several cooperation partners that all wish to be included in the logo, we suggest that all partners involved – i.e. also the Max Planck Society – should refrain from using their logo. In this case, IMPRS would use a word mark only. This is not a disadvantage. Word marks - such as Siemens - can be just as strong as pictorial marks. This variante must also be considered together with the corresponding web header. Since the website is hosted by the Max Planck Society, the Minerva can be seen there anyway and is supplemented by the names of the cooperation partners (see page 9).

1-zeilig | 1-line

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

2-zeilig | 2-line

IMPRS
for Templateresearch
Lorem Ipsum Lorem Ipsum
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Farbvarianten | Colour variants

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

green

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Label green

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

black

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Label green_light

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

grey_dark

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Label blue_light

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

blue_dark

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Label blue_dark

Dieses Logo gibt es auch in negative / white für farbige Flächen
This logo is also available in negative / white

IMPRS
for Templateresearch
INTERNATIONAL MAX PLANCK
RESEARCH SCHOOL

Label orange

Unterschiede zwischen Print und Web

Das Logo im Bereich Print wird immer in der rechten oberen Ecke platziert. Im Web ist dieser Ort standardmäßig bereits durch das Menü belegt, daher wird das Logo im Web (Webheader) stattdessen in der linken Ecke platziert und die Anordnung von Schrift und Bildteil im Vergleich zum Print „gespiegelt“.



Print

Differences between print and web

In print, the logo is always placed in the top right-hand corner. On the web, this place is by default already occupied by the menu, so the logo on the web (web header) is placed in the left-hand corner instead and so the arrangement of the font and image part is “mirrored” compared to its print counterpart.



Web Header

VARIANTE 1

IMPRS-Webheader mit Minerva-Logo

Für die IMPRS, die über Ihr Logo eigenständig entscheiden können, empfehlen wir, einen reinen Webheader mit Minerva-Logo zu verwenden, da sie damit mit Abstand die stärkste Sichtbarkeit, vor allem auch im Ausland, erreichen.

Editierbare Templates finden Sie im [Download-Bereich von MAX](#).

↳ <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

VERSION 1

IMPRS web header with Minerva logo

For the IMPRS, which are free to decide on their own logo, we recommend using a Minerva-only web header, as this by far affords them the widest visibility, especially internationally.

Editable templates can be found in the [MAX download area](#).

↳ <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

HINWEIS: Die Umsetzung im Web läuft über unsere IT. Bitte senden Sie dazu eine E-Mail an it-helpdesk@gv.mpg.de

NOTE: The implementation of the header on your website is carried out by our IT department. Please send an e-mail to it-helpdesk@gv.mpg.de

Desktop Variante | Desktop variant



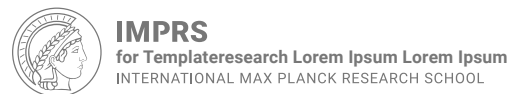
Farbvarianten | Colour variants



green



black

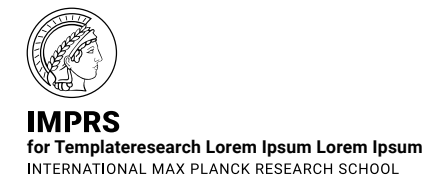


grey_dark



blue_dark

Mobile Variante | Mobile variant



VARIANTE 2

IMPRS-Webheader mit Kooperationspartner

Für die IMPRS, die einen Haupt-Kooperationspartner haben und wo der Wunsch besteht, dies im Webheader sichtbar zu machen, empfehlen wir die Doppellogo-Variante, eine Kombination aus dem Minerva-Logo und dem Logo des jeweiligen Haupt-Kooperationspartners.

Editierbare Templates finden Sie im [Download-Bereich von MAX](#).

🔗 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

VERSION 2

IMPRS web header with cooperation partner

For those IMPRS that have a principal cooperation partner and where there it is desired to render this visible in the web header, we recommend the double logo variant, a combination of the Minerva logo and the logo of the respective principal cooperation partner.

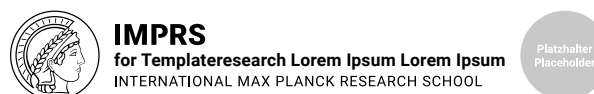
Editable templates can be found in the [MAX download area](#).

🔗 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

Desktop Variante | Desktop variant



Farbvarianten | Colour variants



Mobile Variante | Mobile variant



VARIANTE 3

IMPRS-Webheader mit mehreren Kooperationspartnern

In den Fällen, wo mehrere Kooperationspartner visuell berücksichtigt werden müssen, kann das im Webheader anhand einer Auflistung geschehen. Hier bietet ein Webheader einen entscheidenden Vorteil gegenüber dem Print-Logo – und auch gegenüber der Ansicht auf Mobilgeräten – die beide diese Möglichkeit rein aus Platzgründen nicht bieten können.

Editierbare Templates finden Sie im [Download-Bereich von MAX](#).

↳ <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

Da der Internetauftritt von der Max-Planck-Gesellschaft gehostet wird, gibt es im Bereich Webheader keine Varianten ohne Minerva-Logo.

VERSION 3

IMPRS web header with several cooperation partners

In cases where several cooperation partners need to be given consideration visually, this can be realized by means of a listing in the web header. In this respect, a web header offers a decisive advantage over the print logo – and over the mobile variant – which cannot offer this possibility purely for reasons of space.

Editable templates can be found in the [MAX download area](#).

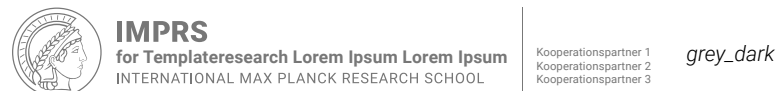
↳ <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

Since the web presence is hosted by the Max Planck Society, no variants of web headers without the Minerva logo are available.

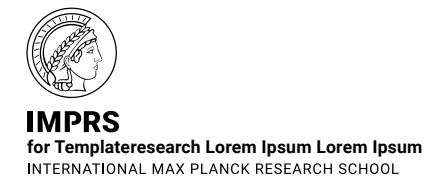
Desktop Variante | Desktop variant



Farbvarianten | Colour variants



Mobile Variante | Mobile variant





Die Minerva

Die Max-Planck-Gesellschaft zeigt im Logo das Haupt der römischen Göttin Minerva, die der griechischen Athene entspricht. Sie gilt als Göttin der Weisheit, der taktischen Kriegsführung, des Schiffbaus, der Kunst sowie als Hüterin des Wissens.

Als Göttin der Weisheit und der Künste wurde die Minerva zunächst das Signet der Kaiser-Wilhelm-Gesellschaft und dann später auch im Logo der Max-Planck-Gesellschaft übernommen. Sie ziert auch bis heute das Abzeichen der Mitglieder der Max-Planck-Gesellschaft sowie die Amtskette des Präsidenten.

Das Minerva-Logo zeichnet uns mit exzellenten Werten aus

Wer „Max Planck“ hört und die Minerva im Logo sieht, assoziiert dies mit exzellenter Grundlagenforschung. Das bedeutet, dass all diejenigen, die dieses Logo tragen dürfen, vom ersten Tag an ebenfalls mit exzellenter Grundlagenforschung assoziiert werden. Dadurch entsteht ein enormer Wettbewerbsvorteil.

Es ist unser Anliegen, dass alle Max-Planck-Institute sowie auch alle INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS mit exzellenter Grundlagenforschung verbunden werden, indem sie dort, wo dies möglich ist, die Minerva im Logo nutzen. Dies bedeutet natürlich zugleich eine große Verantwortung, diesem Wertversprechen auch gerecht zu werden.

NUTZUNGSRECHTE UND VERWENDUNG

Die Max-Planck-Gesellschaft ist alleinige Rechteinhaberin der Bildmarke „Minerva“ und der Wortmarke „Max Planck“. Eine Nutzung von Bild- und Wortmarke ist ausschließlich im Rahmen der Kommunikationsarbeit und Außendarstellung der Max-Planck-Gesellschaft und ihrer Institute gestattet. Bitte orientieren Sie sich bei der Nutzung immer an den Vorgaben und Empfehlungen im Styleguide. Änderungen der Marke sind nicht zulässig.

The Minerva

The Max Planck Society's logo shows the head of the Roman goddess Minerva, which corresponds to the Greek goddess Athena. She is considered the goddess of wisdom, tactical warfare, shipbuilding, art and the patroness of knowledge.

As the goddess of wisdom and the arts, the Minerva was first selected for the emblem of the Kaiser Wilhelm Society and later adopted into the logo of the Max Planck Society. To this day, the head of the Minerva also adorns the badge of the Members of the Max Planck Society as well as the President's Chain of Office.

The Minerva logo is a mark of excellence for your Institute

Anyone hearing the name "Max Planck" and seeing the Minerva in the logo will associate them with excellent basic research. This means that all those who are entitled to use the logo are also associated with excellent basic research from day one. This constitutes an enormous advantage in competition.

We would like all Max Planck Institutes as well as all INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS to be associated with excellent basic research through the use of the Minerva in their logo, whenever this is possible. Of course, this also comes with a great responsibility to live up to this promise of value.

RIGHTS OF USE AND PERMITTED USE

The Max Planck Society is the sole owner of the rights to the "Minerva" pictorial mark and the "Max Planck" word mark. Use of the pictorial mark and word mark is permitted exclusively in the context of the communications activities and external presentation of the Max Planck Society and its Institutes. Please always follow the guidelines and recommendations set out in the style guide whenever making use of them. Modifications to the brand are not permitted.

Über die Verwendung eigener Bildmarken

Schon bei den Logos der Max-Planck-Institute war es der ausdrückliche Wunsch des Präsidenten, die Minerva im Logo zu verwenden und auf die Nutzung eigener Bildmarken zu verzichten. Dies gilt in gleicher Weise auch für die IMPRS. Vor allem sollen künftig keine weiteren eigenen Bildmarken mehr entwickelt werden. Die Kombination der Minerva mit eigenen Bildmarken, die Max-Planck-Institute in seltenen Fällen verwenden, ist nur für diejenigen Fälle gedacht, wo eine eigene Bildmarke sich bereits seit vielen Jahren so sehr auf dem Markt etabliert hat, dass es eine eigene Wiedererkennung v.a. auch im Ausland erreicht hat. Das ist bei den wenigsten Max-Planck-Instituten der Fall und dürfte bei den IMPRS noch weniger der Fall sein.

Wann Abkürzungen sinnvoll sind

Bei Abkürzungen unterscheiden wir zwischen Abkürzungen, die sich an ein externes Publikum richten und solchen, die nur intern Verwendung finden. Eine Abkürzung, die nur intern Verwendung findet, wäre etwa EVA für das Max-Planck-Institut für evolutionäre Anthropologie oder Kofo für das Max-Planck-Institut für Kohlenforschung. Im Ausland, wo ja ein Großteil der Zielgruppe eines Logos sitzt, würden diese Abkürzungen aber eher für Verwirrung sorgen, weil sie sich dort niemandem erschließen, daher würde man sie im Logo nicht verwenden.

Dies gilt jedoch nicht für die Abkürzung IMPRS. Dadurch, dass diese Abkürzung von derzeit 68 International Max Planck Research Schools gleichermaßen verwendet wird, ist es durchaus denkbar, dass sich diese Abkürzung mit der Zeit auch im Ausland etabliert.

Da sich die IMPRS vor allem auch international weiter etablieren möchte, ist es wichtig, zusätzlich zu der Abkürzung IMPRS immer auch die bereits deutlich bekanntere Marke MAX PLANCK zu betonen.

Der Name Ihrer IMPRS – so kurz wie möglich

Die Namen einzelner IMPRS sind auffallend lang. Für ein Logo ist es aber wichtig, dass es möglichst einfach und klar ist, schnell zu erfassen und leicht zu merken. Falls Sie also eine Möglichkeit sehen, eventuell zu lange Namen zu kürzen, wäre das für Sie von Vorteil.

About the use of other pictorial marks

Already with the logos of the Max Planck Institutes, it was the President's express wish to use the Minerva in the logo and to refrain from using other pictorial marks. This applies to the IMPRS likewise. Above all, no more separate pictorial marks should be developed in the future. With regard to the Max Planck Institutes, the combination of the Minerva with other pictorial marks, which institutes use sometimes, is only intended for those cases where a Max Planck Institute's own pictorial marks has already been so well established for many years that it has achieved its own recognition, especially internationally. This is the case at very few of the Max Planck Institutes, and it is likely to be even less the case at IMPRS.

About the use of abbreviations

As concerns abbreviations, we distinguish between abbreviations that are aimed at an external audience and those that are only used internally. An example for an abbreviation that is only used internally would be EVA for the Max Planck Institute for Evolutionary Anthropology or Kofo for the Max-Planck-Institut für Kohlenforschung. Abbreviations of this kind are more likely to cause confusion if used abroad, where the majority of a logo's target group is domiciled, because they would not be easily understood there, which is why they should not be used in the logo.

This does not apply to the abbreviation IMPRS, however. Since this abbreviation is currently used by 68 International Max Planck Research Schools, it is highly probable that this abbreviation will also become established abroad over time.

Since the IMPRS would like to become better established, especially at international level, it is important to always emphasize the already much more familiar brand MAX PLANCK in addition to the abbreviation IMPRS.

The name of your IMPRS - as short as possible

The names of some IMPRS are quite long. However, it is important for a logo to be as simple and clear as possible, quick to grasp and easy to remember. So if you see a way to shorten names that may be too long, this would be an advantage.

Farben

Hauptfarben / Begleitfarben

Die beiden Primärfarben MPG_green und MPG_green_dark sind neben dem Logo ein weiteres starkes Wiedererkennungsmerkmal der Max-Planck-Gesellschaft.

Für die IMPRS wollten wir jedoch das Farbspektrum auch für die farbige Hinterlegung der Logos um die Akzentfarben unseres Styleguides erweitern. Durch die Farben MPG_green_light, MPG_blue_light, MPG_blue_dark und MPG_orange erreichen wir hier Aufmerksamkeit, Modernität und Frische, die sehr gut zu der jüngeren Zielgruppe der INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS passt.

Die Farbenvielfalt ist in diesem Styleguide schon sehr breit angelegt, daher bitten wir dringend darum, keine anderen Farben als die hier gezeigten zu verwenden. Nur so erreichen wir eine Wiedererkennbarkeit bei unserer Zielgruppe und den einheitlichen starken Auftritt, den wir brauchen.

Farbräume

Die separierten Farbangaben beziehen sich auf die Farbräume PSO Uncoated v3 bzw. sRGB, Umrechnung relativ farbmétrisch.

MPG_green



C=100 M=0 Y=53 K=25
(R=0 G=108 B=102)
(#006c66)

MPG_green_dark



C=85 M=17 Y=45 K=40
(R=0 G=85 B=85)
(#005555)

MPG_grey_dark



C=0 M=0 Y=0 K=65
(R=119 G=119 B=119)
(#777777)

MPG_green_light



C=25 M=0 Y=100 K=0
(R=198 G=211 B=37)
(#c6d325)

MPG_blue_light



C=80 M=0 Y=0 K=0
(R=0 G=177 B=234)
(#00b1ea)

MPG_blue_dark



C=89 M=47 Y=25 K=51
(R=41 G=72 B=93)
(#29485d)

MPG_orange



C=0 M=60 Y=100 K=0
(R=239 G=124 B=0)
(#ef7c00)

Colours

Primary colours / Secondary colours

Alongside the logo, the two primary colours MPG_green and MPG_green_dark are another distinct recognition feature of the Max Planck Society.

For the IMPRS, however, we wanted to expand the colour spectrum for the colour background of the logos to include our style guide's accent colours as well. By means of the colours MPG_green_light, MPG_blue_light, MPG_blue_dark and MPG_orange, we achieve a more modern and fresher look and wider visibility, which particularly appeals to the younger target group of the INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS.

As the range of colours offered by this style guide is very wide already, we urge you not to use any other colours than the ones that are shown here. This is the only way we can ensure recognition among our target group and achieve the powerful, consistent image that we need.

Colour Palette

The separate colour data refer to the colour palette PSO Uncoated v3 or sRGB, conversion relatively colourimetric.

Typografie

Die MPG verwendet bewusst frei verfügbare Schriften, um die Anwendung des Corporate Designs zu erleichtern

ROBOTO

Headlines: Roboto bold (Laufweite: +50...+100)

Anwendung auf Titel und Innenseiten, Hauptüberschriften

Sublines und Introtex: Roboto light, (Laufweite: +25...+40)

Fließtext: Roboto light (Laufweite: +25)

Zwischenüberschriften: Roboto bold, Versalien, (Laufweite: +25)

Anführungszeichen: deutsche Version

Die Ausrichtung der Texte ist Flattersatz.

MERRIWEATHER

Headlines: als emotionaler Kontrast zur Roboto bold

Auszeichnungsschrift im Fließtext: Merriweather light kursiv, für Quellen, Biografien

Bitte beachten:

Die Merriweather Sans wird nicht verwendet.

DOWNLOADS:

➤ <https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

➤ <https://fonts.google.com/specimen/Merriweather>

Detailliertere Informationen finden Sie im Styleguide der Max-Planck-Gesellschaft.

Bei Office- und PPT-Anwendungen wird als Ersatzschrift die frei verfügbare Systemschrift Arial verwendet.

Typography

The MPG intentionally uses open-source fonts in order to facilitate the application of the corporate design.

ROBOTO

Headlines: Roboto bold (running width: +50...+100)

Applications: titles and inside pages, main headings

Sublines and introductory texts: Roboto bold (running width: +25...+40)

Body copy: Roboto bold (running width: +25)

Subheadings: Roboto bold (running width: +25)

Inverted commas: German version

Text alignment is flat type.

MERRIWEATHER

Headlines: as a more emphatic contrast to Roboto bold

Markup font within body copy: Merriweather light italics for source references, biographical information

Please note:

Merriweather Sans is not to be used.

DOWNLOADS:

➤ <https://font s.google.com/specimen/Roboto>

➤ <https://fonts.google.com/specimen/Merriweather>

More detailed information can be found in the Max Planck Society's Style Guide.

For Office and PPT applications, the system font Arial, which is available free of charge, is used as a substitute font.

Roboto Light

Roboto Light italic

Roboto Regular

Roboto Regular italic

Roboto Medium

Roboto Medium italic

Roboto Bold

Roboto Bold italic

Merriweather Light

Merriweather Light italic

Merriweather Regular

Merriweather Regular italic

Merriweather Bold

Merriweather Bold italic

Auf einen Blick

Denken Sie an Ihre Zielgruppe

Studierende aus dem In- und Ausland legen viel Wert darauf, wo sie promovieren. Daher ist es vor allem der Name MAX PLANCK und der der jeweiligen Kooperationspartner, die die besten Köpfe für Ihre IMPRS anziehen. Diese sollten Sie visualisieren. Ein Minerva-Logo, eine Kombination aus Universitäts-Logo und Minerva oder aber eine Liste der starken Partner im Webheader liefern starke Argumente dafür, warum sich jemand für die IMPRS entscheiden sollte und nicht für ein anderes Graduiertenprogramm. Eigene Bildmarken für einzelne IMPRS sind für nur für Mitarbeitende intern ein Anliegen und berücksichtigen nicht die Bedürfnisse der Zielgruppe.

Denken Sie an die Werte, die Sie auszeichnen

Ein Logo kann Sie mit bestimmten Werten auszeichnen, die Reputation der gezeigten Institution geht vom ersten Tag an auf Sie über. Allein der Name MAX PLANCK adelt Sie mit „exzellenter Grundlagenforschung“ und auch das Logo einer Universität zeichnet Sie mit der ehrwürdigen Tradition der jeweiligen Universität aus. Die Logos, die die IMPRS bisher für sich entwickelt haben, vermitteln keine Werte, sondern doppelte häufig nur das Forschungsthema. Damit bleiben die IMPRS bisher weit unter der Wertigkeit, die sie visuell vermitteln könnten.

Denken Sie im Team

Teamplayer kommen weiter als Einzelkämpfer. Je mehr Sie mit den anderen IMPRS visuell an einem Strang ziehen, desto stärker werden die IMPRS als Marke. Mit über 60 IMPRS haben Sie die Möglichkeit, immer wieder den Namen und das Erscheinungsbild der INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS ins Gedächtnis zu rufen. Sie haben dann ein Logo, das an mehr als 60 Stellen - deutschlandweit und international - immer wieder auftaucht und mit jedem Mal wird es bekannter und stärker. So stützt jede einzelne IMPRS jede andere IMPRS. Und von einer starken Marke profitiert dann wiederum jede einzelne IMPRS – ganz egal welche Fachrichtung.

Das gilt auch für die IMPRS als Wortmarke. Durch den Namen MAX PLANCK, die einheitliche Typographie und die gemeinsame Farbigkeit, profitieren auch die IMPRS, die keine zusätzliche Bildmarke zeigen. Der Wunsch nach Individualisierung widerspricht immer dem Teamgedanken und schwächt den Prozess, Ihre Marke stark zu machen.

Wo Ihre Individualität eine Rolle spielt

Der Ort, wo Individualität aber selbstverständlich eine große Rolle spielt, ist alles, was sich innerhalb des durch das Corporate Design gesetzten Rahmens abspielt: hier platzieren Sie Ihre Themen und auch Ihre Bilder – und das gerne so stark und individuell wie möglich.

Berücksichtigen Sie den Wunsch des Präsidenten

Und nicht zuletzt: Es ist der ausdrückliche Wunsch des Präsidenten, die Minerva da zu verwenden, wo dies möglich ist und auf die Nutzung eigener Bildmarken zu verzichten.

Key points at a glance

Never forget your target group

Students from Germany and abroad attach great importance to where they do their doctorate. This is why the name MAX PLANCK and that of your cooperation partners is so important. The best you can do is to visualize these. A Minerva logo, a combination of university logo and Minerva, or even a list of strong partners in the web header provide strong arguments why someone should choose the IMPRS over another graduate programmes. A pictorial brand for an individual IMPRS alone is only important from the employees perspective and neglects the perspective of the target group.

Think about the values a logo can express

A logo can distinguish you with certain values, and the reputation of the institution represented in your logo passes to you from day one. The name MAX PLANCK ennobles you with “excellent basic research” and the logo of a university also distinguishes you with the honorable history of that university. The logos that the IMPRS have developed for themselves so far do not convey any values, but instead they often simply duplicate the research topic. Thus, up to now the IMPRS have missed out on communicating their quality by visual means.

Think as a team

Team players get further than lone wolves. The more you pull together visually with the other IMPRS, the stronger the IMPRS will be as a brand. Together more than 60 IMPRS, you can at all times bring the name and image of the INTERNATIONAL MAX PLANCK RESEARCH SCHOOLS to mind. You can avail of a logo that appears again and again in more than 60 places - throughout Germany and internationally - and with every use it becomes known even better and more prominent. In this way, each individual IMPRS supports every other IMPRS. And in turn, every single IMPRS benefits from a strong brand - no matter what the discipline.

This also holds true for the IMPRS as a word mark. Through the name MAX PLANCK, the uniform typography and the common colour scheme, even those IMPRS benefit that do not boast an additional pictorial mark of their own.

The desire for individualization invariably contradicts the team approach and undermines the effort to strengthen your brand.

Where your individuality matters

However, there is, of course, a place where individuality is key, and that is the full scope of what can be realized within the framework set by the corporate design: this is where you locate your topics and also your images - and you may feel free to do so as emphatically and as individually as possible.

Please consider the President's wish

And last but not least: It is the President's express wish to use the Minerva wherever this is possible and to refrain from using other proprietary pictorial marks.

Weitere Themen

Für die Themen Seitenaufbau, Variabilität, Logoposition und Logogrößen möchten wir Sie auf den übergeordneten Styleguide der Max-Planck-Gesellschaft verweisen. Auch diesen Styleguide können Sie im *Download-Bereich von MAX* downloaden.

🔗 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

Dort stellen wir Ihnen auch Templates z.B. für Flyer und Broschüren zur Verfügung, die sich leicht auf Ihre Bedarfe anpassen lassen.

Further topics

For matters of page layout, variability, logo position and logo sizes, we would like to refer you to the superordinate style guide of the Max Planck Society. You can also download this style guide *in the MAX download area*.

🔗 <https://max.mpg.de/Service/Mediathek/Pages/download-bereich.aspx>

In the download area we also provide you with templates, e.g. for flyers and brochures, which can easily be adapted to your needs.

Max-Planck-Gesellschaft

Hofgartenstraße 8
80539 München
www.mpg.de

ANSPRECHPARTNER DESIGN

Susanne Schauer
089 2108-1562
susanne.schauer@gv.mpg.de

Dalija Budimlic
089 2108-2014
dalija.budimlic@gv.mpg.de

GESTALTUNG

designergold
www.designergold.de

Max Planck Society
Hofgartenstraße 8
80539 München
www.mpg.de

CONTACT PERSONS DESIGN

Susanne Schauer
089 2108-1562
susanne.schauer@gv.mpg.de

Dalija Budimlic
089 2108-2014
dalija.budimlic@gv.mpg.de

DESIGN

designergold
www.designergold.de