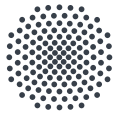


Universität Stuttgart

STAND 2016

Corporate Design Manual der Universität Stuttgart



1	Erscheinungsbild	3	4	Printmedien	43
1.1	Grußwort	4	4.1	Faltblatt	44
1.2	Tradition und Entwicklung	5	4.2	Broschüre	49
1.3	Leitidee	6	4.3	Plakat	54
1.4	6 Goldene Regeln	7	4.4	Pressewand	59
			4.5	Anzeige	60
			4.6	Einladung	61
2	Basiselemente	11	5	Beispielmedien auf einen Blick	64
2.1	Logo	12			
2.2	Nomenklatur	16	6	Digitale Medien	66
2.3	Gestaltungselement Kreis	22			
2.4	Typografie	23		Ihre Ansprechpartner	68
2.5	Farben	24			
2.6	Icons	25			
2.7	Diagramme und Tabellen	26			
2.8	Bildsprache	27			
3	Standard-Vorlagen	32			
3.1	Visitenkarte	33			
3.2	Briefbogen	36			
3.3	Mappe	39			
3.4	Bildschirmpräsentation	40			

Kapitel 1

Erscheinungsbild

1.1

Grußwort

DER „STUTTGARTER WEG“ IM CORPORATE DESIGN

Um die Zukunftsfähigkeit unserer Universität nachhaltig auszugestalten, haben wir auf breiter Ebene einen Strategieentwicklungsprozess angestoßen mit der Vision, „**Vordenker für die Themen der Zukunft**“ zu sein. Wir wollen dabei auf einem „Stuttgarter Weg“ des integrierten und vernetzten Handelns unsere strategischen Ziele verfolgen: Wir haben uns vorgenommen, mit internationalem Engagement unsere Reputation als Forschungsuniversität mit weltweiter Anerkennung zu bekräftigen, die Attraktivität für talentierte Studierende auszubauen, im Wissens- und Technologietransfer als aktiver Partner zu agieren und für Beschäftigte, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler den Ruf einer verlässlichen Arbeitgeberin zu festigen. Um diese Ziele erfolgreich anzusteuern, ist es notwendig, auf zahlreichen Handlungsfeldern vielfältige Maßnahmen zu definieren und diese in den kommenden Jahren stringent umzusetzen. Eines dieser Handlungsfelder ist der wichtige Bereich der Kommunikation. Hier wollen wir uns künftig nach innen und nach außen noch sichtbarer und verständlicher darstellen.

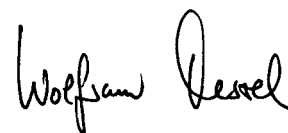
Mit einem neuen Corporate Design für die gesamte Universität Stuttgart wollen wir den unterschiedlichen Dialoggruppen unsere gemeinsamen Überzeugungen, unsere Positionen und Ziele auf einheitliche Weise verdeutlichen. Alle Angehörigen unserer Universität sind daher aufgerufen, durch eine konsequente Umsetzung der neuen Designregeln zum Erreichen dieses Ziels beizutragen. Bei unserem neuen Erscheinungsbild geht es um nichts Geringeres, als unserer Universität in all ihren unterschiedlichen Facetten ein klares, einheitliches und verständliches Gesicht zu geben.

Das vorliegende Corporate Design Manual der Universität Stuttgart informiert darüber, mit welchen „goldenen Regeln“ wir eine solche konsequente Markenführung erreichen wollen. Es beinhaltet Gestaltungsrichtlinien, die es allen Akteuren der Universität, aber auch externen Dienstleistern ermöglichen, Medien jedweder Art entsprechend dem neuen Corporate Design zu gestalten und herzustellen. Bei Fragen zur Implementierung steht das Team der Hochschulkommunikation gerne beratend zur Verfügung.

Wir bitten alle Mitglieder der Universität, von dieser Beratung regen Gebrauch zu machen und sich an die vorgegebenen Gestaltungsrichtlinien zu halten. Nur so können wir die Stärke unserer Universität in angemessener Weise zur Geltung bringen – gemäß der Erkenntnis: „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile.“

Stuttgart, im Januar 2016

Prof. Dr. Dr. h.c. Wolfram Ressel
REKTOR



Dr. Bettina Buhlmann
KANZLERIN



1.2

Tradition und Entwicklung

EVOLUTION DES ERSCHEINUNGSBILDES

Die Universität Stuttgart verfügt bereits seit 1985 über ein anerkanntes Corporate Design, entwickelt vom Atelier Stankowski + Duschek, das im Laufe der Jahre an aktuelle Entwicklungen und Medien angepasst wurde.

Im Rahmen des Relaunches 2016 wird das Corporate Design jetzt den Anforderungen digitaler Medien noch besser gerecht. **Es wird zugunsten klarer, anwendungsübergreifender Regeln vereinfacht** und gestalterisch in einen zeitgemäßen Kontext übertragen.

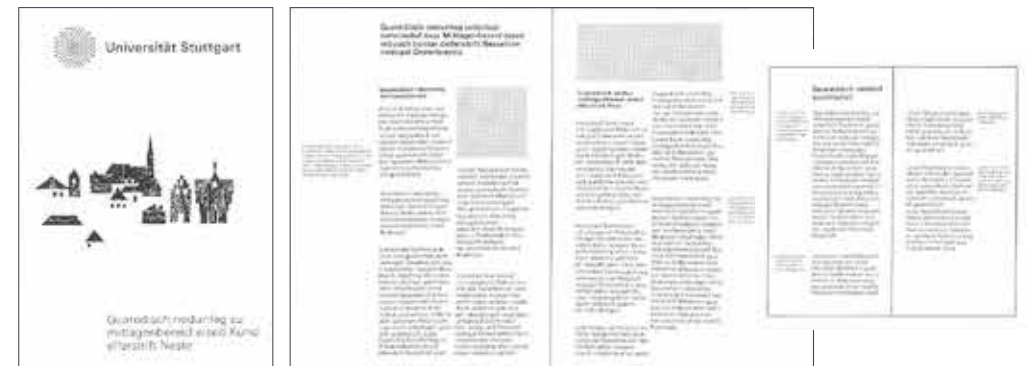
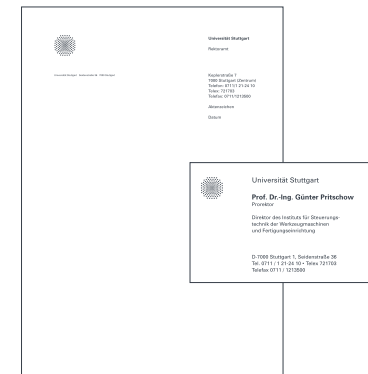
Die Bildmarke passt sich an ihre kreisförmige Wirkung an. Als zentrale Veränderung setzt sich diese nicht mehr aus Rauten zusammen, sondern aus Kreisen. Damit findet die verbindende Symbolik des Kreises konsequent auch in der kleinsten Einheit Anwendung.

Der Kreis ist Basis und ideale Formsprache für ein zeitgemäßes Design mit hoher Flexibilität und hohem Wiedererkennungswert.

Er ist bestimmend für das Logo und für das gesamte Layoutsystem, das weiterhin geprägt ist von großzügigem Weißraum, prägnanter Typografie und einer klaren Bildsprache. Damit bezieht sich das neue Design bewusst auf den Geist der Marke Universität Stuttgart. Zudem führt es die Ursprungsidee fort, gestalterische Kraft und Wirkung aus Reduktion, Einfachheit und Klarheit zu erzielen.



DAS ERSCHEINUNGSBILD 1985



1.3

Leitidee

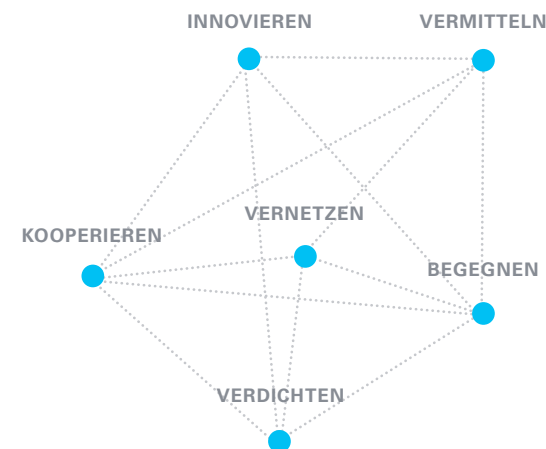
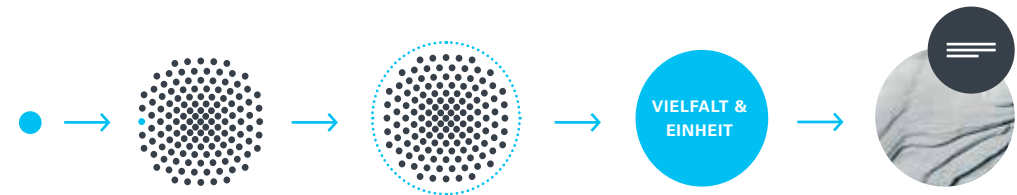
DER KREIS ALS SYMBOL FÜR VIelfALT UND EINHEIT

Für die Zukunftsentwicklung und Wettbewerbsfähigkeit der Universität Stuttgart ist es unabdingbar, neben starken Einzelinstitutionen auch die institutionelle Einheit und Identität der Gesamtuniversität sichtbar zu machen. Das Corporate Design wirkt identitätsstiftend nach innen und ist visuelles Alleinstellungsmerkmal für die Außendarstellung.

Ein Erscheinungsbild ist dann besonders eindringlich, wenn es sich auf grundlegende, einfache gestalterische Prinzipien bezieht. **Unser Prinzip ist der Kreis.** Er prägt unser Logo sowohl als Grundelement als auch in seiner Fernwirkung. Und als wichtigstes Layoutelement ist er entscheidend für das gesamte visuelle Zusammenspiel in allen Medien.

Der Kreis steht für Einheit, in unserem Kontext aber auch für Vielfalt und Pluralität in der Universität. Beide Aspekte werden durch unsere Bildmarke symbolisiert, die sich aus vielen einzelnen Kreisen zusammensetzt. Damit werden vielfältige weitere Assoziationen mit Themen wie Vernetzung und Begegnung möglich.

Der Kreis bestimmt das gestalterische Konzept. In der Vielzahl der Anwendungen der Kreisform bleiben die Gestaltungsmöglichkeiten dynamisch und flexibel – auch im Hinblick auf künftige Anforderungen an ein Kommunikationsdesign.



1.4

6 Goldene Regeln

GRUNDLEGENDE PRINZIPIEN FÜR EIN KONSISTENTES ERSCHEINUNGSBILD

Ein professionelles Corporate Design erzielt seine einheitliche Wirkung aus der konsequenten Umsetzung weniger, klarer Grundelemente und Einsatzregeln.

An der Universität Stuttgart sind dies: **Logo, Hierarchie von Dachmarke und Submarken, der Kreis als prägendes Element, Farben, Schrift und Bildsprache.**

Die folgenden Regeln sollen jedem Mitglied der Universität Stuttgart und externen Dienstleistern einen leicht verständlichen Überblick geben, wie Einheitlichkeit und Zusammenhalt in der Außendarstellung erzielt werden können. Nachfolgend werden sie im Einzelnen erklärt.

1

**Das Logo als
identitätsstiftendes
Kernelement**

2

**Klare Absender-
kennung durch
Logo-Hierarchien**

3

**Der Kreis als
grundlegendes
Gestaltungsprinzip**

4

**Eine klar begrenzte
Farbpalette für
einheitliche
Tonalität**

5

**Die Univers als
zeitlose
Hausschrift**

6

**Eine zeitgemäße
und authentische
Bildsprache**

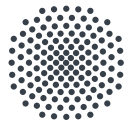
1.4

6 Goldene Regeln

1

DAS LOGO ALS IDENTITÄTSSTIFTENDES KERNELEMENT

Als wichtigstes Element des Erscheinungsbildes ist das **Logo unveränderbar**. Die Trennung von Signet und Schriftzug sowie Modifikationen in Form und Proportionen sind nicht zulässig.

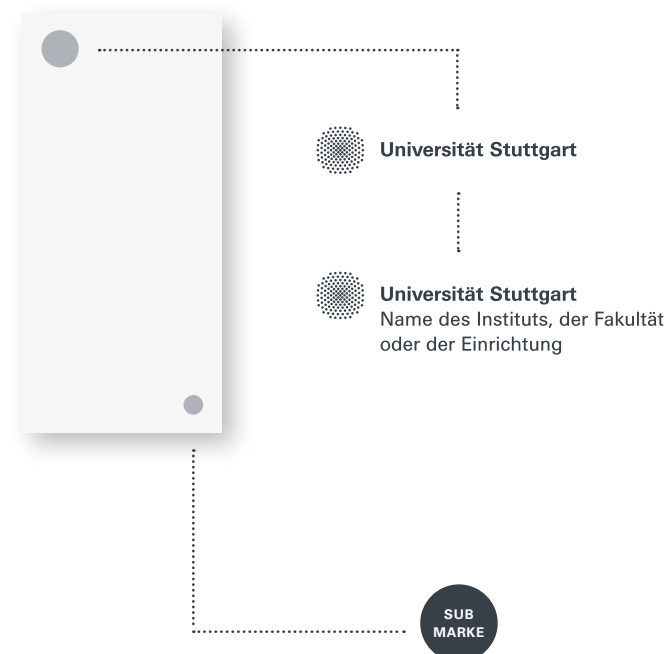


Universität Stuttgart

2

KLARE ABSENDERKENNUNG DURCH LOGO-HIERARCHIEN

Zentraler Absender ist die Universität Stuttgart als Dachmarke, alle Submarken der Fakultäten, Institute und Einrichtungen ordnen sich dieser unter.



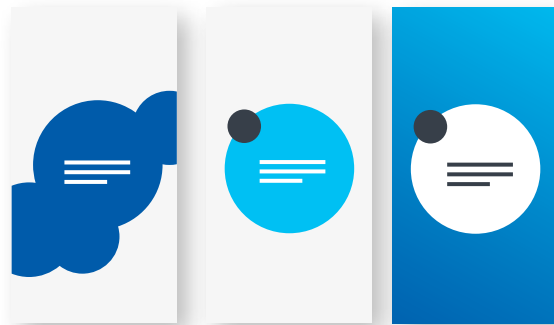
1.4

6 Goldene Regeln

3

DER KREIS ALS GRUNDLEGENDES GESTALTUNGSPRINZIP

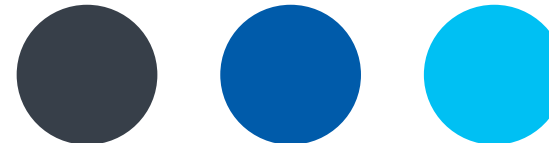
Hergeleitet von der kleinsten Einheit der Bildmarke zieht sich **der Kreis als Grundmotiv** durch das gesamte gestalterische Werk.



4

EINE KLAR BEGRENZTE FARBPALETTE FÜR EINHEITLICHE TONALITÄT

Die universitätsweite Verwendung der drei Hausfarben **Anthrazit, Mittelblau und Hellblau** schafft ein einheitliches Erscheinungsbild.



1.4

6 Goldene Regeln

5

DIE UNIVERS ALS ZEITLOSE HAUSSCHRIFT

Die **Hausschrift Univers** wird für Printprodukte und digitale Medien eingesetzt.

AaAa
AaAa

Ich bin eine Headline

Ich bin eine Subline

ICH BIN EINE AUSZEICHNUNG

6

EINE ZEITGEMÄSSE UND AUTHENTISCHE BILDSPRACHE

Die Bilder zeigen **Menschen, Orte, Räume und Strukturen**. Sie erzielen ihre intensive Wirkung durch das Spiel zwischen Schärfe und Unschärfe sowie der vorherrschenden Verwendung der Farben Weiß, Anthrazit und Blau.



Kapitel 2

Basiselemente

2.1

Logo

WORT- UND BILDMARKE

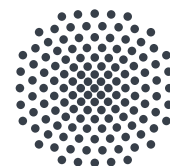
Die Universität Stuttgart präsentiert sich mit einem Logo, das aus **einem Signet (Bildmarke) und einem Schriftzug (Wortmarke)** besteht. Die Bildmarke symbolisiert die Universität als pluralistische **Einheit einer Vielzahl von Institutionen, Menschen und Meinungen**. Die kleinste Einheit der Bildmarke, der Kreis, findet sich auch als i-Punkt und a-Umlaut in der Wortmarke wieder. Deshalb ist es wichtig, das Logo stets in der definierten Form als vektorbasierte Grafik zu verwenden. Der Schriftzug wurde mit der Schrift „Univers Bold“ gestaltet und detailtypografisch angepasst. Bild- und Wortmarke sind in der Farbe Anthrazit gesetzt.

MINDESTGRÖSSE

Um eine **optimale Darstellung** zu gewährleisten, darf die Mindestgröße des Logos nicht unterschritten werden. Die Höhe des Logos wird hierbei an der Höhe der Bildmarke gemessen.

Mindesthöhe für Print: 9 mm

Mindesthöhe für Web: 25 px



Universität Stuttgart



Universität Stuttgart

2.1

Logo

PROPORTIONEN UND SCHUTZZONEN

Die Bildmarke steht immer links und vertikal zentriert neben der Wortmarke. In Sonderfällen darf nach Abstimmung mit der Hochschulkommunikation die Bildmarke auch horizontal zentriert über der zweizeiligen Wortmarke stehen.

Die Schutzzone des Logos darf nicht unterschritten werden. Schutzzone und proportionale Ausrichtung leiten sich von der kleinsten Einheit der Bildmarke ab.



NUR IN SONDERFÄLLEN

● = 1X

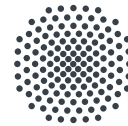
2.1

Logo

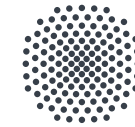
INTERNATIONALITÄT

Für die internationale Kommunikation gibt es eine englische Version des Logos. Die Wortmarke lautet „University of Stuttgart“ und ist um den Zusatz „Germany“ ergänzt. Die Schutzzone des Logos darf auch hier nicht unterschritten werden.

DEUTSCHE VERSION

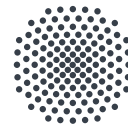


Universität Stuttgart

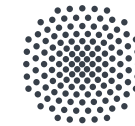


**Universität
Stuttgart**

INTERNATIONALE VERSION



**University of Stuttgart
Germany**



**University of Stuttgart
Germany**

2.1

Logo

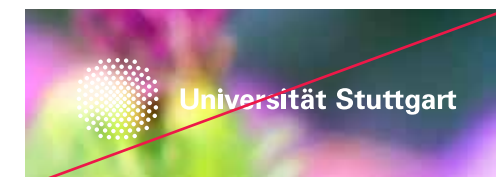
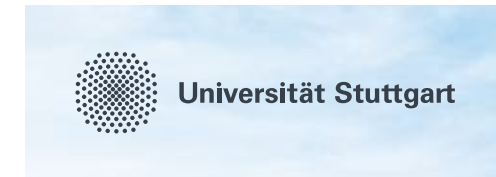
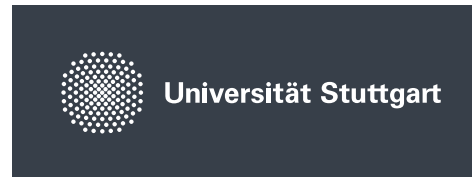
ANWENDUNGSREGELN

Das Logo darf in seinen **Proportionen nicht verändert** werden, dies gilt sowohl für die Wort- als auch die Bildmarke. Das Kippen, Verzerren oder sonstiges Weiterentwickeln des Logos ist ebenso unzulässig.

Das Logo in Anthrazit sollte primär auf einem weißen Hintergrund eingesetzt werden. **Auf genügend Weißraum ist zu achten.** Auf hellen Bildhintergründen darf es nur verwendet werden, wenn ausreichend Kontrast vorhanden ist.

Auf dunklen oder farbigen Hintergründen und Bildhintergründen ist das Logo in seiner invertierten Form (weiß) einzusetzen. Wichtig ist, dass **genügend Kontrast zwischen Hintergrund und Logo** existiert, damit die Lesbarkeit nicht beeinträchtigt wird.

Nicht zulässig ist die Verwendung der Bildmarke im Anschnitt.



2.2

Nomenklatur

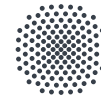
EINHEITLICHE ABSENDERKENNUNG

Eine einheitliche und eindeutige Absenderkennung ist eines der wichtigsten Mittel, um den **Zusammenhang zwischen Gesamtuniversität und ihren unterschiedlichen Einheiten** darzustellen. Dies gewährleistet **Orientierung**.

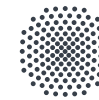
Jedes Medium hat immer das Logo der Universität Stuttgart als Absender. Es kann um Subzeilen ergänzt werden, in denen der Name einer Fakultät, eines Instituts oder einer Einrichtung steht.

Es kann eine Subzeile, zwei oder drei Subzeilen geben, wobei dann **auf leserliche und sinnhafte Umbrüche** zu achten ist. Der Schriftschnitt für Subzeilen ist die „Univers Roman“.

Die Hochschulkommunikation unterstützt beim Erstellen von Logozusätzen.



Universität Stuttgart



Universität Stuttgart
Philosophisch-Historische Fakultät



Universität Stuttgart
Institut für Computerbasiertes
Entwerfen



Universität Stuttgart
Zentrum für Interdisziplinäre
Risiko- und Innovationsforschung
(ZIRIUS)

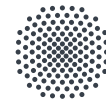
2.2

Nomenklatur

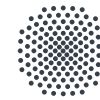
INTERNATIONALE ABSENDERKENNUNG

Für die internationale Kommunikation gibt es eine englische Version des Logos.

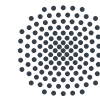
Die Namen der Fakultäten, Institute oder Einrichtungen werden übersetzt und in einer oder mehreren Subzeilen ergänzt. Der Zusatz „Germany“ entfällt dann.



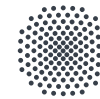
University of Stuttgart
Germany



University of Stuttgart
Faculty of Humanities



University of Stuttgart
Institute for Computational Design



University of Stuttgart
Stuttgart Research Center for Interdisciplinary
Risk and Innovation Studies
(ZIRIUS)

2.2

Nomenklatur

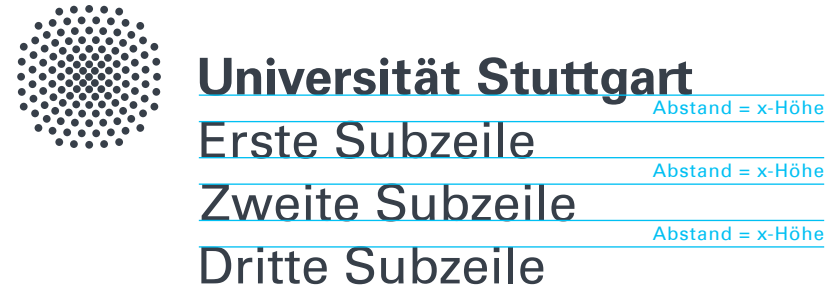
VERMASSUNG FÜR VERWENDUNG VON SUBZEILEN

Wenn das Logo um Subzeilen mit dem Namen einer Fakultät, eines Instituts oder einer Einrichtung ergänzt wird, leitet sich die Schriftgröße von der Höhe der Bildmarke ab.

Der Zeilenabstand bemisst sich nach der x-Höhe* der Wortmarke „Universität Stuttgart“

Schriftgröße = Höhe der Bildmarke

Zeilenabstand = x-Höhe der Wortmarke**



Beispiel

Höhe Bildmarke = 19 mm

Schriftgröße = 19 Pt

Zeilenabstand = 23,5 Pt

* Die x-Höhe ist die sogenannte Mittellänge des Wortes, also die Höhe, die der Buchstabe „x“ messen würde.

** Der Zeilenabstand richtet sich hier nach dem Abstand zwischen der Versalhöhe der einzelnen Zeilen und wird auf den nächsten geraden Wert in 0,5 Pt-Schritten auf- bzw. abgerundet.

2.2

Nomenklatur

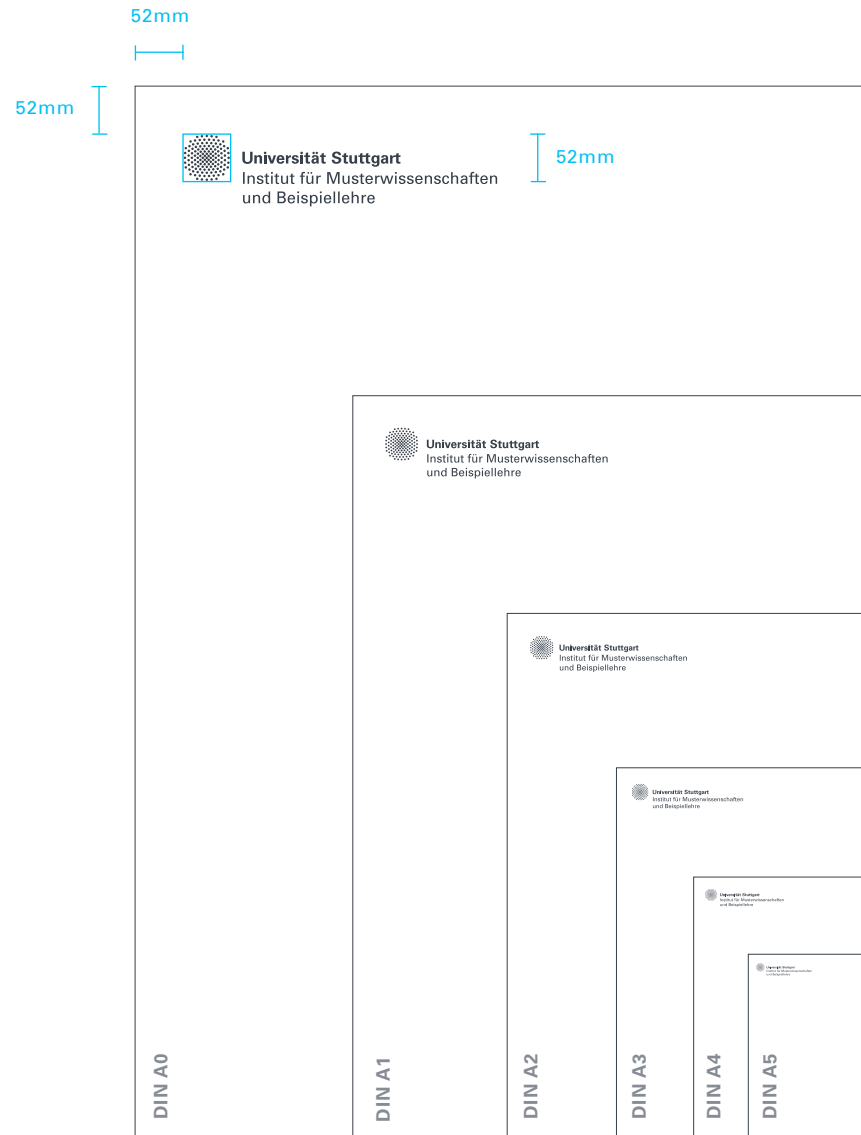
VERMASSUNG FÜR ÜNTERSCHIEDLICHE FORMATE

Um in unterschiedlichen Druckformaten ein einheitliches System für Schriftgrößen zu gewährleisten, sind nebenstehende Regeln für die Vermaßung zu beachten.

Die Platzierung des Logos erfolgt dabei unter Berücksichtigung der folgenden Regel:



x-Wert = Breite der Bildmarke
y-Wert = Höhe der Bildmarke



DIN A0

Bildmarke = 52 mm
 Schrift = 52 Pt, ZA = 64 Pt
 x/y-Positionierung bei 52 mm

DIN A1

Bildmarke = 40 mm
 Schrift = 40 Pt, ZA = 50 Pt
 x/y-Positionierung bei 40 mm

DIN A2

Bildmarke = 26 mm
 Schrift = 26 Pt, ZA = 32 Pt
 x/y-Positionierung bei 26 mm

DIN A3

Bildmarke = 19 mm
 Schrift = 19 Pt, ZA = 23,5 Pt
 x/y-Positionierung bei 19 mm

DIN A4

Bildmarke = 13 mm
 Schrift = 13 Pt, ZA = 16 Pt
 x/y-Positionierung bei 13 mm

DIN-Lang + DIN A5

Bildmarke = 10,5 mm
 Schrift = 10,5 Pt, ZA = 13 Pt
 x/y-Positionierung bei 10,5 mm

Visitenkarte

Bildmarke = 7,5 mm
 Schrift = 7,5 Pt, ZA 9,5 Pt
 x/y-Positionierung bei 7,5 mm

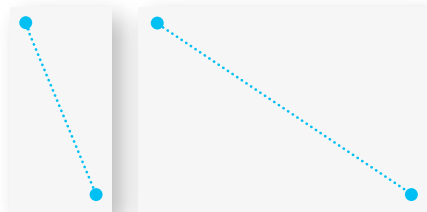
2.2

Nomenklatur

DACHMARKE + SUBMARKE

Dachmarke ist stets das Logo der Universität, Submarken sind – sofern vorhanden – Logos der Fakultäten, Institute und Einrichtungen.

Um eine **klare Hierarchie** zu bilden, steht die **Dachmarke immer oben links**. Die Platzierung der **Submarken** erfolgt stets im **unteren rechten Abschnitt eines Mediums**.



Wunschgemäß werden Sublogos – sofern möglich – monochrom Anthrazit oder Weiß, je nach Bilduntergrund, rechts unten platziert.



2.2

Nomenklatur

VERMASSUNG DER SUBMARKE

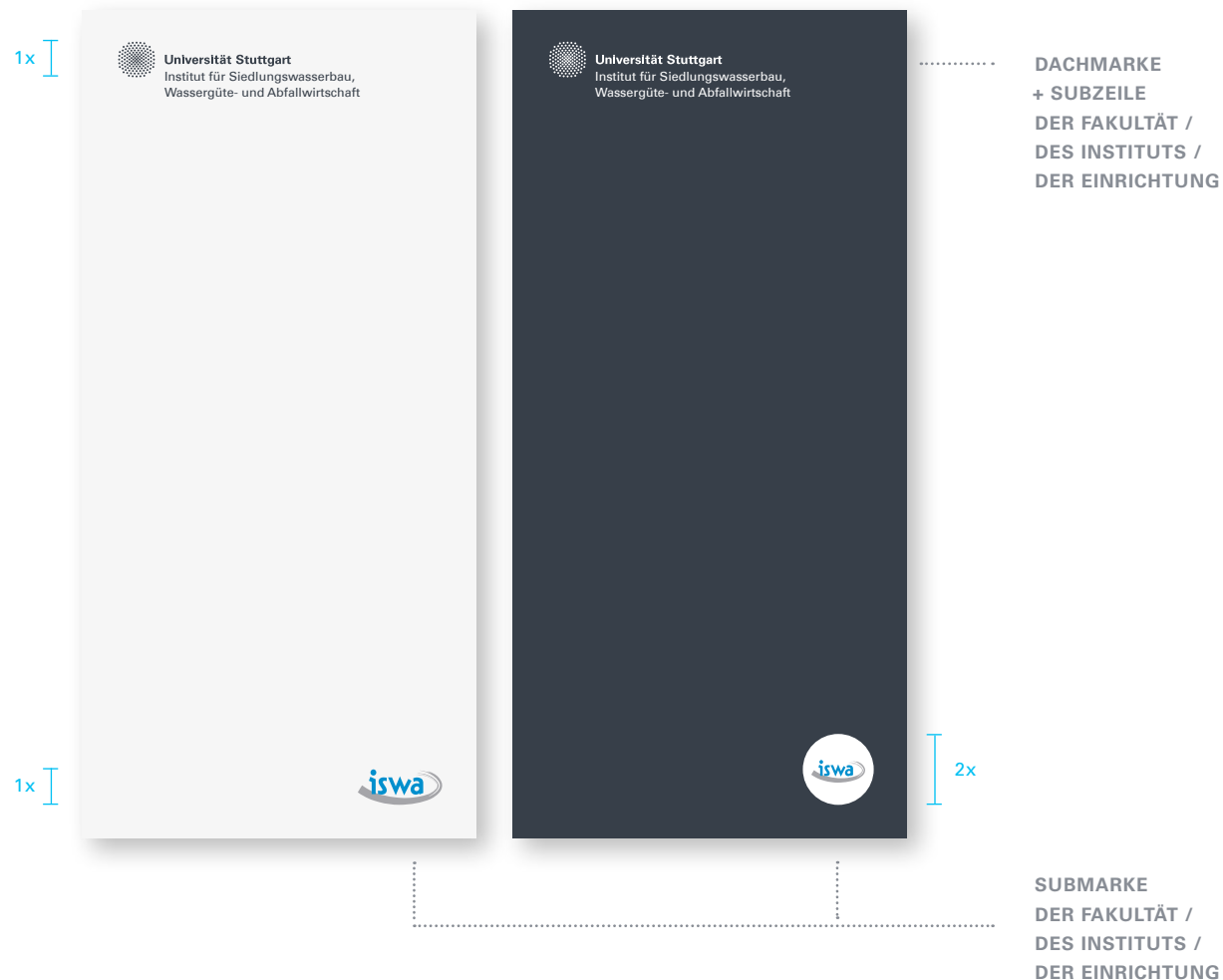
Sofern sich Sublogos nicht monochrom Anthrazith oder Weiß umwandeln lassen, können sie bei hellem Hintergrund in Farbe verwendet werden. Bei vollflächig dunklen Hintergründen werden sie in einen weißen Kreis gesetzt.

Als Grundlage für die Höhe der Sublogos dient die Höhe der Bildmarke der Universität Stuttgart. Dabei gelten für den Einsatz von Sublogos folgende Regeln:

Maximale Höhe des Sublogos auf weißem Hintergrund = Höhe Bildmarke

Einheitliche Höhe der Kreis-Trägerfläche beim Einsatz von farbigen Sublogos auf dunklem Hintergrund = Höhe Bildmarke x 2

Die Hochschulkommunikation unterstützt, wenn die Entwicklung von Submarken notwendig sein sollte.



2.3

Gestaltungselement Kreis



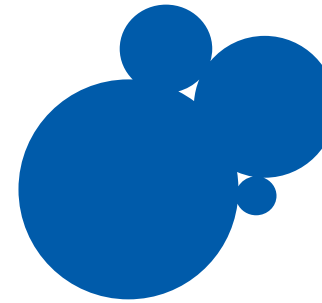
TRÄGERFLÄCHE FÜR FOTOS



TRÄGERFLÄCHE FÜR TEXT



TRÄGERFLÄCHE FÜR ICONS



FLÄCHIGE VERBINDUNGEN



ÜBERLAGERUNG

EINSATZMÖGLICHKEITEN

Der **Kreis** tritt **als Wiedererkennung stiftendes Gestaltungselement** in vielfältigen Formen, Kombinationen, Farben und Zusammenhängen auf. Er kann entweder **vollflächig, überlappend, im Anschnitt, als Outline oder mit Bildinhalten gefüllt** dargestellt werden. Auf eine abwechslungsreiche Zusammenstellung ist zu achten.

2.4

Typografie

UNIVERS ALS HAUSSCHRIFT

Die Hausschrift der Universität Stuttgart für Publikationen, Geschäftspapiere und Webseiten ist die Univers, die über einen **zeitlosen Charakter** verfügt.

Für den Printbereich werden aufgrund von besserer Lesbarkeit die Schriftschnitte „Bold“ und „Roman“ sowie „Light Oblique“ für Auszeichnungen verwendet, im Web kommen „Bold“, „Light“ und „Light Oblique“ zum Einsatz, um stärkeren Kontrast zu erzeugen.

Falls Univers nicht verfügbar ist, wird die System-schrift Arial verwendet.

Für die Verwendung von Univers besitzt die Universität Lizenzen. Diese erhalten Institutionen der Universität von der Hochschulkommunikation.

Sollte für umfangreiche Fließtexte in Printpublikationen die Verwendung einer Serifenschrift erforderlich werden, berät die Hochschulkommunikation gern.

Aa
ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

UNIVERS 65 BOLD

Aa
ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
1234567890

UNIVERS 45 LIGHT

Aa
ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

UNIVERS 55 ROMAN

Aa
ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz
1234567890

UNIVERS 45 LIGHT OBLIQUE

2.5

Farben

DIE HAUSFARBEN

Weiß ist die wichtigste Flächenfarbe der Universität Stuttgart. Alle Medien arbeiten mit großzügigem Weißraum. **Anthrazit und Mittelblau** sind die **Primärfarben** und kommen in der Vollfläche und als Schriftfarben vor. **Hellblau** ist **Sekundärfarbe** und dient als Akzentfarbe. Der **Farbverlauf von Mittelblau zu Hellblau** ist ebenfalls Bestandteil des Corporate Designs, wird allerdings lediglich in der Vollfläche für Hintergründe eingesetzt.

UMGANG IM DRUCK

Für den **hochwertigen Offsetdruck** werden die Hausfarben nach Möglichkeit als **Sonderfarben** (Pantone oder HKS) gedruckt, alternativ wird im kostensparenden **Vierfarbdruck** (CMYK) gedruckt. Sollte ein Medium nur in **Graustufen** gedruckt werden, wird der **Anthrazitwert in 90% Schwarz** umgewandelt (CMYK = 0/0/0/90).

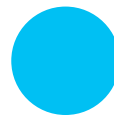
Die **CMYK-Werte** werden auch bei Medien eingesetzt, die **innerhalb der Universität mit Office-Druckern produziert** werden. In **Korrespondenzmedien** (etwa Briefverkehr) kann für eine bessere Lesbarkeit des Fließtextes auch **100% Schwarz** (CMYK = 0/0/0/100) verwendet werden.



ANTHRAZIT
PANTONE 432 U
CMYK 50 / 35 / 25 / 70
RGB 62 / 68 / 76
WEB #323232



MITTELBLAU
PANTONE 293 U
CMYK 100 / 70 / 0 / 0
RGB 0 / 81 / 158
WEB #004191



HELLBLAU
PANTONE 2985 U
CMYK 70 / 0 / 0 / 0
RGB 0 / 190 / 255
WEB #00BEFF



FARBVERLAUF
Verlauf von Mittelblau zu Hellblau, diagonal von links unten nach rechts oben



OFFSET-DRUCK GRAUSTUFEN
CMYK = 0 / 0 / 0 / 90



OFFICE-DRUCK KORRESPONDENZ (nur Fließtext)
CMYK = 0 / 0 / 0 / 100

2.6

Icons

EINHEITLICHER ILLUSTRATIONSSTIL

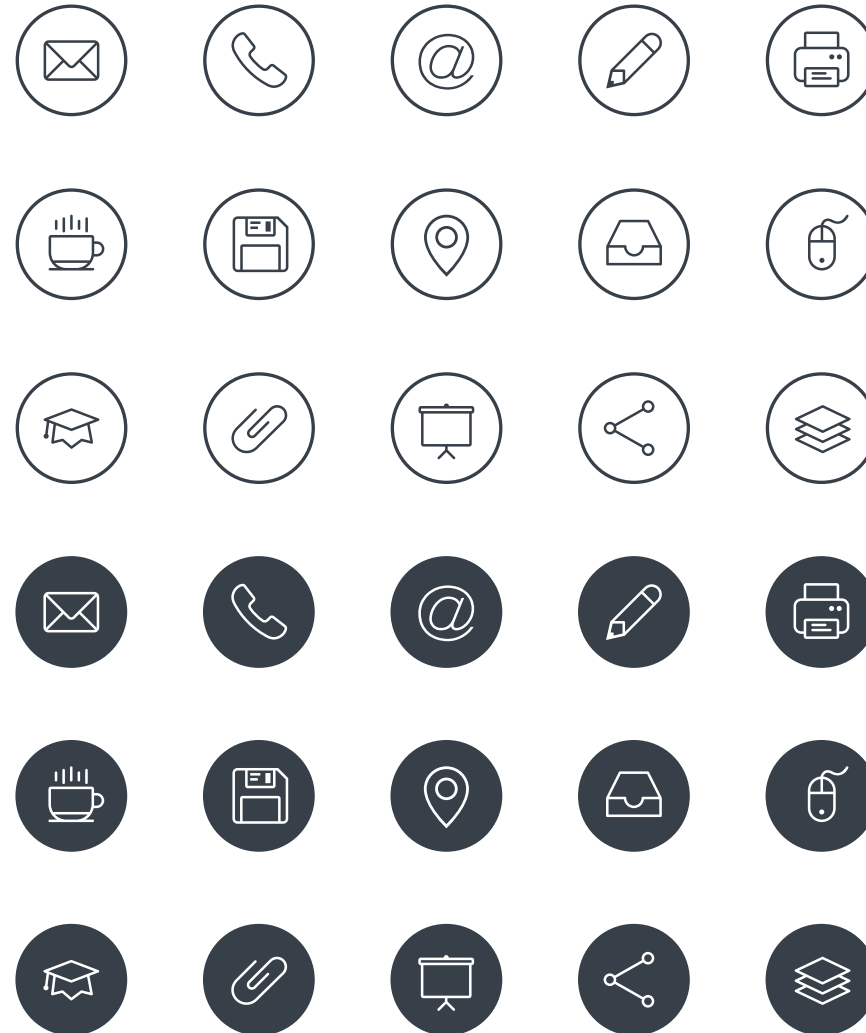
Die Universität Stuttgart verwendet zur Illustration das Iconset „Lynny“ von Matthew Skiles. Es besteht aus 450 Icons, von denen hier beispielhaft 15 abgebildet sind.

Die Icons sind in Print- und Digitalmedien nutzbar, wenn ein Quellennachweis platziert wird. Sie stehen zum Download zur Verfügung.

Die angegebene Mindestgröße eines Icons darf nicht unterschritten werden, so dass eine gute Lesbarkeit sichergestellt ist.

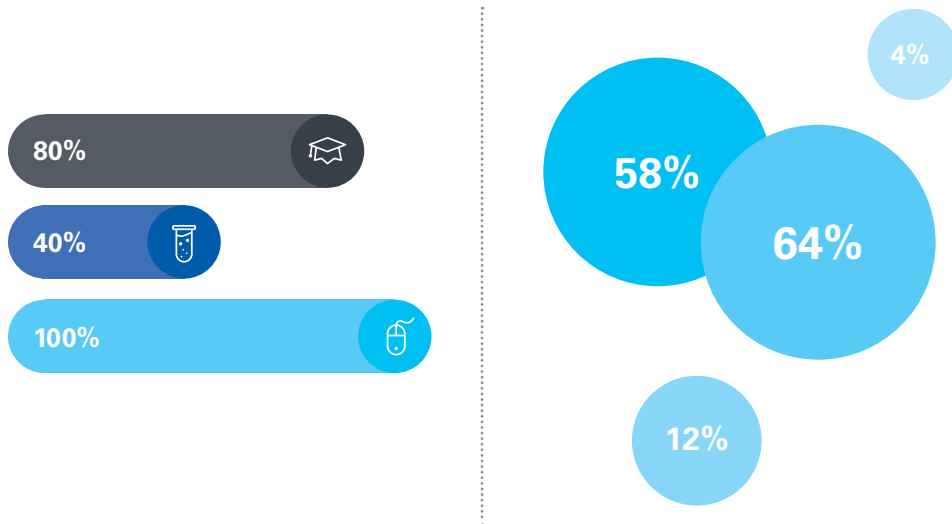
5 mm im Print []

60 px im Web []



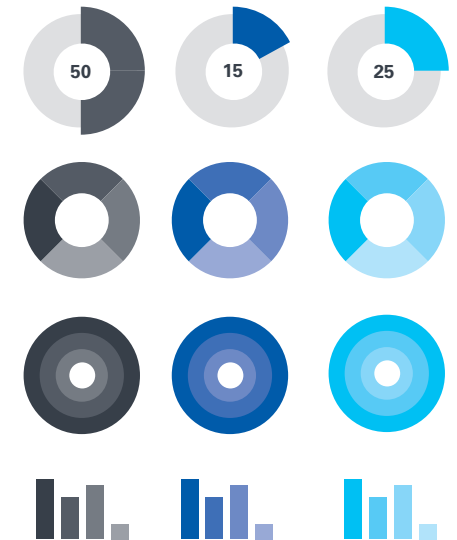
2.7

Diagramme und Tabellen



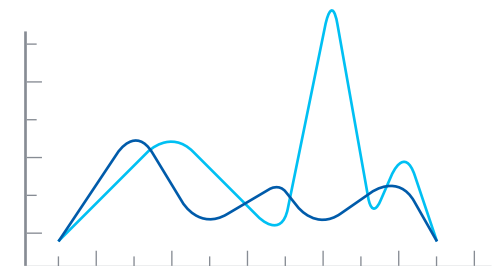
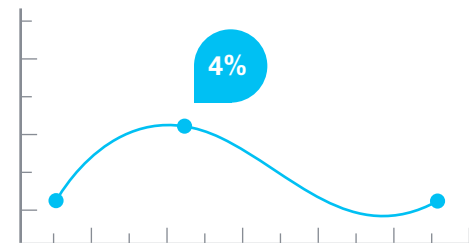
Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3
8.987	287	0,1
1.002	34	0,2
3.555	367	0,3

Spalte 1	Spalte 2	Spalte 3
8.987	287	0,1
1.002	34	0,2
3.555	367	0,3



EINHEITLICHER ILLUSTRATIONSTYL

Beispielhaft sind hier Diagramme und Tabellen dargestellt, die der **konsistenten und klaren Form- und Farbsprache des Erscheinungsbildes** gerecht werden. Die Farbigkeit spielt dabei eine große Rolle. Die Abstufung der Farbwerte erfolgt in 20%-Schritten und darf 40% nicht unterschreiten, um die kräftige und leuchtende Farbwirkung der Hausfarben beizubehalten. Farbhierarchien sorgen dafür, dass eine klare Linie beibehalten wird. Rein dekorative Elemente wie Schlagschatten oder 3D-Elemente sollen vermieden werden.



● Legende Mittelblau
● Legende Hellblau

2.8

Bildsprache



MENSCHLICHKEIT
UND NÄHE



FOKUS
UND FARBE



DETAILS
UND STRUKTUREN



RAUM
UND ORT

VIER KATEGORIEN FÜR DIE BILDSPRACHE

Die Universität Stuttgart präsentiert sich mit einer **professionellen und wiedererkennbaren Bildsprache, die Raum für Identifikation schafft**. Die Motivwahl sollte einen **Bezug zum Universitätsumfeld** erzielen. Um einen einheitlichen Farbklang zu schaffen, ist es wichtig, in den Bildern Akzente in den Hausfarben zu setzen.

Die Bildsprache orientiert sich an vier Kategorien, die auf den folgenden Seiten vorgestellt werden.

2.8

Bildsprache



MENSCHLICHKEIT UND NÄHE

Personen werden **authentisch, nahbar und in Aktion** gezeigt. Situationen sollen nicht künstlich oder inszeniert wirken.

2.8

Bildsprache



FOKUS UND FARBE

Gezielte Unschärfen fokussieren auf das Wesentliche.

Die zentralen Farben Weiß, Anthrazit und Blau finden sich auch im Bild wieder.

2.8

Bildsprache



DETAILS UND STRUKTUREN

Strukturen, Materialien und Detaildarstellungen ermöglichen abstrakte Bildkonzepte. Sie eignen sich oft auch gut dafür, **technische und naturwissenschaftliche Themen** zu illustrieren.

2.8

Bildsprache

**RAUM UND ORT**

Spannungsreiche und hochwertige Darstellungen der Gebäude, Innenräume und des Campusumfelds wirken **identitätsstiftend**. Sie transportieren die räumliche **Arbeits- und Lebensatmosphäre an der Universität**.

Kapitel 3

Standard- Vorlagen

3.1

Visitenkarte

VORLAGEN

Für die unterschiedlichen Einheiten und Verwendungszwecke gibt es verschiedene Arten von Visitenkarten: eine Standardvorlage, eine Vorlage für Fakultäten, Institute und Einrichtungen der Universität Stuttgart – mit oder ohne Submarke – sowie eine englische oder zweisprachige Variante. Alle Vorlagen für Visitenkarten erhalten Sie online auf der Website zum Corporate Design.

FORMAT

85 x 55 mm

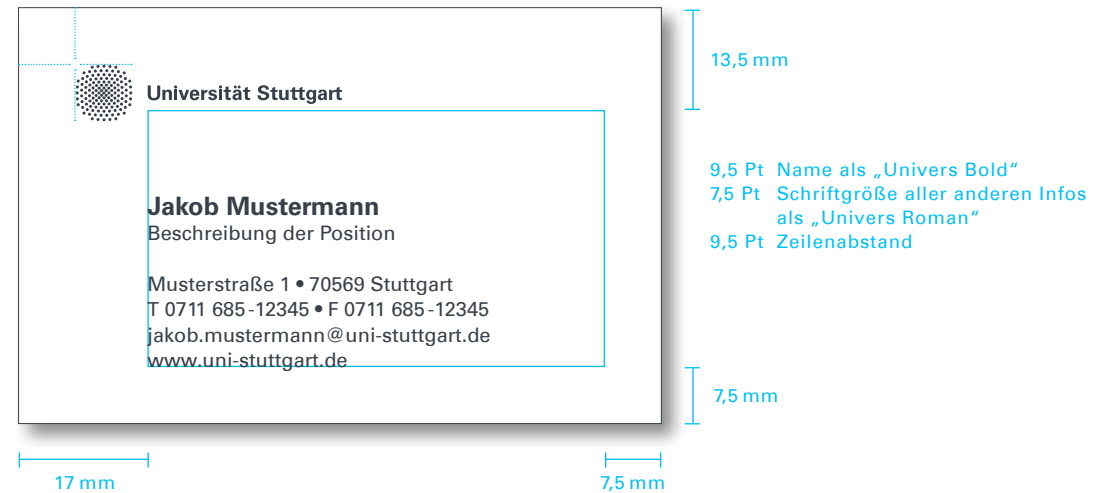
PAPIEREMPFEHLUNG

360 g/m², MEDLEY PURE Naturpapier, white

FARBEN

PANTONE 433 U,
alternativ 4/4 farbig Anthrazit

STANDARDVORLAGE



3.1

Visitenkarte

ZUSÄTZLICHE SUBLOGOS

Haben Institute oder Einrichtungen eigene Logos, werden diese auf der Rückseite anstelle des Original-Logos platziert. **Empfohlen wird, dass diese Sublogos in Weiß mit transparentem Hintergrund eingesetzt werden**, so dass die komplette Fläche hinter dem Logo anthrazitfarben ist. Sollten die Sublogos farbig eingesetzt werden, bleibt der Hintergrund weiß.

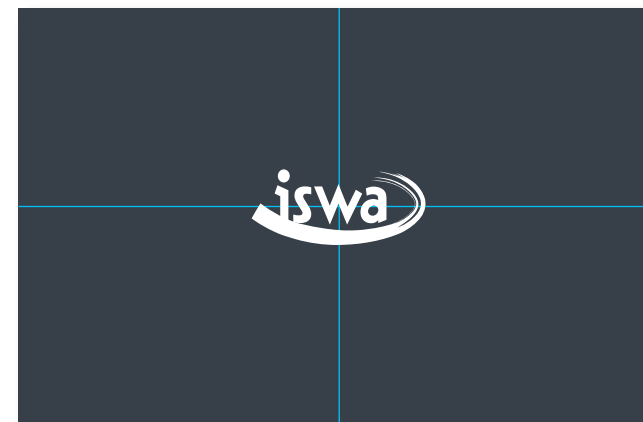
GROSSE TEXTMENGE

Dieses Beispiel für große Textmengen zeigt, dass der **Zusatz der Fakultät, des Instituts oder der Einrichtung unterhalb des Universitätslogos stets an dem oberen Dokumentenrand ausgerichtet** ist. Die **Kontaktinformationen stehen bündig mit dem unteren vordefinierten Rand** des Dokumentes.

QR-CODE

Wird ein QR-Code auf der Visitenkarte gewünscht, entfällt das Sublogo auf der Rückseite.

VARIANTE MIT ZUSÄTZLICHEM SUBLOGO



Höhe Sublogo 8-12 mm



Logozusatz-Ausrichtung am oberen Rand

Kontaktinfo-Ausrichtung am unteren Rand

3.1

Visitenkarte

ZWEISPRACHIGKEIT

Visitenkarten können entweder als deutsche oder als englische Version produziert werden. Wer zweisprachige Visitenkarten verwenden möchte, kann Vorder- und Rückseite nutzen, wobei in diesem Falle auf der Rückseite das Universitätslogo, Einrichtungs- oder Institutslogos entfallen.

ZWEISPRACHIGE VARIANTE



3.2

Briefbogen

VORLAGEN

Es gibt eigene Briefbogen-Vorlagen für die Universitätsleitung, die Zentrale Verwaltung, Fakultäten, Institute und universitäre Einrichtungen sowie Faxvorlagen.

Alle Vorlagen erhalten Sie online auf der Website zum Corporate Design.

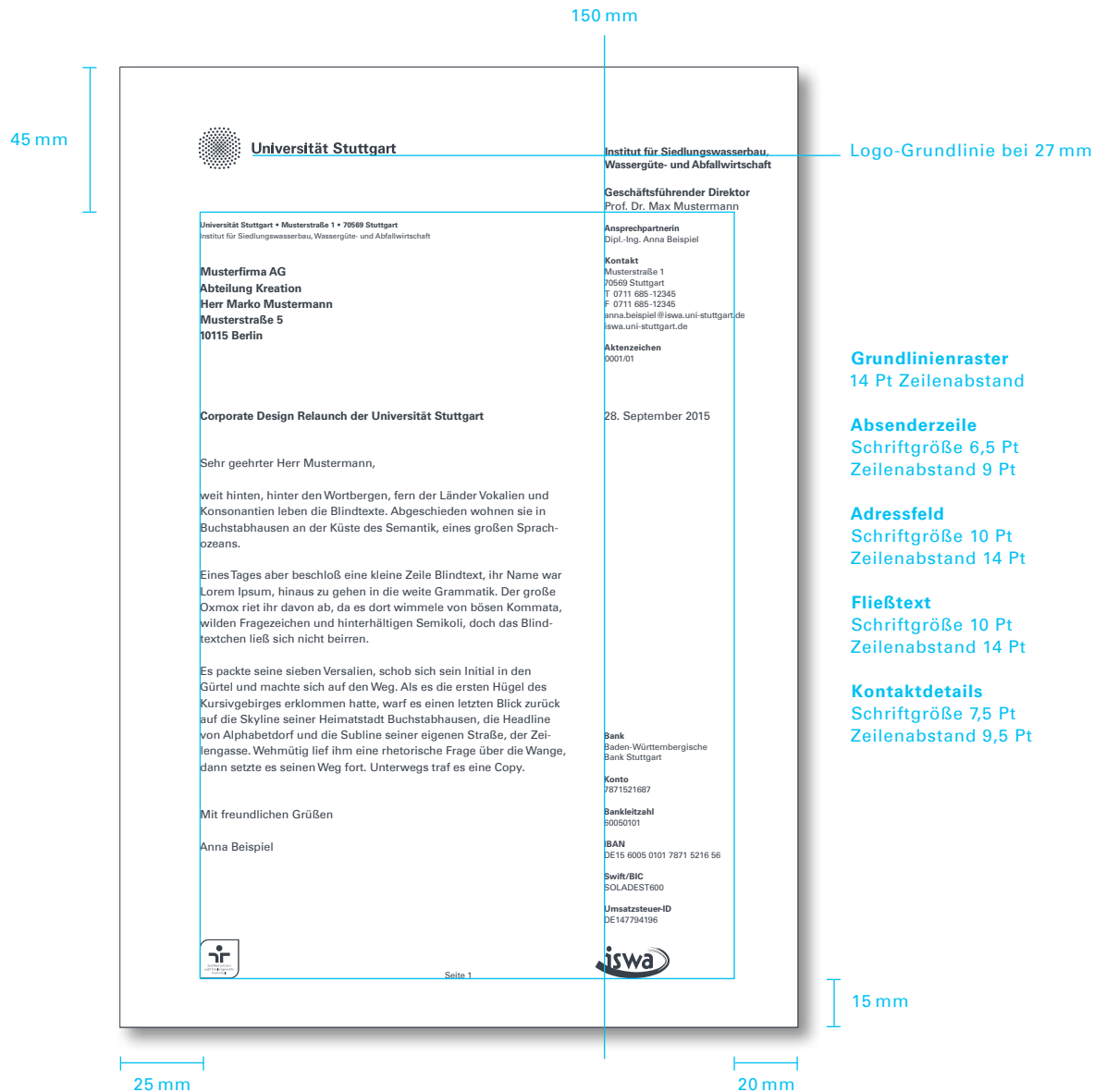
Hausschrift für die Geschäftspapierausstattung ist die „Univers“. Bei Nichtverfügbarkeit darf bei den Briefbögen auf die Systemschrift „Arial“ zurückgegriffen werden.

PAPIEREMPFEHLUNG

110 g/m², MEDLEY PURE Naturpapier, white

FARBEN

Schwarz
alternativ 4/0-farbig Anthrazit



3.2

Briefbogen

VERWENDUNG VON SUBLOGOS

In diesem Beispiel ist ein Briefbogen für das Institut für Siedlungswasserbau, Wassergüte- und Abfallwirtschaft dargestellt, welches ein eigenes Logo besitzt.

Das Sublogo wird – sofern möglich – monochrom Anthrazit eingesetzt. Ein farbiger Einsatz ist jedoch ebenso zulässig.

Die Platzierung des Sublogos erfolgt im unteren rechten Dokumentenabschnitt.

VERWENDUNG DES AUDIT-LOGOS

Auf jedem Briefbogen ist auf Seite 1 das Logo zum „audit familiengerechte hochschule“ linksbündig in der Fußzeile gesetzt.



Höhe Logo 13 mm

Höhe Audit-Logo 12 mm

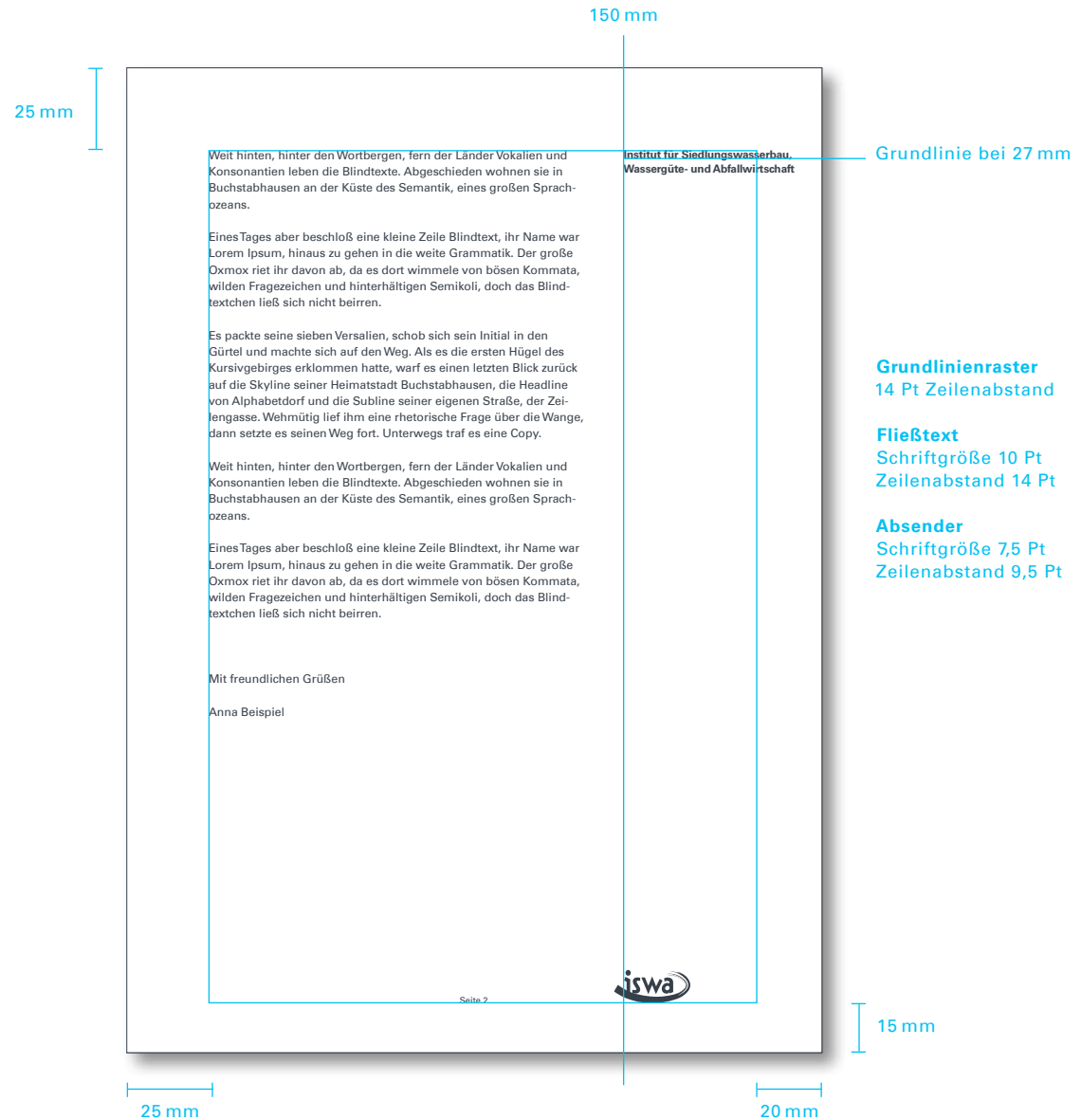
Höhe Sublogo 8-12 mm

3.2

Briefbogen

FOLGESEITEN

Die Folgeseiten des Briefbogens für die Zentrale Verwaltung enthalten oben links weiterhin das Logo der Universität und oben rechts den Absender. Für Institute und Einrichtungen entfällt auf Folgeseiten das Universitätslogo; Absender oben rechts und gegebenenfalls das Sublogo unten rechts bleiben bestehen wie im nebenstehenden Beispiel.



3.3

Mappe

EINHEITLICHE DOKUMENTENMAPPE

Beschäftigte der Universität können sich Mappen über das Stichwort „Tagungsmaterialien“ auf den Webseiten zum Corporate Design bestellen.

PAPIEREMPFEHLUNG

400 g/m²,
Chromolux Karton



3.4

Bildschirmpräsentation

POWERPOINT-MASTER

Es gibt eine Powerpoint-Vorlage, die sich Mitglieder der Universität online bei der Hochschulkommunikation herunterladen können. Dieser Powerpoint-Master enthält alle benötigten Vorlagen zur Schrift-, Farb- und Layoutgestaltung. Auch hier gilt: Ist die Hausschrift „Univers“ nicht auf dem jeweiligen Rechner installiert, wird auf die Systemschrift „Arial“ zurückgegriffen.

Anthrazit RGB=62/68/76

Mittelblau RGB=0/81/158

Hellblau RGB=0/190/255

FORMAT

Um eine ideale Ausnutzung gängiger Bildschirme zu ermöglichen, wird die Bildschirmpräsentation in dem **neuen Standardformat 16:10** aufgesetzt. Außerdem wird ein Master im Format 4:3 angeboten.

Auf den folgenden Seiten werden beispielhaft einige Powerpoint-Folien illustriert.



3.4

Bildschirmpräsentation



TITELSEITE MIT GROSSER TEXTMENGE



TITELSEITE MIT SUBLOGO



KAPITEL-ÜBERSICHTSSEITE



UNTERKAPITEL-ÜBERSICHTSSEITE



INFOGRAFIKEN



BILDSEITE

3.4

Bildschirmpräsentation

Umsetzung des Genderkonzepts
Zielvorgaben für die verschiedenen Statusgruppen

	ISI-Wert 2006	Zielwert 2012	ISI-Wert 2013	ISI-Wert 03/2015	Zielwert 2017
Professuren	6,3%	10%	11,4%	13,7%	15%
Akademischer Mitarbeiter	24,8% (922)	30%	24,3% (813)	24,9% (786)	30%
Studierende	32% (5.876)	40%	32% (7.630)	32% (7.933)	40%

Universität Stuttgart • Institut für Unternehmenskultur, Personal- und Arbeitsentwicklung • Prof. Dr. rer. oec. Dr. Holger Heilmann 23.11.2014 294

TABELLE

Lebenslanges Lernen erfordert ein enormes Umdenken in der Arbeitswelt, aber auch an den Hochschulen.

Theresa Bauer, baden-württembergische Wissenschaftsministerin

Universität Stuttgart • Institut für Unternehmenskultur, Personal- und Arbeitsentwicklung • Prof. Dr. rer. oec. Dr. Holger Heilmann 23.11.2014 294

ZITAT

- Aktivitäten und Erfolge im Berichtsjahr**
Perspektive 2020: Hochschulfinanzierungsvertrag 2015 – 2020
- Festlegung von **Qualitätszielen** der Hochschulen im Bereich der Gleichstellung
 - Entwicklung verfahrensgerechter und ambizioser **Berufungsverfahren**; Anwendung des Instruments der „aktiven Rekrutierung“, um exzellente Wissenschaftlerinnen zu gewinnen
 - Bereitstellung einer **Mindestausstattung** für die Gleichstellungsbeauftragten
 - **Steigerung** des Anteils von Frauen in der Wissenschaft und an herausgehobenen Positionen
 - Erarbeitung von **aussagekräftigen und messbaren Kennziffern** in den zentralen Leistungsdimensionen der Hochschulen in Zusammenarbeit mit dem MWK
- Universität Stuttgart • Institut für Unternehmenskultur, Personal- und Arbeitsentwicklung • Prof. Dr. rer. oec. Dr. Holger Heilmann 23.11.2014 294

TEXTSEITE

Aktivitäten und Erfolge im Berichtsjahr 2015
Dienstantritt der Professoren aus dem Professorenprogramm



Prof. Dr. Max Mustermann
Institut für Raumfahrtssysteme
Professor Satelliten- und Raumfahrttechnik



Dr. Joe Sample
Institut für Algebra und Zahlentheorie
Professor Darstellungstheorie



Prof. Dr. Maxime Muster
Institut für Organische Chemie
Professor Fundamentals der Organometallic Catalysis

Universität Stuttgart • Institut für Unternehmenskultur, Personal- und Arbeitsentwicklung • Prof. Dr. rer. oec. Dr. Holger Heilmann 23.11.2014 294

PERSONEN

Sonderforschungsbereiche 2015/2016



Titel ABC (Lorem Ipsum) „Lorem ipsum dolor sit amet Consetetur“ sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam, sed diam voluptua.



Titel DEF (Lorem Ipsum) „Ipsum dolor sit amet Consetetur“ sadipscing elit, sed ABC eirmod tempor invidunt ut 123 Dolore magna aliquyam, sed diam voluptua.




Titel GHI (Lorem Ipsum) „Lorem ipsum dolor sit amet Consetetur“ sadipscing elit, sed diam nonumy eirmod tempore invidunt ut labore Dolore magna aliquyam, sed diam 2016 voluptua.

Universität Stuttgart • Institut für Unternehmenskultur, Personal- und Arbeitsentwicklung • Prof. Dr. rer. oec. Dr. Holger Heilmann 23.11.2014 294

BILD + TEXT

Vielen Dank!



Maxime Musterfrau, Projektkoordinatorin

E-Mail: maxime.musterfrau@uni-stuttgart.de
 Telefon: +49 711 630-322-14
 Fax: +49 711 630-322-01

Universität Stuttgart
 Hochschulkommunikation
 Marktplatz 7, 70574 Stuttgart

Universität Stuttgart • Institut für Unternehmenskultur, Personal- und Arbeitsentwicklung • Prof. Dr. rer. oec. Dr. Holger Heilmann 23.11.2014 294

KONTAKTSEITE

Kapitel 4

Printmedien

4.1

Faltblatt

GESTALTUNGSPRINZIP

Der Kreis als grundlegendes Gestaltungsprinzip kann in unterschiedlichen Varianten sowohl als Füllfläche für die Bilder, als auch als Trägerfläche für Informationen dienen.

Sublogos werden – sofern möglich – monochrom Anthrazit oder Weiß eingesetzt. Ein farbiger Einsatz ist jedoch ebenso möglich.

Sollte das farbige Sublogo auf einem dunklen Hintergrund platziert werden, wird dieses, wie bereits im Abschnitt Nomenklatur erläutert, auf eine weiße Kreis-Trägerfläche platziert.

Faltblätter werden im **Format DIN-Lang** gesetzt.



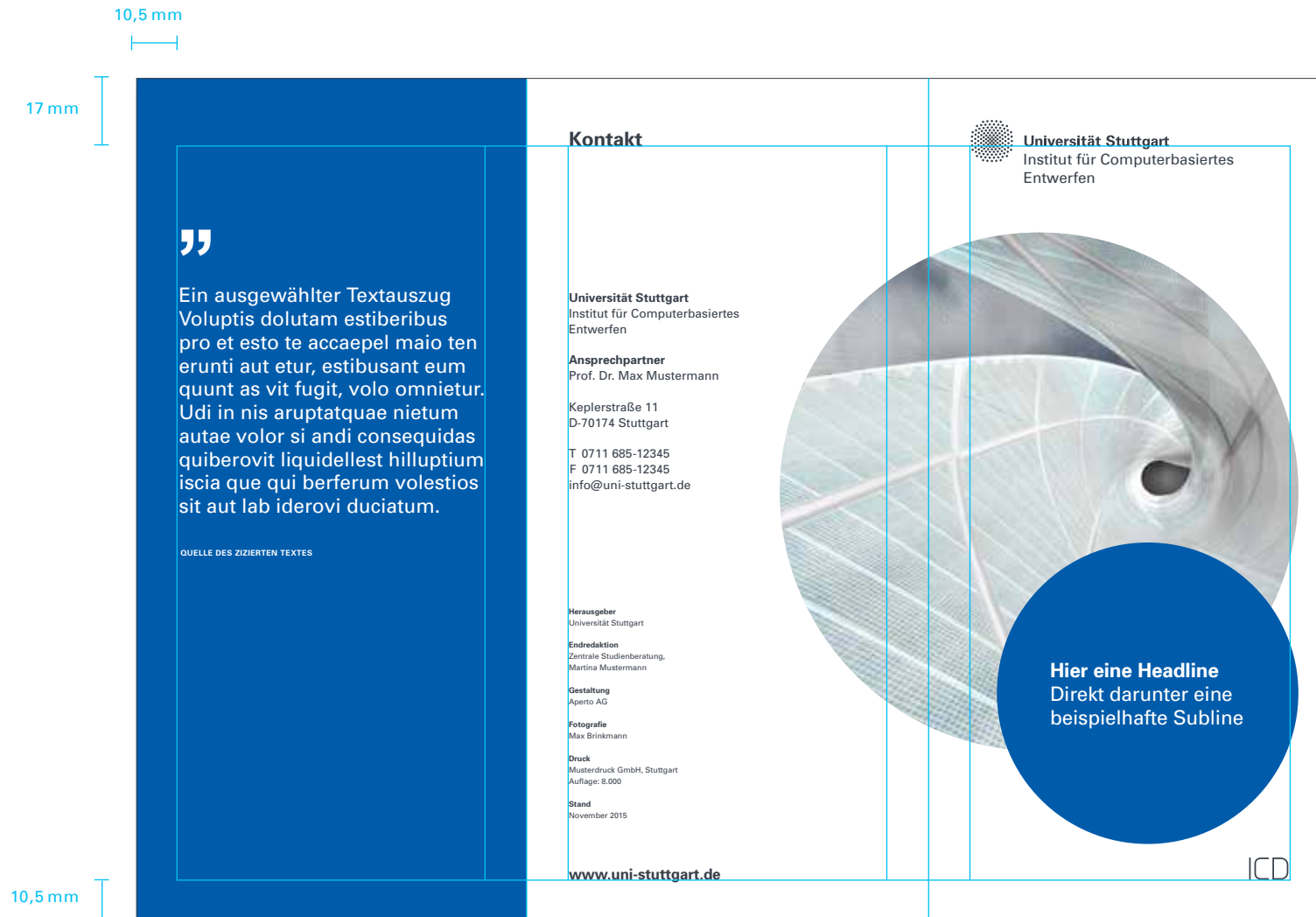
4.1

Faltblatt



4.1

Faltblatt



Höhe Bildmarke: 10,5 mm

Headline + Zitattext

Univers Bold + Roman
 14 Pt, Zeilenabstand 16,5 Pt

Kontaktangaben Rückseite

Univers Bold + Roman
 8,5 Pt, Zeilenabstand 11 Pt

Impressum

Univers Bold + Roman
 5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt

URL-Adresse

Univers Bold
 10,5 Pt, Zeilenabstand 13 Pt

Text für Quelle des Zitates

Univers Bold, versal
 5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt,
 Laufweite 50

Höhe Sublogos
 1 Logo: ca. 4,5 bis max. 10,5 mm
 2 Logos: ca. 4,5 bis max. 8,5 mm
 ab 3 Logos: 4,5 bis max. 6,5 mm

4.1

Faltblatt



Grundlinienraster
11 Pt

Headline
Univers Bold + Roman
14 Pt, Zeilenabstand 16,5 Pt

Fließtext
Univers Bold + Roman
8,5 Pt, Zeilenabstand 11 Pt

Titel zum Bild
Univers Roman
10,5 Pt, Zeilenabstand 13 Pt

Bildunterschrift
Univers Bold + Roman
5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt

4.1

Faltblatt



Grundlinienraster
11 Pt

Headline
Univers Bold + Roman
14 Pt, Zeilenabstand 16,5 Pt

Fließtext
Univers Bold + Roman
8,5 Pt, Zeilenabstand 11 Pt

Zitattext
Univers Roman
10,5 Pt, Zeilenabstand 13 Pt

Bildunterschrift
Univers Bold + Roman
5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt

4.2

Broschüre

GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN + VORGABEN

Broschüren dürfen im Rahmen des definierten Gestaltungssystems erstellt werden, das viel Freiraum bietet. Der Kreis als grundlegendes Gestaltungsprinzip kann in unterschiedlichen Varianten sowohl als Füllfläche für Bilder, als auch als Trägerfläche für Informationen dienen. Wenn kein Bildmaterial zur Verfügung steht, kann beim Cover auf eine rein grafische Variante zurückgegriffen werden.

Broschüren werden im **Format DIN A5** gesetzt. Einzige Ausnahme ist die Image-Broschüre der Universität.



4.2

Broschüre



COVERVARIATIONEN

4.2

Broschüre

VERWENDUNG VON SUBLOGOS

Sublogos werden in Broschüren – sofern möglich – monochrom Anthrazit oder Weiß eingesetzt.

Ein farbiger Einsatz ist jedoch ebenso möglich.



Höhe Bildmarke: 10,5 mm

Headline

Univers Bold + Roman
17 Pt, Zeilenabstand 19,5 Pt

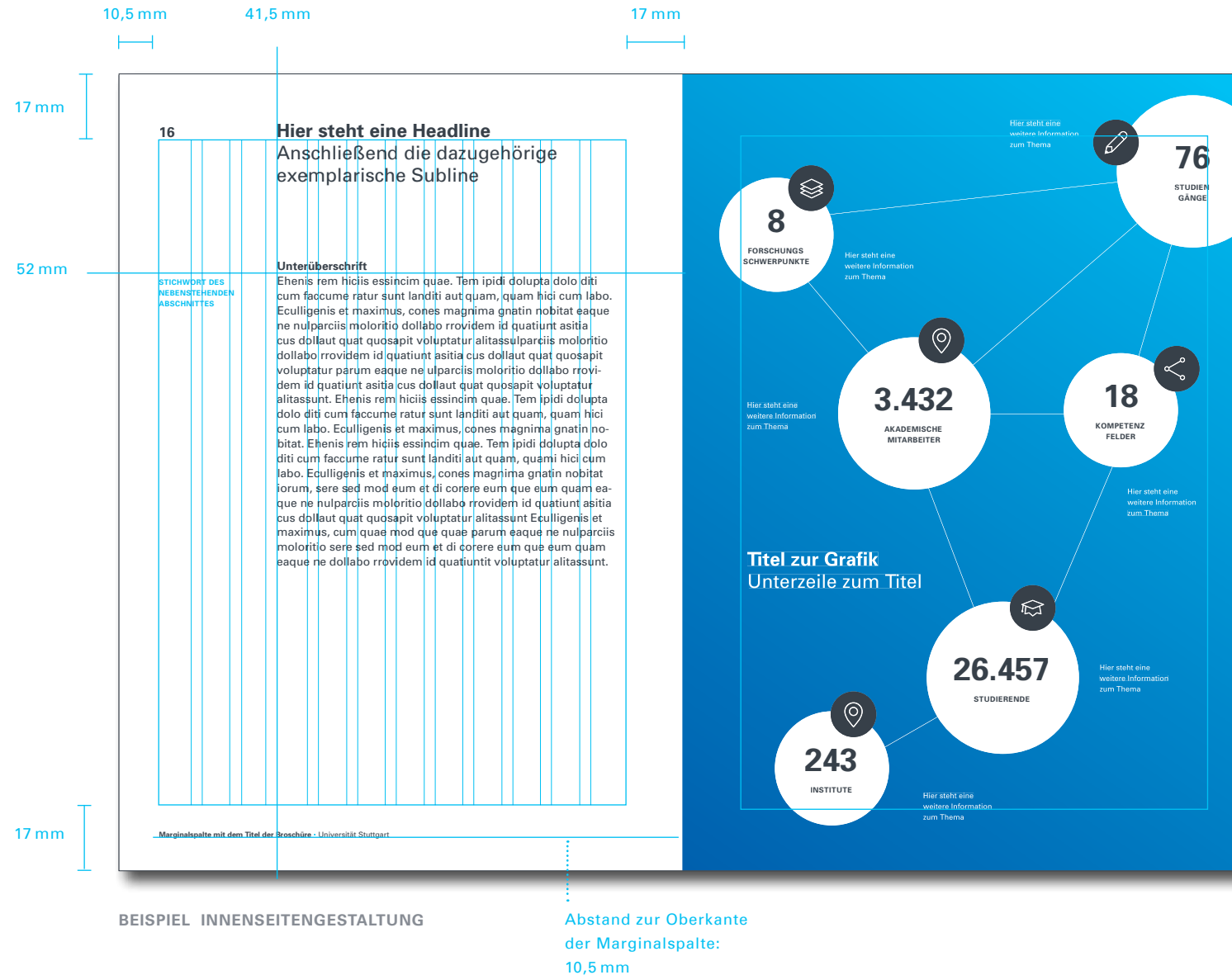
Logo-Schrift

10,5 Pt, Zeilenabstand 13 Pt

Höhe Subogos
1 Logo: ca. 4,5 bis max. 10,5 mm
2 Logos: ca. 4,5 bis max. 8,5 mm
ab 3 Logos: 4,5 bis max. 6,5 mm

4.2

Broschüre

**Grundlinienraster**

11 Pt

Spalten

12

Spaltenabstand

3mm

Headline

Univers Bold + Roman

14 Pt, Zeilenabstand 16,5 Pt

Fließtext

Univers Bold + Roman

8,5 Pt, Zeilenabstand 11 Pt

Auszeichnungstext versal

Univers Bold, versal

5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt

Laufweite 50

Bildunterschriften

Univers Roman

5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt

Abstand zur Bildunterkante: 1 x Versalhöhe

Marginalspalte

Univers Bold + Roman

5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt

Seitenzahl

Univers Bold

10,5 Pt

4.3

Plakat

GESTALTUNGSMÖGLICHKEIT

Die Beispiele zeigen die mögliche Gestaltung eines Veranstaltungsplakats im **Format DIN A1** unter Verwendung von Bildmaterial, das innerhalb einer Kreisfläche eingesetzt wird.

SCHRIFTGRÖSSEN

Schriftgrößen können je nach Inhaltmenge angepasst werden. Es sollte auf eine kontrastreiche Gestaltung geachtet werden. Maximal sollten drei verschiedene Schriftformate gewählt werden.

Nebenstehendes Beispiel

Headline
Univers Bold + Roman
65 Pt, Zeilenabstand 80 Pt

Subline
Univers Roman
36 Pt, Zeilenabstand 50 Pt

URL
40 Pt



4.3

Plakat

GESTALTUNGSMÖGLICHKEIT

Die Beispiele zeigen die mögliche Gestaltung eines Veranstaltungsplakates im **Format DIN A1** unter Verwendung von Bildmaterial, das vollflächig eingesetzt wird.

Wichtig dabei ist, auf einen **ausreichenden Kontrast von Universitätslogo zu Bilduntergrund** zu achten. Gegebenenfalls wird hier der Bilduntergrund an entsprechender Stelle nachträglich aufgehellt bzw. abgedunkelt.

Sublogos werden bei unruhigen oder vollflächig farbigen Untergründen in einen weißen Kreis gesetzt.

Nebenstehendes Beispiel

Headline
Univers Bold + Roman
80 Pt, Zeilenabstand 100 Pt

Infotext
Univers Roman
36 Pt, Zeilenabstand 50 Pt

Text versal
Univers Roman
32 Pt, Zeilenabstand 50 Pt



4.3

Plakat

GESTALTUNGSMÖGLICHKEIT

Die Beispiele zeigen die mögliche Gestaltung eines Plakates im **Format DIN A1** unter Verwendung eines Portraits und unter Verwendung rein grafischer Elemente.

Nebenstehendes Beispiel

Headline

Univers Bold + Roman
65 Pt, Zeilenabstand 80 Pt

Infotext

Univers Bold + Roman
32 Pt, Zeilenabstand 44 Pt

Text versal

Univers Roman
24 Pt, Zeilenabstand 34 Pt



4.3

Plakat

WISSENSCHAFTSPLAKAT

Die Beispiele zeigen die mögliche Gestaltung eines Wissenschaftsplakates im **Format DIN A0**.

SCHRIFTGRÖSSEN

Schriftgrößen können je nach Inhaltsmenge angepasst werden. Zu beachten ist eine kontrastreiche Gestaltung. Maximal sollten drei verschiedene Schriftschnitte gewählt werden.

Nebenstehendes Beispiel

Headline Titel
Univers Bold + Roman
85 Pt, Zeilenabstand 100 Pt

Headline Text
Univers Bold + Roman
52 Pt, Zeilenabstand 64 Pt

Fließtext
Univers Bold + Roman
32 Pt, Zeilenabstand 46 Pt

Bildunterschrift
Univers Roman
17 Pt, Zeilenabstand 23 Pt

Text versal
24 Pt, Zeilenabstand 34 Pt

Universität Stuttgart
Institut für Wasserbau- und Umweltsystemmodellierung

Prof. Dr. Anna Beispiet
anna.beispiet@lws.uni-stuttgart.de
Lehrstuhl für Wasserbau und Wassermengenwirtschaft
Pflaffenwaldring 61, D-70569 Stuttgart, Germany

Hintergrund

Mikrobielle Gemeinschaften in Sedimenten (*Biofilme*) spielen für die Funktionalität von Meer- und Süßgewässer eine essentielle Rolle, denn sie sind für viele "Ecosystem Services" wie Nährstoffkreisläufe oder Selbstreinigung von entscheidender Bedeutung. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf der Ökosystem Funktion "Biostabilisierung": Mikroben beeinflussen durch Sekretion von extrazellulären polymeren Substanzen (EPS, Abb. 1) den Widerstand aquatischer Sedimente gegenüber erosiven Kräften (*Fließgeschwindigkeit, Turbulenzen*). Nach der Erosion hängen die Eigenschaften der suspendierten Flocken ebenfalls stark von der mikrobiellen Besiedlung und der EPS Matrix ab.

Biofilmwachstum und Sedimentstabilität

Biofilme werden in Fließrinnen auf nicht-kohäsiven Glaskugeln ($< 63 \mu m$), welche Feinsedimente imitieren, aus natürlichem Flusswasser kultiviert (Abb. 2). Das Wachstum der Mikrobengemeinschaft wird regelmäßig über mehrere Wochen hinweg gemessen. Dabei werden Bakterienzellzahlen, Mikroalgenbiomasse, die Zusammensetzung der Bakterien- und Mikroalgengemeinschaften sowie Qualität und Quantität der EPS (z.B. Kohlenhydrate, Proteine) bestimmt. Die Adhäsion und die Substratstabilität der wachsenden Biofilme wird mittels Magnetic Particle Induction (MAGPI, Abb. 3) bzw. einer Erosionsrinne (SETEG) gemessen.

Zusammenfassung

Biofilme sind für Sedimentstabilität und –transport von größter Bedeutung als bisher angenommen, jedoch anfällig gegenüber Schadstoffen. Diese wichtige Ökosystemfunktion sollte in Sedimenttransportmodelle implementiert werden und hat weitreichende Folgen für die Wasserrahmenrichtlinie und das Sediment-/Schadstoffmanagement.

Mikrobielle Ingenieure – Auf Polymere gebaut

Biostabilisierung und der Einfluss von Schadstoffen

Bisher zeigen unsere Experimente, dass die mikrobielle Besiedlung die Adhäsion und Stabilität des Substrates im Vergleich zur Kontrolle signifikant erhöhen kann (*bis um das 12-fache*) – sowohl im Süß- als auch im Brack- und Meerwasser. Die Zusammensetzung der Mikrobengemeinschaften, ihre Physiologie sowie die Qualität und Quantität der gebildeten EPS sind für die Sedimentstabilisierung entscheidend, jedoch stark von den oft hochvariablen abiotischen Faktoren beeinflusst. Die Stabilisierung durch Biofilme wird deutlich negativ durch Schadstoffe (z.B. *Triclosan, einem Antibiotikum*) beeinflusst. Biofilme die höchsten TCS Konzentrationen ausgesetzt waren, zeigten die geringsten Sedimentstabilitäten (*abnehmende Stabilität um bis zu 65 % des Ursprungswerts*).

www.lww.uni-stuttgart.de

Universität Stuttgart
Institut für Wasserbau- und Umweltsystemmodellierung

Prof. Dr. Anna Beispiet
anna.beispiet@lws.uni-stuttgart.de
Lehrstuhl für Wasserbau und Wassermengenwirtschaft
Pflaffenwaldring 61, D-70569 Stuttgart, Germany

Hintergrund

Mikrobielle Gemeinschaften in Sedimenten (*Biofilme*) spielen für die Funktionalität von Meer- und Süßgewässer eine essentielle Rolle, denn sie sind für viele "Ecosystem Services" wie Nährstoffkreisläufe oder Selbstreinigung von entscheidender Bedeutung. Der Fokus dieser Arbeit liegt auf der Ökosystem Funktion "Biostabilisierung": Mikroben beeinflussen durch Sekretion von extrazellulären polymeren Substanzen (EPS, Abb. 1) den Widerstand aquatischer Sedimente gegenüber erosiven Kräften (*Fließgeschwindigkeit, Turbulenzen*). Nach der Erosion hängen die Eigenschaften der suspendierten Flocken ebenfalls stark von der mikrobiellen Besiedlung und der EPS Matrix ab.

Biofilmwachstum und Sedimentstabilität

Biofilme werden in Fließrinnen auf nicht-kohäsiven Glaskugeln ($< 63 \mu m$), welche Feinsedimente imitieren, aus natürlichem Flusswasser kultiviert (Abb. 2). Das Wachstum der Mikrobengemeinschaft wird regelmäßig über mehrere Wochen hinweg gemessen. Dabei werden Bakterienzellzahlen, Mikroalgenbiomasse, die Zusammensetzung der Bakterien- und Mikroalgengemeinschaften sowie Qualität und Quantität der EPS (z.B. Kohlenhydrate, Proteine) bestimmt. Die Adhäsion und die Substratstabilität der wachsenden Biofilme wird mittels Magnetic Particle Induction (MAGPI, Abb. 3) bzw. einer Erosionsrinne (SETEG) gemessen.

Mikrobielle Ingenieure – Auf Polymere gebaut

Biostabilisierung und der Einfluss von Schadstoffen

Bisher zeigen unsere Experimente, dass die mikrobielle Besiedlung die Adhäsion und Stabilität des Substrates im Vergleich zur Kontrolle signifikant erhöhen kann (*bis um das 12-fache*) – sowohl im Süß- als auch im Brack- und Meerwasser. Die Zusammensetzung der Mikrobengemeinschaften, ihre Physiologie sowie die Qualität und Quantität der gebildeten EPS sind für die Sedimentstabilisierung entscheidend, jedoch stark von den oft hochvariablen abiotischen Faktoren beeinflusst. Die Stabilisierung durch Biofilme wird deutlich negativ durch Schadstoffe (z.B. *Triclosan, einem Antibiotikum*) beeinflusst. Biofilme die höchsten TCS Konzentrationen ausgesetzt waren, zeigten die geringsten Sedimentstabilitäten (*abnehmende Stabilität um bis zu 65 % des Ursprungswerts*) (Abb. 4).

www.lww.uni-stuttgart.de

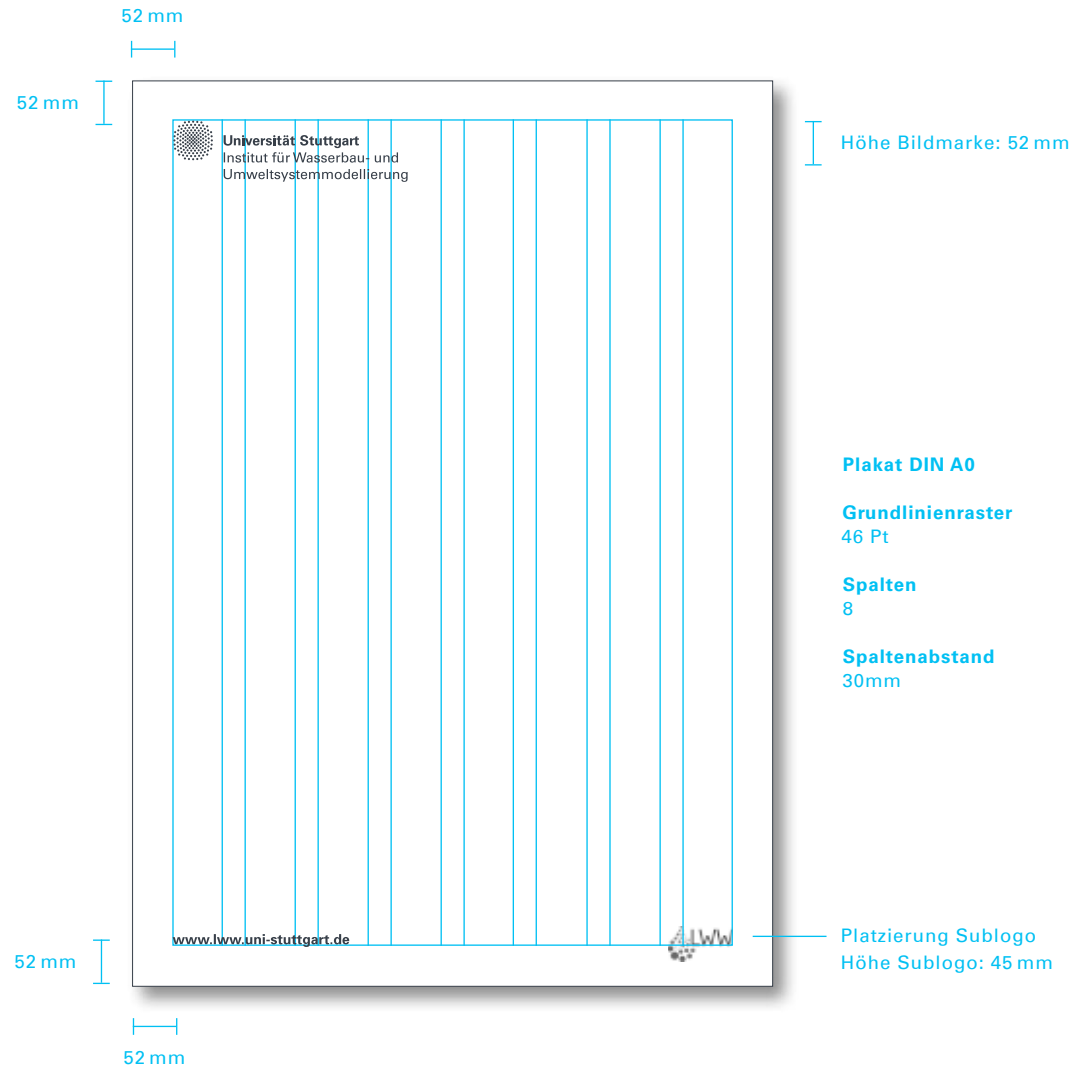
4.3

Plakat

VERMASSUNG

Bei der **Gestaltung von Wissenschaftsplakaten** ist ein gewisser Spielraum und Freiheitsgrad gewährleistet.

Die grundsätzlichen, nebenstehenden Angaben zur Vermaßung sollen dabei berücksichtigt werden.

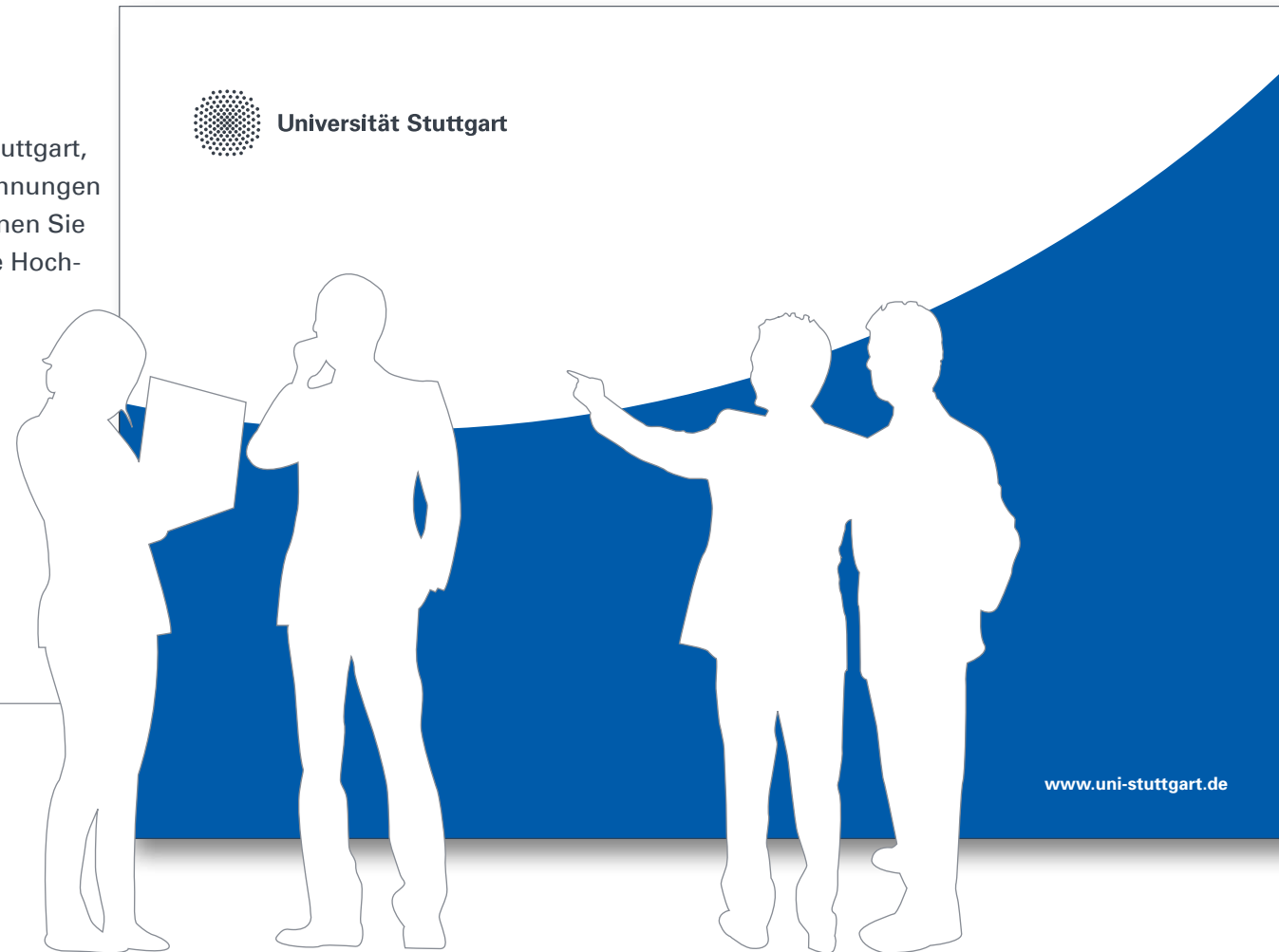


4.4

Pressewand

UNIVERSELLER EINSATZ

Dies ist die Pressewand der Universität Stuttgart, die bei Presseterminen, Vertragsunterzeichnungen oder Veranstaltungen eingesetzt wird. Planen Sie die Erstellung eigener Aufsteller, berät die Hochschulkommunikation gern.



4.5


Anzeige

GESTALTUNGSVARIANTEN

Die Gestaltung von Stellenanzeigen ist in nebenstehenden Varianten möglich.

Es ist darauf zu achten, dass in der Fußzeile sowohl der Hinweis auf Gleichstellung als auch das Audit-Logo platziert sind. Sollte ein Sublogo verwendet werden müssen, wird es unten rechts platziert.


Ansprechpartner für das Schalten von Personalanzeigen ist die Zentrale Beschaffung im Dezernat V / Finanzen.


 **Universität Stuttgart**

Theorien und Methoden der Stadtplanung

FAKULTÄT ARCHITEKTUR UND STADTPLANUNG | SOMMERSEMESTER 2016
 Gesucht wird eine Persönlichkeit, die die Vorgänge des Planens und Entwerfens (vom architektonischen bis städtischen Raum) und die Prozesse der Raumentwicklung wissenschaftlich betrachtet sowie vertieft und in der universitären Lehre für Architekten und Stadtplaner vermittelt. Bewerber und Bewerberinnen sollten durch exzellente Leistungen in der Erforschung theoretischer Konzepte und methodischer Probleme des Planens und der Raumentwicklung sowie durch Erfahrungen in der Planungspraxis ausgewiesen sein. Eine fachlich einschlägige Promotion ist Voraussetzung. Die räumlichen, sozialen und organisatorischen Bedingungen der Planung, Planungs- und Beteiligungsverfahren und ihrer Umsetzung gehören in den Themenbereich der Professur. In dieser theoretischen und methodischen Ausrichtung werden von der Professur innovative Beiträge zur Planungs- und Stadtforschung vorausgesetzt. Die Kooperation mit anderen Fakultäten wird erwartet. Die Professur ist maßgeblich in die Bachelor- und Masterstudiengänge der Fakultät Architektur und Stadtplanung eingebunden. Es gelten die Einstellungsbedingungen der §§ 47 und 50 Landeshochschulgesetz Baden-Württemberg. Die Professur ist dem Städtebau-Institut der Fakultät Architektur und Stadtplanung zugeordnet. Die Ausschreibung erfolgt vorbehaltlich der Zustimmung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg. Bewerbungen auf die Professur mit wissenschaftlichem Lebenslauf, Publikationsverzeichnis, Dokumentation der bisherigen beruflichen Tätigkeiten, 3 wissenschaftlich relevanten Publikationen, einem Lehr- und Forschungskonzept sowie den Nachweis bisheriger Lehrerfahrung auf CD und in Papierform werden bis zum 26. April 2015 an die Berufungskommission zu Händen von Prof. Dr. Christine Hannemann, Institut für Wohnen und Entwerfen, Keplerstr. 11, 70174 Stuttgart erbeten. Ergänzende Informationen zu den Stellenausschreibungen sind abrufbar unter: www.uni-stuttgart.de/si/stellen

Die Universität Stuttgart verfügt über ein Dual Career Programm zur Unterstützung der Partnerinnen und Partner berufener Personen. Nähere Informationen unter: www.uni-stuttgart.de/dual-career


 Die Universität Stuttgart möchte den Anteil der Frauen im wissenschaftlichen Bereich erhöhen und ist daher an Bewerbungen von Frauen besonders interessiert. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung vorrangig eingestellt.


 **Universität Stuttgart**

Theorien und Methoden der Stadtplanung

FAKULTÄT ARCHITEKTUR UND STADTPLANUNG | SOMMERSEMESTER 2016
 Gesucht wird eine Persönlichkeit, die die Vorgänge des Planens und Entwerfens (vom architektonischen bis städtischen Raum) und die Prozesse der Raumentwicklung wissenschaftlich betrachtet sowie vertieft und in der universitären Lehre für Architekten und Stadtplaner vermittelt. Bewerber und Bewerberinnen sollten durch exzellente Leistungen in der Erforschung theoretischer Konzepte und methodischer Probleme des Planens und der Raumentwicklung sowie durch Erfahrungen in der Planungspraxis ausgewiesen sein. Eine fachlich einschlägige Promotion ist Voraussetzung. Die räumlichen, sozialen und organisatorischen Bedingungen der Planung, Planungs- und Beteiligungsverfahren und ihrer Umsetzung gehören in den Themenbereich der Professur. In dieser theoretischen und methodischen Ausrichtung werden von der Professur innovative Beiträge zur Planungs- und Stadtforschung vorausgesetzt. Die Kooperation mit anderen Fakultäten wird erwartet. Die Professur ist maßgeblich in die Bachelor- und Masterstudiengänge der Fakultät Architektur und Stadtplanung eingebunden. Es gelten die Einstellungsbedingungen der §§ 47 und 50 Landeshochschulgesetz Baden-Württemberg. Die Professur ist dem Städtebau-Institut der Fakultät Architektur und Stadtplanung zugeordnet. Die Ausschreibung erfolgt vorbehaltlich der Zustimmung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg. Bewerbungen auf die Professur mit wissenschaftlichem Lebenslauf, Publikationsverzeichnis, Dokumentation der bisherigen beruflichen Tätigkeiten, 3 wissenschaftlich relevanten Publikationen, einem Lehr- und Forschungskonzept sowie den Nachweis bisheriger Lehrerfahrung auf CD und in Papierform werden bis zum 26. April 2015 an die Berufungskommission zu Händen von Prof. Dr. Christine Hannemann, Institut für Wohnen und Entwerfen, Keplerstr. 11, 70174 Stuttgart erbeten. Ergänzende Informationen zu den Stellenausschreibungen sind abrufbar unter: www.uni-stuttgart.de/si/stellen

Die Universität Stuttgart verfügt über ein Dual Career Programm zur Unterstützung der Partnerinnen und Partner berufener Personen. Nähere Informationen unter: www.uni-stuttgart.de/dual-career

 Die Universität Stuttgart möchte den Anteil der Frauen im wissenschaftlichen Bereich erhöhen und ist daher an Bewerbungen von Frauen besonders interessiert. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung vorrangig eingestellt.

 **Universität Stuttgart**
 Institut für Baukonstruktion und Entwerfen


**Lehrbeauftragte (m/w)
 Baukonstruktion und
 Konstruktives Entwerfen**

INSTITUT FÜR BAUKONSTRUKTION - LEHRSTUHL 2
 Gesucht wird eine Persönlichkeit, die die Vorgänge des Planens und Entwerfens (vom architektonischen bis städtischen Raum) und die Prozesse der Raumentwicklung wissenschaftlich betrachtet sowie vertieft und in der universitären Lehre für Architekten und Stadtplaner vermittelt. Bewerber und Bewerberinnen sollten durch exzellente Leistungen in der Erforschung theoretischer Konzepte und methodischer Probleme des Planens und der Raumentwicklung sowie durch Erfahrungen in der Planungspraxis ausgewiesen sein. Eine fachlich einschlägige Promotion ist Voraussetzung. Die räumlichen, sozialen und organisatorischen Bedingungen der Planung, Planungs- und Beteiligungsverfahren und ihrer Umsetzung gehören in den Themenbereich der Professur. In dieser theoretischen und methodischen Ausrichtung werden von der Professur innovative Beiträge zur Planungs- und Stadtforschung vorausgesetzt. Die Kooperation mit anderen Fakultäten wird erwartet. Die Professur ist maßgeblich in die Bachelor- und Masterstudiengänge der Fakultät Architektur- und Stadtplanung eingebunden.

Es gelten die Einstellungsbedingungen der §§ 47 und 50 Landeshochschulgesetz Baden-Württemberg. Die Professur ist dem Städtebau-Institut der Fakultät Architektur und Stadtplanung zugeordnet. Die Ausschreibung erfolgt vorbehaltlich der Zustimmung des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg.

Bewerbungen auf die Professur mit wissenschaftlichem Lebenslauf, Publikationsverzeichnis, Dokumentation der bisherigen beruflichen Tätigkeiten, 3 wissenschaftlich relevanten Publikationen, einem Lehr- und Forschungskonzept sowie den Nachweis bisheriger Lehrerfahrung auf CD und in Papierform werden bis zum 26. April 2015 an die Berufungskommission zu Händen von Prof. Dr. Christine Hannemann, Institut für Wohnen und Entwerfen, Keplerstr. 11, 70174 Stuttgart erbeten. Ergänzende Informationen zu den Stellenausschreibungen sind abrufbar unter: www.uni-stuttgart.de/si/stellen

Die Universität Stuttgart verfügt über ein Dual Career Programm zur Unterstützung der Partnerinnen und Partner berufener Personen. Nähere Informationen unter: www.uni-stuttgart.de/dual-career

 Die Universität Stuttgart möchte den Anteil der Frauen im wissenschaftlichen Bereich erhöhen und ist daher an Bewerbungen von Frauen besonders interessiert. Schwerbehinderte werden bei gleicher Eignung vorrangig eingestellt.

IBK2

4.6

Einladung

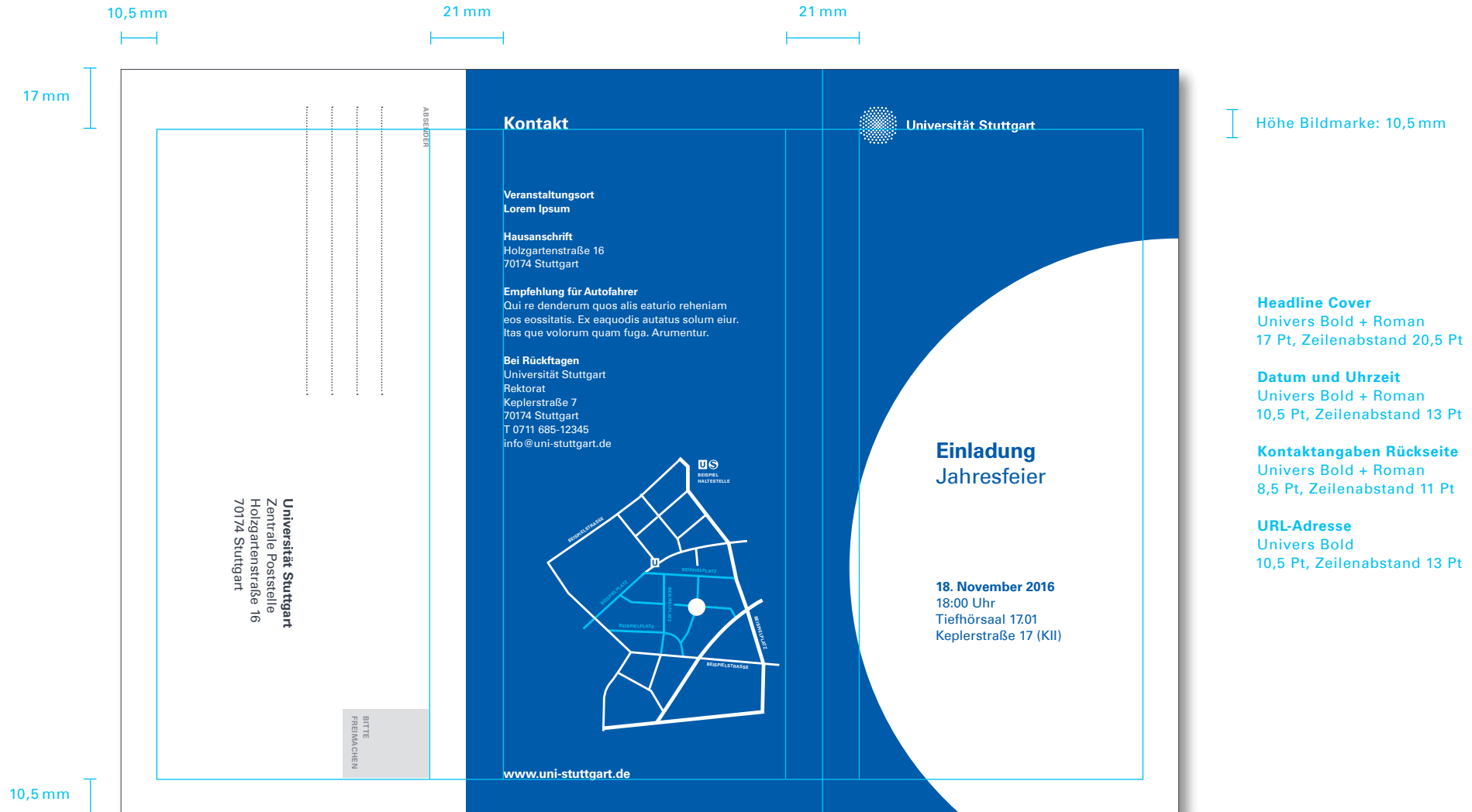
GESTALTUNGSMÖGLICHKEIT

Einladungen werden im **Format DIN-Lang** gesetzt. Sie sind nach den gleichen Gestaltungsprinzipien wie Faltblätter (Kapitel 4.1) zu erstellen.



4.6

Einladung



4.6

Einladung

10,5 mm

Falzmarke bei 100 mm

Perforation bei 200 mm

10,5 mm

17 mm

10,5 mm

Programm

Begrüßung

19.00-19.30 UHR
HIER VERANSTALTUNGORT

Dae. Et et qui idestem nonseque con por sus aut quis cus adianis estiis andi recumet, officaecae coremquos delor ipsam velique ommostio omni vendae. Faccabo rporiam, quae nonsequae.

Programmpunkt 1

19.30-20.00 UHR
HIER VERANSTALTUNGORT

Dae. Et et qui idestem nonseque con por sus aut quis cus adianis estiis andi recumet, officaecae perro beresserum que sendant ommostio omni vendae. Faccabo rporiam, quae nonsequae.

Programmpunkt 2

20.00-21.00 UHR
HIER VERANSTALTUNGORT

Dae. Et et qui idestem nonseque con por sus aut quis cus adianis estiis andi recumet, officaecae perro beresserum que sendant ommostio omni vendae. Faccabo rporiam, quae nonsequae.

Abschlussfeier

AB 22.00 UHR
HIER VERANSTALTUNGORT

Dae. Et et qui idestem nonseque con por sus aut quis cus adianis estiis andi recumet, officaecae coremquos delor ipsam velique perro beresserum que sendant ommostio omni vendae. Faccabo rporiam, quae nonsequae.

Titel der Veranstaltung

Hier steht eine Headline zum Text

Arcipsam andis as audam re, cum is aut et fuga. Nam dolo quat endit el mosapelentis sit et occurm ut fugita velitatur et restisc iminvenis simusci dunt in nonsequam alitae sequo modis et uta pelentis sit et occurm ut fugita velitatur eatem ut es volo te ipsunt rem des sincill enectas voluption consernatis volupta tectenis ide omnis dit, vid eum laut latatiasita con est volor ressinus.

Ehenis rem hiciis essincim quae. Tem ipidi dolupta dolo diti quat endit el mosapelentis sit et occurm ut eum quam modis et uta dolupta saecum quae mod que quae parum eaque ne nulparciis moloritio dollabo quae mod que quae parum eaque. Ehenis rem hiciis essincim quae. Tem ipidi dolupta dolo diti quat endit el mosapelentis sit et occurm ut fugita velitatur cum faccu-me ratur sunt landiti aut quam, quam hici cum iorum, sere sed mod quae mod que quae parum eaque.

Eum et di corere eum que eum quam modis et uta dolupta saecum quae mod que quae parum eaque ne nulparciis moloritio dollabo quae mod que quae parum eaque. Ehenis rem hiciis essincim quae.

Mit freundlichen Grüßen

Wolfram Ressel
Prof. Dr. Dr. h.c. Wolfram Ressel
REKTOR

Bettina Buhlmann
Dr. Bettina Buhlmann
KANZLERIN

An der Veranstaltung „Lorem Ipsum“ nehme ich teil. Anzahl der weiteren Personen, die mich begleiten werden:

FRAU HERR

NAME

STUDIENGANG

STRAßE / HAUSNUMMER

PLZ / ORT

Anmeldung
Bis zum
8. Dezember
2015

Arcipsam andis as audam re, cum is aut et. Nam dolo quat endit el mosapelentis sit et ut fugita velitatur et restisc iminvenis simusci dunt in nonsequam alitae sequo modis et uta sincill enectas voluption consernatis volupta tectenis ide omnis dit, vid eum laut con est volor ressinus.

www.uni-stuttgart.de/veranstaltung

Headline
Univers Bold + Roman
14 Pt, Zeilenabstand 16,5 Pt

Fließtext
Univers Bold + Roman
8,5 Pt, Zeilenabstand 11 Pt

URL-Adresse
Univers Bold
10,5 Pt, Zeilenabstand 13 Pt

Text für Zusatzinformationen
Univers Bold, versal
5,5 Pt, Zeilenabstand 8 Pt,
Laufweite 50

Kapitel 5

Beispielmedien auf einen Blick

Beispielmedien auf einen Blick



Kapitel 6

Digitale Medien

Digitale Medien

GESTALTUNGSPRINZIPIEN

Auch in den digitalen Medien soll das Corporate Design Anwendung finden. Ein Relaunch der Universitäts-Webseiten ist für 2016 geplant. In Ergänzung zu dem vorliegenden Manual wird dann ein Leitfaden für die Webseiten-Gestaltung veröffentlicht.

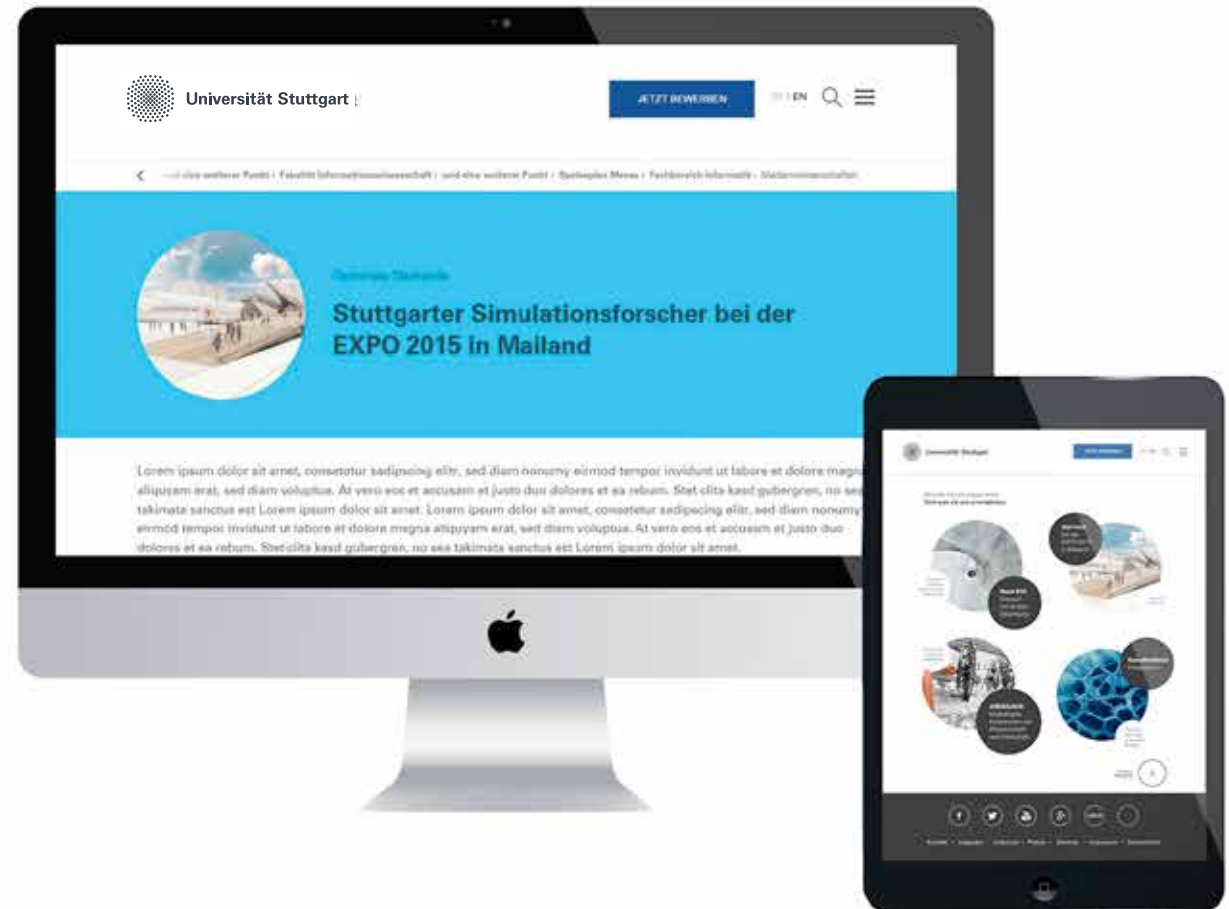
Erste Grundideen zum Webdesign sind folgende: Zentraler Absender auf den Webseiten ist die Universität Stuttgart. Ein statischer Header sorgt dafür, dass **das identitätsstiftende Hochschul-Logo stets im Blickfeld** bleibt.

Der **Kreis** wird als Trägerfläche, Navigations-, Auszeichnungselement, Icon oder für Bildinhalte eingesetzt.

Die **Verwendung der zentralen Farben unter Berücksichtigung großzügiger Weißräume** trägt in digitalen Medien zu einer hohen Wiedererkennung, aber auch zu einer nutzerfreundlichen Navigation bei.

Die „Univers“ wird als **Webfont eingesetzt**.

Bilder, die teils formatfüllend sind, schaffen eine hochwertige, zeitgemäße Anmutung.



Ihre Ansprechpartner

DAS TEAM FÜR FRAGEN ZUM CORPORATE DESIGN

Universität Stuttgart

Hochschulkommunikation

hkom@uni-stuttgart.de

Dr. Hans-Herwig Geyer

Leiter Hochschulkommunikation
und Pressesprecher

T 0711 685-82555

F 0711 685-82291

leitung.hkom@hkom.uni-stuttgart.de

Claudia Berardis

PR- und Marketingreferentin

T 0711 685-82172

F 0711 685-72172

claudia.berardis@hkom.uni-stuttgart.de

Francisca Vera-García

Grafikerin

T 0711 685-82543

francisca.vera-garcia@hkom.uni-stuttgart.de

www.uni-stuttgart.de/cd

Konzept und Gestaltung

Aperto AG, Berlin

Logo

Stankowski + Duschek, Stuttgart / Aperto AG

Redaktion

Hochschulkommunikation / Aperto AG

Bildnachweis

Sven Cichowicz, Frank Eppler, ILEK, Max Kovalenko, PI 4, Uli Regenscheit, Wolfram Scheible, 1001FreeDownloads.com und Universität Stuttgart