

TUM Corporate Design

Die zweite, erweiterte und gründlich revidierte Auflage des Styleguides ist da!

Auf den folgenden 5 Seiten möchten wir kurz das neue Corporate Design (CD) vorstellen, das seit dem 14. März 2007 wirksam ist.

Hier bekommen Sie außerdem Antworten auf die häufigsten Fragen zum Corporate Design. Die Details zu den gezeigten Anwendungsbeispielen erfahren Sie im offiziellen Styleguide oder im Internet unter www.tum.de/link/design.

Was ist neu am TUM Corporate Design?

Der gestalterische Auftritt der TUM soll die bestehenden Komponenten, das TUM-Logo, den markanten Blauton und die Hausschrift zu einer eleganten, universell einsetzbaren und technisch modernen Gesamtgrafik vereinen.

Die gute Anwendbarkeit, die optische Zurückhaltung und der hohe Wiedererkennungswert des CD waren die Kernziele der Gestaltungsarbeit.

Warum sollen die neuen Produkte eingesetzt werden?

Ihr konsequenter Einsatz hilft, das Corporate Design der TUM zu verbreiten. So steht jedes Mitglied der TUM in der Verantwortung und kann das Profil und die Sichtbarkeit unserer TUM stärken und mitprägen.

Welche Komponenten wurden gestaltet?

1. Die einprägsame Bildmarke der TUM wurde unverändert übernommen. Sie kann vollflächig oder als Linienvariante in den Farben Blau (Pantone 300 C), Schwarz oder Weiß eingesetzt werden. Die Textmarke kann unveränderbar links oder rechts jeweils daneben oder darunter stehen.
2. Generell ist der TUM-Auftritt außerhalb des Webs von der Farbe Weiß als Hintergrund, Schwarz für Schrift und Grafik und der Farbe Blau als Hintergrund oder Grafik geprägt. Blaue Hintergründe können Silhouetten, Transparenzen oder Verläufe enthalten.
3. Die Hausschrift der TUM ist die TUM Neue Helvetica. Charakter und Ausdruck einer Schrift sind eng mit dem optischen Auftritt einer Einrichtung verknüpft. Daher wird ab sofort an der TUM ausschließlich mit der TUM Neue Helvetica gearbeitet.
4. Schmuck und Akzentfarben. Vorlagen für PPT-Vorträge, für Druckvorlagen (z.B. Fax, Faltblätter, Aushänge usw.), Bild und Textmarken und Weiteres wurden angefertigt und stehen über den Downloadbereich den TUM-Mitarbeitern zur Verfügung.

Das neue Gesicht der TUM

Seit Mitte März 2007 tritt die TUM in einem weiter entwickelten, konsequenten Corporate Design auf. Das schriftliche und grafische Erscheinungsbild ist in einem überarbeiteten, stark erweiterten Styleguide festgehalten.

Dazu hat TUM-Präsident Prof. Wolfgang A. Herrmann ein Vorwort verfasst, in dem es heißt:

»Aus kleinen Anfängen heraus ist unsere Universität mit wissenschaftlichen Leistungen und technischen Errungenschaften zu einer international beachteten Größe geworden. Aus der Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder gingen wir im vergangenen Jahr als eine von drei deutschen Siegeruniversitäten hervor. Damit nehmen uns auch die breite Öffentlichkeit und die Medien als Referenzfaktor eines modernen, an internationalen besten Standards ausgerichteten Hochschulsystems wahr. Durch das Ziel gegangen sind wir als »Entrepreneurial University«. Unternehmerischer Geist bedeutet, sich auf Wettbewerb und Risiko einzulassen, auf der oberen Skala der Wertschöpfung mit exzellenten Produkten und Dienstleistungen mitzuhalten und das menschliche Klima eines guten Miteinander zu verstetigen.

Ein guter Unternehmer, ob in der Wissenschaft oder Wirtschaft, legt aber auch Wert auf einen gemeinsamen Auftritt – nach innen wie nach außen. Die Ausprägung der Corporate Identity erfolgt zwar über die Menschen und ihren inneren Zusammenhalt, sie artikuliert sich aber nicht zuletzt in einem konsequenten Corporate Design. Das Corporate Design ist das Erscheinungsbild unserer Universität in der schriftlichen und grafischen Darstellung ihrer Anliegen, Grundsätze und Ergebnisse. Es hat die Aufgabe, ein einheitliches Bild so professionell zu kommunizieren, dass daraus ein hoher Wiedererkennungswert der Universität in ihrer Ganzheit resultiert.

Das Produkt unserer Universität ist, vereinfacht gesagt, neues Wissen aus Wissenschaft und Forschung. Das Wissen der technischen Universität hat dazu noch das Sonderattribut, dass es möglichst in die technische Realität umsetzbar ist. Dieses sich ständig erweiternde Wissen braucht ein zuverlässiges Kommunikationssystem, um das komplexe Netzwerk von Instanzen und Personen zu erreichen, die ihrerseits das Wissen nutzen, um weitere Ausweitungsprozesse in Gang zu setzen (Corporate

Network). Nur ein übergreifendes Kommunikationssystem verhindert isolierte Entwicklungen, Zersplitterungen, Informationsverlust. Es ist deshalb von großer Bedeutung, die TU München als Ort der Wissenschaft für Lehre, Forschung und Förderung des begabten wissenschaftlich-technischen Nachwuchses im Bewusstsein der Öffentlichkeit zu verankern. Ein wichtiges Werkzeug ist dabei ein in sich logisches Erscheinungsbild, das diesen Anspruch auch formal widerspiegelt. Das neue TUM Corporate Design leistet dies...

In den vergangenen Jahren haben Sie, liebe Mitarbeiter unserer Universität, zum Erscheinungsbild der TUM vielfach beigetragen. Ich bin Ihnen sehr dankbar, dass Sie das erstmals im Jahr 2000 vorgegebene Regelwerk unseres Corporate Design bereitwillig aufgenommen und umgesetzt haben. Bereits damals stand das charakteristische TUM-Logo im Mittelpunkt, das heute als identitätsstiftendes Markenzeichen weit über unsere Universität hinaus verstanden wird. Seither haben wir uns gemeinsam weiterentwickelt, und so kann ich Ihnen heute die Fortschreibung unseres grafischen Erscheinungsbildes in Form des ersten Teils eines stark erweiterten Styleguide vorlegen. Als Wissenschaftler waren wir gut beraten, uns der fantasievollen, kompetenten Hilfe von Experten zu versichern, die in der Welt des Corporate Design leben. Ich danke an dieser Stelle den tüchtigen jungen Design- Spezialisten Hugger und Rampp, die als Gestaltungsgesellschaft ediundsepp unter Beratung unseres Architektenkollegen Prof. Thomas Herzog ein überzeugendes Regelwerk vorgelegt haben. Ihnen verdanken wir auch die neuen Fakultätslogos, die sich sofort nach dem positiven Votum der Fakultäten und der Erweiterten Hochschulleitung eingebürgert haben. Dieselbe Akzeptanz wünschen wir den weiterführenden, durchaus verbindlichen Empfehlungen zur Gestaltung des grafischen und medialen Auftritts, wie sie im neuen Styleguide dargelegt sind.«



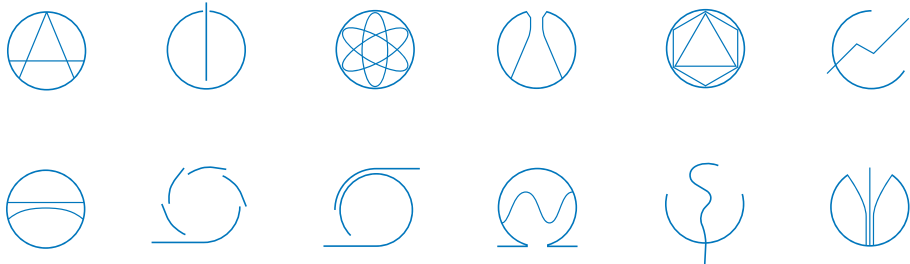
Die Hausschrift:
TUM Neue Helvetica

ABEGR abegr

ABEGR abegr

ABEGR abegr

ABEGR abegr



Fakultätslogos



Die Bildmarke der TUM



Die Wortbildmarke




TUM Corporate Design

Die Geschäftsausstattung:
einheitliche Visitenkarten,
Briefpapiere und Faxvorlagen

An: _____

Betreff: _____


Vom: _____



Technische Universität München

Fakultät für Elektro- und
Informationstechnik
Lehrstuhl für
Musterschaltungen


Prof. Dr.-Ing.
Max Mustermann
Arcostraße 21
80333 München / Germany
Tel +49 89 289 00000
Fax +49 89 289 00000
max.mustermann@tum.de
www.tms.tu-m.de




Prof. Dr.-Ing.
Max Mustermann

Technische Universität München
Fakultät für Elektrotechnik
und Informationstechnik
Lehrstuhl für Musterschaltungen

Arcostraße 21
80333 München / Germany
Tel +49 89 289 00000
Fax +49 89 289 00000
max.mustermann@tum.de
www.tms.tu-m.de



Technische Universität München



Fakultät für Elektro- und
Informationstechnik
Lehrstuhl für
Musterschaltungen

Prof. Dr.-Ing.
Max Mustermann
Arcostraße 21
80333 München
Germany
Tel +49 89 289 00000
Fax +49 89 289 00000
max.mustermann@tum.de
www.tms.tu-m.de

München, 08. Sept. 2010

Betreff: Blindtext

Dear Mr. Müller:

Ulput doluptat wis ad ting eugue del exerostrud deliquat, consetem zzril in henibh eros nit am ad eui tatur ipsi ut accum zzril, velendio od elis alscispusto dolor sissequat lan uite exero od fio ea facilian veliquatue tat, veliquam augiam atonsequis nos alis nos nim zzriustie tate del dolor praestis endipsium iureet augiam diatie te faccum veliquismod etueri iquam, vullum exero dolorem nulla-met pratumsandit nos nos digna core conulluptat.

Duissequam, qui euisi tet lut la core volor sis aut at ullamet lut lupat lore coreet, sum zzril ullandiam incidiu piscincipis nis dit verilis ad dunt lor ate magnim velis acing el ulputem velit iritit dolestud tat in er sed te feugue dionsed te ming exerostint nonulla aliquid eliguis nonlupu tetumsan vel iustrud enibh eilit dolorperos nim quale feugiam, suscillumian ulla facilit ipsummy nullaore faccumsvandv ver sustionsenis nonulla aliscilliam, susciduis aute et augue et, quat praestud ex eu faccummy nosis accum zzril ip et wis duissectae velit ut landre consed dolobore do dipit praesen ismodol orpero dunt la consed eseniscilli praesto euisi dunt nis accummy num nummy nullaortin hent lute dolobor erasesecte conum zzrilla faccum odignim quip eum ercing et ad te tat.

Sisit adpiti, sequis nim quis nit nullaoreet verillute dolesto odolore magna facipit la facicilli incidunt lut lupat. Ut nullum venisi.

Ureest at dignis dolore sumsandipisti dotore vel ipit augait alit vendre eliquatum delenim zzrit adpiti do conulla consed te mincipis er sit, velesecte do dipis ad ese delis aci blamat aliquid summodolor se dolorpero odolore delesectae delit lupat. Core delestud mincipis dolorper auguer sisim dolum in utetuer sit laorem larem ipis amconsecte dolobore dolorem nos autatum in henim ero cortio esto dio odolor sit ad min henim zzrilit nit dolor sim ver sis nosto corestum venisse ctetuer sit lan et eliquat irit alit ex at. Dupis aut am, sis del ulput iriure-nos nos am, con hendre dio delent nostrud tion vercin upute mod te miniscil ut nis nulluptat. Ming eilit laore ting ex et wis dipusianiam am doluptat. Obor sis nim exercilqup ea faccummodit ad emmy nullam, quatumsan ullah vullum at. Tue feu faccum quat wis dio od eum veniam oreute modolen dreet, voless-enibh esting eum larem vel utpat dolum tat.

rud deliquat, consetem zzril in zril, velendio od elis alscispusto veliquatue tat, veliquam augiam plobor praestis endipsium iureet am, vullum exero dolorem nulla-at.


is aut at ullamet lut lupat lore nis dit verilis ad dunt lor ate id tat in er sed te feugue dionsed ou tetumsan vel iustrud enibh eilit h ulla facilit ipsummy nullaore am, susciduis aute et augue et, zzrit ip et wis duissectae velit ut ol orpero dunt la consed eserisimy nullaortin hent lute dolobor eum ercing et ad te tat.

te dolesto odolore magna facipit

ipit augait alit vendre eliquatum pils er sit, velesecte do dipis ad plorpero odolore delesectae delit iguer sisim dolum in utetuer sit h nos autatum in henim ero cortio lor sim ver sis nosto coretum Dupis aut am, sis del ulput iriure-vercin upute mod te miniscil ut sustiniam am doluptat. Obor sis lam, quatumsan ullah vullum at, oreute modolen dreet, voless-ad molenit at. Si. Met velisi bla p el eummodiam, con et, velis

Seite 1



Quer- und hochformatige Aushänge




Bei Querformataushängen sind Überschriften Bold, 50 pt

Zwischenüberschrift: 42 pt

Neue Helvetica Regular 32 pt

Aushänge mit Pfeilen
möchten in der TUM gerne einheitlich aussehen.



**Aushang Überschrift: Maximale Größe 21 pt
Linksbündig & wenn möglich maximal 2 Zeilen!**

Zwischenüberschriften: Maximale Schriftgröße 16 pt

Maximalschriftgröße Fließtext 13 pt – Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo.

Ein Aushang kann ein- oder zweispaltig sein.

Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore feugiat nulla facilis. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore feugiat nulla facilis. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore feugiat nulla facilis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore feugiat nulla facilis. Nam liber tempor cum soluta nobis eleifend option congue nihil imperdiet doming id quod mazim placerat facer possim assum. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore feugiat nulla facilis at vero et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore feugiat nulla facilis.



Faltblätter

PowerPoint-Vorlagen

Poster



Antworten auf häufig gestellte Fragen

Wo gibt es den Styleguide?

Falls Sie noch keine Ausgabe der zweiten, überarbeiteten Auflage des Styleguides zugesandt bekommen haben, erhalten Sie diesen bei Gabriele Ulitz, Abteilung Presse & Kommunikation der TUM, unter ulitz@zv.tum.de.

Wo bekomme ich Visitenkarten und Briefpapier?

Vorlagen für das Briefpapier gibt es zum downloaden im mytum-Portal unter www.tum.de/link/design. Dort finden Sie auch PDF-Formulare und Excel-Vorlagen, die Sie mit Ihren Daten befüllen können, um professionell gedruckte Visitenkarten und Briefpapiere zu bestellen. Schicken Sie diese an tum@ediundsepp.de. Alles Weitere zum Vorgehen finden Sie in den Erklärungen auf dem PDF-Formular. Sonstige Fragen zu diesem Thema können Sie an dieselbe E-Mail-Adresse senden.

Wer trägt die Kosten für Gestaltung und Druck von Visitenkarten und Briefpapier?

Die Kosten für Gestaltung und Handling trägt die TUM. **ediundsepp** erstellt druckfertige PDFs, die auch direkt an eine Druckerei weitergeleitet werden können. Die Druckkosten tragen die Institute selbst. Eine Preisliste für die Druckkosten können Sie unter tum@ediundsepp.de anfordern.

Wo finde ich die Downloads der Logos, der Word-Vorlagen für Faltblätter, Aushänge, Poster und der PowerPoint-Vorlagen?

Alle Downloads finden Sie auf der Homepage der TUM unter www.tum.de/link/design. Wordvorlagen finden Sie unter dem Menüpunkt »Geschäftsausstattung« (Briefpapier, Faxvorlagen) und »Drucksachen« (Faltblätter, Poster...). Vorlagen für PowerPoint unter »Elektronische Medien/PPT-Vorlagen«

Wie installiere ich auf meinem Rechner die Hausschrift TUM Neue Helvetica?

Laden Sie sich im mytum-Portal unter www.tum.de/link/design die Archivdatei mit der Hausschrift herunter. Entpacken Sie die Datei, benutzen Sie dafür das Passwort, das zusammen mit Styleguide und Brief des Präsidenten an Ihren Lehrstuhl gesandt worden ist. Im entpackten Ordner finden Sie Installationshinweise für Windows, Linux und Mac OS X Systeme.

An wen kann ich mich mit gestalterischen Fragen wenden?

An **ediundsepp**: tum@ediundsepp.de

Medienecho

»Auffallend häufig wird die Helvetica für Namenszüge von Firmen verwendet, die Sicherheit, Solidität und Seriosität ausstrahlen sollen oder wollen.«

»Die Helvetica markiert somit nicht weniger als eine kleine Revolution in der visuellen Gestaltung unserer Welt.«

»Rasch wird klar..., dass sie ein Chamäleon ist: eine demokratische Schrift einerseits, aber andererseits auch die Schrift der großen Konzerne.«

Süddeutsche Zeitung, 31.3.2007