

Das hat sich *nicht* geändert:

Für das Erscheinungsbild der Universität Duisburg-Essen gibt es vor allem drei identitätsstiftende Elemente:

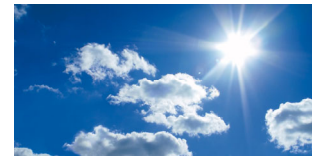
a) Logo
(mit Marken-Claim)



b) Farbkombination
Uni-Blau mit Uni-Beige



c) Himmel-/
Wolken-Motive



Diese Elemente sind unverändert und bleiben weiterhin grundlegender Bestandteil des UDE Corporate Designs.

Das hat sich geändert:

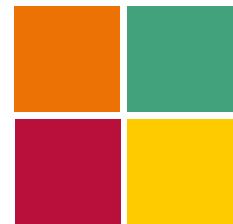
1. Signet der Universität Duisburg-Essen

- Das neue Signet ergänzt das Logo, das weiterhin der Standard ist. Damit schließen wir die Lücke, die es beim Bedarf für eine Kurzversion gab.
- Das Signet darf immer dann statt des Logos eingesetzt werden, wenn der Platz für das Logo nicht ausreicht oder das Format des Logos zu stark einschränkt.



2. Zusatzfarben

- Zur Unterstützung der Hauptfarben Uni-Blau und Uni-Beige und der Farbe Uni-Hellblau wurden vier Zusatzfarben definiert.
- Die Zusatzfarben sind zum Setzen von Akzenten gedacht (z. B. bei Störern) und sollen sehr sparsam eingesetzt werden.
- Die konkreten Farbwerte der Farben finden Sie im Markenhandbuch.



3. Fokus-Box

- Um etwas vielfältiger gestalten zu können, wurde als neues Gestaltungselement die Fokus-Box eingeführt.
- Die Fokus-Box dient dazu, das Bild und den Text sinnvoll miteinander zu verbinden (siehe Beispiel Plakat).
- Die Nutzung der Fokus-Box ist optional.
- Die Fokus-Box soll sparsam eingesetzt werden, d.h. maximal eine pro Seite, und darf nur in den Primär- und Zusatzfarben genutzt werden.



4. Briefvorlagen

- Bei den Briefvorlagen wurde das Layout überarbeitet, sie sind jetzt barrierefrei.
- Die neuen Briefvorlagen, die es weiterhin in vier Versionen gibt, stehen wie gewohnt im Internet zum Download bereit.

5. Weißer Rahmen

- Bei den Rastern zur Gestaltung von Kommunikationsmitteln (z. B. Plakate, Flyer etc.) wurde bisher obligatorisch ein weißer Rahmen verwendet.
- Der weiße Rahmen ist weiterhin zulässig, ist aber nicht mehr obligatorisch, sodass auch randlose Layouts möglich sind.