

MARKENHANDBUCH

Stand: September 2025

Ihr Markenportal mit allen Vorlagen: www.uni-due.de/de/intranet/markenportal.php

INHALT

Seite 4: Wortmarke und Claim

Seite 6: Signet

Seite 7: Schriften

Seite 8: Farben

Seite 10: Bildwelt

Seite 13: Vorlagen

MARKENHANDBUCH

Ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild ist ein wesentlicher Bestandteil der Marken- und Identitätsbildung der Universität Duisburg-Essen (UDE). Es trägt dazu bei, die Wiedererkennbarkeit zu sichern, Professionalität zu vermitteln und die Positionierung der Universität in der internen wie externen Kommunikation zu stärken. Der vorliegende Styleguide dient als verbindliche Grundlage für die Gestaltung sämtlicher visueller Kommunikationsmittel.

Das Dokument richtet sich an alle Personen, die Kommunikationsmaterialien im Namen der UDE erstellen, gestalten oder veröffentlichen – darunter Mitarbeitende, Studierende sowie externe Dienstleister. Ziel ist es, die konsistente Anwendung der visuellen Gestaltungselemente sicherzustellen und so eine einheitliche Außenwirkung zu gewährleisten.

Auf den folgenden Seiten finden Sie detaillierte Informationen zur Gestaltung von Kommunikationsmitteln für den internen und externen Gebrauch. Der Styleguide enthält sowohl praktische Hinweise als auch verbindliche Vorgaben für die Gestaltung.

- _ Vorlagen und Downloads:
Über bereitgestellte Webadressen erhalten Sie Zugriff auf Vorlagen für Geschäftsausstattung, Publikationen und Präsentationen.
- _ Gestaltungsvorgaben:
In diesem Abschnitt werden grundlegende Richtlinien für die Erstellung von Kommunikationsmitteln definiert. Dazu gehören Vorgaben zu Logo, Farbwelt, Schriften, Bildsprache, Formaten und Abständen.
- _ Anwendung des Logos:
Hier finden Sie konkrete Hinweise zur Platzierung, Mindestgrößen, Schutzräumen sowie zur korrekten und unzulässigen Nutzung des Logos.
- _ Typografie und Schriften:
Es werden die festgelegten Schriftarten beschrieben und deren Einsatzbereiche erläutert.
- _ Bildsprache:
Hinweise zur Auswahl, Verwendung und rechtlichen Absicherung von Bildern runden diesen Abschnitt ab.

Darüber hinaus enthält das Dokument Beispiele für die praktische Anwendung der Gestaltungsrichtlinien und unterstützt damit die einfache Umsetzung in unterschiedlichen Kommunikationskontexten.

WORTMARKE UND CLAIM

Wortmarke mit Claim sind die wichtigsten Bestandteile unserer Corporate Identity. Diese Konstellation ist verbindlich zu verwenden, die Wortmarke wird nicht ohne Claim eingesetzt. Der Claim hat den Abstand eines Versals zum Logo/zur Wortmarke. Die Konstellation „Wortmarke und Claim“ ist fix und darf in sich **nicht verändert werden**. Diese Kombination steht zum Download bereit und kann auf diese Weise unkompliziert verwendet werden.

Das Logo ist **immer rechts und im Anschnitt** zu platzieren. Ist die Platzierung im Anschnitt aufgrund von (druck-) technischen Vorgaben nicht zu realisieren, so muss das Logo immer am rechten Rand der Layoutfläche platziert werden

Auf dunklem Untergrund werden Logo und Claim invertiert weiß dargestellt. Eine Outline-Form ist nicht vorgesehen. Die einfarbige Version des Logos(1c) wird in 100% schwarz abgebildet, wenn keine anderen Druckfarben zur Verfügung stehen.

Soweit möglich muss das Logo in blau dargestellt werden, die inverse, weiße Version stellt nur eine Notlösung dar. Es muss in jedem Fall auf einen ruhigen, kontraststarken Hintergrund geachtet werden.

Die Wortmarke kann hier heruntergeladen werden:
www.uni-due.de/offen-im-denken/das_logo.php

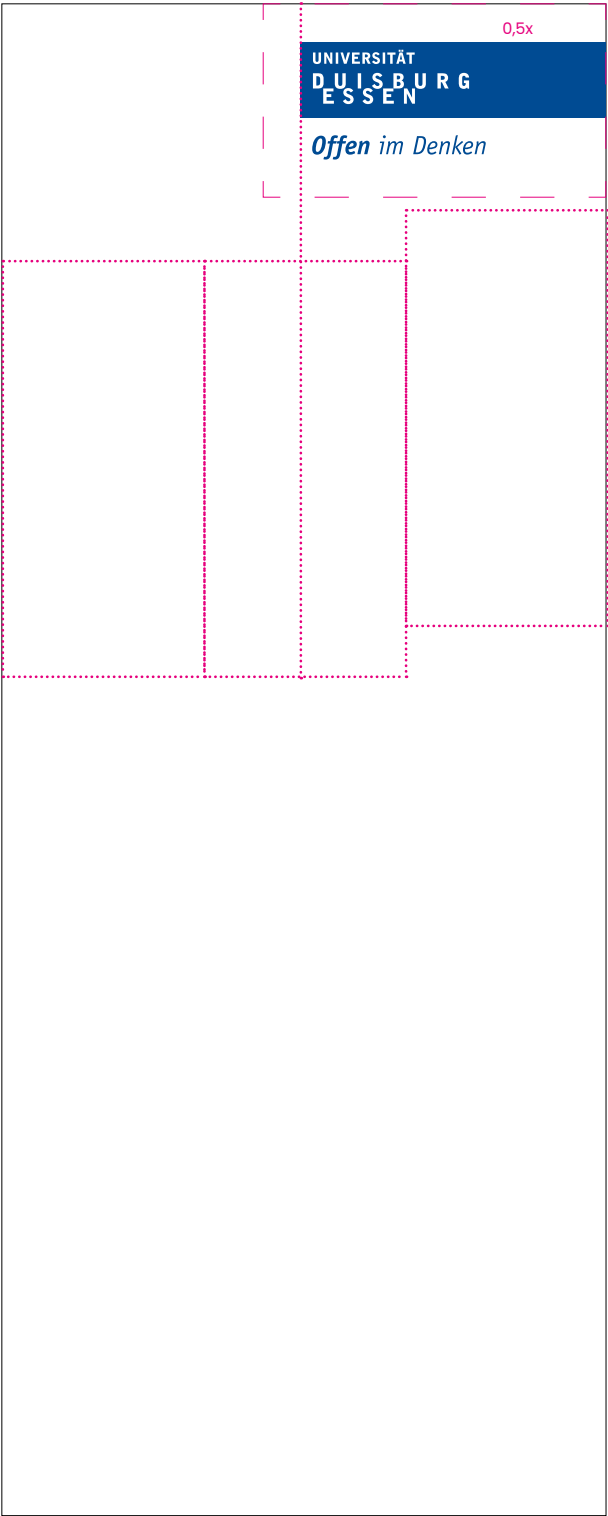
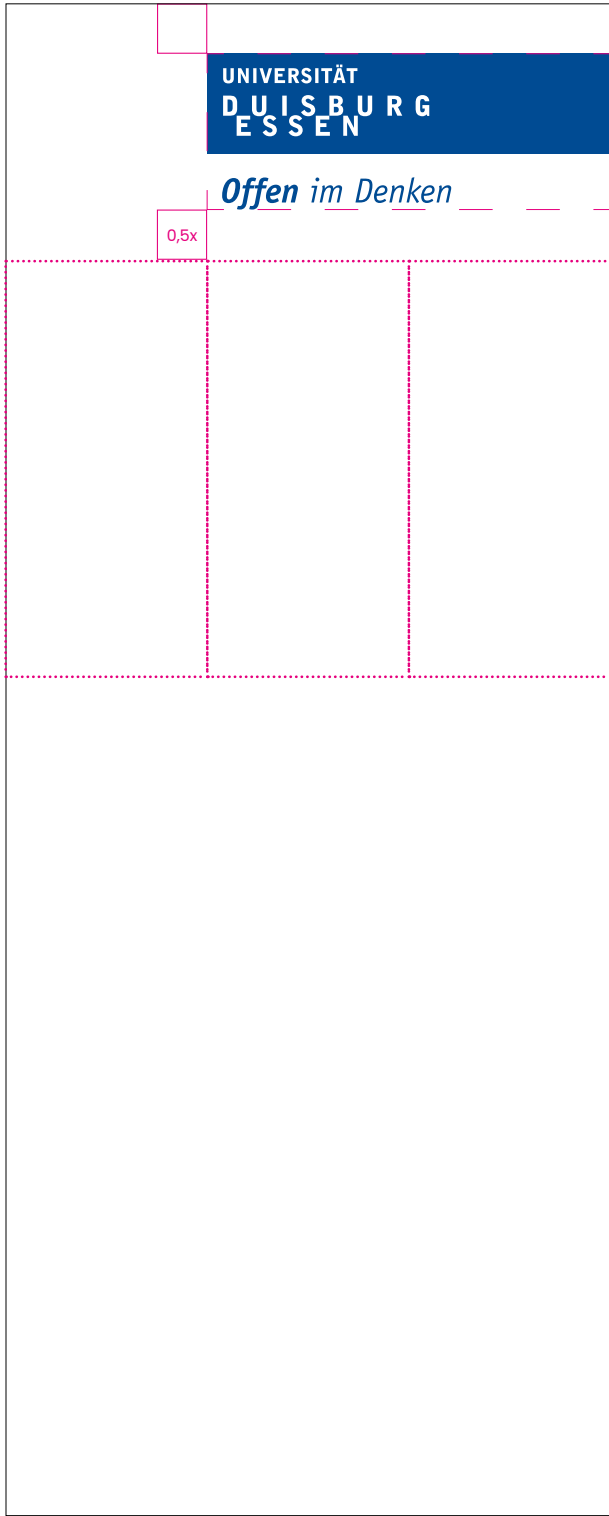


Achtung:
Die Wortbildmarke darf nie ohne Claim erscheinen. Die Konstellation „Wortmarke und Claim“ ist fix und darf in sich nicht verändert werden.



WORTMARKE UND CLAIM

Beispiel Rollup (80x200):
Logogröße mindestens 1/2, höchstens 1/3



Logo immer in den Anschnitt setzen



Weißes Logo nur wenn zwingend notwendig



Logo immer rechts platzieren

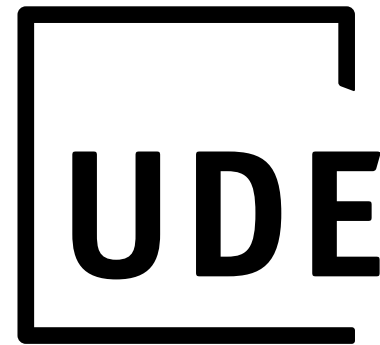
„SIGNET“

Das Signet darf immer nur dann statt des Logos eingesetzt werden, wenn der Platz für das Logo nicht ausreicht oder das Seitenverhältnis des Logos zu stark einschränkt (z. B. Logoteppich in Partnermedien, Favicon im Browser, Icons in Social Media oder Apps etc.).

Textzusatz beim Signet, wie Name der Uni, Marken-Claim o. Ä. sind nicht erlaubt.

Neben der Standard-Version gibt es das Signet noch als weiße und schwarze Version.

Die Wortmarke kann hier heruntergeladen werden:
www.uni-due.de/offen-im-denken/das_logo.php



SCHRIFTEN


Hausschrift der Universität Duisburg-Essen ist die „ITC Officina“.
Ergänzt wird diese durch die „Minion“, die ausschließlich für längeren Fließtext genutzt wird. Die Schriften können hier heruntergeladen werden:
www.uni-due.de/offen-im-denken/schriften.php

Für alle Office- und Webanwendungen ist im Sinne der barrierefreien Darstellung die Nutzung der Schrift „Arial“ vorgesehen	
ITC Officina Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
ITC Officina Bold Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
ITC Officina Book	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
ITC Officina Book Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Minion Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Minion Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Arial Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Arial Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Arial Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789
Arial Bold Italic	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789


Bei allen Kommunikationsmedien die nicht als Office-Datei angelegt und gestaltet werden, oder eine große Reichweite bzw. Außenwirkung haben, nehmen Sie bitte Kontakt mit dem Ressort Marketing auf:
> alexander.dorsch@uni-due.de


FARBEN

Primärfarbe



Sekundärfarben





FARBEN

Die Primärfarbe der UDE bleibt unverändert bestehen. Auch die etablierten Sekundärfarben werden weiterhin verwendet. Zur Erweiterung der gestalterischen Möglichkeiten und zur Vereinfachung von Hervorhebungen wurde das Farbspektrum um zusätzliche Sekundärfarben ergänzt. Diese leiten sich aus der architektonischen Gestaltung der Gebäude auf dem Essener Campus ab und stärken die visuelle Identität der Institution.

Primärfarbe

Sekundärfarben

Uni-Blau
Vierfarbdruck: c100/m68/y0/k12
Bildschirm: r0/g76/b147
Web (HEX): #004c93
Sonderfarbe: Pantone 287, RAL 5005

Vierfarbdruck: c65/m13/y57/k5
Bildschirm: r95/g163/b129
Web (HEX): #5fa381

Vierfarbdruck: c32/m0/y86/k0
Bildschirm: r194/g211/b62
Web (HEX): #c2d33e

Vierfarbdruck: c0/m52/y70/k0
Bildschirm: r255/g147/b62
Web (HEX): #ff933e

Vierfarbdruck: c0/m65/y1/k0
Bildschirm: r238/g122/b173
Web (HEX): #ee7aad

Vierfarbdruck: c0/m66/y100/k0
Bildschirm: r120/g47/b136
Web (HEX): #782f88

Vierfarbdruck: c44/m0/y41/k0
Bildschirm: r155/g206/b171
Web (HEX): #9bceab

Vierfarbdruck: c0/m21/y100/k0
Bildschirm: r255/g202/b0
Web (HEX): #feca00

Vierfarbdruck: c0/m86/y78/k0
Bildschirm: r232/g64/b53
Web (HEX): #e84035

Vierfarbdruck: c41/m48/y0/k0
Bildschirm: r166/g142/b202
Web (HEX): #a68eca

Vierfarbdruck: c56/m26/y19/k3
Bildschirm: r122/g162/b186
Web (HEX): #7aa2ba

Vierfarbdruck: c15/m9/y0/k0
Bildschirm: r223/g228/b242
Web (HEX): #dfe4f2

BILDWELT

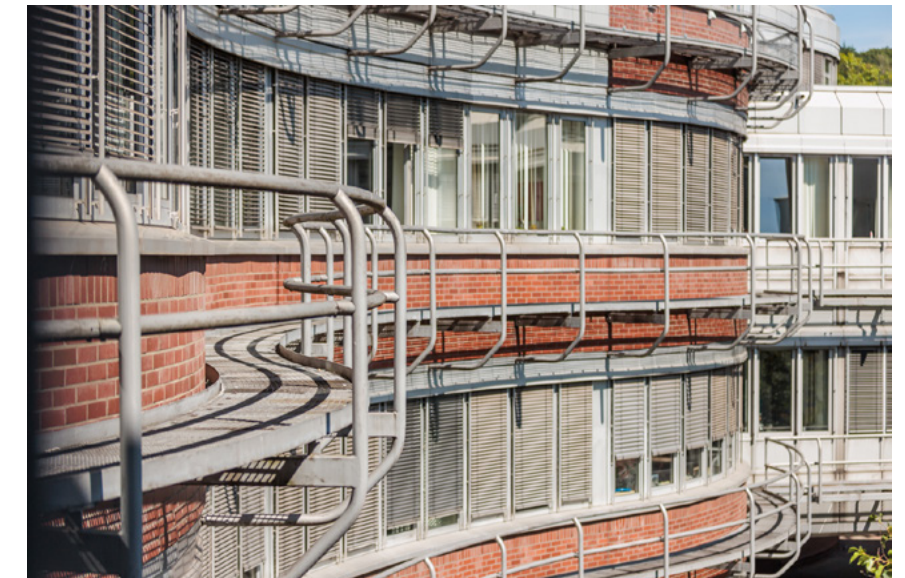
Bilder sind ein zentrales Medium der Kommunikation und prägen maßgeblich die Wahrnehmung einer Institution. Eine einheitliche, wiedererkennbare Bildsprache trägt dazu bei, die Identität und Werte einer Universität authentisch zu vermitteln.

Bei der Nutzung und Beauftragung zu Erstellung von Fotos, Illustrationen und Bewegtbildmaterial beachten Sie dabei folgendes:

Die Bildsprache soll nicht nur die Forschungsstärke und Vielseitigkeit der Hochschule betonen, sondern auch Offenheit, Bildungsgerechtigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sichtbar machen. Authentizität, Natürlichkeit und moderne Kompositionen stehen dabei im Mittelpunkt. Durch gezielte stilistische und kompositorische Vorgaben entsteht eine konsistente visuelle Handschrift, die die Universität sowohl nach innen als auch nach außen repräsentiert.

Bitte beachten Sie bei der Beauftragung von Fotografien und der Erstellung von Bildern mittels Smartphones die weiterführende Handreichung „Bildproduktion“:
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/bildwelt.php>

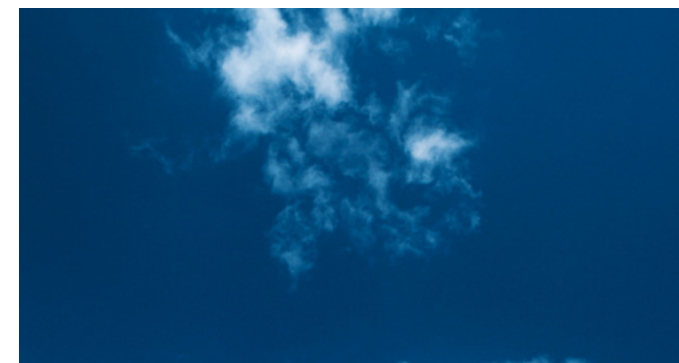
Sollte es bei der konkreten Realisierung und Nutzung von Gestaltungselementen Fragen geben, zögern Sie nicht sich in der Stabsstelle des Rektorats im Ressort Marketing zu melden:
> alexander.dorsch@uni-due.de



HINTERGRÜNDE

Wenn Sie für die Gestaltung Ihrer Kommunikationsmittel Hintergrundbilder in Form von Fotos benötigen und diese thematisch zu Ihrem Inhalt passen, können weiterhin die bekannten Wolkenmotive verwendet werden.

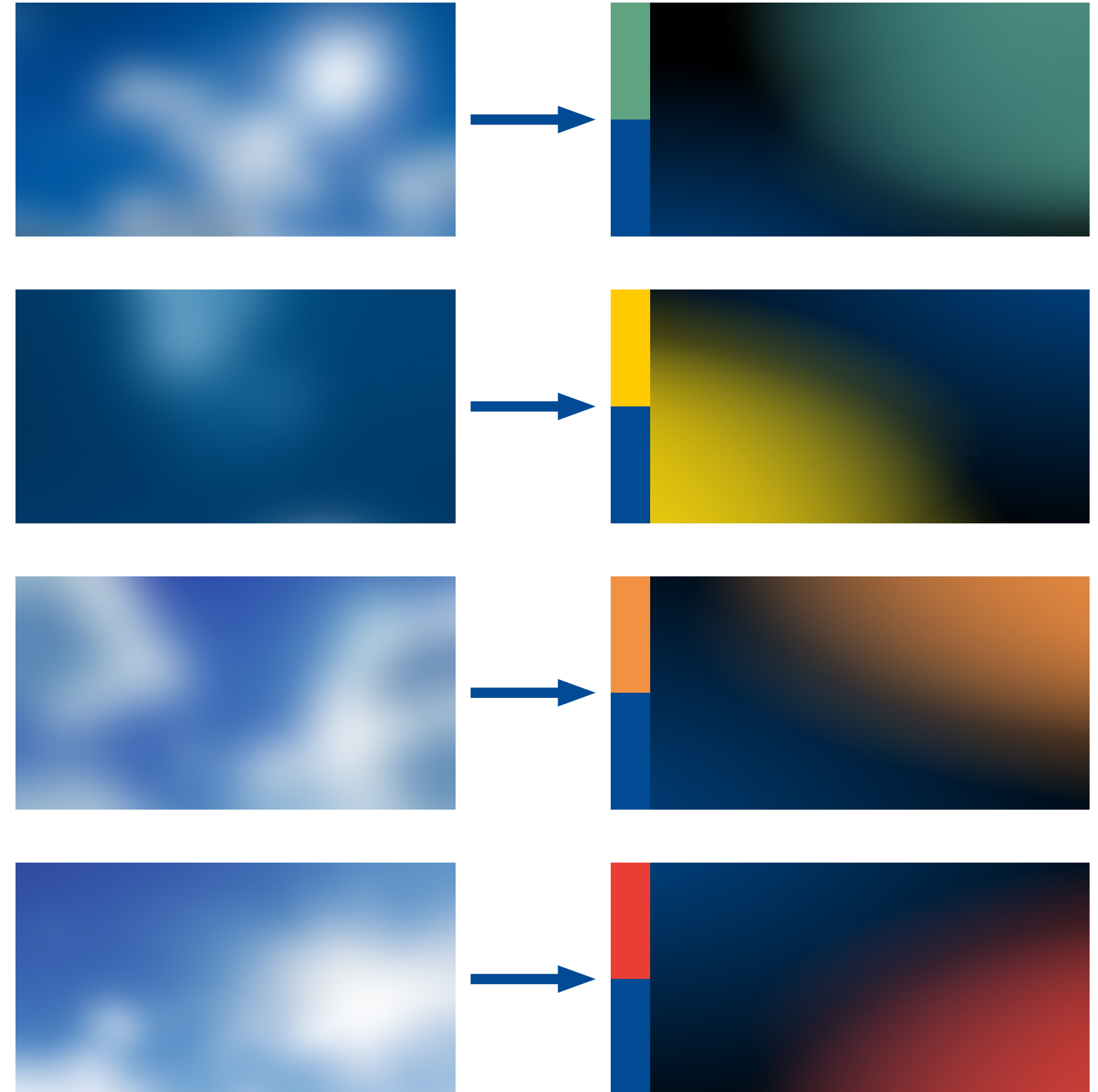
Sollen Bilder hingegen als Platzhalter oder als Hintergründe für Textelemente eingesetzt werden, verwenden Sie bitte abstraktere Motive. Möglich ist beispielsweise die Nutzung unscharfer Varianten der Wolkenmotive, um bei Bedarf eine Verbindung zu früheren Kommunikationsmitteln herzustellen.



HINTERGRÜNDE

Bei der Verwendung abstrakter Hintergründe ist es nicht zwingend erforderlich, abstrahierte Versionen der Wolkenmotive einzusetzen. Alternativ können auch Verläufe mit Primär- und Sekundärfarben genutzt werden. Auf abstrakten Hintergründen lassen sich auch umfangreichere Textelemente klarer darstellen; sie eignen sich zudem besser für die Platzierung von Head- und Sublines als Fotografien.

Für Unterstützung bei der Gestaltung weiterer Hintergründe wenden Sie sich bitte an das Ressort Marketing:
> alexander.dorsch@uni-due.de



VORLAGEN Geschäftsausstattung

Briefkopf

Im Rahmen der Weiterentwicklung des Außenauftritts der Universität wurden neben weiteren Kommunikationsmitteln und Vorlagen auch der Briefbogen sowie die Visitenkarten angepasst.

Die Vorlage für den Briefkopf steht Ihnen wie gewohnt unter folgendem Link zur Verfügung:
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/geschaeftsausstattung.php>

Bitte beachten Sie bei der Verwendung des Briefbogens, dass stets ein rechter Einzug von 2,75 cm eingehalten wird, damit der Text nicht in den Bereich der Absenderinformationen hineinragt. Verwenden Sie zum Einfügen von Texten nach Möglichkeit die Funktion „Nur den Text übernehmen“ in Microsoft Word.

Universität Duisburg-Essen
Offen im Denken

DIE REKTORIN
Prof. Dr. Barbara Albert
Tel.: 0203 378-4000
0201 183-3399
Fax: 0201 183-3336
barbara.albert@uni-due.de
Friedrichsing 2
47057 Duisburg
Universitätsstr. 2
45141 Essen

06.06.2025

Universität Duisburg-Essen • 45117 Essen • Rüttens

Firma/Institut
Zusatzzeile
Markus Mustermann
Musterstr. 12
Adresszusatz/Raum
47051 Musterhausen

Betreff

Anrede,
hier folgt der Text des Anschreibers.

Grußformel
Name

Anschrift Campus Duisburg
Friedrichsing 2, 47057 Duisburg

Anschrift Campus Essen
Universitätsstraße 2, 45141 Essen

www.uni-due.de

2,75

Visitenkarten

Die Visitenkarten wurden ebenfalls angepasst. Sie können wie gewohnt über das UDZ bezogen und wahlweise mit zwei unterschiedlichen Rückseitenvarianten (weiß und blau) bezogen werden.

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN
Offen im Denken

Vorname Nachname
Funktion

Dezernat/Ressort
Universität Duisburg-Essen

mail@uni-due.de
www.linkedin.com/in/vorname-nachname
www.uni-due.de

Universitätsstr. 2
Raum XX XX XX
45141 Essen
Tel.: 0201 XXX-XXXX

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN
Offen im Denken

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN
Offen im Denken

VORLAGEN Geschäftsausstattung

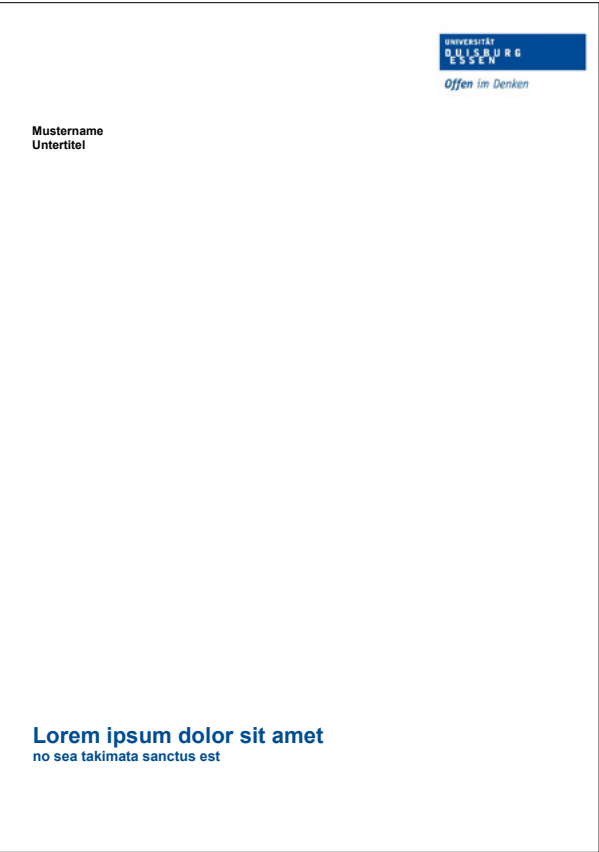
Türschild

Um die Aktualisierung der Türschilder kurzfristig möglich zu machen finden Sie unter folgendem Link die Vorlagen in den Formaten 145x145, 155x155 und 162x150 sowohl als Powerpoint- als auch InDesign-Dokumente zum Download:
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/geschaeftsausstattung.php>



Memovorlage

Auch die Vorlagen der Memovorlagen wurden angepasst und liegen wie gewohnt unter folgendem Link als Worddokumente zum Download bereit:
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/geschaeftsausstattung.php>



VORLAGEN

Publikationen

Unter dem folgenden Link stehen Ihnen die Vorlagen für Plakate, Flyer, Broschüren, Rollups und Wissenschaftsplakate zur Verfügung.
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/publikationen.php>

Da sich aus Microsoft-Office-Programmen technisch keine druckfähigen Daten erstellen lassen, sind die Vorlagen für die genannten Kommunikationsmittel als editierbare IDML- bzw. InDesign-Dokumente bereitgestellt. Sollten Sie Unterstützung bei der Gestaltung oder Reinzeichnung der InDesign-Dokumente benötigen, wenden Sie sich bitte an das Ressort Marketing:
> alexander.dorsch@uni-due.de



Plakat, DIN A0 – A2



Flyer, DIN Lang



Wissenschaftsplakat, DIN A0 – A2



Wissenschaftsplakat, DIN A0 – A2



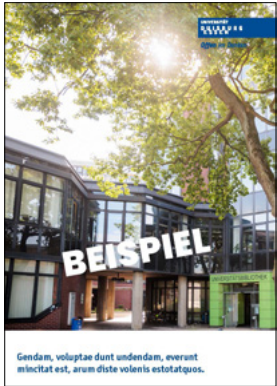
Wissenschaftsplakat, DIN A0 – A2

VORLAGEN

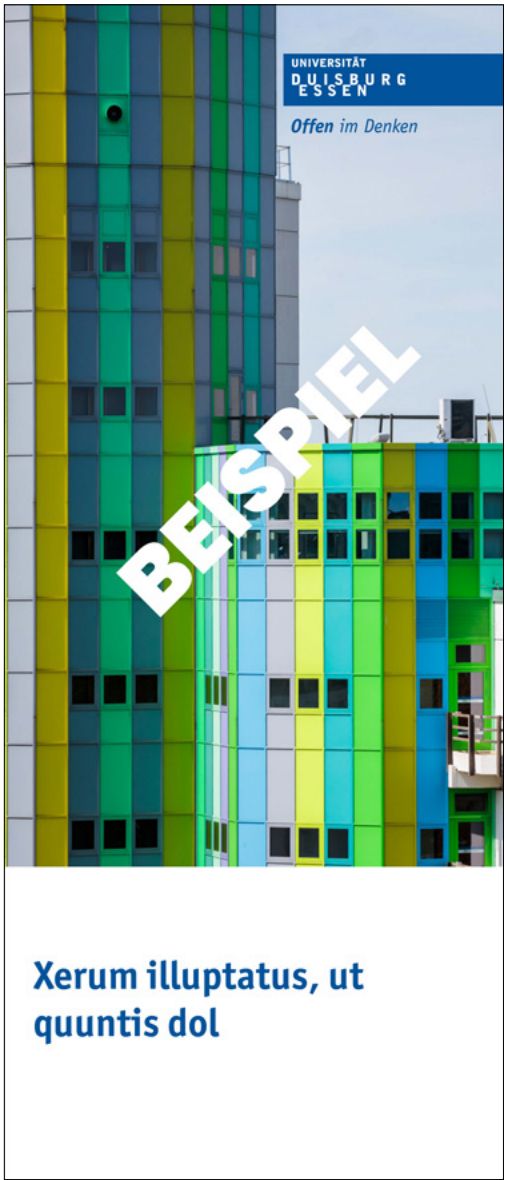
Publikationen

Unter dem folgenden Link stehen Ihnen die Vorlagen für Plakate, Flyer, Broschüren, Rollups und Wissenschaftsplakate zur Verfügung.
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/publikationen.php>

Da sich aus Microsoft-Office-Programmen technisch keine druckfähigen Daten erstellen lassen, sind die Vorlagen für die genannten Kommunikationsmittel als editierbare IDML- bzw. InDesign-Dokumente bereitgestellt. Sollten Sie Unterstützung bei der Gestaltung oder Reinzeichnung der InDesign-Dokumente benötigen, wenden Sie sich bitte an das Ressort Marketing:
> alexander.dorsch@uni-due.de



Broschüre, DIN A5 & A4



Rollup, 800 x 2000



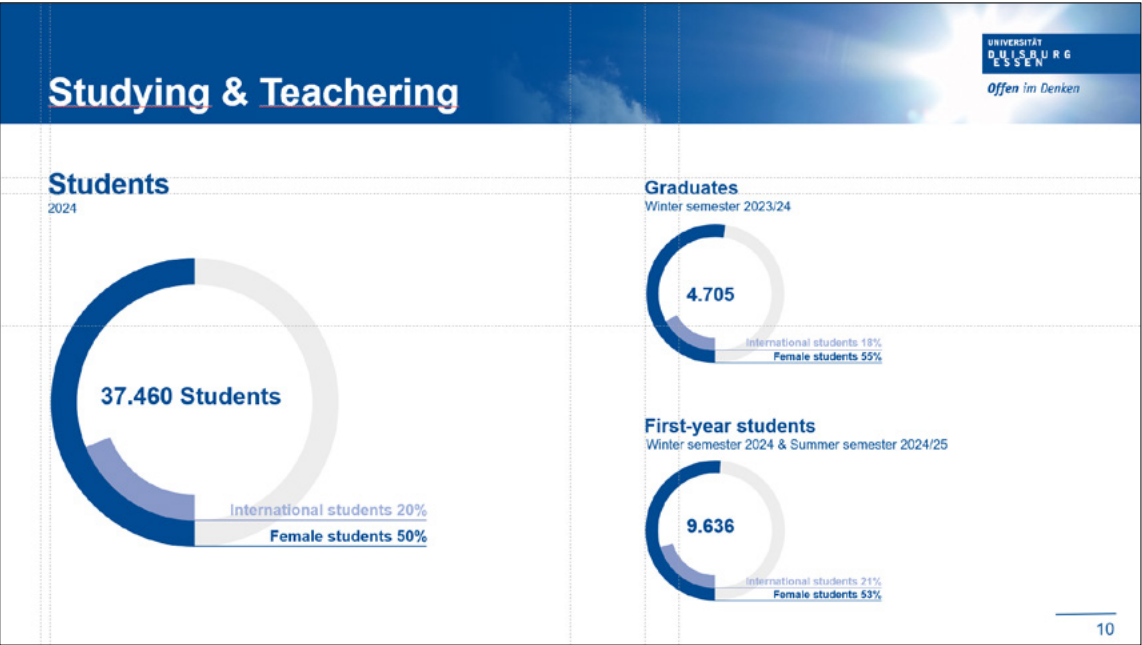
VORLAGEN

Präsenttionen

Unter dem folgenden Link stehen Ihnen die Vorlage für PowerPoint-Präsentationen sowie die deutsche und englische Eigendarstellungspräsentation der Universität zur Verfügung. Darüber hinaus finden Sie dort auch Vorlagen für Moderationskarten in zwei Formaten mit jeweils zwei möglichen Rückseiten zum Download:
<https://www.uni-due.de/offen-im-denken/praesentieren.php>



Präsentationsvorlage



Eigendarstellung



Moderationskarten, A& & A5



IMPRESSUM

Verantwortlich:
Universität Duisburg-Essen
Das Rektorat
Forsthausweg 2
47057 Duisburg

Dr. Olivia Jazwinski
Leiterin des Ressorts
Marketing & Fundraising
Stabsstelle des Rektorats
olivia.jazwinski@uni-due.de