



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Designrichtlinien der Hochschule Augsburg





Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
liebe Professorinnen und Professoren,
liebe Freunde der Hochschule Augsburg,

Sie haben die neuen Designrichtlinien der Hochschule Augsburg aufgeschlagen und beschäftigen sich mit dem visuellen Erscheinungsbild unserer Hochschule. Als Kommunikationsprofi wissen Sie: Corporate Design hat keinen Selbstzweck. Es ist Teil eines Dreiklangs. Denn: Neben der Art, wie wir kommunizieren, und der Weise, wie wir uns verhalten, werden wir durch ausgewählte Gestaltungselemente sichtbar. Corporate Communication, Corporate Behavior und Corporate Design erwecken die Corporate Identity gemeinsam zum Leben. Oder mit anderen Worten: Eine Marke ist mit allen Sinnen spürbar.

Am Beginn dieses Handbuchs steht deshalb die Markenidentität. Ihr Profil entstand aus einem wertvollen und gemeinschaftlich gestalteten Profilbildungsprozess. Vision, Mission und Ziele münden in der Markenessenz: die

Studierenden dabei zu begleiten, zu gefragten Persönlichkeiten für Wirtschaft und Gesellschaft zu werden.

Danach erläutern wir die Elemente, die eine möglichst schnelle, eindeutige und passende Identifikation ermöglichen. Unserer Wort- und Bildmarke kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Weitere Komponenten der visuellen Sprache folgen. Unsere Hausschriften und unsere Farbfamilie helfen dabei, die Hochschule unverwechselbar zu gestalten. Auch die Frage, wie wir mit Piktogrammen oder tabellarischen Darstellungen arbeiten, beantworten wir Ihnen. Das Gestaltungsprinzip können Sie anhand von zahlreichen anschaulichen Beispielen nachvollziehen. Natürlich dürfen auch Details zur Geschäftsausstattung und Präsentationsvorlagen nicht fehlen.

Kommunikation ist heute analog und digital. Markenidentität, Identifikationsmerkmale und Komponenten der visuellen Sprache gelten deshalb grundsätzlich auch für die Gestaltung digitaler Medien. Gleichwohl bedarf es dort spezifischer Anpassungen.

Ein großer Dank geht an Prof. Dr. habil. Klaus Kellner, der den Profilbildungsprozess geführt und mit den gefragten Persönlichkeiten den Grundstein für die Markenführung gelegt hat. Ich danke ausdrücklich Prof. Stefan Bufler – nicht nur für seine erste Version des Corporate

Designs, die er gemeinsam mit Studierenden unserer Hochschule erarbeitet hat, sondern auch für seine stets inspirierende Unterstützung bei der Weiterentwicklung. Ich danke der Agentur wppt : kommunikation für die professionelle und empathische Begleitung sowie dem Kommunikationsteam der Hochschule Augsburg für den unermüdelichen Einsatz und einen tollen Spirit!

Diese Richtlinien geben Ihnen Sicherheit bei der Gestaltung aller Medien der Hochschule Augsburg. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten, ein möglichst klares, einzigartiges und konsistentes Erscheinungsbild zu erreichen. Denn es geht um Sie und uns – die Hochschule Augsburg!

Prof. Dr. Manfred Uhl
Vizepräsident
für Studium und Kommunikation

Januar 2018



DIE MARKE HOCHSCHULE AUGSBURG

- 06 Vision / Mission / Ziele – gefragte Persönlichkeiten
- 07 Werte
- 08 Markenidentität
- 11 Markenerscheinungsbild

DIE IDENTIFIKATIONSELEMENTE

- 13 Name
- 14 Wort- / Bildmarke
- 15 Primärvariante
- 16 Horizontalvariante
- 17 Vertikalvariante
- 18 Kompaktvariante A
- 19 Kompaktvariante B
- 20 Primärvariante mit Organisationseiheit
- 22 Horizontalvariante mit Organisationseiheit
- 23 Farb- und Hintergrundvarianten
- 24 Gesichtszeichen-Varianten
- 25 Modulare Gesichtszeichen Gruppe
- 28 gefragte Persönlichkeiten
- 29 gP-Farbumfeld
- 30 gP-Varianten
- 31 Co-Branding – interne Kommunikation
- 33 Co-Branding – externe Kommunikation

DIE KOMPONENTEN DER VISUELLEN SPRACHE

- 35 Hausschriften für interne und externe Kommunikation
- 36 Farbfamilie – Primärfarben
- 37 Primärfarben – technische Farbwerte
- 38 Sekundärfarben – technische Farbwerte
- 39 Transparenzwerte und Farbabstufungen
- 40 Bildsprache
- 44 Piktogramme
- 45 Tabellen und Infografiken

DAS GESTALTUNGSPRINZIP DER VISUELLEN SPRACHE

- 47 Basiselemente
- 48 Banderole – Aufbau
- 49 Banderole – Anwendungsbeispiele
- 50 Banderole – Konstruktion, DIN-lang-Flyer
- 51 DIN-lang-Flyer – Titel
- 52 DIN-lang-Flyer – Rückseite
- 53 DIN-lang-Flyer – Gestaltungsraster
- 57 DIN-A5-Flyer – Titel und Rückseite
- 58 DIN-A4-Broschüre – Banderole
- 59 DIN-A4-Broschüre – Titel
- 60 DIN-A4-Broschüre – Titel Imagevariante
- 61 DIN-A4-Broschüre – Rückseite
- 62 Plakat, DIN A2
- 63 Plakat, DIN A3
- 64 Plakat – Anwendungsbeispiele
- 65 Postkarten, DIN-lang und DIN A6
- 66 Anzeigen – Anwendungsbeispiele
- 67 gP-Publikationen – Titel Gestaltungsraster
- 68 gP-Publikationen – Titel Anwendungsbeispiele
- 69 gP-Publikationen – Innenseiten
Anwendungsbeispiele

- 70 Banderole – Konstruktion Roll-up
- 71 Roll-up – Anwendungsbeispiele
- 73 Fahnen – Anwendungsbeispiele

DIE GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

- 75 Briefbogen
- 76 Briefkopf
- 77 Absender / Informationsblock
- 78 Layout Wordvorlagen
- 79 Maße und typografische Angaben
- 80 Visitenkarte
- 81 Urkunden und Zertifikate

SONSTIGES DIGITALE MEDIEN

- 85 Präsentation – Format 16:9
- 86 Präsentation – Format 4:3
- 87 Impressum



Die Marke Hochschule Augsburg

Vision / Mission / Ziele

6

**WAS WOLLEN WIR ERREICHEN? GEFRAGTE PERSÖNLICHKEITEN
FÜR WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT**

VISION

Unsere Hochschule wird in unserer Region die maßgebliche Anlaufstelle für Unternehmen und angehende Studierende sein, die Wert auf Persönlichkeit sowie auf die Übernahme von Verantwortung für Wirtschaft und Gesellschaft legen.

MISSION

Unser gemeinsamer Auftrag ist es, Persönlichkeiten zu entwickeln, die in Wirtschaft und Gesellschaft sehr gefragt sind. Dies ist unser Qualitätsmaßstab. Anwendungsorientiertes Fachwissen und Sozialkompetenz werden durch wissenschaftliche Fundierung, enge Praxisbeziehungen und moderne Lehr- und Lernformen erreicht.

ZIELE

Studieninteressierte sagen:

„Da will ich hin!“

Studierende, Lehrende und Mitarbeiter haben das Gefühl:

„Da bin ich richtig!“

Unternehmen wünschen sich:

„Die will ich haben!“

ZEHN GRUNDSÄTZE

01. „Wir verstehen uns als **Team**. Zur Erreichung unserer Ziele wollen wir das **eigene Verhalten** von einer individuellen auf eine **gemeinschaftliche Handlungsorientierung** hin ausrichten.“
02. „Wir gestalten unsere Hochschule so, dass wir uns darin **wohl fühlen** und gehen **respektvoll, fair und offen** miteinander um.“
03. „Wir wollen durch **Übernahme von Verantwortung und Konsequenz** im eigenen Handeln unsere **gemeinsamen Zielsetzungen** verwirklichen.“
04. „Wir wollen durch **Leistungswillen und Innovationsgeist** ein wesentlicher Impulsgeber für die Region sein.“
05. „Wir sind **aufgeschlossen gegenüber neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen** sowie **technologischen Entwicklungen**.“
06. „Wir fördern **funktionsübergreifendes Denken** und **praxisorientiertes Handeln**.“
07. „Wir wollen von vielen unterschiedlichen Kulturen **aktiv lernen**, indem wir ihre Denk- und Handlungsweisen verstehen.“
08. „Wir sind alle **Botschafter unserer Hochschule** und vertreten unsere **gemeinsamen Interessen** nach innen und außen.“
09. „Wir sind bereit, uns **fachlich und persönlich permanent** weiterzuentwickeln.“
10. „Wir gestalten die **Zukunft unserer Hochschule** **gemeinsam** und sichern unsere **Erfolge**.“

Markenidentität

8

ORIENTIERUNG UND MASSSTAB

Die Hochschule Augsburg hat in einem gemeinsamen und ausführlichen Profilbildungsprozess ein Selbstverständnis entwickelt und die eigene Identität beschrieben.

Dieses Selbstverständnis bildet die Markenidentität der Hochschule Augsburg. Sie beschreibt, was uns ausmacht, was uns verbindet, wonach wir uns ausrichten und wie wir handeln wollen. Sie gibt Orientierung im Leben und Arbeiten an der Hochschule und ist der Maßstab, an dem wir uns messen lassen wollen. Mit der Markenidentität haben wir uns Ziele gesetzt. Auch wenn wir nicht immer alle Merkmale täglich erfüllen können, so sind sie doch unser kontinuierlicher Auftrag und Handlungsrahmen.

Die Identität (Corporate Identity) prägt unsere Kommunikation (Corporate Communication), unser Verhalten (Corporate Behaviour) und das visuelle Erscheinungsbild (Corporate Design). Sie spiegelt sich auch im Fremdbild wider. Nur bei einer möglichst großen Übereinstimmung zwischen Selbstbild (Identität) und Fremdbild (Image) wird unsere Marke glaubwürdig und stark.

Markenidentität

9

**DIMENSIONEN
DER MARKENIDENTITÄT**

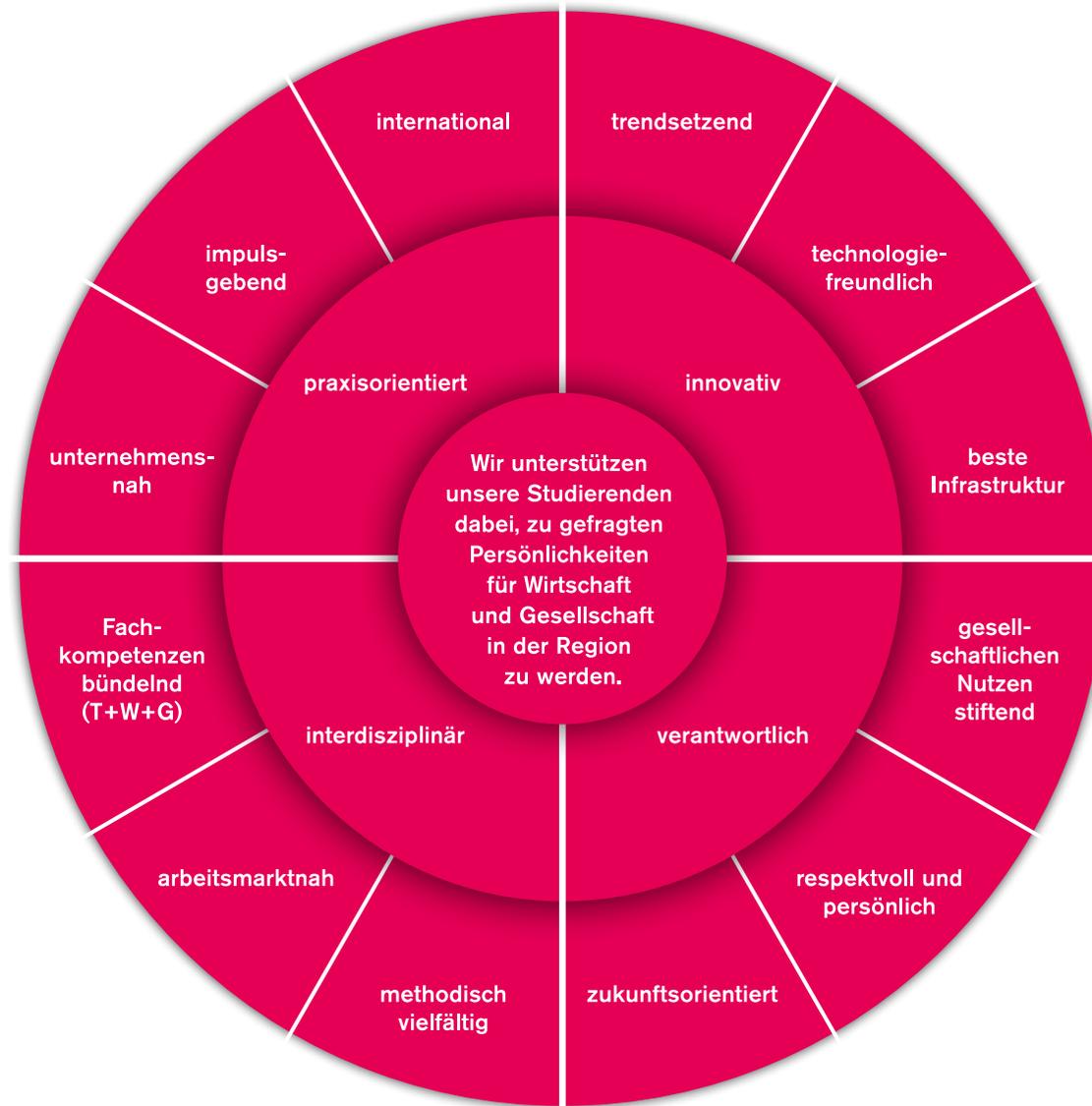
Die Essenz der Markenidentität zeigt unser gemeinsames Ziel und lautet: „Wir unterstützen die Studierenden dabei, zu gefragten Persönlichkeiten für Wirtschaft und Gesellschaft in der Region zu werden.“

Die Kernidentität beschreibt die wichtigsten Eigenschaften unserer Marke: praxisorientiert, innovativ, verantwortlich und interdisziplinär.

In der erweiterten Identität werden diese vier Eigenschaften konkretisiert:

- Praxisorientiert bedeutet: unternehmensnah, impulsgebend und international
- Innovativ bedeutet: trendsetzend, technologiefreundlich und mit bester Infrastruktur
- Verantwortlich bedeutet: zukunftsorientiert, respektvoll und höflich sowie gesellschaftlichen Nutzen stiftend
- Interdisziplinär bedeutet: methodisch vielfältig, arbeitsmarktnah und die Fachkompetenzen aus Technik, Wirtschaft und Gestaltung bündelnd

UNSERE MARKENESSENZ



GESICHT UND HANDSCHRIFT

Eine Markenidentität, die keine sinnlich wahrnehmbare Entsprechung hat, wird uns immer fremd bleiben. Um Vertrauen in eine Marke und Nähe zu ihr aufzubauen, ist es deshalb von entscheidender Bedeutung, dieser einen sichtbaren und erfahrbaren Ausdruck zu verleihen. Nur so kommt die Marke in unserer Lebenswelt an.

Dem Markenerscheinungsbild (Corporate Design) kommt hierbei eine besondere Rolle zu. Visuelle oder akustische Codes sorgen dafür, dass wir mediale Botschaften, aber auch Menschen, Objekte oder Gebäude einer bestimmten Markenwelt zuordnen können. Das Markenerscheinungsbild ist somit die Handschrift einer Organisation. Wir können uns daran orientieren, damit identifizieren, es einsetzen, um auf uns aufmerksam zu machen oder uns zu positionieren. Es verweist stets auf den Markenkern und ist Ausdruck der Markenpersönlichkeit.

Entsprechend steht das Markenerscheinungsbild der Hochschule Augsburg für eine Organisation, die sich dem Menschen verpflichtet fühlt – den Hochschulangehörigen genauso wie der Gesellschaft als Ganzes. Nur im zielorientierten Zusammenspiel aller Beteiligten wird die Vision der Hochschule zu verwirklichen sein. Nur im respektvollen und offenen Austausch von Ideen und Meinungen werden wir die Zukunft erfolgreich gestalten können.

Im Mittelpunkt des visuellen Markenauftritts der Hochschule steht daher ein flexibles System aus grafischen Gesichtszeichen, die miteinander kommunizieren. Der verfügbare „Zeichensatz“ kann so eingesetzt werden, dass eine variantenreiche Bespielung der Kommunikationsmittel möglich ist.

Die Bildmarke der Hochschule besteht aus einer Konfiguration aus drei Gesichtszeichen – drei einander zugewandten „Persönlichkeiten im Gespräch“.

Alle weiteren zum Einsatz kommenden sprachlichen, typografischen, grafischen und bildlichen Ausdrucksmittel sowie ein warmes Farbklima unterstützen die Markenbotschaft.

Nach einem zweijährigen, hochschulinternen Entwicklungsprozess wurde die Einführung des Markenerscheinungsbildes am 6. April 2004 vom Senat der Hochschule Augsburg beschlossen. Am 12. Mai 2004 wurde es hochschulweit eingeführt. 2017 wurde das Markenerscheinungsbild kontinuierlich weiterentwickelt und modernisiert.

In einer Hochschullandschaft, in der Markenzeichen vornehmlich der institutionellen Repräsentation (Wappen, Siegel, Gebäude) dienen oder erkennbare Bezüge zum Markenkern vermissen lassen, ist unser Erscheinungsbild ein Alleinstellungsmerkmal, dessen Pflege, bedachte Anwendung und kontinuierliche Weiterentwicklung Aufgabe aller Hochschulangehörigen ist.



Die Identifikations- elemente

Name

13

Internationale Schreibweise
deutsch / englisch

Hochschule Augsburg
University of
Applied Sciences

Wort- / Bildmarke

14

PRIMÄRVARIANTE

Das Logo der Hochschule Augsburg besteht aus zwei Komponenten, einer Bildmarke und einer Absenderzeile, der Wortmarke.

Die Bildmarke wird auch als Gesichtszeichen bezeichnet.

Der Schriftzug, Hochschule Augsburg steht nie alleine. Der Zusatz „University of Applied Sciences“ ist fest mit dem Logo verbunden.

Wort- / Bildmarke

Bestandteil 1
Gesichtszeichen



Bestandteil 2
Absenderzeile

**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Wort- / Bildmarke

15

PRIMÄRVARIANTE

Grundsätzlich ist diese Variante der Wort- / Bildmarke zu verwenden.

Der Zusatz „University of“ steht immer bündig und mit der gleichen Breite unter den Gesichtszügen.

Die Schutzzone des Logos richtet sich nach der Länge einer Nase aus der Bildmarke.

Anwendung

Die Primärvariante eignet sich für den Einsatz im Kopfbereich von Imagepublikationen wie Broschüren oder Magazinen, Plakaten und Postkarten.



Wort- / Bildmarke

16

HORIZONTALVARIANTE

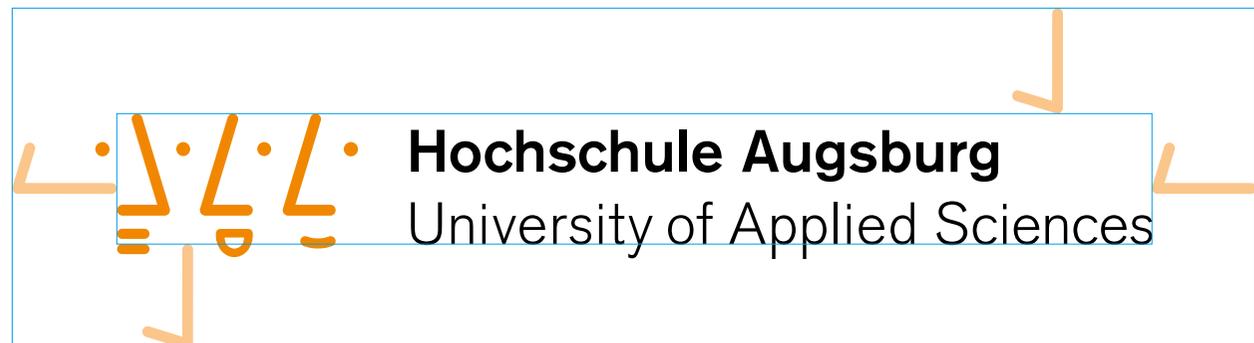
Der Abstand zwischen Gesichtszeichen und Absenderzeile beträgt genau eine Nasenbreite.

Die untere Zeile steht auf einer Linie mit der Oberseite der unteren Lippe des linken Gesichts.

Die Schutzzone beträgt auch hier eine Nasenlänge.

Anwendung

Die Horizontalvariante eignet sich für den Einsatz im Kopfbereich von Flyern, Broschüren und Roll-ups. Sie ist immer dann geeignet, wenn ein extremes Querformat benötigt wird. So z.B. auch in digitalen Präsentationen (PowerPoint, Keynote) oder auf der Hochschul-Website.



Wort- / Bildmarke

17

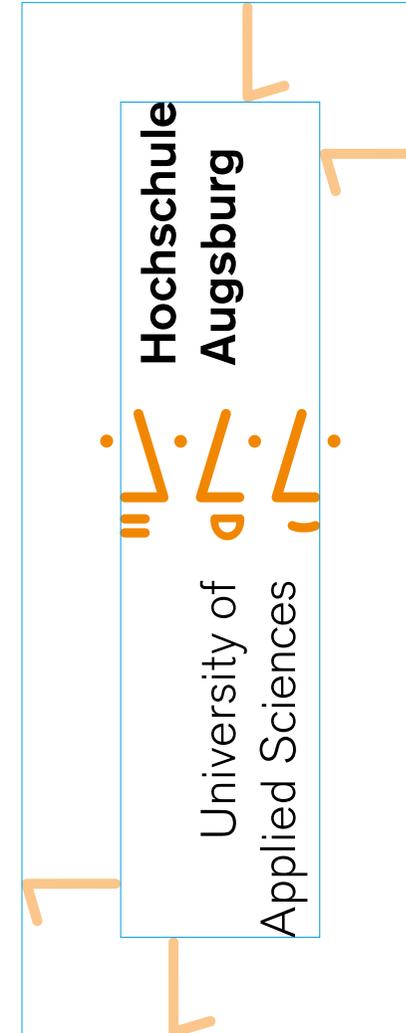
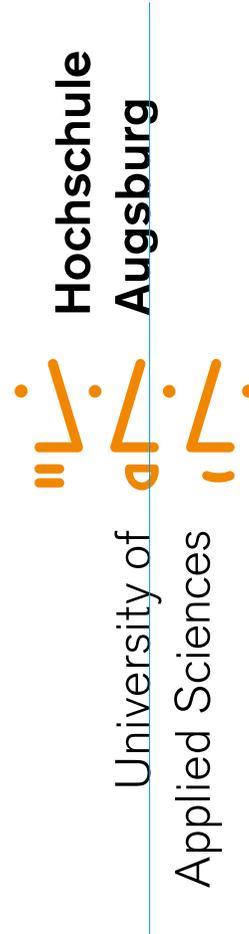
VERTIKALVARIANTE

Die Zeilen „University of“ und „Augsburg“ stehen auf einer Grundlinie.

Die Schutzzone beträgt eine Nasenlänge.

Anwendung

Diese Variante wird verwendet, wenn eine Ausrichtung auf ein extremes Hochformat notwendig ist, z. B. auf Fahnen, Bannern, Stelen oder bei Bedarf auch in Anzeigen.



Wort- / Bildmarke

18

KOMPAKTVARIANTE A

Der Zusatz „University of“ steht auf einer Linie mit der Unterkante der Nasen.

Die Unterseite der unteren Lippe bildet die Grundlinie des Zusatzes „Applied Sciences“.

Die Schutzzone beträgt eine Nasenbreite.

Anwendung

Diese Variante kommt zum Einsatz, wenn das Verhältnis zwischen Bildmarke und Wortmarke dahingehend umgestaltet werden muss, dass die Bildmarke deutlicher in Erscheinung tritt, z. B. auf kleinen Flächen oder in einer Logoleiste. Die Kompaktvariante A eignet sich vor allem bei eher horizontaler Ausrichtung.



Wort- / Bildmarke

19

KOMPAKTVARIANTE B

Das Gesichtszeichen steht bündig mit „Augsburg“. Der Abstand vom Gesichtszeichen zum Namenszusatz misst eine Nasenbreite.

Die Schutzzone des Logos beträgt eine Nasenlänge.

Anwendung

Diese Variante kommt zum Einsatz, wenn das Verhältnis zwischen Bildmarke und Wortmarke dahingehend umgestaltet werden muss, dass die Bildmarke deutlicher in Erscheinung tritt, z. B. auf kleinen Flächen oder in einer Logoleiste. Die Kompaktvariante B eignet sich vor allem bei eher vertikaler bzw. quadratischer Ausrichtung.



Wort- / Bildmarke

20

**PRIMÄRVARIANTE
MIT ORGANISATIONSEINHEIT**

Steht die Wort- / Bildmarke mit zusätzlichen Organisationseinheiten (Fakultät, Abteilung etc.) im Verbund, werden diese linksbündig am Textblock „University of Applied Sciences“ ausgerichtet.

Komponente 1
Wort- / Bildmarke

Gesichtszeichen
und Absenderzeile



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Komponente 2
Organisationseinheit

**Fakultät, Abteilung,
Hochschulorgan, etc.**

Wort- / Bildmarke

21

PRIMÄRVARIANTE
MIT ORGANISATIONSEINHEIT

Anwendungsbeispiele der Primärvariante mit zusätzlichen Organisationseinheiten in deutsch und englisch.



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Fakultät
für Wirtschaft



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Fakultät
für Gestaltung



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Fakultät
für Informatik



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Faculty of Business



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Faculty of Design



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Faculty of
Computer Science

Wort- / Bildmarke

22

**HORIZONTALVARIANTE
MIT ORGANISATIONSEINHEIT**

Anwendungsbeispiele der Horizontalvariante
mit zusätzlichen Organisationseinheiten.



Fakultät für Wirtschaft



Fakultät für Architektur und Bauwesen

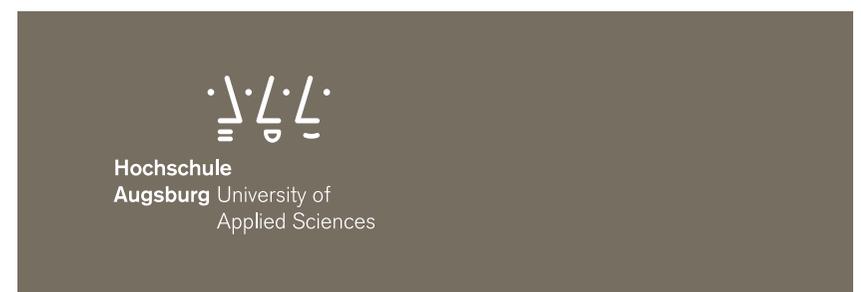
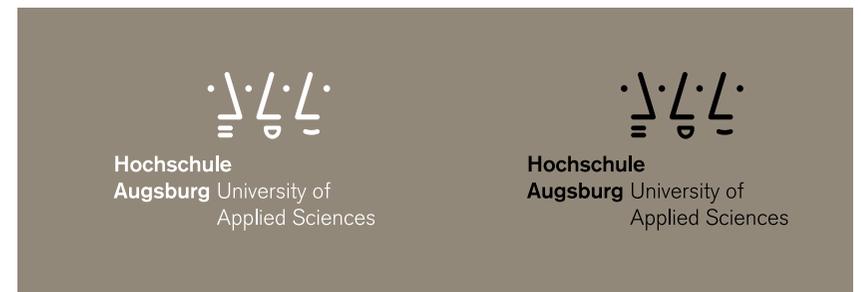


Zentrum für Sprachen und
Interkulturelle Kommunikation

Wort- / Bildmarke

23

FARB- UND HINTERGRUND-VARIANTEN



Wort- / Bildmarke

GESICHTSZEICHEN-VARIANTEN

Im Kern der visuellen Identität der Hochschule Augsburg liegt ein flexibles Zeichensystem. Es ergibt sich aus der Kombination von fünf verschiedenen Gesichtszeichen.

Die Verbindung der Gesichtszeichen entsteht über eine regelmäßige Anordnung von Punkten, die Augen symbolisieren.

Variation in den Gesichtszeichen lässt sich über die Orientierung der Nasen erzeugen (links / rechts). Zusätzlich entstehen durch die unterschiedlich geformten Mundpartien fünf Elemente, die den Eindruck einer lebendigen Konversation verschiedener Gesprächsteilnehmer vermitteln.



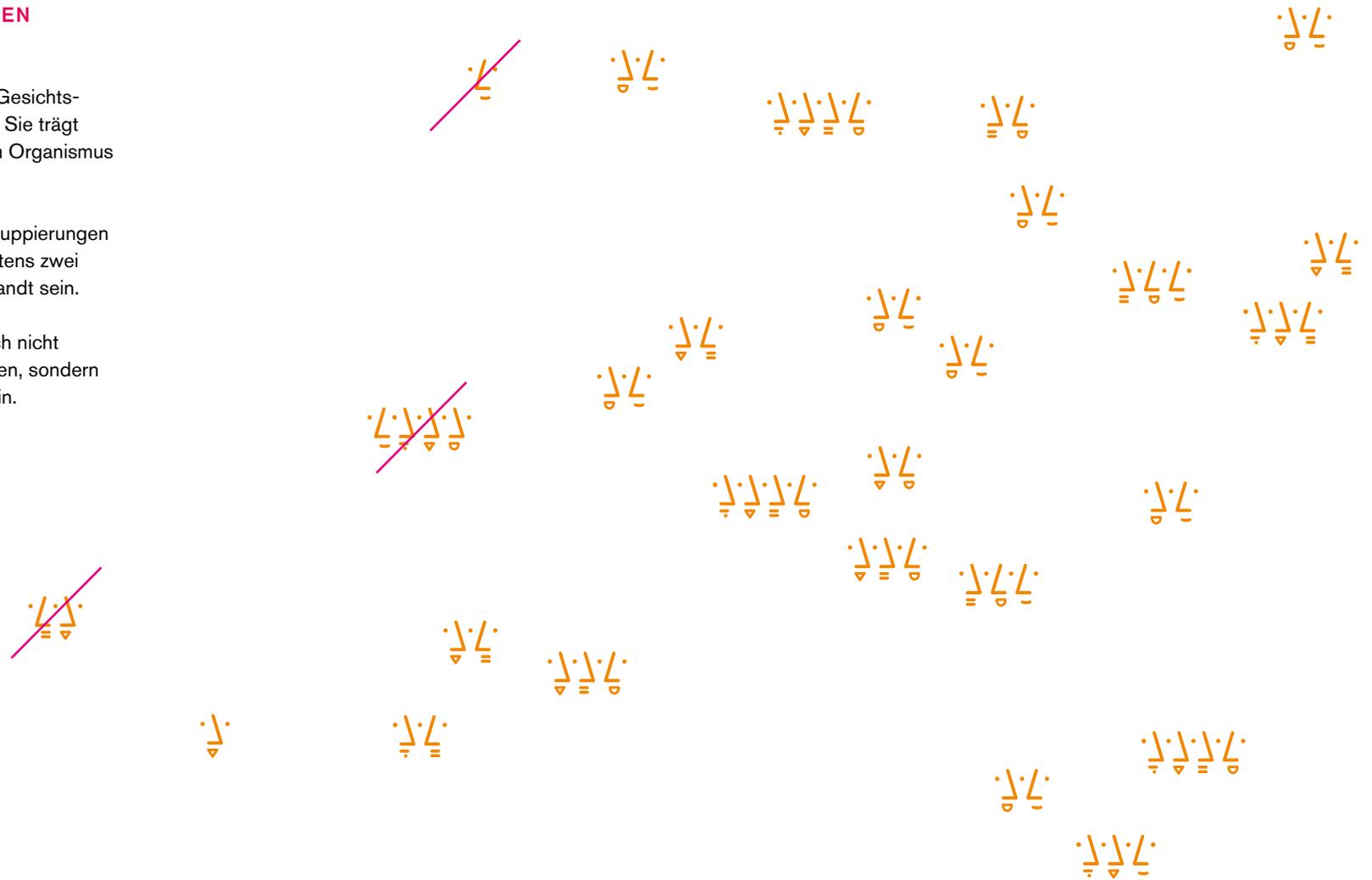
Wort- / Bildmarke

MODULARE GESICHTSZEICHEN GRUPPEN

Eine spielerische Verwendung der Gesichtszeichen ist ausdrücklich erwünscht. Sie trägt unserer Hochschule als lebendigem Organismus Rechnung.

Im Sinne des Dialogs müssen in Gruppierungen der Gesichtszeichen immer mindestens zwei Gesichter (Nasen) einander zugewandt sein.

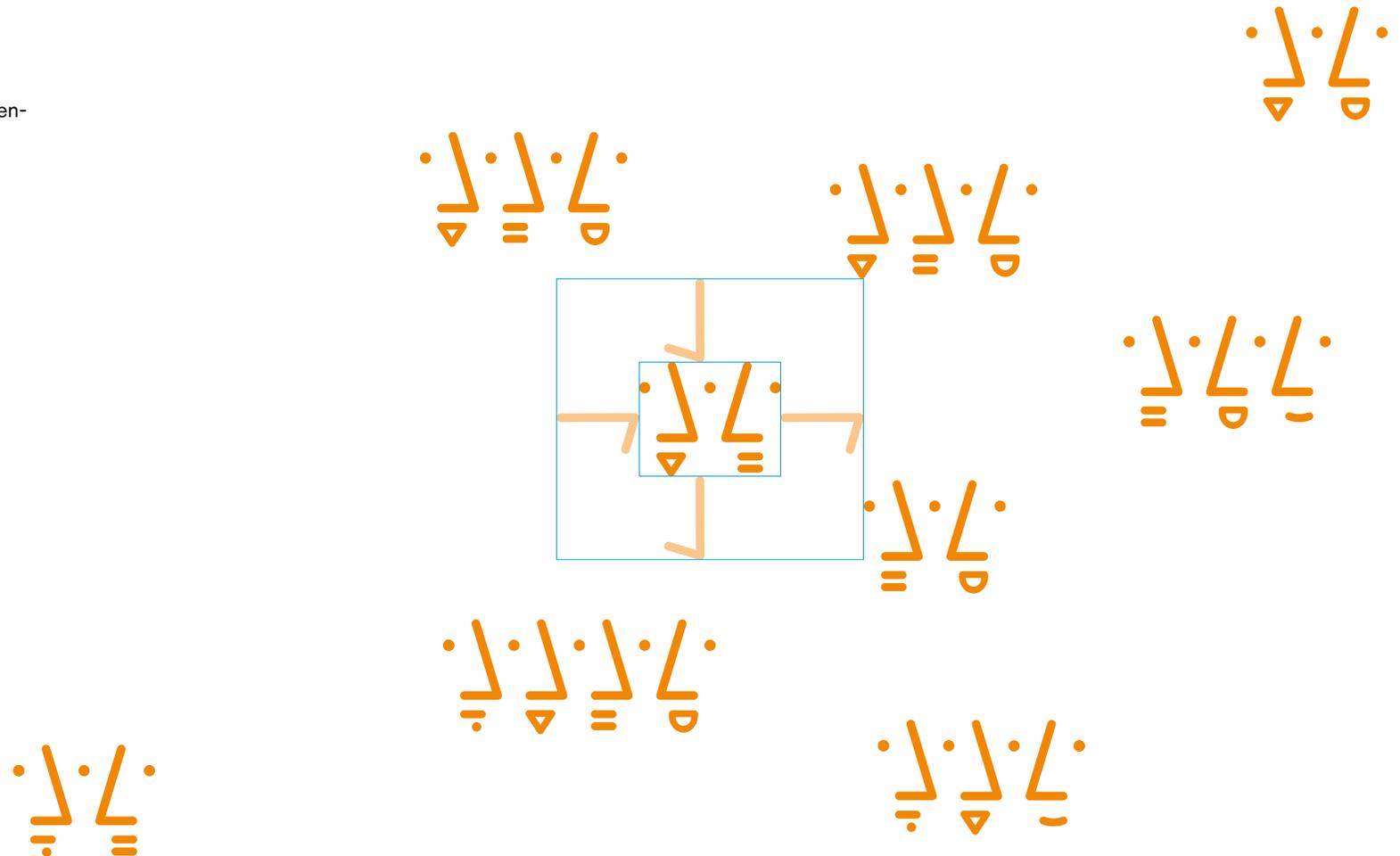
Einzelne Gesichtszeichen sollen sich nicht allein von einer Gruppe wegbewegen, sondern müssen zur Gruppe hingewandt sein.



Wort- / Bildmarke

MODULARE GESICHTSZEICHEN GRUPPEN

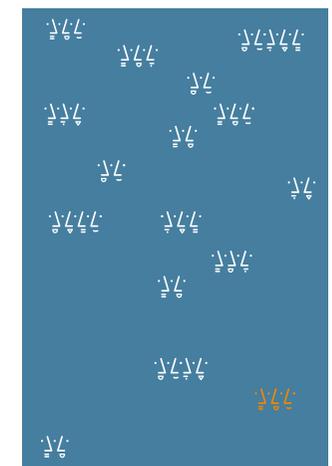
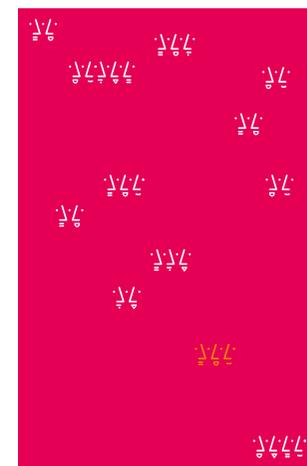
Jede Kleingruppe wird unter Anwendung der Schutzzone (Mindestabstand eine Nasenlänge) von den umgebenden Elementen getrennt.



Wort- / Bildmarke

MODULARE GESICHTSZEICHEN GRUPPEN

Anwendung der Gesichtszeichen-
gruppen auf monochrom eingefärbten
Bild- oder Farbflächen.



Wort- / Bildmarke

28

GEFRAGTE PERSÖNLICHKEITEN

gP – das Akronym steht für gefragte Persönlichkeiten und symbolisch für die Markenessenz der Hochschule Augsburg. Denn unser gemeinsamer Auftrag ist es, Charaktere auszubilden, die sowohl in Wirtschaft als auch in der Gesellschaft gefragt sind. Dies ist unser Anspruch, den wir durch anwendungsorientiertes Fachwissen und Sozialkompetenz, eine wissenschaftliche Fundierung, enge Praxisbeziehungen und moderne Lernformen erreichen.



gefragte
Persönlichkeiten

Wort- / Bildmarke

GEFRAGTE PERSÖNLICHKEITEN
FARBUMFELD



Wort- / Bildmarke

30

GEFRAGTE PERSÖNLICHKEITEN
VARIANTEN

Die Wort- / Bildmarke gP basiert auf der Akzidenz-Grotesk BQ Medium.

Auf Publikationen wie gP Forschung, gP Magazin oder gP Business werden die Zusatzbezeichnungen in Akzidenz-Grotesk BQ Bold und in Versalien gesetzt.

gP
FORSCHUNG

gP
KOMPAKT
gefragte Persönlichkeiten

gP
MAGAZIN

gP
KOMPAKT
gefragte
Persönlichkeiten

gP
BUSINESS

Wort- / Bildmarke

31

CO-BRANDING –
INTERNE KOMMUNIKATION

1. Kombination mit einem Partner-Logo in Hochschulpublikationen. Die Wort-/Bildmarke der Hochschule steht grundsätzlich links von der Trennlinie. Der Mindestabstand zur Trennlinie beträgt je eine Nasenlänge.

2. Die Wort-/Bildmarke der Hochschule steht rechts von der Trennlinie, wenn es sich bei dem Partner-Logo um eine hochschulinterne Organisation handelt.

1



2

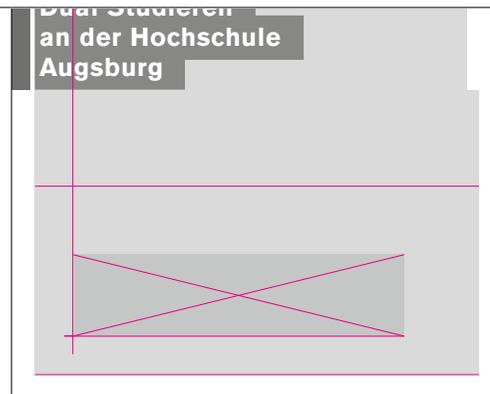
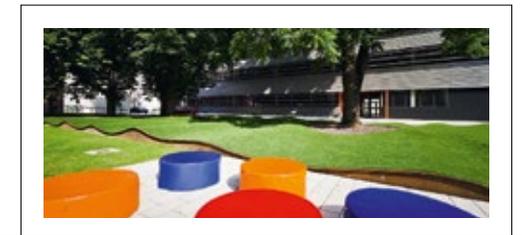
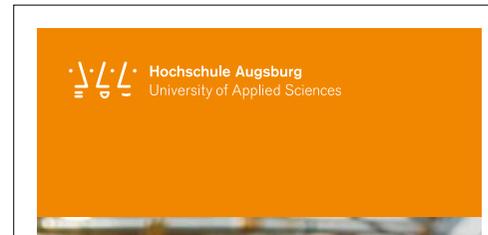
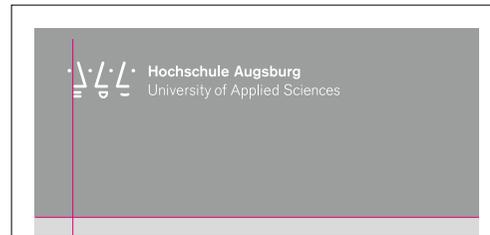


Wort- / Bildmarke

CO-BRANDING –
INTERNE KOMMUNIKATION

Auf zentralen Hochschulpublikationen steht das Hochschul-Logo grundsätzlich alleine im oberen Bereich.

Aktions- und Kooperationspartner-Logos werden in der Regel im unteren Bereich oder auf der Rückseite platziert.



Wort- / Bildmarke

33

CO-BRANDING –
EXTERNE KOMMUNIKATION

1. Kombination mit einem Partner-Logo in externen Publikationen, der Mindestabstand beträgt eine Nasenlänge.
2. Kombination mit mehreren Kooperationspartnern, der Mindestabstand beträgt eine Nasenlänge.





Die Komponenten der visuellen Sprache

**Hausschriften für interne
und externe Kommunikation**

35

**PRIMÄRSCHRIFT
AKZIDENZ-GROTESK BQ**

Die Akzidenz-Grotesk BQ wird als Primärschrift hauptsächlich für Headlines, Sublines, Fließtexte, Auszeichnungen, Zwischentitel, Bildunterschriften etc. eingesetzt.

**SEKUNDÄRSCHRIFT
JANSON TEXT**

Die Janson Text wird als Sekundärschrift eher als Schmuckschrift für Vorspanne, Auszeichnungen etc. eingesetzt. In Kombination mit der strengen Akzidenz-Grotesk entsteht so ein lockeres und angenehmes typografisches Gesamtbild.

**KORRESPONDENZSCHRIFT
ARIAL**

Die Arial wird als Korrespondenzschrift für die interne und externe Kommunikation eingesetzt.

Akzidenz-Grotesk BQ Light

Akzidenz-Grotesk BQ Regular

Akzidenz-Grotesk BQ Medium

Akzidenz-Grotesk BQ Bold

Janson Text 55 Roman

JANSON TEXT 55 ROMAN
SMALL CAPS & OLDSTYLE FIGURES

Janson Text 56 Italic

Janson Text 56 Italic
Oldstyle Figures

Arial Regular

Arial Bold

Farbklima

36

PRIMÄRFARBEN

Die Hochschule Augsburg verwendet lediglich drei Farben aus dem Spektrum als Primärfarben: HSA-Orange, HSA-Rot und HSA-Blau. HSA-Orange und HSA-Rot können und sollen für alle Bereiche rund um Studium und allgemeine Hochschulthemen verwendet werden. Die Farbe HSA-Blau ist den Themen Forschung, Weiterbildung und Wissenstransfer zugeordnet.

Die Grautöne werden als Hintergrundfarbe für Infografiken, Bildunterschriften, Vorspanne oder sonstige Darstellungen verwendet. Zudem können sie als Auszeichnungsfarbe dienen.



Farbklima

37

PRIMÄRFARBEN

Technische Farbwerte
für den Produktionsablauf

Hinweis:

Die Darstellung der Farben dient
hier nur der Ansicht.

HSA-Orange	 Pantone 151 U	 C 0 M 55 Y 100 K 0	 RAL 2004 Reinorange RAL 2011 Tieforange	 HKS 6 K	 R 244 G 150 B 0 F49600
HSA-Rot	 Pantone 206 U	 C 0 M 100 Y 45 K 0	 RAL 3027 Himbeerrot RAL D8 010 40 53	 HKS 25 K	 R 240 G 0 B 69 F00045
HSA-Blau	 Pantone 646 U	 C 60 M 15 Y 0 K 40	 RAL 5032 Fernblau RAL D8 250 50 20	 HKS 46 K, 80%	 R 103 G 132 B 165 6784A5

Farbklima

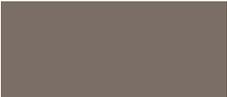
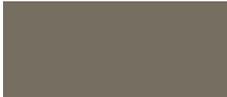
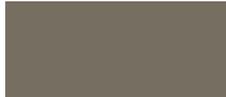
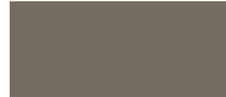
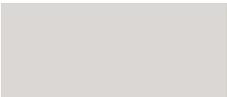
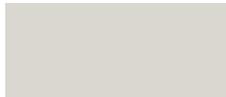
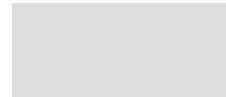
38

SEKUNDÄRFARBEN

Technische Farbwerte
für den Produktionsablauf

Hinweis:

Die Darstellung der Farben dient
hier nur der Ansicht.

HSA-Dunkelgrau						
	Pantone Warm Gray 10 U	C 30 M 30 Y 40 K 50	RAL 7039	HKS 96 K	R 123 G 118 B 105 #7b7669	Schwarz 75%
HSA-Hellgrau						
	Pantone Warm Gray 6 U	C 15 M 20 Y 30 K 45	RAL 7030	HKS 95 K	R 175 G 170 B 149 #959082	Schwarz 45%
HSA-Hellgrau 40 %						
	40 % vom Farbton	40 % vom Farbton	40 % vom Farbton	40 % vom Farbton	40 % vom Farbton	40 % vom Farbton
	Pantone Warm Gray 6 U	C 15 M 20 Y 30 K 45	RAL 7030	HKS 95 K	R 175 G 170 B 149	Schwarz 45%

Farbklima

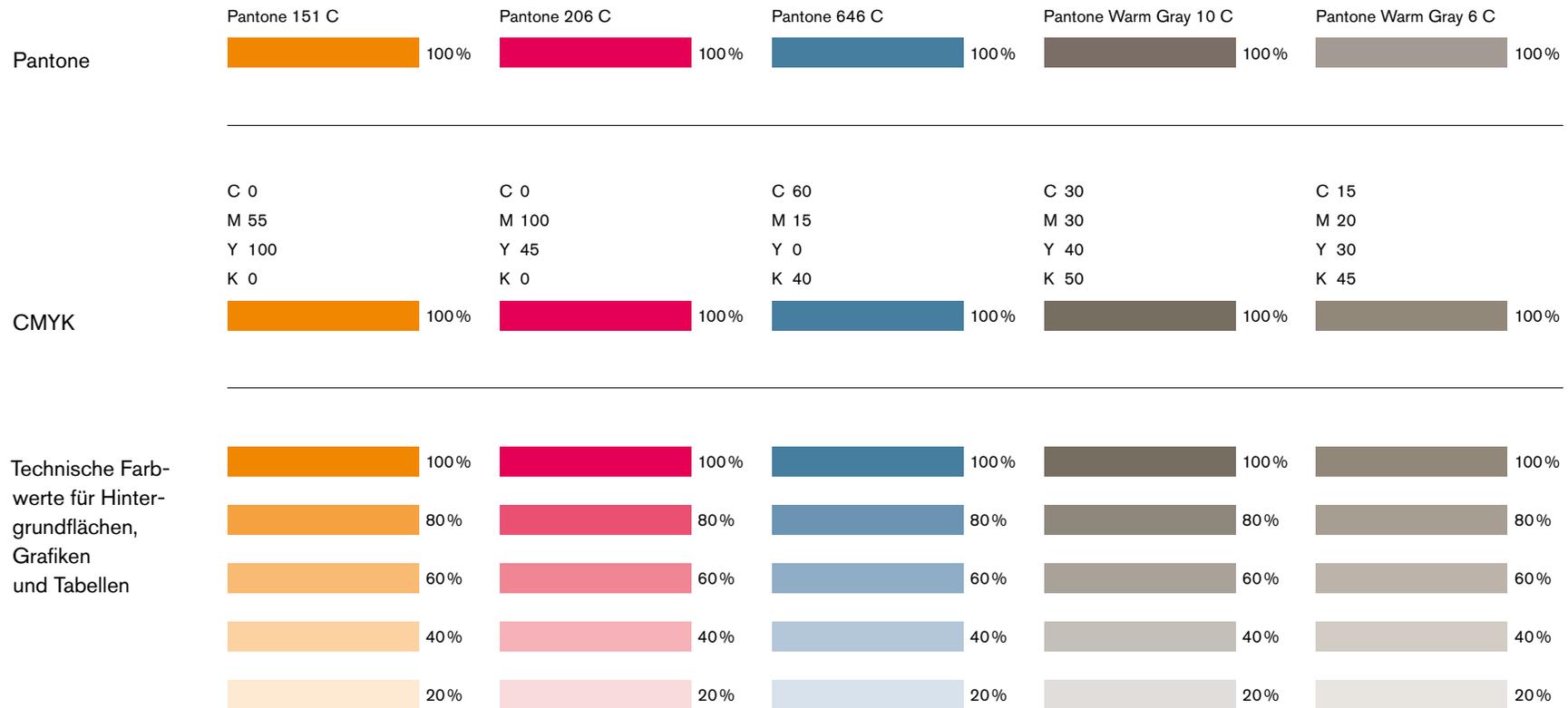
39

TRANSPARENZWERTE
UND FARBABSTUFUNGEN

Technische Farbwerte
für den Produktionsablauf

Hinweis:

Die Darstellung der Farben dient
hier nur der Ansicht.



Bildsprache

40

CAMPUSLEBEN

Der Mensch in der Gemeinschaft – dieses Bild trifft genau den Hochschulalltag der Studierenden und Mitarbeiter und wird auch im Logo der Hochschule Augsburg aufgegriffen.

Wo Menschen aufeinandertreffen und zusammen arbeiten, spielt Kommunikation eine wichtige – wenn nicht die wichtigste – Rolle.

Der gegenseitige Austausch bildet das Fundament wissenschaftlicher Arbeit und ist zugleich ein entscheidendes Unterscheidungsmerkmal der Hochschule Augsburg. Dieser Grundgedanke soll als roter Faden erkennbar sein und auch über die Bildsprache transportiert werden.

BILDWELT

Die Bildwelt der Hochschule Augsburg ist geprägt von diesem Gemeinschaftsgefühl. Kein Mensch im Bild steht alleine. Alle Aufnahmen vermitteln ein authentisches Gefühl von universitärem Leben auf dem Campus. Die Stimmung der dargestellten Personen: freundlich, konzentriert, interessiert.

Bildsprache

41

PERSONENGRUPPEN



Bildsprache

42

EINZELPERSONEN



Bildsprache

43

ARCHITEKTUR



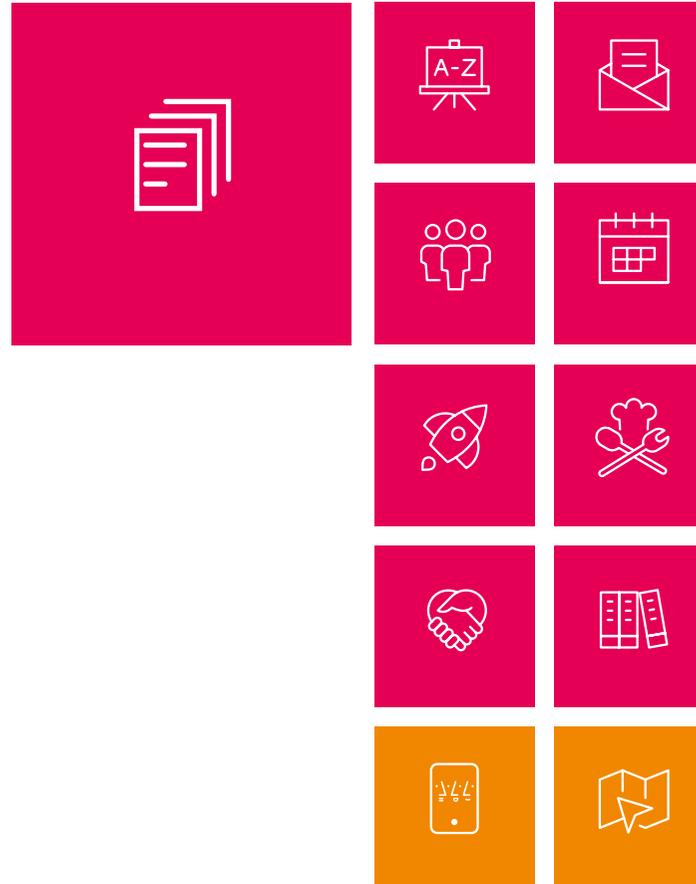
Bildsprache

44

PIKTOGRAMME

Die von der Hochschule Augsburg verwendeten Piktogramme sind insbesondere im digitalen Bereich stark im Einsatz.

Der Zeichensatz orientiert sich an einer filigranen Linienführung und wird sukzessive erweitert.

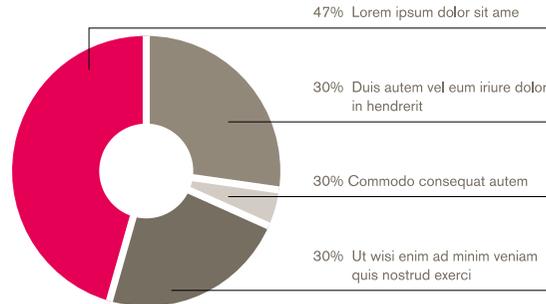


Bildsprache

45

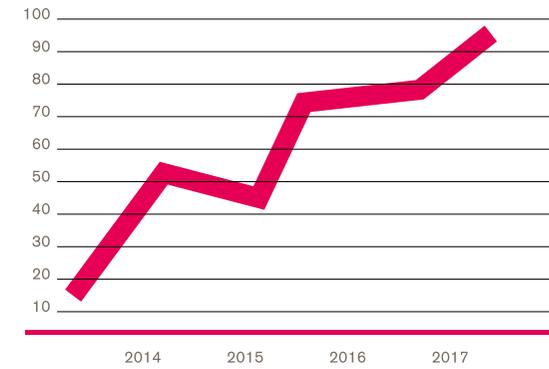
TABELLEN
UND INFOGRAFIKEN

.....
Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed diam nonummy



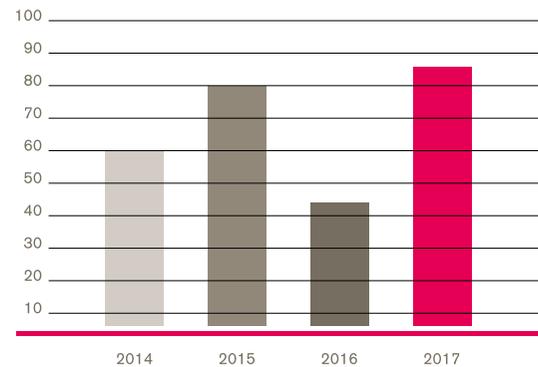
Quelle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo

.....
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse



Quelle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

.....
Consectetur adipiscing elit sed diam nonummy



Quelle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

.....
Dolor in hendrerit in vulputate

Dignissim qui blandit	Augue
Lorem ipsum dolor sit ame	23
Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit	12
Commodo consequat autem	56
Ut wisi enim ad minim veniam quis nostrud exerci	78
Summe:	169

Quelle: Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit



Das Gestaltungsprinzip der visuellen Sprache

Basiselemente

47

SYSTEMATIK

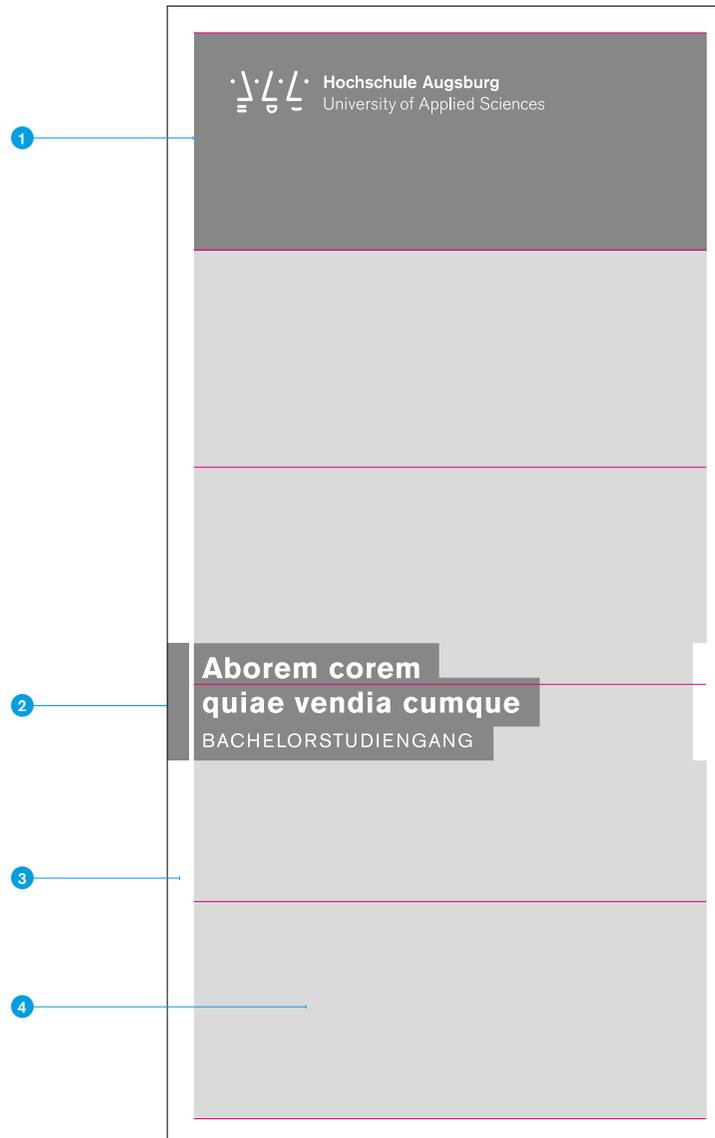
1. Wort- /Bildmarke und die Logoebene
2. Banderole
3. weißer Rahmen
4. Bildebene oder Farbfläche

Auch bei der Gestaltung der DIN-lang-Titelseiten bietet das neue HSA-Design Flexibilität. Analog zu der Titelsystematik bildet eine vertikale Aufteilung in fünf gleich große Teile die Basis. Der Randbereich ist mit einem Rahmen von 5 Millimetern definiert. Der obere Bereich, die sogenannte Logoebene ist je nach Bereich in HSA-Orange oder -Blau definiert. Die restlichen vier Bereiche dienen als Bildebene.

In sonder Fällen kann die Titelseite komplett monochrom in HSA-Orange, -Rot oder -Blau gestaltet werden.

Innerhalb der Logoebene kommt das HSA-Logo in der Horizontalvariante zum Einsatz.

Die HSA-Banderole kann innerhalb der Bildebene vertikal flexibel positioniert werden.



Banderole

48

AUFBAU

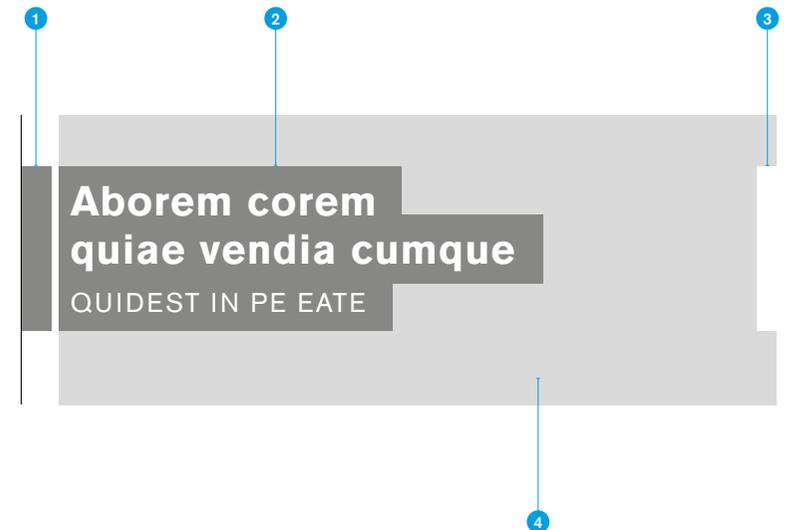
Die Banderole ist der prägnanteste Grundbaustein des Corporate Designs und bietet eine große Flexibilität sowie einen starken Wiedererkennungswert. Im Zusammenspiel mit der Wort-/Bildmarke der Hochschule Augsburg verleiht sie jedem Medium ein unverwechselbares „Gesicht“. Durch die variable Anpassung an Textlängen und -größen sowie durch die flexible Positionierung in der Vertikalen wird die Banderole zu einem universell einsetzbaren Designinstrument.

Die an den Rändern platzierten Balken (1. und 3.) bilden eine visuelle Klammer, die den Inhalt bündeln und in den Fokus rücken. So wird die Banderole insgesamt als eine kompakte Einheit wahrgenommen. Die an Textmarkierungen erinnernden Farbflächen verstärken diese Wirkung. Darüber hinaus wird der Text selbst als „aktiviert“ wahrgenommen, der Inhalt steht dadurch im Zentrum der Wahrnehmung.

Die linksbündige Ausrichtung lockert den kompakten Eindruck auf und rundet das Gesamtbild ab. Die Banderole strukturiert außerdem das Layout und lenkt den Blick des Betrachters. Sie dient damit als primärer Informationsträger und als eindeutige Markenzeichnung auf allen Kommunikationsmedien.

Die HSA-Banderole setzt sich aus folgenden grafischen Elementen zusammen:

1. senkrechter Balken am linken Rand
2. Headline und Subline hinterlegt mit Farbflächen
3. weiße Aussparung am rechten Rand
4. Bildebene oder monochrome Farbfläche als Hintergrund



Banderole

49

ANWENDUNG

Die HSA-Banderole kann flexibel gestaltet werden, grundsätzlich gilt: für einzelne Studiengänge und allgemeine Hochschulthemen wird der senkrechte Balken in orange eingesetzt; für die Themenbereiche Forschung, Weiterbildung und Wissenstransfer kommt ein blauer Balken zum Einsatz.

Farbdifferenzierung:
Orangefarbener Balken für Studiengänge
und allgemeine Hochschulthemen

Blauer Balken für die Bereiche Forschung,
Weiterbildung und Wissenstransfer

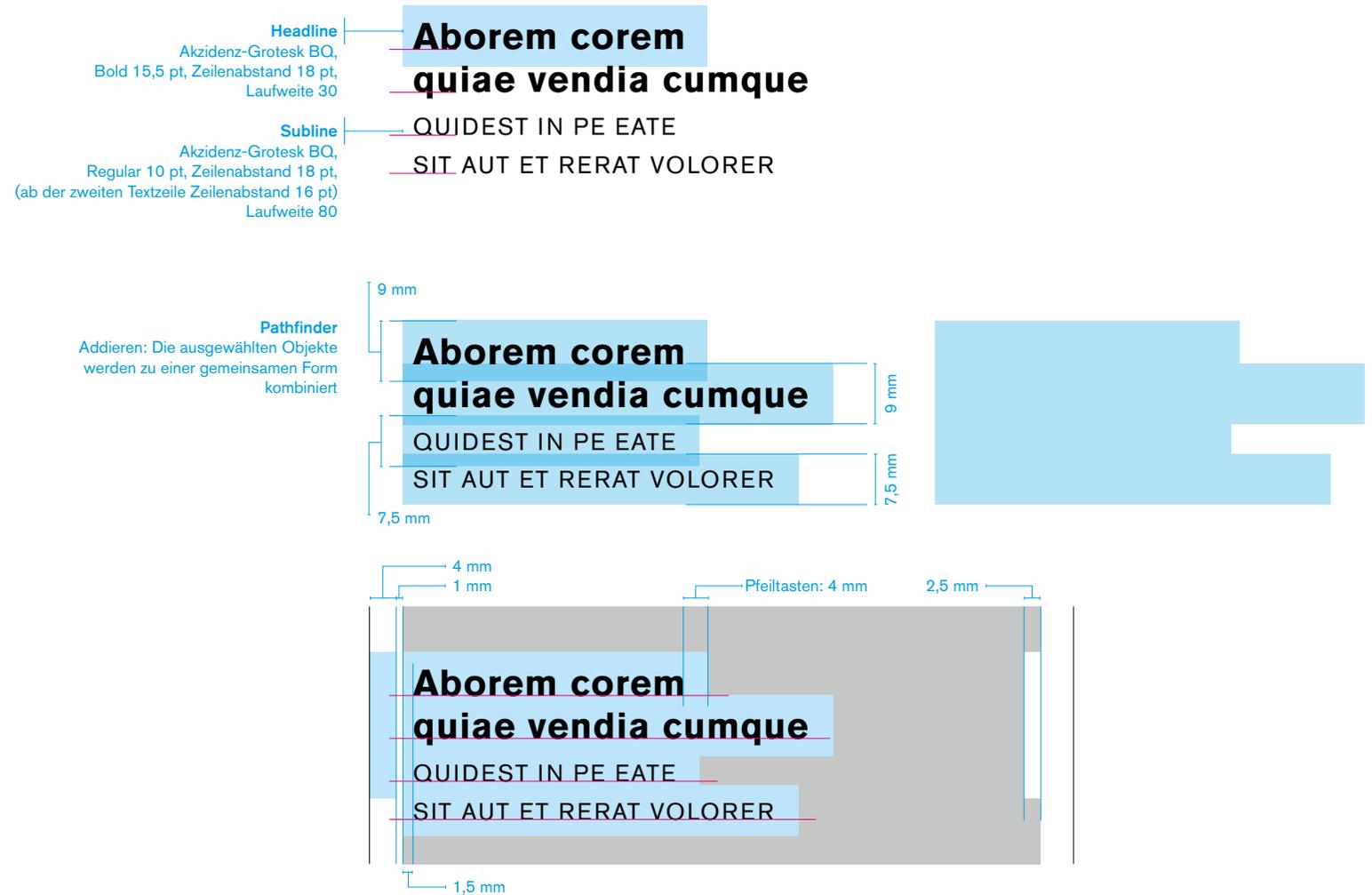


Banderole

50

ANWENDUNG

Konstruktion und Maße der Banderole
auf DIN-lang-Flyer



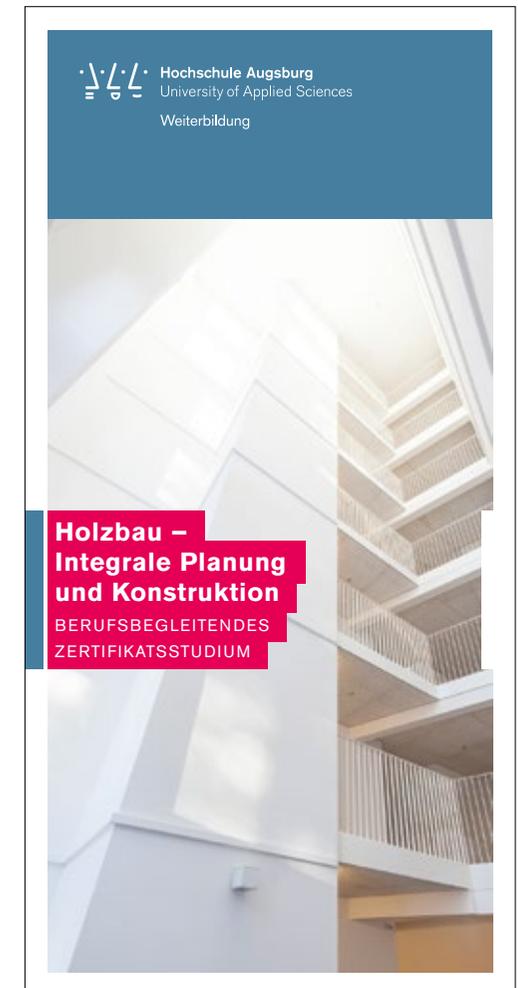
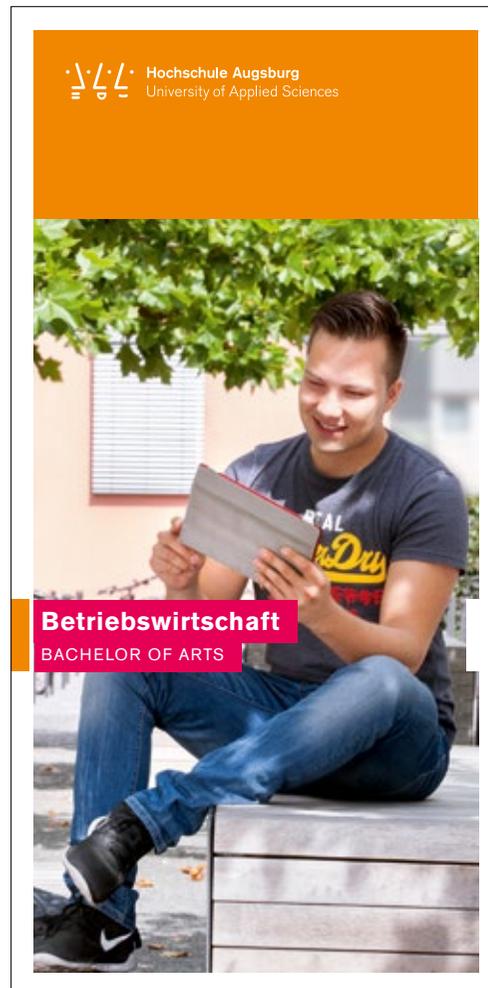
DIN-lang-Flyer

51

TITEL

Farbdifferenzierung
der Studiengang-Flyer

Grundsätzlich gilt: Flyer für Studiengänge und allgemeine Hochschulthemen sind mit einer orangefarbenen Logoebene definiert; Flyer für die Themen Forschung, Weiterbildung und Wissenstransfer werden mit einer blauen Logoebene gestaltet.



DIN-lang-Flyer

RÜCKSEITE

- 1. Subline**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 8,5 pt, Zeilenabstand 12 pt,
Laufweite 80,
Linienstärke 0,5 pt
- 2. Zwischentitel**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 8,5 pt, Zeilenabstand 12 pt,
Laufweite 3
- 3. Copytext**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 8,5 pt, Zeilenabstand 12 pt,
Laufweite 3
- 4. Druckennung**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 5,5 pt, Zeilenabstand 7,5 pt,
Laufweite 3
- 5. Kontaktkasten**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 7 pt, Zeilenabstand 8,5 pt,
Laufweite 3,
Tabulatoren 2,3 mm

Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 7 pt, Zeilenabstand 8,5 pt,
Laufweite 3,
Tabulatoren 2,3 mm



KONTAKT UND ANSPRECHPARTNER 1

Ausführliche Informationen und Vorlagen finden Sie unter www.hs-augsburg.de/duales-studium oder persönlich bei folgenden Ansprechpartnern:

Architektur und Bauwesen
Prof. Max Muster
max.muster@hs-augsburg.de

Informatik
Prof. Dr. Peter Platzhalter
peter.platzhalter@hs-augsburg.de

Elektrotechnik, Mechatronik, Internationales Wirtschaftsingenieurwesen
Cora Muster
cora.muster@hs-augsburg.de

Maschinenbau und Verfahrenstechnik
Barbara Mustermann
barbara.mustermann@hs-augsburg.de

Wirtschaft
Mara Layout
mara.layout@hs-augsburg.de

5
Hochschule Augsburg
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
www.hs-augsburg.de

Zentrale Studienberatung
Dr. Ulrike Fink-Heuberger
Tel. +49 821 5586-3273
ulrike.fink-heuberger@hs-augsburg.de

Daniela Laxy
Tel. +49 821 5586-3278
daniela.laxy@hs-augsburg.de

Zentrale Koordination
duales Studium
Dr. Julia Sonnenberger
Tel. +49 821 5586-3592

Ausgabe: 02/2017 | Foto: Max Mustermann | Gestaltung: wppf.de

3 mm



KONTAKT UND ANSPRECHPARTNER

Studiengleitung
Prof. Dr. Clemens Espe, PMP
Wirtschaftsinformatik
und Projektmanagement
Fakultät für Informatik

Studiengangkoordination
Benjamin Reichart, B.A.
Institut für Technologie-
und Wissenstransfer
Tel. +49 821 5586-3621
it-pm@hs-augsburg.de

3 mm

1 mm

Hochschule Augsburg
Fakultät für Informatik
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
www.hs-augsburg.de

Ausgabe: 02/2017 | Foto: Max Mustermann | Gestaltung: wppf.de



Hochschule Augsburg
Fakultät für Informatik
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
info@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Hochschule Augsburg
Zentrale Studienberatung
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
studienberatung@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Dr. Ulrike Fink-Heuberger
Tel. +49 821 5586-3273
Daniela Laxy
Tel. +49 821 5586-3278

facebook.com/
hochschule.augsburg
instagram.com/
hochschuleaugsburg
twitter.com/hs_augsburg
youtube.com/user/
hochschuleaugsburg
#studiereninaugsburg

Ausgabe: 09/2017 | Presse@hs-aug.de

DIN-lang-Flyer

GESTALTUNGSRASTER

Das Layout folgt der Einteilung der Titelseiten in fünf Bereiche. Der Bereich der Logoebene wird auf den Folgeseiten als Bildfläche genutzt. Wahlweise können diese Flächen auch mit den Hausfarben HSA-Orange, -Rot oder -Blau in Kombination mit den modularen Gesichtszeichen-Gruppen gefüllt werden.

Die Subline wird maximal zweizeilig in Versalien gesetzt, oben und unten flankiert von einer 0,5-pt-Linie.

Das Gestaltungsraster des DIN-lang-Flyers ist vierspaltig. Das Grundlinienraster ist in 12-pt-Schritten aufgebaut.

**AN DIESER STELLE STEHT EINE HEADLINE
MAXIMAL ZWEIFEILEN**

Porum coreped quiduntias et vollupt atetur
 Quiaae volo et aut ditatioosi nos maximpo repudit incieneseque dit explit ressequam de perestion corepere sitis ad et molorec taquasitam accae moluptatur rem illenectusam landanis qui dit resenim inctus prae del idus, coresto officii itatectotas que qui temquam reperro et,

Porum coreped quiduntias et vollupt atetur? Quiaae volo et aut ditatioosi nos maximpo repudit incieneseque dit explit ressequam de perestion corepere sitis ad et molorec taquasitam accae moluptatur rem illenectusam landanis qui dit resenim inctus prae del idus, coresto officii itatectotas que qui temquam reperro et,

Porum coreped quiduntias et idus, coresto officii itatectotas vollupt atetur? Quiaae volo et aut que qui temquam reperro et. Axi-ditatioosi nos maximpo repudit in-maiorem. Picientiam, il miliquae id-cieneseque dit explit ressequam quibustia qui sequam nobis es-de perestion corepere sitis ad et cipsunt apis inclitionse cuscias molorec taquasitam accae mo-nit officitate coreici liquodignam luptatur rem illenectusam landa-repelia volorei cipsam est, incto nis qui dit resenim inctus prae del beatem num faccus doluptate ve

AN DIESER STELLE STEHT EINE HEADLINE

Aborem corem quiaae vendia cumque
 QUIDEST IN PE EATE
 SIT AUT ET RERAT VOLORER

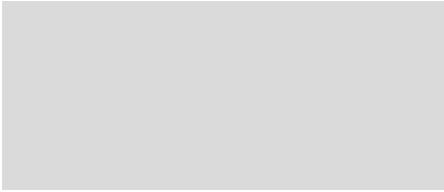
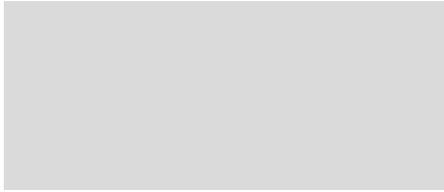
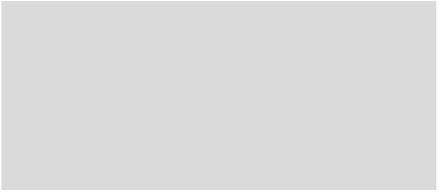
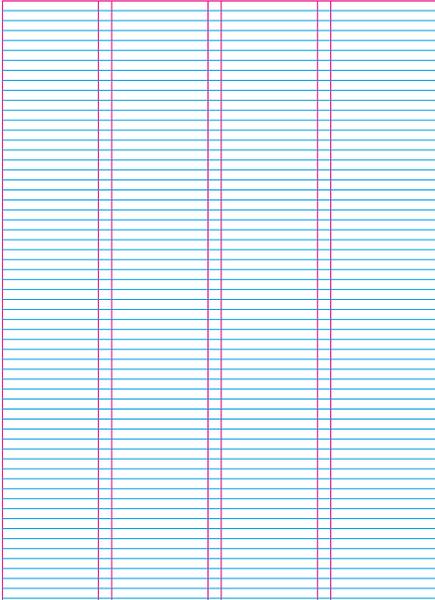
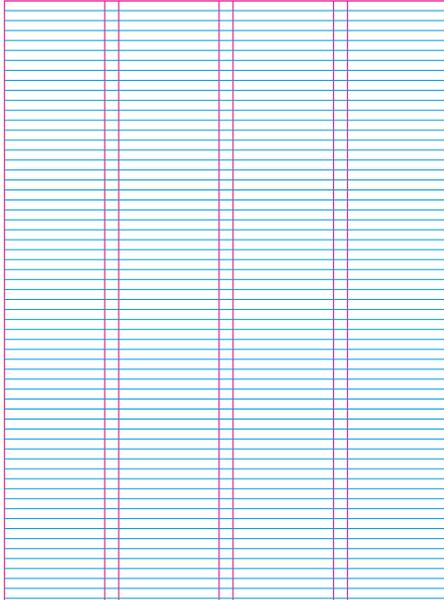
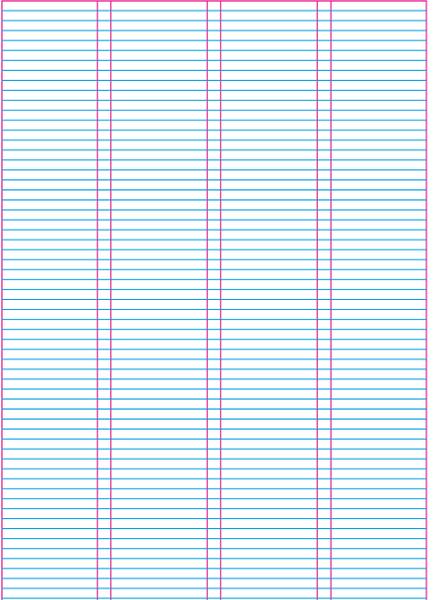
Schutzzone

Schutzzone

DIN-lang-Flyer

GESTALTUNGSRASTER

Die Bildleiste kann flexibel gefüllt werden.
Die Bildbreite kann sich dabei über eine,
zwei oder drei Seiten erstrecken.

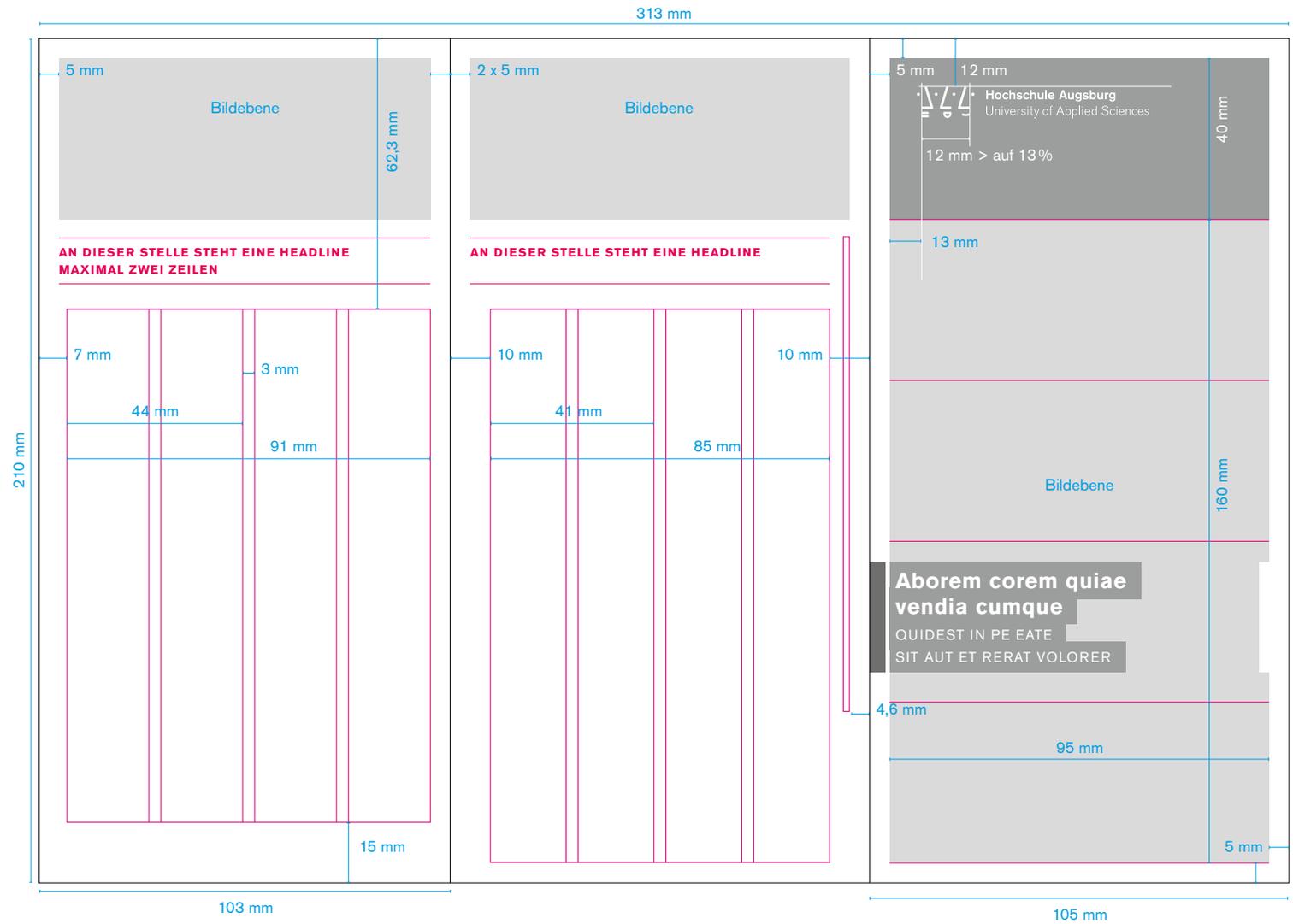
		
<p>AN DIESER STELLE STEHT EINE HEADLINE MAXIMAL ZWEI ZEILEN</p>	<p>AN DIESER STELLE STEHT EINE HEADLINE</p>	<p>AN DIESER STELLE STEHT EINE HEADLINE MAXIMAL ZWEI ZEILEN</p>
		

DIN-lang-Flyer

55

GESTALTUNGRASTER

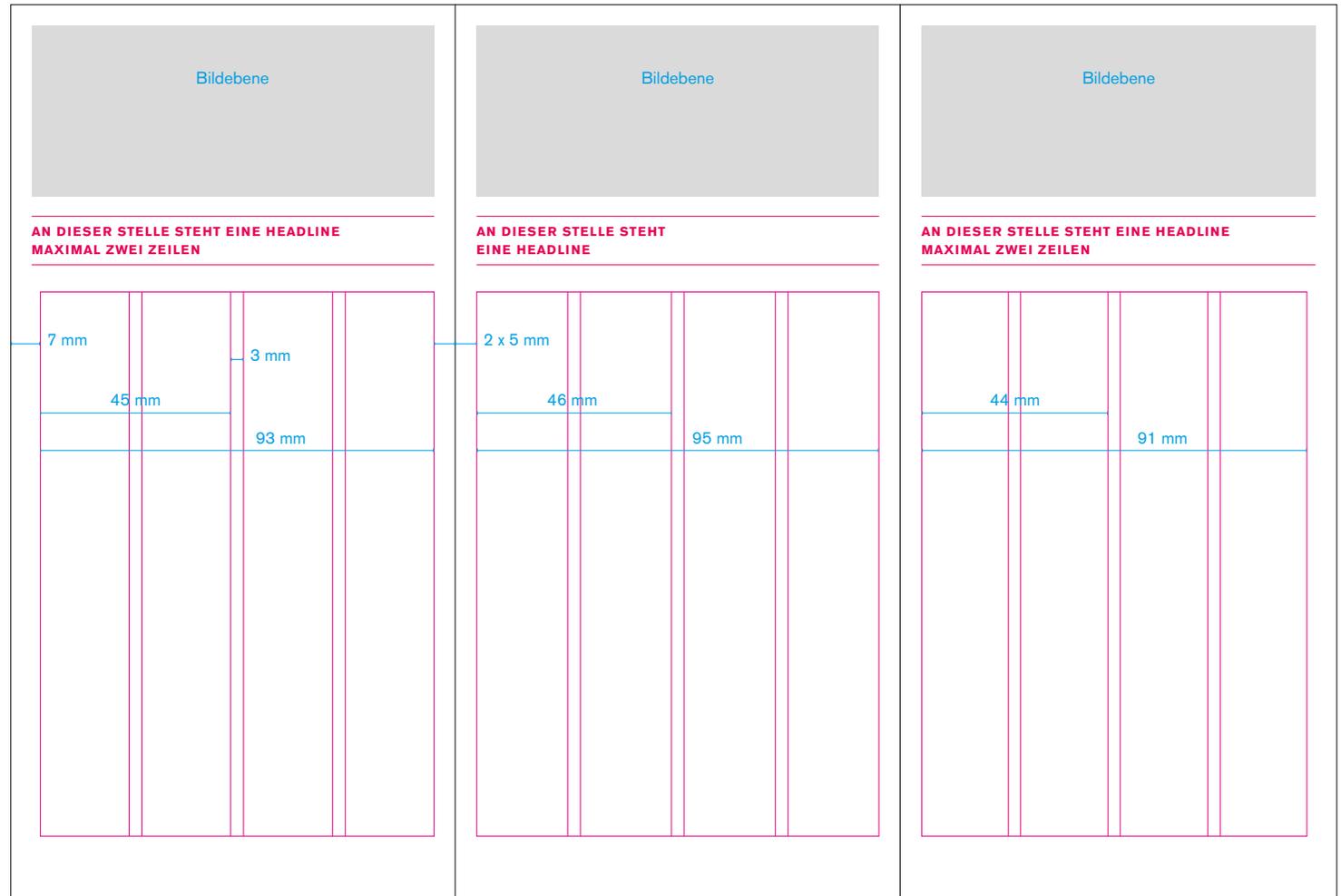
Gestaltung und Maße
für einen Wickelfalz-Flyer



DIN-lang-Flyer

GESTALTUNGSRASTER

Gestaltung und Maße
für einen Wickelfalz-Flyer



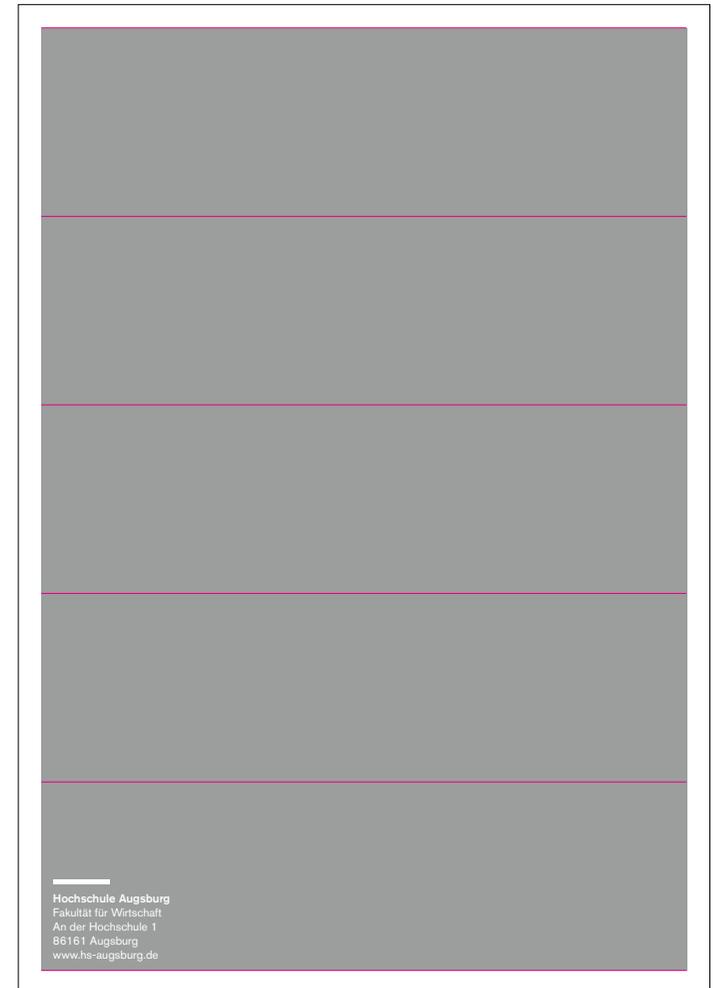
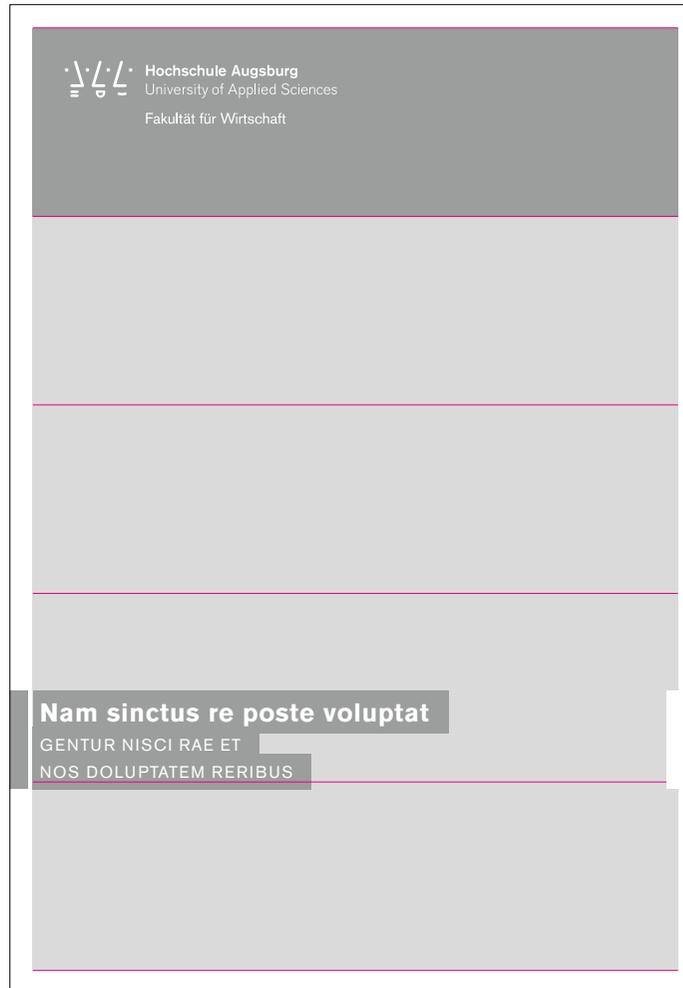
DIN-A5-Flyer

57

TITEL UND RÜCKSEITE

Die Titel-Grundgestaltung basiert auf dem DIN-lang-Flyer.

Die Gestaltung der DIN-A5-Rückseiten folgt der Gestaltung der DIN-A4-Rückseiten (siehe Anwendungsbeispiele Seite 61).

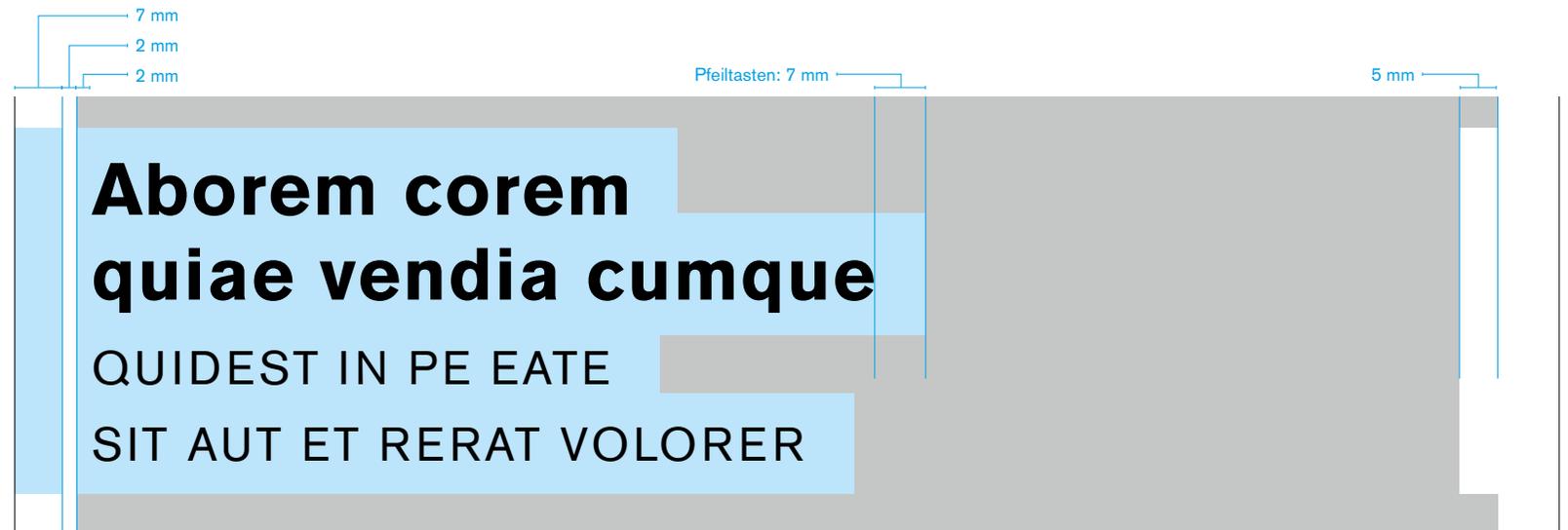
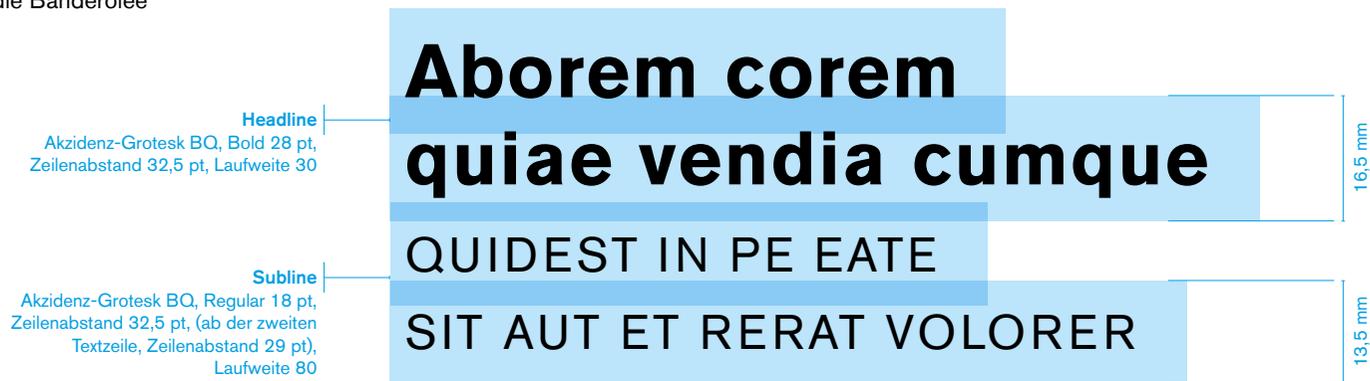


DIN-A4-Broschüre

58

BANDEROLE

Konstruktion und Maße
für die Banderolee



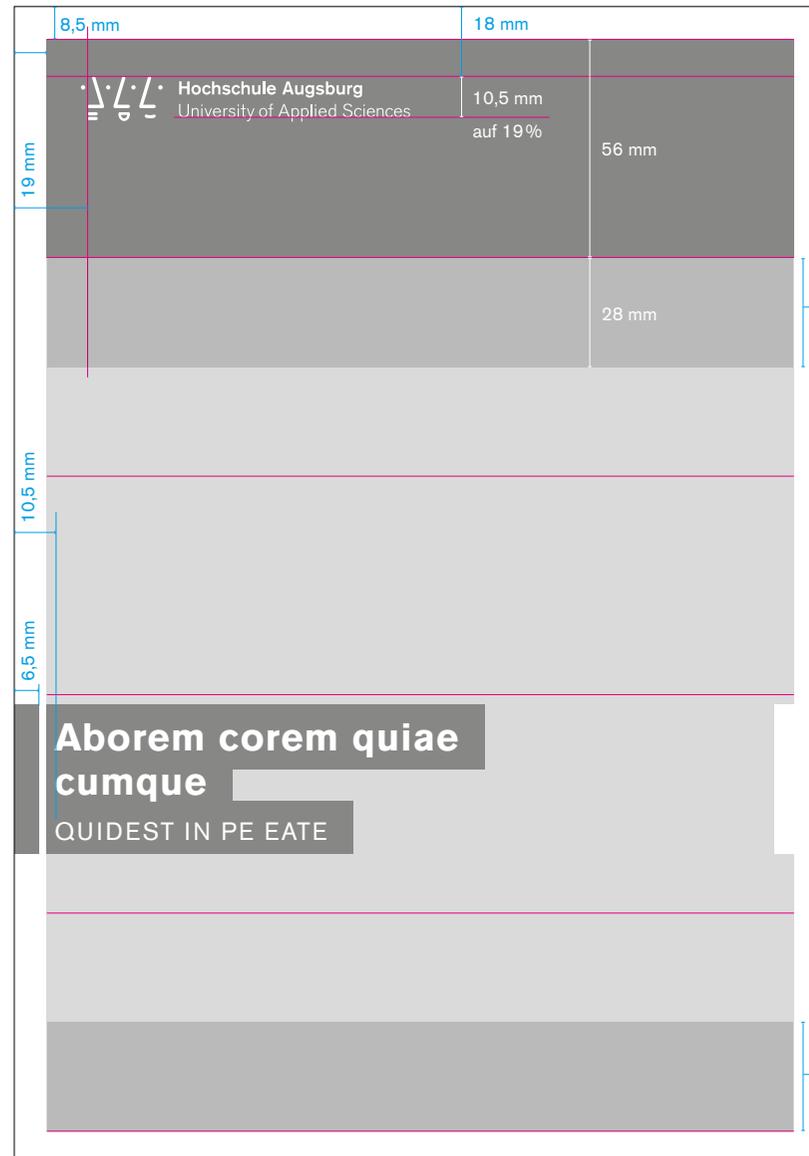
DIN-A4-Broschüre

59

TITEL

Die Gestaltung der DIN-A4-Titelseiten folgt der Gestaltung der DIN-lang-Titelseiten.

Analog zu der Titelsystematik bildet eine vertikale Aufteilung in fünf gleich große Teile die Basis. Der Randbereich ist mit einem Rahmen von 8,5 Millimetern definiert.



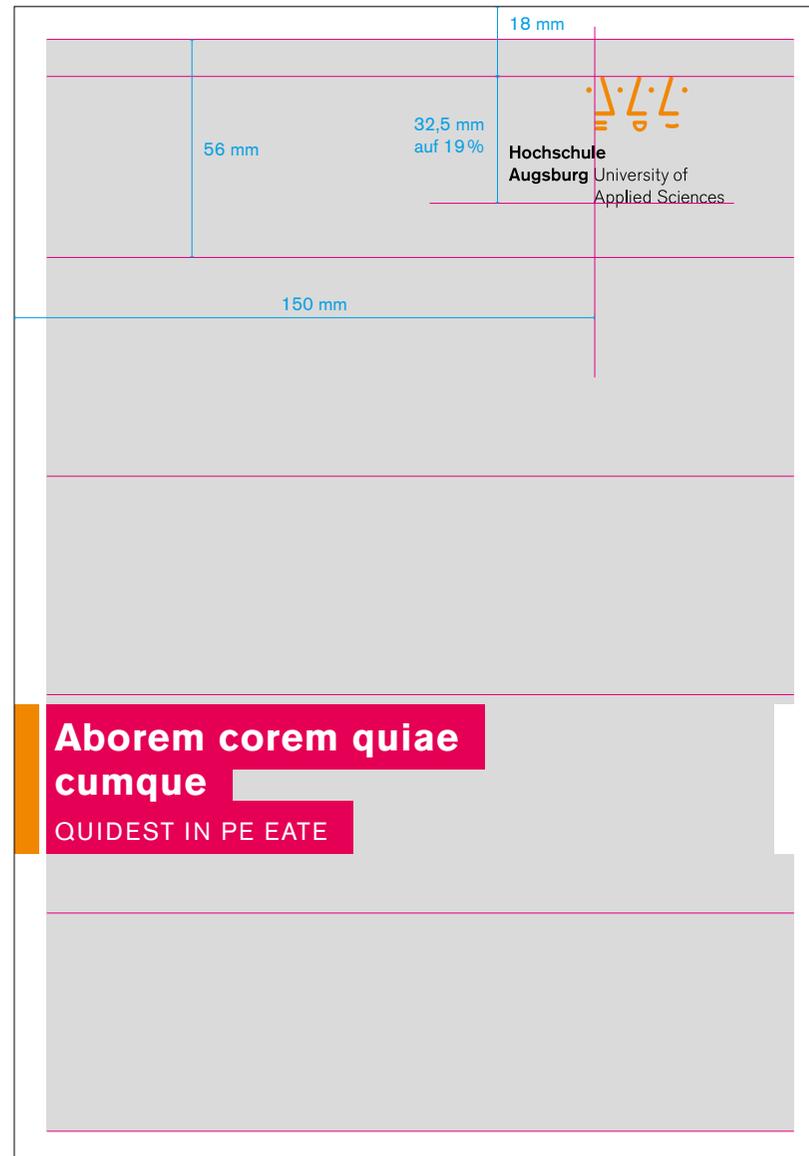
DIN-A4-Broschüre

60

TITEL IMAGEVARIANTE

Die Gestaltung der Imagevariante der DIN-A4-Titelseiten folgt der Gestaltung der DIN-lang-Titelseiten. Analog zur Titelsystematik wird eine Aufteilung in fünf Bereiche zugrundegelegt. Der obere orangefarben oder blau definierte Bereich – wie bei der DIN-A4-Grundvariante – fällt weg. Die gesamte Fläche wird als Bildebene genutzt.

Auf der Imagevariante der DIN-A4-Titelseiten ist grundsätzlich die Primärvariante der Wort-/Bildmarke zu verwenden. Die Schutzzone der Wort-/Bildmarke muss beachtet werden.

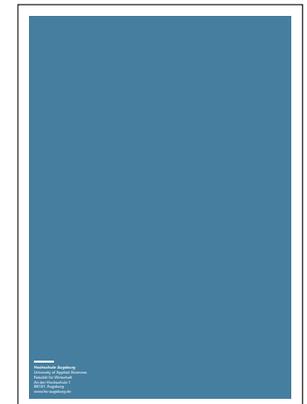
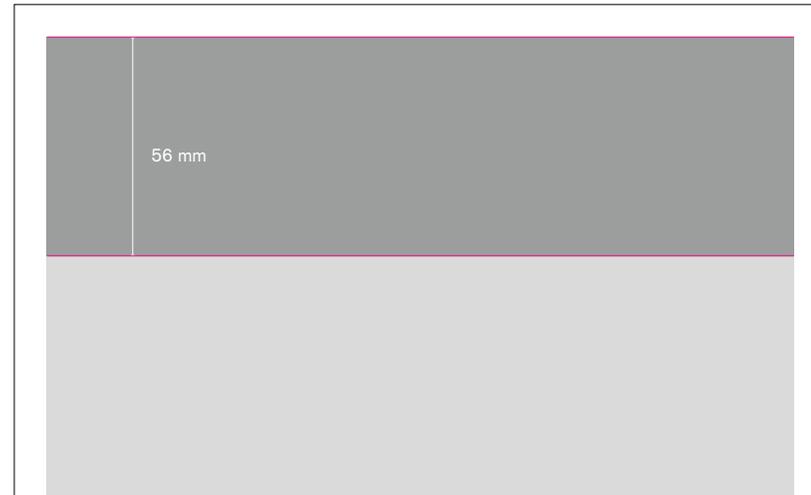


DIN-A4-Broschüre

61

RÜCKSEITE

Die Gestaltung der Rückseiten folgt ebenfalls der Aufteilung in fünf gleich große Bereiche. Der obere Bereich kann als Bildebene genutzt werden. Ansonsten kommt hier ein flexibles Gestaltungsprinzip zur Anwendung.

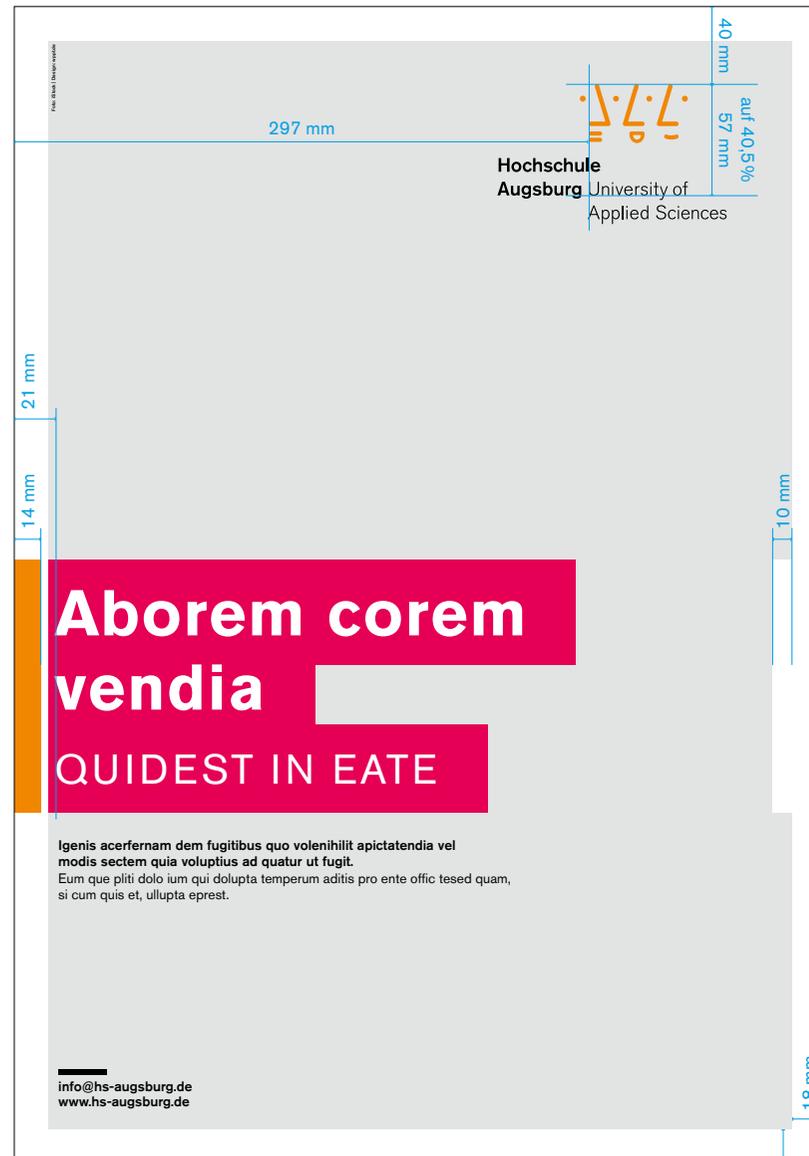


DIN-A2-Plakat

GESTALTUNGSRASTER

Die Gestaltung der DIN-A2-Plakate basiert auf der Gestaltung der DIN-A4-Imagevariante. Hier ist zu beachten, dass die Wort-/Bildmarke auf ruhigen Bildflächen platziert wird (siehe Anwendungsbeispiele auf Seite 58).

Auch in diesem Fall ist grundsätzlich die Primärvariante der Wort-/Bildmarke zu verwenden.



Zwischentitel
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 20 pt,
Zeilenabstand 24 pt,
Laufweite 30

Copytext
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 20 pt,
Zeilenabstand 24 pt,
Laufweite 3

Kontakt
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 20 pt,
Zeilenabstand 22,5 pt,
Laufweite 3

1 Pfeiltasten: 17 mm

Headline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 62 pt,
Zeilenabstand 72 pt,
Laufweite 30

**Aborem corem quiaie
vendia cumque
revidem rem isellatur** 36 mm

QUIDEST IN PE EATE
SIT AUT ET RERAT VOLORER 30 mm

Subline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 40 pt,
Zeilenabstand 72 pt,
(ab der zweiten Textzeile
64 pt Zeilenabstand),
Laufweite 80

2 Pfeiltasten: 26 mm

Headline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 93 pt,
Zeilenabstand 108 pt,
Laufweite 30

**Aborem corem
vendia** 54 mm

QUIDEST IN PE EATE 45 mm

Subline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 60 pt,
Zeilenabstand 108 pt,
(ab der zweiten Textzeile
96 pt Zeilenabstand),
Laufweite 80

3

Kontakt
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 20 pt,
Zeilenabstand 22,5 pt,
Laufweite 3

**Aborem corem quiaie
revidem rem isellatur**

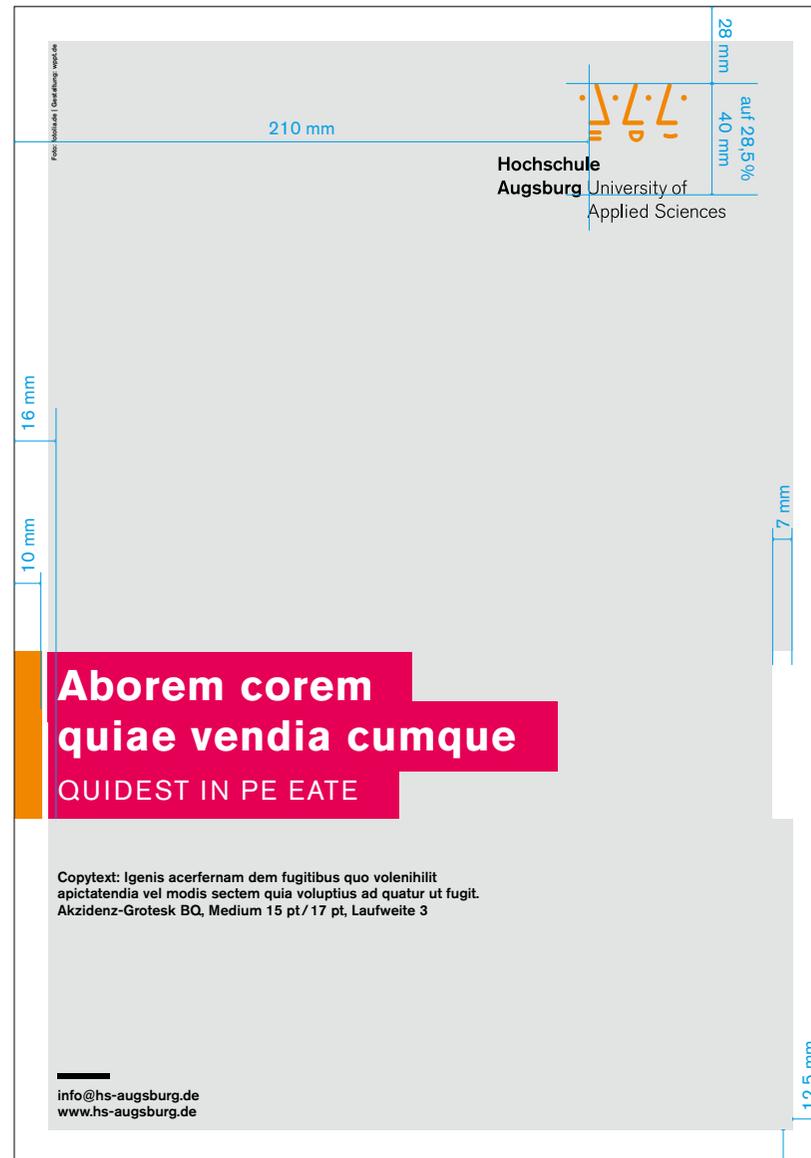
studienorientierungstag@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

DIN-A3-Plakat

63

GESTALTUNGRASTER

Gestaltung und Maße
für DIN-A3-Plakate



Copytext
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 15 pt,
Zeilenabstand 17 pt,
Laufweite 3

Kontakt
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 15 pt,
Zeilenabstand 17 pt,
Laufweite 3

1 Pfeiltasten: 15 mm

Headline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 44 pt,
Zeilenabstand 51 pt,
Laufweite 30

Anisquam experiae volut 25,5 mm
UTATATE QUAECTET
SOLUPTATIO CONEM ULLOREPED 21 mm

Subline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 28 pt,
Zeilenabstand 51 pt,
(ab der zweiten Textzeile
45 pt Zeilenabstand),
Laufweite 80

info@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

ANWENDUNGSBEISPIELE



Postkarte DIN-lang und DIN A6

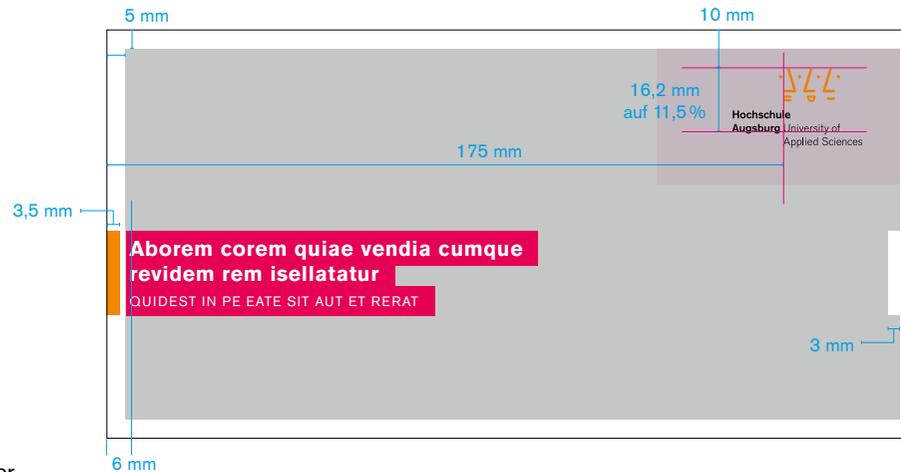
65

GESTALTUNGSRASTER

Die Gestaltung der Postkarten folgt der Gestaltung der DIN-lang-Flyer. Grundsätzlich ist auch hier die Primärvariante der Wort-/Bildmarke zu verwenden.

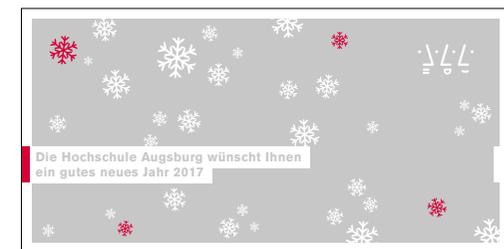
Bei der Gestaltung der Rückseite ist ein Schriftgrad von 8,5 pt zugrunde gelegt. Bei geringem Textumfang kann der Schriftgrad erhöht werden.

Für Feierlichkeiten oder besondere Anlässe können Sonderfarben und/oder Veredelungen eingesetzt werden.



Kontaktkasten
Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 7 pt, Zeilenabstand 8,5 pt,
Laufweite 3

Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 7 pt, Zeilenabstand 8,5 pt,
Laufweite 3



Anzeige

ANWENDUNGSBEISPIELE

Die typografische Umsetzung
der Banderole wird hier je nach
Anzeigenformat flexibel angewendet.
Die Skalierung erfolgt proportional
(für Anzeigenformate kleiner als
DIN A5).

Foto: Paul Musterl | Design: wpp1.de



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Taque lia de porem quiscim
TAQUE LIA DE POREM QUISCIM

info@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de



Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Erfolg durch Kompetenz
BERUFSBEGLEITENDE WEITERBILDUNG
AN DER HOCHSCHULE AUGSBURG

Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen
Master Technologie-Management
Master Projektmanagement
Bau + Immobilien / Fassade / Ausbau
Zertifikat Fachingenieur Fassade
Zertifikat Fachingenieur Ausbau
Zertifikate Wirtschaft
(Controlling, Produktmanagement,
Management-Wissen, Marketing)

Kommen Sie zum
Infoabend Weiterbildung
Do. 12.12.2016, 18 Uhr
Raum H1.28
Hochschule Augsburg
An der Hochschule 1
89161 Augsburg
Anmeldung:
weiterbildung@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de/weiterbildung



Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

Berufsbegleitendes Zertifikatsstudium
2 Semester ab Wintersemester 2017/18
Bewerbung jetzt!

Prozessentwickler/-in Logistik
INFOABEND 18. MAI 2017, 18 UHR

Anmeldung
pe-l@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Weiterbildung

Foto: rosenwald | Design: wpp1.de



studienberatung@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Bereit für Deinen nächsten Schritt?
JETZT DURCHSTARTEN IN TECHNIK,
WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG

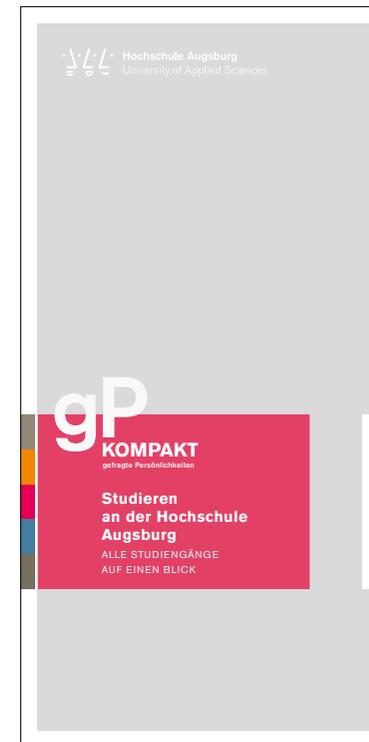
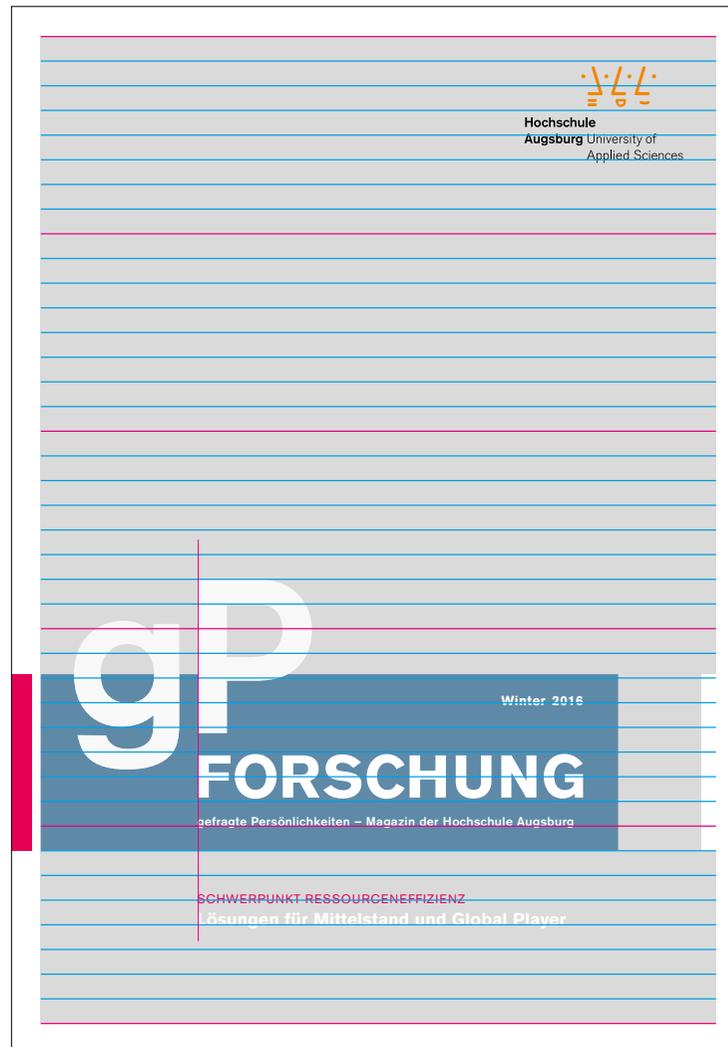
Hochschule
Augsburg University of
Applied Sciences

gP-Publikationen

67

**TITEL
DIN A4 UND DIN LANG**

Gestaltungsraster für gP-Publikationen



TITEL DIN A4

Anwendungsbeispiele

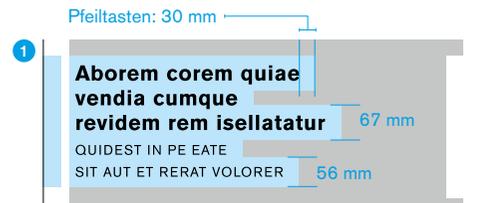


Roll-up

70

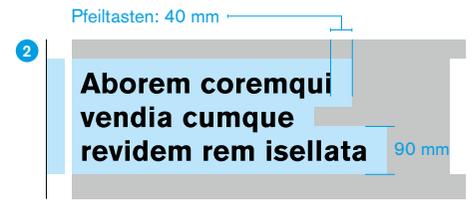
BANDEROLE

Konstruktion und Maße



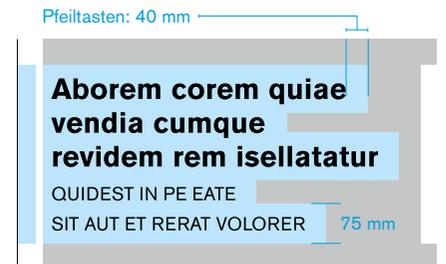
1 **Headline**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 116 pt,
Zeilenabstand 134 pt,
Laufweite 30

Subline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 74,5 pt,
Zeilenabstand 134 pt,
(ab der zweiten Textzeile
119 pt Zeilenabstand),
Laufweite 80



2 **Headline**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 155 pt,
Zeilenabstand 180 pt,
Laufweite 30

Subline
Akzidenz-Grotesk BQ, Regular 100 pt,
Zeilenabstand 180 pt,
(ab der zweiten Textzeile
160 pt Zeilenabstand),
Laufweite 80



3 **Headline**
Akzidenz-Grotesk BQ,
Bold 238 pt,
Zeilenabstand 267 pt,
Laufweite 30

Subline
Akzidenz-Grotesk BQ,
Regular 153,5 pt,
Zeilenabstand 267 pt,
(ab der zweiten Textzeile
246 pt Zeilenabstand),
Laufweite 80

Roll-up

71

ANWENDUNGSBEISPIELE

Konstruktion und Maße



Roll-up

72

ANWENDUNGSBEISPIELE

Konstruktion und Maße

Logoebene

Banderole

Aufzählung

Akzidenz-Grotesk BQ
Medium, 100 pt.
Zeilenabstand 125 pt,
Laufweite 3

Einzüge und Abstände

Einzug links: 27 mm
Einzug erste Zeile: -27 mm
Abstand danach: 18 mm

Bereich für
Kommunikation

Kontakt

Akzidenz-Grotesk BQ
Medium, 90 pt.
Zeilenabstand 108 pt,
Laufweite 3

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences
Fakultät für Maschinenbau
und Verfahrenstechnik

**Aborem corem quiae
vendia cumque
revidem rem isellatatur**
QUIDEST IN PE EATE
SIT AUT ET RERAT VOLORER

> Dolest omnis delluptat
> Evente eossitium nihiligenet quossin
renihit mo con postrum aliam simi
soluptam consecum
> Officia iniminu sdamus suntius.

info@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

**Aborem corem quiae
vendia cumque
revidem rem isellatatur**
QUIDEST IN PE EATE
SIT AUT ET RERAT VOLORER

www.hs-augsburg.de

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences
Bibliothek

Mehr Wissen!
ERSTE ZEILE
AB ZWEITER ZEILE

> Dolest omnis delluptat
> Evente eossitium nihiligenet quossin
renihit mo con postrum aliam simi
soluptam consecum
> Officia iniminu sdamus suntius.

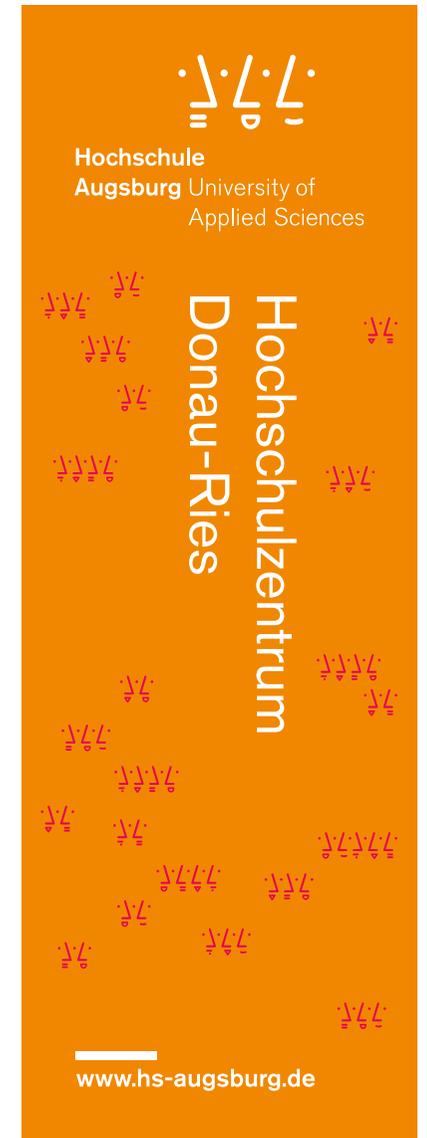
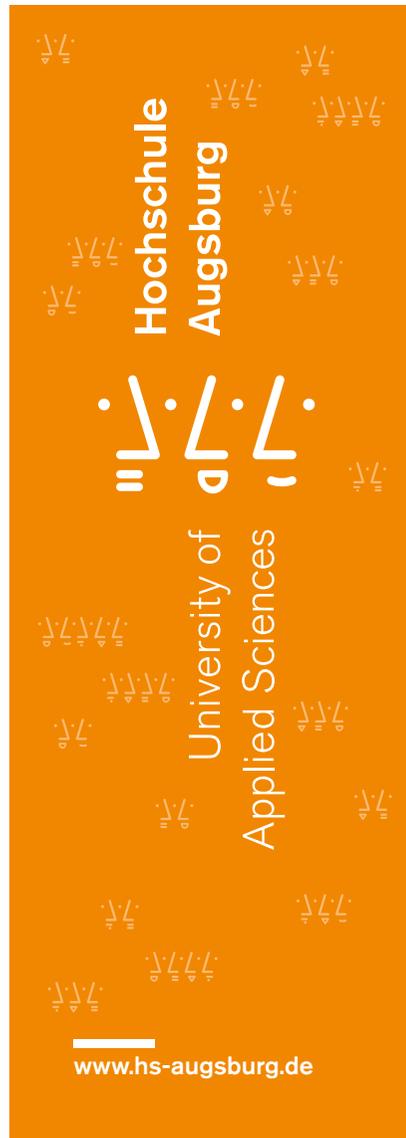
www.facebook.com/HSA.Bib
www.hs-augsburg.de/bibliothek

Schutzzone

Fahne

73

ANWENDUNGSBEISPIELE





Die Geschäftsausstattung der Hochschule

Briefbogen

75

ERSTE SEITE

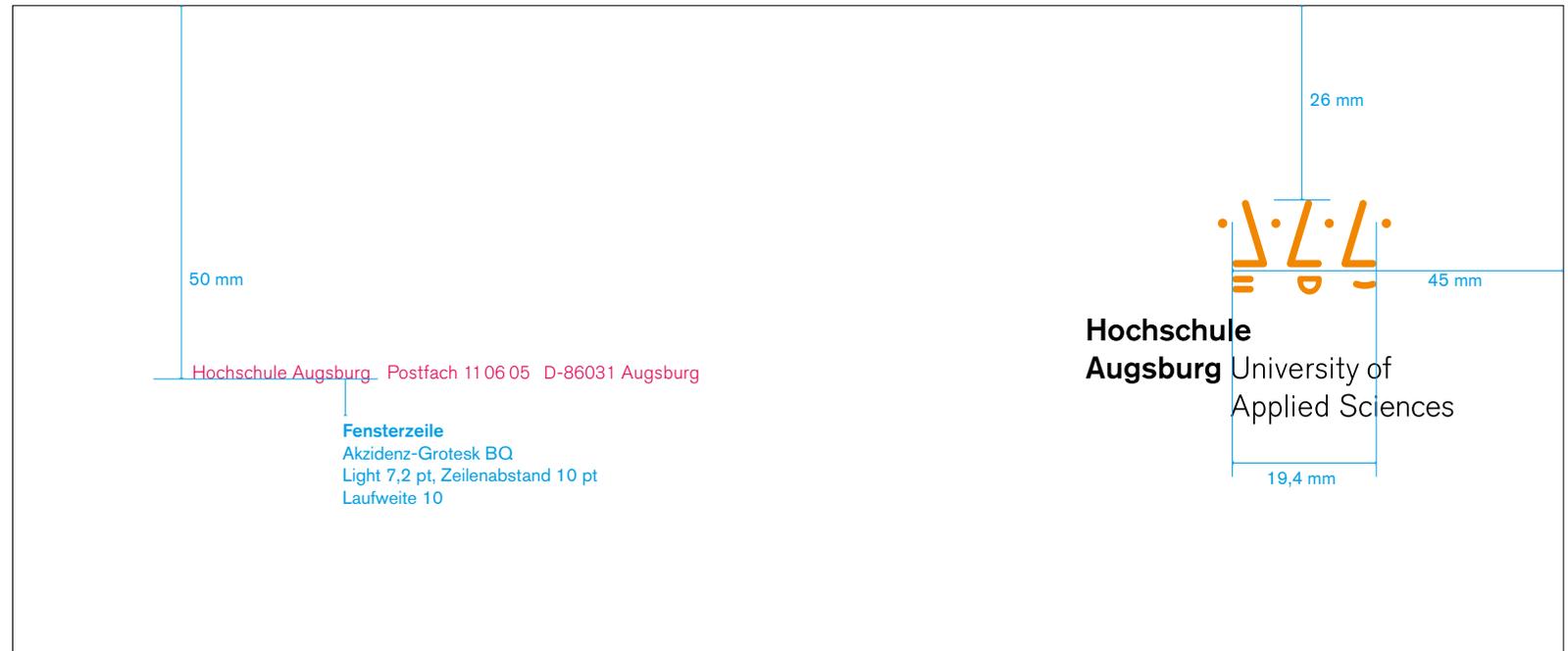
Die Geschäftsausstattung soll das einheitliche Erscheinungsbild der Hochschule nach außen tragen. Ein konsequenter Auftritt sorgt für Vertrauen und strahlt Kompetenz aus.



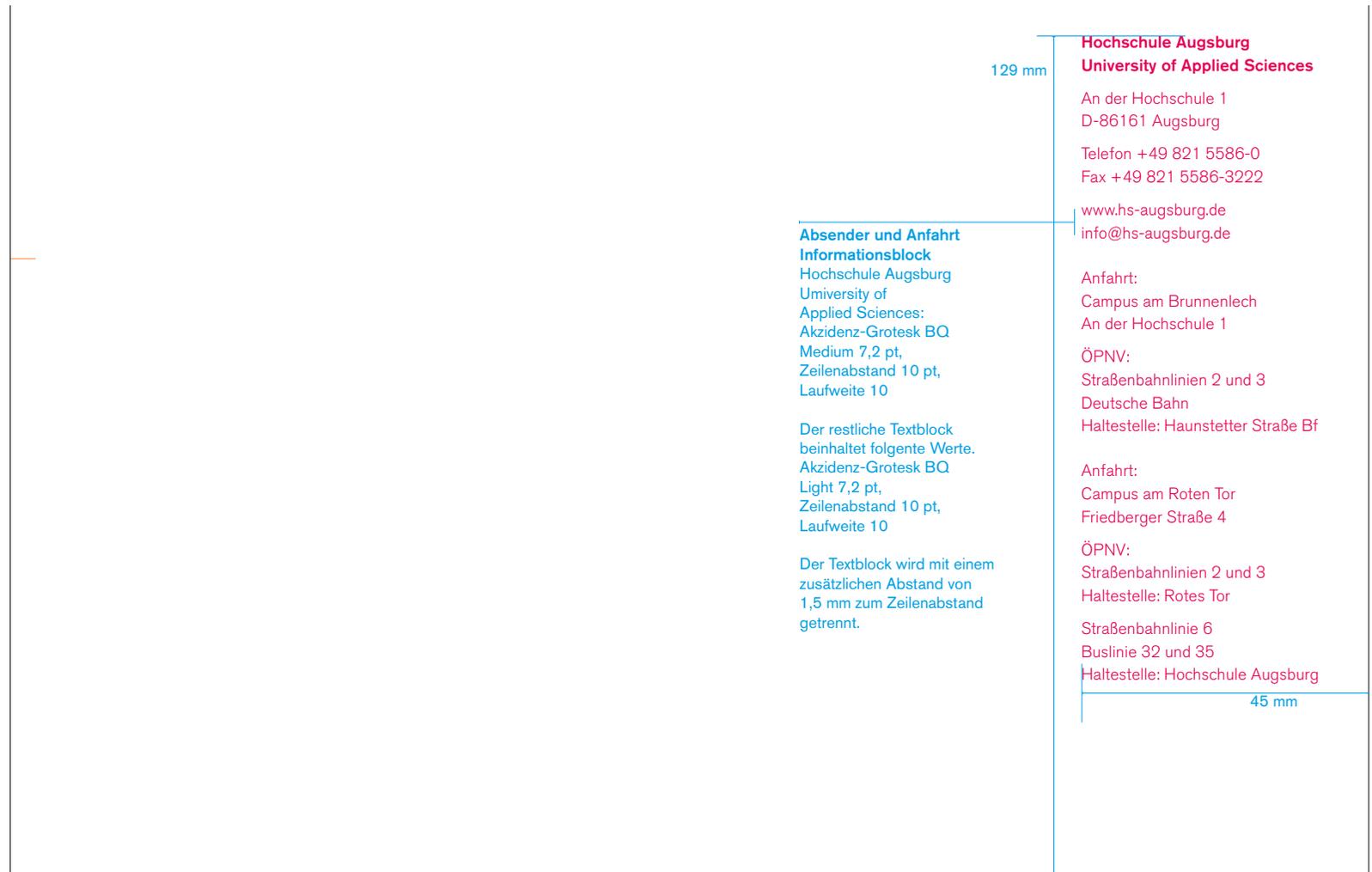
Briefbogen

76

Maße Briefkopf



Maße Absender und
Anfahrt Informationsblock



Satzspiegel in der
Wordvorlage



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Hochschule Augsburg Postfach 11 06 05 D-86031 Augsburg

Anrede
Name
Straße

PLZ Ort

Aktenzeichen Ihr Schreiben vom/Ihr Zeichen Augsburg, den

Betreff

Sehr geehrte Damen und Herren,

hier beginnt der Brieftext. Für dieses Textformat können Sie auch die Formatvorlage „Textkörper“ aus der Formatierungspalette wählen. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet. Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Max Mustermann

Prof. Dr. Max Mustermann
Pressesprecher
Telefon +49 821 55 86-2556
Fax +49 821 55 86-3516
presse@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Dr. Christine Lüdke
Pressesprecherin
Telefon +49 821 55 86-2556
Fax +49 821 55 86-3516
christine.luedke@hs-augsburg.de
presse@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences
An der Hochschule 1
D-86161 Augsburg
Telefon +49 821 5586-0
Fax +49 821 5586-3222
www.hs-augsburg.de
info@hs-augsburg.de

Anfahrt:
Campus am Brunnenlech
An der Hochschule 1
ÖPNV:
Straßenbahnlinien 2 und 3
Deutsche Bahn
Haltestelle: Haunstetter Straße Bf

Anfahrt:
Campus am Roten Tor
Friedberger Straße 4
ÖPNV:
Straßenbahnlinien 2 und 3
Haltestelle: Rotes Tor
Straßenbahnlinie 6
Buslinie 32 und 35
Haltestelle: Hochschule Augsburg

30 mm



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

169,2 mm

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, viverra quis, feugiat a, tellus. Phasellus viverra nulla ut metus varius laoreet.

Quisque rutrum. Aenean imperdiet. Etiam ultricies nisi vel augue. Curabitur ullamcorper ultricies nisi. Nam eget dui. Etiam rhoncus. Maecenas tempus, tellus eget condimentum rhoncus, sem quam semper libero, sit amet adipiscing sem neque sed ipsum. Nam quam nunc, blandit vel, luctus pulvinar, hendrerit id, lorem. Maecenas nec odio et ante tincidunt tempus. Donec vitae sapien ut libero venenatis faucibus. Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget eros faucibus tincidunt. Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui. Cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae, In ac dui quis mi consectetur lacinia. Nam pretium turpis et arcu. Duis arcu tortor, suscipit eget, imperdiet nec, imperdiet iaculis, ipsum. Sed aliquam ultrices mauris. Integer ante arcu, accumsan a, consectetur eget, posuere ut, mauris. Praesent adipiscing. Phasellus ullamcorper ipsum rutrum nunc. Nunc nonummy metus. Vestibulum volutpat pretium libero. Cras id dui. Aenean ut eros et nisl sagittis vestibulum.

Nullam nulla eros, ultricies sit amet, nonummy id, imperdiet feugiat, pede. Sed lectus. Donec mollis hendrerit risus. Phasellus nec sem in justo pellentesque facilisis. Etiam imperdiet imperdiet orci. Nunc nec neque. Phasellus leo dolor, tempus non, auctor et, hendrerit quis, nisi. Curabitur ligula sapien, tincidunt non, euismod vitae, posuere imperdiet, leo. Maecenas malesuada. Praesent congue erat at massa. Sed cursus turpis vitae tortor. Donec posuere vulputate arcu. Phasellus accumsan cursus velit. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Sed aliquam, nisi quis porttitor congue, elit erat euismod orci, ac placerat dolor lectus quis orci.

Satzspiegel Breite 114,5 mm

Briefbogen

79

Maße und typografische
Angaben in der Wordvorlage

Hochschule Augsburg Postfach 11 06 05 D-86031 Augsburg

Anrede
Name
Straße
PLZ Ort

Arial Regular 11 pt,
Zeilenabstand 1,5 Zeilen

Arial Regular 7 pt,
Weitere Wordangaben:
Schriftart > Erweitert >
Abstand: schmal 0,2 pt

24 mm

Aktenzeichen

Ihr Schreiben vom / Ihr Zeichen

Augsburg, den

Kontaktblock
Name
Arial Bold 7 pt,
Zeilenabstand 10 pt
Weitere Wordangaben:
Schriftart > Erweitert >
Abstand: schmal 0,5 pt

Oberkante
133,5 mm

Betreff

Korrespondenz Fließtext
Arial Regular 11 pt,
Zeilenabstand 1,5 Zeilen

Restlicher Textblock:
Arial Regular 7 pt,
Zeilenabstand 10 pt

Dr. Christine Lüdke
Pressesprecherin
Telefon +49 821 55 86-2556
Fax +49 821 55 86-3516
christine.luedke@hs-augsburg.de
presse@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences
An der Hochschule 1
D-86161 Augsburg
Telefon +49 821 55 86 0

Sehr geehrte Damen und Herren,

hier beginnt der Briefftext. Für dieses Textformat können Sie auch die Formatvorlage „Textkörper“ aus der Formatierungspalette wählen. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputa-

Visitenkarte

80

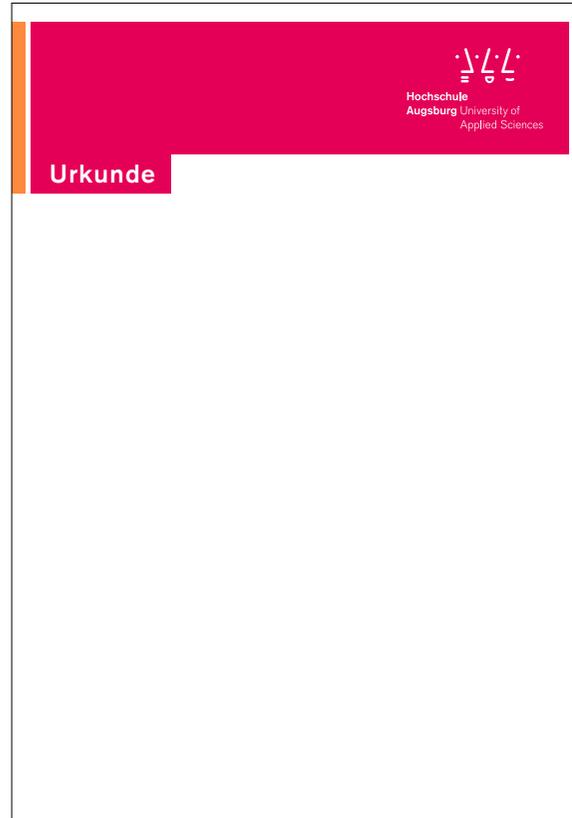
Maße und typografische
Angaben
Format: 55x85 mm



Urkunden und Zertifikate

81

Die Gestaltung der Urkunden, Zertifikate, Zeugnisse, Bescheinigungen etc. basiert auf der HSA-Banderole. Die Verbindung der monochromen Fläche in HSA-Rot mit dem Schriftzug und der Wort- / Bildmarke bildet eine kompakte Einheit und verleiht den Dokumenten ein frisches und modernes aber seriöses Erscheinungsbild.



Maße und typografische
Angaben für den Eindruck
Zertifikat, DIN A4

Akzidenz-Grotesk BQ,
Medium 26 pt, Laufweite 50

Janson Text, 75 Bold 13 pt,
Zeilenabstand 15 pt,
Laufweite 5

Janson Text, 55 Roman 11 pt,
Zeilenabstand 15 pt,
Laufweite 5

Janson Text, 75 Bold 11 pt,
Zeilenabstand 15 pt,
Laufweite 5

Janson Text, 55 Roman 9,5 pt,
Zeilenabstand 14 pt,
Laufweite 5



**Hochschule
Augsburg** University of
Applied Sciences

Zertifikat

Akademische Brückenqualifizierung International
Sprache | Technik | Beruf

Die Hochschule für angewandte Wissenschaften Augsburg verleiht Maximiliane Musterfrau, geboren am 09.11.1989 in Novosibirsk, das Studienzertifikat Akademische Brückenqualifizierung International, Sprache – Technik – Beruf.

Im Einzelnen wurden im Zeitraum von 15. März 2016 bis 14. März 2017 folgende Teilmodule absolviert:

1. Semester	Note	2. Semester/	Note
Deutsch als Zweitsprache: Kommunikation im Beruf, schriftlich und mündlich	1,0	Anwendung des Fachwissens im Projektkontext (inkl. Projektmanagement)	1,0
Kommunikationspsychologie	1,0	Fachmodul Ingenieurwissenschaften	1,0
Gesprächstechniken und Moderationsmethodik	1,0	Business Knigge/ Bewerbungstraining	1,0
Selbstbewusstsein und Selbstmanagement	1,0	Deutsch für technische Berufe: Präsentationen, Verhandlungen, Meetings	1,0
		Interkulturelle Kompetenz	1,0

Diese wurden mit der Gesamtnote 1,0 abgeschlossen.

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Zertifikats hat Maximiliane Musterfrau berufsspezifische Deutschsprachigkeiten, mechatronisches anwendungsbezogenes Fachwissen sowie arbeitsmarktorientierte kulturelle und interkulturelle Kompetenzen erworben.

Vizepräsident der Hochschule Augsburg
Prof. Ulrich Thalhofer

Projektsout des Zertifikatskurses im IQ-Programm
M.A. Sophia Beuth

Ort und Datum

Linie 0,5 pt

Linie 0,3 pt

Maße und typografische
Angaben für den Eindruck
Zertifikat, DIN A4

The diagram shows a certificate layout with the following dimensions and components:

- Top Bar:** A red bar with a white logo and text "Hochschule Augsburg University of Applied Sciences". Dimensions: 7 mm height, 7 mm margin on the right.
- Header:** A white bar with the word "Zertifikat" in red. Dimensions: 62 mm height, 5 mm margin on the left, 14 mm margin on the right.
- Content Area:** A light blue background containing the following text and table:

Akademische Brückenqualifizierung International
Sprache | Technik | Beruf

Die Hochschule für angewandte Wissenschaften Augsburg verleiht Maximiliane Musterfrau, geboren am 09.11.1989 in Novosibirsk, das Studienzertifikat Akademische Brückenqualifizierung International, Sprache – Technik – Beruf.

Im Einzelnen wurden im Zeitraum von 15. März 2016 bis 14. März 2017 folgende Teilmodule absolviert:

1. Semester	Note	2. Semester/	Note
Deutsch als Zweitsprache: Kommunikation im Beruf, schriftlich und mündlich	1,0	Anwendung des Fachwissens im Projektkontext (inkl. Projektmanagement)	1,0
Kommunikationspsychologie	1,0	Fachmodul Ingenieurwissenschaften	1,0
Gesprächstechniken und Moderationsmethodik	1,0	Business Knigge/ Bewerbungstraining	1,0
Selbstbewusstsein und Selbstmanagement	1,0	Deutsch für technische Berufe: Präsentationen, Verhandlungen, Meetings	1,0
		Interkulturelle Kompetenz	1,0

Diese wurden mit der Gesamtnote 1,0 abgeschlossen.

Mit dem erfolgreichen Absolvieren des Zertifikats hat Maximiliane Musterfrau berufsspezifische Deutschsprachigkeiten, mechatronisches anwendungsbezogenes Fachwissen sowie arbeitsmarktorientierte kulturelle und interkulturelle Kompetenzen erworben.

Vizepräsident der Hochschule Augsburg
Prof. Ulrich Thalhofer

Projektscout des Zertifikatskurses im IQ-Programm
M.A. Sophia Beuth

Ort und Datum
- Dimensions:** 208 mm height for the content area, 162 mm width for the bottom section.



Sonstiges Digitale Medien

VERSION
SEMINARBETRIEB
FORMAT: 16:9

PowerPoint-Musterseiten für den einfachen und täglichen Einsatz.

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Hier steht eine Headline (Arial Bold, 42pt)
HIER IST PLATZ FÜR EINE SUBLINE (ARIAL REGULAR, 22PT)
PROF. DR. MAX MUSTERMANN, AUGSBURG, 08.09.2017

Fundament der Internationalisierung (Arial Regular, 28pt)

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Cusapiene ne necatia quatur rem repudi rehent
max. zwei Zeilen (Arial Bold, 42pt)

„Internationalität und Weltoffenheit sind von entscheidender Bedeutung für die Qualität der wissenschaftlichen Arbeit an deutschen Hochschulen.“

Folglich erhält eine umfassende, strategisch ausgerichtete und qualitätsgeleitete Internationalisierung die Wettbewerbsfähigkeit der Hochschulen wie auch des deutschen Hochschul- und Wissenschaftssystems insgesamt.“ (Arial Regular, 28pt)

Optaere henimil luplati illandam volor re, cusapelibus (Arial Regular, 28pt)

- > Ut ertaqui del molupta spidei talis
- > morporos mo veliaunt este volo omnim
- > conseqso cusdam ut doluptam voluptat

27.08.17 © Hochschule Augsburg, Prof. Dr. Max Mustermann (Arial Regular, 10pt) 6

Fundament der Internationalisierung (Arial Regular, 28pt)

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Cusapiene ne necatia quatur rem repudi rehent
max. zwei Zeilen (Arial Bold, 42pt)

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse

Jahr	Wert
2014	20
2015	45
2016	65
2017	90

27.08.17 © Hochschule Augsburg, Prof. Dr. Max Mustermann (Arial Regular, 10pt) 6

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Prof. Dr. Max Mustermann

Funktion
Fakultät für ...

Hochschule Augsburg
An der Hochschule 1
T +49 821 5586 3213
F +49 821 5586 3253
mailto:manfred.uhl@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

VERSION
SEMINARBETRIEB
FORMAT: 4:3

PowerPoint-Musterseiten für den einfachen und täglichen Einsatz.

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Hier steht eine Headline (Arial Bold, 30pt)
HIER IST PLATZ FÜR EINE SUBLINE (ARIAL REGULAR, 16 PT)

This slide template features an orange header with the Hochschule Augsburg logo and name. Below the header is a photograph of a modern building at dusk. A red callout box at the bottom left contains text indicating where a headline and subtitle should be placed.

Fundament der Internationalisierung (Arial Regular, 20pt)

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

**Cusapiene ne necatia quatur rem repudi rehent
max. zwei Zeilen (Arial Bold, 30pt)**

„Internationalität und Weltoffenheit sind von entscheidender Bedeutung für die Qualität der wissenschaftlichen Arbeit an deutschen Hochschulen.

Folglich erhält eine umfassende, strategisch ausgerichtete und qualitätsgeleitete Internationalisierung die Wettbewerbsfähigkeit der Hochschulen wie auch des deutschen Hochschul- und Wissenschaftssystems insgesamt.“ (Arial Regular, 20 pt)

Optaere henimil luptati illandam volor re, cusapelibus (Arial Regular, 20 pt)

- > Ut eritaqui del molupta spideli tatis
- > molorpos mo vellatiunt este volo omnim
- > conseqo cusdam ut doluptam voluptat

27.09.17 © Hochschule Augsburg, Prof. Dr. Max Mustermann (Arial Regular, 10pt) 6

This slide template has a red header with the title 'Fundament der Internationalisierung'. It features a main heading in bold, followed by a paragraph of text, a second paragraph, and a list of three items. The footer includes the date, copyright information, and a small page number.

Fundament der Internationalisierung (Arial Regular, 20pt)

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

**Cusapiene ne necatia quatur rem repudi rehent
max. zwei Zeilen (Arial Bold, 30pt)**

.....

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed diam nonummy

47%	Lorem ipsum dolor sit ame
30%	Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit
30%	Commodo consequat autem
30%	Ut wisi enim ad minim veniam quis nostrud exerci

© 2017 - Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

27.09.17 © Hochschule Augsburg, Prof. Dr. Max Mustermann (Arial Regular, 10pt) 6

This slide template features a red header and a main heading. Below the heading is a horizontal line of dots, followed by a paragraph of text. A pie chart is displayed with four segments, each labeled with a percentage and a line of text. The footer contains the date, copyright information, and a small page number.

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences

Prof. Dr. Max Mustermann

Funktion
Fakultät für ...

Hochschule Augsburg
An der Hochschule 1
T +49 821 5586 3213
F +49 821 5586 3253
manfred.uhl@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

This slide template has a solid red background. It features the Hochschule Augsburg logo in the top right corner. The main content includes the name 'Prof. Dr. Max Mustermann', his function and faculty, and contact information for the university. The footer contains the date, copyright information, and a small page number.

Impressum

87

Herausgeber

Hochschule Augsburg
University of Applied Sciences
An der Hochschule 1
86161 Augsburg
Tel. +49 821 5586-0
Fax +49 821 5586-3222
info@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de

Projektleitung

Prof. Dr. Manfred Uhl,
Prof. Stefan Buffer
Kommunikation:
Dr. Christine Lüdke,
Tobias Kolb
Tel. +49 821 5586-3556
Fax +49 821 5586-3253
presse@hs-augsburg.de
www.hs-augsburg.de/Designrichtlinien

Konzept und Gestaltung

wppt: kommunikation GmbH
Gesellschaft für visuelle Kultur
Rob Fähmann,
Marc Freudenhammer
www.wppt.de

Bildnachweise

Christina Bleier
Martin Duckek, Ulm
Matthäus Eckhart, em-foto.de
Florian Hammerich, www.altrofoto.de

Stand: 01 / 2018

