



Hochschule RheinMain



CORPORATE DESIGN STYLEGUIDE

Version 2.0
Stand Juli 2022

→ Die HSRM als starke Einheit positionieren!

Liebe Kolleg:innen,

durch den wachsenden Wettbewerb um Studierende, neue Kolleg:innen, Kooperationen und finanzielle Mittel wird es immer wichtiger, die Hochschule RheinMain (HSRM) nach außen einheitlich zu präsentieren, um ihre Sichtbarkeit und Unverwechselbarkeit im Markt zu erhöhen.

Um die Darstellung der Hochschule von innen nach außen zu stärken, wurden das Corporate Design und der vorliegende Styleguide aktualisiert. Die zentrale Veränderung ist die Reduktion auf das Kompaktlogo, bestehend aus der Bildmarke »Flocke« und der Wortmarke »Hochschule RheinMain«. Die Reduktion des Logos wird dem Sprachgebrauch gerecht und birgt die Chance, die Hochschule als starke Einheit zu positionieren.

Die konsequente Einhaltung und Umsetzung der Corporate-Design-Vorgaben, professionelle Gestaltung und ein aufeinander abgestimmtes Zusammenspiel der Kommunikationsinstrumente ist für eine erfolgreiche Darstellung und Positionierung der HSRM entscheidend. Dies setzt die Einhaltung von Abstimmungswegen und -prozessen sowie fundierte Kenntnisse in Medienkonzeption und -produktion voraus.

Der Styleguide richtet sich daher vornehmlich an professionelle Gestalter:innen. Er ist eher als Hilfestellung und nicht als Bedienungsanleitung oder Aufforderung, selbst tätig zu werden zu verstehen.

Die Außenvertretung der Hochschule obliegt allein der Präsidentin und umfasst die Wahrung und Auslegung des Corporate Designs. Das Logo der Hochschule ist eine im Markenregister eingetragene und geschützte Marke, es darf nicht ohne vorherige Rücksprache und Freigabe verwendet oder verändert werden.

Die Präsidentin wird in den Abstimmungs- und Freigabeprozessen mit Bezug zum Logo und dem Corporate Design durch das Sachgebiet Marketing der Abteilung Hochschulkommunikation unterstützt. Jede externe Verwendung des Hochschullogos muss mit dem Sachgebiet Marketing abgestimmt und vor der Verwendung freigegeben werden.

Ich möchte Sie bitten, den vorliegenden Styleguide zu nutzen und die Identifikation und Zusammengehörigkeit der Hochschule über Fachbereiche und Einheiten hinweg durch ein einheitliches Corporate Design zu stärken.

Prof. Dr. Eva Waller
Präsidentin der Hochschule RheinMain





Inhalt

Logo	4
Farbe	13
Schrift	15
Gestaltungselemente	17
Geschäftskommunikation	20
Impressum	21

Geltungsbereich des Styleguides

Wir unterscheiden in der Gestaltung zwischen Geschäftskommunikation (z. B. Briefvorlagen, Visitenkarten, PowerPoint-Vorlagen etc.) und Gestaltungskommunikation (Plakate, Flyer, Broschüren, Merchandising etc.). Für die Geschäftskommunikation finden Sie im QM-Portal alle benötigten Vorlagen; diese dürfen ohne weitere Freigabe verwendet werden.

Die Gestaltungskommunikation richtet sich an professionelle Gestalter:innen und ist für diese formuliert. Hierfür gibt es derzeit keine vordefinierten Vorlagen.

Bei der Logoverwendung unbedingt zu beachten

Die Präsidentin wird in den Abstimmungs- und Freigabeprozessen mit Bezug zum Logo und zum Corporate Design durch das Sachgebiet Marketing der Abteilung Hochschulkommunikation unterstützt.

Jede externe Verwendung des Hochschullogos, jede Änderung an den bestehenden Logos und die Weitergabe des Logos zur Nutzung durch Dritte muss mit dem Sachgebiet Marketing abgestimmt und vor der Verwendung freigegeben werden. Richten Sie daher bitte Ihre Anfrage direkt an marketing@hs-rm.de.

Wo finde ich Vorlagen und Logodateien?

Die Vorlagen für Geschäftskommunikation (z. B. [Word-Vorlagen](#), [PowerPoint-Vorlagen](#)) und [Visitenkarten](#) sind im QM-Portal zu finden.

In allen Vorlagen der Geschäftskommunikation sind Logo-Abbildungsgröße und -position sowie Schriftgröße etc. bereits festgelegt. Änderungen an den zur Verfügung gestellten Vorlagen sind nicht zulässig!

Das [Logopakete](#) und alle im [Styleguide](#) gezeigten Dateien sind im QM-Portal abrufbar.

Bildmaterial steht Ihnen zu verschiedenen allgemeinen Themen im [Bilderpool](#) zur Verfügung. Der Login erfolgt für Beschäftigte der Hochschule mit den HDS-Zugangsdaten. Bitte beachten Sie hierbei die jeweiligen Nutzungsbedingungen.

Wo bekomme ich Hilfestellung?

Bei Unklarheiten hinsichtlich der Logo-Verwendungen oder der styleguidekonformen Gestaltung können Sie sich jederzeit an das Sachgebiet Marketing wenden.

E-Mail: marketing@hs-rm.de

Telefon: +49 611 9495-1525

→ Hochschullogo

Für einen starken visuellen Auftritt kommuniziert die HSRM nur noch mit **einem** Logo nach außen. Das Hochschullogo ist das klare Erkennungszeichen, das zur Außendarstellung aller Einrichtungen der Hochschule Verwendung findet.

Das Logo der HSRM ist eine Wort-Bild-Marke. Die Bildmarke »Flocke« darf, sofern die Verbindung zur HSRM klar erkennbar ist, auch alleine verwendet werden (siehe hierzu die genauere Erläuterung auf [Seite 10](#)). Der Schriftzug hingegen darf nicht eigenständig verwendet oder von der Bildmarke getrennt werden.

Jede Veränderung, z. B. in Bezug auf Größenverhältnisse, Farbigkeit, Schatten, Proportionen, Transparenz etc., ist nicht zulässig. Der korrekte Einsatz und Umgang des Logos wird auf den Folgeseiten beschrieben.

Die externe Verwendung des Hochschullogos ist genehmigungspflichtig und muss mit dem [Sachgebiet Marketing](#) abgestimmt und durch die Präsidentin genehmigt werden.

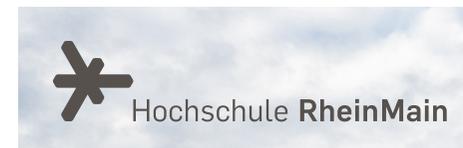
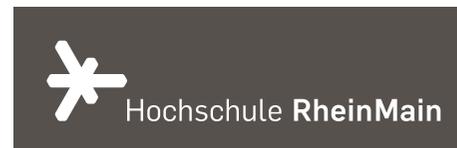
Das Logo darf in der Geschäftskommunikation und in Studien- und Abschlussarbeiten ohne vorherige Rücksprache verwendet werden. Die Logo-Dateien und Vorlagen für die Geschäftskommunikation ([Word-Vorlagen](#) und [PowerPoint-Vorlagen](#)) sind im [QM-Portal](#) hinterlegt.

Wort-Bild-Marke



Bildmarke
»Flocke«

Wortmarke



Farbvariationen des Hochschullogos. Diese werden auf Bild- und Motivflächen verwendet, um die Wahrnehmbarkeit des Logos sicherzustellen. Siehe [Seite 6](#).

→ Schutzzone

Die Schutzzone ist eine um das Logo verlaufende Sperrzone. Der durch die Schutzzone definierte Raum ist ein wichtiger Bestandteil des Logos, in dem keine Veränderungen (z.B. Änderung der Größenverhältnisse von Wort- und Bildmarke, Outline, Rahmen, Farbgebung, Schatten, Verläufe, Muster, Texte und grafische Elemente, die die Schutzzone überlagern etc.) vorgenommen werden dürfen.

Die Schutzzone ist in den im [Logopakete](#) enthaltenen Dateien bereits angelegt. Als vereinfachter Anhaltspunkt kann die Breite der Buchstaben »Ho« verwendet werden.



Schutzzone

→ Einsatz der Farbversionen

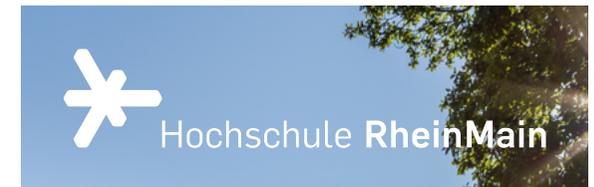
Hochschullogo Standardversion

Anwendung auf weißen Farbflächen und hellen Bildhintergründen. Im Zweifel entscheidet die Lesbarkeit.



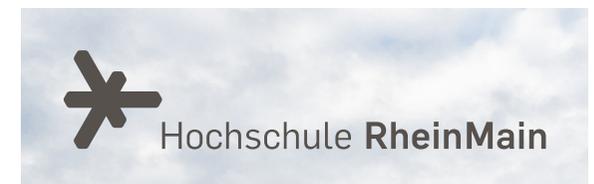
Hochschullogo Weiß

Anwendung auf dunklen Bildhintergründen und den meisten Farbflächen.



Hochschullogo Graustufen

Anwendung auf hellen Bildhintergründen und Farbflächen. In Ausnahmefällen, in denen die Lesbarkeit des Logos gefährdet ist, sollte auf farbigen Flächen das graue Logo verwendet werden (z. B. auf einem Kooperationsflyer mit gelbem Hintergrund).



➔ Übersicht Logodateien

Folgende Logodateien stehen Ihnen für die verschiedenen Anwendungsgebiete in den rechts aufgeführten Dateiformaten zur Verfügung:

Hochschullogo

- Farbe
- Graustufen
- Weiß

Hochschullogo Englisch

- Farbe
- Graustufen
- Weiß

Hochschullogo mit Fachbereichsbezeichnungen

(auf Anfrage)

- Farbe
- Graustufen
- Weiß

Bildmarke »Flocke«

- Farbe
- Weiß

Dateiformat	Farbraum	Verwendung
eps	CMYK Pantone (auf Anfrage) RAL (auf Anfrage)	<ul style="list-style-type: none"> • Vektordatei • skalierbar ohne Qualitätsverluste, daher für große Abbildungen geeignet (Schilder, Fahnen, Plakate etc.) • für alle Druckprojekte (Flyer, Broschüren, Postkarten etc.)
png	RGB	<ul style="list-style-type: none"> • Pixeldatei • nur bis zu einer max. Abbildungsgröße von DIN A6 quer (15 cm) zu verwenden • vorwiegend zur Verwendung von Web- und Bildschirmpräsentationen • für Druckprojekte bitte eps-Datei verwenden

➔ Abbildungsgröße/-position

Das Logo sollte immer oben oder unten rechts positioniert werden, sofern das Kommunikationsmittel dies zulässt. In der Gestaltungskommunikation wird die Abbildungsgröße durch das jeweilige Medium bestimmt (Web-Banner, Außenwerbefläche, Gebäudebeschilderung, Kooperationsflyer mit mehreren Logos der Beteiligten). Hierbei spielen Betrachtungsabstand und Kontext eine entscheidende Rolle.

Bitte stellen Sie sicher, dass das Logo immer in ausreichender Größe platziert und klar erkennbar ist.



Hochschule RheinMain

DAS LEITBILD

WER WOLLEN WIR SEIN?

Die Hochschule RheinMain will eine der führenden Hochschulen für angewandte Wissenschaften in Deutschland sein, anerkannt für ihre wissenschaftlich fundierte und berufsqualifizierende Lehre und für ihre anwendungsbezogene Forschung, die eng mit der Lehre verzahnt ist.

Als Studierende, Mitarbeitende und Lehrende arbeiten wir gemeinsam an der Erreichung dieses Ziels.

WIE WOLLEN WIR DIES ERREICHEN?

- In der Lehre gestalten wir zeitgemäße, berufsqualifizierende Studiengänge und tragen zur Persönlichkeitsentwicklung bei. Wir fördern exzellente Lehre.
- Wir sehen uns als „offene Hochschule“, die einen breiten Zugang zum Studium gewährleistet und unterstützt.
- Wir schaffen geeignete Rahmenbedingungen für anwendungsbezogene Forschung, die gesellschaftlich und wissenschaftlich anerkannt ist.
- Die wissenschaftliche Weiterbildung unterstützt als Bindeglied zu Gesellschaft und Markt den Austausch und Transfer zwischen Wissenschaft und beruflicher Praxis.
- Wir sind regional im Rhein-Main-Gebiet verankert und stärken die Internationalität der Hochschule.
- Als familiengerechte Hochschule fördern wir die Vereinbarkeit von Studium, Beruf und Familie.

WIE GEHEN WIR MITEINANDER UM?

- Wir fördern und fordern persönliches Engagement aller Angehörigen der Hochschule.
- Unser Umgang zeichnet sich aus durch Verlässlichkeit, Verbindlichkeit, Offenheit, Lösungsorientierung und Wahrnehmung von Verantwortung. Dabei handeln wir solidarisches, partnerschaftlich, respektvoll und aufmerksam.
- Die Hochschulverwaltung arbeitet als Partner der Fachbereiche serviceorientiert für die Ziele der Hochschule.
- Wir verfolgen bei unserer Tätigkeit im persönlichen Umgang und in der wissenschaftlichen Praxis ethische Grundsätze in Verantwortung für die Folgen unseres Tuns.
- Wir pflegen die demokratische und partizipative Tradition der Hochschule.
- Dieses Leitbild ist Bezugspunkt für die Umsetzung unserer Strategien und Ziele und wird regelmäßig reflektiert und aktualisiert.

Hochschule RheinMain

EINEN SCHRITT VORAUSS

Frühstudium an der Hochschule RheinMain

Hochschule RheinMain

SELBSTVERSTÄNDNIS LEHRE UND LERNEN

Stand: 2. Mai 2020

Hochschule RheinMain

Vormittag
DIE ZUKUNFT DER HSRM
Vision 2030 – Wie studieren, forschen, lehren?

Tag der LEHRE

9.12.2019

Nachmittag
LEHRE +
Was zeichnet eine zeitgemäße Lehre aus?

AM KURT-SCHUMACHER-RING

MIT LUNCH & GET TOGETHER

VON 9 BIS 17 UHR

PREIS

Für Engagement in der Lehre

Hochschule RheinMain

Hochschule RheinMain

DAS LEITBILD

Über 70 Studienangebote, 11 duale (ausbildungs-, berufs- bzw. praxisintegrierte) Studiengänge, zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten, Anbieter des Deutschlandstipendiums, Partner in anwendungsorientierten Forschungsprojekten, und jährlich über 1.500 berufsqualifizierte Absolventinnen und Absolventen!

Hochschule RheinMain

www.hs-rm.de

Hochschule RheinMain

Tag der LEHRE

6.12.2021

WELTANSCHAUUNG KOMMT VON WELT ANSCHAUEN

Über: Was ist Weltanschauung und wie wird sie vermittelt?

PROGRAMM

- 09:30 Uhr / Internationale Erfahrungen von Studierenden (Vortrag)
- 10:00 Uhr / Weltanschauung: Verbindung mit Internationalisierung von Blick und Geist (Vortrag: Prof. Dr. Petra Engel, ehemalige Präsidentin der German Research Foundation (DFG))
- 10:45 Uhr / Einführung
- 11:15 Uhr / Was bringt Internationalisierung eigentlich? (Präsenzworkshop: Prof. Dr. Ina Reuber)
- 12:00 Uhr / Mittagspause
- 12:30 Uhr / The South Teacher: How International Education Shapes the World (Vortrag: Prof. Dr. Hilda Sabato, FE WIS)
- 13:00 Uhr / **Preisübergabe** (Vortrag: Prof. Dr. Ina Reuber, FE WIS)
- 14:15 Uhr / Einführung
- 14:45 Uhr / Internationalisierung an der HSRM – Best Practices (Präsenzworkshop: Prof. Dr. Ina Reuber, FE WIS)
- 15:00 Uhr / **Workshop** – World of Work (Präsenzworkshop: Prof. Dr. Ina Reuber, FE WIS)
- 15:30 Uhr / **Workshop** – World of Work (Präsenzworkshop: Prof. Dr. Ina Reuber, FE WIS)
- 16:00 Uhr / **Workshop** – World of Work (Präsenzworkshop: Prof. Dr. Ina Reuber, FE WIS)
- 16:30 Uhr / **Workshop** – World of Work (Präsenzworkshop: Prof. Dr. Ina Reuber, FE WIS)

➔ Abbildungsgröße/-position

Weitere Beispiele unterschiedlicher Werbemittel, z. B. Plakate, Postkarten, DIN-lang-Flyer, Broschüre, Messewand etc.

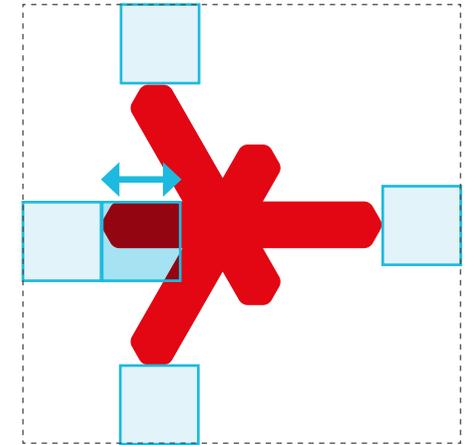
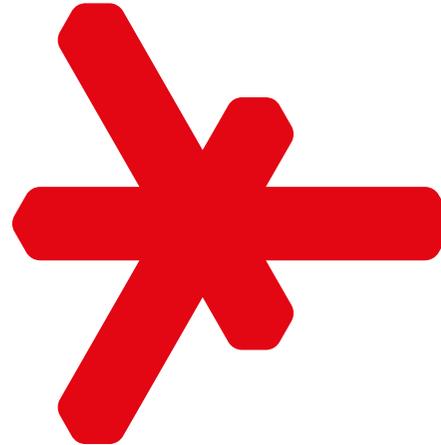


→ Bildmarke »Flocke«

Sofern der Bezug zur HSRM klar zu erkennen ist (z. B. Abbildung auf Gläsern oder Servietten im Rahmen einer internen Veranstaltung, Logo eines Social-Media-Auftritts, bei dem der Hochschulname zusätzlich ausgewiesen und dadurch klar ersichtlich ist), kann die Bildmarke auch alleine – ohne den Schriftzug – verwendet werden.

Analog zum Logo muss bei der Verwendung der Bildmarke die Schutzzone eingehalten werden, d. h. Änderungen innerhalb der Schutzzone sind nicht zulässig. Die Schutzzone wird durch die Länge des linken Pfeils definiert, um dem Bildzeichen im Verhältnis zu anderen Elementen genügend Abstand zu gewähren.

Für die Verwendung der Bildmarke gelten darüber hinaus die Vorgaben der Standard-Logoversion.



Schutzzone Bildmarke



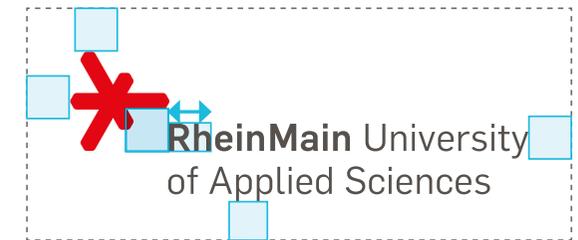
Bildmarke weiß
für dunkle Hintergründe und
Bildmotive

→ Logo: Englisch

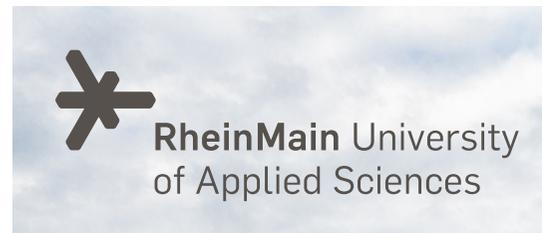
Für englischsprachige Kommunikationsmittel liegt eine englische Version des Logos vor. Bei zweisprachigen Publikationen wird das Hochschullogo in deutscher Sprache verwendet. Für das Hochschullogo mit Fachbereichsbezeichnungen liegen keine englischen Logoverversionen vor.

Die übliche internationale Schreibweise stellt den Namen vorweg, daher heißt der englische Schriftzug »RheinMain University of Applied Sciences«. Es ist gesetzlich vorgeschrieben, dass der Zusatz »of Applied Sciences« geschrieben werden muss.

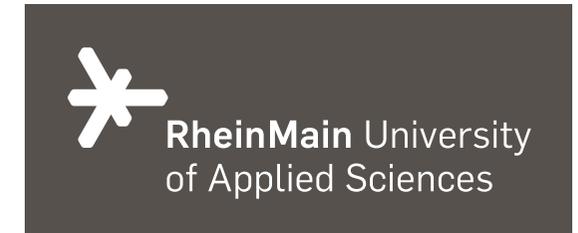
Für die Verwendung des englischen Logos gelten darüber hinaus die Vorgaben der Standard-Logoversion hinsichtlich Abbildungsgröße, Farbvariationen, Schutzzone und Genehmigung zur Verwendung.



Schutzzone Bildmarke



Graustufen für helle Hintergründe und Farbflächen

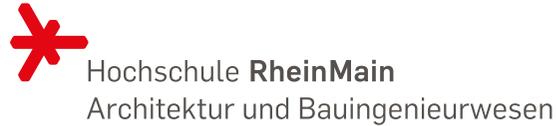


Bildmarke weiß für dunkle Hintergründe und Bildmotive

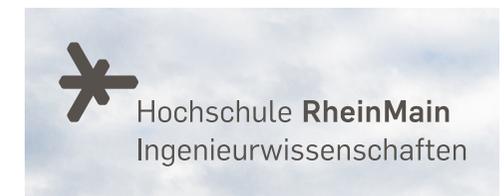
Logo: Fachbereiche

Die Hochschullogos mit Fachbereichsbezeichnungen kommen nur bei Kommunikationsmitteln zum Einsatz, die ausschließlich vom Fachbereich verantwortet werden, wie z. B. Roll-Ups, Einladungen zu Fachbereichsveranstaltungen, Projekt- und Abschlussarbeiten etc. Sie finden in der Geschäftskommunikation (z. B. auf dem Briefpapier) keine Verwendung. Betrifft eine Publikation mehrere Fachbereiche, wird ausschließlich das Hochschullogo verwendet.

Für die Verwendung der Hochschullogos mit Fachbereichsbezeichnungen gelten darüber hinaus die Vorgaben der Standard-Logoversion hinsichtlich Abbildungsgröße, Farbvariationen, Schutzzone und Genehmigung zur Verwendung.



Schutzzone Bildmarke



Graustufen für helle Hintergründe und Farbflächen

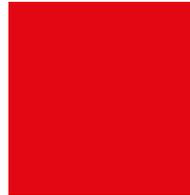


Bildmarke weiß für dunkle Hintergründe und Bildmotive

→ Primärfarben

Das Rot (Pantone Red 032) und der dunkle Grauton (Pantone Warm Grey 11) werden standardmäßig im Logo verwendet. Der dunkle Grauton wird zudem als Schriftfarbe in der Gestaltungskommunikation eingesetzt.

Der helle Grauton (Pantone Warm Grey 4) wird als Farbe für Flächen (z. B. in den Streifen, [Seite 19](#)) und nur in Ausnahmefällen als Schriftfarbe verwendet.



PANTONE Red 032

CMYK

0 / 100 / 100 / 0

RGB

194 / 0 / 8

Hex

#c20008

RAL

3020 Verkehrsrot

abgedunkelt



CMYK

25 / 100 / 100 / 25

RGB

118 / 0 / 5

Hex

#760005



PANTONE Warm Grey 11

CMYK

0 / 10 / 10 / 80

RGB

70 / 65 / 60

Hex

#3a3a3a

RAL

7039 Quarzgrau



PANTONE Warm Grey 4

CMYK

0 / 5 / 5 / 40

RGB

170 / 165 / 160

Hex

#d9d9d9

RAL

7038 Achatgrau

Die aufgeführten HEX Werte weichen numerisch von den Farbwerten (Pantone, RAL, CMYK und RGB) ab, um eine harmonische Farbanmutung sicherzustellen. Bitte verwenden Sie bei Webseiten oder Apps die HEX Farbwerte um eine korrekte Farbwiedergabe sicherzustellen.

→ Sekundärfarben

Die Sekundärfarben sind den Primärfarben hierarchisch untergeordnet und finden z. B. im Keyvisual ([Seite 17](#)), bei den Streifen ([Seite 19](#)), oder als Hintergrundfarbe für Plakate, Flyer oder als farbliche Strukturierung von Inhalten (z. B. in Broschüren zur Kennzeichnung von Kapiteln etc.) Verwendung.

Farbpaarungen

Um eine wertige Gesamtanmutung zu gewährleisten, empfehlen wir nicht mehr als zwei Farben in Kombination einzusetzen. Dabei wird immer eine leuchtende Farbe (z. B. Hellgrün) mit einer gedeckteren Farbe (z. B. Lila) kombiniert.



PANTONE 3272

CMYK
100 / 0 / 60 / 0

RGB
0 / 150 / 130

Hex
#009881



PANTONE 638

CMYK
70 / 0 / 10 / 0

RGB
75 / 190 / 225

Hex
#1db9de



PANTONE 382

CMYK
45 / 0 / 100 / 0

RGB
155 / 195 / 40

Hex
#a2c516



PANTONE Violet

CMYK
80 / 90 / 0 / 0

RGB
65 / 40 / 130

Hex
#412882

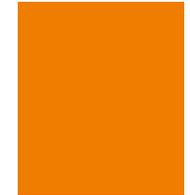


PANTONE 234

CMYK
40 / 100 / 40 / 0

RGB
130 / 20 / 80

Hex
#821450



PANTONE 151

CMYK
0 / 60 / 100 / 0

RGB
255 / 130 / 0

Hex
#f08118

abgedunkelt



CMYK
100 / 5 / 62 / 40

RGB
0 / 100 / 80

Hex
#006957

abgedunkelt



CMYK
70 / 5 / 15 / 40

RGB
50 / 125 / 145

Hex
#217e93

abgedunkelt



CMYK
45 / 6 / 100 / 51

RGB
105 / 125 / 25

Hex
#61740f

abgedunkelt



CMYK
98 / 100 / 33 / 28

RGB
45 / 25 / 85

Hex
#2d1955

abgedunkelt



CMYK
42 / 99 / 38 / 58

RGB
90 / 15 / 50

Hex
#5a0f32

abgedunkelt



CMYK
24 / 70 / 100 / 18

RGB
170 / 85 / 0

Hex
#aa5617

→ Schrift

Schrift in der Gestaltungskommunikation:

Flama

- Überschriften / Zwischenüberschriften / Auszeichnungen
- plakative, dekorative Texte
- Textschrift in plakativen Textebenen und in Mengentexten bei professionellen Anwendungen (z. B. Plakate, Flyer, Vorlesungsverzeichnis, Styleguide)

Schriften in der Geschäftskommunikation:

In der Geschäftskommunikation finden die Schriften **Georgia** und **Arial** Verwendung. Georgia findet insbesondere in langen zusammenhängenden Fließtexten zur besseren Lesbarkeit Anwendung sowie im Geschäftspapier. Arial empfehlen wir bei kurzen Texten und Inhalten, die auf einem Monitor rezipiert werden.

Flama

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Book italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Medium italic

Georgia

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Bold

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Bold

→ Überschriften

Überschriften

werden in der Regel in Großbuchstaben z. B. in der Flama Medium gesetzt. Der Zeilenabstand sollte so gering wie möglich sein, ohne dabei die Lesbarkeit zu beeinträchtigen (Schriftgröße + ca. 1 pt).

Beispiele

SG	ZA	SP
14	15	20
18	19	20
22	23	10
26	27	10
30	31	10
50	50	0

DAS IST EINE ÜBERSCHRIFT DIE IN GROSSBUCHSTABEN GESETZT IST.

Dies ist eine Zwischenüberschrift in gemischter Schreibweise.

Zwischenüberschriften

werden überwiegend in gemischter Schreibweise (Klein- und Großbuchstaben) mit der Flama Light bzw. Book gesetzt, abhängig von der Schriftgröße und dem jeweiligen Verhältnis zur Hauptüberschrift.

Beispiele

SG	ZA	SP
10	12,5	20
14	16,5	20
18	20,5	10
22	24,5	10
26	28,5	8
46	48,5	5

DAS IST EINE ÜBERSCHRIFT IN GROSSBUCHSTABEN.

Zwischenüberschrift in gemischter Schreibweise.

Kombinationen

Der Schriftgrößenunterschied zwischen Headlines und Sublines muss ausreichend sein, um ein spannungsreiches Gesamtbild zu erzeugen.

SG = Schriftgröße
ZA = Zeilenabstand
SP = Spationierung

ÜBERSCHRIFT IN GROSSBUCHSTABEN.

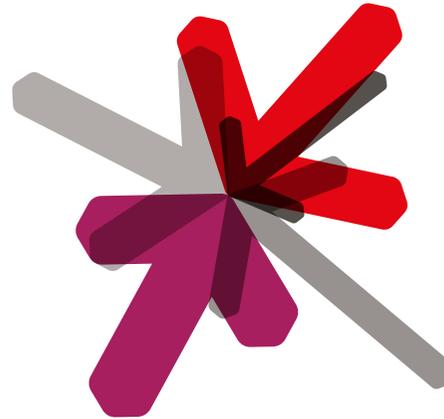
Zwischenüberschrift in gemischter Schreibweise.

→ Keyvisual

Das Keyvisual ist ein Gestaltungselement, das zusätzlich zum Logo verwendet werden kann. Es ist nicht mit dem Hochschullogo gleichzusetzen und ersetzt dieses nicht. Es darf getrennt vom Logo verwendet werden, jedoch muss das Logo auf der Publikation an anderer Stelle abgebildet werden, um den Bezug zur Hochschule zu gewährleisten.

Das Keyvisual darf frei gedreht oder auch gespiegelt werden. Es sollte immer von zwei Seiten angeschnitten verwendet werden. Das Keyvisual sollte möglichst großformatig eingesetzt und nicht mit anderen grafischen Gestaltungselementen, wie z. B. den Streifen oder einzelnen Pfeilen, kombiniert werden. Es darf nicht auf einem Foto oder einer farbigen Fläche platziert werden.

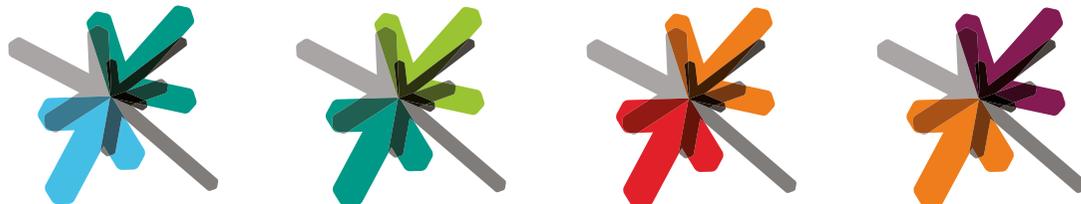
Die Dateien des Keyvisuals finden Sie im [Logo-paket](#).



Gesamtansicht, so bitte nicht verwenden!



Immer von zwei Seiten anschneiden!



weitere zulässige Farbvarianten

Pfeile

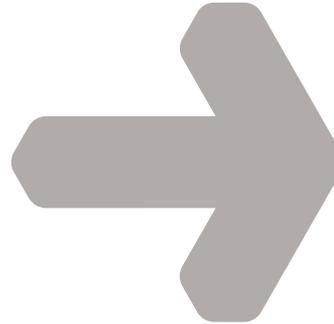
Die Pfeile leiten sich aus dem Logo ab. Sie dürfen daher nicht durch beliebige Pfeilsymbole ersetzt werden.

Die Pfeile können in unterschiedlicher Konstellation und Anzahl miteinander kombiniert werden. Sie können richtungsweisend oder illustrativ eingesetzt werden. Sie können auch als Aufzählungszeichen verwendet werden. Die Pfeile dürfen frei gedreht oder auch gespiegelt werden.

Farbgebung

Die Farbe eines Pfeils kann aus den Primär- und Sekundärfarben ([Seite 13f](#)) frei gewählt werden. Wenn zwei Pfeile in Kombination auftreten, sollten sie aus dem hellen Grauton und einer Farbe der Farbpalette bestehen. Um die Farbwiedergabe der Pfeile zu gewährleisten, muss die Ebenentransparenz auf Multiplizieren gesetzt werden.

Die Pfeildatei finden Sie ebenfalls im [Logopakete](#).



→ Streifen

Die Streifen können als grafisches Element insbesondere auf Bildmotiven verwendet werden. Sowohl ein als auch zwei Streifen können verwendet werden. Bei der Verwendung von zwei Streifen müssen sich die beiden Streifen im sichtbaren Bereich überschneiden.

Winkel der Streifenmotive

Die Winkel der Streifen leiten sich aus der Sternkonstruktion des Logos ab. Dementsprechend müssen die Neigungswinkel eingehalten werden.

Streifenbreite

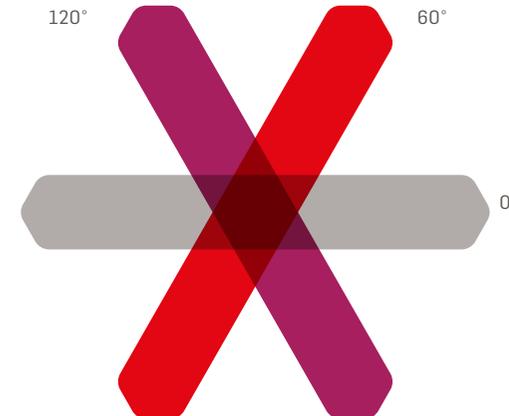
Die Streifenbreite sollte optisch ausgeglichen und dem Kommunikationsmittel angepasst gewählt werden (siehe Beispiele unten).

Überschneidung

Die Positionierung innerhalb der Fläche ist frei, allerdings muss stets die Schnittfläche der Streifen zu sehen sein. Hierbei überschneiden sich ein 60°- und ein 120°-Streifen.

Farbgebung

Die Farbe eines Streifens kann aus den Primär- und Sekundärfarben ([Seite 13f](#)) frei gewählt werden. Wenn zwei Streifen in Kombination auftreten, sollten diese aus dem hellen Grauton und einer Farbe der Farbpalette bestehen. Um die Farbwiedergabe der Streifen zu gewährleisten, muss die Ebenentransparenz auf Multiplizieren gesetzt werden.



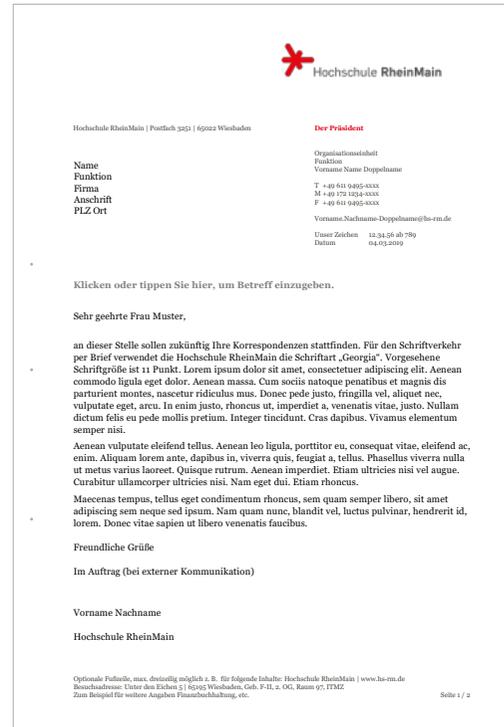
Beispiele Positionierung und Farbigkeit

➔ Geschäftskommunikation

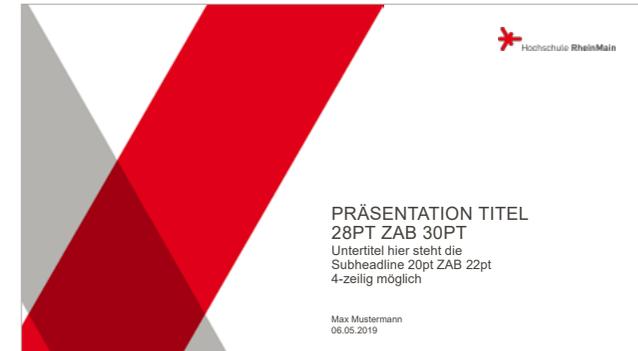
Die Vorlagen für Geschäftskommunikation (z. B. [Word-Vorlagen](#), [PowerPoint-Vorlagen](#)) sind im QM-Portal zu finden.

In allen Vorlagen der Geschäftskommunikation (Briefpapier, Visitenkarten, PowerPoint-Präsentation etc.) sind Abbildungsgröße und -position des HSRM-Logos bereits festgelegt.

Hinweis: Änderungen an den zur Verfügung gestellten Vorlagen sind nicht zulässig!



Briefbogen Beispiel



PowerPoint-Vorlage 16:9



Visitenkarte

Kontakt

Abteilung VII – Hochschulkommunikation
Sachgebiet Marketing

Unter den Eichen 5
65195 Wiesbaden

T +49 611 9495-1525
marketing@hs-rm.de

Titelfoto

© Andreas Schlote (www.andreasschlote.de)