

- 4 Logo
- 14 Name
- 16 Schrift/Typografie
- 18 Farbe
- 20 Bildstil
- 22 Grafische Systeme
- 24 Raster und Formate
- 26 Animation
- 28 ...
- 30 Markenarchitektur

# Das Erscheinungsbild der Hochschule für Künste Bremen

kurz und knapp



- Logo
- Name
- Schrift/Typografie
- Farbe
- Bildstil
- Grafische Systeme
- Raster und Formate
- Animation
- ...
- Markenarchitektur

Impressum:

verantwortlich für die Umsetzung:  
Hochschule für Künste Bremen  
Referat 1 – Marketing  
und Öffentlichkeitsarbeit  
Am Speicher XI 8 · Raum 4.010.040  
28217 Bremen  
Tel 0421.9595-10 30  
pressestelle@hfk-bremen.de

Konzept: Stefan Bargstedt, Matthias  
Dörmann, David Lindemann, Isabel Zirbeck  
www.oblik.de

Maxime:

In der Balance von hoher Wiedererkennbarkeit und Stärkung des Absenders bei gleichzeitig größtmöglicher Gestaltungsfreiheit.

- Es gibt nur wenige Vorgaben für die CD-Anwendung. Diese sind aber um so strikter einzuhalten: Die Platzierung der beiden Logobestandteile stellt die Wiedererkennbarkeit sicher, die Namensnennung macht den Absender klar entzifferbar.
- \* Alle anderen Gestaltungsparameter sind frei wählbar, wobei auf ein gestalterisch gelungenes Zusammenspiel aller Inhalte zu achten ist. Die Freiheit der Stilmittel meint nicht, dass es zu willkürlichen Lösungen kommt.
- !! Alle Medien der Hochschule zeigen das Logo.
- Das Referat 1 steuert das HFK-Erscheinungsbild. Bitte alle Anwendungen des Logos im Referat 1 zur Freigabe vorlegen.

↑

■ Das Logo  
besteht immer aus zwei Modulen.



[ Inhalte-Modul ]



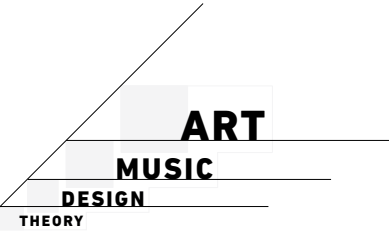
[ Absender-Modul ]

# Das Logo / Konstruktion und Anwendung

Das Standard Inhalte-Logo für die Kommunikation der gesamten der Hochschule.



45° Wachstum der Kästen:  $1:\sqrt{2}$



Die Inhalte können nach wie vor permutieren. Der jeweils relevante Bereich steht vorn.



Die beiden Module des Logos haben in einem Medium stets dieselbe Farbe und Erscheinung. Es kann auf folgende Weise eingefärbt werden:

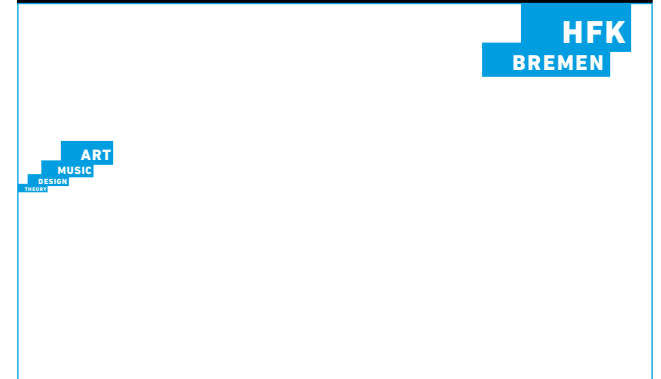
Das Logo wird gesetzt ... in Schwarz



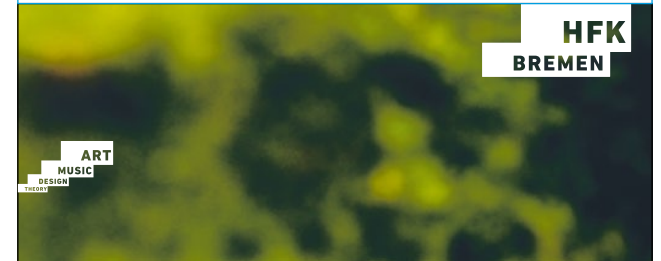
... in Weiß



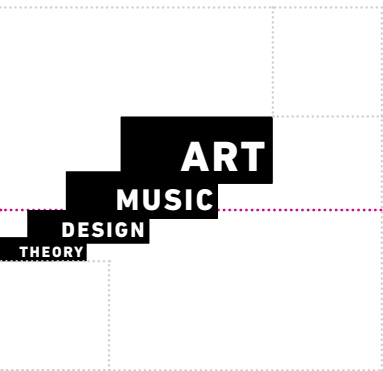
... monochrom eingefärbt



... monochrom und ausgestanzt



## Das Logo / Platzierung



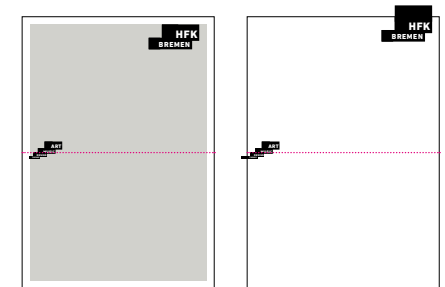
Das Inhalte-Modul steht am linken Rand auf der optischen Mitte der Formathöhe.



Beide Module sind umgeben von einer Schutzzone, in der keine unruhige Struktur und kein Text sein dürfen.

Die Module sind am Medienrand oder, wenn ein Rahmen um das Motiv läuft, an diesem Rahmen auszurichten.

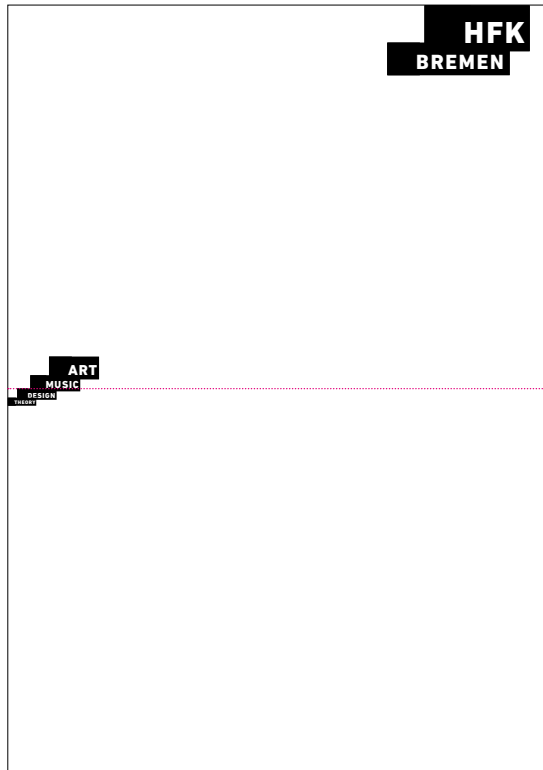
Da die Module am Rand der Medien stehen, ist auf Beschnittzugabe, Sicherheitsabstände etc. zu achten.



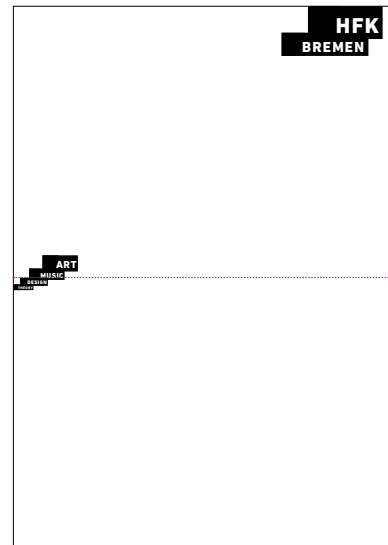
Das Absender-Modul steht mit der Schutzzone in der rechten oberen Ecke.

# Das Logo / Platzierungsgrößen

Die Module behalten stets ihr Größenverhältnis zueinander und zur Fläche.



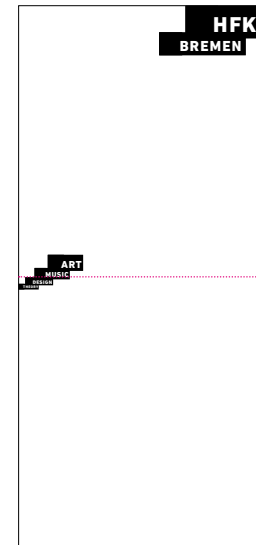
Ausgangsformat: DIN A4



Skaliert auf die in Frage kommende DIN-Größe: hier DIN A5.

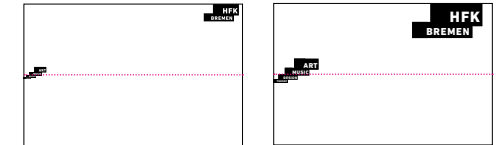
Abformate von DIN-A-Größen:

Die Anwendungsgröße der Module ist definiert in Bezug zur DIN-A-Reihe. Bei anderen Formaten werden die Zeichen auf eine annähernd entsprechende Anwendungsgröße skaliert.

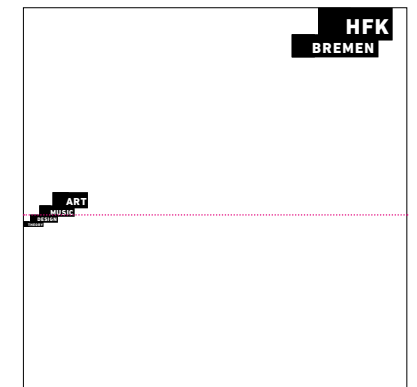


Für DIN-lang z. B. kommen die Module der DIN-A5-Größe zum Einsatz, weil diese Flächengröße dem DIN-lang-Format am nächsten kommt. Das Absender-Modul bleibt rechts oben, das Inhalte-Modul wird auf die Mitte der Formathöhe gesetzt.

Bei Formaten, die kleiner sind als DIN A6, werden die Module gemeinsam nachträglich vergrößert (z. B. auf Visitenkarten: 200 % der zuvor skalierten Größe).



Durch Skalierung ermittelte Größe (links) und auf 200 % vergrößert (rechts).

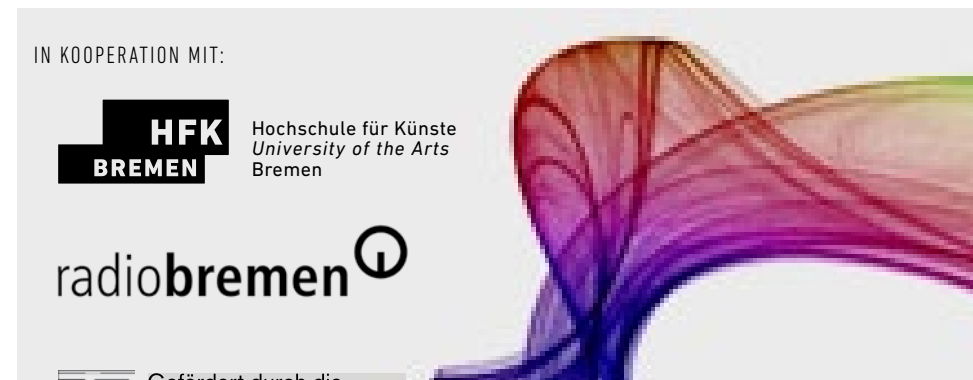


## Das Logo / Sonderfälle



### Sonderfall 1: Sponsorenlogo

In extremen Fällen wie in der Logo-Leiste steht nur das Absender-Modul.  
Wann dies der Fall ist, entscheidet das Referat 1.



Beispiel für Kooperation

Veranstalter-Logo der HFk (s.o.)

Mindestgröße: 11mm hoch bei DIN A4, bei größeren Formaten entsprechend.

Das Veranstalter-Logo kommt auch bei Spezialmedien wie Stempeln etc zum Einsatz.

### Sonderfall 2: Kooperationen

Medien von Kooperationsprojekten ...

... a) werden im Erscheinungsbild des relevanteren Partners gestaltet. Wenn die Hochschule der untergeordnete Partner ist, tritt sie auf der Titelseite nur mit dem Veranstalter-Logo auf,

oder

... b) haben ein eigenes Erscheinungsbild, wenn das Kooperationsprojekt eine eigene, dritte Identität hat. Dann tauchen die Logos der Partner gleichwertig als Veranstalter auf der Titelseite auf (– die Hochschule wieder mit dem Veranstalter-Logo).

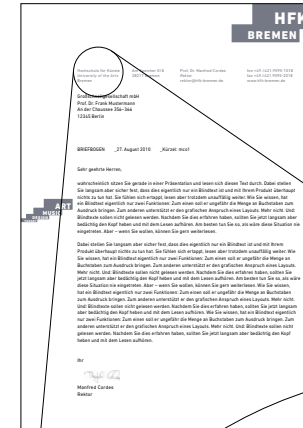
Über die Einordnung in a) oder b) entscheidet das Referat 1.

# Der Name

›Hochschule für Künste Bremen‹ wird in jedem Medium genannt, in der Schrift und der erst- oder zweitgrößten Schriftgröße des Mediums.



Beispiel



In der Kommunikation von Hochschulleitung und -verwaltung (und im Veranstalter-Logo) erscheint die offizielle Bezeichnung in festgelegter Typografie:

- Schriften: DIN Next Pro Regular und Italic
- in drei Zeilen (wie gehabt)
- zweisprachig deutsch/englisch





## □ Schrift/Typografie

Im Logo wird die DIN Next LT Pro Heavy verwendet.

Die Schriftfamilie der DIN Next LT Pro kommt in der Kommunikation von Hochschulleitung und -verwaltung zum Einsatz.

Sonst: freie Schriftwahl\*

*frei*



## □ Farbe

In der Kommunikation von Hochschulleitung und -verwaltung werden Logo, Name und Typografie in HKS 16 verwendet.

Die beiden Module des Logos haben in einem Medium stets dieselbe Farbe und Erscheinung.

Sonst: freie Farbwahl\*



*frei*



*frei*



*frei*

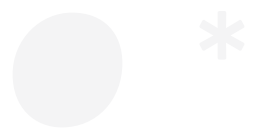


## □ Animation

Das Logo in seinen zwei Modulen ist in Bewegt-/Zeitmedien frei animierbar. Die Andeutung der räumlichen Staffelung, die Permutierbarkeit oder die Anordnung der Module zueinander können beispielsweise Ansätze darstellen.

Es muss jedoch stets einen deutlich andauernden Zustand geben (i.d.R. der Endzustand), in dem die Module den beschriebenen Regeln folgend angeordnet sind.

*frei*



## ↑ □ Exkurs: Markenarchitektur

Unter dem Dach der Hochschule gibt es zahlreiche Einrichtungen, Institute und auch Projekte. Diese sind einerseits prägende Bestandteil der Hochschule, entwickeln und pflegen aber gleichzeitig ihre eigene Identität. Um dieser Balance gerecht zu werden, sollen gestalterisch in der Regel die Richtlinien S. 13 (Kooperationspartner) zur Anwendung kommen.