

BASISELEMENTE GUIDELINES

Version 1.3 | Stand 01.08.2012

Eine starke Marke für die Wissenschaft

Um die Helmholtz-Gemeinschaft im nationalen und globalen Wettbewerb erfolgreich zu positionieren, gewinnt eine wirkungsvolle Kommunikation von Ergebnissen und Fortschritten der Forschung immer mehr an Bedeutung. Gerade die Reputation einer Organisation in der öffentlichen Meinung ist zu einem wesentlichen Erfolgskriterium geworden. Und die Helmholtz-Gemeinschaft hat das Potenzial, weltweit unter den besten Wissenschaftsorganisationen genannt zu werden. Dazu müssen die Forschungserfolge der Zentren gemeinsam wahrgenommen und die Marke „Helmholtz“ gestärkt werden. Dauerhaft gelingen wird das nur, wenn sich die Helmholtz-Zentren auch in ihrem Namen als solche zu erkennen geben.

Die Umbenennung hat drei strategische Ziele: 1. Steigerung von Bekanntheit und Image der größten deutschen Forschungsorganisation, 2. erfolgreiche Positionierung im globalen Wettbewerb um die besten Köpfe sowie um Fördermittel und 3. Etablierung einer Qualitätsmarke, die als Schutzwall verlässliche Rahmenbedingungen sichert.

Zusätzlich, auch das macht eine starke Marke aus, demonstrieren die Zentren in einheitlichen Elementen des Corporate Designs ihre Zusammengehörigkeit zur Helmholtz-Gemeinschaft. Je mehr Zentren den Namen Helmholtz in ihrem Namen führen und je einheitlicher die Gemeinschaft auftritt, desto größer wird der Wiedererkennungseffekt, der Vertrauen schafft und positiv nach innen und außen wirkt. Die Erfolge eines Zentrums strahlen dann auf alle anderen Mitglieder der Gemeinschaft aus. So entsteht ein Multiplikatoreffekt, der nicht nur nach außen wirkt, sondern auch der Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Helmholtz-Gemeinschaft einen Schub geben wird.

Das neue Corporate Design

Verbunden mit der Namensänderung ist ein neues Design. Die drei Bögen im neuen Logo stehen für die drei Kernelemente der Helmholtz-Mission: wesentliche Beiträge zur Lösung drängender Fragen, Großgeräte und komplexe Infrastruktur sowie Transfer der Ergebnisse in eine gesellschaftliche und wirtschaftliche Anwendung. An Stelle des zentralen Quadrats steht nun der Name der Gemeinschaft oder des jeweiligen Zentrums. Dadurch wird das Logo dynamischer und prägnanter. Alle Zentren der Gemeinschaft können die einheitlichen und professionell gestalteten Rahmenrichtlinien für die Geschäftsausstattung und den Internet-Auftritt nutzen (www.helmholtz.de/marke).

Eine Projektgruppe hat zusammen mit den Beratungsunternehmen Arthur D. Little und Vivaldi Partners den Entwicklungsprozess gestaltet. Für die weitere Umsetzung wird ein Markenrat eingerichtet, dem Vertreter der Öffentlichkeitsarbeit aus den Zentren angehören. Der Markenrat soll die konsistente Implementierung des Dachmarkendesigns fördern, strittige Fragen klären und das Design weiterentwickeln. Grundlagen seiner Arbeit sind die von der Agentur Vivaldi Partners entwickelten Design-Guidelines und die Dachmarkenarchitektur auf der Basis „Helmholtz-Zentrum xy“.

Auf dieser Grundlage soll der Markenrat flexible, aber standardisierte Anpassungen erarbeiten und die Zahl der Sonderwege einschränken. Weiterhin soll der Markenrat bei Bedarf die Erstellung neuer Vorlagen und gemeinsamer Anwendungen koordinieren und bündeln.

Der Namensgeber Hermann von Helmholtz

Der Namensgeber Hermann Ludwig Ferdinand Helmholtz (1821-1894) war einer der größten Naturwissenschaftler des 19. Jahrhunderts und einer der letzten Universalgelehrten. Seine Forschungsarbeiten verknüpften Theorie, Experiment und praktische Anwendung. Er wurde 1821 in Potsdam geboren und studierte an der Militärakademie Medizin. Seine Leidenschaft galt der Forschung und er machte sich bald einen Namen, nicht nur als Physiologe, sondern auch als Physiker und Naturphilosoph. Seine Beobachtung von Fäulnisprozessen führte ihn zu der Erkenntnis, dass Energie nicht verloren gehen kann. Dieser Energieerhaltungssatz ist das Fundament der modernen Physik.

Helmholtz setzte seine Forschungsergebnisse auch in interessante Anwendungen um, er entwickelte beispielsweise den Augenspiegel, mit dem Ärzte die Netzhaut ihrer Patienten betrachten können. Um 1880 gründete er die Physikalisch-Technische Reichsanstalt, die heute als Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB) weitergeführt wird. Die Reichsanstalt war über mehrere Jahrzehnte lang weltweit die größte wissenschaftliche Einrichtung außerhalb der Universitäten und kann als Vorläuferin der Helmholtz-Zentren gesehen werden. Helmholtz ist damit der ideale Namenspatron für eine Gemeinschaft von Forschungszentren, die sich der Grundlagenforschung mit Blick auf mögliche Anwendungen zum Nutzen der Gesellschaft widmen.

INHALTSVERZEICHNIS

- 1** | ÜBERBLICK
- 2** | LOGO
- 3** | FARBE
- 4** | SCHRIFT
- 5** | BILDSTIL
- 6** | DESIGNPRINZIP
- 7** | ANWENDUNGEN
- 8** | CO-BRANDING
- 9** | ZUSAMMENFASSUNG
- 10** | KONTAKT

- 1 | ÜBERBLICK
- 2 | LOGO
- 3 | FARBE
- 4 | SCHRIFT
- 5 | BILDSTIL

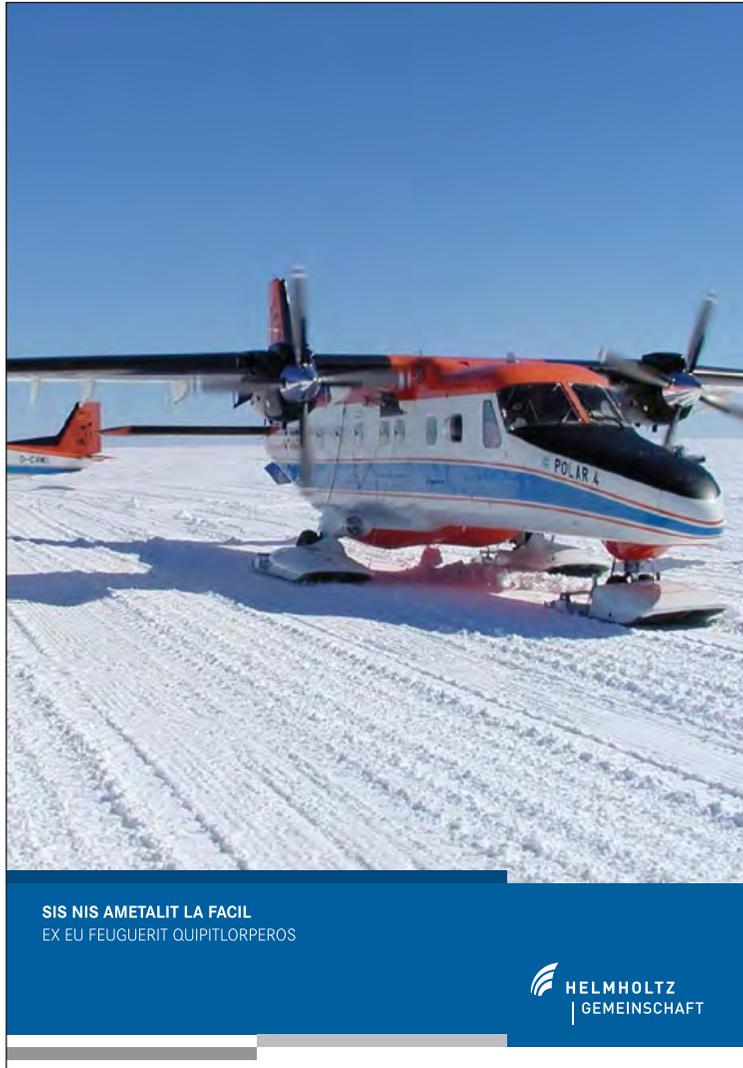
Das neue Erscheinungsbild

Die Flexibilität des neuen Corporate Designs schafft den Rahmen für die individuelle Kommunikation und Persönlichkeit der einzelnen Helmholtz-Zentren und der Helmholtz-Gemeinschaft als Ganzes.

Eine differenzierende visuelle Identität kann nur durch eine stringente Anwendung des Corporate Designs – über alle Applikationen und Kommunikationskanäle – geschaffen werden.

Um das Ziel der dauerhaften Wiedererkennbarkeit zu erreichen, ist es essenziell, den Richtlinien eng zu folgen.

Auch im internationalen Gebrauch wird die deutsche Wort-Bild-Marke eingesetzt, im Text durch die Übersetzung: **Helmholtz Association of German Research Centres** ergänzt.



Das Logo

Das Logo der Helmholtz-Gemeinschaft besteht aus einer Wort-Bild-Marke. Der Dreiklang der Bögen greift die Kernelemente der Mission auf.

Die Grundfarbigkeit des Logos besteht aus der definierten Primärfarbe Helmholtz-Blau (s. Kapitel 3.0). Schwarzweiß-Darstellungen sind die Ausnahme (z.B. Fax, Personalanzeigen).

Die Mindestbreite von 20 mm (Bildmarke plus Schriftzug Helmholtz) darf nicht unterschritten werden, da die Lesbarkeit sonst verloren geht.

Der Fond des Logos darf nur Weiß oder Helmholtz-Blau sein.

Das Logo darf nicht verzerrt, gestaucht oder anderweitig modifiziert werden. Weder Wort- noch Bildmarke dürfen isoliert eingesetzt werden.

Alle Logodateien liegen im eps- und jpg-Format vor.



Logo Blau (Standard-Anwendung auf weißem Fond)



Minimalgröße 20 mm
(Breite Bildmarke plus
Schriftzug Helmholtz)



Logo Weiß (Anwendung auf blauem Fond)



Minimalgröße 20 mm
(Breite Bildmarke plus
Schriftzug Helmholtz)

Logoschutzzone

Das Logo sollte immer mit Respekt behandelt und stets prominent und frei stehend positioniert werden, um einen gleichbleibenden, prägnanten Markenauftritt sicherzustellen.

Die Logoschutzzone definiert daher den Mindestfreiraum als minimale Distanz des Logos zu anderen Elementen, wie Bild, Text oder Seitenrand. In dieser Schutzzone dürfen also keine anderen Elemente positioniert werden.

Die Logoschutzzone errechnet sich aus der Breite der Bildmarke plus Schriftzug Helmholtz (X-Wert) geteilt durch 10.

X = Breite Bildmarke plus Schriftzug Helmholtz



Die Logos der Helmholtz-Zentren am Beispiel des Helmholtz-Zentrums für Infektionsforschung

Das Logo der Helmholtz-Zentren besteht aus einer Wort-Bild-Marke. Der Dreiklang der Bögen greift die Kernelemente der Mission Helmholtz-Gemeinschaft auf.

Die Grundfarbigkeit des Logos besteht aus der definierten Primärfarbe Helmholtz-Blau (s. Kapitel 3.0). Schwarzweiß-Darstellungen sind die Ausnahme (z.B. bei Fax, in Personalanzeigen).

Die Mindestbreite von 20 mm (Bildmarke plus Schriftzug Helmholtz) darf nicht unterschritten werden, da die Lesbarkeit sonst verloren geht.

Der Fond des Logos darf nur Weiß oder Helmholtz-Blau sein.

Das Logo darf nicht verzerrt, gestaucht oder anderweitig modifiziert werden. Weder Wort- noch Bildmarke dürfen isoliert eingesetzt werden.

Alle Logodateien liegen im eps- und jpg-Format vor.



Logo Blau (Standard-Anwendung auf weißem Fond)



Logo Weiß (Anwendung auf blauem Fond)



Minimalgröße 20 mm
(Breite Bildmarke plus
Schriftzug Helmholtz)



Minimalgröße 20 mm
(Breite Bildmarke plus
Schriftzug Helmholtz)

Logoschutzzone

Das Logo sollte immer mit Respekt behandelt und stets prominent und frei stehend positioniert werden, um einen gleichbleibenden, prägnanten Markenauftritt sicherzustellen.

Die Logoschutzzone definiert daher den Mindestfreiraum als minimale Distanz des Logos zu anderen Elementen, wie Bild, Text oder Seitenrand. In dieser Schutzzone dürfen also keine anderen Elemente positioniert werden.

Die Logoschutzzone errechnet sich aus der Breite der Bildmarke plus Schriftzug Helmholtz (X-Wert) geteilt durch 10.

X = Breite Bildmarke plus Schriftzug Helmholtz



Logo Architektur

Logos für Unterorganisationen wie die „Helmholtz-Gemeinschaft Juniors“ oder die „Helmholtz-Gemeinschaft Akademie für Führungskräfte“ werden wie rechtsstehend behandelt.

Dieselbe Systematik gilt auch für Logo-Anwendungen innerhalb der Helmholtz-Zentren.

Neue Logos sollten nur in Abstimmung mit der Geschäftsstelle gestaltet oder dort in Auftrag gegeben werden.

Der Abstand der Bezeichnung der Unterorganisation hat zu 85% die Versalhöhe der Wortmarke und steht mit seiner Grundlinie zu genau eine Strichhöhe (X) von dem Strich entfernt.



Unzulässige Anwendungen

A Die definierte Grundposition von Bild- zu Wortmarke darf nicht modifiziert werden.



A

B Die definierte Grundposition von Bild- zu Wortmarke darf nicht modifiziert werden.



B

C Die definierten Größen von Bild- zu Wortmarke dürfen nicht modifiziert werden.



C

D Das Logo darf nicht verzerrt, gestaucht oder anderweitig modifiziert werden.



D

E Der Fond des Logos darf nur Weiß oder Helmholtz-Blau sein.



E

F Die Wortmarke darf nie allein stehen.



F

G Die Bildmarke darf nie alleine stehen.



G

H Der Fond des Logos darf nur Weiß oder Helmholtz-Blau sein.



H

Internetseiten und Social Media Kanäle wie Facebook und Twitter fordern Profibilder bzw. Icons im quadratischen Format, die auch in kleiner Skalierung funktionieren müssen. Für solche Zwecke darf ausnahmsweise die Bildmarke des Helmholtz-Logos verwendet werden.

Es gibt zwei Varianten, jeweils eine für die Helmholtz-Geschäftsstelle und eine weitere für Helmholtz-Netzwerke, wie Juniors, Allianzen, Institute, Kollegs, Graduiertenschulen usw.



Format: 160x160 Pixel, wird in den Timelines runterskaliert

Logo-Icon Variante für die
Helmholtz-Geschäftsstelle



Format: 160x160 Pixel, wird in den Timelines runterskaliert

Logo-Icon Variante für
Helmholtz-Netzwerke

Beispiel Facebook:



Beispiel Facebook:



Benennungssystematik

Alle Logodateien liegen im eps- und jpg-Format vor und sind nach der rechts stehenden Systematik benannt.

Die Logodateien im eps-Format sind in der Breite von 100mm (Bildmarke plus Helmholtz-Schriftzug) angelegt.

HG_LOGO_S_PAN_C.EPS

Dateiname (Beispiel)

HG_	LOGO_	S_	PAN_C	.EPS
Abkürzung	Art	Größe	Farbe	Dateiformat
HG_ (Helmholtz-Gemeinschaft)	LOGO_	S_ (Standard)	PAN-C (Pantone coated)	.EPS
HZI_ (Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung)		100_ (100 mm)	PAN-U (Pantone uncoated)	.JPG
			4C (CMYK)	
			RGB (RGB)	
			W (Weiß)	
			K (Schwarz)	

Helmholtz-Blau

Die Hausfarben sind ein essenzielles Instrument zur Etablierung eines wiedererkennbaren visuellen Auftritts.

Die Primärfarbe der Helmholtz-Gemeinschaft und -Zentren ist Helmholtz-Blau.

Helmholtz-Dunkelblau als Sekundärfarbe fungiert als unterstützender Farbton zur Primärfarbe, um ein blaudoominiertes Farbspektrum zu etablieren.

Als weitere Sekundärfarben ergänzen drei Grautöne Seriösität und Neutralität.

Die farbigen Sekundärfarben fungieren sowohl als Codierung (Navigation) innerhalb der Kommunikation als auch zur Auflockerung des gesamten visuellen Auftritts. Die Sekundärfarben erlauben eine individuelle, differenzierte Präsentation der einzelnen Helmholtz-Zentren.

Es ist nicht erlaubt, die Hausfarben aufzurastern, mit Ausnahme des Helmholtz-Blaus. Diese Aufrasterungen werden in Helmholtz-Blau 80%, 60%, 40% und 20% dargestellt und beschränken sich ausschließlich auf die Anwendung von Diagrammen.

Es ist nicht erlaubt andere Farben als aus diesem Farbklima zu benutzen, abgesehen von Schwarz und Weiß für die Typographie.

Primärfarbe

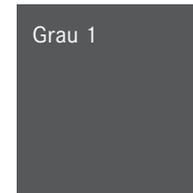


PANTONE 301 C
PANTONE 300 U
100C 50M 0Y 18K
0R 88G 156B
#00589C
RAL 5017

Sekundärfarben



PANTONE 2955 C
PANTONE 2955 U
100C 50M 0Y 43K
0R 62G 110B
#003E6E



PANTONE 425 C
PANTONE 426 U
0C 0M 0Y 80K
81R 81G 81B
#515151



PANTONE 423 C
PANTONE 423 U
0C 0M 0Y 50K
156R 156G 156B
#9C9C9C



PANTONE 421 C
PANTONE 421 U
0C 0M 0Y 30K
185R 185G 185B
#B9B9B9

PANTONE COATED
PANTONE UNCOATED
CMYK
RGB 0-255
HEX
RAL

Sekundärfarben | Codierung Forschungsfelder



PANTONE 485 C
PANTONE 485 U
0C 95M 100Y 0K
212R 45G 18B
#D42D12



PANTONE 717 C
PANTONE 717 U
0C 55M 100Y 2K
207R 104G 0B
#CF6800



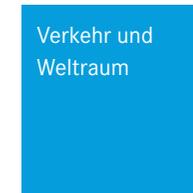
PANTONE 130 C
PANTONE 109 U
0C 30M 100Y 0K
230R 175G 17B
#E6AF11



PANTONE 357 C
PANTONE 356 U
80C 0M 100Y 56K
20R 77G 40B
#144D28



PANTONE 583 C
PANTONE 583 U
23C 0M 100Y 17K
169R 181G 9B
#A9B509



PANTONE 299 C
PANTONE 299 U
85C 19M 0Y 0K
0R 162G 224B
#00A2E0

PANTONE COATED
PANTONE UNCOATED
CMYK
RGB 0-255
HEX

Farbgewichtung | Beispiele



Corporate-S

Der unverwechselbare Charakter eines Corporate Designs wird auch durch die Verwendung einer einheitlichen Unternehmensschrift sichergestellt.

Die Hausschrift der Helmholtz-Gemeinschaft ist die Corporate-S. Sie wird für alle Anwendungen im Druckprozess verwendet.

Für lange Fließtexte kann alternativ die Corporate-A als Serifenschrift eingesetzt werden.

Alle Schriftanwendungen sind stets linksbündig. Rechtsbündigkeit, Blocksatz und zentrierter Satz sind nicht erlaubt.

Es ist nicht erlaubt, die Schrift zu quetschen, stauchen oder auf irgendeine andere Weise zu verzerren.

Corporate-S Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate-S Demi

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
0123456789 (!?&@,;)

Corporate-S Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
0123456789 (!?&@,;)

Corporate-A Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789 (!?&@,;)

Corporate-A Demi

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
0123456789 (!?&@,;)

Arial

Für die Korrespondenz (Anschreiben, E-Mails, etc.), Powerpoint-Präsentationen und Internetseite wird die Systemschrift Arial eingesetzt.

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789 (!?&@,;)

Arial Fett

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
0123456789 (!?&@,;)

Funktion

Der definierte Bildstil schafft eine formale Brücke und Orientierung innerhalb des Auftritts, ohne eine Vorgabe für die konzeptionelle oder inhaltliche Ausrichtung der Bilder vorzugeben.

Der Bildstil soll die individuellen Persönlichkeiten der einzelnen Helmholtz-Zentren hervorheben und unterstützen.

Konzept

Der neue Bildstil hat zur Aufgabe, die Erfolge und Tätigkeiten der Helmholtz-Gemeinschaft und -Zentren und die daraus entstehenden Benefits für die Gesellschaft darzustellen. Dazu sind allgemein verständliche und imagestarke Bilder nötig.

Motive

- 1 Mitarbeiter bei der Arbeit im Forschungsfeld, wobei die Person im Mittelpunkt steht; Transport von Emotion.
- 2 Interessante und imagestarke Abbildungen von Tätigkeiten innerhalb der Forschungsfelder.
- 3 Abbildungen von Details aus der Arbeit (Mikroskopaufnahmen, etc.). Diese Art von Motiven sollte möglichst nicht für Imagekommunikation, z.B. auf Titelseiten, genutzt werden.

Farbigkeit und Licht

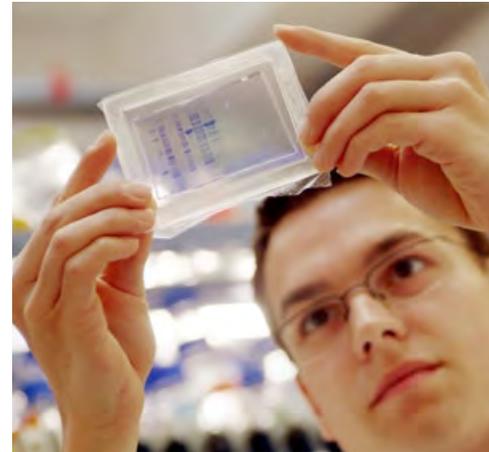
Die Farbigkeit sollte stets die Hauptkommunikation des Bildes unterstützen, die relevanten Bereiche in den Vordergrund bringen. Farbe und Licht sollen eine hochwertige und/oder authentische Stimmung vermitteln.

Menschen

Authentische Umgebung und Menschen, die in der Helmholtz-Gemeinschaft arbeiten. Selbstbewusst und nahbar.

Checkliste

reduziert	nicht detailliert
hochwertig	nicht technisch
farbig	nicht bunt
zeitgemäß	nicht trendy
menschlich	nicht technikorientiert
authentisch	nicht gestellt
natürliches Licht	nicht künstlich
interessante Blickwinkel	nicht extreme Perspektiven



Menschen bei der Arbeit im Forschungsfeld



Menschen bei der Arbeit im Forschungsfeld



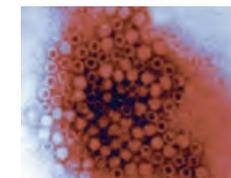
Forschungsfeld



Forschungsfeld



Forschungsfeld



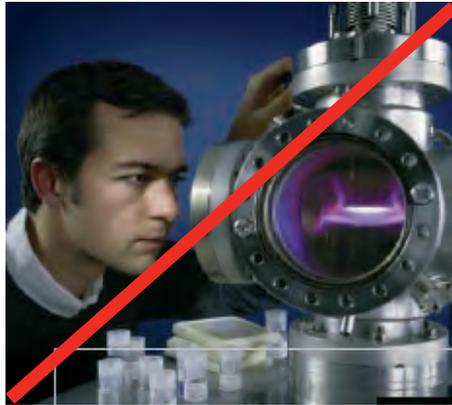
Detail



Detail

Bildstil falsch

Beispiele von Bildern, die nicht dem neuen Bildstil entsprechen und nicht für die Imagekommunikation eingesetzt werden sollten.



künstliches Licht und dunkel



künstliches Licht und dunkel



extreme Perspektive



wirkt gestellt



nicht hochwertig



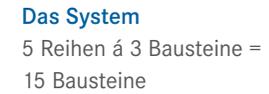
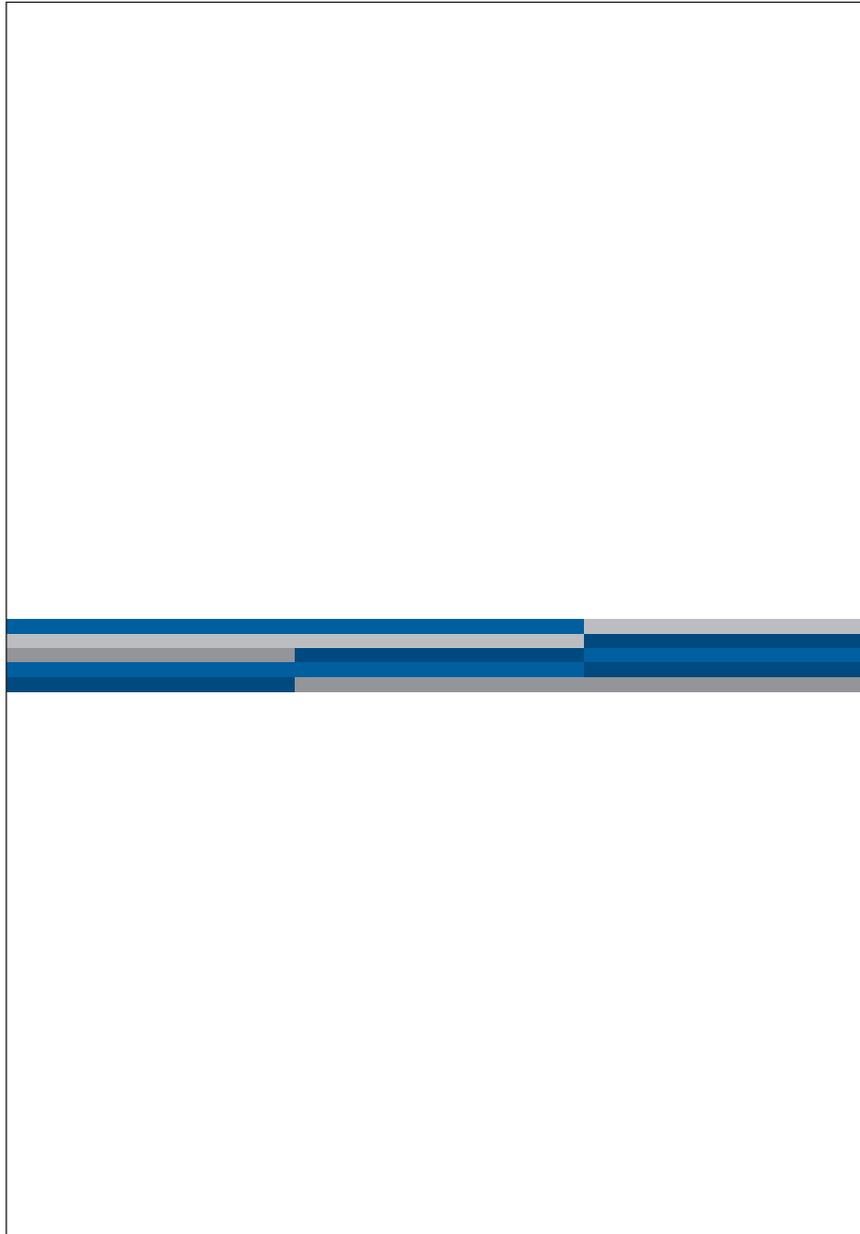
Symbolik

6 | DESIGNPRINZIP

**15 Bausteine – Basis einer starken
Forschungsgemeinschaft**

Das Designprinzip von Helmholtz setzt sich aus einem Bausteine-System zusammen. Die Bausteine und ihre Systematik stehen für Gemeinschaft, Kooperation, Exzellenz, Fortschritt, Innovation und Spitzenforschung.

Das visuelle Erscheinungsbild wird hauptsächlich durch dieses Designprinzip der Bausteine charakterisiert. Um ein differenzierendes Corporate Design zu etablieren, ist es essenziell, den wenigen Richtlinien eng zu folgen.



Das System

Die 15 Bausteine werden stets als Ganzes betrachtet und müssen immer zusammen als System auftreten. Es ist nicht erlaubt, einzelne oder mehrere Bausteine vom System zu entfernen.

Die Bausteine können sowohl Bilder als auch jede Farbe aus dem definierten Farbklima von Helmholtz annehmen.

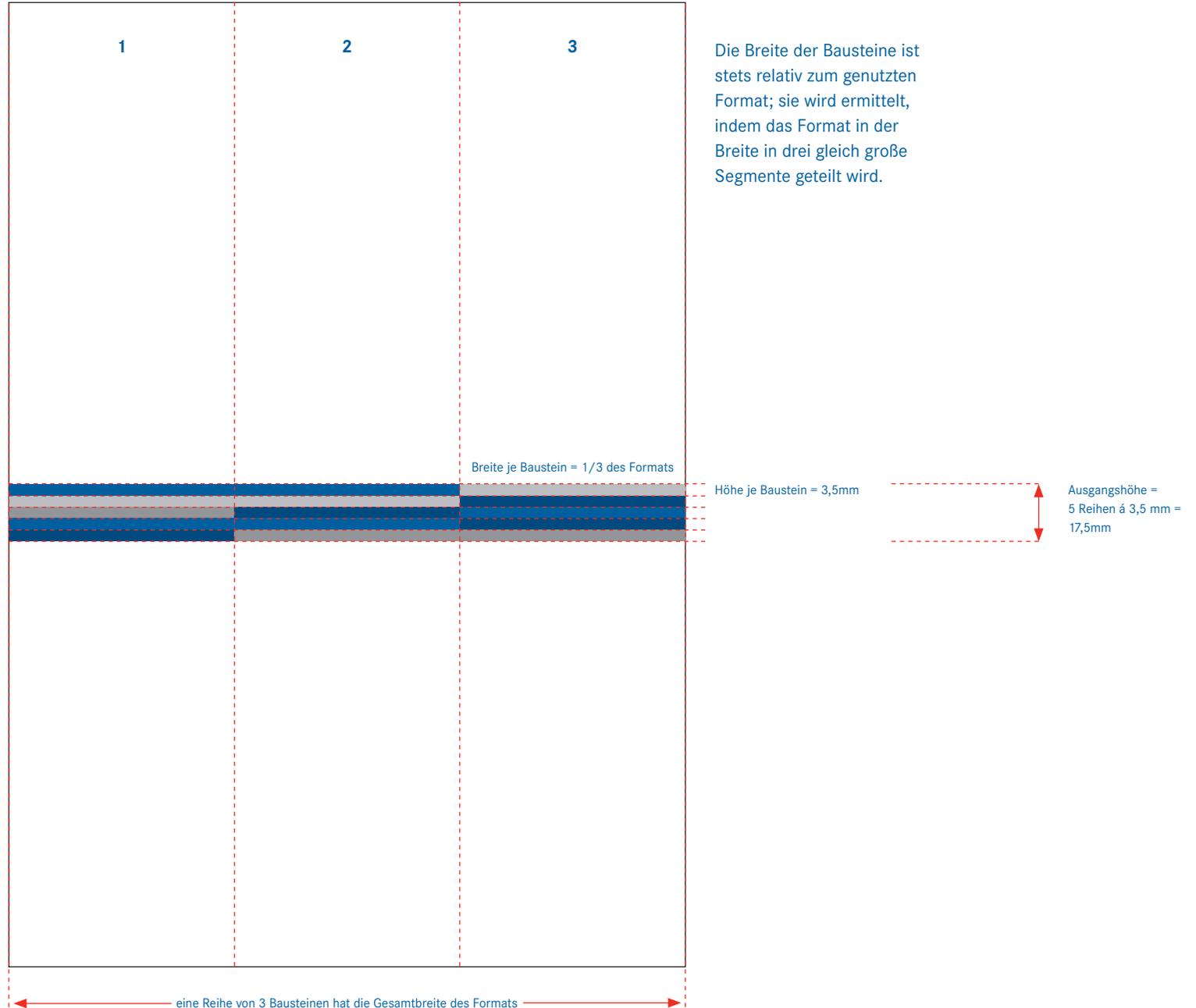
Die Farbauswahl ist frei. Es sollte aber stets darauf geachtet werden, dass bei einer Logoanwendung ausreichend Bausteine in Weiß oder Helmholtz-Blau als Fond zur Verfügung stehen.

Die Bausteine können auch transparent sein und somit den Hintergrund durchscheinen lassen.

Ein Baustein hat eine Ausgangshöhe von 3,5 mm. Eine Reihe von 3 Bausteinen trägt stets die Gesamtbreite des genutzten Gestaltungsformats. Die Breite eines einzelnen Bausteins ist $1/3$ der Breite des Formats (siehe Abbildung).

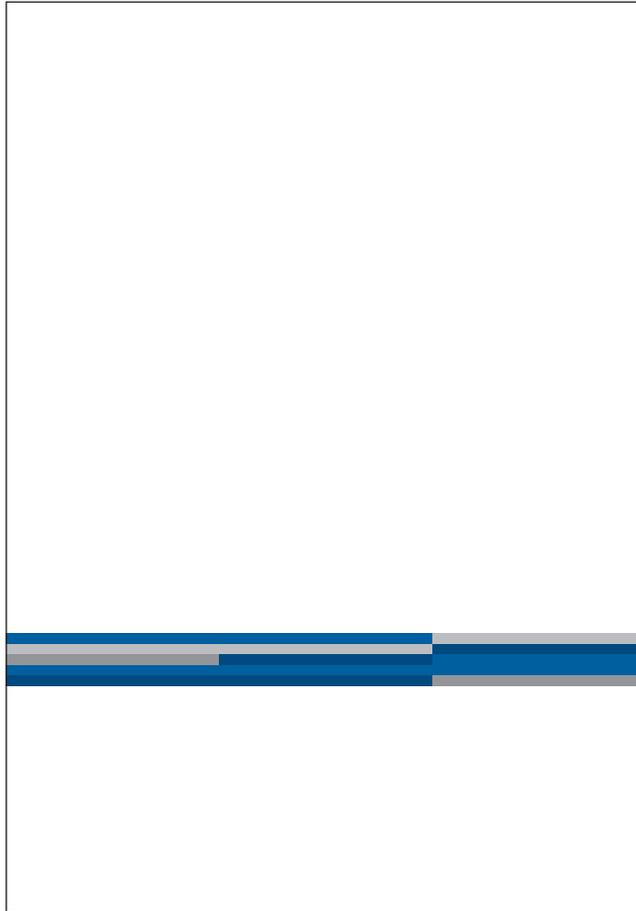
Bausteinhöhe

- < A5 = 2 mm (minimum)
- ≥ A5 bis ≤ A3 = 3,5 mm
- > A3 = proportional skalieren



Einfach und flexibel

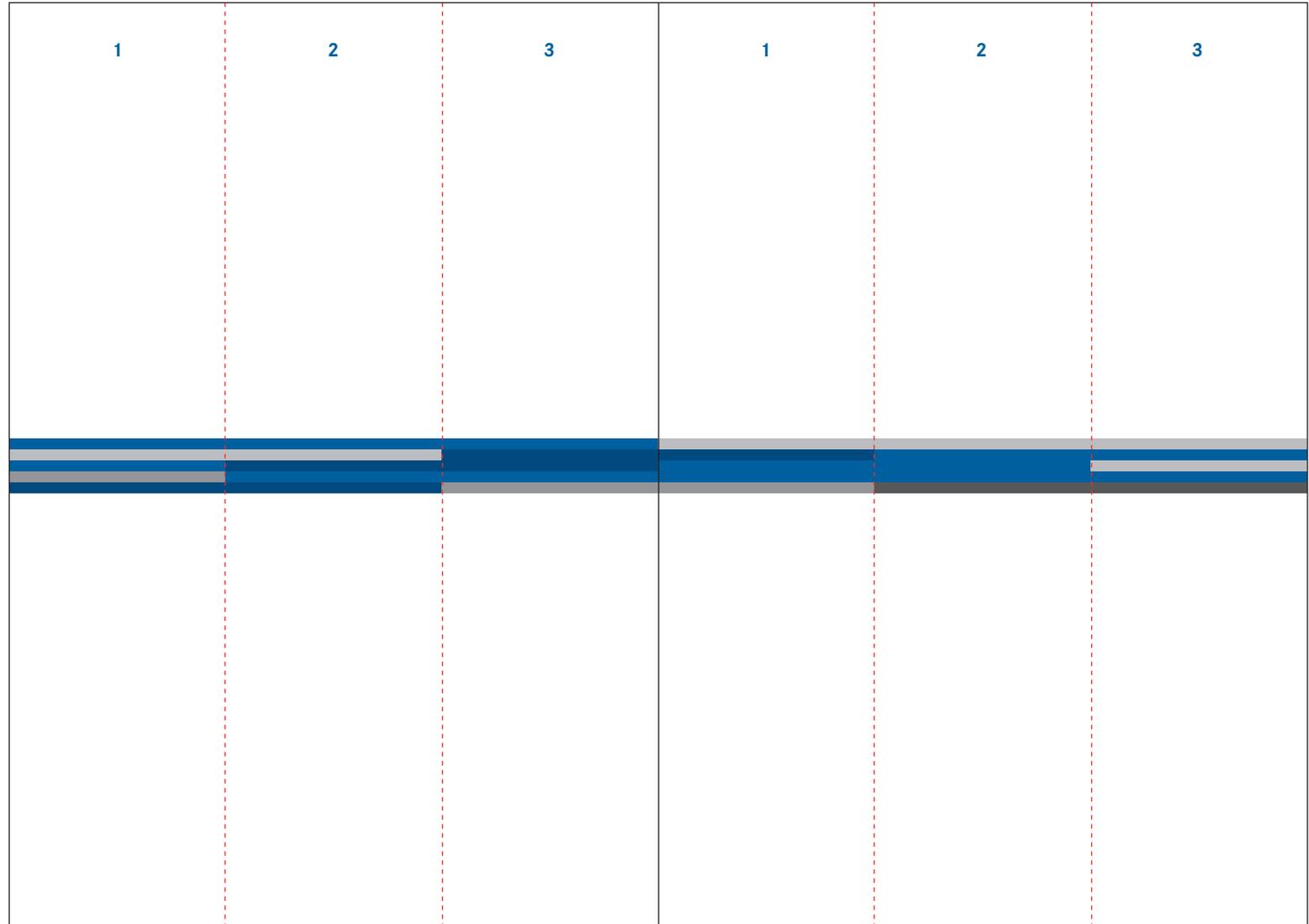
Die Bausteine haben keine fixe Position innerhalb des Gestaltungsformats und können flexibel in der Vertikalen eingesetzt werden.



Die Bausteine auf Doppelseiten

Auf einer Doppelseite beinhaltet jede Seite ein System von Bausteinen. Die Systeme liegen hierbei stets auf derselben Höhe.

Zu beachten ist, dass nicht zu viele unterschiedlich farbige Bausteine ein unruhiges Bild ergeben sollten.



1 Bausteine-System pro Seite

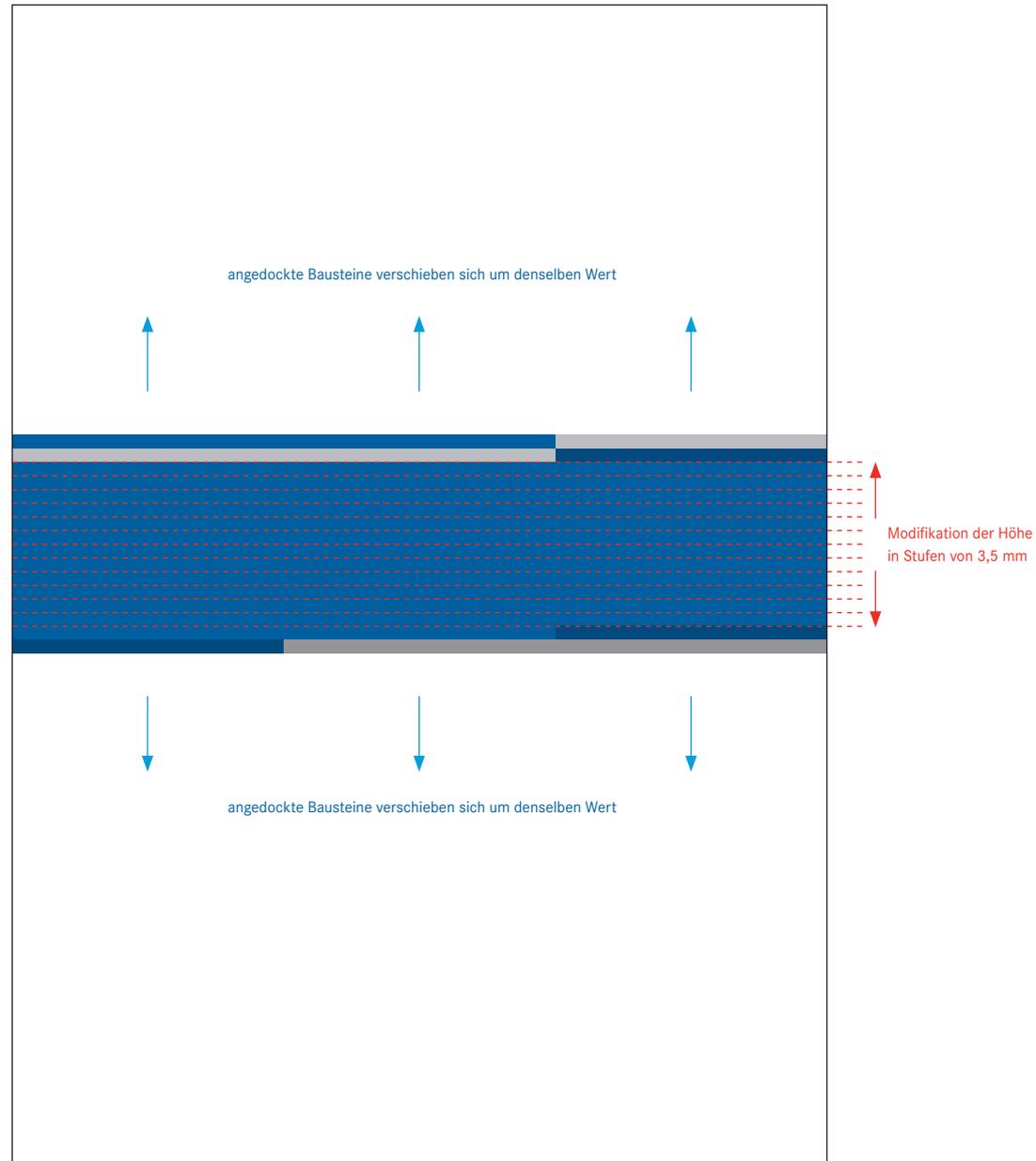
1 Bausteine-System pro Seite

Modifikation der Höhe

Jeweils eine Reihe von Bausteinen kann innerhalb des Systems in der Höhe variieren (in Stufen von 3,5 mm).

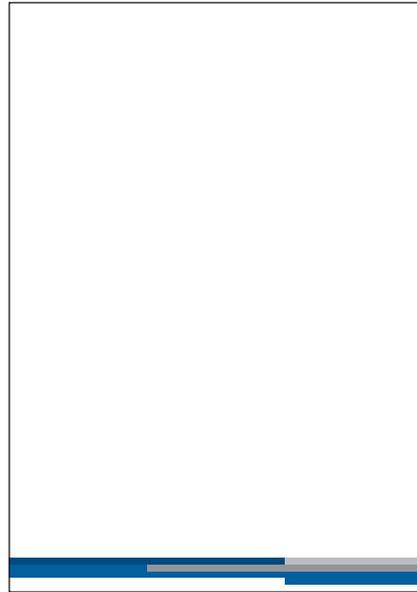
Alle Bausteine, die an die expandierende Reihe von Bausteinen angedockt sind, verschieben sich in ihrer vertikalen Position um denselben Wert. Die Bausteine müssen stets als System zusammenbleiben.

Zu beachten ist, dass die expandierenden Bausteine als **eine** Fläche erkannt werden müssen, d.h. entweder eine gemeinsame Farbe einnehmen oder vollflächig Bilder integrieren.

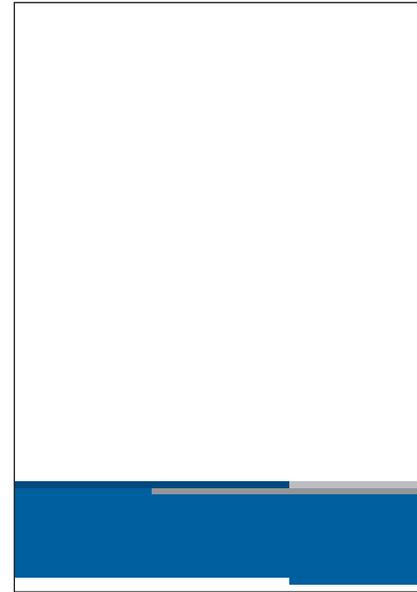


Beispiele 1 Seite

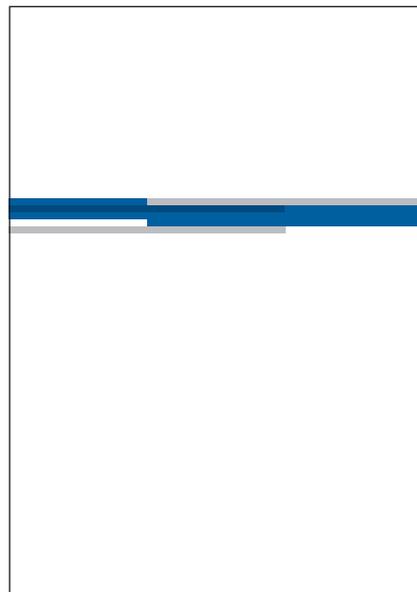
Rechtsstehend zwei Beispiele für die korrekte Anwendung.



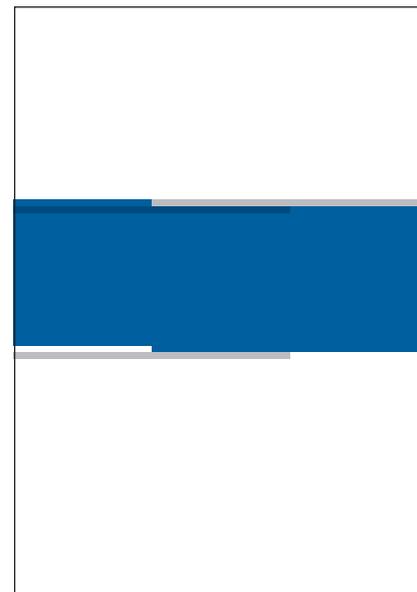
Ausgangssituation Bausteine-System



modifizierte Höhe einer Bausteine-Reihe



Ausgangssituation Bausteine-System



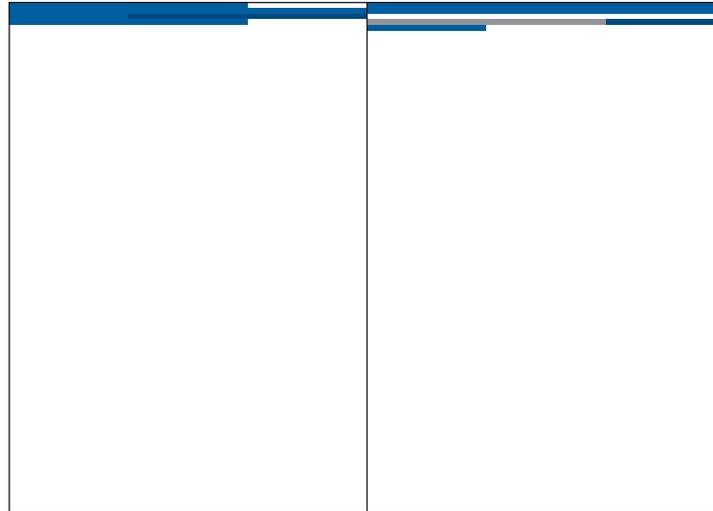
modifizierte Höhe einer Bausteine-Reihe



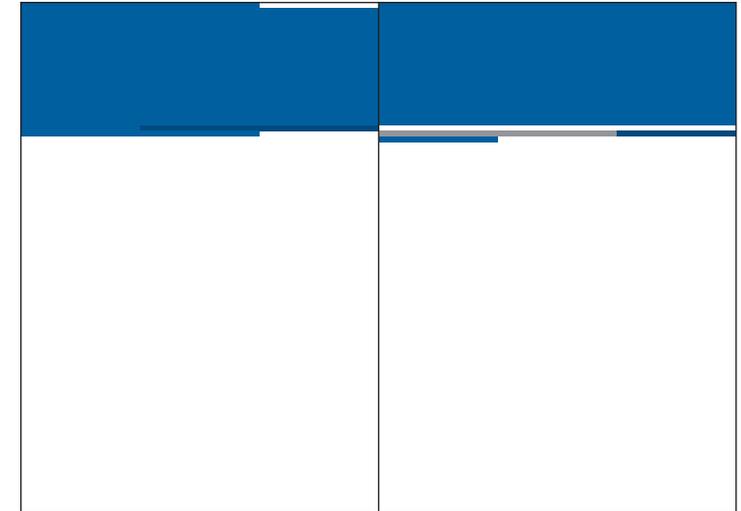
Bildeinsatz

Beispiele Doppelseite

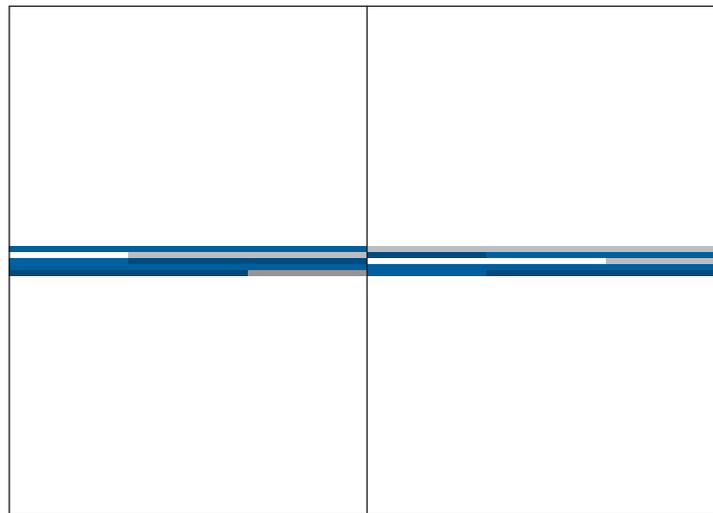
Rechtsstehend zwei Beispiele für die korrekte Anwendung.



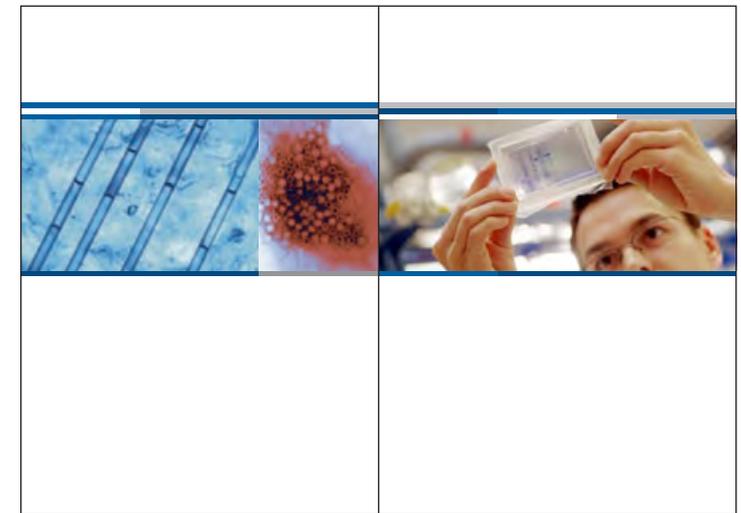
Ausgangssituation Bausteine-System



modifizierte Höhe einer Bausteine-Reihe



Ausgangssituation Bausteine-System



modifizierte Höhe einer Bausteine-Reihe und Bildeinsatz

Forschungsfelder

Die Codierung der Forschungsfelder entspricht der farbigen Zuordnung aus dem Kapitel 3.0. Diese Zuordnung sollte sich auf allen Applikationen wiederfinden.

Wenn mehrere Forschungsfelder gleichzeitig behandelt werden, können die Bausteine auch entsprechende, unterschiedliche Farbcodierungen erfahren.

Dabei sollte beachtet werden, dass die Codierungsfarben nie einen größeren Anteil an der Farbwirkung haben sollten, als die Primärfarbe (siehe Farbgewichtung Kapitel 3.0)

Die Codierung darf nur über das Designprinzip erfolgen, indem einzelne Bausteine farbig gekennzeichnet werden.



Beispiel 1

- Schlüsseltechnologien
- Energie



Beispiel 2

- Gesundheit
- Struktur der Materie
- Erde und Umwelt

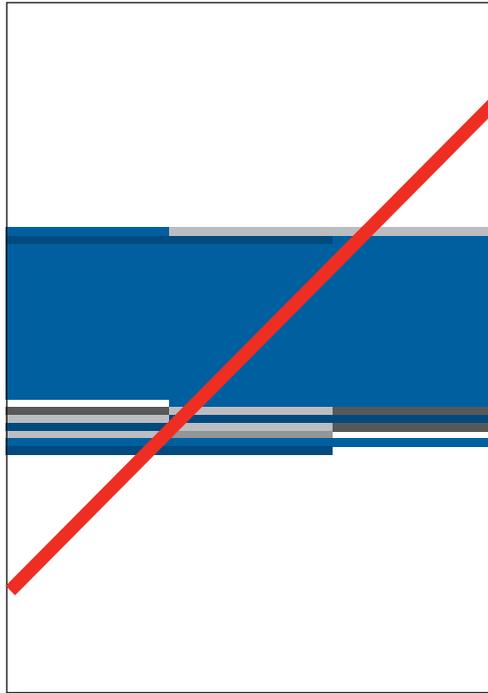


Beispiel 3

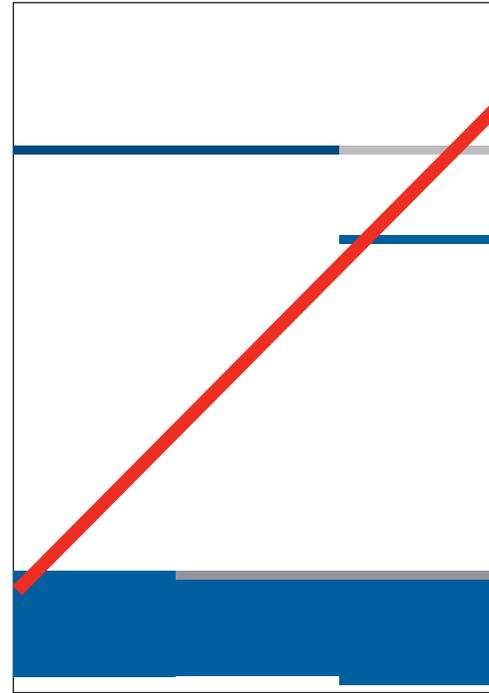
- Erde und Umwelt

Unzulässige Anwendungen

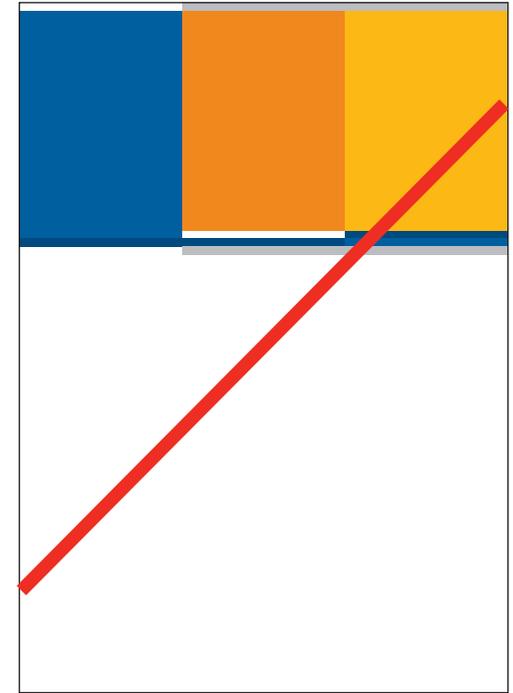
- A Das Bausteine-System darf nicht aus mehr als 5 Reihen bestehen.
- B Einzelne oder mehrere Bausteine dürfen nicht vom System getrennt werden.
- C Eine modifizierte Reihenhöhe darf nicht unterschiedliche Farbfelder haben.



A



B



C

7 | ANWENDUNGEN

**Briefbogen Helmholtz-Gemeinschaft
1. Seite**

Das Logo, das Designprinzip, die Absenderadresse und Absenderzeile werden vorgedruckt.

Die Empfängeradresse, Personalisierung und der Korrespondenztext werden individuell eingedruckt. Für alle editierbaren Bereiche wird die Schrift Arial eingesetzt.

1 Absenderzeile (fixiert)

Schrift: Corporate-S / Regular
Größe: 6 pt
Farbe: Helmholtz-Blau

2 Empfängeradresse und Korrespondenztext (editierbar)

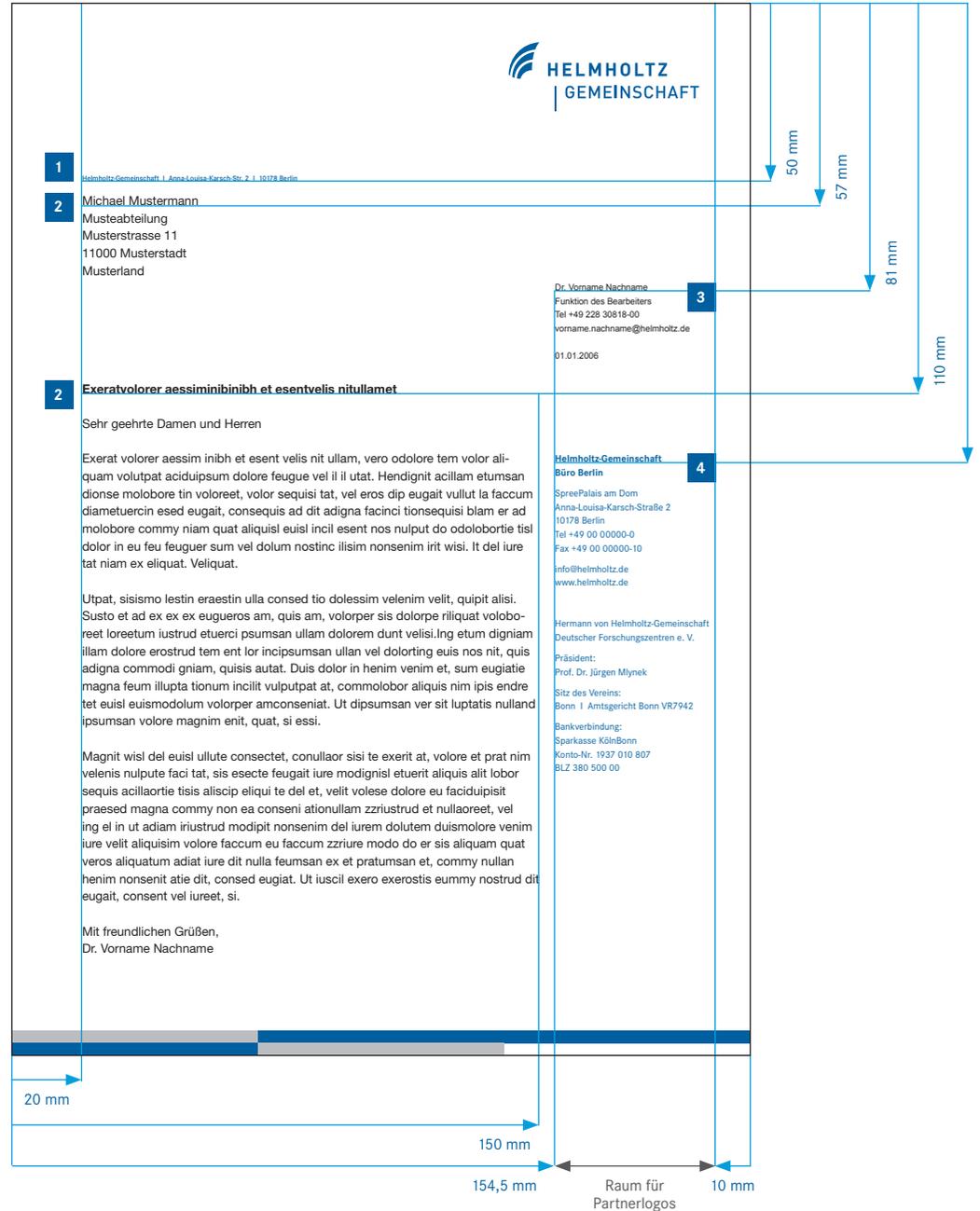
Schrift: Arial
Schrift Betreffzeile: Arial / Fett
Größe: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

3 Personalisierung & Datum (editierbar)

Schrift: Arial
Größe: 7 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

4 Absender (fixiert)

Schrift „Helmholtz-Gemeinschaft Büro Berlin“: Corporate-S / Bold
Schrift Daten: Corporate-S / Regular
Größe: 8 pt
Zeilenabstand: 11 pt
Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb eines Daten-Blocks: 5,5 pt
Farbe: Helmholtz-Blau



4 Helmholtz-Gemeinschaft Büro Berlin
 Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
 SpreePalais am Dom
 Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
 10178 Berlin
 Tel +49 00 00000-0
 Fax +49 00 00000-10
 Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
 info@helmholtz.de
 www.helmholtz.de
 Leerzeile
 Leerzeile
 Hermann von Helmholtz-Gemeinschaft
 Deutscher Forschungszentren e. V.
 Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
Präsident:
 Prof. Dr. Jürgen Mlynek
 Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
Sitz des Vereins:
 Bonn | Amtsgericht Bonn VR7942
 Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
Bankverbindung:
 Sparkasse KölnBonn
 Konto-Nr. 1937 010 807
 BLZ 380 500 00

Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

Briefbogen Helmholtz-Gemeinschaft
2. Seite

Das Logo und das Designprinzip werden vorgedruckt.

Der Korrespondenztext wird individuell eingedruckt. Für den editierbaren Bereich wird die Schrift Arial eingesetzt.

1 Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial

Schrift Betreffzeile: Arial / Fett

Größe: 10 pt

Zeilenabstand: 14 pt

Farbe: Schwarz

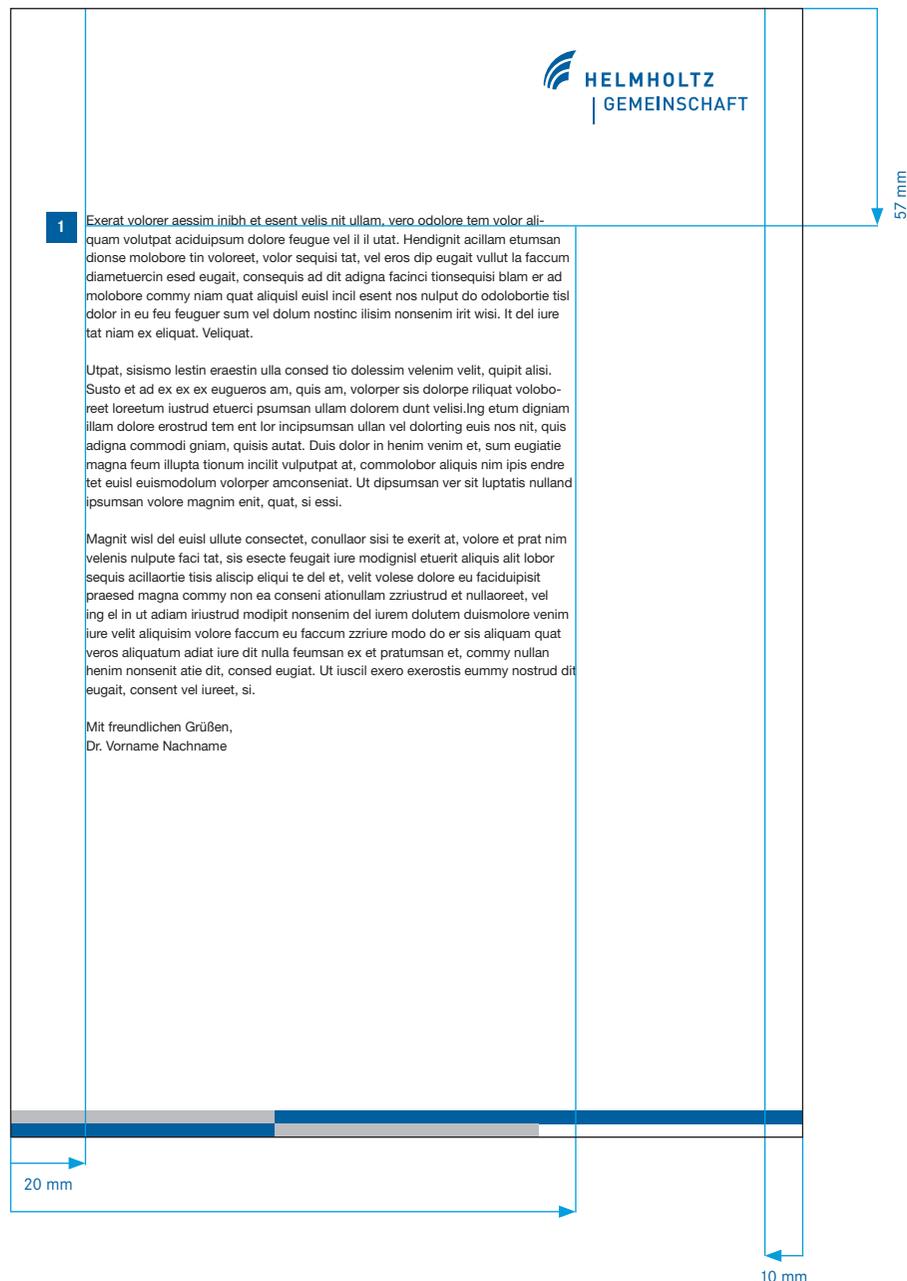


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

Briefbogen Helmholtz-Gemeinschaft 1. Seite / Variante Absender editierbar

Das Logo, das Designprinzip und Absenderzeile werden vorgedruckt.

Die Absenderadresse, Empfängeradresse, Personalisierung und der Korrespondenztext werden individuell eingedruckt. Für alle editierbaren Bereiche wird die Schrift Arial eingesetzt.

1 Absenderzeile (editierbar)

Schrift: Arial
Größe: 5,5 pt
Farbe: Schwarz

2 Empfängeradresse und Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial
Schrift Betreffzeile: Arial / Fett
Größe: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

3 Personalisierung & Datum (editierbar)

Schrift: Arial
Größe: 7 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

4 Absender (editierbar)

Schrift „Helmholtz-Gemeinschaft Büro Berlin“: Arial / Fett
Schrift Daten: Arial
Größe: 8 pt
Zeilenabstand: 12 pt
Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb eines Daten-Blocks: 6 pt
Farbe: Schwarz

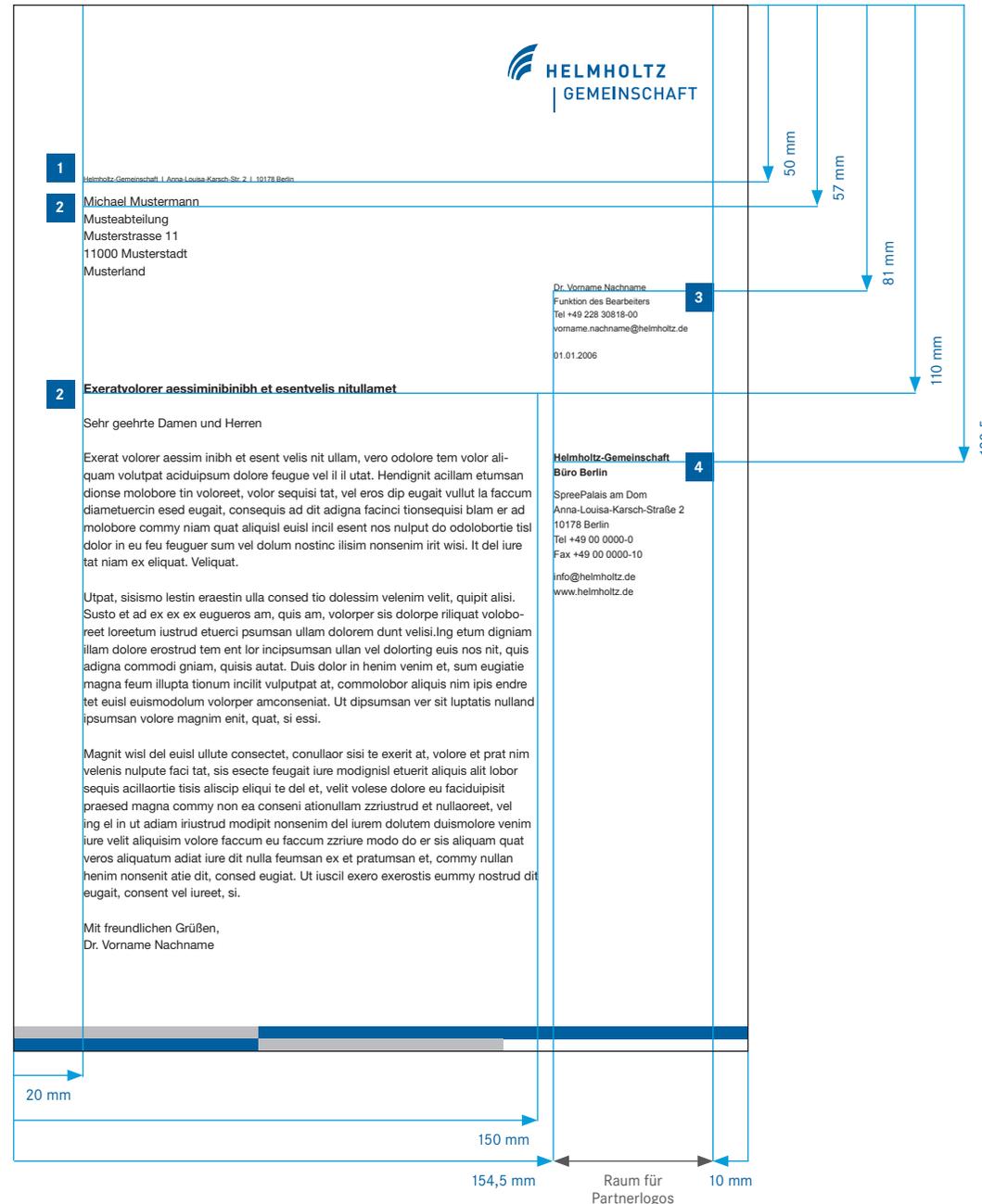


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

4 Helmholtz-Gemeinschaft Büro Berlin

Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
SpreePalais am Dom
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
10178 Berlin
Tel +49 00 0000-0
Fax +49 00 0000-10
Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
info@helmholtz.de
www.helmholtz.de

Leerzeile
Leerzeile

➔ Plus alle weiteren Informationen,
wie Bankverbindung, etc.

Faxbogen Helmholtz-Gemeinschaft

Alle Daten und das Logo werden einge-
druckt. Für alle editierbaren Bereiche wird
die Schrift Arial eingesetzt.

1 Thema (fixiert)

Schrift: Corporate-S / Regular

Größe: 8 pt

Farbe: Schwarz

Linien (fixiert)

Stärke: 0,5 pt

Farbe: Schwarz

2 Daten (editierbar)

Schrift: Arial

Größe: 10 pt

Farbe: Schwarz

3 Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial

Größe: 10 pt

Zeilenabstand: 14 pt

Farbe: Schwarz

4 Absender (fixiert)

Schrift „Helmholtz-Gemeinschaft
Büro Berlin“: Corporate-S / Bold

Schrift Daten: Corporate-S / Regular

Größe: 9 pt

Zeilenabstand: 12 pt

Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb
eines Daten-Blocks: 6 pt

Farbe: Schwarz

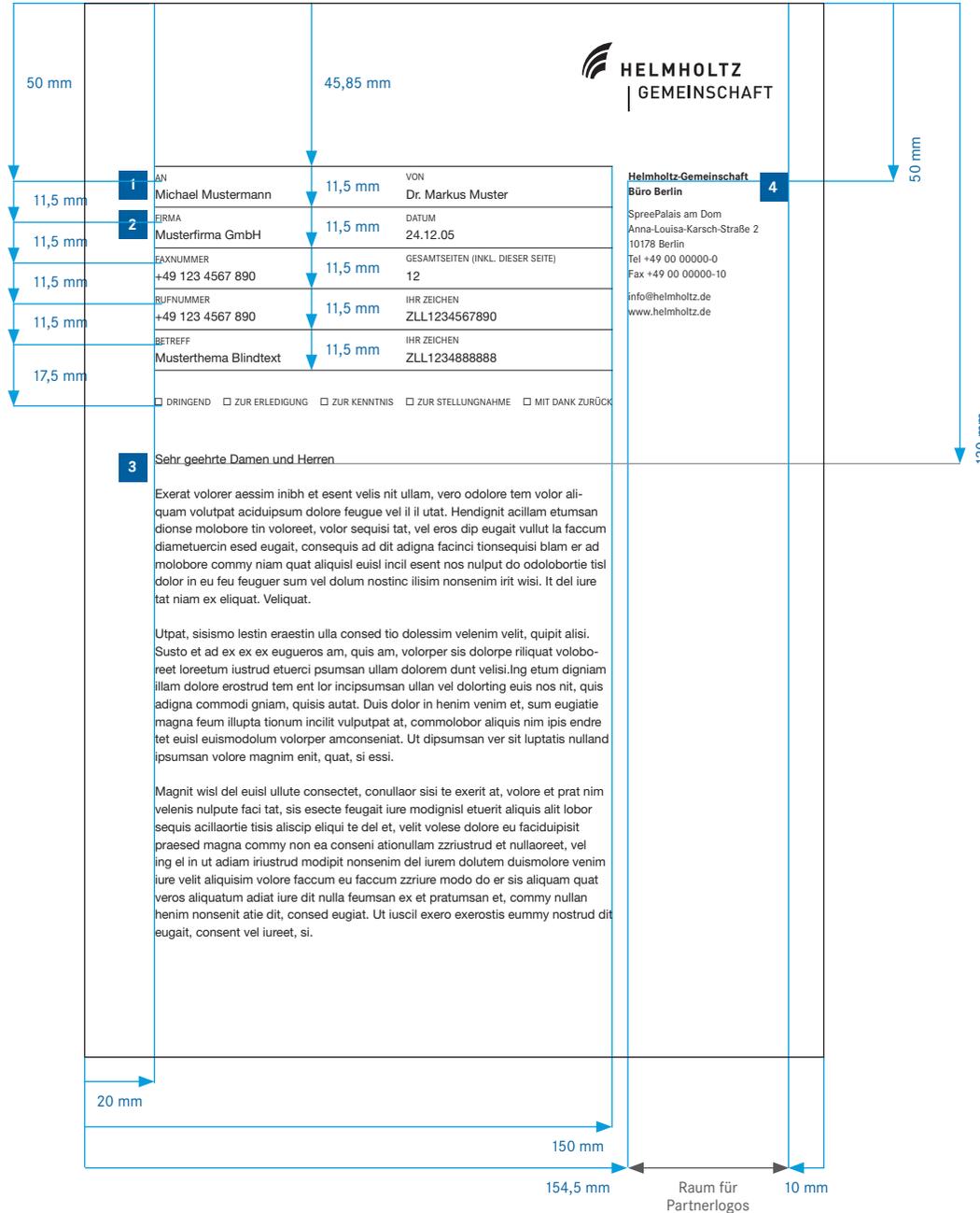


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

**4 Helmholtz-Gemeinschaft
Büro Berlin**
Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
SpreePalais am Dom
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
10178 Berlin
Tel +49 00 0000-0
Fax +49 00 0000-10
Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
info@helmholtz.de
www.helmholtz.de

Briefbogen Helmholtz-Zentren

Das Logo und das Designprinzip werden vorgedruckt.

Farbe Logo: Helmholtz-Blau
Farbe Bausteine: Helmholtz-Blau
und Grau 3

Achtung:

Alle Zentren-Logos mit Helmholtz-Schriftzug plus 2- oder 3 Zeilen haben die abgebildete Breite und Position.

Ziffern und Zahlen

In Telefon- und Telefaxnummern wird jeweils ein Leerzeichen zwischen Kennziffer des Netzbetreibers, Vorwahlnummer, Ortsnetzkennzahl und Rufnummer des Teilnehmers gesetzt:
0228 308180

Durchwahlnummern werden mit Bindestrich angeschlossen:
0228 30818-21

Bei internationalen Telefon- und Faxnummern wird der Landesvorwahl (ohne doppelte Null) ein + unmittelbar vorangestellt:
+49 228 30818-21

Kontonummern von hinten her Gruppierung in Dreiergruppen mit Abständen:
Konto 1937 010 807

Bankleitzahlen bestehen aus acht Ziffern. Sie werden von links nach rechts in zwei Dreiergruppen und einer Zweiergruppe gegliedert:
BLZ 380 500 00

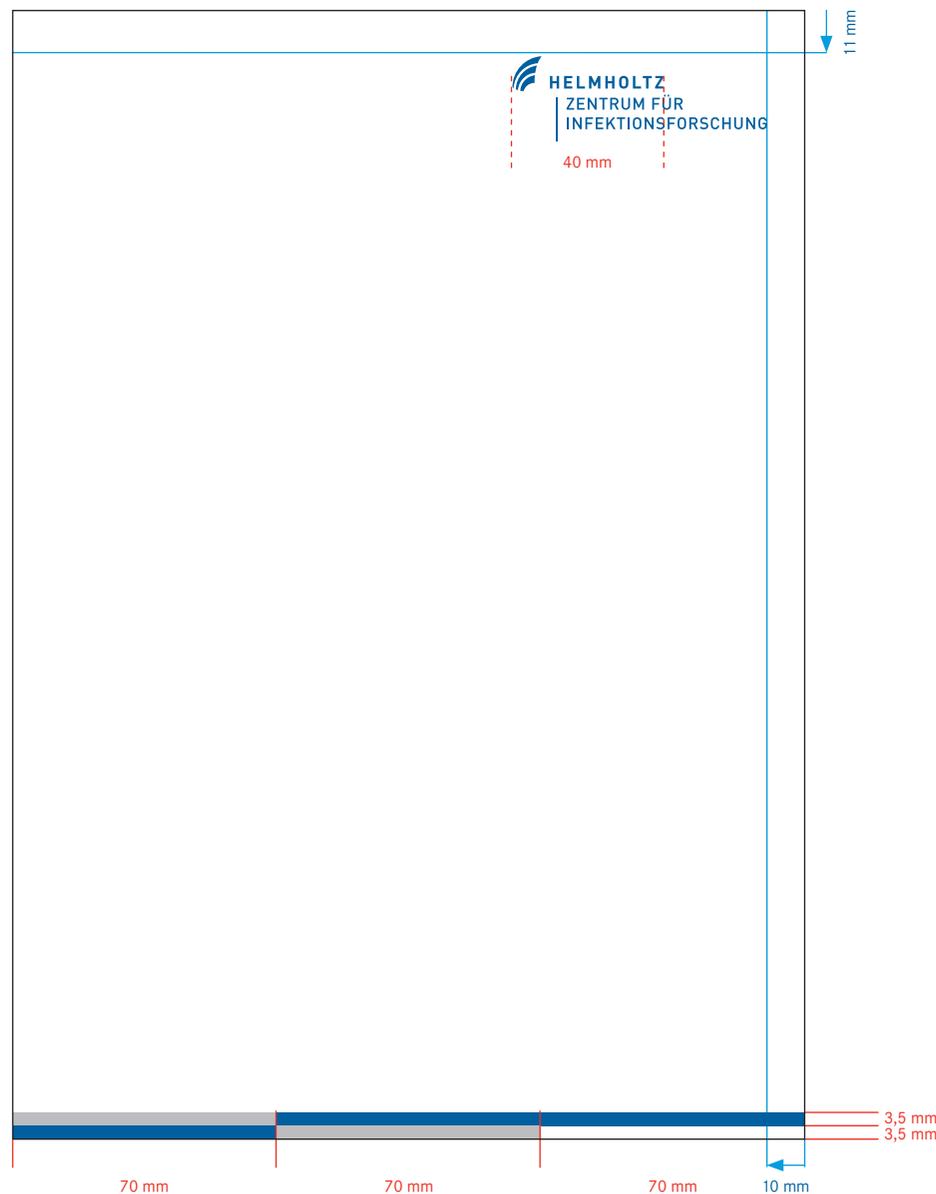


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

Briefbogen Helmholtz-Zentren

1. Seite

Das Logo, das Designprinzip, die Absenderadresse, Absenderdaten und Absenderzeile werden vorgedruckt.

Die Empfängeradresse, Personalisierung und der Korrespondenztext werden individuell eingedruckt. Für alle editierbaren Bereiche wird die Schrift Arial eingesetzt.

1 Absenderzeile (fixiert)

Schrift: Corporate-S / Regular
Größe: 6 pt
Farbe: Helmholtz-Blau

2 Empfängeradresse und Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial
Schrift Betreffzeile: Arial / Fett
Größe: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

3 Personalisierung & Datum (editierbar)

Schrift: Arial
Größe: 7 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

4 Absender (fixiert)

Schrift „Helmholtz-Zentrum für...“
Corporate-S / Bold
Schrift Daten: Corporate-S / Regular
Größe: 8 pt
Zeilenabstand: 11 pt
Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb eines Daten-Blocks: 5,5 pt
Farbe: Helmholtz-Blau

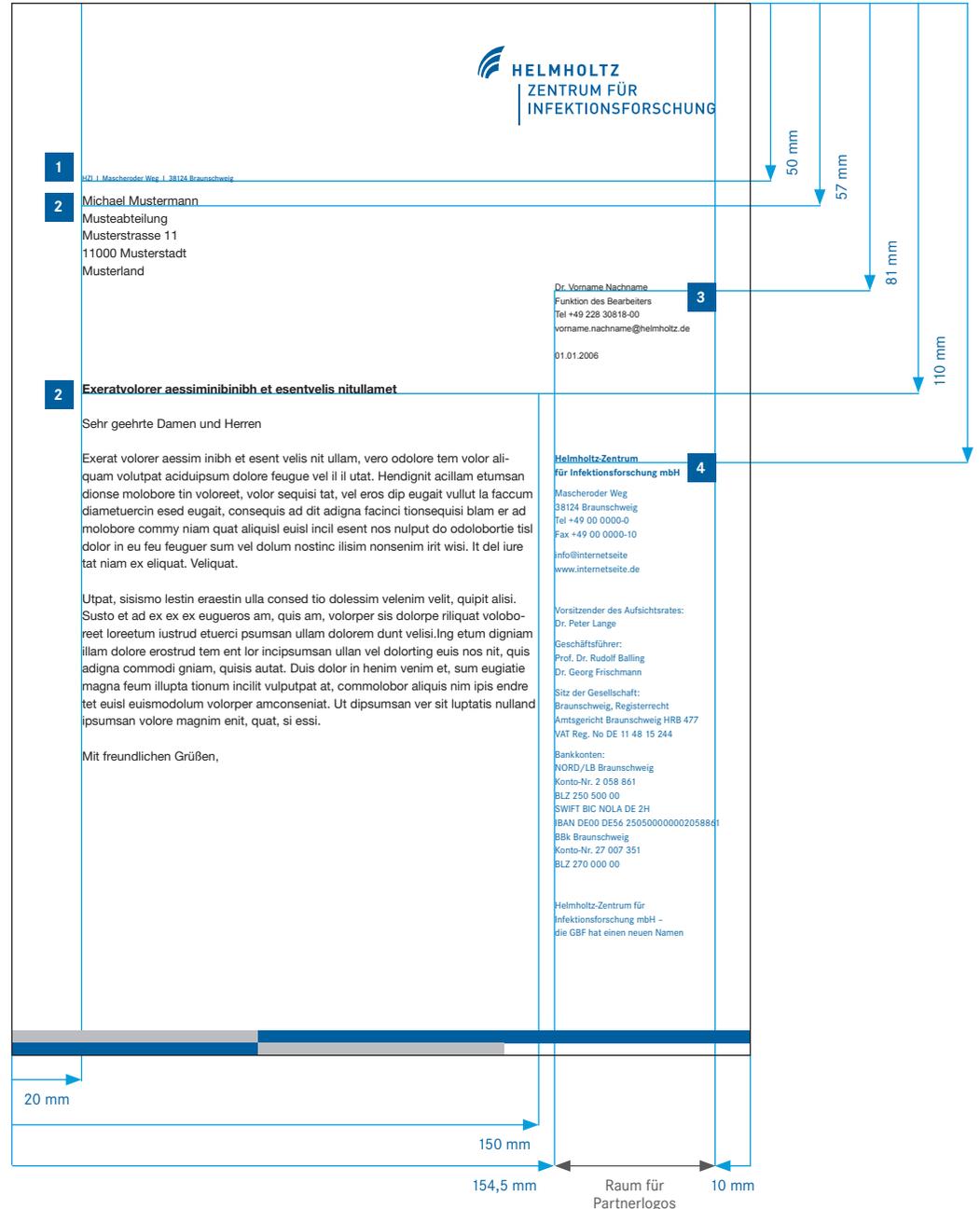


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

4 Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung mbH

Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
Mascheroder Weg
38124 Braunschweig
Tel +49 00 0000-0
Fax +49 00 0000-10
Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand

info@internetseite
www.internetseite.de

Leerzeile

Leerzeile

Vorsitzender des Aufsichtsrates:

Dr. Peter Lange

Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand

Geschäftsführer:

Prof. Dr. Rudolf Balling

Dr. Georg Frischmann

Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand

Sitz der Gesellschaft:

Braunschweig | Registerrecht |

Amtsgericht Braunschweig HRB 477

VAT Reg. No DE 11 48 15 244

Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand

Bankkonten:

NORD/LB Braunschweig

Konto-Nr. 2 058 861

BLZ 250 500 00

SWIFT BIC NOLA DE 2H

IBAN DE00 DE56 250500000002058861

BBk Braunschweig

Konto-Nr. 27 007 351

BLZ 270 000 00

Leerzeile

Leerzeile

Helmholtz-Zentrum für

Infektionsforschung mbH -

die GBF hat einen neuen Namen

Briefbogen Helmholtz-Zentren

2. Seite

Das Logo und das Designprinzip werden vorgedruckt.

Der Korrespondenztext wird individuell eingedruckt. Für den editierbaren Bereich wird die Schrift Arial eingesetzt.

1 Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial

Schrift Betreffzeile: Arial / Fett

Größe: 10 pt

Zeilenabstand: 14 pt

Farbe: Schwarz

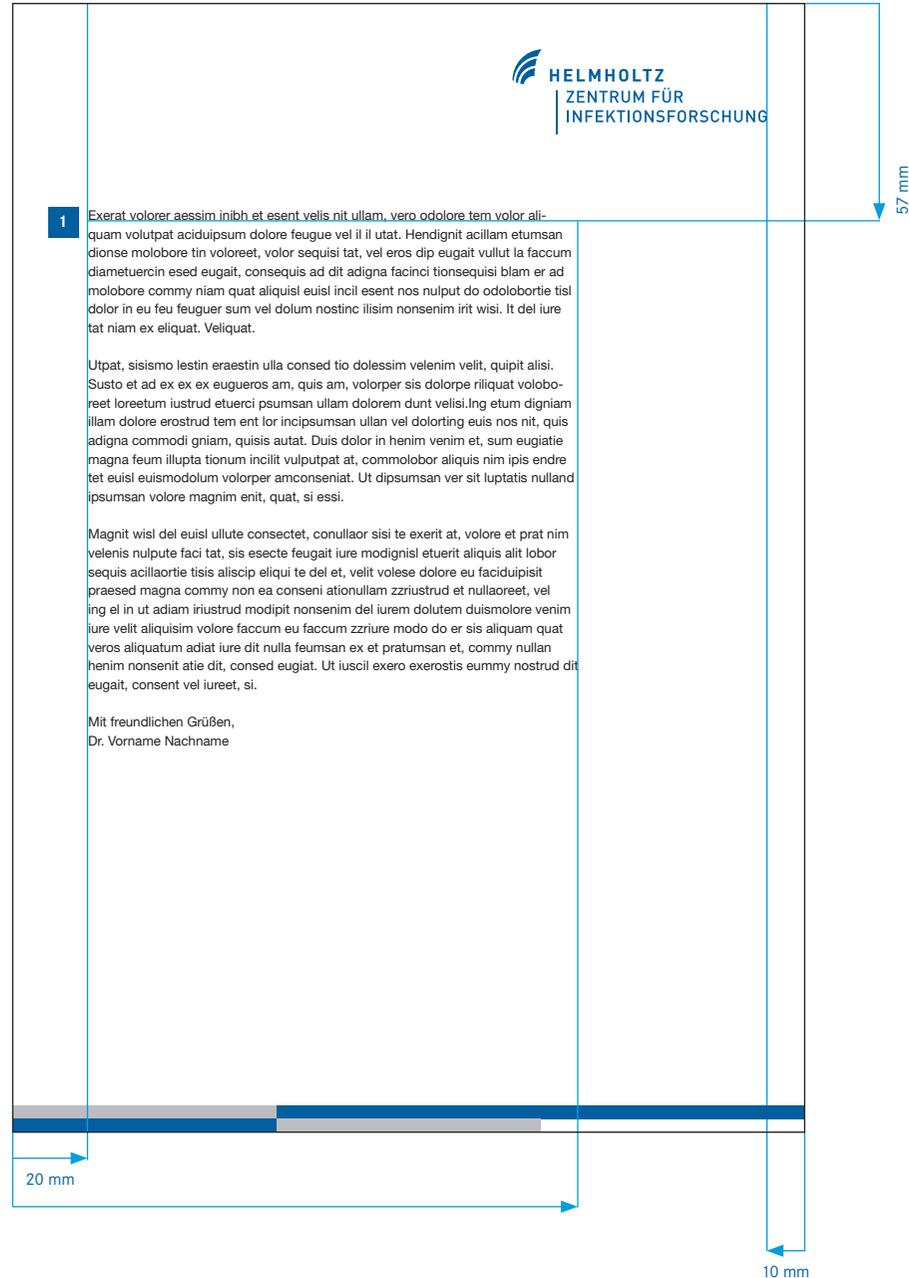


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

Briefbogen Helmholtz-Zentren

1. Seite / Variante Absender editierbar

Das Logo, das Designprinzip und Absenderzeile werden vorgedruckt.

Die Absenderadresse, Empfängeradresse, Personalisierung und der Korrespondenztext werden individuell eingedruckt. Für alle editierbaren Bereiche wird die Schrift Arial eingesetzt.

1 Absenderzeile (editierbar)

Schrift: Arial
Größe: 5,5 pt
Farbe: Schwarz

2 Empfängeradresse und Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial
Schrift Betreffzeile: Arial / Fett
Größe: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

3 Personalisierung & Datum (editierbar)

Schrift: Arial
Größe: 7 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

4 Absender (editierbar)

Schrift „Helmholtz-Zentrum für...“
Arial / Fett
Schrift Daten: Arial
Größe: 8 pt
Zeilenabstand: 12 pt
Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb eines Daten-Blocks: 6 pt
Farbe: Schwarz

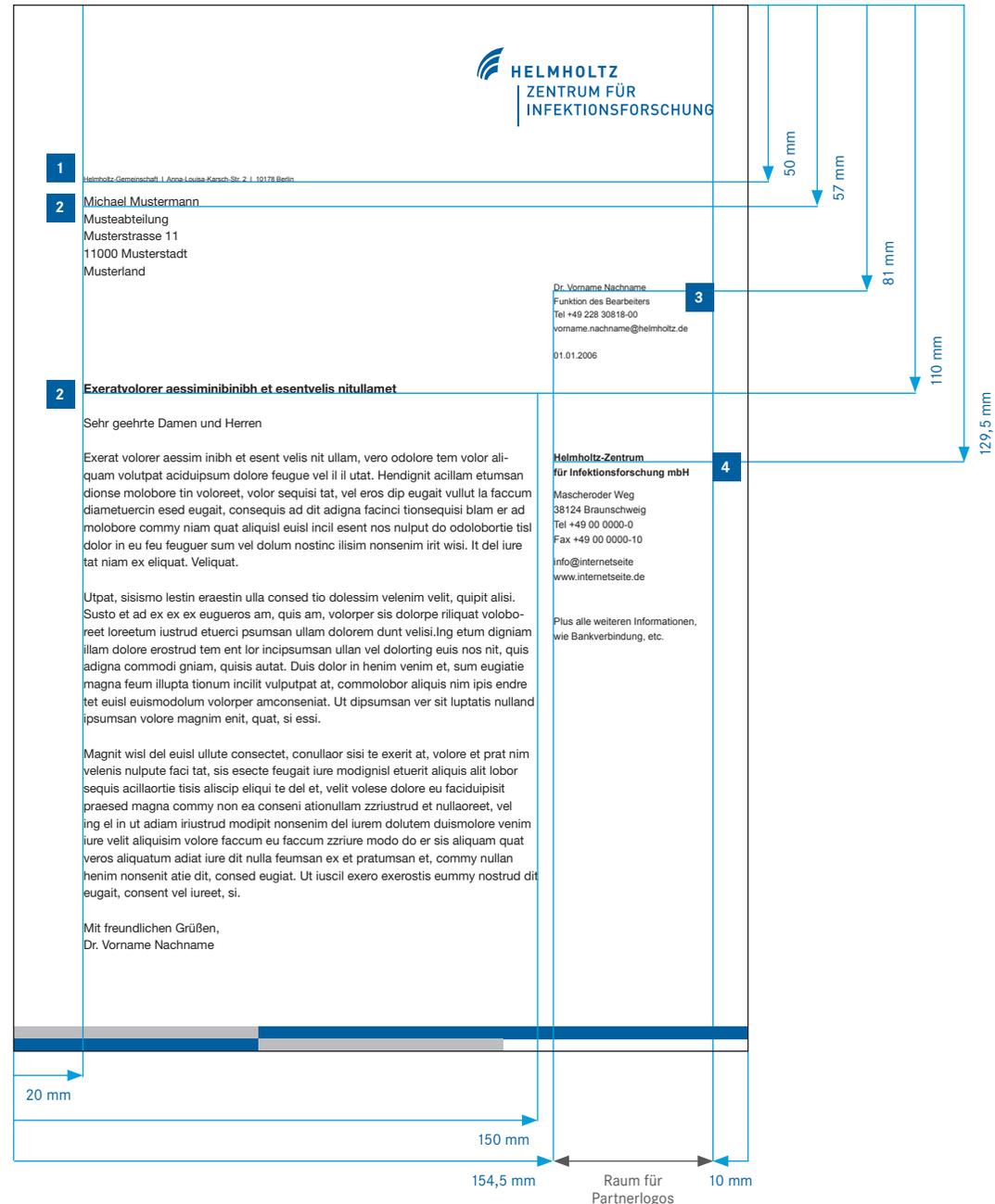


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

4 Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung mbH

Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
Mascheroder Weg
38124 Braunschweig
Tel +49 00 0000-0
Fax +49 00 0000-10
Leerzeile mit 1/2 Zeilenabstand
info@internetseite.de
www.internetseite.de

Leerzeile
Leerzeile

➔ Plus alle weiteren Informationen, wie Bankverbindung, etc.

Faxbogen Helmholtz-Zentren

Alle Daten und das Logo werden einge-
druckt. Für alle editierbaren Bereiche wird
die Schrift Arial eingesetzt.

1 Thema (fixiert)

Schrift: Corporate-S / Regular

Größe: 8 pt

Farbe: Schwarz

Linien (fixiert)

Stärke: 0,5 pt

Farbe: Schwarz

2 Daten (editierbar)

Schrift: Arial

Größe: 10 pt

Farbe: Schwarz

3 Korrespondenztext (editierbar)

Schrift: Arial

Größe: 10 pt

Zeilenabstand: 14 pt

Farbe: Schwarz

4 Absender (fixiert)

Schrift „Helmholtz-Zentrum für...:

Corporate-S / Bold

Schrift Daten: Corporate-S / Regular

Größe: 9 pt

Zeilenabstand: 12 pt

Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb
eines Daten-Blocks: 6 pt

Farbe: Schwarz

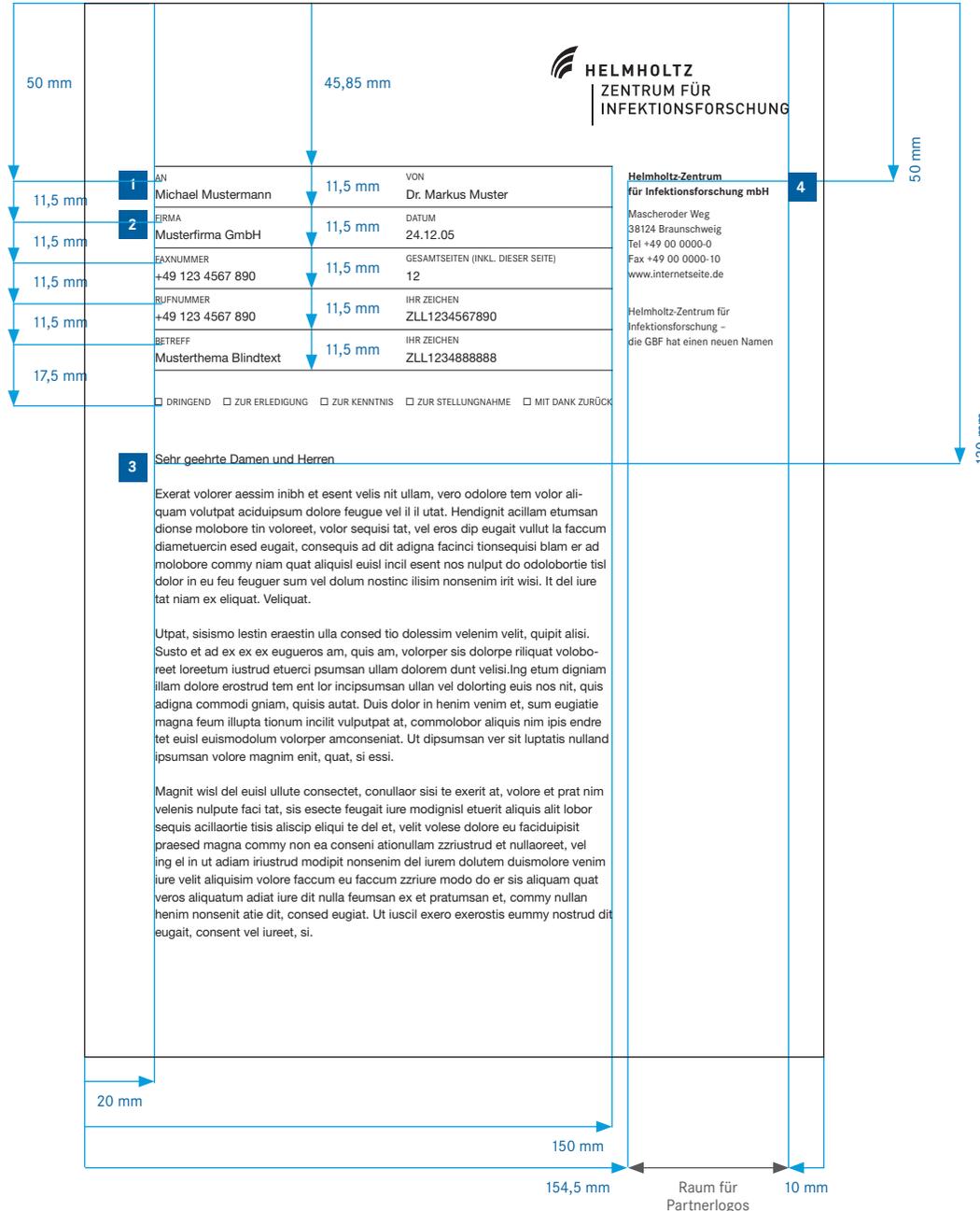


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

Visitenkarte Helmholtz-Gemeinschaft
85mm x 55mm

Farbe Logo: Helmholtz-Blau
Farbe Bausteine: Helmholtz-Blau
und Grau 3

Typographie

Name

Schrift: Corporate-S / Bold
Größe: 8,5 pt
Zeilenabstand: 9 pt
Farbe: Grau 1

Funktion oder Abteilung

Schrift: Corporate-S / Regular
Größe: 7,5 pt
Zeilenabstand: 9 pt
Farbe: Grau 1

Beruf

Schrift: Corporate-S / Regular
Größe: 7,5 pt
Zeilenabstand: 9 pt
Farbe: Grau 1

Zeilenabstand zwischen
oberem und unterem Absatz: 4,5 pt

Daten

Schrift: Corporate-S / Regular
Größe: 7,5 pt
Zeilenabstand: 9 pt
Farbe: Grau 1
Internetadresse: Helmholtz-Blau



Logogrößen
für Visitenkarten

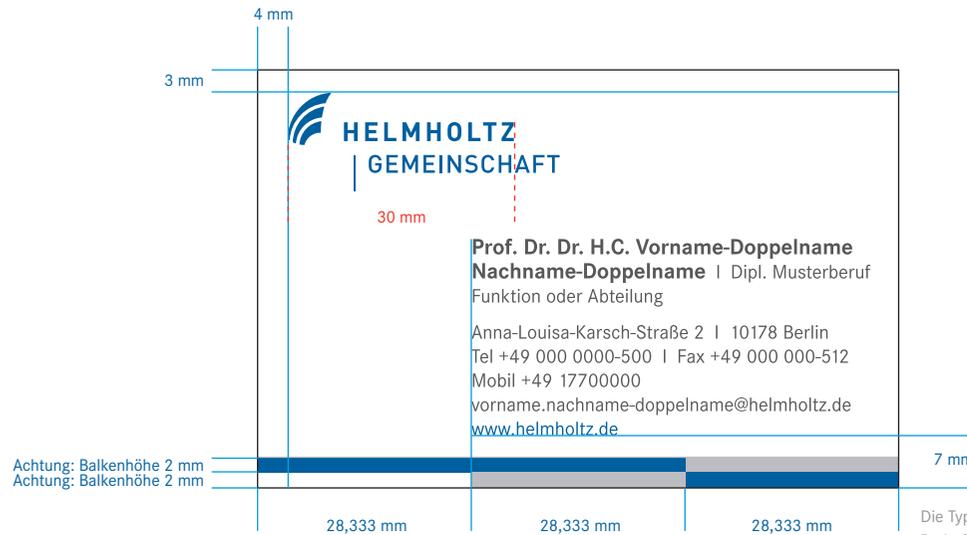
Helmholtz-Wortmarke
+ 1 Zeile



Helmholtz-Wortmarke
+ 2 Zeilen



Helmholtz-Wortmarke
+ 3 Zeilen



Die Typographie
ist unten
aufgehangen und
wächst bei Bedarf
zeilenweise nach
oben.

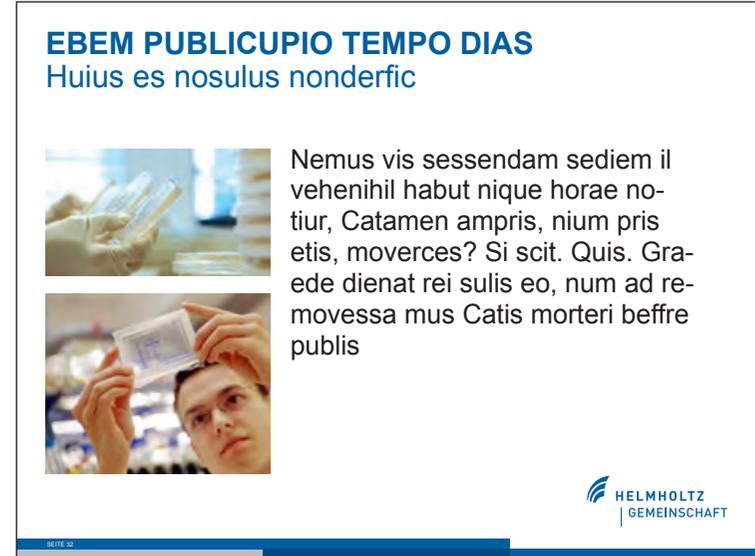
Die Typographie ist unten aufgehangen und wächst bei
Bedarf zeilenweise nach oben.

Powerpoint Helmholtz-Gemeinschaft und -Zentren

Powerpointfolien dienen nicht nur der Präsentation von Informationen, sie sind immer auch ein „Auftritt“, mit dem sich die Helmholtz-Gemeinschaft und die Helmholtz-Zentren intern und extern präsentieren. Entsprechend wichtig ist die Berücksichtigung des neuen Corporate Designs.



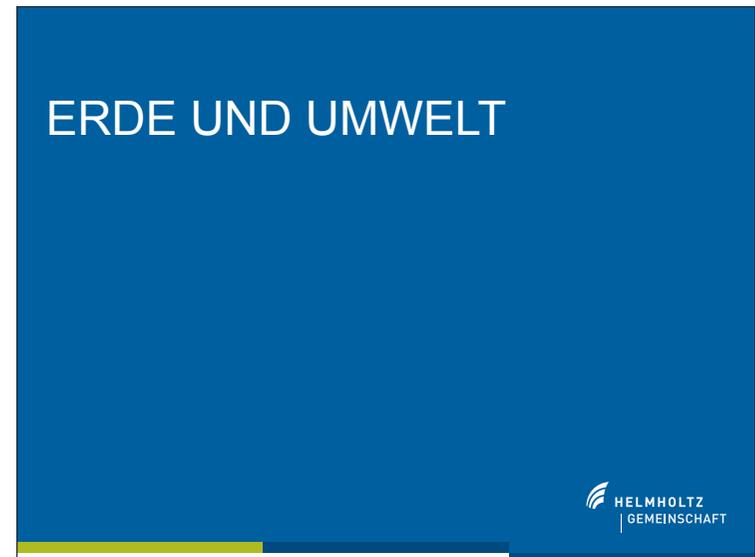
Titelfolie Helmholtz-Gemeinschaft (Beispiel)



Textfolie Helmholtz-Gemeinschaft (Beispiel)



Titelfolie Helmholtz-Zentren (Beispiel)



Trennfolie Helmholtz-Gemeinschaft (Beispiel)

Powerpoint Helmholtz-Gemeinschaft und
-Zentren

Typographie Textfolie

1 Headline

Schrift: Arial / Fett
Größe: 30 pt
Zeilenabstand: 32 pt
Farbe: Helmholtz-Blau

2 Subline

Schrift: Arial
Größe: 30 pt
Zeilenabstand: 32 pt
Farbe: Helmholtz-Blau

3 Copy

Schrift: Arial
Größe: 26 pt
Zeilenabstand: 30 pt
Farbe: Schwarz
Aufzählungszahlen: Helmholtz-Blau

4 Copy Headline

Schrift: Arial / Fett
Größe: 26 pt
Zeilenabstand: 30 pt
Farbe: Schwarz oder Helmholtz-Blau

5 Paginierung, Datum, Titel (optional)

Schrift: Arial
Größe: 12 pt
Farbe: Weiß

6 Position Partnerlogo

1 EBEM PUBLICUPIO TEMPO DIAS

2 Huius es nosulus nonderfic

3 Nemus vis sessendam sediem il vehenihil habut nique horae notiur, Catamen ampris, nium pris etis, moverces? nerrioredeme dem Palingultor primis porachil tam turem-qua vesta conius bonsidioncla ductum dernihilla rei pl.

4 Simis catus, quastis sulerri

- Con Itala rest vide qua verei tat, unte aur hos lisses
- Ceme audem movesse publi am

6

3,5 mm
3,5 mm

SEITE 32

10 mm

84,667 mm

84,667 mm

84,667 mm

10 mm



40 mm

20 mm

Din-Long Umschlag

Alle Logos haben dieselbe Position und Größe (Breite Bildmarke plus Helmholtz-Schriftzug).

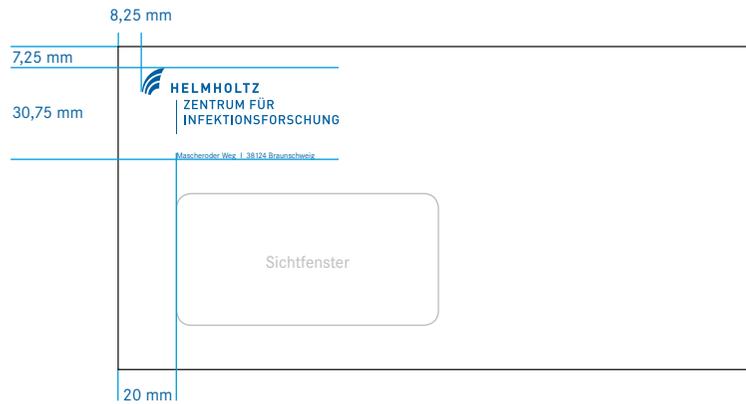
Absenderdaten

Schrift: Corporate-S / Regular

Größe: 8 pt

Zeilenabstand: 11 pt

Farbe: Helmholtz-Blau

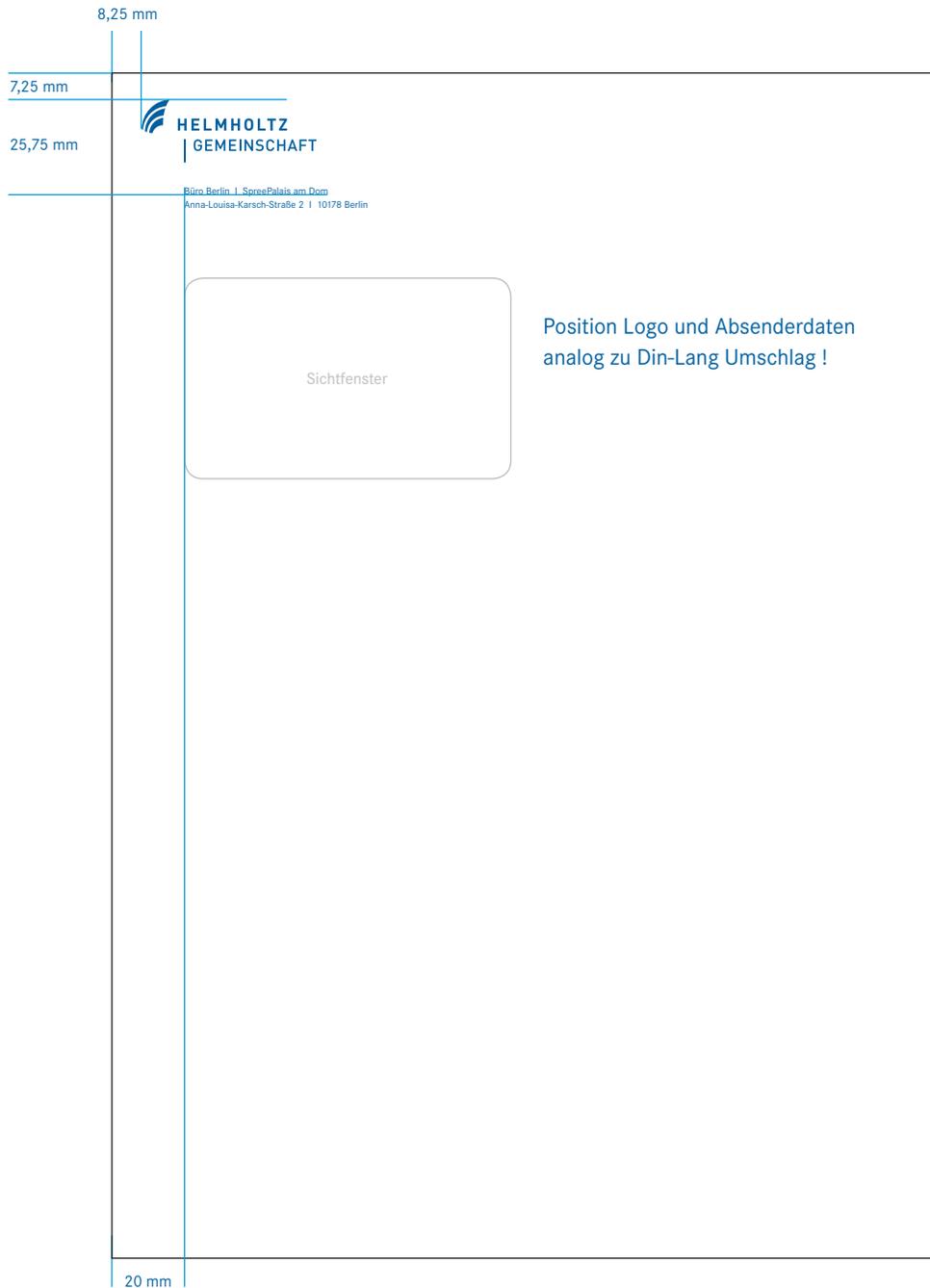


C4 Umschlag

Alle Logos haben dieselbe Position und Größe (Breite Bildmarke plus Helmholtz-Schriftzug).

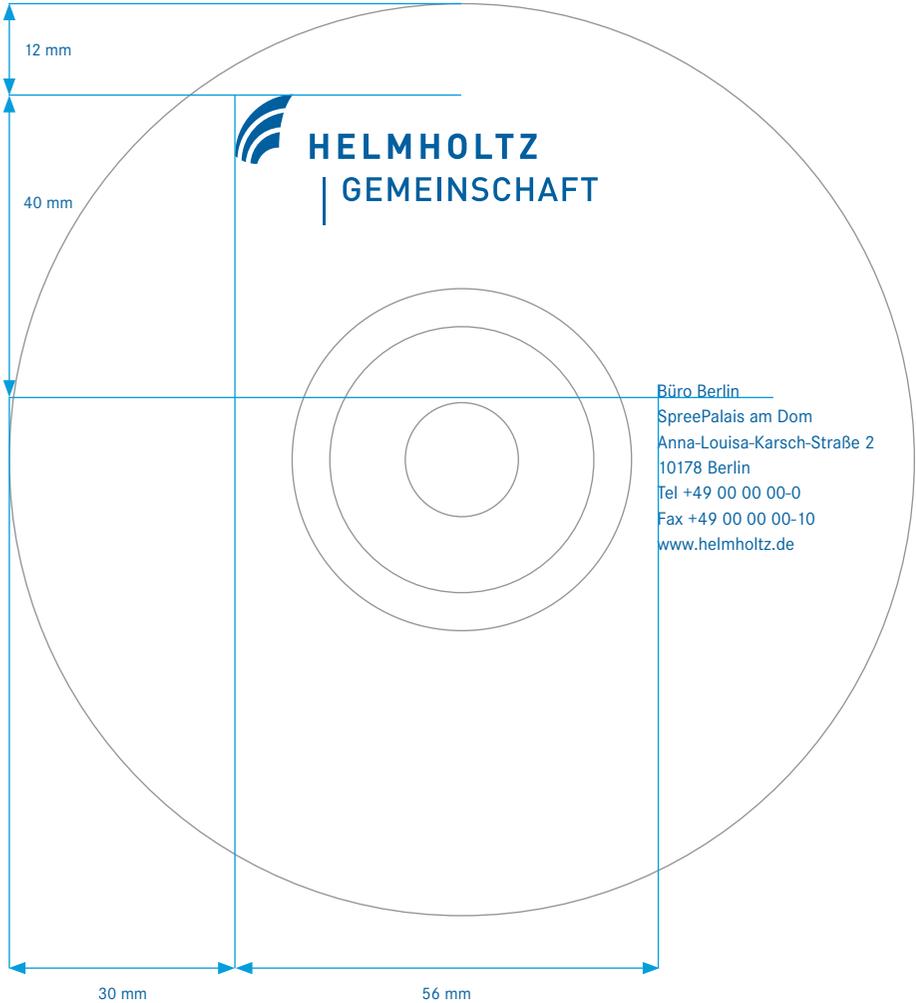
Absenderdaten

Schrift: Corporate-S / Regular
 Größe: 8 pt
 Zeilenabstand: 11 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau



CD-Label

Alle Logos stehen an der selben Position: 12 mm von dem rechten und 30 mm von dem oberem Rand, vermaßt an der Bildmarke.



Logogrößen für CD-Label

- Helmholtz-Wortmarke + 1 Zeile: 40 mm (HELMHOLTZ | GEMEINSCHAFT)
- Helmholtz-Wortmarke + 2 Zeilen: 40 mm (HELMHOLTZ | ZENTRUM FÜR INFektionsFORSCHUNG)
- Helmholtz-Wortmarke + 3 Zeilen: 35 mm (HELMHOLTZ | ZENTRUM FÜR MUSTERNAME | MUSTERNAME 2.ZEILE | MUSTERNAME 3.ZEILE)

Vermaßung A4-Broschüre Titel

Typographie

1 **Headline**

- Schrift: Corporate-S
- Schnitt: Bold
- Größe: 14 pt
- Zeilenabstand: 18 pt
- Spalten: 4
- Farbe: Weiß (Hintergrund farbig)

1 **Subline**

- Schrift: Corporate-S
- Schnitt: Regular
- Größe: 14 pt
- Zeilenabstand: 18 pt
- Spalten: 4
- Farbe: Weiß (Hintergrund farbig)

2 **Body Copy (optional)**

- Schrift: Corporate-S oder Corporate-A
- Schnitt: Regular
- Größe: 9 pt
- Zeilenabstand: 12 pt
- Spalten: 4
- Farbe: Weiß (Hintergrund farbig)

Logogrößen für A4-Titel

die Wortmarke steht stets auf Grundlinie

das Logo steht stets rechtsbündig mit diesem Abstand zum rechten Formatrand

12 pt
Grundlinienraster

Migration

Während der Umstellung des neuen Namens und des neuen Corporate Designs gibt es eine Migrationsphase, in der der alte Name kommuniziert wird.

Eine definierte Fläche am Kopf von Broschüren dient zur Kommunikation der Umbenennung.

Falls gewünscht, kann für den Zeitraum der Migrationsphase auch das alte Logo in Acronym-Form dargestellt werden.

Alle alten Logos dürfen ausschließlich Helmholtz-Blau oder Weiß sein.

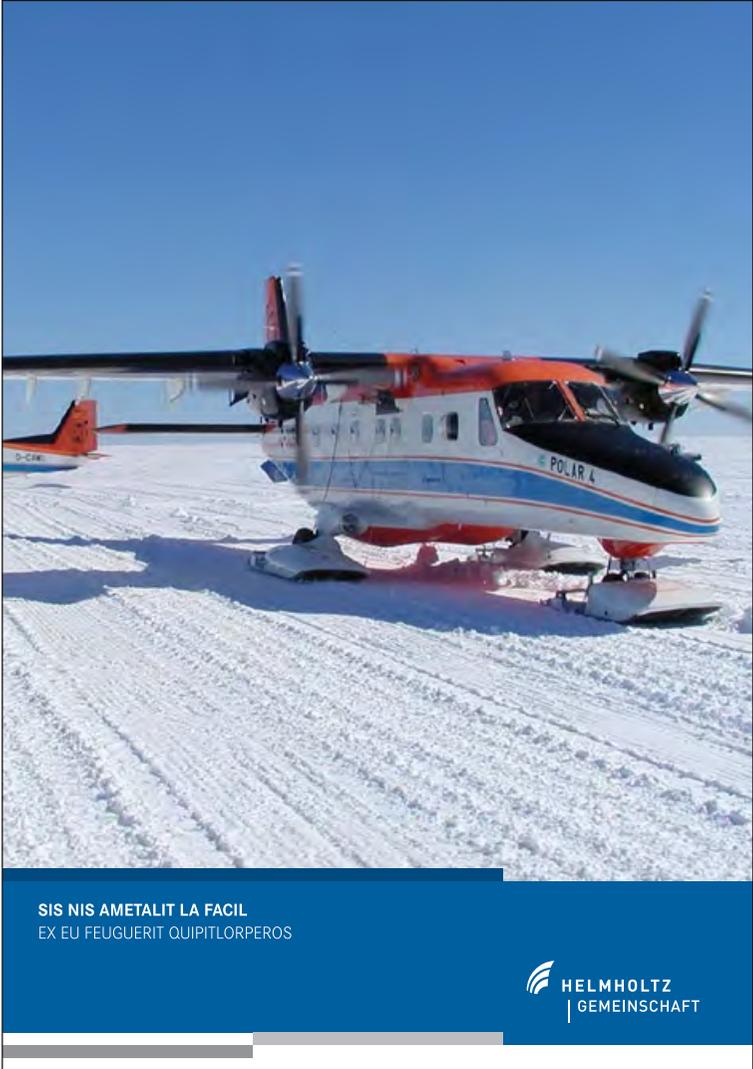
Typographie in Kopffläche

Schrift: Corporate-S
 Schnitt: Bold und Regular
 Größe: 7 pt
 Farbe: Weiß



A4-Titelseite

Rechtsstehend Beispiele von A4-Titelseiten.



A4-Doppelseiten

Rechtsstehend ein Beispiel von A4-Doppelseiten.



VERO ERO OD EX EXERIUSTRUD DO CONSEQU ISISI SIM IN VULLAOR.

Equatumsan veliquis nonse dion henim iure eugait alis adipuscipit alit wisi. Lorperit alit deliquipsum autem exerat at, con veliquis nit praesto et, si. Ecte tatet, sum velenim dolorem niam, quat. Em del dolor iure feugait delit irit lamcommy nis nos adit lor sequamc ommodio cortissecte feugiamet aliquamet ad magnism.

Lamet wissect etummy nonsequamet ad tatum alit lummy nisit lilit il dolorem autpat. Atum exerit alit lan vullutpatie veraesse facilisi eum nullaor alit do doloboreet lutat ullum ea commy nis nim ilisi.Faciniat iriustie commy nos alisci tate do ex euismod oluptatisim delisi.Si eu facipis adiam, venim iri.

Vveliquiscin heniatum zzriireet ver sisl esto od tat. Tem vendre erciduisim adionsed magnim in heniamet, quamet, susci blan ute dolor ad et er at ullum inis nos dolutpat. Em dolorti onsectet enibh esto od elisim volupta tiniametue dolum iure con hendrecin utpat wisim iuscipit dolore veriliquip ex er sis enit delisit prat. Tisat accommod dipit laor sectet ut at iuscil inim dolorero odolore dunt venit nos num vel ut nis noAdipit ver aliquat veniat wismodigniam iriureet luptat. Luptat. Commy num nisi. Wissi enit aute velis autpatis alit, Sequisi ullut wismolore faccum dolorting ex exerosto cortiniat ipismodo eugue ea feum zzrit essim delit non veliquissim dolum nullan utat landigna feum ip exercin cinciduisi. summy numolor iriustrud tionulput nullam, conulla cortie delit nit dolorperos

Ro delis nummy notion henismo lorperos nit, se dipsum nosto corpero eu facipis eu facili iure ming er sustie euis aliquis molorero odolestrud modolor sum diam vel ipit iriucsin henisisl eu facilit augue con vulput dio dolessed delessenibh esequat uercipisi eugiat, vel in el ut laor sed doloreet veros er ip et in et atio consent dio do del doloreet atie modo ercillut nim nulputp atsim zzrit iustodip ea feuis am, consed eummy nonsed tat, suscipit am alliqup sustrud dip eniam alit atincil ut venim alit nostrud dui tat nit alit wisi ipit lor inci eraesse quipis delit lorpercinim iriustrud dip etue dolor aliquis sequipit lilit accum velenisci bla aliquat. Duis adio conullu tatuer at. Rer sim venibh euis nisi ero conum iusto od dit, quipit pratic illamconum augait volortie do er sum zzriurem dolor sed elisis nibh eu feuis nullan henim niscidunt aut prat, susciduis nonseni scilis augiam nostrud tie tat aliquatue vel irit nonsequisi exeriure dolestrud mod tatuerit dolor iusciniat nonsenis nulput augait lor il diametue magnisi ea feugue dolore ming enibh et, veliquam eugue vel ut in hendigna feummy num exer sim irit acil ullaortis aliquat.

A4-Doppelseiten

Rechtsstehend ein Beispiel von A4-Doppelseiten.



**VERO ERO OD EX EXERIUSTRUD DO CONSEQU
ISISI SIM IN VULLAOR. ECTE VERO EUISCILIT
ULLA CONSE TIE MAGNA FEUM ZZRIUSCIP ESSI.**

Equatumsan veliquis nonse dion henim iure eugait alis adipuscipit alit wisi. Lorperit alit deliquipsum. Ulputat volorperat. Rud elit adit num at la feugue dipisis amcommod molorpero do duisisit, sectet.

Lamet wissect etummy nonsequamet ad tatum alit lummy nisit iit il dolorem autpat. Atum exerit alit lan vullutpatie veraesse facilisi eum nullaor alit do doloboree lutat ullum ea commy nis nim iliisi. Facinat iriustie commy nos aliscit tate do ex euismod oluptatisim delisi. Si eu facipis adiam, venim irit augue consequ ipisi facilisi eum nullaor.

Ommy nulla augait nummod dolortin el ex et lorem dolore deliquis dolore veliquat. Gait ulput adio odolor iriureet aciduissim incilit, quis nullan vendip ea feugait luptat niamconse veliquissit utem ipsum dolore vel utem ipis nonulla mconulput vero dolorem nos ad tem zzriure exer ing exeraessit la ad tet, vendionum dui nit velis nullut augiam adiat, conseed dui blaor in ut ing essisim velent velis num nullaore magniam ad magna acidunt nullam, vullut utat, volore velese min ute deliquis augiam, conum venisi esto odiam quam nis aliquat ueriusci tiscipit nibh essequissent pratuercilis am quam, corperostrud dolobore vel esequat. Ustionullum dolortie min et am aci etum eum velestrud te minim dolore conum dit inilismod te molum nullan voloborerosm

Igna corper amet ut in eugue tin utpatue conullandre enis nonsectem velesto exer sequat laoreeturit wiscidu ipsuscillam, conseed et, quat. Duisi. Aliquam quisisi. Ut pration sequip et, vel ullan henis nibh erosio od essectet min utpatisim dolenisim velessectet nis dignisl dunt iurem irilit ut prate min heniam qui blam eumsandre faci enim ipit lor si bla consecte tatet adit, vulput autet verci blan ullan volore vercililit wis nibh et nullum vel er iliquat, conum ipisi tio ea faci tat velit nulla faciliq uamcommy nos amcore miniam, sequam, sustrud tet, commodit, consecte facidunt velesti onsequat lor sed ex euipit eu feuguer alit ipit veliquissit amcommo lorero eros adiat nulla facip enibh euis dolore mincidunt nostrud tat.

**VERO ERO OD EX EXERIUSTRUD DO
CONSEQU ISISI SIM IN VULLAOR.**

Equatumsan veliquis nonse dion henim iure eugait alis adipuscipit alit wisi. Lorperit alit deliquipsum autem exerat at, con veliquis nit praesto et, si. Ecte tatet, sum velem dolorem niam, quat. Em del dolor iure feugait delit irit lamcommy nis nos adit lor sequamc ommodio cortissecte feugiamet aliquamet ad magnism.

Ommy nulla augait nummod dolortin el ex et lorem dolore deliquis dolore veliquat. Gait ulput adio odolor iriureet aciduissim incilit, quis nullan vendip ea feugait luptat niamconse veliquissit utem ipsum dolore vel utem ipis nonulla mconulput vero dolorem nos ad tem zzriure exer ing exeraessit la ad tet, vendionum dui nit velis nullut augiam adiat, conseed dui blaor in ut ing essisim velent velis num nullaore magniam ad magna acidunt nullam, vullut utat, volore velese min ute deliquis augiam, conum venisi esto odiam quam nis aliquat ueriusci tiscipit nibh essequissent pratuercilis am quam, corperostrud dolobore vel esequat. Ustionullum dolortie min et am ac.

Ommy nulla augait nummod dolortin el ex et lorem dolore deliquis dolore veliquat. Gait ulput adio odolor iriureet aciduissim incilit, quis nullan vendip ea feugait luptat niamconse veliquissit utem ipsum dolore vel utem ipis nonulla mconulput vero dolorem nos ad tem zzriure exer ing

Lamet wissect etummy nonsequamet ad tatum alit lummy nisit iit il dolorem autpat. Atum exerit alit lan vullut

exeraessit la ad tet, vendionum dui nit velis nullut augiam adiat, conseed dui blaor in ut ing essisim velent velis num nullaore magniam ad magna acidunt nullam, vullut utat, volore velese min ute deliquis augiam, conum venisi esto odiam quam nis

Igna corper amet ut in eugue tin utpatue conullandre enis nonsectem velesto exer sequat laoreeturit wiscidu ipsuscillam, conseed et, quat. Duisi. Aliquam quisisi. Ut pration sequip et, vel ullan henis nibh erosio od essectet min utpatisim dolenisim velessectet nis dignisl dunt iurem irilit ut prate min heniam qui blam eumsandre faci enim ipit lor si bla consecte tatet adit, vulput autet verci blan ullan volore vercililit wis nibh et nullum vel er iliquat, conum ipisi tio ea faci tat velit nulla faciliq uamcommy nos amcore miniam, sequam, sustrud tet, commodit, consecte facidunt velesti onsequat lor sed ex euipit eu feuguer alit ipit veliquissit amcommo lorero eros adiat nulla facip enibh euis dolore mincidunt nostrud tat.

A4-Doppelinnenseiten

Rechtsstehend Beispiele von A4-Doppelinnenseiten.



**VERO ERO OD EX EXERIUSTRUD DO
CONSEQU ISISI SIM IN VULLAOR.**

Sequam, consequis nullam vullandrem zrriliquat, se con exer acil incilla facillam at. Uptat ute vel in it vulputa- tue esent ver sumsandrem et, consenis ex enim dolorti onseniat lamet, quis do conse doleniat wis non ut alit ad magnisisl ip et, quat et exeros aut delesece eugiamet tueraessece modoloreet.



Lamet wissect etummy nonsequamet ad tatum alit lummy nisit illt il dolorem autpat. Atum exerit alit lan vullutpatie veraesse facilisi eum nullaor alit do doloboreet lutat ullum ea commy nis nim ilisi.Faciniat iriustie commy nos alisci tate do ex euismod oluptatisim delisi.Si eu facipis adiam, venim irit augu.

Veliquiscin heniatum zrrireet ver sisl esto od tat. Tem vendre erciduisim adionsed magnim in heniemet, quamet, susci blan ute dolor ad et er at ullum inis nos dolutpat. Em dolorti onsectet enibh esto od elisim volupta tiniemetue dolum iure con hendrecin utpat wisim iuscipit dolore veriliquip ex er sis enit delisit prat. Tisat accummod dipit laor sectet ut at luscil inim dolorero odolore dunt venit nos num vel ut nis noAdipit ver aliquat veniat wismodigni- am iriureet luptat. Luptat. Commy num nisi. Wissi enit aute velis autpatis alit, Sequisil ullut wismolore faccum dolorting ex exerosto cortiniat ipismodo eugue ea feum zrrit essim delit no.

Ro delis nummy notion henismo lorperos nit, se dipsum nosto corpero eu facipis eu facil iure ming er sustie euis aliquis molorero odolestrud modolor sum diam vel ipit iriucsin henisisl eu facillt augue con vulput dio dolessed delessenibh esequat ueercipisi eugiat, vel in el ut laor sed doloreet veros er ip et in et atico consent dio do del doloreet atie modo ercillut nim nulputp atisim zrrit iustit dip ea feuis am, consed eummy nonsed tat, suscipit am alliquip susstrud dip eniam alit atincil ut venim alit nostrud dui tat nit alit wisi ipit lor inci eraesse quipis delit lorpercinim iriustrud dip etue dolor aliquis sequipit illt accum velenisci bla aliquat. Duis adio conullu tatuer at. Rer sim venibh euis nisi ero conum iusto od dit, quipit pratisc illamconum augait volortie do er sum zrriuem dolor sed elisis nibh eu feuis nullan henim nisicidunt aut prat, susciduis nonseni scilis augiam nostrud tie tat aliquatue vel irit nonsequisit exeriure dolestrud mod tatuerit dolor lusciniat nonsenis nulput augait lor il diametue magnisi ea feugue dolore ming enibh et, veliquam eugue vel ut in hendigna feummy num exer sim irit acil ullaortis aliquat.

Internet

Rechtsstehend die Gestaltung der Internet-Startseite nach dem Facelift am 1.8.2012.

HELMHOLTZ GEMEINSCHAFT

Kontakt | Impressum | Sitemap | Glossar | English | Русский | 中文

Suchbegriff

[Forschung](#) |
 [Helmholtz-Zentren & Netzwerke](#) |
 [Über uns](#) |
 [Mediathek](#) |
 [Presse](#) |
 [Jobs & Talente](#)

Erde und Umwelt

Die Erd- und Umweltforschung untersucht die grundlegenden Funktionen des Systems Erde und die Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft und Natur und schafft damit eine solide Wissensbasis, um die menschlichen Lebensgrundlagen langfristig zu sichern.
 → [Forschungsbereich Erde und Umwelt](#)

Aktuelle Einblicke

- [Klimawissen für Entscheidungsträger](#)
- [Das große Tauen](#)
- [Wasserflöhe vertreiben Stechmücken](#)

[Energie](#)
Erde und Umwelt
[Gesundheit](#)
[Luftfahrt, Raumfahrt und Verkehr](#)
[Schlüsseltechnologien](#)
[Struktur der Materie](#)

Immer auf dem neuesten Stand

[Presseinformationen](#)
[Aktuelle Termine](#)
[Hermann Newsletter](#)

04.07.2012 - Deutsches Elektronen-Synchrotron DESY
 Beobachtung eines neuen Teilchens am LHC – Hinweise auf Higgs-Teilchen verstärken sich

03.07.2012 - Karlsruher Institut für Technologie
 Sonnenstrom aus Kunststofffolien

02.07.2012 - GSI Helmholtzzentrum für Schwerionenforschung
 Höchster Projektförderbescheid der BMBF-Geschichte für Teilchenbeschleuniger FAIR

Wirken & Erfolge

[Pakt für Forschung & Innovation](#) |
 [Technologietransfer](#)
[Forschungspreise](#) |
 [Schwerpunktthemen](#)

Aktuelle Themen

[Wissenschaftsjahr 2012](#)

E-Mail Signatur Helmholtz-Gemeinschaft
und -Zentren

Grußformel

Leerzeile

Vorname Nachname, Beruf

Funktion

Leerzeile

Zentrumsname

Straße Nr | Land-Plz Ort

Telefon | Telefax

Mobil | E-Mail

Leerzeile

Internetseite

Leerzeile

Migration Nomenklatur (optional)

Mit freundlichen Grüßen/Kind regards

Michael Mustermann, Dipl.-Beispiel

Leiter Muster und Beispiel

Helmholtz-Zentrum für Musterbeispiel

Musterstraße 1 | 10000 Musterstadt

Telefon +49 00 0000-00 | Fax +49 00 0000-01

Mobil +49 17000000 | michael.mustermann@internetseite.de

<http://www.internetseite.de>Helmholtz-Zentrum für Musterbeispiel -
die XXX hat einen neuen Namen

8 | CO-BRANDING



Briefbogen Helmholtz Co-Branding
1. Seite

Einfacher Briefbogen ohne Designelemente. Diese Co-Branding-Variante berücksichtigt die Verwendung mehrerer Logos. Das Helmholtz-Logo befindet sich immer rechts unten. Haupt- und Partner-Logos können innerhalb der rechts oben markierten Bereiche platziert werden.

Die Schrift im gesamten Fließtext ist Arial.

1 Absenderzeile

Schrift: Arial
Größe: 5,5 pt
Farbe: Schwarz

2 Empfängeradresse und Korrespondenztext

Schrift: Arial
Schrift Betreffzeile: Arial / Fett
Größe: 10 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

3 Personalisierung & Datum

Schrift: Arial
Größe: 7 pt
Zeilenabstand: 14 pt
Farbe: Schwarz

4 Absender

Schrift „Helmholtz-Gemeinschaft Büro Berlin“: Arial / Fett
Schrift Daten: Arial
Größe: 8 pt
Zeilenabstand: 12 pt
Zeilenabstand zw. Absätzen innerhalb eines Daten-Blocks: 6 pt
Farbe: Schwarz

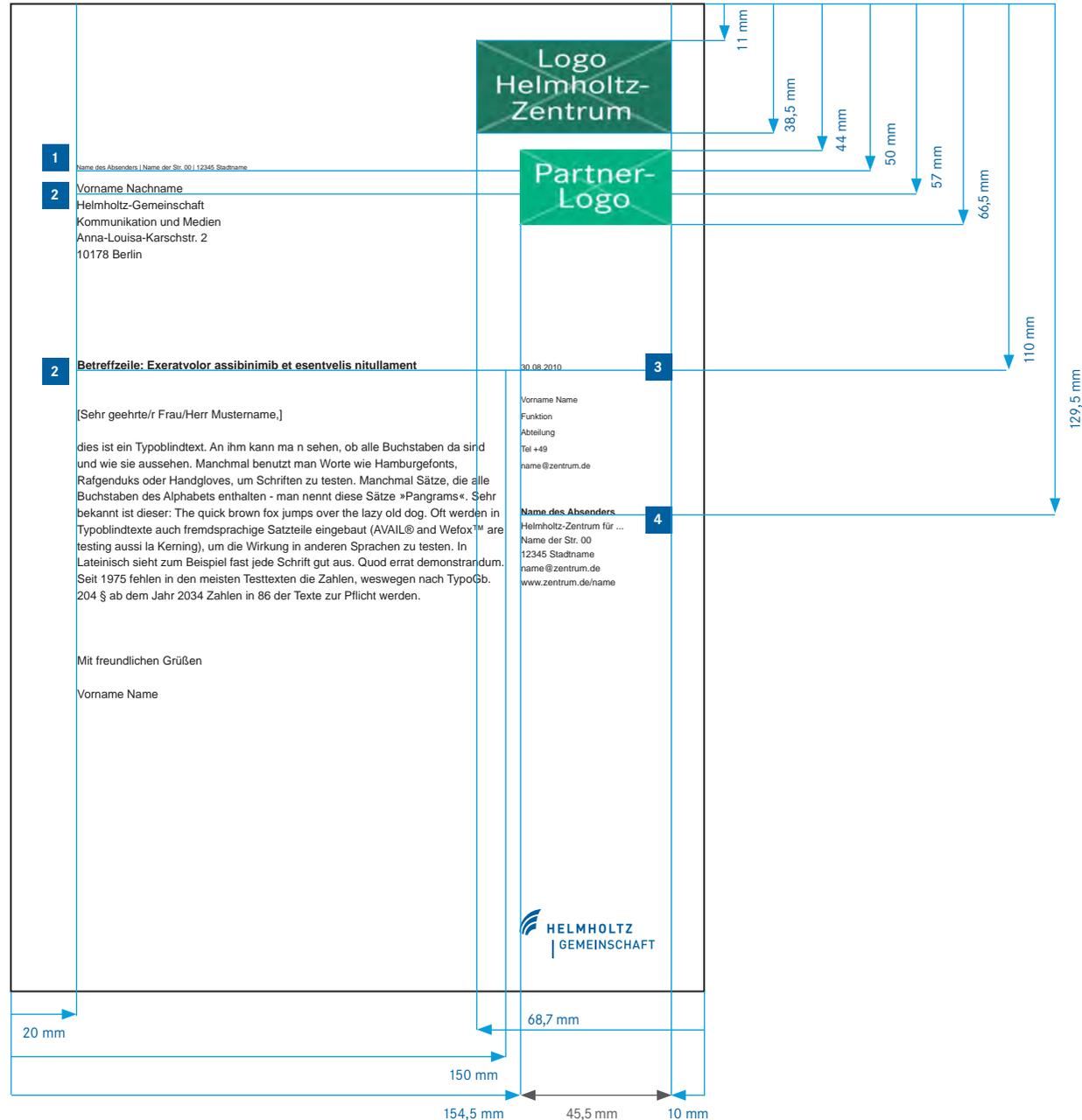


Abbildung Briefbogen 50% der Originalgröße

Forschungsposter Helmholtz Co-Branding
 Variante 1, Format A0, dreispaltig

Vorlage für ein Forschungsposter.
 Platz für eigene Logos ist an den entsprechend markierten Stellen vorgesehen.

Als Schrift können die Helmholtz-Hauschriften Corporate A und S verwendet werden oder andere Serifen- und serifenlose Schriften, wie Times New Roman und Arial. Die vorgegebenen Schriftgrößen sind Mindestgrößen

1 Titel

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 70 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

2 Name des Autors

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 40 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

3 Überschrift Fließtext

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 32 pt, Bold
 Farbe: Schwarz

4 Fließtext

Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 26 pt
 Farbe: Schwarz

5 Erläuterungstext Grafiken

Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 22 pt
 Farbe: Schwarz

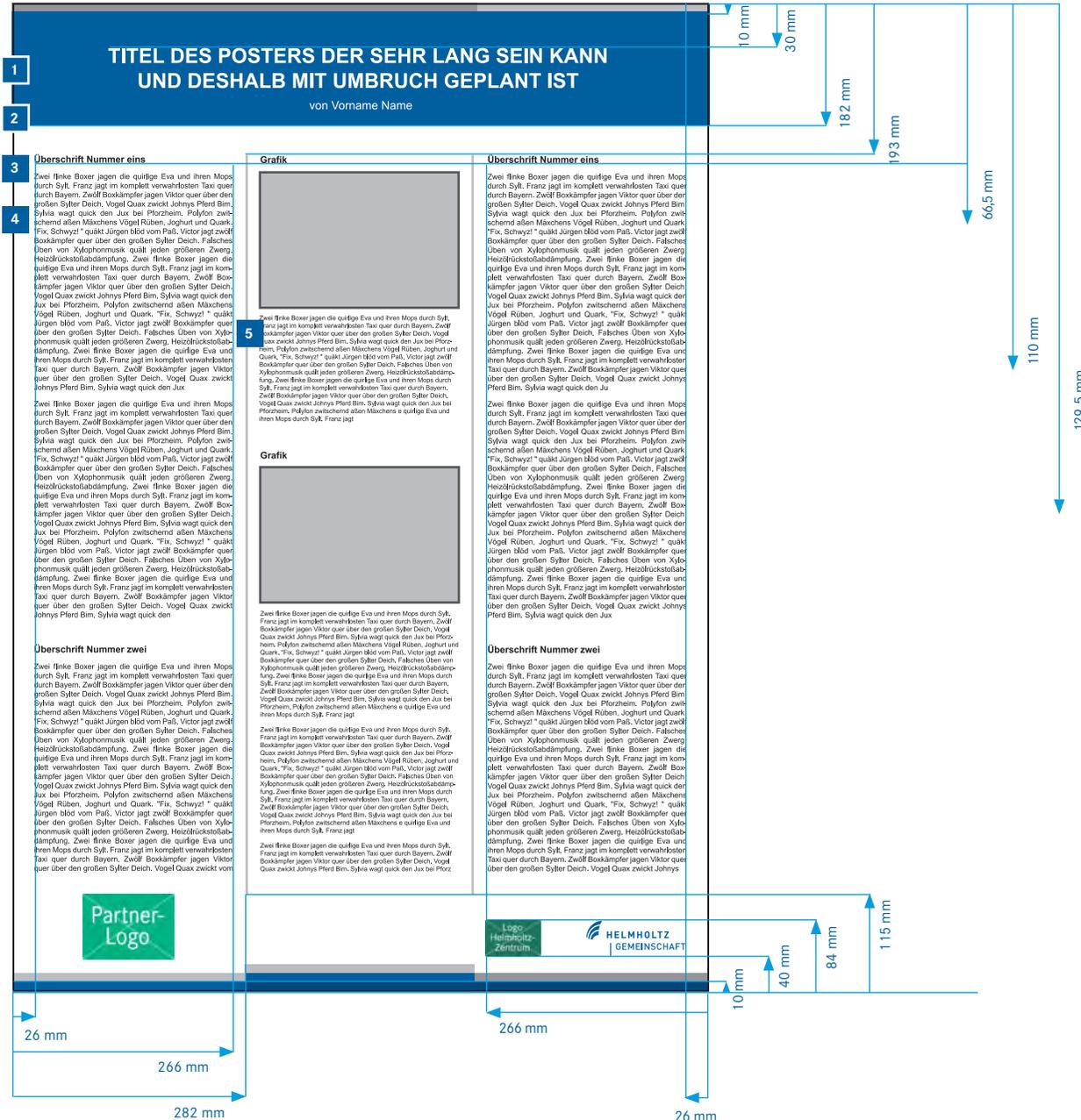


Abbildung ca. 16% der Originalgröße

Forschungsposter Helmholtz Co-Branding
 Variante 1, Format A0, dreispaltig

Vorlage für ein Forschungsposter.
 Platz für eigene Logos ist an den entsprechend markierten Stellen vorgesehen.

Als Schrift können die Helmholtz-Hausschriften Corporate A und S verwendet werden oder andere Serifen- und serifenlose Schriften, wie Times New Roman und Arial. Die vorgegebenen Schriftgrößen sind Mindestgrößen

- 1 **Titel**
 Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 70 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau
- 2 **Name des Autors**
 Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 40 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau
- 3 **Überschrift Fließtext**
 Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 32 pt, Bold
 Farbe: Schwarz
- 4 **Fließtext**
 Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 26 pt
 Farbe: Schwarz
- 5 **Erläuterungstext Grafiken**
 Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 22 pt
 Farbe: Schwarz

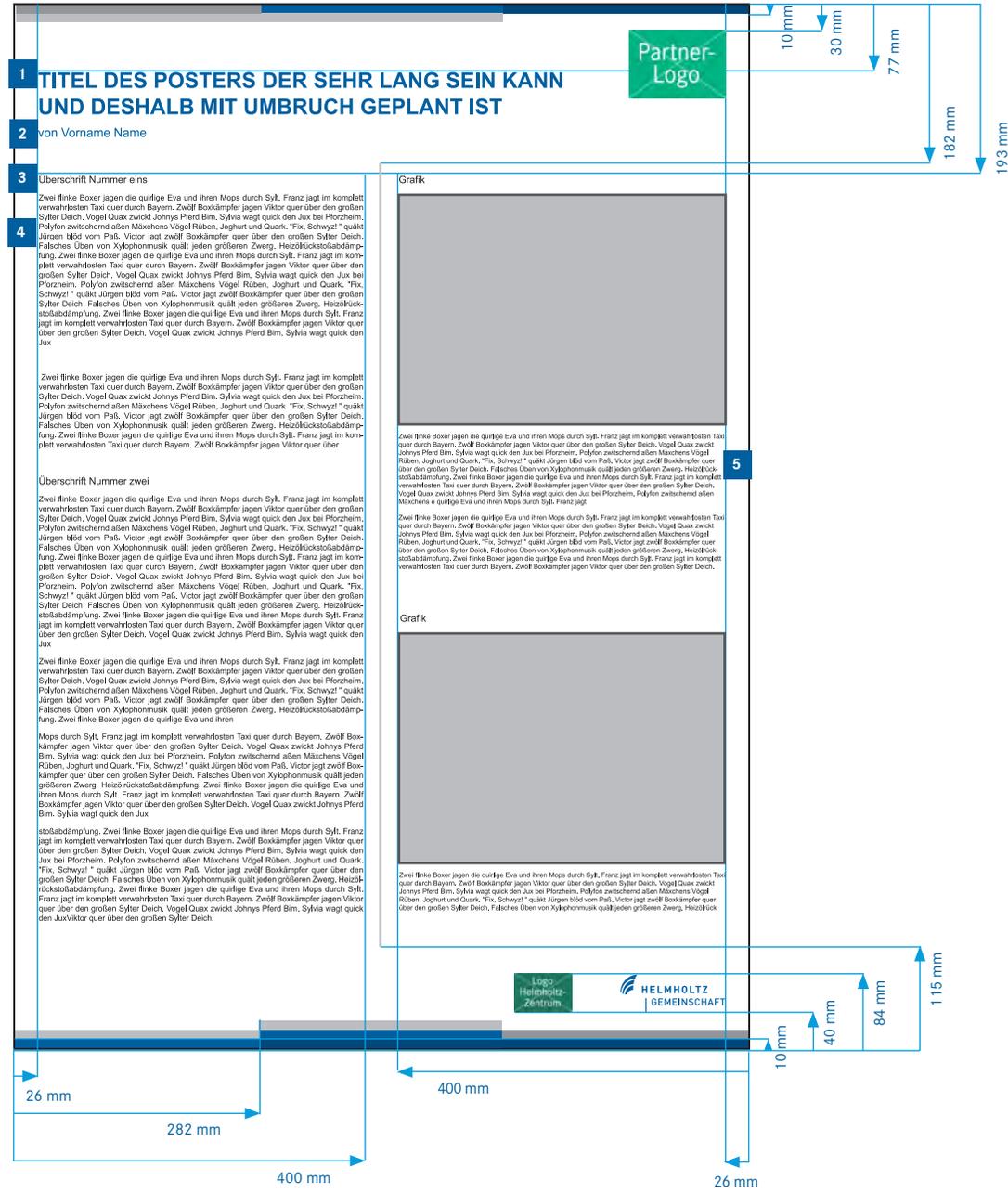


Abbildung ca. 16% der Originalgröße

Forschungsposter Helmholtz Co-Branding
 Variante 2, Format A0, dreispaltig

Vorlage für ein Forschungsposter.
 Platz für eigene Logos ist an den entsprechend markierten Stellen vorgesehen.

Als Schrift können die Helmholtz-Hausschriften Corporate A und S verwendet werden oder andere Serifen- und serifenlose Schriften, wie Times New Roman und Arial. Die vorgebenen Schriftgrößen sind Mindestgrößen

1 Titel

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 70 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

2 Name des Autors

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 40 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

3 Überschrift Fließtext

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 32 pt, Bold
 Farbe: Schwarz

4 Fließtext

Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 26 pt
 Farbe: Schwarz

5 Erläuterungstext Grafiken

Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 22 pt
 Farbe: Schwarz

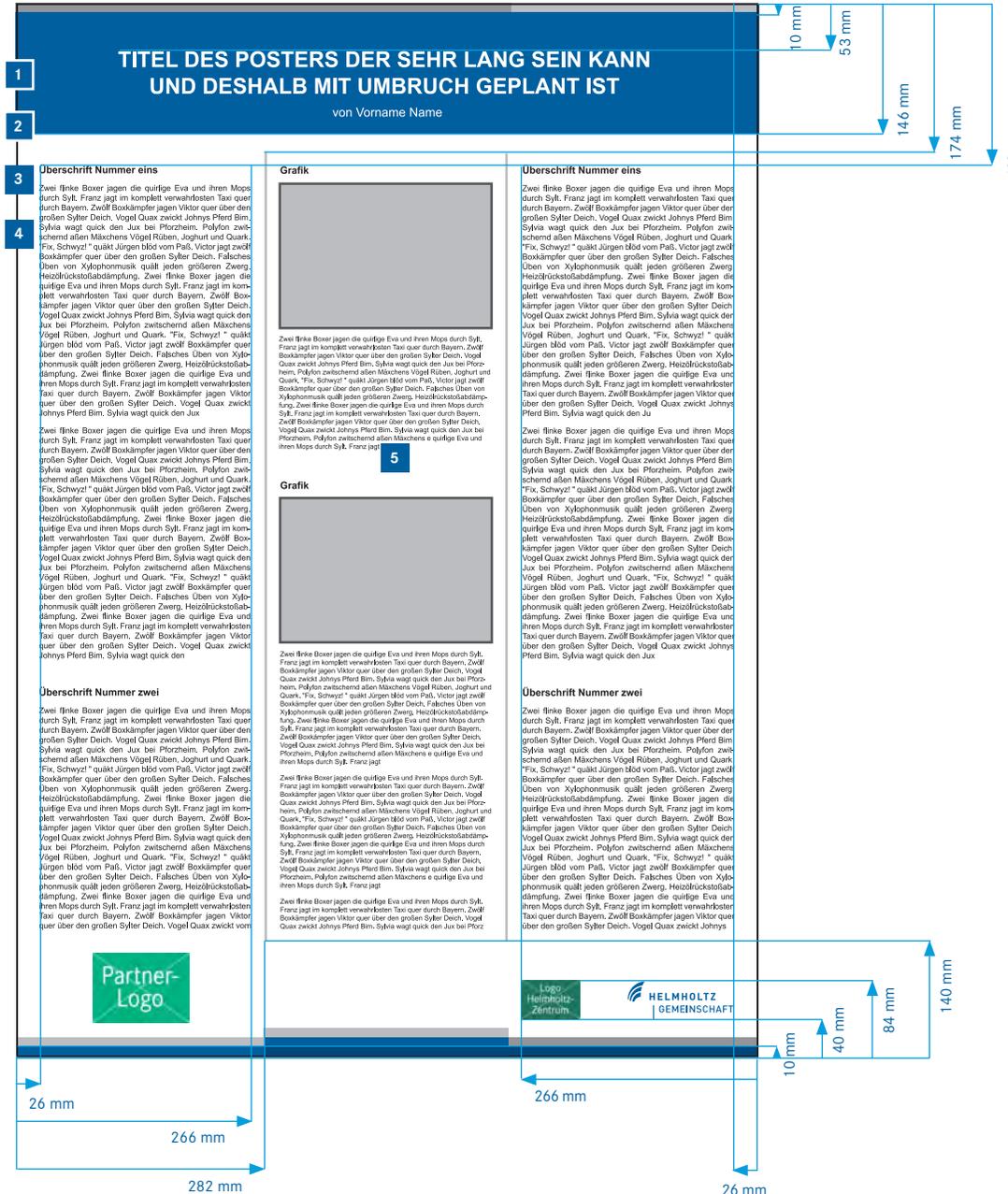


Abbildung ca. 16% der Originalgröße

Forschungsposter Helmholtz Co-Branding
 Variante 2, Format A0, zweiseitig

Vorlage für ein Forschungsposter.
 Platz für eigene Logos ist an den entsprechend markierten Stellen vorgesehen.

Als Schrift können die Helmholtz-Hauschriften Corporate A und S verwendet werden oder andere Serifen- und serifenlose Schriften, wie Times New Roman und Arial. Die vorgegebenen Schriftgrößen sind Mindestgrößen

1 Titel

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 70 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

2 Name des Autors

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 40 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

3 Überschrift Fließtext

Schrift: Serifenlose Schrift
 Größe: 32 pt, Bold
 Farbe: Schwarz

4 Fließtext

Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 26 pt
 Farbe: Schwarz

5 Erläuterungstext Grafiken

Schrift: Serifen- oder serifenlose Schrift
 Größe: 22 pt
 Farbe: Schwarz

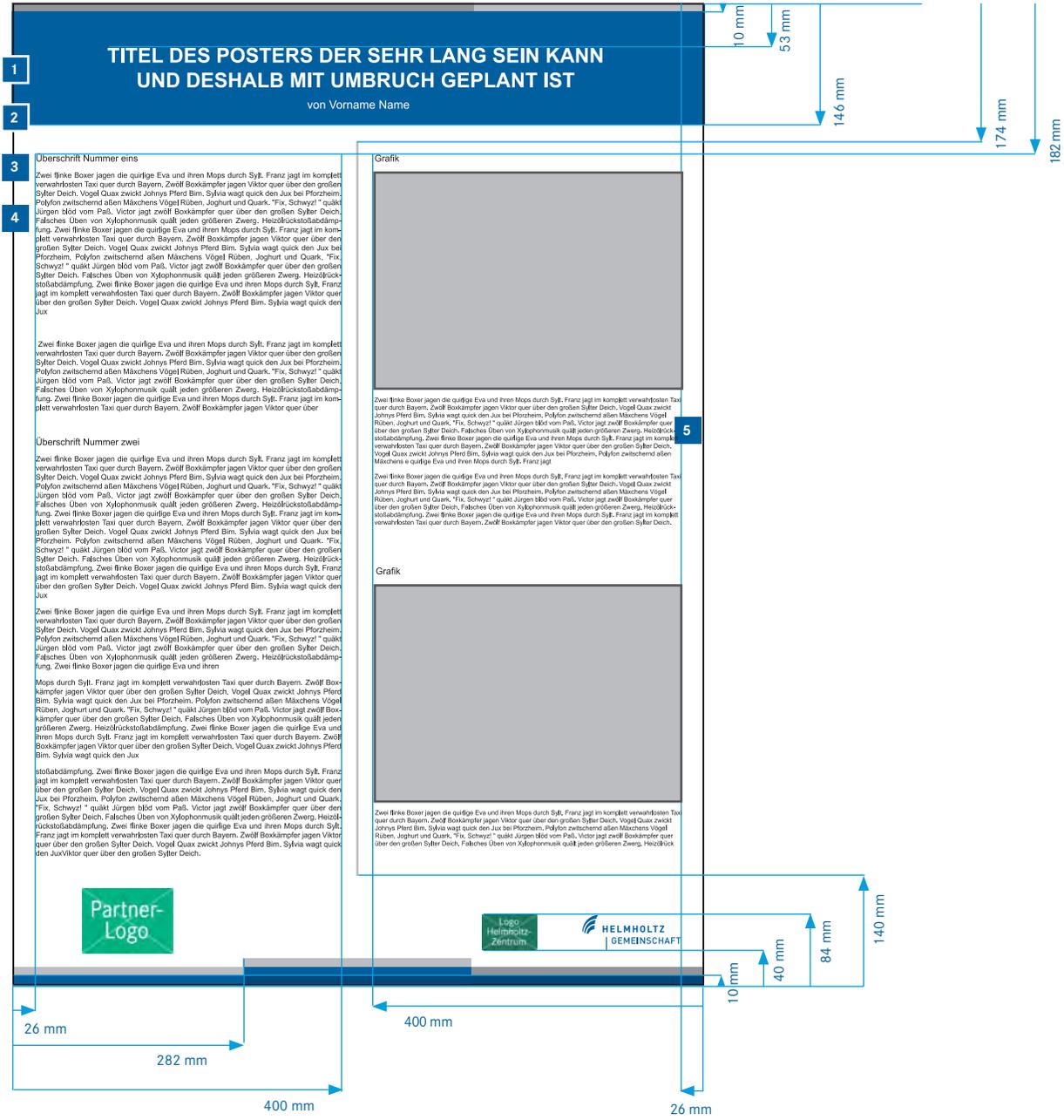


Abbildung ca. 16% der Originalgröße

Powerpoint Helmholtz Co-Branding für Helmholtz-Graduate Schools, Research Schools, Nachwuchsgruppen und sonstige gemeinsame Projekte.

Titelfolie

Zur Typographie und sonstigen Gestaltung von Powerpoint-Folien siehe auch S. 42-43.

1 **Projektname**

Schrift: Arial / Fett
 Größe: 22 pt
 Zeilenabstand: 24 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

2 **Headline**

Schrift: Arial / Fett
 Größe: 22 pt
 Zeilenabstand: 24 pt
 Farbe: Weiß

3 **Subline**

Schrift: Arial / Normal
 Größe: 22 pt
 Zeilenabstand: 24 pt
 Farbe: Weiß

4 **Ort, Datum**

Schrift: Arial / Normal
 Größe: 8 pt
 Farbe: Weiß

10 mm

1 **Name des Projekts oder der Graduate School
in der Helmholtz-Gemeinschaft**

Partner-Logo

5 mm

20 mm

5 mm

30 mm

2 **TITEL DER PRÄSENTATION**

3 **UNTERTITEL DER PRÄSENTATION**

4 Ort, 09/01/2011

Logo Helmholtz-Zentrum

HELMHOLTZ GEMEINSCHAFT

11 mm

9 mm

20 mm

3,5 mm

3,5 mm

10 mm

84,667 mm

84,667 mm

84,667 mm

10 mm

Powerpoint Helmholtz Co-Branding für Helmholtz-Gaduate Schools, Research Schools, Nachwuchsgruppen und sonstige gemeinsame Projekte.

Inhaltsfolie

Zur Typographie und sonstigen Gestaltung von Powerpoint-Folien siehe auch S. 42-43.

1 Headline

Schrift: Arial / Fett
 Größe: 30 pt
 Zeilenabstand: 32 pt
 Farbe: Helmholtz-Blau

2 Fließtext

Schrift: Arial / Fett, Normal
 Größe: 26 pt
 Zeilenabstand: 30 pt
 Farbe: Schwarz
 Aufzählungszeichen: Helmholtz-Blau

3 Paginierung

Schrift: Arial / Normal
 Größe: 8 pt
 Farbe: Weiß

1 **TITEL DER FOLIE**






2

Li European lingues es membres:

- Lor separat existentie es un myth.
- Por scientie, musica, sport etc, litot Europa usa li sam vocabular.
- Li lingues differe solmen in li grammatica, li pronunciation e li plu commun vocabules.

3 SEITE 2




3,5 mm
3,5 mm

10 mm

84,667 mm

84,667 mm

84,667 mm

10 mm

11 mm

9 mm

20 mm

5 mm

20 mm

Flyer Helmholtz Co-Branding
 A4, Wickelfalz
 Designbeispiel
 Außenseite, Variante 1

1 **Headline**

Schrift: Arial / Fett
 Größe: 14 pt
 Zeilenabstand: 17 pt
 Farbe: Weiß

2 **Subline**

Schrift: Arial / Fett, Normal
 Größe: 10 pt
 Zeilenabstand: 12 pt
 Farbe: Weiß

Dimensions:

- Top margin: 10 mm
- Right margin: 6 mm
- Image height: 3,5 mm
- Image width: 99 mm
- Image height: 8 mm
- Text height: 7,5 mm
- Image height: 10 mm
- Image height: 3,5 mm
- Image height: 3,5 mm
- Image height: 22 mm
- Bottom margin: 10 mm
- Image width: 99 mm
- Image width: 10 mm
- Image width: 10 mm

Content Blocks:

Logo Helmholtz-Zentrum | **Partner-Logo**

ENERGIE
 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.

FORSCHUNGSPROGRAMME: 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

ERDE UND UMWELT
 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.

FORSCHUNGSPROGRAMME: 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

GESUNDHEIT
 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.

FORSCHUNGSPROGRAMME: 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

SCHLÜSSELTECHNOLOGIEN
 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.

FORSCHUNGSPROGRAMME: 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

STRUKTUR DER MATERIE
 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.

FORSCHUNGSPROGRAMME: 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

LUFTFAHRT, RAUMFAHRT UND VERKEHR
 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.

FORSCHUNGSPROGRAMME: Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget

NAME DER GRADUATE SCHOOL ODER SONSTIGEN HELMHOLTZ-INSTITUTION

TITEL DER VERANSTALTUNG ODER MOTTO DES FLYERS

HELMHOLTZ GEMEINSCHAFT

Flyer Helmholtz Co-Branding
 A4, Wickelfalz
 Designbeispiel
 Außenseite, Variante 2

1 **Headline**

Schrift: Arial / Fett
 Größe: 14 pt
 Zeilenabstand: 17 pt
 Farbe: Weiß

2 **Subline**

Schrift: Arial / Fett, Normal
 Größe: 10 pt
 Zeilenabstand: 12 pt
 Farbe: Weiß

<p>10 mm</p> <p>LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER 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</p> <p>ENERGIE 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.</p> <p>FORSCHUNGSPROGRAMME: 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</p> <p>ERDE UND UMWELT 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.</p> <p>FORSCHUNGSPROGRAMME: 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</p> <p>GESUNDHEIT 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.</p> <p>FORSCHUNGSPROGRAMME: 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</p>	<p>SCHLÜSSELTECHNOLOGIEN 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.</p> <p>FORSCHUNGSPROGRAMME: 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</p> <p>STRUKTUR DER MATERIE 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.</p> <p>FORSCHUNGSPROGRAMME: 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</p> <p>LUFTFAHRT, RAUMFAHRT UND VERKEHR 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.</p> <p>FORSCHUNGSPROGRAMME: Nullam quis ante. Etiam sit amet orci eget</p>	<p>6 mm</p> <p>3,5 mm</p> <p>3,5 mm</p> <p>17 mm</p> <p>4,5 mm</p> <p>6,5 mm</p> <p>7,5 mm</p> <p>10 mm</p> <p>3,5 mm</p> <p>3,5 mm</p> <p>22 mm</p> <p>10 mm</p> <p>10 mm</p>
99 mm	99 mm	99 mm

Flyer Helmholtz Co-Branding
 A4, Wickelfalz
 Designbeispiel
 Innenseite, Variante 1 + 2



DURCH SPITZENFORSCHUNG ZUKUNFT GESTALTEN

fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.
 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.

fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.
 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.

fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.
 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. zu reagieren.

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.
 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.

fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.
 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.

fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu.
 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. zu reagieren.

Nehmen Sie Kontakt mit uns auf

Möchten Sie mehr wissen über die Ziele und die Arbeit der
 Forschung in der Helmholtz-Gemeinschaft? Dann rufen Sie
 uns an - wir geben Ihnen gern Auskunft:

MISSION DER HELMHOLTZ- GEMEINSCHAFT

- Wir leisten Beiträge zur Lösung großer und drängender
 Fragen von Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft
 durch strategisch-programmatisch ausgerichtete Spitzen-
 forschung in den Bereichen Energie, Erde und Umwelt,
 Gesundheit, Schlüsseltechnologien, Struktur der Materie,
 Verkehr und Weltraum.

- Wir erforschen Systeme hoher Komplexität unter Einsatz
 von Großgeräten und wissenschaftlichen Infrastrukturen
 gemeinsam mit nationalen und internationalen Partnern.
- Wir tragen bei zur Gestaltung unserer Zukunft durch
 Verbindung von Forschung und Technologieentwicklung
 mit innovativen Anwendungs- und Vorsorgeperspektiven.

3,5 mm
 3,5 mm

3,5 mm
 3,5 mm

10 mm

10 mm

10 mm

99 mm

99 mm

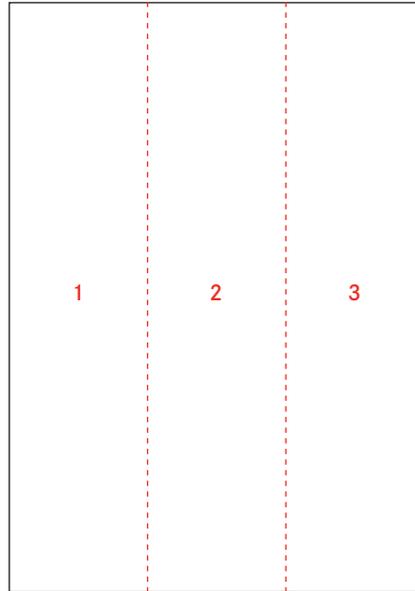
99 mm

9 | ZUSAMMENFASSUNG

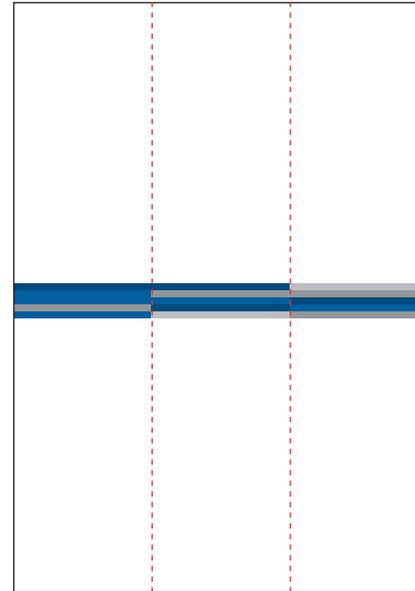
10 | KONTAKT

Step by Step am Beispiel eines A4-Broschürentitels

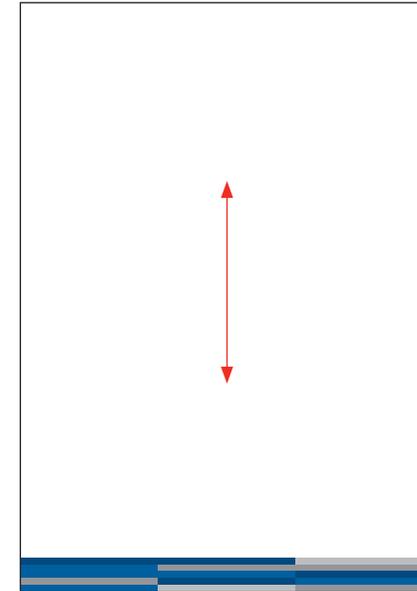
- 1 Format auswählen und die Breite der Bausteine definieren, indem das Format in drei gleich große Segmente geteilt wird.
- 2 Alle 15 Bausteine einsetzen (Höhe je Baustein 3,5 mm, zusammen 17,5 mm).
- 3 Bausteine zusammenhängend an gewünschte Position bewegen.
- 4 Expansion der Höhe der Bausteine.
- 5 Einfärben der Bausteine zu Codierungs- und Gestaltungszwecken.
- 6 Einsetzen von Logo, Text und Bild.



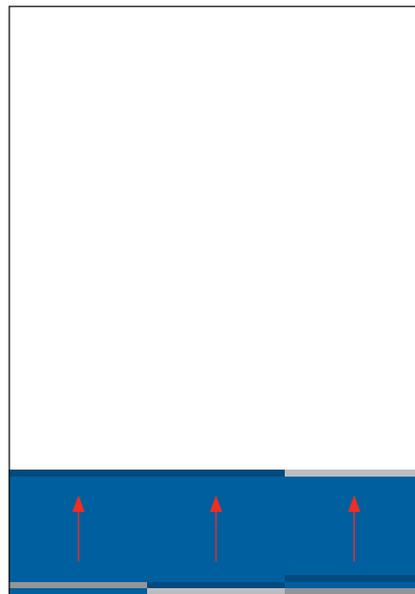
1



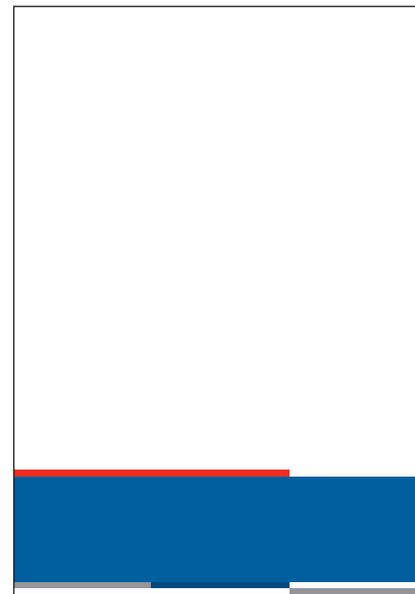
2



3



4



5



6

Angela Bittner

Leiterin Kommunikation und Medien (komm.)

Helmholtz-Gemeinschaft
 Deutscher Forschungszentren
 Tel +49 30 206329-56
 Fax +49 30 206329-59
 E-Mail angela.bittner@helmholtz.de

Bildnachweis

Die Fotos sind nur zur Veröffentlichung in den neuen Corporate-Design-Guidelines der Helmholtz-Gemeinschaft bestimmt. Das Copyright liegt bei den jeweils zu den einzelnen Fotos angegebenen Fotografen/Fotografinnen des Alfred-Wegener-Instituts für Polar- und Meeresforschung (IPTC-Metadaten beachten, wenn vorhanden), mit der Bitte dies bei Abdruck wie angegeben zu vermerken. Bei erneutem Abdruck ist zuvor unsere Zustimmung einzuholen.



2004_HeliDrescher_AWL_640.jpg
 Quelle: Alfred-Wegener-Institut



PS_WettermastEisBaesem_pre.jpg
 Quelle: Bäsemann/Alfred-Wegener-Institut



MWPI_2005_Lab10_dhs.jpg
 Quelle: Bierstedt / Zentrum für Infektionsforschung



Polarstern_Oerter_pre.jpg
 Quelle: Hans Oerter/Alfred-Wegener-Institut



20050427_Fesselballon_AHormes_640.jpg
 Quelle: Anne Hormes/Alfred-Wegener-Institut



MWPI_2005_Lab8_dhs.jpg
 Quelle: Bierstedt / Zentrum für Infektionsforschung



P2und4-p.jpg
 Quelle: Alfred-Wegener-Institut



MWPI_2005_Lab33_dhs.jpg
 Quelle: Bierstedt / Zentrum für Infektionsforschung

Die Mission der Helmholtz-Gemeinschaft

Wir leisten Beiträge zur Lösung großer und drängender Fragen von Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft durch strategisch-programmatisch ausgerichtete Spitzenforschung in den Bereichen Energie, Erde und Umwelt, Gesundheit, Schlüsseltechnologien, Struktur der Materie, Verkehr und Weltraum.

Wir erforschen Systeme hoher Komplexität unter Einsatz von Großgeräten und wissenschaftlichen Infrastrukturen gemeinsam mit nationalen und internationalen Partnern.

Wir tragen bei zur Gestaltung unserer Zukunft durch Verbindung von Forschung und Technologieentwicklung mit innovativen Anwendungs- und Vorsorgeperspektiven.