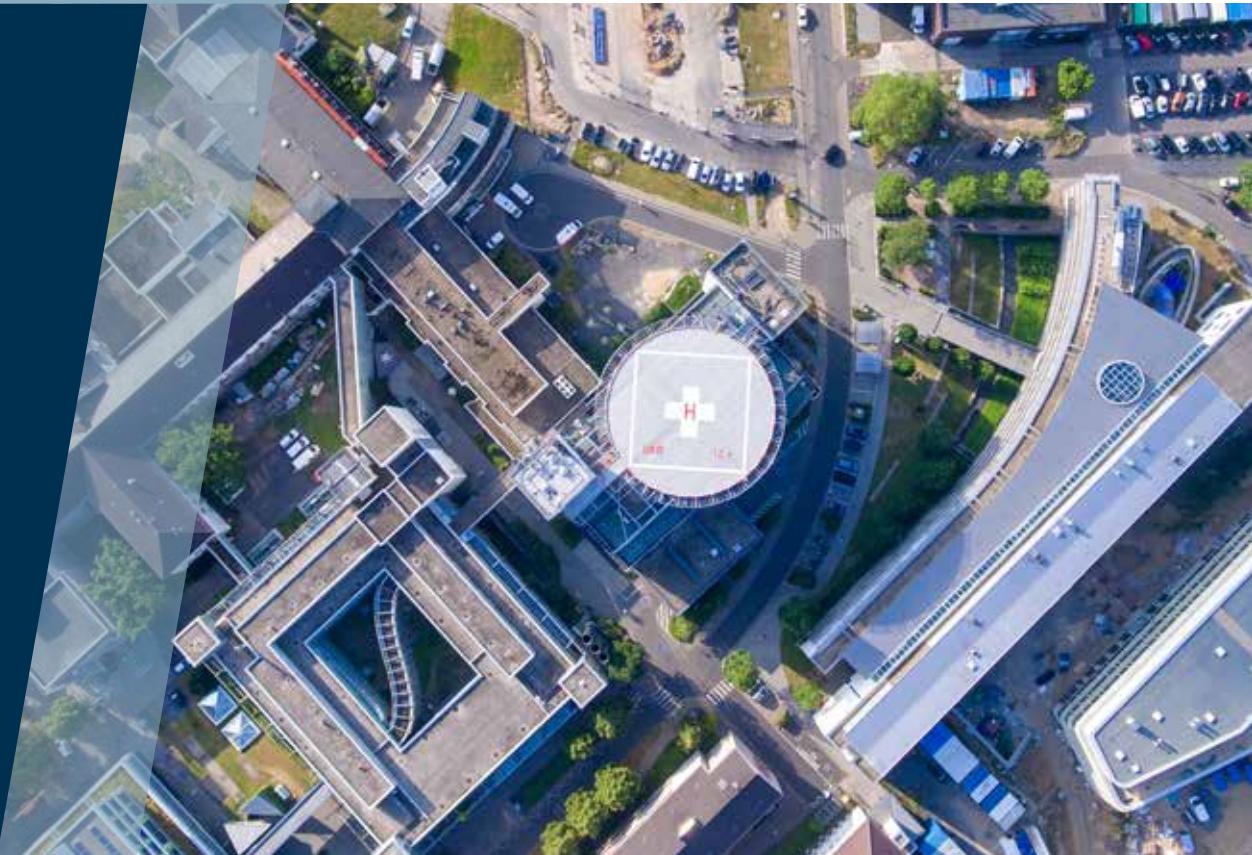


CORPORATE DESIGN MANUAL GUIDE

Ukb universitäts
klinikum bonn



05 Vorwort	CI-ANWENDUNG
LOGO	37 UKOM-Shop
07 Geschichte	
08 Logo	BILDSPRACHE
11 Schutzraum	39 Bildsprache
12 Universitätslogo und Logohierarchie	
13 Logogröße	BILDSPRACHE
14 Unzulässige Logoanwendungen	39 Erklärung / Beispiele
16 Drei-Logo-Anordnung	
UKB-FARBEN	SOCIAL MEDIA
19 Anwendung	41 Positionierung
20 Farbpalette	42 Nutzung
TYPOGRAPHIE	GESCHÄFTSAUSSTATTUNG
23 UKB-Schriften	46 Briefbogen
24 Schriftpalette	48 Visitenkarte
27 EDV-Schriften	49 Stempel
28 Schriftpalette	50 Powerpoint Vorlagen
	51 Wissenschaftliche Poster
DAS GESTALTUNGELEMENT	UKB-CAMPUS
30 Parallelogramm	53 Beschilderungen
32 Anwendung Flyer	
34 Anwendung Broschüre	53 Impressum

Ein einheitliches Design ist eine wichtige Komponente, um die Verbundenheit und Zusammengehörigkeit zwischen den hochspezialisierten, unterschiedlichen Einrichtungen unseres Universitätsklinikums darzustellen. Es symbolisiert nach außen und nach innen die Größe, Innovationskraft und Dynamik des UKB.

Für unsere Beschäftigten bietet ein einheitliches Design die Möglichkeit, sich nicht nur mit ihrer eigenen Fachabteilung, sondern auch mit dem UKB als Ganzes zu identifizieren. Für unsere Patientinnen und Patienten, Geschäftspartner und die Öffentlichkeit gewährleistet ein einheitliches Design Wiedererkennbarkeit und Unverwechselbarkeit.

Die konsequente Einhaltung und Umsetzung der Vorgaben ist entscheidend für den Erfolg eines hochwertigen und effektiven Designs. Über das Corporate Design (CD) etabliert sich das UKB weiterhin als starke Marke. Durch unser Layout-Team entwickelt, berücksichtigt es neben ästhetischen auch technische, inhaltliche, visuelle und praktische Gesichtspunkte.

Das Erscheinungsbild einer Marke spielt eine entscheidende Rolle für ihre Qualität. Eine starke Marke bietet Orientierung, repräsentiert das Original und hebt sich von Mitbewerberinnen und Mitbewerbern ab. Aus diesem Grund ist es äußerst wichtig, dass der Auftritt des UKB stets konsequent, einheitlich und sorgfältig im Sinne des CD umgesetzt wird.

Diese Umsetzung ist für alle Produkte des UKB verbindlich. Um Ihnen als Anwenderinnen und Anwendern eine möglichst komfortable Umsetzung zu ermöglichen, stellen wir Ihnen hier eine Auflistung wichtiger Bezugsquellen zur Verfügung. Externen Agenturen, die mit dem Design von Materialien für das Universitätsklinikum Bonn beauftragt werden, ist das CD-Handbuch zur Verfügung zu stellen. Bei Rückfragen zum CD, können Sie das Layout Team der Abteilung Kommunikation und Medien (KomMed) über einen Auftrag im UKB Shop in unserem Intranet gerne kontaktieren.

Stabsstelle
Kommunikation und Medien

LOGO

Die untenstehenden Logos repräsentieren einen Ausschnitt aus der Geschichte des Unternehmens.



2010

2015

Seit 2017



Das Logo wurde bewusst in einer sachlichen und klaren Gestaltung entwickelt und besitzt einen zeitlosen Charakter, der einen langfristigen Wiedererkennungswert gewährleistet.

Um Ihnen als Benutzer den einfachsten Zugang zum aktuellen und genehmigten Logo zu ermöglichen, steht das Logo ab sofort in verschiedenen Varianten und Dateiformaten im Intranet zum Download bereit. Dies gewährleistet, dass Sie das Logo in der für Ihre Anforderungen passenden Version erhalten können.

Für verschiedene Anwendungsfälle und Layoutzwecke stehen unterschiedliche Logovarianten zur Verfügung.

Ein gut gestaltetes Logo funktioniert auch „farblos“ und verliert auch einfarbig nichts von seiner Wiedererkennbarkeit. Um in der Praxis eine große Flexibilität zu erzielen und das UKB-Erscheinungsbild in möglichst allen Medien effektiv einzusetzen zu können, wurde das Logo in verschiedenen Farbvarianten angelegt.

So kann es auch auf farbigem Hintergrund, beispielsweise auf Merchandising-Artikeln oder bei einfacherer Beschilderung eingesetzt werden.

Steht Ihnen nur ein Schwarzweiß-Drucker zur Verfügung, ist der Druck des Logos ohne Farbe selbstverständlich zulässig. Im Sinne der Konsistenz des Erscheinungsbildes sollte aber unbedingt darauf geachtet werden, dass das Logo in möglichst vielen Fällen in seiner originalen Farbigkeit und mit viel Weißraum eingesetzt wird.



Diese Variante ist die Standard-Logovariante. Sie wird auf allen hellen und ausreichend kontrastreichen Untergründen eingesetzt.

Der Schutzraum definiert den Mindestabstand des Logos zu umliegenden Gestaltungselementen oder Formatkanten. Er soll garantieren, dass das Logo stets genügend Raum zur Entfaltung erhalten und seine Funktion als Absenderkennung erfüllen kann. Daher ist bei jeder Logo-Anwendung die Schutzzone einzuhalten. Sie entspricht die Hälfte der Logohöhe zu allen Seiten.



Auf farbigem Untergrund kann das Logo auch in Weiß eingesetzt werden.

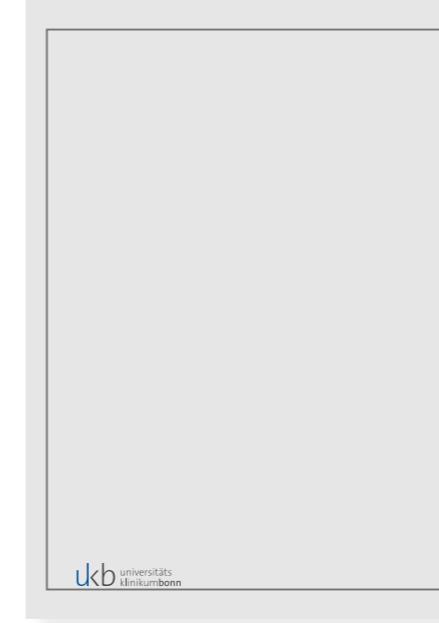


DIN lang (Flyer)

Alle Geschäftsmaterialien müssen sowohl das Logo der Universität als auch des Klinikums tragen. Bei der gemeinsamen Verwendung von Universitäts- und UKB-Logos gelten folgende Regeln für das Größenverhältnis und die Ausrichtung der beiden Logos:

Das Universitätslogo steht in aller Regel links vom UKB-Logo. Eine zu dichte Anordnung der beiden Logos sollte vermieden werden. Als Abstands Richtwert dient die Breite des U aus dem UKB-Logo.

Die obere Kante des Universitätslogos liegt auf einer Höhe mit dem Versalstrich des U. Auf diese Weise sind die beiden Elemente gleichberechtigt und harmonisch zueinander ausgerichtet. Die Schriftgröße ist in beiden Logos bei Anwendung dieser Regeln in etwa gleich.



Die Logogröße kann anhand der Medien und Zielgruppen in der Größe angepasst werden. Um Lesbarkeit und Wirkung zu gewährleisten, sollte jedoch die festgelegte Mindestgröße von 25 mm Länge nicht unterschritten werden.



Das Hauptziel besteht darin, eine klare und starke Markenwahrnehmung durch die korrekte Verwendung des Logos zu erreichen. Alles, was diesem Ziel entgegensteht, sollte vermieden werden. Im Folgenden werden einige Beispiele für unzulässige Verwendungen des Logos aufgezeigt.

Die Farbe darf nicht verändert werden



Das Logo nicht verzerrn oder stauchen

Nicht auf Outlines reduzieren



Keine inoffiziellen Unterzeilen platzieren

Das Logo des Universitätsklinikums Bonn ist ein geschütztes Markenzeichen. Ohne die ausdrückliche Zustimmung des UKB darf es weder schriftlich noch elektronisch reproduziert werden. Ein Recht zur Nutzung besteht nicht. Außerdem kann das UKB jederzeit ihre Zustimmung zur Veröffentlichung des Logos ohne Angabe von Gründen zurückziehen.

Unzulässig ist,

- > diese Dateien ohne ausdrückliche Genehmigung auf privaten oder kommerziellen Webseiten zu veröffentlichen
- > sie in einem des UKB verunglimpfenden Zusammenhang zu verwenden
- > an den Dateien Veränderungen und Bearbeitungen jeglicher Art vorzunehmen
- > die Dateien ohne Zustimmung der UKB an Dritte weiterzugeben



Die alten Logos finden keine Verwendung mehr.

Drei-Logo-Anordnung:**Anwendung auf Flyer:**

Logoanordnung
auf Flyer

Oben links steht
das 3. Kliniklogo

Text statt Unterlogo

Jede Klinik oder Institut kann sich **ein Logo** im Corporate Design in der Kommunikation und Medien grafisch anfertigen lassen.
Hierbei ist zu beachten, dass es innerhalb der Klinik **kein zweites oder sogar drittes Unterlogo** gibt.

Das Logo sollte möglichst immer in Verbindung mit dem UKB Logo erscheinen

1. Markenidentität & Wiedererkennbarkeit

Das Universitätsklinikum Bonn verfolgt mit dem zentralen Corporate Design eine klare und einheitliche Markenstrategie.
Das Hauptlogo des UKB gemeinsam mit der jeweiligen Klinik (z. B. Orthopädie) schafft eine klare visuelle Zuordnung und Wiedererkennbarkeit. Zusätzliche Unterlogos verwässern die Identität und erschweren externen Zielgruppen die eindeutige Zuordnung.

2. Struktur & Übersichtlichkeit

Ein zentraler Bestandteil eines wirksamen Corporate Designs ist die Reduktion auf das Wesentliche. Zu viele Einzellogos führen zu einer Zersplitterung der visuellen Kommunikation und erschweren die Orientierung – sowohl intern als auch extern. Ein Unterlogo wirkt in der Kommunikationsstruktur unübersichtlich, unausgeglichen und inkonsistent.

3. Flexibilität durch Text statt Logo

Spezifische Angebote können innerhalb des bestehenden Rahmens kommuniziert werden – z. B. über Titelzeilen oder Textmodule.

Beispiel



Zentrum für Zahn-,
Mund- und Kieferheilkunde



Zentrum für Zahn-,
Mund- und Kieferheilkunde

Poliklinik für Kieferorthopädie

Eine saubere visuelle Trennung ist auch ohne eigenes Unterlogo möglich – mit deutlich mehr Flexibilität und weniger gestalterischem Ballast.

5. Stärkung des Gesamtauftritts des UKB

Das Ziel des Corporate Designs ist es, die gesamte Kommunikation des UKB als starke Einheit darzustellen – nach außen wie nach innen. Ein stringenter, zentraler Markenauftritt vermittelt Professionalität, Vertrauen und Orientierung – gerade im sensiblen medizinischen Umfeld.

UKB-FARBEN

Die visuelle Kommunikation des Universitätsklinikums Bonn basiert hauptsächlich auf seinen Farben. Um einen hohen Wiedererkennungswert zu gewährleisten, ist es wichtig, das Farbspektrum konsequent einzuhalten. Die Verwendung beliebiger neuer Farben in den Medien ist nicht erlaubt.

Die Farbpalette besteht aus drei Kategorien: Primärfarbe, Sekundärfarben und Schmuckfarben.

Die **Primärfarbe** „Saphir“ resultiert aus dem Logo und ist die prägnanteste Farbe des Corporate Designs.

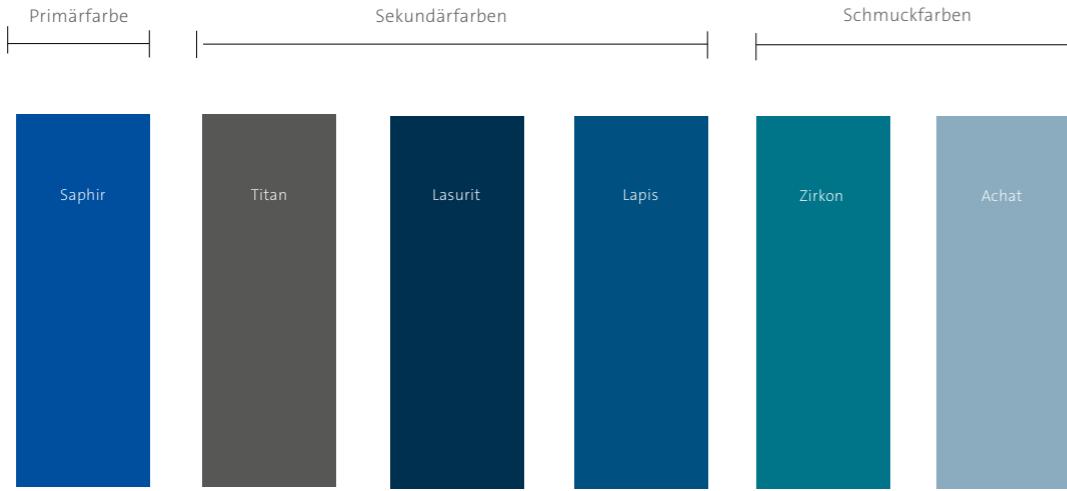
Die **Sekundärfarben** werden hauptsächlich in Texten verwendet. Zur angenehmen und barrierefreien Lesbarkeit bestehen die Sekundärfarben aus dunklen Tönen.

Die **Schmuckfarben** helfen Akzente zu setzen, können aber auch für Hintergrundflächen oder Überschriften verwendet werden.

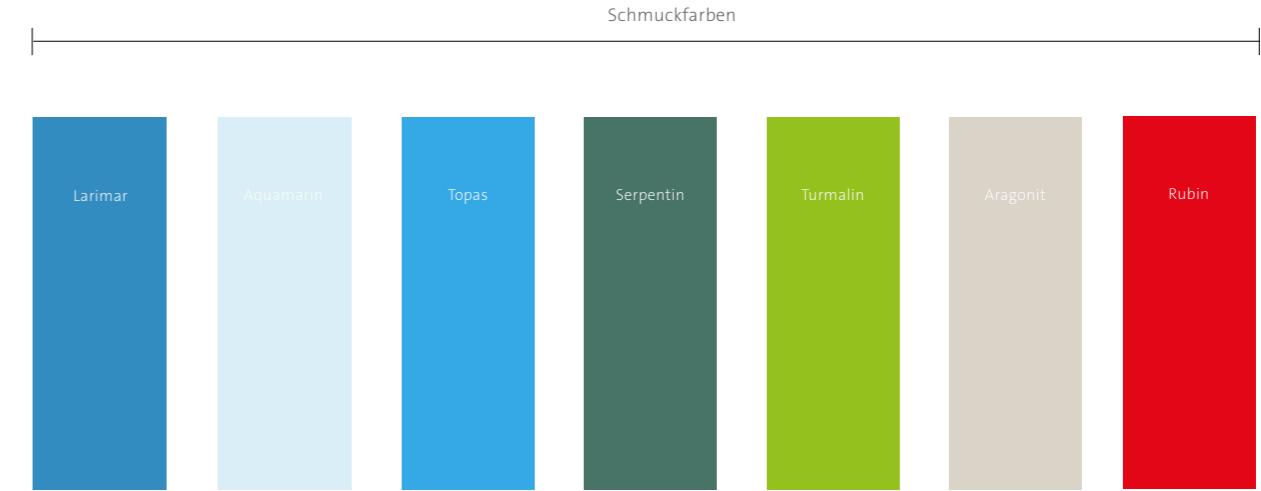
Es ist wichtig, die Farben sorgfältig auszuwählen und sie in einer ausgewogenen Art und Weise zu kombinieren. Eine zu intensive oder kontrastreiche Farbpalette kann unruhig oder überfordernd wirken. Eine harmonische Farbgestaltung sollte auf die Bedürfnisse der Patienten und die Funktionen der verschiedenen Bereiche des Krankenhauses abgestimmt sein.

Es besteht die Möglichkeit, die Intensität der Farben zu variieren und je nach Produkt anzupassen.

20 FARBPALETTE



CMYK 100-70-00-00	CMYK 00-00-00-80	CMYK 100-30-30-75	CMYK 100-65-25-10	CMYK 85-34-34-16	CMYK 50-23-19-02
RGB 0-79-159	RGB 87-87-86	RGB 00-48-79	RGB 00-80-129	RGB 00-117-138	RGB 139-172-191
#004f9f	#575756	#00304f	#005081	#00758a	#8bacbf



CMYK 76-33-10-00	CMYK 18-00-04-00	CMYK 70-18-00-00	CMYK 72-35-56-23	CMYK 50-00-100-00	CMYK 17-15-22-01	CMYK 00-100-98-00
RGB 51-140-191	RGB 217-238-246	RGB 53-168-230	RGB 72-115-103	RGB 149-193-31	RGB 218-211-200	RGB 227-06-23
#338cbf	#d9eef6	#35a8e6	#487367	#95c11f	#dad3c8	#e30617

21 FARBPALETTE

UKB-SCHRIFTEN

Hausschriften spielen eine wesentliche Rolle in der visuellen Kommunikation und im Branding von Unternehmen. Sie sind speziell ausgewählte Schriftarten, die den individuellen Charakter und die Identität einer Marke oder eines Unternehmens repräsentieren.

Die Verwendung einer einheitlichen Hausschrift trägt maßgeblich zur Wiedererkennbarkeit und Konsistenz der visuellen Gestaltung bei. Sie schafft eine visuelle Verbindung zwischen verschiedenen Medien und Kommunikationskanälen, sei es in gedruckten Materialien wie Broschüren und Plakaten oder digitalen Medien wie Websites und Social-Media-Posts.

Hausschrift: TheSans C5

Eine Hausschrift ist eine überwiegend oder sogar ausschließlich von einem Unternehmen eingesetzte Schriftart. Sie ist Teil des Corporate Designs. Hausschriften sollen einen hohen Wiedererkennungswert und eine gute Lesbarkeit aufweisen. Sie sind konsequent in allen Medien zu verwenden und spiegeln die Unternehmensphilosophie wieder.

Die Hausschrift erscheint in der Regel zusammen mit dem Logo oder dem Signet eines Unternehmens. Die Schriftart und -größe muss daher mit den Formen und Farben des Corporate Designs harmonieren. Die Hausschriften des UKB sind serifenslos und weisen nahezu keine Variationen der Strichstärke auf. Beide Schriften wirken klar, einfach und sauber. Dadurch vertreten sie optimal die Positionierung des UKB und unterstützen die Unternehmensphilosophie.

Verwendung in Flyern, Broschüren etc.

Hausschrift: TheSansOSF

Wir lieben Pflege!

Schrift: Extra Light

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Extra Light Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Light

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Light Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Semi Light

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Semi Light Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Plain

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Plain Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Semi Bold

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Semi Bold Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Bold

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Bold Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Extra Bold

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Extra Bold Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Black

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schrift: Black Italic

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schuckschrift: Georgia Brush

Wir lieben Pflege!

Schrift: Regular

ABCDEFG
abc_{defg}
123456

Schmuckschrift: Georgia Brush

Schmuckschriften werden nicht in Fleißtexten verwendet. Sie dienen der Dekoration und werden nur sparsam verwendet. Bei der Georgia Brush handelt es sich um eine Pinselschrift mit dem frischen und modernen Aussehen von Handlettering.

Die Verwendung findet in Überschriften und Subtexten statt.

EDV-SCHRIFTEN

Die EDV-Schriften zeichnen sich durch ihre klare Lesbarkeit und einfache Darstellung aus. Sie sind so gestaltet, dass sie leicht erkannt und verstanden werden können. Die Schriftarten verwenden oft große Buchstaben, gut definierte Formen und ausreichend Platz zwischen den Buchstaben, um eine deutliche Unterscheidung zu gewährleisten.

Die Verwendung von EDV-Schriften ist ein wichtiger Schritt, um die Kommunikationsmöglichkeiten und die Inklusion von Menschen mit eingeschränkter Sprache zu verbessern. Durch den Einsatz dieser speziellen Schriftarten wird die Barrierefreiheit erhöht und die Chancen auf eine effektive Kommunikation für alle Menschen gefördert.

Wir lieben Pflege!

Schrift: Regular

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Regular Italic

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Bold

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Bold Italic

ABCDEFG
abcdefg
123456

Hauptschrift: Century Gothic
Im Alltagsgebrauch, für EDV-Anwendungen und im allgemeinen Geschäftsverkehr wird die Central Gothic verwendet.

Alternativschrift: Arial
Sollte die Hauptschrift nicht zur Verfügung stehen, kann Arial verwendet werden.

Wir lieben Pflege!

Schrift: Regular

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Regular Italic

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Medium

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Medium Italic

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Semibold

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Semibold Italic

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Bold

ABCDEFG
abcdefg
123456

Schrift: Bold Italic

ABCDEFG
abcdefg
123456

Sekundärschrift: Minion Pro

Die sekundäre Schriftart wird für textlastige Inhalte wie Absätze, Beschreibungen oder Artikel verwendet. Sie besticht hauptsächlich durch eine gute Lesbarkeit.

DAS GESTALTUNGSELEMENT PARALLELOGRAMM

Die Grundlagen der Gestaltung bilden einfache und kantige Formen. Diese geben dem Layout Struktur und Klarheit. Dabei wirken sie nicht überladen und erzeugen ein hohes Maß an Wiedererkennung.

Der Gestalter kann je nach Produkt und Auftrag selbst entscheiden, wie er das Gestaltungselement verwendet.

Parallelogramm

Das Parallelogramm besitzt eine Neigung (X-Achse) von 10° und verläuft somit immer positiv von links unten nach rechts oben.

Besonders auf Deckblättern, wie von Flyern oder Broschüren, spielt das Element eine wichtige Rolle. Auf Innenseiten findet das Parallelogramm seinen Platz im unteren Seitenbereich. Die Farbkombinationen können dabei variieren.

Flyer, Einladungskarten, Infozettel werden in der Regel im DIN lang-Format angelegt. Durch die Wahl von Farben, Bildern und Schriften besitzt jeder Flyer eine Individualität und gleichzeitig durch die Einhaltung der CI einen hohen Wiedererkennungswert der Marke UKB.

Auf Covern befindet sich das Universitätslogo und das UKB-Logo immer im unteren Bereich des Flyers. Ein drittes Logo, zugehörig zum Flyer, wird im oberen linken Bereich des Flyers platziert. Alle weiteren Logos, von Kooperationspartnern oder Sponsoren werden auf der Rückseite positioniert. Hier können ebenfalls das Uni & UKB Logo auf Wunsch noch einmal platziert werden, um einen Zusammenhang deutlich zu machen.

Auf jedem Cover befindet sich ein Bild, welches immer an der selben Stelle positioniert wird. Bei der Bildauswahl muss die zuvor erklärte Bildsprache beachtet werden.



Plastische und Ästhetische Chirurgie

Universitätsklinikum Bonn
Hautklinik (Gebäude 11)
Venusberg-Campus 1
53127 Bonn

Anmeldung

Titel/Name

Vorname

Klinik/Praxis

Abteilung

Straße

PLZ/Ort

E-Mail

Telefon

Ich werde im Anschluss der Vorträge am Imbiss teilnehmen.

Ich werde nicht am Imbiss teilnehmen.

Veranstalter

Klinik und Poliklinik für Orthopädie und Unfallchirurgie
Direktor: Univ.-Prof. Dieter C. Wirtz
Ltd. Arzt Unfall-, Hand- u. Plastisch Rekonstruktive Chirurgie:
Univ.-Prof. Christof Burger
Universitätsklinikum Bonn (AöR)
Venusberg-Campus 1
53127 Bonn

Impressionen

Klinik und Poliklinik für Orthopädie und Unfallchirurgie
Direktor: Univ.-Prof. Dieter C. Wirtz
Ltd. Arzt Unfall-, Hand- u. Plastisch Rekonstruktive Chirurgie:
Univ.-Prof. Christof Burger
Universitätsklinikum Bonn (AöR)
Venusberg-Campus 1
53127 Bonn



Plastische und Ästhetische Chirurgie

Universitätsklinikum Bonn
Hautklinik (Gebäude 11)
Venusberg-Campus 1
53127 Bonn

Eine klare Gliederung und eine logische Abfolge von Informationen ermöglichen es dem Leser, den Inhalt leicht zu erfassen und zu verstehen. Es ist wichtig, die relevantesten Informationen hervorzuheben und in prägnanter Form zu präsentieren, um das Interesse des Lesers zu wecken.

Wie bei den Flyern befindet sich das Universitätslogo und das UKB-Logo immer im unteren Bereich des Covers. Ein mögliches drittes Logo, zugehörig zum Cover, wird im oberen linken Bereich der Broschüre platziert.

Auf jedem Cover befindet sich ein Bild, welches immer an der selben Stelle positioniert wird. Bei der Bildauswahl muss die zuvor erklärte Bildsprache beachtet werden.



CI-ANWENDUNG

Der UKB-Shop ist die Schnittstelle zwischen der Abteilung Kommunikation und Medien und den anderen Klinikmitarbeitern.

Im Intranet ist der Zugang durch einen Button gekennzeichnet.



Im UKB-Shop finden Sie alle Dienstleistungen und Produkte der Abteilung Kommunikation und Medien.

Gestaltung & Druck von:

- › Visitenkarte
 - › Flyer
 - › Broschüre
 - › Handzettel
 - › Poster
 - › Roll Up
 - › Banner
- ...und vieles mehr

Mein Konto | Warenkorb | Anmelden oder Registrieren | Suchen nach... | Erweiterte Suche | Ihr Warenkorb ist leer. | Deutsch | Währung: Euro |

Kategorien:
• Corona (48)
• Dienstleistungen (6)
• Freizeitbestellung (1)
• Nachbestellung-> (153)
• Formulare (177)
• Digitaldruck (2)
• Flyer (5)
• Broschüren (3)
• Poster (1)
• Banner (1)
• Sonstige Printprodukte (17)
• Visitenkarten (1)
• Display (1)
• Endverarbeitung (3)
• Merchandise (17)
• UKB-Videos

Schnellstart zu den UKom-Services:
[Fotografie](#) | [Layout](#) | [Social Media](#) | [Internet und Intranet](#)

Gendergerechte Sprache
Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,
das UKB ist laut Landesgleichstellungsgesetz Nordrhein-Westfalen (LGG NRW),
§ 4 verpflichtet, in der internen und externen Kommunikation die sprachliche
Gleichbehandlung von Frauen und Männern zu beachten.
Wir bitten Sie daher, in Ihren Anschreiben und Drucksachen eine geschlechtersensible
Sprache anzuwenden, die entweder Frauen und Männer (bspw. als Ärztinnen und
Ärzte) gleichrangig benennt, geschlechterbezüge neutralisiert
(Lehrkraft/Pflegepersonal) oder mittels Genderstern (Mediziner*innen) auch die
Menschen einschließt, die sich keinem der beiden Geschlechter zugehörig fühlen.
Weitere Informationen und Tipps erhalten Sie auch in unserem Leitfaden zur
Geschlechtergerechten Kommunikation im UKB.

All Artikel ... | ...

BILDSPRACHE

Die gefühlbetonte Bildsprache zeigt Personen und kennzeichnet helle, leuchtende Farben und Hintergründe, die eine positive Stimmung erzeugen und zum Teil die Markenfarben aufgreifen. Die Farbstimmung ist dabei neutral und natürlich.

Wir halten dazu an, auf Imagemedien nicht mit Gebäudebildern zu werben. Bei Wegweisern, Eröffnungen oder ähnlichen Themen, können natürlich Ausnahmen erfolgen.



Gerne recherchieren wir themenbezogene bzw. zu unserem Corporate Design passende Bilder für Sie, um ihr Medium bestmöglich zu präsentieren.

SOCIAL MEDIA

Um sich als Unternehmen professionell zu positionieren, gerade in der flüchtigen Social Media-Kommunikation ist es erforderlich, stimmige Maßnahmen zu ergreifen, um eine konsistente Markenpräsenz zu entwickeln. Beiträge sollen Botschaften untermauern und mit vertrauensschaffenden Emotionen assoziiert werden.

Die visuellen Elemente wie Logo, Schrift und Farben und natürlich die gesamte Bildsprache entsprechen den Corporate Design Vorgaben. Der visuelle Content wird ausschließlich von der Abteilung Kommunikation und Medien vor-/aufbereitet und hochgeladen. Rohmaterial kann gerne zur Verfügung gestellt werden, um die Einheitlichkeit der Beiträge jedoch zu gewährleisten erfolgt die Bearbeitung ebenfalls durch die KomMed.

Die Social Media Kommunikation erfolgt über die offiziellen Accounts des UKB. Accounts von einzelnen Kliniken, Instituten oder Bereichen sollen nicht geführt werden, denn das führt zur Zersplitterung von Abonnenten und einer Schwächung der UKB Marke. Auf persönlichen Beiträgen von Mitarbeitenden über das UKB können die offiziellen UKB Accounts verlinkt werden. Mitarbeitende, die sich gerne im Social Media Bereich engagieren möchten, können sich gerne bei der KomMed melden.



Dieses Beispiel zeigt die Visualisierung unserer Pressemitteilungen nach der Aufbereitung durch das Social Media Team.



Einheitliche Highlights und ein stimmiger Feed sind Voraussetzung für eine erfolgreiche Social Media Präsenz.



Die Social Media Kanäle bieten gute Möglichkeiten auf Kampagnen des UKB aufmerksam zu machen.

Die Kanäle:



GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Die Geschäftsausstattung ist ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskommunikation und dient dazu, das professionelle Erscheinungsbild einer Marke oder eines Unternehmens zu präsentieren. Sie umfasst verschiedene Elemente, die im Geschäftsalltag verwendet werden, um Informationen zu vermitteln und die Markenidentität zu repräsentieren.

Das fertig angelegte Dokument können Sie nach Ihrem Bedarf modifizieren:

Einsatz von UKB- und Universitätslogo:

Die Briefbögen aller Kliniken und Institute tragen beide Logos (Uni links, UKB rechts). Insbesondere die vorklinischen und theoretischen Einrichtungen sowie das Dekanat sollen, neben dem UKB, das Uni-Logo mit tragen. Davon ausgenommen sind die Verwaltung des UKB. Die Verwaltung benutzt ausschließlich das UKB-Logo.

Sekundär-Logo / Artwork vorhanden:

Setzen Sie das Logo/Artwork in guter Druckqualität (300 dpi in RGB Farbwerten) im Bereich 2 ein. Bitte beachten Sie, dass das Logo/Artwork an der oberen linken Ecke des Bereichs anfängt und bis zur maximalen Breite und der maximalen Höhe des Bereichs skaliert werden darf.

Es wird keine Logos mit Subline mehr geben. Ihr Klinikzusatz oder Ihr Bereich steht nun unterhalb des Logos im Bereich 1.

Bitte beachten Sie folgende Regelungen:

Die voreingestellten Schriften dürfen nicht verändert werden. Bitte fügen Sie keinesfalls andere Schriften oder neue Schnitte hinzu. Die Überschriften und Aufzählungen sind ebenfalls bereits definiert.

Zwischen den Textblöcken der Adressleiste fügen Sie bitte zwei bis drei Leerzeilen ein - keinesfalls mehr, damit die Blöcke nicht auseinanderfallen.

Das Sekundär-Logo steht in seinem Bereich 2 oben links und erhält die maximale Breite des UKB-Logos. Keinesfalls die Position ändern.

Reihenfolge in der Adressleiste:

Direktor/in oder Leitung der Einrichtung (nach Maßgabe der Direktion/Leitung) ggf. Bezeichnung der Unterabteilung Name und Daten des Absenders (sofern nicht mit 1 identisch)

Name und Daten des Sekretariats, Sachbearbeiter/in oder Ansprechpartner/in Postanschrift ggf. weitere Informationen, z.B. Sprechzeiten, Bushaltestelle etc.

Die Word-Vorlagen für den Briefbogen können Sie auf den Intranets Seiten der Stabstelle Kommunikation und Medien downloaden. Die Unternehmenskommunikation und Medien steht Ihnen gerne beratend bei der Erstellung Ihrer Briefbögen zur Seite.

Die Visitenkarten werden für Sie nach Bedarf in der Kommunikation und Medien gefertigt. Sie sind standardisiert und werden mit Ihren Daten angepasst. Über den UKB-Shop können Sie die Bearbeitung beauftragen.

Dem wissenschaftlichen Personal ist es freigestellt, zusätzlich im Intranet der Universität eine Visitenkarte der Universität anzufordern und dem Anlass entsprechend einzusetzen.

Das Format beträgt 85 x 55 mm, was dem Standard-Format für Visitenkarten entspricht.

Die Ausrichtung des Namens erfolgt rechtsbündig.



Im Bereich 1 steht immer das UKB-Logo an exakt selber Position.

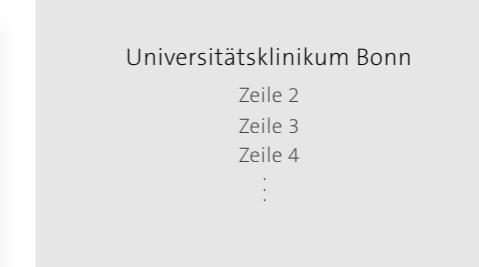
Bereich 2 ist für die Namen, Berufsbezeichnung, Titel, Abteilungsbezeichnung (Direktionsebene) vorgesehen.

Im Bereich 3 finden sich die Kontakt-Daten. Zuerst die persönlichen, dem Namen entsprechenden Telefon- und Fax-Nummern, die persönliche Mail-Adresse, gefolgt von allgemeinen UKB-Angaben.

Bereich 4 zeigt immer die vollständige Adresse sowie Gebäudenummern.

Firmenstempel des UKB werden über Consense bestellt. Die Größe sowie den Inhalt können sie je nach Stempel frei wählen. Um einen einheitlichen Auftritt zu generieren steht in der **ersten Zeile** immer „Universitätsklinikum Bonn“.

Wenn möglich soll das offizielle **UKB Logo (in schwarz weiß)** eingesetzt werden. In diesem Fall ersetzt das Logo die erste Zeile „Universitätsklinikum Bonn“.



Das UKB Logo steht im Intranet als Download zur Verfügung.

Die Powerpoint Vorlagen sind dezent an das Design angepasst. Auch hier ist das Gestaltungselement zu finden, sowie der Platz für ein mögliches Sublogo oben links. Die Logos befinden sich auf den Folien immer im oberen Bereich, um möglichst viel Platz für Inhalt zu generieren. Das Parallelogram und die Logos sind feste Bestandteile auf jeder Folie und können nicht verändert werden.



Eine Standardfolie für wissenschaftliche Poster sowie die Powerpoint Vorlagen stehen zum download über das Intranet bereit.



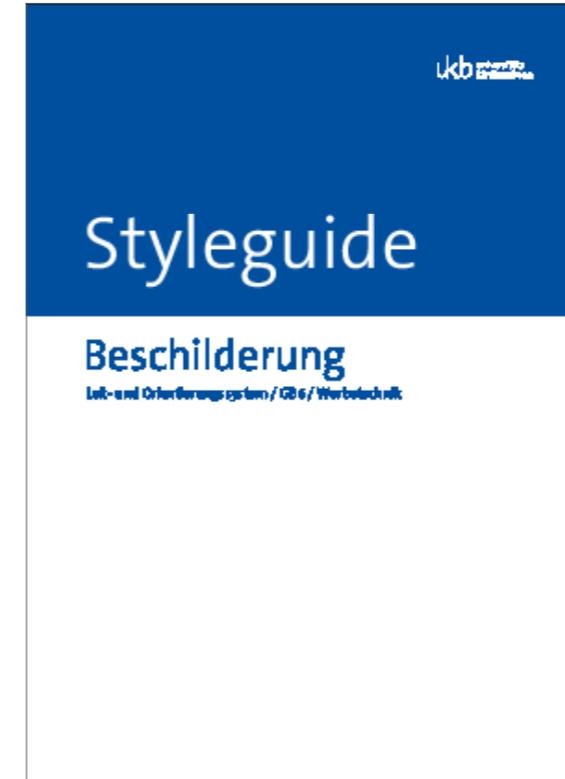
UNIVERSITÄT **BONN** ukb universitäts klinikumbonn

Titel
Autorinnen und Autoren

Qui aut escia veliatem harum eligendaecum et odiclus andae. Itatio. Itataque parchiliqua vel mod quat. Cersperspe volenetusdae volum venis aut moditisquam rendam et ent el modisto taUpla con con et faccupate id min elitatem fuga. Giatur sequis sedita videre volut ut qui ut porerum dem et omnissimet veliatia deliquiam vel experovid eni blaceri tempose peles acculpa rumquo ius estemodia quas dento morlorio insectur arupta preria nienimus apero tenimaxim quat conserro ommodibus dolecto vel magnisit officips et reribus

UKB-CAMPUS

Die Beschilderung des UKB-Campus unterliegt dem Geschäftsbereich 6 - Facility Management. Die Beschilderungen rund um den Campus und innerhalb der Gebäuden dient primär einer guten Orientierung für Patient*innen und Besucher*innen.



Der Styleguide der Campus-Beschilderungen steht im Intranet zum Download zur Verfügung.



IMPRESSUM

Corporate Design Guide
des Universitätsklinikums Bonn
6. Auflage, 2023

Leitung: Viola Röser
Telefon: 0228 287-10469
E-Mail: viola.roeser@ukbonn.de
Internet: www.ukbonn.de

HERAUSGEBER

Universitätsklinikum Bonn
Kommunikation und Medien (Stabsstelle beim
Ärztlichen Direktor und Vorstandsvorsitzenden
im Auftrag des Klinikumsvorstands)
Vorstandsvorsitzender: Prof. Dr. med. Dr. h. c.
mult. Wolfgang Holzgreve, MBA

REDAKTION/LAYOUT
Kommunikation und Medien
Stabsstelle beim Ärztlichen Direktor
und Vorstandsvorsitzenden

