Corporate Design Manual

WU
VIENNA

Das Design ist das Gesicht der WU

Die WU positioniert sich klar als zukunftsfähige und innovative Leitorganisation im tertiären Bildungsbereich. Sie übernimmt international als viel beachtete und geschätzte Partnerin eine aktive Rolle und kooperiert weltweit mit ausgezeichneten Universitäten. In Österreich ist die WU als einzige Wirtschaftsuniversität die wichtigste Forschungs- und Bildungsinstitution in den Wirtschaftswissenschaften. Sie zeichnet sich durch Internationalität, Disziplinenvielfalt und ein umfassendes Verständnis von wirtschaftlichem Handeln aus.

Mit all dem sind hohe Anforderungen verbunden – an die Qualität der Arbeit, aber auch an die Art und Weise, wie sich die WU in der Öffentlichkeit präsentiert.

Nationale und internationale Bekanntheit, sowie öffentliche Akzeptanz sind wichtige Werte in dem Bild, das die WU nach außen transportiert. Ein starker visueller Auftritt mittels eines einprägsamen und konsequent umgesetzten Corporate Designs trägt dazu bei, dass die Menschen die WU wiedererkennen, sowie dass sich Studierende und Mitarbeitende mit ihr identifizieren.

VERBINDLICHE REGELUNGEN UND ARBEITSHILFEN

Im vorliegenden Manual sind die wichtigsten Regelungen des Corporate Designs für unterschiedliche Medienformate und Gestaltungsbereiche zusammengefasst. Alle hier dokumentierten Normen sind verbindlich. Für die einzelnen Bereiche stehen Gestaltungshilfen und/oder Vorlagen zur Verfügung. Diese sind so konzipiert, dass ein gewisser Gestaltungsspielraum innerhalb verbindlicher Eckpunkte erhalten bleibt.

VERTRAUEN UND GLAUBWÜRDIGKEIT

Helfen Sie mit, dass die WU in der Öffentlichkeit ein unverwechselbares Gesicht zeigt, das Vertrauen und Glaubwürdigkeit schafft. Alle von Ihnen gestalteten Drucksorten, Broschüren, Websites und andere Veröffentlichungen repräsentieren die WU und positionieren sie und ihre Kernwerte in unvergleichbarer Weise auf dem internationalen Bildungsmarkt.

Für Fragen in Zusammenhang mit der Umsetzung des Corporate Designs, wenden Sie sich bitte an die Abeiltung für Marketing & Kommunikation.

Ansprechperson: Daniela Huter, **daniela.huter@wu.ac.at** oder **DW 5081**

Inhaltsverzeichnis

GRUNDLAGEN

LOGOS
› Logoarten 5
› WU-Logo 6
› WU-Submarken 7
› Logos von Instituten und Organisationseinheiten 8
› Social Media-Logos von Instituten und Organisationseinheiten 9
› Projektlogos 10
› Co-Branding 11

FARBEN
› WU-Farbwelt 13
› Farben der Onlinemedien 14

SCHRIFTEN
› Systemschrift 16
› Hierarchie der Systemschrift 17
› Hausschriften 18
› Hierarchie der Hausschriften 19
› Webschriften 20
› Hierarchie der Webschriften 21
› Webschriften – Platzierung über Bildern 22

DESIGNELEMENTE
› Titelbalken 24
› Primärelemente 25
› Primärelemente, Muster 26
› Designelemente/Hervorhebungen – Globus 27
› Designelemente/Hervorhebungen – Störer 28
› Designelemente/Hervorhebungen – Elemente 29
› Icons 31
› Darstellung von Diagrammen 32
› Darstellung von Tabellen 33
› Illustrationen 34

BILDKONZEPT
› Fotografie-Richtlinien 36
› Fotoformate 37

SPRACHLICHE GRUNDLAGEN
› Corporate Language 39
› Geschlechtergerechte Sprache 40
› Barrierefreie Gestaltung von Printprodukten 41

DRUCKSORTEN/VORLAGEN
› Visitenkarten 43
› E-Mail-Signatur 44
› Briefbogen 45
› Komplimentkarte und Kurzbrief 46
› Briefumschläge 47
› PowerPoint-Vorlagen 48
› Word-Vorlagen 49
› Deckblätter für Skripten und Berichte 50
› Urkunden 51

PRINT PUBLIKATIONEN

PAPIERE
› Papiere 53

BROSCHÜREN
› Sekundärelement 55
› Cover (inkl. Co-Branding) 56
› Layout der Innenseiten 57
› Bildplatzierungen Broschüre 58
› A4 hoch Gestaltungsraster 59
› A5 hoch Gestaltungsraster 63
› A5 quer Gestaltungsraster 67
› A5 Broschüre, Wickelfalz (6 Seiten) 71
› A5 Broschüre Tabernakelfalz (8 Seiten) 72
› DIN Lang hoch Gestaltungsraster 73

EINLADUNGEN
› Einladungen A5 Hochformat 77
› Einladungen A5 Querformat 78

FLUGBLÄTTER
› Flugblatt Typo einseitig A4 oder A5 80
› Flugblatt Bild einseitig A4 od. A5 mit viel Text 81
› Flugblatt zweiseitig A4 oder A5 82

PLAKATE
› Plakat Typo mit Primärelement 84
› Plakat mit Bildelement 86

INSERATE
› Inserate Typo im Hochformat 88
› IInserate im Hochformat mit Bild 89
› Inserate Typo im schmalen Hochformat 90

ROLL-UP DISPLAYS
› Roll-Up Displays 92

TRANSPARENTE
› Transparente 94

Grundlagen

Logos
Farben
Schriften
Designelemente
Bildkonzept
Sprachliche Grundlagen

Logoarten

Das WU Logo ist das primäre Identifikationsmerkmal für die gesamte Universität. Eigene Logos sind weder für Dienstleistungseinrichtungen der WU, noch für Departments, Institute, Abteilungen oder sonstige Organisationseinheiten der WU erlaubt. Für Organisationseinheiten gibt es jedoch die Möglichkeit, ein Sublogo zu nutzen (siehe Seite 7).

› Das WU Logo ❶ (Seite 6)
› Die WU Submarken ❷ (Seite 7)
› Die Logos von Instituten und Organisationseinheiten ❸ (Seite 8)
› Die Logos von Instituten und Organisationseinheiten für Social Media-Kanäle ❹ (Seite 9)
› Die WU Projektlogos ❺ (Seite 10)
› Das Co-Branding (mit Fremdlogos) (Seite 11)

❶ **WU LOGO**

WU VIENNA

WU WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN VIENNA UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

❷ **WU SUBMARKEN (ALUMNI, EXECUTIVE ACADEMY, ZBP CAREER CENTER, FOUNDATION)**

WU ALUMNI

WU EXECUTIVE ACADEMY

WU ZBP CAREER CENTER

WU FOUNDATION

❸ **BEISPIEL EINES WU INSTITUTS- UND ORGANISATIONSEINHEITEN-LOGOS**

WU VIENNA | GRÜNDUNGSZENTRUM

❹ **BEISPIEL EINES WU INSTITUTS- UND ORGANISATIONSEINHEITEN-LOGOS FÜR SOCIAL MEDIA-KANÄLE**

WU BUSINESS LANGUAGE CENTER

WU SIMC

❺ **BEISPIEL EINES WU PROJEKTLOGOS**

WU VIENNA | RESEARCH TALENTAWARD

WU-Logo

Das WU-Logo **wird immer** in der Variante „WU VIENNA“ abgebildet ❶. Die minimale Größe auf Drucksorten beträgt 14 mm ❷.

In einer Logoleiste darf das WU-Logo mit dem Zusatz „Vienna“ bis zu einer minimalen Größe von 7 mm verkleinert werden ❸.

Alternativ kann das Logo **mit dem deutsch-englischen Zusatz** „Wirtschaftsuniversität Wien Vienna University of Economics and Business“ verwendet werden ❹.

Das Logo wird entweder **positiv schwarz** abgebildet und steht dabei immer auf weißem bzw. sehr hellem Hintergrund, sodass ausreichend Kontrast zwischen Logo und Hintergrund gegeben ist oder **negativ weiß** auf dunklen Hintergründen, wobei ebenfalls ausreichend Kontrast zwischen Logo und Hintergrund gegeben sein muss um das Logo klar und deutlich lesen zu können.

Die Logos finden Sie im Intranet unter:
https://short.wu.ac.at/logos

LOGOPOSITION

Die Positionen des WU-Logos zum Rand leiten sich aus der Breite = X und der Höhe = Y der Logoabbildung ab. Die jeweiligen Abstände zur Außenkante ändern sich proportional zur Größe des Logos ❺.

Das Logo steht immer in der **rechten** ❻ oder der **linken oberen Ecke** ❼ der Seite, der jeweiligen Drucksorte. **Es gibt keine Ausnahmen.**

WU-Submarken

Neben der Dachmarke WU wurden auch die optischen Umsetzungen für **die Submarken** der WU definiert.

Die Logos werden ausschließlich **positiv schwarz** abgebildet und stehen dabei immer auf weißem Hintergrund.

Die Logopositionierung der Submarken ist analog zum WU-Logo (Seite 6).

WU
ALUMNI

WU
ZBP
CAREER CENTER

WU
EXECUTIVE
ACADEMY

WU
FOUNDATION

Logos Institute und Organisationseinheiten

Für Organisationseinheiten der WU gibt es unter folgenden Bedingungen die Möglichkeit, ein Sublogo zu nutzen:

› Eigenständige Organisationseinheit, keine Teileinheit
› Kommunikation an die Öffentlichkeit, nicht ausschließlich intern
› Studienprogramme der WU

Je nach Länge des Instituts- bzw. Organisationsnamens, ist dieser ein-, zwei- und dreizeilig anzulegen, wobei die Breite des Textbereiches das 3,5-fache der Breite des WU-Teils des Logos nicht überschreit. Die Schriftart ist mit der Avenir Heavy festgelegt und wird versal gesetzt gesperrt (InDesign 60/1.000 Geviert), als Farbe wird ausschießlich schwarz verwendet. Der Trennbalken (40 % der Strichstärke vom Abstrich „W") ist entweder in der WU-Hauptfarbe oder einer Farbe einer WU-Submarke angelegt. Bei mehrzeiligem Text ist der Durchschuss ident mit der Schriftgröße.

Social Media-Logos Inst. u. Org.-einheiten

Für Organisationseinheiten der WU gibt es unter folgenden Bedingungen die Möglichkeit, ein Sublogo für Social Media-Kanäle zu nutzen:

› Eigenständige Organisationseinheit, keine Teileinheit
› Kommunikation an die Öffentlichkeit, nicht ausschließlich intern
› Studienprogramme der WU

Je nach Länge des Instituts- bzw. Organisationsnamens, ist dieser ein- bis vierzeilig anzulegen, wobei fixe Maße bestehen, die unten angeführt sind. Die Größe ist mir 180×180 Pixel festgelegt. Ausgerichtet ist die Einheit aus Logo-Balken-Schrift immer horizontal und vertikal zentriert, wobei ein Randabstand von mind. 60 Pixel einzuhalten ist. Die Schriftart ist Avenir Heavy, Größe 60/64 Punkt, versal gesetzt und „gesperrt" (InDesign 60/1.000 Geviert). Als Schriftfarbe wird ausschießlich schwarz verwendet. Der Trennbalken ist in der WU-Hauptfarbe angelegt und hat die Breite des Logos WU.

Projektlogos

Für strategisch wichtige Projekte der WU gibt es die Möglichkeit, ein Projektlogo zu erstellen. Folgende Bedingungen müssen dafür gegeben sein:

› Vom zuständigen Vizerektorat genehmigtes Projekt
› Externe Zielgruppe

Der Textbaustein des Logos ist nach Möglichkeit 2-zeilig anzulegen, wobei bei mehreren Worten kein Abstand sondern ein farblicher Wechsel erfolgt. Ein Zeilenumbruch erfolgt nach ganzen Wörtern. Es sind maximal 2 Zeilen möglich. Als Farben kommen primär die WU-Hauptfarbe (Pantone 313 und deren CMYK-Wert, 100/0/20/12) und sekundär Pantone 282 und deren CMYK-Wert (100/68/0/54) zum Einsatz. Als Schriftart findet die Avenir Black, versal gesetzt, Verwendung. Der Text ist nicht gesperrt und der Zeilenabstand beträgt lediglich 4/5tel der Schriftgröße. Die maximale Breite des Textbereiches ist mit dem 3,5-fachen der Breite des WU-Teils des Logos festgelegt.

Der Trennbalken ist dünner (7 % der Strichstärke vom Abstrich „W") als bei den Logos der Institute und Organisationseinheiten schwarz und ragt „leicht" oben (10 % der WU-Höhe) wie unten (8,5 % der WU-Höhe) über den WU-Teil des Logos hinaus.

Co-Branding

Das WU-Logo wird – wo immer möglich – mit den Logos der Akkreditierungsagenturen in der Reihenfolge EQUIS-AACSB-AMBA abgebildet. Weiters kann das WU-Logo auch gemeinsam mit Sponsorenlogos oder Logos von Kooperationspartner*innen abgebildet werden.

EQUIS-, AACSB- UND AMBA-LOGOS

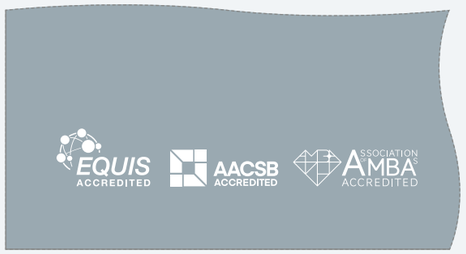
Die Logos der Akkreditierungsagenturen dürfen auf weißem Hintergrund in den Originalfarben ❶ oder auf farbigem Hintergrund bzw. auf Bildern negativ-weiß ❷ bzw. positiv-schwarz ❸ eingesetzt werden – wobei darauf zu achten ist, dass der Hintergrund der Logos ruhig und ein möglichst großer Kontast gegeben ist, um die Lesbarkeit der Logos zu gewährleisten. Die minimale Größe der Logoleiste ist mit 43 mm Breite und 7,5 mm Höhe fixiert ❹. Bei kleineren Anwendungen muss auf die Logos verzichtet werden. Bei Verwendung in Kombination mit dem WU-Logo ist die Logoleiste (mit Rücksicht auf die Minimalgrößen) mit der 2-fachen Breite es WU-Logos zu platzieren ❺.

SPONSORENLOGOS UND LOGOS VON KOOPERATIONSPARTNER*INNEN

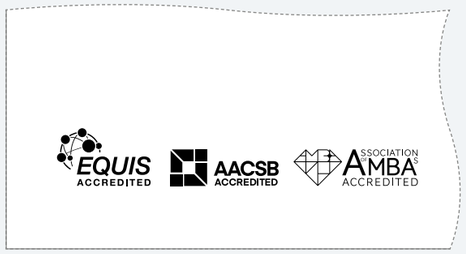
Der Einsatz dieser Logos gemeinsam mit dem WU-Logo ist für die einzelnen Produkte wie z. B. Broschüren oder Plakate in den jeweiligen Kapiteln beschrieben.

❶

❷



❸



❹

❺

Grundlagen

Logos
Farben
Schriften
Designelemente
Bildkonzept
Sprachliche Grundlagen

WU-Farbwelt

FARBEN DER KERNMARKE

Hauptfarbe der WU ist **Pantone 313**. Diese sollte in allen Produkten eingesetzt werden, außer bei jenen, wo andere Farben fix vorgegeben sind (z. B. Submarken).

Die anderen Farben können nach Rücksprache mit Marketing & Kommunikation damit kombiniert werden.

FARBEN DER SUBMARKEN

Jeder der WU-Submarken wurde eine eigene Farbe zugeordnet, die ihre Identität stärken soll. Diese Farbe soll bei allen Publikationen, eingesetzt werden, um eine entsprechende Identifikation zu ermöglichen.

EXTERNE KOMMUNIKATION UND STUDIERENDENKOMMUNIKATION PRIMÄRFARBE

PRIMÄRFARBE

PANTONE 313
CMYK: C 100 / M 0 / Y 20 / K 12
RGB: R 11 / G 128 / B 167
HEX: #0B80A7
HKS: 48 N-80-10
RAL: 690-3
FOLIE: Scotchcal™ 100-2457

SEKUNDÄRFARBE

PANTONE 282
CMYK: C 100 / M 68 / Y 0 / K 54
RGB: R 16 / G 40 / B 99
HEX: #003366
HKS: 41 N-100-00
RAL: 5022
FOLIE: Scotchcal™ 100-1182

INTERNE KOMMUNIKATION

PRIMÄRFARBE

PANTONE 369
CMYK: C 55 / M 0 / Y 90 / K 5
RGB: R 154 / G 191 / B 77
HEX: #99CC33
HKS: 66 N-70-30
RAL: 230-3
FOLIE: Scotchcal™ 100-719

SEKUNDÄRFARBE

PANTONE 343
CMYK: C 90 / M 15 / Y 80 / K 45
RGB: R 0 / G 102 / B 51
HEX: #006633
HKS: 57 N-70-50
RAL: 6005
FOLIE: Scotchcal™ 100-56

PROGRAMMFARBEN

BACHELORPROGRAMME

PANTONE 144
CMYK: C 0 / M 50 / Y 100 / K 0
RGB: R 219 / G 158 / B 37
HEX: #CC9900
HKS: 6 N-100-10
RAL: 370-4
FOLIE: Scotchcal™ 100-598

MASTER-, DOKTORATS-, PHD-PROGRAMME

PANTONE 1795
CMYK: C 0 / M 96 / Y 90 / K 2
RGB: R 194 / G 40 / B 46
HEX: #CC3333
HKS: 23 N-80-00
RAL: 440-2
FOLIE: Scotchcal™ 100-266

FARBEN DER SUBMARKEN

WU ALUMNI

PANTONE 633
CMYK: C 98 / M 6 / Y 10 / K 29
RGB: R 0 / G 115 / B 150
HEX: #007396
HKS: 48 N-100-30
RAL: 690-4 / **NCS:** S 3060-B10G
FOLIE: MACal 9849-133 CAST

WU EXECUTIVE ACADEMY

PANTONE 2151
CMYK: C 75 / M 30 / Y 0 / K 30
RGB: R 84 / G 120 / B 167
HEX: #5478A7
HKS: 44 N-80-30
RAL: 5023
FOLIE: Scotchcal™ 100-415

WU ZBP CAREER CENTER

PANTONE 5473
CMYK: C 86 / M 20 / Y 40 / K 30
RGB: R 63 / G 122 / B 128
HEX: #006666
HKS: 52 N-60-50
RAL: 710-4
FOLIE: Scotchcal™ 100-2422

WU FOUNDATION

PANTONE 2132
CMYK: C 93 / M 66 / Y 0 / K 0
RGB: R 8 / G 87 / B 195
HEX: #0857C3
HKS: 43 N-80-00
RAL: 5019
FOLIE: Scotchcal™ 100-17

ACHTUNG: FARBEN VARIIEREN JE NACH AUSDRUCK. DIE PANTONE- BZW. 4C-WERTE SIND FARBVERBINDLICH.

Farben der Onlinemedien

FARBEN DER ONLINEMEDIEN

Folgende Farben und deren Kontraste sind für Hintergrund und Schriften einzusetzen. Diese sind für alle Onlinemedien zu verwenden.

HAUPTFARBE

Vordergrund	Zulässige Kontrastfarben Hintergrund
HEX: #0B80A7	#FFFFFF #F0F0F0 #D9F0F4
HEX: #3F7B99 (90% DECKUNG) (Hauptfarbe +10 % Black, 90 % Deckung z.B.: ggf. für Unterlegung bei Video)	#FFFFFF
HEX: #187090 (Hauptfarbe +10 % Black z.B.: Hover bei Buttons	#FFFFFF #F0F0F0 #D9F0F4

SEKUNDÄRFARBEN

Vordergrund	Zulässige Kontrastfarben Hintergrund
HEX: #323232	#FFFFFF #F0F0F0 #D9F0F4
HEX: #585858	#FFFFFF #F0F0F0 #D9F0F4
HEX: #9C9C9C	#323232 #000000
HEX: #F0F0F0	#585858 #323232 #000000 #0B80A7
HEX: #D9F0F4	#585858 #323232 #000000 #0B80A7

ACHTUNG: FARBEN VARIIEREN JE NACH AUSDRUCK. DIE RGB- ODER HEXADEZIMAL-WERTE SIND FARBVERBINDLICH.

Grundlagen

Logos
Farben
Schriften
Designelemente
Bildkonzept
Sprachliche Grundlagen

Systemschrift

FÜR DESKTOP- UND OFFICEANWENDUNGEN

Die Systemschrift der WU ist Verdana. Sie wird bei allen Schriftstücken eingesetzt, die nicht von professionellen Grafikstudios erstellt werden.

Dies sind z. B. Briefe, E-Mails, PowerPoint-Präsentationen, Aushänge und Word-Dokumente. Für die Erstellung von hausinternen Publikation wird Verdana verwendet. Für Headlines wird Georgia eingesetzt.

Verdana Regular/**Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Verdana Regular
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Verdana Bold
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

Georgia Regular/**Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Georgia Regular
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Georgia Bold
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

Hierarchie der Systemschrift

Die Hierarchie der Systemschriften wird wie rechts beschrieben umgesetzt. Diese Definitionen sind als Anhalt zu verstehen, da nicht alle möglichen Varianten beschrieben werden können. Grundsätzlich gilt: die Headline wird auf farbigem bzw. dunklem Hintergrund in der Schriftart Georgia Regular oder Bold (je nach Gewichtung der Headline) weiß gesetzt, auf weißem bzw. hellem Hintergrund schwarz. Sind zusätzliche Zusatzinfos auf einem Cover nötig, werden diese als Subheadline unter die Headline in Verdana Bold schwarz gesetzt – diese Subheadline kann auch über der eigentliche Headline platziert werden. Sind zusätzliche Infos in Textfeldern (wie beim Plakat oder Inserat) nötig, können diese entweder in schwarzer oder weißer Schrift gesetzt werden (Ausnahme: bei weißen Hintergründen nur schwarz). Die Schriftgröße kann der Priorität der Information angepasst werden. Zu verwendende Schriftarten sind Verdana Bold und Georgia Regular/Bold für Hervorhebungen. Es ist immer auf ausreichend Zeilenabstand zwischen den einzelnen Textabschnitten zu achten (bspw. zwischen Headline und Subheadline). Kursive Schrift darf nicht verwendet werden.

Schwarze Headlines sind immer mit einem Farbwert von C 40 / M 0 / Y 0 / K 100 anzulegen

Headline

Cover / 84 pt Georgia Bold bzw. Georgia Regular
für Titel auf einem Cover / 80 pt Zeilenabstand / Spacing 0

› Bei Bedarf kann der Titel in den Abstufungen 72/68 pt, 64/62 pt, 56/54 pt, 48/46 pt, 42/40,5 pt, 36/34 pt und 32/30,5 pt gesetzt werden

Subheadline Cover / 36 pt Verdana Bold für Subheadlines / 38 pt Zeilenabstand / Spacing 0

› Bei Bedarf kann der Titel in den Abstufungen 32/34 pt, 26/28 pt 22/24 pt und 16/18 pt gesetzt werden

Der Titel darf maximal 3-zeilig sein.

Kapitel-Headline

32 pt Georgia Regular für Headlines in Broschüren A4 / 30,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0 / max. 2 Zeilen
28 pt Georgia Regular für Headlines in Broschüren A5 / 26,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0 / max. 2 Zeilen

Einleitungstext (A4) / Verdana Bold 12 pt / 14,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0
Einleitungstext (A5) / Verdana Bold 10 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0

ZWISCHENTITEL 01 / VERDANA BOLD 8,5 PT / VERSALIEN / 12,5 PT ZEILENABSTAND / SPACING 40

Zwischentitel 02 / Verdana Bold 9 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0

Fließtext / Verdana Regular 9 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0

› Aufzählung / Verdana Regular 9 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0 / Tab links 3,5 mm

Hausschriften

FÜR PRINTMEDIEN

Die Hausschriften für alle von Grafikstudios gestalteten Druckwerke (z. B. Broschüren, Inserate, Plakate) sind die Clarendon und die Avenir.

Die Schrift Clarendon wird ausschließlich für die Headlines benutzt. Für Subheadlines, Zwischentitel und Fließtext wird die Avenir eingesetzt.

Clarendon
Roman / **Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Clarendon Roman
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Clarendon Bold
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

Avenir
Medium / **Heavy / Black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Avenir Medium
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Avenir Heavy
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Avenir Black
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

Hierarchie der Hausschriften

Die Hierarchie der Hausschriften wird wie unten beschrieben umgesetzt. Diese Definitionen sind als Anhalt zu verstehen, da nicht alle möglichen Varianten beschrieben werden können. Grundsätzlich gilt: die Headline wird auf farbigem bzw. dunklem Hintergrund in der Schriftart Clarendon Roman oder Bold (je nach Gewichtung der Headline) weiß gesetzt, auf weißem bzw. hellem Hintergrund schwarz. Sind zusätzliche Zusatzinfos im Balkensystem auf Cover nötig, werden diese als Subheadline unter die Headline in Avenir Heavy schwarz gesetzt – diese Subheadline kann auch über der eigentliche Headline platziert werden. Sind zusätzliche Infos in Textfeldern (wie beim Plakat oder Inserat) nötig, können diese entweder in schwarzer oder weißer Schrift gesetzt werden (Ausnahme: bei weißen Hintergründen nur schwarz). Die Schriftgröße kann der Priorität der Information angepasst werden. Zu verwendende Schriftarten sind Avenir Heavy und Clarendon Roman/Bold für Hervorhebungen. Es ist immer auf ausreichend Zeilenabstand zwischen den einzelnen Textabschnitten zu achten (bspw. zwischen Headline und Subheadline). Kursive Schrift darf nicht verwendet werden.

Schwarze Headlines sind immer mit einem Farbwert von C 40 / M 0 / Y 0 / K 100 anzulegen

Headline

Cover / 84 pt Clarendon Bold bzw. Clarendon Roman
für Titel auf einem Cover / 80 pt Zeilenabstand / Spacing 5

› Bei Bedarf kann der Titel in den Abstufungen 72/68 pt, 64/62 pt, 56/54 pt, 48/46 pt, 42/40,5 pt, 36/34 pt und 32/30,5 pt gesetzt werden

Subheadline Cover / 36 pt Avenir Heavy für Subheadlines / 38 pt Zeilenabstand / Spacing 5

› Bei Bedarf kann der Titel in den Abstufungen 32/34 pt, 26/28 pt 22/24 pt und 16/18 pt gesetzt werden

Der Titel darf maximal 3-zeilig sein.

Kapitel-Headline

32 pt Clarendon Roman für Headlines in Broschüren A4 / 30,5 pt Zeilenabstand / Spacing 10 / max. 2 Zeilen
28 pt Clarendon Roman für Headlines in Broschüren A5 / 26,5 pt Zeilenabstand / Spacing 10 / max. 2 Zeilen

Einleitungstext (A4) / Avenir Heavy 12 pt / 14,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0
Einleitungstext (A5) / Avenir Heavy 10 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 0

ZWISCHENTITEL 01 / AVENIR BLACK 8,5 PT / VERSALIEN / 12,5 PT ZEILENABSTAND / SPACING 60

Zwischentitel 02 / Avenir Black 9 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 5

Hervorhebung/Pfeil (A4) / Avenir Black 12 pt / 14,5 pt Zeilenabstand / Spacing 5
Hervorhebung/Pfeil (A5) / Avenir Black 10 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 5

Fließtext / Avenir Medium 9 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 5

› Aufzählung / Avenir Medium 9 pt / 12,5 pt Zeilenabstand / Spacing 5 / Tab links 3,5 mm

Webschriften

FÜR ONLINEMEDIEN

Das Schriftbild der WU-Web- und Onlineanwendungen wird durch verschiedene Schnitte der Schriften Clarendon (Display) und Montserrat (Copy) geprägt.

- **Clarendon Bold:** Einsatz bei Headlines im Fließtext & großflächigen Modulen
- **Montserrat Light:** Einsatz für den Fließtext
- **Montserrat Regular:** Einsatz für Subnavigationslabels
- **Montserrat Bold:** Einsatz für Hervorhebungen & sonstige Navigationslabels (Hauptnav, Metanav)

Clarendon
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Clarendon Bold
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

Montserrat
Light/Regular/**Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Montserrat Light
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Montserrat Regular
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöüáô
1234567890[{}(,.;:!?&ß-*@)]ƒ

Montserrat Bold
Schriften wirken durch Buchstabenformen und -abstände, durch Proportionen und Grauwerte. Die Corporate-Design-Schriften der WU sind markant und einprägsam.

Hierarchie der Webschriften

Einsatz	Größe	Schriftschnitt
H1	**36 px/45 px**	**Clarendon Bold**
H2	**32 px/45 px**	**Clarendon Bold**
H3	**28 px/40 px**	**Clarendon Bold**
H4	**24 px/36 px**	**Clarendon Bold**
H5	**18 px/24 px**	**Montserrat Bold**
Lead	**18 px/24 px**	**Montserrat Bold**
Body Copy	16 px/24 px	Montserrat Light
BUTTON LABELS	**12 px**	**Montserrat Bold (Uppercase)**

Fließtext

Der Fließtext läuft im Content immer über die gesamte Breite.
In Modulen (z. B. Teasern) wird für Copytext ebenfalls dieser Style verwendet.
Betonungen können in **bold** gesetzt werden.

Ungeordnete Listen

- Zum Strukturieren
- von Information
- können Listen verwendet werden
  - die auch verschachtelt funktionieren.
- Listen sorgen für Auflockerung und besseres Verständnis.

Geordnete Listen

1. Auflistungen verschiedener Optionen
Nummerierte Listen sind für das Vergleichen von Optionen oder Vorteilen geeignet.
2. Übersichtlichkeit
Sie sind sehr übersichtlich.
3. Listen-Header & Copy
Nummerierte Listen bieten noch mehr Übersicht, wenn Listen-Header und Copy-Styles verwendet werden.

Linkauszeichnungen

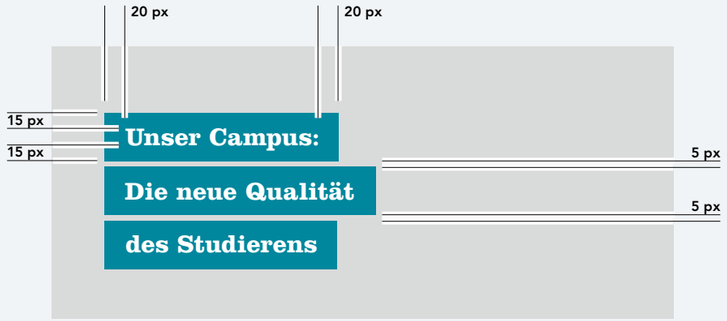
Es dürfen nur interne Links gesetzt werden, die einen deutlichen farblichen Kontrast aufweisen. Externe Links sind zusätzlich deutlich per Icon zu kennzeichnen.
Downloadlinks (PDF, 200KB) sind visuell, sowie per Zusatzinfo über die Größe zu kennzeichnen.

Webschriften – Platzierung über Bildern

DESKTOP

LAPTOP/TABLET

MOBILE DEVICES



Grundlagen

Logos
Farben
Schriften
Designelemente
Bildkonzept
Sprachliche Grundlagen

Titelbalken

Unterhalb der Headline wird ein Titelbalken in der WU-Hauptfarben oder der Farbe einer Submarke platziert. Die Höhe des Titelbalken entsprichte 1/6 der Headlinehöhe, der Abstand zur Headline kann von 3/6 ❶, 4/6 ❷, 5/6 ❸, in Ausnahmen auch 6/6 ❹ der Headlinehöhe, die Breite des Titelbalken 1/3 der Headlinebreite, bei ganz kurzen Headlines, kann sie auch 1/2 der Headlinebreite betragen.

Die Entscheidung, welcher Abstsand verwendet wird, ist vom Medium, der Headlinegröße und -länge sowie der Proportionen abhängig und ist von Fall zu Fall zu entscheiden.

❶

❷

❸

❹

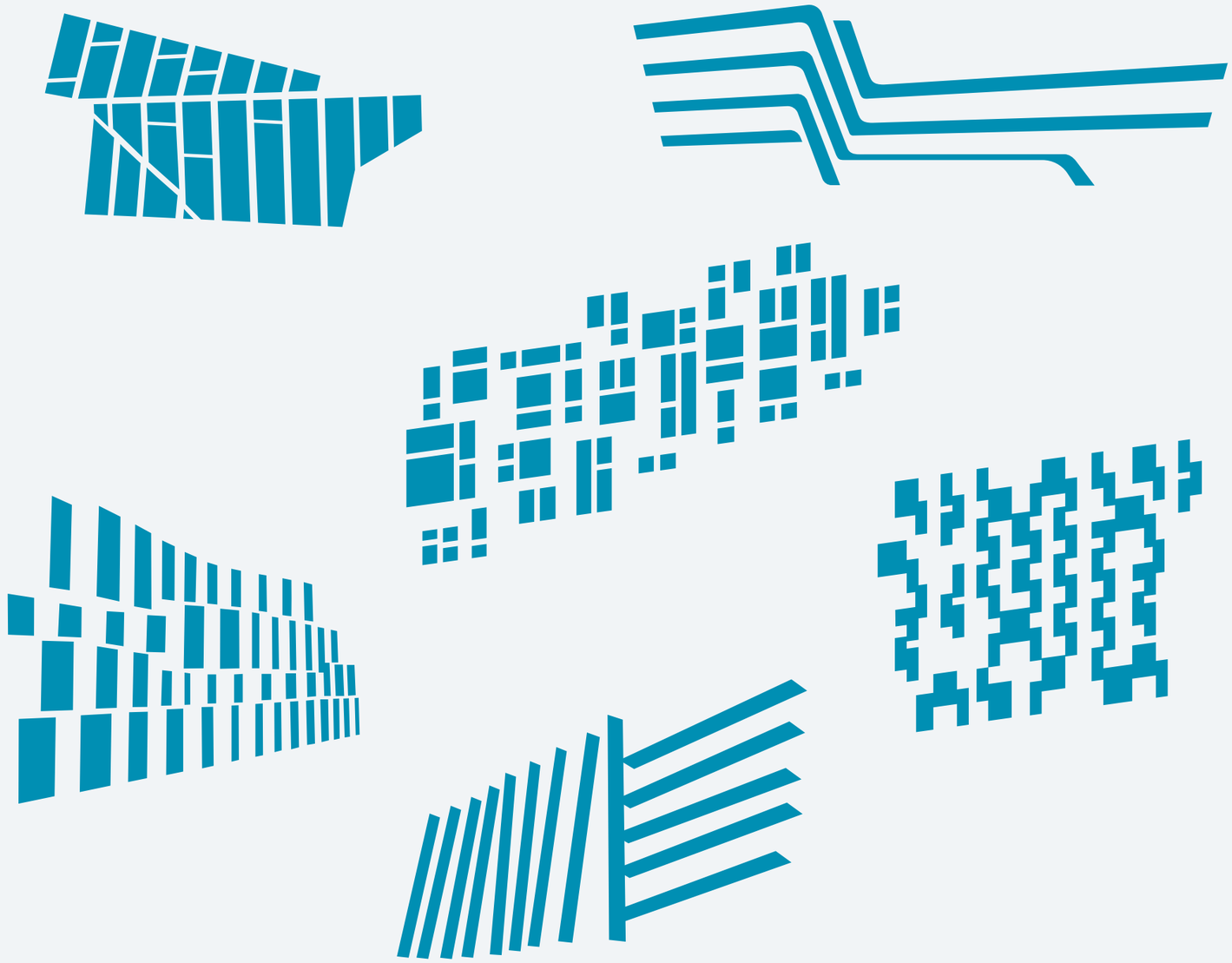
Primärelemente

Als Haupt-Gestaltungselement kommen die „Primärelemente“ zum Einsatz, es gibt 6 zur Auswahl. Es wird jeweils nur ein Primärelement pro Sujet verwendet, nicht in Kombination mit anderen. Eine fixe Platzierung ist nicht vorgesehen, ein Element sollte aber im unteren, seitlichen Bereich, immer angeschnitten platziert werden. In Ausnahmefällen, wenn es das Sujet erfordert, kann das Primärelement auch über ein einzelnes, großes Bild, dass nicht randabfallend unten im Layout platziert ist, gelegt werden.

Auf weißem Hintergrund wird hauptsächlich die WU-Hauptfarbe mit 100 % Deckkraftverwendet. Alternativ kann auch eine Submarken-Farbe oder schwarz mit 100 % Deckkraft verwendet werden.

Bei der Verwendung von Überlagerungen von Huntergrundbildern ist negativ-weiß mit einer Deckkraft von 100 % zu verwenden.

Die Primärelemente in blau und weiß bekommen Sie von **daniela.huter@wu.ac.at**



Primärelemente, Muster

Folgend sind beispielhaft die 6 verfügbren Primärelemente in Anwendung, im Beispiel von Musterplakaten jeweils mit weißen Hintergrund und Bildhintergrund dargestellt.

Designelemente/Hervorhebungen – Globus

Der Globus ist kein integraler Bestandteil des Logos, sondern ein Designelement, das in manchen Umsetzungen fix integriert ist, bei anderen flexibel eingesetzt werden kann.

Fix integriert ist der Globus in den meisten Drucksorten der WU, in den Publikationen z. B. kann er in unterschiedlichen Ausführungen verwendet werden.

Der Globus kann in folgenden Farben verwendet werden: **Blau** (P 282) auf weißem Grund, **Schwarz** auf weißem Grund, **7 % Grau bzw. 7 % Blau** (P 282) beim Einsatz als Unterdruck.

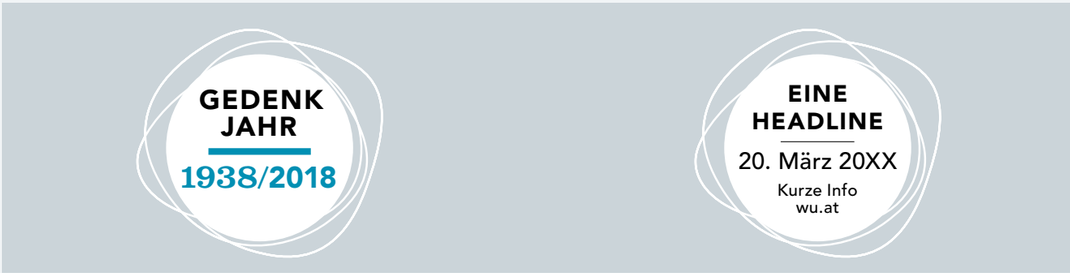
Die minimale Größe auf allen Drucksorten beträgt 8 mm in der Breite ❶, die maximale Größe 15 mm ❷. Als Unterdruck kann der Globus in einer Minimalgröße von 60 mm und einer Maximalgröße von 90 mm ❸ abgebildet werden.

Designelemente/Hervorhebungen – Störer

Für besondere Hervorhebungen können sogenannte „Störer“ zum Einsatz kommen. Störer sind grafische Elemente, die sich vom restlichen Design abheben. Ihr Ziel ist es, Inhalte besonders hervorzuheben. Der Störer besteht aus einem weißen Kreis, umgeben von drei unregelmäßigen Kreisen als Outline ❶. Zur optischen Trennung einer Headline und eines Texts wird eine horizontale Linie verwendet, diese kann schwarz oder in der WU-Hauptfarbe (RGB: R 0 / G 129 / B 152, CMYK: C 100 / M 0 / Y 20 / K 12) angelegt sein – ebenso wie die Schrift.

Für die Veranstaltungsreihe „WU matters. WU talks.“ steht ein speziell entwickelter Störer zur Verfügung, der ausschließlich für diese Veranstaltungsreihe verwendet wird und eher Logocharakter aufweist ❷.

❶ **BSP. STÖRER (MUSTER)**



❷ **WU MATTERS. WU TALKS.-STÖRER**

Designelemente/Hervorhebungen – Elemente

TEXTELEMENTE IN BROSCHÜREN

In Broschüren und auf Flyern, können Texte durch einen links abfallenden Pfeil in der Hauptfarbe bzw. der Farbe einer Submarken hervorgehoben werden. Die Pfeilgröße beträgt für A5-Formate 4,5 × 4,5 mm (abf. Maß: 7,5 × 7,5 mm), für A4-Formate 6 × 6 mm (abf. Maß: 9 × 9 mm). **Die Pfeile dürfen ausschließlich auf linken Seiten als allein stehende Elemente verwendet werden. Sie dürfen nicht in Text eingebettet werden.**

❶ **Einzelne Hervorhebungen**
Format A4 – 12/14,5 pt; Format A5 – 10/12,5 pt,

❷ **Hervorhebung eines Blocks mit Titelzeile**
Format A4 – Titel: 11,5/14,5 pt; Copy: 9/12,5 pt
Format A5 – Titel: 9,5,5/14,5 pt; Copy: 9/12,5 pt

❸ **Mehrfache Hervorhebung mit Kennzahlen**
Format A4 – Zahl: 25/15 pt;
Titel (versal): 11,5/15 pt
Format A5 – Zahl: 20/12,5 pt;
Titel (versal): 10/12,5 pt

❶ **Strategy, Innovation, and Management Control** (MSc WU)

❷ **AT A GLANCE**
› Duration: **6 semesters**
› Credits: **180 ECTS credits**
› Bachelor's thesis: **10 ECTS credits**
› Academic degree: **Bachelor of Science (WU)**

6 mm (A4)
4,5 mm (A5)

6 mm (A4)
4,5 mm (A5)

❸ **1.87** MILLION INHABITANTS
196,455 STUDENTS LIVING IN VIENNA
953 MUNICIPAL PARKS

11

Intelligente Architektur

Die Planung des Campus folgte der Vision allen Mitarbeiter*innen und Studierenden bestmögliche Arbeitsbedingungen zu bieten. Erreicht wurde dies durch eine durchdachte Raumaufteilung und nachhaltige Bauweise.

❶ **Strategy, Innovation, and Management Control (MSc WU)**

❷ **AT A GLANCE**
Duration: **6 semesters**
Credits: **180 ECTS credits**
Bachelor's thesis: **10 ECTS credits**

Das maßgebliche Gestaltungselement des gegenüberliegenden Departmentgebäudes D4 sind Parallelogramme, die sich sowohl im Grundriss als auch in der Fassade finden. Das Spiel mit der geometrischen Figur schafft eine lebendige Fassadenlandschaft mit versetzten Fenstern. In dem vom spanischen Architekturbüro Carme Pinós geplanten Gebäude sind Departments, Forschungsinstitute, die OeNB Bibliothek Sozialwissenschaften und ein Restaurant untergebracht.

Ein paar Schritte weiter markiert das Gebäude der WU Executive Academy das westliche Ende des Campus. Der siebengeschoßige Turm wurde nach den Entwürfen von NO.MAD Arquitectos,

For more information on admission, please see the WU Application Guide: **wu.at/application-guide**

For more information on admission, please see the WU Application Guide

❸ **1.87** MILLION INHABITANTS
196,455 STUDENTS LIVING IN VIENNA
953 MUNICIPAL PARKS

3 ACCREDITATIONS

EQUIS, AACSB, and AMBA
WU's high quality standards are confirmed by its triple international accreditation by EQUIS[1], AACSB[2], and AMBA[3], the three leading international accreditation providers for business and economics universities.

100 COUNTRIES

An international environment
Vienna attracts a highly international student body, and WU is home to 23,000 students from over 100 countries. WU also boasts a highly international faculty. As a student, you benefit from the comprehensive experience our teachers have gained at prestigious universities all over the world.

240 PARTNER UNIVERSITIES

A global network
Are you interested in spending a semester abroad in, say, Paris or London? WU's worldwide network of 240 partner universities around the globe includes Europe's most renowned universities, like HEC Paris and London Business School, and high-profile schools in the US, Asia, Africa, South America, and Australia.

[1] EQUIS = European Quality Improvement System
[2] AACSB = Association to Advance Collegiate Schools of Business
[3] AMBA = Association of MBAs

ABBILDUNG IN 35 % DER ORIGINALGRÖSSE

Designelemente/Hervorhebungen – Elemente

TEXTELEMENTE IN BROSCHÜREN

In Broschüren und auf Flyern, besteht die Möglichkeit, abgesetzte Infoblöcke für die hervorgehobene Darstellung von **Hyperlinks** und/oder **Informationen** zu verwenden. Die Infoblöcke beginnen mit einem Icon. Die Höhe des Icons beträgt immer 2 Textzeilen. Ist der Text länger als zwei Zeilen wird er ab der dritten Zeile eingerückt ❶.

Statistikelemente mit viel Erklärungsbedarf können folgendermaßen dargestellt werden: Die Maße sind in ❷ angegeben, der Fließtext wird neben der Zahl satzspiegelfüllend platziert. Es sollten mindestens 2 Statikstikelemente zum Einsatz kommen, die untereinander platziert werden. Werden solche Statistikelemente über einem ganzseitigem Bild platziert, ist ein weißer Hintergrund, wie in ❷ dargestellt, mit 95 % Deckkraft zu unterlegen.

❶

For more information on admission,
please see the WU Application Guide here:
wu.at/hyperlink

For more information on admission,
please see the WU Application Guide

❷

3
ACCREDITATIONS

A4:
33 mm

Hintergrund: Black 8 %
Zahl: Avenir Heavy, 42 pt
Titel: Avenir Medium, 8,5 pt, Space 60

3
ACCREDITATIONS

A5:
24,5 mm

Hintergrund: Black 8 %
Zahl: Avenir Heavy, 30 pt
Titel: Avenir Medium, 6 pt, Space 60

❶

11

Intelligente Architektur

Die Planung des Campus folgte der Vision allen Mitarbeiter*innen und Studierenden bestmögliche Arbeitsbedingungen zu bieten. Erreicht wurde dies durch eine durchdachte Raumaufteilung und nachhaltige Bauweise.

Strategy, Innovation, and Management Control (MSc WU)

AT A GLANCE
Duration: **6 semesters**
Credits: **180 ECTS credits**
Bachelor's thesis: **10 ECTS credits**

Das maßgebliche Gestaltungselement des gegenüberliegenden Departmentgebäudes D4 sind Parallelogramme, die sich sowohl im Grundriss als auch in der Fassade finden. Das Spiel mit der geometrischen Figur schafft eine lebendige Fassadenlandschaft mit versetzten Fenstern. In dem vom spanischen Architekturbüro Carme Pinós geplanten Gebäude sind Departments, Forschungsinstitute, die OeNB Bibliothek Sozialwissenschaften und ein Restaurant untergebracht.

Ein paar Schritte weiter markiert das Gebäude der WU Executive Academy das westliche Ende des Campus. Der siebengeschoßige Turm wurde nach den Entwürfen von NO.MAD Arquitectos,

For more information on admission, please see the WU Application Guide:
wu.at/application-guide

For more information on admission,
please see the WU Application Guide

1.87 MILLION INHABITANTS
196,455 STUDENTS LIVING IN VIENNA
953 MUNICIPAL PARKS

3
ACCREDITATIONS

EQUIS, AACSB, and AMBA
WU's high quality standards are confirmed by its triple international accreditation by EQUIS[1], AACSB[2], and AMBA[3], the three leading international accreditation providers for business and economics universities.

100
COUNTRIES

An international environment
Vienna attracts a highly international student body, and WU is home to 23,000 students from over 100 countries. WU also boasts a highly international faculty. As a student, you benefit from the comprehensive experience our teachers have gained at prestigious universities all over the world.

240
PARTNER UNIVERSITIES

A global network
Are you interested in spending a semester abroad in, say, Paris or London? WU's worldwide network of 240 partner universities around the globe includes Europe's most renowned universities, like HEC Paris and London Business School, and high-profile schools in the US, Asia, Africa, South America, and Australia.

[1] EQUIS = European Quality Improvement System
[2] AACSB = Association to Advance Collegiate Schools of Business
[3] AMBA = Association of MBAs

❷

ABBILDUNG IN 35 % DER ORIGINALGRÖSSE

Icons

Das „Icon-Set" ❶ besteht aus lizenzfreien Icons, die in verschiedenen Formaten zur Verfügung stehen. Bei Bedarf können dem Set weitere Icons hinzugefügt werden. Download unter **http://iconmonstr.com**

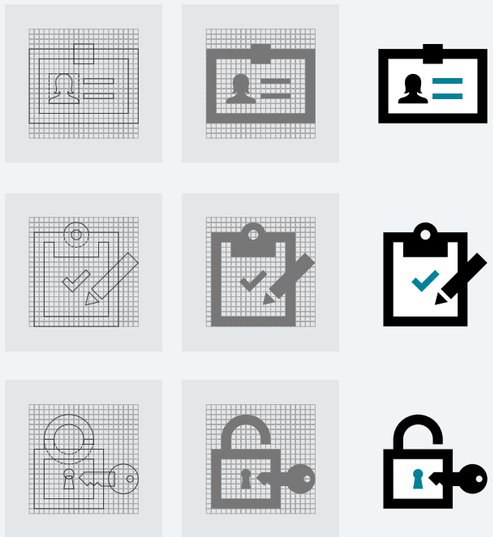
Werden Icons benötigt, die in diesem Set nicht vorhanden sind, können diese nach folgenden Regeln entwickelt werden:

Icons werden primär schwarz dargestellt. Als Schmuckfarbe kann zusätzlich die WU-Hauptfarbe (RGB: R 0 / G 129 / B 152, CMYK: C 100 / M 0 / Y 20 / K 12) verwendet werden – in diesem Fall ist auch der Einsatz von weiß zulässig ❷.

Für die **interne Kommunikation** ist ausschließlich schwarz oder Pantone 369 bzw. deren definierten Farbmodi (siehe Seite 13) zu verwenden, jedoch keine Kombination beider Farben ❸.

❶ **ICON-SET**

❷ **GESTALTUNGSRASTER UND ICONS**



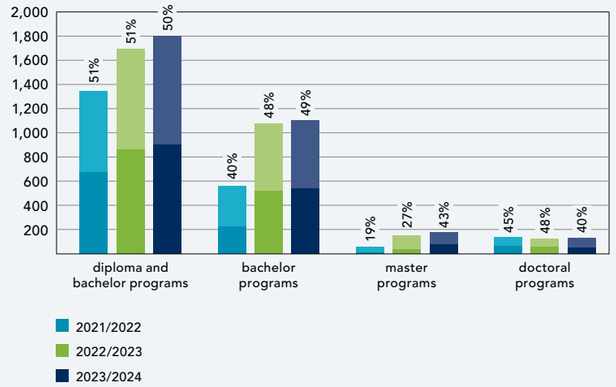
❸ **BEISPIEL-ICONS FÜR INTERNE KOMMUNIKATION**

Darstellung von Diagrammen

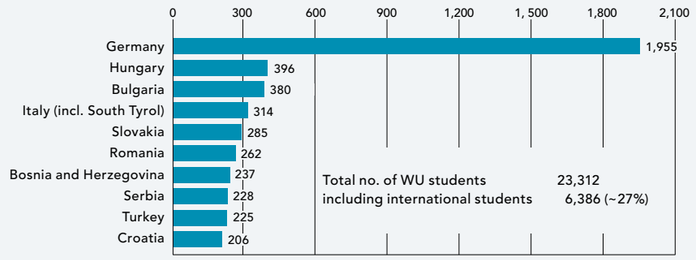
In Tabellen und Grafiken kann mit Farbabstufungen der WU Farben gearbeitet werden, um die Übersichtlichkeit zu erhöhen:

❶ Darstellung von Balkendiagrammen
❷ Darstellung von Tortendiagramm
❸ Darstellung von Liniendiagramm

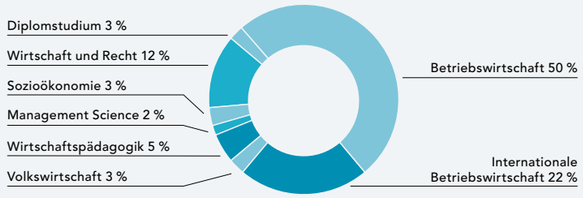
❶ **TITEL BALKENDIAGRAMM**



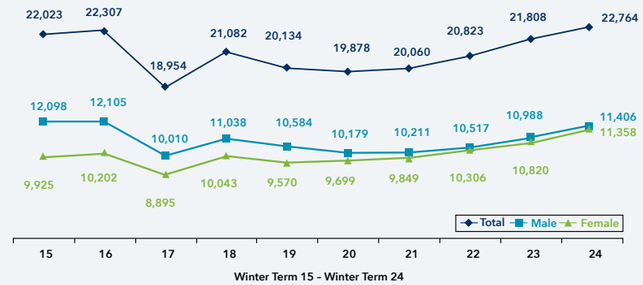
WU'S INTERNATIONAL STUDENTS



❷ **TITEL TORTENDIAGRAMM**



❸ **WU DEGREE STUDENTS**



Darstellung von Tabellen

PRINT PUBLIKATIONEN

In Tabellen und Grafiken kann mit Farbabstufungen der WU Farben gearbeitet werden, um die Übersichtlichkeit zu erhöhen:

Kopfzeile:
Keine Hintergrundfarbe, Titel in 100 % einer WU-Farbe – in der Regel Pantone 313 oder einer Farben einer Submarke, Schriftgröße: 0,5 pt kleiner als Text der Tabellenzeilen.

Darunter eine Zwischenlinie (1,5 pt) in selber Farbe, gefolgt von einer Inhaltszeile mit einem Abstand von 1 mm und mit der Titelfarbe mit 10 % Deckkraft hinterlegt. Darauf folgt in 1 mm Abstand eine dünne Trennlinie (0,5 pt). ❶. Bei Bedarf kann auf das einfärben der Inhaltszellen verzichtet werden ❷.

Tabellenzeilen:
Schriftgröße: ideal 9/11,5 pt, minimal 7,5/10,5 pt
Zwischenlinien: 0,5 pt Farbe schwarz

❶ VARIANTE 1

Allgemeine Management kompetenz	Individuelle Spezialisierungen im Bereich Management	Soziale Kompetenz	Projektkompetenz und Masterarbeit	Kontextwissen
39,5 ECTS	25 ECTS	11 ECTS	29,5 ECTS	15 ECTS
z. B. Strategische Management, Unternehmenssimulation, Organisationstheorien	2 Kompetenzfelder sowie 1 Wahlfach können gewählt werden	z. B. Arbeiten in Teams, Karriere Workshop	z. B. qualitative und quantitative Forschungsmethoden, Masterarbeit Coaching	z. B. Wirtschaftspolitik, Arbeitsrecht, Wirtschaftsgeschichte (Wahlmöglichkeiten)

❷ VARIANTE 2

Allgemeine Management kompetenz	Individuelle Spezialisierungen im Bereich Management	Soziale Kompetenz	Projektkompetenz und Masterarbeit	Kontextwissen
39,5 ECTS	25 ECTS	11 ECTS	29,5 ECTS	15 ECTS
z. B. Strategische Management, Unternehmenssimulation, Organisationstheorien	2 Kompetenzfelder sowie 1 Wahlfach können gewählt werden	z. B. Arbeiten in Teams, Karriere Workshop	z. B. qualitative und quantitative Forschungsmethoden, Masterarbeit Coaching	z. B. Wirtschaftspolitik, Arbeitsrecht, Wirtschaftsgeschichte (Wahlmöglichkeiten)

WEB

<table>
display: table-cell; text-align: left; padding: 18px 21px; border: 1px solid #fff;
  <tr>
  background-color: #008198 font-weight: 700;
    <td>
    background-color: #d9f0f4;

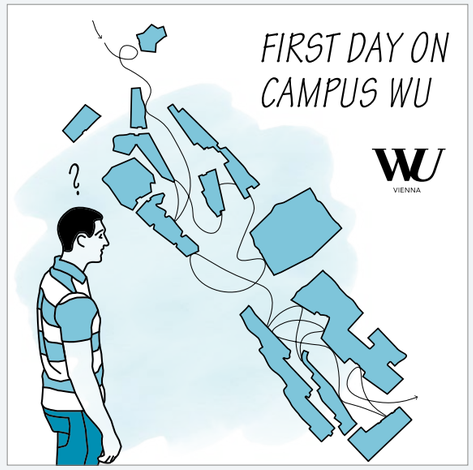
LV-Titel	LV-Typ	ECTS	SSt
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	LVP	4	2
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	LVP	4	2
Mathematik	LVP	4	2
Wirtschaft im rechtlichen Kontext - Europäisches und öffentliches Wirtschaftsrecht I	LVP	4	2

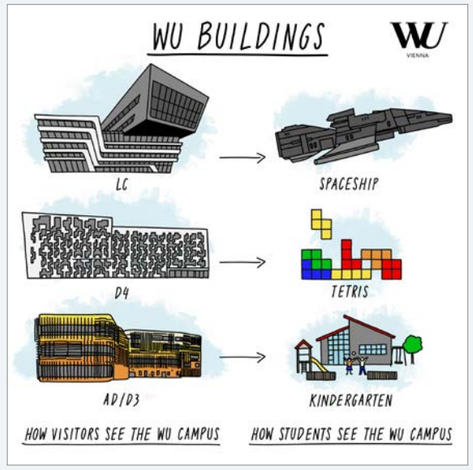
Illustrationen

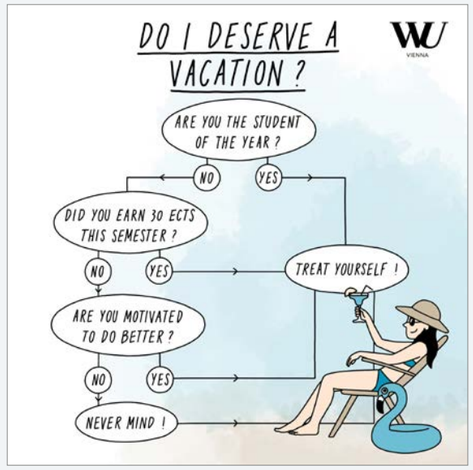
Illustrationen können im Social Media-Bereich, auf der Website oder in Broschüren verwendet werden. Sie dienen zur Auflockerung des Contents oder zur Erklärung komplexer Themen.

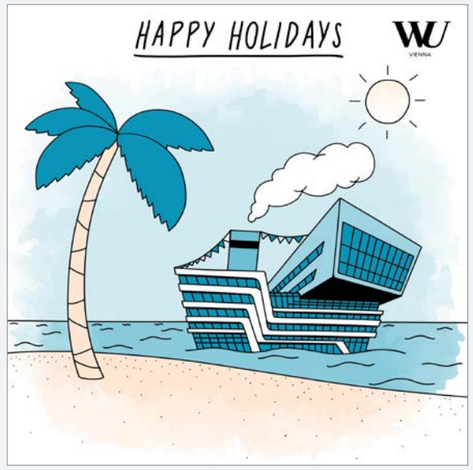
Folgende Punkte müssen dabei beachtet werden:

- Die Zeichnungen dürfen nur von professionellen Illustrator/inn/en angefertigt werden.
- Texte müssen handschriftlich eingefügt werden.
- Diversität und kulturelle Vielfalt sollen in den dargestellten Figuren sichtbar sein.
- Die Personen stehen im Vordergrund, die Gegenstände im Hintergrund sollten nicht allzu detailliert dargestellt sein.
- Die Farbwelt der Grafiken orientiert sich am aktuellen Corporate Design der WU (Blautöne gemäß CD). Der Einsatz einer zweiten Farbe, z. B. Hautfarben oder Grüntöne als Kontrastfarbe (um Dinge hervorzuheben) ist unter Absprache ebenfalls erlaubt.









Grundlagen

Logos
Farben
Schriften
Designelemente
Bildkonzept
Sprachliche Grundlagen

Fotografie-Richtlinien

GENERELL

Die Bildsprache soll zeitgenössisch und modern sein. Spannende Perspektiven erzeugen Dynamik, Bewegung und Atmosphäre – im Sinne der Identität der WU. Ästhetik, Leichtigkeit und ein Hauch von Vogue treffen auf Stilbewusstsein, Jugendlichkeit und Authentizität. Natürlichkeit verleiht den Bildern Glaubwürdigkeit und emotionale Tiefe.

KOMPOSITION

Perspektivwechsel – etwa durch niedrigere Aufnahmepositionen, leicht versetzte Blickwinkel oder Einbezug von Elementen im Vordergrund – verleihen den Motiven eine organische Dynamik und unterstreichen den dokumentarisch-authentischen Charakter der Fotografie. Gleichzeitig legen wir großen Wert auf eine klare, grafisch strukturierte Bildgestaltung. Eine aufge-räumte Komposition mit wenigen, präzise gesetzten Bildelementen schafft Ruhe, unterstreicht die Modernität der Bildwelt und stellt das Hauptmotiv in den Mittelpunkt.

Nicht erwünscht: Unklare, überladene Kompositionen, in denen sich Bildelemente überlagern oder der Fokus verloren geht.

LICHT

Für die Bildgestaltung ist der Einsatz von natürlichem Licht – vorzugsweise Tageslicht – maßgeblich. Ziel ist ein authentischer, sowie ungekünstelter Gesamteindruck mit heller/freundlicher, ausgewogener Lichtstimmung und dezentem Kontrast. Der visuelle Stil orientiert sich an einer modernen, stilvollen Ästhetik mit einem Hauch redaktioneller Eleganz – angelehnt an Vogue, jedoch bewusst zurückhaltend, jung und klar.

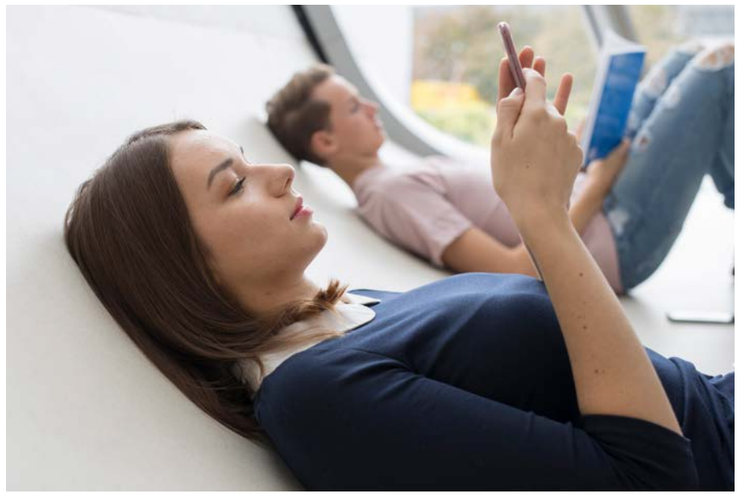
Nicht erwünscht: Direktes, hartes Licht, übermäßiges Gegenlicht oder störende Reflexionen, da sie dem angestrebten Look widersprechen.

NATÜRLICHE FARBWELT

Die Farbgestaltung orientiert sich an natürlichen, organisch wirkenden Tönen. Ziel ist eine ruhige, ausgewogene Farbpalette, die sich harmonisch ins Gesamtbild einfügt und das Hauptmotiv subtil unterstützt, ohne sich in den Vordergrund zu drängen. Die Farben sollen zur Authentizität des Motivs beitragen und eine atmosphärisch dichte, glaubwürdige Bildwirkung erzeugen. Die ideale Farbwelt ist ausbalanciert, ästhetisch und vermittelt emotionale Klarheit.

Nicht erwünscht: Übermäßig gesättigte Farben wirken schnell künstlich, aufdringlich oder plakativ – blasse, kraftlose Töne hingegen verlieren an Tiefe und Relevanz.

BEISPIELFOTOS



Fotoformate

Beim Fotografieren ist zu berücksichtigen, dass für die einzelnen Kommunikationskanäle Fotos in verschiedenen Formaten benötigt werden.

PRINTPRODUKTE

Für Produkte wie z. B. Plakate, Flyer, Broschüren und Roll-ups werden Fotos im Hochformat benötigt. Im oberen Bereich der Fotos sollten sich keine wichtigen Elemente befinden, damit Textfelder platziert werden können ❶. Querformatige Fotos finden vor allem in Broschüren Verwendung ❷. Bitte beachten Sie, dass die Auflösung der Fotos, die gedruckt werden sollen, 300 dpi betragen muss.

WEB

Auf der Website werden Fotos als Header und im Text eingesetzt. Bei Fotos für Header ist darauf zu achten, dass das Motiv einen langen, schmalen Ausschnitt zulässt ❸.

HEADER

Alle Websites der WU sind responsive und passen sich Endgeräten von Smartphone und Tablet bis zum Desktop an. Unsere Website **wu.ac.at** hat sechs Umbrüche, für die passende Bilder hochgeladen werden müssen. Folgende Bildgrößen werden benötigt (alle Angaben in Pixel, Auflösung 72 dpi):

› 2.500 × 310
› 1.800 × 310
› 1.280 × 310
› 960 × 310
› 375 × 310

BILDER IM TEXT

Fotos, die im Text erscheinen sollen, können in beliebiger Größe hochgeladen werden. Die Auflösung sollte jedoch nicht mehr als 72 dpi betragen, um die Ladezeit der Fotos möglichst gering zu halten.

BEISPIELFOTOS

❶

❷

❸

Grundlagen

Logos
Farben
Schriften
Designelemente
Bildkonzept
Sprachliche Grundlagen

Corporate Language

BEZEICHNUNGEN DER WU

Um nach außen ein einheitliches Bild zu vermitteln, muss in allen Dokumenten die offizielle Bezeichnung der WU verwendet werden. Der offizielle Name unserer Universität lautet **„WU“.**

Folgende Bezeichnungen sind möglich:
› WU
› WU Wirtschaftsuniversität Wien
› WU Wien
› WU Vienna University of Economics and Business
› WU Vienna

HANDBUCH „WU VERSTEHT SICH“

Die WU ist eine moderne und weltoffene Universität. Dieser Anspruch sollte auch in der Kommunikation gelten. Floskelhafte Amtssprache ist nicht mehr zeitgemäß und passt nicht mehr zur WU. Aber wie bringen wir mehr Textfrische in unsere Schreiben? Ein Handbuch gibt Tipps und Tricks für eine zeitgemäße Sprache, die das Selbstverständnis der WU unterstreicht – von Abkürzungen bis zu Zahlenformaten.

Das Handbuch finden Sie unter:
https://short.wu.ac.at/handbuch

WU TERM

WU Term ist das interaktive Deutsch-Englisch-Glossar der WU. Es beinhaltet die wichtigsten Ausdrücke der administrativen Fachsprache der WU und deren englische Übersetzungen. Darüber hinaus bietet WU Term auch anschauliche Beispiele zur Verwendung der Wörter im Kontext und eine Archiv-Suche, die zeigt, wie die gesuchten Ausdrücke in den offiziellen Texten der WU verwendet werden.

WU Term finden Sie unter: **https://quickterm.wu.ac.at**

Geschlechtergerechte Sprache

Der Gebrauch von geschlechtergerechter Sprache ist in der Satzung der WU verankert. Darüber hinaus wollen wir als Universität durch die konsequente Umsetzung von geschlechtergerechter Sprache unserer Vorbildfunktion gerecht werden.

Der Leitfaden: „Fair und inklusiv" soll Ihnen bei der richtigen Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache helfen. Sie finden ihn unter **https://short.wu.ac.at/fair-und-inklusiv-2023**

CHECKLISTE

Haben Sie geschlechtergerecht formuliert?

☐ **In Ihren Formulierungen und Personenbezeichnungen werden Geschlecht und Geschlechtervielfalt sichtbar gemacht.**
An der WU wird in offiziellen Dokumenten der Gender-Stern verwendet.

☐ **Sie können ein anderes Sonderzeichen wie Unterstrich oder Doppelpunkt verwenden. Bitte verwenden Sie innerhalb eines Dokuments nur ein Sonderzeichen, um Geschlechtervielfalt sichtbar zu machen.**
Student_innen, Mitarbeiter:innen

☐ **Sie setzen gelegentlich geschlechtsneutrale Formulierungen ein im Wechsel mit Schreibweisen, die das Geschlecht sichtbar machen:**
die Führungskraft, die Studierenden, das Rektorat, die Leitung

☐ **Sie verwenden kreative Umschreibungen:**
Wer die Prüfung bestanden hat, ist zum Modul abc zugelassen.
Alle, die an der Tagung teilnehmen …
Der Antrag ist vollständig auszufüllen.
Der PC-Raum steht Ihnen zur Verfügung.
kollegiale Beratung, fachkundiger Rat

☐ **Sie achten auch bei Anreden auf geschlechtergerechte Sprache:**
Sehr geehrtes Reservierungsteam
Sehr geehrtes Vizerektorat Lehre und Studierende
Sehr geehrte Mitarbeitende (oder Mitarbeiter*innen)der Finanzabteilung
Liebe Kolleg*innen
Guten Morgen Zeynep Demir, Hallo Michael Winter,
Guten Tag Liu Yangna
Sehr geehrt* / Sehr geehrte*r Kolja Ivanych
Lieb* / Liebe*r Andrea Nicoletti

☐ **Sie achten auf Symmetrie und stellen Frauen und Männer gleichwertig und gleichermaßen aktiv und als handelnde Subjekte dar.**

☐ **Sie vermeiden in den verwendeten Beispielen und Bildmaterialien Klischees, Stereotype und veraltete Redewendungen.**

☐ **Sie verwenden geschlechtergerechte Titel und Funktionsbezeichnungen.**

☐ **Sie zitieren Expertinnen und Experten gleichermaßen und berücksichtigen in Ihren Beispielen die Lebenswelten von allen Geschlechtern.**

Barrierefreie Gestaltung von Printprodukten

CHECKLISTE – BARRIEREFREIE DOKUMENTE

Die folgende Checkliste gibt Ihnen einen Überblick über die Grundlagen für die Erstellung von barrierefreien Dokumenten.

☐ **Um einem Dokument Struktur zu geben, nutzten Sie bitte Formatvorlagen.**
Dadurch kann beispielsweise eine Überschrift, die mit Formatvorlage Überschrift 1 definiert wurde, auch von Sprachausgabe-Programmen als solche ausgelesen werden.

☐ **Statten Sie Grafiken mit einer Bildbeschreibung/Alternativtext aus.**
Grafiken innerhalb eines Dokuments können von Blinden oder Menschen mit einer starken Sehbehinderung nicht wahrgenommen werden. Um Betroffenen eine Vorstellung der Grafik geben zu können, ist es wichtig, einen
Alternativtext zur Beschreibung eines Bildes/einer Grafik zu nutzen. Diese beschreibt das Bild in Worten und kann mit nur wenigen Mausklicks direkt in Word durchgeführt werden. Klicken Sie dafür einfach mit der rechten Maustaste auf GRAFIK FORMATIEREN – Layout und Eigenschaften – Geben – Titel und Beschriftung.

☐ **Benennen Sie Hyperlinks um.**
Screenreader, also sogenannte Sprachausgaben, lesen Hyperlinks oft Buchstabe für Buchstabe vor. Beispielsweise „W" – „W" – „W". Um dem entgegenzusteuern, können Sie einfach ein bestimmtes Wort mit dem gewünschten Hyperlink versehen.

☐ **Gestalten Sie Ihr Dokument kontrastreich und nutzen Sie serifenfreie Schriftarten wie Verdana.**
Kontraste sind besonders für Menschen mit einer starken Sehbehinderung wichtig, sie ermöglichen ein „einfacheres Lesen". Daher sollten Sie eher schwarz-weiß Kontraste anstatt rot-grüne oder blau-orange verwenden. Neben einem guten Kontrast spielt auch der Einsatz von Schriftarten eine wichtige Rolle. Generell sollte auf Schriften mit vielen „Serifen" („Füßchen") wie z.B. Times New Roman verzichtet werden. Die WU nutzt sowohl im Print- als auch Onlinebereich Verdana.

☐ **Nutzen Sie Zeilenumbrüche und Tabstopps**
Das Einrücken des Textes mit Hilfe der Leertaste sollten Sie vermeiden, da die Sprachausgabe jedes einzelne Leerzeichen vorliest. Anstatt der Leertaste nutzen Sie bitte Tabulatoren (Tabulatortaste). Seitenumbrüche sollten ebenfalls nicht mit der Eingabetaste, sondern mit Hilfe der Tastenkombination Strg + ENTER oder mit der Funktion „Seitenumbruch" durchgeführt werden.

☐ **Überprüfen Sie Ihr Dokument auf Barrierefreiheit**
Microsoft Word bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihr Dokument auf Barrierefreiheit zu überprüfen.
Dafür klicken Sie bitte auf **DATEI** → Informationen → Dokument überprüfen → Barrierefreiheit überprüfen.
Das Ergebnis dieser Überprüfung wird Ihnen dann rechts auf der Seite Ihres Word Dokuments angezeigt.

Drucksorten/Vorlagen

Visitenkarten
E-Mail-Signatur
Briefbogen
Komplimentkarte, Kurzbrief
Elektronische Faxvorlage
Briefumschläge
Power-Point-Vorlagen
Word-Vorlagen/Formatvorlagen
Skripten und Berichte
Urkunden

Visitenkarten

Die Visitenkarten der WU sind zweiseitig.

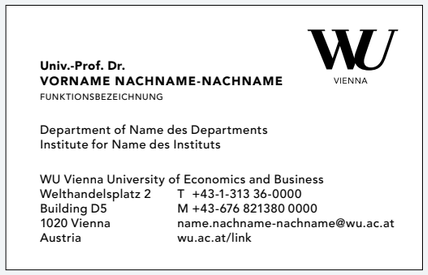
Auf der Rückseite ❶ stehen die Logos der WU und der Akkreditierungsagenturen. Auf der Vorderseite ❷ befinden sich die persönlichen Daten und das WU-Vienna-Logo als fixer Bestandteil. Die Daten der Vorderseite sind auf Englisch vorgesehen.

Es können auch deutschsprachige Visitenkarten ❸ umgesetzt werden. Es ist aber darauf zu achten, dass bei den Daten immer nur eine Sprache (Englisch oder Deutsch) eingesetzt werden kann. Bestellungen aller Drucksorten (sofern nicht anders angegeben) erfolgen über das WU-Einkaufsmanagement (DW 4724).

❶

❷

❷



❸

ABBILDUNG IN 80 % DER ORIGINALGRÖSSE/DATEN SIND BEISPIELHAFT UND KEINE KORREKTEN INFORMATIONEN

E-Mail-Signatur

E-Mail-Signaturen sollen nach dem unten stehenden Muster aufgebaut sein.

Unterhalb der Signatur besteht die Möglichkeit, wichtige Aktionen der eigenen „Einheit" über einen Link gezielt zu promoten ❶. Diese Zusatzoption wird einzeilig, nach einer Leerzeile unterhalb der Signatur angelegt. Vor dem Text ist das unten abgebildete Icon zu platzieren, dieses kann in der Abteilung Marketing & Kommunikation angefragt werden (Daniela Huter, **daniela.huter@wu.ac.at** oder **DW 5081**). Die Schriftgröße beträgt 12 Punkt in der Schriftart Verdana Bold. Als Farben stehen die WU-Hauptfarbe (RGB: R 12/G 148/B 183) oder eine Farbe der WU-Submarken zur Verfügung.

Es besteht zudem die Möglichkeit unter der Signatur und einer Leerzeile das WU-Logo inkl. dünner vertikalen Trennlinie und ein Kooperationspartner*innen-Logo zu platzieren ❷.

❶

Titel Vorname und Name (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institut oder Einheit, deutsch (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institute English (Verdana Italic 9 pt)
Leerzeile
WU (Verdana Bold 9 pt)
Wirtschaftsuniversität Wien (Verdana Regular 9 pt)
Vienna University of Economics and Business (Verdana Italic 9 pt)
Adresse (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
Tel: +43-1-313 36-0000 (Verdana Regular 9 pt)
Fax: +43-1-313 36-000 (Verdana Regular 9 pt)
E-Mail: vorname.name@wu.ac.at (Verdana Regular 9 pt)
www.wu.ac.at (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
JETZT die WU fördern!

❶

Titel Vorname und Name (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institut oder Einheit, deutsch (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institute English (Verdana Italic 9 pt)
Leerzeile
WU (Verdana Bold 9 pt)
Wirtschaftsuniversität Wien (Verdana Regular 9 pt)
Vienna University of Economics and Business (Verdana Italic 9 pt)
Adresse (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
Tel: +43-1-313 36-0000 (Verdana Regular 9 pt)
Fax: +43-1-313 36-000 (Verdana Regular 9 pt)
E-Mail: vorname.name@wu.ac.at (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
Besuchen Sie unsere Website
JETZT die WU fördern!

❷

Titel Vorname und Name (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institut oder Einheit, deutsch (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institute English (Verdana Italic 9 pt)
Leerzeile
WU (Verdana Bold 9 pt)
Wirtschaftsuniversität Wien (Verdana Regular 9 pt)
Vienna University of Economics and Business (Verdana Italic 9 pt)
Adresse (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
Tel: +43-1-313 36-0000 (Verdana Regular 9 pt)
Fax: +43-1-313 36-000 (Verdana Regular 9 pt)
E-Mail: vorname.name@wu.ac.at (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
WU VIENNA | **Logo Kooperationspartner*in**

❷

Titel Vorname und Name (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institut oder Einheit, deutsch (Verdana Regular 9 pt)
Funktion / Institute English (Verdana Italic 9 pt)
Leerzeile
WU (Verdana Bold 9 pt)
Wirtschaftsuniversität Wien (Verdana Regular 9 pt)
Vienna University of Economics and Business (Verdana Italic 9 pt)
Adresse (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
Tel: +43-1-313 36-0000 (Verdana Regular 9 pt)
Fax: +43-1-313 36-000 (Verdana Regular 9 pt)
E-Mail: vorname.name@wu.ac.at (Verdana Regular 9 pt)
Leerzeile
WU VIENNA | ENGAGE·EU | **Logo Kooperationspartner*in**

Briefbogen

Der Briefbogen ❶ kann die Information zu Department und Institut (wenn gewünscht mit Vorstand/Vorständin), Verwaltungseinheit (wenn gewünscht mit Abteilungsleiter*in) oder Rektorat/Senat enthalten. Auf dem Folgeblatt ❷ entfällt der Adressblock unten.

Der Briefbogen ist grundsätzlich **ohne** Co-Branding. Optional **kann** in der rechten unteren Ecke ein Co-Branding-Logo ❸ angebracht werden, das in der Flucht des WU-Logos oben und auf der Unterlinie des Textblockes platziert wird. Die **maximale** Höhe des Co-Brandings ist 12 mm.

ELEKTRONISCHER BRIEFBOGEN

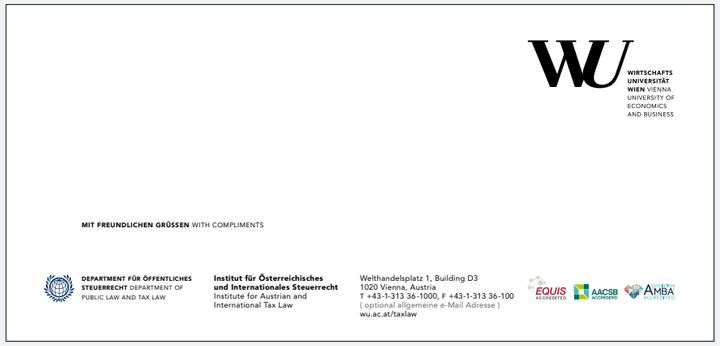
Der Briefbogen und die Folgeseite stehen auch in elektronischer Form zur Verfügung. Sie sind als Wordvorlage gespeichert und dort als aktuellste Version verfügbar. Download unter:
https://short.wu.ac.at/WU-vorlagen

ABBILDUNG IN 55 % DER ORIGINALGRÖSSE / DATEN SIND BEISPIELHAFT UND KEINE KORREKTEN INFORMATIONEN

Komplimentkarte und Kurzbrief

Die Komplimentkarte ❶ und der Kurzbrief ❷ werden analog zum Briefpapier gestaltet, wobei kein Co-Branding möglich ist.

❶



❷

Briefumschläge

Die Kuverts stehen in den Formaten DIN C4 ❶, DIN C5 ❷ und DIN C6/5 ❸ zur Verfügung.

ABBILDUNG IN 55 % DER ORIGINALGRÖSSE

PowerPoint-Vorlagen

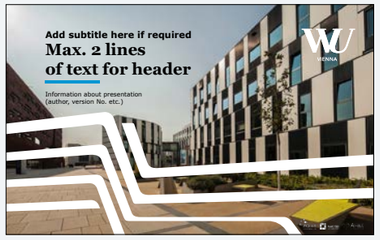
Die Vorlagen der PowerPoint-Präsentation sind in PowerPoint gespeichert und dort als aktuellste Version verfügbar. Ebenfalls zum Download unter: **https://short.wu.ac.at/WU-vorlagen**

Bitte beachten Sie, dass nur die Titelfolien mit einem Foto versehen sind. Für Zwischentitel verwenden sie bitte die Folien ohne Foto. Hinweise zur Gestaltung von Diagrammen finden Sie auf Seite 32.

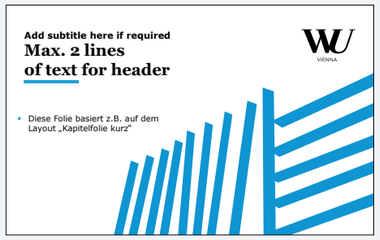
- Titelfolie ❶
- Zwischentitelfolie ❷
- Textfolie, Standard ❸
- Diagrammfolie, Balkendiagramm und Tortendiagramm ❹

OHNE CO-BRANDING

❶

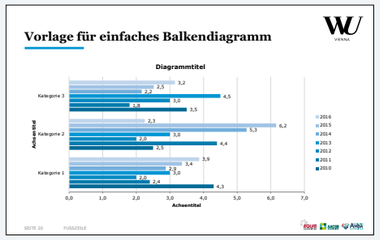


❷

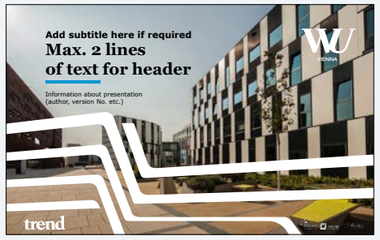


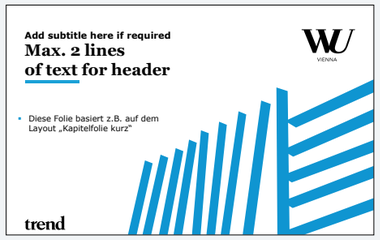
❸

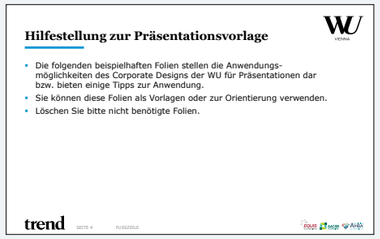
❹



MIT CO-BRANDING







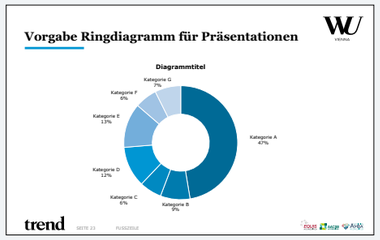


ABBILDUNG IN 25 % DER ORIGINALGRÖSSE

Word-Vorlagen

Im Office finden Sie Word-Vorlagen für folgende Drucksorten:

› Brief ❶
› Berichte und Konzepte ❷
› Urkunde ❸
› Tischkarte ❹
› Etiketten ❺
› Aushang (A4 und A3, Hoch- und Querformat) ❻

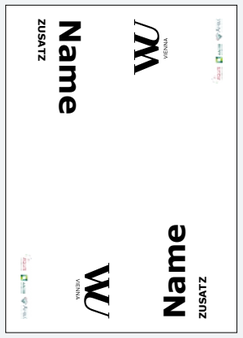
Die Vorlagen finden Sie auch unter:
https://short.wu.ac.at/WU-vorlagen

❶

❷

❸

❹



❺

❻

ABBILDUNG IN 18 % DER ORIGINALGRÖSSE

Deckblätter für Skripten und Berichte

Für Skripten und Berichte, die mit Office-Anwendungen wie MS Office oder ähnlicher Sofware erstellt werden, sind Deckblätter wie die hier beispielhaft dargestellten zu verwenden ❶.

Die farbigen Flächen der Deckblätter werden mit 100 % Deckkraft angelegt ❶. Bei Skripten, die mit Lösungsheften ergänzt werden, werden die Deckblätter der Lösungshefte mit 60 % Deckkraft angelegt ❷.

Die Skripten sind in den WU-Systemschriften zu gestalten (siehe Seite 19).

Die Vorlage zum Selbstanpassen finden Sie unter:
https://short.wu.ac.at/WU-vorlagen

❶

❷

ABBILDUNG IN 25 % DER ORIGINALGRÖSSE

Urkunden

Für die Urkunden wird das Papier Linen 250 g/m² verwendet, das beispielsweise bei Facultas vorrätig ist.

❶Sponsions- bzw. Promotionsurkunde
im Querformat
❷Ehrenurkunde (mit Co-Branding)
im Hochformat

Vorlagen für Urkunden finden Sie auch unter:
https://short.wu.ac.at/WU-vorlagen

❶

WU VIENNA

Frau

Marion Muster

geboren am 1. Mai 19XX

wurde nach Abschluss des Diplomstudiums Betriebswirtschaft

der akademische Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

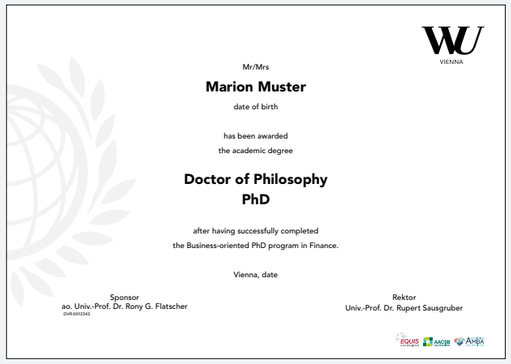
(Magistra rerum socialium oeconomicarumque, Mag. rer. soc. oec.)

verliehen.

Wien, am 15. Oktober 20XX

Sponsor
ao. Univ.-Prof. Dr. Rony G. Flatscher
DVR:0012243

Rektor
Univ.-Prof. Dr. Rupert Sausgruber



WU VIENNA

Mr/Mrs

Marion Muster

date of birth

has been awarded

the academic degree

Doctor of Philosophy
PhD

after having successfully completed

the Business-oriented PhD program in Finance.

Vienna, date

Sponsor
ao. Univ.-Prof. Dr. Rony G. Flatscher
DVR:0012243

Rektor
Univ.-Prof. Dr. Rupert Sausgruber

❷

WU VIENNA

Erste Bank-Preis
für Zentraleuropaforschung

Das Forschungsprojekt

"What can we learn from CEE?"

von

Marion Muster

Institut für Internationales Marketing und Management

wurde mit dem Erste Bank-Preis für Zentraleuropaforschung ausgezeichnet.

Dr. Peter Bosek
Generaldirektor der
Erste Group Bank AG

Univ.-Prof. DDr. Bernadette Kamleitner
Vizerektorin für Forschung
und Third Mission

Wien, am 18. November 20XX

Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

Papiere

Als Standard gilt ungestrichenes, sehr weißes Papier.

Bei den Broschüren hat sich das Papier Amber Graphic bewährt. Bei einem Umfang bis 20 Seiten wird durchgehend auf 200 g/m² Amber Graphic produziert. Ab 24 Seiten wird beim Umschlag eine Grammatur von 240 g/m² und beim Kern eine Grammatur von 120 g/m² verwendet.

Auch Flugblätter sollten nach Möglichkeit auf 200 g/m² Amber Graphic produziert werden.

Für Fax-Antwortblätter wird eine Grammatur von 120 g/m² verwendet.

Für Urkunden wird das Papier Linen 250 g/m² verwendet.

Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

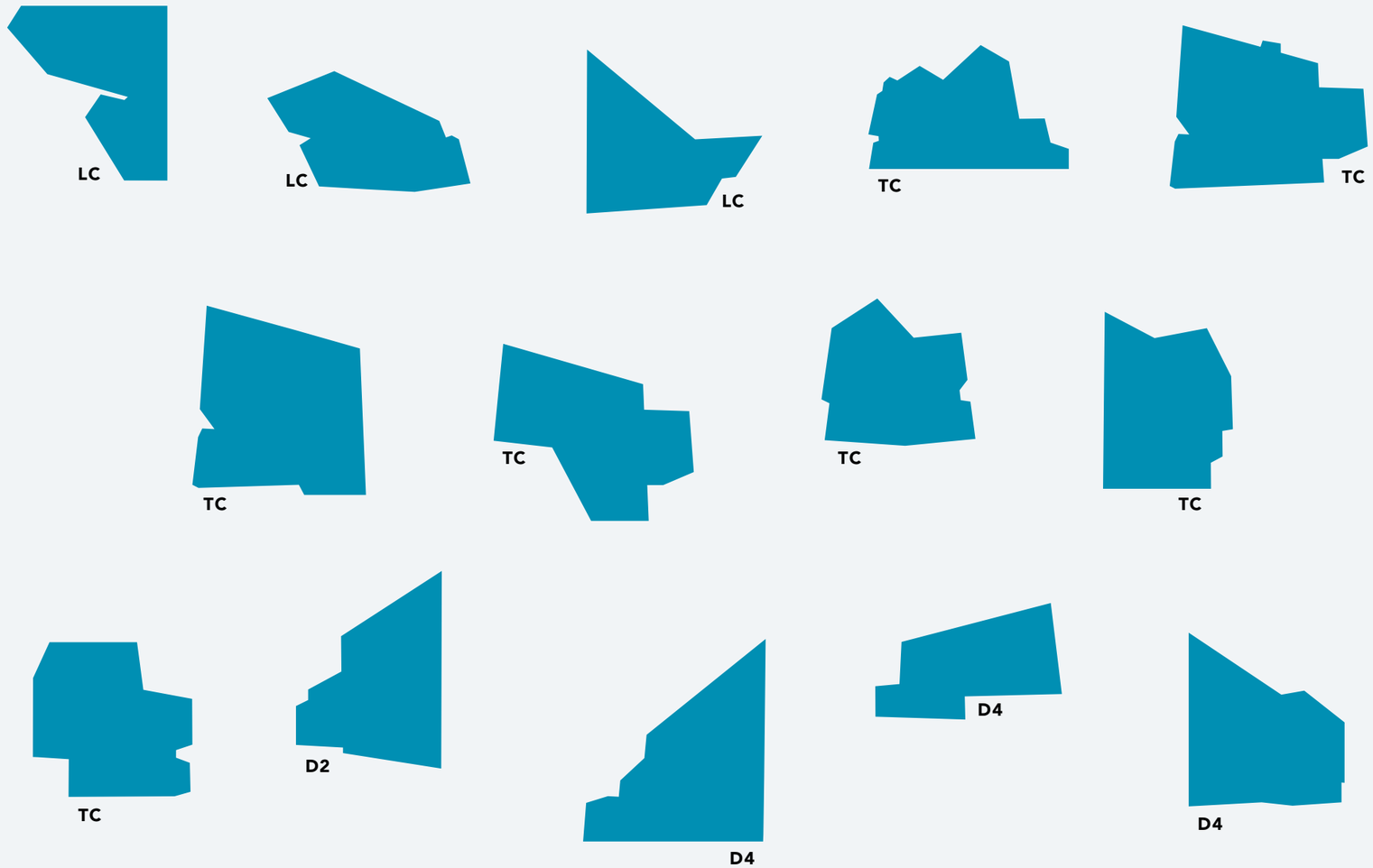
Sekundärelement

Als Gestaltungselement bei Broschüren kommt das „Sekundärelement“ zum Einsatz, es gibt 14 zur Auswahl. Es wird jeweils nur ein Sekundärelement pro Doppelseite verwendet, nicht in Kombination mit anderen. Eine fixe Platzierung ist nicht vorgesehen, ein Element sollte aber über eine gesamte Doppelseite platziert werden und als Rahmen für ein Bild dienen. Solch eine Doppelseite dient bspw. als „Stopperseite“, Kapiteltrennseite o. ä.

In Weißraum im Umfeld des Sekundärelements, kann ein kurzer, prägnanter Text inkl. Headline plaziert werden.

Beispiele für die Gestaltung Seiten mit Sekundärelementen finden Sie auf Seite 57 (Nr.3 und 4). Bei Verwendung eines Sekundärelements, geben Sie bitte an, von welchem Gebäude der Umriss stammt.

Die Sekundärelemente bekommen Sie von **daniela.huter@wu.ac.at**



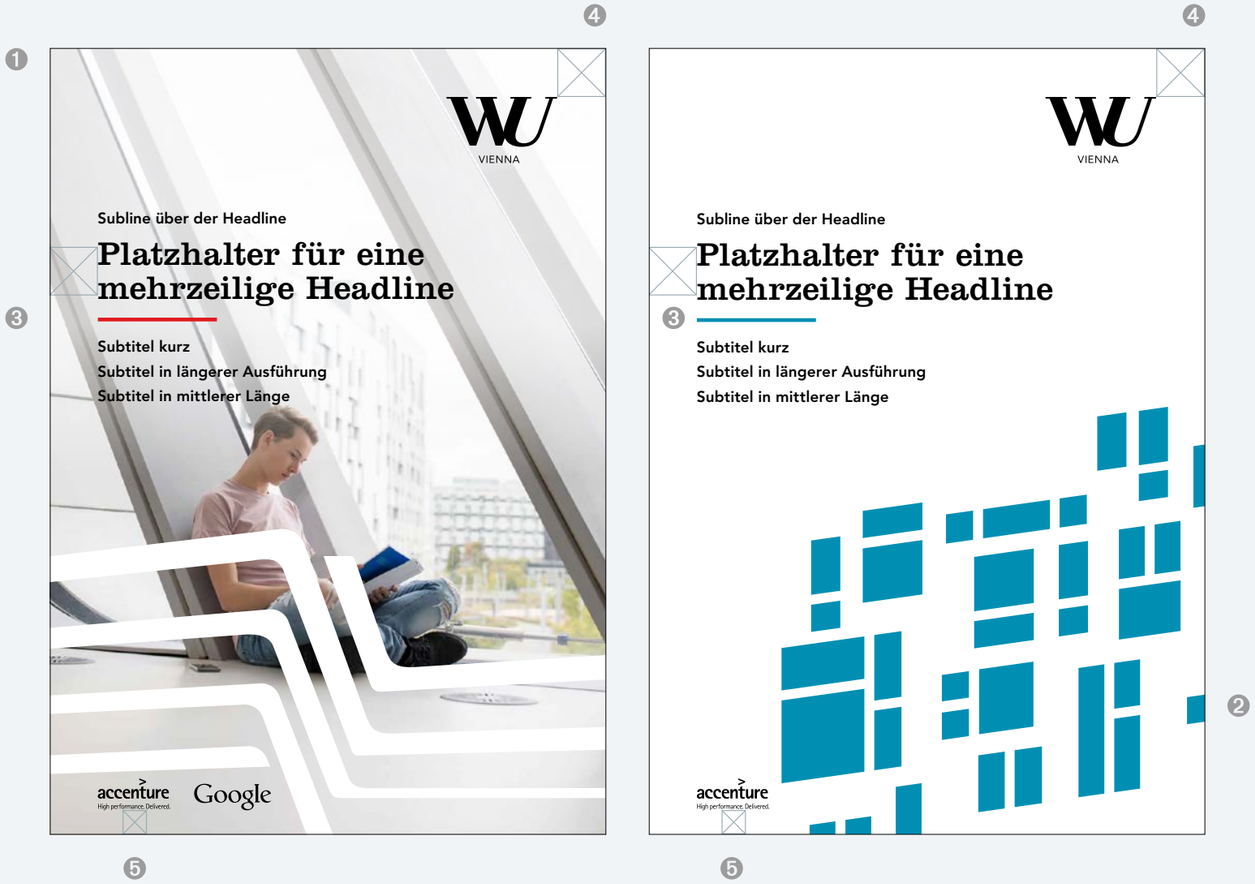
Cover (inkl. Co-Branding)

Die Broschüren werden standardmäßig im Format A5 oder A4 angelegt. Über der Headline kann eine Subline platziert werden (Schrifttype: Avenir Heavy). Unterhalb der Headline und dem Titelbalken (in der WU-Hauptfarbe bzw. Submarkenfarbe), kann ein zusätzlicher kurzer Textblock gesetzt werden, in dem Zusatzinformationen angegeben werden (Schrifttype: Avenir Heavy). Die Headline wird in der Clarendon Roman oder Bold gesetzt. Texte des Titelblockes werden mit einem Mindestabstand einer W-Höhe von der linken Kante linksbündig ausgerichtet. Es besteht die Möglichkeit ein Hintergrundbild zu platzieren ❶, wobei darauf zu achten ist, dass der Kontrast zur Schrift und dem WU-Logo groß genug ist, oder eine weiße Hintergrundfarbe in Kombination mit einem Primärelemente (WU-Hauptfarbe) ❷, wobei Text und Logo schwarz sind.

Die Höhe des Titelbalkens ❸ entsprichte 1/6 der Headlinehöhe, der Abstand zur Headline kann 3/6, 4/6, 5/6, in Ausnahmen auch 6/6 der Headlinehöhe betragen. Die Breite des Titelbalkens ist 1/3 der Headlinebreite, bei ganz kurzen Headlines, kann sie auch 1/2 der Headlinebreite betragen.

Die Breite des WU Vienna-Logos ❹ entspricht 1/5 der Coverbreite und ist im Abstand einer W-Höhe von der oberen, rechte Ecke in schwarzer oder weißer Farbe platziert.

Die Logos der Akkreditierungsagenturen werden auf der Rückseite platziert. Sponsorenlogos ❺ sind immer unten links mit dem Abstand einer 1/2 W-Höhe zu positionieren. Detaillierte Angaben zum Layout finden Sie auf S. 59–62 für A4 und S. 63–72 für A5-Broschüren.



Layout der Innenseiten

Headlines, Einleitungstext (Vorspann), Texte in Tabellen, Aufzählungen und kleinere, eigenständige Textelemente werden vorzugsweise im linksbündigen Flattersatz gesetzt. Fließtext hingegen im Blocksatz.

Rechts finden Sie exemplarische Innenseiten:

1. Doppelseite mit einem Kapitelanfang links und Vorwort
2. Doppelseite mit einem Kapitelanfang links und Vorwort, sowie Inhaltsangaben
3. Doppelseite also Stopperseite mit beidseitigem Sekundärelement als Bildrahmen
4. Doppelseite mit Sekundärelement und einzelnen, hervorgehobenen Textbausteinen
5. Doppelseite mit Infografiken, Icons, Textbausteinen und Bildern
6. Doppelseite verschiedenen Gestaltungselementen
7. Doppelseite mit farbigem Hintergrund, zwei unabhängigen Texteinheiten und ausbrechender Bildplatzierung
8. Doppelseite mit reinen Textinhalten
9. Doppelseite mit einer Text- und einer Bildseite

Schriftgrößen nach Hierarchie der Hausschriften (S. 19).

1

2

3

4

5

6

7

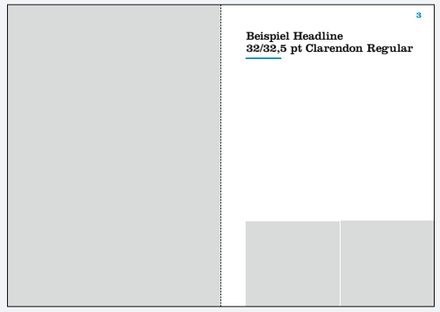
8

9

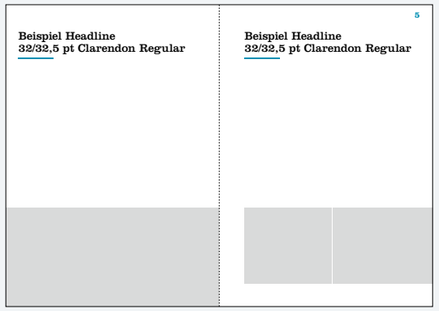
Bildplatzierungen Broschüre

Um Bilder im Layout zu platzieren, gibt es eine Reihe von Möglichkeiten. Generell ist die Platzierung nicht an fixe Raster gebunden. Maße für das Format A4 (in Klammer für A5).

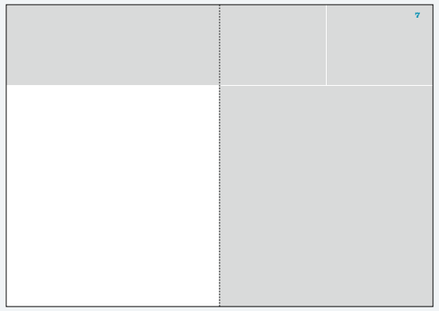
1. Ganzseitig abfallendes Bild, bis zum Bund
2. Zwei Bilder abfallend (oben oder unten) bis zu einer Höhe von 148 mm (105 mm bei A5), die beiden Bilder haben jeweils ein Breite von 92 mm (61,5 mm, A5) und sind mit einem Abstand von 1 mm (16 mm, A5) zu trennen, zum Bund 25 mm Rand
3. Ein Bild abfallend bis zu einer Höhe von 148 mm (105 mm, A5), zum Bund 25 mm (16 mm, A5) Rand
4. Zwei Bilder im Satzspiegel mit 1 mm Abstand platziert, nur außeres Bild ist abfallend, inneres Bild 85,75 mm (61,5 mm, A5), außeres Bild 98,25 mm (69,5 mm, A5) Breite
5. Einzelbild oben, an zwei Seiten abfallend mit fixer Höhe von 79 mm (58 mm, A5) und 25 Rand (16 mm, A5) zum Bund
6. Drei Bilder, fixe Konstellation, die Bilder sind mit 1 mm Abstand platziert, die beiden oberen Bilder haben eine fixe Höhe von 79 mm (58 mm, A5) und je eine Breite von 104,5 mm (73,5 mm, A5), alle drei Bilder sind abfallend, kein Abstand zum Bund
7. Einzelbild im Satzspiegel bis zu einer Gesamthöhe vom unteren Rand von 148 mm (105 mm, A5)
8. Verwendung eines Sekundärelements als Bildrahmen über eine Doppelseite hinweg abfallend. **Hier ist wichtig, das Gebäude, das dem im Rahmen entspricht als in einer Fußnote beim Bild zu nennen, die Zuordnung ist Seite 55 zu entnehmen.**
9. Verwendung eines Sekundärelements als Bildrahmen auf einer Einzel-Bildseite. **Auch hier ist das Gebäude, das dem im Rahmen entspricht, in einer Fußnote zu nennen.**
10. Bilder können frei platziert werden, generell soll die Spaltenbreite berücksichtig werden, diese kann aber auch verlassen werden. D.h. die Bilder dürfen über Spalten und Bund hinausreichen.



1 2

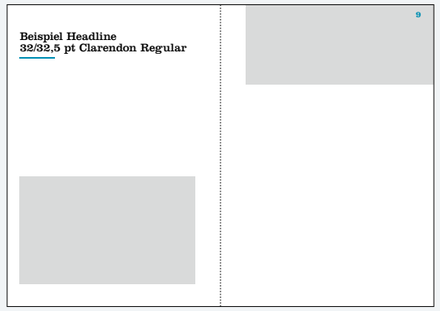


3 4

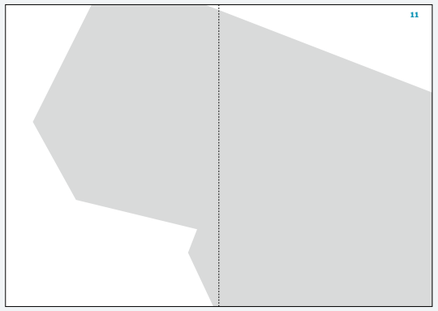


5 6

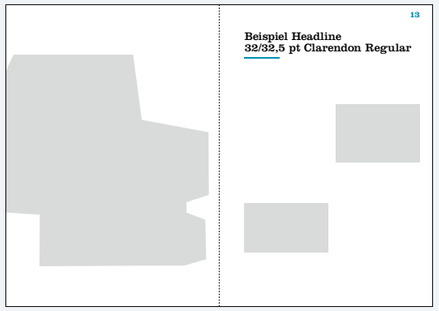
2



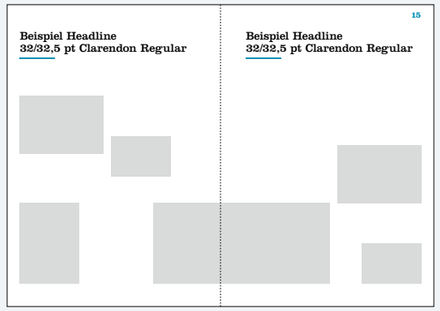
7



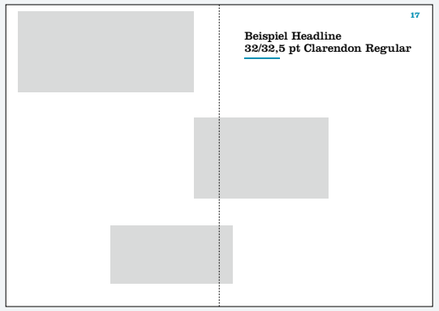
8



9 10



10

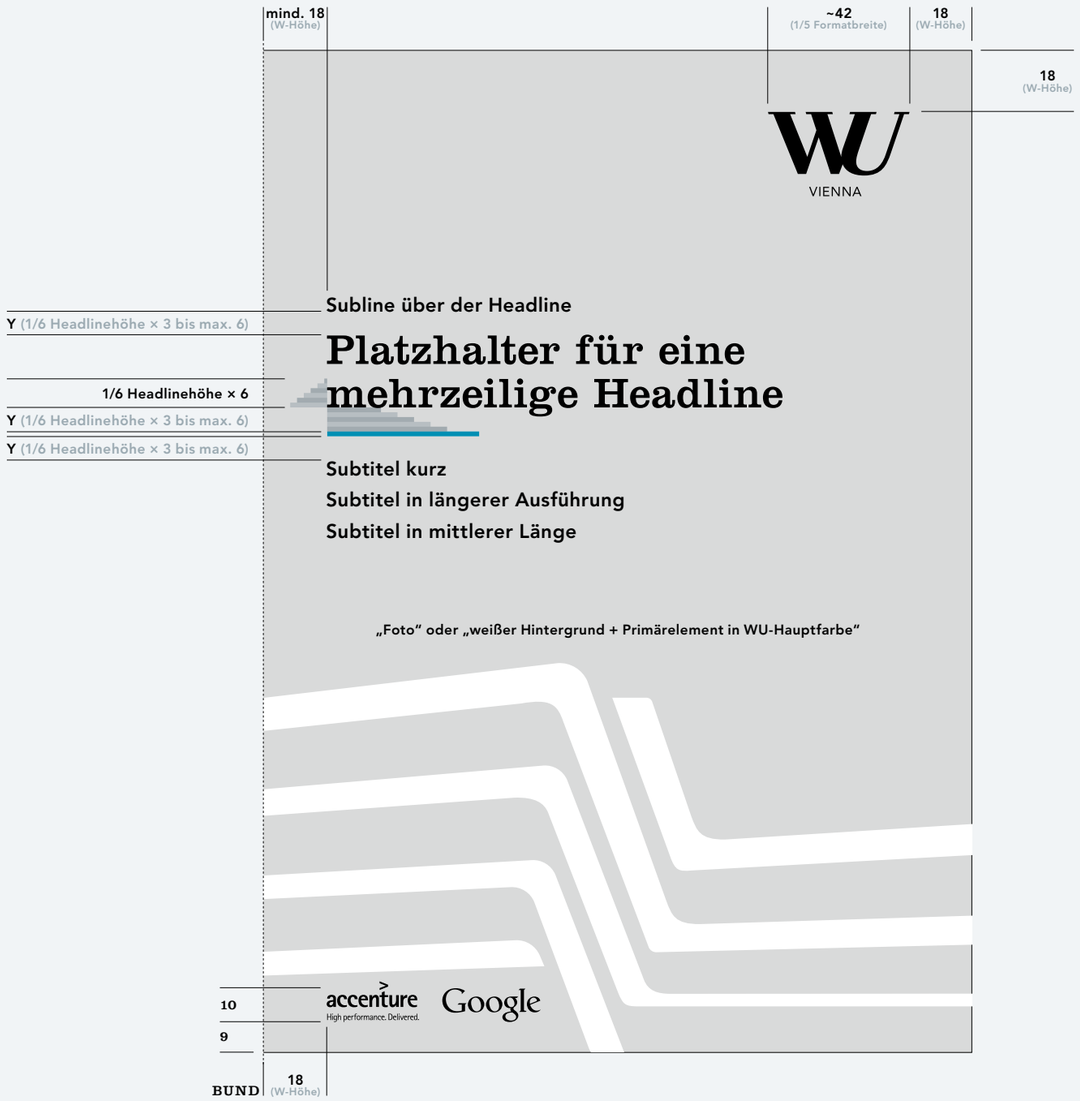


10

A4 hoch Gestaltungsraster Titelseite

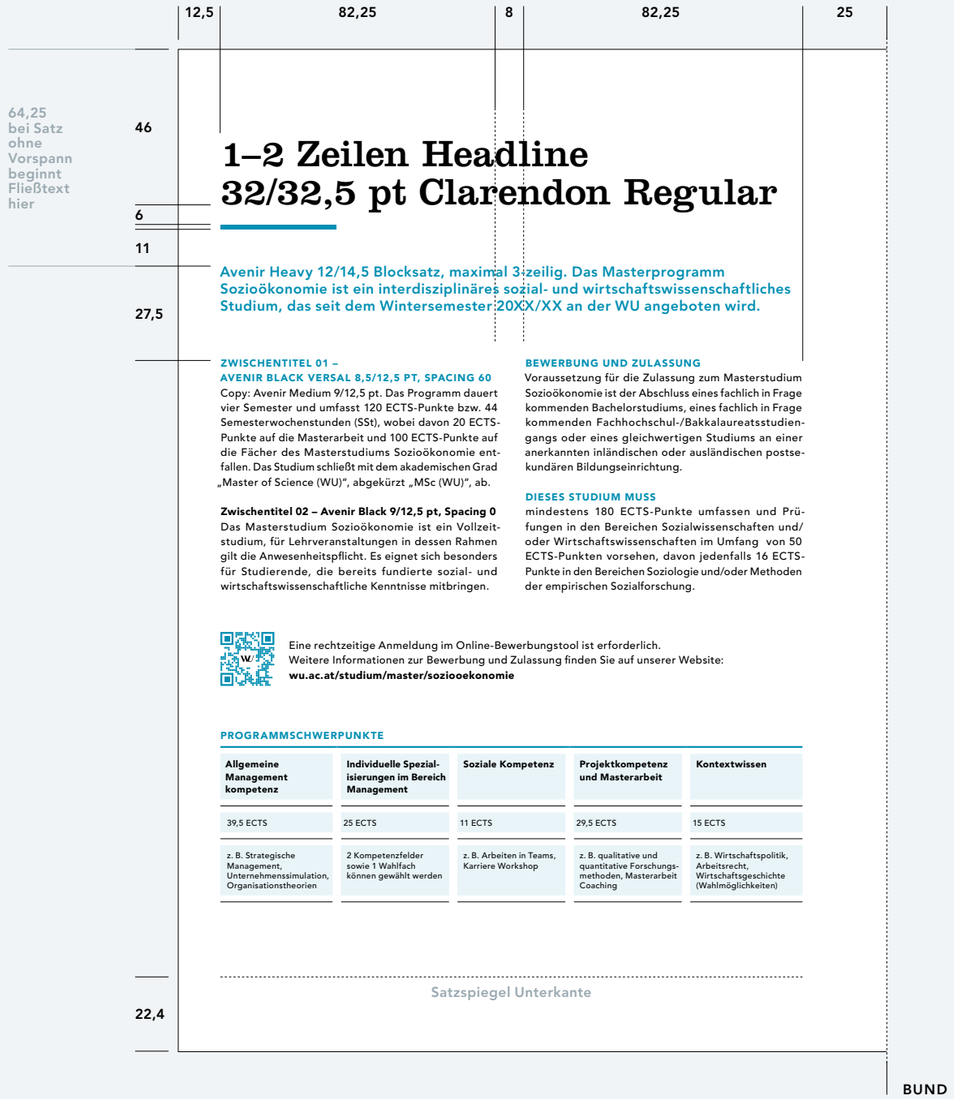
Die Titelseite einer Broschüre (A4) wir mit Hintergrundbild und Primärelement weiß oder weißer Fläche und Primärelement in WU-Hauptfarbe angelegt. Platzierung des WU Vienna-Logos oben, rechts mit einer W-Höhe Abstand. Die Breite des Logos entspricht 1/5 der Coverbreite. Der Abstand der Headline/des Titelblocks bei verwendung von Sublines beträgt mind. 18 mm (W-Höhe). Die Headline und Subheadlines (optional) werden nach der Hierarchie der Hausschriften gestaltet (siehe S. 19).

Partnerlogos sind 9 mm von der Seitenunterkante, linksbündig mit 18 mm Abstand zur linken Kante, – entweder negativ-weiß oder positiv-schwarz (je nach Hintergrund) in einer maximalen Höhe von 10 mm nebeneinander angeordnet. Bei Nutzung von mehreren Logos ist auf die einheitliche Größe zu achten.



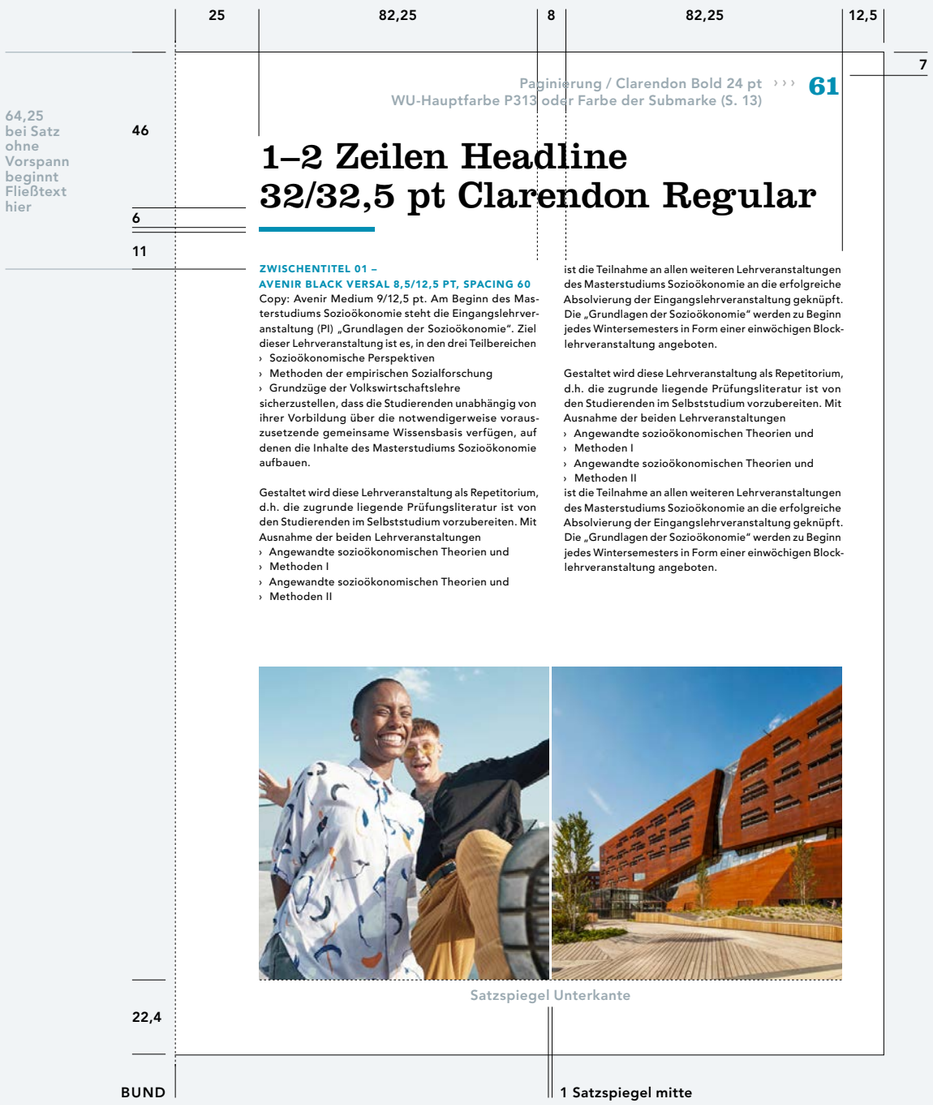
A4 hoch Gestaltungsraster (linke Seite)

Seiten mit Headline und Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,24 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **3 Zeilen nicht überschreiten**. Einleitungstext kann nur in Verbindung mit einer Headline platziert werden. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 91,75 mm von der Oberkante wenn auf einer Doppelseite ein Einleitungstext vorhanden ist**. Der Satzspiegel ist 172,5 mm breit. Headline und Einleitungstexte werden einspaltig gesetzt, Fließtext zweispaltig mit 8 mm Spaltenabstand und bevorzugt im Blocksatz. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 85 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.



A4 hoch Gestaltungsraster (rechte Seite)

Seiten mit Headline ohne Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,24 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **3 Zeilen nicht überschreiten**. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 64,25 mm von der Oberkante**. Der Satzspiegel ist 172,5 mm breit. Headline und Einleitungstexte werden einspaltig gesetzt, Fließtext zweispaltig mit 8 mm Spaltenabstand. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 85 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.



A4 Gestaltungsraster Rückseite hoch

Die Rückseite wird in der Farbe, mit der die Broschüre gestaltet wurde, mit 100 % Deckkraft ganzflächig gefüllt. Der Text beginnt in einer Höhe 30 mm von der Oberkante. Headline des Texts in Clarendon Regular, der restliche Text wird in Avenir Medium und Black gesetzt. Die Akkreditierungslogos sind auf der Rückseite in Kombination mit dem Adress- und Anfahrtsblock linksbündig in der Flucht der Headline zu positionieren und sind immer negativ-weiß dargestellt.

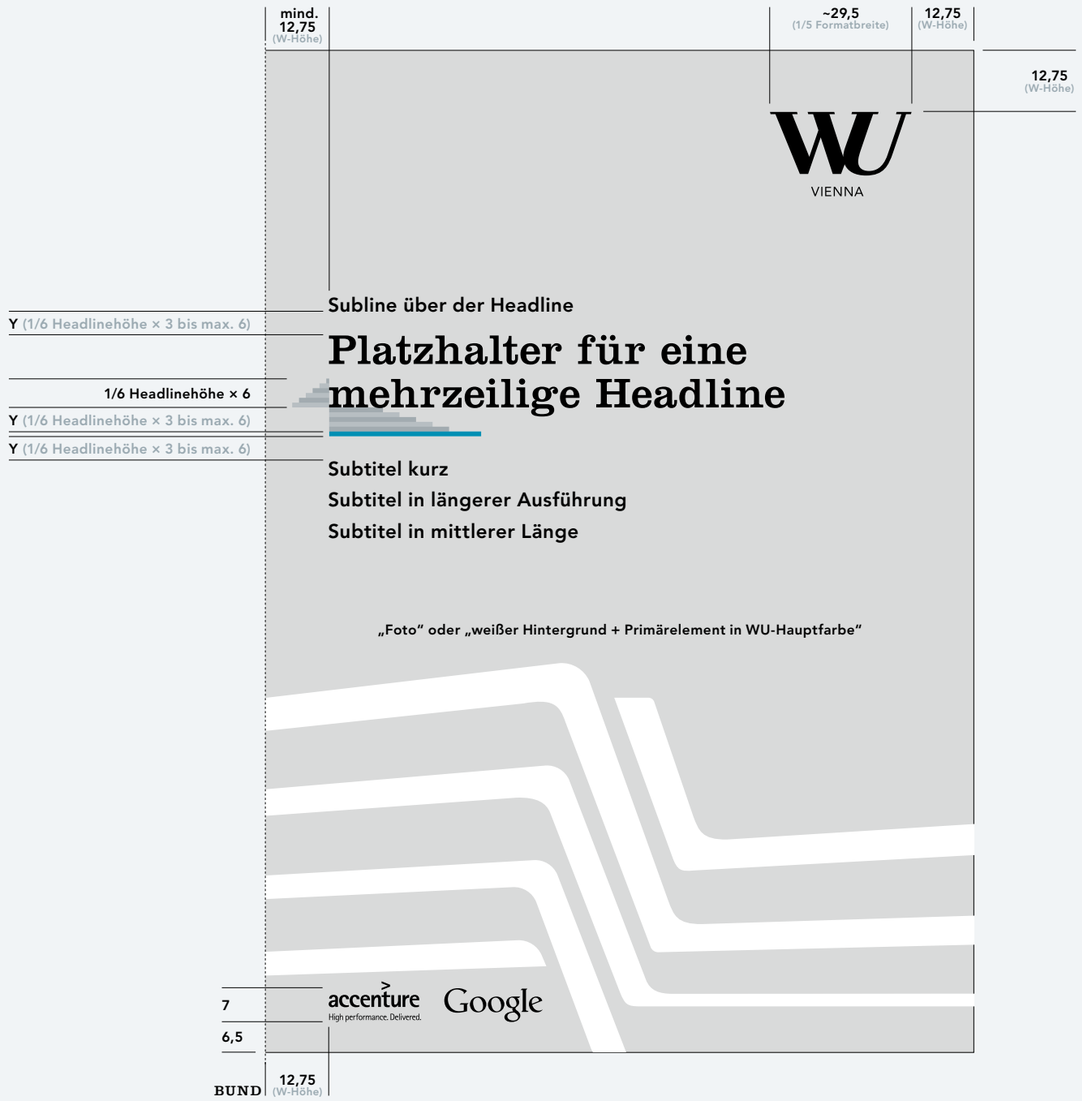
Optional kann auf der U4 im unteren Bereich ein Primärelement in der Farbe weiß mit 100 % Deckkraft platziert werden ❶. Die Elemente Akkreditierungslogos, Adressblock und Anfahrt WU sowie der „Stand“ müssen entsprechend nach oben verschoben werden.

❶

A5 hoch Gestaltungsraster Titelseite

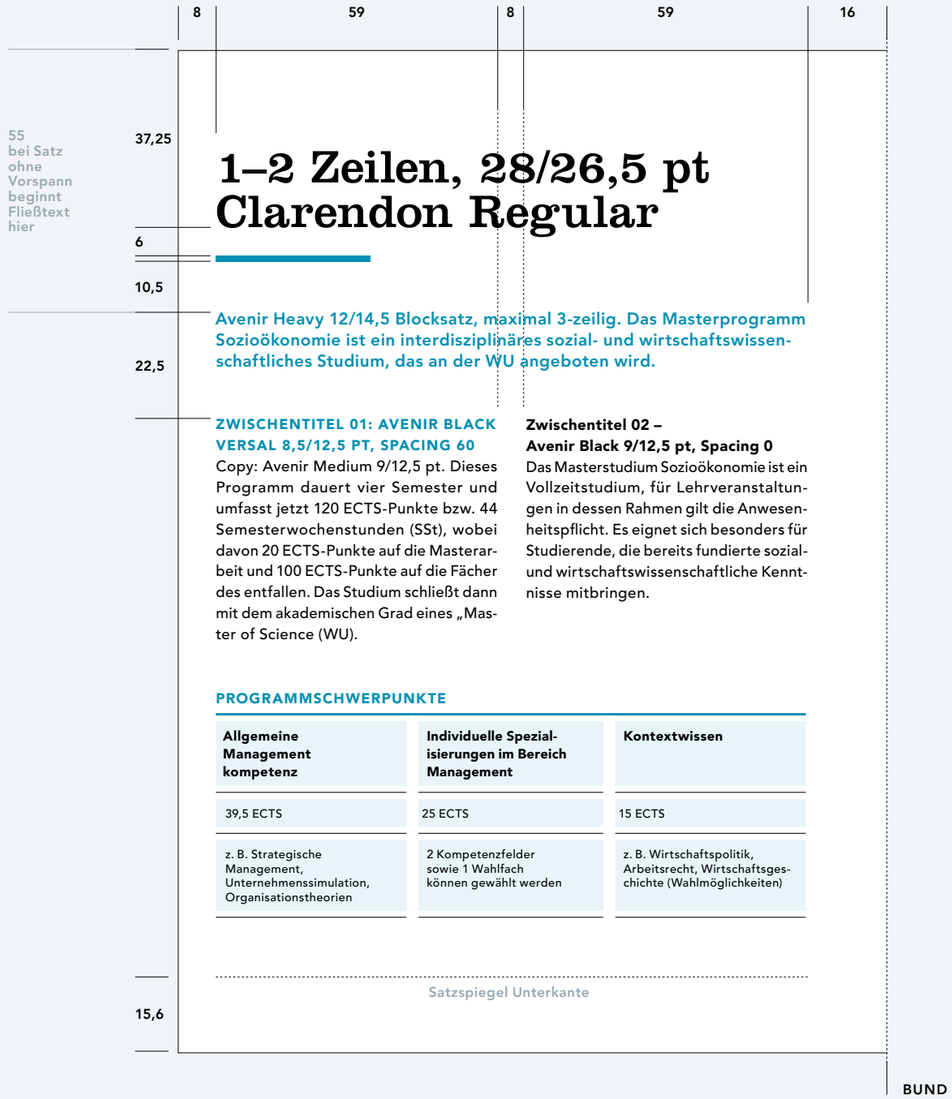
Die Titelseite einer Broschüre (A5) wird mit Hintergrundbild und Primärelement weiß oder weißer Fläche und Primärelement in WU-Hauptfarbe angelegt. Platzierung des WU Vienna-Logos oben, rechts mit einer W-Höhe Abstand. Breite des Logos entspricht 1/5 der Coverbreite. Der Abstand der Headline/des Titelblocks bei verwendung von Sublines beträgt mind. 12,75 mm (W-Höhe). Die Headline und Subheadlines (optional) werden nach der Hierarchie der Hausschriften gestaltet (siehe S. 19).

Partnerlogos sind 6,5 mm von der Seitenunterkante, linksbündig mit 12,75 mm Abstand zur linken Kante, – entweder negativ-weiß oder positiv-schwarz (je nach Hintergrund) in einer maximalen Höhe von 7 mm nebeneinander angeordnet. Bei Nutzung von mehreren Logos ist auf die einheitliche Größe zu achten.



A5 hoch Gestaltungsraster (linke Seite)

Seiten mit Headline und Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,2 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. dem Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **3 Zeilen nicht überschreiten**. Der Einleitungstext kann nur in Verbindung mit einer Headline platziert werden. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 77,45 mm von der Oberkante wenn auf einer Doppelseite ein Einleitungstext vorhanden ist**. Der Satzspiegel ist 124 mm breit. Headline und Einleitungstexte werden einspaltig gesetzt, Fließtext zweispaltig mit 6 mm Spaltenabstand und bevorzugt im Blocksatz. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 40 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.



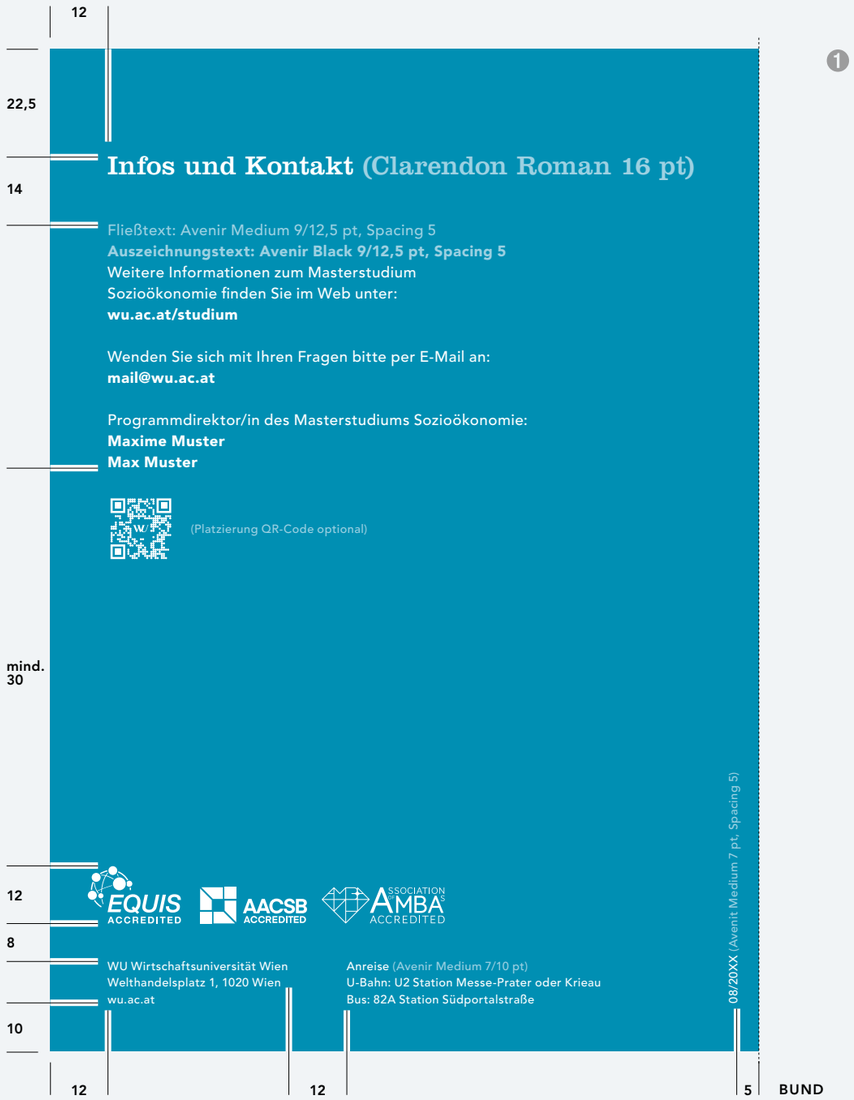
A5 hoch Gestaltungsraster (rechte Seite)

Seiten mit Headline ohne Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,2 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. dem Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **3 Zeilen nicht überschreiten**. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 55 mm von der Oberkante**. Der Satzspiegel ist 124 mm breit. Headline und Einleitungstexte werden einspaltig gesetzt, Fließtext zweispaltig mit 6 mm Spaltenabstand. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 40 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.

A5 Gestaltungsraster Rückseite hoch

Die Rückseite wird in der Farbe, mit der die Broschüre gestaltet wurde, mit 100 % Deckkraft ganzflächig gefüllt. Der Text beginnt in einer Höhe 22,5 mm von der Oberkante. Die Headline des Textes wird in Clarendon Regular, der restliche Text wird in Avenir Medium und Black gesetzt. Die Akkreditierungslogos sind auf der Rückseite in Kombination mit dem Adress- und Anfahrtsblock linksbündig in der Flucht der Headline zu positionieren und sind immer negativ-weiß dargestellt.

Optional kann auf der U4 im unteren Bereich ein Primärelement in der Farbe weiß mit 100 % Deckkraft platziert werden ❶. Die Elemente Akkreditierungslogos, Adressblock und Anfahrt WU sowie der „Stand“ müssen entsprechend nach oben verschoben werden.



❶

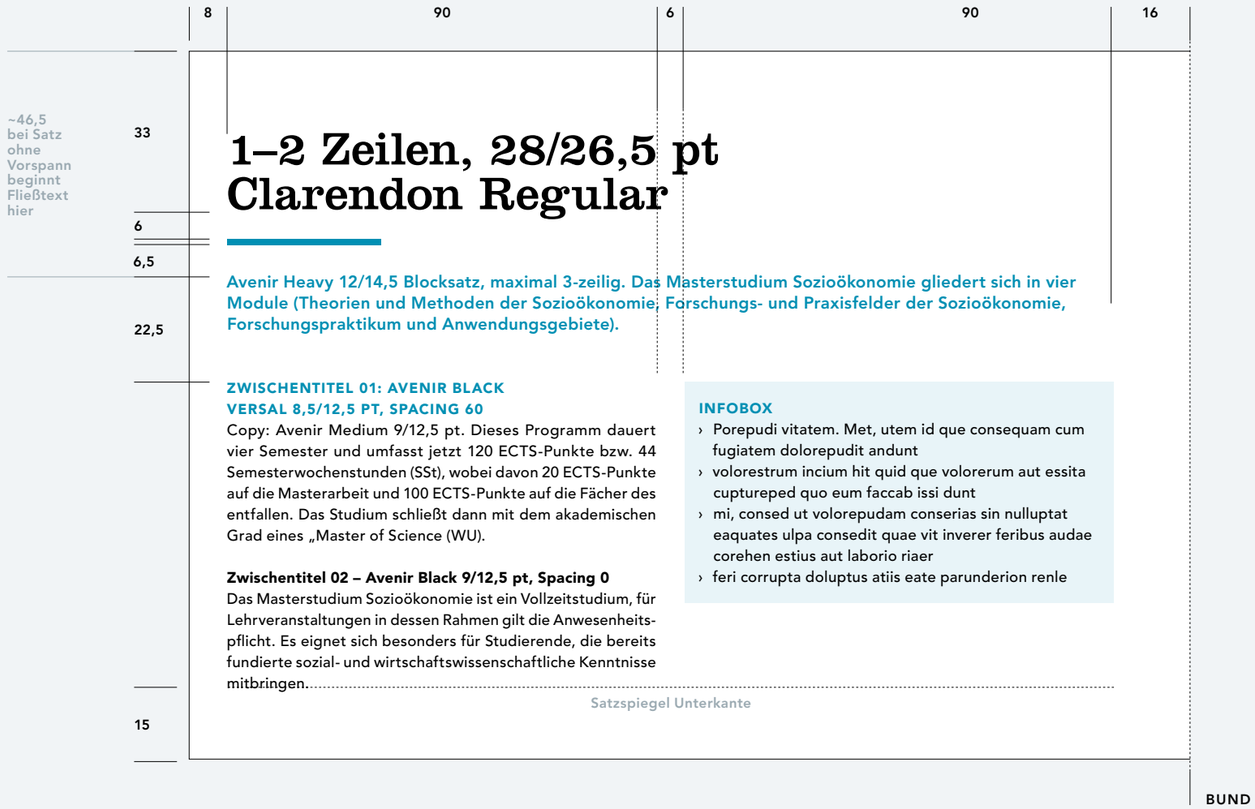
A5 quer Gestaltungsraster Titelseite

Die Titelseite einer Broschüre quer (A5) wird mit Hintergrundbild und Primärelement weiß oder weißer Fläche und Primärelement in WU-Hauptfarbe angelegt. Platzierung des WU Vienna-Logos oben, rechts mit einer W-Höhe Abstand. Breite des Logos entspricht 1/7 der Coverbreite. Der Abstand der Headline/des Titelblocks bei verwendung von Sublines beträgt mind. 12,75 mm (W-Höhe). Die Headline und Subheadlines (optional) werden nach der Hierarchie der Hausschriften gestaltet (siehe S. 19).

Partnerlogos sind 6,5 mm von der Seitenunterkante, linksbündig mit 19,5 mm Abstand zur linken Kante, – entweder negativ-weiß oder positiv-schwarz (je nach Hintergrund) in einer maximalen Höhe von 7 mm nebeneinander angeordnet. Bei Nutzung von mehreren Logos ist auf die einheitliche Größe zu achten.

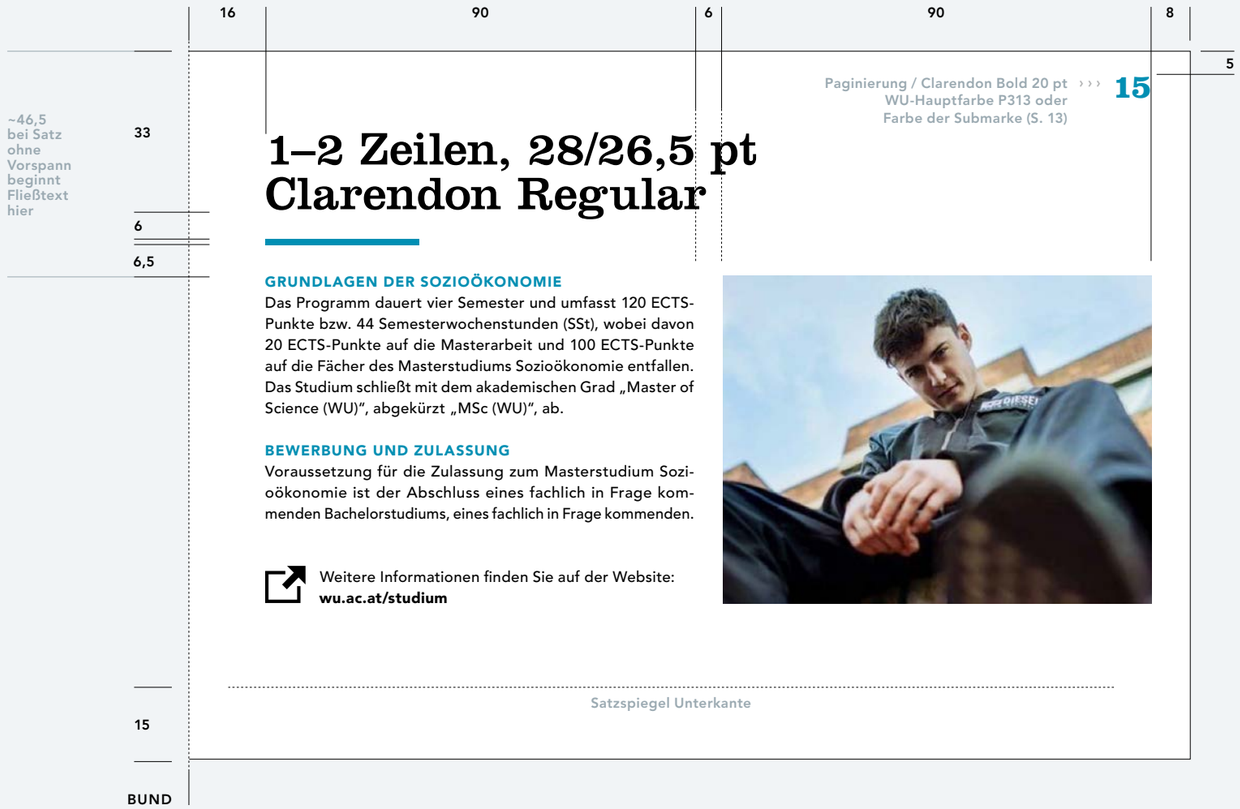
A5 quer Gestaltungsraster (rechte Seite)

Seiten mit Headline und Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,2 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **3 Zeilen nicht überschreiten**. Der Einleitungstext kann nur in Verbindung mit einer Headline platziert werden. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 69 mm von der Oberkante wenn auf einer Doppelseite ein Einleitungstext vorhanden ist**. Der Satzspiegel ist 186 mm breit. Headline und Einleitungstexte werden einspaltig gesetzt, Fließtext zweispaltig mit 6 mm Spaltenabstand und bevorzugt im Blocksatz. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 36 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.



A5 quer Gestaltungsraster (rechte Seite)

Seiten mit Headline ohne Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,2 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **3 Zeilen nicht überschreiten**. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 46,5 mm von der Oberkante**. Der Satzspiegel ist 186 mm breit. Headline und Einleitungstexte werden einspaltig gesetzt, Fließtext zweispaltig mit 6 mm Spaltenabstand. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 36 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.



A5 quer Gestaltungsraster Titelseite

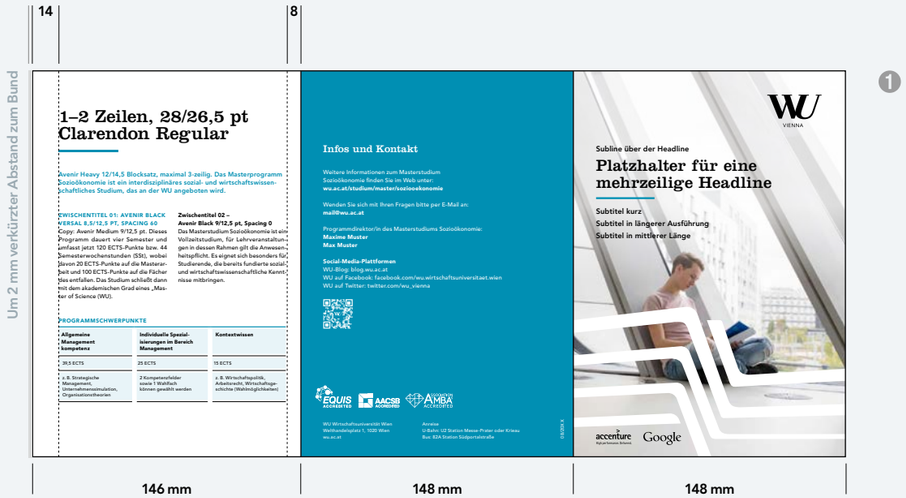
Die Rückseite wird in der Farbe, mit der die Broschüre gestaltet wurde, mit 100 % Deckkraft ganzflächig gefüllt. Der Text beginnt in einer Höhe 22,5 mm von der Oberkante. Die Headline des Textes wird in Clarendon Regular, der restliche Text wird in Avenir Medium und Black gesetzt. Die Akkreditierungslogos sind auf der Rückseite in Kombination mit dem Adress- und Anfahrtsblock linksbündig in der Flucht der Headline zu positionieren und sind immer negativ-weiß dargestellt.

Optional kann auf der U4 im unteren, rechten Bereich ein Primärelement in der Farbe weiß mit 100 % Deckkraft platziert werden ❶.

❶

A5 Broschüre, Wickelfalz (6 Seiten)

Bei 6-seitigen Broschüren im Wickelfalz sind die Satzspiegel, beginnend auf den Innenseiten ❷ von links nach rechts, wie folgt anzulegen: 8 mm Abstand zum linken Rand, 16 mm zum ersten Falz, wiederum 16 mm zum Satzspiegel der mittleren Seite, 8 mm zum 2. Falz, 16 mm zum Satzspiegel der rechten Seite, 8 mm zum Rand (Achtung: diese Seite ist um 2 mm verkürzt und somit 146 mm breit, damit beim Falz keine Stauchung entsteht). Bei den Außenseiten ❶ ist der Satzspiegel beginnend von links nach rechts wie folgt anzulegen: 14 mm zum linken Rand und 5 mm zum 1. Falz. Bilder können auch auf Binnenseiten nach oben und unten abfallend und über den Falz hinweg abgebildet werden.



❶

❷

Um 2 mm verkürzter Abstand zum Bund

A5 Broschüre Tabernakelfalz (8 Seiten)

Bei 8-seitigen Broschüren im Tabernakelfalz sind die Satzspiegel, beginnend auf den Innenseiten ❷ von links nach rechts, wie folgt anzulegen: 8 mm Abstand zum linken Rand, 16 mm zum ersten Falz, 8 mm zum Satzspiegel der 2. Innenseite, 16 mm zum Mittelfalz, wiederum 16 mm zum Satzspiegel der dritten Innenseite, 8 mm zum 3. Falz, 16 mm zum Satzspiegel der rechten Seite, 8 mm zum Rand (Achtung: linke und rechte Außenseite ist um 2 mm verkürzt und somit 146 mm breit, damit beim Falz keine Stauchung entsteht). Bei den beiden Außenseiten ❶ ist der Satzspiegel wegen dem Beschnitt von jeweils 2 mm auf 16,5 mm festgelegt. Bilder können auch auf Binnenseiten nach oben und unten abfallend und über den Falz hinweg abgebildet werden.

DIN Lang hoch Gestaltungsraster Titelseite

Die Titelseite einer Broschüre im Format „DIN-Lang“ im Hochformat (105 × 210 mm) wird mit Hintergrundbild und Primärelement weiß oder weißer Fläche und Primärelement in WU-Hauptfarbe angelegt. Platzierung des WU Vienna-Logos oben, rechts mit einer W-Höhe Abstand. Die Größe des Logos entspricht dem Logo für A5-Broschüren (~29,5 mm). Der Abstand der Headline/des Titelblocks bei verwendung von Sublines beträgt mind. 12,75 mm (W-Höhe). Die Headline und Subheadlines (optional) werden nach der Hierarchie der Hausschriften gestaltet (siehe S. 19).

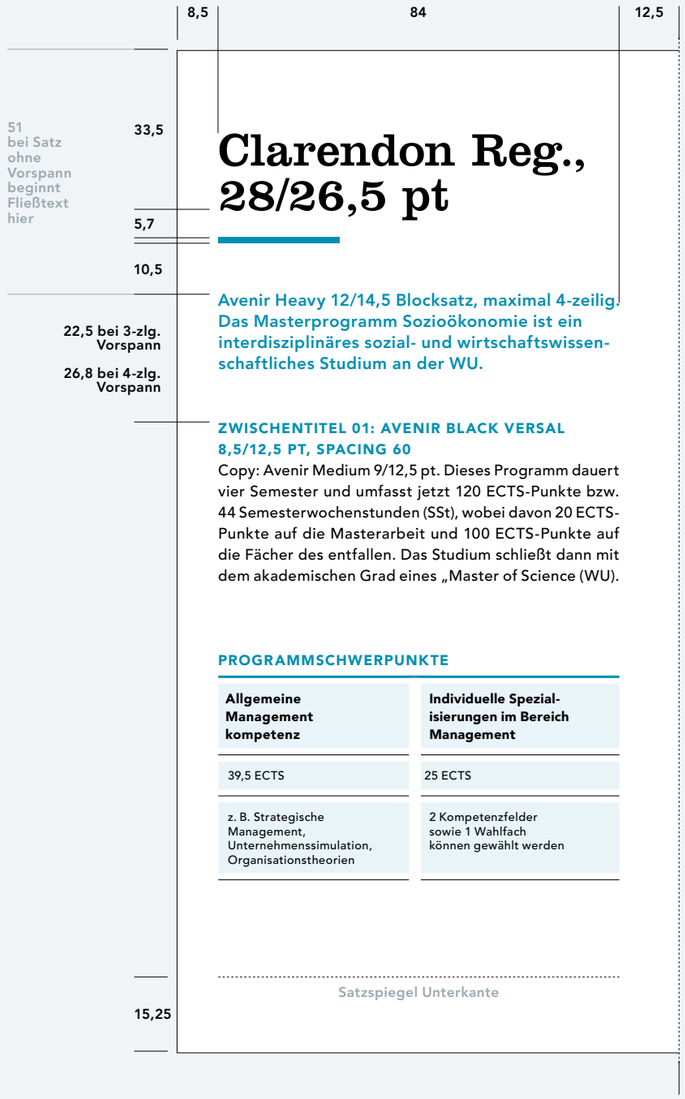
Partnerlogos sind 6,5 mm von der Seitenunterkante, linksbündig mit 12,75 mm Abstand zur linken Kante, – entweder negativ-weiß oder positiv-schwarz (je nach Hintergrund) in einer maximalen Höhe von 7 mm nebeneinander angeordnet. Bei Nutzung von mehreren Logos ist auf die einheitliche Größe zu achten.

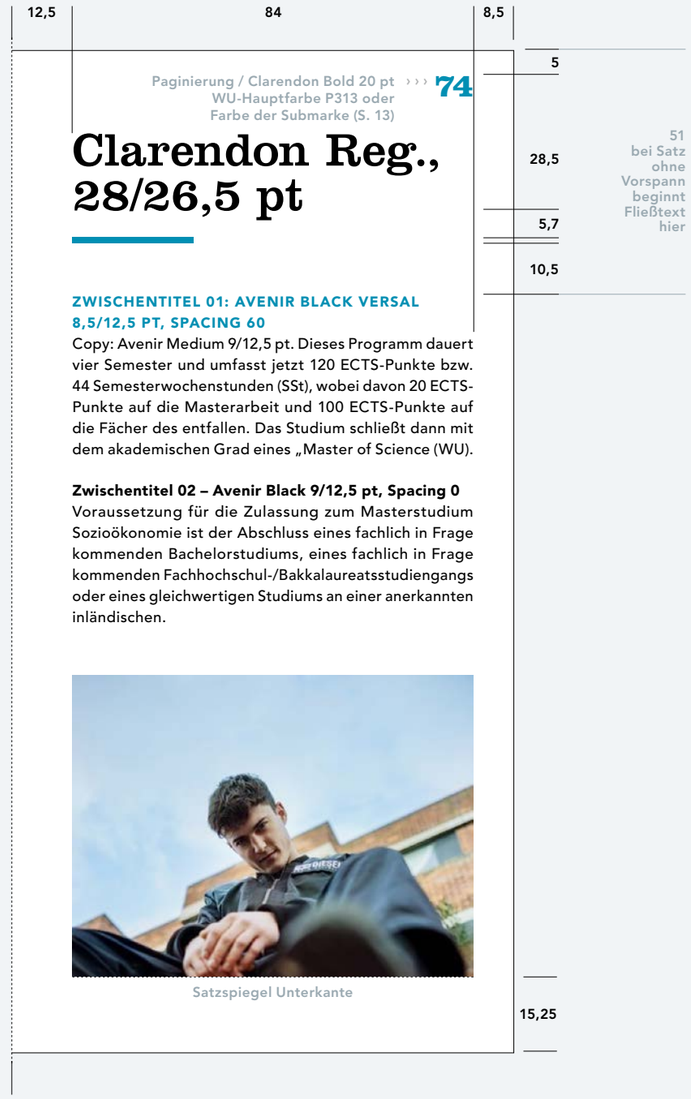
Es besteht die Möglichkeit eine alternative Variante des Covers zu verwenden ❶. Bei dieser Variante hat die obere Hälfte des Formats einen weißen Hintergrund, auf der unteren Hälfte wird ein Bild platziert. Das Primärelement liegt nur über dem Bild.

DIN Lang hoch Gestaltungsraster

Seiten mit Headline und Einleitungstext: Unter der Headline befindet sich eine **1,2 mm** dicke Linie eingefärbt in der WU-Hauptfarbe bzw. dem Farbton einer Submarke. Der **Einleitungstext** wird in der jew. Farbe der Broschüre (WU-Hauptfarbe Pantone 313 oder Farbton der Submarke) gesetzt und sollte **4 Zeilen nicht überschreiten**. Der Einleitungstext kann nur in Verbindung mit einer Headline platziert werden. Der Fließtext wird mit der Avenir Medium 9/12,5 pt gesetzt und **beginnt bei 73,5 mm (bei 3-zeiligem Einleitungstext) oder 77,7 mm (bei 4-zeiligem Einleitungstext) von der Oberkante wenn auf einer Doppelseite ein Einleitungstext vorhanden ist**. Der Satzspiegel ist 84 mm breit. Alle Texte werden einspaltig gesetzt, Fließtext bevorzugt im Blocksatz. Texte sind am Grundlinienraster ausgerichtet, dieser beginnt bei 36 mm und hat einen Abstand von 12,5 pt.

Bei Seiten mit Headline ohne Einleitungstext **beginnt der Text bei 51 mm von der Oberkante**.

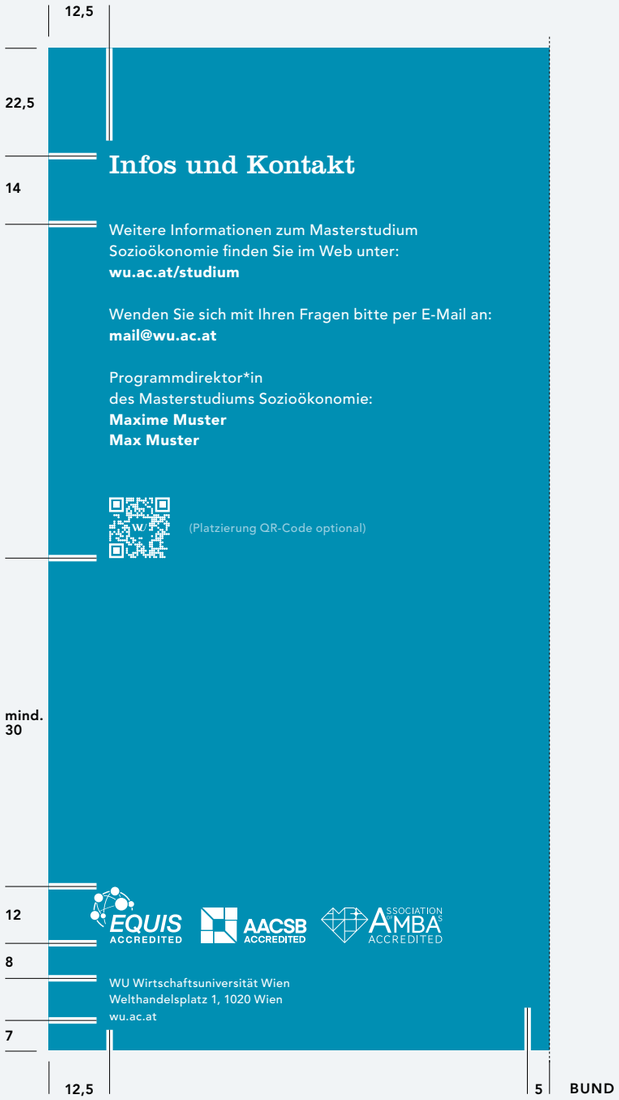




DIN Lang hoch Gestaltungsraster Rückseite

Die Rückseite wird in der Farbe, mit der die Broschüre gestaltet wurde, mit 100 % Deckkraft ganzflächig gefüllt. Der Text beginnt in einer Höhe von 22,5 mm von der Oberkante. Die Headline des Textes wird in Clarendon Regular, der restliche Text wird in Avenir Medium und Black gesetzt. Die Akkreditierungslogos sind auf der Rückseite in Kombination mit dem Adress- und Anfahrtsblock linksbündig in der Flucht der Headline zu positionieren und sind immer negativ-weiß dargestellt.

Optional kann auf der U4 im unteren Bereich ein Primärelement in der Farbe weiß mit 100 % Deckkraft platziert werden ❶. Die Elemente Akkreditierungslogos, Adressblock und Anfahrt WU sowie der „Stand“ müssen entsprechend nach oben verschoben werden.



❶

Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

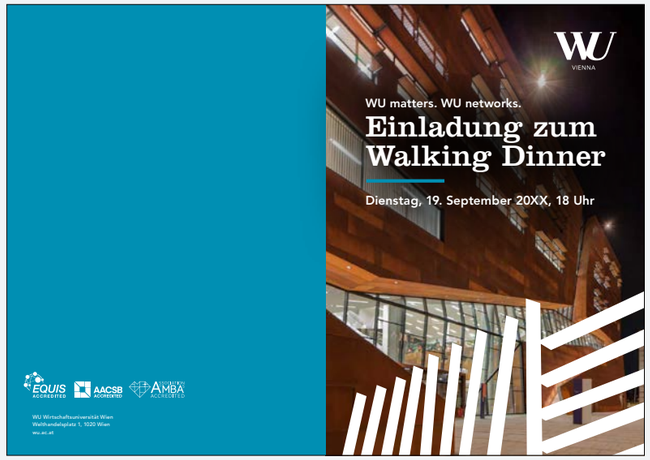
Einladungen A5 Hochformat

Einladungen (A5) werden mit 4 Seiten angelegt, wobei die Aussenseiten denen der A5-Broschüren (Hochformat) gleichen. Über der Headline kann eine Subline platziert werden (Schrifttype: Avenir Heavy). Unterhalb der Headline und dem Titelbalken (in der WU-Hauptfarbe bzw. Submarkenfarbe), kann ein zusätzlicher kurzer Textblock gesetzt werden, in dem Zeit und Ort der Veranstaltung angegeben werden (Schrifttype: Avenir Heavy). Die Headline wird in der Clarenton Roman oder Bold gesetzt. Es besteht die Möglichkeit ein Hintergrundbild zu platzieren ❶, wobei darauf zu achten ist, dass der Kontrast zur Schrift und dem WU-Logo groß genug ist, oder eine weiße Hintergrundfarbe in Kombination mit einem Primärelemente (WU-Hauptfarbe) ❷, wobei Text und Logo schwarz sind.

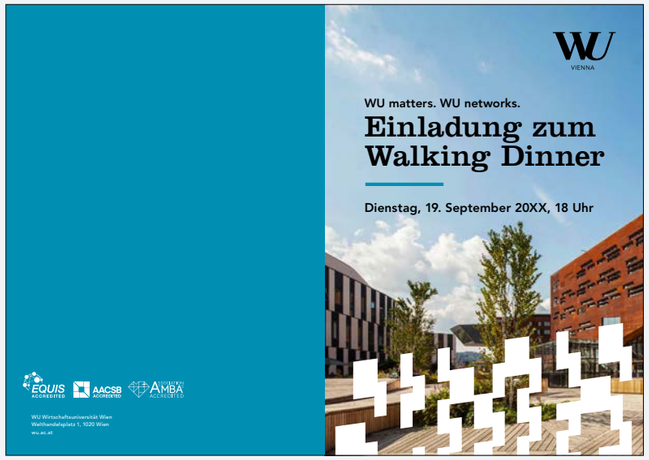
Die Höhe des Titelbalkens entsprichte 1/6 der Headlinehöhe, der Abstand zur Headline kann von 3/6, 4/6, 5/6, in Ausnahmen auch 6/6 der Headlinehöhe, die Breite des Titelbalkens 1/3 der Headlinebreite, bei ganz kurzen Headlines, kann sie auch 1/2 der Headlinebreite betragen.

Die Innenseiten ❸ sind einspaltig angelegt. Die Headline ist mit 24/22,5 pt festgelegt, der Fließtext mit 10/13,5 pt. Die Höhe des Titelbalkens entsprichte 1/6 der Headlinehöhe, der Abstand zur Headline 5/6 der Headlinehöhe, die Breite des Titelbalkens 1/3, bei sehr kurzen Headlines 1/2 der Headlinebreite. Der Abstand des Fließtextes beträgt 10 mm. Der Abstand der Headline (Grundlinie) vom oberen Rand der Einladung beträgt 56 mm.

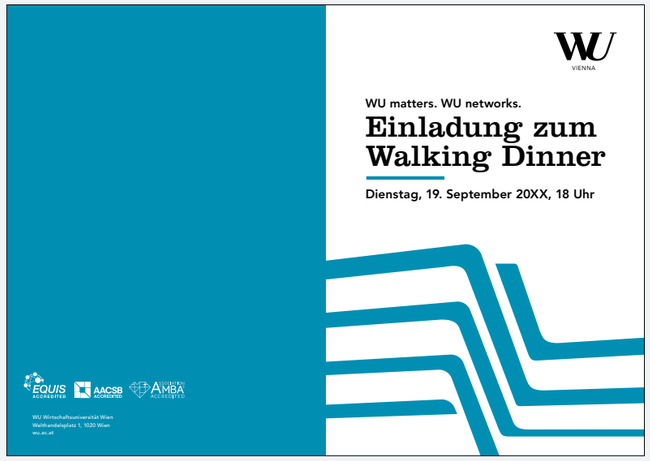
❶



❶



❷



❸

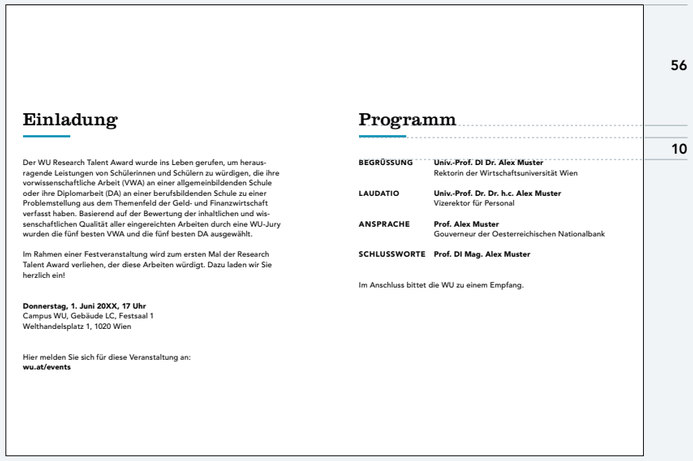


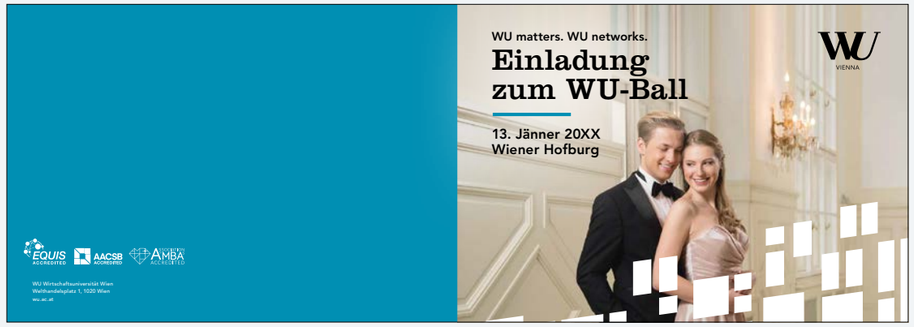
ABBILDUNG IN 35 % DER ORIGINALGRÖSSE

Einladungen A5 Querformat

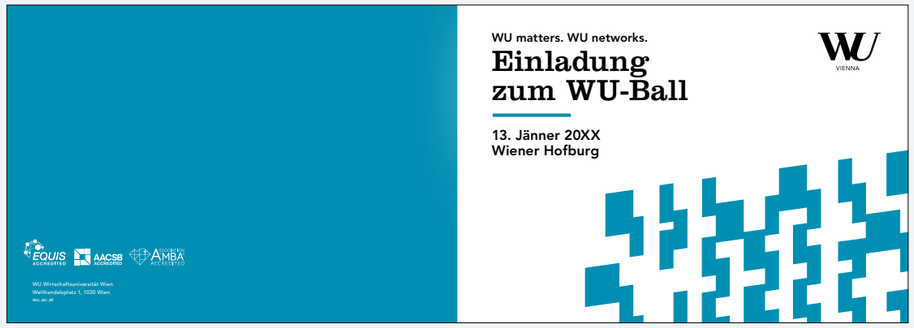
Einladungen (A5) ❶ werden mit 4 Seiten angelegt, wobei die Außenseiten denen der A5-Broschüren (Querformat) gleichen. Wie bei den Einladungen im Hochformat kann auch beim Querformat ein Hintergrundbild oder eine weiße Fläche mit Prmärelement verwendet werden. Die Regeln enstsprechen jenen der Einladungen im Hochformat

Die Innenseiten ❷ sind einspaltig angelegt. Die Headline ist mit 28/26,5 pt festgelegt, der Fließtext mit 10/13,5 pt. Die Höhe des Titelbalkens entsprichte 1/6 der Headlinehöhe, der Abstand zur Headline 5/6 der Headlinehöhe, die Breite des Titelbalkens 1/3, bei sehr kurzen Headlines 1/2 der Headlinebreite. Der Abstand des Fließtextes beträgt 10 mm. Der Abstand der Headline (Grundlinie) vom oberen Rand der Einladung beträgt 40 mm.

❶



❶



❷

Ball der
Wirtschaftsuniversität Wien

Das Rektorat der Wirtschaftsuniversität Wien lädt

Prof. DI Mag. Alex Muster

mit Begleitung als Ehrengäste zum WU-Ball am 13. Jänner 20XX in die Wiener Hofburg ein.

Es wäre uns eine große Freude, Sie und Ihre Begleitung an einem Tisch des Rektorats begrüßen zu dürfen.
Der Ball bietet Zeit und Raum für einen regen Gedankenaustausch mit Vertreter*innen aus Politik und Wirtschaft
und zahlreichen WU-Professor*innen in den Logen der Departments.

Vor dem Ball findet bereits ab 20 Uhr der traditionelle Empfang der Ehrengäste in den Räumen der Hofburg statt.

Um die Tischreservierungen planen zu können, bitten wir Sie, das dem Büro des Rektorats
(Tel. +43-1-313 36-5360, E-Mail: rectors.office@wu.ac.at) bis 15. Dezember 20XX mitzuteilen,
ob Sie unserer Einladung folgen können.

Eine Ehreneinladung wird im Falle einer Zusage rechtzeitig vor dem Ball übermittelt.
Wir bitten um Ihr Verständnis, dass diese Einladung persönlich und nicht übertragbar ist.

ABBILDUNG IN 35 % DER ORIGINALGRÖSSE

Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

Flugblatt Typo einseitig A4 oder A5

Beim einseitigen Flugbatt (Typo) werden alle Elemente auf weißem Grund platziert. Textelemente sind grundsätzlich schwarz zu setzen, Hervorhebungen mit der Schmuckfarbe „WU-Hauptfarbe" ausgezeichnet. Die Headline wird in der Clarendon Bold bzw. Regular gesetzt werden, die restl. Textinhalte in der Avenir Medium/Heavy/Black.

Das WU Vienna-Logo wird oben rechts im Verhältnis zur Formatbreite von 1:4,75 platziert ❶. Die sich daraus ergebende Höhe des „W" vom WU-Logo ist gleich der Abstand von der oberen sowie der rechten Kante ❷. Der Abstand vom Logo zur Headline entspricht ebenfalls dieser Höhe ❷.

Unterhalb der Headline wird ein Titelbalken in der WU-Hauptfarben platziert. Die Höhe des Titelbalkens entsprichte 1/6 der Headlinehöhe ❸, der Abstand zur Headline entspricht 3/6, 4/6, 5/6, in Ausnahmen auch 6/6 der Headlinehöhe ❹ und muss im Einzelfall entschieden werden, die Breite des Balkens 1/3 der Headlinebreite bei ganz kurzen Headlines, kann sie auch 1/2 der Headlinebreite betragen ❺.

Der Abstand zw. Headline und Titelbalken dient als Basisabstand für darunter platzierte Elemente ❻. Für zusammenhängende Textelemente ist (mit Rücksicht auf die verwendeten Schriftgrößen) ein einfacher Basisabstand, zur Gliederung weiterer Textblöcke bzw. Inhalte ein doppelter Basisabstand zu verwenden. Unten links werden die Akkreditierungs-Logos in schwarzer Farbe platziert.

Die Primärelemente sind in der WU-Hauptfarbe (100 % Deckkraft) im unteren (eher) rechten Bereich, abfallend zu platzieren. Diese Elemente entsprechend der sich durch die Inhalte ergebenden Möglichkeiten platziert werden. Ev. Partner-Logos sind ebenfalls in schwarzer Farbe (mit Abstand) oberhalb der Akkreditierungs-Logos zu platzieren.

Flugblatt Bild einseitig A4 od. A5 mit viel Text

Beim einseitigen Flugbatt (Bild) wird in der oberen Hälfte des Flugblattes mit viel Text platziert (nicht höher als 50 % der Flugbatthöhe). Über dem Bild wird zusätzlich ein Primärelement in weißer Farbe mit 100 % Deckkraft gelegt. Bei der Platzieruung ist auf den Bildausschnitt zu achten – elementare Bildelemente sollten nicht verdeckt werden.

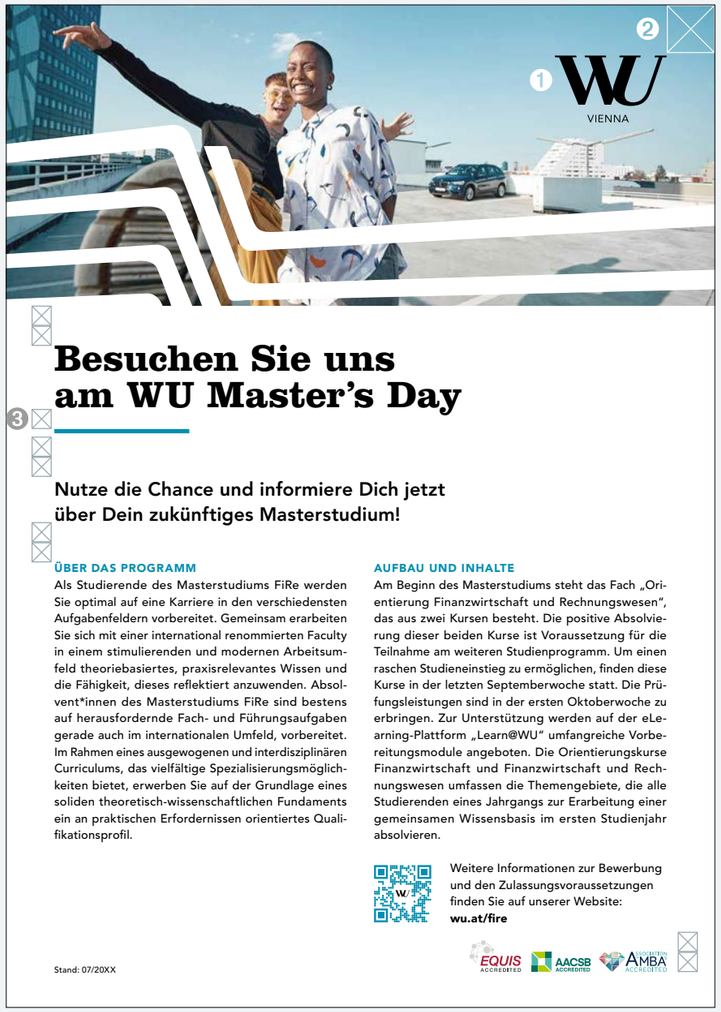
Das WU Vienna-Logo wird oben rechts im Verhältnis zur Formatbreite von 1:6,25 platziert ❶. Die sich daraus ergebende Höhe des „W“ vom WU-Logo ist gleich der Abstand von der oberen sowie der rechten Kante ❷.

Textelemente sind grundsätzlich schwarz zu setzen, Hervorhebungen mit der Schmuckfarbe „WU-Hauptfarbe“ ausgezeichnet. Die Headline wird in der Clarendon Bold bzw. Regular gesetzt werden, die restl. Textinhalte in der Avenir Medium/Heavy/Black.

Als Basis-Schriftgrößen sind für die Headline 32/30,5 pt, für Vorspann 16/21 pt, Fließtext 10/14 pt und Zwischentitel mit 9,5/14 pt definiert. Diese können, falls nötig, angepasst werden.

Unterhalb der Headline ist der Titelbalken für den die selben Vorgaben gelten wie auf Seite 24 beschrieben ❸. Auch die Abstände der Textelemente entsprechen jenen der Beschreibung auf Seite 59. Unten links werden die originalen (bunten) Akkreditierungs-Logos platziert.

Ev. Partner-Logos sind unten links zu platzieren, gegenüber der Akkreditierungs-Logos.



Flugblatt zweiseitig A4 oder A5

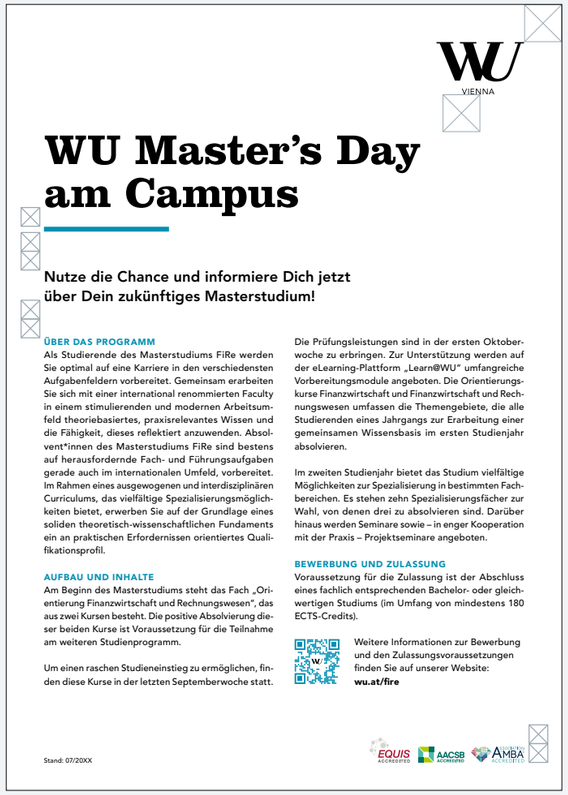
Bei zweiseitigen Flugblättern können auf der Vorderseite, die Textinhalte – falls es die Textmenge zulässt – vertikal mittig platziert werden. Als Gestaltungselement wird ein Primärelement unterhalb und zusätzlich das selbe Primärelement oben links um 180 Grad gedreht noch einmal angeordnet. Rechts oben, entsprechend den Regeln lt. Seite 79, wird das WU Vienna-Logo platziert.

Die Vorgaben für die Texte sind auf Seite 79 ausführlich beschrieben.

Ist die Textmenge für diese Darstellungsform zu zu groß, wird die Darstellungsform von Seite 79 verwendet.

Die Rückseite entspricht weitgehend den Vorgaben des Flugblatte mit Bild auf Seite 60, allerdings wird kein Bild verwendet und somit entspricht der Abstand der Headline und somit folgend aller Textinhalte der „W-Höhe“ der WU Vienna-Logos.

Als Basis-Schriftgrößen sind für die Headline 46/46 pt, für Vorspann 16/21 pt, Fließtext 10/14 pt und Zwischentitel mit 9,5/14 pt definiert. Diese können, falls nötig, angepasst werden.



Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

Plakat Typo mit Primärelement

Bei Plakaten bzw. Poster dieser Variante werden alle Elemente auf weißem Grund platziert. Textelemente sind grundsätzlich schwarz zu setzen, Hervorhebungen mit der Schmuckfarbe „WU-Hauptfarbe" ausgezeichnet. Die Headline wird in der Clarendon Bold bzw. Regular gesetzt werden, die restl. Textinhalte in der Avenir Medium/Heavy/Black.

Das WU Vienna-Logo wird oben rechts im Verhältnis zur Formatbreite von 1:4,75 platziert ❶. Die sich daraus ergebende Höhe des „W" vom WU-Logo ist gleich der Abstand von der oberen sowie der rechten Kante ❷. Der Abstand vom Logo zur Headline entspricht ebenfalls dieser Höhe ❷.

Unterhalb der Headline wird ein Titelbalken in der WU-Hauptfarben platziert. Die Höhe des Titelbalkens entsprichte 1/6 der Headlinehöhe ❸, der Abstand zur Headline entspricht 3/6, 4/6, 5/6, in Ausnahmen auch 6/6 der Headlinehöhe ❹ und muss im Einzelfall entschieden werden, die Breite des Balkens 1/3 der Headlinebreite bei ganz kurzen Headlines, kann sie auch 1/2 der Headlinebreite betragen ❺.

Der Abstand zw. Headline und Titelbalken dient als Basisabstand für darunter platzierte Elemente ❻. Für zusammenhängende Textelemente ist (mit Rücksicht auf die verwendeten Schriftgrößen) ein einfacher Basisabstand, zur Gliederung weiterer Textblöcke bzw. Inhalte ein doppelter Basisabstand zu verwenden. Unten links werden die Akkreditierungs-Logos in schwarzer Farbe platziert.

Die Primärelemente sind in der WU-Hauptfarbe (100 % Deckkraft) im unteren (eher) rechten Bereich, abfallend zu platzieren. Diese Elemente entsprechend der sich durch die Inhalte ergebenden Möglichkeiten platziert werden. Ev. Partner-Logos sind ebenfalls in schwarzer Farbe (mit Abstand) oberhalb der Akkreditierungs-Logos zu platzieren.

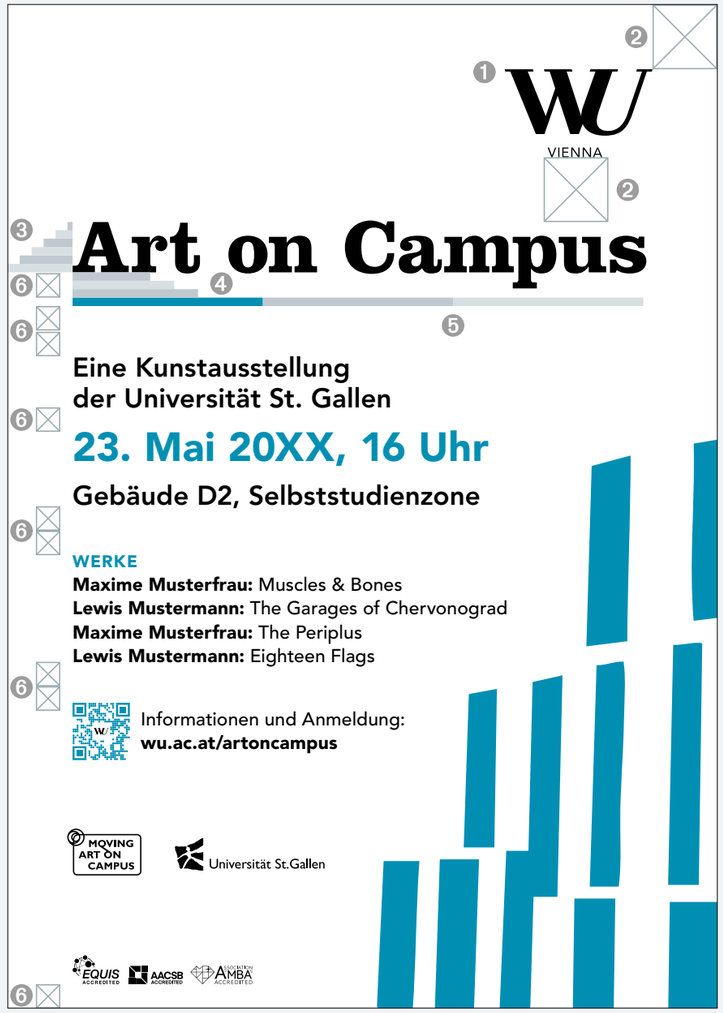


ABBILDUNG IN 40 % DER ORIGINALGRÖSSE

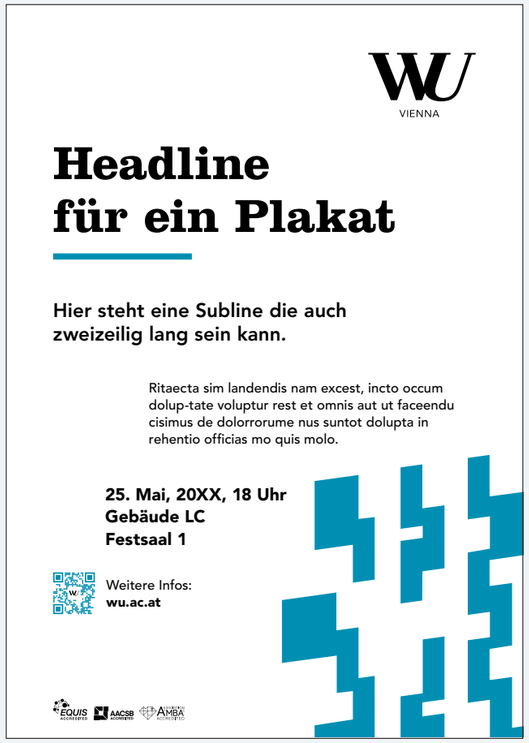
Plakat Typo mit Primärelement

Alternativ zum Standard-Plakat „Typo mit Primärelement“ ❶ kann, wenn es Inhaltsmenge gestattet, eine etwas lockere Darstellung angewendet werden. Dabei können Textelemente horizontal etwas versetzt werden. Es ist dennoch auf eine „ansprechende“ Gestaltung zu achten ❷.

❶

STANDARD DARSTELLUNGSFORM

❷



ALTERNATIVE DARSTELLUNGSFORM

Plakat mit Bildelement

Bei Plakaten bzw. Poster mit Bild gelten die selben Vorgaben. Zusätzlich ist vorgesehen, in der unteren Hälfte ein Bild zu platzieren, dieses sollte die halbe Höhe des Formates nicht überschreiten und nicht weniger als 1/3 der Formathöhe einnehmen.

Über dem Bild wird ein Primärelement in weißer Farbe mit 100 % Deckkraft, abfallend platziert, das nicht über den oberen Rand des Bildes ragt. Die Akkreditierungs-Logos werden oberhalb des Bildes platziert.

Alternativ kann ein ganzseitig abfallendes Bild platziert werden, wobei alle Elemente über dem Bild platziert werden. Hier ist darauf zu achten, dass der obere Teil des Bildes ruhig ist bzw. einen starken Kontrast zu den platzierten Elementen aufweisen und die Lesbarkeit gegeben ist. Ideal sind helle, ruhige Hintergründe.

Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

Inserate Typo im Hochformat

Auf Inserate dieser Variante werden alle Elemente auf weißem Grund platziert. Textelemente sind grundsätzlich schwarz zu setzen, Hervorhebungen mit der Schmuckfarbe „WU-Hauptfarbe" ausgezeichnet. Die Headline wird in der Clarendon Bold bzw. Regular gesetzt werden, die restl. Textinhalte in der Avenir Medium/Heavy/Black. Das WU Vienna-Logo wird oben rechts im Verhältnis zur Formatbreite von 1:4,75 platziert ❶. Die sich daraus ergebende Höhe des „W" vom WU-Logo ist gleich der Abstand von der oberen sowie der rechten Kante ❷. Der Abstand vom Logo zur Headline entspricht ebenfalls dieser Höhe ❷.

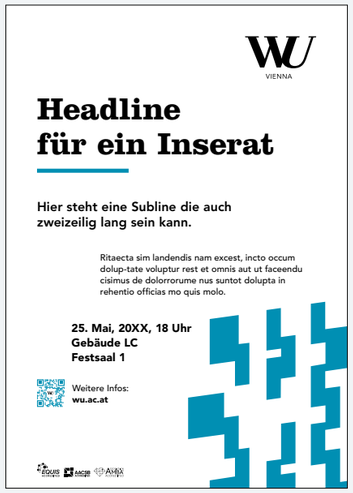
Unterhalb der Headline wird ein Titelbalken in der WU-Hauptfarben platziert. Die Höhe des Titelbalkens entsprichte 1/6 der Headlinehöhe ❸, der Abstand zur Headline entspricht 3/6, 4/6, 5/6, in Ausnahmen auch 6/6 der Headlinehöhe ❹ und muss im Einzelfall entschieden werden, die Breite des Balkens 1/3 der Headlinebreite bei ganz kurzen Headlines, kann sie auch 1/2 der Headlinebreite betragen ❺. Der Abstand zw. Headline und Titelbalken dient als Basisabstand für darunter platzierte Elemente ❻. Für zusammenhängende Textelemente ist (mit Rücksicht auf die verwendeten Schriftgrößen) ein einfacher Basisabstand, zur Gliederung weiterer Textblöcke bzw. Inhalte ein doppelter Basisabstand zu verwenden. Unten links werden die Akkreditierungs-Logos in schwarzer Farbe platziert.

Die Primärelemente sind in der WU-Hauptfarbe (100 % Deckkraft) im unteren (eher) rechten Bereich, abfallend zu platzieren. Diese Elemente entsprechend der sich durch die Inhalte ergebenden Möglichkeiten platziert werden. Ev. Partner-Logos sind ebenfalls in schwarzer Farbe (mit Abstand) oberhalb der Akkreditierungs-Logos zu platzieren.

Alternativ können Layoutvariationen verwendet werden ❼ und ❽. Die Vorgaben sind den Seiten 81 (❼) und 84 (❽) zu entnehmen.

❼

❽



Inserate im Hochformat mit Bild

Bei Inseraten mit Bild gelten die selben Vorgaben. Zusätzlich ist vorgesehen, in der unteren Hälfte ein Bild zu platzieren, dieses sollte die halbe Höhe des Formates nicht überschreiten und nicht weniger als 1/3 der Formathöhe einnehmen.

Über dem Bild wird ein Primärelement in weißer Farbe mit 100 % Deckkraft, abfallend platziert, das nicht über den oberen Rand des Bildes ragt. Die Akkreditierungs-Logos werden oberhalb des Bildes platziert.

Alternativ kann ein ganzseitig abfallendes Bild platziert werden, wobei alle Elemente über dem Bild platziert werden. Hier ist darauf zu achten, dass der obere Teil des Bildes ruhig ist bzw. einen starken Kontrast zu den platzierten Elementen aufweisen und die Lesbarkeit gegeben ist. Ideal sind helle, ruhige Hintergründe.

1

STANDARD DARSTELLUNGSFORM

2

ALTERNATIVE DARSTELLUNGSFORM

Inserate Typo im schmalen Hochformat

Auch für Inserate dieser Variante in sehr schmalen Hochformaten gelten die selben Vorgaben wie für die Inserate im Hochformat (siehe Seite 67).

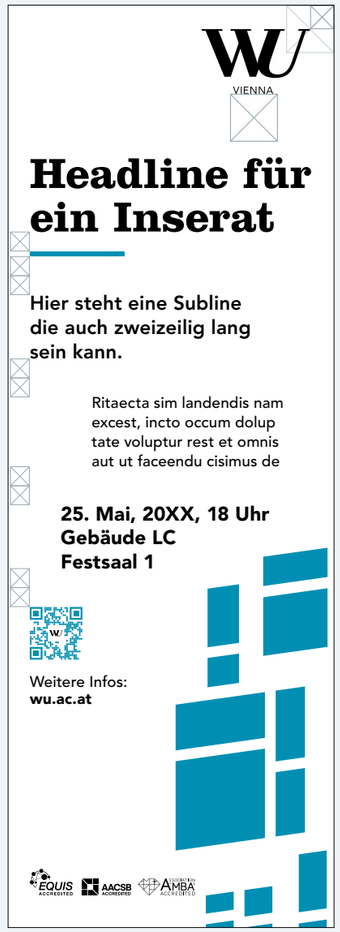
Eine Ausnahme stellt die Größe und Platzierung der WU Vienna-Logos dar. Die Größe kann auf 1/3 der Inseraten-Breite reduziert werden und der Abstand zur rechten oberen Inseraten Ecke auf die Hälfte der „W-Höhe“ des WU Vienna-Logos ❶.

Alternativ können Layoutvariationen verwendet werden ❷ und ❸. Die Vorgaben sind den Seiten 81 (❷) und 84 (❸) zu entnehmen.

❶

❷

❸



Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

Roll-Up Displays

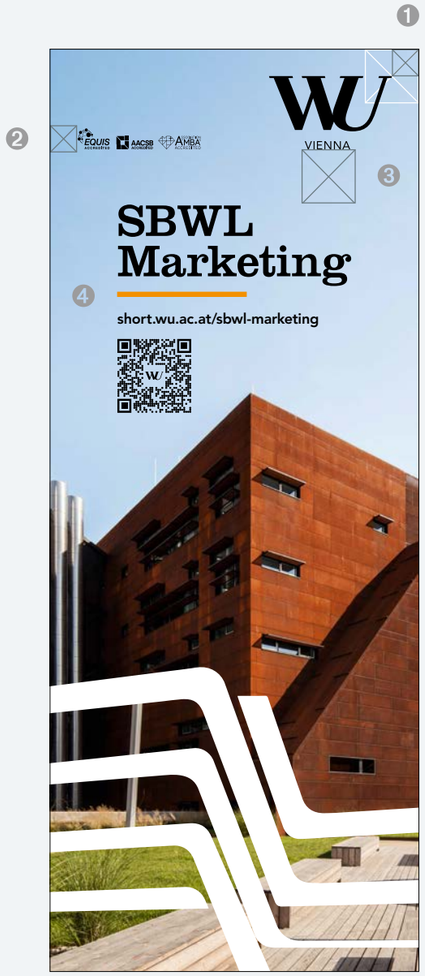
Roll-Up Displays sind mit einem vollflächigen Bild hinterlegt, dass im unteren Bereich mit einem Primärelement in weißer Farbe (100 % Deckkraft) überlagert ist. Alternativ kann eine weißer Hintergrund mit einem in der WU-Hauptfarbe (100 % Deckkraft) eingefärbten Primärelement verwendet werden.

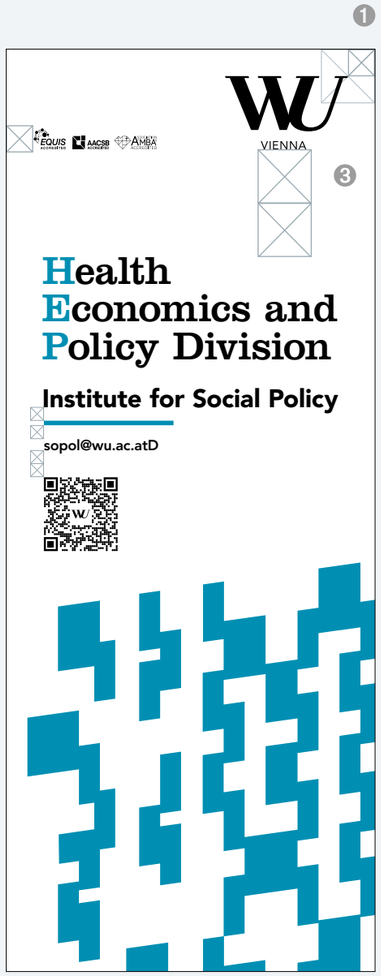
Die Größe des Logos entspricht 1/3 der Roll-Up-Breite und ist einem auf halbe W-Höhe des Logos reduzierten Abstand rechts oben ausgerichtet ❶. Ausgerichtet an der Unterkante des WU-Logos sind links (mit selben Abstand zur linken Kante), die Akkreditierungs-Logos in schwarzer Farbe, mit der selben Breite, wie das WU-Logo platziert ❷.

Der Abstand von Text zum Logo beträgt mindestens eine W-Höhe, kann aber, je nach Anforderung vergrößert werden ❸.

Die folgenden Abstände von Text zur Titelbalken bzw. weiterer (Text)Elemente, entsprechen den Vorgabe lt. Seite 24 ❹.

Bei Platzierung von QR-Code kann der Abstand auch vergrößert werden, sodass Ein ausgewogenes Erscheinungsbild gegeben ist. Die QR-Codes können in schwarzer Farbe oder der WU-Hauptfarbe bzw. einer Submarkenfarbe eingefärbt werden. Empfohlen werden solche Varianten, bei denen mittig ein reines WU-Logo in schwarzer Farbe platziert ist und die Code-Elemente rund dargestellt sind.





Print Publikationen

Papiere
Broschüren
Einladungen
Flugblätter
Plakate
Inserate
Roll-up Displays
Transparente

Transparente

Transparente werden mit weißem Hintergrund und einem Anschnitt eines Primärelements (in WU-Hauptfarbe gefärbt, mit 100 % Deckkraft) gestaltet. Textinhalte sind in schwarzer Farbe und an der linken Seite zu platzieren. Schriftgrößen und -schnitte sind je nach Sujet individuell zu definieren.

Es besteht die Möglichkeit Transparente, je nach Anforderung) mit und ohne Akkreditierungslogos zu gestalten, Die Akkreditierungslogos haben die selbe Breite, wie das WU Vienna-Logo. Bei Transparenten mit annähernden Maßen/Proportionen von 6×1 m, ist die Positionierung des Logos von rechten oberen und unteren Rand 1/2 W-Höhe des Logos ❶. Der Textabstand zur unteren Kante sollte 2/6 der W-Höhe nicht unterschreiten ❷. Bei Gestaltung mit Akkreditierungslogos, ändern sich die Abstände vom WU Vienna-Logo zur rechten oberen Kante auf 4/6 W-Höhe ❸. Der Abstand der Akkreditierungslogos zur rechten unteren Kante bleibt bei 1/2 W-Höhe ❹. Der Abstand zw. WU Vienna-Logo und Akkreditierungslogos entspricht grob der Höhe der Akkreditierungslogos.

Bei Transparenten mit annähernden Maßen/Proportionen von 3×1 m sind die Abstände zu den Rändern allg. mit 1/2 W-Höhe definiert ❺, wobei die Gesamthöhe des Logos beim 2,25-fachem der Transparenthöhe liegt.