

CD

CORPORATE
DESIGN
MANUAL

BASICS

KEEP IT
SHORT
AND
SIMPLE

1. Logo	6
3. Farben / Corporate Colour	14
2. Schrift / Corporate Type	16
4. Ordnungsprinzip	22
5. Anwendungsbeispiele	24

CD (Corporate Design)

ist die visuell wahrnehmbare Gesamtheit aller bewusst beeinflussten Erscheinungsformen eines Unternehmens.

CI (Corporate Identity)

ist das formulierte Selbstverständnis eines Unternehmens. Sie besteht aus festgeschriebenen, bindenden Prinzipien für Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild zur Bestimmung einer unverwechselbaren Unternehmenspersönlichkeit.

Was ist Corporate Design?

Der Begriff Corporate Design fasst das gesamte Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Institution zusammen. Es ist sozusagen die Summe der visuellen Kommunikation und legt neben dem neuen Logo auch die Hausschrift, die Hausfarbe und das grundsätzliche Gestaltungsraster von Werbemitteln und Kommunikationsmedien fest. Im Corporate Design der FH JOANNEUM wurde jedem Department eine eigene Farbe zugeordnet. Dies kennzeichnet sowohl die Eigenständigkeit der Departments auf der einen Seite als auch die Zugehörigkeit zur „Familie“ der FH JOANNEUM auf der anderen Seite. Ziel ist es, durch die Einführung und Festlegung des neuen Corporate Designs eine Unverwechselbarkeit und einen hohen Wiedererkennungseffekt zu erreichen und eine eigene starke und charakteristische Persönlichkeit – die Corporate Identity – zu positionieren und zu etablieren. Dies ist jedoch nur dann möglich, wenn eine strikte und einheitliche Durchsetzung und Einhaltung des Corporate Designs von allen Bereichen – sowohl innerhalb der Institution als auch nach außen hin – gewährleistet ist. Die Richtlinien, Maßstäbe und Werte sind der wichtigste Teil der Corporate Identity.

Das Logo

Das Logo der FH JOANNEUM spielt – als Kernbestandteil des Corporate Designs – wie kein anderes Kommunikationselement eine tragende Rolle. Es steht als Zeichen stellvertretend für die gesamte FH JOANNEUM und ist die komprimierte Darstellung der Institution nach innen

wie nach außen. Es ist nicht nur Aushängeschild und Persönlichkeit, sondern garantiert vor allem eine eindeutige Identifizierung und damit eine strikte Abgrenzung vom Wettbewerb. Dies sind die Grundvoraussetzungen für Marktpräsenz und Corporate Identity.

Dem Grundsatz „keep it short and simple“ folgend, besticht das neue Logo nicht nur durch einen hohen Wiedererkennungswert, es ist in seiner Form auch äußerst prägnant, robust und einprägsam und erfüllt somit alle Ansprüche an die ästhetische Langlebigkeit, die Unverwechselbarkeit und die Funktionalität eines Logotypen. Da die universale Einsetzbarkeit die Grundvoraussetzung für jedes Signet ist, muss es sowohl als eigenständige Marke funktionieren als auch in allen Größen erkennbar sein und in verschiedenen Kommunikationsformen einsetzbar sein.

Auf Korrespondenzmedien sorgt das Zeichen für Authentifizierung und signalisiert neben dem Absender die Echtheit und Gültigkeit des Dokuments. Werbliche Medien tragen das Zeichen als Absender oder Präsentatoren einer Aussage, während ganz allgemein das Logo an sich Qualitätsmerkmal, Zugehörigkeitssignal und Statussymbol ist.

1. LOGO / DIE DACHMARKE / DAS ZENTRALE LOGO



Download

logo_FHj_cmyk.eps

logo_FHj_rgb.jpg

1

Der Schriftzug

ist in der Schrift Parka Medium gesetzt.

2

Das Bildelement, der Trennstrich

ist die Visuelle Klammer und dient in weiterer Folge als Farbkodierung

3

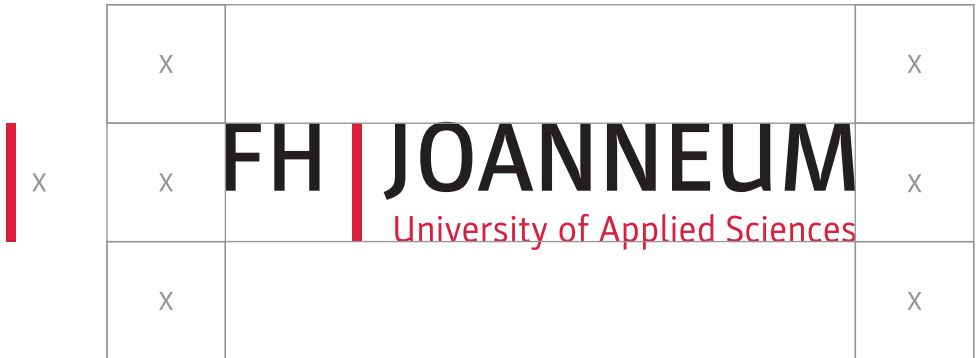
Der Logozusatz bzw der Claim

**Das Logo der FH JOANNEUM
ist eine Wort-Bild-Marke**

Das Logo ist das Herzstück unseres Auftritts. Es besteht aus zwei Elementen, die zusammen eine Einheit bilden: dem Schriftzug und dem Visuellen Element, dem horizontalen Trennstrich. Das Markenzeichen erscheint immer in der hier dargestellten Form und darf nicht modifiziert werden.

Das zentrale Logo wird immer rechts oben positioniert.

1. LOGO / SCHUTZZONE



X = höhe des roten Balkens

Die Schutzzone

Damit unser Markenzeichen seine Wirkung möglichst stark entfalten kann, sollte es nicht durch andere Einflüsse beeinträchtigt werden. Ein Mindestabstand zu anderen Gestaltungselementen (Bilder, Texte, Fremdmarken usw.) muss eingehalten werden.

[Download](#)

logo_FHJ_cmyk.eps

logo_FHJ_rgb.jpg

1. LOGO / DIE GRÖSSEN

↓ Download

logo_FHJ_cmyk.eps

logo_FHJ_rgb.jpg

cmyk = Farbraum für Print

rgb = Farbraum für Monitor

eps = Vektorgrafik, unbegrenzt und ohne Qualitätsverlust skalierbar.

jpg, png, gif, tif = Pixelgrafik

Basisdatei 100% (100 mm)

Das Logo liegt in der Breite am Raster auf.

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences



100% (100 mm)



5

Die Mindestgröße des Logos beträgt 35 mm,
die Schriftgröße der Subline beträgt mindestens 6 pkt

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences



35 mm

1. LOGO / DIE GRÖSSEN

Größen

Die Basisdatei unseres Markenzeichens hat eine Breite von 100 mm. Dies entspricht 100%. In der unten stehenden Reihe sind Größen zu DIN- und noch kleineren Formaten definiert.

 [Download](#)

[logo_FHJ_cmyk.eps](#)

[logo_FHJ_rgb.jpg](#)

Für Format A3 85% (85 mm)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Für Format A4 60% (60 mm)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Für Format A5 55% (55 mm)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Für Format C5/6 50% (50 mm)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

Kleinstes Markenzeichen 35% (35 mm)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

1. LOGO / EINFARBIG / POSITIVE DARSTELLUNG

Basisdatei 100% (100 mm)

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences



100% (100 mm)

 Download

logo_FHJ_1c_pos.eps

1. LOGO / EINFARBIG / NEGATIV



 [Download](#)
logo_FHJ_1c_neg.eps

Das Logo in den Departmentfarben



1. LOGO / DIE INSTITUTE DER FH JOANNEUM

Die Namen der Institute

werden als Wort-Marken gleichwertig neben der Positionsmarke in das Erscheinungsbild eingebunden. Damit wird die **Dachmarkenstrategie** konsequent fortgeführt und die Institute sind Teil des Markenbildes der FH JOANNEUM.

Die Namen der Institute werden im Schriftschnitt Parka Medium abgesetzt.
Die Schriftgröße der 100 % - Versionen der Wort-Logos ist gleich groß wie die Schriftgrößen der Positionsmarke. Dabei ist die kleinstmögliche Anwendungsgröße der Schrift (6 pkt).

Die Wort-Marken der Institute werden auf den Medien oben **links positioniert** und treffen somit nicht mit der Positionsmarke zusammen.

Die Wortmarken der Institute (Beispiele)

INSTITUT ¹
Informationsdesign ²

¹
Parka Regular

²
Parka Medium

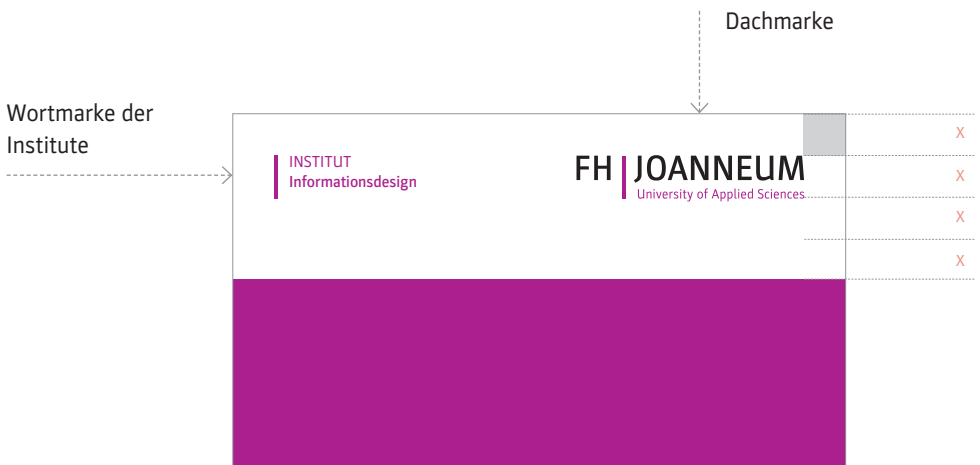
INSTITUT
Bauplanung und Bauwirtschaft

1. LOGO / DIE INSTITUTE DER FH JOANNEUM

Positionierung der Institute (WORTMARKEN) der FH JOANNEUM

Je nach Fachbereich wird das Logo der FH JOANNEUM in rot immer durch die jeweilige Departmentfarbe ersetzt. Die Positionierung ist immer rechts oben.

Die Wortmarken der Institute wird links positioniert und in der jeweiligen Farbe gefärbt.



2. FARBEN / PRIMÄRFARBEN / HAUSFARBEN



Rot

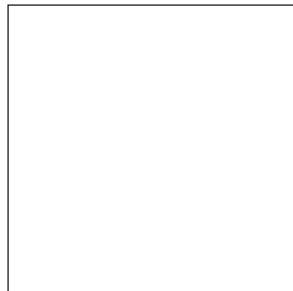
Pantone: 186

CMYK: 10c, 100m, 85y, 0k

RGB: R212, G0, B45



Schwarz



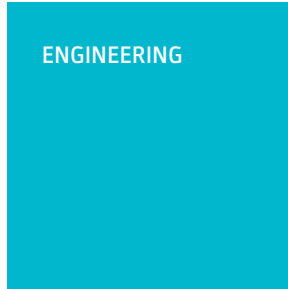
Weiss

2. FARBEN / SEKUNDÄRFARBEN / DEPARTMENTFARBEN



Grün

CMYK: 60c, 0m, 100y, 0k
Pantone: 368
RGB: R118, G184, B42
#76b82a



Türkis

CMYK: 80c, 0m, 20y, 0k
Pantone: 638
RGB: R0, G175, B203
#00afcb



Gelb

CMYK: 0c, 40m, 100y, 0k
Pantone: 130
RGB: R247, G166, B0
#f7a600



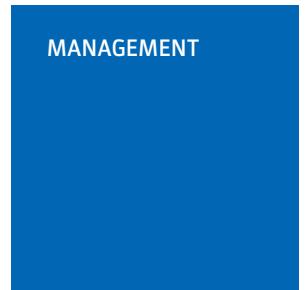
Orange

CMYK: 0c, 70m, 100y, 0k
Pantone: 166
RGB: R236, G102, B8
#ec6608



Violett

CMYK: 35c, 100m, 0y, 0k
Pantone: 241
RGB: R175, G18, B128
#af1280



Blau

CMYK: 100c, 60m, 0y, 0k
Pantone: 2945
RGB: R0, G92, B169
#005ca9

3. TYPOGRAFIE

1

Die Hausschrift der FH JOANNEUM ist PARKA

von Daniel Perraudin. Sie verfügt über ein breites Angebot an Schriftschnitten. Sie wirkt sachlich und informativ. Diese Schrift wird exklusiv in der Grafik bei professioneller Desktop-Publishing DTP-Software verwendet.

2

Die Kontrastschrift ist die FF Unit Slab

Um die Schriftdarstellung komplexer werden zu lassen, wird als zweite Schrift die **FF Unit Slab** von Erik Spiekermann verwendet. Sie wird vorwiegend für längere Fließtexte (Magazine, Bücher) für Auszeichnungen, Leadtexte und Legenden verwendet. Diese Schrift wird exklusiv in der Grafik bei professioneller Desktop-Publishing DTP-Software verwendet.

Ersatzschrift / Alternativschrift EDV

Für Büro-Anwendungen, z.B. Briefe und Präsentationen, werden die Schrifttypen „Calibri“ und „Georgia“ verwendet.



3. TYPOGRAFIE

1

Font: Parka, Daniel Perraudin,
Absolvent von „Informationsdesign“
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ß!“§\$%&/()=?`@
Parka Regular, Parka Medium, **Parka Bold**
Ersatzschrift: Calibri

2

Font: Unit Slab Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ß!“§\$%&/()=?`@

Font: Unit Slab Regular Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890ß!“§\$%&/()=?`@
Ersatzschrift: Georgia Italic

3. TYPOGRAFIE / CORPORATE TYPE

STUDY 1

YOUR 1

DREAM. 2

Hier steht eine Subline. 2

Corporate Type, Schriftenmix (Serifenlose mit Serifenbetonter Schrift)

Bei Headlines werden Parka und Unit Slab Regular Italic gemischt gesetzt. Der Zeilenabstand sollte so gering wie möglich sein ohne dabei die Lesbarkeit zu beeinträchtigen (Schriftgröße + ca. 1pkt) Es kann je nach Aussage ein jeweils anderes Wort betont werden.

3. TYPOGRAFIE / CORPORATE TYPE

Kombinationen

Der Schriftgrößenunterschied zwischen Headlines und Sublines muß ausreichend sein, um ein spannungsreiches Gesamtbild zu erzeugen. Als Richtwert gilt: Subline = 70% Schriftgröße der Headline, nicht größer!

Headlines

werden in Versalien (GROSSBUCHSTABEN) in Parka Medium oder Bold oder, falls nicht verfügbar, in Calibri gesetzt.

Um ein unverwechselbares Schriftbild zu erzeugen, werden bestimmte Wörter in Unit Slab Regular Italic gesetzt.

Der Zeilenabstand sollte so gering wie möglich sein ohne dabei die Lesbarkeit zu beeinträchtigen (Schriftgröße + ca. 1pkt.)

Sublines

Sublines werden in gemischter Schreibweise (Klein- und Großbuchstaben) mit Parka Regular oder Unit Slab Regular Italic gesetzt.

Mengentext

Kürzere Mengentexte werden in Parka Regular 9 pkt, Zeilenabstand 12 pkt gesetzt.

Umfangreichere Texte wie Magazine, Bücher oder wissenschaftliche Publikationen werden in Unit Slab Regular gesetzt.

Zwischenüberschrift Parka Bold 9 pkt

Zeilenabstand 12 pkt

Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie *Hamburgetons, Rafgenduks oder Handgloves*, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: *The quick brown fox jumps over the lazy old dog.*

*“Hier steht ein Zitat. 11 pkt, Zeilenabstand 13,2 pkt. Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie *Hamburgetons, Rafgenduks oder Handgloves*, um Schriften zu testen“*

Hier steht ein Mustertext

Director of the Bad Gleichenberg Tourism Schools

Legenden, Unit Slab Regular, 7 pkt, ZAB 10 pkt

*Dies ist ein Typoblindtext. An ihm kann man sehen, ob alle Buchstaben da sind und wie sie aussehen. Manchmal benutzt man Worte wie *Hamburgetons, Rafgenduks oder Handgloves*, um Schriften zu testen. Manchmal Sätze, die alle Buchstaben des Alphabets enthalten - man nennt diese Sätze »Pangrams«. Sehr bekannt ist dieser: *The quick brown fox jumps over the lazy old dog.**

2. TYPOGRAFIE / BEISPIELE

Parka Medium und Unit Slab Regular Italic
Schriftgröße 30 pkt, ZAB 31 pkt

WIR *GESTALTEN*
MEDIEN
UND DESIGN
VON MORGEN.

WIR *VERNETZEN*
MENSCHEN
UND SYSTEME.

WIR *GESTALTEN*
DIE LEBENSÄÄUME
DER ZUKUNFT.

2. TYPOGRAFIE / BEISPIELE

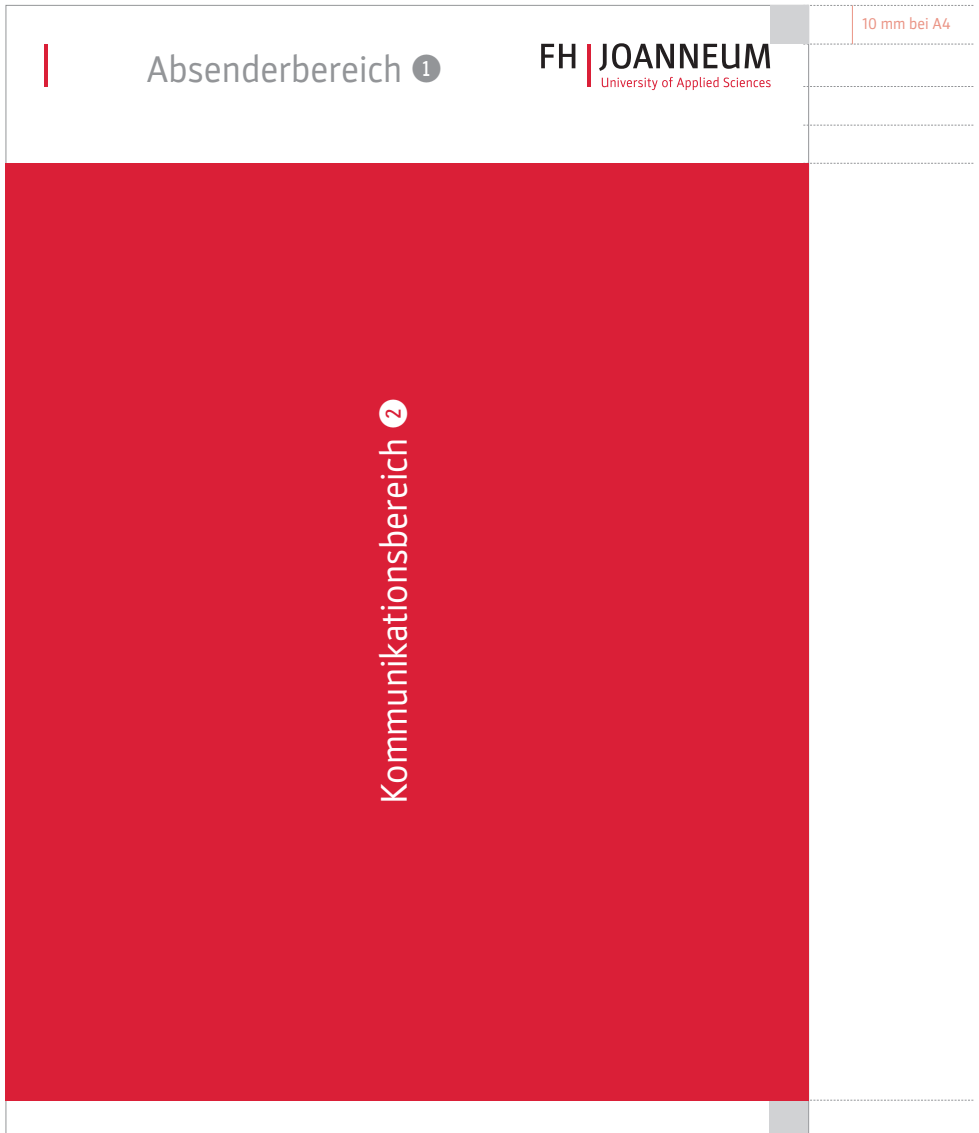
Parka Medium und Unit Slab Regular Italic
Schriftgröße 30 pkt, ZAB 31 pkt

WIR *INVESTIEREN* UNSER
KNOW-HOW IN
INTERNATIONALE
WIRTSCHAFTSERFOLGE.

UNS *BEWEGEN*
INNOVATIVE MOBILITÄT
UND NACHHALTIGE
PRODUKTION.

UNS LIEGT DIE
GESUNDHEIT DES
MENSCHEN AM HERZEN.

4. ORDNUNGSPRINZIP / FORMAT A4



4. ORDNUNGSPRINZIP / FORMAT DIN A5 / Infofolder



X

X

X

X

1

2

Das variable Balkenprinzip

Das Corporate Design der FH JOANNEUM besteht aus einem einfachen und variablen Balkenprinzip. Es setzt sich aus dem definiertem weißen Absenderbereich (wer sagt was), und dem Kommunikationsbereich in der jeweiligen Departmentfarbe zusammen.

- 1 Absenderbereich: Logobreite bei A5 = 55 mm, Randabstand = 10 mm
- 2 Kommunikationsbereich: Raum für Texte und Bilder.
Die Höhe ergibt sich automatisch aus der Höhe des Logobalkens
Die Fläche 2 kann wiederum mehrfach geteilt werden.

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / DER BRIEFBOGEN

Beispiel: INSTITUT Luftfahrt / Aviation

1 INSTITUT Luftfahrt / Aviation
Di Bruno Wiesler
Institutsleiter

2 FH JOANNEUM A-8020 Graz

3 Musterfirma
Frau Veronika Muster
Beispielstraße 123
123 Graz

4 **Betreffzeile**

5 Sehr geehrte Frau Muster

Schriften sind je nach Art unterschiedlich gut lesbar. Es wird die Calibri benutzt. Größe 11 Punkt bei einem Zeilenabstand von 14 Punkt. Bei Absätzen wird eine Zeile geschaltet.

Die Ästhetik der Geschäftsdrucksachen entsteht in der Wechselbeziehung von gesetzter, feststehender Typografie und dem sich ändernden Text. Kommunikationsinstrument Nummer eins ist und bleibt der Briefbogen – mit ihm steht und fällt das Image eines Unternehmens.

Ein gut lesbarer Brief hat zwischen 70 und 80 Anschlägen.

Mit freundlichen Grüßen

Klaus Mustermann
31.05.2013

6 Datum

7 FH JOANNEUM, Alte Poststraße 147, A-8020 Graz, AUSTRIA,
Tel.: +43 (0)316 5453-8818, E-Mail: institutlav@fh-joanneum.at, www.fh-joanneum.at

DVR 0813559, UID-Nr ATU 42361001, FN 125888 F, Landesgericht für ZRS Graz
Bankverbindung: Landes-Hypothekenbank Steiermark AG, Kto.Nr. 2014232330, BLZ 560000, IBAN: AT88560002014232330, BIC: HYSTAT2G

Schutzzone 10 mm

FH JOANNEUM
University of Applied Sciences

Logobreite 60 mm

Alte Poststraße 147
8020 Graz, AUSTRIA
Tel.: +43 (0)316 5453-8818,
www.fh-joanneum.at
E-Mail: bruno.wiesler@fh-joanneum.at

25 mm

110 mm

12,5 mm

145 mm

25 mm

10 mm

10 mm

Brieffelder

- 1** Bereich für
Institutslogos und
Abteilungen
Calibri 8 pt, ZA 11 pt
 - 2** Postabsenderzeile:
Calibri 7 pt, ZA 10 pt
 - 3** Adresse und
Brieftext:
Calibri 11 pt, ZA 14 pt
 - 4** Betreffzeile:
Calibri Bold 11 pt,
ZA 14 pt
 - 5** Absender-
informationen:
Calibri 8 pt, ZA 11 pt
 - 6** Datum
Calibri 8 pt, ZA 11 pt
 - 7** Bereich für
Absender
Calibri 8 pt, ZA 11 pt
- Bank und
Firmendaten
Calibri 6 pt, ZA 8 pt

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / DER BRIEFBOGEN

Beispiel: INSTITUT Luftfahrt / Aviation

INSTITUT Luftfahrt / Aviation
 DI Bruno Wiesler
 Institutsleiter

FH JOANNEUM
 University of Applied Sciences

FH JOANNEUM A-8020 Graz

Musterfirma
 Frau Veronika Muster
 Beispielstraße 123
 123 Graz

Alte Poststraße 147
 8020 Graz, AUSTRIA
 Tel.: +43 (0)316 5453-8818,
 www.fh-joanneum.at
 E-Mail: bruno.wiesler@fh-joanneum.at

Datum

Betreffzeile

Sehr geehrte Frau Muster

Schriften sind je nach Art unterschiedlich gut lesbar. Es wird die Calibri benutzt. Größe 11 Punkt bei einem Zeilenabstand von 14 Punkt. Bei Absätzen wird eine Zeile geschaltet.

Die Ästhetik der Geschäftsdrucksachen entsteht in der Wechselbeziehung von gesetzter, feststehender Typografie und dem sich ändernden Text. Kommunikationsinstrument Nummer eins ist und bleibt der Briefbogen – mit ihm steht und fällt das Image eines Unternehmens.

Ein gut lesbarer Brief hat zwischen 70 und 80 Anschlägen.

Mit freundlichen Gruß

Klaus Mustermann
 31.05.2013

FH JOANNEUM, Alte Poststraße 147, A-8020 Graz, AUSTRIA,
 Tel.: +43 (0)316 5453-8818, E-Mail: institutlav@fh-joanneum.at, www.fh-joanneum.at

DVR 0813559, UID-Nr ATU142361001, FN 125888 f, Landesgericht für ZRS Graz
 Bankverbindung: Landes-Hypothekbank Steiermark AG, Kto.Nr. 2014232330, BLZ 56000, IBAN: AT88560002014232330, BIC: HYSTAT2G

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / VISITKARTEN / Deutsch



Rückseite Rot

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / VISITKARTEN / Deutsch - Englisch

INSTITUT
International Management

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

FH-Prof. Mag. Dr.
DORIS KIENDL-WENDNER, MBA
Instituts- und Transferzentrumsleiterin

FH JOANNEUM Gesellschaft mbH
8020 Graz, Eggenberger Allee 11, Austria
Tel: +43 (0)316 5453-6810, Mobil: +43 (0)664 80 453 6810
Fax: +43 (0)316 5453-6801
E-mail: doris.kiendl-wendner@fh-joanneum.at
www.fh-joanneum.at

INSTITUTE
Management

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

FH-Prof. Mag. Dr.
DORIS KIENDL-WENDNER, MBA
Head of Degree Programme Vicerector (FH)

FH JOANNEUM Gesellschaft mbH
8020 Graz, Eggenberger Allee 11, Austria
phone: +43 (0)316 5453-6810, mobile: +43 (0)664 80 453 6810
fax: +43 (0)316 5453-6801
e-mail: doris.kiendl-wendner@fh-joanneum.at
www.fh-joanneum.at

Rückseite Englisch

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / COVER BROSCHÜRE / Departmentfolder

-
- ① Absenderbereich
 - ② Kommunikationsbereich



MANAGEMENT

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

WIR *INVESTIEREN*
UNSER KNOW-HOW
IN INTERNATIONALE
WIRTSCHAFTSERFOLGE.

STUDY YOUR DREAM.

HEALTH STUDIES

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

UNS LIEGT DIE
GESUNDHEIT DES
MENSCHEN AM
HERZEN.

STUDY YOUR DREAM.

APPLIED COMPUTER
SCIENCES

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

WIR *VERNETZEN*
MENSCHEN
UND SYSTEME.

STUDY YOUR DREAM.

BUILDING, ENERGY
& SOCIETY

FH | JOANNEUM
University of Applied Sciences

WIR *GESTALTEN*
DIE LEBENSÄRÄUME
DER ZUKUNFT.

STUDY YOUR DREAM.

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / PLAKAT

- ① Absenderbereich
- ② Kommunikationsbereich



5. ANWENDUNGSBEISPIEL / PLAKAT

- ① Absenderbereich
- ② Kommunikationsbereich

ENGINEERING

①

FH JOANNEUM
University of Applied Sciences

INSTITUT ①
Fahrzeugtechnik / Automotive Engineering

UNS *BEWEGEN* INNOVATIVE MOBILITÄT UND NACHHALTIGE PRODUKTION.

Udi am, que serferu pturessi aut quunt que pa prae.
Moluptatiore con con plamet ame
nobitatur sunt aut veliqui ditatquam,

*sitate explaut hicia necus,
qui odis es essinus truptatur ate volorae.
Otaesto rates pel eos de ilitaecerio.* ②

Bachelor-Studiengang Luftfahrt / Aviation
FH JOANNEUM, Alte Poststraße 149, 8020 Graz, AUSTRIA, Tel.: +43 (0)316 5453-6400
Fax: +43 (0)316 5453-6401, Web: www.fh-joaanneum.at/lav

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / PLAKAT

- 1 Absenderbereich
- 2 Kommunikationsbereich

ENGINEERING 1

FH JOANNEUM
University of Applied Sciences

INSTITUT
Fahrzeugtechnik / Automotive Engineering



UNS *BEWEGEN*
INNOVATIVE MOBILITÄT
UND NACHHALTIGE
PRODUKTION.

Udi am, que serferu pturessi aut quunt que pa prae.
Moluptatiore con con plamet ame

*sitate explaut hicia necus,
qui odis es essinus truptatur ate volorae.* 2

Bachelor-Studiengang Luftfahrt / Aviation
FH JOANNEUM, Alte Poststraße 149, 8020 Graz, AUSTRIA, Tel.: +43 (0)316 5453-6400
Fax: +43 (0)316 5453-6401, Web: www.fh-joanneum.at/lav

5. ANWENDUNGSBEISPIEL / PLAKAT

- 1 Absenderbereich
- 2 Kommunikationsbereich

ENGINEERING

FH JOANNEUM
University of Applied Sciences

1

INSTITUT
Fahrzeugtechnik / Automotive Engineering





**Pa comni blabo. Obit invent ver-
umqu amusaperum que volora
quatiis doloratquo esequatio
occupa experenimi, everatur?**

Eque num cus et eaturiore con re ipid mo et litionem re, tem ium audae aut restrup taturit unt volendion consecra borrumquae essit aut dicillat veruntiorati blandandem vel modis autem invellabor atur a quiatem fuga. Cil magnam, in con rem volo et, officiae. Nem facepudis coneseque dus essit lantia simus, c

omnimus sust, abo. Et evelia quam facessectur? Gia pratem es et alis alis utati totam rat fugiam, aut enihil ipitae sum que moluptati dollecab id quiam eveliquas sintorro con nobitiasim doloribuscia dolent fuga. Itateniet enducie niandenis sim quias sentis excea nonetusam esed el et remperibust, sam qui ulloresti ut omnim ut quibus aut parupta tinvelenim quat auri voluptatur? Quis sapicat.

Ehentet quam corepedis si nonet veni ipsam undit, to core la que il ius velia sim ullaustempore alitraq uatiatem es volupta tquunt.

Moluptat. Vent atis magnis explitio officae remquasi quiam comnim sincit re pe vellupt aeriorero test rem lacestis et aut etur as anis simostiust aspelent inum sit, sa dolupta tempos sapiscia por rem nonse dissimet voluptur aliquam nullumquam rem latempo.

Bachelor-Studiengang Luftfahrt / Aviation
FH JOANNEUM, Alte Poststraße 149, 8020 Graz, AUSTRIA, Tel.: +43 (0)316 5453-6400
Fax: +43 (0)316 5453-6401, Web: www.fh-joanneum.at/lav

2

AUSNAHMEREGLUNGEN / INTERNE VERWENDUNGEN

Dachmarkenstrategie

Die unten angeführten Beispiele (Nr.2)

dürfen nur für interne Darstellungen verwendet werden und sollen nicht nach außen kommuniziert werden. Das zentrale Logo (Nr.1) darf nicht verändert werden.



① Dachmarke / Positionsmarke

② Studiengangslogos / Für Interne Orientierung

FH JOANNEUM / PR & Marketing
Alte Poststraße 147, 8020 Graz
Manfred Terler
Tel.: ++43 (0316)5453-8818
manfred.terler@fh-joaanneum.at
www.fh-joaanneum.at

 **Download**

Alles Logos und Vorlagen finden
Sie auf der Website unter:
www.fh-joaanneum.at/cd