



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$\$%&?!@€#



ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZabcdefghijklmnop
hijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$\$%&?!@€#



Gestaltungshandbuch

Corporate Design Manual

(Stand Nov. 2023)

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Warum ein Corporate Design?	4
KU-Logo	
Das KU-Logo	5
Farbvarianten des Logos	6
Größe und Platzierung des Logos.	7
Kombination mit anderen Logos	8
Keine Veränderungen des Logos	9
Hinweise zur Nutzung von Logo-Dateien	10
Das KU-Siegel und seine Verwendung	11
KU-Farben	
Die KU-Farben	12
KU-Schriften	
Die KU-Schrift „Minion“	13
Die KU-Schrift „Helvetica“	14
Gestaltung in der Praxis	
Briefpapier	15
Visitenkarten.	18
Flyer, Broschüren und Plakate	19
Präsentationen	20
Webgestaltung	21
Ratschlag und Hilfe	
Ihre Ansprechpartner für Gestaltungsfragen	22
Impressum	23

Vorwort



Prof. Dr. Gabriele Gien
Präsidentin der Katholischen Universität
Eichstätt-Ingolstadt

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,
liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Studentinnen und Studenten,

die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt möchte sich von anderen Hochschulen abheben – durch ihr Profil in Forschung und Lehre, durch den besonderen Geist, den diese akademische Gemeinschaft tragen soll, durch das gute Miteinander von Lehrenden und Lernenden.

Unsere Universität möchte sich auch in ihrem Erscheinungsbild abheben und nach innen und außen Geschlossenheit demonstrieren. Publikationen der KU – seien sie digital oder gedruckt – sollen von ihren Empfängern optisch auf den ersten Blick der Universität zugeordnet werden. Unternehmen und Organisationen geben sich ein Corporate Design, um in der Kommunikation unverwechselbar und als Einheit auftreten zu können.

Auch das Corporate Design der KU soll für Wiedererkennbarkeit sorgen. Die Fülle an Angeboten und Leistungen, die von den Mitgliedern unserer Universität erbracht werden, soll so besser sichtbar werden.

Eine Universität ist ein Zusammenschluss großer Vielfalt. Hochschulleitung und -verwaltung, Fakultäten, Lehrstühle und Professuren, Einrichtungen sowie studentische Initiativen bilden gemeinsam die KU. Doch jede Einheit der Universität erscheint als Teil des Ganzen. Die KU wird von außen als eine Institution wahrgenommen. Ein einheitliches Erscheinungsbild soll diese Wahrnehmung fördern.

Dieses Gestaltungshandbuch definiert die Grundelemente des Corporate Design und erklärt ihren Einsatz. Es richtet sich an alle Angehörigen der KU, die gedruckte Publikationen – vom Briefbogen bis hin zu Broschüren – erstellen oder Informationen für die Veröffentlichung im Internet aufbereiten.

In Anlehnung an das Design der Webseite beauftragte die Hochschulleitung im Jahr 2011 die Stabsabteilung Kommunikation und Entwicklung das Corporate Design auch für gedruckte Publikationen zu

vereinheitlichen. Die Ergebnisse finden Sie in diesem Handbuch. Ich danke den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem Bereich Hochschulkommunikation für die Arbeit.

Die Corporate-Design-Vorgaben sind als verbindliche Grundregeln für die Gestaltung von Publikationen der KU zu betrachten. Wir bitten alle Angehörigen der Universität, das Corporate Design anzuwenden, wo immer es möglich ist, um auf diese Weise mit dazu beizutragen, die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt als „Markenzeichen“ zu positionieren.

Die Vorgaben sind bewusst einfach gehalten und konzentrieren sich auf die drei Elemente Logo, Typografie und Farbe. Wir möchten damit erreichen, dass die Umsetzung auch Layout-Laien gelingt. Und wir möchten Raum für die individuelle Gestaltung geben. Das Corporate Design soll nicht beliebig sein – aber auch kein starres Regelwerk, das jegliche Individualität unterbindet. Bleiben Sie also kreativ!

Warum ein Corporate Design?

Vielleicht erinnern Sie sich an eine ihrer letzten nächtlichen Fahrten auf der Autobahn, als Sie am Straßenrand eine in tiefem blau erleuchtete Tankstelle und später ein in gelber Farbe leuchtendes geschwungenes „M“ erblickten? Weil es dunkel war, konnte man nicht viel mehr erkennen – und doch genügte ein kurzer Blick, das Erkennen einer Farbe oder eines speziell geformten Buchstabens um zu wissen, dass Sie soeben an einer „Aral“-Tankstelle und an einer Filiale der Fastfood-Kette „McDonald’s“ vorgefahren waren.

Es gibt heute praktisch kein Unternehmen und keine Institution, die nicht mit einem wiedererkennbaren Erscheinungsbild in die Öffentlichkeit tritt. Das fängt beim Kernelement einer jeden Markenbildung – dem Logo – an und reicht mitunter bis hin zu Vorgaben über die Bekleidung von Mitarbeitern oder die Architektur von Filialen.

Der Begriff Corporate Design fasst das gesamte Erscheinungsbild einer Institution oder eines Unternehmens zusammen. Es ist die Summe der visuellen Kommunikation. Ziel ist es, durch die Festlegung eines Corporate Designs eine Unverwechselbarkeit und einen hohen Effekt der Wiedererkennung der Institution Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt zu erreichen.

Dies ist jedoch nur dann effektiv möglich, wenn eine strikte und einheitliche Durchsetzung und Einhaltung des Corporate Designs von allen Bereichen – sowohl innerhalb der KU wie auch nach außen hin – gewährleistet ist. Fakultäten, Studiengänge und Einrichtungen stehen für sich, werden aber auch als Teil der Institution KU wahrgenommen. Nur ein von allen getragenes Corporate Design garantiert die Wiedererkennungbarkeit der Universität in all ihren Facetten.

Mit diesem Gestaltungshandbuch wird die Basis für ein einheitliches Erscheinungsbild in der Kommunikation nach innen wie nach außen geschaffen. Das Corporate Design Manual umfasst die drei wesentlichen Merkmale des Erscheinungsbilds der KU:

1. Das KU-Logo

ist das Markenzeichen, das auf allen Publikationen zu sehen ist. Der Schriftzug als Teil des Logos weist den Absender unmissverständlich aus:



Das Gestaltungshandbuch definiert die Größe des Logos in Abhängigkeit zum Druckformat des Mediums sowie die Platzierungsvorschriften. Im Corporate Design der KU wird zudem zwischen Logo und Siegel unterschieden. Beide Elemente haben ihre definierten Funk-

tionen und werden in unterschiedlichen Kontexten eingesetzt. In der vollständigen Form wird das KU-Siegel nur auf Urkunden und Zeugnissen abgebildet.

2. Die KU-Farben

Die primäre Farbe für die Gestaltung von Kommunikationsmitteln der KU ist ein dunkles Blau, das mit Grautönen kombiniert werden kann.



Fakultäten, Studiengänge und Einrichtungen der KU können ihre Kommunikation durch die Verwendung zusätzlicher Schmuckfarben individualisieren.

3. Die KU-Schriften

Für die Gestaltung stehen zwei Schriftfamilien zur Verfügung:

Helvetica und **Minion**

Das Corporate Design ist für alle Hochschulangehörige in ihrer internen und externen Kommunikation verbindlich. Bei der Anwendung soll dieses Gestaltungshandbuch helfen. Außerdem stehen Ihnen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation mit Rat und Tat zur Seite (vgl. S. 21).

Corporate Identity (Selbstbild) ist das Selbstverständnis einer Institution und ihre daraus resultierende Selbstdarstellung. Sie dient dazu der Öffentlichkeit das Profil und die Leistungen der Institution nahezubringen.

Corporate Image (Fremdbild) ist das Vorstellungsbild, das sich die Öffentlichkeit über eine Institution macht. Es bildet sich aus der Summe verschiedener Eindrücke, die durch den Auftritt der Institution hervorgerufen werden.

Corporate Design (Erscheinungsbild) ist das visuelle Ausdrucksmittel des Profil einer Institution. Es legt die Standards für ein einheitliches Erscheinungsbild fest und vermittelt den Adressaten ein klares Bild der Institution.

Das Logo

An erster Stelle eines Corporate Designs steht das Markenzeichen eines Unternehmens oder einer Institution. Das Logo verschafft allen Kommunikationsmedien eine eindeutige Zuordnung und einen hohen Wiedererkennungswert. Daher ist der richtige Umgang mit dem Logo von großer Bedeutung. Bitte halten Sie sich an die Vorgaben, wie das Logo einzusetzen ist.

Seit ihrer Gründung hatte die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt mehrere Logos – ihre Genese kann man auf dieser Seite nachvollziehen. Die ersten beiden Logos von 1980 und 1993 zeigen die Heilige Katharina von Alexandrien. Sie ist die Schutzpatronin der Universität. Das runde Siegel von 1980 wird bis heute verwendet – jedoch nur für bestimmte Zwecke wie Zeugnisse und Urkunden. Logo und Siegel haben ihre jeweils definierten Funktionen und können nicht nach Belieben ersatzweise eingesetzt werden. Wie das Siegel im neuen Corporate Design zu Anwendung kommt, wird in diesem Handbuch auf S. 11 erläutert.

Seit 1997 ist die Bildmarke ein durchbrochenes „U“. Viele sehen darin eine Abkürzung für „Universität“. Tatsäch-

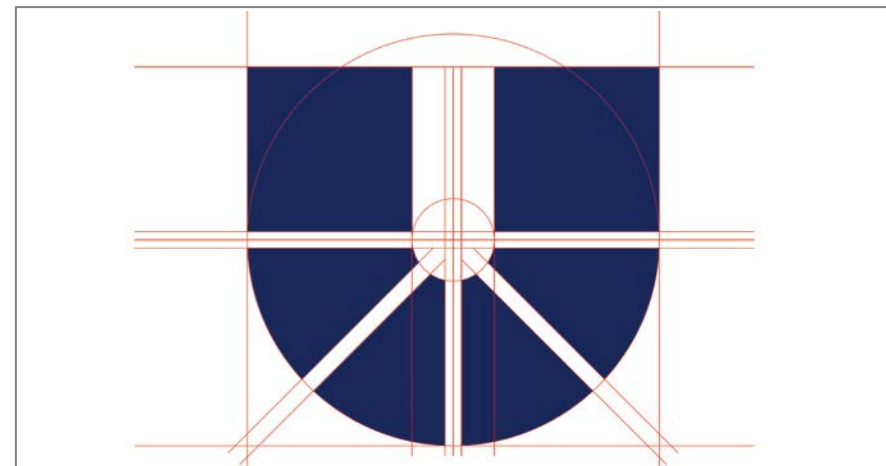
Das KU-Logo im Wandel der Zeit



lich werden auch in diesem Symbol die Speichen des Wagenrades, mit dem die Heilige Katharina dargestellt wird, stilisiert wiedergegeben. Außerdem enthält die Bildmarke das Kreuz als Zeichen für das Christentum.

Das „U“ war in seiner ersten Version als Logo der KU in Grautönen dargestellt, von 1999 an war es in einem blauen Farbton gezeichnet. Die neue Hausfarbe der KU ist ein dunkler Blauton (vgl. S. 12). In diesem neuen KU-Blau sind nun das „U“ sowie der daneben stehende Schriftzug „Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt“ gesetzt.

Die KU-Bildmarke (hier ohne dazu gehörenden Schriftzug) in neuem Blauton



Farbvarianten des Logos

Das Logo der KU besteht aus der U-förmigen Bildmarke und dem Schriftzug „Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt“, der in Kapitälchen in der KU-Schrift Minion Pro (vgl. S. 13) gesetzt ist. Die Glyphen und Zeichenabstände wurden behutsam so angepasst, dass beide Zeilen trotz unterschiedlicher Zeichenanzahl einen Blocksatz bilden. Bild- und Wortmarke bilden eine untrennbare Einheit. Das Logo wurde in Bezug auf die Farbgebung, die Typografie und die Proportionen exakt definiert und ist nur als fertiger Datensatz zu verwenden. Es darf nicht nachgesetzt oder verändert werden.

Das Logo darf in folgenden vier Farbvarianten eingesetzt werden:

- Ⓐ Bei der Standardversion sind Bildmarke und Schriftzug positiv in KU-Blau auf weißem Grund gesetzt.
- Ⓐ Alternativ können Bildmarke und Schriftzug negativ gesetzt werden – weiß auf KU-Blau (bzw. Blauerlauf).
- Ⓐ Wenn kein Farbdruck möglich oder gewünscht ist, kann das Logo entweder positiv Schwarz auf Weiß oder
- Ⓐ negativ Weiß auf Grau erscheinen; der Grauton sollte zwischen 40 % (linke Abb.) und 70 % (rechts) liegen.

Die vollständige Wort-Bild-Marke der KU in Positivdarstellung (oben) und mögliche Farbvariationen



Platzierung und Größe des Logos

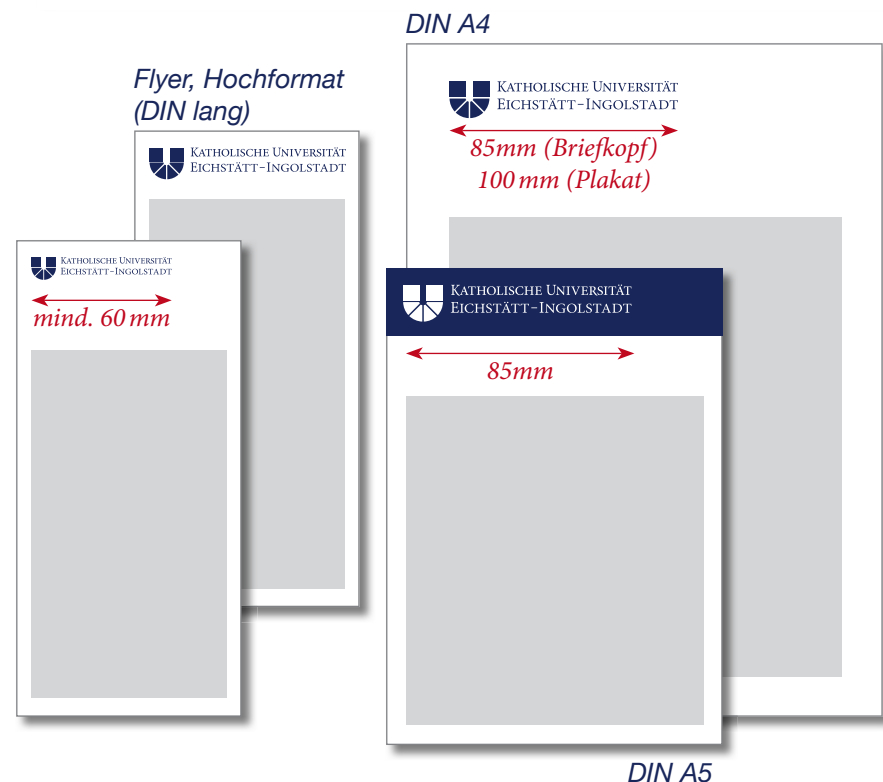
Das Logo ist **links oben** auf einer Seite zu positionieren. Der empfohlene Abstand vom linken und oberen Seitenrand entspricht der Höhe des „U“-Symbols (grüne Markierungen in der Abbildung rechts). Bei kleineren Dokumenten wie etwa Flyern kann das Logo näher an die Seitenränder rücken. Wie im Straßenverkehr gibt es einen Sicherheitsabstand, der in jedem Fall einzuhalten ist. Die **Schutzzone** rund um das Logo entspricht der Höhe bzw. Breite eines der beiden Quadrate im KU-Logo (rote Markierung in der Abbildung). So weit muss das Logo mindestens vom Seitenrand entfernt sein. Auch dürfen innerhalb dieses Bereiches keine weiteren Texte, Bilder oder Grafiken platziert werden.

Das Logo hat eine **Mindestbreite** von 60 Millimeter („U“-Symbol plus Schriftzug) – in dieser Größe kommt das Logo bei Visitenkarten oder auf kleinen Flyern und Faltblättern zum Einsatz. Je größer das Ausgabemedium, desto größer das KU-Logo.

Die Tabelle gibt an, welche Logo-Größe für welche Dokumentengröße verwendet werden soll. Bei Sonderformaten fragen Sie bitte in der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation nach der passenden Größe.

Die Ausrichtung des Logos ist **horizontal**. Es darf nicht gedreht werden. Ausnahmen von dieser Regel (z. B. Verwendung auf Fahnen) müssen von der Hochschulleitung genehmigt werden.

Logo-Größe	Breite in mm („U“ + Schriftzug)	Verwendung für... (Ausgabeformat)
XS	60 mm	Visitenkarten, Flyer bis 100 mm Breite
S	85 mm	Briefkopf, Faltblätter/Flyer bis DIN A5
M	100 mm	Plakate, Flyer, Broschüren in DIN A4
L	150 mm	Plakate/Poster im Format DIN A3
XL	225 mm	Plakate/Poster im Format DIN A2
XXL	320 mm	Plakate/Poster im Format DIN A1
	450 mm	Plakate/Poster im Format DIN A0



Kombination mit anderen Logos

In allen digitalen und gedruckten Kommunikationmitteln muss die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt unmissverständlich als Absender erscheinen. Daher muss auf allen Publikationen das vollständige KU-Logo in korrekter Größe, Farbe und Platzierung zum Einsatz kommen. Weil eine Universität aber ein Zusammenschluss großer Vielfalt ist, dürfen weiterhin Logos von Fakultäten, Studiengängen und Einrichtungen der KU eingesetzt werden. Dabei sind folgende Regeln zu beachten:

- Das Logo darf das KU-Logo nicht ersetzen, sondern nur ergänzen. Das KU-Logo ist die Dachmarke, der sich andere Logos unterordnen.
- Das Logo darf nicht in die Schutzzone des KU-Logos eingreifen.
- Das Logo darf nicht das „U“ des KU-Logos verwenden (auch nicht in einer Variation, z. B. andersfarbig).
- Bei Neuentwicklung von Logos wird empfohlen, bei der Wahl der Schriftart (Minion) und/oder bei der Farbgebung (KU-Blau) einen Bezug zum KU-Logo herzustellen.
- Bei der Platzierung neben dem KU-Logo sind – wenn möglich – die horizontalen Achsen des KU-Logos aufzugreifen (vgl. Abbildungen).



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



**Zentralinstitut
für Ehe und Familie
in der Gesellschaft**
Center for marriage
and family in society



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT



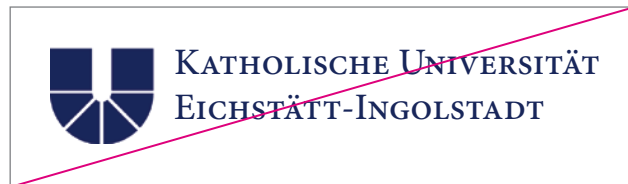
Keine Veränderungen des Logos

Die Wort-Bild-Marke der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt ist eine integrale Einheit. Als solche darf das Logo weder in Drucksachen noch bei Internetanwendungen verändert werden. Die Vorlagendateien dürfen lediglich passend zum Anwendungszweck vergrößert oder verkleinert werden. Die Skalierung muss dabei in der Höhe und in der Breite proportional erfolgen.

Nicht erlaubt sind insbesondere folgende Veränderungen des KU-Logos:

- Ersetzen oder „Nachsetzen“ des Schriftzugs mittels einer anderen Schriftart oder Textausrichtung;
- veränderte Anordnung von „U“ und Schriftzug oder veränderte Größenverhältnisse von „U“ und Schriftzug;
- Verwendung des Logos in einem anderen Farbton als den vorgesehenen Farben KU-Blau, Schwarz oder Weiß; Verwendung nicht vorgesehener Hintergrundfarben; Hinzufügen von Schatten oder anderer Effekte;
- Verkürzen oder Ersetzen des Schriftzugs „Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt“;
- Stauchen und Verzerren des Logos durch nicht-proportionale Größenänderungen in Höhe und Breite.

falsche Typografie



falsche Proportionen von Bild- und Wortmarke



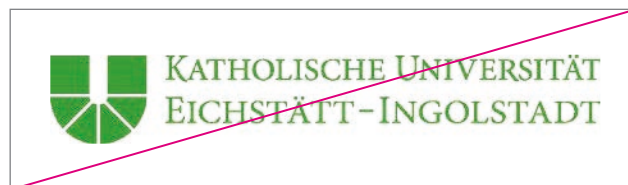
falsche Anordnung und Bild- und Wortmarke



Verkürzen der Namens der Universität



falsche Farbe bei Schrift und/oder Bildmarke



Nennung einer Einrichtung anstatt der Universität



falsche Hintergrundfarbe



Stauchen oder Dehnen des Logos



Hinweise zur Nutzung von Logo-Dateien

Für eine korrekte Wiedergabe des KU-Logos im Hinblick auf die Druckqualität und die Farbgebung ist es wichtig, dass Sie je nach Einsatzzweck die richtige Vorlagen-Datei verwenden. Andersfalls kann es passieren, dass das Logo in ihrer Publikation unscharf („pixelig“) oder in einem falschen Farbton dargestellt wird.

Größe und Auflösung des Logos

Auf S. 7 in diesem Gestaltungshandbuch finden Sie eine tabellarische Übersicht über die zu verwendenden Logo-Größen in Abhängigkeit vom Format der zu gestaltenden Publikation. Die angegebenen Millimeter-Maße beziehen sich auf die Gesamtbreite der Wort-Bild-Marke. Für die Gestaltung Ihrer Publikationen gibt es das KU-Logo in verschiedenen Datei-Formaten:

■ **PNG** – Für die Gestaltung von Plakaten, Aushängen und Handzetteln mit „Microsoft Word“ oder anderen einfachen Layoutprogrammen gibt es Vorlagen im PNG-Format in drei verschiedenen Farben (blau, weiß, schwarz) und den fünf Größen XS, S, M, L und XL. Die Größen entsprechen jenen in der Tabelle auf S.7. Laden Sie sich das Logo in

der benötigten Größe herunter und fügen Sie die PNG-Datei in Ihrem Satzprogramm in der linken oberen Ecke des Dokumentes ein (zu den Platzierungsregeln vgl. S. 7).

■ **EPS** – Für die Erstellung von Druckvorlagen für die professionelle Herstellung in einer Druckerei müssen Sie das Logo im Farbmodus CMYK verwenden. Die dafür benötigte Datei können Sie auf den Webseiten der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation herunterladen. Die EPS-Dateien beinhalten das Logo in

einer vektorisierten Form. Diese erlaubt eine beliebige Skalierung ohne Qualitätsverluste. Im Original hat die EPS-Datei eine Breite von 200mm. Achten Sie beim Skalieren darauf, dass Sie Höhe und Breite proportional verändern und das Logo nicht stauchen oder auseinanderzerren.




Farbmodus des Logos

Um eine farbgetreue Wiedergabe des Logos in der blauen Version zu gewährleisten, ist es wichtig, dass Sie je nach Anwendungszweck das Logo im richtigen Farbmodus verwenden.

■ Für Bildschirmanwendungen (Internet, PDF zur Bildschirm-Ansicht, Powerpoint-Präsentationen) müssen alle Farben im **RGB-Modus** (= Rot-Grün-Blau) angelegt sein. Das gilt für farbige Schriften, Farbflächen, Fotos oder auch für grafische Elemente wie Logos. Bitte verwenden Sie für Bildschirmanwendungen die PNG-Dateien des KU-Logos.

■ In Vorlagen für den professionellen Druck müssen die Farben in Ihrem Dokument im **CMYK-Modus** (= Cyan-Magenta-Yellow-Black) angelegt sein. Dies gilt auch für farbige Schrift, für Farbflächen, Fotos und Logos. Gegebenfalls müssen Fotos oder Grafiken vor der Anlieferung der Vorlage bei der Druckerei mit einem Bildbearbeitungsprogramm in den CMYK-Modus umgewandelt werden. Bitte verwenden Sie für die Erstellung von Druckvorlagen die EPS-Dateien des KU-Logos.

Das KU-Logo stellen wir Ihnen auf den Webseiten der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation in unterschiedlichen Datei-Formaten und -Größen zur Verfügung. Wenn Sie unsicher sind, welche Datei Sie verwenden sollen – fragen Sie uns!

	Ausgabe am Bildschirm oder Beamer	Ausdruck am Farbdrucker/-kopierer	Professioneller Druck (z.B. Offset-Druck)
Farbmodus	RGB 	RGB / CMYK 	CMYK 
Standardgrößen	PNG-Dateien (RGB) in den Größen XS, S, M, L und XL	PNG-Dateien oder EPS-Dateien	EPS-Dateien (CMYK) in KU-blau, schwarz und weiß
Sondergrößen	auf Nachfrage		EPS ist frei skalierbar

Das KU-Siegel und seine Verwendung

Das KU-Siegel wurde mit der Gründung der Universität 1980 eingeführt. Es zeigt die Heilige Katharina von Alexandrien, die Schutzpatronin der KU, die der Legende nach mit Wagenrädern gefoltert werden sollte. Daher wird die Märtyrerin gewöhnlich mit einem Rad dargestellt (dessen Speichen sich in stilisierter Form auch im blauen „U“ des KU-Logos wiederfinden).

Das bisherige Siegel (Abb. 1) führte im Schriftzug nicht den Universitätsstandort Ingolstadt auf. Daher war es überragend, das Siegel zu überarbeiten und den Schriftzug zu ergänzen (Abb. 2). Alte Siegelformen (ohne „Ingolstadt“) dürfen nicht mehr verwendet werden.

In Publikationen kann das KU-Siegel optional zu Gestaltungszwecken eingesetzt werden. Dabei sind folgende Regeln zu beachten:

- Das Siegel erscheint nur gemeinsam mit der Wort-Bild-Marke („U“ mit Schriftzug „Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt“). Das Siegel darf nicht ersatzweise für das Logo genutzt werden.
- Das Siegel darf in Drucksachen wie Informationsbroschüren oder in Materialien für das Marketing oder die

Bewerbung von Veranstaltungen (Flyer, Plakate) ausschließlich angeschnitten verwendet werden. Es wird in der linken unteren Ecke des Dokuments platziert (vgl. Abb. 3). Dabei sind auch Farbvarianten möglich (negativ auf blauem oder grauem Grund; vgl. Abb. 4 und 5).

- Die vollständige Abbildung des KU-Siegels ist allein auf Urkunden (z. B. Zeugnisse oder Promotionsurkunden) erlaubt. Ausnahmen von dieser Regel müssen von der Hochschulleitung genehmigt werden.

Den korrekten Einsatz des Siegels regelt die Siegelordnung der KU.

Abb. 1



Abb. 2



Abb. 3

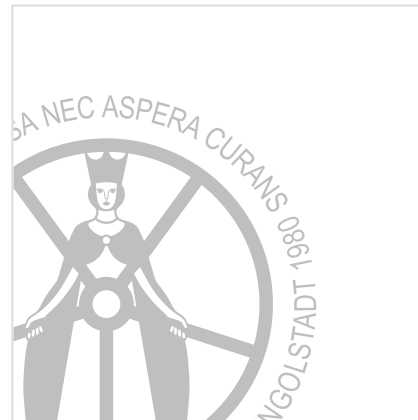


Abb. 4

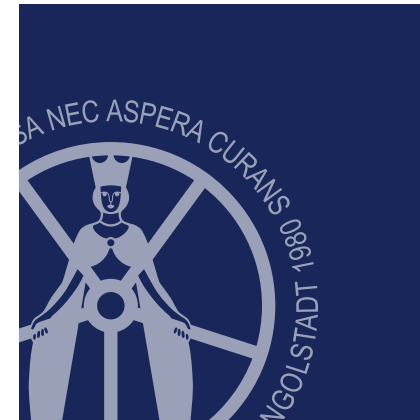


Abb. 5



Die KU-Farben

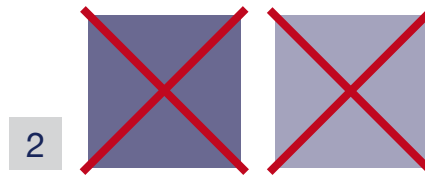
Ausgehend von der bisherigen Hausfarbe der KU ist ein neuer Blauton als Primärfarbe definiert worden, der in digitalen und in gedruckten Kommunikationsmitteln ein einheitliches Bild der KU prägen soll.

1 Farbwerte der Primärfarbe („KU-Blau“):

- Vorlagen für Druckereien (Farbmodus CMYK): 100 % | 90 % | 25 % | 20 %
- Volltonfarbe (bei Druckverfahren Schwarz + Zusatzfarbe): Pantone 294 C
- Dokumente für Bildschirmdarstellung (Farbmodus RGB): 35 | 47 | 102
- Hexadezimalcode für Webanwendungen: #232f66

Tipp: Im Textverarbeitungsprogramm „Word“ können Sie Farbwerte definieren, indem Sie im Menüfeld Farben „Weitere Farben...“ auswählen und dann nach Vorauswahl von RGB oder CMYK die passenden Werte eingeben.

- ## 2
- Farbabstufungen oder Farbtonvariationen der Primärfarbe „KU-Blau“ sind nicht gestattet.

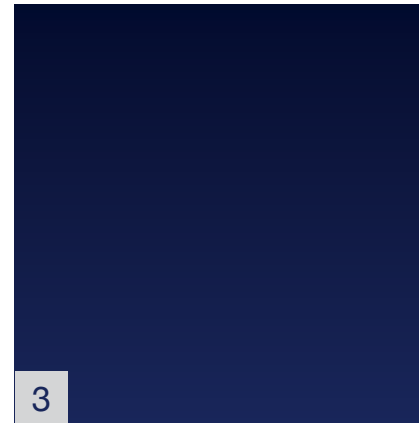


3 Farbverlauf (CMYK-Farbwerte)

Eine erlaubte Farbvariante der Primärfarbe zur Einfärbung von Hintergrundflächen ist ein Farbverlauf von

- KU-Blau (100 | 90 | 25 | 20) nach
- Schwarzblau (100 | 90 | 25 | 65).

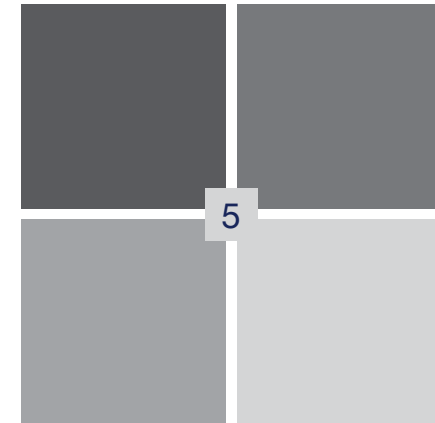
Dabei liegt der hellere Blauton an der Unterkante, der dunklere an der Oberkante der Farbfläche (vgl. Abb. 3). (Wichtiger Hinweis: Der Farbverlauf



darf nicht von KU-Blau nach 100% Schwarz gehen, weil in diesem Fall im mittleren Bereich „schmutzige“ Grautöne auftreten, vgl. Abb. 4.)

5 Grautöne

Die Primärfarbe KU-Blau kann durch Grautöne ergänzt werden. Der Farbauftrag sollte mindestens 15 Prozent Schwarz (vgl. Abb. 5 rechts unten)



betragen und maximal 70 Prozent Schwarz (vgl. Abb. 5 links oben).

Zusätzliche Schmuckfarben

Die Farben KU-Blau und Grau sollen die bestimmenden Farben in digitalen und gedruckten Kommunikationsmitteln sein. Sie können aber von Einrichtungen oder anderen Einheiten der Universität durch selbst definierte Sekundärfarben ergänzt (nicht ersetzt!) werden. So kann etwa eine Fakultät neben KU-Blau eine weitere Farbe für Gestaltung einsetzen. Es wird empfohlen, nur eine weitere Schmuckfarbe zu verwenden. Andere Blautöne als KU-Blau dürfen nicht zum Einsatz kommen.

Die KU-Schriften: Minion

Minion heißt ein vom Designer Robert Slimbach 1990 entworfener Schriftsatz. Es handelt sich um eine Schrift im Stil der Französischen Renaissance-Antiqua, ähnlich der ebenfalls von Slimbach entworfenen Garamond. Antiqua-Schriften zeichnen sich durch ihre Serifen aus. Die Serifen sind feine Linien, die einen Buchstabenstrich am Ende quer zu seiner Grundrichtung abschließen. Die Serifen sind nicht nur schmückendes Beiwerk, sondern sie sorgen insbesondere bei den kleinen Buchstaben für eine Verkettung der Lettern. Dies gibt dem Auge einen besseren Halt und erleichtert die Lesbarkeit. Daher kommen Antiqua-Schriften häufig als Brotschrift für den Fließtext in Büchern und Zeitschriften zum Einsatz.

An der KU wird die Minion schon seit einiger Zeit für Überschriften auf den Webseiten verwendet. Der Schriftzug im KU-Logo ist aus Buchstaben der Schriftart Minion gesetzt. In digitalen und gedruckten Kommunikationsmitteln der KU kann die Minion künftig für alle Zwecke eingesetzt werden. Angehörige der Universität können bei der Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation drei Schriftschnitte der Minion als Schriftdateien beziehen (Standard/Regular, *Kursiv/Italic* und **Fett/Bold**).

Minion Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 1234567890

Minion Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 1234567890

Minion Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 1234567890

Die KU-Schriften: Helvetica

Die Helvetica ist eine Schriftart aus der Gruppe der serifenlosen Grotesk-Schriften. Sie gehört zu den am weitesten verbreiteten serifenlosen Schriftarten. Gestaltet wurde sie ab 1956 von dem Schweizer Grafiker Max Miedinger in Zusammenarbeit mit Eduard Hoffmann, dem Geschäftsführer der Haas'schen Schriftgiesserei in Münchenstein bei Basel. Herausgebracht wurde die Schrift ab 1960 von der deutschen Schriftgießerei D. Stempel AG; der Schriftname „Helvetica“ („die Schweizerische“) deutet aber noch auf ihre Wurzeln hin.

Angehörige der KU können bei der Stabsabteilung Kommunikation und Marketing vier Schriftschnitte der Helvetica beziehen. Der Schnitt *Light* soll dabei für den Fließtext von Publikationen verwendet werden (wie in diesem Gestaltungshandbuch), die Schnitte *Light Italic* und *Roman* dienen zur Hervorhebung einzelner Textteile, **Bold** ist insbesondere für Überschriften oder die Plakatgestaltung gedacht. Ähnlichkeit mit der Helvetica hat die auf vielen Computern installierte Schriftart Arial. Ersatzweise kann Arial als KU-Schrift verwendet werden (z. B. bei Powerpoint-Präsentationen).

Helvetica Neue LT Com 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Neue LT Com 46 Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Neue LT Com55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Neue LT Com 75 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Briefpapier

Die Geschäftsausstattung mit Briefpapier und Visitenkarten stellt eine zentrale Umsetzung des Corporate Design der KU dar. Für die Briefkorrespondenz aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie aller organisatorischen Einheiten der Universität gibt es ein einheitliches Erscheinungsbild.

Angehörige der KU können im Referat II/4 der Universitätsverwaltung Briefbögen mit vorgedrucktem Logo und Siegel beziehen. Die Stabsabtei-

lung Kommunikation und Marketing stellt Word-Vorlagen zur Verfügung, die nach der DIN-Norm 5008 für Geschäftsbriefe entwickelt wurden. Die Vorlagendateien kann jeder Nutzer mit den Informationen zum Absender personalisieren und anschließend für die Erstellung von Briefen verwenden.

Es gibt auch Word-Vorlagen mit integriertem Logo, sodass Briefe auch ohne die Verwendung der KU-Briefbögen erstellt werden können.

Bestandteile des KU-Briefes

- 1 KU-Logo (Randabstand links: 25mm, oben: 15mm)
- 2 Rücksendeangabe (Kurzform der Adresse des Absenders)
- 3 Anschrift des Empfängers
- 4 Betreffzeile (Stichwort; ohne Nennung des Begriffs „Betreff“ oder „Betrifft:“)
- 5 Absender (über der Linie: Lehrstuhl, Fakultät bzw. Einrichtung; unter der Linie Name, Anschrift, Telefon-/Faxnummer, E-Mail-Adresse, Internetseite)
- 6 optionaler Informationsblock (Word-Vorlage „Geschäftsbrief“) mit Bezugszeichen, Name und Kontaktdaten bei Korrespondenz mit Sekretariat oder Referenten, Datum; bei Entfall des Informationsblocks (Vorlage „Standardbrief“) wird das Datum auf gleicher Höhe linksbündig gesetzt.
- 7 KU-Siegel – nur bei Verwendung von vorgedrucktem Briefpapier (!)
- 8 Falzmarken
- 9 Lochmarke

1  KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

2 Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt • 85071 Eichstätt

Herr
Max Mustermann
3 Universität Musterstadt
Musterstraße 123
D-12345 Musterstadt

Ihr Zeichen: xy123
Ihre Nachricht vom: 1.3.2015
Unser Zeichen: az045
Unsere Nachricht vom: 25.3.2015

6 Name: Andrea Ziegelmeier
Telefon: 932-1230
Telefax: 932-12300
E-Mail: andrea.ziegelmeier@ku.de
Datum: 30. März 2015

4 **Unser neues Corporate Design**

Sehr geehrter Herr Mustermann,

ferum etur molorro imperi con consequi iducid que aut faceror conestorio vitate optatur sit pore laciatur atemper ehenite pos eum sim quia nonsed minvellit, od quiatur? Sedit moditatem la sundae doluptatem fugition porrum aut officit maio maio tem natia dolorio odi verem ipicto volorerrum reium que veligniatu? Lutaerum antium ium ium sum que dici aut quiatum voluptum que nus aspid-unt aci delestium ipitati ium re diti aut pre, sum aliqui doloreh enimusa musandictam, samus sim que is dem ipsunt, comni unt acimusd anditat.

Ribusant eturitat quis intur? Es eum faceari atustibus maior reiusa dollent ra simpor si incid eariae nist, consequas re core vit, quidus dolendis ipic temporero dis solor aut eum sitae occupatae sitem volupta tuscide lestibus que veribea dolupta dolupturero beaqui archil imil is atentem venti as ea-tempo remosant a qui quam comnim que sunt lit, ea corero cusam voluptae volorias maio veili-quibus elent fugia cullaci delecta core doluptatates ius, officist unt, sequiam erovid minctatur, nate eatur autati testiumquae.

Ceperem am nulleni invereris reperfere rovidenissi bla quo ius ea delit volorenis elis estiae perio. On consed ute es magnatem volporo renduci enderspis sitiae. Et quo omnim faccumquam nihit, officenis pellab inita dolo blabo. Orepele ntendi arciditae am doluptatur, explititia consequae omnissusae serci od quiatquis resti dolores volor sim hil ipienda pe sant, ullaccum erum de eumque sime eliquate eatur maximin vendit, odi sa sinctur? Ratem dolupta tiberi ullatiasped unt.

7 Mit freundlichen Grüßen

 Prof. Dr. Gabriele Gien

5 PRÄSIDIALAMT

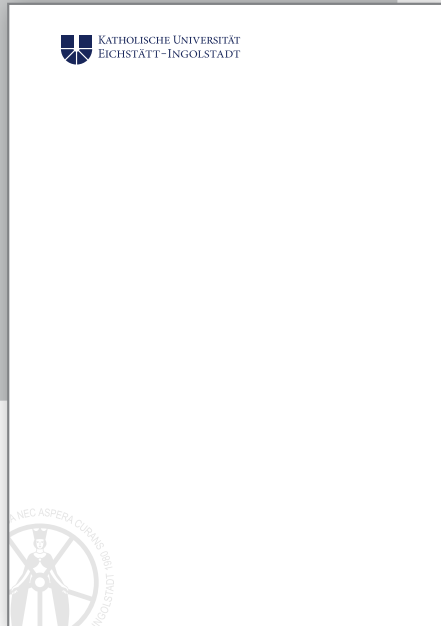
Prof. Dr. Gabriele Gien • Präsidentin
Ostenstraße 26 • 85072 Eichstätt

Telefon: +49 8421 932-1230 • Telefax: +49 8421 932-12300
E-Mail: praesidentin@ku.de • www.ku.de

Briefpapier

Schriftarten und -größen

- 1 Rücksendeangabe: MinionPro – 9pt
- 2 Anschrift: Helvetica 45light – 11pt
- 3 Betreffzeile: Helvetica 75bold – 12pt
- 4 Fließtext: Helvetica 45light – 11pt, 1,2-facher Zeilenabstand; 6pt Abstand nach einem Absatz
- 5 Absender – Hauptzeile (über der Linie): MinionPro bold 12pt, Kapitälchen, gesperrt 3pt
- 6 Absender – Unterzeilen (unter der Linie): MinionPro 9pt
- 7 optionaler Informationsblock – Kategorien: MinionPro 9pt
- 8 optionaler Informationsblock – Felder: Helvetica 45light 9pt (bei E-Mailadresse: 8 bis 9pt)



Leerer Briefbogen mit
vordrucktem
KU-Logo und Siegel

25 mm | 125 | 157 | 190 | 210

15

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

85

58

1 Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt • 85071 Eichstätt

2 Herr
Max Mustermann
Universität Musterstadt
Musterstraße 123
D-12345 Musterstadt

7 Ihr Zeichen: xy123
Ihre Nachricht vom: 1.3.2015
Unser Zeichen: az045
Unsere Nachricht vom: 25.3.2015

8 Name: Andrea Ziegelmeier
Telefon: 932-1230
Telefax: 932-12300
E-Mail: andrea.ziegelmeier@ku.de
Datum: 30. März 2015

105

3 **Unser neues Corporate Design**

Sehr geehrter Herr Mustermann,

4 ferum etur molorro imperi con consequ iducid que aut facerro conestorio vitate optatur sit pore
faciatur atemper ehenite pos eum sim quia nonsed minvelit, od quiatur? Sedit moditatem la sundae
doluptatem fugition porrum aut officit maio maio tem natia dolorio odi verem ipicto volorerrum rei-
um que veligniat? Lutaerum antium ium ium sum que dici aut quiatum voluptum que nus aspid-
unt aci delestium ipitati ium re diti aut pre, sum aliqui doloreh enimusa musandictam, samus sim
que is dem ipsunt, comni unt acimusd anditat.

Ribusant eturitat quis intur? Es eum faceari atustibus maior reiusa dollent ra simpor si incid eariae
nist, consequas re core vit, quidus dolendis ipic temporero dis solor aut eum sitae occupatae sitem
volupta tuscide lestibus que veribea dolupta dolupturerro beaqui archil imil is atentem venti as ea-
tempo remosant a qui quam comnim que sunt lit, ea corero cusam voluptae volorias maio veli-
quibus elent fugia cullaci delecta core doluptatates ius, officist unt, sequiam erovid minctatur, nate
eatur autati testiumquae.

Ceperem am nulleni invereris reperfere rovidenissi bla quo ius ea delit volorenis elis estiae perio. On
consed ute es magnatem volorpo renduci enderspis sitiae. Et quo omnim faccumquam nihit, officii-
enis pellab inita dolo blabo. Orepele ntendi arciditae am doluptatur, explitatie consequae omni-
ssusae serci od quiatquis resti dolores volor sim hil iপিenda pe sant, ullaccum erum de eumque
sime eliquate eatur maximin vendit, odi sa sinctur? Ratem dolupta tiberi ullatiasped unt.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Gabriele Gien

5 PRÄSIDIALAMT

6 Prof. Dr. Gabriele Gien • Präsidentin
Ostenstraße 26 • 85072 Eichstätt

Telefon: +49 8421 932-1230 • Telefax: +49 8421 932-12300
E-Mail: presidentin@ku.de • www.ku.de

148,5

210

288

Briefpapier

Lehrstühle, Studiengänge, Fakultäten und Einrichtungen der KU haben die Möglichkeit, den Briefbogen bei Verwendung der Word-Vorlage „Standardbrief“ mit einem weiteren Logo oder anderen Gestaltungselementen zu ergänzen. Hierfür ist die rechte obere Ecke des Briefbogen vorgesehen (vgl. z.B. ❶ und ❷). Bei der Individualisierung des Briefbogens sind folgende Regeln zu beachten:

- Das eigene Logo darf das KU-Logo nicht ersetzen, sondern nur ergänzen.
- Das eigene Logo darf nicht in die Schutzzone des KU-Logos eingreifen (vgl. S. 7).
- Bei der Platzierung neben dem KU-Logo sind – wenn möglich – die horizontalen Achsen des KU-Logos aufzugreifen (vgl. S. 8).

Der rechte obere Bereich des Briefbogens kann auch genutzt werden, um die Empfänger postalischer Sendungen auf ein besonderes Angebot hinzuweisen: einen neuen Studiengang, eine wissenschaftliche Tagung, den Termin des Studieninfotages etc. Bei der Gestaltung der „Werbefläche“ (❸) ist Ihnen gerne die Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation behilflich.

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

ZFG
Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft
Center for marriage and family in society

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt • 85071 Eichstätt

Herrn
Max Mustermann
Universität Musterstadt
Musterstraße 123
D-12345 Musterstadt

25. Oktober 2015

Unser neues Corporate Design

Sehr geehrter Herr Mustermann

ferum etur molorro imperi con consequ iducid que aut facerro conestorio vitate optatur sit pore laciatur atemper ehenite pos eum sim quia nonsed minvelit, od quiatur? Sedit moditatem la sundae doluptatem fugition porrum aut officit maio maio tem natia dolorio odi verem picto volorrerrum reium que veligniatu? Lutaerum antium ium ium sum que dicit aut quiatum voluptum que nus aspidunt aci delestium ipitati ium re diti aut pre, samus sim que is dem ipsunt, comni unt acimusd andit.

Ribusant eturitat quis intur? Es eum faceari atustibus r riae nist, consequas re core vit, quidus dolendis ipic te sitem volupta tuscide lestibus que veribea dolupta dolventi as eatempo remosant a qui quam comnim que rias maio veliquibus elent fugia cullaci delecta core do minctatur, nate eatur autati testiumquae. Ceperem am quo ius ea delit volorenis elis estiae perio. On consed spis sitiae. Et quo omnim faccumquam nihit, officienis arciditae am doluptatur, explitatie consequae ommissus sim hil iপিenda pe sant, ullaccum erum de eumque sim sintur? Ratem dolupta tiberi ullatiasped unt.

Mit freundlichen Grüßen

ZENTRALINSTITUT FÜR EHE UND FAMILIE IN DER GES
Titel Vorname Name • Funktion
Straße • 85072 Eichstätt

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

WFM | ININGOLSTADT SCHOOL OF MANAGEMENT

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt | D-85071 Eichstätt

Herrn
Prof. Dr. Emil Mustermann
Universität Musterstadt
Musterstraße 123
D-12345 Musterstadt

Eichstätt, 30. Oktober 2015

Einladung zum Studieninfotag 2016

dit mi, as doluptatio od it fuga de nos et et quo iuscid quid modissi magem ut eium fugia volor alit, is nos excepta tiunde bis sto volut ressiniveris nes dit in cuscitatur?

um raerfer umenimi litium pro expe sediore ssumuabo reiuntotatia vendam niente venis moloreh ostiundem adiation rest, molendest, si bea valoris e la dem faccum volorit as nt erum res que et.

ae. Orrovit re modit, nojis rem atatum sequam et

um raerfer umenimi litium pro expe sediore ssumuabo reiuntotatia vendam niente venis moloreh ostiundem adiation rest,

Stenstraße 26 • D-85072 Eichstätt
e • www.journalistik-eichstaett.de

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

ZFG
Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft
Center for marriage and family in society

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt • 85049 Ingolstadt

Herrn
Max Mustermann
Universität Musterstadt
Musterstraße 123
D-12345 Musterstadt

Ingolstadt, 30. März 2015

Unser neues Corporate Design

Sehr geehrter Herr Mustermann,

ferum etur molorro imperi con consequ iducid que aut facerro conestorio vitate optatur sit pore laciatur atemper ehenite pos eum sim quia nonsed minvelit, od quiatur? Sedit moditatem la sundae doluptatem fugition porrum aut officit maio maio tem natia dolorio odi verem picto volorrerrum reium que veligniatu? Lutaerum antium ium ium sum que dicit aut quiatum voluptum que nus aspidunt aci delestium ipitati ium re diti aut pre, sum aliqui doloreh enimusa musandictam, samus sim que is dem ipsunt, comni unt acimusd andit.

Ribusant eturitat quis intur? Es eum faceari atustibus maior reiusa dollent ra simpor si incid eariae nist, consequas re core vit, quidus dolendis ipic temporero dis solor aut eum sitae occupate sitem volupta tuscide lestibus que veribea dolupta dolupturero beaqui archil imil is atentem venti as eatempo remosant a qui quam comnim que sunt lit, ea corero cusam voluptae volorias maio veliquibus elent fugia cullaci delecta core doluptatates ius, officiist unt, sequiam erovid minctatur, nate eatur autati testiumquae. Ceperem am nulleni invereris repher rovidenissi bla quo ius ea delit volorenis elis estiae perio. On consed ute es magnatem volorpo reduci enderispis sitiae. Et quo omnim faccumquam nihit, officienis pellab inita dolo blabo. Orepele ntendi

Visitenkarten

Die Visitenkarten der KU tragen das KU-Logo und nennen Titel und Name der Mitarbeiterin bzw. des Mitarbeiters. Darunter werden maximal zweizeilig der Lehrstuhl/Studiengang oder die Einrichtung der KU bzw. die Funktion des Mitarbeiters genannt. Im unteren Block ist in bis zu fünf Textzeilen Platz für die Angabe von Postanschrift, Telefon-/Fax-/Mobilnummer, E-Mail-Adresse und Internetseite.

Möchten Sie gerne Visiten- und/oder Empfehlungskarten bestellen, können Sie den dafür eingerichteten Visitenkartenshop benutzen.
<https://premium.kautbullinger.de>

Dazu loggen sie sich bitte mit Ihren jeweiligen Nutzerdaten auf dem Kaut-Bullinger-Shop ein und **scrollen dann auf der Startseite ganz nach unten**.

Dort haben Sie über einen Link Zugriff auf den Visitenkartenshop.



Flyer, Broschüren und Plakate

Bei allen Publikationen der KU wie Broschüren, Flyer und Plakate soll auf den ersten Blick erkennbar sein, wer der Absender ist: die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt. Bei mehrseitigen Drucksachen ist daher auf der Titelseite das KU-Logo in weißer Farbe (auf blauem Hintergrund) oder in blauer Farbe dargestellt. Hinsichtlich der Größe und Platzierung gelten die in diesem Gestaltungshandbuch dargelegten Richtlinien. Auf den fortlaufenden Seiten der Publikation muss das Logo nicht mehr abgedruckt werden.

Bei der weiteren Gestaltung der Publikationen sind die KU-Schriften Helvetica und/oder Minion zu verwenden. Schmuckfarbe für die Hervorhebung von Textelementen ist KU-Blau.

In Bezug auf weitere Gestaltungselemente wie zum Beispiel die Wahl der Schriftgrößen oder die Anzahl der Textspalten macht das Gestaltungshandbuch keine Vorgaben. Die Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation berät Sie aber gerne oder stellt Ihnen Layoutvorlagen zur Verfügung.

Flyer für das Marketing von Studiengängen werden nach einem einheitlichen Layoutschema in der Verantwortung des Referats Studienberatung und der Stabsabteilung Kommunikation und Marketing und in Absprache mit den Verantwortlichen der Studiengänge erstellt.



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Flüchtlingshilfe & Migrationsforschung

an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Studien- und Bildungsangebote für Geflüchtete

Study Opportunities for Refugees

www.ku.de/fum

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

amerikastudien

MASTER OF COACHING

sozial - seelsorglich - spirituell

www.ku.de/moc

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Coaching (FH)

Logik / ...ngsarbeit

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Herzlich willkommen an der KU!

Wegweiser Studienanfängerin und Studienanfänger

Studienjahr 2015/16

Die KU im Porträt

Die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt ist die erste und bis heute einzige katholische Universität im deutschsprachigen Raum. Hier gut 5000 Studierenden bietet die KU die Vorteile einer kleinen überschaubaren Hochschule.

Gegründet wurde die Katholische Universität in Eichstätt im Jahr 1698. Sie ging hervor aus einer Philosophisch-Theologischen Hochschule sowie einer Philosophischen Hochschule, welche bereits bereits 1572 die Gesamthochschule Eichstätt zusammengefasst hatten. Bis zum Jahr 1808 waren die Würden der KU aber noch wieder getrennt. Bereits 1804 war das bis heute bestehende Collegium Philosophicum als erstes Professorenkollegium der Alpen gegründet worden. Das Philosophienkollegium hatte die Fakultät der KU heute 1808 im Leben gefunden. Sie hat ihren Sitz in Ingolstadt, die hier liegt die Universität freies von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt. Auch Ingolstadt blieb auf eine sehr lange Hochschullandschaft zurück. Schon 1472 war dort mit päpstlicher Genehmigung die Universität Ingolstadt als erste bayerische Universität gegründet worden.

Die KU ist eine Bildungseinrichtung der Katholischen Kirche. Ihr Träger ist eine bayerische Stiftung, die öffentlichen Rechts, umfasst werden bayerischen Landes, Großbetriebe der KU ist der Erzbischof von München und Freising, Kardinal Reinhard, Mitglied, Vorsitzender der Fakultät der Theologie, Vorsitzender des Stabes und der Ausgänger Theologischer Arbeit. Die KU ist ein Studierender aller Konfessionen. Die Philosophie der Universität ist die Philosophie der Lebenswissenschaften. Die Fakultäten sind die Fakultät für Theologie und die bayerischen Diözesen. Die anerkannten akademischen Grade sind Zugewinne von staatlichen Hochschulen. Außerdem besitzt die Universität ein Promotions- und Promotionsrecht.

Die KU ist in acht Fakultäten gegliedert: die Theologische Fakultät, die Philosophische Fakultät, die Rechtswissenschaftliche Fakultät, die Medizinische Fakultät, die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, die Ingenieurwissenschaftliche Fakultät sowie die beiden Fakultäten für Biologie und Chemie. Die Fakultät für Sozialwissenschaften und die Fakultät für Sportwissenschaften sind Fakultäten, die nicht an der KU sind, sondern an der Universität Eichstätt-Ingolstadt. Ein Überblick über die Fakultäten und Fakultäten finden Sie unter www.ku.de/fakultaeten.

Inwieweit die Fachbereiche wiederum gibt es in der Regel mehrere Lehrstühle und Professoren. Die sind in Latein und Forschung gegliedert. An der KU lernen 120 Professoren und Professoren. In der Sommersemester 2015 waren mehr als 200 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie mehr als 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die meisten Einrichtungen, die sie auf den nächsten Seiten vorgestellt werden, sind unter anderem noch ergänzt durch Forschungseinrichtungen sowie ihre Dienstleistungen für Doktoranden und Doktoranden.

Mit gut 5000 Studierenden (Stand Sommersemester 2015), über rund 1000 im Studienjahr insgesamt, ist die KU eine der größten katholischen Universitäten in Deutschland. Dank ihrer überaus reichen Geschichte der Studienberatung und -begleitung sind alle universitären Gebiete und Einrichtungen der KU inwieweit möglich miteinander verbunden. Die interne Betreuung der Studierenden durch Professoren und Dozenten ist ein guter Bestandteil eines im Bereich der Studierenden ist die KU immer Studierenden sehr gute Studienbedingungen. In der Hochschullandschaft von der KU immer wieder mit guten Bewertungen bestätigt.

Nachhaltigkeit an der KU hat sich nicht nur im Hinblick auf ihre Umwelt, sondern auch im Hinblick auf ihre Umwelt. Die KU bis zum Sommersemester 2015, sind viele Ereignisse und bietet eine gute Hochschullandschaft auf dem Campus von der Bewerber zur Mithras der KU hat einen großen Campus und eigenen Betriebsstellen. Die KU bringt mehr. Auch gibt es Studiengänge, Forschungsprojekte, die sich sozial und ethisch orientieren. Seit 2015 hat die KU ein Kooperationsprojekt mit der Universität Bamberg. Die KU hat die Gründung eines Unternehmens, bayerische Universität und BAMG, Ziel der Europäischen Union. Weitere Infos unter www.ku.de/unternehmen.

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Studien- und Bildungsangebote für Geflüchtete

Study Opportunities for Refugees

www.ku.de/fum

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT EICHSTÄTT-INGOLSTADT

amerikastudien

MASTER OF COACHING

sozial - seelsorglich - spirituell

www.ku.de/moc

Präsentationen

Für die Gestaltung von Präsentationen stellt die Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation eine Vorlagen-Datei für die Software „Powerpoint“ (Microsoft) sowie für „Keynote“ (Apple) zur Verfügung. Die Vorlage ist für Präsentationen im Seitenverhältnis 4:3 angelegt; auf Nachfrage können Sie auch Vorlagen für andere Bildschirmgrößen (z. B. 16:9) erhalten.

Die Vorlagendatei enthält eine Masterfolie, die bereits das KU-Logo auf einem blauen Balken sowie das KU-Siegel in der linken unteren Ecke enthält.

KU-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter können außerdem von der Hochschulkommunikation vorbereitete „Powerpoint“-Präsentationen beziehen, die bereits Informationen zur Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt enthalten und mit Fotomotiven gestaltet sind (zum Beispiel über das Thema „Studieren an der KU“).

Sollten Sie weitere Fragen, Wünsche oder Anregungen in Bezug auf Präsentationsvorlagen haben, können Sie sich an die Stabsabteilung Entwicklung und Kommunikation wenden.

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Überschrift

- Aquae. Lam illiquam hari ut qui aut perferum voluptaspel ipsandu cimecture ad qui dis a acimus
- eium senisimo consedita comnitianis quo magni rempera et evel idi autae eos
- non ex explaborit eaturisquiae eaquis comnihi ligendis aut omnit min nist derroriatum sum
- Faccumqui noneceatia quatiaes conecullor arum eati net ut miligendae essimolor

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Studieren an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Zentrale Studienberatung

Marie Kohl
Marktplatz 7
studienberatung@ku.de

Offene Sprechstunde:
Dienstag 10.30 – 12.00 Uhr
Donnerstag 13.30 – 15.00 Uhr
Termine nach Vereinbarung

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Überschrift

Text

- Text
- Text
- Text

Webgestaltung

Für die Erstellung, Gestaltung und inhaltliche Pflege der Internetseiten der KU steht für alle Angehörigen der KU das Gestaltungshandbuch zur Verfügung, das auf den Internetseiten heruntergeladen werden kann.

Auf der Seite www.ku.de/website/schulung finden Sie Schulungsvideos und das Handbuch zur Gestaltung.

Einen Leitfaden, in dem grundlegende Hinweise und Regeln aufgeführt sind, die im Rahmen der Bearbeitung von TYPO3-Seiten der KU-Website gelten, finden Sie unter www.ku.de/website/leitfaden.

KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Suchen

- Die KU
- Studium
- Forschung
- International
- Transfer
- Unlieben

Studieren an der KU

Ein breites Studienangebot, beste Betreuung, optimale Studienbedingungen mit enger Verbindung von Forschung und Praxis sowie eine einzigartige internationale Ausrichtung zeichnen die KU aus.

Dank Robotern mehr Zeit für die klinische Pflege

Im Stationsalltag wenden hochqualifizierte Pflegekräfte viel Zeit für fachfremde Tätigkeiten auf. In solchen Bereichen könnten Roboter entlasten, die etwa Getränke ans Bett liefern. Die Professur für Pflegewissenschaft der KU evaluiert nun robotische Systeme im Klinikalltag - auch solche, die bei der Pflege von Intensivpatienten assistieren.

Neuer Studiengang: Romanistik - Wirtschaft - Geographie

Studiengang finden und bewerben

„Den gesellschaftlichen Auftrag ernstnehmen“

Beim gemeinsamen Corona-Forum von KU und Donaukurier haben Forscherinnen und Forscher der Universität Fragen aus der Bevölkerung beantwortet. Zum Abschluss der Reihe sprechen KU-Präsidentin Prof. Dr. Gabriele Gien und DK-Chefredakteur Stefan König über Rolle von Wissenschaft und Medien in diesen Zeiten.

- Intranet
- Bibliothek
- KU.Campus
- ILIAS

Aktuelles

Weitere Meldungen

Ihre Ansprechpartner für Gestaltungsfragen



Dr. Christian Klenk

Leiter der Stabsabteilung
Entwicklung und Kommunikation

Telefon: +49 / 8421 / 93-21551
E-Mail: christian.klenk@ku.de

- Leitung der Stabsabteilung
- Beratung der Hochschulleitung
- Publikationen und Hochschulmedien
- Interne Kommunikation
- Strategische Planung



Matthias Wiedmann

Redakteur

Telefon: +49 / 8421 / 93-23181
E-Mail: matthias.wiedmann@ku.de

- Koordination
Homepage-Relaunch
- Videoproduktion



Brigitte Hardt

Mitarbeiterin

Telefon: +49 / 8421 / 93-21115
E-Mail: brigitte.hardt@ku.de

- Zentrale Internetseiten
- Printmedien
- Hochschulmarketing
- KU.Media
- Sekretariat Hochschulrat

Weitere Informationen und Service unter www.ku.de/die-ku/organisation/kommunikation-marketing

Impressum



Herausgegeben von der Präsidentin der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt,
Prof. Dr. Gabriele Gien, Ostenstraße 26, 85072 Eichstätt

Redaktion und Gestaltung:
Dr. Christian Klenk, Stabsabteilung Kommunikation und Marketing

Stand: August 2020