



Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar

## Leitfaden zum einheitlichen Erscheinungsbild (Corporate Design) der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar

### 1. Grundsätze des Corporate Designs

Das Erscheinungsbild der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar ist der Tradition der Institution verpflichtet, orientiert sich aber auch an zeitgenössischer Bildsprache und aktuellen Anforderungen. Im Mittelpunkt steht unser Namenspatron und Ideengeber Franz Liszt.

Der Leitfaden definiert Gestaltungselemente für ein einheitliches Erscheinungsbild. Er enthält Vorgaben und Empfehlungen für die Umsetzung in gebräuchlichen Printmedien, ohne die eigene Kreativität einzuschränken. Die Hochschule erhält damit ein unverwechselbares Aussehen, das wesentlich für eine professionelle Außenwerbung ist.

Einheitliche und eindeutige Komponenten im Erscheinungsbild sind bedeutsam für einen erfolgreichen Auftritt. Eine Darstellung, die dabei allen Einrichtungen der Hochschule Rechnung trägt, spielt eine große Rolle. Die individuelle Darstellung der Institutionen im Rahmen eines geschlossenen und einheitlichen Erscheinungsbildes garantieren Wiedererkennbarkeit und die persönliche Identifikation mit der Hochschule. Sie zeigt, dass alle Institutionen gemeinsam unter dem Dach der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar agieren und auftreten.

Die Mitglieder und Angehörigen der Hochschule sind verpflichtet, das Corporate Design bei der externen und internen Kommunikation zu nutzen und umzusetzen. Damit erhält unsere Hochschule ein klar erkennbares und unverwechselbares Erscheinungsbild, das die Profilschärfung der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar als traditionelle und doch moderne Bildungsstätte unterstützt.

## 2. Anspruch des Corporate Designs der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar

Die Gestaltung soll insbesondere folgenden Zielen dienen:

- klarer Auftritt
- Orientierung und Übersichtlichkeit für Außenstehende
- Einheitlichkeit der Außendarstellung
- Wiedererkennbarkeit.

Der Leitfaden besteht aus Modulen, welche einen Mindeststandard definieren und die Wiedererkennbarkeit gewährleisten. Gleichzeitig ist genügend Spielraum für individuelle, kreative Ideen und Lösungen gegeben. Bei der eigenen Gestaltung von Druckerzeugnissen steht Ihnen die Abteilung Marketing der Hochschule beratend zur Seite.

Das Corporate Design hat sich in den Printmedien und somit im Alltag bewährt. Im Laufe der Zeit wird es fortgeschrieben und weiter entwickelt.

Das optische Erscheinungsbild wird geprägt von konstanten Gestaltungselementen. Die wichtigsten, die nachfolgend näher erläutert werden, sind:

- Logo
- Hausschrift
- Geschäftsausstattung
- Printerzeugnisse

## 3. Das Logo

Das Logo gibt es als Bildmarke (Logo ohne Schriftzug) und als Wort- und Bildmarke (Logo mit Schriftzug) in Schwarz auf Weiß und/oder einer Sonderfarbe - diese ist frei wählbar.

Einsatz: Printmedien aller Art (auch Ausgangspost außer E-Mail)

Größe: Die Bildmarke (Logo ohne Schriftzug) darf eine Höhe von 7mm nicht unterschreiten.

Somit ist auch die Wort-Bildmarke (Logo mit Schriftzug) definiert.

Sollte die minimale Höhe des Logos aus technischen Gründen nicht eingehalten werden können, so wenden Sie sich bitte an die Abteilung Marketing.

Die Wort-/Bildmarke und Bildmarke können sowohl in der Horizontalen als auch in der Vertikalen eingesetzt werden.

Der Schriftzug ist in der Schrift Function gesetzt. FRANZ LISZT erscheint in Kapitälchen (Function Caps). Dies gilt auch im Lauftext.

Die Größe von Wort- und Bildmarke darf nur proportional angepasst werden, wobei die Mindesthöhe der Bildmarke 7mm nicht unterschreiten darf.

Je nach Platzmöglichkeiten kann der einzeilige oder zweizeilige Schriftzug verwendet werden.

Nur in Ausnahmefällen kann der Schriftzug ohne Bildmarke bzw. kann die Bildmarke ohne Schriftzug Anwendung finden. Grundsätzlich ist eine Kombination aus Wort- und Bildmarke anzustreben.

Die Wort- und Bildmarke ist in den Sprachen Deutsch & Englisch unter [www.hfm-weimar.de/journalisten](http://www.hfm-weimar.de/journalisten) verfügbar.

Bildmarke:



Das Logo darf in seiner Form nicht verändert werden. Nur das Präsidium, Kanzleramt und die Abteilung Marketing sind autorisiert, Veränderungen und die Nutzung anderer Grafiken (z.B. Gebäudeillustrationen), die in diesem Zusammenhang in Erscheinung treten, einzusetzen.

Wort- und Bildmarke, einzeilige Schreibweise:



Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar

Wort- und Bildmarken, zweizeilige Schreibweise:



Hochschule für Musik  
FRANZ LISZT Weimar



## 4. Die Hausschrift

Als Hausschrift wird die Function eingesetzt. Die Function ist eine serifenlose Schrift, bei der es sich um eine Abwandlung der im Jahre 1927 durch Paul Renner erstellten Schrift Futura handelt. Serifenlos bedeutet, dass die Buchstaben auf das Wesentliche reduziert sind. Damit wird ein sachlich-neutraler Eindruck bei schnellerer Erfassbarkeit vermittelt.

Die Function wird in Publikationen eingesetzt. Sie findet darüber hinaus überall dort Anwendung, wo das Erscheinungsbild der Hochschule geprägt werden soll. Dazu gehören auch externe und interne Kommunikation. Einzige Ausnahme ist die E-Mail. Die Hausschrift kann in der digitalen Korrespondenz nur verwendet werden, wenn ein Anhang in Form eines pdf-Dokuments genutzt wird.

Die Hausschrift ist als Campus-Lizenz in der Hochschule vorhanden. Somit kann jeder Rechner in der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar damit ausgestattet werden. Bei der Installation ist Ihnen Herr Thomas Riek (Zentrale IT) behilflich.

Die Function wird in verschiedenen Schriftschnitten angeboten, somit können Text hervorhebungen und Varianten erreicht werden. Hier finden Sie eine kleine Auswahl der unterschiedlichen Schnitte:

### Normale Schreibweise:

Function

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 . , ; ! ? ß @ < > ©

### Mögliche Hervorhebungen:

Function Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 . , ; ! ? ß @ < > ©

Function Medium

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 . , ; ! ? ß @ < > ©**

Function Demi

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 . , ; ! ? ß @ < > ©**

Function Caps (Kapitälchen)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 . , ; ! ? ss @ < > ©

Für spezielle Titel können individuelle Schriften verwendet werden, die der Zielgruppe und dem Thema entsprechen.

Logo, Schriftgrößen sowie Bildmaterialien sind formatabhängig. Es ist auf Übersichtlichkeit und klare Formensprache zu achten. Bei der Erstellung von Produkten, die die Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar repräsentieren und prägen, muss vorher Rücksprache mit der Abteilung Marketing gehalten werden.

## 5. Geschäftsausstattung

Zur Geschäftsausstattung der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar gehören:

- **Geschäftspapier**
- **Visitenkarten**

Das Geschäftspapier erscheint grundsätzlich in rot kombiniert mit schwarz. Das Geschäftspapier ist für die externe, postalische Korrespondenz unseres Hauses zu nutzen. Sollte der Brief eine Seite übersteigen, sind weiße Blätter anzufügen (Plano Premium TCF 80g/m<sup>2</sup> hochweiß oder vergleichbares Papier).

Vorlagen als Word-Dokumente erhalten Sie bei Herrn Thomas Riek oder im Intranet der Hochschule unter [www.hfm-weimar.de/mitarbeiter/interner-bereich/...](http://www.hfm-weimar.de/mitarbeiter/interner-bereich/...)

Die Visitenkarten können über die jeweilige Institutsleitung oder direkt in der Abteilung für Marketing geordert werden. Folgende Angaben werden benötigt:

<b>Vorderseite:</b>	<b>Rückseite:</b>
Titel	Besucheradresse
Name	Postadresse
Position/Fachbereich	Kontakt (Telefon, Fax, E-Mail)

Bitte beachten Sie, dass keine privaten Adressen (sowohl für Post als auch für E-Mail) berücksichtigt werden. Mobilfunknummern werden nur in Kombination mit einer Festnetznummer der Hochschule (bspw. Sekretariat des Instituts) aufgenommen.



Abb: Briefpapier und Beispiel der Visitenkarte

## 6. Printerzeugnisse

Die Printerzeugnisse werden folgendermaßen unterschieden:

- Allgemeine Werbeträger
- Sonderprodukte
- Printerzeugnisse des Zentralen Bereichs

Für alle Produkte gelten gleichermaßen folgende Richtlinien für ein einheitliches Grundlayout:

- Logo und Schriftzug:  
Auf allen Printerzeugnissen müssen das Logo und der Schriftzug der Hochschule erscheinen. Die Größe und Platzierung sind dabei abhängig vom Werbeträger. Die Bestimmungen sind nachfolgend erläutert.
- Hausschrift:  
Grundsätzlich ist die Function zu verwenden. Lediglich der Titel darf, sofern eine inhaltliche Begründung vorliegt, in einer artfremden Schrift gesetzt werden. Diese muss sich deutlich von der Hausschrift absetzen.
- Kooperationen:  
Bei Kooperationen ist Sorge zu tragen, dass sich unser Haus gut sichtbar und gleichberechtigt mit dem/den Partner/n präsentiert. Auch hier steht Ihnen die Abteilung Marketing sehr gern beratend zur Seite.

### Anwendungen

- Allgemeine Werbeträger: Plakat, Postkarte, Faltblatt/Flyer  
Nachfolgend sind Möglichkeiten für die Bewerbung einer Veranstaltung unseres Hauses aufgeführt.
- Banner  
Die Banner der Hochschule sind in folgenden Formaten herzustellen:  
a) 6m x 1m für Präsentationen in der Schillerstraße, Marienstraße, Karl-Liebknecht-Straße  
b) 2m x 4m für die Präsentation an unserem Hauptgebäude.  
Am Fürstenhaus können bis zu zwei Banner gehängt werden.  
Für die Gestaltung des Banners gelten folgende Grundsätze: Das Logo und der Schriftzug werden möglichst links unten gesetzt. Die Mindesthöhe des Logos liegt bei 12 cm. Höhe und Breite des Schriftzuges ergeben sich proportional.
- Plakat
  1. Basisplakat:  
Beim Basisplakat handelt es sich um einen von der Hochschule bereitgestellten Vordruck im DIN A3 Format, der sich im Corporate Design präsentiert und die erforderlichen Hauptinformationen, grafischen Elemente sowie das Logo mit Schriftzug bereits enthält. Lediglich die Inhalte und eventuelles Bildmaterial müssen eingepflegt werden. Der Eindruck erfolgt grundsätzlich in Schwarzstufen, im Einzelfall darf ein farbiges Bild ergänzt werden. Die zu verwendende Schrift ist die Hausschrift. Titel dürfen, soweit die inhaltliche Notwendigkeit besteht, in einer artfremden Schrift gesetzt werden.  
  
Diese Art von Plakat ist kleineren Konzerten und Veranstaltungen vorbehalten. Die maximale Abgabemenge liegt bei circa 20 Stück. Die Herstellung der Basisplakate erfolgt durch den/die Mitarbeiter\*in des Printmedienbüros (printmedien@hfm-weimar.de). In Einzelfällen können Vordrucke auch zur eigenen Erstellung ausgegeben werden.
  2. Sonderplakat:  
Das Sonderplakat findet dann Anwendung, wenn das Basisplakat für Werbezwecke nicht ausreicht. Es wird im Format 33cm x 54cm angefertigt. Logo und Schriftzug sind im unteren oder oberen 1/4 des Plakates vorzugsweise in der Waagerechten abzubilden. Als Material wird 135g/m<sup>2</sup> Bilderdruck matt empfohlen. Die zu verwendende Schrift ist die Hausschrift Function. Titel dürfen, soweit die inhaltliche Notwendigkeit besteht, in einer artfremden Schrift gesetzt werden.  
**Sonderplakate bedürfen der Freigabe durch die Abteilung Marketing und werden in der Regel auch dort gestaltet.**



Veranstaltungen  
Konzerte Events  
Symposien  
Wettbewerbe



Sie möchten unsere Studierenden unterstützen? [www.musik-foerdern.de](http://www.musik-foerdern.de)

Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar • Platz der Demokratie 2/3 • 99423 Weimar [www.hfmweimar.de](http://www.hfmweimar.de)

Veranstaltungen Events Symposien Wettbewerbe Konzerte

Sie möchten unsere Studierenden unterstützen? [www.musik-foerdern.de](http://www.musik-foerdern.de)



Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar • Platz der Demokratie 2/3 • 99423 Weimar

[www.hfm-weimar.de](http://www.hfm-weimar.de)

Abb: Basisplakat und Programmvordruck

- **Programm-vordruck**  
Für Veranstaltungen stehen Programm-vordrucke im DIN A5 Format zur Verfügung. Der Vordruck enthält bereits die erforderlichen grafischen Elemente sowie Logo und Schriftzug. Lediglich die Inhalte und eventuelles Bildmaterial müssen eingepflegt werden. Der Eindruck erfolgt in Schwarzstufen. Die zu verwendende Schrift ist die Hausschrift. Titel dürfen, soweit die inhaltliche Notwendigkeit besteht, in einer artfremden Schrift gesetzt werden.  
Die Programm-vordrucke sind für alle Veranstaltungen zu verwenden, die einen Programm-vordruck benötigen. Die Herstellung der Programme erfolgt durch den/die Mitarbeiter\*in des Printmedienbüros (printmedien@hfm-weimar.de). In Einzelfällen können auch Vordrucke zur eigenen Erstellung ausgegeben werden.
- **Postkarte**  
Logo und Schriftzug der Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar werden im unteren oder im oberen Fünftel der Postkarte auf der Vorder- oder Rückseite gesetzt. Die Mindesthöhe für das Logo beträgt 0,7cm. Die Größe des Schriftzuges ergibt sich proportional. Es wird ein Standard-Postkartenkarton für die Herstellung empfohlen. Die zu verwendende Schrift ist die Hausschrift. Titel dürfen, soweit die inhaltliche Notwendigkeit besteht, in einer artfremden Schrift gesetzt werden.
- **Faltblatt/Broschur/Flyer**  
Das Erzeugnis kann sowohl im Quer- als auch im Längsformat angelegt werden. Geschlossen teilt sich der Flyer in Titel- und Rückseite auf. Logo und Schriftzug werden auf der Titel- oder Rückseite präsentiert. Dabei ist eine Mindesthöhe von 0,7cm für das Logo einzuhalten. Die Größe des Schriftzuges ergibt sich proportional. Die zu verwendende Schrift ist die Hausschrift. Titel dürfen, soweit die inhaltliche Notwendigkeit besteht, in einer artfremden Schrift gesetzt werden.
- **Sonderprodukte**  
Hierunter fallen sämtliche Druckerzeugnisse, die oben nicht genannt wurden.  
Sie bedürfen der Absprache und der Freigabe durch die Abteilung Marketing.
- **Printerzeugnisse des Zentralen Bereichs**  
Dieser Rubrik zugehörig sind alle Publikationen, die die Gesamtheit der Hochschule betreffen.  
Diese Publikationen sind grundsätzlich durch den/die hauseigene/n Grafiker/in erstellen zu lassen. Dies betrifft u. a. das Hochschulmagazin LISZT, Imagebroschüren, Veranstaltungskalender. Ebenso werden zentrale Projekte durch den/die Grafiker/in betreut. Dazu gehören Wettbewerbe, Meisterkurse, Sinfoniekonzerte, Festivals und Veranstaltungen, die durch die Hochschulleitung legitimiert wurden.

**Über evtl. anfallende Kosten der Printerzeugnisse informieren Sie sich bitte im Voraus!**

## Ausblick

Die in diesem Manual dargestellten Gestaltungsrichtlinien werden im Zuge der Verwendung stetig weiterentwickelt.

Bitte teilen Sie uns mit, wenn Ihnen ein noch zu verbesserndes Element auffällt.

Wir werden es gern prüfen und ggf. aufnehmen.

Sollten Sie in der Anwendung der Gestaltungsrichtlinie unsicher sein, zögern Sie bitte nicht, mit der Abteilung Marketing Kontakt aufzunehmen ([marketing@hfm-weimar.de](mailto:marketing@hfm-weimar.de)). Wir helfen Ihnen gern!



