



Das Corporate Design der Deutschen Forschungsgemeinschaft

Grundlagen

Herausgeber
Deutsche Forschungsgemeinschaft e.V.
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Kennedyallee 40 · 53175 Bonn
Postanschrift: 53170 Bonn
Telefon: +49 229 885-2109
Telefax: +49 229 885-2180
postmaster@dfg.de
www.dfg.de

Redaktion
Deutsche Forschungsgemeinschaft
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Text und Layout
besscom AG, Berlin

Ansprechpartner
Corporate Design der DFG
Tim Wübben, DFG

Stand
Juli 2021

Inhalt

Einleitung 5

A. Grundelemente..... 6

1. Logo 8

2. Schriften..... 10

3. Farbsystem 12

4. Gestaltungsraster 14

5. Eigenes Gestaltungselement 16

6. Bildsprache 20

B. Grundlayout 22

1. Aufbau und Farbe 24

2. Variationsmöglichkeiten..... 28

Einleitung

Eine klare und strukturierte Kommunikation unterstützt den nationalen und internationalen Dialog sowie die Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit. Ein eigenes Erscheinungsbild muss gerade im digitalen Zeitalter in allen Medien deutlich sichtbar sein. Unverwechselbar und wiedererkennbar.

Diese Übersicht dokumentiert die allgemeinen Grundlagen des Corporate Designs der DFG. Dazu gehören die Grundelemente und generelle Angaben zum Grundlayout.

1. Logo

Das Logo ist eines der gestalterischen Kernmerkmale des Corporate Designs. Form und Farben sind fest definiert und dürfen nicht verändert werden.

Verwendung

Das Logo soll grundsätzlich auf weißem Untergrund stehen. Für die farbige Verwendung stehen zwei Farben – Blau und Grau – zur Auswahl. Blau ist hierbei die Standard-Version, Grau sollte nur dann verwendet werden, wenn die blaue Version nachvollziehbar nicht optimal verwendbar ist. In reinen S/W-Umsetzungen kommt das Logo in 100% Schwarz zum Einsatz.

Dateivorlagen

Für den Print-, Internet- und Officebereich sind entsprechende Logo-Dateien im Webangebot der DFG verfügbar.

Logo in Farbumsetzungen

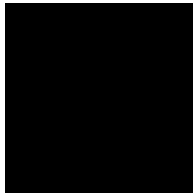


DFG-Blau
CMYK: 100/70/0/0
Sonderfarbe: Pantone 287
RAL 5002
RGB: 0/81/158



DFG-Grau
CMYK: 10/0/0/50
Sonderfarbe: Pantone Cool Gray 8
RAL 7045
RGB: 143/152/157

Logo in S/W-Umsetzungen



100 % Schwarz

2. Schriften

Übergeordnete Hausschrift der DFG ist die „Frutiger“.
Sie umfasst ein komplettes System von 13 Schnitten für Mac und Windows, die optimal aufeinander abgestimmt und vielfältig kombinierbar sind. Die Condensed-Schriftschnitte kommen vor allem bei Grafiken und Tabellen zum Einsatz.

Als Fließschrift steht zusätzlich die Antiqua „Meridien“ zur Verfügung. Neben ihrer guten Eignung für Mengentext harmonisiert sie in der Ästhetik optimal mit der „Frutiger“ und unterstreicht eine klare sowie elegante Typografie.

Frutiger
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄËÖÜÁÇÔØ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäëöüáçôø
1234567890 [{},.,:;!&ß-*@] f

Schriftschnitte
Frutiger Light
Frutiger Roman
Frutiger Italic
Frutiger Bold
Frutiger Bold Italic
Frutiger Black
Frutiger Black Italic
Frutiger Ultra Black

Frutiger Light Condensed
Frutiger Condensed
Frutiger Bold Condensed
Frutiger Black Condensed
Frutiger Extra Black Condensed

Meridien
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄËÖÜÁÇÔØ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäëöüáçôø
1234567890 [{},.,:;!&ß-*@] f

Schriftschnitte
Meridien Roman
Meridien Italic
Meridien Medium
Meridien Medium Italic
Meridien Bold
Meridien Bold Italic

3. Farbsystem

Die definierte Farbwelt verleiht dem Auftritt der DFG einen eigenen Charakter und bietet gleichzeitig variable Möglichkeiten der Gestaltung in den einzelnen Umsetzungen. Die Farben sind für unterschiedliche Medien und Farbräume genau festgelegt, um eine reibungslose technische Umsetzung zu garantieren.

Primärfarben

Die Primärfarben Blau und Grau sind eindeutig der DFG als Hausfarben zugeordnet und dienen zusammen mit dem Logo als erstes Erkennungszeichen. Bei besonderen Umsetzungen kann auch die Sonderfarbe Silber genutzt werden.

Sekundärfarben Blau

Die vier Sekundärfarben aus dem blauen Farbraum symbolisieren das gesamte Spektrum der DFG. Die Farben sind bei der Gestaltung frei einsetzbar.

Sekundärfarben Wissenschaftsbereiche

Den vier Wissenschaftsbereichen der DFG sind vier ausgewählte Sekundärfarben zugeordnet. Diese Farben sollten nur in der thematischen Zuordnung verwendet werden.

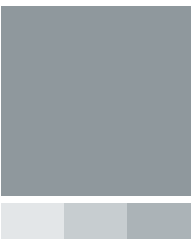
Auszeichnungsfarben

Zusätzlich ist der Gebrauch von zwei Auszeichnungsfarben möglich. Zum Beispiel bei Texten zur Hervorhebung und Aufzählung als auch bei Grafiken und Tabellen.

Primärfarben



DFG-Blau
CMYK: 100/70/0/0
Sonderfarbe: Pantone 287
RAL 5002
RGB: 0/81/158



DFG-Grau
CMYK: 10/0/0/50
Sonderfarbe: Pantone Cool Gray 8
RAL 7045
RGB: 143/152/157

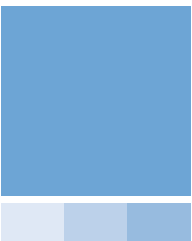


DFG-Silber
CMYK: –
Sonderfarbe: Pantone 8402
RAL 9007
RGB: –

Sekundärfarben Blau



Blau 1
CMYK: 45/10/0/0
Sonderfarbe: Pantone 278
RGB: 150/199/232



Blau 2
CMYK: 60/25/0/0
Sonderfarbe: Pantone 284
RGB: 109/165/213



Blau 3
CMYK: 75/40/0/0
Sonderfarbe: Pantone 279
RGB: 63/133/193

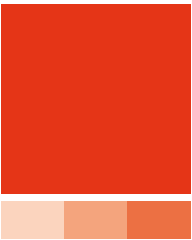


Blau 4
CMYK: 90/55/0/0
Sonderfarbe: Pantone 285
RGB: 0/105/175

Sekundärfarben Wissenschaftsbereiche



Geistes- und Sozialwissenschaften
CMYK: 0/30/100/0
Sonderfarbe: Pantone 130
RGB: 250/186/0



Lebenswissenschaften
CMYK: 0/90/100/0
Sonderfarbe: Pantone 179
RGB: 229/53/23



Naturwissenschaften
CMYK: 60/0/100/0
Sonderfarbe: Pantone 376
RGB: 122/181/29



Ingenieurwissenschaften
CMYK: 100/0/0/0
Sonderfarbe: Pantone Process
Cyan
RGB: 0/159/218

Auszeichnungsfarben



Rot
CMYK: 30/100/70/0
Sonderfarbe: Pantone 194
RGB: 181/18/62



Grau
CMYK: 0/0/0/75
Sonderfarbe: Pantone 425
RGB: 100/101/103

4. Gestaltungsraster

Zu einem klaren Corporate Design gehört ein grundsätzliches Ordnungsprinzip. Die Festlegung bestimmter Flächen, ihre Aufteilung und Anordnung zueinander bestimmen optische Wirkung, Struktur und die Qualität der Informationsvermittlung. Neben einer optimalen Übersichtlichkeit der Materialien wird parallel die eindeutige Zuordnung zum Absender visualisiert.

Das grundlegende Gestaltungsraster der DFG folgt den Proportionen des Goldenen Schnitts. Abgesehen von der eigenen Ästhetik und den Einsatzmöglichkeiten im Design berührt das Prinzip des Goldenen Schnitts auch unterschiedliche Wissenschaftsbereiche und unterstützt damit auf einer zweiten Ebene inhaltlich optimal die Aufgaben und Leitlinien der DFG.

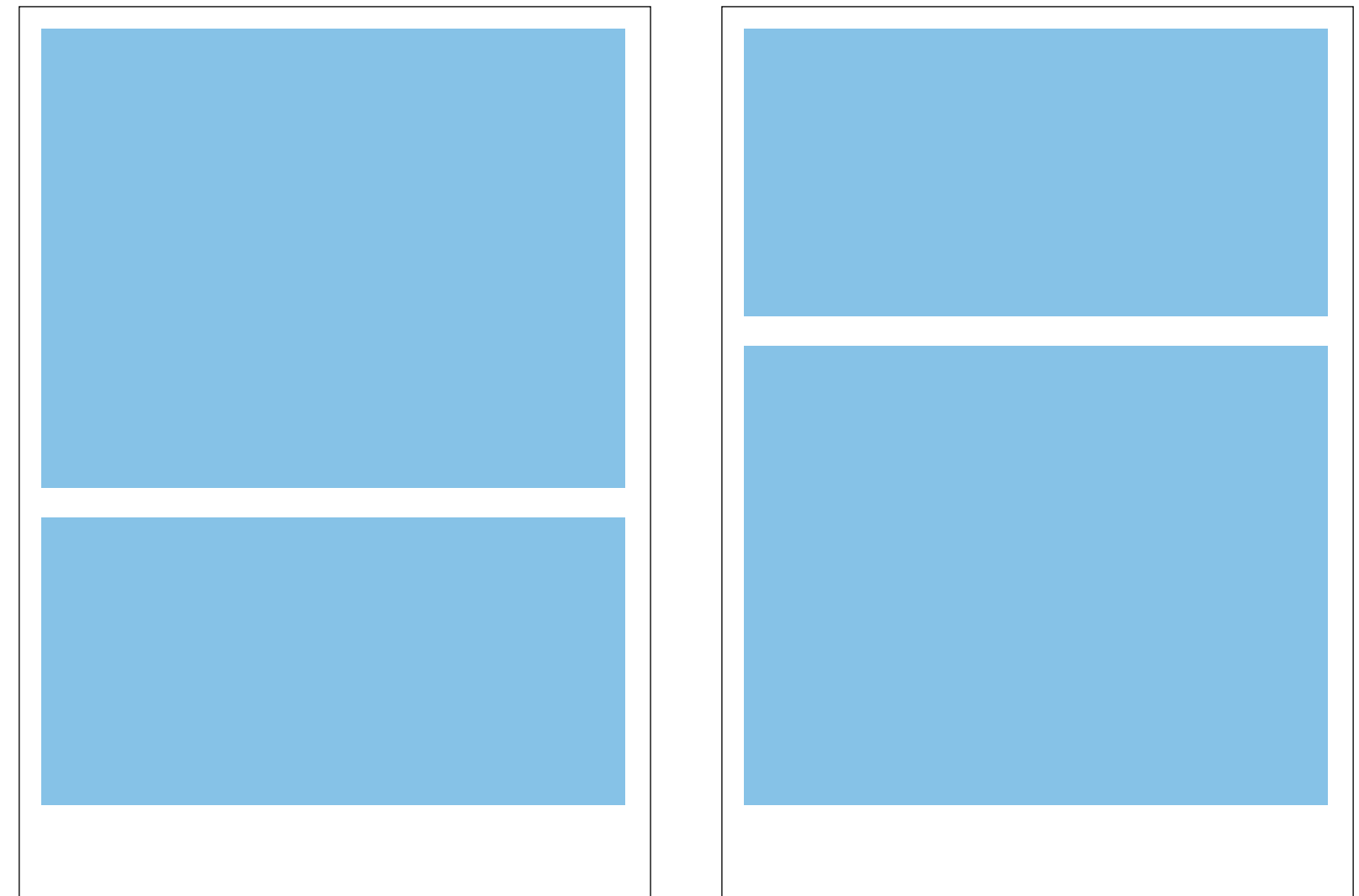
Exkurs: Der Goldene Schnitt

Streckenverhältnisse im Goldenen Schnitt werden in der Kunst und Architektur als ideale Proportion sowie als Inbegriff von Ästhetik und Harmonie angesehen. Darüber hinaus tritt das Verhältnis auch in der Natur in Erscheinung und zeichnet sich durch eine Reihe interessanter mathematischer Eigenschaften aus. Es handelt sich um ein asymmetrisches Verhältnis von Teilen, welches seit vielen Epochen eine bevorzugte Anwendung findet. Seine Umsetzung finden wir in fast allen Kulturen auf der ganzen Welt, vor allem in der Architektur, der Musik, der Malerei und seit dem 19. Jahrhundert auch in den Naturwissenschaften, vorrangig in der Biologie, Medizin und Chaosforschung.

Das Layout im Goldenen Schnitt

Der Goldene Schnitt ist ein bestimmtes Verhältnis zweier Zahlen oder Größen: Zwei Strecken stehen im Verhältnis des Goldenen Schnittes, wenn sich die kleinere zur größeren Strecke verhält wie die größere zur Summe aus beiden.

Wir zeigen hier zwei solche Flächen in einem exemplarischen A4-Broschürentitel. Die Weißräume zwischen den Flächen geben Struktur und sorgen für eine optische Spannung. Durch die Umkehrung der Flächen entstehen zusätzliche Gestaltungs- und Differenzierungsmöglichkeiten im Layout. Diese Proportionen sind für unterschiedliche Formate einfach adaptierbar.



5. Eigenes Gestaltungselement

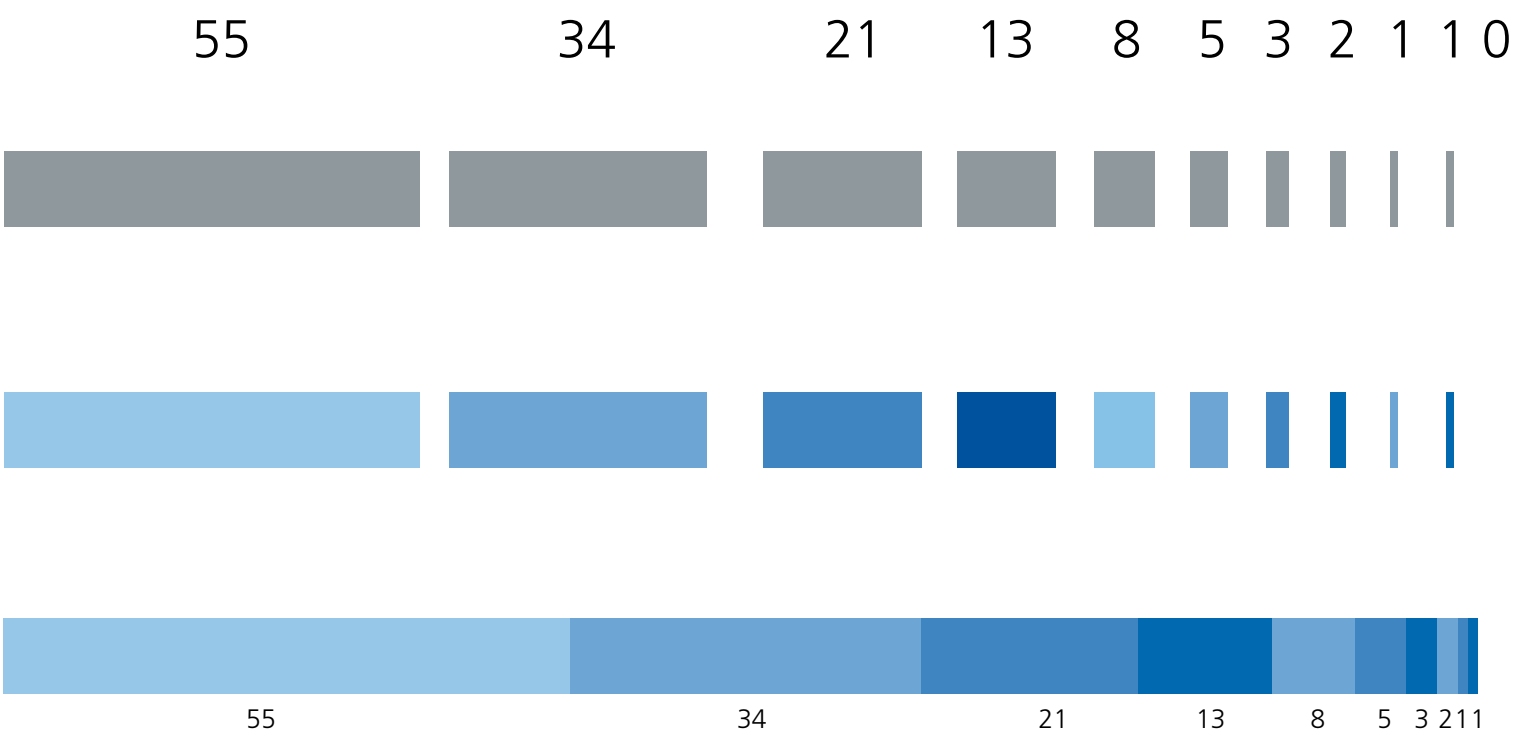
Der Fibonacci-Balken als eigenes Gestaltungselement greift die Farbwelt der DFG auf und ist ein unverwechselbares Zeichen. Es bildet eine klare visuelle Abgrenzung zu Publikationen anderer Absender und garantiert einen hohen Wiedererkennungswert – eine Grundvoraussetzung für ein gelungenes und stimmiges Corporate Design. Es wird eine Stringenz im Design ermöglicht, ohne starr und unbeweglich agieren zu müssen.

Exkurs: Die Fibonacci-Zahlen

In einem engen Zusammenhang zum Goldenen Schnitt steht die unendliche Zahlenfolge der Fibonacci-Zahlen: 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55, 89, 144, 233, ...
Die jeweils nächste Zahl in dieser Folge erhält man als Summe der beiden vorangehenden. Das Verhältnis zweier aufeinanderfolgender Zahlen der Fibonacci-Folge strebt gegen den Goldenen Schnitt, ein Umstand, der bereits Johannes Kepler bekannt war. Die Fibonacci-Folge wurde das erste Mal von dem italienischen Mathematiker Leonardo von Pisa, genannt Fibonacci, im Jahr 1202 in seinem Buch „Liber Abaci“ veröffentlicht. Mit diesem Werk führte er das indisch-arabische Dezimalzahlensystem in Europa ein. Die Fibonacci-Zahlen finden sich auch als eine Art Wachstumsmuster in der Natur – so in der Struktur vieler Blüten, der Schuppenordnung von Tannenzapfen, der Anordnung der Stacheln von Kakteen, beim Aufbau der Ananasfrucht usw.

Herleitung des Fibonacci-Balkens

Aufgebaut aus dem Farbspektrum der DFG enthält der Fibonacci-Balken den Anfang der berühmten Zahlenfolge: (0) 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, 34, 55



Weiterhin birgt der Fibonacci-Balken durch seine Herleitung aus der Wissenschaft die Kernbotschaften der DFG. Das Gestaltungsraster des Goldenen Schnitts wird aufgenommen und verstärkt.

Verwendung

Die blauen Fibonacci-Balken kommen bei übergeordneten Umsetzungen zum Einsatz, das heißt überall dort, wo mehr als ein Wissenschaftsbereich der DFG behandelt wird. Für die Gestaltung kann aus den Balken A01 bis A05 frei gewählt werden.

Die Fibonacci-Balken B01 bis B04 werden dort verwendet, wo die thematische Zuordnung zu einem einzelnen Wissenschaftsbereich sinnvoll ist.

Generell gilt die Vorgabe, dass in den Balken kein Text oder andere Elemente stehen dürfen. Weitere Vorgaben zur Verwendung sowie zu Stand und Größen stehen in den einzelnen Styleguides.

Fibonacci-Balken Blau - Standard



Balken A01 (4 Sekundärfarben Blau und DFG-Blau)

Fibonacci-Balken Blau - Variationen



Balken A02 (4 Sekundärfarben Blau)



Balken A03 (4 Sekundärfarben Blau)



Balken A04 (4 Sekundärfarben Blau)



Balken A05 (4 Sekundärfarben Blau)

Fibonacci-Balken Wissenschaftsbereiche



Balken B01 (4 Sekundärfarben Blau und Farbe Geistes- und Sozialwissenschaften)



Balken B02 (4 Sekundärfarben Blau und Farbe Lebenswissenschaften)



Balken B03 (4 Sekundärfarben Blau und Farbe Naturwissenschaften)

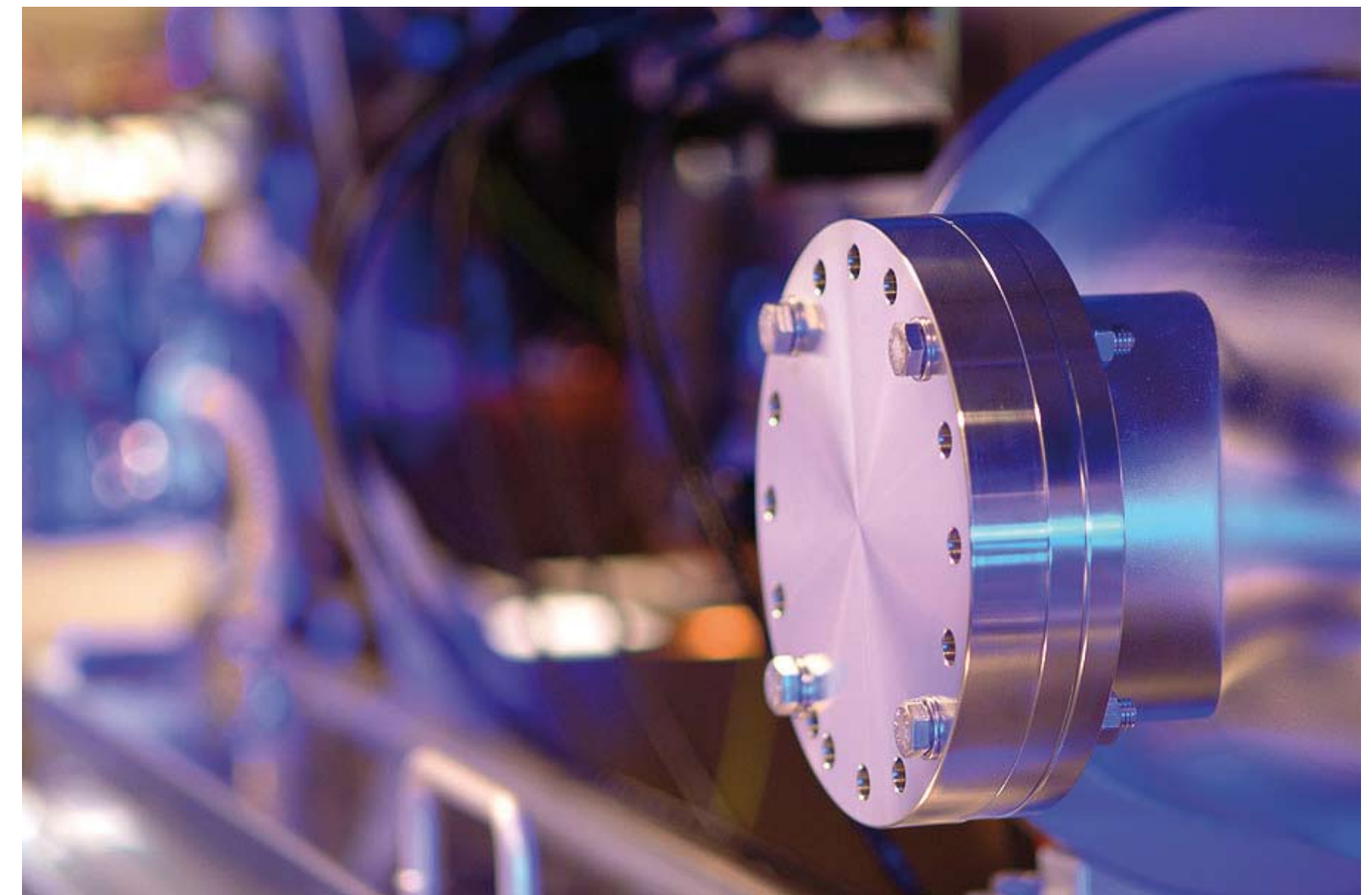


Balken B04 (4 Sekundärfarben Blau und Farbe Ingenieurwissenschaften)

6. Bildsprache

Bei der Verwendung von Bildern wird Rücksicht auf die spezielle Situation der DFG genommen. Die Motive sollten themenbezogen sein und die Inhalte angemessen visualisieren. Reine Imagebilder werden seltener verwendet. Prinzipiell sollte gerade bei der Titelgestaltung ausdrucksstarkes und dynamisches Bildmaterial zum Einsatz kommen. Doch es gibt auch Publikationen, wo solche Motive nicht zur Verfügung stehen und auf eher dokumentarisches Material von nicht optimaler Qualität zurückgegriffen werden muss oder sogar ganz auf Bilder verzichtet wird.

Das Corporate Design bietet hier differenzierte Lösungen für die unterschiedlichen Anforderungen, ohne den Anspruch auf funktionales und optisch wirkungsvolles Design aufzugeben. So sind beispielsweise reine typografische Lösungen problemlos realisierbar.



1. Aufbau und Farbe

Die Grundelemente werden im Layout kombiniert. Das Grundlayout mit allen Angaben ist die feste Basis für alle weiteren Layouts, die in den einzelnen Styleguides genauer dokumentiert werden. Die Variationsmöglichkeiten sind vielfältig, ohne dass dabei die Wiedererkennbarkeit und logische Stringenz des Erscheinungsbilds aufgegeben werden müssen.

Vermaßung

Alle Maßeinheiten werden mit x-Werten definiert. Der jeweilige x-Wert für die einzelnen Formate wird proportional errechnet, siehe folgende Beispiele:

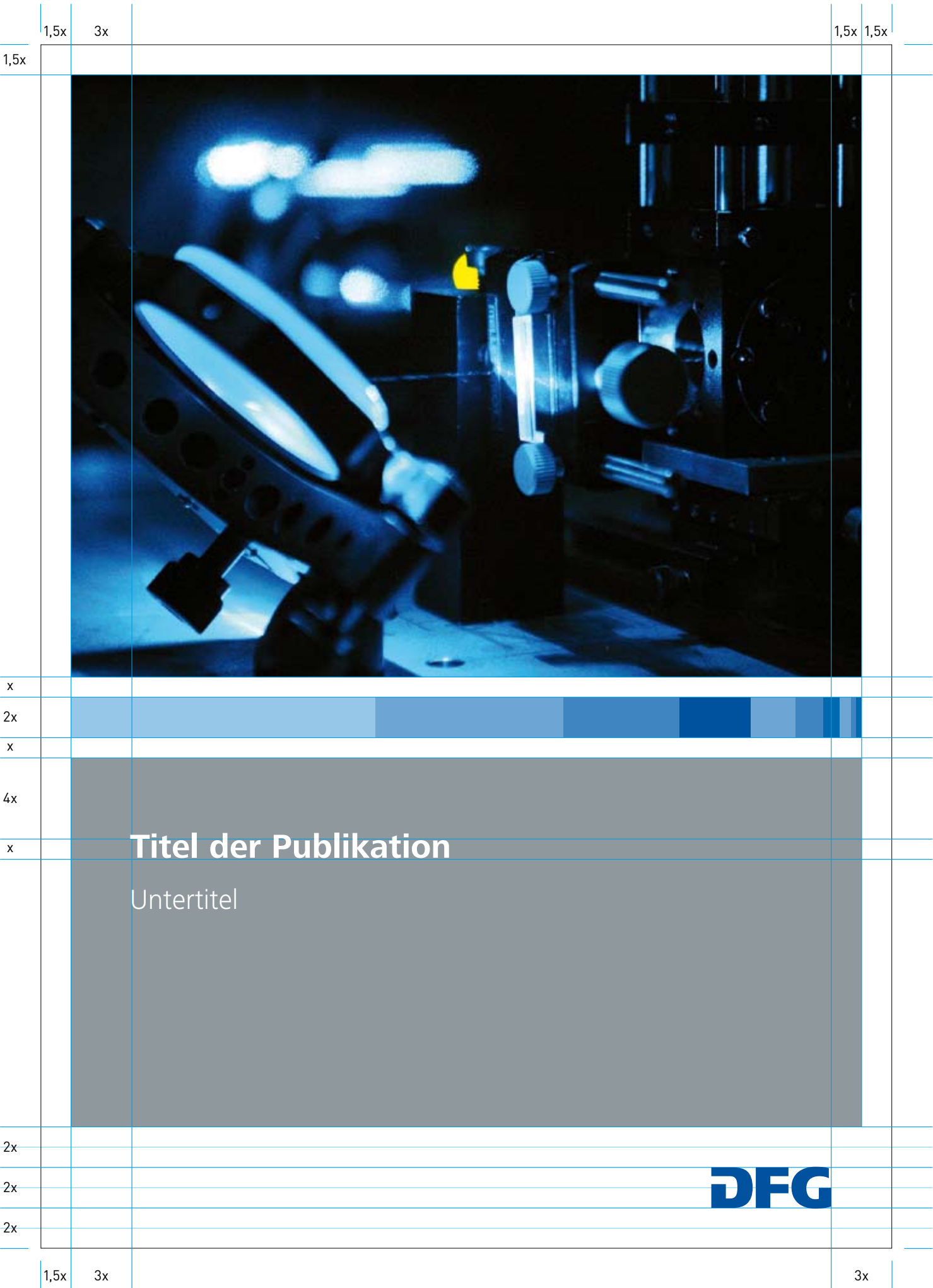
- A4 (210x297 mm) = 5,0 mm
- A5 (148x210 mm) = 3,5 mm
- Buch (170x240 mm) = 4,0 mm
- DIN lang (105x210 mm) = 3,5 mm

Dies ermöglicht eine komfortable Handhabung und eine einfache Adaption auf unterschiedliche Maße im Hoch- und Querformat.

Das Farbsystem im Layout

Eine Möglichkeit zur Differenzierung zwischen verschiedenen Publikationen ist die definierte Farbwelt der DFG, wo Primär- und Sekundärfarben wählbar sind. Weiterhin kommen die unterschiedlichen Fibonacci-Balken zum Einsatz.

Als Beispiele zeigen wir hier exemplarische Broschürentitel im Hochformat.



x = 5 mm (bei A4)

Höhe große Fläche = Halbe Formathöhe (297/2=148,5 mm)
Höhe kleine Fläche = Halbe Formathöhe minus 11,5x (148,5-57,5=91,0 mm)
Breite der Flächen = Formatbreite minus 3x (210-15=195 mm)



Fläche für Sekundärfarbe Blau oder Bild



DFG-Blau und
Sekundärfarben Blau

Fläche für Farbkennung im Fibonacci-Balken



Sekundärfarben
Wissenschaftsbereiche

Schrift immer in der Primärfarbfläche

Fläche für Primärfarben DFG-Blau oder DFG-Grau



2. Variationsmöglichkeiten

Das Gestaltungsraster im Goldenen Schnitt erlaubt durch verschiedene Flächenkombinationen weitere Möglichkeiten der Klassifikation. So ergibt sich zusammen mit dem Farbsystem und dem Fibonacci-Balken ein flexibles und praktikables Corporate Design, das in der Praxis besteht.



Titel der Publikation

Untertitel

Grundlayout 1A



Grundlayout 1B



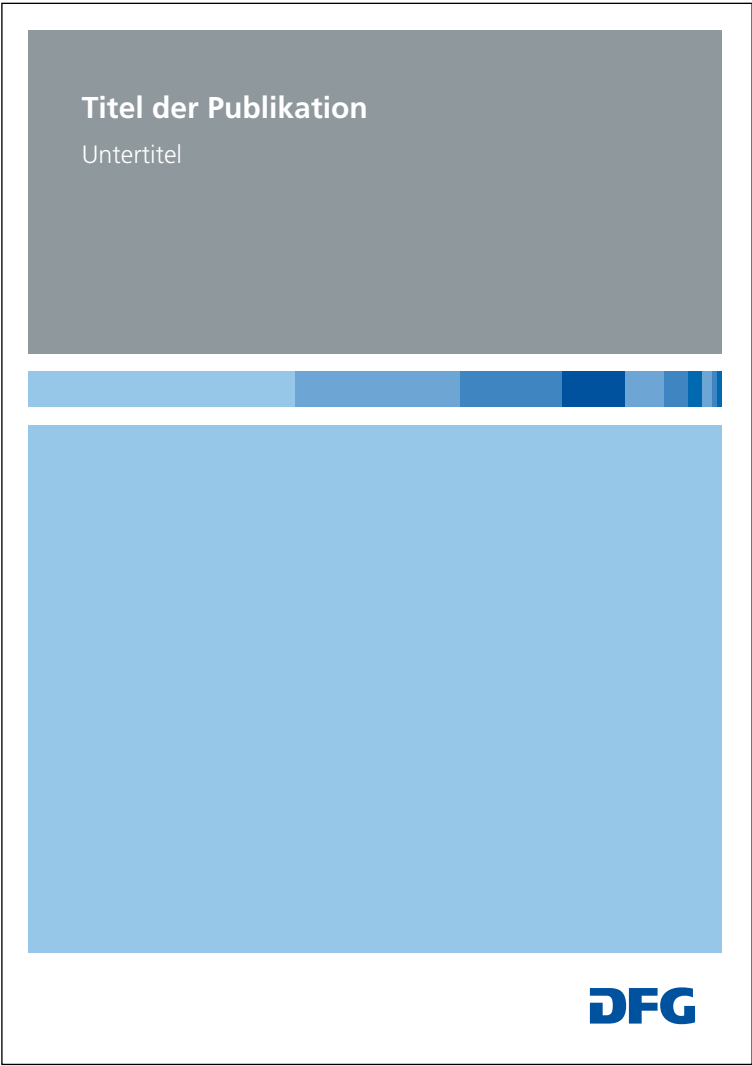
Grundlayout 2A



Grundlayout 2B



Layoutbeispiele ohne Bild (allgemein)





Fibonacci-Balken
Geistes- und Sozialwissenschaften



Fibonacci-Balken
Lebenswissenschaften



Fibonacci-Balken
Naturwissenschaften



Fibonacci-Balken
Ingenieurwissenschaften



Titel der Publikation

Untertitel

Titel der Publikation

Untertitel



Titel der Publikation

Untertitel





Titel der Publikation

Untertitel







Titel der Publikation

Untertitel





Titel der Publikation

Untertitel

DFG

Fibonacci-Balken
Geistes- und Sozialwissenschaften

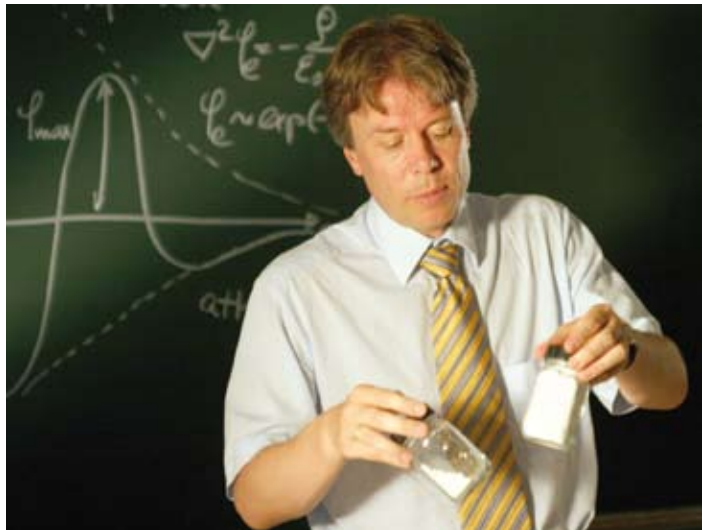


Titel der Publikation

Untertitel

DFG

Fibonacci-Balken
Lebenswissenschaften

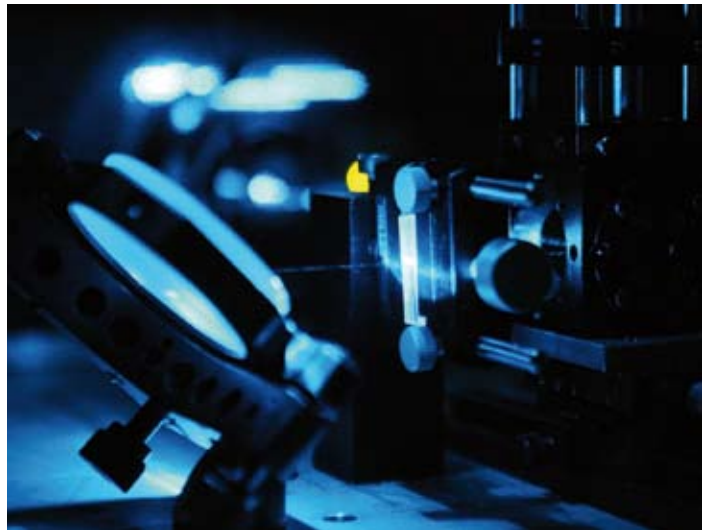


Titel der Publikation

Untertitel

DFG

Fibonacci-Balken
Naturwissenschaften



Titel der Publikation

Untertitel

DFG

Fibonacci-Balken
Ingenieurwissenschaften

Beispiel für 2 Bilder





Titel der Publikation

Untertitel



Beispiel für 3 Bilder





Titel der Publikation

Untertitel



Deutsche Forschungsgemeinschaft

Kennedyallee 40 · 53175 Bonn

Postanschrift: 53170 Bonn

Telefon: + 49 228 885-1

Telefax: + 49 228 885-2777

postmaster@dfg.de

www.dfg.de