



Entwurf zur Vorlage im Hochschulkollegium Mai 2009

Zum Erscheinungsbild des Goetheanum

Ein Leitfaden für Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Dienstleister

Der Leitfaden zum graphischen Erscheinungsbild richtet sich an Mitarbeitende, die mit Publikationen des Goetheanum betraut sind sowie an beauftragte Grafikerinnen und Grafiker. Er beschreibt die Ergebnisse der Arbeitsgruppe «Graphisches Erscheinungsbild», die in Zusammenarbeit mit dem Grafiker Dieter Soldan gewonnen wurden. Mit dem Ziel, in der Vielfalt der Druckerzeugnisse des Goetheanum eine ansprechende Übereinstimmung zu erreichen, sind Typographie, Bildsprache, Druckformate und Umgang mit dem Schriftzug «Goetheanum» und dem Hochschulzeichen im Leitfaden behandelt. Er wird seine Aufgabe erfüllen, wenn er als verbindlicher Gestaltungsrahmen respektiert wird und fortwährend an die graphischen und kommunikativen Entwicklungen des Goetheanum angepasst wird.

Für die Gestaltungsgruppe:

- Bodo v. Plato
Vorstand
- Ursula Gruber
Sektion für Bildende Künste
- Wolfgang Held
Kommunikation und Öffentlichkeit

Ziele

- Einheit in der Vielfalt
- Wiedererkennbarkeit
- Arbeitserleichterung

Spielregeln

- wenige verbindliche Spielregeln für alle
- Möglichkeit für eigene Akzente innerhalb der Sektionen und Bereiche
- Ausnahmen, wo sie sinnvoll und nötig sind

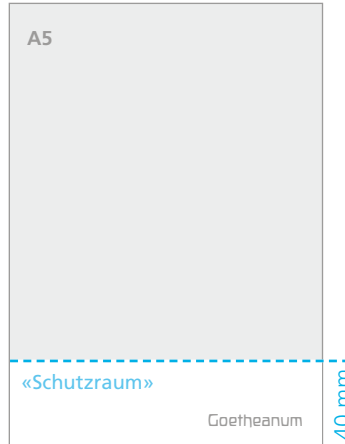
Goetheanum, Juni 2009

Wortmarke Goetheanum

Die Wortmarke Goetheanum erscheint unten rechts auf allen Publikationen des Hauses. Zum Beispiel: Formate DIN lang und A5



Breite: 45 mm
Abstand horizontal 10 mm vom rechten Seitenrand,
vertikal 10 mm vom unteren Seitenrand
(siehe Kasten)



Positionierung der
Wortmarke:
immer rechts unten

Schutzraum
Durch die leichte
und offene Form
braucht die Wort-
marke «viel Luft». Text und Bilder
sollen nicht zu nah
heranrücken.

Beispiel

Übersicht	Breite	Abstand vertikal	Abstand horizontal	Schutzraum
DIN A5 / lang	ca. 45 mm	10 mm	10 mm	ca. 40 mm
DIN A4 (und Magazin)	ca. 60 mm	10 mm	10 mm	ca. 50 mm
Plakat DIN A3	ca. 100 mm	18 mm	18 mm	ca. 60 mm
Plakat DIN A2	ca. 140 mm	22 mm	22 mm	ca. 80 mm

Wortmarke Goetheanum-Bühne



Die Bühne hat innerhalb der Goetheanum-Familie eine besonders exponierte und extrovertierte Stellung und daher eine eigene Wortmarke

Hochschulzeichen



Für den Umgang mit dem Hochschulzeichen gibt es keine verbindlichen Regeln. Z.Z. wird es u.a. bei den Briefsachen und bei Publikationen der Freien Hochschule für Geisteswissenschaft eingesetzt.

Grundfarben

Wo immer es möglich und sinnvoll ist, zitiert das Erscheinungsbild das Farbspiel, dass sich bei der Betrachtung des Goetheanum-Baus ergibt: Die Grautöne und das Schattenspiel des Gebäudes, das Blau und Weiss des Himmels. Als warme Kontrastfarbe kommt Sonnengelb zum Einsatz.



dunkelblau (v.a. Briefsachen etc.)
Pantone 287 U
C 100 M 70 Y 0 K 10

Ausnahme:
Goetheanum-Bühne



hellblau
C 80 M 30 Y 0 K 0



C 15 M 100 Y 100 K 0
Goetheanum-Rot



sonnengelb
C 0 M 35 Y 80 K 0

Neben den Grundfarben kann das komplette Farbspektrum verwendet werden.

Papier

Für alle Drucksachen kommt matt gestrichenes Bilderdruckpapier zum Einsatz, das heisst kein Glanzpapier. Durch die reflexionsarme Oberfläche wird eine optimale Lesbarkeit und eine kontrastreiche Farbwiedergabe erreicht. Es ist für alle gängigen Druckverfahren geeignet und auch in der Weiterverarbeitung sind fast keine Grenzen gesetzt.

Für die internen Drucksachen («z.B. Flüsterflyer») wird ein holzfrei gelblich weisses Naturpapier verwendet, was sich sehr angenehm anfühlt.

Für Briefe wird ungestrichenes weisses Standardbriefpapier verwendet.

Schriften / Schriftgestaltung

- 45 Light
- 46 *Light Italic*
- 55 Roman
- 56 *Italic*
- 65 Bold
- 66 ***Bold Italic***

Für alle Publikationen kommt die Schriftfamilie Frutiger zum Einsatz. Als Schriftschnitte stehen Frutiger 45 Light (fein), 46 Light Italic (fein kursiv), 55 Roman (halbfett), 56 Italic (halbfett kursiv), 65 Bold (fett) und 66 Bold Italic (fett kursiv) zur Verfügung. Die Schnitte 75 Black, 76 Black Italic und 95 Ultra Black sowie Grossschreibung (Versalien) bitte nur in Ausnahmefällen verwenden!

Kleinschreibung bei Hauptwörtern bitte vermeiden. Die Schrift für Ihren Computer bekommen Sie über den Support der EDV-Abteilung am Goetheanum. Das Goetheanum verwendet die Schweizer Rechtschreibung, z.B. «ß» statt «ss».

Die Schrift Roggenkamp Birke wird in den beiden Wortmarken verwendet, jedoch nicht in Titeln oder Fliesstext.

Goetheanum

Frutiger

Die Frutiger ist eine serifenlose Schrift, die 1975 vom Schweizer Typograph Adrian Frutiger entworfen wurde.

Sie ist eine sachliche, sehr gut lesbare Schrift mit einer hervorragend ausgebauten «Familie».

Das Schriftbild erscheint offen, mit grossen Innenräumen bei den Kleinbuchstaben. Die Buchstaben C, G, S, a, c, e, s haben stark abgeflachte Rundungsausläufe mit vertikalen Abschlüssen. Die Strichstärke der Vertikalen ist geringfügig grösser als die der Horizontalen. Die Schrift Frutiger passt ausgezeichnet zu der Wortmarke Goetheanum.

Goetheanum-Bühne

Briefsachen, Visitenkarten etc.

Für die Hochschule gibt es ein verbindliches Briefpapier und Visitenkarten. Dabei steht das Hochschulzeichen von Rudolf Steiner in einem angemessenen Verhältnis zur Schrift und beachtet dabei die postalischen Notwendigkeiten. Im Gegensatz zu früheren Druckerzeugnissen wurde das Hochschulzeichen aufrechter gestellt, so dass die linke Kante, wie auch (beinahe) die rechte obere senkrecht stehen.

Aus zwei Gründen haben wir uns für Adressfeld links entschieden: zum einen ragen lange Sektionstitel in ein rechtes Adressfeld hinein und würden deshalb einen unschönen Zeilenwechsel verlangen, zum anderen gibt eine links gesetzte Adresse dem Briefkopf eine klare Linie.

Bei den Visitenkarten stehen drei Varianten zur Verfügung:

1. mit Goetheanum-Wortmarke für alle Goetheanum-Mitarbeitende
2. mit Gesellschaftszeichen für die Mitarbeitenden, die die Allgemeine Anthroposophische Gesellschaft vertreten können.
3. mit Hochschulzeichen für alle Mitarbeitenden der Sektionen

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Johannes Onneken, Durchwahl -437



Goetheanum
Freie Hochschule für Geisteswissenschaft
Sektion für Bildende Künste

Sektion für Bildende Künste am Goetheanum · Postfach · CH-4143 Domach 1
Tel. +41 (0)61 706 42 42 · Fax +41 (0)61 706 42 42 · sektion.bildende.kuenste@goetheanum.org · www.goetheanum.org



Goetheanum-Bühne

Bildsprache

Wichtig ist, dass die inhaltliche und formale Qualität der Bilder dem Anspruch des Angebotes, für das geworben wird, entspricht. Grundsätzlich gibt es die Möglichkeit sich aus dem kompletten Fundus von Fotografie und Illustration zu bedienen. Es ist aber wünschenswert, dass die einzelnen Sektionen, Bereiche oder

Veranstaltungsserien für sich gewisse Linien entwickeln, die unter dem «Goetheanum-Dach» ein individuelles Gesicht erkennen lassen.

Im Moment ist das z.B. bei einigen Sektionen, bei Studium und Weiterbildung und beim Empfang der Fall bzw. in Arbeit.

Hochschule Goetheanum-Bau aussen



Empfang Bau innen



Bühne Szenenfotos oder individuelle Bildsprache



Tagungen Themenbezogene, individuelle Bildsprache



Spielregeln für die Goetheanum-Familie: «Flüstern – Sprechen – Rufen»

		Wortmarke	Zeichen	Schrift und Schriftgestaltung	Format, Umfang Herstellung Gestaltung	Farben	Bildsprache Bildformate	
flüstern	Hochschul-Mitglieder-veranstaltung (Freie Hochschulen)	muss	ja	Frutiger	DIN A5	blau, weiss, gelb	keine	
	Programm Einladung (intern)	muss	—		DIN lang, 2 bis 4 Seiten Vordruck + Eindruck intern	dunkelblau, Papier gelblich weiss	ohne oder schwarz-weiss Format flexibel	
	Veranstaltungen (kleine Zielgruppen)		DIN A5, 2 bis 4 Seiten Vordruck + Eindruck intern		dunkelblau, Papier gelblich weiss	schwarz-weiss Format flexibel		
sprechen	Studium und Weiterbildung (Hochschule)	muss	kann		noch keine Spielregeln			
	Empfang	muss	—		DIN lang extern und DIN lang Vordruck + Eindruck intern	blau / grau weiss	Foto Gebäude innen vollflächig	
	Veranstaltungen (grosse Zielgruppen)		kann		DIN A5, 4 bis 10 Seiten extern individuell	individuell	individuell vollflächig	
rufen	Bühne	eigene Wortmarke	—		DIN lang hoch Karten Programmehefte Plakate	+ rot individuell	individuell vollflächig	

Die Tabelle zeigt den aktuellen Stand der Gestaltungsspielregeln für die einzelnen Arbeitsbereiche am Goetheanum.

Einheitliche Formate und gemeinsame Gestaltungsmerkmale geben dem Goetheanum als Ganzes Profil, vereinfachen die Arbeitsabläufe und helfen, Kosten für Gestaltung und Herstellung zu sparen.

Spielräume innerhalb klarer Grenzen

Einige wenige Vorgaben gelten für alle Druckprodukte des Goetheanum. Innerhalb der einzelnen Bereiche gibt es Spielräume für individuelle Gestaltungsideen, die durch wenige Regeln begrenzt sind.

Flüstern – sprechen – rufen

- Richten sich die Drucksachen eher an kleinere Zielgruppen, die bereits eine grosse Nähe zur Anthroposophie und den Themen des Goetheanum haben oder werden sie nur intern verteilt, wird zurückhaltend und mit wenig Aufwand gestaltet.
- Je mehr sich das Informationsmaterial und die Werbemittel an ein breites Publikum wenden, desto aufwändiger und eindeutiger muss die Gestaltung ausfallen, desto bildreicher kann sie sein.

Formate

DIN A5 · Tagungen kleine Zielgruppe Vordruck plus Eindruck
(einheitliche Farbgebung: gelblich weisses Naturpapier und dunkelblaue Schrift)



DIN A5 · Tagungen, Studium, Bühne kleiner und grosser Verteiler



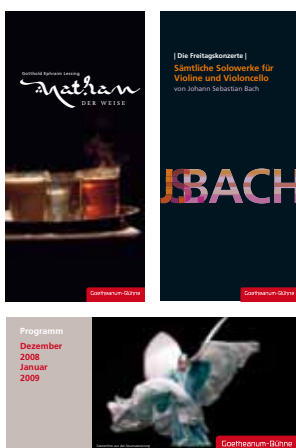
DIN lang · Studium und Empfang



Plakate DIN A3 und grösser



DIN lang · Goetheanum-Bühne und Bühnenprogramm



... damit Gestaltung gelingt:

Um einen gelungenen Flyer, ein Plakat, eine gelungene Broschüre o.ä. herzustellen sind – neben der Kreativität und Professionalität des Gestalters – vier Aspekte wichtig:

1. Die inhaltlich-gestalterischen Wünsche/Ansprüche des «Absenders», z.B. einer Sektion des Goetheanum,
2. die Zielgruppen mit ihren Sehgewohnheiten und Befindlichkeiten,
3. Organisatorische und finanzielle Aspekte (Zeitschiene, Budget etc.) und:
4. das Ergebnis muss die Spielregeln («Leitfaden») für ein einheitliches Erscheinungsbild am Goetheanum beachten.
5. Alle Texte müssen – bevor sie gestaltet werden – schlusskorrigiert sein.

Um die richtige Balance zwischen diesen Punkten zu finden, ist eine Abstimmung zwischen den Auftraggebern und dem Dienstleister (Grafiker) nötig. Hier die wichtigsten Aspekte und Fragen, die geklärt werden müssen:

1. Inhalt/Gestaltung:

Was ist die zentrale Botschaft? Worum geht es im Detail? Falls es Vorschläge gibt, bitte Vorlagen oder Ideen mitschicken. Wenn Motivsuche gewünscht ist, bitte mögliche Bildinhalte und -wirkung, bzw. Anmutung nennen.

2. Zielgruppen:

Wer wird Ihre Information/Werbung erhalten und was möchten Sie erreichen? Wenn Sie z.B. mit einem Projekt (auch) neues Publikum ansprechen wollen, muss die Bildsprache und der Text anders aussehen als z.B. bei einer Zielgruppe, der die Welt der Anthroposophie vertraut ist.

3. Organisatorisches:

Wichtig für einen guten Ablauf ist: Klare Zuständigkeiten. Falls Sie Entscheidungen im Team treffen, sollten alle Team-Mitglieder immer den gleichen Informationsstand haben und für Entscheidungen zur Verfügung stehen.

Anwendung/Unterstützung und Praktisches

- Generelle Fragen/Anliegen: Umsetzung und Koordination Kommunikation und Öffentlichkeit
Wolfgang Held Tel. - 261
Johannes Onneken Tel. - 437
- Für alle Drucksachen, die Veranstaltungsvorankündigungen betreffen: Beratung, Hilfestellung und Gut-zum-Druck-Freigabe
Projektbegleiter:
Anna Fintelmann Tel. - 236
Jasmin Kerkhoff Tel. - 390
- Entwicklung des Erscheinungsbildes: Grafikgruppe
Ursula Gruber
Wolfgang Held
Bodo von Plato
- Detailfragen zur Gestaltung können Sie auch an die betreuende Agentur richten: soldan kommunikation
Dieter Soldan
Tel. +49 711 80 60 250
info@soldan-komm.de

Stand Juni 2009