



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

CORPORATE MANUAL

FÜR DAS LOGO DER UNIVERSITÄT HAMBURG

Teil-Informationen: Basisgrundlagen, Stand © (Oktober 2013)

Stand: 4. Oktober 2013 (C06)

» www.uni-hamburg.de/logo

Hinweis: Die Webseiten zum Logo sind nur innerhalb
des universitären Rechen-Netzwerkes abrufbar.

Die Weiterentwicklung des Universitätslogos

Das Logo, das der Designer Peter Schmidt der Universität Hamburg im Jahr 2000 geschenkt hat, ist inzwischen als identifikationsstiftendes Symbol für das moderne Selbstverständnis unserer Universität etabliert und hat weithin Bekanntheit erreicht.

Die Erfahrungen mit dem universitären Markenzeichen in seiner praktischen Anwendung für die vielfältigen Verwendungszwecke unserer Bildungseinrichtung münden mit der vorliegenden Aktualisierung des Corporate Manuals in einer Weiterentwicklung und verschiedenen Detailverbesserungen.

Das Logo wird nun ergänzt um den Claim „DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG“, der über dem Eingang unseres Hauptgebäudes an der Edmund-Siemers-Allee steht und dem wir uns als wissenschaftliche Einrichtung verpflichtet fühlen. Denn Bildung stellt für die Universität einen unauflösbaren Zusammenhang von Forschung und Lehre dar, nachhaltige Bildung verwirklicht sich im Zusammenspiel von Forschung und Lehre. Im Anschluss auch an diese Widmung von Edmund Siemers verfolgt die Universität ein Konzept nachhaltiger Wissenschaft.

Nach wie vor steht das geöffnete Tor der Hammaburg im Zentrum der Gestaltung, doch das Logo ist nun insgesamt klarer, die Anwendungen sind einfacher und eindeutiger und um neue Möglichkeiten ergänzt worden. Das Logo der Universität kann durch die Logos von Fakultäten oder von hochschulübergreifenden Projekten ergänzt werden. Neben dem Logo wird auch das Siegel weiterhin für das repräsentative Erscheinungsbild der Universität z. B. auf Vorlagen für Zeugnisse oder Visitenkarten eingesetzt. Der Auftritt vereint damit traditionelle mit modernisierten Gestaltungselementen.

Das Corporate Manual soll allen Universitätsbereichen Hilfe und Arbeitsgrundlage sein, sich dem visuellen Auftritt der Universität anzuschließen und das Corporate Design nach innen wie nach außen konsequent umzusetzen.

- 1.1 | Das Logo
- 1.2 | Das Logo auf verschiedenen Hintergründen
- 1.3 | Der Umgang mit dem Logo
- 1.4 | Der Logo-Umraum – Außenabstand
- 1.5 | Verwendungs-Richtlinie zur Nutzung des Logos
- 1.6 | Das Universitäts-Siegel – sekundäres Markenzeichen
- 1.7 | Erlaubte „Zweit“-Logos an der Universität Hamburg

- 2.1 | Die Haupt-Farben

Typografie

- 3.1 | Die Hausschrift: TheSans UHH
- 3.2 | Die Hausschrift / Ersatzschriftregelung

- 4.1 | Gestaltungs-Schema „Variables Balkenprinzip“
Anwendungsbeispiele und Mustervorlagen

Bürokommunikation

- 5.1 | Der universitäre Briefbogen
- 5.2 | Die Standard-Visitenkarte

- 6.1 | Der QR-Code



1. Standard-Anwendung auf weißem Fond.

Das Logo steht in der Regel farbig auf weißem Hintergrund. Sprechen besondere gestalterische oder technische Gründe für eine abweichende Anwendung, so kann das Logo in den rechts dargestellten Nichtfarben-Variationen eingesetzt werden.

Das Logo der Universität Hamburg steht an erster Stelle des Corporate Designs und besteht aus der Bildmarke (rotes Signet) und der Schriftmarke („Universität Hamburg“ gemeinsam mit dem Claim „DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG“ – gemäß der Widmungs-Inschrift auf dem Portal des Hauptgebäudes von 1911.



2. Die Graustufendarstellung (60% Schwarz) wird verwendet, wenn nicht zweifarbig gedruckt werden kann.



3. Die Solid-Darstellung (100% Schwarz) wird verwendet, wenn nicht mit Graustufen (60% Schwarz) gedruckt werden kann.

Das Logo wird standardmäßig stets **farbig** auf **weißem Hintergrund** platziert

(Die Weiß-Anteilsflächen innerhalb der „Bildmarke“ sind ein grundlegender Bestandteil des universitären Corporate Designs).

Wenn vom standard-abweichende Gründe (z.B. Unterstützungs- bzw. Kooperationsgestaltungen) andere Farbgebungen erforderlich machen, ist der Einsatz des transparenten Logos auf monochromen Hintergründen (also einfarbigen bzw. farbtoneinheitlichen Hintergründen, z.B. leichten Verläufen) erlaubt.



Beispiel: Standard-Logo (in Farbe) auf hellem Hintergrund



Beispiel: Das „invertierte“ Logo auf verschiedenen dunklen Hintergründen



Auf hellen Hintergründen findet das **Standard-UHH-Logo** (mit der schwarzen Textmarke) Verwendung.

Auf dunklen Hintergründen (die einem Farbwert von 50% Schwarzwert oder dunkler entsprechen), wird das sogenannte „**invertierte**“-Logo (mit der weiß-invertierten Textmarke und der Schutzkonturlinie um die Bildmarke herum) eingesetzt.

Der Einsatz des UHH-Logos transparent ist nur auf **monochromen Hintergründen** (also einfarbigen bzw. farbtoneinheitlichen Hintergründen) gestattet.

Auf wechselnden Untergründen (z.B. Fotos, Tapetenmuster, Comics, Hintergründen mit Schrift, usw.) ist der Einsatz des Logos nicht gestattet, da das Logo hier nicht mehr für sich genommen eigenständig wirken kann (es besteht die Gefahr, daß das Logo dadurch visuell in einen anderen Kontext gestellt oder gar kommentiert wird).



Nicht erlaubt: Der Original-Schriftzug darf nicht an anderer Stelle positioniert oder Bestandteile davon weggelassen werden.



Nicht erlaubt: Einzelne Bestandteile des Logos dürfen nicht abgetrennt und die Original-Anordnung der Buchstaben darf nicht variiert werden.



Nicht erlaubt: Der Original-Schriftzug darf nicht durch Verwendung anderer Schriftarten ersetzt werden.



Nicht erlaubt: Die vordefinierten Farben des Logos müssen stets beibehalten werden.



Nicht erlaubt: Die Proportionen der einzelnen Bestandteile des Logos zueinander müssen stets beibehalten werden.



Nicht erlaubt: Wort- und Bildmarke dürfen nicht in irgend einer Form auf gestalterische oder inhaltliche Weise abgeändert werden.



Das Logo der Universität wurde spezifisch ausdefiniert und ist nur als abgeschlossener/fertiger Datensatz zu verwenden. Die bestehende Kombination aus Wort- und Bildmarke darf nicht nachgesetzt, beschnitten oder verändert werden.

Es gibt **keine englische** oder **anderssprachige** Version des Logos. Der Eigenname der Universität und die Widmung vom Eingangsportal des Hauptgebäudes dürfen als visuelles Element **nur auf Deutsch** wiedergegeben und nicht übersetzt werden.



Der Freiraum um das Logo herum (Logo-Umraum) ergibt sich aus der Größe des roten Signet-Quadrats (Bildmarke). Bei einer Skalierung des Logos vergrößert oder verkleinert sich der Logo-Umraum dementsprechend jeweils mit.

Um das Logo wurde ein Schutz-Umraum festgelegt, in dem keine anderen Gestaltungselemente wie z. B. Schriften, Grafiken oder Bildelemente angeordnet werden dürfen. Der Umraum leitet sich aus der Höhe des roten Quadrates ab. Der Mindestabstand nach unten beträgt ein halbes Quadrat, zu allen übrigen Seiten ein ganzes Quadrat.

Um eine **optimale Präsenz** des Logos zu gewährleisten, darf der Logo-Umraum nicht unterschritten werden.

Bei der Verwendung eines Logos ist stets der Status einer „visuellen Unverletzlichkeit“ des universitären Signets sicherzustellen. Angrenzende oder hinterlegte Bildelemente bzw. Layoutbestandteile dürfen das Logo in keinsten Weise „visuell kommentieren“ oder in andere Zusammenhänge stellen können. Die beabsichtigte Wirkung eines Logos/Markenzeichens entfaltet sich nur durch die fest vorgegebene grafische Raumaufteilung und die Unveränderlichkeit in der Anwendung.

Einsatzzweck: Studium

Gemäß der Präsidiums-Richtlinie zur Verwendung des UHH-Logos darf das Markenzeichen in Seminar- und Studien(abschluß)arbeiten folgendermaßen verwendet werden:

„Studierende der Universität Hamburg dürfen das Logo der Universität für Dokumente verwenden, die direkt! mit der Erbringung von Studienleistungen zu tun haben, z. B. Haus-/Seminar-/Diplom-/Bachelor-/Master-Arbeiten. Davon ausgeschlossen sind ausdrücklich Unterlagen wie Visitenkarten, Briefköpfe, Flyer oder externe Webseiten.“

Das Universitäts-**Logo** darf im Falle von Haus-Arbeiten, Seminar-, Diplom-, Bachelor- oder Masterarbeiten verwendet werden, solange dieses Schriftwerk als universitäre Studienarbeit weiterhin gekennzeichnet bleibt. Das Universitäts-**Siegel** bleibt rein präsidialen und hochschulpublikatorischen Zwecken vorbehalten.

Genereller Hinweis:

Wir bitten in diesem Zusammenhang alle Studierenden und Angehörigen der Universität, die Zugriff auf Markenelemente der Universität Hamburg haben, stets um einen **verantwortungsvollen Umgang** mit dem **Hoheitszeichen** (Logo) der Universität. Eine Verwendung mit öffentlichkeitswirksamer Außenwirkung (welcher über den direkten Studien-/Seminarzweck an der Universität Hamburg hinausgeht oder wissenschaftsferne Ziele verfolgt), sollte im Sinne der Öffentlichkeitsarbeit stets einer Prüfung/Nachfrage unterliegen. Im Allgemeinen sind mit dem universitären Markenzeichen nur sachlich/wissenschaftliche Inhalte zu transportieren; meinungsgebundene Inhalte wie z.B. politische, unsittliche Aussagen oder Inhalte rein kommerzieller Absichten im Zusammenhang mit dem UHH-Logo sind untersagt.

Das universitäre Siegel ist als Hoheitszeichen nur wenigen, bestimmten Nutzungszwecken vorbehalten.

Neben seiner Bedeutung als präsidialem Hoheitszeichen dient das Siegel unter anderem als (textiles) Ornament-Gestaltungselement, bzw. visuelles Schmuckwerk, z.B. bei besonders würdevollen Anlässen, wie Jubiläen, präsidialen Einladungen, präsidialem Schriftverkehr und wird als Hoheitszeichen der Universität für Urkunden und Zeugnisse verwendet.



Im Alltagsgebrauch fungiert seit Ende 1999 das rote UHH-Logo stets als das Standard-Markenzeichen der Universität Hamburg.

Dem nachgeordnet ist das Siegel als lediglich **sekundäres Identifikationsmerkmal**.

Historische Entwicklung:

Das universitäre „Siegel“ wurde in seiner Bedeutung als allgemeingültiges Markenzeichen der Universität Ende 1999 vom heute gebräuchlichen UHH-Logo mit der roten Bildmarke abgelöst, welches seitdem das **Standard-Markenzeichen** der Universität ist. Das alte Universitäts-Siegel wird lediglich als visuell-nachrangiges (dem roten UHH-Logo stets gestalterisch hierarchisch nachgeordnetes), sekundäres Identifikationsmerkmal – meist im „Anschnitt“ bzw. im aufgehellten Kontext verwendet.

In seiner Bedeutung als **präsidiales Hoheitszeichen** ist es heutzutage nur wenigen, bestimmten Nutzungszwecken vorbehalten. Neben der Anwendung im Zusammenhang mit besonders würdigen und traditionsverbundenen Anlässen, wie z.B. hochrangigen Förderanträgen, Jubiläen und Zeugnis-/Urkunden- Verleihungen (als Beleg & „Authentizitäts-Merkmal“), dient es auch als visuelles „Schmuckwerk“ und dekoratives Gestaltungselement z.B. im textilen Bereich.

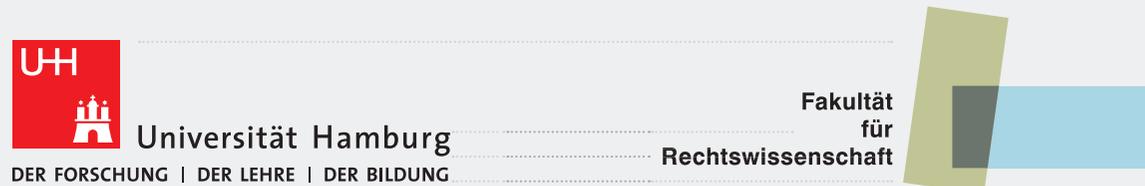
Den folgenden Einrichtungen der Universität Hamburg ist das Führen eines eigenen, zusätzlichen Logos – neben dem universitären Logo – erlaubt:

- **Fakultäten der Universität Hamburg**
- **Hochschulübergreifende Kooperationen von herausragender Bedeutung**

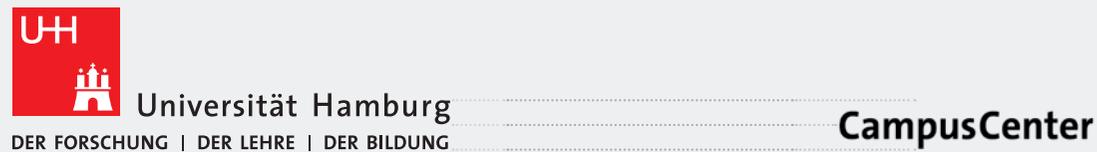
Ausnahmen von dieser Regelung müssen vom Präsidenten genehmigt werden.

Die offiziellen „Zweit“-Logos dürfen stets **nur gemeinsam** mit dem UHH-Logo verwendet werden, nie alleinstehend (dies gilt für Merchandizing-Produkte ebenso wie für Online- oder Print-Publikationen).

Beispiel:
Offizielles Zweit-Logo



Beispiel:
Schriftmarkenzeichen



Weitere Bsp. => Webseite

Fachbereiche, Institute, Professuren und sonstige Einrichtungen unterhalb der Fakultätsebene dürfen keine eigenen Logos führen. Zur Darstellung universitärer Bereiche sind **Schriftmarkenzeichen** (stets rechtsseitig platziert zum Universitätslogo) erlaubt, als jeweilige Einrichtungs-Bezeichnung in schwarzer Hausschrift „TheSans UHH“ – ohne gestalterische Hervorhebung und ohne Bildmarken-Anteil.

	Print- und Druckmedien			Lackierung	On Screen / Internet	
Weiß	CMYK			RAL	RGB	Web (Hex)
	CMYK 0-0-0-0			RAL 9016	RGB 255-255-255	#fff
Leuchtrot	CMYK	HKS	PANTONE	RAL	RGB	Web (Hex)
	CMYK 0-100-100-0	HKS 14	PANT. 485C	RAL 3020	RGB 226-0-26	#e2001a
Steingrau	CMYK	HKS	PANTONE	RAL	RGB	Web (Hex)
	CMYK 0-0-0-60	HKS 92	PANT. 424C	RAL 7037	RGB 136-136-136	#888
Aufgehell 1	CMYK				RGB	Web (Hex)
	CMYK 0-0-0-40				RGB 180-180-180	#b4b4b4
Aufgehell 2	CMYK				RGB	Web (Hex)
	CMYK 0-0-0-20				RGB 218-218-218	#dadada

TheSans

[Thesis-Familie]

© Lucas de Groot, 1994

TheSans UHH Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z 1234567890

ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTUVWXYZ

+ | - • - = ≠ ‹‹‹ ››› ∞ € ¥ \$ § ... [{ (. , ; ! ? , , “) }] @ ¢ “ % * © ½ ¼ ¾ /

TheSans UHH Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z 1234567890

ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTUVWXYZ

+ | - • - = ≠ ‹‹‹ ››› ∞ € ¥ \$ § ... [{ (. , ; ! ? , , “) }] @ ¢ “ % * © ½ ¼ ¾ /

Die Hausschriftart „TheSans UHH“ bildet eine der wichtigsten Grundlagen für die Wiedererkennung im Erscheinungsbild der Universität und steht allen Universitäts-Angehörigen zur Verfügung. Um einen einheitlichen, geschlossenen Auftritt zu unterstützen, wird die Verwendung dieser Schriftart empfohlen. Ergänzende Informationen dazu entnehmen Sie bitte: www.uni-hamburg.de/hausschrift

Regular und Bold sind die Standard-Schriftschnitte. Die kursiven Schriftschnitte (Oblique / Italic) sind speziell besonderen Textformen wie beispielsweise Auszeichnungstexten, Webadressen, Zitaten, usw. vorbehalten. Ansonsten sind die Recte (non-kursive) zu verwenden.

Times

© Stanley Morison,
Victor Lardent, 1931

Times

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z 1234567890
ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ
+ | - • - = ≠ « ‹ › » ∞ € ¥ \$ § ... [{ (. , ; ! ? , “ ”) }] @ ‘ ’ % ‰ * © ½ ¼ ¾ /

Arial

© Patricia Saunders,
Robin Nicholas, 1990

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z 1234567890
ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ
+ | - • - = ≠ « ‹ › » ∞ € ¥ \$ § ... [{ (. , ; ! ? , “ ”) }] @ ‘ ’ % ‰ * © ½ ¼ ¾ /

Calibri

© Lucas de Groot, 2005

Calibri

abcdefghijklmnopqrstuvwxy z 1234567890
ABCDEFGHIJKLMN O PQRSTU VWXYZ
+ | - • - = ≠ « ‹ › » ∞ € ¥ \$ § ... [{ (. , ; ! ? , “ ”) }] @ ‘ ’ % ‰ * © ½ ¼ ¾ /

Die Hausschriftart „TheSans UHH“ steht allen Angehörigen der Universität zur Verfügung und sollte stets Verwendung finden. Falls der Font „TheSans“ aus bestimmten Gründen nicht zur Verfügung stehen sollte, kann dieser im Einzelfall notfalls für temporäre Zwecke durch die stets verfügbaren Schriftarten „Arial“, „Times“ bzw. „Calibri“ (von Lucas de Groot) ersetzt werden.

In einem notwendigen Ersetzungsfall der Hausschrift kann „Times“ ersatzweise in Fliesstexten umfangreicher Druck-Publikationen; „Arial“ für Bürokommunikation und Internet/Online sowie die Hausschrift-ähnliche „Calibri“ z.B. bei OnScreen-Zwecken/PowerPoint-Präsentationen verwendet werden. Die grundsätzliche Satzart ist bei allen Publikationen linksbündig in den Schriftschnitten Regular und Bold.

Das „**Variable Balkenprinzip**“ ist das strukturgebende Gestaltungsschema des universitären Corporate Designs:

Horizontal verlaufende „Balken“ bzw. Farbflächen oder Fotomotiv-Bildleisten im Sinne einer klaren Gliederung der Kommunikationsinhalte und Gestaltungsabschnitte in den universitären Hausfarben (=> 2.1) Rot, Grau sowie dem großem Weissanteil.

Überschriften sind dabei vornehmlich in weisser Hausschrift „TheSans UHH“ auf rotem (bzw. ggf. auf dunkelgrauem) Hintergrund zu setzen.

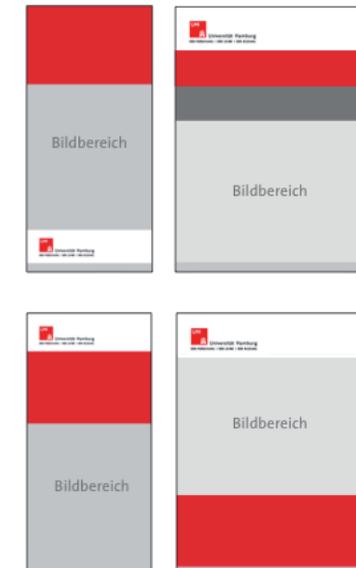


Anwendungsbeispiele, Abb. DIN lang in 50%

Beispiel DIN lang mit Bild



Beispiele A5 und DIN lang





UNIV.-PROF. DR. DIETER LENZEN
PRÄSIDENT



DR. KATRIN VERNAU
KANZLEIN

Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Studierende,

das Präsidium hat entschieden, mit den Mitgliedern der Universität Hamburg bis Ende 2012 ein „Zukunftskonzept Universitätswaltung“ zu erarbeiten. Unser Ziel ist eine Verwaltung mit klaren Strukturen und Zuständigkeiten, die die Arbeit der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie die Studierenden optimal unterstützt und dem Technischen und Verwaltungspersonal für seine Tätigkeit eine gute und sichere Orientierung bietet.

Gemeinsam mit Ihnen wollen wir alle Bereiche der Universitätswaltung betrachten und uns fragen: Wie ist die Unter-stützung der Verwaltung für Forschung und Lehre optimal zu gestalten? Und wie lässt sich dies auch in Zeiten knapper Mit-tel organisieren? Wo sind Abläufe zu betrachten, damit sie eine für alle in Ihren Aufgaben bessere Orientierung ermöglichen? Kurz: Wie kann unsere zukunftsfähige Universitätswaltung aussehen?

Damit wir Ihre Erfahrungen und Ideen in den Prozess ein-bringen können, starten wir im Mai 2011 mit einem für eine deutsche Universität bisher einmaligen Beteiligungsweg. Parallel dazu erfassen wir mit den Erhebten der Verwaltung bis Herbst 2011 in einem Selbsttest den Status Quo ihrer Struktur. Auf dieser Basis erarbeitet eine Gruppe externer Experten und Expertinnen aus dem Wissenschaftsbereich bis Anfang 2012 Empfehlungen für die künftige Verwaltungsstruk-tur, die in der Universität dann abgestimmt und zur Umset-zung gebracht werden.

Das „Zukunftskonzept Universitätswaltung“ können wir nur gemeinsam gestalten. Wir benötigen dafür die Initiative und das Engagement aller Mitglieder der Universität. Die Betei-ligung an den Veranstaltungen gilt als Arbeitszeit. Wir bitten Sie deshalb herzlich um Ihre Mitwirkung in diesem Prozess.

Vielen Dank.

Termine: Die Zukunft der Universität mit gestalten

Aufbauveranstaltung
Mittwoch, den 04. Mai 2011 | 18.00 bis 20.00 Uhr
Hörsaal Erziehungswissenschaft (Anna-Siemens-Hörsaal), Von-Melle-Park 8

Fokusgruppe für Mitglieder des TVP zentral*
Donnerstag, 12. Mai 2011 | 09.30 bis 12.30 Uhr

Fokusgruppe für Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter*
Mittwoch, 25. Mai 2011 | 18.00 bis 21.00 Uhr

Fokusgruppe für Mitglieder des TVP dezentral*
Dienstag, 31. Mai 2011 | 09.30 bis 12.30 Uhr

Fokusgruppe für Studierende*
Dienstag, 07. Juni 2011 | 18.00 Uhr bis 21.00 Uhr

Fokusgruppe für Professoren und Professoren*
Mittwoch, 08. Juni 2011 | 18.00 bis 21.00 Uhr

Open Space – für ALLE*
Freitag, 01. Juli 2011 | 09.00 bis 19.00 Uhr

Conclusio-Workshop – nur für Teilnehmer der Fokusgruppen und Open-Space-Veranstaltung*
Mittwoch, 06. Juli 2011 | 14.00 bis 17.00 Uhr

***Anmeldung erforderlich**
Interessierte für die Fokusgruppen (ca. 25 Teilnehmer) sowie für die Open-Space-Veranstaltung (bis 500 Teilnehmer) können sich ab sofort per Mail (bis spätestens zwei Tage vor dem jeweiligen Termin für die Open-Space-Veranstaltung bis 20.06.2011) anmelden: beteiligung@uni-hamburg.de.

Die Orte der Veranstaltungen werden noch bekannt gegeben. Die Teilnahme an den Veranstaltungen gilt als Arbeitszeit.

Weitere Informationen:
www.uni-hamburg.de/zukunftskonzept_universitaetsverwaltung

Für Fragen wenden Sie sich bitte an:
Evelien Blom, fachliche Koordinatorin der Kanzerlei
Tel. 040 4038 89-8098, evelien.blom@ver.uni-hamburg.de
Dr. Nicola Ebers, Leiterin Referat 12, Qualitätsmanagement
Tel. 040 4038 4002, nicola.ebers@ver.uni-hamburg.de

V.S.D.P. Präsident der Universität Hamburg
Edmund Siemers-Allee 1, 20146 Hamburg
Konzept & Text: www.sugarbar.net
Grafik: www.andreasaltrude.de



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



**DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG
ZUKUNFTSKONZEPT UNIVERSITÄTSVERWALTUNG**

**DER GEMEINSAME WEG ZU UNSERER
ZUKUNFTSFÄHIGEN
UNIVERSITÄTSVERWALTUNG**



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Distinguished Lecture
University of Hamburg – Interdisciplinary Psychology
Sommersemester 2011

John T. Cacioppo
Tiffany & Margaret Blake Distinguished Service Professor
University of Chicago

Social Isolation

24. April 2013
18.00 Uhr – 19.45 Uhr
Edmund-Siemers-Allee 1 • Hörsaal ESA B

In this lecture, the acclaimed author of *Loneliness: Human Nature and the Need for Social Connection* (2008) talks about a central drawback of the human social life: social isolation. In his extensive research he has figured out behavioral, neural, hormonal, cellular, and genetic mechanisms that are linked to the evolution of the social structures in our world. Specifically, he argues that feeling socially isolated contributes to poor health and well-being, less subjective success, impaired executive functioning, faster cognitive decline and altered neuroendocrine and gene expression. Together, these effects contribute to the association between social isolation and mortality in humans.

Angeborene Publikationen:
Cacioppo, J.T. & Pasch, L.A. (2005). Perceived social isolation and cognitive decline in older adults. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 600-608.
Cacioppo, J.T., Hentges, E.L., & Pasch, L.A. (2007). Perceived social isolation predicts the onset of depression: longitudinal evidence and implications for understanding the role of loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92, 818-827.
Cacioppo, J.T., Hentges, E.L., Pasch, L.A., & Brown, G.G. (2005). Loneliness, social support, and the risk for depression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 1011-1020.

Fakultät für Erziehungswissenschaft, Psychologie und Bewegungswissenschaft
Fachbereich Psychologie
Organisations-Prof. Dr. Gabriele Dörflinger Tel.: 4338-5481
E-Mail: sekretariat_fops@uni-hamburg.de

an der Fakultät für Erziehungswissenschaften Universität Hamburg • New York University



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Arbeitsstelle Studium und Beruf
ABK-Bereich

Ringsvorlesung
„Berufsfelder für Geisteswissenschaftler/-innen“

Sommersemester 2011, donnerstags, 16.15 – 17.45 Uhr,
Philosophenturm, Von-Melle-Park 6, Hörsaal A

Koordinator: Dr. Ulrike Job, Arbeitsstelle Studium und Beruf

07.04.11	Geisteswissenschaftler/-innen gesucht - Berufliche Aufgaben und Perspektiven Dr. Ulrike Job, Arbeitsstelle Studium und Beruf, Universität Hamburg
	Von der Kulturgeschichte zum Key Account Manager ... Perspektiven in der Wirtschaft Dr. Susanna A. Gross, Akademienzentrale Weiterbildung & Berufshilfe U+V, Hamburg
14.04.11	Öffentlichkeitsarbeit Anja Dörmann, Deutscher Arbeitsmarktservice Hamburg Mark von Bardenhe, Public Relations & Marketing-Beratung, Hamburg
21.04.11	Geisteswissenschaftler in der digitalen Welt: Online-Journalismus und Online-Marketing Ulrich Heesman, ANW-Jobler Sören Heesman, professional-hamburg.de
28.04.11	Alternativen zum Öffentlichen Dienst: Stiftungen, Vereine, Verbände Ulrich Heesman, ANW-Jobler Hilke Baum, Deutsche Youth Art Foundation Akademie e.V. (Zst. Jugendkunstwerk, Hamburg)
05.05.11	Journalismus in Hörfunk und Fernsehen Sandra Heesman, ANW-Jobler Margen Perment, ANW-Jobber
12.05.11	Theater: Künstlerische Leitung und Theaterpädagogik Sandra Heesman, ANW-Jobler Michael Engel, Theater-Theater Hamburg
19.05.11	Ich bin dann mal weg ... Einsatzgebiet Europa Christine Heesman, ANW-Jobber Dr. Guido Schwandt, ANW-Jobber
26.05.11	Wissenschaft und Hochschulmanagement Dr. Ina Klemm, Wissenschaftliche Dienste im Studiengang Arbeitslehre, Berlin PD Dr. Andreas Schulzmann, Graduiertenkolleg Medien und Kommunikation der Universität Hamburg
09.06.11	Life-long-learning: Aufgaben in der Erwachsenenbildung Kerstin Schöler, Arbeitsstelle Erwachsenenbildung Christine Wilken, workshop, consulting, training & coaching, Hamburg
23.06.11	Film: Untertitelung - Filmförderung - Filmfeste Kerstin Heesman, ANW-Jobber, Arbeitsstelle Filmförderung für Filme, FK, DVV, Hamburg Hilke Grottel, Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein GmbH Katrin Heesman, Filmfest Hamburg
30.06.11	Von der Buchreihe zum Leser: Aufgaben im Buchwesen Lara Schöler, Arbeitsstelle Literaturmanagement, Kassel, Kassel Sylvia Kölsch, Arbeitsstelle Verlag GmbH, Kassel Dr. Inga Heesman, Literaturforum Hamburg e.V.
07.07.11	Event- und Kulturmanagement Ulrike Job, Arbeitsstelle Kulturmanagement, Hamburg Hilke Heesman, Institut für Kulturkonzepte Hamburg e.V.
14.07.11	Welche Konsequenzen hat der Deutsche Qualifikationsrahmen für Hochschulabsolventen? Ulrike Job, Arbeitsstelle Hochschulabsolventenstudien, Hamburg
	Aussichten und Chancen für BA/MA-Absolventen der GW: Neues aus der Absolventenforschung Ulrike Job, Arbeitsstelle Hochschulabsolventenstudien, Hamburg



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Wie finanziere ich meine wissenschaftliche Karriere?
Eine Informationsveranstaltung für Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler

5. Februar 2013, 9 bis 17 Uhr
Flügelbau West, Raum 221
Universität Hamburg, Edmund-Siemers-Allee 1

PROGRAMM

14.00 Uhr: Begrüßung und Registrierung
14.15 Uhr: Einführung in die Veranstaltung
14.30 Uhr: Vorstellung der Referenten
14.45 Uhr: Kaffeepause
15.00 Uhr: Referat: „Wie finanziere ich meine wissenschaftliche Karriere?“
15.15 Uhr: Diskussion
15.30 Uhr: Referat: „Wie finanziere ich meine wissenschaftliche Karriere?“
15.45 Uhr: Diskussion
16.00 Uhr: Referat: „Wie finanziere ich meine wissenschaftliche Karriere?“
16.15 Uhr: Diskussion
16.30 Uhr: Referat: „Wie finanziere ich meine wissenschaftliche Karriere?“
16.45 Uhr: Diskussion
17.00 Uhr: Abschluss und Verabschiedung

Referenten:
Ulrike Job, Arbeitsstelle Studium und Beruf, Universität Hamburg
Susanna A. Gross, Akademienzentrale Weiterbildung & Berufshilfe U+V, Hamburg
Anja Dörmann, Deutscher Arbeitsmarktservice Hamburg
Ulrich Heesman, ANW-Jobler
Sören Heesman, professional-hamburg.de
Ulrich Heesman, ANW-Jobler
Hilke Baum, Deutsche Youth Art Foundation Akademie e.V. (Zst. Jugendkunstwerk, Hamburg)
Sandra Heesman, ANW-Jobler
Margen Perment, ANW-Jobber
Sandra Heesman, ANW-Jobler
Michael Engel, Theater-Theater Hamburg
Christine Heesman, ANW-Jobber
Dr. Guido Schwandt, ANW-Jobber
Kerstin Schöler, Arbeitsstelle Erwachsenenbildung
Christine Wilken, workshop, consulting, training & coaching, Hamburg
Lara Schöler, Arbeitsstelle Literaturmanagement, Kassel, Kassel
Sylvia Kölsch, Arbeitsstelle Verlag GmbH, Kassel
Ulrike Job, Arbeitsstelle Kulturmanagement, Hamburg
Ulrike Job, Arbeitsstelle Hochschulabsolventenstudien, Hamburg

Registrierung bei:
Ulrike Job, Arbeitsstelle Studium und Beruf, Universität Hamburg
E-Mail: ulrike.job@uni-hamburg.de

Anmeldungstermin:
Donnerstag, 07. Februar 2013, 14.00 bis 17.00 Uhr
Anmeldung & Buchung über www.sugarbar.net
Tel. 040 4338 4002 / 4011



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



Körper-Stiftung
Forum für Impulse

**Körper-Fonds
Nachwuchsförderung 2012**

Plane deine wissenschaftliche Tagung
Der Körper-Fonds Nachwuchsförderung fördert Doktorandinnen und Doktoranden der Universität Hamburg, die selbst eine für das eigene Forschungsfeld relevante wissenschaftliche Tagung, eine Konferenz oder einen Workshop organisieren wollen.

Wer kann sich bewerben?
Doktorandinnen und Doktoranden der Universität Hamburg aus allen Disziplinen können Anträge einreichen (Juni-Promotee bis max. 2 Jahre nach erfolgreichem Abschluss ihrer Promotion).

Fördersumme
Die maximale Fördersumme für eine wissenschaftliche Tagung beträgt 10.000 Euro. Aus dem Fonds werden Kosten für Referenten- und Referentinnenhonorare, Übernachtungen, Reisekosten und Tagungs catering getragen.

Frühester Fördertermin: 1.2.2012
Bewerbungsfrist: bis 30.11.2011

Weitere Informationen unter:
www.uni-hamburg.de/koerberfonds

Das Regionale Rechenzentrum als Backbone für Wissenschaft & Forschung

TRADITION UND TECHNIK IM DIALOG

IT-Datenverkehr – Übersicht der Thematiken
Entwurf mit Blitznetz: arto stipata theatro spectat Romanum potius, ha bet hoc numeratque poetas ad nostrum tempus Liv! scriptoris ab avos Interdum volgas rectum videt, est ab peccat. Si quadam minis antioque, si perque dum diore volgas rectum videt, est ab peccat. Si velens ita minor laudatque poetas, ut nihil antioque.

Für die Textinformationen auf dem Gebiet Blitznetz: interdum volgas si velens ita minor laudatque poetas, ut nihil si comparat.

Nutzerprofile
Arto stipata theatro spectat Romanum potius, habet hoc Liv! numeratque poetas ad nostrum tempus Liv!
12.7% Volgas omnibus videt, est peccat
23% Si perque dure dicere nihil comparat
19% Numeratque poetas ad nostrum tempus
38% Interdum volgas theatro

Kernpunkte und Standorte
Arto stipata theatro spectat Romanum potius, habet hoc Liv! numeratque poetas tempus Liv!
■ Volgas rectum videt, est peccat >A<
■ Si perque dure dicere nihil comparat
■ Numeratque ad nostrum tempus 2
■ Interdum volgas theatro
■ Videt est ubi peccat

Regionales Rechenzentrum

Die Nachwuchsstiftung der Universität Hamburg

Die Universität Hamburg fördert besonders qualifizierte Forscherinnen und Forscher vor, während und nach der Promotion durch zahlreiche Angebote. **Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Themen und Lehrmethoden sollen hier ihren Anfang nehmen.**

Neben verschiedenen Promotionsprogrammen, Workshops und Qualifizierungsangeboten gibt es an der Universität Hamburg speziell für erfolgreiche Doktorandinnen und Doktoranden sowie Post-Docs die Nachwuchsstiftung mit vier Förderformaten:

- Laufende Programme sind die **Postdoc-Projektförderung** sowie die **Klein-Graduiertenprojekte**. Ziel dieser Angebote ist es, auf einen erfolgreichen Drittmittelantrag hinzuwirken.
- Die langfristige angebotenen Nachwuchsprogramme mit **Bewerbungsmöglichkeiten** sind die **Stipendien für den Übergang in die Postdoc-Phase** sowie der **Körper-Fonds**. Nachwuchsförderung „tabelle feste“ zudem Forschung zum Thema „Nachhaltigkeit“.

Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner

Dr. Wolfgang Rohr
Forschungs- und Nachwuchsförderung
Mittweg 177 • 20481 Hamburg
Telefon: 040-428-38-9079
E-Mail: Wolfgang.Rohr@ver.uni-hamburg.de

Judith Dörmer, M.A.
Forschungs- und Nachwuchsförderung
Mittweg 177 • 20481 Hamburg
Telefon: 040-428-38-4471
E-Mail: Judith.Dormer@ver.uni-hamburg.de

Dr. Susanna Fane
Kompetenzzentrum Nachhaltige Universität
Mittweg 177 • 20481 Hamburg
Telefon: 040-428-38-5580
E-Mail: uni@uni-hamburg.de
www.nachhaltig.uni-hamburg.de

Die Nachwuchsstiftung der Universität Hamburg

Förderprogramme während und nach der Promotion

Power-Point-Vorlage (PPT):

Faltblatt-Vorlage (InDesign):

Plakat-Vorlagen (InDesign):



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften



UHH - Fakultät für Rechtswissenschaft
Rothenbaumchaussee 33 · 20148 Hamburg

Musterfirma
Frau Veronika Muster
Beispielstraße 123
12345 Dorfstadt

Prof. Dr. iur. Tilman Reppen
Fakultät für Rechtswissenschaft
Dekan, Lehrstuhl für Deutsche Rechtsgeschichte, Privatrechtsgeschichte der Neuzeit und Bürgerliches Recht
Rothenbaumchaussee 33
Rechtshaus Raum A 405
20148 Hamburg

Tel. +49 (0)40 42838-4559
Fax +49 (0)40 42838-4561
tilman.reppen@jura.uni-hamburg.de
www.jura.uni-hamburg.de
ggf. weitere Zeile
ggf. weitere Zeile
maximal: letzte Zeile

Datum
AZ

Betreff

Sehr geehrte Frau Muster,

Schriften sind je nach Art unterschiedlich gut lesbar. Es wird die serifenlose Thesis der Universität Hamburg (TheSans UHH) verwendet – Größe 11 Punkt. Bei Absätzen wird eine halbe Leerzeile geschaltet.

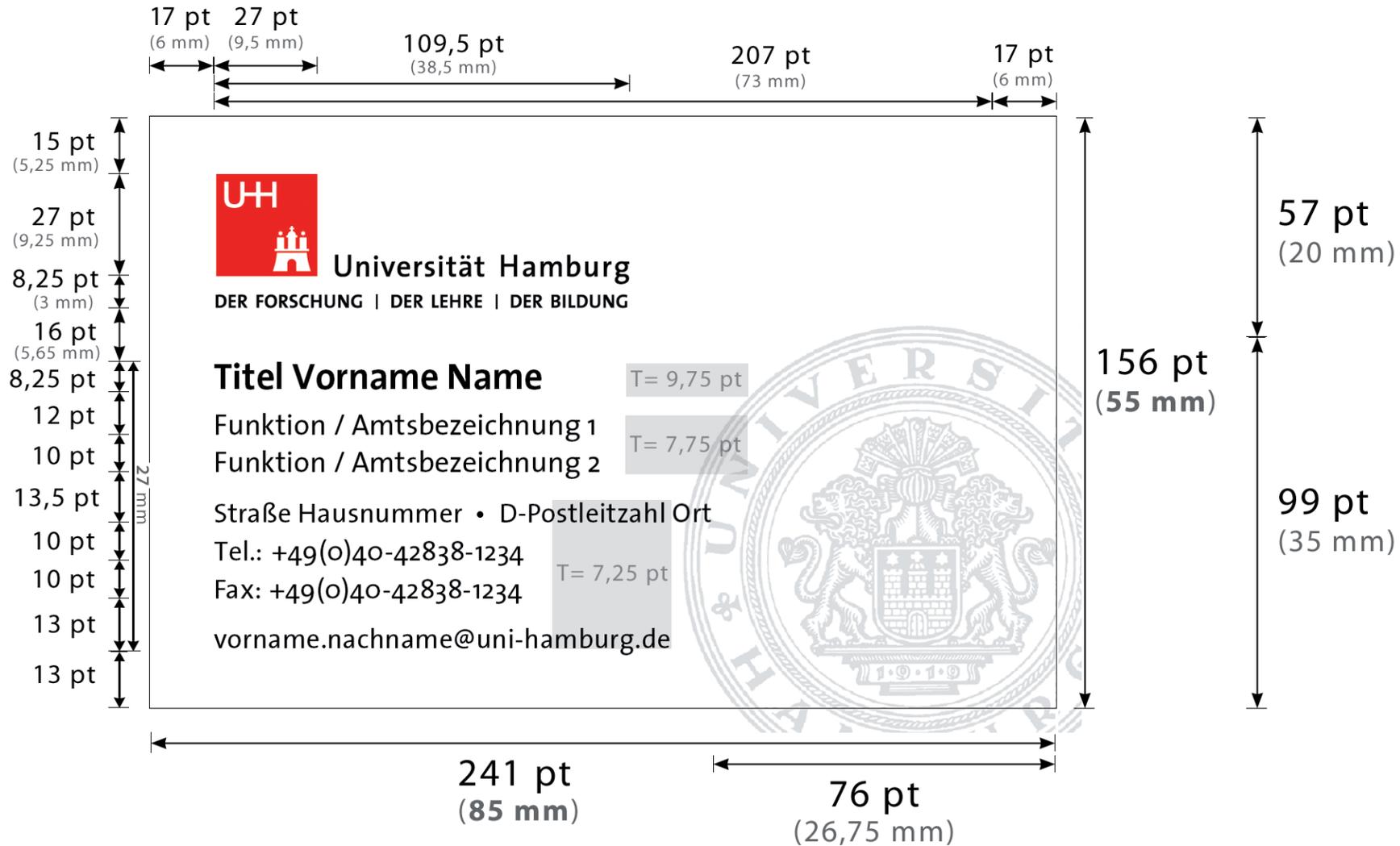
Die Ästhetik der Geschäftsdrucksachen entsteht in der Wechselbeziehung von gesetzter, feststehender Typografie und dem sich ändernden Mitteilungstext. Kommunikationsinstrument Nummer eins ist und bleibt der Briefbogen – mit ihm steht und fällt das Image eines Unternehmens.

Ein gut lesbarer Brief liegt zwischen 70 und 80 Anschlägen.

Mit freundlichem Gruß

Klaus Mustermann
30.08.2011

5	8	10	26		140	184	197
16	31,55	44	55	48	26,5	Textanfng (Seite 2 ff.)	Seitenzahl (Seite 2 ff.); TheSans UHH Reg, 8 pt
97	100	113	128	149	277	max.: Abs.-länge: 58 mm (ca. 15 Zeilen)	
<p>Sichtfenster-Postrück-Absender (max. 2 Zeilen): TheSans UHH Regular, 6 pt, ZA: 9 pt</p> <p>Sichtfenster-Adressat: TheSans UHH Regular, 11 pt, ZA: 14 pt</p> <p>Absender: TheSans UHH Regular (Name: in Bold) 8pt, ZA: 11 pt, Absatz: 17 pt Absätze einfügen nach Name und Ortszeile</p> <p>Falzmarke 1: bei 100%-Ausdruck Falzmarke 2: bei 96% skalierter Ausdruck (Format-Anpassung auf's Papierformat)</p> <p>Datum/AZ: TheSans UHH Regular, 9 pt, ZA: 12 pt</p> <p>Betreff: TheSans UHH bold, 11pt</p> <p>Textanfng (Bogen 1): Fliesstext: TheSans UHH bold, 11pt, ZA: 16 pt (Absatz-ZA: 22 pt) rechtes Textende</p> <p>Lochungs-Mittelmarke</p>							





www.uni-hamburg.de/logo

Ein „QR“ (= Quick Response) -Code versetzt „mobile Datengeräte“ (wie z.B. Smartphones oder Tablet-Computer) in die Lage, codierte Inhalte auf optischem Wege zu empfangen. In dem Bild-Muster des „QR-Codes“ werden individuell anpassbare Inhalte „codiert“, z.B. eine URL (Webseiten-Link), textuelle Botschaften oder auch computerausführbare Informationen (dabei kann u.U. auch Schadsoftware übertragen werden).

Dieser QR-Code führt zur Corporate Design-Webseite der Universität

Zulässige Verwendungszwecke des QR-Codes

QR-Codes sind **nur** im „**mobilen Kontext**“ ein sinnvolles und zulässiges Hilfsmittel zur Informationsweitergabe.

Da QR-Codes in der ersten Verbreitungsphase häufig nicht nutzbringend eingesetzt wurden, gilt es bei der Anwendung stets die Zweckdienlichkeit dieses Mediums abzuwägen.

In der Regel bieten QR-Codes nur dann einen „Mehrwert“, wenn das mit dem QR-Code bedruckte Medium nicht bereits selbst mobil ist.

- **Sinnvoll:** z.B. auf Plakaten/Postern, Infoscreens, unbeweglichen Produkten, in „schergewichtigen“ Büchern (Inhalte mitnehmen), usw.
- **Nicht sinnvoll:** auf Geschäftspapieren (Visitenkarten, Briefbögen), leicht „tragbaren“ Materialien (wie Flyer, Postkarten, Faltblätter, etc.)

Bei Rückfragen bitte an das Ref. 22: Online-Dienste wenden.

Gestalterische Vorgaben



www.uni-hamburg.de

- **Farbe des Codemusters:** schwarz
- **Bildmarke:** Der QR-Code enthält zwecks Zuordbarkeit stets mittig die rote Bildmarke der Universität Hamburg.
- **Größe der Bildmarke:** Die rote Bildmarke sollte etwa 1/9 der Gesamtfläche des QR-Codes ausfüllen (3x3 Raster).
- **Bildmarken-Rahmen:** Der Abstand/Weiß-Rahmen sollte an allen Seiten je ca. 10% der Bildmarkenbreite betragen.
- **Relative Größe des Codes:** Je nach Medien-Druckgröße sollte der QR-Code min. ca. 90 % bis max. ca. 150 % der Größe des UHH-Logos einnehmen.
- **Barrierefrei-lesbarer Inhalt:** Die codierte Information (z.B. URL) sollte neben dem QR-Code ergänzend sichtbar sein.

Ergänzende Informationen und Materialien sind für alle Angestellten der Universität Hamburg zugänglich unter:

<http://www.uni-hamburg.de/logo>