

# FHP-CD16

# Elemente

Fachhochschule Potsdam / Corporate Design 2016

## **Styleguide II**

Stand: 1/2018 (FHP\_Styleguide-II\_v10)

Markenzeichen ... 2

Schrift ... 5

Typografie ...6

Farbe ... 8

Formate ... 9

Bilder, Formen ... 10

Material ... 11

**1 — Das Signet solo**  
<FHP\_solo\_K.eps>  
Ist baugleich mit den anderen Versionen und kann verwendet werden, wenn man den verbalen Zusatz nicht benötigt. Bitte nicht kleiner als 10 mm in der Breite einsetzen!

**2 — Das Standard Signet**  
<FHP\_standard\_K.eps>  
Diese Version wird die verbreitetste Verwendung finden, z.B. als Header im Web oder auf Formularen. In Originalgröße des EPS ist die Schrift in 10 Pt gesetzt; Durch entsprechende Verkleinerung kann die Größe des Zeichens rechnerisch ganz einfach auf Schriftgrößen im Medium angepasst werden – aber bitte nicht kleiner als 70 %.

**3, 4 — Die kompakten, einsprachigen Signets**  
<FHP\_kompakt-de\_K.eps>  
<FHP\_kompakt-en\_K.eps>  
Der zweisprachige Namenszusatz ist uns sehr wichtig! Daher verwenden wir die einsprachigen Signets nur in äußersten Notfällen. Die Zeichen dürfen nicht verkleinert werden! Und sie dürfen auch nicht mehr als 150% vergrößert werden, denn dann stünde so viel Platz zur Verfügung, dass man genauso gut die horizontale Fassung verwenden könnte

**5 — Das vertikale Signet**  
<FHP\_vertikal\_K.eps>  
Das vertikale Signet wird verwendet, wenn die vertikale Gestaltungsachse im Semikolen durch das Layout eines Mediums aufgenommen wird, z.B. auf Titeln für Flyer oder Broschüren. Auch hier ist die Schrift in 10 Pt angelegt – also bitte nicht kleiner als 70 % verwenden!

**6 — Das vertikale Signet für den Formatanschnitt**  
<FHP\_vertikal-A\_K.eps>  
Hier gilt das gleiche wie oben; diese Fassung soll verwendet werden, wenn das Markenzeichen am linken Formatrand angeschnitten ist, z. B. bei Broschüren. Die Positionsmarken oben und unten dienen der Platzierung auf dem Rand – sie sollen nicht mitgedruckt werden.

DAS MARKENZEICHEN

FH-Semikolon-P

Das neue Markenzeichen der Fachhochschule Potsdam ist ein Akronym, das das Wesentliche transportiert: FH (und nicht Uni) und Potsdam (und nicht Paderborn oder Pankow). ›P‹ indes verweist auf das Unicode-Symbol ›1F61C‹ (*Face with stuck-out tongue and winking eye*) und bewegt sich so subtil in der Tradition des alten Smiley-Logos. Das Signet liegt in unterschiedlichen Fassungen vor; beachten Sie bitte die Erläuterungen. Zusätzlich zu den hier abgebildeten schwarzen Versionen, liegen alle Zeichen auch modifiziert für den Einsatz in weiß auf dunklen Untergründen vor. Die schwarzen Signets kann man auch Blau färben (entsprechende Softwarekenntnis vorausgesetzt) – die Weißen aber bitte nicht!

2



1



2



3



4



5



6

Ein Logo für alle

Das neue Zeichen der Fachhochschule repräsentiert grundsätzlich alle organisatorischen Substrukturen der FHP. Ergänzungen sind nicht vorgesehen. Lediglich die hier aufgeführten Institute und Zentralen Einrichtungen tragen eine spezifizierende Ergänzung zum Zeichen. Die autonome Anfertigung ›eigener‹ Submarken ist nicht erlaubt und bedürfen immer der Absprache.



7



8



9



10



11

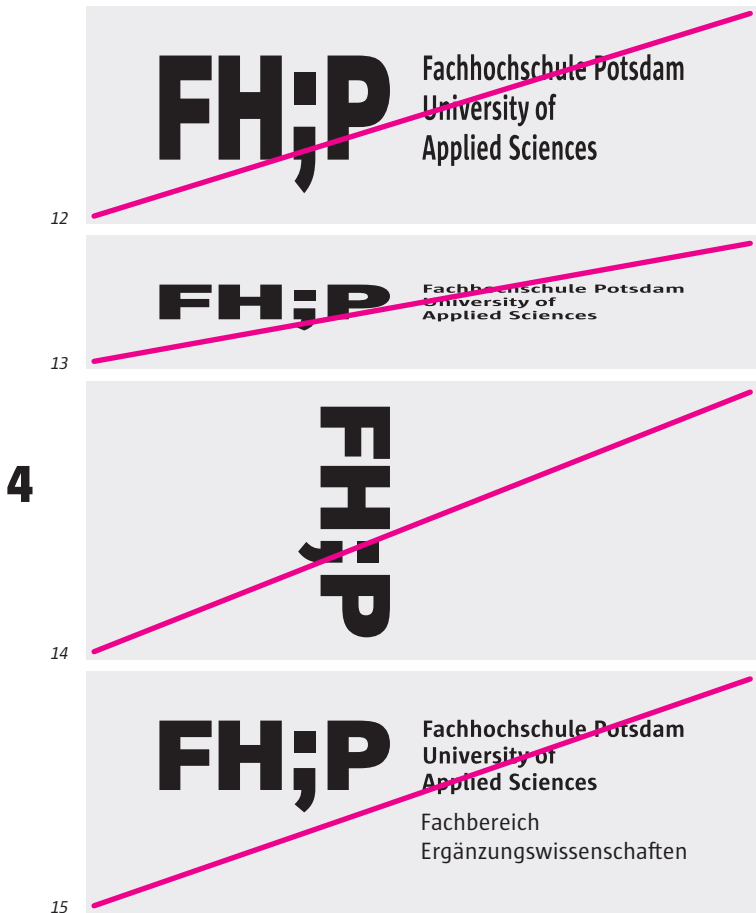
**7-11 — Signets für Institute**  
<FHP\_BIBLIOTHEK\_K.eps>  
<FHP\_IAFUZ-1\_K.eps>  
<FHP\_IAFUZ-2\_K.eps>  
<FHP\_ZETUP\_K.eps>  
<FHP\_KOLLEG\_K.eps>  
Diese Zeichen für Institute und zentrale Einrichtungen der FHP sind offiziell freigegeben. Zuvor verwendete Zeichen sollen nicht mehr weiterverwendet werden und sind sukzessive auszutauschen.

Bei Verwendung eines Institutszeichens ist der vollständige Name des Instituts oder der Einrichtung an anderer Stelle des Mediums zu verzeichnen; direkt nach Nennung der Hochschule  
Fachhochschule Potsdam  
University of Applied Sciences  
laF Urbane Zukunft

3

No Go!

Die auf der Vorseite geäußerten Größenempfehlungen der einzelnen Zeichen sind unbedingt zu beachten. Darüberhinaus sind alle Formen von Verzerrungen, Drehungen sowie autonome Ergänzungen nicht gestattet.

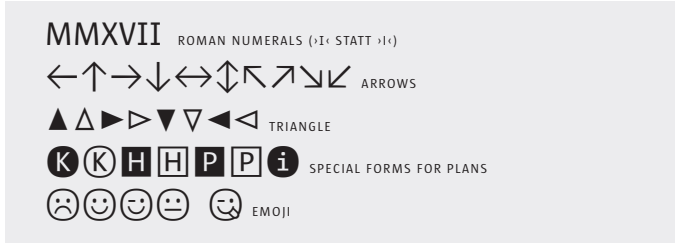


DIE SCHRIFT

FHP Sun

Platzsparend, charakterstark und technisch auf dem höchsten Niveau – die neue Hausschrift der Fachhochschule Potsdam heißt FHP Sun. Sie kommt in zwei Fassungen: In der ausgebauten *Profi*-Variante ›FHP Sun‹ mit 14 Schnitten von Extra Light bis Black, und in der *Alltags*-Variante ›FHP Sun Office‹ mit den für Office-Anwendungen optimierten Schriftschnitten Regular, Italic, Bold und Bold Italic. Die FHP Sun Office sollte auf den Rechnern aller Hochschul-Angehörigen installiert werden.

Lange Fließtexte können – wie hier im Styleguide – in der ›TheAntiquaSun‹ gesetzt werden, einer Cousine der FHP Sun, ebenfalls entwickelt von unserem Kollegen Prof. Luc(as) de Groot.



> Genauere Angaben zum ›Font-Embedding‹ von Schriften in MS Word und Powerpoint-Dokumenten finden Sie im Intranet unter ↗ Hochschulmarketing als Handreichung:  
<FHP-HR\_Font-Embedding\_v001.pdf>

16 — Damit die Hausschrift auf dem Rechner einwandfrei funktioniert und es bei der Anzeige von Dokumenten nicht zu Problemen kommt, muss die Schrift zuvor auf dem System installiert werden. Insbesondere bei der Weitergabe offener Word- oder Powerpoint-Dokumente an Dritte ist es sinnvoll, die Schrift in das Dokument einzubinden – via Font-Embedding (nur Windows).

17 — FHP Sun  
<FHPSun-Komplett\_v5.025.zip>  
Die Komplettfamilie liegt im Open-type-Format (.otf) und enthält die Schriftschnitte Extralight, Light, Regular, Semibold, Bold, Extrabold und Black sowie ihre jeweiligen Kursiven. Diese Schrift ist für professionelle Anwender auf Nachfrage beim Corporate Design-Team erhältlich – die Weitergabe an Dritte ist untersagt.

18 — TheAntiquaSun  
<TheAntiquaSunOT.zip>  
Diese Schrift darf ausschließlich für Drucksachen der FH Potsdam verwendet werden. Auch diese Schrift ist nur für professionelle Anwender auf Nachfrage beim Corporate Design-Team erhältlich. Auch sie darf nicht an Dritte weitergegeben werden.

19 — FHP Sun Office  
<FHPSunOffice Truetype.zip>  
Diese Schrift ist das Workhorse der FHP und soll auf allen Rechnern von FHP-Angehörigen installiert werden. Sie besteht aus den Schriftschnitten Regular, Italic, Bold und Bold Italic und ist so programmiert, dass selbst bei Fettung oder/und Schrägstellung der Schrift über die Tasten [B] oder [I] der jeweils typografisch korrekte Schriftschnitt eingesetzt wird. Sie können die Schrift im Intranet der FH Potsdam unter ↗ Hochschulmarketing herunterladen.

20 — Sowohl die FHP Sun als auch die FHP Sun Office sind mit zahlreichen Sonderzeichen ausgestattet. Sie sind – bei entsprechender Programmunterstützung – über die Opentype-Funktionen ansteuerbar.

Danke an Prof. Luc(as) de Groot!

17 — Zur Entstehung der ›Sun‹ auf [lucasfonts.com](https://lucasfonts.com): »The typeface was originally developed as part of Sun® Microsystems' corporate identity, in close collaboration with the company's Art Director, Chris Haaga. [...] As the Sun sans-serif had to have an American look and feel, Luc(as) decided to refrain from using diagonal stress, the trademark contruction principle of his other sans-serif faces. Instead, he created subtle weight differences in the character strokes in a time-consuming intuitive trial and error process. After the exclusivity period expired, the Sun family was expanded, initially for use by the Berlin weekly newspaper Jungle World. [...]«

18 — Zur Entstehung der ›TheAntiquaSun‹ auf [lucasfonts.com](https://lucasfonts.com): »TheAntiqua Sun was originally made as a corporate typeface for Sun Microsystems; it has sharper details and a simpler structure than other variants of TheAntiqua [...].«

© [lucasfonts.com](https://lucasfonts.com)

Luc(as)  
de  
Groot

**20 — Schriftgröße und Zeilenabstand für DIN lang-Formate**  
Bei der empfohlenen Schriftgröße von 9,6Pt für Texte in FHP Sun Regular ergibt sich – für eine Zeichenzahl von etwa 50 Zeichen pro Zeile – eine Spaltenbreite von etwa 70 mm. Der Zeilenabstand für Fließtext sollte – je nach Spaltenbreite – für die FHP Sun bei mind. 120–125 % der Schriftgröße in Pt liegen. Für Headlines darf der Zeilenabstand geringer angesetzt werden.

**Auszeichnungen: beliebig**  
Zur Hervorhebung innerhalb eines Fließtexts kann Text **fett** und *italic* gesetzt, unterstrichen oder e x t r e m g e s p e r r t (+200) werden. Bitte die Auszeichnungsmethoden nicht wild kombinieren!

**Anführungen: ‚deutsch‘**  
Empfohlene Anführungszeichen sind „deutsche Gänsefüßchen“ respektive ‚einfache‘ Anführungszeichen. Auf dem Mac über folgende Tastenkombinationen zu erzeugen (Reihenfolge „“, ‘: [alt ^], [alt 2], [alt s], [alt #]).

**Bullet-Points**  
Die Einzüge für Listen dürfen dem Zeilenabstand entsprechen. Streckenstriche (oder wenigstens Gedankenstriche) können über die Tastatur erzeugt werden (Mac: [alt Shift -][alt -]). Für die viel dekorativeren Pfeile, die in der Schrift FHP Sun angelegt sind, muss man ein Programm nutzen, das Opentype-Optionen beherrscht.

**21 — Texthierarchien und Schriftkombination: kontrastreich**  
Die Schriftgrößen unterschiedlicher Texthierarchien sollten um mindestens den Faktor 1,5 respektive 0,75 differieren. Die Schriftstärken sollten sich um mindestens zwei Stufen unterscheiden, d.h. also, dass z. B. eine FHP Sun Semibold wenigstens mit einem Extrabold-Schnitt (oder schwerer) bzw. wenigstens mit einem Light-Schnitt (oder leichter)kombiniert werden sollte, damit die Kontraste deutlich genug sind.

**‚Naming‘**  
Die Fachhochschule Potsdam wird im Fließtext meist ausgeschrieben. Weitere mögliche Schreibweisen sind ‚FH Potsdam‘ oder das Kürzel ‚FHP‘.

**Gendern**  
Eine einheitliche Schreibweise für das korrekte Gendern ist mit Hilfe des Sterns zu verwenden. *Beispiel: Student\*in*

DIE TYPOGRAFIE

**Standards und Prinzipien**

Schriftgrößen sind stets in Bezug auf Format und Intention zu wählen. Im Normalfall empfiehlt sich die Konsultation einer\*s Expertin\*en für Typografie, um die Entscheidungen hinsichtlich Schriftgröße, Spaltenbreite und Zeilenabstand individuell für das Medium und den Kommunikationsanlass zu entwickeln.

Die nebenstehend genannten Werte stellen beispielhafte Richtgrößen für einige übliche Formate und Anwendungen wie z.B. DINlang-Flyer und Korrespondenzbögen dar.

**Ausgezeichnet**

Auszeichnungen und Hervorhebungen in Fließtext der FHP werden *kursiv* oder **fett** gesetzt, **extrem gesperrt** oder unterstrichen. Wörtliche Rede oder Zitate werden in „Gänsefüßchen“, den deutschen Anführungszeichen, gesetzt. Die gibt es auch in ‚einfacher‘ Form. Für Aufzählungen, so genannte ‚Bullet-Points‘, werden folgende Sonderzeichen genutzt:  
— Streckenstriche,  
→ Pfeile oder  
► Spitzen

**Kontrastreich (150 %)**

Gegenüber dem Fließtext (100 %) sollen andere Textebenen deutlich kontrastieren: Entweder über ihre Größe oder über die Stärke des Schriftschnitts. Die ‚FHP Sun Regular‘ sollte dann mindestens mit einer **‚Bold‘** und wenigstens mit einer ‚Extra-Light‘ kombiniert werden.  
Kleiner Text (75 %) für das Kleingedruckte.

Die favorisierte Satzart ist ein linksbündiger Flattersatz. Beim Flattersatz sind Trennungen erlaubt; vereinfacht ausgedrückt ist ein rhythmischer Wechsel langer und kürzerer Zeilen wünschenswert. Die Schwierigkeit liegt in der Vermeidung von Trennungen, die den Lesefluss stören. Ein guter Flattersatz entsteht in der Regel nicht automatisch, sondern verlangt Handarbeit und gegebenenfalls sogar Anpassungen in der Formulierung.

**Überschrift (200 %)**

Ein normaler Lauftext in FHP Sun (Office) Regular, in einer Größe von 9,6Pt und einem Zeilenabstand von 4,2 mm, was ungefähr 125 % der Schriftgröße entspricht: eine Standardgröße für Texte, die auf DINlang- oder A4-Printformaten immer gut lesbar ist.

**Absatz und Abstand**

Die Abstände zwischen Absätzen sollen die Textstruktur dezent verdeutlichen: Im hier abgebildeten Beispiel beträgt der Abstand ein Drittel des Zeilenabstands, also 1,4 mm.

*Spaltenbreite*

Die hier abgebildete Textspalte umfasst circa 50 Zeichen pro Zeile; weniger als 40 und mehr als 70 sind für längere Lesetexte nicht empfohlen.

**Überschrift**

Dies z.B. ist die Schriftgröße für den Briefbogen: Mit 11 Pt ist sie ein guter Kompromiss aus bequemer Lesbarkeit am Bildschirm, Präsenz auf dem gedruckten Papier und genereller Platzökonomie.

**Blocksatz?**

Wer kann, der kann! Es ist aber eben so, dass die automatischen Blocksatzeinstellungen der Layoutprogramme selten zu befriedigenden Ergebnissen führen. Blocksatz a la ‚Word‘ oder ‚out-of-the-box‘ aus InDesign jedenfalls ist keine Option – Blocksatz benötigt eine sensible Aussteuerung der Wort- und Zeichenabstände sowie der möglichen Glyphenskalierung; diese sind unbedingt individuell auf die Satzbedingungen hin anzupassen.

**21–25 — Typografie**  
Wenn wir an dieser Stelle die pingelig wirkenden 9,6Pt als Standard-Schriftgröße angeben, so ist dies ein Richtwert für ein ‚normales‘ Kommunikationsanliegen – was auch immer das ist – auf einem DINlang-Format. Diese Angabe soll den\*die Gestaltende\*n nicht von der kritischen Überprüfung der Schriftgröße in Bezug auf Kommunikationsziel, Bezugsgruppen und Format sowie Gestaltungsidee entbinden. Gerade das Corporate Design einer Hochschule sollte sich nicht Zeitströmungen, Vorlieben, Dialekten entziehen. Nicht die zwanghafte Homogenität der Ergebnisse ist das Ziel. Vielmehr geht es um Angemessenheit und Familienähnlichkeit.

Also: Nutzen Sie Typografie und Sprache, experimentieren und individualisieren Sie! Aber halten Sie sich bitte zwingend an ein paar Grundsätze, die hier beschrieben sind:  
§1 Verwenden Sie ausschließlich die FHP Sun.  
§2 Setzen Sie deutliche Kontraste über Größe und Schriftschnitt.  
§3 Zwingen Sie sich zur Konsequenz und verwenden Sie innerhalb eines Mediums, einer Serie oder einer Reihe stets die selben Auszeichnungen.  
§4 Gehen Sie sparsam mit Abständen um (damit der Inhalt konzentriert erscheint).  
§5 Vergessen Sie nie, dass in erster Linie die Sprache selbst die Qualität der Kommunikation bestimmt.

6

21

22

7

23

24

25

**26 — Farbkreis**  
Diese Abbildung stellt die Hauptfarbe Schwarz ins Zentrum. Den vielfältigen Blautönen stehen die Akzentfarben im Farbkreis sprichwörtlich gegenüber.

**27 — Schwarz**  
Die Primärfarbe der FHP ist Schwarz. Graustufen sind ebenfalls erlaubt.

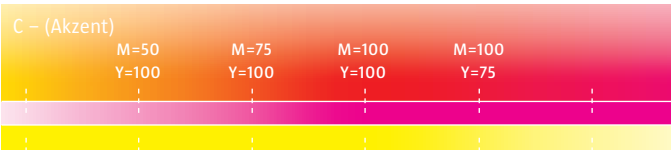
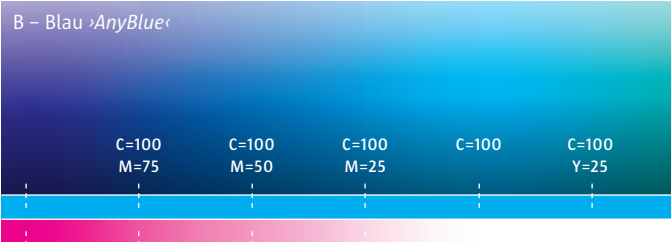
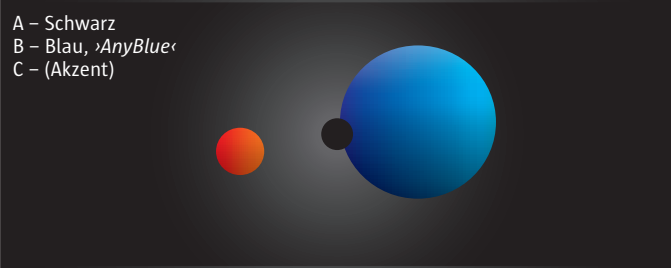
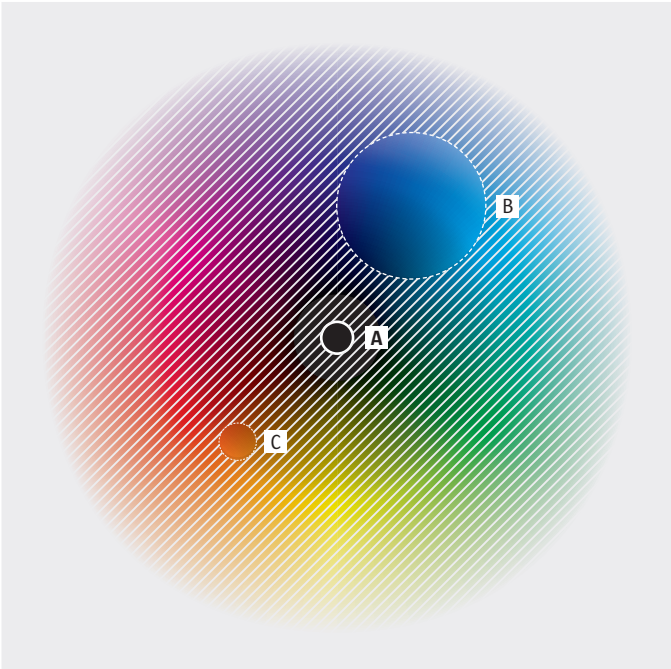
**28 — Blau, ›AnyBlue‹**  
Die Sekundärfarbe der FHP ist Blau. Das Blau wird nicht hart definiert; erlaubt ist jeder Ton, den man als *Blau* bezeichnen kann. Will man den Korridor der Blautöne beziffern, kann man die Grafik befragen: Möglich sind – grob gesagt – alle Blautöne, deren Grundton 100% Cyan optional mit max. 100% Magenta oder min. 25% Yellow kombiniert ist. Alle Töne können zudem mit Schwarz verdunkelt oder prozentual aufgehellt werden.

**29 — Akzent**  
Die Akzentfarben kommen aus dem Rot/Orange-Spektrum. Sie sind in gesättigter Form lediglich für Details einzusetzen.

DIE FARBE

Schwarz, Blau, Akzent

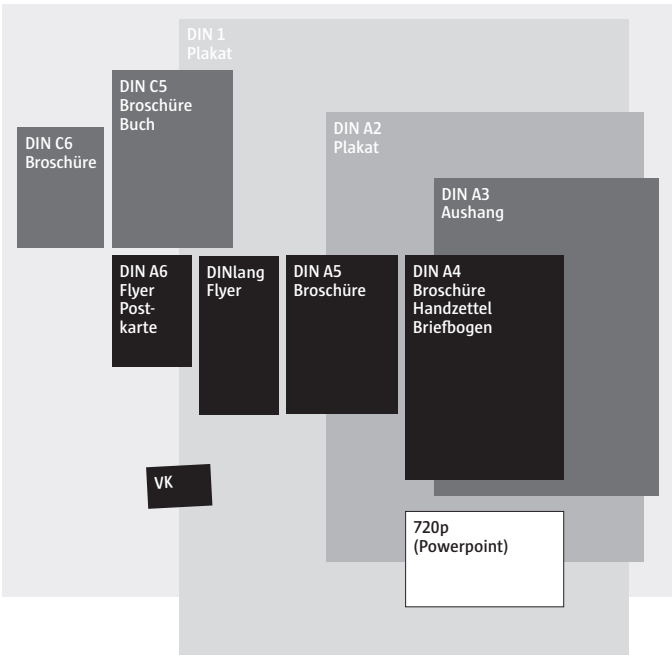
Die primäre Hausfarbe der FHP ist in Zukunft Schwarz. Daneben ist auch Blau erlaubt – und zwar jedes Blau, *AnyBlue*. Akzente dürfen in Komplementärtönen zu Blau gesetzt werden – also Rot / Rot-Orange / Orange / Gelb-Orange.



DIE FORMATE

Gut beDINT

Aus produktions- und distributions-ökonomischen Gründen werden für Veröffentlichungen der FHP standardisierte DIN-Formate empfohlen. Ausnahme sind Formate für Publikationen, die nach wie vor der Logik optimaler Druckbogenausnutzung gehorchen, also 70×50 cm-Derivate, wie z.B. 16×23,5 cm (DINC5), 11,5×16 cm (DIN C6) o.ä. Die Formatlage ist grundsätzlich hoch – mit Ausnahme von Visitenkarten und Powerpoint.



**30 — Formate**  
In der Abbildung sind die gebräuchlichsten Formate aufgeführt.

**Visitenkarten**  
werden im querliegenden Format 85×55 mm produziert.

**DINA6/C6-Formate**  
105×148, 115×160 mm repräsentieren das vielbeschworene ‚Westentaschenformat‘ und sind prädestiniert für kompakte Broschüren, Postkarten oder Bücher.

**DINlang-Formate**  
(99×210), 105×210 mm sind bevorzugt für Flyer geeignet; je nach Umfang und Seitenzahl passen sie in DINlang-Umschläge und lassen sich vergleichsweise günstig per Post versenden. Das ‚breite‘ DINlang (105×210 mm) ist dem ‚schmalen‘ DINlang-Format (99×210 mm) vorzuziehen.

**DINA5/C5-Formate**  
148×210, 160×235 mm sind gut geeignet für informative Broschüren oder kleinere Bücher.

**A4-Format**  
210×297 mm ist der gesamten Bürokorrespondenz vorbehalten und natürlich auch für umfangreichere Publikationen gebräuchlich.

**DINA3**  
297×420 mm sollten Aushänge im Sinne ‚vergrößerter Mitteilungen‘ angelegt sein.

**DINA2**  
420×594 mm und größer kann man – eine entsprechende Gestaltung vorausgesetzt – als ‚Plakat‘ bezeichnen.



**31 — Bilder**  
Was sollen Bilder leisten können? Bilder können als illustrierender Kommentar zum Inhalt des jeweiligen Mediums eingesetzt werden. Sie können den jeweiligen Denk- und Vorstellungsraum vorbereiten. Zu fragen ist: Was ist das Spezifische des Inhaltes? Welche Aspekte kann ein Bild repräsentieren? In der Regel wird ein Bild/Foto nicht alles ausdrücken können, was der Text formulieren wird. Es ist daher ratsam, grobe gültige Aspekte zu visualisieren. Es gilt: Glaubwürdigkeit geht vor Verallgemeinerung und Idealisierung.  
Auch inhaltliche Aspekte können Thema einer Abbildung sein. Der Betrachter wird in der Lage sein, ein beispielhaftes Foto als ‚pars pro toto‘ für umfangreichere Aspekte zu lesen. Nicht zuletzt werden Bilder als Strukturelement wirksam. So sind beispielsweise ganzformatig-randablaufende Bilder den Flyern über unsere einzelnen Studiengänge vorbehalten. Da kein anderes Medium ein ganzseitiges Bild tragen wird, werden diese Flyer typologisch stets als solche erkennbar sein. Das ‚Kernprodukt Lehre‘ wird durch einen spezifischen Bildeinsatz markant.

10

31

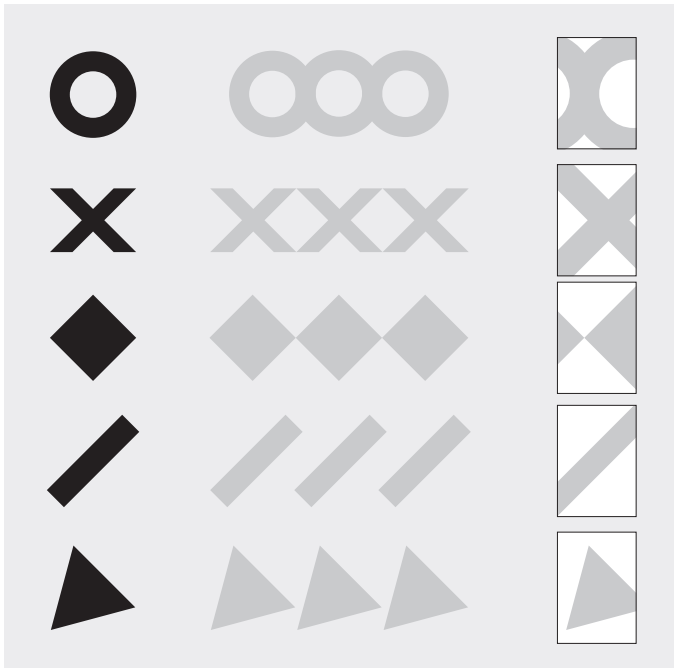


DIE FORMEN

**Hauptsache abstrakt**

Einige Themen lassen sich nicht adäquat bebildern oder eine Bebilderung wäre inhaltlich nicht angemessen – in diesen Fällen können die Medien mit Formen ‚markiert‘ werden, damit eine Typik oder sogar Reihen-kennzeichnung entsteht. Hierfür sind abstrakte Formen vorgesehen, die dezidiert kein eigenes Narrativ besitzen.

32



DIE BILDER

**Kommunikativ, atmosphärisch, eigen**

Bilder sollen in Kommunikationsmedien der Fachhochschule Potsdam inhaltlich illustrierenden Charakter besitzen oder/und die spezifische Atmosphäre der FHP wiedergeben. Vermieden werden sollen verallgemeinernde ‚Stock‘-Abbildungen, die ein austauschbares Klischee von Campusleben suggerieren.

Bildsujets können die Sache selbst (der Studiengang, das Thema etc.), der Campus (Architektur, gern mit Menschen) oder die Lehre (Seminar-, Diskussions-, Kollaborationssituationen) sein.

DAS MATERIAL

**Recyclingpapier!**

Es steht der FHP als verantwortungsbewusster Einrichtung gut zu Gesicht, wenn die kompletten Drucksachen mit zu 100 % recycelten Papieren produziert werden – diese sind mit dem ‚Blauen Engel‘ –<sup>33</sup> ausgezeichnet.

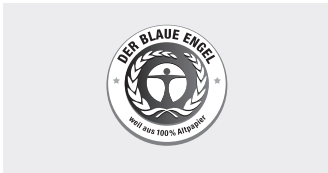
Zusammen mit durchgefärbten Papieren verfügt die FHP über eine Vielzahl unterschiedlicher Papierqualitäten und -grammaturen, die zugleich einen eigentümlichen Farbgrundklang hervorrufen. Dieser nicht-hochweiße Grundklang ist – abgesehen von repräsentativen Dokumenten, wie Zeugnissen oder Urkunden – dezidiert gesucht, weil die Recyclingpapiere dadurch erst als solche erkennbar werden und somit die Haltung erst kommuniziert wird.



34

Insbesondere die Verwendung farbiger Papiere für Publikationsreihen kann einen ausdruckstarken Reiz in Kombination mit ein- oder mehrfarbigem Druck entwickeln.

33



**34 — Papier**

Eigentlich wird das Thema ‚Papier‘ an der FHP ganz einfach: Hauptsache, das Papier ist mit dem Blauen Engel zertifiziert. So gut wie jeder Papierhersteller hat solche Qualitäten im Programm. Die Papiere unterscheiden sich in ihrem Weißegrad – daher sind sicherheitshalber Muster zu bestellen.

**Papiere für definierte Anwendungen**

Büropapier  
Papyrus: Balance Pure, 80 g  
100 % Recycling (Blauer Engel),  
alterungsbeständig (DIN 6738),  
Garantie für Laser und Inkjet  
Weiße: CIE 148

Visitenkarten  
Geese Eco: Everprint Premium, 300 g  
100 % Recycling (Blauer Engel)  
Weiße: CIE 145

Urkunden, Zeugnisse  
Geese Eco: Creative Print, 120 g  
diamant (weiß)  
100 % Recycling (Blauer Engel)  
alterungsbeständig (DIN 6738)  
Weiße: CIE 135

**Papiere für Drucksachen**

Bilderdruck  
Papier Union: Eural EcoPro  
matt gestrichen, 70 – 350 g  
100 % Recycling (Blauer Engel)  
Weiße: CIE 87–91

Offsetdruck  
Papier Union: EnviroTop  
ungestrichen (Offset), 70 – 300 g  
100 % Recycling (Blauer Engel)  
Weiße: CIE 80

Farbige Papiere  
Papier Union, Reinzella  
ungestrichen, satiniert (Offset),  
z.B. Blau, Grau, (Orange); 190, 250 g  
100 % Recycling (Blauer Engel)

Papier Union: Bengali  
ungestrichen (Offset), 1,3-fach Vol.  
z.B. hellblau, arcticblau; 65, 80, 160 g  
100 % Recycling (Blauer Engel)

Papyrus: RecyStar Color  
ungestrichen (Offset), 1,25-fach Vol.  
z.B. hellblau; 65, 80, 160 g  
100 % Recycling (Blauer Engel)

**33—** Der ‚Blaue Engel‘ zertifiziert Papiere, die zu 100 % recycled sind. Nahezu jede Online-Druckerei bietet solche Papiere unter der Bezeichnung ‚Umweltpapier‘.

Und jeder Papierhersteller hat unterschiedliche Qualitäten von Papieren im Programm, die mit dem Umweltengel zertifiziert sind.

**Damit eine Drucksache den Umweltengel tragen darf, muss der gesamte Produktionsprozess zertifiziert sein;** das gilt für den Druck wie für die Weiterverarbeitung. Adressen von Druckereien sind hier gelistet:  
[www.blauer-engel.de/de/produktwelt/buero/druckerzeugnisse/druckerei](http://www.blauer-engel.de/de/produktwelt/buero/druckerzeugnisse/druckerei)

**Gedruckt auf 100% Recyclingpapier.**

Rückfragen bitte an:  
corporatedesign@fh-potsdam.de

©  
Buerobeyrow/Vogt  
2018