

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T



Universität Kassel

**Kampagne: 360°-Perspektive
Design Manual**

Erweiterung des Corporate Designs und Leitfaden für
die visuelle Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit.

Einleitung

Die Universität Kassel präsentiert sich als innovative, vielfältige und an gesellschaftlichen Fragestellungen orientierte Universität. Im Kern ist sie durch ihr typografisches Logo und die markante Hausfarbe als Organisation erkennbar.

Das unverwechselbare und professionelle Erscheinungsbild demonstriert ein gesundes Selbstbewusstsein und vermittelt den Betrachter:innen Vertrauen in die Qualität von Forschung, Lehre und Wissenstransfer. In der Vielfalt und Konkurrenz akademischer Institutionen ist die Universität Kassel somit überregional wiedererkennbar und sichtbar. Das Corporate Design der Universität muss sich jedoch weiterentwickeln, indem es den Anforderungen der Zeit an Kommunikation und Marketing sowie den neuen Bedürfnissen der zentralen und dezentralen Einheiten der Universität gerecht wird.

Die Universität Kassel will sich als Universität mit einem starken Nachhaltigkeitsschwerpunkt positionieren, um so mit einer ganzheitlich geführten Kommunikationsstrategie aus der Hochschullandschaft hervorzutreten. Als Ort des Wissenstransfers spielt sie eine wichtige Rolle in der Entwicklung von ganzheitlichen Lösungen für Nachhaltigkeitsfragen.

Durch ihren interdisziplinären Ansatz und ein neuartiges Lehrangebot hat die Universität Kassel ein Alleinstellungsmerkmal. Diese Stärken sollen der primären Zielgruppe der Studieninteressierten mit einem klaren Kommunikationsdesign vermittelt werden.

Inhalt

Corporate Design _____ 4

Logo	5
Typografie	8
Farbwelt	9

Kampagne: 360°-Perspektive _____ 10

Herleitung	11
Narrativ der Universität Kassel	13
Texttonalität	14

Formsprache _____ 15

Gradzeichen	16
Layoutprinzip	18
Layoutklammer der Kampagne	19

Bildsprache _____ 20

Bildebenen der Kampagne	21
Fortführung	22

Medienübersicht _____ 23

Überblick	24
Zentrale Kampagne	25
Plakatmedien	26
Großflächenplakat	27
Studienangebot	28
Studieninfotage	29
Messedesign	30

Corporate Design

Logo Typografie Farbwelt

Logo

Hauptlogo

Das Logo der Universität Kassel ist ein zentrales Element des Corporate Designs. Es ist ein aus Buchstaben konstruiertes Bild und darf nur als solches verwendet werden. Eine Nachbildung als Schriftzug mit der Textverarbeitung ist nicht möglich, Ergänzungen und Erweiterungen sind nicht erlaubt.

Verwendung

- Standardform in der Außendarstellung
- Kurzform in der internen Verwendung

Farbwelt

- Bevorzugt in Farbe, alternativ in Schwarz oder Weiß

Größe

- Bevorzugt 9,7 x 51 mm oder 5,9 x 30,7 mm
- Nicht kleiner als 2,9 x 15,3 mm

Schutzraum

- Breite von „UN“ nach links und rechts
- Halb soviel nach oben und unten

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Das Hauptlogo der Universität Kassel



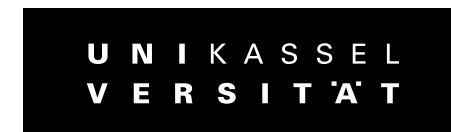
Schutzraum um das Hauptlogo

U N I K A S S E L

Kurze Logoversion

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Farbvarianten in Schwarz und Weiß



Logo

Logos für Institutionen und Fachbereiche

Für Institutionen, die hochschulübergreifend agieren und durch die Verwendung eines Logos eine eigene Identität rechtfertigen können, gibt es die Variante des angegliederten Logos. Dieses Logo tritt dann an die Stelle des „einfachen“ Universitätslogos.

Für die Fachbereiche der Universität gibt es ebenfalls eine feste Form. Diese Form nimmt das Universitätslogo in einer reduzierten Variante auf.

In Kooperationen stehen Zweit-Logos links neben dem Logo der Universität Kassel. Dazwischen steht ein Trennstrich in Grau (80% Schwarz), Strichstärke 0,5 pt (bis DIN A4) bzw. 1 pt (größer DIN A4). Die Höhe entspricht der Höhe des Schutzraums des Universität Kassel Logos. Mehrere Zweit-Logos werden nicht durch den Trennstrich getrennt, dieser steht nur zwischen dem Universität Kassel Logo und erstem Zweit-Logo. Die Größe der Zweit-Logos wird jeweils spezifisch angepasst, sodass eine optische Gleichwertigkeit entsteht. Wenn der Fokus mehr auf dem Universität Kassel Logo liegen soll, empfiehlt es sich, die Zweit-Logos nur in Schwarz darzustellen.

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T
I T S E R V I C E

Beispiel eines angegliederten Logos

U N I K A S S E L M A T H E M A T I K
V E R S I T Ä T U N D
N A T U R
W I S S E N S C H A F T E N

Beispiel eines Fachbereichslogos

U N I K A S S E L **INCHER**
V E R S I T Ä T International Center for
Higher Education Research

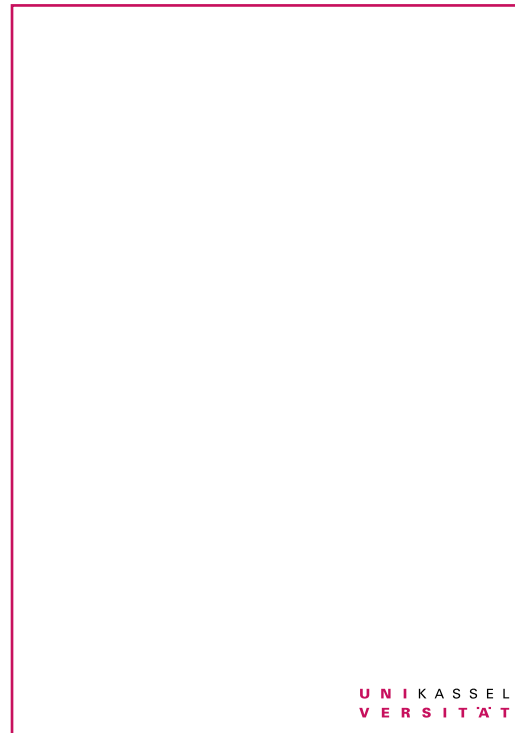
Beispiel einer Kooperation mit Zweit-Logo

Logo

Positionierung des Logos

Die Hauptplatzierung des Logos ist **unten rechts**.

Alternativ kann das Logo **oben links** und in Ausnahmefällen **unten links** platziert werden.



Hauptplatzierung: Unten rechts



Alternative Platzierung: Oben links



Platzierung in Ausnahmefällen: Unten links

Typografie

Die Hausschrift der Universität Kassel ist die Univers.

Diese Typografie bildet das Fundament des Logos und sollte daher möglichst für alle Texte verwendet werden.

In den meisten Fällen gibt es keine Notwendigkeit, in einem typografischen Kontext mehrere Schriftarten zu verwenden. Die unterschiedlichen Schnitte bieten genügend Abwechslung. Neben den abgebildeten Schriftschnitten wird nur im Logo noch der Schnitt Univers 75 Black verwendet. Weitere Schnitte oder andere Schriftarten können nach Rücksprache mit der Stabsstelle Kommunikation und Marketing genutzt werden.

Die Ersatzschrift an Arbeitsplätzen, an denen die Univers nicht zur Verfügung steht, ist die Arial.

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789!/?/&*#°+ -=€\$%**

Die Hausschrift Univers im Schriftschnitt 65 Bold

Univers 55 Regular

Univers 56 Regular kursiv

Univers 65 Bold

Univers 66 Bold kursiv

Univers 57 Condensed

Univers 67 Bold

Die zu verwendenden Schriftschnitte der Univers

Arial Regular *kursiv* Bold

Die Ersatzschrift Arial in verschiedenen Schnitten

Farbwelt

Primärfarben

Die rote Hausfarbe der Universität Kassel (HKS 28) ist neben dem Logo das zentrale Erkennungsmerkmal der Universität und sollte in diesem Sinne bewusst eingesetzt werden. Zusätzlich zu HKS 28 gibt es zwei Abwandlungen der Hausfarbe, sowie drei ergänzende Grautöne.

HKS 28 – Hausfarbe CMYK 20 100 40 0 RGB 199 16 92 HEX #C7105C	HKS 28 + K30 CMYK 20 100 40 30 RGB 154 12 70 HEX #9A0C46	HKS 28 / 20% CMYK 4 20 8 0 RGB 243 216 221 HEX #F3D8DD
CMYK 0 0 0 80 RGB 87 87 87 HEX #575757	CMYK 0 0 0 50 RGB 157 157 157 HEX #9D9D9D	CMYK 0 0 0 20 RGB 218 218 218 HEX #DADADA

Sekundärfarben

Als Ergänzung gibt es fünf weitere Farben. **Eine Farbabstufung von 40%, 60% und 80% ist möglich.** Die Sekundärfarben sind ausschließlich für Fachbereichskommunikation oder Ähnliches vorgesehen. In der Außenkommunikation der Universität Kassel steht die Hausfarbe (HKS28) im Vordergrund. Darüber hinaus werden die Sekundärfarben nur in Ausnahmefällen mit der Hausfarbe oder ihren Abwandlungen kombiniert.

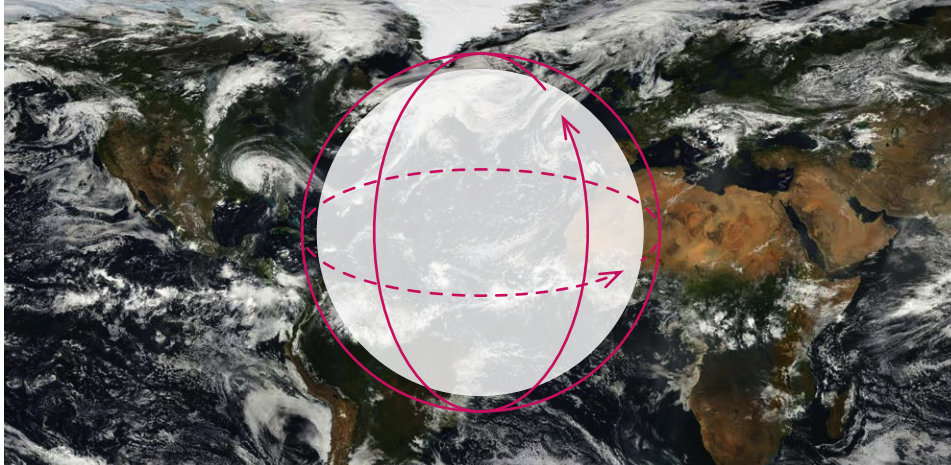
CMYK 87 50 84 61 RGB 21 56 36 HEX #153824	CMYK 65 25 0 10 RGB 80 149 200 HEX #5095C8	CMYK 31 0 96 0 RGB 196 210 15 HEX #C4D20F	CMYK 65 0 45 10 RGB 74 172 150 HEX #4AAC96
80%	80%	80%	80%
60%	60%	60%	60%
40%	40%	40%	40%
CMYK 0 20 60 10 RGB 234 195 114 HEX #EAC372	CMYK 50 55 0 0 RGB 234 195 114 HEX #917DB9	CMYK 0 65 65 0 RGB 240 120 85 HEX #F07855	
80%	80%	80%	
60%	60%	60%	
40%	40%	40%	

Hinweis:
2025 wurden zwei
neue Farbtöne zur
Farbwelt ergänzt

Kampagne: 360°-Perspektive

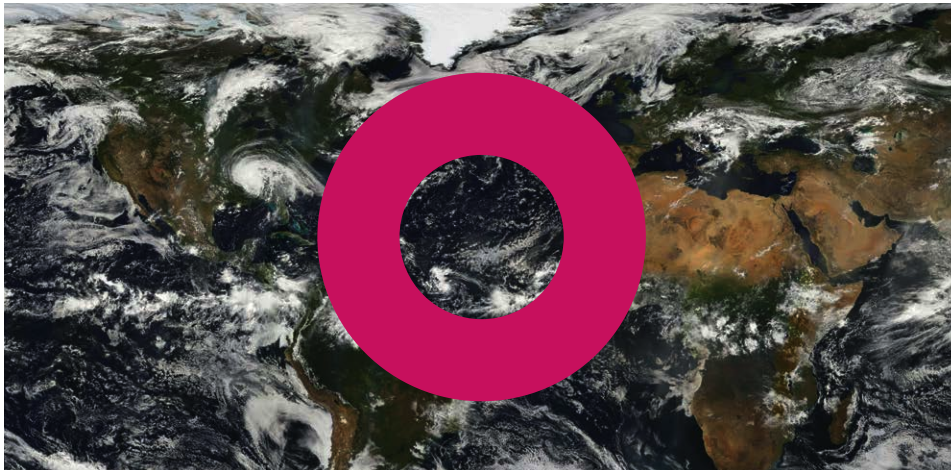
Herleitung Narrativ der Universität Kassel Texttonalität

Herleitung



Der Kreis

Im Zentrum steht ein Kreis als einprägsames und klares Element. Der Kreis steht für unsere Erde, Einheit und Verbundenheit, Ganzheitlichkeit, Harmonie und Vertrauen.



Das Gradzeichen

Das Gradzeichen symbolisiert die 360°-Perspektive sowie den fortschrittlichen Ansatz der Universität Kassel und hinterlässt eine bleibende visuelle Wirkung. Nur mit einer 360°-Perspektive können Wege zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit gefunden werden. Das Gradzeichen erinnert nicht nur an den Temperaturanstieg, sondern weckt auch weitere Assoziationen: z.B. die Weltkugel, ein Auge, einen Austausch und Diskurs, eine Gemeinschaft.

Herleitung

Kommunikationskonzept 360°-Perspektive

0°

Ankerpunkt in der Celsius-Temperaturskala,
wichtig in der Wettervorhersage und zur Gefahrenvermeidung.

1,5°

Gesetzter Maximalwert der Erderwärmung
bis zum Jahr 2100 im Kampf gegen den Klimawandel.

36,6°

Durchschnittliche Körpertemperatur des Menschen.

90°

Etwas aus einer anderen Perspektive betrachten.

180°

Nachhaltig umdenken.

360°

Perspektive schaffen.

Umfassend denken.

Gemeinschaft und Zusammenhalt.

Die Universität Kassel steht für Transformation und wird zum Impulsgeber für künftige globale Entwicklungen. Ihre Forschung und Lehre ist geprägt von wissenschaftlichem Austausch und kritischer Reflexion. Die interdisziplinäre Herangehensweise an Nachhaltigkeitsthemen durch das einzigartige Lehrangebot steht dabei im Fokus. Denn Nachhaltigkeit ist eine ganzheitliche Aufgabe, die ökologische, ökonomische und soziale Ebenen betrifft.

360°

Perspektive schaffen.

Wir halten an unseren Zielen fest.

Und verändern Sichtweisen.

Narrativ der Universität Kassel

**Wir wollen eine
nachhaltige Zukunft.**

An der Universität Kassel nehmen wir Nachhaltigkeitsthemen ernst und arbeiten zukunftsorientiert.

**Und wissen, dass es
Lösungen gibt.**

Wir kennen die Lösungen noch nicht, aber arbeiten gemeinsam daran, diese zu finden.

**Wir sind die
Universität Kassel.**

Werde ein Teil von uns und
gestalte deine und unsere Zukunft.

We want a sustainable future.
And we know there are solutions.
We are the University of Kassel.

Internationale Variante des Narrativs in englischer Sprache

Einsatz des Narrativs:

Es müssen mindestens die ersten zwei Sätze des Narrativs zusammen stehen. Wird der dritte Teil weggelassen, muss das Logo umso präsenter platziert werden.

Texttonalität

Die Universität Kassel kommuniziert mit einer einheitlichen Tonalität, um ihre Persönlichkeit und Nachhaltigkeitsziele zu unterstreichen. Im Fokus steht dabei das „Wir“, um ein Gemeinschaftsgefühl zu stärken, sowie eine optimistische, motivierende Sichtweise. Die Ansprache mit „Du“ vermittelt hier ein Gefühl von Nahbarkeit. In Headlines verleiht ein sprachlicher Dreiklang der Ansprache besonderen Nachdruck. Es soll vermittelt werden, dass an der Universität Kassel die Möglichkeit besteht, gemeinsam eine positive Zukunft zu gestalten.

Um besonders internationale Zielgruppen anzusprechen, kann die Universität Kassel auch in englischer Sprache kommunizieren. Hier ist die Sprachtonalität durch Aufrufe und emotionale Impulse auf Aktion ausgelegt.

Hashtag auf Social Media

Um sich über die Kampagnenmedien hinaus auf Social Media zu vernetzen, kommt sowohl auf analogen als auch digitalen Medien ein universeller Hashtag zum Einsatz.

**Wir sind verschieden.
Und wollen doch das Gleiche.
Verantwortung für unsere Zukunft übernehmen.**

**Wir wechseln die Perspektive.
Und arbeiten interdisziplinär.
Um eine nachhaltige Zukunft zu gestalten.**

Beispiele für Headlines

**Study with us Turn the page
for new perspectives. to face the future.**

Beispiele für eine internationale Ansprache

#unikassel360grad

Der Hashtag der Kampagne Universität Kassel: 360°-Perspektive

Formsprache

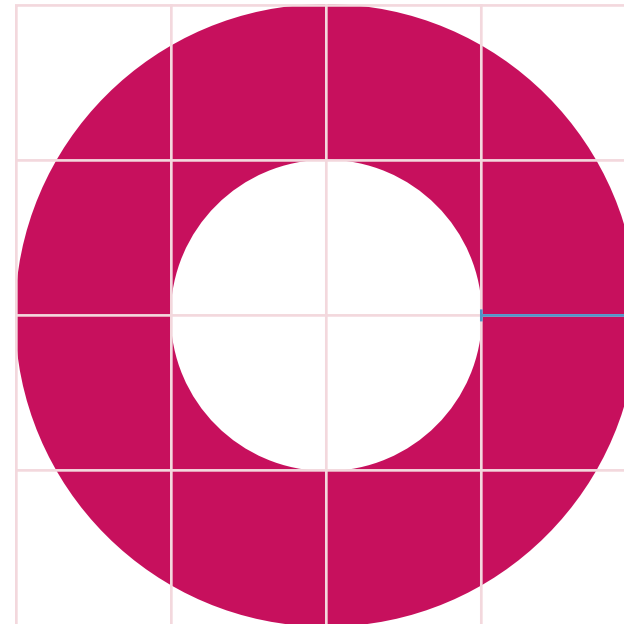
Gradzeichen Layoutprinzip Layoutklammer der Kampagne

Gradzeichen

Als hauptsächliches Gestaltungselement für die nachhaltigkeitsbezogene Kommunikation der Universität Kassel wird das Symbol medienübergreifend eingesetzt. Primär steht das Gradzeichen für die umfassende 360°-Perspektive und somit für die Herangehensweise der Universität Kassel an Nachhaltigkeitsthemen.

Das Symbol ist ein grafischer Ring, also ein Zusammenschluss aus zwei konzentrischen Kreisen. **Die Stärke des Rings beträgt 1/4 seiner Gesamtbreite/-höhe.**

Das Gradzeichen kann in der Außenkommunikation in der **Hausfarbe HKS 28**, sowie in **Weiß** eingesetzt werden. Für die für Fachbereichskommunikation können ebenfalls die **Sekundärfarben genutzt werden**. Hierbei ist zu beachten, dass nur eine Farwelt zum Einsatz kommt. Darüber hinaus ist die Platzierung eines Bildes in das Gradzeichen möglich (siehe: Bildsprache – Bildebenen der Kampagne, S.21).



Das Gradzeichen ist das Symbol für die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit an der Universität Kassel

Gradzeichen

Das Zeichen steht entweder zentriert oder oben rechts im Format. Je nach Medium oder Druckvorgaben kann dessen Position in der Vertikalen optisch korrigiert werden. Das Zeichen muss stets als Ring erkennbar bleiben. Die Platzierung des Gradzeichens auf einer Formatkante oder die Darstellung von Teilbereichen (wie beispielsweise ein halber Ring) sind nicht gestattet. **Die Proportionen des Zeichens dürfen nicht in veränderter Form dargestellt werden.**

Abstand zur Formatkante

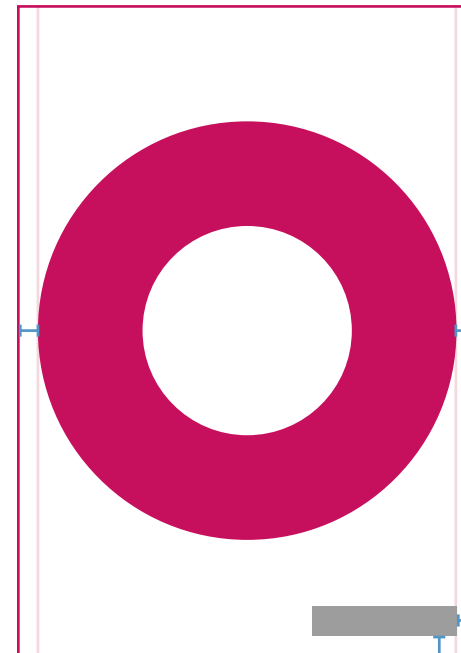
Der Abstand des Kreises zur Formatkante entspricht der Schutzzone des Logos.

Größe des Zeichens

Zentriert eingesetzt entspricht die Größe des Zeichens der schmalen Seite des Satzspiegels. Das Zeichen wird nicht angeschnitten. Steht das Gradzeichen oben rechts im Format, beträgt seine Größe $\frac{1}{3}$ der Breite der schmalen Seite des Satzspiegels.

Ausnahme

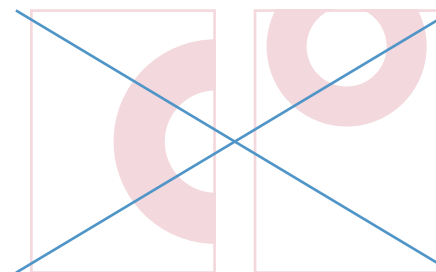
Ein spielerischer Umgang mit dem Symbol ist ebenfalls möglich, solange seine Grundform und Proportionen unverändert bleiben. Beispielsweise kann bei großer Fernwirkung die Typografie über das Zeichen laufen (siehe: Medienübersicht – Messedesign, S.30).



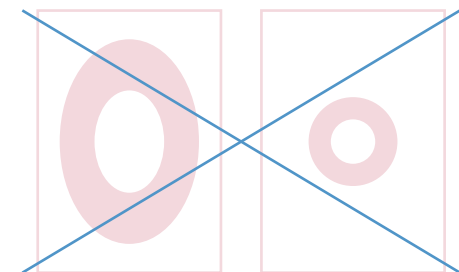
Das Gradzeichen zentriert im Format



Das Gradzeichen oben rechts im Format



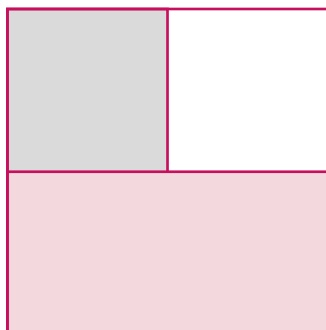
Keine Teilungen oder Anschnitte



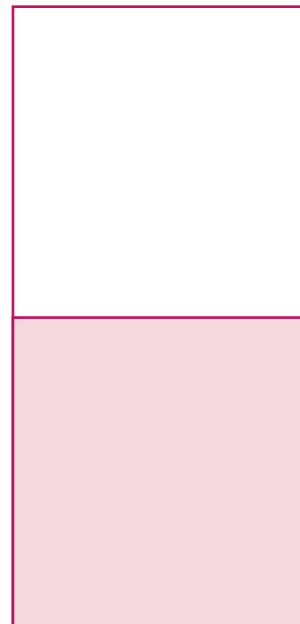
Keine Änderungen von Proportion oder Größe

Layoutprinzip

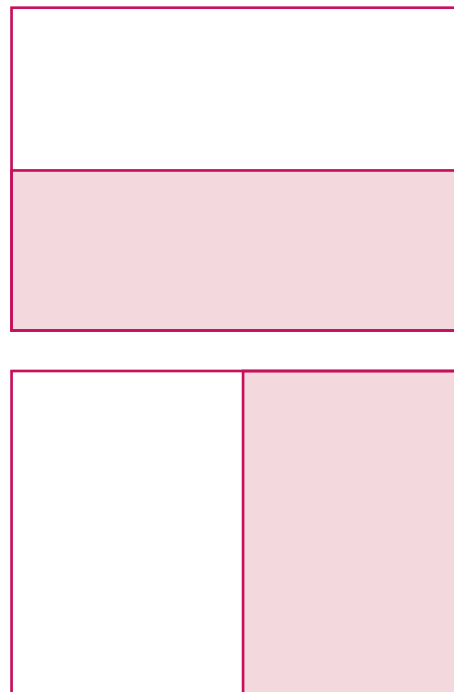
In der Außenkommunikation kommen Farbflächen und Bilder zum Einsatz. Eine Möglichkeit ist es, das entsprechende Format in der Höhe zu halbieren. Die dabei entstehenden Flächen können mit Farbe, Text oder Bildern bespielt oder ein weiteres Mal in der Breite halbiert werden. Das Gradzeichen wird dabei in Kombination mit den Flächen platziert.



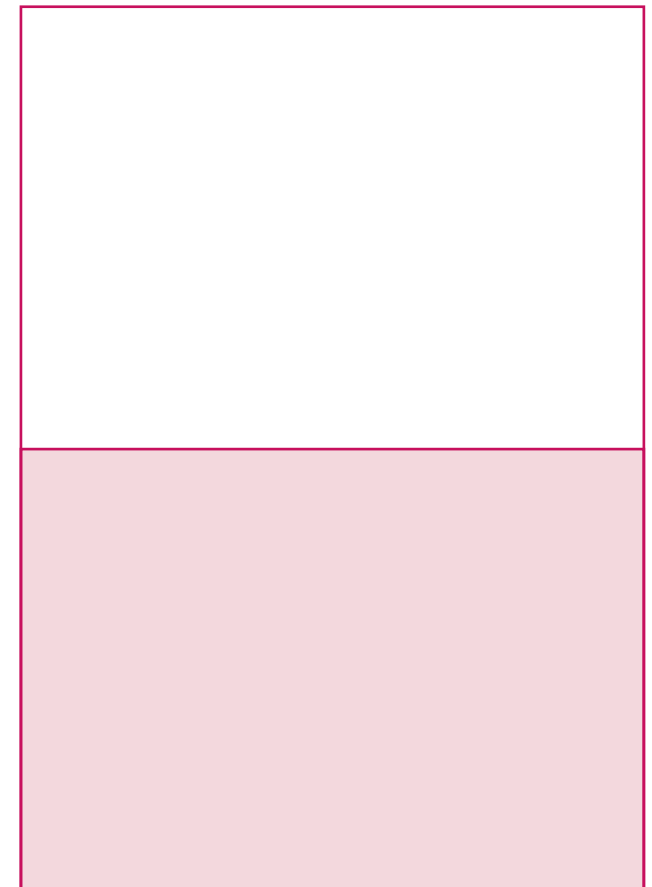
Quadratisches Format



DIN Lang Format



DIN-Formate quer



DIN-Format hoch

Beispiele:

Layoutklammer der Kampagne

Die Serie aus drei Plakaten zur Einführung der Kampagne besitzt eine besondere Layoutklammer, bestehend aus zwei Bildebenen (siehe hierzu Bildsprache auf S.21 und zentrale Kampagne der Stabsstelle Kommunikation und Marketing auf S. 25).

Ein Porträt im Hintergrund spricht die junge Zielgruppe an. Ein weiteres Bild im Gradzeichen darüber symbolisiert den Blick auf das gemeinsame Ziel einer zukünftig nachhaltigen (Um)Welt.

Dazu stehen Headlines, die sich auf die drei Ebenen der Nachhaltigkeit beziehen, sowie der Hashtag **#unikassel360grad**, um sich auf Social Media zu vernetzen.

Diese Layoutklammer kann über diese erste Serie hinaus weiterführend eingesetzt werden. **Sie ist jedoch dem zentralen Marketing vorbehalten und nicht für andere Zwecke zu gebrauchen. Für die Fachbereichskommunikation oder ähnliche Anliegen können alternative Layoutvarianten verwendet werden (siehe hierzu Plakatmedien auf S. 26).**



Beispiel: DIN-Format hoch

Bildsprache

Bildebenen der Kampagne Fortführung

Bildebenen der Kampagne

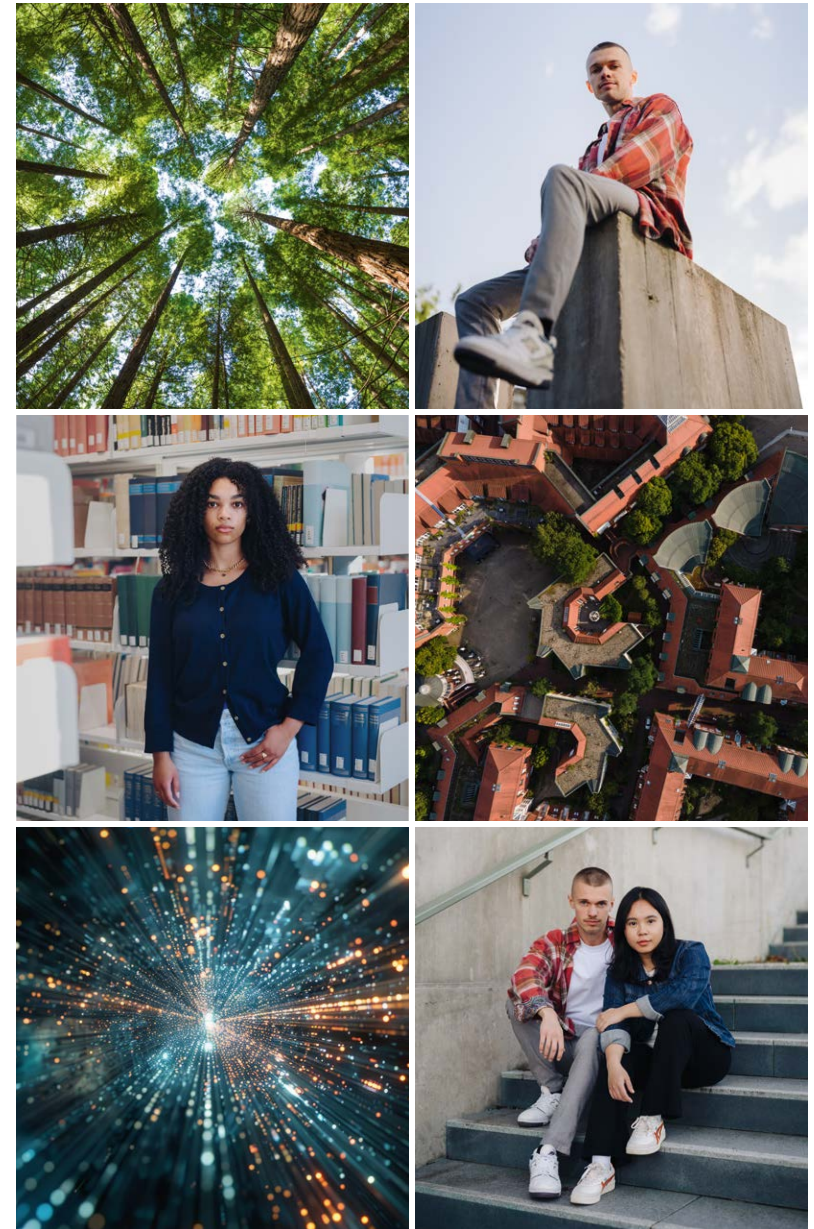
Im Fokus der Bildwelt stehen junge Menschen. Es können Studierende oder Studieninteressierte sein, die der Zielgruppe entsprechen, die wir erreichen wollen. Die Menschen in den Bildern wirken nachdenklich, doch gleichzeitig optimistisch und zuversichtlich, was den Fotografien eine hohe Authentizität verleiht. Dabei erzeugen sie dennoch keinen düsteren oder negativen Eindruck. Die Fotos besitzen eine geringe Tiefenschärfe und ruhige Hintergründe, sowie eine stimmungsvolle Belichtung und sanfte Kontraste. Farben sind eher warm und gedeckt. Der Campus mit Alltagssituationen und Räumlichkeiten erzielt einen Wiedererkennungswert bei Studierenden und Beschäftigten der Universität Kassel.

Im Kontext der Nachhaltigkeit bezieht sich diese Bildebene auf den Ist-Zustand, die Gegenwart.

In Kombination mit der ersten Bildebene stehen Motive, welche gemeinsame Nachhaltigkeitsziele repräsentieren. Bilder von Landschaften, Details oder abstrakten Motiven zeigen Ausblicke auf die (berufliche) Zukunft und den Einfluss auf unsere Umwelt durch ein Studium an der Universität Kassel. Die Bilder wirken eher abstrakt und flächig, ohne konkreten Fokus.

Diese Bildebene bezieht sich auf die Zukunft und den Wunsch nach einer nachhaltigen Welt.

Die 360°-Perspektive der Universität Kassel kann in der Bildsprache durch teils ungewöhnliche Perspektiven und Bildausschnitte angedeutet werden.



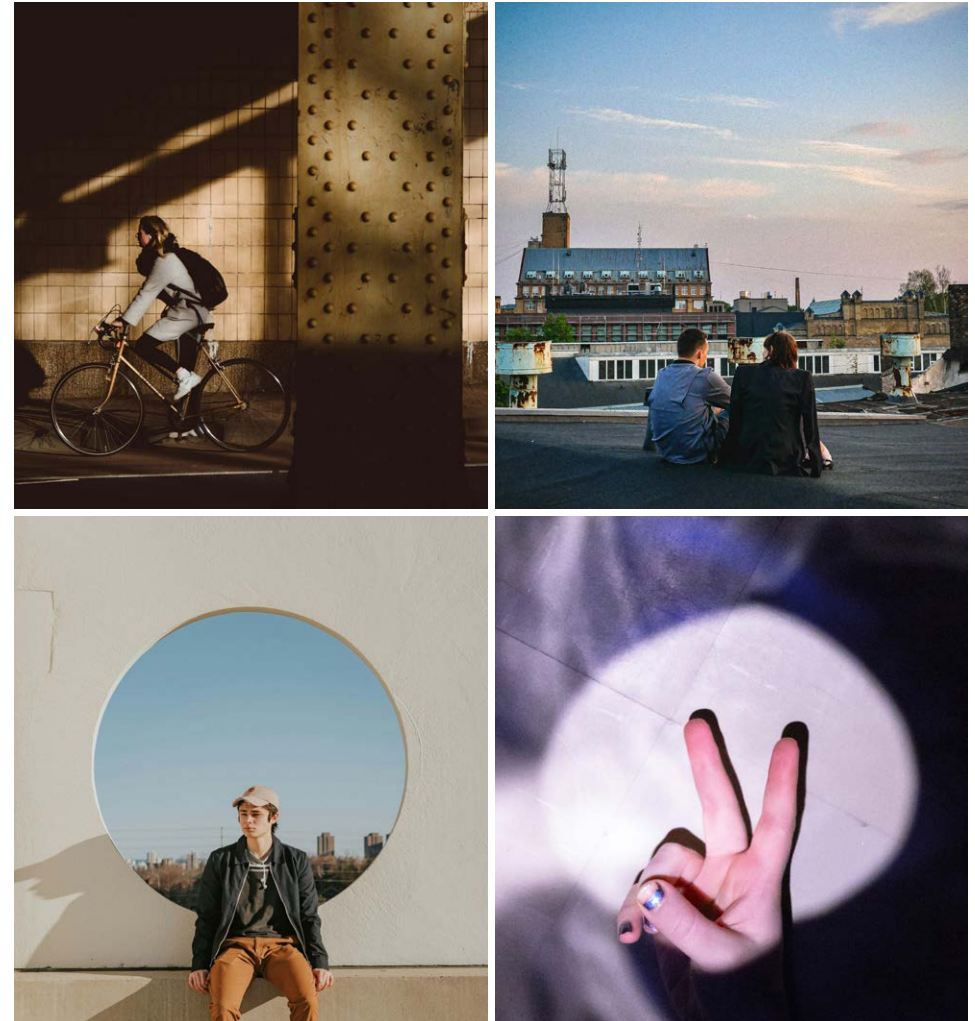
Fortführung

Lifestyle und Alltagsszenen

Um die ausgewählte Zielgruppe zu erreichen, werden in authentischen Bildern der Lifestyle und Szenen aus dem Alltag junger Menschen gezeigt. Die Fotos besitzen dabei einen leichten „Schnappschuss-Charakter“.

Das Kreiselement in der Fotografie

Des Weiteren kann ein Kreiselement als Anmutung an das Gradzeichen der Universität Kassel mit in die Fotografie aufgenommen werden. Auf diese Weise wird das Gradzeichen aus der grafischen Kommunikation in die reale Welt transportiert. Es wird zum anwendbaren Zeichen, welches uns und unsere gemeinsamen Nachhaltigkeitsziele verbindet.

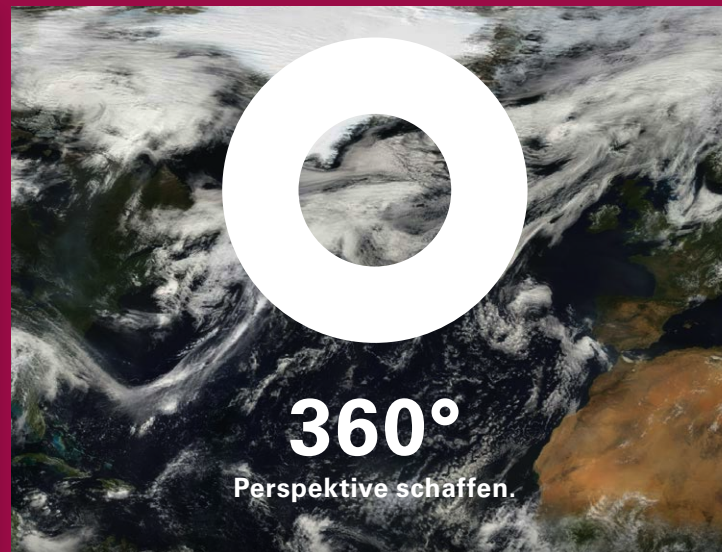


Fotos: Unsplash, beispielhafte Motive

Medienübersicht

Stand: März 2025

Medienübersicht



Medienübersicht

Zentrale Kampagne der Stabsstelle Kommunikation und Marketing

Wir wollen eine nachhaltige Zukunft.
Und wissen, dass es Lösungen gibt.



Informiere dich jetzt zu unseren Studiengängen und werde Teil einer gemeinsamen Zukunft.

 #unikassel360grad
www.uni-kassel.de

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Wir sind die Gamechanger von morgen.
Und fangen heute an.



Informiere dich jetzt zu unseren Studiengängen und werde Teil einer gemeinsamen Zukunft.

 #unikassel360grad
www.uni-kassel.de

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Wir sind verschieden. Und wollen doch das Gleiche.
Verantwortung für unsere Zukunft übernehmen.



Informiere dich jetzt zu unseren Studiengängen und werde Teil einer gemeinsamen Zukunft.

 #unikassel360grad
www.uni-kassel.de

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Medienübersicht

Plakatmedien für die Fachbereiche



Medienübersicht

Großflächenplakat – 18/1



**Wir wollen
eine nachhaltige
Zukunft.**

Und wissen, dass es
Lösungen gibt.

Informiere dich jetzt zu
unseren Studiengängen.

#unikassel360grad
www.uni-kassel.de

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T



**Wir sind die
Gamechanger
von morgen.**

Und fangen heute an.

Informiere dich jetzt zu
unseren Studiengängen.

#unikassel360grad
www.uni-kassel.de

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T



**Wir sind
verschieden.
Und wollen
doch das Gleiche.**

Verantwortung für unsere
Zukunft übernehmen.

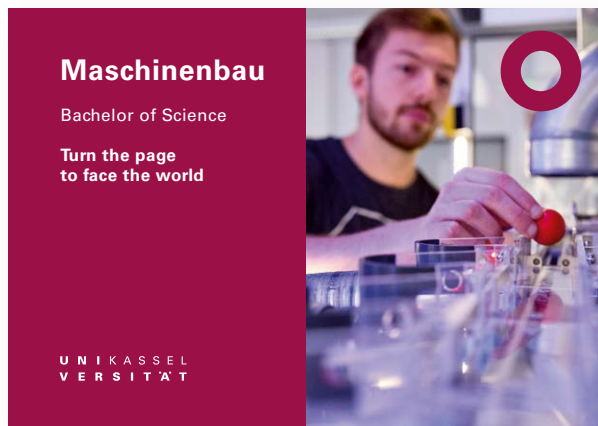
Informiere dich jetzt zu
unseren Studiengängen.

#unikassel360grad
www.uni-kassel.de

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Medienübersicht

Studienangebot



Medienübersicht

Studieninfotage

Uni Kassel. Wir sind
die **Gamechanger** × **Innovativen** × **Vorbilder** × **Zukunft** × **von morgen.**
Und fangen heute an.

Die Uni Kassel bietet zahlreiche Studienangebote sowie Forschung zum Thema Nachhaltigkeit an. Für eine bessere Zukunft, die wir gemeinsam gestalten.

Komm zu den **Studieninfotagen am 18. und 19. Februar 2025** und informiere dich zu unseren mehr als 130 Studiengängen am Campus Holländischer Platz in Kassel. Die Teilnahme ist kostenfrei und ohne Anmeldung möglich.



Mehr Infos findest du hier:
www.uni-kassel.de/go/infotage

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Uni Kassel. Wir sind die
Gamechanger × **Innovativen** × **Vorbilder** × **Zukunft** × **von morgen.**
Und fangen heute an.

Komm zu den **Studieninfotagen am 18. und 19. Februar 2025** und informiere dich zu unseren mehr als 130 Studiengängen am Campus Holländischer Platz in Kassel.

Manchmal weißt du genau, was du willst, und manchmal brauchst du noch etwas Orientierung. Ob du noch auf der beruflichen Suche bist oder schon genau weißt, wohin dein Weg dich führt – bei den **Studieninfotagen der Uni Kassel** hast du die Möglichkeit, das Campus-Feeling vor Ort zu erleben.

Erlebe am **18. und 19. Februar 2025** ein vielseitiges Orientierungsprogramm und finde den für dich perfekt zugeschnittenen Studiengang an der Uni Kassel.

Neben klassischen Studiengängen wie Wirtschaft oder Lehramt bietet die Uni Kassel eine Vielzahl an nachhaltigen Studiengängen sowie zahlreiche Angebote und Zusatzkurse hierzu an.

Die Teilnahme ist kostenfrei und ohne Anmeldung möglich.

Mehr Infos findest du hier:
www.uni-kassel.de/go/infotage



Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Kassel

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

**STUDIEN-
INFOTAGE**

an der Universität Kassel
18. und 19. Februar 2025

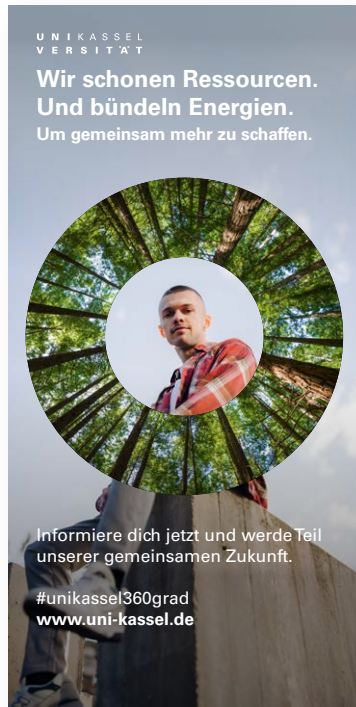


Bundesagentur für Arbeit
Agentur für Arbeit Kassel

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

Medienübersicht

Messedesign



Universität Kassel

Stabsstelle „Kommunikation und Marketing“

Mönchebergstraße 19

34109 Kassel

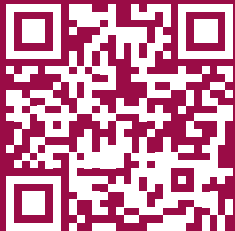
Tel. +49 (0)561 804 - 19 61

Bei Fragen zu den Gestaltungsrichtlinien, wenden Sie sich bitte an:

gestaltung@uni-kassel.de

Weitere Informationen und Vorlagen finden Sie unter:

www.uni-kassel.de/go/gestaltung



Verantwortliche Design Agentur:

BUREAU BALD GmbH, Hamburg

www.bureau-bald.de