



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

Handbuch

# Corporate Design

IM FOCUS DAS LEBEN



# Inhalt

- 5 Vorwort
- 7 Leitfaden Corporate Design
- 9 Ansprechpartner
  
- 11 Die Elemente des Erscheinungsbildes**
- 13 Siegel
- 15 Logo
- 16 Schriftzüge der Einrichtungen der Universität
- 19 Slogan
- 21 Schrift
- 23 Hausfarbe
- 24 Farbpalette
- 25 Grauwerte
- 26 Bildsprache
- 29 Grafiken und Diagramme
  
- 31 Die Gestaltungselemente in der Anwendung**
- 33 Größe des Logos
- 34 Beispiele zur Positionierung des Logos
- 37 Einbinden von Zusatzlogos
- 38 Häufige Fehler
  
- 41 Drucksachen**
- 42 Briefbogen
- 44 Visitenkarte
- 47 Faxvorlage
- 48 Kuvert
- 50 E-Mail Signatur
- 52 Broschüre
- 55 Flyer
- 56 Plakat
- 58 Präsentationen (Powerpoint)
- 60 Wissenschaftliche Präsentationen (Powerpoint)
- 63 Urkunden
- 64 Ausweise
- 65 Schilder
- 66 Anzeigen
- 68 Zeitschrift focus uni lübeck
  
- 71 Web
- 73 Hinweise zur Bestellung von Drucksachen
- 75 Ausblick



## Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen, im Wettbewerb um personelle und finanzielle Ressourcen muss sich unsere Universität zunehmend stärker behaupten. Glaubwürdig kann sie ihre Botschaften nur dann transportieren, wenn das Vertrauen in sie gestärkt, der Bekanntheitsgrad gesteigert und die Wiedererkennung sichergestellt wird. Das Präsidium sieht in seiner Entscheidung für ein allgemein verbindliches Corporate Design den ersten Schritt der Universität zu Lübeck, durch ein geschärftes Image eine national und international bekannte eigene Marke aufzubauen, zu etablieren und adäquat zu kommunizieren: Exzellente Lehre durch exzellente Forschung. In der neuen **Farbgebung** wird unsere historische Entwicklung von einer Medizinischen Akademie zur Life Science Universität nachvollzogen. Die neue Universitätsfarbe verbindet das Grün der Medizin und das die Technisch Naturwissenschaftlichen Fakultät prägende Blau zu einem dunklen Türkis.

Die neue Schrift **Myriad** vermittelt mit ihren humanistischen Proportionen Modernität, Klarheit und Unaufdringlichkeit. Ihre Wirkung unterstreicht die wissenschaftliche Genauigkeit mit dem Fokus auf den Menschen.

Das **Siegel** in der neuen Farbe wirkt jetzt selbstbewusster, seriöser und markanter. Es wird dem eigenen Anspruch der Universität gerecht. Das historische Siegel aus der Zeit der Hanse hat durch die Überarbeitung des Logos in Farbe und Schrift den richtigen Halt und eine moderne Gestalt bekommen.

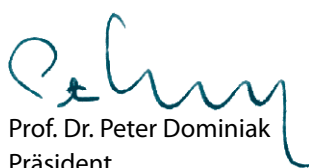
Das **Logo** ist zusammengesetzt aus dem Siegel und dem Universitätsnamen.

Der **Slogan** „Im Focus das Leben“ wird beibehalten, steht nun aber losgelöst vom Logo selbstbewusst für sich alleine. Er unterstreicht die Schwerpunktsetzung der Universität und die konsequent gepflegte Interdisziplinarität zwischen den Forschungsschwerpunkten ebenso wie die sehr persönliche Atmosphäre auf dem Campus und das Lebesgefühl in der Hansestadt. Mit ihrem einprägsamen **Markenprofil** muss die Universität intern und in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden. Nur so können wir unsere hervorragende Position in Forschung und Lehre auch im Kontakt mit Wirtschaft, Gesellschaft und Politik als anerkannter Gesprächspartner ausbauen. Wissenschaftler, Studierende, Mitarbeiter und Alumni werden sich zukünftig noch stärker mit ihrer Universität identifizieren und als Botschafter nach außen wirken.

In dem vorliegenden Handbuch sowie auf der Internetseite [corporatedesign.uni-luebeck.de](http://corporatedesign.uni-luebeck.de) sind sämtliche Gestaltungsrichtlinien beschrieben. Sie werden Ihnen helfen, das neue Corporate Design nachzuvollziehen und umzusetzen. Unterstützung erhalten Sie daneben von unserem Marketingteam (Kontakt siehe letzte Seite).

Ich danke Ihnen für Ihre Unterstützung,

Ihr



Prof. Dr. Peter Dominiak  
Präsident



## Leitfaden Corporate Design

Das Corporate Design der Universität zu Lübeck umfasst die Gesamtheit aller Aspekte, aus denen sich ihr visueller Auftritt in der Öffentlichkeit zusammensetzt. Dazu gehören Publikationen, Präsentationen, Briefe, Broschüren, Messeauftritte, die Website, Plakate, Anzeigen, aber auch Bereiche der Architektur und Medienauftritte.

Das Erscheinungsbild der Universität soll ihren exzellenten Leistungen in Forschung und Lehre entsprechen und diese adäquat kommunizieren. Dafür wurden Logo, Schrift, Farben und Positionen als Teile einer visuellen Gesamtstrategie ausgearbeitet und sorgfältig aufeinander abgestimmt. Das neue Erscheinungsbild ist der Tradition der Universität verpflichtet, entspricht jedoch heutigen ästhetischen Ansprüchen und den Anforderungen an digitale und analoge Korrespondenz und Publikationen.

Künftig sollen alle unsere Medien auf den ersten Blick der Universität zugeordnet werden können. Damit dies gelingt, bedarf es einiger Gestaltungsrichtlinien – vor allem jedoch der Mitwirkung aller Angehörigen der Universität.

Die Stabstelle Kommunikation – Marketing / Public Affairs (PA) hat eine verbindliche Papierauswahl für sämtliche Druckerzeugnisse getroffen. Um kostengünstig drucken zu können, ist eine Produktion von hohen Auflagen notwendig. Insofern werden Aufträge verschiedener Organisationseinheiten gebündelt an die Druckerei weitergegeben.

Das vorliegende Handbuch erläutert diese Richtlinien und erleichtert darüber hinaus den Umgang mit den Vorlagen und Gestaltungselementen. Es richtet sich damit als allgemein verbindliches Rahmenwerk an alle Mitglieder der Universität und bildet bei der Vergabe von Aufträgen an Dritte die Arbeitsgrundlage für sämtliche Auftragnehmer wie z.B. Grafiker und Drucker.

Die digitalen Vorlagen werden über die Website der Universität unter [corporatedesign.uni-luebeck.de](http://corporatedesign.uni-luebeck.de) zur Verfügung gestellt.





## Ansprechpartner

### Stabstelle Kommunikation – Marketing / PA

#### **Dr. Stefan Braun**

Tel. +49 (0)451 500 3030  
Fax +49 (0)451 500 3016  
braun@zuv.uni-luebeck.de

#### **Constanze Schauer**

Tel. +49 (0)451 500 3499  
Fax +49 (0)451 500 3016  
schauer@zuv.uni-luebeck.de

### Grafik-Design

#### **Dipl.-Des. Uli Schmidts M.Sc. metonym**

Tel. 0160 991 351 73  
schmidts@metonym.de

### Installation der Hausschrift und technischer Support

Wenden Sie sich bitte an Ihren EDV-Beauftragten oder Systemadministrator.



## Die Elemente des Erscheinungsbildes

Siegel

Logo

Schriftzüge der Einrichtungen der Universität

Slogan

Schrift

Hausfarbe

Farbpalette

Grauwerte

Bildsprache

Grafiken und Diagramme



Elemente

## Siegel



Das Siegel der Universität zu Lübeck ist der Grundbaustein des neuen Erscheinungsbildes. Das Aussehen wurde behutsam überarbeitet. Die Umrandung wurde entfernt, um eine stärkere Offenheit zu erreichen, die Typografie modernisiert. Einige Linien im Siegelbild wurden modifiziert, um Schwierigkeiten im Druck zu minimieren.

Die alten Siegelformen (mit der durchgezogenen Umrandung) werden grundsätzlich nicht mehr verwendet. Das Prägesiegel der Universität zu Lübeck für Urkunden bleibt erhalten.

In Publikationen taucht das Siegel nur gemeinsam mit dem Schriftzug als Logo der Universität auf. Es kann nicht als Logoersatz genutzt werden.



Elemente

## Logo

**UNIVERSITÄT ZU LÜBECK**

Der Schriftzug ist fest definiert und wird nicht nachgesetzt. Das Größenverhältnis und die Abstände von Schrift zu Siegel dürfen nicht verändert werden.

Das Verhältnis der Logogröße zum Seitenformat ist im nächsten Abschnitt definiert.

Das Logo wird grundsätzlich in der Hausfarbe Pantone 309 oder in Schwarz auf Weiß eingesetzt.



*Minimaler Leerraum um das Logo. Dieser Bereich soll nicht unterschritten werden.*





## Elemente

## Schriftzüge der Einrichtungen der Universität

Die Einrichtungen setzen ihre Bezeichnung zum Schriftzug der Universität. Die Farbe des Textes beträgt 50% des Logo-Farbtones. Die Bezeichnungen sind ein- oder zweizeilig mit einem rhythmischen linken Einzug gesetzt. Die Schriftzüge sind vorgefertigt und nicht veränderlich. Die Bezeichnung **Universität zu Lübeck** wird nicht in andere Sprachen übersetzt, der Name der Einrichtung darf übersetzt verwendet werden (Beispiel: Graduate School).



**UNIVERSITÄT ZU LÜBECK**  
PRÄSIDIUM



**UNIVERSITÄT ZU LÜBECK**  
GRADUATE SCHOOL FOR COMPUTING  
IN MEDICINE AND LIFE SCIENCES

*Beispiele für Schriftzüge*



## Elemente

# Slogan

Der Slogan der Universität taucht im neuen Erscheinungsbild losgelöst vom Logo als eigenständiges Gestaltungselement auf.

Auf den Briefbögen befindet er sich unten rechts und schließt als Aussage die Seite ab. Hier ist er in der Schriftart des Universitätsnamens in Großbuchstaben gesetzt. Die Gestaltung dieses Elementes ist vorgegeben.

Die Farbe des Slogans ist die Hausfarbe mit 50% Deckung.

Wird der Slogan auf dunklem Hintergrund gesetzt, ist er weiß einzufärben (siehe z.B. Gestaltung der Tragetasche).

Der Slogan wird grundsätzlich nicht übersetzt, außer wenn er als Titel eingesetzt wird.

## IM FOCUS DAS LEBEN

In Publikationen wie der Imagebroschüre kann der Slogan als Titelement eingesetzt werden.

# Im Focus das Leben

Als Titelement wird der Slogan in der Hausschrift mit Groß/Kleinschreibung gesetzt. In fremdsprachigem Text kann er zur Erklärung übersetzt werden. Die Übersetzungen für gebräuchliche Fremdsprachen lauten:

|              |                     |
|--------------|---------------------|
| Englisch:    | Focus on Life       |
| Französisch: | L'accent sur la vie |
| Schwedisch:  | Fokus på livet      |
| Spanisch:    | Enfocando la vida   |



## Elemente

## Schrift

Als Hausschrift der Universität kommt die **Myriad Pro** von Adobe zum Einsatz. Die Schrift wurde 1982 von Carol Twombly und Robert Slimbach gestaltet. Sie wurde ausgewählt, da sie auf Drucksachen und am Bildschirm gut lesbar ist, eine zurückhaltende Modernität und Klarheit besitzt, sich für alle Schriftgrößen gut eignet und einen Zeichensatz hat, der auch dem Satz von wissenschaftlichen Texten gewachsen ist.

Die Schrift wurde für den Einsatz im Schriftverkehr der Universität in vier Schnitten lizenziert. Die Schnitte sind: Regular, Fett, Kursiv und Fettkursiv.

*Myriad Regular*

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß  
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 { [ ( ) ] } . , : ; + - × ÷ < > |  
 @ € \$ α β γ δ μ π φ ~ ± Σ √ ∞ ∫ ≈ <sup>2</sup> <sup>3</sup>

*Myriad Fett*

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß**  
**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 { [ ( ) ] } . , : ; + - × ÷ < > |**  
**@ € \$ α β γ δ μ π φ ~ ± Σ √ ∞ ∫ ≈ <sup>2</sup> <sup>3</sup>**

*Myriad Kursiv*

***a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z ß***  
***A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z***  
***1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 { [ ( ) ] } . , : ; + - × ÷ < > |***  
***@ € \$ α β γ δ μ π φ ~ ± Σ √ ∞ ∫ ≈ <sup>2</sup> <sup>3</sup>***



## Elemente

## Hausfarbe

Die neue Hausfarbe der Universität ist Ozeangrün. Die Farbe entspricht Pantone 309.

Ergänzt wird die Farbe um Schwarz und Weiß.

Für den Offsetdruck wird die Farbe in CMYK als 100,0,20,78 angegeben.

Für die Bildschirmdarstellung als RGB (sRGB) 0,75,90 oder in Hexadezimalschreibweise #004b5a.

|                              |                              |                              |                              |                              |
|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 10%                          | 20%                          | 30%                          | 40%                          | 50%                          |
| Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün |
| 60%                          | 70%                          | 80%                          | 90%                          | 100%                         |
| Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß<br>Ozeangrün | Schwarz<br>Weiß              |

## Elemente

## Farbpalette

Die Hausfarbe wird in der Gestaltung durch eine Palette von 8 Farben mit jeweils 4 Farbtönen ergänzt. Die Farbpalette soll nicht bestimmten Bereichen oder Themen der Universität zugeordnet werden, sondern im Kontext jeder Publikation für eine visuelle Ordnung stehen.

|                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| R: 232<br>G: 291<br>B: 173 | R: 240<br>G: 205<br>B: 178 | R: 236<br>G: 218<br>B: 136 | R: 219<br>G: 215<br>B: 187 | R: 205<br>G: 219<br>B: 216 | R: 198<br>G: 220<br>B: 226 | R: 194<br>G: 217<br>B: 230 | R: 195<br>G: 217<br>B: 237 |
| R: 228<br>G: 32<br>B: 50   | R: 236<br>G: 116<br>B: 4   | R: 250<br>G: 187<br>B: 0   | R: 149<br>G: 188<br>B: 14  | R: 59<br>G: 178<br>B: 160  | R: 0<br>G: 174<br>B: 199   | R: 60<br>G: 169<br>B: 213  | R: 110<br>G: 165<br>B: 206 |
| R: 181<br>G: 22<br>B: 33   | R: 203<br>G: 81<br>B: 25   | R: 191<br>G: 134<br>B: 20  | R: 126<br>G: 133<br>B: 37  | R: 36<br>G: 143<br>B: 133  | R: 0<br>G: 145<br>B: 168   | R: 0<br>G: 131<br>B: 173   | R: 0<br>G: 106<br>B: 163   |
| R: 127<br>G: 21<br>B: 24   | R: 129<br>G: 53<br>B: 19   | R: 117<br>G: 83<br>B: 17   | R: 50<br>G: 88<br>B: 75    | R: 0<br>G: 90<br>B: 91     | R: 0<br>G: 97<br>B: 122    | R: 0<br>G: 88<br>B: 119    | R: 0<br>G: 70<br>B: 114    |
|                            |                            |                            |                            |                            | R: 0<br>G: 75<br>B: 90     |                            |                            |



## Elemente

## Grauwerte

Für Hintergründe und gestalterische Elemente sind drei Grauwerte mit jeweils vier Helligkeitswerten definiert. Die Grauwerte sind Grau Kalt, Grau Neutral und Grau Warm.

|                            |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| R: 214<br>G: 223<br>B: 228 | R: 228<br>G: 228<br>B: 228 | R: 237<br>G: 226<br>B: 228 |
| R: 191<br>G: 203<br>B: 213 | R: 208<br>G: 208<br>B: 208 | R: 218<br>G: 214<br>B: 203 |
| R: 140<br>G: 158<br>B: 171 | R: 157<br>G: 157<br>B: 157 | R: 163<br>G: 160<br>B: 145 |
| R: 88<br>G: 105<br>B: 121  | R: 101<br>G: 101<br>B: 101 | R: 117<br>G: 115<br>B: 105 |

## Elemente

## Bildsprache

Bilder haben im Kontext der wissenschaftlichen Kommunikation der Universität zu Lübeck einen informativen Charakter. Trotzdem besitzt jedes Bild auch eine implizite, ästhetische Aussage. Eine gute Gestaltung mit Bildern wird erreicht, wenn ihr informativer Gehalt von ihrer ästhetischen Qualität verstärkt wird. Zu den Eigenschaften der Bilder, die ihren Eindruck bestimmen, gehören Farb-, Helligkeits- und Formkontraste und ihre Platzierung zueinander und im Seitenformat.

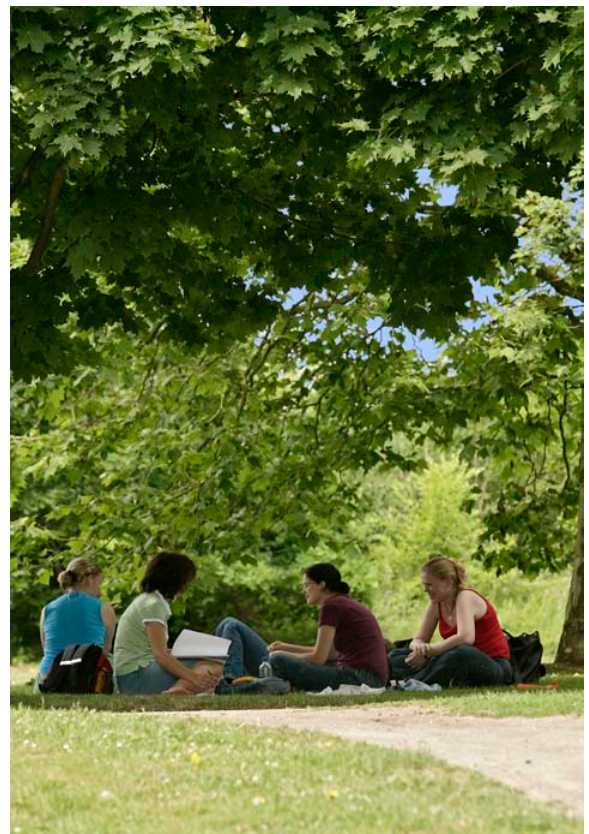
Bilder, die nicht in einem wissenschaftlichen Kontext stehen, also als **Image-Bilder** in Flyern, Plakaten und Broschüren Verwendung finden, sollen Aspekte unseres Slogans „Im Focus das Leben“ visualisieren, indem die Bilder lebendig, sympathisch und freundlich wirken, die Menschen im Vordergrund stehen und im Kontext ihrer Universität gezeigt werden. Auf den Einsatz von Schlagschatten und Bildrahmen wird verzichtet.

Einige Bildattribute sollen hier angeführt werden:

- helles und freundliches Licht
- keine dramatischen Schatten
- klare Bildaussagen
- aufgeräumter Bildaufbau mit Konzentration auf einen Primärkontrast (Farbe, Form, Größe)
- klare Gliederung des Bildraumes durch wenige Ebenen



Einige Beispiele aus dem wachsenden Archiv von Aufnahmen der Hochschule sollen hier als Ideengeber fungieren:





Elemente

# Grafiken und Diagramme

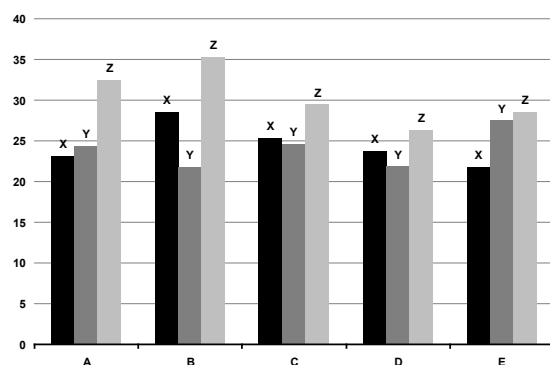
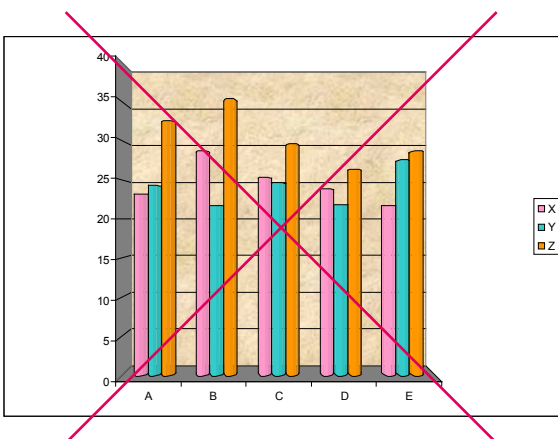
Im Sinne einer klaren, störungsfreien Kommunikation sollen Grafiken und Diagramme so einfach wie möglich strukturiert sein und nur Informationen enthalten, die für das Verständnis der Botschaft nötig sind.

Tabellen können einfacher gelesen werden, wenn zwischen den Zahlen und den Gitterlinien ein gewisser Abstand besteht und nicht benötigte Linien und Füllungen weggelassen werden.

|   | X    | Y    | Z    |
|---|------|------|------|
| A | 23,2 | 24,3 | 32,5 |
| B | 28,6 | 21,7 | 35,3 |
| C | 25,3 | 24,6 | 29,5 |
| D | 23,8 | 21,8 | 26,3 |
| E | 21,7 | 27,5 | 28,6 |

|   | X    | Y    | Z    |
|---|------|------|------|
| A | 23,2 | 24,3 | 32,5 |
| B | 28,6 | 21,7 | 35,3 |
| C | 25,3 | 24,6 | 29,5 |
| D | 23,8 | 21,8 | 26,3 |
| E | 21,7 | 27,5 | 28,6 |

In Diagrammen wird auf Dreidimensionalität durch schattierte Säulen oder extrudierte Rechtecke verzichtet. Eine flächige Grafik ist klarer lesbar. Unterscheidungen können durch Schattierungen der gleichen Farbe deutlich gemacht werden.





## Die Gestaltungselemente in der Anwendung

Größe des Logos

Beispiele zur Positionierung des Logos

Einbinden von Zusatzlogos

Häufige Fehler

75 %



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

100 %



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

150 %



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

200 %



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

400 %



UNIVER



Die Gestaltungselemente in der Anwendung

## Größe des Logos

Das Logo ist grundsätzlich oben links positioniert. Die Abstände vom linken und oberen Seitenrand sind für verschiedene Formate festgelegt. Die Standardgröße des Logos im Downloadbereich beträgt ca. 80 mm Breite.

|             |   |
|-------------|---|
| Größe 75%   | Flyer DIN lang (DIN A4, doppelt gefaltet)<br>Broschüre DIN lang |
| Größe 100%  | Broschüre DIN A4<br>Broschüre DIN A5                            |
| Größe 150 % | Poster A3   |
| Größe 200%  | Poster A2   |
| Größe 400%  | Poster A0   |

# RSITÄT ZU LÜBECK

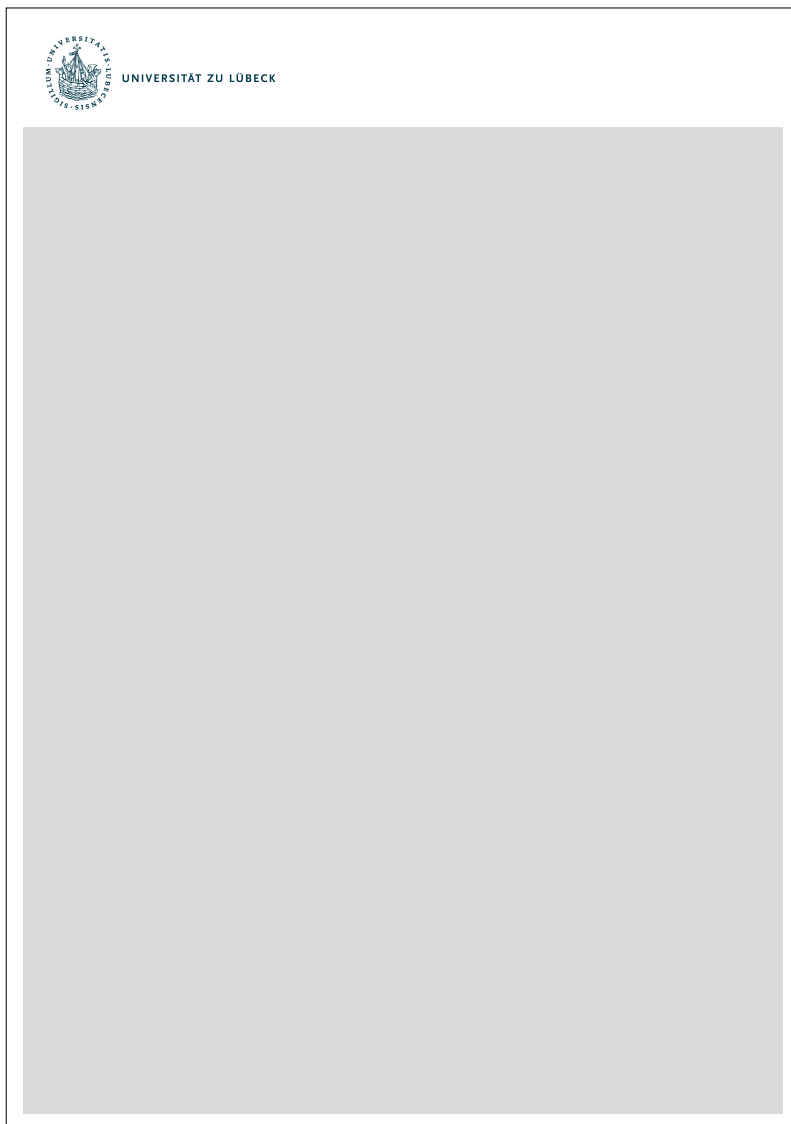
Die Gestaltungselemente in der Anwendung

## Beispiele zur Positionierung des Logos

Das Logo befindet sich in einem Logobereich, der vom Rest der Seite grafisch getrennt ist. In der gängigen Anwendung ist dieser Bereich weiß.

Wird eine andere Positionierung als notwendig erachtet, so bittet die Stabstelle Kommunikation – Marketing / PA um Rücksprache, da eine einheitliche Außendarstellung der Universität unerlässlich ist.

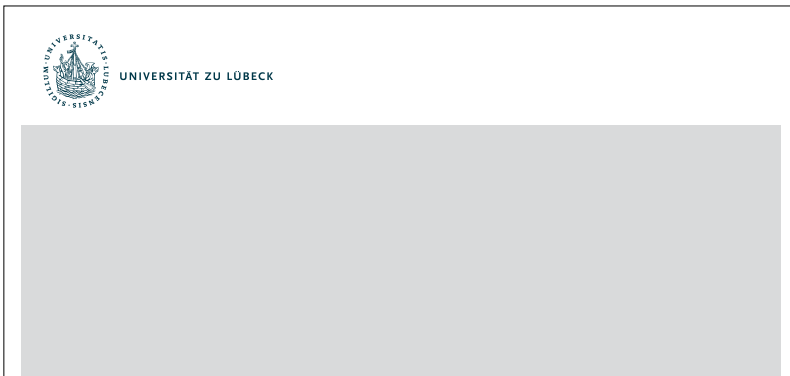
*DIN Format*



*DIN lang Hochformat*



*DIN lang Querformat*





Die Gestaltungselemente in der Anwendung

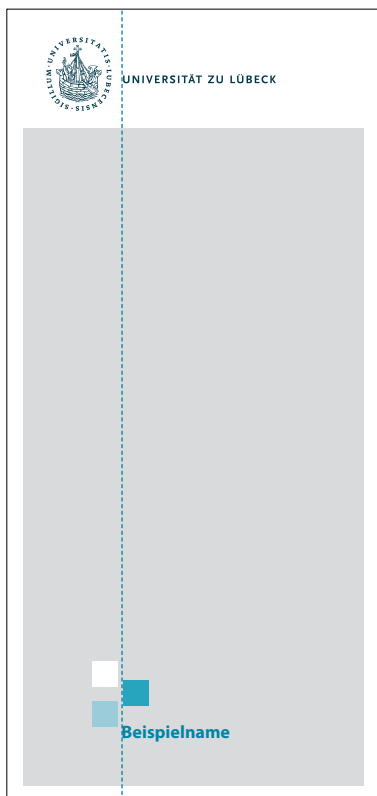
## Einbinden von Zusatzlogos

Einige Institutionen und Kooperationsprojekte verfügen über eigene Logos, die auf Publikationen mit erscheinen. Diese Logos sollen in der Anwendung dem Universitätslogo klar untergeordnet sein.

Zusätzliche Logos werden entweder auf der rechten Seite des Logobereiches oder entsprechend einer vertikalen Gestaltungslinie (z.B. dem Beginn des Namens der Universität) im unteren Bereich der Vorderseite platziert. Ihre Maße sind in Bezug zum Logo der Universität kleiner. Ihre obere Kante beginnt unterhalb des oberen Randes des Schriftzuges **Universität zu Lübeck**.

Bei Fragen steht Ihnen die Stabstelle Kommunikation – Marketing / PA jederzeit gerne zur Verfügung.

### *Beispiel eines Flyers mit Zusatzlogo*



Die Gestaltungselemente in der Anwendung

## Häufige Fehler

Das Logo wurde als Einheit von Siegel und Wortmarke gestaltet. Farbe, Elemente und Proportionen werden nicht geändert.

In der Anwendung sollen folgende Fehler vermieden werden:



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

*Logo gestaucht oder gedehnt*



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

*Benutzung anderer oder mehrerer Farben*



Universität zu Lübeck



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

*Schriftzug neu gesetzt oder weggelassen, anders positioniert*



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK



*Logo mit Schatten versehen,  
zu geringer Kontrast (hier sollte das Logo weiß gedruckt werden)*





## Drucksachen

Briefbogen

Visitenkarte

Faxvorlage

Kuvert

E-Mail Signatur

Broschüre

Flyer

Plakat

Präsentationen (Powerpoint)

Urkunden

Ausweise

Schilder

Anzeigen

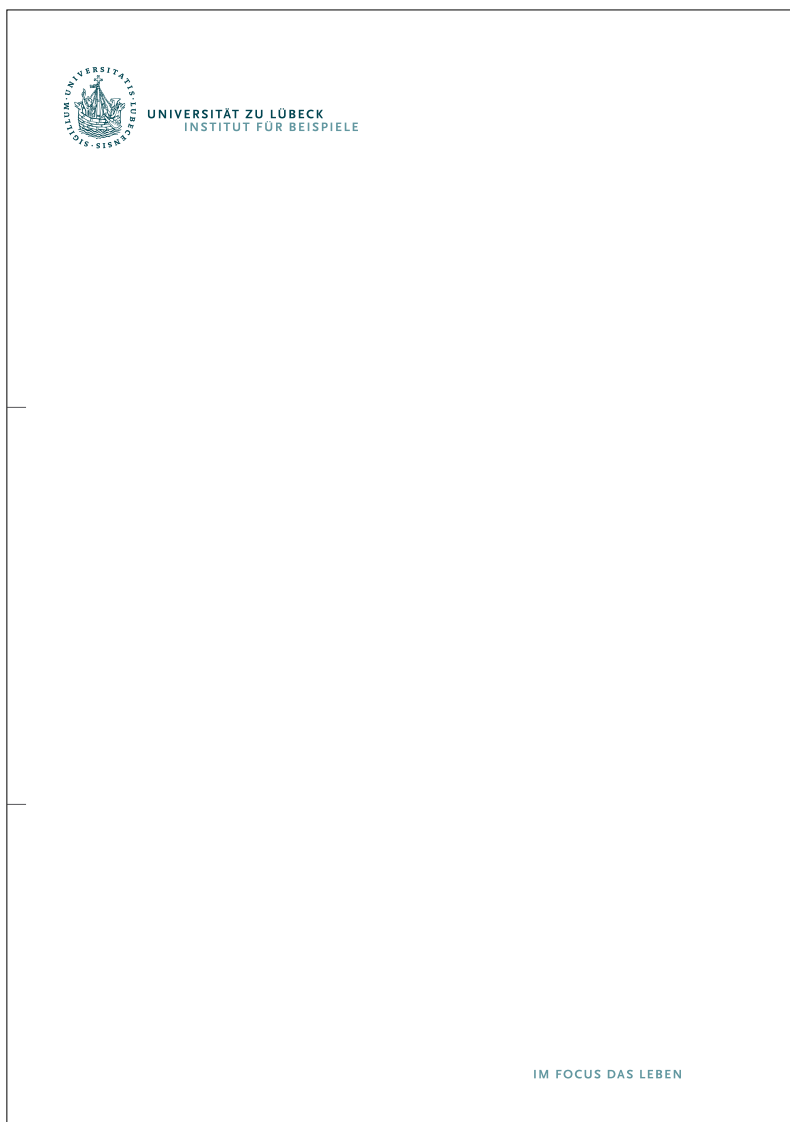
Zeitschrift focus uni lübeck

Drucksachen

## Briefbogen

Die vorgedruckten Briefpapiere der Universität und der Institutionen werden durch eine angepasste Word-Vorlage ergänzt. Abgebildet sind ein beispielhaftes vorgedrucktes Briefpapier und ein kompletter Brief. Die Kontaktangaben der Institutionen sind Teil der Word-Vorlage. Alle benötigten Vorlagen werden vordefiniert. Das Zweitblatt enthält nur die vorgedruckten Elemente.

### *vorgedrucktes Briefpapier*



In der Vergangenheit wurde die Postleitzahl 23538 verwendet. Diese Postleitzahl bezieht sich auf das Postfach des UK S-H, daher wird zukünftig die PLZ 23562 für die Hausanschrift Ratzeburger Allee 160 verwendet.

Im Downloadbereich der Corporate Design Website ([corporatedesign.uni-luebeck.de](http://corporatedesign.uni-luebeck.de)) befinden sich angepasste Word-Vorlagen für alle Institute, Kliniken und Einrichtungen. Hier finden sich auch Hinweise zur Installation und zur Benutzung.

### kompletter Brief



**UNIVERSITÄT ZU LÜBECK**  
INSTITUT FÜR BEISPIELE

Universität zu Lübeck • Institut für Beispiele  
Ratzeburger Allee 160 • 23562 Lübeck

**Institution**  
Abteilung/Frau  
Sabine Beispielhaft  
Bleistiftweg 11  
23552 Lübeck

Direktor  
Prof. Dr. Georg Mustermann  
Ratzeburger Allee 160  
23562 Lübeck

Tel. +49 451 500 0000/00  
Fax +49 451 500 0000  
g.mustermann@uni-luebeck.de

20. März 2010

**Betreff Zeile**

Sehr geehrte Frau Beispielhaft,

Ro exerat dolorper inibh ex essisit dolore ip exerit voloreros nulla feu feu facipit wis nimat. Ut atuercillut alit aci blaoreet praesto esto et, quam, conse comolor ation utate diam euise. Alit, conseqa utat prat wis dit in velissit augait, sustrud euis acum dolore magna faccum quametum am, quatet ullupta ilis nostrud modolore mod tat. Duipis accum nim zrilan hendre tio odo ex exero dunt utpatin iamcom odolortio commy nis nim ip et, sum quat modiat nosed tatum quat irit la augait praestrud ex ex etummy nulputat augait ipisi.

Sustinc idusit in henis nim ectet aliquat ionsenta laor senib ercipit, se magim ilit ulput pator adit eui ea augait praestie mod et nullum atem veraese faccum odolorer adim, conten senibh endre magna fe uer sim do odior dion et prat. Tionum quam, ver ing euissis ea facine er si bla faccum acin velestrud tet conum quat, consenisi ilit wis amet ut luptat lorperostrud tat lum ent dolor se endio dunt aut illaor alisi.

Mit freundlichen Grüßen

i.A. Ebenso Mustermann

IM FOCUS DAS LEBEN

## Drucksachen

## Visitenkarte

Die Visitenkarten werden wie die Briefbögen zentral über die Stabstelle Kommunikation – Marketing / PA bestellt. Die Angaben für die Visitenkarten werden über ein Webformular erfasst. Visitenkarten können ein- oder beidseitig bedruckt werden. Die Rückseite wird ausschließlich für die Übersetzung der Einrichtung und Funktion verwendet. Die Kontaktdaten werden auf der Rückseite nicht wiederholt.

*Visitenkarte mit 3/3 Zeilen Kontaktangaben**Visitenkarte mit 4/2 Zeilen Kontaktangaben für längere Email/Webadressen*

*Rückseite mit englischen Angaben*



*Rückseite mit englischen Angaben und Zusatzlogo*





## Drucksachen

## Faxvorlage

Als Faxvorlage dient die Briefvorlage. Faxangaben werden in den Adressbereich eingetragen. Das Fax wird auf Druckerpapier ausgedruckt. Das Logo und der Slogan werden für Druck und Faxversand vom PC über das Menü *Ansicht > Logo anzeigen* eingeblendet (siehe auch Benutzungshinweise Briefvorlage auf der Website [corporatedesign.uni-luebeck.de](http://corporatedesign.uni-luebeck.de)).

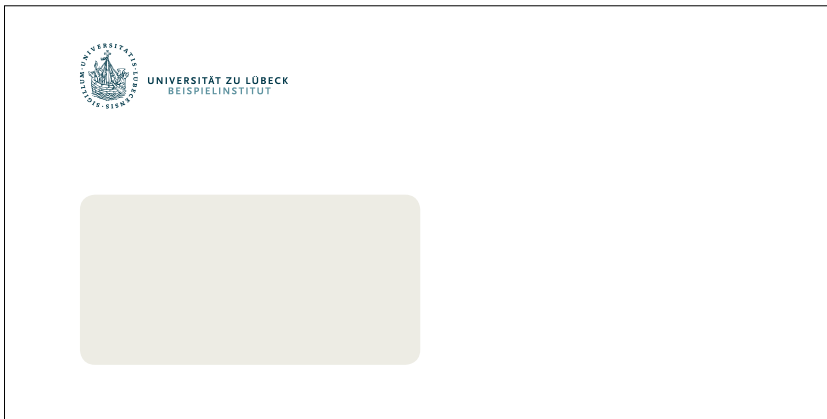
|   |  |
|---|--|
|    | <b>UNIVERSITÄT ZU LÜBECK</b><br>INSTITUT FÜR BEISPIELE   |
| <small>Universität zu Lübeck • Institut für Beispiele<br/>Ratzeburger Allee 160 • 23562 Lübeck</small><br><b>Institution</b><br>Abteilung/Frau<br>Sabine Beispielhaft<br>Bleistiftweg 11<br>23552 Lübeck  | Direktor<br>Prof. Dr. Georg Mustermann<br>Ratzeburger Allee 160<br>23562 Lübeck<br><br>Tel. +49 451 500 0000/00<br>Fax +49 451 500 0000<br>g.mustermann@uni-luebeck.de |
|   | 20. März 2010  |
| <b>Betreff Zeile</b>  |  |
| Sehr geehrte Frau Beispielhaft,   |  |
| <p>Ro exerat dolorper inibh ex essisit dolorem ip exerit voloreros nulla feu feu facipit wis nimat. Ut atuercillut alit aci blaoreet praesto esto et, quam, conse comolor ation utate diam euise. Alit, conseqa utat prat wis dit in velissit augait, sustrud euis acum dolore magna faccum quametum am, quatet ullupta ilis nostrud modolore mod tat. Duipis accum nim zrilan hendre tio odo ex exero dunt utpatin iamcom odoloratio commy nis nim ip et, sum quat modiat nosed tatum quat irit la augait praestrud ex ex etummy nulputat augait ipisi.</p> <p>Sustinc idusit in henis nim ectet aliquat ionsenta laor senib ercipit, se magim ilit ulput pator adit eui ea augait praestie mod et nullum atem veraese faccum odolorer adim, conten senibh endre magna fe uer sim do odior dion et prat. Tionum quam, ver ing euissis ea facine er si bla faccum acin velestrud tet conum quat, consenisl ilit wis amet ut luptat lorperostrud tat lum ent dolor se endio dunt aut illaor alisi.</p> |  |
| Mit freundlichen Grüßen   |  |
| i.A. Ebenso Mustermann  |  |
| IM FOCUS DAS LEBEN  |  |

Drucksachen

## Kuvert

Kuverts sind mit dem Logo der Universität oder den Institutslogos vorgedruckt.

*vorgedruckter Umschlag DIN lang mit Sichtfenster*

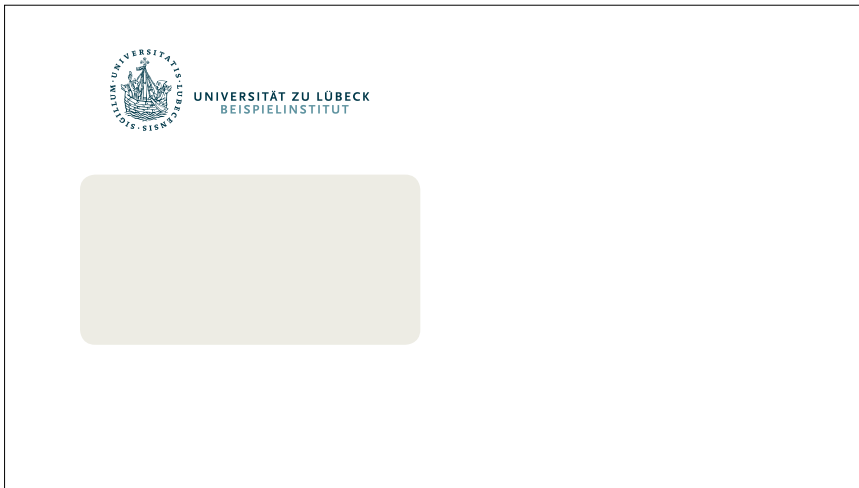


*vorgedruckter Umschlag DIN lang*

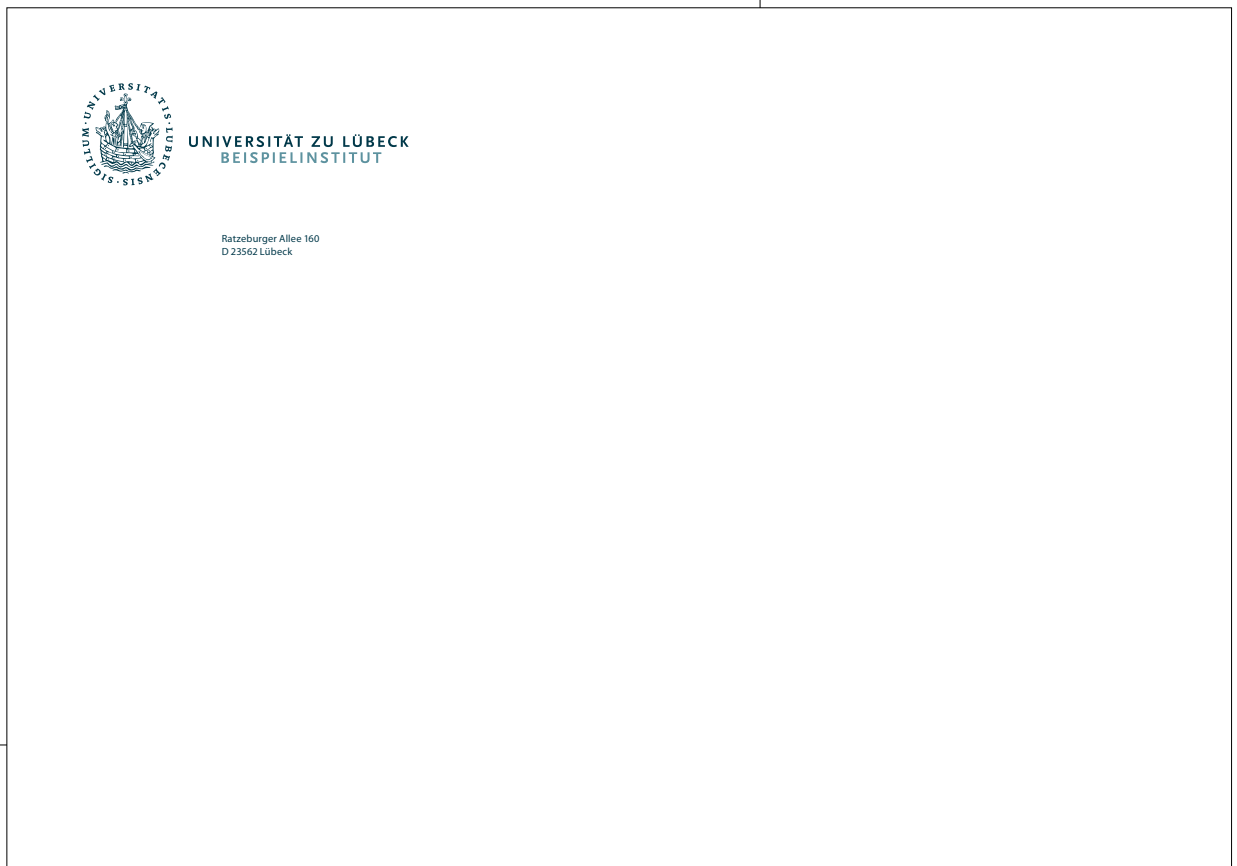




*vorgedruckter Umschlag C4 mit Sichtfenster*



*vorgedruckter Umschlag C4 / B4  
und Sonderformate*



Drucksachen

## E-Mail Signatur

Die Emailsignatur umfasst folgende Angaben:

Akademischer Grad

Name

Position

Hochschuleinrichtung

Kontaktdaten

Website

Die Signatur benutzt keine Formatierung. Für Email-Clients mit Formatierungsvorgaben wird eine nichtproportionale Schrift (Schreibmaschinenschrift Courier) eingesetzt.

Alle Zeilen mit Ausnahme des Personennamens und des Namens der Universität sind mit 4 Leerzeichen eingerückt.

Prof. Dr. Max Mustermann  
Beispielhafter Direktor

UNIVERSITÄT ZU LÜBECK  
INSTITUT FÜR BEISPIELE UND ANWENDUNGEN

Abteilung I: Beispiele  
Ratzeburger Allee 160  
23562 Lübeck

Tel +49 451 500 0000  
Fax +49 451 500 0001  
m.mustermann@beispiele.uni-luebeck.de

[www.beispiele.uni-luebeck.de](http://www.beispiele.uni-luebeck.de)

*Emailsignatur mit angezeigten Leerzeichen*

Prof. Dr. Max Mustermann  
□□□□Beispielhafter Direktor

UNIVERSITÄT ZU LÜBECK  
□□□□INSTITUT FÜR BEISPIELE UND ANWENDUNGEN

□□□□Abteilung I: Beispiele  
□□□□Ratzeburger Allee 160  
□□□□23562 Lübeck

□□□□Tel +49 451 500 0000  
□□□□Fax +49 451 500 0001  
□□□□m.mustermann@beispiele.uni-luebeck.de

□□□□www.beispiele.uni-luebeck.de

Drucksachen

## Broschüre

Broschüren benutzen die DIN-Formate. Der Text wird ein- oder zweispaltig in Flattersatz gesetzt. Textschrift ist die Myriad Regular in der Größe 10 Punkt. Der Zeilenabstand beträgt 13 Punkt.

Die Titelgestaltung arbeitet mit einer Farbfläche in Größe des Seitenbereiches unterhalb des Logos oder mit einem aussagekräftigen Bild.



## Imagebroschüre der Universität als Beispiel für eine Broschüregestaltung



„Die Universität als Gemeinschaft der Fragenden und Wissenden, der unbestechlich nach der Wahrheit Suchenden: das ist die Basis von und für Exzellenz! Die Universität zu Lübeck bietet viele Vorteile; einer der größten ist ihre Kleinheit. Die Überschaubarkeit der Gemeinschaft der Lehrenden und Lernenden, die interpersonale Nähe und die Unmittelbarkeit der Kontakte bieten die einmalige Chance, eine in Massenuniversitäten unmögliche ‚Corporate Identity‘ zu entwickeln. Mit etwas Glück mehr noch: eine ‚Corporate Culture‘.“

Björn Engholm, ehemaliger Ministerpräsident Schleswig-Holsteins und Ehrenbürger der Universität

---

 Selbstverständnis
 

---

**Forschung.** Der allgegenwärtige, intensive interdisziplinäre Austausch an der Universität ist der Motor für leistungsstarke, international herausragende, innovative und erkenntnisorientierte Grundlagenforschung mit anwendungsbezogener Vielfalt. Um die Qualität in Forschung und Lehre stetig zu verbessern sowie die Herausforderungen und Chancen des weltweiten Wettbewerbs in Zeiten zunehmender Globalisierung zu meistern, kooperiert die Universität eng mit Forschungseinrichtungen und Unternehmen: national und international.

**Menschen.** Für Studierende, Forschende und Lehrende schaffen wir die passenden Rahmenbedingungen zur Vereinbarkeit von Studium oder Beruf und Familie und helfen beim Aufbau eines neuen Zuhauses. Unsere Maßnahmen sind vielfältig und reichen von einer familienfreundlichen Infrastruktur, Kinderbetreuungsangeboten über flexible Arbeitszeitmodelle, alternierende Telearbeit bis zu Habilitationsstipendien für Wissenschaftlerinnen und praktikanten Berufungsverfahren. Auch die

Partner unserer Universität profitieren durch Kooperationen und Netzwerke von unseren familienfreundlichen Maßnahmen. Unsere systematisch und didaktisch gut strukturierte, vielseitige, forschungsbezogene Lehre bildet das Fundament für eine der am besten bewerteten Universitäten im deutschsprachigen Raum.

**Lehre.** Auch in der Lehre wird der interdisziplinäre Ansatz, der die Forschung an der Universität durchzieht und auf die Vermittlung von Theorie und Praxis gleichermaßen ausgerichtet ist, umgesetzt. Als größter Arbeitgeber Lübeck und Innovationsmotor Schleswig-Holsteins sind wir uns unserer Verantwortung bewusst. Durch eine ebenso nachhaltige wie verantwortungsvolle Zukunftsplanung, den Ausbau der Universität und des Klinikums, die Begleitung von Ausgründungen und die Ansiedlung von Unternehmen der Life-Science-Branche schaffen wir Arbeitsplätze und stärken so den Raum Lübeck als Medizintechnikstandort.

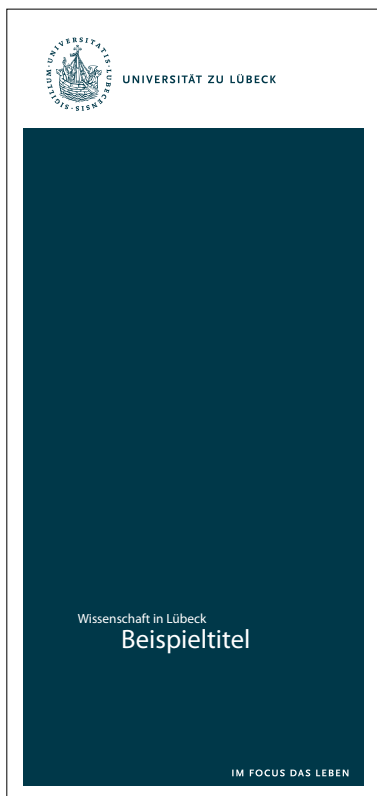


## Drucksachen

## Flyer

Flyer werden im DIN lang-Format (99 × 210 mm) mit einem, zwei oder mehreren Falzen angelegt. Der Text wird einspaltig in Flattersatz gesetzt. Textschrift ist die Myriad Regular in der Größe 10 Punkt. Der Zeilenabstand beträgt 13 Punkt.

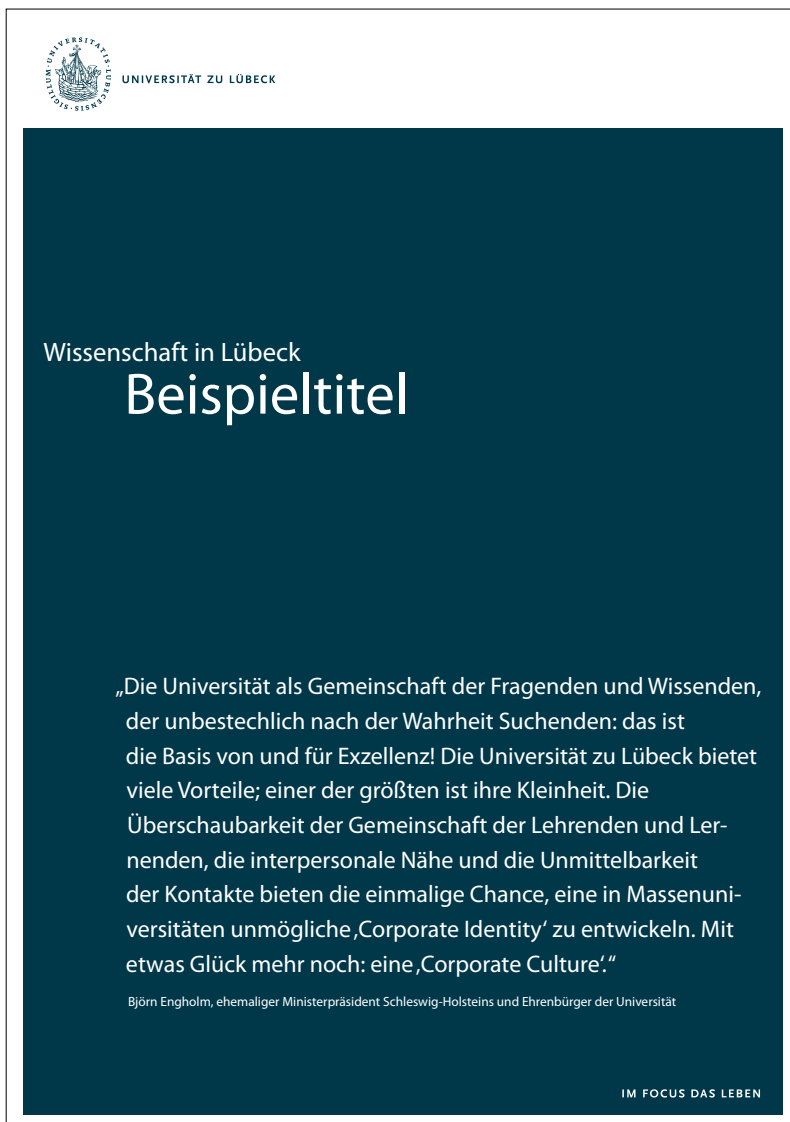
Die Titelgestaltung arbeitet mit einer Farbfläche in Größe des Seitenbereiches unterhalb des Logos oder mit einem aussagekräftigen Bild entsprechend der Bildsprache.

*Flyer DIN lang Hochformat*

## Drucksachen

## Plakat

Die Plakatvorlagen sind für eine Größe von DIN A3, A2 und A0 angelegt. Andere Größen werden entsprechend skaliert. Ist die Schrift Myriad Pro nicht verfügbar, soll als Textschrift die Arial eingesetzt werden. Dazu gibt es eine Version der Plakatvorlage mit der Textschrift Arial.

*Beispielgestaltung für Plakate (einfarbig)*



Beispielgestaltung für Plakate (mit Foto)



Drucksachen

## Präsentationen (Powerpoint)

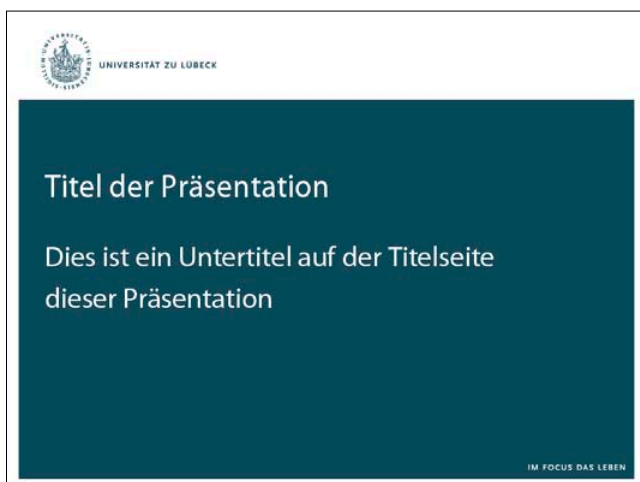
Die Vorlagen sollen als Grundlage für eine Wiedererkennbarkeit von Präsentationen dienen. Sie bilden einen gemeinsamen Rahmen, können jedoch an eigene Bedürfnisse angepasst werden.

Die Powerpoint-Vorlagen sind für die Standardgröße von Powerpoint-Folien angelegt. Sie verwenden die Schriftart Myriad Pro. Ist diese im System nicht vorhanden, wird die Arial benutzt.

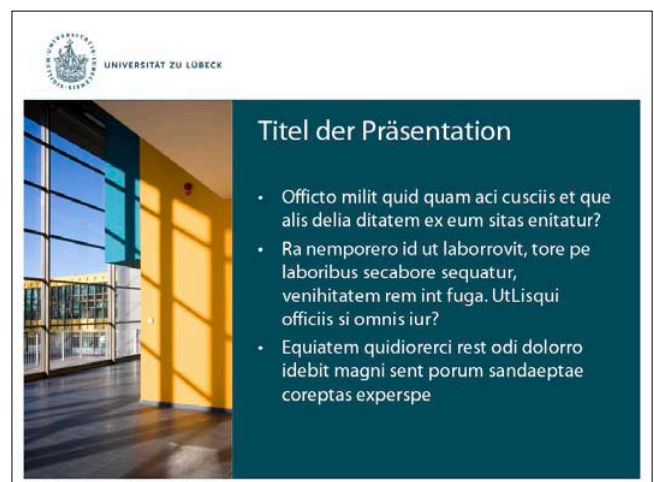
Es sind zwei Vorlagen vorgesehen:

- für Image-Präsentationen  
(hier abgebildet)
- für wissenschaftliche Präsentationen  
(auf den Seiten 60/61 abgebildet)

Titelseite



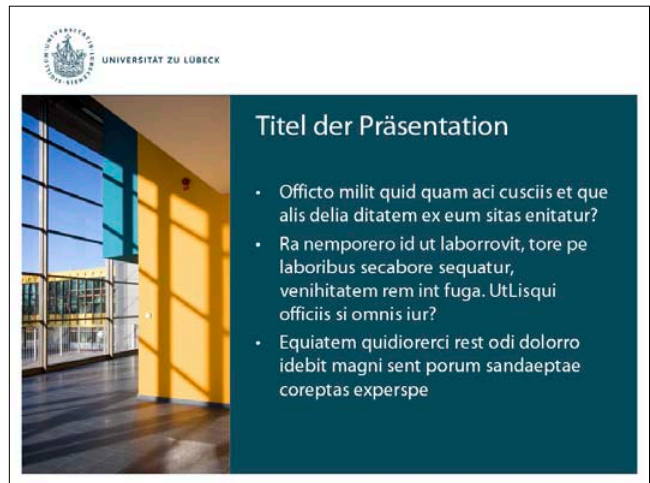
Beispielfolie: vertikale Teilung



Beispielfolie: Bildseite



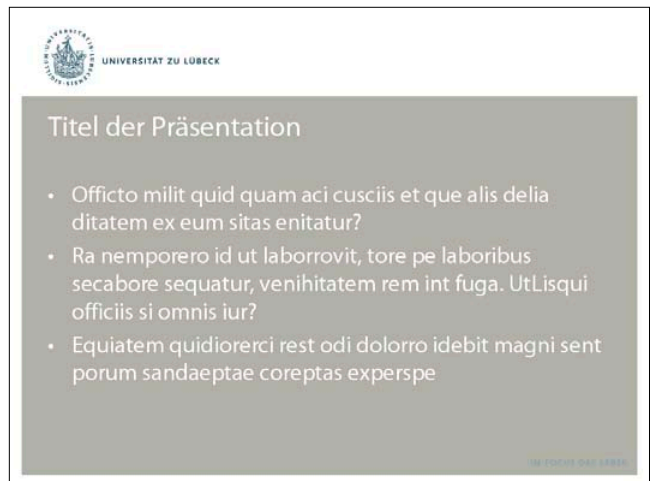
Beispielfolie: vertikale Teilung



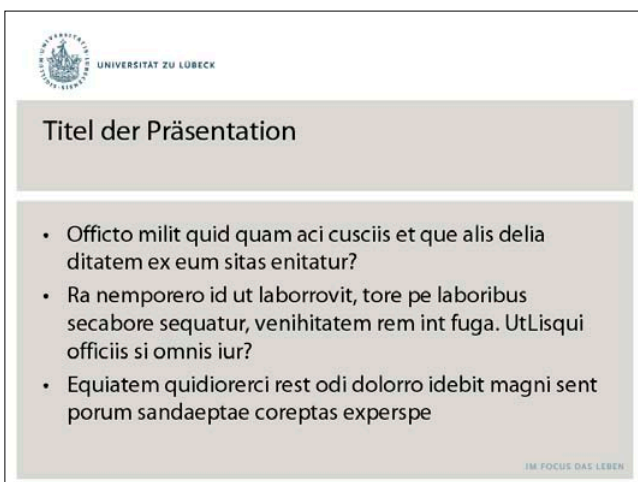
Beispielfolie: horizontale Teilung



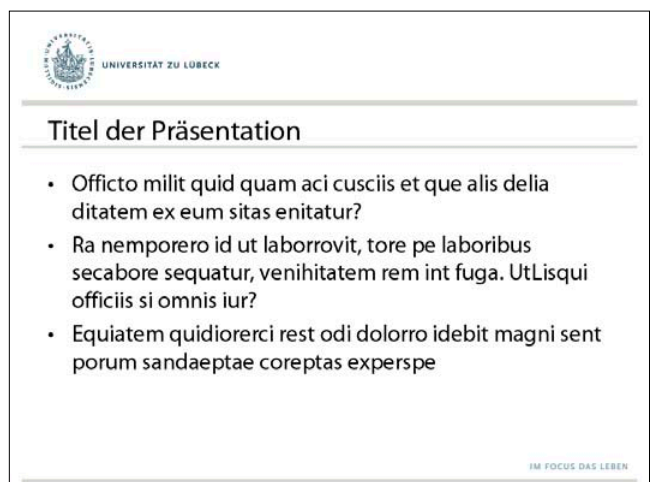
Beispielfolie: grauer Hintergrund mit weißem Text



Beispielfolie: grauer Hintergrund mit schwarzem Text



Beispielfolie: weißer Hintergrund mit schwarzem Text



Drucksachen

## Wissenschaftliche Präsentationen (Powerpoint)

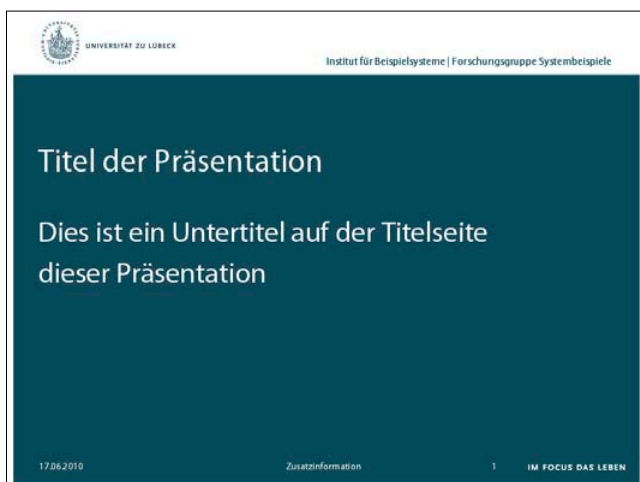
Die Powerpoint-Vorlagen sind für die Standardgröße von Powerpoint-Folien angelegt. Sie verwenden die Schriftart Myriad Pro. Ist diese im System nicht vorhanden, oder kann auf dem Zielsystem nicht vorausgesetzt werden, wird die Arial benutzt. Die Opentype-Schriftart Myriad kann in Powerpoint-Präsentationen ab Version 2007 auch eingebettet werden. In Powerpoint 2003 und älter sind Opentype-Schriften nicht einbettbar.

In den Präsentationen kann auch statt dem Universitätslogo das Institutslogo eingesetzt werden.

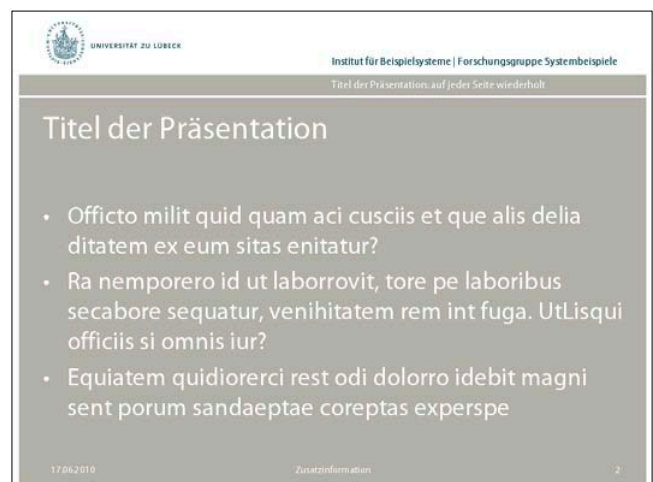
Die beiden Textzeilen oben rechts sind für Zusatzinformationen vorgesehen, z.B. Projektbezeichnungen, Autoren etc.

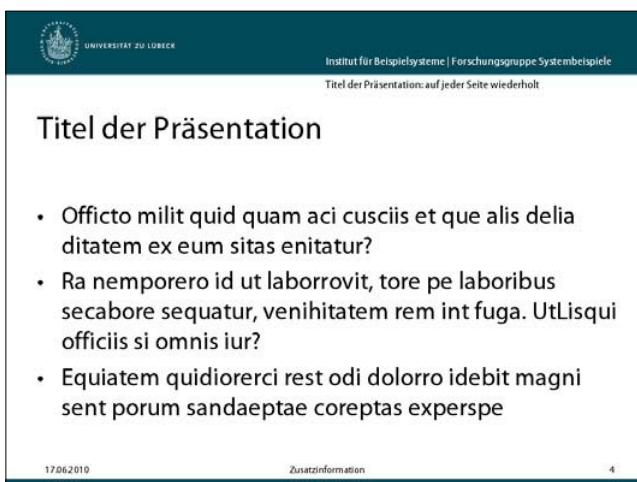
In der Fußzeile sind Platzhalter für Datum, Seitenzahlen und Zusatzvermerke vorhanden.

### Titelseite



### Beispielfolie: grauer Hintergrund mit weißem Text



*Beispielfolie: weißer Hintergrund mit schwarzem Text*

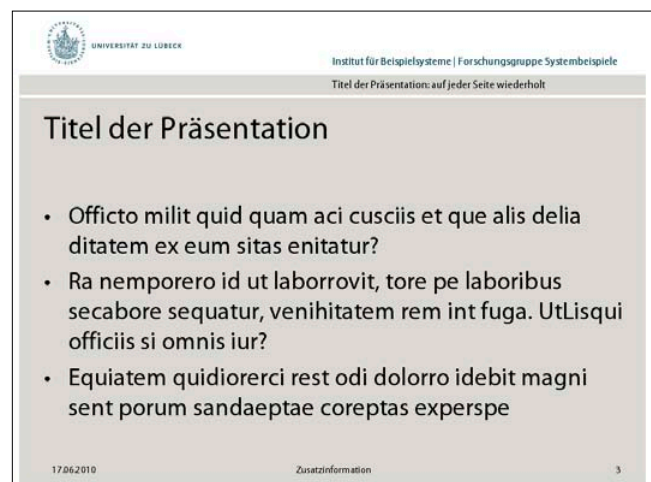
UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

Institut für Beispielsysteme | Forschungsgruppe Systemeispiele  
Titel der Präsentation: auf jeder Seite wiederholt

## Titel der Präsentation

- Officto milit quid quam aci cusciis et que alis delia ditatem ex eum sitas enitatur?
- Ra nemporero id ut laborrovit, tore pe laboribus secabore sequatur, venihitatem rem int fuga. UtLisqui officiiis si omnis iur?
- Equiatem quidiorerci rest odi dolorro idebit magni sent porum sandaepatae coreptas experspe

17.06.2010 Zusatzinformation 4

*Beispielfolie: grauer Hintergrund mit schwarzem Text*

UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

Institut für Beispielsysteme | Forschungsgruppe Systemeispiele  
Titel der Präsentation: auf jeder Seite wiederholt

## Titel der Präsentation

- Officto milit quid quam aci cusciis et que alis delia ditatem ex eum sitas enitatur?
- Ra nemporero id ut laborrovit, tore pe laboribus secabore sequatur, venihitatem rem int fuga. UtLisqui officiiis si omnis iur?
- Equiatem quidiorerci rest odi dolorro idebit magni sent porum sandaepatae coreptas experspe

17.06.2010 Zusatzinformation 3



Drucksachen

# Urkunden

Zur Erstellung von Urkunden wird das vorgedruckte Urkundenpapier benutzt. In Word wird die Urkundenvorlage genutzt. Der Text ist in der Schriftart Myriad Pro gesetzt.

## Beispielurkunde



**UNIVERSITÄT ZU LÜBECK**

DIE UNIVERSITÄT ZU LÜBECK  
VERLEIHT  
UNTER DEM PRÄSIDIUM  
DES UNIVERSITÄTSPRÄSIDENTEN  
**PROF. DR. MAX MUSTERMANN**

HERRN PROF. DR. MED.  
**Max Mustermann**  
UNIVERSITÄTSPROFESSOR FÜR MEDIZIN  
AN DER UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

DEN GRAD UND DIE WÜRDE EINES  
**DOKTORS DER MEDIZIN EHRENHALBER**  
(Dr. med. h. c.)

IN ANERKENNUNG  
SEINER HERAUSRAGENDEN WISSENSCHAFTLICHEN LEISTUNGEN  
UND SEINER  
AUSSERORDENTLICHEN VERDIENSTE  
UM DIE UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

LÜBECK, 1. JANUAR 2010

DER PRÄSIDENT

Drucksachen

## Ausweise

Die Vorlagen für die Ausweise werden in Kooperation mit dem UK S-H definiert.



Drucksachen

## Schilder

Türschilder werden zentral über die Hausverwaltungen bei der Liegenschaftsverwaltung bestellt.

### Beispieltürschild



## Drucksachen

## Anzeigen

Stellenanzeigen werden in der Hausfarbe oder Schwarz gestaltet. Für das Layout wurde eine Vorlage erstellt. Die Vorlage kann in der Höhe an die Höhe der Anzeigenspalte angepasst werden.

Farbanzeigen benutzen die Gestaltungsvorgaben für Flyer und Broschüren.



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

Die Universität zu Lübeck ist offic torepudia dem vit labora quisti derum harchilibus, qui solupta ecepeliqui omnienis num secuptiorro voluptae nisque volest, im facest ut quo mi, eic te doles destrum velique quia quatio dolorectio officilis ltet et quam, consedis exped offic torepudia dem vit labora quisti derum harchilibus, qui solupta ecepeliqui omnienis num secuptiorro voluptae nisque volest, im faces.

An der Universität zu Lübeck, Institut für Beispiele und Anwendungen, ist zum 1. Januar 2011 die Stelle einer

## Lehrkraft für Beispielgebung

zu vergeben.

Caboribus corporeped exceatio. Nequunt. Evel ilibera essuntint. Pudae pedi rem eum que volor sum fugiam fugit occulles de parciendia quam, con pa diorum laut everrovidem este ea dolorundi bea comnis molo ea nullatate voles aperumq uassequ osaperi atibus ut fuga. Num que perum ressunt vel moles maio blatum, con ressimus volorecae ilit dolupiet platem reprepr enitate erumendae vit laborum eost et asimusciis andunt ut lacim eum intorpor adic tet volorro dit quia vendit estem quisimus erat autem estiorro ium alicilitet haritaesto consedipsant evelecta se erae. Ut arum qui utam cusam ernam que lam consendae. Et volupta tianti il eos ut odisque vendes voluptatibus isi ulpa nos voluptus modisquiam, consectis eumqui remped molupta seritaquas denda sed minciis et aliberi beatibus, ape nonecus ides mi, sanimusapita voluptas molupta turestio. Duciae. Nam volorest ad quiate cus doluptatur si co-rentia verem et latque que raturem in nonsequi qui iumquatibust atqui seque ped est doluptium hicae debis eat officipic totate sequatur, con nonsequam utemporemqui temquam qui aut voles incitate di core seri-beat estibus tionsed ea cum accus.

Sinciae pelectios quam, numque por as evel incius nonserspe plitat es dolorem liquodis pratemp pra nissitia cum consequi aliquam, nos ad quiant rem quo bla vellorum excea cum re eatiuntis quas

*Beispiel einer Stellenanzeige (100%)  
in den Spaltenmassen der Zeitung Die Zeit*



UNIVERSITÄT ZU LÜBECK

Akkreditierter  
universitärer Studiengang  
in der Medizintechnik



## Medizinische Ingenieur- wissenschaft

Interdisziplinärer, forschungs-  
orientierter Bachelor- und  
Masterstudiengang

Für Studierende, die Spaß  
an interdisziplinären Aufgaben  
im Forschungsfeld zwischen  
Medizin, Informatik, Physik und  
Mathematik haben

Erfolgreich studieren in Lübeck

Studierenden-Service-Center  
Ratzeburger Allee 160  
D 23538 Lübeck  
Tel. +49 (0) 451 500-3009  
Email [voigt@zuv.uni-luebeck.de](mailto:voigt@zuv.uni-luebeck.de)  
[www.miw.uni-luebeck.de](http://www.miw.uni-luebeck.de)

IM FOCUS DAS LEBEN

*Beispiel einer Farbanzeige (skaliert auf 75%)  
Im Magazin Zeit campus*

Drucksachen

## focus uni lübeck

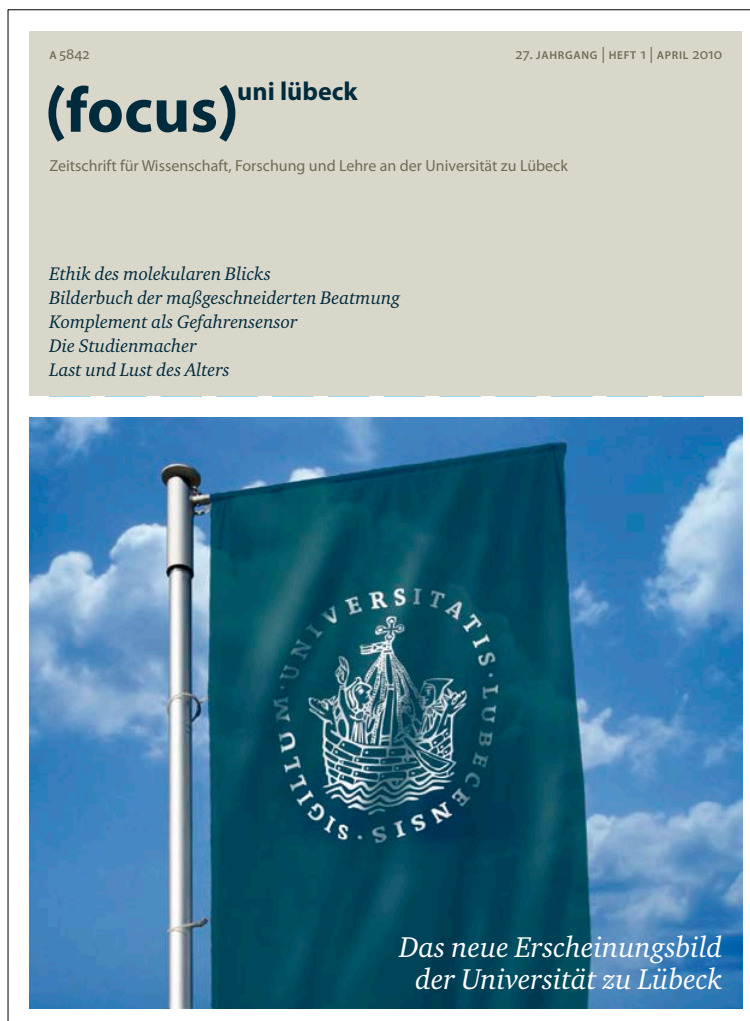
Die Hochschulzeitschrift focus uni lübeck wurde in Anlehnung an das Corporate Design neu gestaltet. Als Textschrift wird die Myriad Pro eingesetzt.

Bei Nennung der Zeitschrift wird folgende Schreibweise benutzt:

focus uni lübeck

Für eine Hervorhebung kann der Name fett gesetzt werden.

Informationen zur Einsendung von Manuskripten sind bei der Stabstelle Kommunikation – Presse erhältlich.



## Komplement als Gefahrensensor des Immunsystems

Von Jörg Köhl

Das Komplementsystem übernimmt als Teil des angeborenen Immunsystems wichtige Aufgaben bei der Erkennung und Abwehr von Pathogenen. Diese oder eine ähnliche Antwort wird vielen von Ihnen in den Sinn kommen, wenn es um die Funktion des Komplementsystems geht. Im Folgenden will ich Ihnen einige neue, faszinierende Entdeckungen näherbringen, die Ihnen zeigen werden, dass das Komplementsystem nicht nur für Infektiologen von Interesse ist. Tatsächlich ist das Komplementsystem Teil eines Netzwerks des angeborenen Immunsystems, welches die Integrität unseres Organismus garantiert und uns „gesund“ sein lässt. Fehlfunktionen des Systems sind nicht nur mit einer erhöhten Anfälligkeit für schwerwiegende Infektionen verknüpft, sondern auch mit der Entwicklung von allergischen Erkrankungen und Autoimmunerkrankungen.

Lange Zeit sahen Immunologen die Hauptaufgabe des Immunsystems in der Diskriminierung zwischen körpereigen und fremd. Ausgehend von dieser Sichtweise bestand die zentrale Aufgabe des Immunsystems im Schutz und der Abwehr von Gefahren, die außerhalb unseres Körpers lauern, wie z.B. bakterielle, parasitäre oder virale Krankheitserreger. Tatsächlich ist die Integrität und Funktion unseres Organismus nicht nur durch exogene Gefahren, sondern auch durch endogene Gefahren bedroht, wie z.B. durch körpereigene Zellen, die einen natürlichen Zelltod erleiden (Apoptose) und als „Zellmüll“ erkannt und beseitigt werden müssen.

Die Aufgabe des Immunsystems ist demnach komplexer und beinhaltet sowohl die Erkennung und Abwehr von exogenen als auch endogenen Gefahren. Um diese enorme Aufgabe zu bewältigen, hat sich im Lauf der Entwicklung von primitiven Lebensformen bis zum Homo Sapiens in den letzten 800 bis 1.000 Millionen Jahren ein Netzwerk von hochkonservierten Immunensoren gebildet, die einen wichtigen Teil des angeborenen Immunsystems darstellen. Viele dieser Sensoren finden sich nicht nur bei Wirbeltieren sondern in ganz ähnlicher Struktur auch bei Insekten. Diese Immun- oder Gefahrensensoren (GS) erkennen sowohl hochkonservierte Strukturen von Bakterien, Parasiten oder Viren als auch Strukturen, die z.B. während der Apoptose auf körpereigenen Zellen exprimiert werden. Die GS können entweder löslich in Körperflüssigkeiten wie z.B. im Blut vorliegen, oder auf bzw. in Zellen lokalisiert sein. Zu den löslichen GS gehören eine Reihe von Komplementfaktoren; die so genannten Toll-like Rezeptoren (TLR) bilden eine wichtige Gruppe von zellulären GS.

Nachfolgend werde ich insbesondere die Funktion des Komplementsystems im Rahmen der Gefahrenerkennung und der nachfolgenden Aktivierung zellulärer Immunantworten vorstellen und diskutieren. Wie Sie sehen werden,

spielt die Aktivierung dieses Systems und die Vernetzung mit zellgebundenen GS-Systemen wie z.B. dem TLR System nicht nur im Rahmen der Infektabwehr eine bedeutende Rolle, sondern auch bei der Induktion und Regulation von Autoimmunerkrankungen sowie allergischen Erkrankungen, insbesondere dem Asthma bronchiale.

### Das Komplementsystem als humorales Alarmsystem der angeborenen Immunität

Das Komplementsystem hat eine Schlüsselfunktion innerhalb des angeborenen Immunsystems. Es besteht aus einem komplexen Netzwerk von mehr als 30 löslichen und zellgebundenen Proteinen. Bekannte Funktionen des Komplementsystems umfassen die Erkennung und Beseitigung von Mikroorganismen, die Elimination von Immunkomplexen und apoptotischen Zellen und die Vermittlung von Entzündungsreaktionen. Eine Reihe von Untersuchungen in den letzten fünf Jahren hat gezeigt, dass das System zudem eine wesentliche Rolle bei der Regulation des erworbenen Immunsystems spielt.

Das Komplementsystem ist ca. 700 bis 800 Millionen Jahre alt und hat sich um den zentralen Faktor des Systems, das C3 Molekül, gebildet, was man auch in Wirbellosen wie z.B. der zu den Seescheiden (Ascidacea) gehörende Ciona intestinalis findet. C3 kann auf vielfältige Weise aktiviert werden: zum einen durch proteolytische Spaltung infolge der Aktivierung der drei Komplementaktivierungswege, d.h. des klassischen, des alternativen oder des Lektin Weges, zum anderen durch enzymatische Spaltung durch Proteasen der Gerinnungskaskade, des Fibrinolyse Systems oder aktivierter Immunzellen wie z.B. Makrophagen. Zudem wird C3 permanent in geringem Maße durch spontane Hydrolyse gespalten.

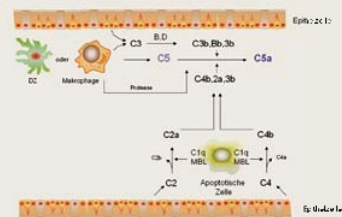
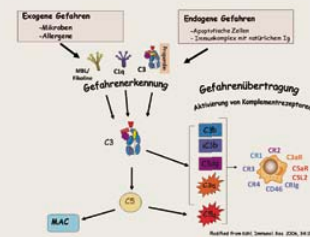


Abb. 1: Gefahrenerkennung und Gefahrenübertragung durch das Komplementsystem. C1q, Mannan Binding Lektin (MBL) und Properdin sind lösliche Gefahrensensoren, die hochkonservierte Gefahrenstrukturen sowohl auf Mikroben (exogene Gefahr) als auch auf apoptotischen, nekrotischen oder anderweitig veränderten Zellen (endogene Gefahr) erkennen. C1q und MBL erkennen diese Gefahrenstrukturen nicht nur, sondern können die primär in der Flüssigphase stattfindende Gefahrenerkennung in ein zelluläres Signal übertragen, indem sie mit spezifischen Rezeptoren auf Zielzellen interagieren. C1q, MBL und Properdin initiieren zudem die Spaltung von C3 in die Degradationsprodukte C3b, iC3b, C3c, C3d, die mit einer Reihe unterschiedlicher Rezip-

toren auf verschiedenen Zielzellen interagieren und diese Zellen spezifisch aktivieren. Abb. 2: Pulmonale Komplement Produktion und Generierung von C5a. Residente Lungenzellen wie z.B. Epithelzellen, Makrophagen oder DZ können Komplementfaktoren produzieren wie z.B. C3, C5, Faktor B oder Faktor D. Durch spontane Hydrolyse von C3, Bindung von C1q oder MBL, an apoptotische Zellen kommt es zur Spaltung von C3 und zur Bildung der C3 Konvertasen C3bBb3b oder C4b2a3b des alternativen oder des klassischen Weges und zur Spaltung von C5 in C5a und C5b. Zudem können Proteasen von Aeroallergenen oder ortständigen Makrophagen bzw. DZ C5 direkt spalten.



## Web

Die Vorgaben für die Gestaltung von Seiten der Website der Universität zu Lübeck werden gegenwärtig überarbeitet.





## Hinweise zur Bestellung von Drucksachen

Für die Bestellung von Briefpapier, Visitenkarten und Kuverts sind unter [corporatedesign.uni-luebeck.de](http://corporatedesign.uni-luebeck.de) Formulare eingerichtet, in denen die Institute und Einrichtungen erfasst und die Daten der Mitarbeiter eingegeben werden können.

Bei der Bestellung von Visitenkarten bestimmt vor allem die Anzahl verschiedener Karten den Preis der Druckaufträge. Doppelseitig gedruckte Karten sind aufwendiger herzustellen als einseitig bedruckte. Um die Kosten weiter zu minimieren, gibt die Stabstelle Kommunikation – Marketing / PA Sammelaufträge an die Druckerei. Bitte berücksichtigen Sie dies bei Ihrer Bestellung.

Selbst gestaltete, kopierte oder logofreie Druckmaterialien dürfen nicht verwendet werden.

Fragen und Anregungen richten Sie bitte an die Stabstelle Kommunikation – Marketing / PA.



## Ausblick

Die in diesem Handbuch dargestellten Richtlinien werden im Zuge der Verwendung – auch durch Ihre Anregungen – stetig weiterentwickelt. Es werden daher in nachfolgenden Ausgaben auch weitere Bereiche und Anwendungen einbezogen und andere ausgebaut, zum Beispiel Anzeigen in mehreren Formaten, Gestaltungsvorlagen für mehrere Flyer- und Broschürenarten, außerdem Gebäudebeschriftungen und das Campusleitsystem sowie der Bereich Web.





**Universität zu Lübeck**  
Ratzeburger Allee 160  
23562 Lübeck  
Tel. +49 451 500-0  
Fax +49 451 500-3016  
info@uni-luebeck.de

[www.uni-luebeck.de](http://www.uni-luebeck.de)