



Presse-Information

Der Tradition verbunden, für die Zukunft gerüstet

Universität Marburg führt neues Corporate Design ein

Knapp zwei Jahre vor ihrem 500-Jahre-Jubiläum präsentiert sich die Philipps-Universität Marburg mit einem neuen Erscheinungsbild. „Die Tradition der Universität ist ein wertvolles Fundament, auf dem wir im neuen Corporate Design aufbauen“, erklärt Universitätspräsident Prof. Dr. Thomas Nauss. „Doch in einer sich schnell verändernden Welt muss die Universität ihre Position kontinuierlich stärken und zukunftsorientiert weiterentwickeln. Ein einheitlicher und wiedererkennbarer Markenauftritt unterstützt uns dabei, das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Universität zu fördern und gleichzeitig unsere Identität nach außen klar und kraftvoll zu vermitteln“, betont Nauss.

Das neue Designsystem wird in den nächsten Monaten Schritt für Schritt in den verschiedenen Medien der Universität umgesetzt. „Das Markenbild wird über alle Medien hinweg die Wiedererkennbarkeit der Universität in ihrer großen Vielfalt stärken“, sagt die Vizepräsidentin für Universitätskultur und Qualitätsentwicklung, Prof. Dr. Evelyn Korn. „Als die Universität zuletzt vor rund zwanzig Jahren ein Corporate Design definierte, waren die Voraussetzungen noch ganz andere. Eine auch in Wissenschaft und Lehre digital und global ausgerichtete Welt machte es notwendig, dass wir unseren visuellen Auftritt weiterentwickeln.“

Aus dem Universitätssiegel abgeleitet

Das neue Design spannt einen Bogen von der Tradition in die Moderne. Das Universitätssiegel bleibt ein wichtiges Gestaltungselement. Es wurde auf Basis des Siegels von 1916 neu gezeichnet, vereinfacht und ist jetzt noch ausdrucksstärker. Die wesentlichen Komponenten – das Logo und die Kreiselemente – sind aus dem Siegel abgeleitet.

Das Logo ist eine prägnante Wort-Bild-Marke, die in ihrer Reduktion Klarheit in der Kommunikation bietet und besonders in der digitalen Medienwelt gut anwendbar ist. Die Bildmarke ist aus der Mitte des Siegels abgeleitet. Sie zeigt den Universitätsgründer Philipp den Großmütigen. Der offizielle Name Philipps-Universität Marburg bleibt bestehen, doch in der Wortmarke des Logos ist er auf „Universität Marburg“ reduziert, auch um international besser nutzbar zu sein. Für die internationale Verwendung wird die englische Variante „Marburg University“

eingeführt. Siegel und Logo können auf Medien zusammen eingesetzt werden, was visuell besonders wirkungsvoll ist.

Variabel und zeitgemäß in allen Medien

Das Designsystem greift die Kreisform des Siegels auf, die für Kontinuität, Verbindung und Vollständigkeit steht. In verschiedenen Formenkombinationen bilden Kreis, Halb- und Viertelkreis die Grundbausteine des Gestaltungssystems. Die Kreiselemente lassen sich gestalterisch nutzen, um Bewegung und Vielfalt zu visualisieren. Die Kombination dieser Elemente mit einem festgelegten Farbenkanon erlaubt den unterschiedlichen Bereichen der Universität – von Fachbereichen und Instituten über Zentren, Einrichtungen und Verbundprojekte – eigene visuelle Akzente unter dem Markendach der Universität Marburg zu setzen.

Leitfarbe der Universität bleibt Blau – in einem etwas helleren Farbton als bisher. Hinzu kommen weitere Farben, die mit Blau und auch untereinander weitgehend barrierefrei kombiniert werden können. Die neue Schriftart, Noto Sans, ist gut ausgebaut und besonders barrierearm. Im Zusammenspiel aller Komponenten erzeugt das neue grafische Gestaltungskonzept ein traditionsverbundenes und zugleich modernes Erscheinungsbild.

„Einfache Gestaltungsprinzipien, eine modulare Struktur und Vorlagen sollen dazu beitragen, dass das Corporate Design durchgängig angewendet wird“, sagt die Projektleiterin Andrea Ruppel. „Gleichzeitig bietet es Raum für Anpassungen und die kreative Nutzung. Dies erleichtert nicht nur die Anwendung, sondern stärkt auch die visuelle Identität der Universität Marburg.“

Gemeinsam entwickelt

Der Wunsch nach einem neuen Erscheinungsbild kam aus der Universität heraus. Für viele Einsatzzwecke – von digitalen Präsentationen bis zu Social Media – war der fast 20 Jahre alte optische Auftritt nicht mehr gut geeignet. Ausgangspunkt für die Überarbeitung war eine universitätsweite Befragung. In der Folge haben verschiedene Gruppen und Gremien zunächst an der Entwicklung eines Leitbilds der Universität mitgewirkt. Darauf aufbauend wurde 2023 der Auftrag für die Überarbeitung des Corporate Designs öffentlich ausgeschrieben. Die „amatik Designagentur“ aus Kiel erhielt nach einem zweistufigen Auswahlverfahren den Zuschlag. Ein Beirat mit Beteiligten aus verschiedenen Bereichen der Universität hat die Entwicklung begleitet. Die Projektleitung war in der Stabsstelle Hochschulkommunikation angesiedelt.

Wie geht es weiter?

Die Einführung des umfassenden Corporate-Design-Systems beginnt im Juni 2025 und wird in einem schrittweisen Prozess fortgeführt. In einem Online-Portal finden die Mitglieder der Universität Informationen und Unterstützungsangebote für die Anwendung der Gestaltungsrichtlinien.



Universität
Marburg

Im Webauftritt der Universität ist das neue CD über Logo, Schrift und Blauton bereits sichtbar. Die systematische Übertragung der neuen Gestaltung auf die gesamte Webpräsenz wird aktuell erarbeitet. Parallel dazu wird der technische Unterbau der Website grundlegend erneuert, um den Auftritt zukunftssicher zu gestalten.

Die Universität präsentiert sich beim Uni-Sommerfest am 25. Juli 2025 mit dem neuen Markenbild und bietet dort erste Merchandising-Produkte an.

Weitere Informationen über das Corporate Design der Universität Marburg:

Kurzfilm: <https://youtu.be/4rMxDQjUKME>

Anhang: Fragen und Antworten zum Corporate Design

Ansprechperson:

Andrea Ruppel
Projektleiterin Corporate Design
Hochschulkommunikation
Philipps-Universität Marburg
Tel.: 06421 28-26216
E-Mail: cd@uni-marburg.de

Bildmaterial zum Download

Bildtext:

Universitätspräsident Prof. Dr. Thomas Nauss (Mitte) präsentiert das neue Corporate Design mit Projektleiterin Andrea Ruppel (2. von rechts) sowie (von links) Claudia Heesch, Florian Riedel und Leonie Vogel von der amatik Designagentur.
Foto: Christian Stein

Bild zum Download:

https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/gruppenbild_cd

Bildtext:

Im Erdgeschoss des Uni-Gebäudes Biegenstraße 10 haben Eingangsbereich und die Anlaufstelle für Studierende eine neue Gestaltung erhalten. Foto: Christian Stein

Bild zum Download:

<https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/eingangbi10>

Bildtext:

Logo der Philipps-Universität Marburg. Gestaltung: amatik Designagentur

Bild zum Download:

https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/unimarburg_philipp_blau_cmyk_de.jpg

Bildtext:

Siegel der Philipps-Universität Marburg. Gestaltung: amatik Designagentur

Bild zum Download:

https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/unimarburg_siegel_blau_rgb.jpg

Bildtext:

Anwendungsbeispiel: Siegel und Kreiselemente auf einer Tasche. Gestaltung: amatik Designagentur

Bild zum Download:

https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/unimarburg_tasche-c-amatik.jpg

Bildtext:

Anwendungsbeispiel: Plakat im neuen Design. Gestaltung: amatik Designagentur

Bild zum Download:

https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/beispiel_plakat-c-amatik.jpg

Bildtext:

Anwendungsbeispiel: Plakat im neuen Design. Gestaltung: amatik Designagentur

Bild zum Download:

https://www.uni-marburg.de/de/bilder/corporate-design/beispiel_plakat-c-amatik.jpg

Fragen und Antworten zum neuen Corporate Design der Universität Marburg

Warum ein neues Erscheinungsbild?

Die Universität Marburg hat ihr Corporate Design (CD) erneuert, um ein einheitliches, zeitgemäßes und wiedererkennbares Erscheinungsbild zu schaffen. Ziel ist es, die Kommunikation zu vereinfachen und den Anforderungen moderner Hochschulkommunikation gerecht zu werden. Wir haben ein zukunftsfähiges Design geschaffen, das Identität stiftet und gleichzeitig flexibel einsetzbar ist.

Was ist neu?

Das neue Designsystem ist aus dem Siegel der Universität abgeleitet. Das Siegel bleibt ein wichtiger Baustein im Corporate Design. Das Logo leitet sich aus der Mitte des Siegels ab. Es zeigt den Universitätsgründer Philipp. Die Darstellung konzentriert sich auf das Wesentliche. Der Universitätsname Philipps-Universität Marburg bleibt erhalten, doch die Wortmarke im Logo wird auf Universität Marburg reduziert, auch, um international besser nutzbar zu sein (Marburg University). Die Kreiselemente im CD leiten sich aus der Siegelform ab und sind die Basis für ein flexibles, variables Gestaltungssystem. Das CD stärkt die Wiedererkennbarkeit der Universität in digitalen und internationalen Kontexten.

Warum wurde das Siegel nicht als Logo übernommen?

Das Siegel ist wichtig für die Tradition, eignet sich jedoch aufgrund seiner Detailfülle nicht für alle Anwendungen, besonders digital. Es bleibt ein Bestandteil des visuellen Auftritts, wird aber durch ein leicht erkennbares, merkfähiges Logo ergänzt, das skalierbar ist für alle Medienformate.

Wie wurde das neue CD entwickelt?

Die Entwicklung basiert auf einer Umfrage unter den Studierenden und Beschäftigten der Universität und wurde von einem Beirat begleitet. Das Design entwickelte eine Agentur, die im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung den Zuschlag erhalten hatte. Das CD-Konzept wurde den universitären Gremien vorgestellt und mit Expert*innen beraten. Viele Anregungen aus diesen Runden sind in das Konzept eingeflossen.

Was rechtfertigt die Investition in eine neues CD?

Ein einheitliches, zeitgemäßes Erscheinungsbild erleichtert es der Universität, ihre Werte und wissenschaftliche Qualität nach innen und außen zu vermitteln. Es hilft auch dabei, im globalen Wettbewerb um Studierende, Talente, Forschungsförderung und Kooperationen sichtbar und attraktiv zu bleiben. Das CD bietet Vorlagen und Gestaltungsregeln, was Prozesse in der Öffentlichkeitsarbeit, Lehre und Verwaltung vereinfacht und dadurch langfristig Kosten senkt.

Wie läuft die Einführung des CDs ab?

Die Universität führt das neue CD am 5. Juni 2025 offiziell ein und beginnt mit der schrittweisen Umsetzung. Am Verwaltungsgebäude in der Biegenstraße ist die neue Gestaltung bereits sichtbar. Erste Dokumente und Medien sind umgestellt. Für einige Monate sind das alte und neue Erscheinungsbild parallel sichtbar. Zum Jubiläum 2027 zeigt sich die Universität in einem einheitlichen, modernen Erscheinungsbild – bereit für die Zukunft.