

HAZ
3.1.

Auftritt mit neuem Design

Klingt nach einer anspruchsvollen Aufgabe: Tradition und Moderne zu verbinden, das Welfenschloss ebenso zu symbolisieren wie den internationalen Anspruch der Universität Hannover. Schaffen soll all dies das neue Design der Universität, das bereits jetzt auf zahlreichen internen Veröffentlichungen prangt und künftig das gesamte Erscheinungsbild der Hochschule prägen soll. „Der Außenauftritt der Universität“, kündigt Hochschul-Sprecherin Monika Brickwedde an, „wird komplett verändert.“

Das alte Logo hatte viele an der Universität zuletzt zunehmend verdrießlich gestimmt. Die fein abgestuften Kästchen hätten beim Drucken und Kopieren immer wieder Probleme bereitet, erklärt Brickwedde. Dazu kam Unwohlsein mit dem gar zu umgänglichen Tonfall des Schriftzugs: „Der Begriff ‚uni‘ erinnerte überdeutlich an die siebziger Jahre.“ Und obendrein wurde das Logo nicht einmal durchgängig verwendet.

Eine neues **LOGO** soll die Universität internationaler und moderner erscheinen lassen – doch nicht alle sind begeistert.



Soll die Turm-Silhouetten des Welfenschlosses symbolisieren: das neue Logo.

Anlass genug, so Uni-Sprecherin Brickwedde, für ein „grundlegendes Umdenken“.

Beauftragt mit dem Umdenken wurden drei Werbeagenturen, entschieden hat sich der so genannte Kommunikationsbeirat der Universität – ein Gremium, das eigens für das Hochschulmarketing eingerichtet wurde – für die Arbeit



Bei Kopie und Druck gab es Probleme: Das alte Logo hat ausgedient.

des Instituts für integriertes Design aus Bremen. Der Entwickler, Professor Detlev Rahe, machte die „uni“ („Dieser Ausdruck ist international völlig unverständlich“) wieder zur „Universität“ und ersann ein „offenes Zeichen, das sowohl aus den Turm-Silhouetten des Welfenschlosses als auch aus der Buchstabenkombination ‚U‘ und ‚H‘ hergeleitet ist“.

Wie viel dieses Umdenken die Universität Hannover gekostet hat, mag Sprecherin Brickwedde allerdings nicht verraten.

Das neue Logo gilt auch bei Mitarbeitern als durchaus nicht unumstritten. Schon bei einer ersten Vorstellung des Erscheinungsbildes im vergangenen Frühjahr waren die Reaktionen sehr gemischt ausgefallen. Doch Uni-Sprecherin Monika Brickwedde ist dennoch zuversichtlich und setzt auf die Zukunft: „Wenn das neue Design vollständig eingeführt ist, wird sich seine Qualität richtig zeigen.“ tof