

Zielgruppen der Marke

- Studierende der TU Ilmenau, schwerpunktmäßig der Medienstudiengänge
- Mitarbeiter der TU Ilmenau, schwerpunktmäßig der Medienstudiengänge
- Studieninteressierte: Schüler und Studienwechsler
- Unternehmen: Potentielle Sponsoren und Kooperationspartner für Forschungsprojekte

Medien

- Broschüren (A4, A5)
- Flyer (A4, A5, gefalzt)
- Plakate
- Website
- Präsentationen (Keynote, PowerPoint etc.)

Botschaften

- Auf dem Campus, in den Köpfen.
- Wir sind eine Plattform.
- Einen Schritt voraus.
- Im grünen Herzen Deutschlands.

Ausdruck

- Zurückhaltung
- Dienstleistung
- Kooperation
- Seriosität
- modern

CD Leitfaden Benchmarks

- http://identityworks.com/tools/guidelines_and_standards_manuals.htm
- http://www.hq-gfx.de/?page_id=373

Vorgaben für die Entwicklung des CD-Leitfadens

- Ganzheitlicher Ansatz
- Die Gestaltung ist zu jedem Zeitpunkt und in allen Präsentationen wichtig
- Strukturierte Herangehensweise
- Rücksprache mit dem MediaCampus-Team
- Das Ergebnis ist nicht für die Schublade