



Reglement über das Corporate Design der Universität Zürich

(vom 3. Juni 2010)

Die Universitätsleitung beschliesst:

A. Allgemeines

§ 1 Gegenstand und Zweck

¹ Das Corporate Design (CD) der Universität Zürich (UZH) legt die Art und Weise des visuellen Auftretens der UZH fest.

² Das CD umfasst sämtliche Erscheinungsformen der Bezeichnung der UZH, d. h. insbesondere den Begriff «Universität Zürich», die Kurzform «UZH», das Logo und das Siegel.

§ 2 Zuständigkeiten

Für die Einführung und Anwendung des CD ist die oder der Delegierte der Rektorin oder des Rektors für Kommunikation zuständig. Die Rektorin oder der Rektor entscheidet abschliessend.

B. Geltungsbereich und Ausnahmen

§ 3 Geltungsbereich des Corporate Design

¹ Das CD ist für alle Organisationseinheiten der UZH verbindlich.

² Die Verwendung des CD oder von Teilen davon durch Institutionen oder Organisationseinheiten, die nicht unmittelbar der UZH angehören, bedarf der vorgängigen Bewilligung.

³ Die Verwendung durch Dritte kann bewilligt werden, wenn die oder der Antragstellende darlegt, dass der Verwendungszweck einen engen Bezug zur UZH hat oder dem Ansehen der UZH förderlich ist. Dies kann insbesondere zutreffen bei Veranstaltungen, die von Universitätsgremien oder Universitätsangehörigen organisiert werden.

§ 4 Ausnahmen

¹ Ausnahmsweise kann einer Organisationseinheit der UZH die Verwendung eines eigenen Logos oder eines eigenen CD gemäss den von der Universitätsleitung beschlossenen Kriterien gestattet werden.

² Voraussetzungen für eine Ausnahmegewilligung sind die Einhaltung der Basiselemente des CD, der Nachweis des Nutzens sowohl für die Institution als auch für die UZH sowie die Sicherstellung der Finanzierung eines eigenständigen Auftritts.

C. Anwendung

§ 5 Grundsatz

¹ Das CD mit allen seinen Elementen, insbesondere Erscheinungsbild, verwendete Schrift, Logo und Siegel, darf nicht verändert werden.

² Über die gemäss § 3 vorgeschriebene Verwendung hinaus gehende Benutzungen des CD, z. B. für Merchandising-Artikel, müssen vorgängig bewilligt werden.

³ Das Siegel kommt mit Ausnahme der Prägung auf den Abschlusszeugnissen nicht allein zur Anwendung.

⁴ Die Einzelheiten der Anwendung des CD sind in den CD-Manuals festgelegt.

§ 6 Verwendung des Corporate Design bei gemeinsamen Organisationseinheiten und bei Partnerinstitutionen

¹ Bei gemeinsamen Organisationseinheiten und gemeinsamen Einrichtungen der UZH mit Dritten sowie bei Kooperationen und im Rahmen von Vereinbarungen zwischen der UZH und Partnerinstitutionen, in welchen der UZH die Führung zukommt («leading house»), gelangt das CD der UZH zur Anwendung. Der Partnerauftritt ist in den CD-Manuals geregelt.

² Bei der Errichtung neuer gemeinsamer Organisationseinheiten oder gemeinsamer Einrichtungen sind die vorgesehenen CD der oder dem Delegierten der Rektorin oder des Rektors für Kommunikation vorab zur Stellungnahme vorzulegen.

§ 7 Verwendung des Corporate Design bei Doppelprofessorinnen und Doppelprofessoren

Für Doppelprofessorinnen und -professoren, die nicht an einem Doppelinstitut tätig sind, gelten die Regelungen desjenigen Instituts, an dem sie tätig sind, wobei sicherzustellen ist, dass auf die Doppelprofessur hingewiesen wird.

§ 8 Verwendung des Corporate Design bei assoziierten Instituten und Spin-off-Unternehmen

Bei assoziierten Instituten und Spin-off-Unternehmen der UZH ist der Hinweis «assoziertes Institut der Universität Zürich» bzw. «ein Spin-off-Unternehmen der Universität Zürich» oder «ein Spin-off-Unternehmen an der Universität Zürich» zulässig. Bei Spin-off-Unternehmen ist überdies für die Verwendung des Logos auf Firmenschriften und Korrespondenz eine vorgängige Bewilligung einzuholen.

D. Umsetzung

§ 9 Zuständigkeit

¹ Die jeweilige Leitung einer Organisationseinheit ist verantwortlich für die Umsetzung des CD in ihrem Bereich.

² Überdies sind sämtliche Mitarbeitenden gehalten, das CD ordnungsgemäss anzuwenden.

E. Bewilligungen

§ 10 Bewilligungen

Für die Erteilung von Bewilligungen nach diesem Reglement ist die oder der Delegierte der Rektorin oder des Rektors für Kommunikation zuständig. Um Bewilligungen ist schriftlich nachzusuchen. Die Rektorin oder der Rektor entscheidet abschliessend.

F. Schlussbestimmungen

§ 11 Aufhebung bisheriger Erlasse

Sämtliche Erlasse und Bestimmungen, die das CD der UZH regeln, werden aufgehoben, insbesondere:

- a. Weisung über das Corporate Design der Universität Zürich vom 28. Februar 2002,
- b. Weisung über die Verwendung des Universitätssiegels vom 25. Juni 1998,
- c. Richtlinie für die Verwendung von Logos auf den Briefschaften vom 6. Dezember 2001,
- d. Weisungen über das Corporate Design der gemeinsamen Einrichtungen der Universität Zürich und der ETH Zürich vom 7. Mai 2002, nachgeführt am 2. März 2006.

§ 12 Verwendung des gemeinsamen Corporate Design mit der ETH Zürich und der PH Zürich

Die Partnerlogos mit der ETH Zürich und der PH Zürich werden aufgehoben und durch die Logos der jeweils beteiligten Institutionen ersetzt.

§ 13 Übergangsbestimmungen

¹ Für Korrespondenzunterlagen u. Ä. (z. B. Geschäftspapiere, Briefe, Rechnungen) ist ab 1. November 2010 das neue CD zu verwenden.

² Sämtliche Printmedien (z. B. Publikationen, Berichte, Plakate, Inserate) mit Erscheinungsdatum nach dem 1. November 2010 sind gemäss dem neuen CD zu gestalten.

³ Für bestehende Bestände von Printmedien und den Webbereich gilt eine Übergangsfrist bis zum 31. Juli 2012.

⁴ Für die Signaletik gilt eine Übergangsfrist bis zum 31. Juli 2015. Diese kann bei Bedarf verlängert werden.

⁵ Die vorhandenen Papiervorräte für Abschlussurkunden können aufgebraucht werden.

§ 14 Inkrafttreten

Dieses Reglement tritt per 1. August 2010 in Kraft.

Im Namen der Universitätsleitung
Der Rektor: Der Generalsekretär:
Fischer Reimann