



# Reglement über das Corporate Design der Universität Zürich

vom 25. Juni 2024

Die Universitätsleitung, gestützt auf § 31 Abs. 4 UniG<sup>1</sup>, beschliesst:

## A. Allgemeines

### § 1 Gegenstand und Zweck

<sup>1</sup> Dieses Reglement bezweckt eine einheitliche Anwendung des Corporate Design (CD) der Universität Zürich (UZH) und legt die Art und Weise des visuellen Auftretts der UZH fest.

<sup>2</sup> Das CD beinhaltet das gesamte, digitale und analoge Erscheinungsbild der UZH sowie die Bezeichnungen der UZH, d. h. insbesondere den Begriff «Universität Zürich», die Kurzform «UZH», das Logo und das Siegel.

### § 2 Geltungsbereich

Dieses Reglement und das CD ist für alle Organisationseinheiten und Mitarbeitenden der UZH verbindlich.

### § 3 Zuständigkeit

<sup>1</sup> Die Abteilung Kommunikation ist für die Entwicklung, Anpassung, Auslegung und einheitliche Anwendung des CD zuständig.

<sup>2</sup> Die jeweilige Leitung einer Organisationseinheit ist verantwortlich für die Umsetzung des CD in ihrem Bereich.

<sup>3</sup> Überdies sind sämtliche Mitarbeitenden gehalten, das CD ordnungsgemäss anzuwenden.

<sup>4</sup> Im Streitfall über die Auslegung und die Anwendung des CD entscheidet die Rektorin oder der Rektor abschliessend.

## B. Anwendung

### § 4 Grundsatz

<sup>1</sup> Das CD mit allen seinen Elementen, das Logo, das Siegel und die verwendeten Schriften dürfen nicht verändert werden.

<sup>2</sup> Die Abteilung Kommunikation regelt die Einzelheiten über die Anwendung des CD. Diese werden auf der UZH-Corporate Design-Website publiziert und sind verbindlich.

<sup>3</sup> Eine Verwendung des CD, die vom vorliegenden Reglement oder den auf der UZH-Corporate Design-Webseite publizierten Regeln abweicht, bedarf der vorgängigen, schriftlichen Bewilligung durch die Abteilung Kommunikation.

### § 5 Erweiterter Markenauftritt durch Organisationseinheiten der UZH

<sup>1</sup> Organisationseinheiten haben grundsätzlich keinen eigenen Markenauftritt. Ausnahmsweise kann eine Organisationseinheit der UZH, deren Angebot in Konkurrenz mit anderen Marktteilnehmern steht und eine breite, öffentliche Zielgruppe anspricht, einen erweiterten Markenauftritt beantragen.

<sup>2</sup> Voraussetzung für eine Ausnahmegewilligung ist namentlich der Nachweis des Vorteils eines erweiterten Markenauftritts, sowohl für die Organisationseinheit als auch für die UZH, sowie die Sicherstellung der Finanzierung eines eigenständigen Auftretts.

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

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Bei der Errichtung neuer gemeinsamer Organisationseinheiten oder gemeinsamer Einrichtungen ist das vorgesehene CD der Abteilung Kommunikation vorab zur Bewilligung vorzulegen.

## **§ 7 Verwendung des Corporate Design bei Doppelprofessorinnen und Doppelprofessoren**

<sup>1</sup> Für Doppelprofessorinnen und -professoren, die nicht an einem Doppelinstitut tätig sind, gelten die CD-Regelungen desjenigen Instituts, an dem sie hauptsächlich tätig sind, wobei sicherzustellen ist, dass auf die Doppelprofessur hingewiesen wird.

<sup>2</sup> Anderslautende Vereinbarungen bleiben vorbehalten.

## **§ 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» oder „Associated Institute of the University of Zurich» bzw. «ein Spin-off-Unternehmen der Universität Zürich» oder «ein Spin-off-Unternehmen an der Universität Zürich» zulässig.

## **§ 9 Verwendung des Corporate Design durch Dritte**

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

## **§ 10 Bewilligungen**

<sup>1</sup> Für die Erteilung von Bewilligungen nach diesem Reglement ist die Abteilung Kommunikation zuständig.

<sup>2</sup> Um Bewilligungen ist schriftlich nachzusuchen. Im Streitfall entscheidet die Rektorin oder der Rektor abschliessend.

# **D. Schlussbestimmungen**

## **§ 11 Aufhebung bisherigen Rechts**

Das Reglement über das Corporate Design der Universität Zürich vom 3. Juni 2010 wird aufgehoben.

## **§ 12 Übergangsbestimmungen**

<sup>1</sup> Die neuen CD-Vorlagen stehen ab dem 30. Juni 2024 sämtlichen Organisationseinheiten und Mitarbeitenden der UZH zur Verfügung.

<sup>2</sup> Ab dem 1. Januar 2025 ist von sämtlichen Organisationseinheiten und Mitarbeitenden der UZH ausschliesslich das deutsche Logo der UZH zu verwenden.

<sup>3</sup> Das neue CD ist ab dem 1. Januar 2025 von sämtlichen Organisationseinheiten und Mitarbeitenden der UZH zu verwenden.

<sup>4</sup> Bestehende Bestände von Drucksachen (Briefumschläge, Visitenkarten, Kurzantwortblöcke) werden aufgebraucht.

<sup>5</sup> Das CD der permanenten Signaletik bleibt unverändert.

<sup>6</sup> Das CD der Abschlussurkunden und weiterer Studierenden-Dokumente bleibt unverändert.

## **§ 13 Inkrafttreten**

Dieses Reglement tritt am 25. Juni 2024 in Kraft.