

Richtlinien über die Verwendung des Logos der ETH Zürich

vom 9. Dezember 2014

Die Schulleitung der ETH Zürich,

gestützt auf Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe g der Organisationsverordnung ETH Zürich vom 16. Dezember 2003¹,

erlässt folgende Richtlinien:

1. Kapitel Allgemeines

Art. 1 Zweck und Geltungsbereich

¹ Diese Richtlinien sollen die korrekte Verwendung des Logos der ETH Zürich (ETH-Logo) sicherstellen sowie dem Missbrauch vorbeugen.

² Sie gelten für alle Organisationseinheiten der ETH Zürich.

Art. 2 Das Logo der ETH Zürich

Das ETH-Logo ist ein Hauptbestandteil und konstantes Element des Erscheinungsbildes (Corporate Design) der ETH Zürich. Es stärkt die Identität der Hochschule gegen innen und aussen. Zudem bedeutet es einen wirtschaftlichen Wert.

Art. 3 Erlaubte Varianten

¹ Es gibt zwei gültige Logoversionen der ETH Zürich, die je nach Anwendungsbereich zum Einsatz kommen. Hauptbestandteil beider Logovarianten ist das Akronym «ETH».

² Das ETH-Zürich-Langlogo setzt sich aus dem Akronym «ETH» und den Unterzeilen «Eidgenössische Technische Hochschule Zürich» und «Swiss Federal Institute of Technology Zurich» zusammen.



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

¹ RSETHZ 201.021

Es wird ausschliesslich im Bürobereich, d.h. auf sämtlichen Medien des täglichen Bedarfs wie Brief, Visitenkarte, Couverts, etc. verwendet. Das ETH-Zürich-Langlogo wird auf allen Büromedien immer oben links platziert. Der im Corporate Design Manual definierte Schutzraum zu allen Seiten des Logos ist stets einzuhalten.

³ Das ETH-Zürich-Kurzlogo setzt sich aus dem Akronym «ETH» und «zürich» zusammen.

The logo consists of the letters 'ETH' in a bold, black, sans-serif font, followed by the word 'zürich' in a lowercase, black, sans-serif font. The 'z' in 'zürich' is lowercase and has a lowercase 'ü'.

Es wird im Gestaltungsbereich verwendet, d. h. auf professionellen Druckerzeugnissen wie Broschüren, Werbeplakate, Banner und Flyer. Ausserdem kommt es in Web und Video sowie bei Präsentationen und Merchandising-Artikeln zum Einsatz.

Das ETH-Zürich-Kurzlogo wird auf den Medien des Gestaltungsbereichs immer oben links platziert. Der im Corporate Design Manual definierte Schutzraum zu allen Seiten des Logos ist stets einzuhalten.

⁴ Die im Corporate Design Manual der ETH festgehaltene Form des ETH-Zürich-Langlogo bzw. ETH-Zürich-Kurzlogo darf in keiner Weise verändert werden. Es muss immer die Originalversion eingesetzt werden.

Art. 4 Farbe und Platzierung

¹ Das ETH-Zürich-Kurzlogo und das ETH-Zürich-Langlogo gibt es ausschliesslich in Schwarz (positiv) oder Weiss (negativ). Auf weisser Fläche wird die schwarze Logo-Variante, auf farbiger oder schwarzer Fläche wird die weisse Logo-Variante verwendet.

² Das Corporate Design der ETH Zürich verfolgt eine Dachmarkenstrategie. Daraus leiten sich folgende Regeln für die Platzierung von Logos im Corporate Design der ETH Zürich ab:

- a) Auf sämtlichen ETH-Kommunikationsmitteln steht das ETH-Logo. Die Platzierung erfolgt gemäss den Angaben im Corporate Design Manual. Im Büro- und Gestaltungsbereich ist das in der Regel oben links.
- b) Tritt eine Organisationseinheit der ETH Zürich als zusätzlicher Absender auf, erscheint diese der Marke ETH Zürich untergeordnet links unten. Die Logoposition und ein Platzhalterfeld sind in den digitalen Vorlagen (Templates) definiert (vgl. Corporate Design Manual). Die Logos von Organisationseinheiten der ETH Zürich müssen optisch kleiner sein als das ETH-Logo. Es ist den Organisationseinheiten freigestellt, ihr Logo oder ihren Namen als Schriftzug zu verwenden.
- c) Sollen zusätzlich Logos von Kooperationspartnern oder Sponsoren in Erscheinung treten, sind für diese in den digitalen Vorlagen (Templates) Position und ein Platzhalterfeld definiert (vgl. Corporate Design Manual). Die Logos von Kooperationspartnern und Sponsoren müssen optisch kleiner sein als das ETH- Logo.

³ Die Vermassungen können im Corporate Design Manual eingesehen oder bei der Abteilung Hochschulkommunikation angefordert werden.

Art. 5 Verwendung für wirtschaftliche Zwecke

Eine wirtschaftliche Verwendung des ETH-Logos ist nur mit Einverständnis der Abteilung Hochschulkommunikation gestattet. Sie regelt Art, Umfang und Abgeltung des Logo-Gebrauchs und hält die Regeln zu dessen ordnungsgemäsem Gebrauch fest.

Art. 6 Verwendung für nicht-wirtschaftliche Zwecke

¹ Übernimmt die Schulleitung, eines ihrer Mitglieder, ein Departement oder Institut bzw. dessen Vorsteher, oder eine selbständige Professur ein Patronat im Sinne einer Qualitätssicherung für einen Anlass, der einen direkten Bezug zur ETH Zürich hat, so darf das ETH-Logo verwendet werden.

² Angehörige der ETH Zürich dürfen das ETH-Logo verwenden, wenn der Kommunikationszweck nicht-wirtschaftlich ist und in engem Zusammenhang mit der ETH Zürich steht.

Art. 7 Durchsetzung der richtigen Verwendung

¹ Die Abteilung Hochschulkommunikation erteilt Auskünfte über die richtige Logo-Verwendung und hält ETH-Logo, ETH-Schrift und weitere zweckdienliche Hilfsmittel bereit. Ausserdem ist das Corporate Design Manual für Angehörige der ETH Zürich online einsehbar.

² Die Abteilung Hochschulkommunikation verfügt über ein Weisungsrecht zur Durchsetzung der richtigen Logo-Verwendung. Sie bringt Verletzungen der Richtlinien der Schulleitung zur Kenntnis, die auf ihren Antrag über allfällige Sanktionen oder Ausnahmen entscheidet.

Art. 8 Logo-Sonderformen

¹ Möchte eine Organisationseinheit der ETH Zürich in einem Fremdmedium erscheinen, steht dafür ein eigenes Logo zur Verfügung. Es handelt sich dabei um eine Logokombination aus dem ETH-Zürich-Kurzlogo und dem Logo der Organisationseinheit bzw. deren Namen als Schriftzug (vgl. Corporate Design Manual). Dieses Logo kann bei der Abteilung Hochschulkommunikation bezogen werden.

² Für rechtlich eigenständige, aber eng mit der ETH Zürich verbundene Organisationen steht bei Bedarf ein sogenanntes «Lizenzlogo» zur Verfügung, das auf dem Akronym «ETH» aufbaut, sich aber klar vom ETH-Logo unterscheidet. Mit der ETH Zürich verbundene Organisationen können bei der Schulleitung einen Antrag für die Nutzung eines für sie von der Hochschulkommunikation gestalteten Lizenzlogos stellen.

Mit der Nutzung eines Lizenzlogos verpflichten sich die Organisationen, ein eigenes Corporate Design zu verwenden, das sich vom Auftritt der ETH Zürich klar unterscheidet.

Art. 9 Logo für universitäre Partnerschaften

¹ Sind Hochschulen gemeinsam an einem Projekt, einer Dienstleistung oder einer Einrichtung beteiligt, handelt es sich um eine universitäre Partnerschaft. Universitäre Partner treten mit einer Logokombination auf. Dazu werden die Logos der ETH Zürich und des universitären Partners / der universitären Partner nebeneinander platziert und sollten optisch gleichwertig sein.

² Hat die ETH Zürich den Lead in der Partnerschaft mit einer oder mehreren Universitäten, erfolgt die Gestaltung im Corporate Design der ETH Zürich. Die Kombination der universitären Partnerlogos befindet sich auf den Kommunikationsmedien oben links gemäss Vorgaben des Corporate Designs. Das ETH-Logo steht links, das des universitären Partners / der universitären Partner direkt rechts daneben.

³ Hat eine andere Hochschule den Lead in einer Partnerschaft, so folgt der Auftritt den Gestaltungsrichtlinien dieser Hochschule.

⁴ Doppelprofessorinnen und -professoren, die nicht an einem Doppelinstitut tätig sind, verwenden die Briefvorlage desjenigen Instituts (und damit derjenigen Hochschule), an dem sie tätig sind. Die Tatsache, dass es sich um eine Doppelprofessur handelt, muss aus den Absenderangaben klar ersichtlich sein. Das Logo der jeweils anderen Universität wird jedoch nicht hinzugefügt.

2. Kapitel Schlussbestimmungen

Art. 10 Aufhebung bisherigen Rechts

Die Weisungen des Präsidenten über die Verwendung des Logos der ETH Zürich vom 16. Dezember 2003² werden aufgehoben.

Art. 11 Inkrafttreten

Diese Richtlinien treten am 1. Januar 2015 in Kraft.

9. Dezember 2014

Im Namen der Schulleitung:

Der Präsident: Ralph Eichler

Der Generalsekretär: Hugo Bretscher

² RSETHZ 202.4