

# Grundsätze für das Merchandising an der Universität Freiburg

## 1. Einführung

Das universitäre Merchandising spielt eine grundlegende Rolle beim Aufbau und der Festigung des institutionellen Images der Universität Freiburg. Es steigert nicht nur den Bekanntheitsgrad der Institution, sondern gewährleistet auch eine einheitliche und wiedererkennbare visuelle Identität.

Um eine strukturierte und einheitliche Verwaltung von Merchandising-Artikeln zu gewährleisten, legen diese Grundsätze einen klaren Rahmen für die Gestaltung, Validierung und Produktion von Merchandising-Artikeln fest. Jede Initiative zur Erstellung oder zum Vertrieb von Merchandising-Artikeln muss zwingend den festgelegten Regeln folgen und von der Dienststelle Unicom der Universität genehmigt werden.

## 2. Ziele

Diese Grundsätze bezwecken folgende Zielsetzungen:

- Aufrechterhaltung einer visuellen Konsistenz und einer starken institutionellen Identität über alle Merchandising-Artikel hinweg.
- Gewährleistung einer optimalen Produktqualität, indem Lieferanten zentral ausgewählt werden.
- Optimierung der Kosten und Beschaffungsprozesse durch Vermeidung von Zerstreuung bei Bestellungen und individuellen Verhandlungen.
- Eingrenzung der Anpassungsmöglichkeiten bei gleichzeitiger strikter Kontrolle über die grafische Identität.
- Verhinderung unkoordinierter Initiativen, die zu Unstimmigkeiten führen und dem Image der Universität schaden könnten.

## 3. Anwendungsbereich

Diese Grundsätze gelten für jede Einheit, die Merchandising-Artikel herstellen oder vertreiben möchte, die insbesondere die Universität Freiburg repräsentieren:

- Fakultäten, Fachbereiche und Abteilungen
- Studierendenvereinigungen und Fachschaften
- Jede andere mit der Universität verbundene Einheit, die ihre visuelle Identität nutzen oder sie benennen möchte

Sie betrifft insbesondere alle Arten von Artikeln:

- Textilien: T-Shirts, Sweatshirts, Mützen, Taschen
- Accessoires: Trinkflaschen, Stifte, Notizbücher, Schlüsselanhänger, Regenschirme
- Veranstaltungsprodukte: Werbeartikel für Konferenzen

Jede Produktion, die ausserhalb des festgelegten Rahmens erstellt wird, kann in keiner Form von Unicom unterstützt werden.

## 4. Erstellungs- und Freigabeprozess von Merchandising-Artikeln

Jedes Merchandising-Projekt muss zwingend die folgenden Schritte durchlaufen, bevor es genehmigt und produziert werden kann:

### a) Einreichen eines offiziellen Antrags bei der Dienststelle Unicom

Jede Fakultät, Abteilung oder Vereinigung, die einen Merchandising-Artikel erstellen möchte, muss einen detaillierten Antrag einreichen, in dem Folgendes angegeben ist:

- Die Art des gewünschten Artikels
- Die in Betracht gezogenen Anpassungen
- Die geschätzte Menge
- Das Ziel und die Zielgruppe des Artikels

### b) Prüfung und Freigabe durch die Dienststelle Unicom

Die Dienststelle Unicom wird den Vorschlag unter Berücksichtigung der folgenden Elemente analysieren:

- Einhaltung der visuellen Identität und der grafischen Richtlinien der Universität
- Harmonisierung mit bestehenden Artikelsortimenten zur Vermeidung von Produktduplikaten
- Relevanz und Begründung des Antrags
- Technische Machbarkeit und Einhaltung von Qualitätsstandards

Nur von der Dienststelle Unicom bestätigte Artikel dürfen im Universitätslook hergestellt und vertrieben werden.

### c) Produktion und Lieferantenmanagement

Sobald der Artikel freigegeben wurde, kümmert sich die Dienststelle Unicom um:

- Die Auswahl zugelassener Lieferanten, wodurch Qualität und wettbewerbsfähige Preise garantiert werden
- Die Optimierung der Produktionskosten und -zeiten
- Die Verfolgung von Bestellungen und die Verteilung von Artikeln

Keine Fakultät, Abteilung oder Vereinigung darf sich ohne vorherige Bestätigung direkt mit Lieferanten in Verbindung setzen, um Unifr-Merchandising-Artikel herzustellen.

## 5. Regeln für die Personalisierung und Rahmen für Sonderwünsche

Die Universität erlaubt bestimmte Anpassungen, um den spezifischen Bedürfnissen der verschiedenen Einheiten gerecht zu werden, vorbehaltlich der Bestätigung durch die Dienststelle Unicom.

Erlaubte Anpassungen unter Validierung:

- Hinzufügen des Namens einer Fakultät oder einer Abteilung in einem vorgegebenen Format.
- Individuelle Farbgestaltung in einer festgelegten Palette, vorbehaltlich der Genehmigung.
- Integration spezifischer grafischer Variationen unter Beachtung der visuellen Identität der Universität.

Jeder Antrag auf eine bestimmte Variation muss begründet und von Fall zu Fall genehmigt werden. Ohne ausdrückliche Genehmigung kann keine Produktion begonnen werden.

## 6. Kontakt und Informationen

Für Anfragen oder die Einreichung eines Merchandising-Projekts wenden Sie sich bitte an:

**Dienststelle Unicom – Universität Freiburg**

Rocío Barón

Unicom Kommunikation & Medien

Av. de l'Europe 20

CH- 1700 Freiburg

E-Mail: rocio.baron@unifr.ch

## 7. Schlussfolgerung

Die Einführung dieser Grundsätze soll eine strenge und effiziente Verwaltung des universitären Merchandisings gewährleisten. Sie ermöglicht es, eine starke institutionelle Identität zu gewährleisten und gleichzeitig den verschiedenen Einheiten Möglichkeiten zur Personalisierung in einem strukturierten und kontrollierten Rahmen zu bieten.

Durch die Zentralisierung des gesamten Prozesses und die Einführung klarer Regeln stellt die Universität eine grafische Kohärenz, eine optimierte Qualität und eine vereinfachte Verwaltung der Merchandising-Artikel sicher. Dieser Ansatz stellt einen wesentlichen Aspekt dar, um die Marke Universität Freiburg zu stärken und eine professionelle und einheitliche Sichtbarkeit über alle produzierten Medien hinweg zu gewährleisten.