



# LEITFADEN

## zur Nutzung der Wort-Bild-Marke der Humboldt-Universität zu Berlin

- 1. Schutzzumfang der Wort-Bild-Marke**
- 2. Verwendung durch Beschäftigte**
- 3. Verwendung durch das nebenberuflich tätige Personal**
- 4. Verwendung durch Studierende, Promovierende und Habilitierende**
- 5. Verwendung durch Kooperationspartner:innen**
- 6. Verwendung durch Dritte**
- 7. Nutzung im Internet und in sozialen Medien**
- 8. Vorgaben zum Corporate Design**

### **1. Schutzzumfang der Wort-Bild-Marke**

Die Wort-Bild-Marke der Humboldt-Universität zu Berlin unterliegt dem Schutz des Urheberrechts und des Markenrechts. Die Wort-Bild-Marke der HU ist dabei als Illustration der Brüder Humboldt mit umlaufendem Schriftzug, im Folgenden „Logo“ genannt, dem Schriftzug „Humboldt-Universität zu Berlin“ (Wortmarke) sowie der Kombination aus Logo und Wortmarke geschützt; in der Verwendung kann das Logo allein oder mit Ergänzung durch den Schriftzug „Humboldt-Universität zu Berlin“ stehen. Soweit im Folgenden die Bezeichnung Wort-Bild-Marke verwendet wird, gelten insoweit im Sinne des Vorgenannten die Regelungen gleichermaßen für die Verwendung aller Bestandteile der Wort-Bild-Marke. Die Nutzungs- und Verwertungsrechte liegen bei der Humboldt-Universität zu Berlin. Dies gilt auch für elektronische Versionen (Dateien), die an der HU zur Nutzung zur Verfügung gestellt werden.

### **2. Verwendung durch Beschäftigte**

Die Beschäftigten (Arbeits- oder Dienstverhältnis) an der HU nutzen die Wort-Bild-Marke der HU weisungsgemäß im Rahmen ihrer Tätigkeit. Sie wird im dienstlichen Schriftverkehr eingesetzt, z. B. auf Briefen, Faxen, Berichten, Protokollen und Vermerken sowie auf Visitenkarten.

Die Wort-Bild-Marke findet zudem Anwendung in Print- und Digitalmedien, die von Beschäftigten im Rahmen von Forschung und Lehre oder sonstiger Tätigkeit im Rahmen ihres Beschäftigtenverhältnisses erstellt werden: bei Postern, Flyern und PowerPoint-Präsentationen sowie sonstigen Präsentationen, z. B. auch für Veranstaltungen, auf denen Beschäftigte als Repräsentant:innen der HU auftreten und/oder Forschungsergebnisse präsentieren.

Die Wort-Bild-Marke soll zudem in Publikationen, die im dienstlichen Rahmen oder Auftrag erstellt und/oder herausgegeben werden, genutzt werden.

Unzulässig ist die Nutzung in privaten Belangen (bspw. bei Bewerbungen) sowie im Rahmen weiterer beruflicher Tätigkeiten, die keinen Zusammenhang zur Tätigkeit an der HU aufweisen.

### 3. Verwendung durch das nebenberuflich tätige Personal

Das nebenberuflich an der HU tätige Personal (§§ 114 ff. BerlHG)<sup>1</sup> darf die Wort-Bild-Marke im Rahmen der Tätigkeit an der HU grundsätzlich nutzen. Unzulässig ist dabei die Nutzung in privaten Belangen (bspw. bei Bewerbungen) sowie im Rahmen weiterer beruflicher Tätigkeiten, die keinen Zusammenhang zur Tätigkeit an der HU aufweisen.

Soweit nebenberufliches Personal im Rahmen von Arbeits- oder Dienstverhältnissen an der HU tätig ist, finden die Regelungen unter Ziffer 2 Anwendung.

### 4. Verwendung durch Studierende, Promovierende und Habilitierende

Studierende, Promovierende oder Habilitierende können im Rahmen des Studiums bzw. Promotions- oder Habilitationsverfahrens die Wort-Bild-Marke verwenden.

Hierzu zählt insbesondere die Nutzung auf Postern, Flyern und PowerPoint-Präsentationen oder sonstigen Präsentationen für z. B. Tagungen oder Kongresse, auf denen Forschungsergebnisse präsentiert werden. Die Zulässigkeit der Nutzung gilt nicht für Publikationen, die dem persönlichen Bereich zugeordnet werden können (z. B. insbesondere eigene Publikationen durch Verlage).

Die Nutzung der Wort-Bild-Marke ist Studierenden oder Promovierenden im Rahmen der Veröffentlichung von Haus- und Abschlussarbeiten nicht erlaubt.

### 5. Verwendung durch Kooperationspartner:innen

Die Nutzung ist zulässig, wenn durch die Kooperationsvereinbarung eine solche Nutzung ausdrücklich geregelt ist. Im Rahmen der Vertragsgestaltung – i. d. R. über das Servicezentrum Forschung, die Humboldt Innovation GmbH oder die Abteilung Kommunikation, Marketing und Veranstaltungsmanagement – sind die näheren Bestimmungen der Nutzung festzulegen, insbesondere:

- Nutzungszweck, Umfang und Dauer der Nutzung
- Einhaltung des Corporate Designs
- ein (außerordentliches) Kündigungsrecht der diesbezüglichen Vereinbarung insoweit, als sich die HU das Recht vorbehält, die Nutzungsberechtigung jederzeit durch Kündigungserklärung zu entziehen, soweit die Nutzung nicht oder nicht mehr der vertraglichen Regelung entspricht.

Die Nutzung für Merchandising-Produkte ist Kooperationspartner:innen der HU im Rahmen der hierfür geschlossenen Verträge gestattet.

<sup>1</sup> [https://gesetze.berlin.de/perma?j=HSchulG\\_BE ! 114](https://gesetze.berlin.de/perma?j=HSchulG_BE ! 114)

Das nebenberuflich tätige Personal mit wissenschaftlichen oder künstlerischen Aufgaben besteht aus den 1. Honorarprofessoren und Honorarprofessorinnen, 2. außerplanmäßigen Professoren/Professorinnen und Privatdozenten/Private dozentinnen, 3. Lehrbeauftragten und 4. studentischen Beschäftigten.

## 6. Verwendung durch Dritte

Soweit darüber hinaus sonstige natürliche oder juristische Personen die Wort-Bild-Marke zu nutzen beabsichtigen, bedarf es einer vertraglichen Vereinbarung mit der Humboldt-Universität zu Berlin, vertreten durch die Abteilung Kommunikation, Marketing und Veranstaltungsmanagement. Die Vereinbarung wird auf Anfrage i. d. R. per E-Mail geschlossen. Der Abteilung muss die beabsichtigte Art und Weise der Nutzung zur Überprüfung der Einhaltung der Corporate Design-Vorgaben vorgelegt werden. Desgleichen muss angegeben werden, in welchem Medium, für welchen Zweck und in welchem Zeitraum die Nutzung der Wort-Bild-Marke beabsichtigt ist.

Die Übertragung von Nutzungsrechten setzt voraus, dass die Nutzung im Zusammenhang mit den Aufgaben und/oder Interessen der HU steht und keine Beeinträchtigung des Ansehens der HU durch die Nutzung zu erwarten ist.

Die kommerzielle Nutzung der Wort-Bild-Marke durch Dritte ist grundsätzlich untersagt, soweit nicht vertraglich eine solche Nutzung ausdrücklich aufgenommen wird.

## 7. Nutzung im Internet und in sozialen Medien

Die Wort-Bild-Marke der HU ist ausschließlich für den offiziellen Auftritt der HU im Internet und in sozialen Netzwerken bestimmt, u. a. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube. Die Nutzung der Wort-Bild-Marke ist dem offiziellen Account der HU vorbehalten, der von der Abteilung Kommunikation, Marketing und Veranstaltungsmanagement gepflegt wird. Weitere Organisationseinheiten der HU, die sich in sozialen Netzwerken und auf Webseiten, die keine Unterseiten von hu-berlin.de sind, präsentieren, können nur nach Abstimmung mit der Abteilung Kommunikation, Marketing und Veranstaltungsmanagement die Wort-Bild-Marke als Kennzeichnungsmerkmal, das sie als der HU zugehörig identifiziert, nutzen.

## 8. Vorgaben zum Corporate Design

Durch die Maßgaben des Corporate Designs (vgl. Anlage) soll eine konstante und konsequente Anwendung – dem markenrechtlichen Schutz entsprechend – in allen Medien und Publikationen umgesetzt werden.

Es sind nach diesen Maßgaben an der HU nur die gemäß dem Corporate Design erstellten Vorlagen zu nutzen. Die Wort-Bild-Marke muss dabei stets klar und sauber dargestellt sein und darf in ihrem Design nicht verändert oder verfälscht werden, z. B. durch das Hinzufügen eigener Design-Elemente. Eine andere Anordnung, das Nachzeichnen oder Verändern der Bild-Wort-Marke sind nicht zulässig.

### Anlage:

Maßgaben zum Corporate Design (CD-Manual Logonutzung)