

Projectcode

Versie januari 2014

Datum januari 2014

Opsteller Pauline Roodenburg, huisstijlmanager (Communicatie)

Beheerder Pauline Roodenburg, huisstijlmanager (Communicatie)

Opdrachtgever Raad van Bestuur

Merk- en naambeleid Erasmus MC

Inhoudsopgave

1	Missie, visie, merk- en kernwaarden	4
1.1	Missie & Drijfveren	4
1.2	Merkwaarden en kernwaarden	5
2	Merkhiërarchie	7
3	Merk- en naamgebruik	8
3.1	Logo en roepnaam	8
3.2	Ondertitel roepnaam	9
3.3	Schrijfwijze submerken	9
3.4	Officiële organisatieonderdelen	10
3.5	Themanamen	10
3.6	Naamgebruik overige organisatieonderdelen	11
3.7	Overige benamingen	12
3.8	Engelstalig	12
3.9	Affiliatievermelding in wetenschappelijke publicaties	12
4	Nieuwe namen en wijzigen bestaande (afdelings)namen	14
4.1	Procedure nieuwe naam voor (op te richten) afdelingen of centra in het Erasmus MC	14
4.2	Naamgeving nieuwe samenwerkingsinitiatieven met derden	14
4.3	Wijzigen (afdelings)naam	15
5	Merk- en logogebruik door aan het Erasmus MC gelieerde rechtspersonen	16
5.1	Regels en uitgangspunten voor merk- en logogebruik rechtspersonen	16
5.1.1	<i>Afdelings-BV</i> De BV werkt uitsluitend als instrument van één of meer afdelingen van het Erasmus MC.	16
5.1.2	<i>Spin-off BV's</i> De onderneming heeft (mede) tot doel het in de markt zetten van een of meer vindingen van het Erasmus MC. Het Erasmus MC heeft een duidelijk te definiëren belang bij de activiteiten van de BV. Er is een aanwijsbare band tussen de BV en het Erasmus MC, te weten contacten tussen één of meer van de afdelingen van het Erasmus MC en de BV. De aandelen in het kapitaal van een spin-off BV worden veelal niet voor 100% gehouden door Erasmus MC Holding BV.	17
5.1.3	Zorginstellingen gelieerd aan het Erasmus MC	18
5.2	Aanvraagprocedure	20
6	Logogebruik bij sponsoring en fondsenwerving	21

Datum 2014

Titel Merk- en naambeeld Erasmus MC



6.1	Gesponsorde uitingen bedoeld voor uitsluitend Erasmus MC-doelgroepen	21
6.2	Gesponsorde uitingen bedoeld voor doelgroepen Erasmus MC én derden	21

1 Missie, visie, merk- en kernwaarden

Inleiding

Erasmus MC is een topinstituut op het gebied van patiëntenzorg, onderwijs en wetenschappelijk onderzoek en wil zich onderscheiden als A-merk in de internationale markt. Door vanuit alle onderdelen van het Erasmus MC eenduidig naar buiten te treden met één naam, één logo, één huisstijl dragen wij hier allemaal een steentje aan bij en bouwen wij gezamenlijk aan een krachtige concurrentie-positie in de veranderende zorgmarkt.

Consequent gebruik van herkenbare symboliek (merknaam, logo's en huisstijl) helpt bij het creëren van een sterk merk, zowel nationaal als internationaal.

Deze notitie beschrijft de kaders en richtlijnen hoe om te gaan met het merk, de submerken, organisatienamen en het Erasmus MC-logo in de dagelijkse praktijk, intern én extern.

Visie

Het Erasmus MC is hét universitair medisch centrum waar (nieuwe) kennis wordt ontwikkeld, toegepast én overgedragen aan (toekomstige) professionals. We zoeken continu naar vernieuwing, naar beste diagnostiek en behandelmethodes en de nieuwste inzichten op het gebied van gezondheid en preventie. We verbinden de nieuwste wetenschappelijke inzichten met praktisch handelen, zodat patiënten en mensen met een zorgvraag hier optimaal van profiteren. Met als doel de gezondheidszorg vooruit te helpen

Het Erasmus MC is gevestigd in het centrum van Rotterdam samen met het Erasmus MC-Sophia Kinderziekenhuis en het Erasmus MC Kanker Instituut. De oncologische zorg van het Erasmus MC, gebundeld in het Erasmus MC Kanker Instituut vindt, tot de verhuizing in 2017 naar de nieuwbouw, deels ook plaats op de locatie Daniel den Hoed in Rotterdam-Zuid. Als grootste universitair medisch centrum van Nederland schept het Erasmus MC in Nederland bijzondere kansen voor wetenschappelijk onderzoek, onderwijs en patiëntenzorg. Circa 14.000 medewerkers spannen zich hier dagelijks voor in. Onder de noemer 'Rotterdam wordt beter!' wordt gebouwd aan het universitair-medisch-centrum-van-de-21e-eeuw.

1.1 Missie & Drijfveren

Het Erasmus MC staat voor een gezonde bevolking en excellente zorg door onderzoek en onderwijs. Dat is wie we zijn en wat we doen. Als pionier in hart en nieren verrichten we baanbrekend werk, verleggen grenzen en lopen voorop. In onderzoek, onderwijs en zorg. Met veel verstand van zaken vergroten we de kennis over ziekte en gezondheid, we verbeteren diagnostiek en behandeling van zorg en zoeken voortdurend naar manieren om te vernieuwen. Met als doel patiënten beter maken en gezonde mensen gezond houden.

1.2 Merkwaarden: typisch Erasmus MC

Waarom herkennen anderen het Erasmus MC? Je kunt ons typeren als **baanbrekend, gedreven en als 'denkers die doen'**. Onze merkwaarden geven aan hoe we de dingen doen.

Baanbrekend

We verrichten baanbrekend werk. In ons onderzoek, ons onderwijs en onze zorg. We ontdekken nieuwe mogelijkheden en maken samen de zorg zichtbaar beter. We denken vooruit, signaleren kansen en spelen daarop in. Samen willen we maatschappelijke doorbraken realiseren met onze eigen visie op de gezondheidszorg. In Koers'013 was 'grensverleggend' een belangrijke waarde. Deze waarde zetten we nu voort als 'baanbrekend', omdat dat beter bij ons Rotterdamse karakter past.

Gedreven

Vanuit een intrinsieke drive en het geloof dat het elke dag beter kan, ontdekken en vernieuwen we. We lopen voorop in onderzoek, onderwijs en zorg. We doen er alles aan om zorg en gezondheid beter te maken: we zijn doorzetters en weten van aanpakken.

Denkers die doen

Wij zijn praktische doeners, maar wel met verstand van zaken. Lekker nuchter en met beide benen op de grond. Het liefst gaan we met opgestroopte mouwen aan de slag. Ons denken en doen zijn met elkaar verbonden en hebben als doel een gezonde bevolking en excellente zorg.

1.3 Kernwaarden: basisprincipes Erasmus MC

De kernwaarden van het Erasmus MC zijn: **verantwoordelijk, verbindend en ondernemend**. Vanuit deze basisprincipes doen we de dingen. En waar dat nog niet zo is, werken we daaraan. We geloven namelijk dat we de beste zorg, onderzoek en onderwijs leveren als we verantwoordelijk, verbindend en ondernemend zijn. Onze kernwaarden zijn dus onlosmakelijk met elkaar verbonden. En hieronder beschrijven we wat we er onder verstaan.

Verantwoordelijk

Je verantwoordelijk voelen, de verantwoordelijkheid krijgen en de verantwoordelijkheid nemen: naar de patiënt en zijn naasten, de student, de maatschappij en naar elkaar. Dat is één van de basisprincipes van alles wat we doen bij het Erasmus MC. Verantwoordelijk betekent ook dat je je professioneel, integer en open opstelt. Bijvoorbeeld wanneer iemand je aanspreekt op jouw resultaat of gedrag. Je deelt dan jouw kennis en inzichten. En op jouw beurt spreek jij ook anderen aan als dat nodig is.

Verbindend

In verbinding kunnen we verbeteren en vernieuwen. Want samen bereik je meer. Als medewerker ben je een teamspeler en voel je je verbonden met patiënten, studenten en het Erasmus MC. Je staat open voor hun vragen en wensen, nu en in de toekomst. Nog een paar belangrijke eigenschappen: je bent betrokken, geïnteresseerd en toont inlevingsvermogen. Met partners, binnen en buiten onze organisatie, werk je samen op basis van vertrouwen en respect.

Datum 2014

Hoofdstuk Missie, visie, merk- en kernwaarden

Titel Merk- en naambeleid Erasmus MC



Ondernemend

Het Erasmus MC is ondernemend en initiatiefrijk: we signaleren kansen en anticiperen daarop. Jij dus ook. Waar mogelijkheden zijn voor vernieuwing of verbetering, neem je initiatief. In je werk ben je ook ondernemend. Je wacht niet af, maar pakt zaken op en kaart dingen aan. Vol durf, ambitie en optimisme.

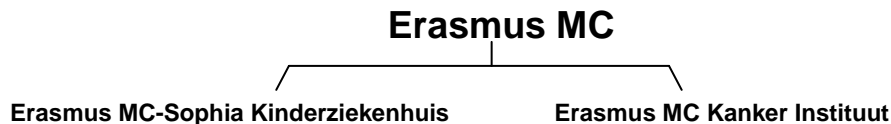
2 Merkhierarchie

Erasmus MC is niet slechts een organisatienaam. Erasmus MC is het moedermerk en staat voor één organisatie met één identiteit, ook wel een *monolithische* identiteit genoemd. Dit wordt uitgedrukt in één overkoepelende huisstijl (zie voor gedetailleerde informatie en het downloaden van materialen www.erasmusmc.nl/huisstijl).

Binnen deze monolithische identiteit - **het merk Erasmus MC** - onderscheiden we **twee submerken**:

Erasmus MC-Sophia Kinderziekenhuis
Erasmus MC Kanker Instituut

Schematisch:



De roepnamen zijn Erasmus MC-Sophia en Erasmus MC Kanker Instituut. Deze submerken, met een semi-monolithische identiteit, opereren en profileren zich onder de paraplu van het Erasmus MC. Zij onderscheiden zich van het moedermerk Erasmus MC doordat beide organisatieonderdelen staan voor gespecialiseerde terreinen met een eigen bekendheid in de (inter)nationale universitaire gezondheidszorg. Erasmus MC-Sophia staat voor hoogwaardige patiëntenzorg voor kinderen met het daarbij behorende wetenschappelijke onderzoek, onderwijs & opleidingen. Het Erasmus MC Kanker Instituut is toonaangevend op het gebied van oncologische zorg, wetenschappelijk onderzoek en onderwijs.

In alle communicatie(uitingen) vormen de submerken 'Sophia Kinderziekenhuis' en 'Kanker Instituut', onderdeel van de organisatienaam Erasmus MC en het Erasmus MC-logo. Het moedermerk Erasmus MC evenals de submerken zijn van groot belang voor de fondsenwerving.

3 Merk- en naamgebruik

3.1 Logo en roepnaam

De (roep)naam van onze organisatie is gelijk aan de merknaam en het logo.

NL



Engels



In tekstverband kan om communicatieve of stilistische redenen het lidwoord 'het' toegevoegd worden. 'Erasmus' mag nooit worden afgekort en 'MC' niet voluit gebruikt worden. Erasmus MC is onze dagelijkse (roep)naam: 'EMC' en 'Erasmus Medisch Centrum' dienen dus niet te worden gebruikt.

~~EMC~~

Erasmus MC

~~Erasmus Medisch Centrum~~

3.2 Ondertitel roepnaam

Onderdeel van het logo is de ondertitel 'Universitair Medisch Centrum Rotterdam'. Deze ondertitel wordt niet gebruikt in de mondelinge en schriftelijke communicatie: daarbij beperken we ons tot de roepnaam. Het is niet wenselijk om de ondertitel te gebruiken, omdat:

- de ondertitel op de officiële correspondentiereeks altijd zichtbaar is in het logo. Het is dan ook overbodig om expliciet naar de ondertitel te verwijzen;
- het gevaar groot is, dat de ondertitel afgekort wordt tot 'UMCR' en door externe relaties (zoals de pers) als zodanig gebruikt gaat worden;
- de elementen van de ondertitel ook in de roepnaam zijn ondergebracht: MC = Medisch Centrum, Universitair wordt uitgedrukt met Erasmus en deze eigennaam is onlosmakelijk verbonden met de Erasmus Universiteit en de stad Rotterdam.
- De ondertitel dient in het logo weggelaten te worden indien deze niet (meer) leesbaar is.

3.3 Schrijfwijze en logo's submerken

De submerken Erasmus MC-Sophia Kinderziekenhuis en Erasmus MC Kanker Instituut worden altijd benoemd als onderdeel van het Erasmus MC. Daarbij hanteren we de schrijfwijze en roepnamen:

- Erasmus MC Kanker Instituut / Erasmus MC Cancer Institute
- Erasmus MC-Sophia / Erasmus MC-Sophia Children's Hospital



Kanker Instituut



Sophia Kinderziekenhuis



Cancer Institute



Sophia Childrens Hospital

3.4 Officiële organisatieonderdelen

Alle officiële organisatieonderdelen (instituten, centra, afdelingen, projectgroepen, organisatiebrede commissies) mogen zich op uitingen altijd **tekstueel** onderscheiden, conform de vastgestelde huisstijlrichtlijnen (www.erasmusmc.nl/huisstijl).

Het ontwikkelen en gebruik van **visuele** submerken/logo's/beeld- en woordmerken is voor afzonderlijke organisatieonderdelen **niet** toegestaan.

Voor specifieke externe samenwerkingsverbanden of organisatievormen gelden separate afspraken. Zie hoofdstuk 4 'merk- en logogebruik door aan het Erasmus MC gelieerde rechtspersonen'.

3.5 Themanamen

Met een thema bedoelen wij in het Erasmus MC een (intern) samenwerkingsverband. Afdelingen werken daarbinnen, als zelfstandige onderdelen, structureel samen op basis van een natuurlijke inhoudelijke samenhang en gedeelde interesses en ambities.

Themanamen zijn een (intern) hulpmiddel om de organisatiestructuur weer te geven. Thema's zijn dus expliciet geen (sub)merk. De overweging tot het kiezen van themanamen is het creëren van herkenbaarheid voor medewerkers. Het moet medewerkers helpen zich thuis te voelen in het deel van het Erasmus MC waarmee zij het meest van doen hebben. Een themanaam heeft geen toegevoegde waarde voor de herkenbaarheid bij externe doelgroepen en heeft daarom geen externe communicatiewaarde.

Themanamen worden niet extern gecommuniceerd en niet gebruikt in gebouwaanduidingen of bewegwijzering.

De afdeling is en blijft de creatieve kern van het Erasmus MC en moet voor iedereen – medewerkers en buitenwereld – herkenbaar blijven. Communicatie naar externe doelgroepen, zoals patiënten en verwijzers, blijft daarom vanuit de afdeling plaatsvinden.

De themanamen zijn:

- Biomedische Wetenschappen
- Daniel den Hoed
- Diagnostiek en Advies
- Dijkzigt
- Hersenen en Zintuigen
- Gezondheidswetenschappen
- Sophia
- Spoed, Peri-operatief en Intensief
- Thorax

3.6 Naamgebruik overige organisatieonderdelen

Zowel in de schriftelijke als mondelinge communicatie dient zo min mogelijk onderscheid te worden gemaakt in organisatieonderdelen, met uitzondering van de twee submerken Erasmus MC-Sophia en Erasmus MC Kanker Instituut. Bij het benoemen van organisatieonderdelen kan bijvoorbeeld gebruik gemaakt worden van de benoeming van de gebouwnaam, gebouwcodes, ruimte- en verdiepingsnummers.

Enkele voorbeelden:

- Onderwijscentrum Erasmus MC, gebouw Ee, 2^e etage kamer 23 (kortweg Ee-223)
- Personeelsrestaurant Erasmus MC-Sophia;
- ServiceDesk Erasmus MC, gebouw V, 1^e etage, kamer 17 (kortweg V-117)
- Restaurant Dijker's Erasmus MC, gebouw V, 1^e etage;
- Auditorium, Erasmus MC Kanker Instituut, locatie Daniel den Hoed, 4^e verdieping
- Auditorium Erasmus MC, gebouw A, 2^e etage (kortweg A-2...)
- Raad van Bestuur, gebouw Na, 14^e etage kamer... (kortweg Na-14..)

Gebruik begrip locaties

Tot de verhuizing van de Oncologie op de locatie Daniel den Hoed (onderdeel van het Erasmus MC Kanker Instituut) naar de nieuwbouw in 2017 bestaan er in de dagelijkse praktijk situaties waarbij de benoeming van gebouwen en/of ruimten alleen niet voldoende is. In deze specifieke gevallen is het benoemen van de locatie waar de behandeling plaats vindt noodzakelijk om te vermijden dat patiënten en bezoekers op de verkeerde plek terecht komen.

Een voorbeeld:

Een patiënt wordt behandeld door een multidisciplinair team van artsen in het Hersentumorcentrum van het Erasmus MC Kanker Instituut. Zijn behandeling vindt plaats op verschillende locaties. Zijn eerste afspraak is bijvoorbeeld op de locatie Daniel den Hoed, zijn radiotherapiebehandeling op de locatie Dordrecht en zijn chemotherapiebehandeling vindt plaats in het Erasmus MC op de centrumlocatie. In dit geval wordt de patiënt doorgestuurd naar 'Erasmus MC Kanker Instituut, locatie Rotterdam-Centrum, omdat het nodig is te verduidelijken dat de behandeling wordt voortgezet op een andere locatie. 'Erasmus MC' zonder verdere plaatsaanduiding zou voor verwarring kunnen zorgen, omdat het ook de gehele organisatie aanduidt.

In dergelijke gevallen hanteren we de onderstaande benamingen en adresgegevens:

Erasmus MC Kanker Instituut
Locatie Daniel den Hoed
Rotterdam-Zuid
Groene Hilledijk 301
3075 EA Rotterdam

Erasmus MC Kanker Instituut
Locatie Rotterdam-Centrum
's-Gravendijkwal 230
3015 CE Rotterdam

Erasmus MC Kanker Instituut
Afdeling Radiotherapie
Locatie Dordrecht
Karel Lotsyweg 30
3318 AL Dordrecht

3.7 Overige benamingen

Afdelingen, centra, projectgroepen en organisatiebrede commissies hebben niet dezelfde status als de submerken. Hierdoor geldt voor deze organisatieonderdelen een andere schrijfwijze en NIET Erasmus MC- ..., maar bijvoorbeeld Erasmus MC, afdeling Gynaecologie of Erasmus MC-Sophia, afdeling Kindergeneeskunde of Erasmus MC Kanker Instituut, afdeling Radiotherapie. De organisatienaam (Erasmus MC) of een van de twee submerken (Erasmus MC-Sophia of Erasmus MC Kanker Instituut) wordt eerst genoemd en daarna, na een komma, pas de desbetreffende afdeling, enz.

Naamgebruik in Nederlandstalige teksten

Erasmus MC, afdeling Celbiologie en Genetica, Neurowetenschappen, Dermatologie etc
Erasmus MC, Thoraxcentrum, afdeling Cardiologie, Longziekten etc.

Erasmus MC-Sophia, afdeling Kinder- & Jeugdpsychiatrie en Psychologie

Erasmus MC-Sophia, Craniofaciaal Centrum, afdeling Kindergeneeskunde

Erasmus MC Kanker Instituut, afdeling Radiotherapie/Interne Oncologie etc

Erasmus MC Kanker Instituut, Hersentumorcentrum, afdeling Neurochirurgie, etc

3.8 Engelstalig

Erasmus MC is zowel de roepnaam in het Nederlands als het Engels. In het Engels gebruiken we geen lidwoord, noch in een titel noch in zinsverband: het is dus NIET 'the Erasmus MC'. Het merk- en naambeleid is bij de Nederlands- en Engelstalige communicatie identiek. Belangrijk is echter dat we voor de vertaling van 'academisch' of 'universitair' altijd 'university' gebruiken en nooit 'academic'. In Engelstalige communicatie maken we gebruik van het Engelse logo met de ondertitel 'University Medical Center Rotterdam'. We hanteren de Amerikaanse spelling.

Naamgebruik in Engelstalige teksten

Erasmus MC-Sophia Children's Hospital, department of Pediatrics, the Netherlands

Erasmus MC Cancer Institute, department of Radiation Oncology, the Netherlands

Erasmus MC, department of Cell Biology and Genetics, the Netherlands

Erasmus MC, Thorax Centre, department of Cardiology, the Netherlands*

*uitzondering m.b.t. Amerikaanse spelling

3.9 Affiliatievermelding in wetenschappelijke publicaties

Voor naamsvermelding (affiliatievermelding) in wetenschappelijke publicaties hanteren we de onderstaande schrijfwijze.

Nederlandstalig

Erasmus MC

Afdeling Dermatologie

Erasmus MC-Sophia Kinderziekenhuis

Afdeling Kindergeneeskunde

Erasmus MC Kanker Instituut

Afdeling Urologie

Engelstalig

Voor de internationale affiliatievermelding maken we een uitzondering op het gebruik van de ondertitel en de gebruik van de merknamen. Bij het indienen van wetenschappelijke publicaties wordt namelijk geen gebruik gemaakt van officieel briefpapier waarop het Erasmus MC-logo (met daarin de ondertitel) vermeld staat. Bij de internationale affiliatievermelding is het dus nodig om expliciet de ondertitel te vermelden.

Erasmus MC
University Medical Center Rotterdam
Department of Cardiology

Erasmus MC - Sophia Children's Hospital
University Medical Center Rotterdam
Department of Pediatrics

Erasmus MC Cancer Institute
University Medical Center Rotterdam
Department of Urology

4 Nieuwe namen en wijzigen bestaande (afdelings)namen

4.1 Procedure nieuwe naam voor (op te richten) instituten, centra in het Erasmus MC

Voor het bedenken van een naam voor een nieuw op te richten instituut of centrum waarin meerdere afdelingen (en soms ook meerder thema's van het Erasmus MC participeren zijn de onderstaande richtlijnen het uitgangspunt:

- Bedenk een naam die onderscheidend is en de lading dekt van hetgeen de afdeling en/of het centrum/instituut doet.
- Bedenk een naam die te begrijpen is voor de belangrijkste stakeholders (zoals patiënten, studenten, verwijzers, onderzoekers).
- Gebruik bij voorkeur géén afkortingen, deze moeten worden uitgelegd bij de doelgroep
- Vertaal de naam in het Engels.
- Leg de gewenste nieuwe naam ter toetsing voor aan de huisstijlmanager van de afdeling Communicatie, huisstijl@erasmusmc.nl.
- De huisstijlmanager legt de nieuwe naam ter goedkeuring en vaststelling voor aan de Raad van Bestuur.

4.2 Naamgeving nieuwe samenwerkingsinitiatieven met derden

Voor nieuwe samenwerkingsinitiatieven met derden is het noodzakelijk op basis van het doel, de juridische structuur en de positionering van het centrum het identiteitsvraagstuk uit te werken en voor te leggen aan de huisstijlmanager van het Erasmus MC. De huisstijlmanager geeft advies en legt dit voor aan de Raad van Bestuur ter besluitvorming. Zie ook hoofdstuk 5 'Logogebruik door aan Erasmus MC gelieerde rechtspersonen'.

Voor de naamgeving van nieuwe centra - waarin specifieke afdelingen van het Erasmus MC (gaan) samenwerken met andere (zorg)instellingen - gelden de bovengenoemde richtlijnen voor naamgeving als uitgangspunt. Voor het bepalen van de (gewenste) identiteit van het centrum zijn de doelgroepen en de regio waarop het centrum zich richt bepalend. Twee voorbeelden:

Prostaatcentrum zuidwest Nederland

Fysiek centrum voor patiënten met prostaatkanker; samenwerkingsinitiatief van het Erasmus MC en het Sint Franciscus Gasthuis, gehuisvest in het SFG.

Alzheimercentrum zuidwest Nederland

Virtueel centrum voor patiënten en familieleden die te maken hebben met de ziekte van Alzheimer; samenwerkingsinitiatief van het Erasmus MC en het Havenziekenhuis. Voor de behandeling kunnen patiënten kunnen op beide locaties terecht.

4.3 Wijzigen (afdelings)naam

Het wijzigen van een al bestaande afdelingsnaam dient voorgelegd te worden aan de huisstijlmanager van het Erasmus MC. Deze zal bindend advies uitbrengen en dit (afhankelijk van de impact van de naamswijziging) voorleggen ter besluitvorming aan de Raad van Bestuur. Na vaststelling van de nieuwe naam is de betreffende afdeling zelf verantwoordelijk voor borging en doorvoering hiervan in alle (bron/ICT-)systemen en (communicatie)uitingen. Een checklist is beschikbaar in de service portal op [intranet](#).

5 Merk- en logogebruik door aan het Erasmus MC gelieerde rechtspersonen

Het Erasmus MC hanteert specifieke richtlijnen voor het merk- en logogebruik door aan onze organisatie gelieerde BV's, samenwerkingsverbanden zonder commercieel belang en derden. Hoofregel is dat het gebruik van de naam en logo's van het Erasmus MC exclusief is voorbehouden aan het Erasmus MC.

Onder specifieke voorwaarden kan het Erasmus MC een licentie verlenen tot gebruik van zijn merk en/of logo's. Hieronder een overzicht van de diverse rechtspersonen en de daarbij horende regels en uitgangspunten.

5.1 Regels en uitgangspunten voor merk- en logogebruik rechtspersonen

Er zijn verschillende rechtspersonen die volledig of gedeeltelijk eigendom zijn van het Erasmus MC of op enigerlei wijze aan het Erasmus MC zijn gelieerd. Bijvoorbeeld de zogenaamde afdelings-BV's, Erasmus MC spin-offs of zorginstellingen die volledig eigendom zijn van het Erasmus MC. Daarnaast kan sprake zijn van officiële samenwerkingsverbanden zonder commercieel belang en derden die gebruik wensen te maken van de merken van het Erasmus MC. De kenmerken van de verschillende rechtspersonen en regels voor toestemming van merk- en logogebruik hieronder kort op een rij:

5.1.1 *Afdelings-BV*

De BV werkt uitsluitend als instrument van één of meer afdelingen van het Erasmus MC.

Het afdelingshoofd is tevens directeur van de BV

De BV heeft haar werkterrein binnen het Erasmus MC.

De BV is een 100% dochteronderneming van de Erasmus MC holding.

Gezien het specifieke karakter van de afdelings-BV's, gelden voor deze rechtspersonen de navolgende regels:

- Een eigen identiteit en/of (huis)stijl is niet toegestaan voor afdelings-BV's.
- Toepassing van de naam van de afdelings-BV dient te geschieden op dezelfde wijze als dat gebeurt voor afdelingsnamen van het Erasmus MC conform de huisstijlvoorschriften. (Indien één of meer van genoemde kenmerken ontbreken, vervalt met onmiddellijke ingang de toestemming tot gebruik van het merk en logo Erasmus MC).

5.1.2 Spin-off BV's

De onderneming heeft (mede) tot doel het in de markt zetten van een of meer vindingen van het Erasmus MC. Het Erasmus MC heeft een duidelijk te definiëren belang bij de activiteiten van de BV. Er is een aanwijsbare band tussen de BV en het Erasmus MC, te weten contacten tussen één of meer van de afdelingen van het Erasmus MC en de BV. De aandelen in het kapitaal van een spin-off BV worden veelal niet voor 100% gehouden door Erasmus MC Holding BV.

Voor spin-off BV's zijn afzonderlijke uitgangspunten vastgesteld voor de beoordeling van de vraag of toestemming tot merk- en/of logogebruik gegeven kan worden. Het Erasmus MC behoudt zich het recht voor om in alle gevallen zonder opgave van redenen de toestemming voor gebruik van haar naam en logo te weigeren, ook als de verzoeker voldoet aan de hierboven genoemde kenmerken. Van dit recht zal onder meer gebruik gemaakt worden ingeval er sprake is van commercieel riskante activiteiten.

De uitgangspunten die het Erasmus MC gebruikt bij de beoordeling van een vraag om toestemming tot gebruik van het merk (de naam) of logo (beeldmerk) van het Erasmus MC zijn:

- Spin-offs onderscheiden zich van het Erasmus MC door het toepassen van een eigen identiteit c.q. huisstijl. (Van belang is dat de eigen identiteit van een spin-off voldoende onderscheidend vermogen heeft ten opzichte van het merk en de logo's van het Erasmus MC).
- Op verzoek van een spin-off kan het Erasmus MC al of niet tegen betaling van royalties een licentie verlenen om het merk en/of Erasmus MC-logo te gebruiken naast de eigen identiteit van de BV. Doel van dit gebruik moet zijn: aan het in aanmerking komende publiek kenbaar maken dat het Erasmus MC ontwikkelpartner is van het betreffende bedrijf. Toetsing vindt onder meer plaats op basis van de onderstaande voorwaarden:
 - Het merk of het Erasmus MC-logo dient te allen tijde gecombineerd te worden met het begrip *ontwikkelpartner* in het huisstijllettertype van het Erasmus MC. Bijvoorbeeld: *[naam/of logo BV] ontwikkelpartner van [naam/logo Erasmus MC]*



- Het Erasmus MC-logo dient minimaal 50% kleiner te zijn afgedrukt dan het logo van de spin-off BV zelf, waarbij de algemene huisstijlvoorschriften voor het gebruik van het logo in acht worden genomen. Indien het formaat van het logo zo klein is dat de ondertitel onleesbaar wordt dient deze te worden weggelaten. Zie ook paragraaf 3.2.
- Het gebruik van de naam en het logo van het Erasmus MC moet zodanig zijn dat niet de indruk kan ontstaan dat de medewerkers van de BV werknemers zijn van het Erasmus MC.
- Door het gebruik van de naam en/of het logo mag niet de indruk worden gewekt dat de BV een afdeling c.q. activiteit zou zijn van het Erasmus MC zelf.
- Ten overvloede: het gebruik van de naam en/of het logo moet zodanig zijn, dat geen verwarring kan ontstaan tussen de naam (en activiteiten) van de BV en Erasmus MC

Het gebruik van het merk en/of logo Erasmus MC wordt uitsluitend toegestaan voor een afgebakende periode en regelmatig geëvalueerd c.q. getoetst.

5.1.3 Zorginstellingen gelieerd aan het Erasmus MC

Onder deze categorie vallen zorginstellingen, die volledig of gedeeltelijk eigendom zijn van het Erasmus MC c.q. Erasmus MC Holding BV. Op verzoek van de betreffende instelling kan het Erasmus MC toestemming verlenen om het merk en/of Erasmus MC-logo te gebruiken naast de eigen identiteit van de rechtspersoon/instelling. Toetsing vindt plaats op basis van de onderstaande voorwaarden:

- Het merk of het Erasmus MC-logo dient te allen tijde gecombineerd te worden met het woord *dochteronderneming* in het huisstijllettertype van het Erasmus MC. Bijvoorbeeld: *[naam of logo BV] dochteronderneming van [naam/logo Erasmus MC]*
- Het merk of Erasmus MC-logo dient minimaal 50% kleiner te zijn afgedrukt dan het logo van de dochteronderneming zelf, waarbij de algemene huisstijlvoorschriften voor het gebruik van het logo in acht worden genomen.
- Het gebruik van de naam en het logo van het Erasmus MC moet zodanig zijn dat niet de indruk kan ontstaan dat de medewerkers van de BV werknemers zijn van het Erasmus MC.
- Door het gebruik van de naam en/of het logo mag niet de indruk gewekt worden dat de instelling/rechtspersoon een afdeling c.q. activiteit is van het Erasmus MC zelf.

Voorbeeld

Het Havenziekenhuis en Instituut voor Tropische Ziekten BV is een dochteronderneming van



Samenwerkingsverbanden zonder commercieel belang

Deze categorie bevat samenwerkingsinitiatieven waarin het Erasmus MC participeert met erkende partners met een gezamenlijke, welomschreven, inhoudelijke verantwoordelijkheid zonder winst oogmerk. Deze samenwerking is officieel erkend door de Raad van Bestuur van het Erasmus MC.

In dit geval dient een woordmerk ontwikkeld (en toegepast) te worden in combinatie met het logo van Erasmus MC en de andere participerende partij(en). Uitgangspunt bij de ontwikkeling is het patiëntperspectief. De logo's van Erasmus MC en de andere participant(en) worden naast elkaar en op gelijkwaardige wijze tot uiting gebracht. Het gebruik van bestaande logo's genereert herkenbaarheid en betrouwbaarheid bij de doelgroep. Bij voorkeur aangevuld met een toelichting waardoor de onderlinge relatie helder wordt door gebruik van termen zoals 'powered by', 'samenwerkingsinitiatief van' of 'expertise door samenwerking'.

Datum 2014

Hoofdstuk Merk- en logogebruik door aan het Erasmus MC gelieerde rechtspersonen

Titel Merk- en naambeleid Erasmus MC



Twee voorbeelden:



In geval er sprake is van ondersteuning van het Erasmus MC door derden, bijvoorbeeld door het beschikbaar stellen van gelden of faciliteiten, en het Erasmus MC de inhoudelijke verantwoordelijkheid heeft in het samenwerkingsverband, is de Erasmus MC-huisstijl leidend. Het zelf ontwikkelen van nieuwe varianten van het Erasmus MC-logo is niet toegestaan. Het is alleen toegestaan een bestaande variant van het Erasmus MC-logo toe te passen (te gebruiken), dat wil zeggen in blauw, in zwart of diapositief (wit).

Derden

Met derden bedoelen we externe partijen, bijvoorbeeld leveranciers of samenwerkingspartners, die niet gelieerd zijn aan het Erasmus MC. Het is derden niet toegestaan het merk, de naam en/of het logo van het Erasmus MC te gebruiken in voorlichtings-, reclame- of public relationsuitingen, tenzij hiervoor voorafgaand en nadrukkelijk toestemming is verkregen van de afdeling Communicatie van het Erasmus MC.

Aan de eventueel te verlenen toestemming wordt in alle gevallen minimaal de volgende beperkingen verbonden:

- het gebruik van het merk en het logo dient van beperkte duur te zijn;
- het gebruik dient volledig te voldoen aan de huisstijlvoorschriften omtrent kleurstelling, afmeting, etcetera;
- het gebruikt dient beperkt te zijn tot een bepaald nader omschreven project;
- het gebruik moet zodanig zijn dat in geen geval de indruk kan ontstaan dat de gebruiker verbonden is aan het Erasmus MC;
- het gebruik moet zodanig zijn dat in geen geval de indruk zou kunnen ontstaan dat sprake is van een soort franchiseconstructie, waarbij de toestemming tot het gebruik uitsluitend is gegeven omdat de betreffende gebruiker het Erasmus MC hiervoor heeft betaald;

Voor het gebruik van het logo en/of de naam Erasmus MC bij sponsoring en/of fondsenwerving gelden andere afspraken. Zie hiervoor hoofdstuk 6.

5.2 Aanvraagprocedure

Tijdens de oprichtingsfase van een afdelings-BV, spin-off BV, een 100% dochteronderneming of formeel samenwerkingsverband dient het identiteitsvraagstuk kort uitgewerkt te worden (erg summier). Daarbij is het van belang dat de in deze notitie beschreven voorwaarden en mogelijkheden voor het merk- en logogebruik door BV's, samenwerkingsinitiatieven en derden in acht worden genomen. Bij de beoordeling van de vraag om toestemming moeten de hieronder beschreven stappen doorlopen worden:

- Aanvraag indienen voor het gebruik van het Erasmus MC-merk en/of -logo bij de juridisch adviseur van de afdeling Kennistransfer. De aanvraag tot gebruik van het merk- en logogebruik dient vergezeld te gaan van argumentatie en toepassingswensen.
- De afdeling Kennistransfer treedt over de aanvraag in overleg met de huisstijlmanager van de afdeling Communicatie.
- Het gezamenlijk advies, positief of negatief, wordt schriftelijk voorgelegd aan de Raad van Bestuur; een afschrift wordt gestuurd aan de aanvrager, het hoofd van de afdeling Kennistransfer en het hoofd van de afdeling Communicatie.
- Het besluit van de Raad van Bestuur wordt gezonden aan aanvrager, de afdeling Kennistransfer en de afdeling Communicatie.
- Toestemming geldt altijd voor een afgebakende periode. Voor het verstrijken van de geldende periode dient minimaal twee maanden van tevoren een aanvraag voor verlenging te worden ingediend bij de afdeling Kennistransfer.
- In geval van toestemming toetst de afdeling Kennistransfer het commerciële gebruik van het merk en logo Erasmus MC jaarlijks.

6 Logogebruik bij sponsoring en fondsenwerving

In het Erasmus MC wordt frequent gebruik gemaakt van advertentie- en sponsorgelden voor onder andere het organiseren van congressen, symposia, maar ook het vervaardigen van specifieke communicatiemiddelen. In dit hoofdstuk wordt beschreven welke richtlijnen en verantwoordelijkheden gelden voor zowel vorm als inhoud van deze uitingen. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt in uitingen bestemd voor uitsluitend Erasmus MC-doelgroepen en uitingen waarbij ook doelgroepen van derden betrokken zijn. Ook wordt beschreven welke tegenprestatie van het Erasmus MC mag worden verlangd. Het algemene uitgangspunt bij sponsoring is dat gesponsorde uitingen waar medewerkers of afdelingen van het Erasmus MC bij betrokken zijn, voldoen aan de hoge wetenschappelijke en zorginhoudelijke kwaliteitsmaatstaven die het Erasmus MC als organisatie nastreeft. De desbetreffende medewerkers of afdelingen blijven verantwoordelijk voor het voldoen aan die maatstaven.

6.1 Gesponsorde uitingen bedoeld voor uitsluitend Erasmus MC-doelgroepen

- Indien het gesponsorde product specifiek bestemd is voor een doelgroep van het Erasmus MC (bijvoorbeeld uitsluitend patiënten van een Erasmus MC-polikliniek of deelnemers aan een Erasmus MC nascholingscursus) wordt altijd de Erasmus MC-huisstijl gevolgd en het Erasmus MC-logo gebruikt. Uitgebreide richtlijnen over het gebruik van de juiste kleurstelling en stijlkenmerken per specifieke doelgroep zijn te vinden en te downloaden via www.erasmusmc.nl/huisstijl.
- Het Erasmus MC kan op twee manier een tegenprestatie leveren aan de sponsor:
 - a) Tekstuele vermelding in het 'Erasmus MC-huisstijllettertype' bij voorkeur/zo mogelijk op de achterzijde van de uiting kan als volgt: 'deze uitgave en/of dit product is (mede) mogelijk gemaakt door...' of 'in samenwerking met' of 'dankzij', et cetera.
 - b) Logovermelding: vermelding van het logo van de sponsor bij voorkeur/zo mogelijk op de achterzijde van de uiting, bij voorkeur in zwart/wit. Bij full colour uitgaven kan plaatsing van het sponsorlogo in kleur worden overwogen. Het logo van de sponsor mag het Erasmus MC-logo niet vervangen of overheersen. Ook is het niet toegestaan om combinatielogo's en of gelegenheidslogo's te ontwikkelen c.q. toe te passen.
- Indien de uiting specifiek bestemd is voor een doelgroep van het Erasmus MC, dan ligt de verantwoordelijkheid (copyright) voor de kwaliteit en de onafhankelijkheid van de inhoud te allen tijde bij het Erasmus MC.

6.2 Gesponsorde uitingen bedoeld voor doelgroepen Erasmus MC én derden

Indien de uiting zowel bestemd is voor doelgroepen van het Erasmus MC als voor doelgroepen van derden (bijvoorbeeld patiëntenfolders die ook in andere ziekenhuizen worden aangeboden), dient de vorm in overleg bepaald te worden met de huisstijlmanager, afdeling Communicatie Erasmus MC. Dan geldt een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor de inhoud, maar dienen kwaliteit en onafhankelijkheid gegarandeerd te zijn.

Uitingen bij fondsenwerven en 'goede doelen' acties

In geval van actieve fondsenwerving door (een specifieke afdeling of project van) Erasmus MC, of in het geval dat (een specifiek onderdeel, afdeling of project van) Erasmus MC begunstigde is van een goed doel geldt de hoofdregel dat dit onder de vlag van Erasmus MC en in de Erasmus MC-huisstijl geschiedt.

Submerken

Het kan voor een geldverschaffende partij én voor het Erasmus MC van doorslaggevend belang zijn dat het karakter of kenmerk van het onderwerp van het goede doel in één oogopslag zichtbaar is. Erasmus MC kan dan een té brede eigennaam zijn. Kanker en kinderen zijn met name potentiële goede doelen. Het is niet toegestaan om combinatielogo's en/of gelegenheidslogo's te (laten) ontwikkelen c.q. toe te passen.

Onderstaand een afbeelding van de ontworpen varianten die kunnen worden toegepast in blauw, in zwart of in diapositief (wit):



Sophia Kinderziekenhuis



Sophia Childrens Hospital

Datum 2014

Hoofdstuk Logogebruik bij sponsoring en fondsenwerving

Titel Merk- en naambeleid Erasmus MC



Kanker Instituut



Cancer Institute

Uitzonderingen

Afwijken van bovengenoemd beleid is alleen toegestaan om beargumenteerde redenen. De betreffende argumenten in ogenschouw genomen zal de huisstijlmanager van het Erasmus MC in samenspraak en overleg met de opdrachtgever advies uitbrengen over de te volgen aanpak per specifiek geval.