



Universität Zürich

Dr. Christina Hofmann

Delegierte für Kommunikation
Leiterin unicommunication

24. 11. 2006

Kommunikationskonzept zum Jubiläum 175 Jahre UZH

Ausgangslage

Der Projektausschuss hat am 13. November 2006 das Kostendach für die gesamte Kommunikation auf CHF 500'000.- festgelegt. Das Budget kann mit Einnahmen, Sponsoring oder Naturalleistungen erhöht werden.

Positionierung

Unter dem Motto Wissen teilen positioniert sich die Universität Zürich sich als grösste Schweizer Universität der Forschung und Lehre mit einem umfassenden Fächerspektrum, Spitzenleistungen in der Forschung und zentraler Bedeutung für den Wissensstandort Zürich. Als strategisches Ziel gilt das Schaffen und Erhalten von Goodwill bei der Bevölkerung, den Entscheidungsträgern und den Steuerzahlenden¹.

Strategie

Es gilt die Mittel nun so zu fokussieren, dass möglichst keine Streuverluste entstehen. Eine Breitenwirkung soll einerseits über die Berichterstattung in den Medien erreicht werden, andererseits über eine sehr fokussierte Werbemassnahme zur Mobilisierung. Eine wichtige Bedeutung kommt dabei dem Internet als zentrale Informationsquelle zu. Die Medien sollen gezielt motiviert werden, über das Jubiläum zu berichten indem gezielt Inhalte vermittelt werden.

Um das Jubiläum unter ein Dach zu bringen wird ein Jubiläums-Design erstellt, welches die Wiedererkennung erlauben soll und verbindlich für alle Aktivitäten ist.

¹ Weitere Ziele des Jubiläum, Kommunikationsziele und Botschaften gemäss Projektskizze vom 8.3. 2006 und PL-Sitzung vom 7.6. 2006



Eine Tiefenwirkung wird durch gezielte Ansprache der Universitätsnahen Zielgruppen (Studierende, Dozierende, Lehrbeauftragte, Angehörige, Alumni, Alumnae, Freunde und Bekannte) und gezielte Einladung Prominenter, Sponsoren erreicht.

Die Publishing Produkte (Print und Online) der Unicommunication werden ohne Volumen-Ausweitung (keine Erhöhung der Auflagen, keine Erhöhung der Seitenzahlen, keine Spezialausgaben) in den Dienst des Jubiläums gestellt.

Zielgruppen/Aktivität/Zuständigkeit/Massnahmen

Zielgruppe	Aktivität	Zuständigkeit	Massnahmen
VIP, Prominente, Sponsoringpartner	VIP-Anlass wie Eröffnungsanlass/Dies Academicus	AG 2&7 /PL ²	Vorankündigung Einladung
Potenzielle Besucher aus der Zürcher Wohnbevölkerung und angrenzenden Gebieten	Einzelne Veranstaltungen wie Fakultätstage, Aktivitäten der Museen, Parcours des Wissens	AG 3 resp. Fakultäten / jeweilige Veranstalter / PL	Programme, Einladung an die jeweilige Zielgruppe Bewerbung
	Gesamtanlass, Alle Veranstaltungen	AG6 / Agentur	Bewerbung Gesamtanlass
		Unicommunication Media/ PL	Programm-Übersicht, Detailierungsgrad abstimmen mit Gesamtprogramm auf den Internet
		UnicomOnline, Roger Stupf	Jubiläumswebsite inkl.

² Projektleitung, K. Züger & Assistenz, J. Paschke



Zielgruppe	Aktivität	Zuständigkeit	Massnahmen
			Hintergrund zum Jubiläum, Wissen teilen, Eine Website für alle Gesamtprogramm, Uniagenda Gemäss separaten Konzept
Zürcher Wohnbevölkerung und angrenzende Gebiete	Gesamtanlass , Alle Veranstaltungen	Media Desk, Beat Müller	Medienkonferenz im Januar zum Auftakt Jahresmedienkonferenz zum Abschluss, Medienkonferenz zwischendurch Gemäss separater Planung
		Fakultäten – Inhalte MediaDesk – Triage Beat Müller, Christina Hofmann, Heini Ringger	Berichterstattung in den Medien, gezieltes Vermitteln von Inhalten (Medien-UZH) aufgrund separatem Konzept / Matrix
		Unicommunication – Redaktion, Heini Ringger	Laufende Berichterstattung Unipublic Jubiläums-Newsletter wöchentlich
UZH-Angehörige, Magazin-Abonnenten (Studierende, MA, Professorenschaft,	Einzelne Veranstaltungen wie Fakultätstage	AG3 resp. Fakultäten	Programme, Einladung an die jeweilige Zielgruppe (UZH-Angehörige, Alumni) Bekanntmachung



Zielgruppe	Aktivität	Zuständigkeit	Massnahmen
Lehrbeauftragte)	Gesamtanlass, Alle Veranstaltungen	Heini Ringger	Berichterstattung vor während und nach dem Jubiläum Unijournal, Unipublic, Unimagazin, Unireport Gemäss separatem Konzept
		Roger Stupf (ID, RD)	e-Mailing Vorankündigung und Mobilisierung, Hinweis auf Programm

Unicommunication stellt den anderen Arbeitsgruppen neben Design, Design Manual, Templates, auch ein Bezugsverzeichnis (Druck, Graphik, u.ä.) zur Verfügung.