

DESIGN-HANDBUCH



Mit Bildung Leben verändern



Kontakt

Adresse

Wolfensbergstrasse 47
CH - 8400 Winterthur

Telefon

+41 (0) 52 269 04 69
+41 (0) 24 420 33 23

Online

E-Mail Deutschschweiz:
E-Mail Westschweiz:
Website:

winterthur@sam-global.org
ecublens@sam-global.org
www.sam-global.org



EINFÜHRUNG

Die Designrichtlinien

Diese Richtlinien beschreiben die visuellen und verbalen Elemente, die die Markenidentität von SAM global darstellen. Dazu gehören unser Name, unser Logo, Slogan und andere Elemente wie Farbe, Schrift und Grafiken.

Das Senden einer konsistenten und kontrollierten Botschaft darüber, wer wir sind, ist für die Präsentation eines starken, einheitli-

chen Bildes unseres Unternehmens von wesentlicher Bedeutung. Diese Richtlinien spiegeln das Engagement von SAM global für Qualität, Beständigkeit und Stil wider.

Danke für das Einhalten der Richtlinien!

Dein Kommunikations-Team

INHALT

Kapitel 1 | Die Darstellung des Logos

Kapitel 2 | Die Firmenschriften

Kapitel 3 | Typografie- und Text Hierarchie

Kapitel 4 | Farbsystem, Icons und Flaggen

Kapitel 5 | Firmenbriefpapier

Kapitel 6 | Office-Vorlagen

Kapitel 7 | Zusammenfassung und Kontakt

01 DIE DARSTELLUNG DES LOGOS

Unser Logo ist der wichtigste Baustein unserer visuellen Identität, das primäre visuelle Element, das uns identifizierbar macht.

Die Logo-Einführung

Die Logo-Anwendung

Die Logo-Elemente

Freiraum und Berechnung

Falsche Logo-Anwendungen

Die Logos

Das vollständige Logo

Das SAM global Firmenlogo besteht aus zwei Elementen, dem Logosymbol und dem Schriftzug. Das Logo-Symbol ist ein starkes Bild, das die globale Wirkung und das Feuer bzw. die Leidenschaft der Mitarbeitenden zeigen soll.

Es hat eine besondere Beziehung zum Namen SAM global. Der Logotyp wurde sorgfältig wegen seines modernen und doch raffinierten, gut lesbaren Stils ausgewählt, der durch die Verwendung von Grossbuchstaben noch verstärkt wurde.

Das Firmenlogo wird sowohl durch die Verwendung von Farbe als auch durch Form und Gestalt präsentiert. Die beiden Unternehmensfarben sind Gelb und Blau. Es handelt sich um eine frische und ansprechende Mischung von Farben, die aufgrund ihrer starken Kombination - modern - klassisch - zeitlos - gewählt wurden.

Das Quer-Logo wird aktuell insbesondere auf der Webseite und bei schmalen Kopfzeilen etc. verwendet. In den Print-Publikationen wird mit dem Hochformat-Logo gearbeitet.

Du findest die verschiedenen Logos hier:

<V:\Kommunikation extern\Corporate Design\Ab 2021\Logo>



Die Bildmarke im Logo darf in seltenen Fällen auch alleinstehend verwendet werden.

2) Der Text neben der Bildmarke bildet dann zusammen das Querlogo, welches auf der Webseite verwendet wird.

1) Das allgemeine Logo

Das Hauptlogo ist das dunkle Logo, das auf weissem oder farbigem Hintergrund verwendet wird. Für dunklere Hintergründe finden Sie unten eine Alternative.

Logo dunkle Version



3

Logo helle Version



4

3) Die dunkle Version des Logos wird verwendet, wenn die Hintergrundfarbe hell ist. Dies ist unser Hauptlogo und das meistverwendete.

4) Die helle Version des Logos wird verwendet, wenn die Hintergrundfarbe dunkel ist.

Empfohlene Formate sind:
.eps | .ai | .png | .jpg | .tiff

Achtung!

Die Verwendung von stilisierten, animierten, handgezeichneten oder anderen Versionen eines inoffiziellen Logos ist nicht erlaubt. Dies untergräbt das Logosystem und die Markenkonsistenz. Bitte wende dich an das Kommunikationsteam von SAM global, wenn du Fragen hast oder weitere Hilfe benötigst.

02 DIE FIRMENSCHRIFTEN

Die Firmenschriften sollen einen starken Wiedererkennungswert schaffen. Damit ohne grosse Probleme die Schriften für alle Produkte (Print und Online) verfügbar sind, gibt es für Microsoft-Programme alternative Schriften. Welche Schriftart für welchen Textbaustein eingesetzt wird, ist nachfolgend erläutert.

Die Firmenschriften
Primäre Schriftart
Sekundäre Schriftart

Schrift für Titel, Zwischentitel und Lead

Die Schriftart

Die Futura PT ist eine serifenlose Schrift und wird nur online für Fliesstext verwendet, sonst für Titel und Kurzbeschriebe. In Microsoft-Programmen wird diese Schrift durch die **Segoe UI** ersetzt.

FUTURA PT

Primär

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Futura PT Bold
 Alternativ: Segoe UI
Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Futura PT Light
 Alternativ: Segoe UI
 Light

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Futura PT Zahlen
 Alternativ: Segoe UI
 Light

! " § \$ % & / () = ? ` ; : | " ¶ ¢ [] | { } ≠ ð ' « ∑ € ® † Ω ° / ø π • ± ' æ œ @ Δ ° º © f ò , å ¥ ≈ ç

Futura PT Spezial-Zeichen
 Alternativ: Segoe UI
 Light

Beispiele

Schrift für längere Fliesstexte

Die Schriftart

Sabon LT Pro ist eine Serifenschrift die für Adobe Systems entwickelt wurde und wird für Fliesstexte verwendet. Bitte diese Schrift nicht für Titel verwenden. In Microsoft-Programmen wird diese Schrift durch die **Times New Roman** ersetzt.

Primär

SABON LT PRO

Sabon LT Pro Bold
Alternativ: Times
New Roman Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Sabon LT Pro
Regular
Alternativ: Times New
Roman Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Beispiele

Sabon LT Pro Zahlen
(Roman)
Alternativ: Times New
Roman Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Sabon LT Pro Spezial-
Zeichen (Roman)
Alternativ: Times New
Roman Regular

! “ § \$ % & / () = ? ` ; : i “ ¶ ¢ [] | { } ≠ ¿ ‘
« Σ € ® † Ω “ / ø π • ± ‘ æ œ @ Δ ° ª © f ð , å ¥ ≈ ç

Schrift für Titel, Slogan, Spezielles

Die Schriftart

Die Romanthica ist eine elegante und moderne Schrift. Wir setzen sie selten und gezielt für Überschriften ein. Du findest diese Schrift auf dem Laufwerk und kannst sie installieren.
[V:\Kommunikation_extern\Corporate_Design\Ab 2021\Schriften](V:\Kommunikation_extern\Corporate_Design\Ab_2021\Schriften)

Romanthica

Primär

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Romanthica regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Romanthica Zahlen

Beispiele

! " \$ % & / () = ? ` : ; | " ¶ ¨ [] | { } ≠ ¿ ' < ≥ † ⊙ † Ω · ± ' ~ œ @ Δ ° ~ © œ 2 , 2 4 ≈ §

Romanthica Spezial-
Zeichen

Schrift für Titel, Zwischentitel und Lead Kinderseiten SAMfocus

Die Schriftart

Showcard Gothic wurde von Jim Parkinson entworfen und wird auf den Kinderseiten des Focus und Allons für die Titelseite verwendet.

SHOWCARD GOTHIC

Primär

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Regular

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 Zahlen

Beispiele

! " § \$ % & / () = ? ` ; : i " q € [] | { } ≠ i ` Spezial-Zeichen
« » € ® † ‡ / Ø π • ± ' Æ Œ @ Δ ° ^ © f ò , Å ¥ º Ç

Schrift für Fliesstexte Kinderseiten SAMfocus

Die Schriftart

Die Futura PT light ist eine serifenlose Schrift und wird auf den Kinderseiten des Focus und Allons für die Fliesstexte verwendet.

Primär

FUTURA PT LIGHT

Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

Beispiele

Zahlen

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Spezial-Zeichen

! " § \$ % & / () = ? ` ; : | " ¶ ¤ [] | { } ≠ ÷ ' « ∑ € ® † Ω ∞ / ø π • ± ' æ œ @ Δ ° º © f ò , ð ¥ ≈ ç

03 TYPOGRAFIE UND TEXT-HIERARCHIE

Die typografische Hierarchie ist eine weitere Form der visuellen Hierarchie, eine Unterhierarchie per se in einem Gesamtdesignprojekt. Die typografische Hierarchie stellt die Schrift so dar, dass die wichtigsten Wörter mit der grössten Wirkung angezeigt werden, damit die Benutzer den Text nach wichtigen Informationen durchsuchen können. Ty-

pografische Hierarchie schafft Kontrast zwischen Elementen. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, wie Sie ein Gefühl der Hierarchie erzeugen können. Hier sind einige der gängigsten Techniken für SAM global.

Typografie und Text-Hierarchie
Umgang mit Highlights
Das Einsetzen von Zitaten
Autorenbild und Funktion

GR MITTEL

H1

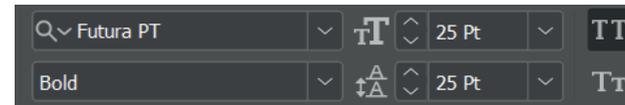


H2

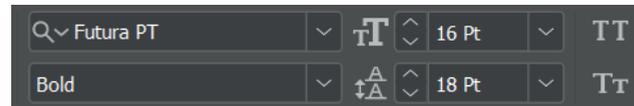


KLEIN

H3



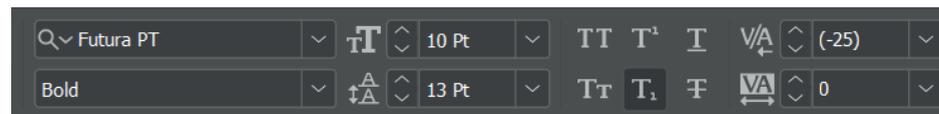
Zwischentitel



Lead



Bildbeschriftung



Highlights und Zitate

Highlights

Das gelb hinterlegen von Fliesstext nennt sich Highlight und wird nur für besondere Inhalte eingesetzt. Es soll den Lesenden eine Hilfestellung bei de Überfliegen des Textes geben. Die Highlights sollten zusammen Sinn ergeben. Auch dann, wenn man nur die Highlights liest.

Unsere «Umtopf- und Einpflanzphase» brauchte auch Zeit und Geduld. **Das anfänglich «Fremde» wurde langsam zu Bekanntem.** Die Schule wurde zum neuen Alltag der Kinder, der «lange» Arbeitsweg von ...

Zitate

Das Zitat wird für besonders aussagekräftige Statements eingesetzt. Es gilt immer die gleiche Vorlage zu verwenden. Die Schriftfarbe ist in der gleichen Farbe wie der Rahmen.

“
Wir sind da daheim, wo wir
als Familie zusammen sind.”

Die dunkle Version des Zitates wird verwendet, wenn die Hintergrundfarbe hell ist.

“
Wir sind da daheim, wo
wir als Familie zusammen sind.”

Die helle Version des Zitates wird verwendet, wenn die Hintergrundfarbe dunkel ist.

Autorenbild und Funktion

Das Autorenbild wird immer dann verwendet, wenn zusätzlich zum Name des Autors ein Bild notwendig ist.



Vorname N.
Funktion
Projekt, Land

04 FARBSYSTEM, ICONS UND FLAGGEN

Farbsystem und Farbcodes

Farbe spielt im Corporate-Identity-Programm von SAM global eine wichtige Rolle. Die unten aufgeführten Farben werden für verschiedene Medien eingesetzt. Es wurde eine Palette von Primärfarben entwickelt. Die konsistente Verwendung dieser Farben trägt zum kohärenten und harmonischen Erscheinungsbild der Markeniden-

tität von SAM global in allen relevanten Medien bei.

Die Icons und Flaggen verleihen dem Design einen nahbaren und modernen Touch. In den SAM global Farben designt, fügen sie sich perfekt in das Gesamtkonzept ein.

Die Farben von SAM global

Primäres Farbsystem

Sekundäres Farbsystem

Icons

Flaggen

Primäres Farbsystem

Erläuterung:
SAM global hat zwei offizielle Farben:
Gelb und Blau.

Verwendung:
Verwende die dominierende Farbpalette für alle internen und externen visuellen Präsentationen der Organisation.



Hauptfarbe

SAM global gelb

Farb-Codes

CMYK: C000 M020 Y093 K000
RGB: R255 G204 B0
Web: #FFCC00



Hauptfarbe

SAM global blau

Farb-Codes

CMYK: C098 M074 Y026 K012
RGB: R024 G069 B119
Web: #184577

Sekundäres Farbsystem

Erläuterung:

Die Sekundärfarben sind komplementär zu unseren offiziellen Farben. Sekundärfarben sollten sparsam eingesetzt werden, um etwas Abwechslung zu schaffen.

Verwendung:

Verwenden Sie sie zur Akzentuierung, Abwechslung und Unterstützung der primären Farbpalette.

HINTERGRÜNDE

HIGHLIGHTS
TITELBALKEN

LINIEN

SOCIAL MEDIA

LINKS

Farb-Codes

CMYK: C014 M010 Y000 K015 RGB : R187 G195 B217
Web : #bbc3d9

Farb-Codes

CMYK: C001 M004 Y037 K000 RGB : R255 G240 B181
Web : #fff0b4

Farb-Codes

CMYK: C070 M060 Y056 K065 RGB : R051 G051 B051
Web : #333333

Farb-Codes

CMYK: C035 M024 Y000 K029 RGB : R118 G137 B181
Web : #7689b5

Farb-Codes

CMYK: C000 M084 Y065 K000 RGB : R255 G064 B067
Web : #ff4043

Icons

Vorhandene Farben:
Blau, Schwarz und
Weiss

Erläuterung:

Mit dem Einsatz von Icons wird Text eingespart und den Lesenden eine visuelle Hilfe gegeben.

Verwendung:

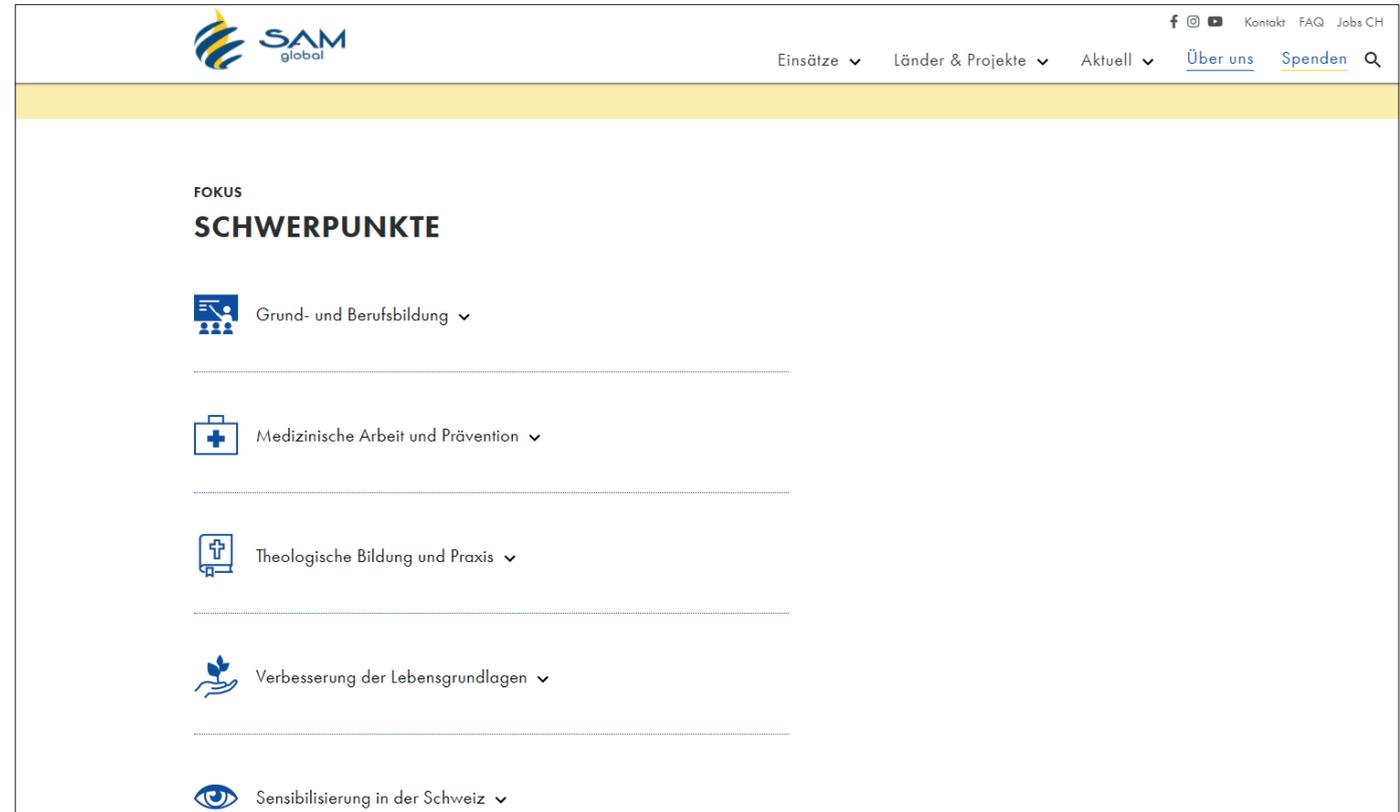
Verwende die Icons z.B. für Aufzählungen, in PPT-Präsentationen oder für Illustrationen.

Du findest viele weitere Icons hier:
[V:\Kommunikation_extern\Corporate Design\Ab 2021\Icons](#)

Die fünf Schwerpunkte von SAM global in Form von Icons



Unsere Website als Beispiel, wie und wo die Icons eingesetzt sind bzw. werden.



Flaggen

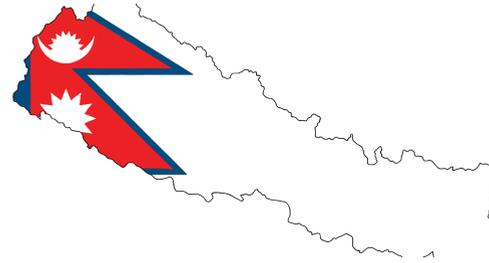
Erläuterung:

Mit dem Einsatz von Flaggen ermöglichen wir den Lesenden innerhalb von Sekunden zu erkennen, um welches Land es sich handelt. Die Farben sind auf das CI/CD von SAM global abgestimmt.

Verwendung:

Verwende die Flaggen auf PPT-Folien, in Word-Dokumenten und lockere deine Inhalte auf.

Du findest die Flaggen hier:
V:\Kommunikation_extern\Corporate Design\Ab 2021\Flaggen2021



05 FIRMENBRIEFPAPIER

Firmenbriefpapier

Briefpapier ist ein primäres Kommunikationsmittel und es ist wichtig, dass jede Anwendung ein konsistentes Spiegelbild unserer Unternehmensidentität ist. Es gibt nur ein genehmigtes Designformat für alle Geschäftsdrucksachen von SAM global.

Firmenbriefpapier

Wichtig:

Wenn du den Brief per Post versendest, dann immer auf das vorgedruckte Briefpapier aus dem Drucker verwenden.

Erklärung & Verwendung:

Durch die wiederkehrenden Elemente passt das Briefpapier in das Gesamtkonzept. Das Firmenbriefpapier soll für möglichst alle Briefe verwendet werden. Soll ein Brief per E-Mail verschickt werden, kannst du den Brief im Word erstellen und dann als PDF exportieren. Du findest die Vorlage hier: [V:\Kommunikation extern\Corporate Design\Ab 2021\Druck-Material SAM global\Ab2021\01_Briefpapier\Word-Vorlage](#)

Grösse

Dimension

297 x 210mm

DIN A4

Abbildung links:
Briefpapier Standard

Abbildung rechts: Briefpapier
A4 mit integriertem Einzah-
lungsschein.



Das Kuvert

Erklärung:

Das Kuvert ist flexibel für Deutsche und Französische Post einsetzbar. Durch das schlichte aber doch auffallende Design ist es auf jedem Poststapel ein Hingucker.



06 OFFICE-VORLAGEN

Word
PowerPoint
Excel

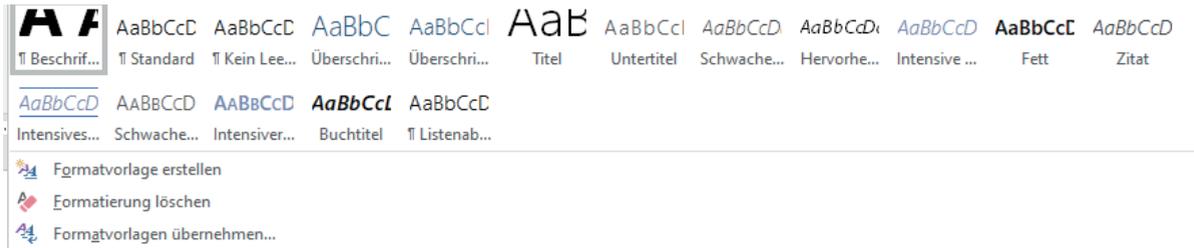
MS Word

Erklärung:

Im Word stets darauf achten, dass die **Segoe UI Semilight** verwendet wird. Zudem sollen Dokumente, welche nicht auf Briefpapier o.ä. gedruckt werden, jeweils ein Logo von SAM global enthalten.

Hier zur Word-Vorlage:

[V:\Kommunikation extern\Corporate Design\Ab2021\Druck-Material SAM global\Ab2021\01 Briefpapier\Word-Vorlage](#)



Verwendung:

Im Word sind **Formatvorlagen** hinterlegt. Bitte verwendende diese für Titel, Textbausteine und Aufzählungen.

#SERVEANDMULTIPLY



Samuel Tom
ProVIDA
Passagem Alegre 16, KM 3, Coqueiro,
67113-220 Ananindeua PA
BRAZIL

Winterthur, 19. Mai 2021 / FN 101169
winterthur@sam-global.org

Jahresbericht 2020

Sehr geehrte Damen und Herren

Im Jahresbericht 2020 schauen wir auf ein Jahr zurück, das wir alle nicht so schnell vergessen werden. Wir erlebten Gott auf besondere Weise: **Er schenkte immer wieder Lösungen**, teilweise durch Wunder, und alle Langzeitmitarbeitenden konnten ihre Arbeit trotz grosser Reiseeinschränkungen wieder aufnehmen. Wegen der Pandemie mussten unsere Berufsschulen geschlossen werden, trotzdem konnten die Lehrabschlüsse inzwischen nachgeholt werden. **Dank Ihrer Hilfe hatten wir mehr als 200'000 CHF zusätzlich zur Verfügung** und konnten ganz praktisch helfen, beispielsweise mit Lebensmittelpaketen.

Wenn eins noch klarer wurde, dann ist das die Tatsache, dass Menschen soziale Kontakte und Hoffnung brauchen. Und dass unsere Leute konkret helfen konnten und trotz allem vor Ort waren, **hat Hoffnung geweckt und daran erinnert, dass Gott da ist und uns nicht vergisst!**

Rund eine Million Menschen (vgl. S.4) haben 2020 von SAM global in irgendeiner Weise profitiert – Sie haben das möglich gemacht und sind so selber zur Hoffnungsträgerin und zum Hoffnungsträger geworden. Danke für all Ihre Unterstützung!

Voller Dankbarkeit und Hoffnung schauen wir in die Zukunft.

Herzliche Grüsse

Jürg Pfister, Leiter SAM global

PS: Sie wollen aktiv werden?

Auf unserer Webseite finden Sie spannende Einsatzmöglichkeiten. Auch während der Corona-Pandemie sind Einsätze möglich! www.sam-global.org

Für Spenden aus Deutschland:

Empfänger: SAM global, Wolfensbergstrasse 47, 8400 Winterthur, Schweiz
IBAN: CH20 0900 0000 9119 3558 6
BIC: POFICHBEXX

MS PowerPoint

Erklärung:

Es stehen diverse Folienvorlagen zur Verfügung. Beispielsweise mit Bildern, Zitaten, Aufzählungen und Zwischentiteln. Bitte die jeweiligen Folienvorlagen verwenden.

1 **Masterfolien**
Corporate Design / Corporate Identity
SAM global

2 **Hier steht dein Titel**

- Der Text soll kurz und knackig sein
- Lieber Stichworte als lange Sätze
- Weniger ist mehr
- Grösse immer so, dass gut lesbar (nie kleiner als 14 PT)
- ... ist schon ziemlich weit
- ... aber grad noch okay
- Das Wichtigste in Kürze
- Lieber ein Bild mehr als mehr Text!

3 **Grosser Zwischentitel**
Diese Folie kannst du benutzen, bevor ein neues Thema / Abschnitt beginnt

4 **Diese Folie eignet sich für mehr Text**

- Aufzählungen
- Vergleiche
- Ideen
- Das Aufzählungszeichen entspricht unserer Bildmarke
- Und kann immer wieder verwendet werden

5 **Diese Folie eignet sich auch für Aufzählungen**
Und hat zudem Zwischentitel 1 **und Zwischentitel 2!**

- Hier steht dein Text
- Hier steht deine Idee
- Hier steht was du möchtest
- Hier steht ein Witz
- Hier steht ein Gedanke
- Hier hast du Platz ...

6 **Zitat**
Zitatvorlage mit Bild und Zitatbox

7 **Zitat**
Zitatvorlage auf dunkelblauem Hintergrund

8 **Zitat**
Zitatvorlage auf gelbem Hintergrund

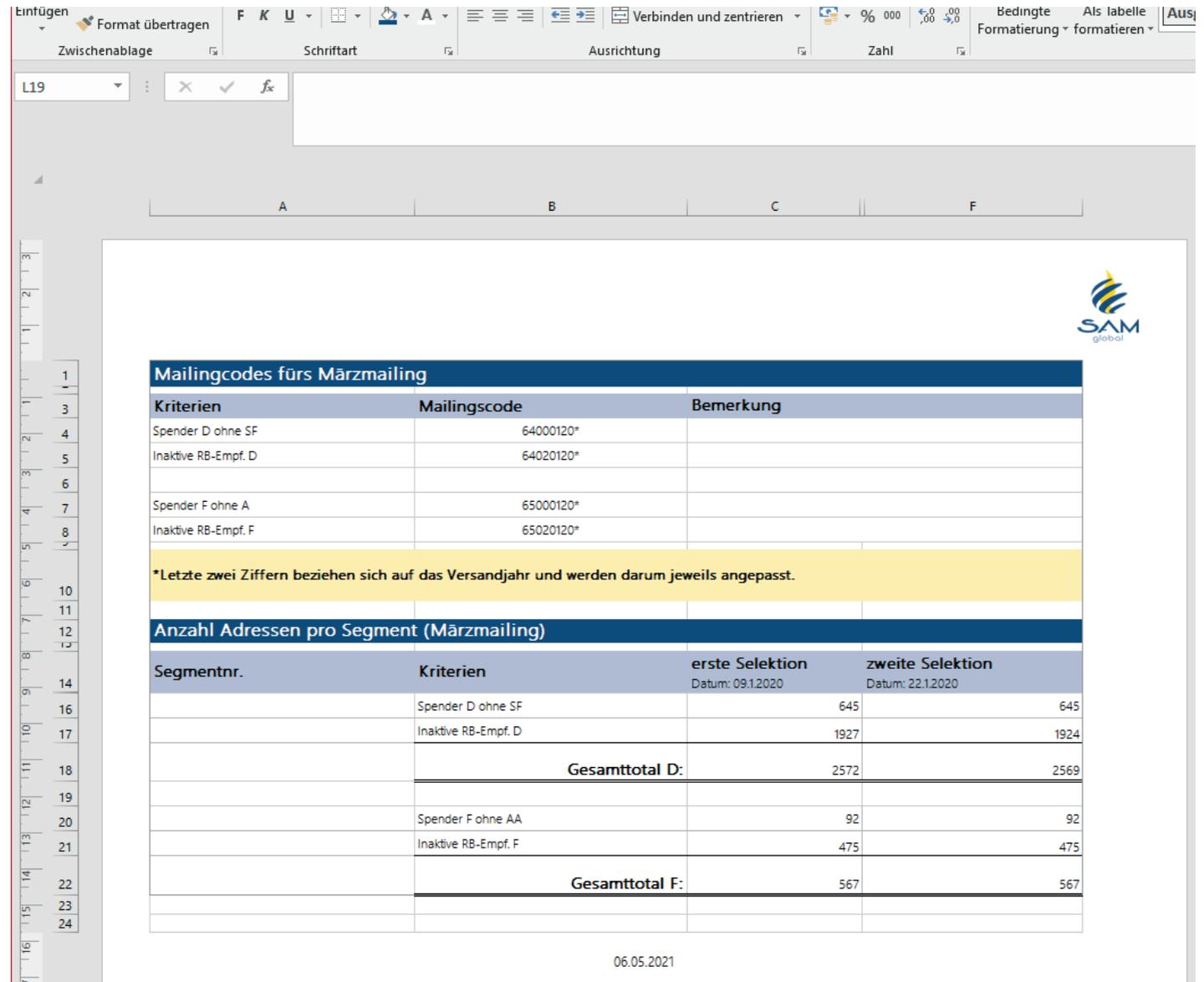
9 **Zitat**
Zitatvorlage auf hellblauem Hintergrund

10 **Zitat**
Zitatvorlage auf weißem Hintergrund

MS Excel

Erklärung:

Bei Excel darauf achten, dass die korrekten Farben und Schriften (Segoe UI Semilight) verwendet werden. Oben rechts jeweils das Logo platzieren. Die Fusszeile kann für Datum, Dateiname und ähnliches nach Bedarf verwendet werden.



The screenshot displays an Excel spreadsheet with the following content:

Mailingcodes fürs Märzmailing

Kriterien	Mailingscode	Bemerkung
Spender D ohne SF	64000120*	
Inaktive RB-Empf. D	64020120*	
Spender F ohne A	65000120*	
Inaktive RB-Empf. F	65020120*	
*Letzte zwei Ziffern beziehen sich auf das Versandjahr und werden darum jeweils angepasst.		

Anzahl Adressen pro Segment (Märzmailing)

Segmentnr.	Kriterien	erste Selektion	zweite Selektion
		Datum: 09.1.2020	Datum: 22.1.2020
	Spender D ohne SF	645	645
	Inaktive RB-Empf. D	1927	1924
	Gesamttotal D:	2572	2569
	Spender F ohne AA	92	92
	Inaktive RB-Empf. F	475	475
	Gesamttotal F:	567	567

06.05.2021

07 ZUSAMMENFASSUNG UND KONTAKT

Zusammenfassung
Überblick Umsetzung
Kontakt

Überblick CI/CD umgesetzt

Auf der rechten Seite siehst du eine Übersicht des CI/CD umgesetzt bei diversen Produkten. Eine konsequente Umsetzung lohnt sich und ist notwendig.



Kurze Zusammenfassung

Damit SAM global auch gegen Aussen als Eins auftreten kann, sind wir als Kommunikationsteam auf jede/n angewiesen. Die konsequente Umsetzung des Corporate Designs trägt maßgeblich dazu bei. Die gewählten Farben und Konzepte sind so gewählt, dass sie gut harmonisieren und ein ruhiges Bild abgeben.

Bei Fragen, Unklarheiten oder Anregungen dürft ihr jederzeit gerne auf uns zukommen. Ideen sind immer willkommen – ohne Umsetzungsgarantie. ;)

Wir bedanken uns für Deine Kooperation.

Kontakt

Für weitere Informationen wende dich bitte an:

Luisa oder Michelle

E: kommunikation@sam-global.org

T: +41 52 269 04 69



Link zum Manual



Direkter
Link auf
Server:

V:\Kommunikation_extern\Corporate Design\Ab 2021\Brand Manual Guide

Design & Identity

#SERVEANDMULTIPLY

1

Nach aussen: SAM Focus und Allons

5

Nach aussen: weitere Print-Produkte

Wir erstellen fortlaufend neue Publikationen, einerseits für Mailings, andererseits zur Auffrischung bisheriger Designs. Bitte alle Anfragen für neue Print-Produkte an MPF.

6

Nach aussen: Online-Medien

- Instagram: [samglobal.org_de](https://www.instagram.com/samglobal.org_de) und [samglobal.org_fr](https://www.instagram.com/samglobal.org_fr)
- Facebook: [SAM global](https://www.facebook.com/SAM.global) und [SAM global francophone](https://www.facebook.com/SAM.global.francophone)
- Mailchimp: digitaler Newsletter DE

13

Weitere Dokumente wie Karten, Icons etc. findet ihr hier:

[V&Kommunikation_extern/Corporate Design/AB 2021/Karten und Icons](#)

17

Wir freuen uns ...

...dieses CI/CD mit euch umzusetzen und von euch zu hören, was gefällt und wo es noch Hilfsmittel oder Verbesserungen braucht!

... UND DANKEN EUCH!

Übergreifende Ziele: menschlich, professionell und mit

- Einheitliches, professionelles und visuell ansprechendes Auftritt
- Kommunikation (so einseitig) konsequent zweisprachig (DE/FR), inkl. Soziale Medien, digitale Newsletter etc.
- Reduktion der Anzahl verwendeter Schriften und Farben, dafür mehr Struktur und Klarheit und Platz für Bilder und Emotionen, um wirklich wirksam zu können
- Wieder verwendbare Gestaltungselemente (insbesondere für Wandbroschürenausgaben, aber auch im Sinne der Effizienz)

2

Nach aussen: News

6

Nach aussen: Mails & Signatur

- Die Signatur wurde durch CEO anständig, wir haben noch einige Feedbacks erhalten und werden in Kürze eine alternative Versionen. Die große Darstellung ist dieser Seite zu Last!
- Mehrere global einheitlich, das der aber: Standardisierungen der Regeln (J. Gemäßigt) in allen Mails, Standardisierungen der Standardisierungen, gleich viel was wichtig, kann es bei sich im Outlook auch bereits manuell einrichten (einrichten) oder über "Optionen" -> Mail -> Signaturen und Schriftarten...

11

«Brand Manual Guides», Logo Verwendung

14

Neu gibt es pro Land auch den Länderumrisse, gefüllt mit der Flagge: [V&Kommunikation_extern/Corporate Design/AB 2021/Flaggen/2021](#)

18

Nach aussen: Webseite 1/2

DE seit 11.21, FR ab 13.21

3

Nach aussen: Gebetsbrief / Gebetsmail

7

Nach aussen: Mails & Signatur

- Die Signatur wurde durch CEO anständig, wir haben noch einige Feedbacks erhalten und werden in Kürze eine alternative Versionen. Die große Darstellung ist dieser Seite zu Last!
- Mehrere global einheitlich, das der aber: Standardisierungen der Regeln (J. Gemäßigt) in allen Mails, Standardisierungen der Standardisierungen, gleich viel was wichtig, kann es bei sich im Outlook auch bereits manuell einrichten (einrichten) oder über "Optionen" -> Mail -> Signaturen und Schriftarten...

11

«Brand Manual Guides», Schriftarten

15

«Brand Manual Guide»: Für die Kinderseiten eigenes «CI/CD»

19

Nach aussen: Webseite 2/2

Neu auch mit Focus / Allons und Projektiers

4

Nach aussen: Briefpapier / Kuverts / ESR

8

Bildsprache

- Gestaltung durch bessere Bildsprache
- Darf farblich sein
- Menschen im Zentrum
- Gedruckte / Digitale

12

«Brand Manual Guides», Farben

16

Sich häufig wiederholende Elemente sind:

Zitate, gelbe Hervorhebungen, Balken in gelb oder blau, Bildmarken des Logos, Bildrahmen, emotionale Bilder mit gleichem Bearbeitungsfilter, sehr kurze & wichtige Texte / Titel ab und zu in **Fraktur**-Schrift!

20

SERVE AND MULTIPLY



Kontakt

Adresse

Wolfensbergstrasse 47
CH - 8400 Winterthur

winterthur@sam-global.org
www.sam-global.org
