



# CORPORATE DESIGN MANUAL



# Marke und Markenelemente

## Warum ein Design Manual?

Sinn und Zweck des Manuals zur Marke Salgesch/Salquenen ist die konsistente Anwendung von sämtlichen Leistungsträgern, wie Gemeinde, Kellereien, Vereinen und anderen Institutionen.

## Anwendung der Marke

Die Anwendung der Marke Salgesch/Salquenen inkl. des Claims «C'est le vin qui fait la musique» und sämtliche Attribute zur Umsetzung sind im Corporate Design Manual aufgeführt. Die Einhaltung bzw. die Erweiterung des Manuals wird von der Geschäftsstelle des Vereins Weindorf Salgesch sichergestellt. Die anschließende Validierung obliegt dem Gemeinderat Salgesch.

Die Anwendung durch Dritte (beispielsweise Vereine, Kellereien oder sonstige Institutionen) ist weitestgehend im Manual geregelt. Falls das Manual die gewünschte Anwendung nicht beinhaltet, sei dies zum Beispiel die Markenanwendung auf Weingläser, Instrumenten oder Schutzmasken, kann sich die Geschäftsstelle des Vereins Weindorf Salgesch extern beraten lassen. Der erarbeitete Lösungsvorschlag wird vom Gemeinderat Salgesch evaluiert und neu ins Corporate Design Manual integriert.

## Rechte an der Marke

Die geschützte Marke Salgesch/Salquenen gehört mit sämtlichen Markenelementen wie beispielsweise Logo, Schriftzug und geschütztem Claim der Gemeinde Salgesch.

Die Gemeinde Salgesch stellt die Marke Salgesch/Salquenen unter gewissen Bedingungen zur Verfüg-

ung. Im Zweifelsfall wird der Sachverhalt dem Gemeinderat Salgesch vorgelegt. Dieser entscheidet dann, wie das weitere Vorgehen ist.

Werden die Richtlinien des Corporate Design Manuals durch Dritte nicht eingehalten, ist die Geschäftsstelle des Vereins Weindorf Salgesch verpflichtet die korrekten Vorgaben aufzuzeigen. Die Anpassungen müssen umgehend eingeleitet werden, damit die korrekte Darstellung gewährleistet wird. Falls die jeweilige Partei die Anpassungen nicht vornimmt, wird dies dem Markeninhaber mitgeteilt. Der Gemeinderat Salgesch entscheidet dann welche weiteren Schritte eingeleitet werden.

gung, welche im Corporate Design Manual festgehalten werden. Der Geschäftsstelle des Vereins Weindorf Salgesch obliegt die Entwicklung sowie die Führung der Marke Salgesch/Salquenen. Die Geschäftsstelle berichtet in regelmässigen Abständen dem Gemeinderat die weitere Entwicklung und die Implementierung der Marke Salgesch/Salquenen.

## Bildwelt

Die Bildwelt der Marke Salgesch/Salquenen ist im Corporate Design Manual ersichtlich. Die Gestaltung wird einerseits durch die Beauftragung professioneller Fotografen und andererseits durch die Kontrolle der Geschäftsstelle des Vereins Weindorf Salgesch sichergestellt. Die Geschäftsstelle ist dafür zuständig, dass der Fotograf Kenntnisse über die Richtlinien der Bildwelt erhält und nach dem Shooting das Foto-/Videomaterial sichtet. Foto- und Videomaterial, welches nicht ausreichend ist, eine falsche Aussage beinhaltet oder die Bildwelt nicht konsistent fördert, wird aussortiert.

## Ikonomie

Aufgrund der Komplexität der Marken- und der Marketingkommunikation ist es unabdingbar, dass in absehbarer Zeit eine eigene Ikonomie für die Marke Salgesch/Salquenen entwickelt wird. Die Ikonomie soll einfach zu verstehen und für unterschiedliche Einsatzorte anwendbar sein. Die Icons werden für analoge, digitale als auch für animierte Zwecke reingezeichnet.

## Claim

Der Claim «C'est le vin qui fait la musique» wurde von der Gemeinde Salgesch freigegeben. Dieser Claim darf inhaltlich nicht verändert und andererseits auch nicht in eine andere Sprache übersetzt werden. Der Claim wird in der Schriftart «Unica One» abgebildet.

Eine bunte Farbenwelt soll auf dem Bildmaterial ersichtlich sein und der Wirklichkeit der Gemeinde Salgesch entsprechen. In der Bildarchitektur soll mit unterschiedlichen Tiefenschärfen gearbeitet werden. Am Rand sollen verblasste Elemente zu sehen sein und der Fokus in der Mitte des Bildes. In der Mitte soll ausserdem genügend Platz vorhanden sein, damit der Claim oder ein Schriftzug positioniert werden kann.

Die Icons werden anhand einer Bedarfsliste erstellt, welche nicht abschliessend sein wird. Die Bedarfsliste wird von Zeit zu Zeit erweitert und die entsprechenden Icons erstellt. Diese werden danach ins Manual integriert, damit sämtliche Leistungsträger auf die neu erstellten Icons Zugriff erhalten.

Die Schrift «Unica One» darf für Headlines sowie für Plakatüberschriften verwendet werden. Die genaue Anwendung ist auf den folgenden Seiten des Corporate Design Manuals einsehbar. Die Schriftart des Claims darf visuell sowie inhaltlich nicht angepasst werden.

# INHALTS- VERZEICHNIS

Logo Anwendung .....	04
Logo No Go's .....	06
Logo Positionierung .....	07
Schrift Hierarchie .....	08
Farbsystem Anwendung .....	09
Geschäftsausrüstung .....	10
Bildwelt .....	14
Ikonomie .....	16
Inserat Anwendung .....	17
Co-Branding .....	18
Drucksachen .....	21
Bekleidung .....	26
Bschriftung .....	28
Verpackung .....	30

---

#### Markeninhaber

**Gemeindeverwaltung Salgesch**  
Kirchstrasse 6, Postfach 32  
3970 Salgesch, 027 452 21 31  
gemeinde@salgesch.ch

#### Markenführer

**Verein Weindorf Salgesch**  
Postfach 73  
3970 Salgesch, 027 456 39 66  
vereinsekretariat@salgesch.ch

#### Markenentwickler

**Metaloop AG**  
Furkastrasse 3  
3900 Brig, 027 922 08 58  
info@metaloop.ch

# LOGO ANWENDUNG

## Positivanwendung



Farbig



Einfarbig

## Positivanwendung mit Claim



## Negativanwendung



## Negativanwendung mit Claim



Die Primäranwendung des Logos Salgesch/Salquenen ist die farbige Positivanwendung auf weissem Hintergrund. Die einfarbige Anwendung der Positivanwendung darf nur verwendet werden, wenn dies technisch

nicht anders möglich ist. Bei der Negativanwendung wird das Logo sowie der Claim in Weiss abgebildet.

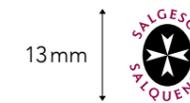
## Sperrzone



## Sperrzone mit Claim



## Kleinstanwendung



## Kleinstanwendung mit Claim



## Erlaubte Anwendung auf Hintergrund



## Nicht erlaubte Anwendung auf Hintergrund



Damit sich das Logo Salgesch/Salquenen optimal entfalten kann, müssen die Abstände rundherum eingehalten werden. Ebenfalls ist die Kleinstanwendung von 13 Millimeter Höhe zwingend einzuhalten.

Die Marke Salgesch/Salquenen darf auf Weiss, Schwarz und auf der Brand Color abgebildet werden. Es ist nicht erlaubt das Logo auf anderen Farben oder Hintergrundmotiven abzubilden.

# unerlaubte Logoanwendungen



Verzerren



Farbveränderungen



Nicht unterstrichen



Drehen



Effekte

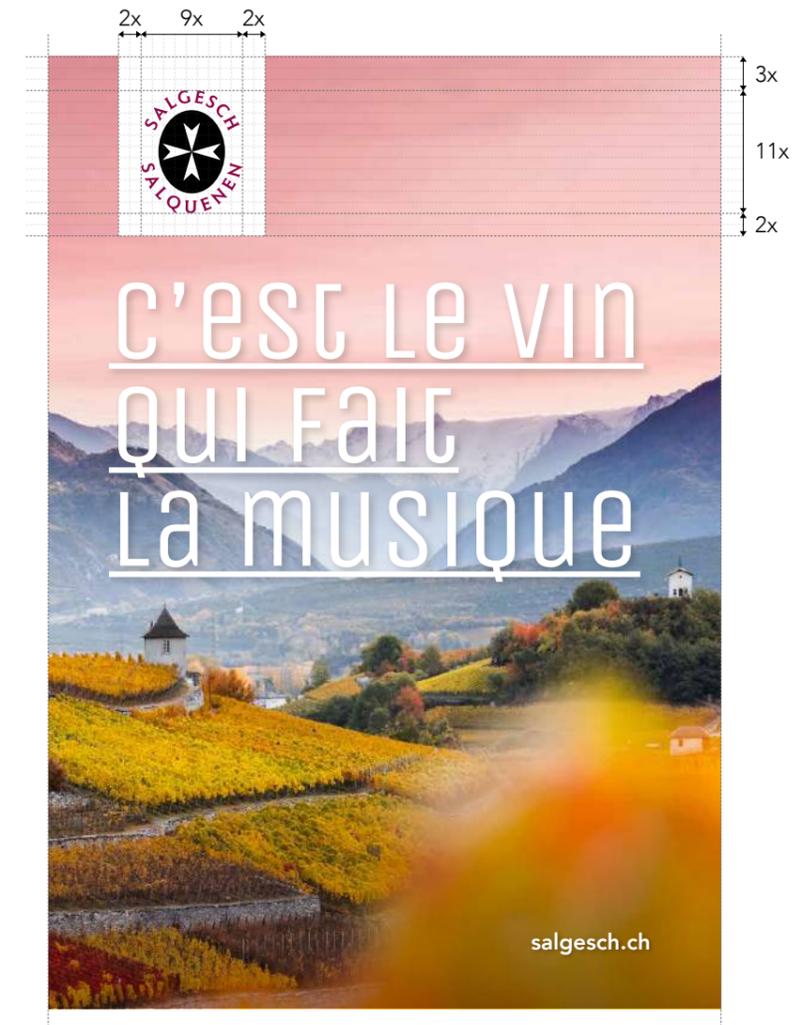


Schriftveränderungen

Die Proportionen dürfen nicht verändert werden, so dass das Logo mit oder ohne Claim verzerrt wird. Des Weiteren ist es nicht erlaubt, das Logo mit oder ohne Claim in einer anderen Farbe abzubilden, zu drehen

oder Effekte beizusteuern. Zudem muss der Claim in der vorgegebenen Schriftart «Unica One» ausgeführt werden. Alle Anpassungen an der Schriftdarstellung sind unzulässig.

# vermassung positionierung



Das Logo Salgesch/Salquenen wird jeweils oben links eingebettet. Bei der Anwendung auf einem Imagebild, wird das Logo als Positivanwendung unter Einhaltung der Sperrzone angewendet. Der Abstand zwischen

dem linken Rand und dem Logo beträgt mind. einen Drittel des Logos, kann jedoch auch grösser sein. Texte werden ausschliesslich linksbündig ausgerichtet und die URL salgesch.ch rechtsbündig.

# SCHRIFT HIERARCHIE

## Headline

### Unica One

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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ½ ? ! # & ( ) % + ; : - / = x « » '

## Titel/Untertitel/Auszeichnungen

### Avenir Heavy

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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ½ ? ! # & ( ) % + ; : - / = x « » '

## Text/Quotes

### Avenir 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  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ½ ? ! # & ( ) % + ; : - / = x « » '

Die Schriftart «Unica One» hat einen starken Wiedererkennungswert und trägt einen wesentlichen Beitrag zum Erscheinungsbild bei. Diese wird für den Claim, für Headlines sowie für Plakatüberschriften verwendet.

Als Ergänzungsschriftart wird die «Avenir Heavy» und die «Avenir Light» eingesetzt. Sie wird für sämtlichen Fliesstext, Auszeichnung, Unter- und Zwischentitel und Quotes eingesetzt.

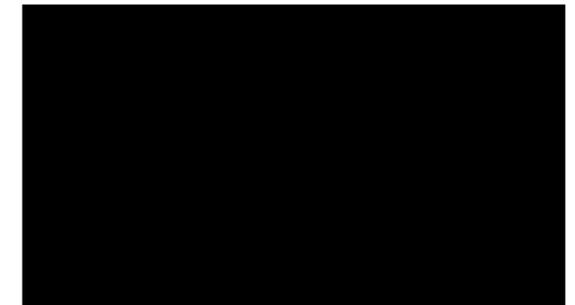
# FARBSYSTEM ANWENDUNG

## Brand Color



CMYK : C 28% M 100% Y 35% K 29%  
RGB : R 149% G 0% B 72%  
PANTONE : 221 C/U  
FOLIE : 100-1916 Intense Pink  
NCS : NCS S 2065-R20B

## Schwarz



CMYK : C 0% M 0% Y 0% K 100%  
RGB : R 0% G 0% B 0%  
PANTONE : Process Black C/U  
FOLIE : 100-12 Black  
NCS : NCS S 8500-N

Das Corporate Design der Marke Salgesch/Salquenen wird von den Farben Weiss, Schwarz und der Brand Color begleitet.

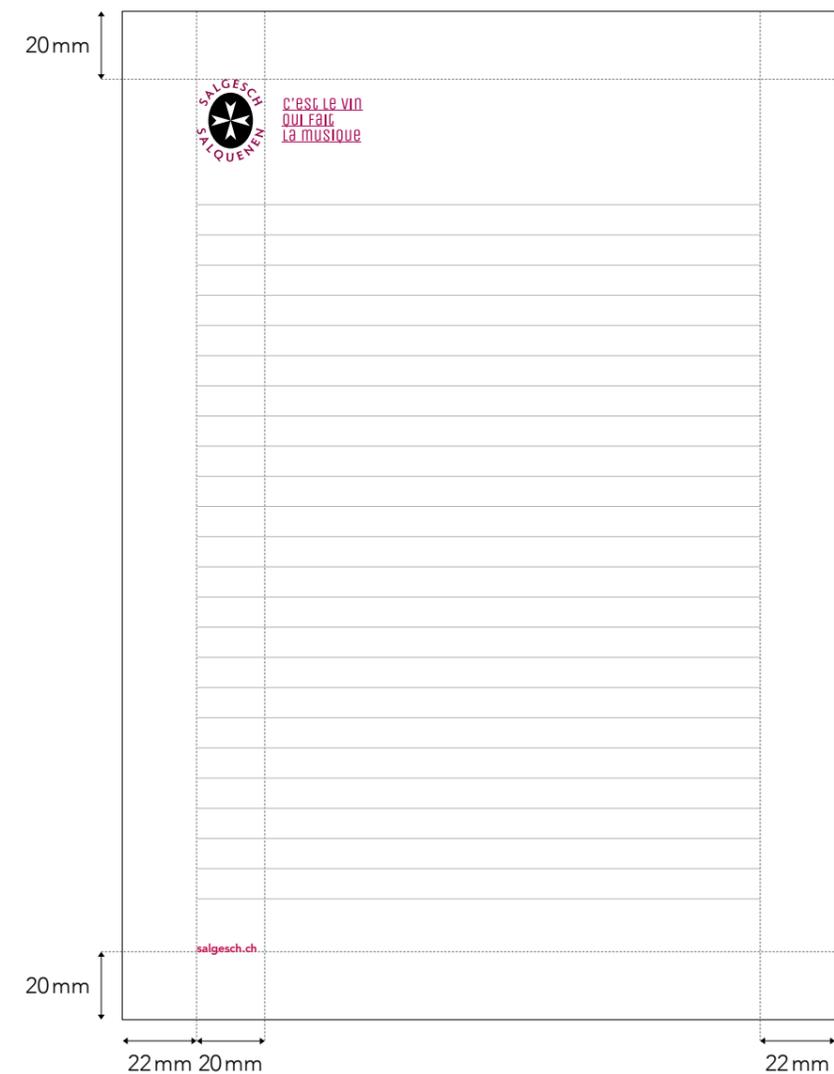
# GESCHÄFTSAUSRÜSTUNG BRIEFPAPIER



Die Empfängeradresse wird jeweils rechts eingefügt. Abstände müssen wie oben beschrieben eingehalten werden. Partnerlogos werden unten rechts positioniert. Der Titel wird in der Brand Color, in der Schriftart Avenir

Heavy versal in einer Grösse von 17/18pt abgebildet. Der restliche Fliesstext steht in Avenir Light, 9.5/12.5 pt in Schwarz. Auszeichnungen werden mit Hilfe der Avenir Heavy herausgehoben. Papier: 90/gm<sup>2</sup>, weiss

# GESCHÄFTSAUSRÜSTUNG SCHREIBBLOCK



Der Schreibblock wird liniert, ausserdem beinhaltet er das Logo mit Claim und die URL salgesch.ch. Die Positionierung der erwähnten Punkte ist dem Beispiel oben zu entnehmen.

Papier: 90/gm<sup>2</sup>, weiss  
Lochung: Links

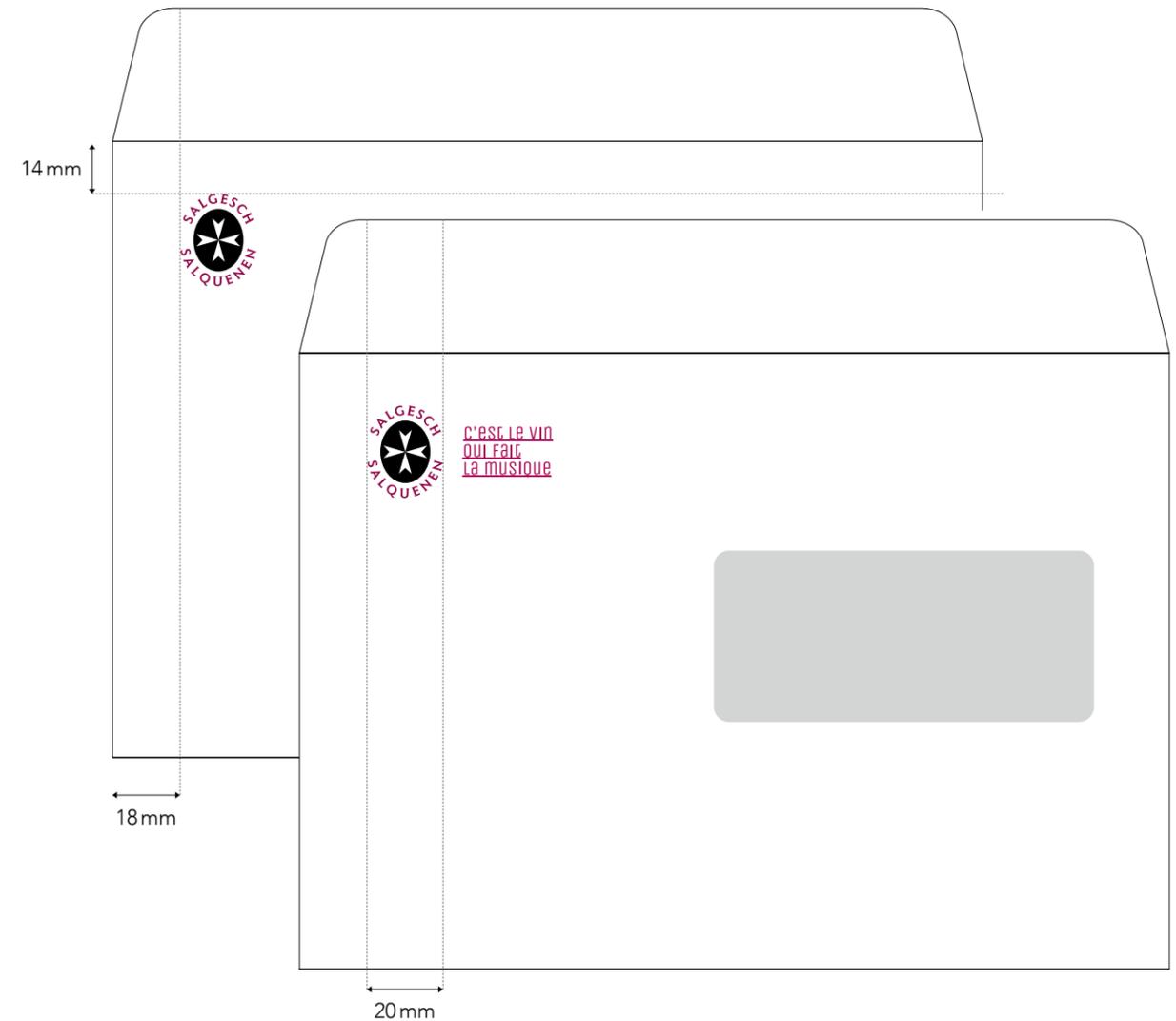
# GESCHÄFTSAUSRÜSTUNG VISITENKARTE



Bei der Visitenkarte wird für den Vor- und Nachname die Schriftart Unica One, 17/13pt in der Brand Color verwendet. Die restlichen Textinhalte werden in Avenir Ligh 8/10 pt gesetzt. Auszeichnungen in Avenir Heavy.

Auf der Rückseite wird der Claim abgebildet. Das Hintergrundmotiv kann von den einzelnen Visitenkarten-Inhabern aus einem vordefinierten Pool an Fotos ausgewählt werden. Papier: 350/gm<sup>2</sup>, weiss

# GESCHÄFTSAUSRÜSTUNG KUVERT



Das Corporate Design Manual sieht Kuvert mit oder ohne Fenster rechts vor. Ebenfalls gibt es jedes Kuvert mit oder ohne Claim. Das Logo ist die einzige Beschriftung des Kuverts. Die Klappe wird nicht bedruckt.

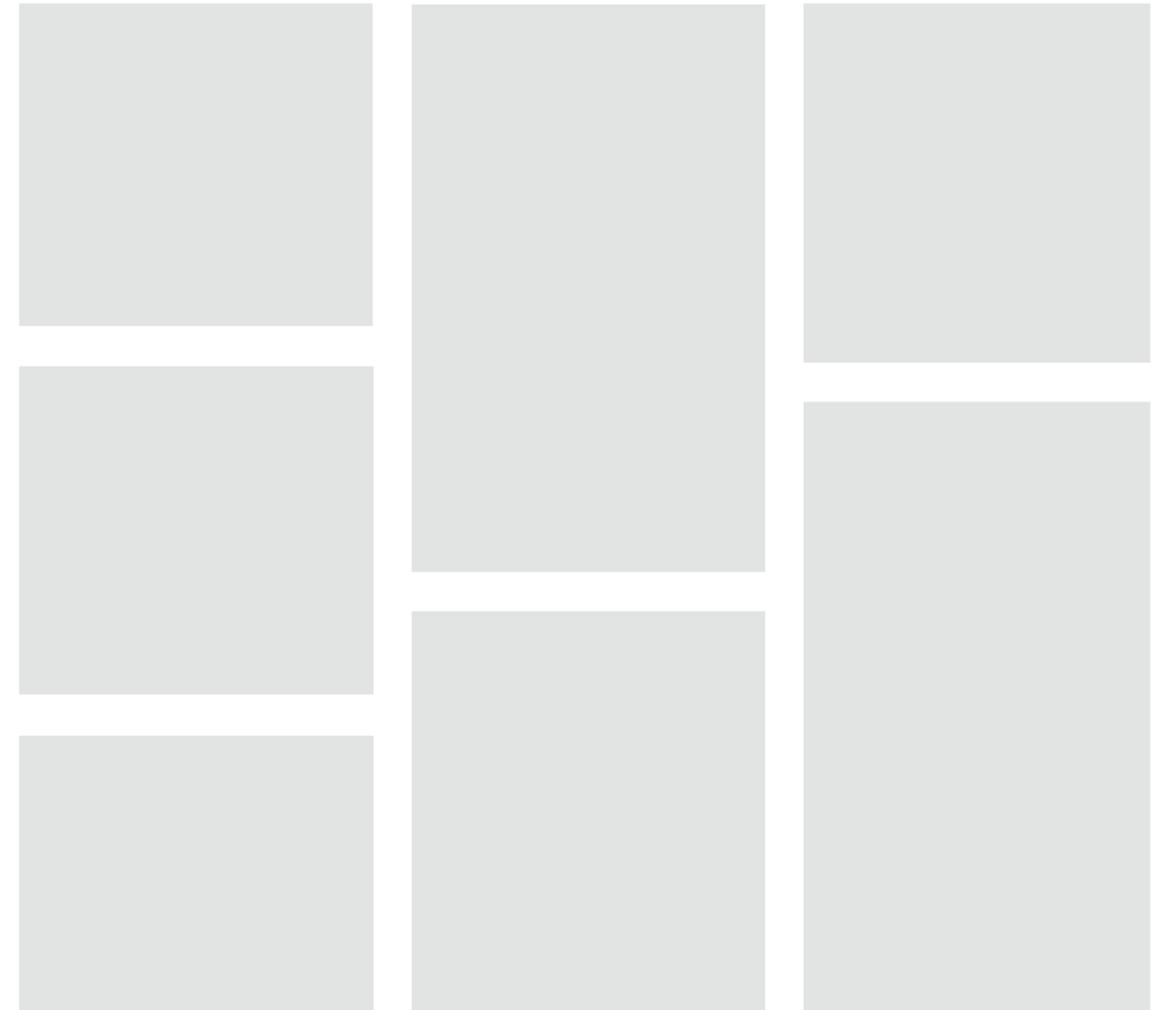
# BILDWELT Gemeinde



In der Bildwelt der Gemeinde wird der Fokus auf die Sehenswürdigkeiten von Salgesch/Salquenen gesetzt. Darin werden Natur-, Kulturdenkmäler, Bau-, Kunstwer-

ke, Aussichtsplattformen, Weinberge oder anderweitige touristische Attraktionen aufgezeigt.

# BILDWELT verein



Bei der Bildwelt der Vereine soll die Infrastruktur einen zweitrangigen Effekt mit sich bringen. Der Fokus liegt hierbei in der Gesellschaft. Die Freude des Zusammen-

seins soll greifbar sein. Die Fotos sollen zumindest ansatzweise die Ausübung des Vereinslebens und aufzeigen, damit der Betrachter den Vereinsinhalt erahnen kann. Fotos ohne eine Vereinszugehörigkeit werden aussortiert und wenn möglich in die «Bildwelt Gemeinde» integriert.

# IKONOGRAFIE ÜBERSICHT

Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung

Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung

Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung Beschreibung

Beschreibung Beschreibung

ZU DEFINIEREN

folgt...

# INserat ANWENDUNG

Image Salgesch

Infos Salgesch

Image Salgesch

Infos Salgesch

C'EST LE  
VIN QUI  
FAIT LA  
MUSIQUE

**Infos Salgesch**  
Debitat lab ipis sus dolessi nvelisqui nobit ellessus eribus, ulparia dus autecae. Quidessimint iumenduciam et aut iducide niendunto optis ad ut harcipsani offici.

**salgesch.ch**

**Image Salgesch**  
C'EST LE VIN QUI FAIT LA MUSIQUE

**Infos Salgesch**  
Debitat lab ipis sus dolessi nvelisqui nobit ellessus eribus, ulparia dus autecae. Quidessimint iumenduciam et aut iducide niendunto optis ad ut harcipsani offici.

**salgesch.ch**

Bei sämtlichen Inseraten wird ein Imagefoto mit Logo und Claim verwendet. Das Imagefoto kann in der Grösse variieren. Auch die Informationen zum Inserat sind variabel. Auf den Inseraten ist zu beachten, dass das

Logo immer oben links und die URL unten im Textbereich auf der rechten Seite abgebildet wird, sofern das Inserat von der Gemeinde oder dem Verein Weindorf Salgesch in Auftrag gegeben wurde.

# ANWENDUNG CO-BRANDING



Das Co-Branding kommt jeweils zum Einsatz, sobald die Gemeinde oder der Verein ein Inserat mit Partnern publizieren möchte. Im oberen Teil wird ein Imagefoto der «Bildwelt Gemeinde» oder der «Bildwelt Verein»

ausgewählt. Im unteren Teil werden Informationen zum Inserat sowie Partnerlogos eingefügt. Bei mehreren Logos werden diese von rechts nach links angeordnet.

# ANWENDUNG VEREINE UND PARTNER



Bei dieser Art der Publikation wird der Verein oder sonstige Institution in Szene gesetzt. Dabei wird im oberen Teil das Inserat des Verein eingesetzt. Im unteren Teil «Infos Salgesch» wird das Corporate Design

der Marke Salgesch/Salquenen angewendet. Die URL wird unten links und das Logo unten rechts abgebildet. Dies ist zwingend einzuhalten.

# ANWENDUNGSBEISPIEL PLAKAT

F12 Plakat



Auf sämtlichen Plakaten ist das Logo Salgesch/Salquenen oben links zu positionieren. Der Claim «C'est le vin qui fait la musique» oder sonstige Informationen zu

einem Event werden immer linksbündig und im gegenzug die URL unten rechts abgebildet.

# ANWENDUNGSBEISPIEL PLAKAT

F200 Plakat



Auf sämtlichen Plakaten ist das Logo Salgesch/Salquenen oben links zu positionieren. Der Claim «C'est le vin qui fait la musique» oder sonstige Informationen zu

einem Event werden immer linksbündig und im gegenzug die URL unten rechts abgebildet.

# ANWENDUNGSBEISPIEL ROLLUP



Bei den Rollups ist darauf zu achten, dass das Logo oben links und wichtige Informationen wie Claim, Vereinsnamen, Event, Daten u.w. auf den oberen zwei Drittel aufzuführen sind. Der untere Drittel eines

Rollups ist kaum sichtbar und daher für wichtige Informationen nicht geeignet.

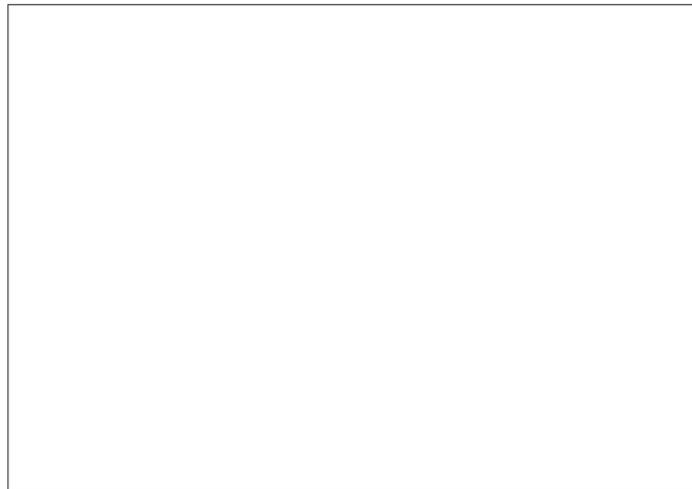
# ANWENDUNGSBEISPIEL FAHNEN



Sofern mehrere Fahnen in Produktion gegeben werden, ist auf eine einheitliche Gestaltung der Fahnen zu achten. Das Logo wird wie immer oben links posi-

tioniert und der abzubildende Text oben links, in der Mitte links oder unten links.

# ANWENDUNGSBEISPIEL Karte



Eine Darstellung der Karte ohne Claim ist möglich. Das Logo hingegen muss aufgeführt werden, damit die Karte umgehend als Produkt der Marke Salgesch/Salquenen wiedererkennbar ist.

# BESCHRIFTUNG EINGANG SALGESCH



# BEKLEIDUNG WEBLABLE



Das Corporate Design der Marke Salgesch/Salquenen sieht ein Weblable vor, welches für sämtliche Bekleidungsartikel angewendet werden kann. Das Weblable kann von jedem erworben werden und ist gesondert

für die Mitarbeitenden der Gemeinde oder des Vereins Weindorf Salgesch vorgesehen. Das Weblable ist immer in der Positivanwendung auf weiss erhältlich und kann auf verschiedene Kleider angebracht werden.

# BEKLEIDUNG STICK



## Farbvarianten



Das Logo wird in Positiv- oder Negativanwendung auf den Farben Weiss, Schwarz oder auf der Brand Color gestickt oder gedruckt.

# BESCHRIFTUNG BUSHALTESTELLE



Auf der Beschriftung der Bushaltestelle wird ein aussagekräftiges Foto mit dem Logo Salgesch/ Salquenen, dem Claim «C'est le vin qui fait la musique» sowie der URL eingesetzt.

# BESCHRIFTUNG



In den öffentlichen Gebäuden werden die Beschriftungstafeln sukzessiv mit Glasscheiben ausgetauscht. Auf den Beschriftungstafeln ist jeweils der Name sowie

Informationen über die Öffnungszeiten, Kontakt und die URL aufgeführt.

# Verpackung Karton



Das Logo Salgesch/Salquenen wird auf den Kartonverpackungen in positiver Anwendung aufgedruckt. Der Claim «C'est le vin qui fait la musique» ist linksbündig in der Brand Color lesbar.

# Verpackung Klebeband



Klebeband mit der Marke Salgesch/Salquenen sieht eine Positivanwendung auf weissen Hintergrund vor. Je nach Druckverfahren ist die Positivanwendung auf Brand Color Hintergrund auch möglich.