kanton glarus

CI/CD Guidelines für Partner

Bild: Kanton Glarus, Samuel Trümpy Photography

Kantonsmarketing Glarus

Ausgabe Mai 2019

Kanton Glarus
Kontaktstelle für Wirtschaft
Zwinglistrasse 6
CH-8750 Glarus
Telefon +41 (0)55 646 66 14
www.gl.ch/kantonsmarketing
kontakt@glarus.ch

Glarnerland

Glarnerland

Glarnerland

Schriftzug «Glarnerland» und Marke für Regionalprodukte. Die Vielfalt des Glarnerlands prägt die Kommunikation. Um dieser Vielfalt eine Wiedererkennung zu verleihen, kommt das einfache und klare Prädikat «Glarnerland» als offizieller Schriftzug auch bei Gemeinden und weiteren Partnern zum Einsatz. Besonderen Auflagen unterliegt die Anwendung der geschützten Marke «Glarnerland» für Regionalprodukte im Lebensmittelbereich. Die strengen Richtlinien betreffen in erster Linie die Produktionsschritte und -orte des jeweiligen Regionalprodukts.

kanton glarus

Kantonslogo und Kantonswappen. Das Kantonslogo mit dem heiligen Fridolin findet ausschliesslich in der Kantonsverwaltung Anwendung. Auch das Kantonswappen übernimmt die Funktion der Wiedererkennung. Seine Anwendung unterliegt dem Bundesgesetz zum Schutz öffentlicher Wappen und anderer öffentlicher Zeichen.

Starker Auftritt. Diese Guidelines beschreiben die zu berücksichtigenden Punkte, die für ein einheitliches Erscheinungsbild des Glarnerlands als Lebens-, Wirtschafts-, Kultur- und Freizeitraum sowie als Tourismusregion wichtig sind. Dadurch steigt die Wiedererkennung nach innen und nach aussen. Gemeinden und weitere Partner des Kantons profitieren bei gemeinsamen Projekten von der Bekanntheit des Kantons. Ebenso profitiert der Kanton von der Bekanntheit und dem Image seiner Partner und der Gemeinden. Diese Wechselwirkung macht gemeinsam stark.

Herzlichen Dank für Ihr Mitwirken
Kantonsmarketing Glarus

Inhalt

Kantonslogo Kulturfonds, Sportfonds und Soazialfonds	4
Kantonswappen	5
Schriftzug «Glarnerland»	6
Marke «Glarnerland» für Regionalprodukte	9
Empfehlungen für Typografie bei Drucksachen	10
Farben	11
Fotografie	13
Gestaltungselement «Glarner Tüechli»	15
Gestaltungselement «Glarner Fenster»	18
Gestaltungselement «Randgeschichte»	19
Grafiken, Charts	20
Broschüren	21
Flyer, Postkarten, Plakate, Inserate	22
Tischsets	23
Websites	24
Messe- und Festauftritte	26
Veranstaltungen	27
Glarner Agenda	28
Signaletik	32
Werbeartikel	34

Glarnerland

Kantonslogo Kulturfonds, Sportfonds und Soazialfonds

Das Kantonoslogo mit dem Heiligen Fridolin verwendet ausschliesslich die Kantonsverwaltung. Im Zusammenhang mit der Kulturförderung ist das Logo des Swisslos Kulturfonds zu verwenden. Die gleiche Regelung gilt für Partnerprojekte im Zusammenhang mit dem Sportfonds und dem Sozialfonds.

kanton glarus SWISSLOS Kulturfonds

kanton glarus SWISSLOS Sportfonds

kanton glarus SWISSLOS Sozialfonds

Kantonswappen

Ein weit verbreitetes Symbol für den Kanton Glarus ist auch das Wappen mit dem heiligen Fridolin, das in Form und Farbigkeit nicht verändert werden darf. Seine Verwendung ist im Bundesgesetz zum Schutz öffentlicher Wappen und anderer öffentlicher Zeichen geregelt. Insbesondere als Bestandteil von Fabrik- oder Handelsmarken, auf Erzeugnissen oder Verpackungen sind Wappen nicht uneingeschränkt einsetzbar. Das Wappen darf nicht so angewendet werden, dass eine Verwechslung mit dem Kanton besteht. **Informationen zum Kantonswappen erteilt die** Staatskanzlei**.**

Schriftzug «Glarnerland»

Das Kantonsmarketing zeichnet sich auf visueller Ebene durch das einfache und klare Prädikat «Glarnerland» aus. Die Klarheit des Schriftzugs erlaubt einen vielfältigen Einsatz und führt zu einer hohen Wiedererkennung. Die Anwendung des Schriftzugs ist auch für Firmen, Organisationen oder Produkte vorgesehen, die im Kanton Glarus ansässig sind und deren Angebote sich mit dem Kanton und seinem Charakter identifizieren lassen. Ausserdem sollten sie Wertschöpfung im Kanton Glarus generieren und die Botschaften des Kantons Glarus positiv nach aussen tragen.

Schriftzug «Glarnerland»

Der Schriftzug ist auf Anfrage beim Kantonsmarketing erhältlich. Das Kantonsmarketing stellt den Schriftzug in den Datei-Formaten eps, jpg und pdf in Rot und Schwarz zur Verfügung. **Für alle Anwendungen muss ein «Gut zum Druck» bei der** Kontaktstelle für Wirtschaft **eingeholt werden.**

Der Schriftzug ist rot oder schwarz. Er ist in der Regel unten rechts Rand- oder Satzspiegel-angeschnitten. Der Schriftzug ist nie breiter als die Hälfte des Formats, worauf er platziert ist, und nie kleiner als 20 mm breit.

Glarnerland

Glarnerland

Minimale Logogrösse 20 mm

Schriftzug «Glarnerland»: Adaptionen

Bei spezifischen Projekten oder im situativen Einsatz wie bei Messe- und Gastauftritten, bei Kandidaturen oder Aktionen, kann der Schriftzug «Glarnerland» adaptiert werden. Die Adaptionen werden projekt- und situationsbezogen in Abstimmung mit der Kontaktstelle für Wirtschaft umgesetzt.

GENUSSVOLLES Glarnerland

Gastauftritt Kanton Glarus an der OLMA 2012
Regionalprodukte-Aktion im Rahmen von SWISS Taste of Switzerland 2015

Glarnerland einfach grandios

Gastauftritt Kanton Glarus am Zürcher Sechseläuten 2017

Marke «Glarnerland» für Regionalprodukte

Durch die Kennzeichnung mit der Marke «Glarnerland» für Regionalprodukte im Lebensmittelbereich versprechen die Produzenten den Konsumenten, dass ihre Produkte aus dem Glarnerland stammen. Optisch basiert die geschützte Marke auf dem Schriftzug «Glarnerland», ergänzt mit dem Sonnenereignis im Martinsolch. Sie ist in drei Farbversionen anwendbar. **Ansprechpartnerin für Zertifizierung und Sicherstellung der korrekten Anwendung ist die kantonale** Abteilung Landwirtschaft**.**

Empfehlungen für Typografie bei Drucksachen

Bei Drucksachen wie Broschüren, Flyer oder Postkarten empfiehlt sich die Schrift «Corporate S». Die Schrift ist freundlich und optimal im Platzverbrauch dank ihrer schmalen Buchstaben und Laufweite. Als Richtwert gelten:

Titel mit ganzen Sätzen mit Punkt abschliessen.

Untertitel unterscheiden sich farblich vom Titel.

Schlagwort oder Zwischentitel in Grau. Der Lauftext (Fliesstext) schliesst grundsätzlich direkt an das Schlagwort oder den Zwischentitel an und ist in Corporate S Regular gesetzt. Der Lauftext kann als Flatter- oder Blocksatz gesetzt sein. Als Richtwert gilt die Schriftgrösse von 10 Punkten bei einem Zeilenabstand von 12 Punkten. Wichtig bei jeder typografischen Gestaltung ist die adäquate Spaltenbreite – zu breite Spalte verhindern einen angenehmen Lesefluss. Die Sorgfalt liegt auf der feintypografischen Ausarbeitung.

Negative Schrift auf dunklem Hintergrund. Negativ eingesetzte Schrift ist in der Punktgrösse so angepasst, dass sie optisch gleich gross wie die entsprechende positiv eingesetzte Schrift wirkt. Damit ist eine optimale Lesbarkeit gewährleistet. Negative Schriften sind in Regular, Demi oder Bold gesetzt.

Grafik- und Tabellentitel sind grundsätzlich rot.

Legenden sollten nicht kleiner als 7,5 Punkt gross gesetzt.

Farben

Die **Hauptfarben** betonen die Dynamik und Tradition des Kantons Glarus: Leuchtend, satt, stark, harmonisch, volksnah. Schwarz und Rot sind die Primärfarben des Kantons zusammen mit Weiss. Rot wird ausschliesslich als Vollton (100%) verwendet, Schwarz ist in Grauabstufungen möglich.

Pantone: Process Black
CMYK: K 100%
RGB: 0/0/0

Pantone: Red 032
CMYK: M 100%, Y 100%
RGB: 227/0/11

Glarnerland

Farben

Als **Sekundärfarben** stehen acht Farbtöne zur Verfügung. Die dunklen Töne sind als Coverfarben geeignet, die hellen Töne als Schmuckfarben. Diese Sekundärfarben dürfen ausschliesslich als Vollton (100%) verwendet werden.

Bei der Farbwahl sind inhaltliche (z.B. Finanzen, Sicherheit) und formale Kriterien (z.B. Fotografie, Partnerlogo) abzuwägen.

Nacht CMYK: 70/30/0/70 Pantone 6925 U RGB: 26/65/91	Anthrazit CMYK: 20/0/0/70 Pantone 432 U RGB: 92/103/109	Grün CMYK:50/0/100/50 Pantone 377 U RGB: 88/119/11
Violett CMYK: 60/60/0/30 Pantone 274 U RGB: 97/86/137	Grau CMYK: 40/20/0/20 Pantone 644 U RGB: 140/163/194	Himmel CMYK:80/40/0/0 Pantone 2925 U RGB: 32/129/196
Schlamm CMYK: 40/30/50/20 Pantone 451 U RGB: 145/144/118	Gelb CMYK: 0/20/100/0 Pantone Yellow 012 U RGB: 255/204/0	

Glarnerland

Fotografie

Mit den Bildern des Glarner Fotografen Samuel Trümpy setzt das Kantonsmarketing auf ein weiteres Instrument der Wiedererkennung. Die Bildsprache beinhaltet das Leitthema «Kontrast», die Integration der Hausfarbe Rot und die Möglichkeit der Lokalisierung des Bildes. Die Fotos stehen hochaufgelöst, in Quer- und Hochformaten sowie als Panoramabilder **für den nicht-kommerziellen Gebrauch** zur Verfügung. Gemeinden, Partner und Medien können die Bilder in der Media Box auswählen und mit Angabe des Einsatzgebiets kostenlos bestellen.

In einer konzentrierten und einfach zugänglichen Form stellt der Kanton Glarus insbesondere für die Medienarbeit eine Auswahl an Bildern auf seinem Flickr-Kanal bereit. Zur Sicherstellung der Bildsprache und der für die Medienarbeit wichtigen schnellen Abwicklung, enthält der Flickr-Kanal eine übersichtliche Auswahl an druckfähig downloadbaren Bildern, die ausschliesslich von Samuel Trümpy stammen.

Die Quellangabe lautet: Kanton Glarus, Samuel Trümpy Photography

Fotografie: Beispiele

Regionalprodukte:
Glarner Alpkäse AOP

Bevölkerung:
Picknick am Klöntalersee

Politik:
Glarner Landsgemeinde

Natur:
Pause auf dem Tannenberg

Kultur:
Näfelser Fahrt

Tourismus:
Skitour in Elm

Bilder: Kanton Glarus, Samuel Trümpy Photography

Gestaltungselement «Glarner Tüechli»

Das Visual «Glarner Tüechli» hat einen hohen Wiedererkennungsgrad. Das Textilsujet in 3D-Anmutung wird auf eine Fotografie, auf Weiss oder auf eine Farbfläche montiert. Es kann sowohl bei der Kantonsverwaltung als auch bei den Gemeinden und den Partnern aus Tourismus, Wirtschaft, Kultur etc. zum Einsatz kommen.

Die «Glarner Tüechli» stammen von der Firma F. Blumer & Cie. AG. Die Fotos stehen **für den nicht-kommerziellen Gebrauch** zur Verfügung. Sie können auf Anfrage in den Dateiformaten tiff und jpg bei der Staatskanzlei bezogen werden.

Die Quellangabe lautet: Kanton Glarus, Glarner Tüechli

Gestaltungselement «Glarner Tüechli»

Die «Glarner Tüechli» stehen in Rot in zwölf verschiedenen Positionen fotografiert zur Verfügung. Die Varianten spiegeln die Vielfältigkeit des Glarnerlands.

Pos. 1

Pos. 2

Pos. 3

Pos. 4

Pos. 5

Pos. 6

Pos. 7

Pos. 8

Pos. 9

Pos. 10

Pos. 11

Pos. 12

Gestaltungselement «Glarner Tüechli»

Die «Glarner Tüechli» stehen in acht zusätzlichen Farben in je einer Position zur Verfügung. Die Auswahl korrespondiert mit den Sekundärfarben.

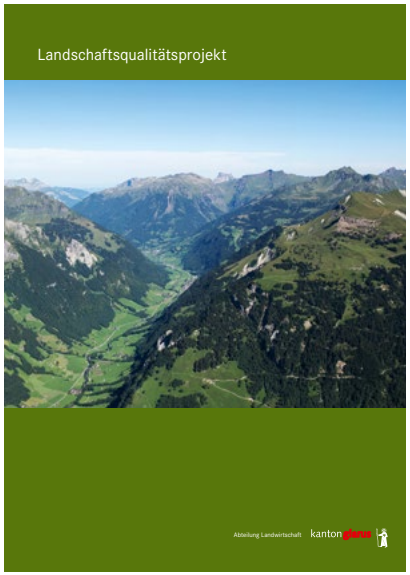
Glarnerland

Gestaltungselement «Glarner Fenster»

Ein Bildausschnitt lässt ins Glarnerland blicken: Als Gestaltungselement zieht sich das «Glarner Fenster» durch Printmedien wie Broschüren oder Flyer und eignet sich auch für Websites. Um den Fenstereffekt zu erzeugen, ist der Bildausschnitt oben und unten von einem Balken eingerahmt. Richtwert Balkengrösse: mindestens 25 mm oben und unten. Die Balkenfarbe passt zum Bild und wird aus der Palette der Haupt- und Sekundärfarben ausgewählt.

Der Gedanke des «Glarner Fensters» kann auch umgekehrt, mit einem Textbalken über oder in das Bild gesetzt, angewendet werden.

Postkarte A6



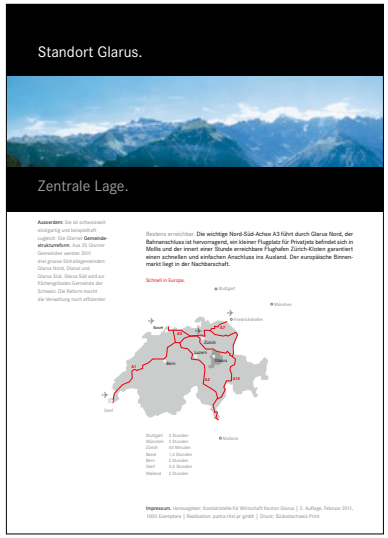
Broschüre A4

Glarnerland

Gestaltungselement «Randgeschichte»

Kleine Extras, typografisch in schmalem Flattersatz gesetzt, erzählen Wissenswertes knapp und unterhaltsam. Sie sind sympathisch, schaffen Zugehörigkeit nach innen und tragen das Glarnerland nach aussen. Zudem widerspiegeln sie den familiären Charakter des Kantons Glarus.

Glarner Tüechli – der Inbegriff für Swissness. Die F. Blumer + Cie. AG vertreibt bis heute traditionelle Glarner Textilien. Das Glarner Tüechli und sogar die bekannten «Zimmermanns Nastücher», die früher beim Tabakschnupfen gebraucht wurden, sind hier erhältlich. Das Sortiment hat Blumer längst erweitert. Kunden kaufen edle Seidentücher, Bettwäsche oder Sektgläser mit Glarnermuster. Alle Textilen werden heute noch im Glarnerland hergestellt. www.blumer-f.ch



Glarnerland

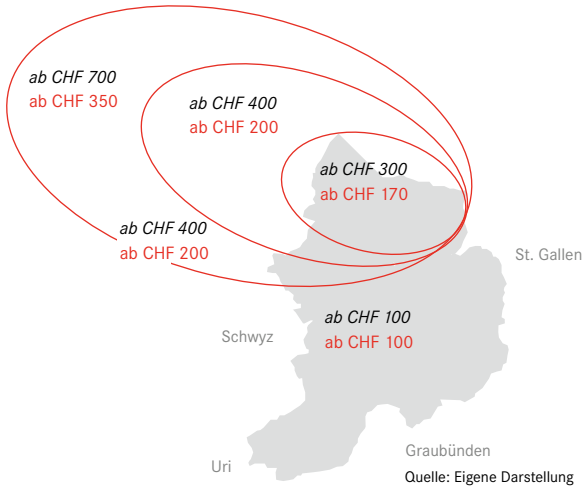
Grafiken, Charts

Die Darstellungen werden schlicht in der Farbigkeit Schwarz, Grau, Rot umgesetzt. Es ist von 3-D-Darstellungen wie Schattenwürfen abzusehen. Wenn, wie zum Beispiel bei Kuchendiagrammen, viele Farben verwendet werden, so sollten zuerst sämtliche Grau-Tonwertstufen eingesetzt werden. Es empfiehlt sich sowieso nicht, mehr Werte in einer einzelnen Grafik abzubilden, als Graustufen zur Verfügung stehen. Titel, Quellverweise und Legende sind ein Muss.

Mustergrafik aus der Broschüre «Standortvorteile»:

Standortvergleich Bodenpreise.

Wohnzone pro m²
Industrie/Gewerbe pro m²

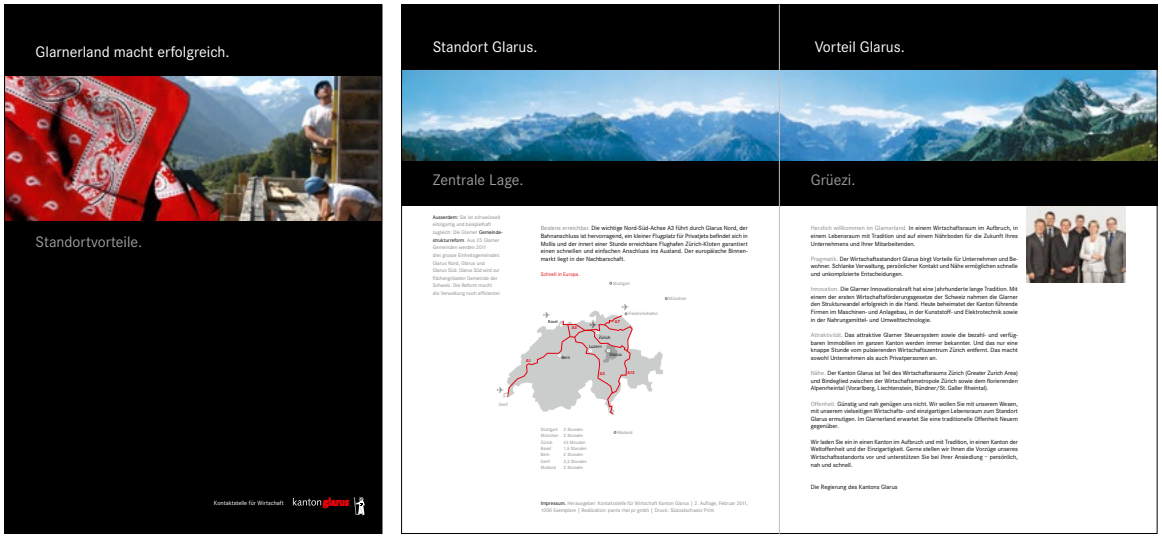


Quelle: Eigene Darstellung

Glarnerland

Broschüren

Die Printmedien des Kantonsmarketings muten gepflegt und seriös an. Der Mix aus Bild, Text und Farbe erzeugt Spannung und vermittelt hohe Glaubwürdigkeit.



Broschüre A4

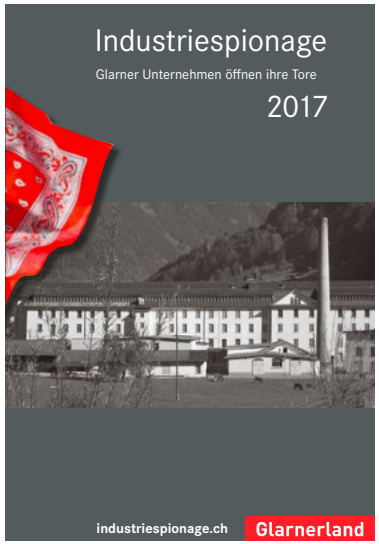
Broschüre A5

Glarnerland

Flyer, Postkarten, Plakate, Inserate

Mögliche Printmedien sind nebst Broschüren auch Flyer, Postkarten, Plakate und Inserate. Die Gestaltung passt sich den entsprechenden Formaten an: hoch, quer oder «special».

Zeitungsinserat



Flyer

Glarnerland

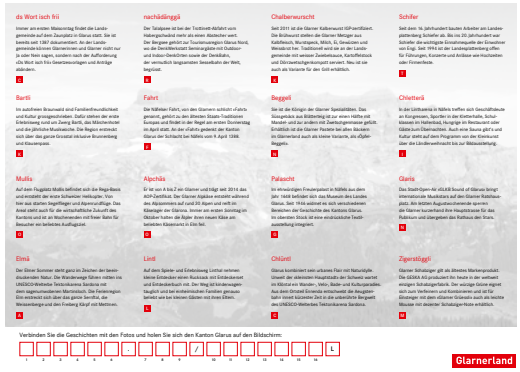
Tischsets

Insbesondere für den Einsatz im Rahmen von Kantonsmarketing- und Tourismusprojekten eignen sich Tischsets, zum Beispiel für Promotionen wie Wettbewerbe oder Aktionen und Kampagnen. Sie verbinden verschiedene Gestaltungselemente und richten sich projektspezifisch allenfalls auch nach Vorgaben Dritter.

Marché Glarner Wochen 2012

OLMA Gastronomie 2012

Glarnerland-Tischset 2015 (Vorderseite)



Glarnerland-Tischset 2015 (Rückseite)

Glarnerland

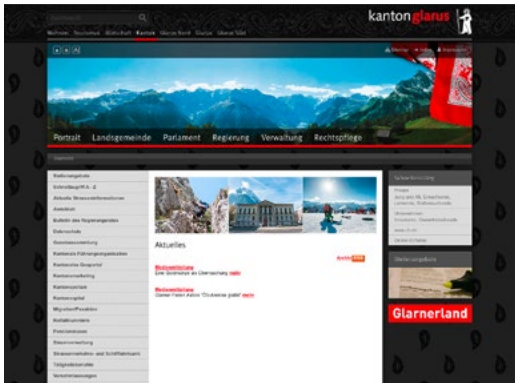
Websites

Die Website des Kantons Glarus und der drei Gemeinden Glarus Nord, Glarus und Glarus Süd haben je ihren eigenen Auftritt. Sie sind miteinander verlinkt und weisen die verbindenden Elemente Struktur, Navigation, Hintergrund und Schriftzug «Glarnerland» auf. Die Schriftart ist «Arial».

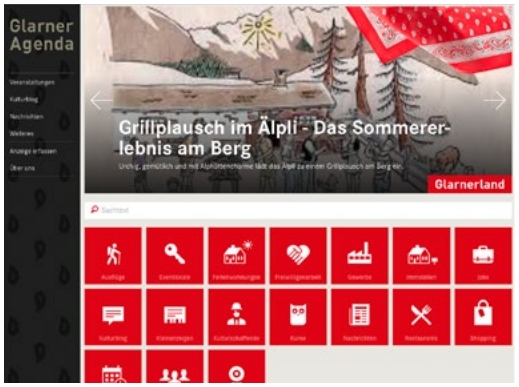
Kanton und Gemeinden arbeiten mit dem Gestaltungselement «Glarner Fenster». Die Logos sind einheitlich oben rechts, das Suchfenster oben links und der Schriftzug «Glarnerland» unten rechts platziert.

Beispiele Websites

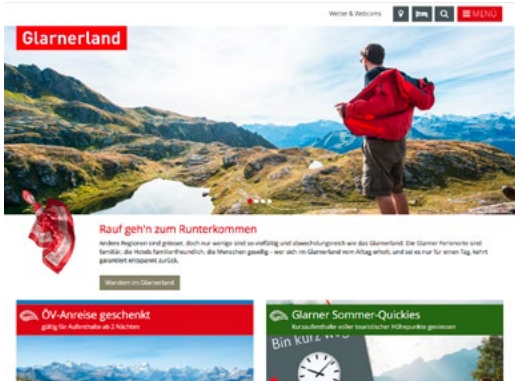
Auch Partner des Kantons Glarus können Struktur, Navigation und Hintergrund sowie Fotografie und Schriftzug übernehmen. Beispiele von Partner-Umsetzungen mit verschiedenen Ausprägungen gemeinsamer Elemente sind der Tourismus und die drei Gemeinden sowie die Glarner Agenda des Kantonsmarketings.



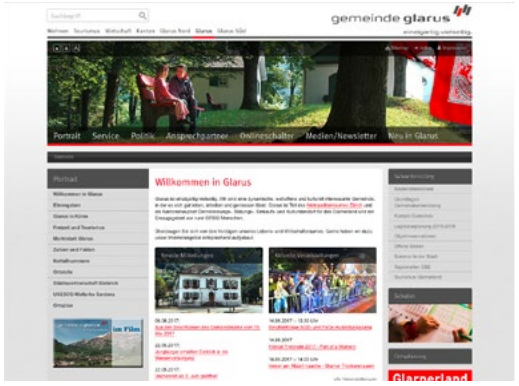
gl.ch



glarneragenda.ch



glarnerland.ch



gemeinde.glarus.ch

Glarnerland

Messe- und Festauftritte

Die Firma Standbau Hug AG hat den Messestand «Genussvolles Glarnerland» sowie den Festauftritt des Gastkantons Glarus am Zürcher Sechseläuten konzipiert. Das einheitliche Erscheinungsbild im unverwechselbaren Glarner Look vermittelt den Besuchern einen bleibenden Eindruck. Der Glarner Messestand sowie weitere Elemente für Auftritte an Veranstaltungen können von Gemeinden und Partnern bei der Kontaktstelle für Wirtschaft gemietet werden.

Tourismuszelt Sechseläuten 2017

Kulturzelt Sechseläuten 2017

Messestand «Genussvolles Glarnerland»

Glarnerland

Veranstaltungen

Für grössere und kleinere Auftritte von Partnern stehen Beach Flags, Werbebanden und Tischsets zur Verfügung.

Tischset

Werbebande

Beach Flag

Glarnerland

Glarner Agenda

Die Glarner Agenda ist das Portal für Kultur, Freizeit, Wirtschaft und Verwaltung im Kanton Glarus. Sie enthält einen Kulturblog und Mitteilungen, einen Veranstaltungskalender sowie Angebote in weiteren Rubriken. Glarner Veranstalter, Vereine, Unternehmen und Organisationen haben die Möglichkeit, ihre Events, Mitteilungen und Angebote mit einem kostenlosen Log-in zu publizieren.

Im Rahmen einer Werbekampagne sind F12-Plakate in sechs Sujets erschienen. Die Druckdaten der Sujets sind auch als A3-Plakatvorlagen für Veranstalter erhältlich. Zudem können Veranstalter die Sujets auf ihren Websites oder Social-Media-Kanälen verwenden, das Glarner-Agenda-Logo in ihre Werbemittel oder das Icon auf ihrer Website integrieren, Roll-ups in zwei Varianten ausleihen sowie Logo-Aufkleber auflegen oder verteilen.

www.glarneragenda.ch

Logo – auch als Aufkleber erhältlich

Icon

Glarner Agenda

F12-Plakate

A3-Plakate

Glarner Agenda

Roll-ups

Glarnerland

Glarner Agenda

Facebook-Versionen

Glarnerland

Signaletik

Um im touristischen Bereich wortwörtlich Signale zu setzen, empfiehlt sich auch bei der Verkehrsbeschilderung und weiteren Signalisationen die Anwendung der Corporate Identity des Kantons Glarus. Zu berücksichtigen sind die Weisungen des Bundesamts für Strassen. Das definitive Layout zwecks Genehmigung muss an die ASTRA-Filiale in Zofingen gesandt werden.

Die bestehenden Vorstösse müssen miteinander koordiniert werden, um dem Kanton ein einheitliches Gesicht im Tourismus sowie als Wirtschafts- und Lebensraum zu geben. Stringenz wird durch die konsequente Verwendung von Marke und Gestaltungselementen erzielt.

Ankündigungstafel Klöntal

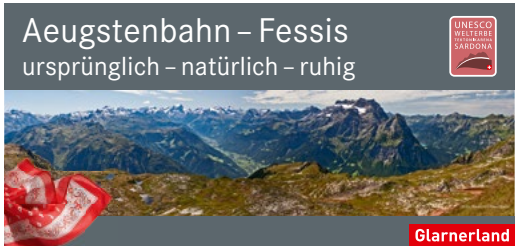
Willkommenstafel Kerenzerberg

Willkommenstafel UNESCO-Welterbe

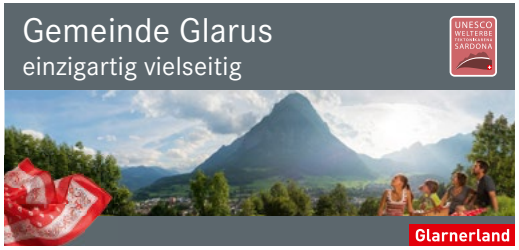
Beispiele Signaletik

Die Glarner Gemeinden haben die Willkommenstafeln an der A3 in ihren Gemeindegebieten adaptiert.

Bildlegende



Bildlegende



Bildlegende

Bildlegende

Bildlegende

Glarnerland

Werbeartikel

Insbesondere als Give away an Events stellt das Kantonsmarketing seinen Partnern Werbeartikel zur Verfügung. Die Kontaktstelle für Wirtschaft gibt Auskunft, welche Artikel an Lager sind.

Glarnerland Schockolade

Glarnerland Neckhanger

Glarnerland Schlüsselanhänger

Glarner Kit

Pocket Card Glarnerland

Glarnerland Sonnencrème