

sunrise Corporate Design Manual



So präsentiert sich sunrise heute

Über alle Kommunikationsmittel hinweg muss immer erkennbar sein: sunrise ist die Absenderin der Botschaft. Das Mittel dazu ist ein einheitliches Corporate Design.

Plakate / Inserate



Kundenmagazine



Verkaufspunkt



Fahrzeuge



Gebäude



Stelleninserate



Messeauftritte



Sponsoring



Online



Inhalt:

Das vorliegende Manual richtet sich an alle, die mit der Gestaltung und dem Erscheinungsbild von sunrise zu tun haben.

So präsentiert sich sunrise heute	Seite 2
Inhalt	Seite 3
Unser Erscheinungsbild	Seite 4
Die Hierarchie der sunrise CI-Manuals	Seite 5
sunrise und TDC Switzerland AG	Seite 6
Der Name sunrise	Seite 7
Die Logo-Übersicht	Seite 8
Das sunrise Logo	Seite 9
Verbindliche Logogrößen	Seite 10
Nicht erlaubte Logo-Anwendungen	Seite 11
Das sunrise Logo mit Claim	Seite 12
Richtige Verwendung sunrise Wortmarke	Seite 14
Am Point of Sale (POS)	Seite 15
Co-Branding und Sponsoring	Seite 17
Online-Anwendung	Seite 21
Die sunrise Farbwelt	Seite 22
Die sunrise Typografie	Seite 25
Die Bildwelt von sunrise	Seite 27
Der sunrise Brand Sound	Seite 31
www.sunrise.ch/identity – umfassend aktuell	Seite 32

Zur schnellen Navigation innerhalb des PDF-Dokuments das Inhaltsverzeichnis oder untenstehende Navigationsleiste anklicken.

Alle hier im PDF aufgeführten Links zu Internet- und E-Mailadressen sind einfach per Mausklick anzuwählen. Voraussetzung ist lediglich ein funktionierender Internetanschluss.

Unser Erscheinungsbild

Jeder Anwender der Corporate Identity von sunrise trägt Verantwortung für die «richtige Umsetzung» dieser optischen Botschaft.

In den hier beschriebenen Grundlagen sind die visuellen Basiselemente Logo, Farbe, Schrift und Bild von sunrise definiert. Ein komplettes und sich entwickelndes Erscheinungsbild braucht mehr als nur ein Logo. Die Auswahl und Anwendung von Schriften, Farben, Formaten und Bildern ist nicht dem Zufall, dem Zeitgeschmack oder individuellen Launen überlassen, sondern muss als Teil einer wohl überlegten Gesamtstrategie des Unternehmens sunrise erkennbar sein.

Jeder Anwender der sunrise Corporate Identity trägt Verantwortung für die «richtige Umsetzung» dieser optischen Botschaft. Das vorliegende Manual soll hier Hilfestellung und Anleitung zum richtigen Umgang mit dem Corporate Design geben. Eine Dokumentation, das die Entwicklung des Unternehmens und seines Umfelds zeitgemäss begleitet.

Das Corporate Design von sunrise ist ein System, das sich immer weiter entwickelt. Viele aktuelle und weiterführende Informationen sind im elektronischen «Identity-Net» unter www.sunrise.ch/identity abrufbar.



Die Hierarchie der sunrise CI-Manuals

Die sunrise Corporate Identity ist abgeleitet von der Markenstrategie.

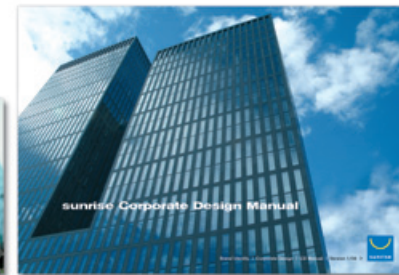
Die Markenstrategie ist Basis für die Entwicklung der Corporate Identity. Corporate Identity hilft der Unternehmung, einen einzigartigen und leicht wiedererkennbaren Auftritt zu gestalten und somit die Markenbotschaften schneller und effizienter an den Empfänger zu vermitteln.

Das vorliegende Manual gilt als Basis für die gesamte Corporate Identity. Davon abgeleitet sind Richtlinien vorhanden, die spezielle Themengebiete im Detail abhandeln.

Die einzelnen Manuals sind auf www.sunrise.ch/identity zu finden oder unter info.identity@sunrise.net zu bestellen.

sunrise Corporate Identity Manual

- Gestaltungsrichtlinien für Stelleninserate
- Gestaltungsrichtlinien für Business Partner
- sunrise Briefschaften



sunrise und TDC Switzerland AG

TDC Switzerland AG ist der juristische Eigentümer der Marke sunrise.

Die Marke sunrise ist Eigentum von TDC Switzerland AG. Während sunrise als Marke verwendet wird um Produkte und Dienstleistungen im Schweizer Telekommunikationsmarkt zu vermarkten, bleibt TDC Switzerland AG als juristischer Eigentümer von sunrise im Hintergrund. Die TDC Switzerland AG muss aber auf allen Briefschaften, Bestellungen, Rechnungen und rechtlich verbindlichen Dokumenten erscheinen.

Der juristische Absender TDC Switzerland AG wird immer am unteren (rechten) Rand platziert. Auf Dokumenten ohne sunrise Logo, wie zum Beispiel Einzahlungsscheinen, gilt folgender Absender:

sunrise
TDC Switzerland AG
Hagenholzstrasse 20/22
8050 Zürich
Bei Verträgen muss am Anfang immer

TDC Switzerland AG als Vertragspartner mit vollständiger Adresse des Hauptsitzes und am Ende des Vertrages über den Unterschriften als Vertragspartner klar erkennbar sein. Innerhalb des Vertrages wird immer sunrise verwendet.

Mindestgrößen

Logohöhe (X) mindestens 5 mm.

sunrise is a brand of  X

Vorlagen und weiterführende Informationen sind im elektronischen «Identity-Net» unter www.sunrise.ch/identity abrufbar.



Der Name sunrise

Sunrise ist in der Telekommunikationsbranche tätig und nicht in der Reisebranche.

sunrise steht für Produkte und Dienstleistungen rund um die Telekommunikation. Der Name oder das Logo soll darum nicht zusammen mit Bildern von Sonnenaufgängen und ähnlichem gezeigt werden. Dieser Kontext ist immer falsch, da solche Bilder eine irreführende Vorstellung von sunrise und ihres geschäftlichen Tätigkeitsfeldes gibt.

Die sunrise Schreibregeln sind zu beachten.

- sunrise wird immer klein geschrieben
- sunrise wird immer ohne Artikel verwendet
- das Substantiv von sunrise ist weiblich, also die Telekommunikations-Anbieterin
- Wortverbindungen immer ohne Bindestrich, also sunrise Mitarbeiter

Die ausführlichen Regeln und auch Angaben für die korrekte Schreibweise in anderen Sprachen sind auf www.sunrise.ch/identity abrufbar.

Falsch:



Richtig:



Überblick über die sunrise Logo Struktur

Je nach Verwendung wird die dafür bestimmte Logo-Variante eingesetzt. Zusätzliche Logo-Elemente können ein Claim oder eine Bereichskennzeichnung sein. Um die richtige Logo-Anwendung zu erleichtern, hier ein Überblick der verschiedenen Varianten und deren Einsatz auf den unterschiedlichen Kommunikationsebenen.

Hauptanwendung

Auf Unternehmensebene



Produktkommunikation (Werbung)

Always a smile



Let's talk business



Verkaufspunkt (POS)



Andere Anwendungen



sunrise



business partner

Das sunrise Logo

Das sunrise Logo steht für das ganze Unternehmen.

Die Grundform des Logos von sunrise ist eckig. Es kommt auf der Ebene der allgemeinen Unternehmenskommunikation zur Anwendung. Beispielsweise bei Briefpapier, Visitenkarten und Unternehmensbroschüren. Das sunrise Logo steht für das ganze Unternehmen und ist im Zweifelsfalle immer das richtige Logo. Bei allen Anwendungen ist darauf zu achten, dass die Nutzung gezielt und nicht zu oft erfolgt. Weniger ist oft mehr! Das Logo wird generell oben rechts oder unten rechts im Format platziert.



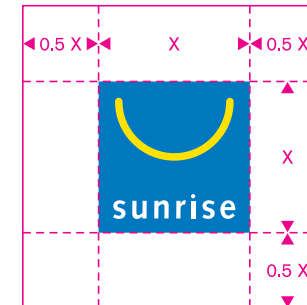
Farbig



Schwarz-Weiss

Der Mindestabstand

Um der Wirkung des sunrise Logos genügend Raum zu geben, muss folgender Mindestabstand rund um das Logo eingehalten werden: **0.5X der Logohöhe (=X).**



Verbindliche Logogrößen

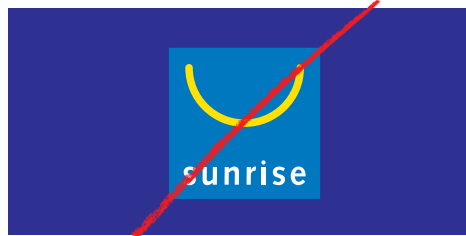
Die Logogröße ist für jede Anwendung definiert.

Folgende Logogrößen sind in der gedruckten Version verbindlich. Die Gesamtlänge des Logos mit Claim ergibt sich daraus automatisch.

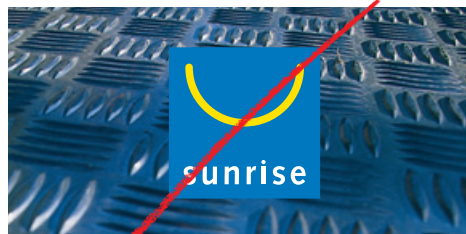
Format	Logogröße	Bemerkung
A4	20 x 20 mm	
A4+	20 x 20 mm	Formate etwas grösser oder kleiner als A4
A5	16 x 16 mm	
A5+	16 x 16 mm	Formate etwas grösser oder kleiner als A5
A6/5	16 x 16 mm	
Tageszeitung 2/1	40 x 40 mm	Doppelseite
Tageszeitung 1/1	30 x 30 mm	Eine Seite
Tageszeitung 1/2	20 x 20 mm	Halbe Seite
City-Plakat F200	32 x 32 mm*	*Mutterlitho-Format: 245 x 350 mm
Breitformat-Plakat F12	37 x 37 mm*	*Mutterlitho-Format: 470 x 224 mm
Weltformat-Plakat F4	32 x 32 mm*	*Mutterlitho-Format: 245 x 350 mm
Plakat 12 m ²	50 x 50 mm*	*Mutterlitho-Format: 540 x 396 mm

Nicht erlaubte Logo-Anwendungen

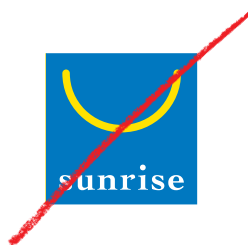
Kein Hintergrund mit zu geringem Kontrast



Keine unruhige Bildstellen im Hintergrund



Keine Logo-manipulation mit anderen Schriften



Keine Logo-manipulation mit anderen Farben



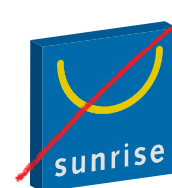
Keine Logo-manipulation mit anderen Elementen



Negativ falsch



Dreidimensional



Das sunrise Logo mit Claim

Der Claim wird nur in der Werbung eingesetzt.

Das sunrise Logo mit Claim wird in der Werbung von sunrise eingesetzt, um die eigentliche Werbebotschaft zusätzlich zu unterstützen. Der Claim vermittelt in komprimierter Form die Werte und Ansprüche der Marke sunrise sowie unserer Produkte und ist Bestandteil eines grundlegenden Imageaufbaues.

sunrise verwendet zwei Claims um die Kommunikation unserer zwei Hauptzielgruppen besser differenzieren zu können: «**Always a smile**» in der Kommunikation mit Privatkunden und «**Let's talk business**» in der Kommunikation mit Geschäftskunden. Das Verhältnis des Claims zum Logo ist fest definiert und darf nicht geändert werden. Das Logo wird generell unten rechts im Format platziert. Der Claim wird entweder in sunrise blau oder negativ weiss geschrieben. Andere Farben sind nicht zulässig.



Das sunrise Logo mit Claim

Der Mindestabstand

Um der Wirkung des sunrise Logos genügend Raum zu geben, muss folgender Mindestabstand rund um das Logo eingehalten werden: **0.5X der Logohöhe (=X)**.



Nicht erlaubte Logo-Anwendungen

Claim mit falscher Farbe. Es dürfen nur sunrise blau oder weiss für den Claim verwendet werden.



Claim mit falscher Schrift



Claim am falschen Ort

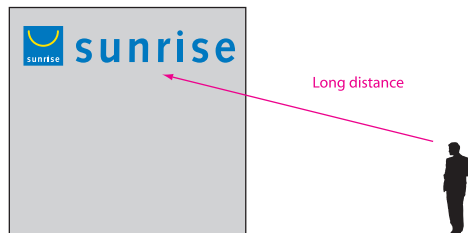


Richtige Verwendung sunrise Wortmarke

Für hohe Fernwirkung mit guter Lesbarkeit gelangt die Wortmarke von sunrise zur Anwendung.

Die sunrise Wortmarke

Muss beim Einsatz des Logos eine hohe Fernwirkung mit guter Lesbarkeit sichergestellt werden, gelangt die Wortmarke von sunrise zur Anwendung. Die Wortmarke wird nebst der Kennzeichnung von Verkaufspunkten oder von Standorten mit hohem visuellen Impact auch für die Bandenwerbung bei Grossanlässen eingesetzt.



Kennzeichnung von Verkaufsstellen (Point of Sale)

Verkaufsstandort von Center und Partner/Partenaire werden mit diesem Logo gekennzeichnet.

Die abgebildeten Logos kennzeichnen ausschliesslich Verkaufsstandorte von sunrise center und Partner/Partenaire von sunrise. Der Einsatz am POS erfolgt in Form von Leuchtkästen und Kleber für Türen und Fenster. Für Werbung mit Inseraten und Plakaten wird das sunrise Logo mit Claim eingesetzt.



(Point of Sale) Weitere Anwendungen

Detaillierte Anwendungsbeispiele im Internet unter «[Gestaltungsrichtlinien für Businesspartner](#)».

Business Partner Logo

Die Abbildung zeigt die korrekte Kennzeichnung der Business Partner von sunrise. Unsere Kleber werden entweder einzeln oder zusammen mit dem Logo des Partners an Türen oder Fenstern eingesetzt. Für die Verwendung des Business Partner Logos gibt es ein detailliertes Manual (Link) «[Gestaltungsrichtlinien für Businesspartner](#)».



Co-Branding

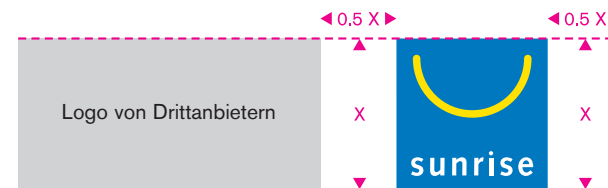
Für das Co-Branding wird das Logo in der Regel ohne Claim verwendet.

In Co-Branding-Situationen muss das sunrise Logo optisch mindestens eine gleiche Gewichtung wie die Logos von Drittanbietern haben. Je nach Situation und Platzverhältnissen kommt dabei entweder das quadratische Logo oder die Wortmarke zur Anwendung.

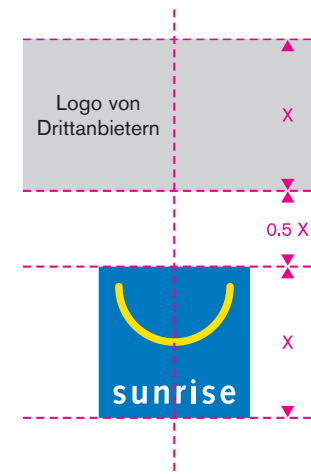
Im Co-Branding wird in der Regel ohne Claim gearbeitet, um auf dem verfügbaren Platz das sunrise Logo möglichst deutlich und prominent zur Geltung zu bringen.

Mindestabstand zu anderen Logos:

0.5 X der Logohöhe (X)



Vertikale Anwendung



sunrise als Partner oder Sponsor

Wenn sunrise nicht als Hauptabsender auftritt, wird das Engagement textlich unterstrichen. Sind beide Partner gleichberechtigt, sind die Regeln des Co-Brandings anzuwenden.

Wenn in gewissen Situationen unser Partner als Hauptabsender in der Kommunikation auftritt, wird das Engagement von sunrise textlich unterstrichen.

Für Business-Partner:
powered by sunrise

Für Sponsoring:
sponsored by sunrise

Davon abweichende Botschaften sind nicht erlaubt.

Plaziert wird diese Botschaft wenn immer möglich neben oder unter dem Logo des Haupt-Partners. Dies kann mit oder ohne sunrise Logo erfolgen. Die Mindestgrösse des sunrise Logos ist 7 mm. Darunter ist nur typografisch zu arbeiten.

Die dabei zu verwendende Schrift ist die Berthold Akzidenz Grotesk BQ Regular.

Treten beide Partner als gleichwertige Absender auf, kommen die Bestimmungen des Co-Brandings (siehe Seite 17) zur Anwendung. Bestimmend ist immer, welche strategische Bedeutung das Engagement hat.

Mit sunrise Logo

PARTNERLOGO

powered by 

Ausgeschrieben ohne sunrise Logo

PARTNERLOGO

powered by sunrise

PARTNERLOGO

sponsored by sunrise



sponsored by sunrise



Events und Sponsoring

Im Event und Sponsoring kommt in erster Linie die sunrise Wortmarke zum Einsatz.

Hier steht sunrise in direkter Konkurrenz zu anderen Marken. Jeder Sponsor will im Gedächtnis des Besuchers oder Zuschauers den nachhaltigsten Eindruck hinterlassen. Um in all diesen Werbebotschaften überhaupt durchdringen zu können, müssen wir uns stark fokussieren. Darum arbeiten wir mit der Wortmarke (z.B. Bandenwerbungen, Trikotbeschriftungen, Fahnen etc.).

Nur wo unmittelbar mit sunrise Schrift und Bild kommuniziert wird (z.B. sunrise Inserate), kommt das quadratische Logo mit oder ohne Claim zum Einsatz.

Falsch



Richtig



Logo bei Online-Anwendungen

**Logo immer links
oben auf der Seite
platziert.**

Im Internet und Intranet wird das Logo aus Gründen der Usability immer links oben auf der Seite platziert. Online kommt ausschliesslich das quadratische sunrise Logo zur Anwendung. Die Mindestgrösse beträgt aus Gründen der Lesbarkeit 35 x 35 Pixel.

Der Claim und die Wortmarke werden im Online-Bereich grundsätzlich nicht eingesetzt.

Der Mindestabstand (Weissraum) zu anderen Gestaltungselementen oder dem Bildschirmrand beträgt mindestens 0,5 X. Siehe dazu auch Seite 7.



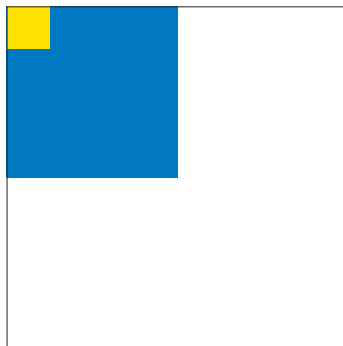
Die sunrise Farbwelt

Die sunrise Hausfarben werden gezielt und mit Mass verwendet.

Das sunrise Blau und Gelb sind die Hausfarben, welche im Logo zur Anwendung kommen. Die Farben sollten nicht übermässig eingesetzt werden, können jedoch zum Einfärben von Typografie oder für kleinere Flächen verwendet werden.

Die Farbwelt von sunrise zeichnet sich durch grosszügig bemessenen Weissraum aus. Die sunrise Hausfarben werden eher zurückhaltend, zum Beispiel für Typografie, verwendet.

Die sunrise Farbbalance, optisch dargestellt.



sunrise Blau
 Entspricht
 Pantone: 300 U, 300 C
 CMYK: 100, 45, 0, 0
 RGB: 28, 104, 184
 Hex: #1C68B8



sunrise Gelb
 Entspricht
 Pantone: 108 U, 108 C
 CMYK: 0, 7, 100, 0
 RGB: 248, 242, 0
 Hex: #FFCC00



100% 60% 40% 25%



100% 60% 40% 25%

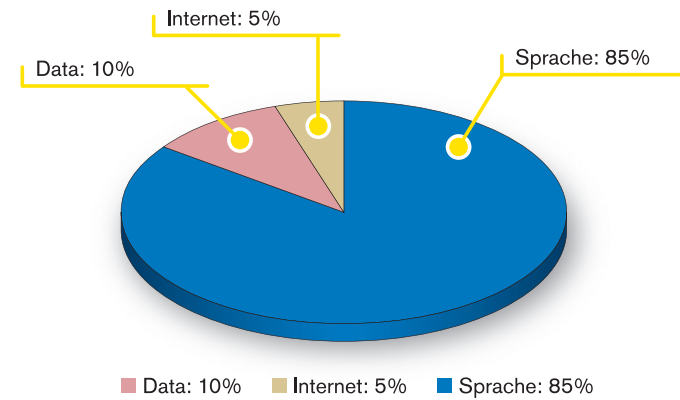
Beispiel der sunrise Farben anhand einer Tabelle:

Abo Name	Abo Grundgebühr	Inbegriffen	Normaltarif* zu Festnetz und sunrise Mobilnetz	Niedertarif* zu Festnetz und sunrise Mobilnetz
sunrise value	CHF 12.-/Monat	30 SMS	CHF 0.65/Min.	CHF 0.65/Min.
sunrise 15	CHF 25.-/Monat	15 Min.	CHF 0.55/Min.	CHF 0.39/Min.
sunrise 75	CHF 40.-/Monat	75 Min.	CHF 0.45/Min.	CHF 0.35/Min.
sunrise 175	CHF 80.-/Monat	175 Min.	CHF 0.40/Min.	CHF 0.25/Min.
sunrise 300	CHF 120.-/Monat	300 Min.	CHF 0.30/Min.	CHF 0.20/Min.
sunrise 500	CHF 160.-/Monat	500 Min.	CHF 0.20/Min.	CHF 0.15/Min.

Die sunrise Farbwelt

Die sunrise Sekundärfarben.

Die sekundären Farben von sunrise werden nur marginal eingesetzt; beispielsweise für farbliche Unterscheidungen in Grafiken, Pie-Charts, usw.



sunrise Petrol
 Entspricht
 Pantone: 549
 CMYK: 52, 6, 0, 25
 RGB: 89, 156, 168



sunrise Lila
 Entspricht
 Pantone: 2563
 CMYK: 29, 45, 0, 0
 RGB: 182, 150, 202



sunrise Grün
 Entspricht
 Pantone: 577
 CMYK: 23.5, 0, 51, 11.5
 RGB: 127, 173, 117



sunrise Beige
 Entspricht
 Pantone: 4525
 CMYK: 0, 6, 38, 18.5
 RGB: 216, 198, 144



sunrise Rot
 Entspricht
 Pantone: 500
 CMYK: 0, 38, 18.5, 11.5
 RGB: 211, 135, 139



sunrise Grau
 Entspricht
 Pantone: Cool Gray 3
 CMYK: 0, 0, 0, 17
 RGB: 204, 204, 204



sunrise Braun
 Entspricht
 Pantone: 409
 CMYK: 0, 15, 18.5, 47
 RGB: 153, 134, 119

Die sunrise Farbkarten

Die Farbkarten helfen Ihnen, Ihre Druckerzeugnisse in ihrer Farbgenauigkeit zu überprüfen.

Verwendung von sunrise Farbkarten

Zur korrekten Farbabstimmung können gedruckte sunrise Farbkarten verwendet werden. Die Farbkarten haben den Zweck, Druckerzeugnisse in ihrer Farbgenauigkeit zu überprüfen oder Farbmuster an Dritte zu übermitteln. Die auf gestrichenes und ungestrichenes Papier gedruckten Pantone- und CMYK-Farben sind getestet worden und gelten als absolute Werte. Die Farbkarten können auch als Vorlage zur Farbmischung dienen, wenn eine Anwendung gebraucht wird, die in diesem Manual nicht definiert ist.

Die Farbkarten können per Mail info.identity@sunrise.net kostenlos bestellt werden.

Pantone Disclaimer

Die abgebildeten Farben wurden nicht von PANTONE®, Inc. auf ihre Übereinstimmung mit den PANTONE® Color Standards überprüft. Für exakte Übereinstimmung konsultieren Sie bitte den aktuellen PANTONE® Color Formula Guide. PANTONE® ist ein eingetragenes Warenzeichen der PANTONE®, Inc.



Die sunrise Typografie

Hausschrift von sunrise ist die Berthold Akzidenz Grotesk.

Hausschrift von sunrise ist die von H. Berthold 1896 entworfene Berthold Akzidenz Grotesk. Sie zeichnet sich durch eine grosse Klarheit und Ästhetik in ihrem Schriftbild aus und gilt als die zeitlos moderne Schrift schlechthin. Die Berthold Akzidenz Grotesk BQ ist eine sehr vielseitige Schrift, welche viele Schriftschnitte aufweist. Bei sunrise kommen die im Anschluss aufgeführten Schriftschnitte zum Einsatz: So wird ein einheitlicher Auftritt in der Typografie gewährleistet.

Ausnahmen:

Für das interne Erstellen von Briefen, Dokumentationen, Präsentationen und E-Mails auf dem PC wird aus Kompatibilitätsgründen in den entsprechenden Word- und Powerpoint-Vorlagen (Templates) die PC-Schrift Arial verwendet. Dies ist jedoch die Ausnahme. In der gedruckten Kommunikation ist ansonsten immer die Berthold Akzidenz Grotesk zu verwenden.

Bei Printprodukten wie Kundenzeitschriften, wo eine grosse Textmenge anfällt, kann aus Gründen des Lesekomforts die Times zum Einsatz kommen.

Die sunrise Hauschrift kann unter info.identity@sunrise.net bestellt werden.

Berthold Akzidenz Grotesk BQ Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Fliesstext, Tabellen, Fussnoten, Legenden

Berthold Akzidenz Grotesk BQ Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Auszeichnungen im Fliesstext

Berthold Akzidenz Grotesk BQ Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Claim, Auszeichnungen

Berthold Akzidenz Grotesk BQ Condensed Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Titel zu informativen Texten, in erster Linie Broschüren, sowie als Zwischen- und Untertitel

Berthold Akzidenz Grotesk BQ Extended Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Titel bei Kommunikation mit Promotionscharakter, in erster Linie Werbung

Beispiele der Schriftanwendung

Beispiel 1

Information: Einsatz der Berthold Akzidenz Grotesk BQ Extended Bold in Broschüren als Titelschrift

Beispiel 2

Promotion: Einsatz der Berthold Akzidenz Grotesk BQ Condensed Extrabold in Inseraten als Copy



Erlaubte Schriftanwendungen:

Titelschrift in sunrise Blau oder in Schwarz

Nicht erlaubte Schrift-Anwendungen:

Titelschrift in sunrise Gelb und andere Farben (z.B. Rot)

TITELSCHRIFT
in sunrise Blau oder in Schwarz

TITELSCHRIFT
in sunrise Blau oder in Schwarz

TITELSCHRIFT
in sunrise Blau oder in Schwarz

TITELSCHRIFT
in sunrise Blau oder in Schwarz

Die Bildwelt von sunrise

Detailliertes Bildmaterial finden Sie auf dem Internet: www.sunrise.ch/identity

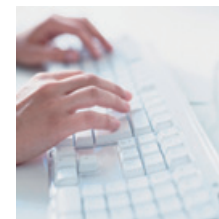
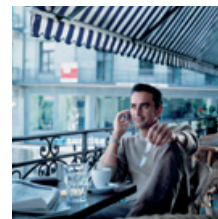
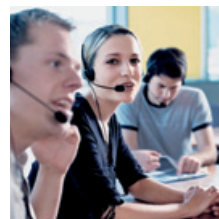
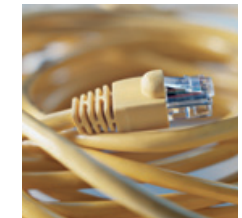
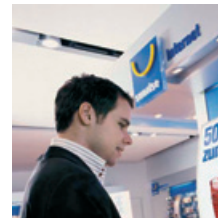
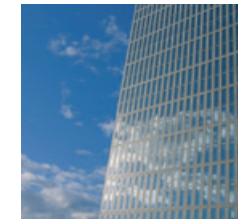
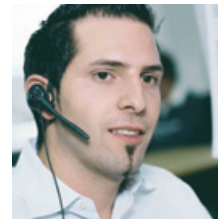
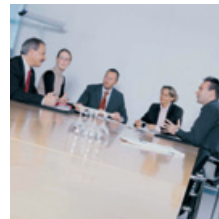
Der Stil der Bilder, die im Marketing von sunrise verwendet werden, spiegelt unser Markenkonzept und unsere Werte wieder.

Der Look

sunrise Bilder zeichnen sich durch einen natürlichen Fotolook aus. Die abgebildeten Menschen erwecken nicht den Eindruck, in künstlichen Situationen für die Kamera zu posieren. Sie werden in alltäglichen Lebenssituationen und in ihrer natürlichen Umgebung fotografiert, die jeder Schweizer aus seinem eigenen Leben kennt. Wir arbeiten mit Tageslicht, um den Bildern eine dynamische, warme, natürliche und freundliche Ausstrahlung zu verleihen. Künstliche Lichtquellen werden immer diskret eingesetzt.

Die Modelle

Die Modelle, mit denen wir arbeiten, entsprechen den Hauptzielgruppen von sunrise – Privat- und Geschäftskunden.



Die Bildwelt von sunrise

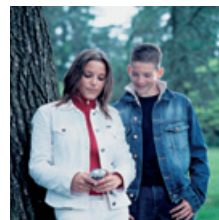
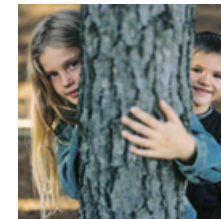
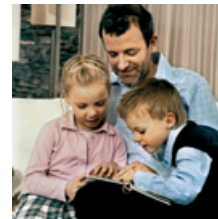
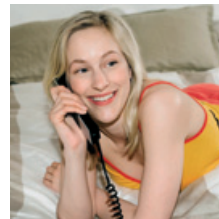
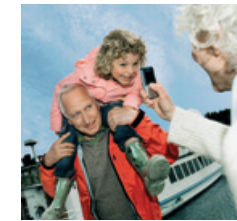
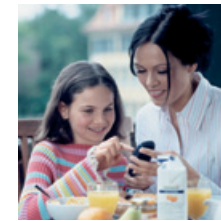
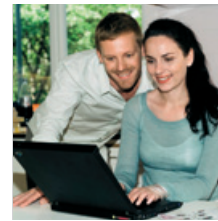
Privatkunden:
Die Betonung
liegt auf
«hear the smile».

Unser Bildsprache

Unsere Bildsprache entspricht den beiden Prinzipien der Marke sunrise: «hear the smile, here to stay».

Privatkunden:

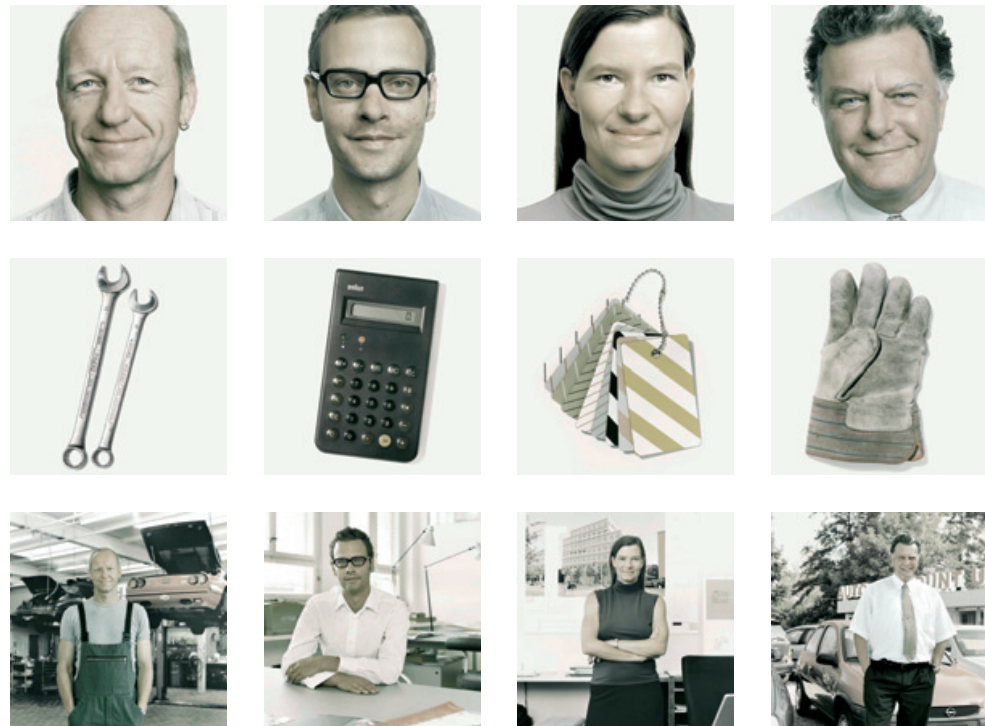
Die Betonung liegt auf «hear the smile», dem ersten Teil unseres Markenkommunikationskonzepts. Natürliche Wärme und ansprechende Farben. Alltägliche Situationen mit Menschen, die unsere Zielgruppe glaubwürdig repräsentieren. Situationen, in denen technische Ausrüstung eine Rolle spielt, können zur Differenzierung unserer Produkte oder Dienstleistungen (Mobil, Festnetz etc.) verwendet werden – die technischen Aspekte dürfen den menschlichen Aspekt aber nicht überlagern.



Die Bildwelt von sunrise

Geschäftskunden:
Die Betonung liegt auf «we are here to stay»

Geschäftskunden:
Die Betonung liegt auf «we are here to stay», dem zweiten Teil unseres Markenkommunikationskonzepts. Natürliche, reservierte und kühle Farben sorgen für eine Differenzierung von der Kommunikation mit den Privatkunden. Bilder von Situationen, in deren Mittelpunkt Geschäftsleute stehen, stellen unsere Hauptzielgruppe glaubwürdig und in ihrer eigenen Umgebung dar. Technische Ausrüstung, Gebäude und Infrastrukturen können – gemeinsam mit den abgebildeten Menschen – verwendet werden, um unsere Botschaft herauszuarbeiten oder zu betonen: Wir sind ein etablierter und glaubwürdiger Anbieter von Geschäftslösungen im Bereich der Telekommunikation.



Die Bildwelt von sunrise

Die sunrise Bilder enthalten die sunrise Farben blau, gelb und weiss.

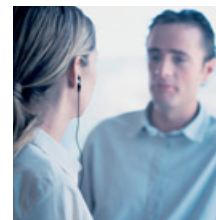
Farben

Wo möglich, enthalten alle sunrise Bilder die Farben blau, gelb und weiss. Wir haben diese Farben gewählt, um unsere Geradlinigkeit und Einfachheit zu unterstreichen. Diese Farben sind in einen natürlichen Kontext integriert, zum Beispiel in Kleidung, Accessoires, Möbel oder Hintergründe, aber sie dominieren niemals den Inhalt eines Bildes oder erscheinen künstlich.

- Wir bevorzugen den Vierfarbdruck, aber bei monochromen Fotos verwenden wir nur Schwarzweiss.

- Keine künstlichen Farben und offensichtlichen Bildmanipulationen.
- Unsere Bilder müssen unsere beiden Hauptbotschaften «hear the smile, here to stay» klar vermitteln.
- Keine «expressive» Bildsprache durch übermässige Verwendung von Kontrasten oder Tiefenschärfen.
- Der Bildhintergrund der Modelle muss glaubwürdig sein und eine Schweizer Umgebung (Landschaft, Gebäude, Infrastruktur, Jahreszeiten) widerspiegeln.

Eine offensichtliche Ausnahme bilden hier Roaming-Produkte.



Der sunrise Brand Sound

Markenwerte können nicht nur optisch, sondern auch akustisch transportiert werden. Ein konsequenter Einsatz unterstützt die visuelle Botschaft.

Eine Botschaft beinhaltet nicht nur Text und Bilder. Der Empfänger speichert in seinem Gedächtnis den Erhalt einer Information immer ganzheitlich und auf verschiedenen Ebenen ab. Der Ton ist ein wesentlicher Bestandteil. Setzen wir nun Ton und Bild bewusst ein, wird sich der Empfänger besser erinnern können und den Absender schneller und eindeutiger erkennen. sunrise hat einen eigenen Sound entwickelt, um die Markenwerte klar zu transportieren. In **TV- und Radiowerbung** ist der Sound **immer** einzusetzen, im Minimum als Jingle.

Weitere Verwendungsmöglichkeiten: Unterstützung bei einer Präsentation, Intro für Mitarbeiter-Anlässe, Handy-Klingeltöne etc.

Den sunrise Sound gibt es in verschiedenen Mixes und verschiedenen Längen sowie bereits als vorkomponierte Jingles. Zur Zeit erhältlich auf www.sunrise.ch/identity:

- Lounge
- Ethno
- HipHop
- Classic
- Event



www.sunrise.ch/identity – umfassend aktuell

www.sunrise.ch/identity: die erste Anlaufstelle bei Corporate Identity Fragen. Mit ausführlichen Informationen und praktischen Arbeitstools.

Zusätzlich zu diesem Manuals gibt es online eine gute Informationsquelle rund um die Corporate Identity. Auf unserer Intranetseite ist alles zu finden, was für die Umsetzung benötigt wird. Um die Zusammenarbeit mit Agenturen zu optimieren, kann Externen Zugriff gewährt werden. Die Seite wird regelmässig aktualisiert und mit weiteren Inhalten ergänzt.

- Logo Downloads
- Gestaltungsvorlagen für Inserate, Banner, POS, Direct Mailing, Stelleninserate etc.
- Bilddatenbank
- Corporate Wording
- Kommunikationsregeln
- sunrise Sound
- Online styleguide
- und vieles mehr ...



Für alle weiteren Fragen oder Bestellungen
info.identity@sunrise.net