



Corporate Design

Energie Wasser Bern

Dezember 2017

Inhaltsverzeichnis

Sprache und Bildwelt

Sprachleitbild

- 4 Sprachleitbild

Bildwelt

- 5 Bildwelt
- 6 Moodbandbreite
- 7 Berner Charme im Bild
- 8 Bildrechte

Design-Elemente

Logo

- 10 Logo
- 11 Logoanwendungen

Charmebogen

- 12 Charmebogen

Farben

- 13 Farben
- 14 Bereichsfarben
- 15 Zuordnung der Bereichsfarben
- 16 Primärfarben, Bereichsfarben oder Schwarz?

Typografie und Layout

- 17 Schriften
- 18 Korrespondenzschrift
- 19 Typografie und Stilelemente
- 20 Bilder im Layout
- 21 Grafiken
- 22 Piktos
- 23 Störer
- 24 Tabellen

Drucksachen

- 25 Titelseite A4
- 26 Titelseite Factsheet A4

- 27 Innenseite A4
- 28 Rückseite A4
- 29 Titelseite A5
- 30 Innenseite A5
- 31 Rückseite A5
- 32 Falzarten Rechnungsbeilagen
- 33 Papier und Papiergrammaturen

Klassische Werbung

- 34 Plakate
- 35 Inserate

Digitale Werbung

- 36 Online-Werbung
- 37 Social Media

Video

- 38 Branding Video

Co-Branding

- 39 Co-Branding

Fahrzeuge

- 40 Fahrzeuge

Anwendungsbeispiele

Kommunikationsmassnahmen

- 42 Publikationen
- 43 Angebotskommunikation
- 44 Baustellentafel
- 45 Interne Kommunikation
- 46 Geschäftsdrucksachen
- 48 Werbung
- 49 Stelleninserate

Kennzeichnung und Leitsystem

- 50 Kennzeichnungselemente und Leitsystem
- 51 Leuchttransparent
- 52 Fernkennzeichnung
- 53 Flachschrift
- 54 Stele (unbeleuchtet)
- 55 Pylon (beleuchtet)
- 56 Tafeln
- 57 Folienbeschriftung
- 58 Gebäudeleitsystem
- 59 Anschlagbretter

A group of people are playing in the water at sunset. The scene is filled with warm, golden light, and water splashes are visible. The background shows a line of trees under a bright sky. A large white circle is overlaid on the center of the image, containing the text.

Sprache und Bildwelt

Sprachleitbild

Ein Unternehmen sollte nach aussen mit einer Stimme sprechen. Wir haben festgelegt, wie wir mit der Sprache umgehen, damit unsere Publikationen auch bei unterschiedlichen Verfasserinnen und Verfassern einheitlich daherkommen. Bitte konsultieren Sie unser Sprachleitbild, bevor Sie im Namen von Energie Wasser Bern Texte publizieren.

Broschüre «Schreiben leicht gemacht»

Diese Broschüre zeigt Ihnen, wie Sie bessere Korrespondenz verfassen, wie gute Sätze aufgebaut sind, und enthält weitere Regeln von A bis Z.



Download «Schreiben leicht gemacht»

ewb.ch/cd

Broschüre «Sprachleitbild»

Im Sprachleitbild ist definiert, wie sich unsere Werte in der Sprache widerspiegeln. Unternehmensspezifische Regeln und Schreibweisen, ob für Korrespondenz, E-Mails oder SMS-Nachrichten, können Sie hier nachschlagen.



Download «Sprachleitbild»

ewb.ch/cd

Bildwelt

Licht

Licht ist das zentrale Element in der Bildwelt von Energie Wasser Bern – sei es als starkes Gegenlicht oder als spürbarer seitlicher Lichteinfall.

Farbe

Grundsätzlich dominieren warme Farben die Bildwelt von Energie Wasser Bern. Diese dürfen jedoch nicht künstlich wirken. Hauttöne, Himmel, Wasser und Pflanzengrün werden leicht entsättigt.

Kontrast

Je mehr Licht die Bilder beinhalten, umso kontrastreicher werden sie. Bei tiefen Tönen wird das Schwarz abgesoftet.

Emotionen

Bei Abbildungen von Menschen (Kunden) ist darauf zu achten, dass diese emotional wirken – sei es durch fotografische Nähe, einen zwischenmenschlichen Moment oder einfach durch eine natürliche positive Ausstrahlung.

Stockbilder

Beim Einsatz von Stockbildern ist neben den Moodanforderungen darauf zu achten, dass Personen und Umgebung schweizerisch/bernisch wirken.



Moodbandbreite



Softer Mood

- Minimales, aber spürbares Gegenlicht oder Seitenlicht
- Neutrale Farb-stimmung
- Wenig Kontrast



Harter Mood

- Extremes Gegenlicht mit Überstrahlung
- Sehr warme Farb-stimmung
- Hoher Kontrast

Moodanpassung durch Bildbearbeitung

Stockbilder passen nicht immer perfekt in den Mood. Nebenstehend ein Beispiel eines bearbeiteten Stockbildes.

- Der Himmel wurde durch einen ruhigeren ersetzt
- Gegenlicht wurde gesetzt
- Der Kontrast wurde erhöht und die tiefen Töne abgesotfet
- Wärmere Farbtonalität



vorher



nachher

Berner Charme im Bild

Bern hat mehr zu bieten als Altstadt, Pflastersteine und historische Brunnen. Die ewb-Bildwelt soll ein authentisches Bild von Bern zeichnen, wo wir Bernerinnen und Berner leben. Das kann durch wieder-erkennbare Locations oder durch eine emotionale Annäherung geschehen.

Berner Charme über **Stadtbilder**



Berner Charme über **Emotionen**



**Eis essen in der
Gelateria di Berna –
im Breitsch, in der
Länggasse oder im
Marzili**



**Morgens der Aare
entlang joggen**



**Den Sommer
geniessen auf
einem Balkon
in der Lorraine**



**Studenten-WG in
der Länggasse**

Bildrechte

Vorwort

Die Marketingkommunikation und die Unternehmenskommunikation entscheiden auftragsbezogen, wer die Photoshootings plant, organisiert und budgetiert (interne Projektleiter oder externe Partner). Die beauftragte Stelle regelt die Nutzungs- und Verwendungsrechte mit den jeweiligen Fotografen und Models.

Fotografen

Fotografen, die für Energie Wasser Bern arbeiten, unterzeichnen eine Vereinbarung, in der die Rechte beschrieben werden und die Abgeltung sämtlicher Leistungen erwähnt wird. Eine Mustervereinbarung kann bei der Marketingkommunikation oder der Unternehmenskommunikation bezogen werden.

Copyright: gemäss separater Vereinbarung mit den Fotografen.

	Externe Models	Interne Models (Mitarbeitende)
Einsatz	Für Bilder der Marketingkommunikation (Kampagnen, Direct Mailings) sowie für Imagebilder in Publikationen werden auch externe Models eingesetzt.	Mitarbeitende können für sämtliche Einsatzzwecke fotografiert werden.
Rechte	<ul style="list-style-type: none"> • Die Modelrechte werden zwischen dem Fotografen und dem Model direkt geregelt. • Ist das nicht möglich, regelt die Kommunikationsagentur die Rechte mit dem Model. • Der Fotograf, bzw. die Kommunikationsagentur, schliesst mit dem Model eine Vereinbarung mit folgendem Inhalt ab: <ul style="list-style-type: none"> • Auftraggeberin ist Energie Wasser Bern • Model erklärt sich einverstanden, fotografiert zu werden • Model erklärt sich einverstanden, dass die fotografischen Aufnahmen Eigentum der Auftraggeberin bleiben und von ihr für eigene Zwecke zeitlich, örtlich und für alle Trägermedien uneingeschränkt genutzt werden dürfen • Model quittiert sein Honorar • Model unterschreibt nach Bedarf die AHV-Verzichtserklärung • Wenn Models über eine Modelagentur gebucht werden, müssen die Verwendungsrechte individuell verhandelt werden. In diesem Fall dürfen die Bilder nicht in die Bilddatenbank hochgeladen werden. <p>Eine Mustervereinbarung kann bei der Marketingkommunikation oder der Unternehmenskommunikation bezogen werden. Eine Kopie der Modelvereinbarung wird im Auftragsdossier des Auftraggebers aufbewahrt. Eine zweite Kopie erhält Energie Wasser Bern zur Ablage in der Bilddatenbank.</p>	Das Ressort Unternehmenskommunikation stellt sicher, dass Mitarbeitende, die fotografiert werden, schriftlich ihr Einverständnis dazu geben sowie der freien Verwendung der Bilder über die eigene Anstellungsdauer hinaus schriftlich zustimmen.
Honorar	Die Honorare für externe Models werden vor Auftragsvergabe geregelt und von der Marketingkommunikation bzw. der Unternehmenskommunikation genehmigt. Die Höhe des Honorars ist von verschiedenen Faktoren abhängig: Umfang und Komplexität des Shootings, Art und Einsatz der Werbemittel, Anforderungen an die Professionalität des Models (Amateur versus Profi) etc.	Mitarbeitende erhalten keine Modelvergütung, der Zeitaufwand wird als Arbeitszeit verbucht.

An aerial photograph of a city, likely Bern, Switzerland, during the golden hour of sunset. The scene is dominated by warm, orange, and yellow light. In the foreground, there are lush green and yellow trees. A stone bridge with a large archway spans across a river. The middle ground shows a dense cluster of buildings with dark roofs and light-colored walls. In the background, a prominent church with a tall, slender spire stands out against the sky. A large white circle is superimposed over the center of the image, containing the text "Design-Elemente" in a bold, black, sans-serif font.

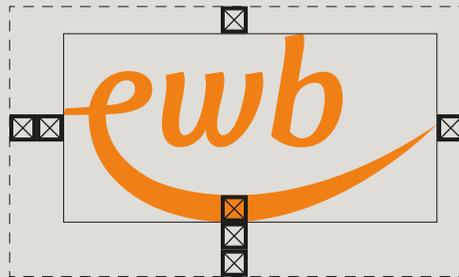
**Design-
Elemente**

Logo



100% = 55 mm Breite

Schutzzone (Minimum)



Der x-Wert leitet sich aus der dicksten Stelle der e-Schleufe ab.



Download Logo

ewb.ch/cd

Logogrößen

Das Logo wird je nach Papierformat, Umfeld und Anwendung unterschiedlich gross angewendet. So spielt es eine Rolle, ob es in ein Bild integriert, auf weissem Hintergrund oder auf einer Rückseite als Absender verwendet wird. Aus der nachfolgenden Tabelle sind die entsprechenden Größen ersichtlich. Diese gelten für die Unternehmens- und Marketingkommunikation und nicht für Werbung. Mit 100% wurde das Logo im Download definiert. Die Breite des Logos in Originalgröße beträgt 55 Millimeter.

Format	im Bild	auf Weiss	Rückseite
A4	100% 55 mm	90% 49.5 mm	70% 38.5 mm
A5	80% 44 mm	75% 41.25 mm	60% 33 mm

Logovarianten

Es existieren vier Farbvarianten des Logos: **Sonderfarbe Orange**, **CMYK-Orange**, **Negativ (Weiss)** und **Schwarz**. Die schwarze Variante kommt nur in Schwarz-Weiss-Anwendungen zum Einsatz. Die CMYK-Orange-Variante wird ausschliesslich auf Innenseiten verwendet.



Logoanwendung

Logo in Bildern

Wird das Logo auf einem fotografierten oder illustrierten Hintergrund angewendet, muss für eine optimale Lesbarkeit des Logos gesorgt werden. Bei Farbtönen, die zu nahe am definierten Orange-Ton liegen, sollte auf die negative (weisse) Variante ausgewichen werden. Komplementärfarben wie Cyan und Giftgrün müssen im Umfeld des Logos entfärbt und/oder abgedunkelt werden. Zudem sollte das Bild im Logobereich weder zu unruhig ausfallen noch durch prägnante geometrische Formen durchbrochen werden.



Logo auf farbigen Hintergründen

Bei Anwendungen auf farbigen Hintergründen sollte eine optimale Lesbarkeit des Logos gewährleistet sein. Bei leuchtenden und komplementären Farben ist ein Flimmerkontrast zu vermeiden.



Charmebogen

Neben dem Logo und der Farbe Orange bildet der Charmebogen das prägnanteste CD-Element. Er wird auf Titelseiten und in der Werbung auf unterschiedliche Arten eingesetzt. **Auf Innenseiten kommt der Charmebogen NIE zum Einsatz.**

Der Bogen verläuft von links unten leicht aufwärts nach rechts und verjüngt sich dabei leicht.

Titelseite



Werbung



Download Charmebogen

ewb.ch/cd

Umgang mit dem Charmebogen

Der Charmebogen kann bei Bedarf erhöht werden, indem die Eckpunkte gleichmässig vertikal verschoben werden. Dabei sollte jedoch beachtet werden, dass die ursprüngliche Anmutung des Bogens nicht verloren geht.

Originalbogen



Farben

Die Sonderfarbe kommt nur auf Titelseiten, Umschlägen und Plakaten zum Einsatz. Für die Innenseiten werden ausschliesslich CMYK-Farben verwendet. In der Gesamtanmutung dominieren Papierweiss und die warmen Primärfarben. Sie bieten einen optimalen Kontrast zum Schwarz der Typografie. Die Sekundärfarben werden als dezente Ergänzung benutzt.

Sonderfarbe



Farbestellung Sonderfarbe «Orange ewb Symphonie ST für Offsetpapiere»
 SunChemical AG,
 Zweigniederlassung Coates Lorilleux,
 Tel. 031 985 31 31, Freiburgstrasse 584,
 3172 Niederwangen
Bei Fragen auf CD-Verantwortliche bei Energie Wasser Bern zugehen.

RAL
 Orange 2008
 Schwarz 9005

Primärfarben
 Bei den warmen Primärfarben wird Warm 1 priorisiert. Bei Grafiken kommen wenn möglich Warm 1-4 zum Einsatz.

Primärfarben

	1	C 0 M 35 Y 95 K 0	R 249 G 177 B 18		
		2	C 0 M 56 Y 100 K 0	R 241 G 133 B 0	
			3	C 0 M 87 Y 60 K 0	R 232 G 60 B 78
			4	C 15 M 87 Y 60 K 5	R 201 G 60 B 77

Sekundärfarben

	1	C 15 M 12 Y 15 K 0	R 223 G 220 B 216		
		2	C 30 M 24 Y 32 K 16	R 181 G 179 B 177	
			3	C 40 M 32 Y 32 K 16	R 150 G 148 B 148
			4	C 45 M 35 Y 37 K 32	R 122 G 122 B 120

Sekundärfarben

Bei den Sekundärfarben wird Grau 1 priorisiert. Es wird für sämtliche Kästchen verwendet und gilt als erste Wahl bei Tabellen. Die Grautöne 2-4 kommen vornehmlich bei Tabellen zum Einsatz.

Die aufgerasterten Schwarzwerte aus reinem Schwarz dürfen nur bei 1- oder 2-farbigen Umsetzungen verwendet werden.

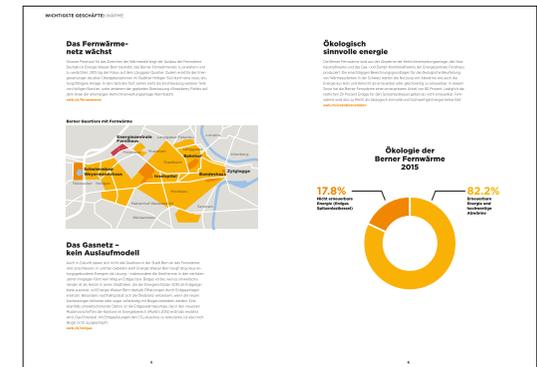
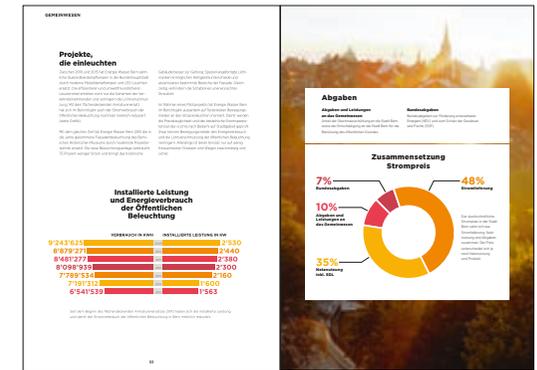
Bereichsfarben

Die ergänzenden Farben für spezifische Energieträger werden auf Seite 14 erläutert.

Störerfarbe

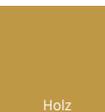
Die Störerfarbe wird auf Seite 23 erläutert.

Anwendungsbeispiele Farben

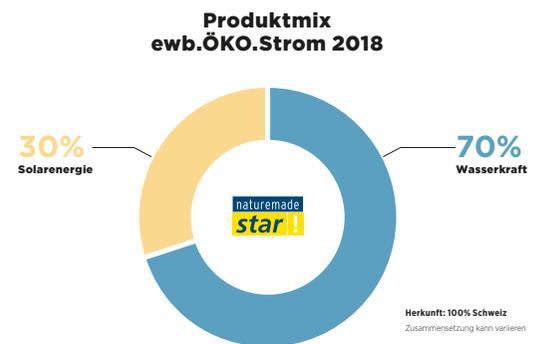


Bereichsfarben

Die Bereichsfarben dienen als Ergänzung zu den Primär- und Sekundärfarben. Sie sind in erster Linie strikt den Energie-trägern zugeordnet. Der Umgang mit den Bereichsfarben und mögliche Ausnahmen werden auf den Seiten 15 und 16 erläutert.

 Erdgas/Biogas	C 47 M 22 Y 52 K 5	R 148 G 167 B 134	 Geothermie	C 12 M 46 Y 20 K 0	R 223 G 159 B 174	 Wasser 1	C 65 M 22 Y 16 K 0	R 90 G 159 B 191
 Biomasse	C 76 M 33 Y 61 K 19	R 62 G 118 B 100	 Kohle	C 39 M 66 Y 31 K 17	R 150 G 94 B 119	 Wasser 2	C 79 M 43 Y 27 K 10	R 56 G 116 B 148
 Kehricht erneuerbar	C 78 M 46 Y 61 K 26	R 61 G 97 B 89	 Erdöl	C 56 M 80 Y 43 K 33	R 105 G 57 B 81	 Wasser 3	C 100 M 56 Y 39 K 27	R 0 G 79 B 104
 Sonne	C 3 M 16 Y 52 K 0	R 249 G 216 B 143	 Wind 1	C 70 M 21 Y 43 K 4	R 77 G 153 B 149	 Übrige erneuerbar	C 1 M 39 Y 50 K 0	R 245 G 175 B 132
 Geförderter Strom	C 11 M 24 Y 73 K 4	R 226 G 188 B 87	 Wind 2	C 40 M 0 Y 20 K 15	R 148 G 192 B 190	 Kernenergie	C 6 M 72 Y 69 K 1	R 225 G 99 B 75
 Holz	C 21 M 35 Y 78 K 13	R 190 G 152 B 69	 Abfälle	C 78 M 37 Y 42 K 28	R 50 G 106 B 114	 Kehricht nicht erneuerbar	C 12 M 82 Y 73 K 0	R 214 G 74 B 65

Anwendungsbeispiele Bereichsfarben



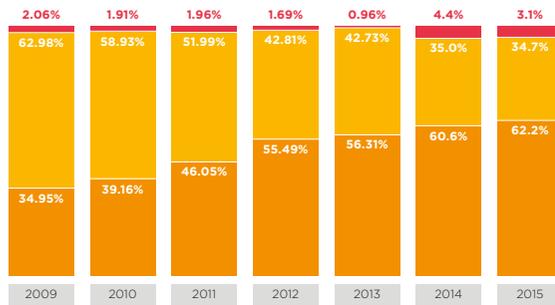
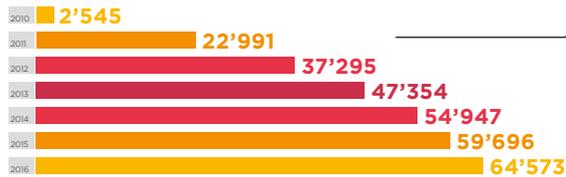
Zuordnung der Bereichsfarben

Die Bereichsfarben werden grundsätzlich angewendet, wenn der Energieträger klar zuordenbar ist (1). Um die Gesamtwirkung innerhalb einer Grafik zu verbessern, kann auf die erweiterte Farbpalette zurückgegriffen werden (2). Sind sich mehrere Bereiche zu ähnlich, kann die alternative Bereichsfarbe angewendet werden (3).

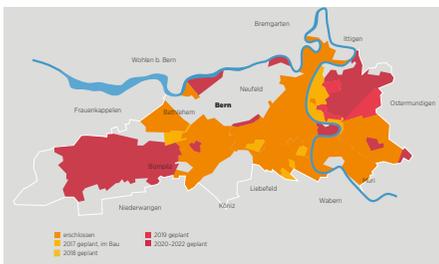
	1 Zugeordnete Bereichsfarbe <small>Im Normalfall anzuwenden</small>	2 Erweiterte Palette <small>Um die Gesamtwirkung oder Kontraste einer Grafik zu verbessern</small>	3 Alternative Bereichsfarbe <small>Einsetzbar, wenn sich zwei Bereiche farblich zu ähnlich sind</small>		1 Zugeordnete Bereichsfarbe <small>Im Normalfall anzuwenden</small>	2 Erweiterte Palette <small>Um die Gesamtwirkung oder Kontraste einer Grafik zu verbessern</small>	3 Alternative Bereichsfarbe <small>Einsetzbar, wenn sich zwei Bereiche farblich zu ähnlich sind</small>
Erdgas/Biogas				Übrige erneuerbar			
Holz				Geförderter Strom			
Wasser				Erdöl			
Sonne				Kohle			
Wind				Abfälle			
Biomasse				Kehricht erneuerbar			
Geothermie				Kehricht n. erneuerbar			
Kernenergie							

Primärfarben, Bereichsfarben oder Schwarz?

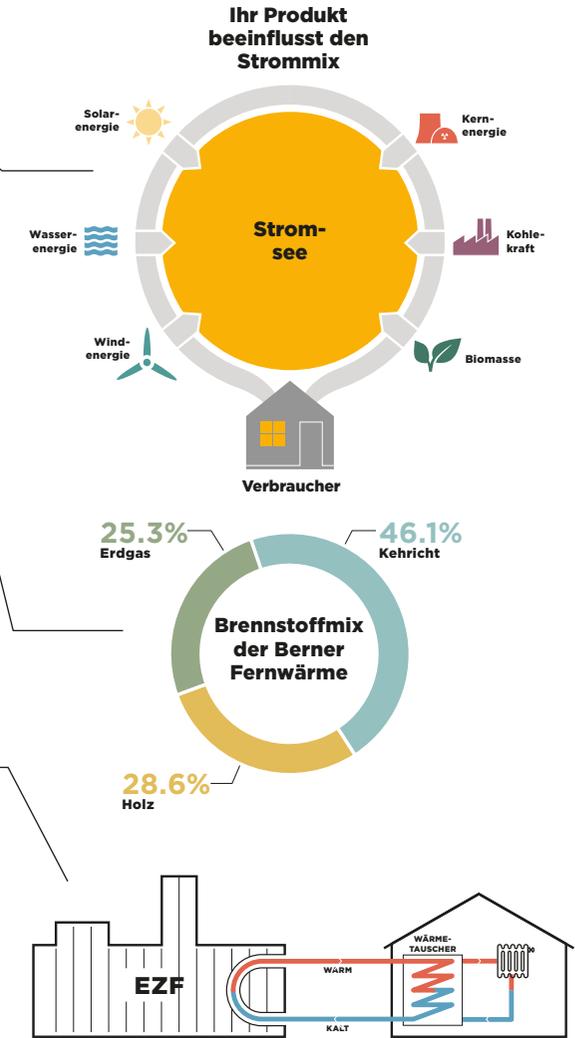
Erschlossene Nutzungseinheiten seit Projektbeginn



■ Erneuerbare Energien¹
■ Nicht erneuerbare Energien²
■ Abfälle



Grafiken ohne Energieträger.	Primärfarben
Alle Bereiche der Grafik können spezifischen Energieträgern zugeordnet werden.	Bereichsfarben
Nur ein Bereich der Grafik kann einem Energieträger zugeordnet werden.	Primärfarben
Die Mehrheit der Bereiche einer Grafik kann einem Energieträger zugeordnet werden.	Bereichsfarben
Der nicht zuordenbare Bereich wird mit einer thematisch ähnlichen Bereichsfarbe besetzt.	
Komplexe Grafiken ohne Energieträger, bei denen die Primärfarben für eine klare Differenzierung nicht ausreichen.	Bereichsfarben Anwendung erlaubt, jedoch nicht in Mischung mit den Primärfarben Primärfarben Die Primärfarben können mehrfach angewendet werden
Gewässer auf einer Karte.	Bereichsfarben aus dem Bereich Wasser
Darstellung von kalt/warm Situationen.	Bereichsfarben Anwendung erlaubt



Schriften

Die Hausschriften von Energie Wasser Bern heißen Gotham und Gotham Narrow. Während Gotham Narrow in erster Linie im Lauftext verwendet wird, übernimmt Gotham Black eine tragende Rolle als Titelschrift. Kursive Schriftschnitte werden nur eingesetzt, wenn keine andere Form der Auszeichnung möglich ist oder ein externer Partner diese Schreibweise vorgibt. Die folgenden Schnitte der beiden Schriften kommen zur Anwendung:

Gotham Light	Gotham Narrow Light
Gotham Book	Gotham Narrow Book
Gotham Bold	Gotham Narrow Bold
Gotham Black	

1	Headline	Gotham Black optisch VA +5
2	Lead	Gotham Bold optisch VA +5
3	Lauftext	Gotham Narrow Light metrisch VA +5
4	Titel Lauftext	Gotham Black optisch VA +5
5	Auszeichnungen Lauftext	Gotham Narrow Bold metrisch VA +5
6	Kleintext	Gotham Book metrisch VA +5

Aufzählungszeichen

Aufzählungszeichen werden als Punkte in der Gotham Black gesetzt. **Unicode: 2022**

- Beispiel

1 Rapunzel, Rapunzel, lass dein Haar herunter

2 **Ein Satz aus dem Märchen geht um die Welt. Verkündet und verbreitet von den Gebrüder Grimm. Sie waren jedoch nur die Erzähler. Erfunden wurde die Geschichte von der franz. Hofdame Mademoiselle de la Force. Ihr Märchen wurde später durch die Mühlen der Tiefenpsychologie gedreht, gewendet und gedeutet.**

3 Rapunzels Mutter gelingt es in ihrer Schwangerschaft nicht, ihren Appetit auf Rapunzeln zu beherrschen, und der Vater ist nicht stark genug, sich ihr zu widersetzen. Als er den Salat für seine Frau zum wiederholten Male aus dem Garten von Frau Gothel, einer Zauberin, stehlen will, wird er von dieser ertappt und muss ihr zur Strafe sein Kind versprechen.

4 **Werkgeschichte**
Tatsächlich ist das Märchen französischen Ursprungs. 1698 schrieb die Hofdame Mademoiselle de la Force die Erzählung Persinette (erschieden in ihrem Buch Cabinet des Fees). Der Rumpf dieser Geschichte stammt ebenso aus dem Volksgut, wie eine weitere Quelle – Petrosinella aus dem Pentamerone von Giambattista Basile (gestorben 1632). **1790 übernimmt Friedrich Schulz dieses Märchen in einen seiner Kleinen Romane.** Von ihm übernahmen es die Brüder Grimm unter starker Kürzung 1812 in ihre Kinder- und Hausmärchen als Nr. 12. Dort erfuhr die als anstößig empfundene Version in späteren Ausgaben mehrere Änderungen.

6 Waren den Märchen der Erstauflage noch Kommentare direkt beigegeben, so erschienen diese für die Zweitaufgabe 1822 separat und wurden erst 1856 erneut aufgelegt.

Korrespondenzschrift

Unsere Hausschrift ist längst nicht auf jedem PC installiert. Um in der Korrespondenz dennoch einen einheitlichen Auftritt zu erreichen, haben wir als Korrespondenzschrift die sehr weit verbreitete Schriftart Arial definiert. Sie ist für sämtliche Briefe und E-Mail-Nachrichten als Standardschrift zu verwenden.

Die Korrespondenzschrift ist in den Vorlagen programmiert.

Typografie und Stilelemente

Plakative Titel in Gotham Black

Der pointierte Umgang mit Titeln in Gotham Black ist ein wesentliches Stilmittel des Corporate Design. Titel werden im Normalfall linksbündig gesetzt, können bei Bedarf aber auch zentriert oder rechtsbündig angewendet werden. Lange Zeilen sind zu vermeiden – überlange Wörter werden stattdessen zweizeilig mit Trennstrich gesetzt. Bei unterschiedlichen Titelhierarchien ist auf deutliche Grössenunterschiede zu achten.

Versale Schreibweise für Akzente

Während Titel ganz normal in Gross- und Kleinbuchstaben gesetzt werden, können Zitate, Spitzmarken und andere Elemente auch versal geschrieben werden, wenn es das Gesamtbild nicht dominiert. Auch in der Werbung kann die versale Schreibweise ergänzend zum Einsatz kommen.

Haarlinien zur Gliederung

Als Kontrast zur eher dominanten Typografie können Haarlinien als Stilelement eingesetzt werden. Diese sollten jedoch stets einen inhaltlichen Nutzen aufweisen oder zur Strukturierung beitragen. Haarlinien kommen auch häufig in Grafiken oder Tabellen zum Einsatz.

Kreise und Punkte als Hingucker

Ergänzend zur kantigen Typografie sind Kreise als Stilelement vorgesehen. So kann ein Bild in einen Kreis gesetzt oder Text kreisförmig ausgespart werden. Als Aufzählungszeichen werden bewusst ausschliesslich Punkte verwendet.



Mit Blick fürs Ganze

Vom Energierechnungsplan 2035 der Stadt Bern hat Energie Wasser Bern eine Wärme-strategie abgeleitet. Damit will der städtische Energieversorger die vorgegebenen Ziele erreichen und gleichzeitig die Wärmeversorger sicherstellen. Eine wichtige Rolle spielt dabei das Fernwärmenetz.

WICHTIGSTE GESCHÄFTE: WÄRME

Heute basiert die Wärmeversorgung in der Stadt Bern zu über 90 Prozent auf fossilen Energieträgern. Gemäss dem städtischen Energierechnungsplan sollen erneuerbare Energien wie Sonne, Erdwärme, Wasser oder Holz bis im Jahr 2035 über 70 Prozent der benötigten Wärme liefern. Die Energie- und Klimastrategie 2035 zeigt, auf was sich dieses Ziel konkret umsetzen lässt. Vorgeschriebene Massnahmen dazu sind insbesondere Gebäudesanierungen, überarb. Wärme- und Kälteverbände und nicht zuletzt die Erweiterung des Fernwärmenetzes.

Energie Wasser Bern stimmt sich eng mit dem städtischen Amt für Umweltschutz ab, um die Ziele des Energierechnungsplans und der Energie- und Klimastrategie zu erreichen. Das vom Unternehmen dazu abgeleitete Wärme-strategie 2035 berücksichtigt sowohl biologische als auch technologische und ökonomische Faktoren. Sie zeigt auf, welcher Grösse im Wärmebereich entgegen zu gehen ist, während die Wertehierarchie der bisherigen Investitionen – insbesondere im GANZHEIT – ebenfalls gegeben ist.

Sollnetz und Wärme-produktion planen
Das Sollnetz ist ein Teil der Wärme- und Kälteverbände von Energie Wasser Bern und zusammen mit dem Wärme- und Kälteverbänden in welchen Gebäuden der Stadt sich welche Optionen am besten eignen. Im Rahmen des Fernwärmenetzes, eine Ganzheitliche Lösung oder Contracting-Lösungen für Wärmeverbände. Dadurch lassen sich Paradigmen verschieben. Die finanziellen Konsequenzen aus dem Sollnetz-Plan sind im Rahmen der Wärme-strategie 2035 in die Unternehmensstrategie integriert, damit die finanziellen Folgen für das Unternehmen abgeklärt werden können. Dem ist im Investitionsbericht 2035 ist für Energie Wasser Bern hoch.

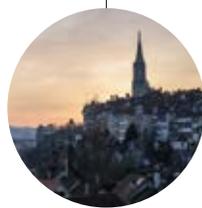
Für die öffentliche Hand ist der Energierechnungsplan verbindlich, nicht aber für Privatpersonen. Demnach liegt eine weitere Herausforderung für dessen Umsetzung, Erfahrungen aus anderen Bauprojekten bei der Wärme- und Kälteverbänden nach wie vor in erster Linie auf den Preis – auch wenn das ökologische Bewusstsein zunimmt. Der historische Anteil Ökostrom dürfte demnach zu unterschiedlichen Lösungen über längere Zeiträume hinweg kommen. Dazu viele Möglichkeiten wie auch bei Wärme- und Kälteverbänden noch immer auf klassische Systeme setzen, die auf fossilen Brennstoffen basieren. Umso wichtiger werden die Energieplanung und das klare Absichtskonzept von Energie Wasser Bern.
bern.ch/energierechnungsplan

WICHTIGE ERGEBNISSE

Wichtige Ereignisse im Jahr 2015



JUNI
Wasserkraft aus Italien
Die Beteiligungsgesellschaft Swisspower Renewables AG überträgt im Rahmen der ersten Wasserkraftwerke und ergänzt damit für langfristige Produktionsportfolios von Wasserkraftanlagen in Deutschland.



JUNI
Energie- und Klimastrategie 2035
Die Stadt Bern publiziert ihre Energie- und Klimastrategie 2035 und stellt damit die Weichen für die Berner Energie-wende.

2015



JULI
Erneuerbare Energie aus fünf Ländern
Die Kooperation Kraftwerke Bern AG (KWB) erwirbt Windparks in Deutschland und Frankreich, Fotovoltaik-anlagen in der Schweiz und Italien sowie ein Wasserkraft-werk in Norwegen.

NOVEMBER
Wasserkraft aus Norwegen
Die Kraftwerksfirma Bern AG erwirbt unter anderem ein Kraftwerk für ein Portfolio an Wasserkraft-werken in Norwegen.

DEZEMBER
Zurück an die Stadt Bern
Nach 60 Jahren überlässt Energie Wasser Bern das Energie- und Wärme- und Kälteverbände-Portfolio an die Stadt Bern.

DEZEMBER
Windkraft aus Italien
Die Kooperation HelvetWind unterschreibt einen Vertrag zum Kauf eines produzierenden Windparks in Gargano di Lucania in Italien.

DEZEMBER
Mehr Wasserkraft aus Italien
Die Schweizer Renewables AG kauft drei weitere Wasserkraftwerke in der Lombardei und im Piemont und baut im Projektgebiet damit weiter aus.

DEZEMBER
«Power to Roads»
Die Ankündigung des Gartenfestivals unterstützt Energie Wasser Bern als Hauptsponsor der Wettbewerb Energie Wasser Bern.

DEZEMBER
Im Dialog mit der Politik
Am jährlichen Stadtsanktessen von Energie Wasser Bern diskutieren Vertreter der Politik mit Verwaltungspersonal und Geschäftsführung über energiepolitische Themen.

2016

Bilder im Layout

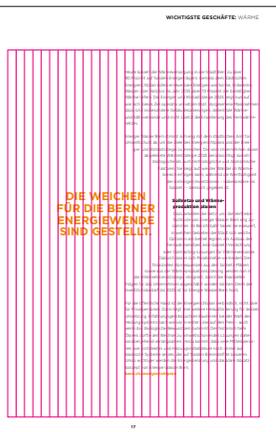
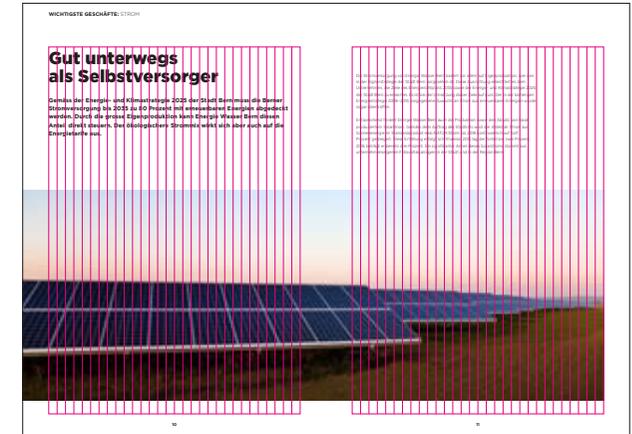
Bilder

Neben ihrer inhaltlichen und ästhetischen Funktion übernehmen die Bilder in Kombination mit Weissraum und Text eine wichtige Rolle in der Layoutgestaltung.

Die Bilder können frei gesetzt werden, der Raster dient dabei lediglich als Gestaltungshilfe. Da der Lauftext im Flattersatz gesetzt ist, kann ein Bild auch neben dem Raster liegen, um das Layout optisch auszugleichen.

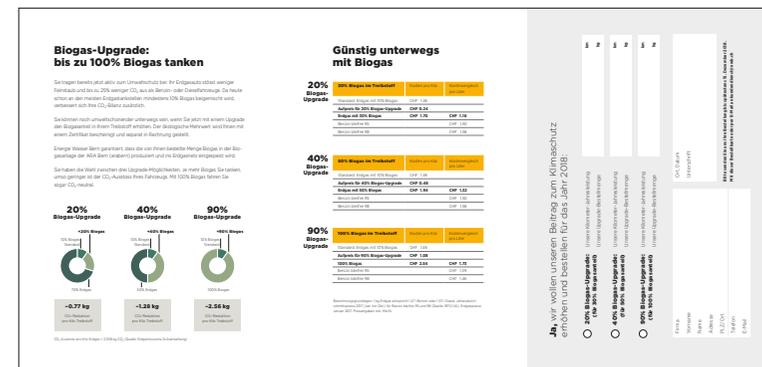
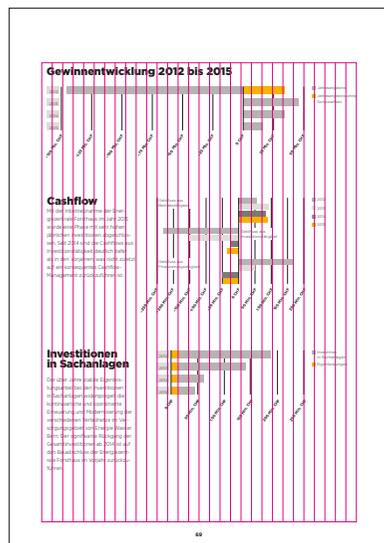
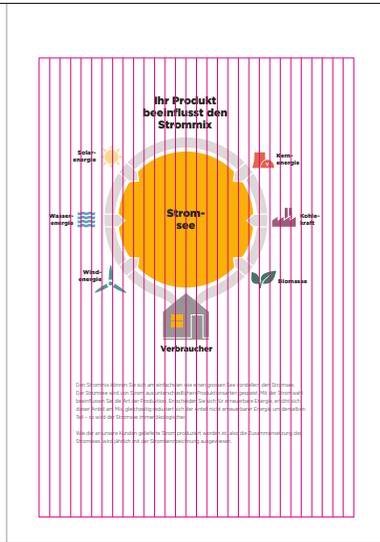
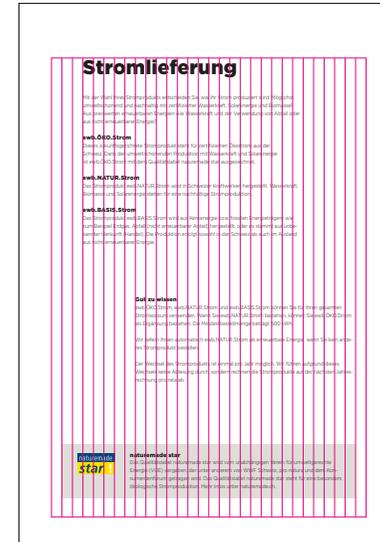
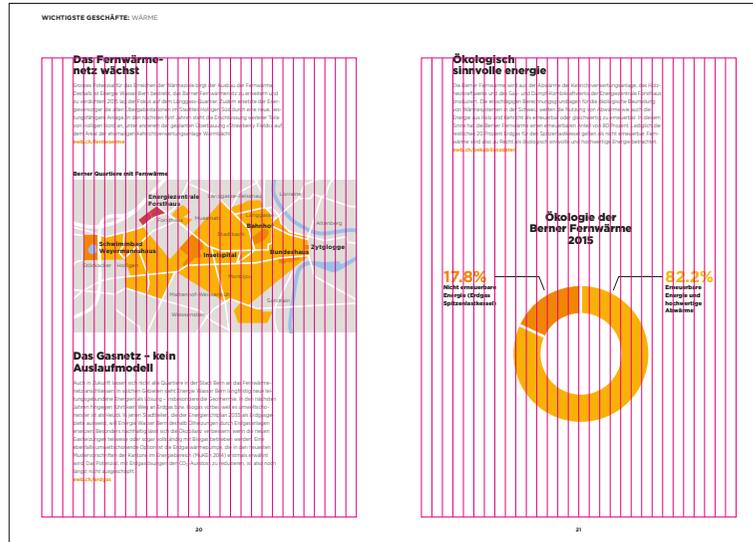
Merkmale zu Bildern

- Weissraum, der die Bilder umgibt, lockert das Layout auf.
- Bilder (z.B. Stadt-, Landschafts- oder Naturbilder) können auch als Hintergrund verwendet werden.
- Bilder können rechteckig oder kreisrund beschnitten werden.



Grafiken

Grafiken werden grundsätzlich sehr grosszügig eingesetzt. Prioritär sind warme Farben zu verwenden, die mit Grautönen ergänzt werden. In Karten können Blau und Grün zur Darstellung von Wasser und Wald verwendet werden.



Links: Auf engem Raum werden Grafiken so reduziert, dass sie sich gut ins Gesamtlayout einfügen.

Piktos

Piktos haben eine geometrische Anmutung und werden reduziert und flächig eingesetzt.



Umgesetzte Beispiele



Störer

Als Kontrast zur warmen Bildwelt und zu den warmen Farben dient der Störer in Petrolgrün mit leichtem Verlauf. Die Schrift wird negativ gesetzt. Der Störer kann über den Charmebogen gesetzt werden, er darf ihn jedoch nur an einer Seite anschneiden.

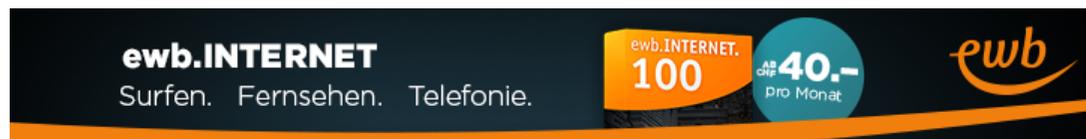
- Die Form des Störers kann frei gewählt werden und wirft keinen Schatten.
- Bei einer inhaltlichen Begründung können auch andere Störfarben verwendet werden. Diese müssen jedoch von den CD-Verantwortlichen abgesegnet werden.

C 82	R 249	C 85	R 249
M 15	G 177	M 33	G 177
Y 30	B 18	Y 39	B 18
K 0		K 19	

Verlaufswinkel: -45°



Beispiele



Tabellen

Tabellen werden aus Linien und Flächen erstellt. In der Horizontalen werden Linien nur in positiver Form verwendet. Für Flächen kommen in erster Linie Warm 1 und Grau 1-4 zum Einsatz. Es gibt keine Standardumsetzung für Tabellen. Die gewählte Form soll Struktur schaffen und möglichst übersichtlich sein.

- Standardschrift: Gotham Narrow Light
- Negative Schrift: Gotham Narrow Book
- Auszeichnungen: **Gotham Narrow Bold**
- Tabellentitel: **Gotham Black**

Alternativen zu Tabellen

Gerade bei einfachen Inhalten bieten sich meist bessere Darstellungsmöglichkeiten an als eine klassische Tabelle. Oft schafft eine alternative Gestaltung ohne Tabellenraster einen besseren Zugang zum Inhalt und wirkt weniger streng.

TECHNISCHE ANGABEN UND KOSTEN

Notstromanlage 550 kVA

LKW	Länge	9 Meter
	Breite	2,55 Meter
	Höhe	3,75 Meter

Die Leistungsstränge sind über NHS DIN3-Doppellelement oder über Kabelschuhe und M12-Muttern angeschlossen.

Kabelanschlüsse sind bis zu einer maximalen Länge von 60 Metern möglich.

Zusätzlich sind Normsteckdosen bis CEE 125 A vorhanden.

FIXKOSTEN	Einsatzpauschale	CHF 550,-
	Betriebskosten	CHF 100,- pro Stunde

VARIABLE KOSTEN
Variable Kosten werden nach Aufwand verrechnet. Im Normalfall sind ein Vorarbeiter und ein technischer Angestellter im Einsatz.

ARBEIT	Vorarbeiter	CHF 110,- pro Stunde
	Technischer Angestellter	CHF 100,- pro Stunde

Bei externen Einsätzen wird eventuell nur ein Vorarbeiter eingesetzt, der unterstützt wird durch einen Mitarbeiter des Auftraggebers.

FAHRKOSTEN LKW OHNE CHAUFFEUR	CHF 60,- pro Stunde
--------------------------------------	---------------------

Der Chauffeur wird mit der Arbeit verrechnet.

Beispiele für Tabellen

Home	Einheitstarif (Rp./kWh) 24.00-24.00 Uhr		Gesamtpreis Stromlieferung, Netznutzung und Abgaben (Rp./kWh)
Stromlieferung	exkl. MWST	inkl. MWST	Einheitstarif inkl. MWST
ewb.ÖKO.Strom	13.90	15.01	29.05
ewb.NATUR.Strom	9.70	10.48	24.52
ewb.BASIS.Strom	8.90	9.61	23.65
Netznutzung			
Arbeitspreis	8.60	9.29	
Systemdienstleistungen (SDL)	0.45	0.49	
Abgaben und Leistungen an die Stadt Bern und den Bund			
Abgaben und Leistungen an das Gemeinwesen	2.65	2.86	
Bundesabgaben	1.30	1.40	

Home	Einheitstarif (Rp./kWh) 24.00-24.00 Uhr		Gesamtpreis Stromlieferung, Netznutzung und Abgaben (Rp./kWh)
Stromlieferung	exkl. MWST	inkl. MWST	Einheitstarif inkl. MWST
ewb.ÖKO.Strom	13.90	15.01	29.05
ewb.NATUR.Strom	9.70	10.48	24.52
ewb.BASIS.Strom	8.90	9.61	23.65
Netznutzung			
Arbeitspreis	8.60	9.29	
Systemdienstleistungen (SDL)	0.45	0.49	
Abgaben und Leistungen an die Stadt Bern und den Bund			
Abgaben und Leistungen an das Gemeinwesen	2.65	2.86	
Bundesabgaben	1.30	1.40	

Beispiel links: Alternative Umsetzung der Tabelle oben. Statt die Vertikale zu betonen, werden die Flächen zum Betonen von Bereichstiteln benutzt.

Titelseite A4

Bei der Angebotskommunikation werden Titel und Untertitel im Charmebogen und das Logo oben rechts platziert.

Raster

Oben: 30 mm Innen: 18 mm
Unten: 15 mm Aussen: 18 mm
Spalten: 30 Spaltenabstand: 0

Titel

Gotham Black 22–28 pt
Zeilendurchschuss AA +1,
Buchstabenabstand VA 5
(Standardgrösse 28 pt)

Untertitel

Gotham Book 11 pt
Zeilendurchschuss AA 15
Buchstabenabstand VA 5



1 Logo und x-Wert

Logogrösse: 100% 55 mm

x-Wert: 4 mm

Der Wert ergibt sich aus der dicksten Stelle der e-Schlaufe.

Logofarbe: Sonderfarbe Orange oder negativ.

2 Charmebogen und Titel

Der Charmebogen wird in der Standardform platziert (mit je 3 mm Beschnitt auf beiden Seiten). Bei Bedarf kann er maximal um den 4-fachen x-Wert erhöht werden, jedoch nicht verkleinert.

Titel werden wenn möglich 2-zeilig gesetzt, längere Wörter können sinnvoll getrennt werden. Bei weniger Text als 2-zeiligem Titel und 2-zeiligem Untertitel wird der Text optisch eingemittet.

Bildplatzierung

Bilder sollen so platziert werden, dass sich das Hauptmotiv oberhalb des Bogens befindet. Der Logobereich sollte möglichst ruhig ausfallen.

3 Co-Branding

Partnerlogos werden unten links in einer Weissfläche platziert. Der Abstand zwischen den Weissflächen beträgt 1 mm.



Download A4

ewb.ch/cd

Titelseite Factsheet A4

Factsheets sind die einzigen Drucksachen, bei denen innerhalb des Charmebogens ein Bild abgebildet wird.

Raster

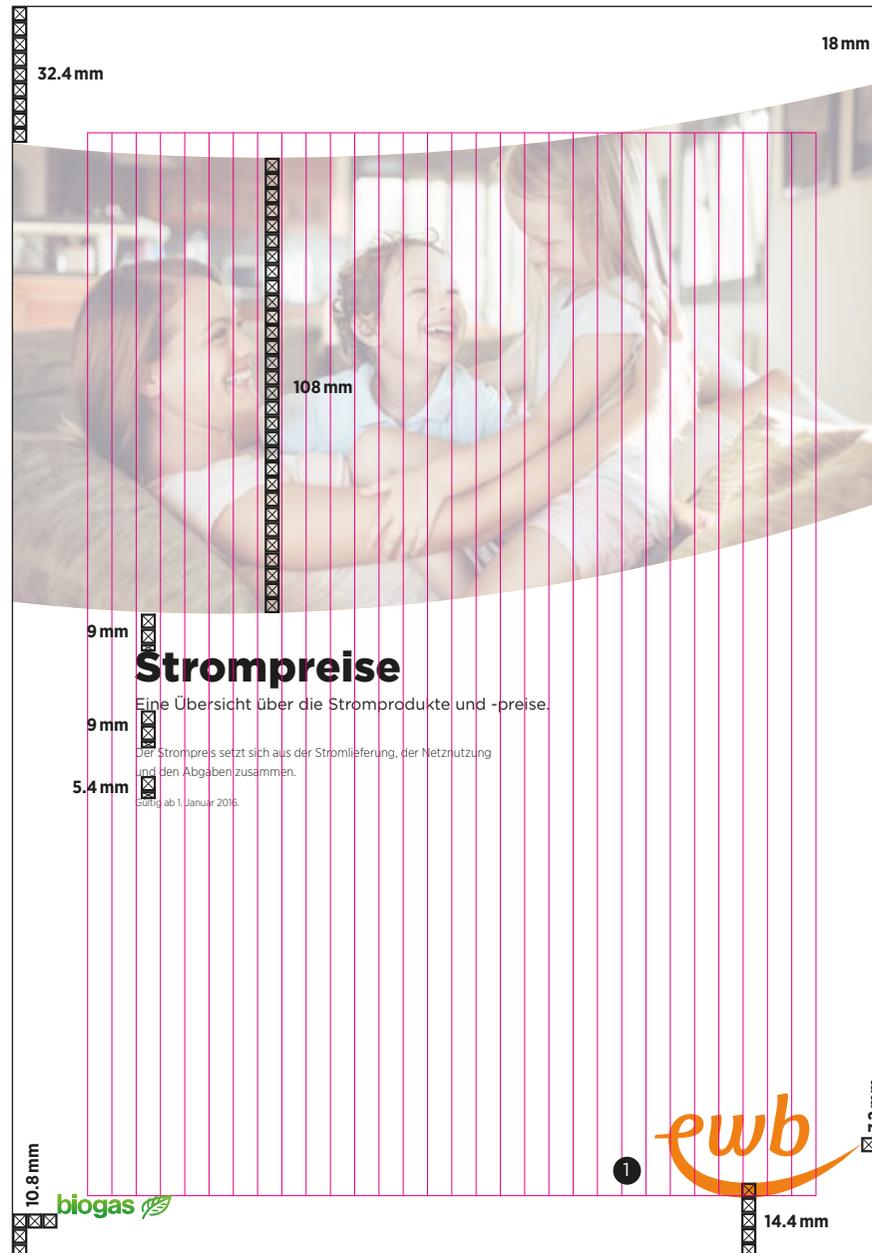
Oben: 30 mm Innen: 18 mm
Unten: 15 mm Aussen: 18 mm
Spalten: 30 Spaltenabstand: 0

Titel

Gotham Black 22-28 pt
Zeilendurchschuss AA +1,
Buchstabenabstand VA 5
(Standardgrösse 28 pt)

Unter- titel

Gotham Book 11 pt
Zeilendurchschuss AA 5
Buchstabenabstand VA 5



1 Logo und x-Wert

Logogrösse: 90% 49.5 mm

x-Wert: 3.6 mm

Der Wert ergibt sich aus der dicksten Stelle der e-Schlaufe.

Logofarbe: Sonderfarbe Orange

2 Bild im Charmebogen

Position und Grösse des Bildbogens sind fix. Das Bild soll jeweils so platziert werden, dass das Hauptmotiv optimal zur Geltung kommt.

Es ist stets darauf zu achten, dass sich die Bildkanten gut vom Hintergrund abheben. Dazu ist für ausreichend Tonwert entlang der Kanten zu sorgen.

3 Co-Branding

Partnerlogos werden unten links nebeneinander platziert. Der Abstand zwischen den Weissflächen beträgt 1 mm.



Download A4

ewb.ch/cd

Innenseite A4

Stromlieferung

Mit der Wahl Ihres Stromprodukts entscheiden Sie, wie Ihr Strom produziert wird. Möglichst umweltschonend und nachhaltig mit zertifizierter Wasserkraft, Solarenergie und Biomasse? Aus preiswerten erneuerbaren Energien wie Wasserkraft und der Verwertung von Abfall oder aus nicht-erneuerbarer Energie?

ewb.ÖKO.Strom

Dieses zukunftsgerichtete Stromprodukt steht für zertifizierten Ökostrom aus der Schweiz. Dank der umweltschonenden Produktion mit Wasserkraft und Solarenergie ist ewb.ÖKO.Strom mit dem Qualitätslabel naturemade star ausgezeichnet.

ewb.NATUR.Strom

Das Stromprodukt ewb.NATUR.Strom wird in Schweizer Kraftwerken hergestellt. Wasserkraft, Biomasse und Solarenergie stehen für eine nachhaltige Stromproduktion.

ewb.BASIS.Strom

Das Stromprodukt ewb.BASIS.Strom wird aus Kernenergie bzw. fossilen Energieträgern wie zum Beispiel Erdgas, Abfall (nicht erneuerbarer Anteil) hergestellt, oder es stammt aus unbekannter Herkunft (Handel). Die Produktion erfolgt sowohl in der Schweiz als auch im Ausland aus nicht-erneuerbarer Energie.

Gut zu wissen

ewb.ÖKO.Strom, ewb.NATUR.Strom und ewb.BASIS.Strom können Sie für Ihren gesamten Stromkonsum verwenden. Wenn Sie ewb.NATUR.Strom beziehen, können Sie ewb.ÖKO.Strom als Ergänzung beziehen. Die Mindestbestellmenge beträgt 500 kWh.

Wir liefern Ihnen automatisch ewb.NATUR.Strom als erneuerbare Energie, wenn Sie kein anderes Stromprodukt bestellen.

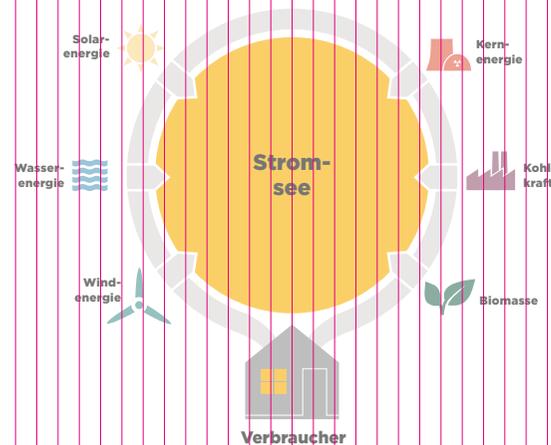
Der Wechsel des Stromprodukts ist einmal pro Jahr möglich. Wir führen aufgrund dieses Wechsels keine Ablesung durch, sondern rechnen die Stromprodukte auf der höchsten Jahresrechnung prorata ab.



naturemade star

Das Qualitätslabel naturemade star wird vom unabhängigen Verein für umweltgerechte Energie (VUE) vergeben, der unter anderem von WWF Schweiz, pro natura und dem Konsumentenforum getragen wird. Das Qualitätslabel naturemade star steht für eine besonders ökologische Stromproduktion. Mehr Infos unter naturemade.ch.

Ihr Produkt beeinflusst den Strommix



Den Strommix können Sie sich am einfachsten wie einen grossen See vorstellen, den Stromsee. Der Stromsee wird von Strom aus unterschiedlichen Produktionsarten gespeist. Mit der Stromwahl beeinflussen Sie die Art der Produktion. Entscheiden Sie sich für erneuerbare Energie, erhöht sich dieser Anteil am Mix, gleichzeitig reduziert sich der Anteil nicht-erneuerbarer Energie um denselben Teil - so wird der Stromsee immer ökologischer.

Wie der an unsere Kunden gelieferte Strom produziert worden ist, also die Zusammensetzung des Stromsees, wird jährlich mit der Stromkennzeichnung ausgewiesen.

Raster

Oben: 30 mm Innen: 18 mm
 Unten: 15 mm Aussen: 18 mm
 Spalten: 30 Spaltenabstand: 0

Lauftext

Gotham Narrow
 8.6 pt, Zeilendurchschuss AA 12.5
 metrisch 0

Titel Lauftext

Gotham Black
 9 pt, Zeilendurchschuss AA 12.5
 optisch 8

Titel und Untertitel

Gotham Black
 Die Grössen sind frei wählbar. Titel und Untertitel sollten jedoch eine plakative Wirkung entfalten und sich untereinander genügend differenzieren.

Text wird an den Spalten ausgerichtet. Innerhalb des Rasters kann der Text frei platziert werden. Wird ein Textblock eingemittelt, kann dieser auch aus dem Raster ausbrechen.



Rückseite A4

Orange-Variante

Eine Rückseite ohne Inhalt wird mit einem vollflächigen Hintergrund in der Sonderfarbe Orange aufgebaut. Logo, Absender, Artikelnummer, FSC und Swiss TS sind negativ abgesetzt.



 **Download A4**
ewb.ch/cd

Kundendienst

Informieren Sie sich über die Stromprodukte.
Wenn Sie Fragen haben oder eine Beratung wünschen, rufen Sie uns an.

Privat- und Gewerbekunden: Telefon 031 321 37 10
Geschäftskunden: Telefon 031 321 30 30

Beratungszeiten:
Montag–Donnerstag 8.30–11.30, 14.00–17.00, Freitag 8.30–11.30/14.00–16.00 Uhr

Entscheiden Sie sich für eines unserer Stromprodukte.

Hier können Sie Ihr Stromprodukt online bestellen: ewb.ch/strom

10 mm

6 mm

2

Schutzzone

3

1

ewb

6 mm

12 mm

Energie Wasser Bern, Art. Nr. 6869-r, Februar 2014

www.ewb.ch
FSC C000000

Energie Wasser Bern
Monbijoustrasse 11
Postfach 3001 Bern

ewb.ch
info@ewb.ch
Tel. 031 321 31 11

1 Logo und x-Wert

Logogrösse: 70% 38.5 mm

x-Wert: 4 mm

Beim x-Wert wird bei A4 von einer Logogrösse von 100% ausgegangen.

2 Artikelnummer, FSC und Swiss TS

Innerhalb der Schutzzone dürfen keine weiteren Inhalte platziert werden.

3 Absender

Gotham Book 7 pt

Zeilendurchschuss AA 10

Buchstabenabstand VA 5

Inhalt

Text wird an den Spalten ausgerichtet. Innerhalb des Rasters kann der Text aber frei platziert werden. Wird ein Textblock eingemittet, darf dieser auch aus dem Raster ausbrechen.

Raster

Oben: 30 mm Innen: 18 mm

Unten: 15 mm Aussen: 18 mm

Spalten: 30 Spaltenabstand: 0

Titelseite A5

Bei der Angebotskommunikation werden Titel und Untertitel im Charmebogen untergebracht und das Logo oben rechts platziert.

Raster

Oben: 22 mm Innen: 17 mm
Unten: 15 mm Aussen: 14 mm
Spalten: 20 Spaltenabstand: 0

Titel

Gotham Black 17-20 pt
Zeilendurchschuss AA +1,
Buchstabenabstand VA 5
(Standardgrösse 20 pt)

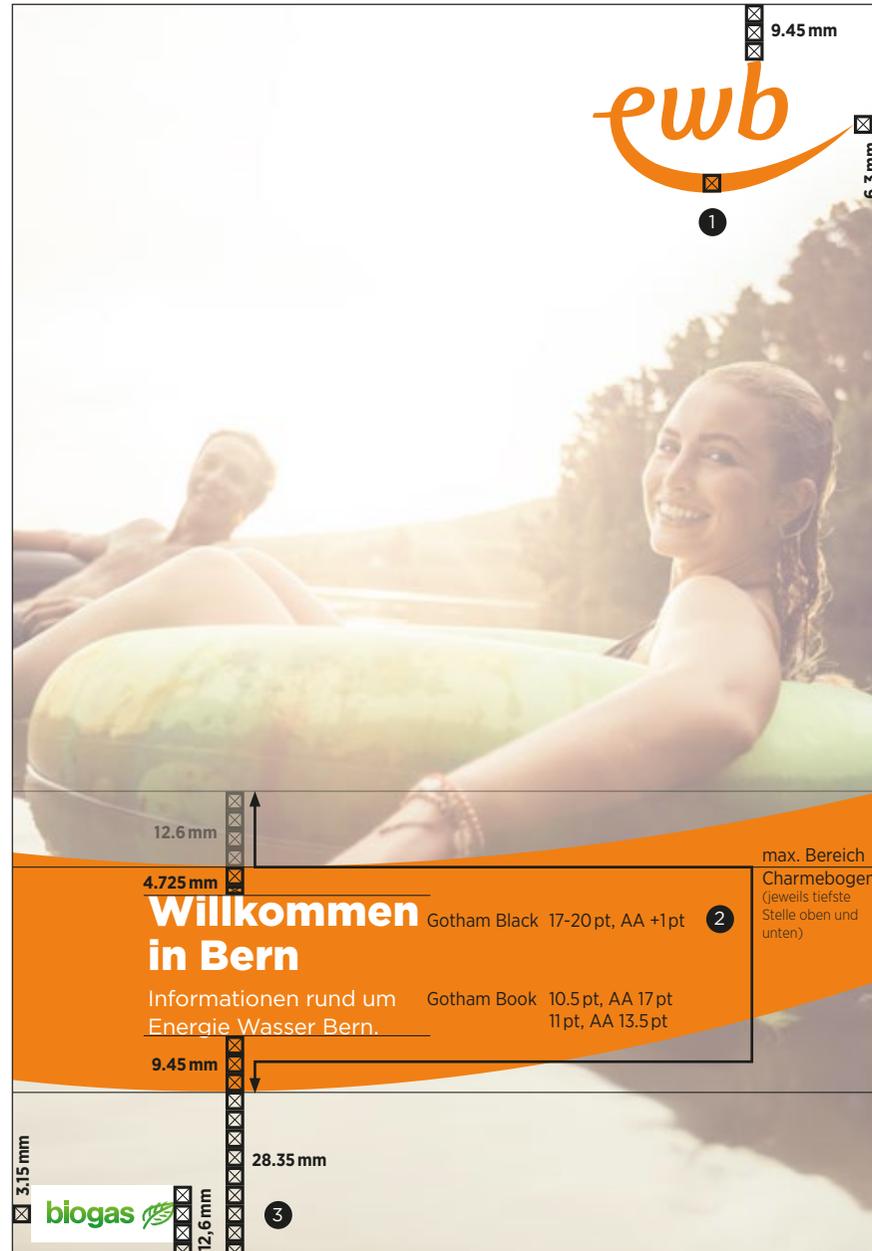
Untertitel

Gotham Book 10.5 pt
Zeilendurchschuss AA 13.5
Buchstabenabstand VA 5



Download A5

ewb.ch/cd



1 Logo und x-Wert

Logogrösse: 80% 44 mm

x-Wert: 3.15 mm

Der Wert ergibt sich aus der dicksten Stelle der e-Schlaufe.

Logofarbe: Sonderfarbe Orange oder negativ.

2 Charmebogen und Titel

Der Charmebogen wird in der Standardform platziert (mit je 3 mm Beschnitt auf beiden Seiten). Bei Bedarf kann er maximal um den 4-fachen x-Wert erhöht werden, jedoch nicht verkleinert.

Titel werden wenn möglich 2-zeilig gesetzt, längere Wörter können getrennt werden. Bei weniger als 2 Zeilen Text im Titel und 2-zeiligem Untertitel wird der Text optisch eingemittelt.

Bildplatzierung

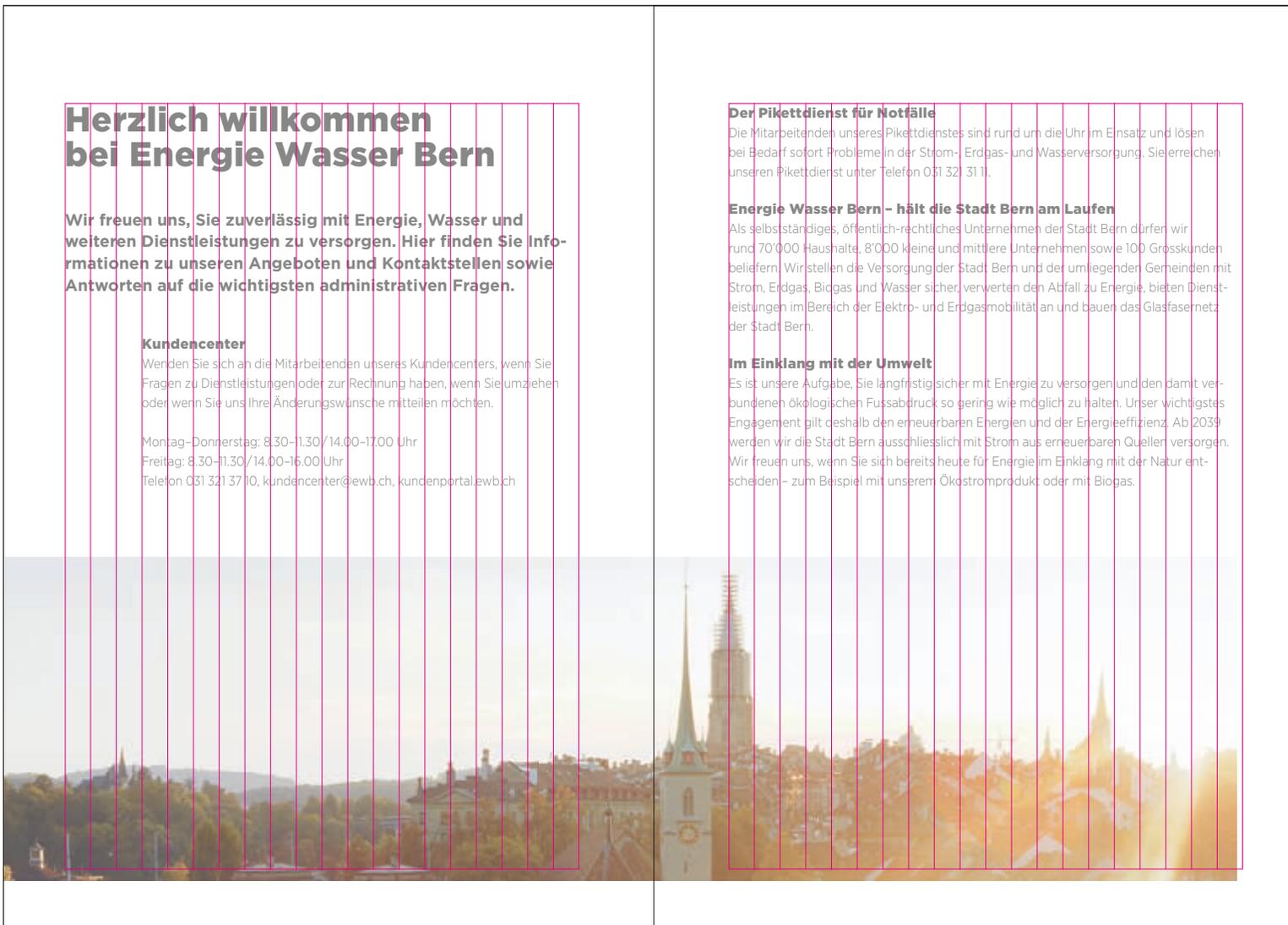
Bilder sollen so platziert werden, dass sich das Hauptmotiv oberhalb des Bogens befindet. Der Logobereich sollte möglichst beruhigt sein. Das Bild wurde hier nur aufgehellt, damit die anderen CD-Elemente besser erklärt werden können.

3 Co-Branding

Partnerlogos werden unten links in einer Weissfläche platziert.

Der Abstand zwischen den Weissflächen beträgt 1 mm.

Innenseite A5



Raster

Oben: 22 mm Innen: 17 mm
 Unten: 15 mm Aussen: 14 mm
 Spalten: 20 Spaltenabstand: 0

Lauftext

Gotham Narrow
 8.6 pt, Zeilendurchschuss AA 12.5
 metrisch 0

Titel Lauftext

Gotham Black
 9 pt, Zeilendurchschuss AA 12.5
 optisch 5

Titel und Untertitel

Gotham Black
 Die Grössen sind frei wählbar, sollte jedoch plakativ sein und sich untereinander genügend differenzieren.

Text wird an den Spalten ausgerichtet, innerhalb des Rasters kann der Text aber frei platziert werden.



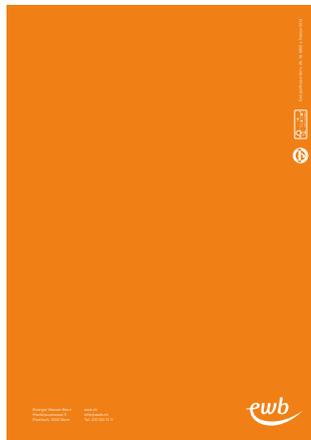
Download A5

ewb.ch/cd

Rückseite A5

Orange-Variante

Eine Rückseite ohne Inhalt wird mit einem vollflächigen Hintergrund in der Sonderfarbe Orange aufgebaut. Logo, Absender, Artikelnummer, FSC und Swiss TS sind negativ (weiss) abgesetzt.



 **Download A5**
ewb.ch/cd



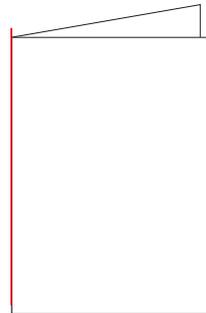
- 1 Logo und x-Wert**
 Logogrösse: 60% 33 mm
 x-Wert: 3.15 mm
 Beim x-Wert wird bei A5 von einer Logogrösse von 80% ausgegangen.
 - 2 Artikelnummer, FSC und Swiss TS**
 Innerhalb der Schutzzone dürfen keine weiteren Inhalte platziert werden.
 - 3 Absender**
 Gotham Book 7 pt
 Zeilendurchschuss AA 10
 Buchstabenabstand VA 5
- Inhalt**
 Text wird an den Spalten ausgerichtet. Innerhalb des Rasters kann der Text jedoch frei platziert werden.
- Wird ein Textblock eingemittelt, kann er auch aus dem Raster ausbrechen.
- Raster**
- | | |
|--------------|-------------------|
| Oben: 22 mm | Innen: 17 mm |
| Unten: 15 mm | Aussen: 14 mm |
| Spalten: 20 | Spaltenabstand: 0 |

Falzarten Rechnungsbeilagen

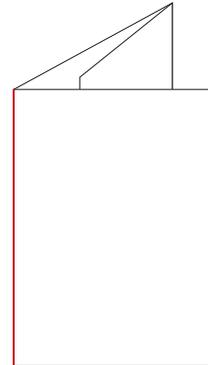
Für Rechnungsbeilagen im Endformat A5 können folgende Seitenzahlen und Falzarten problemlos maschinell verarbeitet werden:

- 4 Seiten A5: normale Falzung
- 6 Seiten A5: Wickelfalz
- 8 Seiten A5: Fenster-/Altarfalz

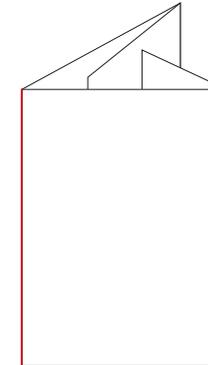
Rechnungsbeilagen in anderen Formaten müssen vorgängig getestet werden.



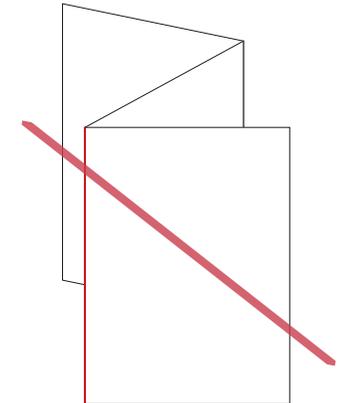
Normale Falzung



Wickelfalz



Fenster-/Altarfalz



Leporello

Papier und Papiergrammaturen

PlanoArt New

hochweiss, FSC (Patent Papyrus)

Offset-Druck

Anweisung an die Druckerei: Wenn nötig ist ein Schutzlack für Offset zu verwenden. Insbesondere bei Bildern mit hohem Farbauftrag können so Scheuerspuren vermieden werden.

Publikation	Umschlagseiten in g/m ²	Innenseiten in g/m ²	Bemerkungen
Geschäftsbericht	240	115	
Kundenmagazin DiREKT	160	90	Papier: Amber Pre Print hf matt O500
Mitarbeitermagazin DiALOG	115	115	
Kundennewsletter			wird später ergänzt, falls NL auch gedruckt wird
Angebots- und Anlassmedien			
Broschüre A4/Factsheet ohne AK	150	150	
Broschüre A4/Factsheet mit AK	170	170	
Broschüre A5 ohne AK	150	150	
Broschüre A5 mit AK	170	170	
Vordrucke A4	150	150	Produktion: Laufrichtung beachten, wird teils auf A5 gefalzt
Rechnungsbeilagen A5 ohne AK	130	130	
Rechnungsbeilagen A5 mit AK	170	170	
Karten	170	170	Produktion: gerillt, offen angeliefert
Übriges			
Visitenkarten	300		
Lose Antwortkarten A5	170		
Lose Antwortkarten A6/5	150		
Briefpapier ohne AK	90		
Briefpapier mit AK	170		
Mappen	300		

AK = Antwortkarten

Plakate

In gedruckten Werbemitteln wird das Logo jeweils unten rechts eingesetzt. Der Einsatz des Charmebogens erfolgt dezenter als in der Unternehmenskommunikation.

Der Charmebogen wird stets unterhalb des Logos platziert. Rechts unten muss jeweils noch ein Stück des Hintergrunds unter dem Bogen sichtbar sein. Links füllt der Charmebogen die Ecke ganz aus. Am linken Ende des Charmebogens kann eine Webadresse (URL) platziert werden.

Die Standardformate F200, F200L und F12 sind im Mutterlitho-Format aufgebaut. Alle Prozentwerte und Massangaben beziehen sich auf diese Grössen.

Aufschlüsselung Mutterlitho

F200 / F200L 24,5 × 35,0 cm

F12 47,0 × 22,4 cm

Logogrösse: 110%

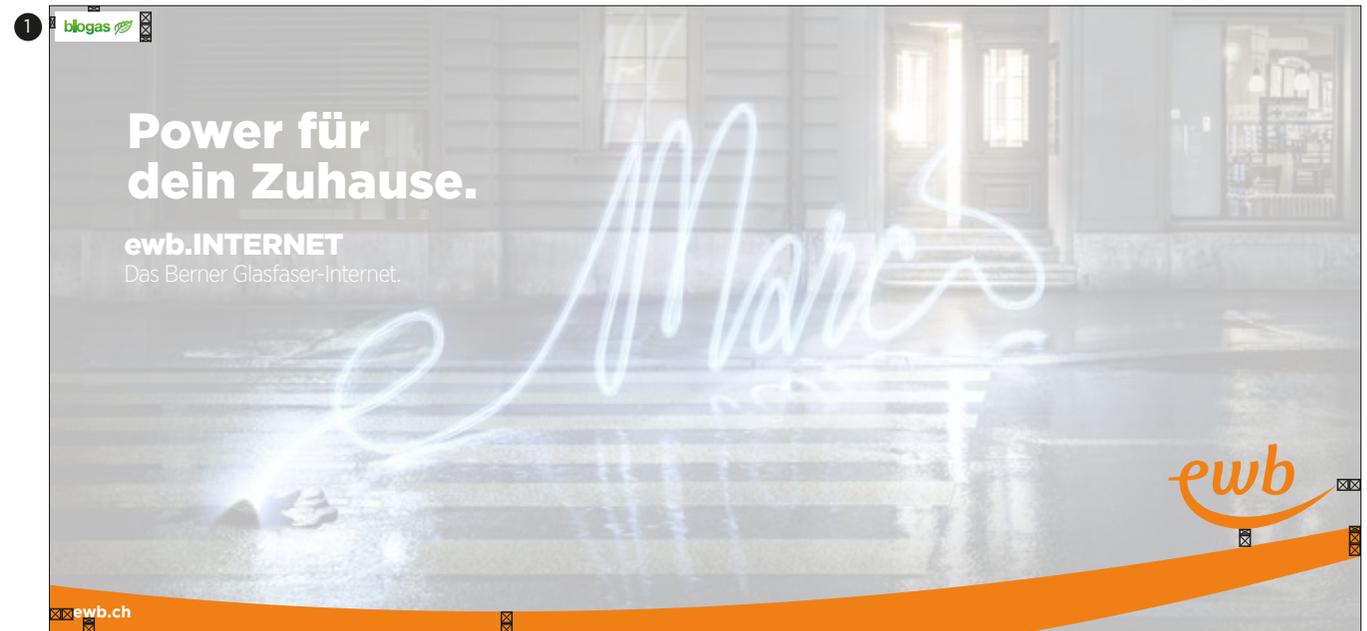
x-Wert: 4.3 mm



Downloads:

F200L, F12

ewb.ch/cd



1 Co-Branding wird auf Plakaten jeweils oben links platziert.

Inserate

In der Werbung wird das Logo jeweils unten rechts platziert. Der Einsatz des Charmebogens erfolgt dezenter als auf den Angebotsdrucksachen.

Der Charmebogen wird immer unterhalb des Logos integriert. Rechts unten muss jeweils noch etwas Hintergrund unter dem Bogen ersichtlich sein, links füllt er die Ecke ganz aus. Am linken Ende des Charmebogens kann eine Webadresse (URL) platziert werden.

Das Co-Branding wird auf Inseraten oben links platziert.

Die Platzierung des Logos und des Charmebogens ergibt sich aus der Grösse des Logos bzw. des x-Werts.

Der Wert ergibt sich aus der dicksten Stelle der e-Schleufe.

Tabloid

- 95%** 1/4 Seite: 210 × 280 mm
- 75%** 1/2 Seite quer: 210 × 138 mm
- 65%** 1/3 Seite quer: 210 × 91 mm
- 65%** 1/2 Seite hoch: 103 × 280 mm
- 55%** 1/4 Seite Block: 103 × 138 mm

Tageszeitung

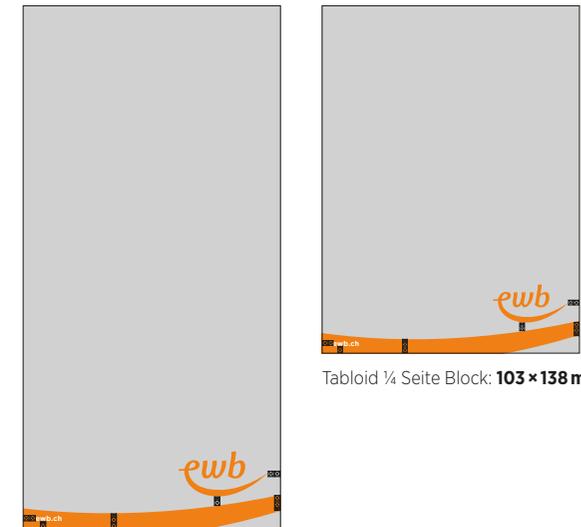
- 120%** 1/4 Seite : 291 × 440 mm
- 100%** 1/2 Seite quer: 291 × 218 mm
- 80%** 1/4 Seite quer: 291 × 108 mm
- 75%** 1/4 Seite hoch: 143 × 218 mm



Tageszeitung 1/4 Seite : **291 × 440 mm**



Tabloid 1/2 Seite quer: **210 × 138 mm**



Tabloid 1/4 Seite Block: **103 × 138 mm**

Tabloid 1/4 Seite hoch: **103 × 280 mm**



Download Inserate

ewb.ch/cd

Online-Werbung

In breiten oder quadratischen Formaten wird das Logo jeweils rechts platziert, in schmalen Formaten eingemittet.

Es ist wichtig, dass der Charmebogen gut wahrnehmbar ist. Rechts unten muss jeweils noch etwas Hintergrund unter dem Bogen ersichtlich sein. Links füllt er die Ecke des Banners vollständig aus.

Zur Unterstützung der Botschaft dürfen einzelne Banner-Elemente auch animiert werden.



Bsp. Skyscraper



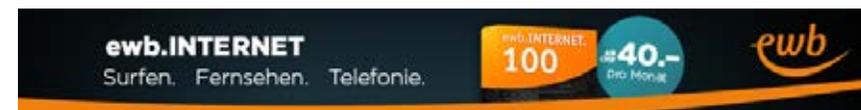
Bsp. Wide-Skyscraper



Bsp. Rectangle



Bsp. Super-High-Leaderboard



Bsp. Leaderboard



**Download
Banner-Vorlagen**
ewb.ch/cd

Im Download sind die gängigen Bannerformate als PSD-Vorlage enthalten.



Logo und Charmebogen in einem animierten Banner

Bei einem animierten Banner müssen das Logo und der Charmebogen nicht die ganze Zeit ersichtlich sein. Die zwei Elemente können sich am Ende auch animiert aufbauen.

Ist ein Co-Branding vorhanden, wird dieses ebenfalls erst am Ende hineinanimiert.

Social Media

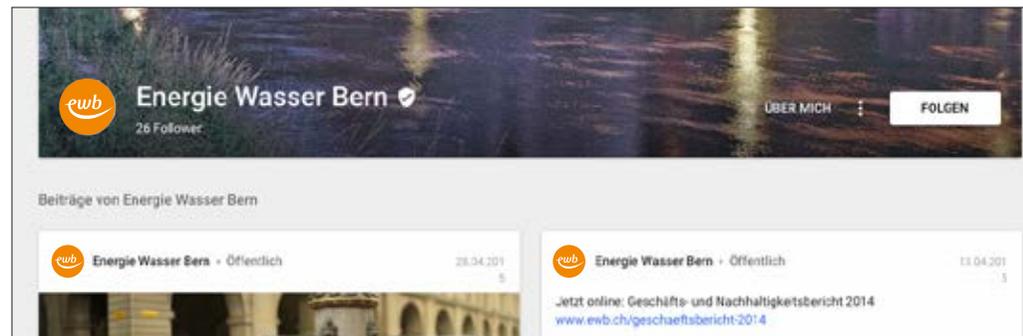
Um einen einheitlichen Auftritt auf allen Social-Media-Kanälen zu gewährleisten, wird das Logo ausschliesslich in Weiss auf Orange gesetzt.



ewb Facebook



ewb Twitter



ewb Google+

Branding Video

In Videos wird das Logo in Orange oben rechts im Bild platziert. Der Charmebogen kann für Texteinblendungen genutzt werden.



Co-Branding

Detaillierte Informationen finden Sie in folgenden Bereichen:

Titelseite A4	S. 25
Factsheet A4	S. 26
Titelseite A5	S. 29
Werbung Plakate	S. 34
Werbung Inserate	S. 35

Fahrzeuge

Seitlich wird das Logo negativ (weiss) innerhalb des Charmebogens gesetzt. Der Bogen verjüngt sich auf beide Seiten, jedoch stärker in Richtung Fahrzeugheck. Im Heck endet der Bogen höher. Auf der Vorder- und der Rückseite wird das Logo dezent in Orange platziert.



«CO₂-neutral unterwegs mit Biogas.» oder «Ich fahre mit Ökostrom.» wird auf dem Heck in Gotham Black gesetzt, je nach Fahrzeug in Schwarz oder Weiss.

Logo Erdgas/Biogas

Das Erdgasblatt wird dezent in Silber auf den Seiten platziert. Das Blatt neigt sich auf beiden Fahrzeugseiten zum Heck des Fahrzeugs.



Beschriftungsfarben

Orange: **Avery 910-01 dunkelorange**
Standardfolie (Logos etc.).

Avery Supreme Wrapping Film 05 orange
Folie für komplexere Anwendungen,
schwierige Fahrzeugbeschriftungen etc.

Schwarz: **Avery 901 black**

Weiss: **Avery 900 weiss**

Fahrzeugfarbe

Grundsätzlich ist darauf zu achten, dass bei der Neubeschaffung von Fahrzeugen stets die Karosseriefarbe Weiss gewählt wird.

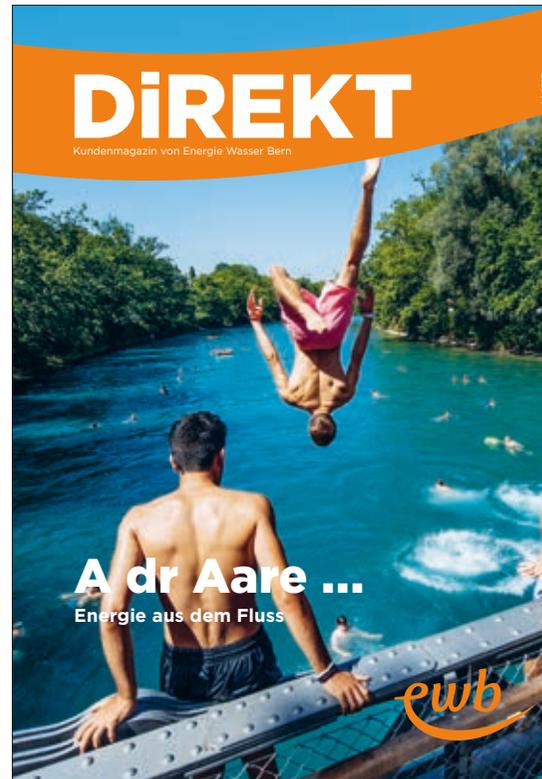
A wide-angle photograph of a massive concrete dam stretching across a valley. The dam's surface is a mix of light and dark brown tones, showing its scale. To the right, a large reservoir of greenish water is visible, nestled between steep, rocky mountains. The sky is a pale, hazy blue with soft, wispy clouds. The overall lighting is warm and golden, suggesting late afternoon or early morning. In the center of the image, a large white circle contains the text 'Anwendungsbeispiele' in a bold, black, sans-serif font.

Anwendungs- beispiele

Publikationen



Titelseite Geschäftsbericht



Titelseite DiREKT



Titelseite DiALOG

Angebotskommunikation



Factsheet A4



Flyer A5

Baustellentafel



Für Sie im Einsatz

Zähringerstrasse Erneuerung Werkleitungen Strom

Januar 2012 bis Mai 2012

Bauherr
Energie Wasser Bern

Ingenieurbüro / Bauleitung
Bächtold & Moor AG, Bern

Kontakt
Energie Wasser Bern
Daniel Fandino
Telefon 031 321 24 24

Ausserhalb der Betriebszeit:
Piktetdienst Energie Wasser Bern
Telefon 031 321 31 11

ewb.ch

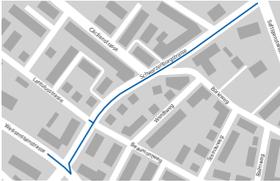
Baustellenplakat F4



Für Sie im Einsatz

Schwarzenburgstrasse/ Weissensteinstrasse Erneuerung Wasserleitung

1. Februar bis 31. Mai 2017



Bauherr
Energie Wasser Bern

Ingenieurbüro / Bauleitung
Energie Wasser Bern
Volker Werner

Kontakt
Energie Wasser Bern
Roland Beyeler
Telefon 031 321 33 41
Mobile 079 429 25 44

Ausserhalb der Betriebszeit:
Piktetdienst Energie Wasser Bern
Telefon 031 321 31 11

ewb.ch

Baustellenplakat mit Plan F4

Interne Kommunikation

A-POST

Informationen aus dem Unternehmen

13. Februar 2017

Neues aus der Geschäftsleitung

An ihrer 3. Sitzung hat die Geschäftsleitung (GL) von Energie Wasser Bern die folgenden Geschäfte zur Kommunikation freigegeben:

Kreditantrag Realisierung Winkelredresse, Sanierung WL

Aufgrund diverser Schäden und Störungen sowie der Risikobewertung werden die Wasserleitungen im Projektperimeter ersetzt. Zudem wird ein kurzes Stück einer bestehenden Gasleitung ersetzt und eine neue Liegegasse ans Gasnetz angeschlossen. Im Perimeter wird das NS-Verteilnetz saniert und gemäss Netzbaukonzept entflechtet. Die öffentliche Beleuchtung wird ebenfalls saniert und die Mikrorohre für den FTTH-Rollout werden verlegt. Die Geschäftsleitung genehmigt den Kreditantrag «Winkelredresse, Sanierung WL» vom 17.01.2017 und beauftragt NMP mit der Weiterbearbeitung des Projektes.

Compliance reporting

Gemäss der neuen Leitlinie Compliance vom 25. August 2016 erstattet der Compliance Officer der Geschäftsleitung sowie dem Verwaltungsrat mindestens einmal jährlich Bericht zu Themen mit Compliance Bezug (Tätigkeiten und Ergebnisse, Beratungen und Verstösse sowie die nächsten Ziele). Entsprechend nimmt die Geschäftsleitung an ihrer 3. Sitzung Kenntnis vom Compliance Reporting für das Jahr 2016.

Lobbying Energiestrategie 2050 – Kooperation Swisspower

Das Treffen zwischen der Geschäftsleitung von Energie Wasser Bern und dem Präsidenten Hans-Kaspar Scherrer von Swisspower Renewables/Swisspower AG hat erneut deutlich gemacht, wie wichtig diese Zusammenarbeit auch im Kontext der Energiestrategie 2050 ist. Seitens Energie Wasser Bern ist es zukunftsweisend und strategisch wichtig, die Partnerschaft mit Swisspower aktiv zu pflegen und weiterzuentwickeln.



Anzahl bis 27. Februar 2017
Gibt es alle Anschlagzettel und ins Intranet

INTERNA

Informationen aus den Bereichen

2. März 2017

Projekt «smart for customer» (s4c): Die Kundinnen und Kunden stehen im Zentrum

Aufgrund der erwarteten vollständigen Marköffnung sind Energieversorgungsunternehmen zunehmend dem Wettbewerb ausgesetzt. Das Projekt s4c schafft die organisatorischen und technischen Grundlagen, um zukünftig auch die rund 80'000 Privatkundinnen und -kunden so anzusprechen, dass sie sich individuell betreut fühlen.

Systematisch persönlich

Die Positionierung von Energie Wasser Bern als Gesamtenergiespezialist erfordert eine konsequente Ausrichtung auf den Querverbund: Elektrizität, Erd- und Biogas, Fernwärme, Wasser, Kehrichtverwertung, Telecom und Mobilität gehören gleichberechtigt ins Gesamtangebot von Energie Wasser Bern. Dies sollen auch die Kundinnen und Kunden wissen. Will heissen: Sowohl die Beratung durch den Kundendienst als auch die Rechnungsstellung oder die Ansprache in der Werbung sollen so aufgebaut werden, dass sich der Kunde oder die Kundin auch dann persönlich angesprochen fühlt, wenn er oder sie eine /r von vielen ist.

Kunden im Zentrum – online oder telefonisch

Alle Informationen über individuelle Kundenvorlieben oder -bedürfnisse, die Energie Wasser Bern kennt, helfen uns, die Kunden noch umfassender, schneller und persönlicher zu betreuen. Was wiederum deren Zufriedenheit mit ihrem Energieversorger erhöht. Ein wichtiges Instrument dafür ist das neue, benutzerfreundliche, kunden- und gleichzeitig prozessorientierte Online Portal. Es soll dem Kunden rasch die für ihn notwendigen Informationen liefern und diese zentral abspeichern. Gleichzeitig soll es aber auch die internen Arbeitsabläufe effizienter und schneller machen, indem Standardprozesse, wann immer möglich, automatisiert werden.

Ein weiteres zentrales Element im Projekt s4c ist die Neuausrichtung des Kundendienstes. Sämtliche Kundenanfragen werden neu an einer zentralen Stelle entgegengenommen, erfasst und beantwortet.



Anzahl bis 31. März 2017
Gibt es alle Anschlagzettel und ins Intranet.

AKTUELL

März 2017

Waldbühne Live Contest im Bierhübel

Energie Wasser Bern wird auch am diesjährigen Gurtenfestival als Hauptsponsor der Waldbühne präsent sein. Als «Warm up» für diesen Grossanlass findet am Freitag, 24. März 2017 im Bierhübel der «Waldbühne Live Contest» statt: Acht bislang meist unbekannte Schweizer Bands spielen je 20 Minuten, um das Publikum und eine Fachjury zu überzeugen. Die vier Bands mit dem lautesten Applaus und der besten Jury-Bewertung gewinnen ein «Ticket to Rock», welches ihnen einen Auftritt auf der Waldbühne am Gurtenfestival 2017 ermöglicht. In der Jury sitzt unter anderem Bruno Spring, Gitarrist der Band «The Orders» und Spezialist Online-Marketing von Energie Wasser Bern. Komm' doch auch ins Bierhübel und unterstütze die Newcomerband! Der Eintritt zu dieser Veranstaltung ist kostenlos. Weitere Infos findest du unter waldbuehne.ch.

1. Schweizerischer Stadtwerkekongress

Am 31. März dieses Jahres findet im Kongresshaus Biel der 1. Schweizerischer Stadtwerkekongress statt. Gemeinsam eröffnen der Verband der Schweizerischen Elektrizitätsunternehmen (VSE), der Verband der Schweizerischen Gasindustrie (VSG), der Schweizerische Städteverband, die Organisation Kommunale Infrastruktur (OKI) und die Swisspower AG eine branchen- und themenübergreifende Begegnungsplattform mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Bevölkerung. Die Erstdurchführung des Schweizerischen Stadtwerkekongresses beleuchtet die Entwicklung der urbanen Zentren, die Herausforderungen der nationalen Energiebranche sowie das europäische Umfeld. Weitere Informationen findest du unter: www.stadtwerke.ch.

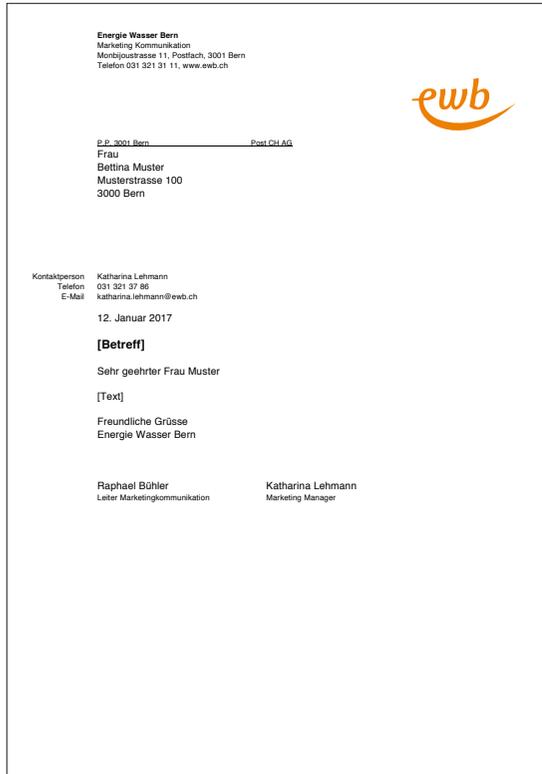
Museumsnacht 2017

Hast du dir das Datum bereits vorgemerkt? Am Freitag, 17. März 2017 beginnt um 18:00 Uhr die Berner Museumsnacht. Mit exklusiven Führungen durch die Energiezentrale Forsthaus, Konzerten wie Chinderland und MatterLive von Ueli Schmetzer und verschiedenen Gastro-Highlights präsentiert sich Energie Wasser Bern auch dieses Jahr am traditionellen Grossanlass. In einer

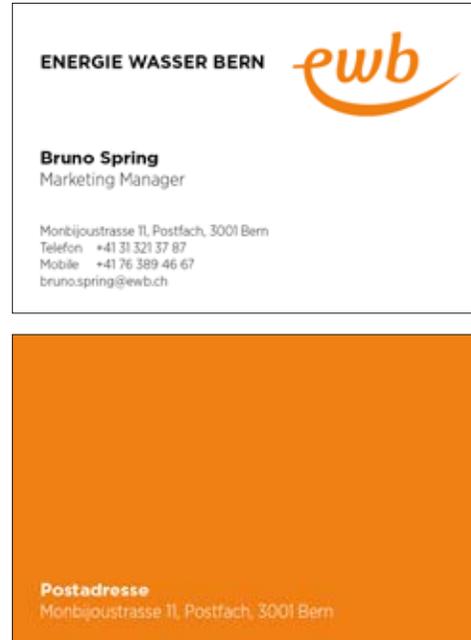


Energie Wasser Bern
Museumstrasse 11, Postfach, 3001 Bern
www.ehb.ch, info@ewb.ch, Telefon 031 321 31 11

Geschäftsdrucksachen



Briefpapier



Visitenkarte Vor- und Rückseite



Couvert C5/C4

Geschäftsdrucksachen



Grusskarte A5



Dokumappe

Stelleninserate

Energie Wasser Bern ist ein innovatives, kundennahes Energieversorgungsunternehmen mit Dienstleistungen rund um Elektrizität, Wärme, Wasser, Kehrichtverwertung, Mobilität und Telekommunikation.

Risk Manager

Pensum: 50–60%

Das sind Ihre Aufgaben:

- Den Betrieb des Risiko- und Chancenmanagements und bereichsübergreifende Koordination verantworten
- Ein professionelles Reporting zuhanden der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrats gewährleisten
- Das Risiko- und Chancenportfolio bewirtschaften
- Weiterentwicklungsmassnahmen für das Risk Management erarbeiten
- Eng mit den Linienverantwortlichen von Energie Wasser Bern zusammenarbeiten
- In einzelnen Projekten mitwirken

Das zeichnet Sie aus:

- Abschluss eines betriebswirtschaftlichen Studiums (FH, Uni) oder gleichwertige Ausbildung mit einer vertieften Weiterbildung im Controlling
- Berufserfahrung in der Energiebranche von Vorteil, idealerweise Erfahrung im Risk Management Energiehandel
- Überzeugungskraft
- Selbstständige, strukturierte und dienstleistungsorientierte Arbeitsweise, hohe Belastbarkeit
- Gute Kommunikations- und Präsentationsfähigkeit
- Projekterfahrung wünschenswert

Wir bieten Ihnen attraktive Anstellungsbedingungen in einer angenehmen Umgebung. Ihre Arbeit in unserem zukunfts- und kundenorientierten Unternehmen ist anspruchsvoll und herausfordernd. Sie helfen mit, die Anforderungen der dynamischen Energiebranche zu erfüllen und unseren Erfolg langfristig sicherzustellen.

Bewerben Sie sich noch heute! Wenn Sie mehr wissen wollen, rufen Sie Charles Mauron, Leiter Controlling & Risk Management an, Telefon 031 321 90 18.

Jetzt online bewerben.

Energie Wasser Bern Human Resources
Mombijoustrasse 11 ewb.ch
Postfach, 3001 Bern



Setzen Sie Ihre Energie bei uns ein!

Elektroinstallateur

ewb.ch/jobs

Energie Wasser Bern



Setzen Sie Ihre Energie bei uns ein!

Wir suchen

- Projektleiter Netzanschlüsse
- Elektroinstallateur
- Sanitärzeichner

ewb.ch/jobs

Energie Wasser Bern



Stelleninserate online

Stelleninserat

Kennzeichnungselemente und Leitsystem

Die Kennzeichnungselemente dienen der optimalen Kundenorientierung und fügen sich harmonisch und unaufdringlich in das urbane Stadtbild Berns ein. Bei der Platzierung der verschiedenen Elemente ist besonders darauf zu achten, dass diese immer an gut sichtbaren Orten angebracht werden. Daher soll die Platzierung immer situativ und vor allem vor Ort definiert werden.

Damit eine einheitliche und qualitativ gleichbleibende Kennzeichnung aller Standorte von Energie Wasser Bern gewährleistet werden kann, soll die technische Realisierung der verschiedenen Elemente mit diesem Partner abgewickelt werden:

Westiform AG
Freiburgstrasse 596
3172 Niederwangen-Bern
Tel. 031 980 22 22
westiform.com



Fernkennzeichnung



Leuchttransparent



Pylon / Stele



Tafel

Leuchtransparent

Anwendung

Im Aussenbereich

Materialisierung

Der Grundrahmen besteht aus einem Aluminiumprofil.
Die Fronthauben sind aus Aluminiumblech und farblos eloxiert.
Das Logo ist mit Acrylglas eingelegt und ca. 3 mm vorstehend.

Beleuchtung

Zur Ausleuchtung des Logos sind im Innenkörper LED
mit Konverter eingebaut.

LED: Orange (Lieferant: Hanson Neon GmbH)

Farben

Fronten: Aluminium, farblos eloxiert;
das ewb Logo ist orange 363 Perspex
Seiten/Zargen: Aluminium farblos eloxiert

Standardmasse

Höhe 600 mm / Länge 1'000 mm / Tiefe 160 mm

Montage

Mit Flanschen hängend unter Vordach



Fernkennzeichnung

Materialisierung

Die Buchstaben werden komplett aus Acrylglas in Schachtelbauform hergestellt.

Beleuchtung

Zur Ausleuchtung der Frontflächen sind LED im Buchstabenkörper eingebaut.

Farben

Fronten: orange 363 Perspex

Bodenteile: weiss opak

Seiten/Zargen: anthrazit Metallic Nr. 36

LED: orange (Lieferant Hanson Neon GmbH)

Montage

Die Fernkennzeichnung kann je nach Situation mittels Beton-elementen und Aluminiumchassis auf dem Dach fixiert oder mit einer Kabelschiene direkt an der Wand montiert werden.

Die Grösse der Fernkennzeichnung muss immer auf die Architektur und die gewünschte Fernwirkung abgestimmt werden. Deshalb wird eine Bemusterung vor Ort dringend empfohlen.



Flachschrift

Anwendung

Im Aussenbereich

Materialisierung

Die Buchstaben bestehen aus Acrylglas und werden mit Laser ausgeschnitten.

Farben

Fronten: orange 363 Perspex

Standardmasse

Höhe 1'170 mm / Länge ca. 2'350 mm / Tiefe 10 mm

Montage

Mit Gewindebolzen auf der Rückseite an der Fassade angebracht



Stele (unbeleuchtet)

Anwendung

Im Aussenbereich

Materialisierung

Die Fronthauben aus Aluminiumblech, farblos eloxiert, sind mit dem Grundchassis aus Aluminiumprofilen verschraubt. Die Stele ist doppelseitig beschriftet.

Farben

Fronten: Aluminium, farblos eloxiert

Logo und Orange-Fläche: Qualitätsfolien orange;

Avery 910-01 dunkelorange

Seiten/Zargen: Aluminium, farblos eloxiert

Montage

Freistehend in Rabatte auf bauseits gegossenes Betonfundament.

Format

600 × 2200 × 160 mm



Pylon (beleuchtet)

Anwendung

Im Aussenbereich

Materialisierung

Die Fronthauben aus Aluminiumblech, farblos eloxiert, sind mit dem Grundchassis aus Aluminiumprofilen verschraubt. Der Pylon ist doppelseitig beschriftet.

Farben

Fronten: Aluminium, farblos eloxiert

Logo und Orange-Fläche: Qualitätsfolien orange;

Avery 910-01 dunkelorange

Seiten/Zargen: Aluminium, farblos eloxiert

LED: orange (Lieferant Hanson Neon GmbH)

Montage

Freistehend in Rabatte auf bauseits gegossenes Betonfundament.

Format

600 × 2200 × 160 mm



Tafeln

Anwendung

Im Aussenbereich

Materialisierung

Die Tafeln bestehen aus Aluminium, je nach Einsatzzweck 4-seitig abgekantet.

Farben

Fronten: Aluminium, farblos eloxiert
Orange-Fläche: Qualitätsfolie orange;
Avery 910-01 dunkelorange

Montage

Je nach Situation zu definieren



Folienbeschriftung

Anwendung

Im Innen-/Aussenbereich

Ausführung

Logo und Schriften aus Folie auf Glastür aufgezogen

Farben

Logo: Qualitätsfolie orange; Avery 910-01 dunkelorange,
Qualitätsfolie weiss; Avery 900 weiss

Montageart

Auf Glastür aufgezogen

Gebäudeleitsystem

Stefan Aeschlimann
 Roland Burri
 Leo Brügger
 Birgit Brunner
 Stefanie Jungo
 Roland Kunz
 Markus Lüthi
 Nalet Meinen
 Franziska Penk
 Marco Widmer

Areal/Gebäude
00.03 20.06

Business Development Telecom
 Personalmanagement
 Unternehmenskommunikation
 Unternehmensentwicklung
 Nachhaltigkeitsmanagement
 Arbeitsicherheit

1

Ablese-Service
 Sitzungszimmer «Rosengarten»
 Sitzungszimmer «Zytglogge»
 Sitzungszimmer «Käfigturm»
 Sitzungszimmer «Kornhaus»
 Sitzungszimmer «Christoffel»
 Wartezone / Meetingpoint
 Laminier-Binde Zone

EG

Postbüro / Hausdienst
 Infrastruktur und Instandhaltung
 Facility Management Monbijou
 Projektmanagement Hochbau

-1

Haus 11 A

Sitzungszimmer
 «Dählhölzli»

Haus 11 A 403

Anschlagbretter

