Switzerland.

MESSEMANUAL SWISS PAVILION

gültig ab Januar 2017

SWISS PAVILION – SCHWEIZER GEMEINSCHAFTSAUFTRITTE IM AUSLAND

SWISS PAVILION – UNTERSTÜTZTE SCHWEIZER GEMEINSCHAFTSAUFTRITTE AN INTERNATIONALEN MESSEN IM AUSLAND

Seit der Einführung des Messemanuals wurden zahlreiche Schweizer Gemeinschaftsauftritte im Ausland unter der von Präsenz Schweiz (PRS) definierten Dachmarke «Schweiz.» erfolgreich durchgeführt. Die markenmässig weltweit vereinheitlichten Auftritte haben viel zur gesteigerten Wahrnehmung beigetragen. Die geltenden Bestimmungen gemäss «Reglement zur Unterstützung von Gemeinschaftsprojekten der Exportförderung» und dem dazugehörigen Messemanual haben sich bewährt und führten zu Transparenz bei allen Beteiligten.
Im April 2013 wurde aus Osec neu Switzerland Global Enterprise (S-GE). S-GE tritt seit diesem Zeitpunkt in Ausübung seiner Mandate nur noch unter Switzerland Global Enterprise und dem Werteversprechen «Enabling New Business» auf. Diese Namensänderung hatte nur kleinere Auswirkungen auf das Messemanual, welches im April 2013 angepasst wurde. Die Änderungen beschränkten sich auf die Kommunikationsfläche und die dort abgebildeten Logos im Informationsbereich. Am grundsätzlichen Konzept für **SWISS** Pavilions unter der Dachmarke «Schweiz.» hat sich seit der Einführung des Messemanuals 2008 nichts geändert.

In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass die Projektträger die Anwendung und Realisierung des **SWISS**-Pavilion-Konzepts sehr vielfältig und innovativ umgesetzt und weiterentwickelt haben. Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, aber auch um weiterhin klare Vorgaben und Varianten aufzeigen zu können, wurde das Messemanual entsprechend angepasst und mit neuen Illustrationen versehen. Weiterhin oberste Priorität hat die klare Wiedererkennung der Dachmarke «Schweiz.» Das heisst, die Marke Schweiz muss auch zukünftig als zentrales Element umgesetzt werden. Die Grundelemente auf den Seiten 5 und 6 können nach wie vor horizontal oder vertikal eingesetzt werden, es sind aber auch andere Darstellungsformen zulässig (siehe Anwendungsbeispiele). Auch die Farbspezifikationen sind unverändert und zwingend anzuwenden. Die Selbstdarstellung, resp. die Empfangstheke mit weisser Wand dahinter, Seite 8, hat eine Änderung erfahren: auf der linken Seite muss kein S-GE Logo mehr verwendet werden. Anwendungsbeispiele von **SWISS** Pavilion finden Sie auf Seite 10 – 15. Diese dienen zur Veranschaulichung von möglichen Umsetzungsvarianten. Es ist darauf zu achten, dass eine klare Abgrenzung zu Auftritten von Schweiz Tourismus besteht.

Zentrales Element stellt auch der Anspruch an Qualität und Innovation dar. Schweizer Auftritte an internationalen Messen sollen einen klaren Wiedererkennungswert in hoher Qualität darstellen.

Die Geschäftsstelle der Messe- und Projektkommission steht Ihnen für weitere Auskünfte gerne zur Verfügung (mpk@s-ge.com). Mehr Bilder zu **SWISS** Pavilions können auf www.s-ge.com eingesehen werden. Entsprechende Logos können bei der Geschäftsstelle bezogen werden.

INHALT

KOMMUNIKATIONS-HIERARCHIE 4

STANDKENNZEICHNUNG
Grundelement horizontal 5
Grundelement vertikal 6
Farbspezifikation 7

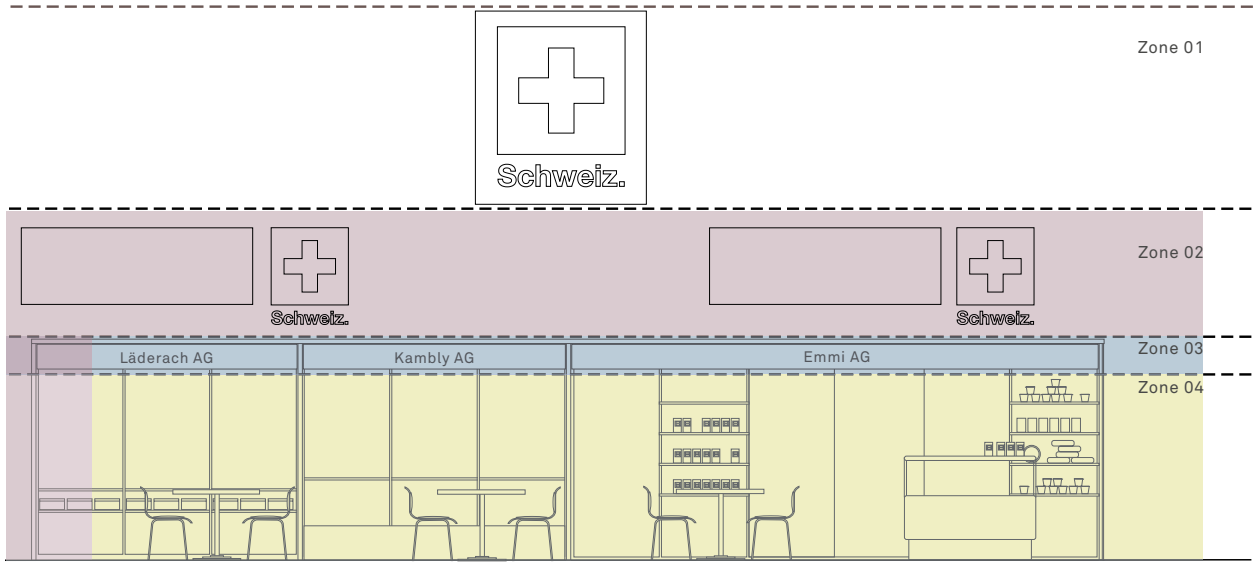
SELBSTDARSTELLUNG VERANSTALTER
Kommunikationsflächen 8
Counter und Bodenbelag 9

ANWENDUNGSBEISPIELE
Gestaltungsbeispiele 10

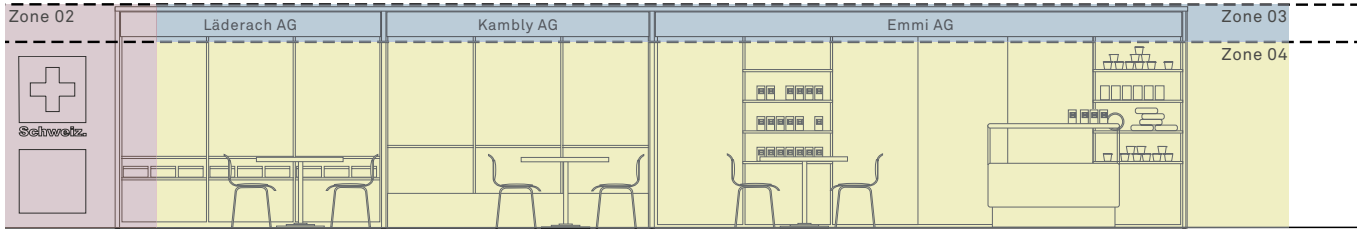
KOMMUNIKATIONS-HIERARCHIE

Analog der Wahrnehmung eines Messebesuchers kann ein typischer Messestand in 4 Kommunikationszonen eingeteilt werden. Je nach Betrachtungsdistanz verändert sich die Bedeutung einer Zone.

- Zone 01 + 02 sind dominante Elemente



Mehrheitlich angewendete Anordnung (normales Verhalten).



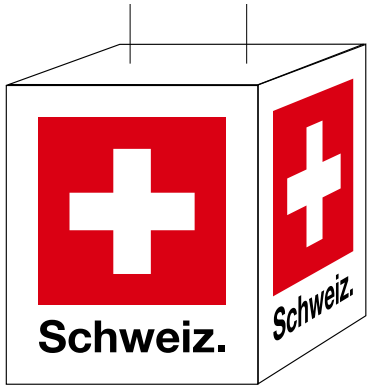
Ausnahmeverhalten bei extrem niedriger Bauhöhe.

ZONE	KOMMUNIKATIONS-INHALT	FUNKTION
01	Schweiz	Fernkennzeichnung, sofern genügend Platz vorhanden
02	Schweiz	Fernkennzeichnung «Einheitsdach des Messestandes»
03	Name oder Logo der Aussteller	Kennzeichnung Aussteller
04	Selbstdarstellung Aussteller, Darstellung Business Network Switzerland	Individuelle Präsentation Infodesk, Hospitality

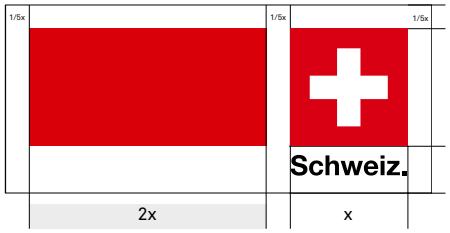
STANDKENNZEICHNUNG – ANWENDUNGSBEISPIELE GRUNDELEMENT

Zonen 01 und 02

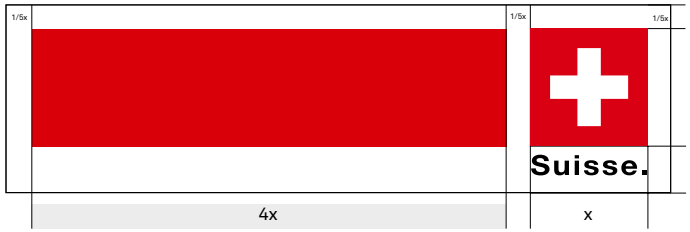
- Logo und rote Zusatzfläche müssen stets von Weissraum gemäss Vermassung umgeben sein.
- Alternative Materialien z. B. Textilien, Glas, Forex, PVC o. ä.



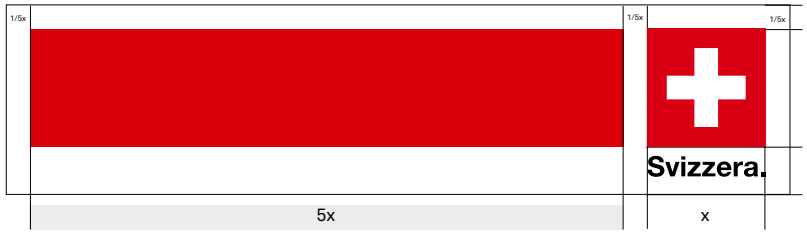
- Beispiel hängende Box. Auch hier gilt die Vermassung wie rechts angegeben. Siehe auch Beispiel auf Seite 11.
- Weitere alternative Formvarianten unter Einhaltung der Vermassungen



2 × (kürzeste Proportion)



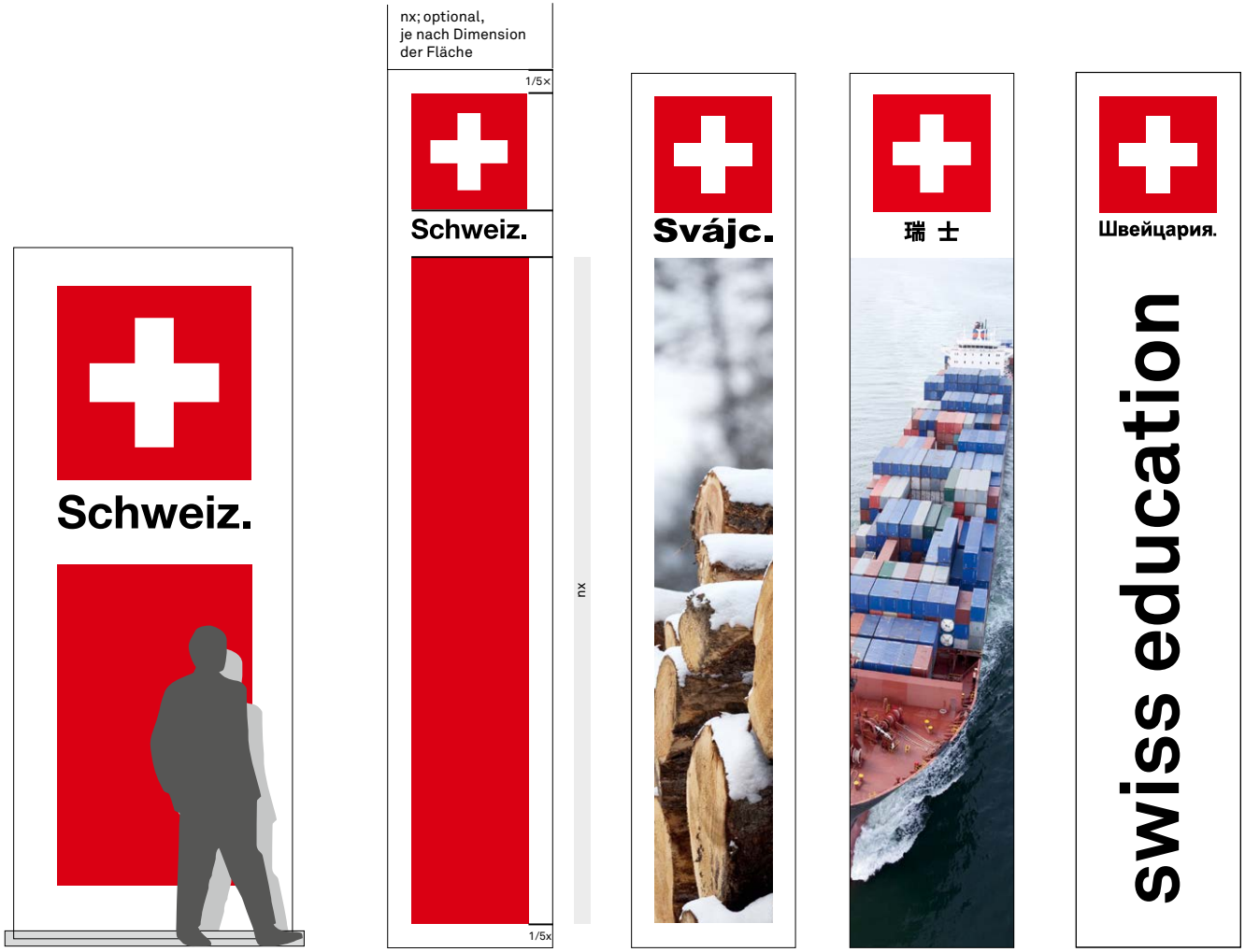
4 ×



5 × (längste Proportion in horizontaler Ausrichtung)

Ausnahme: Aus Symmetriegründen können Logo und rote Zusatzfläche in der horizontalen Anwendung auch vertauscht werden.

STANDKENNZEICHNUNG – ANWENDUNGSBEISPIELE GRUNDELEMENT



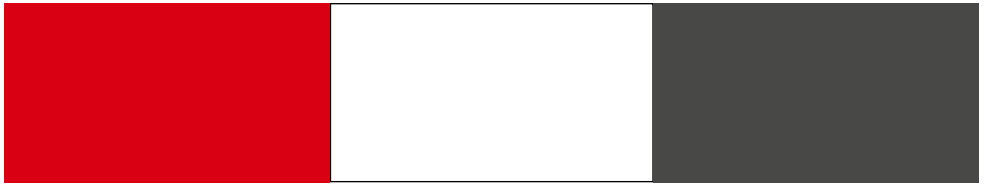
- Für die optimale Kennzeichnung werden die Grundelemente der horizontalen Variante übernommen (Logo und rote Zusatzfläche).
- Logo und rote Zusatzfläche müssen stets von Weissraum gemäss Vermassung umgeben sein.
- Die Länge des Balkens wird definiert durch die Höhe des Elements.
- Die Höhe der Stele richtet sich nach den jeweiligen Baurichtlinien.
  Die erlaubte Höhe sollte wenn möglich voll ausgeschöpft werden.

ALS VARIANTEN SIND MÖGLICH

- Ersetzen des roten Balkens durch Bildelement.
- Ersetzen des roten Balkens durch Schriftelement.
- Je nach Einsatzland kann die Sprache für die Schweiz angepasst werden.

STANDKENNZEICHNUNG
FARBSPEZIFIKATION

Für die einheitliche Beschriftung wird Akkurat Regular eingesetzt (falls nicht möglich, kann Arial verwendet werden).



Klebefolien	Scotchcal Translucent	3630-43	3635-30	
	Scotchcal Controltac	SC 100-14	SC 100-10	SC 100-012
	Fasson	HP 906 ± PMS 485C	HP 900	HP 962 ± RMS 446C
		EM 11 ± PMS 180C	EM 01	
	Oracal	631-032	631-010	631-073
		651-032	651-010	651-073
Sonstige	RAL	3020 Verkehrsrot	9016 Verkehrsweiss	7043 Verkehrsgrau
	NCS	1090-Y90R		7500
	Pantone	1797 C/1797 U		431 C
	CMYK	C = 0/M = 100/Y = 95/K = 5	C = 0/M = 0/Y = 0/K = 0	C = 0/M = 0/Y = 0/K = 85
	RGB	225/26/39		
	HKS	#E11A27		abgeleitet von Pantone
				Dieses Grau wird für die Blendezone 03 verwendet.

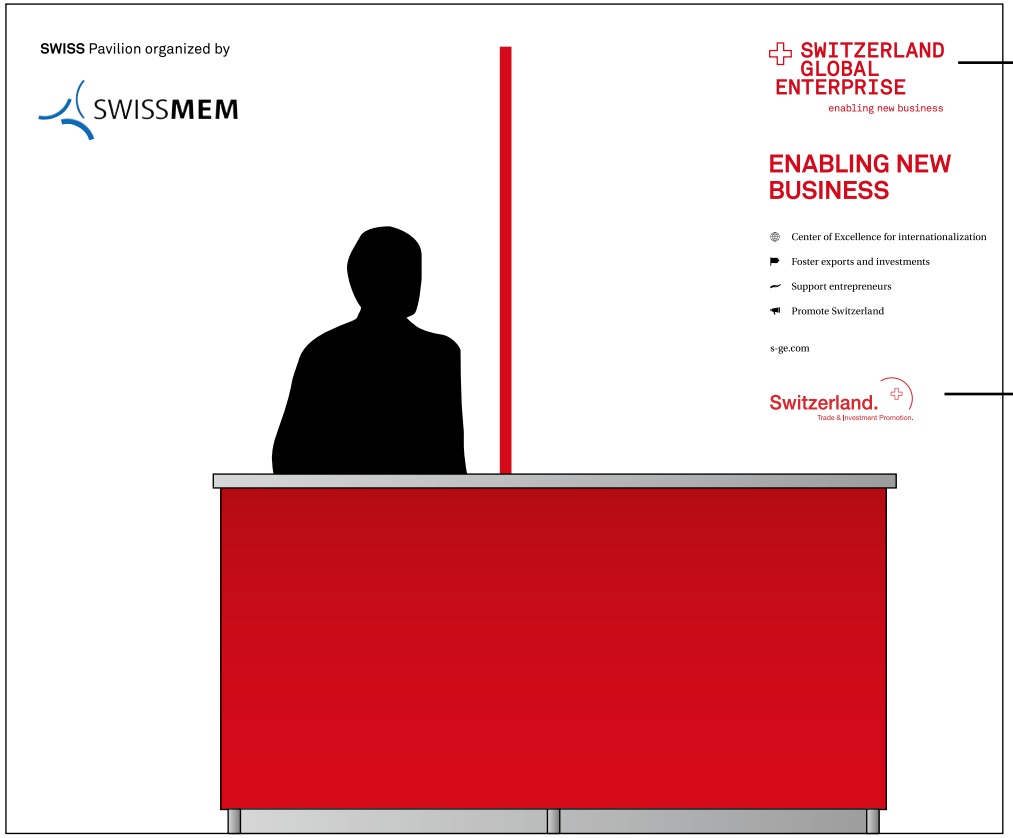
SELBSTDARSTELLUNG VERANSTALTER KOMMUNIKATIONSFLÄCHEN

Zone 04

Die Breite der weissen Wand ist variabel, sollte aber grosszügig eingeplant werden. Möglichst eine durchgehende, nicht von der Systemstruktur unterbrochene Fläche bilden (vorgehängte Fläche).

Weitere Elemente wie Plakate usw. sowie Partner und Sponsoren auf weissem Untergrund.

Die Logos in hoher Qualität können bei der Geschäftsstelle bezogen werden.



- Weisse, variable Fläche, die nicht von der Systemstruktur unterbrochen wird (vorgehängte Fläche). Für Partner, Sponsoren, Plakate usw.
- Die rechte Wandseite darf nicht verändert werden; der rote Balken in der Mitte ist zwingend.
- Grösse der weissen Fläche variabel.
- Als «Official Program» muss das «Switzerland Trade & Investment Promotion»-Logo verwendet werden.

SELBSTDARSTELLUNG VERANSTALTER COUNTER UND BODENBELAG

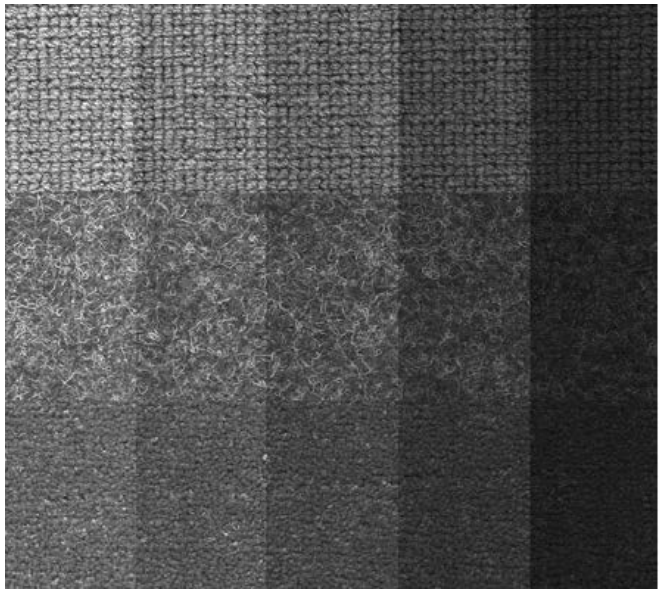
Zone 04

Deckblatt in Aluminium, Farben gemäss Seite 8 oder Naturholz.

Die Frontseite wird mit einer durchgehenden Blende kaschiert.
Bei langen Theken möglichst grossflächig kaschieren.

Komplette Einschalung des Messebausystems inklusive Topfläche.
Sichtbare Systemstrukturen auf der Frontseite vermeiden.
In Ausnahmefällen möglich.

EMPFEHLUNG:
Unifarbene oder sehr feingemusterte bzw. strukturierte Teppiche wie Nadelfilz/Velour usw. in möglichst neutralem Grauton.



ANWENDUNGSBEISPIELE

ANWENDUNGSBEISPIELE

ANWENDUNGSBEISPIELE

ANWENDUNGSBEISPIELE

ANWENDUNGSBEISPIELE

ANWENDUNGSBEISPIELE