

Swisscom
Corporate Identity
Guidelines

Typografie



swisscom

Typografie

Unsere Markenschrift ist die Thesis. Sie zeichnet sich aus durch ihr modernes Erscheinungsbild und die gute Lesbarkeit in allen Grössen, im analogen wie im digitalen Umfeld.

Schriftart

Thesis TheSans

Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Light Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>
Plain	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Plain Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>
Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Bold Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>

TheSerif

Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Light Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>
Plain	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Plain Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>
Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Bold Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>

Abbildung 1

Abbildung 1
Der Swisscom
Font TheSans und
TheSerif.

Unsere Markenschrift ist die Thesis mit den Schriftfamilien TheSans und TheSerif. Dieser Font überzeugt durch sein modernen Erscheinungsbild und die gute Lesbarkeit in allen Grössen.

Interne Arbeitsplätze

Für Office-Anwendungen wurde auf allen Swisscom Workplaces die speziell dafür bereitgestellte TheSans-Version TheSansSwisscom installiert. Sie steht in den Stärken Light, Plain und Bold und in allen drei Stärken auch kursiv zur Verfügung. Der Font darf nicht auf externen Arbeitsplätze installiert werden.

Die Original TheSerif ist für Office-Applikationen nicht erhältlich. Ihre Verwendung ist in diesem Bereich nicht vorgesehen.

Externe Arbeitsplätze

Extern kommen die TheSans und TheSerif des Basic Package zur Anwendung. Beide Schriftnetze stehen – wie in Abbildung 1 dargestellt – in den Schriftstärken Light, Plain und Bold sowie in allen drei Stärken auch als Kursivschriften zur Verfügung.

Print-Anwendungen

Im Printbereich kommen die in Abbildung 1 dargestellten Schriften in Light, Plain und Bold, gerade und kursiv, zum Einsatz. Die Darstellungen auf den folgenden Seiten zeigen auf, wie wir mit der Typografie umgehen.

Web- und Bildschirm-Anwendungen

Wo immer möglich setzen wir die Thesis auch bei Bildschirmanwendung ein. Für diesen Anwendungsbereich gelten spezielle Vorgaben. Ausführliche Informationen zu diesem Thema findest du in den Web-Guidelines.

Thesis Basic

Abbildung 2
Typisches Merkmal
der TheSans und
TheSerif im Basis
Package sind die
alignierten Ziffern.

Die TheSans und die TheSerif existieren in verschiedene Versionen. Wir haben uns für das Basic Package entschieden. Dieses wurde für Bildschirm-Anwendungen optimiert und kann als Open-Type-Format unabhängig von der Plattform zum Einsatz kommen.

Die Schriftfamilien des Basic Package unterscheiden sich von anderen Paketen wie Classic oder Office hauptsächlich durch die Darstellung der Ziffern. Bei der TheSans und der TheSerif Basic sind diese auf die gleiche Höhe gesetzt und sind etwas anders geschnitten.

Lieferanten können die Schriftlizenz kostengünstiger erwerben. Das entsprechende Bestellformular findest du unter www.swisscom.ch/brandcenter.

01234567



Thesis Basic

01234567



Thesis Classic

Abbildung 2

Systemschrift

Trebuchet MS

Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Regular Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>
Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ
Bold Italic	<i>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ</i> <i>abcdefghijklmnopqrstuvwxyz</i> <i>1234567890!@€%&*?äöüßÄÖ</i>

Abbildung 3

Abbildung 3

Für Office-Anwendungen, die elektronisch mit Externen ausgetauscht werden, sowie für einzelne Web- und App-Anwendungen verwenden wir die Trebuchet MS.

Hinweis

Die Trebuchet MS darf nicht für die Gestaltung von Drucksachen verwendet werden.

Für Office-Anwendungen welche mit Externen ausgetauscht werden, wie auch für Web-Anwendungen oder Applikationen bei denen die Thesis nicht eingebettet werden kann kommt der System-Font Trebuchet MS zum Einsatz. Dieser ist auf den meisten PCs und Macs installiert. Die Trebuchet MS ist auf dem Bildschirm sehr gut lesbar und bewahrt die gute Lesbarkeit auch bei kleinen Schriftgrößen. Sie steht in den Schriftstärken Regular und Bold sowohl gerade wie auch kursiv zur Verfügung.

Prinzipien



Abbildung 4

Abbildung 4
Die Grundregeln
für die Swisscom
Typografie.

Die Grundregeln für die typografische Gestaltung
Charakteristisches Merkmal der Swisscom Brandmark und der Life Form ist die markante Betonung der horizontalen und vertikalen Achse. Grafische Elemente und Textblöcke ordnen wir immer so an, dass sie die axialen Ausrichtungen unterstützen.

Der Einsatz der Typografie
Die typografische Gestaltung hängt davon ab, mit wem wir kommunizieren. Wie bei den anderen Kernelementen des Corporate Designs richtet sich der Einsatz der Typografie nach der Kundenzielgruppe, die wir ansprechen.

Prinzipien



Abbildung 5

Ventore Reritatis
Etuasarchquia
Voluptsitaila
Asnaturaila
Sutore Peritalla



Sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut quiaquam est, qui dolorem ipsum eaque ipsa

aspernatur aut odit aut fugit, sed vel, sed quia non umquam eius m lau daveritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt

Ventore Reritatis
Etuasarchquia
Voluptsitaila
Asnaturaila
Sutore Peritalla



Sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut quiaquam est, qui dolorem ipsum eaque ipsa

aspernatur aut odit aut fugit, sed vel, sed quia non umquam eius m lau daveritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt

Abbildung 6

Abbildung 5
Das Anwendungsbeispiel verdeutlicht die sieben Prinzipien für den Einsatz der Typografie.

Abbildung 6
Mit Unterschneidung gesetzte Headlines -30 (links) wirken ausgeglichener und solider als nicht unterschrittene Headlines (rechts).

Die Einhaltung der sieben typografischen Prinzipien bietet Gewähr für einen durchgängig konsistenten Auftritt:

1. Horizontale und vertikale Achse

Wir gruppieren die Typografie um die horizontale und vertikale Achse. Um das Erscheinungsbild dynamischer zu gestalten, können Headline- und Fliesstextelemente in Abstimmung mit dem Gestaltungsraster ausgerückt werden.

2. Weissraum

Das Layout darf nie mit Typografie überladen werden. Viel Weissraum stellt sicher, dass die Typografie atmen kann. Wir präsentieren unsere Informationen einfach und klar.

3. Mikro/Makro

Durch die Gegenüberstellung von prominent und klein eingesetzten typografischen Elementen schaffen wir klare Hierarchien und erzeugen Spannung.

4. Trennlinien

Trennlinien grenzen hierarchisch übergeordnete von untergeordneten Botschaften ab (zum Beispiel Headlines von Lauftext oder Lauftext von Legenden). Sie schaffen Klarheit und Übersicht. Wir gehen mit Trennlinien sparsam um und verwenden sie in Linienstärken von 0.25 bis 1.00 Punkt. Du kannst vertikale oder horizontale Trennlinien einfügen, jedoch nie im gleichen Layout beide zusammen.

5. Farbe

Für Titel verwenden wir Swisscom Navy oder Schwarz, jedoch niemals beide Farben zusammen. Für Auszeichnungen verwenden wir Swisscom Blau und Swisscom Violett. Als Sekundärfarben kommen für Auszeichnungen alle Swisscom Grautöne in Frage, zum Beispiel für die besondere Kennzeichnung von Anmerkungen oder Erläuterungen. Swisscom Rot verwenden wir nur punktuell, um wichtige Detailinformationen wie beispielsweise Sicherheitshinweise hervorzuheben.

6. Asymmetrie

Wie die Brandmark soll auch die Typografie zwar ausbalanciert sein, aber nie symmetrisch aufgebaut werden.

7. Fonts

Als Satzschrift verwenden wir die TheSans Light, Plain und Bold. Mit der TheSerif gehen wir sehr sparsam um. Sie kommt für ausdrucksstarke, klar zielgruppenorientierte Botschaften zum Einsatz. Wir setzen grundsätzlich keine Texte in VERSALIEN oder in kleinbuchstaben.

8. Ausgleich der Laufweite

Die Thesis steht standardmässig in verschiedenen Laufweiten zur Verfügung. Dennoch muss die Laufweite insbesondere beim Absetzen von Titeln von Fall zu Fall ausgeglichen werden. Bei zu weit auseinander liegenden Buchstaben wird unterschritten, bei zu nahe beieinander liegenden Buchstaben gesperrt.

Prinzipien



Abbildung 7

Abbildung 7
Beispiel einer
Doppelseite mit
korrektem Einsatz
der Swisscom
Typografie.

Hinweis
Sparsamer
Gebrauch der
TheSerif.

Das Beispiel einer Doppelseite aus einer Broschüre vermittelt einen Eindruck vom korrekten typografischen Erscheinungsbild. Die Platzierung der Bild- und Textelemente basiert auf dem 10 x 10-Raster und orientiert sich an der Vertikalachse. Alle Texte sind links angeschlagen. Der offene Zeilenfall (Flattersatz) stellt sicher, dass an Zeilenenden keine Worttrennungen erforderlich sind.

Der Gebrauch der TheSerif

Die TheSerif akzentuiert das typografische Erscheinungsbild. Sie kommt ausschliesslich für Titel, Einleitungen und Schlüsselaussagen zum Einsatz. Dieser Font darf nicht für Untertitel und Fliesstexte verwendet werden.

Help

Swisscom Brand Center:
www.swisscom.ch/brandcenter

Contact:
Swisscom
Brand Strategy & Management
Alte Tiefenastrasse 6
3050 Bern

brand.management@swisscom.com