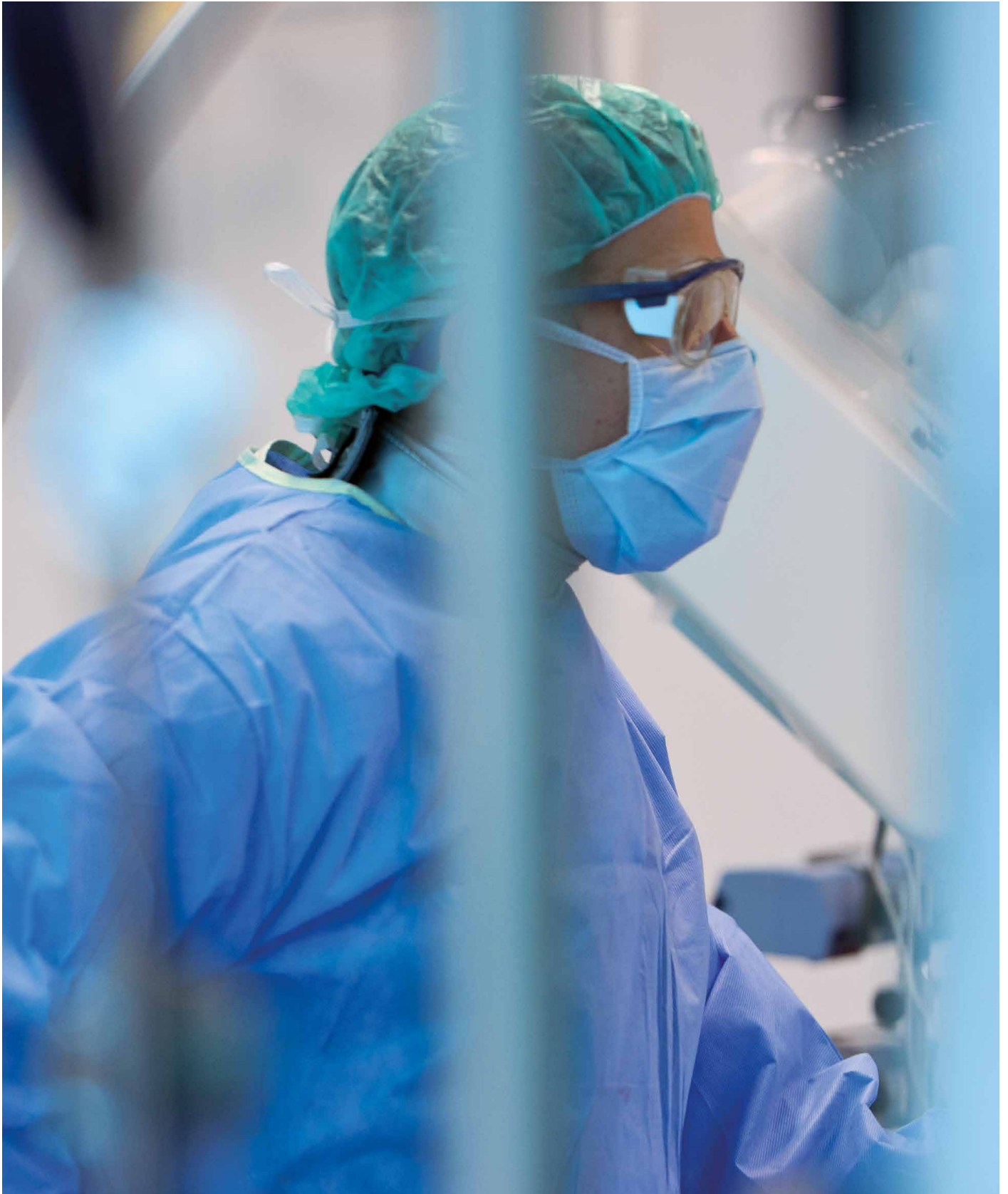


facing[®]

Universitätsspital Basel
Markenführung





Das Universitätsspital Basel (USB) hatte sich zum Ziel gesetzt, die vorhandenen Synergien zwischen dem Gesamtunternehmen und den einzelnen Teilen optimal auszuschöpfen. Mit der Einführung einer USB-weiten Markenarchitektur sowie einem einheitlichen Corporate Design wollte es sich als modernes Universitätsspital der Schweiz positionieren.

Das Spital sollte ein klar erkennbares medizinisch-pflegerisches Profil mit ausgeprägter Dienstleistungsorientierung erhalten und als Unternehmensmarke eine positive Strahlkraft entwickeln.

Facing übernahm das Mandat zur Weiterentwicklung

des Markenauftritts des USB auf Basis des bestehenden Markenzeichens und der damaligen Version des Corporate Design Programms. Der heutige Auftritt wurde vor bereits fünf Jahren eingeführt und hat sich im Spitalumfeld etabliert. Aufgabe war es, den bestehenden Auftritt weiter zu entwickeln und für sämtliche Anwendungsbereiche (Bürokommunikation, Patienteninformationen, Publikationen, Formulare, Kooperationen) auszuarbeiten.

Facing analysierte und strukturierte die verschiedenen Fachbereiche und entwickelte den Markenauftritt als logische Abbildung der bestehenden organisatorischen und betrieblichen Strukturen. Gleichzeitig sollte sichergestellt werden, dass der Auftritt über alle Bereiche hinweg möglichst einheitlich definiert wurde.

Dank dem erweiterten Markenauftritt des Universitätsspitals Basel und auf Basis der neu definierten Markenarchitektur konnte das USB mit einer eigenständigen Identität die Umwandlung in eine selbstständige, öffentlich rechtliche Gesellschaft vollziehen. Das weiterentwickelte Corporate Design Programm stärkt das charakteristische visuelle Profil und schuf eine einheitliche Basis für eine erfolgreiche Kommunikation und den Aufbau einer starken Unternehmensmarke.



Übersicht CD-Manual

Universitätsspital Basel (USB), Corporate Design Manual, Kapitel 1-6



Universitätsspital Basel (USB), Corporate Design Manual, Kapitel 1-6

<p>4.1 Print-Anwendungen Briefpapier: Vorder- / Rückseite</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Brief: Anordnungsbeispiel</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Brief: Folienreihe</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Fax: Vorderseite</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Flyer: Vorderseite</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Flyer: Rückseite</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Brief: Tabelle</p>
<p>4.2 Office-Anwendungen Brief: Inhalt</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Brief: Folienreihe</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Vertrag: Titel</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Vertrag: Folienreihe</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Musterbestellung</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Passwort: Titel</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Passwort</p>
<p>4.2 Office-Anwendungen Homepage</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Homepage</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Homepage</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Homepage</p>	<p>4.2 Office-Anwendungen Homepage: Call-Booking</p>	<p>4.3 Stempel</p>	<p>4.4 E-Mail Signatur</p>
<p>5 Patientendokumente</p>		<p>3.1 Resultatblätter AS</p>	<p>3.1 Resultatblätter AS</p>	<p>3.2 Rezepten</p>	<p>3.3 Arztbriefen</p>	<p>3.4 Informationskarte</p>
<p>6 Publikationen</p>		<p>6.1 Gestaltungskonzept Poster</p>	<p>6.1 Gestaltungskonzept Anordnung</p>	<p>6.1 Gestaltungskonzept Spezial: Einseitige Gestaltung</p>	<p>6.1 Gestaltungskonzept Posterformate</p>	<p>6.2 Broschüren Umring: Anwendungsbeispiel A4</p>
<p>6.2 Broschüren Umring: Poster A4</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Anwendungsbeispiel A4</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Poster A4</p>	<p>6.2 Broschüren Umring: Anwendungsbeispiel A5</p>	<p>6.2 Broschüren Umring: Poster A5</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Anwendungsbeispiel A5</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Poster A5</p>
<p>6.2 Broschüren Umring: Anwendungsbeispiel A5S</p>	<p>6.2 Broschüren Umring: Poster A5S</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Anwendungsbeispiel A5S</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Poster A5S</p>	<p>6.2 Broschüren Umring: Spezialformat: Querlatr. 21cm x 21cm</p>	<p>6.2 Broschüren Umring: Spezialformat: Querlatr. 21cm x 21cm</p>	<p>6.2 Broschüren Inhalt: Anwendungsbeispiel: Querlatr.</p>

Das Publikationenkonzept

Universitätsspital Basel Corporate Design Manual, 16. September 2011 Unternehmenskommunikation, Urs Flury, Telefon +41 061 268 65 02, uflury@uhb.ch 90

6.2 Broschüren

Umschlag Anwendungsbeispiele A4

Die Umschlaggestaltung ist variabel, besetzt jedoch in der Regel aus den Elementen Logobalken, Bildfläche und Titelfalten in Rot oder Transparent-Weiss.

Die Rückseite der Publikationen ist standardisiert.

Titelseite Beispiel 1

Titelseite Beispiel 2

Titelseite Beispiel 3

Titelseite Beispiel 4

Universitätsspital Basel Corporate Design Manual, 16. September 2011 Unternehmenskommunikation, Urs Flury, Telefon +41 061 268 65 02, uflury@uhb.ch 91

6.2 Broschüren

Umschlag Raster A4

Die Standard-Titelseite kann im Rahmen der klaren Vorgaben hinsichtlich der Platzierung und der Farbe des Textfeldes variiert werden. Die Grösse des Weissraums und die Logo-Position bleiben immer gleich.

Auf der Rückseite steht standardmässig unten links der Absender.

WICHTIG!
Leistungsmarken werden nur noch auf der Rückseite ausgesetzt.

Raster
14er-Teilung der Seitenbreite
20er-Teilung der Seitenlänge

Titelseite

4 Module Weissraum
Das Logo wird innerhalb des Rasters oben rechts platziert.

Bild

3 Module Textfeld
Titel optisch platziert
Bild 20% schichtbar
Inhaltsfeld der Bildfläche variabel positionierbar
Bild- oder Farbfläche

A4 Titelseite
Logobreite 65 mm (ohne Chain- und Safetyline)
Die folgenden Angaben zur Typografie sind als Richtwerte zu verstehen.

- **Titelschrift**
LT Univers 330 Basic Light
Grösse 34 Pt.
Zeilenabstand 36 Pt.
- **Untertitel**
LT Univers 330 Basic Light
Grösse 20 Pt.
Zeilenabstand 22 Pt.
Die Gröszenunterschiede zwischen Titelschrift und Untertitel betragen mindestens 12 Pt.
- Farbe**
USB-Rot CO, M103, Y100, KO
Pantone 485CU
Weiss oder Schwarz
- **Balken**
70–80% Weiss, 100% Rot

Universitätsspital Basel Corporate Design Manual, 16. September 2011 Unternehmenskommunikation, Urs Flury, Telefon +41 061 268 65 02, uflury@uhb.ch 92

6.2 Broschüren

Inhalt Anwendungsbeispiele A4

Universitätsspital Basel Corporate Design Manual, 16. September 2011 Unternehmenskommunikation, Urs Flury, Telefon +41 061 268 65 02, uflury@uhb.ch 93

6.2 Broschüren

Inhalt Raster A4

Die Dokumente sind in einem klaren, aber flexibel nutzbaren Gestaltungs-raster aufgebaut. Der Titel fließt einseitig, der Lead sowie der Text laufen ein- bis dreispaltig.

Je nach Textmenge kann die Bildgrösse angepasst werden, die Bildlegenden stehen unterhalb oder neben dem Bild. Grafiken können bei Bedarf in der gewünschten Grösse eingesetzt werden, optional auch auf farbigem Hintergrund.

Raster
14er-Teilung der Seitenbreite
20er-Teilung der Seitenlänge

A4 Inhaltsseiten
Die folgenden Angaben zur Typografie sind als Richtwerte zu verstehen.

- **Titelschrift**
LT Univers 320 Basic Light
Grösse 30 Pt.
Zeilenabstand 32 Pt.
Farbe
Schwarz, USB-Rot
- **Lead**
LT Univers 320 Basic Light
Grösse 16 Pt.
Zeilenabstand 19 Pt.
Farbe
Schwarz 70%
- **Fliesteil**
LT Univers 320 Basic Light
Grösse 10 Pt.
Zeilenabstand 12 Pt.
- Titel im Fliesteil**
LT Univers 320 Basic Medium
Grösse 10 Pt.
Zeilenabstand 12 Pt.
- **Bildlegende**
LT Univers 320 Basic Light
Grösse 8 Pt.
Zeilenabstand 12 Pt.

Broschüren

grosszügiger Bild- / Farbflächenanteil

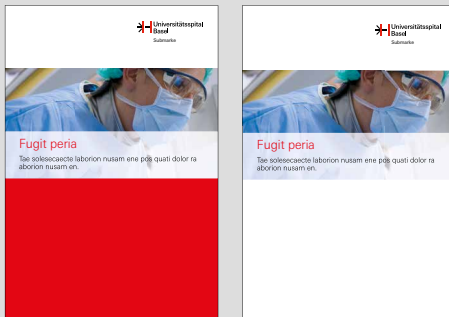
Titelseite ohne Rot



Titelseite mit rotem Balken



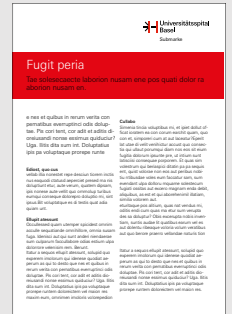
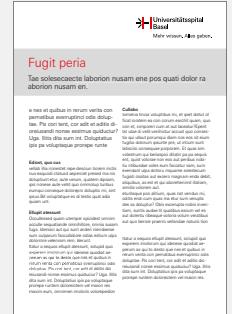
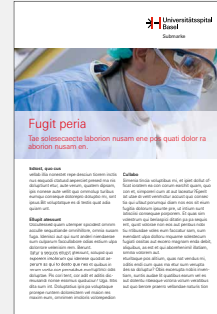
Titelseite mit farbigen Flächen



Flyer

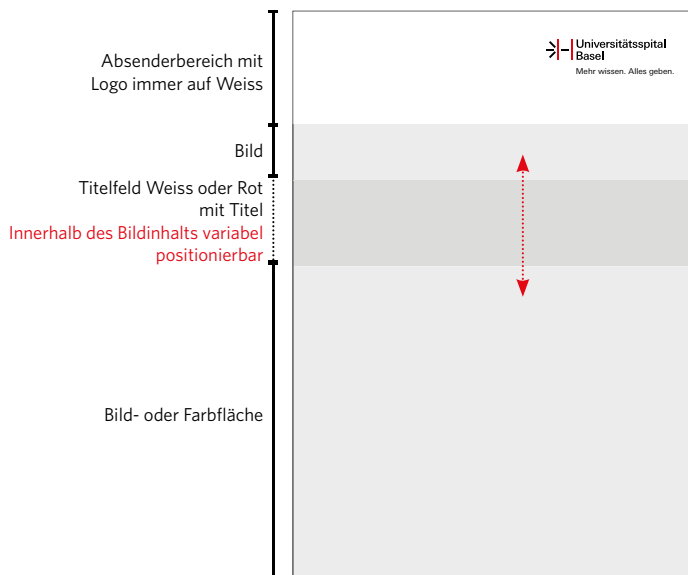
mit Bild

Viel Text, ohne Bild



Übersicht Umschlaggestaltung

Das Gestaltungskonzept für Titelseiten ist fix definiert, es lässt aber Gestaltungsfreiräume offen, so dass auf das Thema oder die Zielgruppe eingegangen werden kann.



Raster Gestaltungskonzept

Das gesamte Gestaltungskonzept der Publikationen des Universitätsspitals Basel basiert auf einem Grundraster.

Dieses Raster wird für fast alle Formate durch die 14er-Teilung der Seitenbreite und die 20er-Teilung der Seitenlänge erstellt. Ausnahmen bilden das Format A6/5 und das Format Quadrat. Die genaue Rastereinteilung wird auf den jeweiligen Seiten dokumentiert.

Detail aus CD-Manual

1.1 Marke Claim

«Mehr wissen. Alles geben.» So lautet der Claim des USB, der auf der Basis des USB-Leitbildes entwickelt wurde. Der Claim ist das Versprechen und der Anspruch des Unternehmens und der Marke USB sowohl nach innen wie nach aussen.

Als Zusatz zum Logo transportiert der Claim die Haltung des Unternehmens USB und dient dazu, die Markenpositionierung zu unterstützen. Der Claim beschreibt, wofür das Unternehmen und die Marke USB stehen, was sie anbieten und was sie auszeichnet.

Gegen aussen bringt der Claim die Stärken kurz und bündig, auffallend, aber auch glaubwürdig auf den Punkt. Gegen innen dokumentiert er die Haltung, die für das Management und die Mitarbeitenden bindend ist.

Markenzeichen mit Claim



Mehr wissen. Alles geben.

Folgende Übersicht beinhaltet die Vorgaben für die Anwendung des Claims

USB-Marke mit Claim	USB-Marke ohne Claim
<ul style="list-style-type: none">– Unternehmenskommunikation (Online- und Print-Medien)– Allgemeine Patienteninformationen (Online- und Print-Medien)	<ul style="list-style-type: none">– Bürokommunikation– Patientendokumente– Formulare
<ul style="list-style-type: none">– Personal/HR/Ausbildung (Publikationen, Stelleninserate, Marketingmittel, Online-Kommunikation)	
<ul style="list-style-type: none">– Leistungsbereiche (Online- und Print-Medien)	<ul style="list-style-type: none">– Ausgewählte Leistungsbereiche bei inhaltlichen Konflikten (u.a. Autopsie)
<ul style="list-style-type: none">– Bereich Infrastruktur/Logistik	
	<ul style="list-style-type: none">– Zentren/Subbrands

Detail aus CD-Manual

7.3 SAP Rechnungswesen

Die SAP-Dokumente richten sich im Hoch- und im Querformat am üblichen sechsspaltigen Raster mit 4 mm Steg aus. Das Logo wird einfarbig schwarz-weiss eingesetzt, die Schrift ist Arial.

Der Kopf der Dokumente besteht immer aus dem Logo rechts oben und einem Dokumenttitel links oben. Der restliche Inhalt wird individuell gestaltet und sollte am sechsspaltigen Raster ausgerichtet sein.

A4 hoch

Endabrechnung stationär Leerzeile Datum/Verfallsdatum: 23.04.2010/23.05.2010 Seite: 1 / 2 Deb. Konto-Nummer: 9005325 Rechnungs-Nummer: 100367147 SAD-Nr.: 0367 4147 05 ABRV/VTYP: SAL2P/SAL2P		Universitätsspital Basel Patientenwesen Medizin Leerzeile Petersgraben 4 4031 Basel Telefon +41 61 265 56 72 oder +41 61 265 44 92 Fax +41 61 265 56 70			
Inter Krankenversicherung AG M7, 19-20 D-68161 Mannheim					
Rechnungsbetrag: 2267.00 CHF					
Zahlbar innert 30 Tagen nach Empfang der Rechnung Bitte unbedingt den Einzahlungsschein verwenden! Für Korrespondenz mit der Versicherung bitte alle Blätter der Rechnung					
Fall Nr.: 53943139 Behandlungsbeginn: 06.02.2010/10:45 Behandlungsende: 10.02.2010/17:30 Austritt: Entlassung Tage angerechnet: 0	Patient-Nr.: 33333333 Name/Vorname: Margrit Muster 333333 Musterwilen Sozialvers.-Nr.: Vers.-Karte: Vers.-Nr.: KV 555555555555 Geb-Datum: 00.00.0000W	Klasse: 2 Garant-Nr.: 9005325 Einweisender Arzt: Meier Claus Musterstrasse 1 12345 Muster			
Basler Kantonalbank (Schweiz) BC-Nummer: 770 Konto-Nr.: 20.590.010.26 IBAN: CH58 0077 0020 0590 0102 6 BIC: BKBBCH33	PostFinance, Bern (Schweiz) BC-Nummer: 9000 Konto-Nr.: 40-80-1 IBAN: CH48 0900 0000 4000 0080 1 BIC: POFICHBEXXX	Deutsche Bank Lönzsch (Deutschland) (Euro- und CHF-Konto) BLZ: 653 700 34 Konto-Nr.: 617750100 IBAN: DE76 6837 0034 0017 7501 00 BIC: DEUTDE33HAN			

6-spaltiges Raster mit 4 mm Steg bildet die Ordnungsstruktur.

Oberer Rand: 12 mm
 Linker Rand: 25 mm
 Rechter Rand: 12 mm
 Unterer Rand: 10 mm

- 1 **Logobreite**
60 mm
- 2 **Dokumentname**
Arial Regular/Bold
Grösse 11 Pt.
Zeilenabstand 13 Pt.
- 3 **Warenbewirtschaftung**
Arial Regular/Bold
Grösse 8,5 Pt.
Zeilenabstand 10 Pt.
- 4 **Empfänger**
Arial Regular/Bold
Grösse 8,5 Pt.
Zeilenabstand 10 Pt.
- 5 **Betreff**
Arial Bold
Grösse 11 Pt.
Zeilenabstand 13 Pt.

Arial Bold
Grösse 15 Pt.
- 6 **Inhalt**
Arial Regular/Bold
Grösse 8,5 Pt.
Zeilenabstand 10 Pt.
- 7 **Zahlungs- und Lieferangaben**
Arial Regular
Grösse 8,5 Pt.
Zeilenabstand 10 Pt.
- 8 **Absender**
Arial Regular/Bold
Grösse 8,5 Pt.
Zeilenabstand 10 Pt.
- 9 **Linie**
0,5 Pt.

Detail aus CD-Manual

4.1 Print-Anwendungen Visitenkarte mit Zentrum

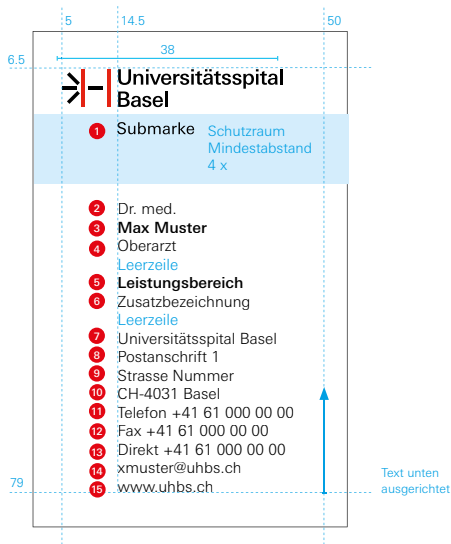
Alle Print-Anwendungen sind nach demselben Gestaltungsprinzip aufgebaut. Es besteht aus vier Teilen:

1. Logobereich, Logo mit oder ohne Submarke
2. Wenn vorhanden Personenangaben
3. Leistungsbereich
4. Adressangaben

Diese Informationen befinden sich immer rechts im Dokument, einzige Ausnahme bildet die Visitenkarte.

Die Gestaltungsvorgaben der jeweilig abgebildeten Dokumente müssen eingehalten werden.

Visitenkarte, 54 mm x 85 mm (100%)



Folgende Angaben sollen auf einer Visitenkarte aufgeführt werden:

- 1 Logo farbig, wenn vorhanden mit Submarke
- 2 Akademischer Grad
- 3 Vorname Nachname
- 4 Funktion
- 5 Leistungsbereich
- 6 Zusatzbezeichnung
- 7 Absenderangaben
- 8 Postanschrift
- 9 Strasse mit Nummer
- 10 PLZ Ort
- 11 Telefon allgemein
- 12 Fax allgemein
- 13 Telefon direkt
- 14 E-Mail-Adresse
- 15 URL

Schriften

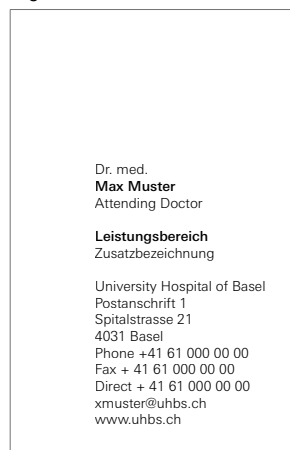
LT Univers 530 Basic Medium
Grösse 7,5 Pt.
Zeilenabstand 9 Pt.

LT Univers 330 Basic Light
Grösse 7,5 Pt.
Zeilenabstand 9 Pt.

Vorderseite

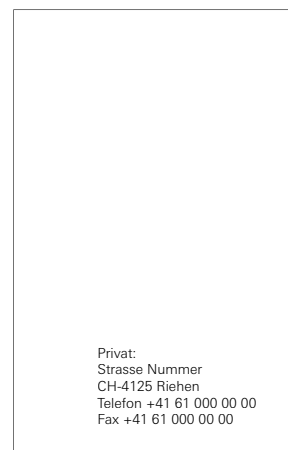


Englisch-Version Rückseite



Optional

Privatadresse Rückseite



Detail aus CD-Manual

6.2 Broschüren Umschlag Anwendungsbeispiele A5

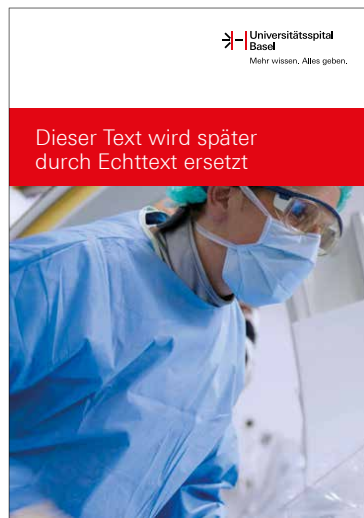
Die Umschlaggestaltung ist variabel, besteht jedoch in der Regel aus den Elementen Logobalken, Bildfläche und Titelfeld in Rot oder Transparent-Weiss.

Die Rückseite der Publikationen ist standardisiert und sieht deshalb immer gleich aus.

Titelseite Beispiel 1



Titelseite Beispiel 2



Titelseite Beispiel 3



Titelseite Beispiel 4



WIR ÜBER UNS/

Facing AG hat einen breiten Erfahrungsschatz mit Kunden unterschiedlicher Grösse aus diversen Branchen. Wir verstehen uns als Architekten von markenstrategischen und visuellen Konzepten, die Raum für einen starken Auftritt schaffen und langfristig anwendbar sind. Ziel ist es, Ihre Marke, Ihre Produkte und Dienstleistungen erlebbar und unverkennbar zu machen. Wir setzen uns intensiv mit der Identität, der Positionierung und insbesondere mit den strategischen Zielen unserer Kunden auseinander. So schaffen wir es, ein solides Fundament für die Markenbildung und Markenpflege zu bieten.

BERATUNG FÜR MARKEN/

Markenführung Markenmanagement

Wir unterstützen Sie bei der Entwicklung und der Erarbeitung einer eigenständigen Markenpersönlichkeit. Wir begleiten Sie bei der Führung Ihrer Marke mit strategischer Beratung. Ausgehend von fundierten Marktanalysen und basierend auf Ihren Zielsetzungen entwickeln wir massgeschneiderte Identitätsprofile und Positionierungen. Daraus folgt die Komposition einer wirkungsvollen Markenarchitektur. Das ist die Grundlage für eine erfolgreiche Führung Ihrer Marke sowie die daraus resultierende langfristige Steigerung des Markenwertes.

Digitale Markenführung

Die Digitalisierung und die technologischen Entwicklungen bringen laufend neue Anforderungen mit sich, ständig kommen neue Touchpoints mit einer Marke hinzu. Wir unterstützen Unternehmen, die digitale Transformation mit ihren Chancen und Kanälen und die daraus resultierende steigende Komplexität in der Markenführung durch den Einsatz modernster Technologien besser beherrschbar zu machen.

Naming

Wir entwickeln Markennamen, die einen wesentlichen Beitrag zur Schaffung von Markenbekanntheit und Markenpositionierung leisten. Der passende Markenname unterstützt die Bekanntheit und vermittelt gleichzeitig das gewünschte Markenimage.

KOMMUNIKATION/

Markenkommunikation

Die Positionierung, das Image und die Bekanntheit Ihrer Marke wird durch Marketingkommunikation aufgebaut. Mit überzeugenden Kommunikationskonzepten sorgen wir dafür, dass Sie Ihre Marke im Markt rasch und wirksam etablieren können. Effiziente und zielgerichtete Kommunikation kann schon in kurzer Zeit für eine hohe Markenloyalität sorgen. Dabei ist die systematische Abstimmung des gesamten Kommunikationsmixes für eine Marke von grösster Bedeutung. Unser Ziel ist es, eine Ergänzung und Verstärkung aller Eindrücke zu erreichen, die von verschiedenen Kontaktmedien – sei es Public Relations, Investor Relations, Werbung oder Web – ausgelöst werden. Der Verbraucher soll die Möglichkeit haben, Ihre Marke als harmonisches Ganzes wahrzunehmen. Dadurch soll der Verbraucher zu einer positiven Einstellung gegenüber Ihrer Marke kommen.

DESIGN/

Markenentwicklung Design Programme Packaging Informationsdesign Editorial

Wir entwickeln und realisieren Designlösungen, die den visuellen Auftritt von Unternehmen, Dienstleistungen, Produkten bis hin zu Verpackungen prägen. Dabei streben wir gut durchdachte und konsequent umgesetzte Lösungen an, deren Ausstrahlungskraft Akzente setzt. Unsere Designlösungen schaffen Wiedererkennbarkeit und bleiben auch langfristig durch ihre starke Identität unverwechselbar.

BERATUNG FÜR MARKEN/
KOMMUNIKATION/
DESIGN/**facing**[®]

Facing AG
Forchstrasse 59
8032 Zürich
Schweiz

Telefon +41 44 380 61 23

www.facing.ch
info@facing.ch