



# Corporate Design Manual für die SAC-Sektionen

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Die Marke .....</b>	<b>2</b>
1.1	Das Logo des SAC.....	2
1.2	Das Logo für Sektionen und Regionalzentren .....	4
1.3	Die Logo-Darstellung und ihre Grösse.....	5
1.4	Die Anwendung .....	6
1.5	Das Wording.....	7
<b>2</b>	<b>Die Farben .....</b>	<b>9</b>
2.1	Die Logo- und Designfarben .....	9
2.2	Die Schmuckfarben .....	10
<b>3</b>	<b>Die Schriften .....</b>	<b>11</b>
3.1	Die Hausschriften .....	11
3.2	Die Korrespondenzschrift.....	12
<b>4</b>	<b>Die Briefschriften .....</b>	<b>13</b>
4.1	Das Briefpapier.....	13
4.2	Das Couvert C5 ohne Fenster .....	15
4.3	Das Couvert C5 mit Fenster.....	16
4.4	Das Couvert C4 Hoch mit Fenster .....	17
<b>5</b>	<b>Die Broschüre.....</b>	<b>18</b>
5.1	Das Grundraster.....	18
5.2	Die Titelseite.....	19
5.3	Text/Bild Seiten .....	20
5.4	Tabelle und Boxen .....	22
5.5	Grafiken.....	23

# 1 Die Marke









## 1.1 Das Logo des SAC

Das Logo des SAC setzt sich aus einer Wortmarke und einer Bildmarke zusammen und wird ausschliesslich als Einheit eingesetzt (Ausnahme Kleinstanwendungen, siehe Kapitel 1.4). Es bestehen vier Logoverversionen in den vier offiziellen Landessprachen. Je nach Sprachregion steht die entsprechende Sprache jeweils an erster Stelle und ist fett hervorgehoben. Das Logo besteht aus den Farben Rot, Schwarz, Weiss und Grau (Farbwerte siehe Kapitel 2.1).





### Kontakt

Sämtliche Logos und interne Vorlagen sind bei der SAC-Geschäftsstelle erhältlich:

Schweizer Alpen-Club SAC  
Bereich Kommunikation  
Monbijoustrasse 61  
Postfach  
CH-3000 Bern 14  
medien@sac-cas.ch

	Positiv	Negativ
Deutsch	<b>Schweizer Alpen-Club SAC</b> Club Alpin Suisse Club Alpino Svizzero Club Alpin Svizzer 	<b>Schweizer Alpen-Club SAC</b> Club Alpin Suisse Club Alpino Svizzero Club Alpin Svizzer 
Französisch	<b>Club Alpin Suisse CAS</b> Club Alpino Svizzero Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 	<b>Club Alpin Suisse CAS</b> Club Alpino Svizzero Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 
Italienisch	<b>Club Alpino Svizzero CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 	<b>Club Alpino Svizzero CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 
Rätoromanisch	<b>Club Alpin Svizzer CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpino Svizzero 	<b>Club Alpin Svizzer CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpino Svizzero 

Die Graustufenvariante des Logos besteht aus verschiedenen Grautönen sowie Schwarz. Anwendung z.B. in Schwarzweiss-Broschüren  
Die Bildmarke im einfarbigen Logo ist fein gerastert, um die Farbe Rot und Grau zu simulieren. Anwendung z.B. für Tampondruck, Gravuren, Siebdruck u.a.

	Graustufen	Einfarbig
Deutsch	<b>Schweizer Alpen-Club SAC</b> Club Alpin Suisse Club Alpino Svizzero Club Alpin Svizzer 	<b>Schweizer Alpen-Club SAC</b> Club Alpin Suisse Club Alpino Svizzero Club Alpin Svizzer 
Französisch	<b>Club Alpin Suisse CAS</b> Club Alpino Svizzero Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 	<b>Club Alpin Suisse CAS</b> Club Alpino Svizzero Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 
Italienisch	<b>Club Alpino Svizzero CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 	<b>Club Alpino Svizzero CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer 
Rätoromanisch	<b>Club Alpin Svizzer CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpino Svizzero 	<b>Club Alpin Svizzer CAS</b> Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpino Svizzero 

## 1.2 Das Logo für Sektionen und Regionalzentren

Das Logo für die Sektionen und Zweckverbände (Regionalzentren) besteht ebenfalls aus einer Wortmarke und einer Bildmarke. Oberhalb der viersprachigen Bezeichnung steht jeweils der Name der Sektion bzw. des Regionalzentrums.

### Logozusatz:

- Frutiger 75 Black
- Rot (Pantone Red32 / cmyk 0 | 100 | 100 | 0)
- 15% grösser als die viersprachige Bezeichnung
- Laufweite: 100

Für die Jugendorganisationen der Sektionen existiert kein eigenes Logo. Sie verwenden ebenfalls das Sektions-Logo. Die Vorlagen sind bei der SAC-Geschäftsstelle zu beziehen.

**Sektion Prättigau Baslerkam**  
Schweizer Alpen-Club SAC  
Club Alpin Suisse  
Club Alpino Svizzero  
Club Alpin Svizzer



**Regionalzentrum Sportklettern  
Bern-Mittelland-Emmental**  
Schweizer Alpen-Club SAC  
Club Alpin Suisse  
Club Alpino Svizzero  
Club Alpin Svizzer



**Section Genevoise**  
Club Alpin Suisse CAS  
Club Alpino Svizzero  
Schweizer Alpen-Club  
Club Alpin Svizzer



**Centre régional d'escalade sportive  
romandie centrale**  
Club Alpin Suisse CAS  
Club Alpino Svizzero  
Schweizer Alpen-Club  
Club Alpin Svizzer



**Sezione Ticino**  
Club Alpino Svizzero CAS  
Club Alpin Suisse  
Schweizer Alpen-Club  
Club Alpin Svizzer



**Regionalzentrum Bergsteigen Ost**  
Schweizer Alpen-Club SAC  
Club Alpin Suisse  
Club Alpino Svizzero  
Club Alpin Svizzer



**Secziun Engiadina Bassa**  
Club Alpin Svizzer CAS  
Club Alpin Suisse  
Schweizer Alpen-Club  
Club Alpino Svizzero



## 1.3 Die Logo-Darstellung und ihre Grösse

### Standardgrösse Logo

#### Deutsch:

A4: 60 x 25 mm

A5: 48 x 20 mm

Je nach Sprachversion  
ist das Logo etwas  
breiter oder schmaler.

**Die Höhe ist jedoch  
einzuhalten.**

Die Wahl der Logogrösse  
ist abhängig vom  
Seitenformat der Druck-  
sache. Die Lesbarkeit  
ist stets zu gewährleis-  
ten. Bei unruhigem  
Hintergrund oder wenig  
Kontrast ist das  
Logo tendenziell etwas  
grösser abzubilden (ca.  
5 %).

#### Logogrösse bei grösseren Formaten:

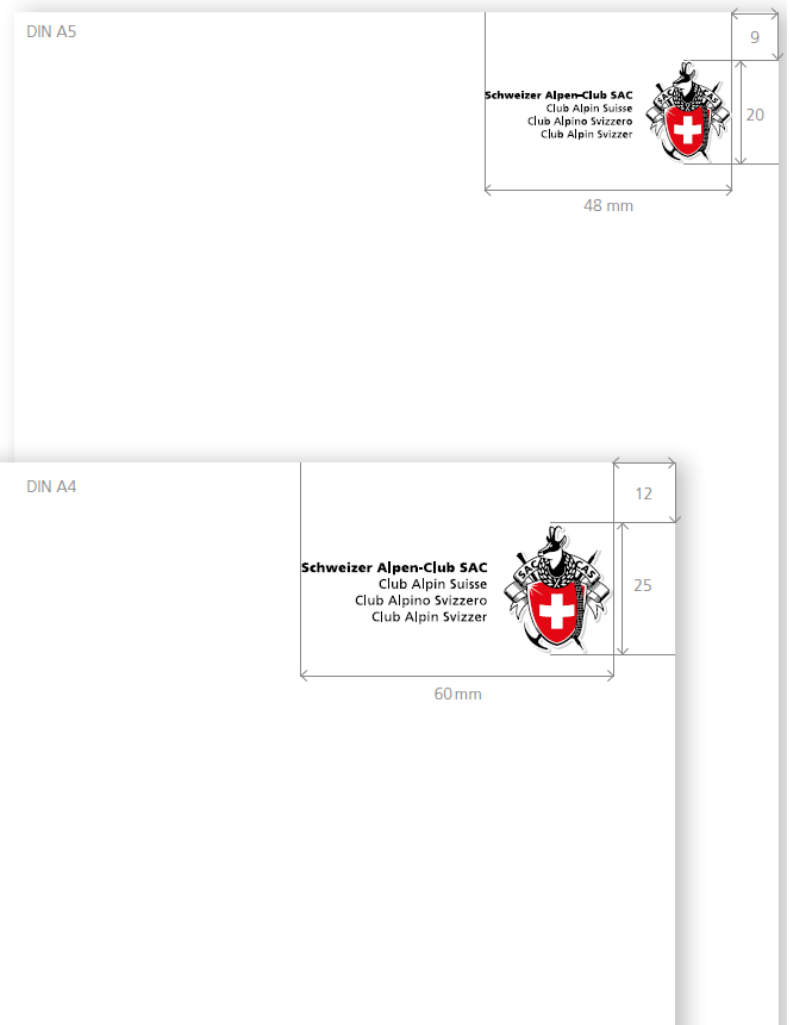
Das Logo vergrössert  
sich proportional  
zum Format:

bei A4 auf A3 Faktor 1.41

bei A4 auf A2 Faktor 2.00

bei A4 auf A1 Faktor 2.82

bei A4 auf A0 Faktor 4.00



## 1.4 Die Anwendung

Das Logo wird unter Berücksichtigung des Satzspiegels in der Regel oben rechts oder unten rechts platziert. Es ist in der Sprache der jeweiligen Drucksache zu verwenden.



Das Logo wird immer waagrecht eingesetzt und vorzugsweise auf weissem Hintergrund platziert. Kontrast und Lesbarkeit müssen immer gewährleistet sein. Wird das Logo auf Bildmaterial, Muster oder kontrastreichen Hintergrund gesetzt, ist auf einen möglichst neutralen Untergrund zu achten.



### Bildmarke



In folgenden Anwendungen darf das Logo ohne Textmarke abgebildet werden.

- SAC-Verlagsprodukte (ausschliesslich Buchrücken)
- SAC-Anstecknadeln
- SAC-Hüttenfahnen
- Artikel des SAC-Clubshop
- SAC-Abzeichen (z.B. Tourenleiter)
- Favicon Website
- Social Media (z.B. Profilbild LinkedIn)

## 1.5 Das Wording

Eine einheitliche Unternehmenssprache definiert, welche Wörter, Begriffe und Formulierungen konsequent eingesetzt werden und welcher Sprachstil gepflegt wird. Diese Vorgaben gelten für alle Texte und Auftritte des SAC – ob Broschüren, Website, Events oder Medienmitteilung.

### Verbandssprache

- Die Verbandssprachen im SAC sind Deutsch und Französisch. Sämtliche Printprodukte werden in zwei Sprachen erstellt. Auch offizielle Dokumente liegen nach Möglichkeit in zwei Sprachen vor. Mündlich wird in der Muttersprache kommuniziert bzw. auf Hochdeutsch.
- Sofern möglich, wird zudem in den romanischen Landessprachen (italienisch, rätoromanisch) kommuniziert. «Die Alpen» sowie die persönlichen Schreiben an bestehende und potentielle Mitglieder und Spender (inkl. Rechnung), Jahresinkasso und Fundraising werden grundsätzlich auf Deutsch, Französisch und Italienisch übersetzt.
- Die Website des SAC liegt auf Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch vor. Die komplette Website ist auf Deutsch und Französisch, die wichtigsten Inhalte werden auf Italienisch und Englisch übersetzt.

### Sprachliche Gleichstellung

Frauen und Männer werden in Texten und Bildern als eigenständige, gleichberechtigte und gleichwertige Personen sichtbar gemacht. Frauen werden immer mit femininen, Männer mit maskulinen Personenbezeichnungen benannt. Bei gemischten Gruppen kommen Doppelformen oder neutrale Bezeichnungen zur Anwendung (Bsp. der Dozent, die Dozentin oder Dozierende). Alternierende Anwendung m/ w in Texten ist zu vermeiden. Kurzformen werden nur in Ausnahmefällen bei beschränktem Platz verwendet (Bsp. der/die Dozent/in). Die weibliche Form wird nicht in Klammer gesetzt (Dozent(in)). Im Französischen gelten die gleichen Regeln (Ausnahme: Klammer bei Kurzformen ist erlaubt).

### Schreibweise

- Schweizer Alpen-Club SAC, Club Alpin Suisse CAS, Club Alpino Svizzero CAS, Club Alpin Svizzer CAS, Swiss Alpine Club SAC
- SAC Verlag, SAC Verlagsverzeichnis, Editions du CAS
- SAC Ausbildungsprogramm, SAC Ausbildung, Formation CAS
- SAC Kunstaussstellung
- SAC Inside, CAS Inside
- SAC-Geschäftsführer
- SAC-Zentralverband
- SAC-Zentralvorstand
- SAC-Sektion
- SAC-Hütte
- SAC-Kurs etc.
- Schreibweise des Logos im Genitiv: des Schweizer Alpen-Club SAC / des SAC
- «Die Alpen», «Les Alpes», «Le Alpi»

### Adresse

Schweizer Alpen-Club SAC  
Fabienne Bögli  
Bereichsleiterin Kommunikation  
Monbijoustrasse 61  
Postfach  
3000 Bern 14  
+41 31 370 18 08  
fabienne.boegli@sac-cas.ch  
www.sac-cas.ch

### **Sonderzeichen**

- Prozent: In Fliesstexten wird Prozent ausgeschrieben, in Tabellen wird das %-Zeichen verwendet. In gelayouteten Texten ist ein Fixabstand vor % nötig.
- Schrägstrich: Vor und nach dem Schrägstrich wird kein Leerschlag verwendet. Ausnahme: Bei Wortgruppen wird aufgrund der besseren Lesbarkeit ein Abstand gesetzt. Beispiel: Schweizer Alpen-Club SAC / ETH.
- Anführungszeichen werden in Office-Programmen „...“ geschrieben, in Printprodukten «...»; auf Französisch gilt stets «...».
- Es soll nach Möglichkeit der Punkt als Aufzählungszeichen verwendet werden.
- Als Trennzeichen soll in Adressen der senkrechte Strich | verwendet werden.

### **Datum und Uhrzeit**

- Das Datum wird wie folgt geschrieben.  
Beispiel: 3.2.2014 (ohne Null).
- Im Fliesstext werden Monatsnamen ausgeschrieben.  
Beispiel: 3. Februar 2014.
- Zeitspannen werden mit einem Gedankenstrich, ohne Abstand, geschrieben.  
Beispiel: 2013–2016.
- Aber: Bei Daten und Zeitangaben steht die Leserlichkeit im Vordergrund, besser in Texten «bis» schreiben.
- Uhrzeiten werden immer mit Punkt geschrieben.  
Beispiel: 12.00 Uhr.

### **Interpunktion**

Es gelten die Interpunktionsregeln für die französische Schweiz. Somit wird **kein** Leerzeichen vor Fragezeichen, Ausrufezeichen, Doppelpunkt, Semikolon sowie Anführungs- und Schlusszeichen eingefügt.

### **Zahlen**

- Dezimalstellen werden mit einem Komma geschrieben.  
Beispiel: 7,35, nur bei Geldbeträgen wird der Punkt verwendet, Beispiel CHF 5.30.
- Tausendergruppen werden mit einem (gesperrten) Fixabstand geschrieben. Beispiel: 10 000. Intern wird für Excel-Tabellen der Apostroph verwendet. Beispiel: 10'000
- Zahlen von 1 bis 12 in Fliesstexten ausschreiben: eins, zwei,... zwölf, ab 13 als Zahlen
- Bei Geldbeträgen wird in Tabellen, bei Rechnungen etc. für den Schweizer Franken CHF verwendet, in Fliesstexten wird Franken ausgeschrieben.
- Die Telefonnummer wird mit der Schweizer Ländervorwahl +41 geschrieben. Beispiel: +41 71 370 18 12

### **Thematik Du/Sie**

- In der Regel wird mit Mitgliedern per Du kommuniziert, mit Nicht-Mitgliedern per Sie.
- Im Zweifelsfall ist die Sie-Form anzuwenden.



## 2 Die Farben

### 2.1 Die Logo- und Designfarben

Die Logofarben des SAC sind Rot, Schwarz, Weiss und Grau. Diese Farben werden sowohl in der Typografie als auch für grafische Elemente verwendet; das Rot hauptsächlich für Auszeichnungen, das Schwarz hauptsächlich für Titel und Fliesstext.

Pantone: Red032  
cmyk: 0 | 100 | 100 | 0  
rgb: 227 | 6 | 19  
web: #e30613



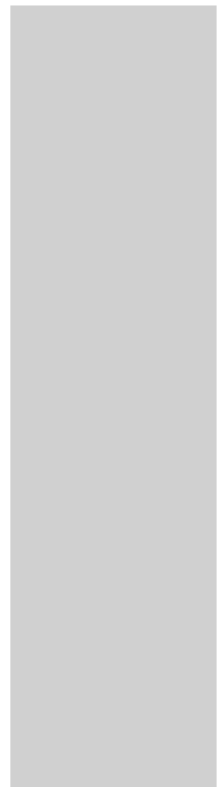
Pantone: Black  
cmyk: 0 | 0 | 0 | 100  
rgb: 0 | 0 | 0  
web: #000000



Pantone: Cool Gray 8 C  
cmyk: 0 | 0 | 0 | 60  
rgb: 135 | 135 | 135  
web: #878787

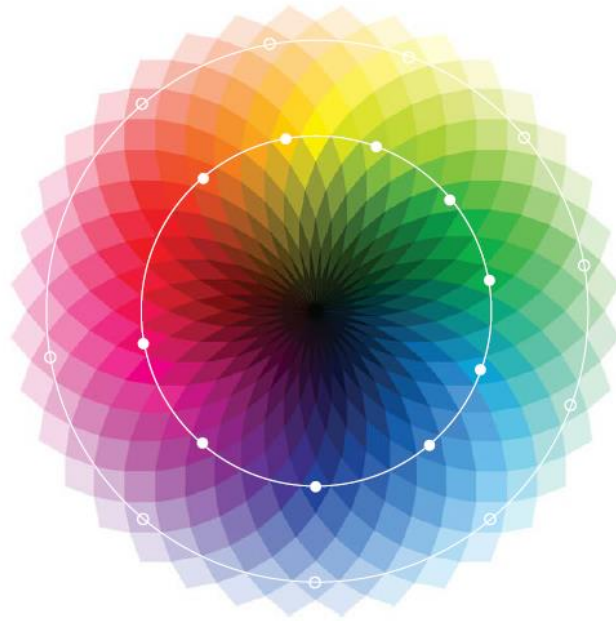


Pantone: Cool Gray 4 C  
cmyk: 0 | 0 | 0 | 25  
rgb: 208 | 208 | 208  
web: #d0d0d0



## 2.2 Die Schmuckfarben

Die erweiterte Farbpalette besteht aus 8 Farben in jeweils zwei Abstufungen. Die helle Variante beträgt 50 % der CMYK-Werte.



cmyk: 0   25   100   0 rgb: 255   195   0	cmyk: 50   0   100   0 rgb: 150   195   30	cmyk: 100   25   100   0 rgb: 0   128   60	cmyk: 100   0   0   0 rgb: 0   160   227	cmyk: 100   80   0   0 rgb: 22   65   148	cmyk: 60   100   0   0 rgb: 130   30   130	cmyk: 0   90   0   0 rgb: 232   48   138	cmyk: 0   60   100   0 rgb: 240   125   0
cmyk: 0   12   50   0 rgb: 255   225   150	cmyk: 25   0   50   0 rgb: 207   225   155	cmyk: 50   12   50   0 rgb: 144   185   147	cmyk: 50   0   0   0 rgb: 131   208   245	cmyk: 50   40   0   0 rgb: 22   65   148	cmyk: 30   50   0   0 rgb: 188   144   193	cmyk: 0   45   0   0 rgb: 245   170   205	cmyk: 0   30   50   0 rgb: 250   193   138

## 3 Die Schriften

### 3.1 Die Hausschriften

Für alle gedruckten Kommunikationsmittel sowie auf der Website kommt die Hausschrift Frutiger in zwei verschiedenen Schnitten zum Einsatz.

Die zusätzliche Serifenschrift Museo Slab sorgt für Emotionalität und Spannung in der grafischen Umsetzung von Kommunikationsmitteln und wird ebenfalls in zwei Schnitten eingesetzt.

#### **Frutiger**

Frutiger 45 Light:  
Logoschrift, Lauftext, Tabellen

Frutiger 65 Bold:  
Logoschrift (1. Zeile), Zwischentitel,  
Auszeichnungen

#### **Museo Slab**

Museo Slab 300:  
Untertitel, Zitate

Museo Slab 900:  
Headlines, Kampagne «Meter über»,  
Auszeichnungen

Frutiger 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Frutiger 65 Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

Museo Slab 300

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Museo Slab 900

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

## 3.2 Die Korrespondenzschrift

Die Korrespondenzschrift gilt für alle Office- Anwendungen (z.B. Briefe, interne Dokumente, E-Mails).

**Arial Regular:**  
Lauftext

**Arial Bold:**  
Titel, Auszeichnungen

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

## 4 Die Briefschriften

### 4.1 Das Briefpapier

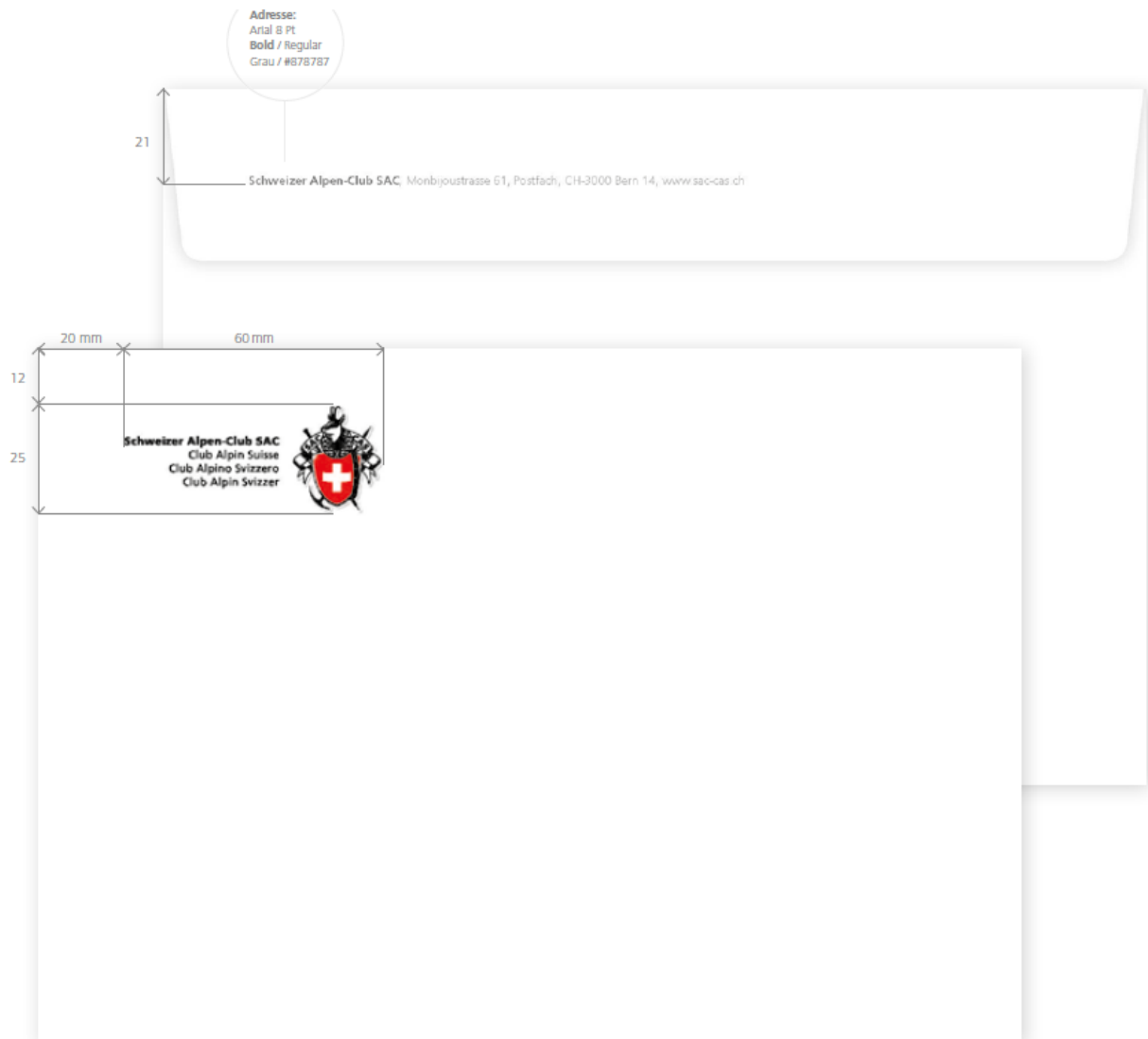
Das Logo ist oben rechts platziert. Auf Höhe der 1. Zeile der Wortmarke steht die Internetadresse in rot. In der Fusszeile stehen an erster Stelle die Kontaktangaben des Absenders und an zweiter Stelle die Firmenangaben in Grau (cmyk: 0 | 0 | 0 | 25). Es gibt zwei Sprachversionen (Deutsch und Französisch).



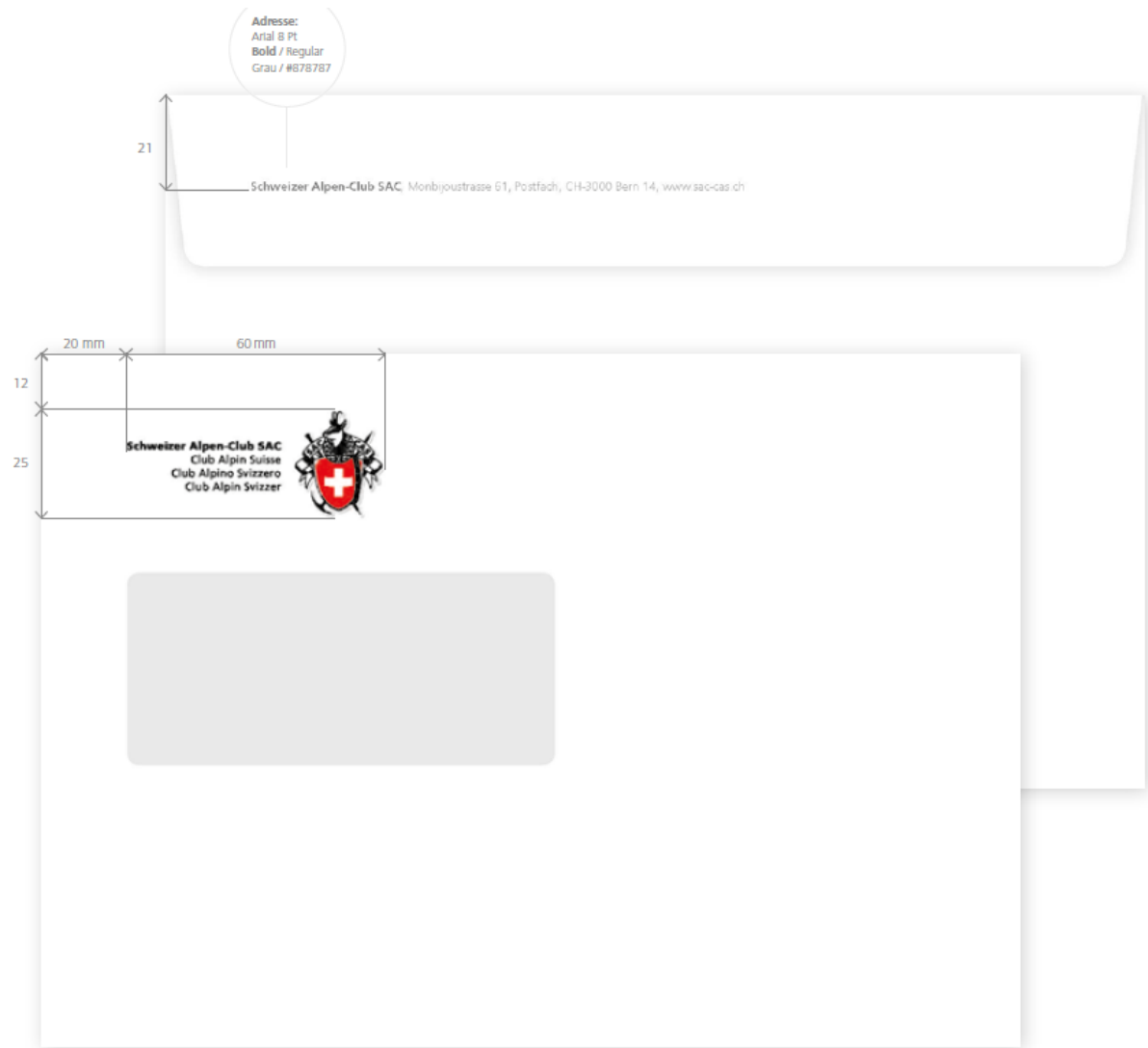
Fliesstext  
 Arial 10 Pt / 12 Pt  
 Regular/Bold/Italic  
 Schwarz / #000000



## 4.2 Das Couvert C5 ohne Fenster

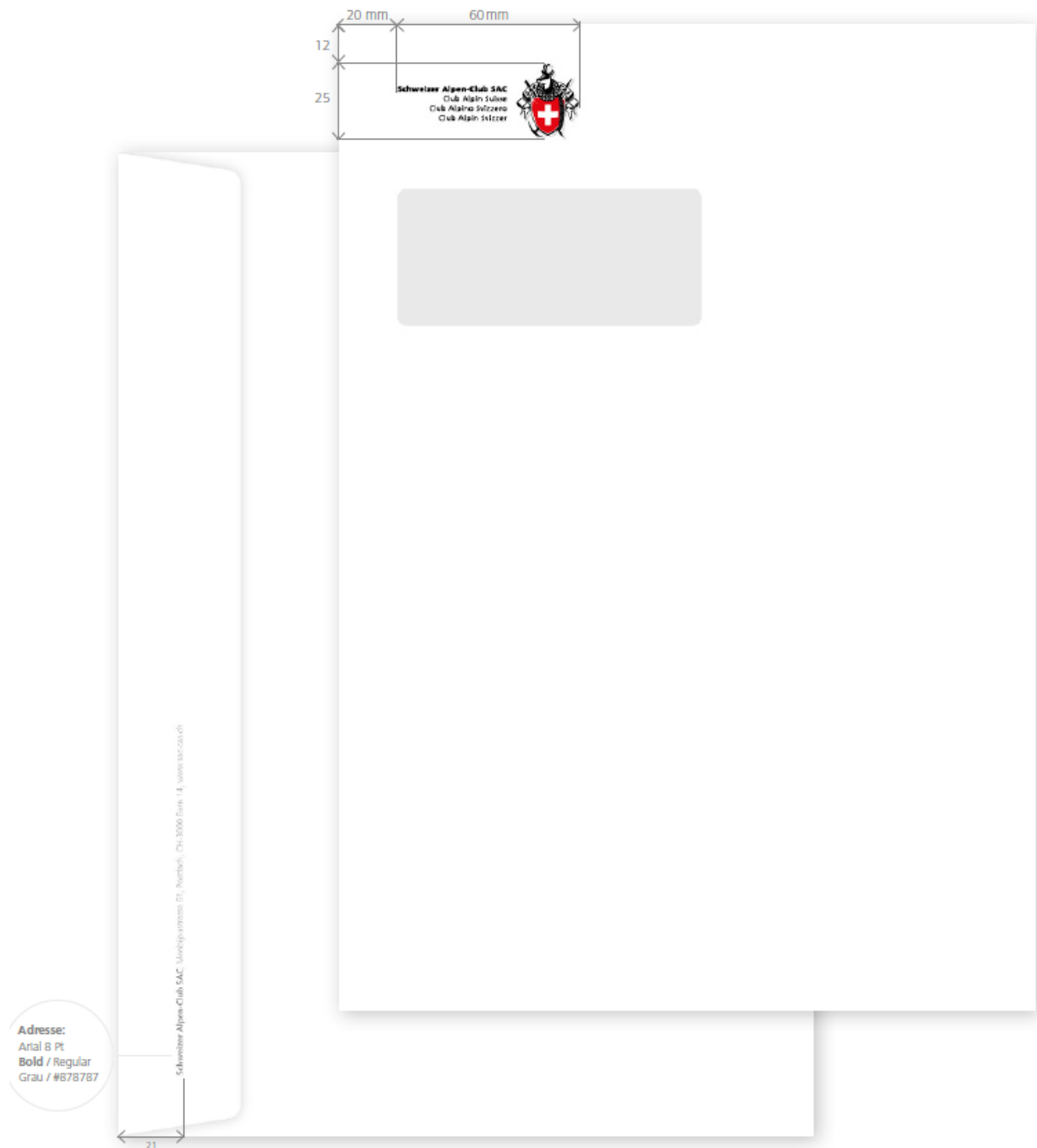


## 4.3 Das Couvert C5 mit Fenster





## 4.4 Das Couvert C4 Hoch mit Fenster



## 5 Die Broschüre

### 5.1 Das Grundraster

In der Regel ist ein offenes 12-Spaltenraster anzuwenden. Dabei steht die Funktionalität (Lesbarkeit, Lesefluss und klare Hierarchie der Inhalte) an erster Stelle.



## 5.2 Die Titelseite

Für die Titelseite ist ein themenspezifisches, aussagekräftiges und qualitativ hochwertiges Bild zu verwenden.

Die Grösse und Position des Titels / Untertitels ist abhängig vom Bild und kann unter Berücksichtigung des Satzspiegels sowie der Lesbarkeit frei platziert werden.

Das Logo wird entweder oben rechts oder unten rechts platziert.

Für Zusatzinformationen kann ein Störerelement, wenn möglich im oberen Bereich der Seite, positioniert werden.

Als zusätzliche Information wird in der Regel unten links die Bildlegende (Ort, wo das Bild aufgenommen wurde) inkl. Copyright vertikal aufgeführt



### 5.3 Text/Bild Seiten

Bilder, Texte und Grafiken werden frei kombiniert um ein harmonisches und ansprechendes Layout zu erreichen. Die Lesbarkeit und klare Hierarchie der Inhalte sollten jederzeit gewährleistet werden. Bilder werden meistens im Rechteck oder vollflächig dargestellt. Ausnahme sind die Porträts, die in Kreisform dargestellt werden. Auch Freisteller dürfen verwendet werden. Die Gestaltung der Texte ist inhaltsabhängig und klar strukturiert, vorwiegend in einem Flattersatz. Texte wie Kapitelbezeichnung, Bildnachweis u.a. können auch vertikal geschrieben werden. Für die Verwendung der richtigen Schriftarten ist Kapitel 3.1. Hausschriften zu berücksichtigen.

[illegible]



**Werde Mitglied im SAC**  
sac.ch

**3668 m ü. Alltag**  
mit dem Schwilense Alpen-Club SAC

**Bergsport**

Wir fördern den verantwortungsbewussten Bergsport als Lebensform und bereichern die lokale Bevölkerung. Wir engagieren uns in unterschiedlichen Bergprojekten, indem wir Ausbildungen und Touren anbieten und das Nachwuchs sowie den Leistungssport unterstützen.

**Wissen**

Unser langjähriges Erfahrung und Wissen ist ein wichtiger Bestandteil der Schweizer SAC-Kultur. Wir bieten einen Bergführer, Karten und Touren, die unsere Mitglieder und Besucher unterstützen.

**Ministreine**

Wir setzen uns für den Erhalt der natürlichen Schönheit der Schweizer SAC-Kultur ein. Damit leisten wir einen Beitrag zum nachhaltigen Tourismus, der unsere Landschaften bewahrt.

**Schutz**

Wir fördern die Eigenverantwortung im Berg. Dabei präsentieren wir Informationen, Schulung und Zubehör. Wir fördern die Entwicklung der Schweizer Bergwelt.

**Tradition**

Der SAC gehört zum Schweizer Kulturerbe und ist ein wichtiger Bestandteil der Schweizer Identität. Wir fördern die Traditionen und Werte der Schweizer Bergwelt.

**Umwelt**

Der SAC gehört zum Schweizer Kulturerbe und ist ein wichtiger Bestandteil der Schweizer Identität. Wir fördern die Traditionen und Werte der Schweizer Bergwelt.

Der Schwilense Alpen-Club SAC ist ein wichtiger Bestandteil der Schweizer Identität. Wir fördern die Traditionen und Werte der Schweizer Bergwelt.

## 5.4 Tabelle und Boxen

Tabellen und Boxen werden am Raster ausgerichtet.  
Tabellenzellen werden wenn nötig  
mit feinen grauen oder schwarzen Linien  
getrennt.

[illegible][illegible]

Dabei werde ich als Trainer und Coach gefragt. Es ist meine Aufgabe, in so einer Situation als und alles zu...

«Ich will kein Klima, wo sie sich  
vorkommen, als müssten sie  
ständig eine Prüfung ablegen.  
Das läuft in einem normalen  
Job auch nicht so.»

Steve Gaskin

sammen zu haben, Ruhe und Sicherheit zu vermitteln. Da werde ich dann sicher auch zu einem Mutterersatz (Lächel). Ich bin dann 24/7 für die Attributen und Assoziationen verfügbar, auch für andere Anliegen als nur das, was unmittelbar das Kettchen betrifft. Ich muss verstehen, was in ihren Köpfen vorgeht, um die optimalen Unterstützung zu können.

**Politische Bildung**

Wie das Barwert-Sumport 2019 aussieht, zeigt folgende Tabelle:

Das Team von **Zeits 24**, **Wirtschaftsberatung** hat als die **Europameisterschaft** und den **Wettbewerb** insgesamt **10** **Medaillen** gefolgt. **100** **Gold**, **150** **Silber** und **200** **Bronze**. Das sind mehr als die Jahre **2017**, **2018**.

Die **CAF** wurde und auch weiterhin in der **Champions**, wie **Europameisterschaft** zeigen.

<i>Aspergillus nidulans</i> spores	2017	2018
Extracellular	163	161
Intracellular	40	44

**David S. Scharfman**

In den Kursen	2017	2018
Bestandteil	176	172
St. Curia-Bestandteil	74	57
St. Curia-Bestandteil	140	115

## Anschließend

Die die Schirmwelt in der 3. Ausstellung ergänzt, analysierte Bussard Bergport 2010 die 14. Ausstellung. Diese konzentrierte und optimiert sie so weit wie möglich. Der SAC knüpfte 2010 ein neues wichtiges Netzwerk mit der Universität Konstanz an. Ziel des Führungsmodells, das sich die Trustees der Schirmwelt als Leitlinie bei der Entscheidungsfindung bewussten und zugehörig kennen, war es mit diesen ungleichen Kräften



## 5.5 Grafiken

Grafiken sollten eindeutig, gut lesbar und visuell ansprechend sein. Die gewählte Farbpalette sollte auf Harmonie und nicht auf Kontrast basieren – z.B. warme Töne mit warmen Tönen oder kalte mit kalten Tönen kombinieren. Grafiken sind in ihrer Form tendenziell einfach und flach. Mit einem Farbverlauf gewinnen flache Formen Tiefe und wirken attraktiver.

Der SAC verfügt über verschiedene Piktogramme. Diese können beim Verlag bezogen werden. Die Verantwortung über Verwendung obliegt ebenfalls beim Verlag.

