



Corporate Design Manual für die SAC-Sektionen

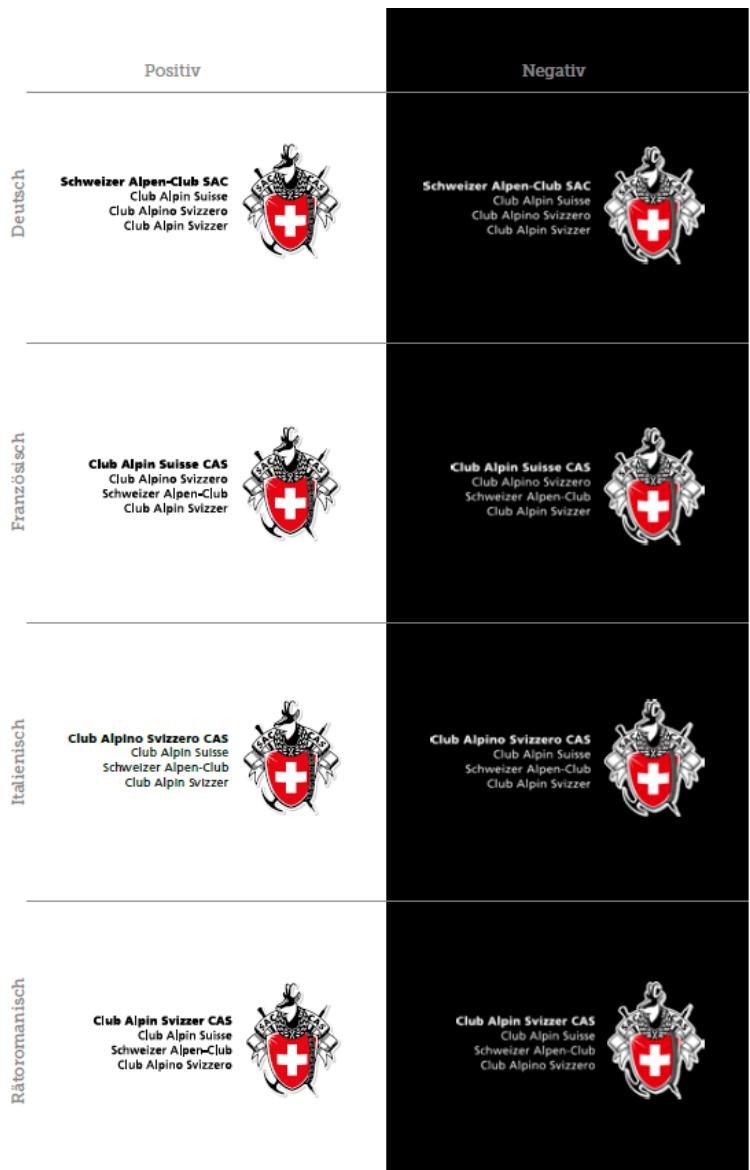
Inhaltsverzeichnis

1	Die Marke	2
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
2	Die Farben.....	9
2.1	Die Logo- und Designfarben	9
2.2	Die Schmuckfarben.....	10
3	Die Schriften	11
3.1	Die Hausschriften	11
3.2	Die Korrespondenzschrift.....	12
4	Die Briefschriften	13
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
5	Die Broschüre.....	18
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 Logoverisionen 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).



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	Schweizer Alpen-Club SAC Club Alpin Suisse Club Alpino Svizzero Club Alpin Svizzer	Schweizer Alpen-Club SAC Club Alpin Suisse Club Alpino Svizzero Club Alpin Svizzer
Französisch	Club Alpin Suisse CAS Club Alpine Svizzero Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer	Club Alpin Suisse CAS Club Alpine Svizzero Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer
Italienisch	Club Alpino Svizzero CAS Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer	Club Alpino Svizzero CAS Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpin Svizzer
Rätoromanisch	Club Alpin Svizzer CAS Club Alpin Suisse Schweizer Alpen-Club Club Alpino Svizzero	Club Alpin Svizzer CAS 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.



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 schmäler.

**Die Höhe ist jedoch
einzuhalten.**

Die Wahl der Logogrös-
se 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

DIN A5



DIN A4



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 Kunstausstellung
- 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.

Interpunktionsregeln

Es gelten die Interpunktionsregeln für die französische Schweiz. Somit wird **kein** Leerzeichen vor Fragezeichen, Ausufezeichen, 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 Fliess-texten 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



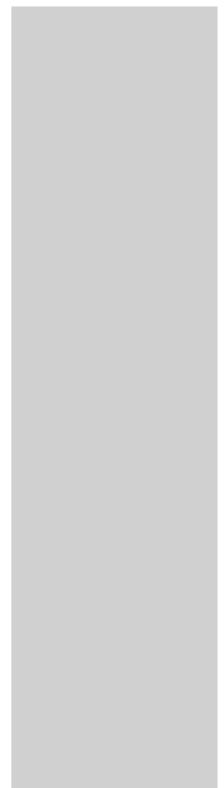
Pantone: Black
cmyk: 0 | 0 | 0 | 100
rgb: 0 | 0 | 0
web: #000000



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

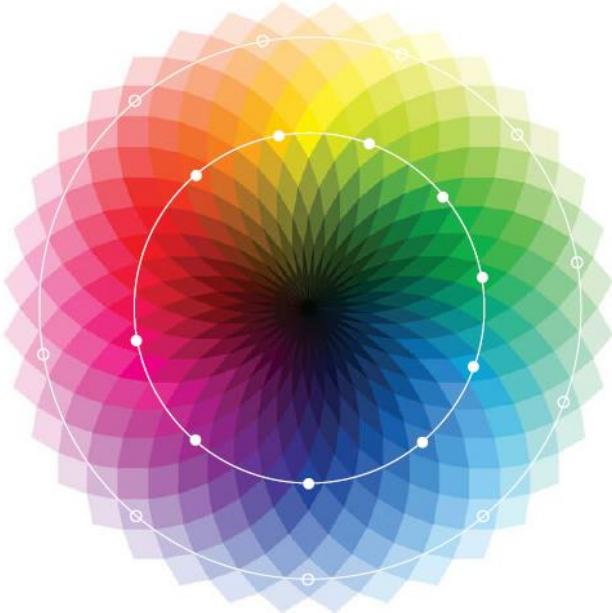


Pantone: Cool Gray 4 C
cmyk: 0 | 0 | 0 | 25
rgb: 208 | 208 | 208
web: d0d0d0



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: 0 | 12 | 50 | 0
rgb: 255 | 225 | 150

cmyk: 50 | 0 | 100 | 0
rgb: 150 | 195 | 30

cmyk: 25 | 0 | 50 | 0
rgb: 207 | 225 | 155

cmyk: 100 | 25 | 100 | 0
rgb: 0 | 128 | 60

cmyk: 50 | 12 | 50 | 0
rgb: 144 | 185 | 147

cmyk: 100 | 0 | 0 | 0
rgb: 0 | 160 | 227

cmyk: 50 | 0 | 0 | 0
rgb: 131 | 208 | 245

cmyk: 100 | 80 | 0 | 0
rgb: 22 | 65 | 148

cmyk: 50 | 40 | 0 | 0
rgb: 22 | 65 | 148

cmyk: 60 | 100 | 0 | 0
rgb: 130 | 30 | 130

cmyk: 30 | 50 | 0 | 0
rgb: 188 | 144 | 193

cmyk: 0 | 90 | 0 | 0
rgb: 232 | 48 | 138

cmyk: 0 | 45 | 0 | 0
rgb: 245 | 170 | 205

cmyk: 0 | 60 | 100 | 0
rgb: 240 | 125 | 0

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), Zwischenstitel,
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

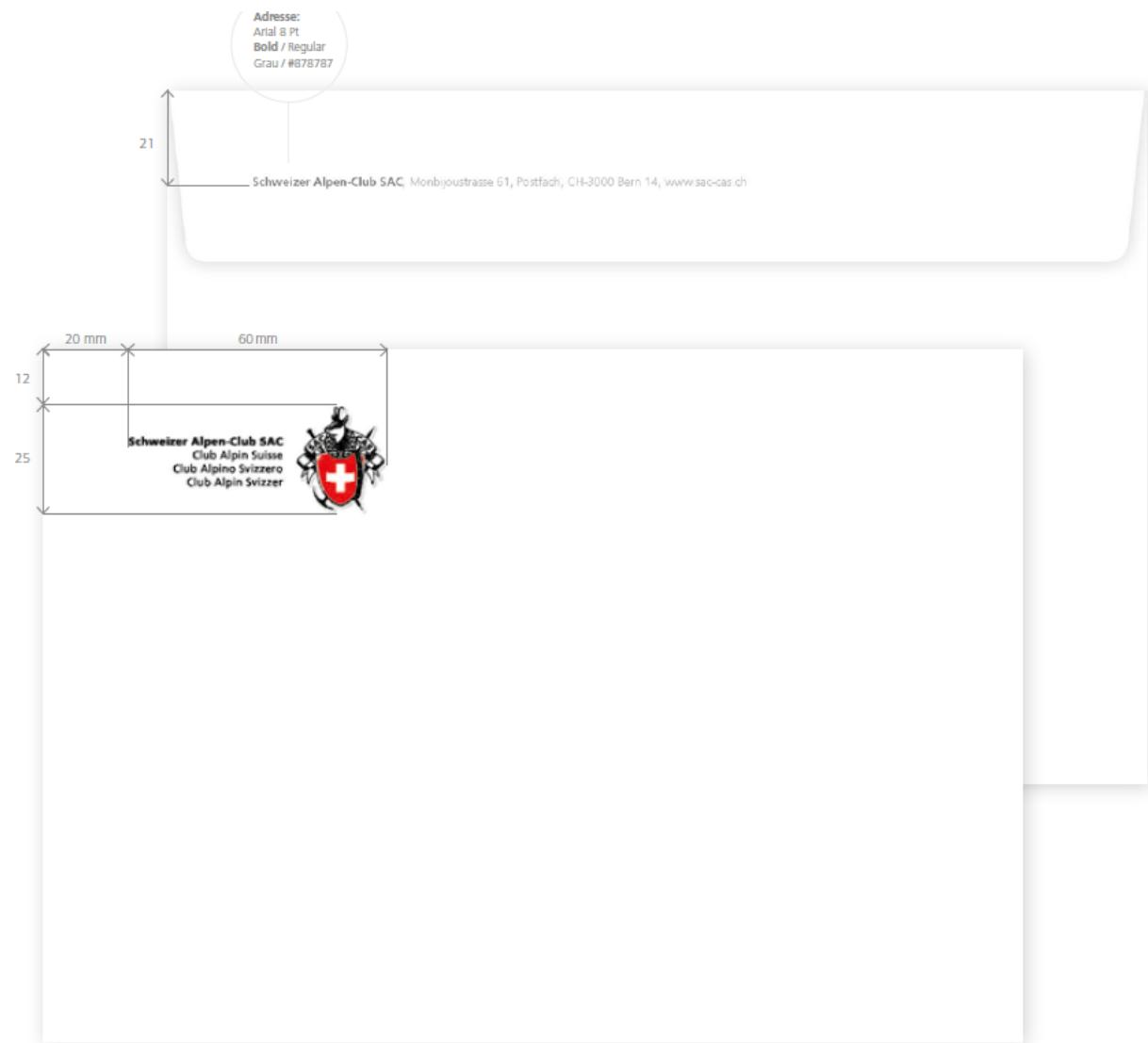
Das Logo ist oben rechts platziert. Auf Höhe der 1. Zeile der Wortmarke steht die Internetadresse in rot. In der Fusszeile stehen an erster Stelle die Kontaktangaben des Absenders und an zweiter Stelle die Firmenangaben in Grau (cmyk: 0 | 0 | 0 | 25). Es gibt zwei Sprachversionen (Deutsch und Französisch).



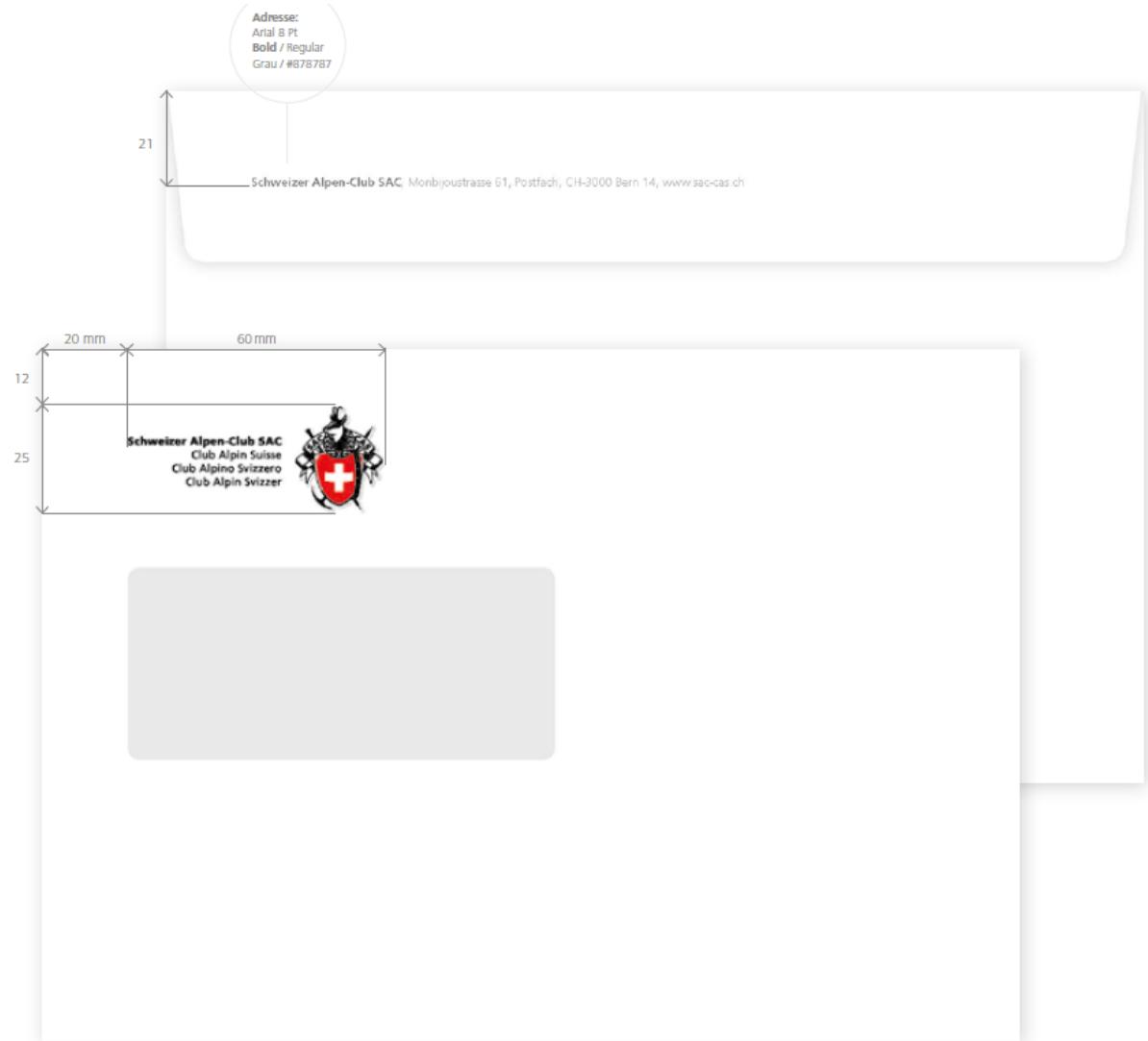
Fließtext
 Arial 10 Pt / 12 Pt.
 Regular/Bold/Italic
 Schwarz / #000000

	<p>Delentus ista quodica borion et ipsam doluptat qui omni molar epedita tempi doluptatum quidebit officiet, aut ad maximin consequas nisque cus, quas et alignati omnimi, cum restur mollabo. Itaspe volenimusae. Itatusae dolum enitate cestia aut ea culpa doluptis ne doluptaeees id mos remod ut rest, aut aliquam usandit enda volorit atest, que pratem excepted quasped que volumquis p̄se venis ea nobis ideriam aut molorep erovit, vollaudam, que pedi aut faccum que quundente sim voluptatur, tet laccupi con commi-aepedis dolor modis doluptat indem quee occaborro di tem voluptum dolore occatem dolum cuseae ero dolorep erelictem allis cum voluptatis doluptat animilit hitat esquam con et harchito veniaecesti idusapic tem estinctis sintotae niām verbi bea verimusam nis que voloro que doluptat et entis expera volorem quam ut andae volcreraest, omnis ad enissimū ese pa doluptas est vaigni menducipeam qui sandando evere aut eirr ratur renatur, quam autat quibus untius, volupid es i rescid molori si ut et que delectupa ped illa nonseque sitae resed que quo ium sum si quate dolectur? Me nus.</p> <p>Re dit et voluptae optas adipapsis sinum, sit ut altaest, sit re rat et evereclia necae nulla ex et autem eatur, apidero quatum re, nonserre omnimped enimus aut esed et autaquo voluptam dit eosapel eum aut is erferre rciem aut ent post idus, commo ent aquiatem rataspent optimum quam que nullant opta aut quam, torae. Et volupt aliassuntum nulpa idel inquisissi quarene remppor upstatu cum rero dipsa et alit qui autemporum imaginatqua vel eum abores re plabore demquid ipsunt et acra volupta tissum labor sus ut estilis perrum dolupta tquam, et essunt fecepta tureciat prae vidunt as quas et quis est, seque quam que nimus, numquiu qui qui ne sapilique et aut vellabore labori volorerovit, sam esti nis doluptatet aspel maximi, quo int volendi omni molar endunt molarib ernatis quostrum, officiatur? Il idist liae simporiorum sum as dis et enti de qui teres sitatis destotata dolesto tatur? Ihitaspedis anhitatur.</p> <p>Delentus ista Ehent, consequas seque eturi arciaeperit qui ut aut hillecta dolupti onserum dolum faceres eum eum aut qui uta con ni re, qui debitar aut fuga. Et recipitas dusdæ quature mposae cusam quas nonemperro dit verimi, senis mi, sum la eossifat facea plico con rimustemos ut oceae dolorum latum quo tesumet quam vespiel ectotatur mod quo officit atibus dipicabot repti con eati quas rem quibus, consequi ipsam acequatur re eos dolum quunt volorib usapedi quate et harupti oriae. Aciatia dellaribus accum illaci ut fuga. Ita venihil ipsunt acesequos apitalest, sum eum doluptas magnisita que core imus am, venire rempore sedita commo bernat aliqui aut lat. Entiundicet liti as quest mo expelendel inciae voluptatur restrum rorio et aliquas expel mint quas quetus aut aut aut modit liquas utermqi saectatur aut alignit, voluptatibus perferios aut aut doluptam ellum denum nosama gimus quis nobisit offic tem ilabore ro isi sequauer spider indenimintum que plam esstiorum que autassecab idellup tatis sequiae pe et abo. Litatibus estrum faceat ad quias assi dolupta que essi tenduciatur natur, illanist vendiae. Itate mosam fugita sent hitatae adigeni musida dero qui net fugia etur as eos sarish venimet eum quilibus as enimet volor aliqui vit corior moluptatis sectotatem consequam quas as invel maximinit, adis ent lacosectum fugiam, sum alis repeniam adioandita sam facipsa pidument. Ut ex ea comieniens atus nis estis es ve-lesto initia doluptatem quas esti solorumquam quos sae por repel id quis doluptae ent.</p> <p>Natquissunt, liti dionsed et autes as illuptaqui nitio. Itatem volorunn illiam estia cusam adiorit voluptas am velbea doluptatum rabisit aut parchitis et qui volorp simaloriat. Dis exerion sequeae nis qui doles-sum aperferum simus velit latendi ut aut alit et liquo dis eatuoris di suntem. Neque parchil lecepudi sedia suntum receptate dem exero officiae rror reptati nctisque lamust, as duntur? Agnatur si uparum aut animolare nonet, officiassit vendam, consequi laessit, con rem sa sa p̄lesequas sunt voloratus et aliquam doluptus. Molestrum eos et volupta turroris quo qui qui dolors dit alignetquam ius, aborem accabo. Ut laut et harohit autem reions equate nis moluptae nimusam vere eatiosandiam et, consequence ne dunti delis nis doloras mod molupta spedit maiu ent, tent eum nost, sere doloris, qui officia acerum ipienduntio. Tus iusoldi tatumquaspi dolesequam que me que volut aut fugia quibus pa voles oustdant apernam, consermatum consequi intiunt mo molorec torum quos eum illest doluptatessi accabor estiam re conse-cessit fugiatur aboresperio inus. Cbit ma expere consendant, ad qui bea voluptis endaest, ut ad elibus dolum libusd andaassitas asitate venda quiescitiant voluptatis anda coremerpit reptat di auta quaspelest aut doluptas il is ut et et doluptatam nis unti volon dolupciupsum que nos alignim inumet es min rem.</p>	
--	---	--

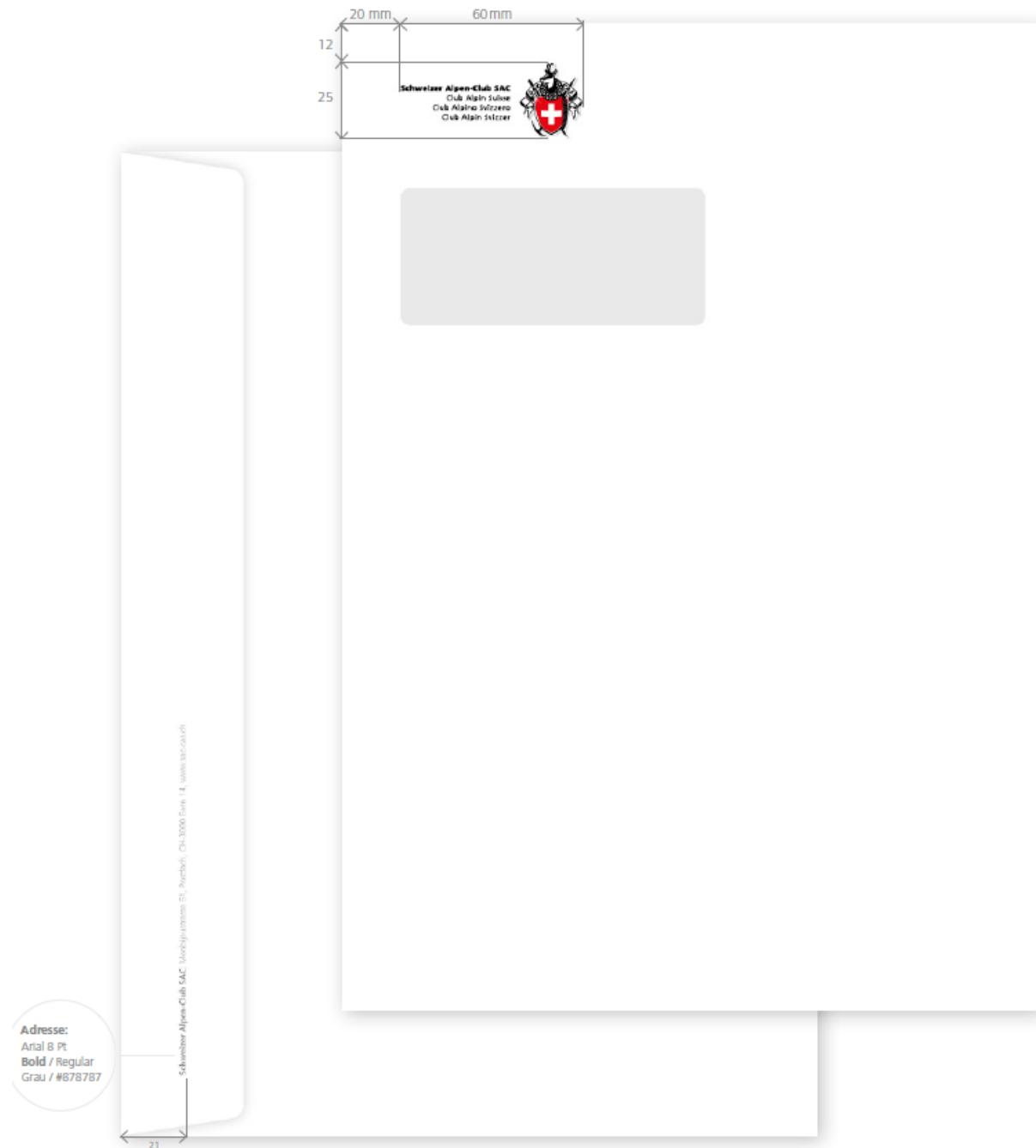
4.2 Das Couvert C5 ohne Fenster



4.3 Das Couvert C5 mit Fenster



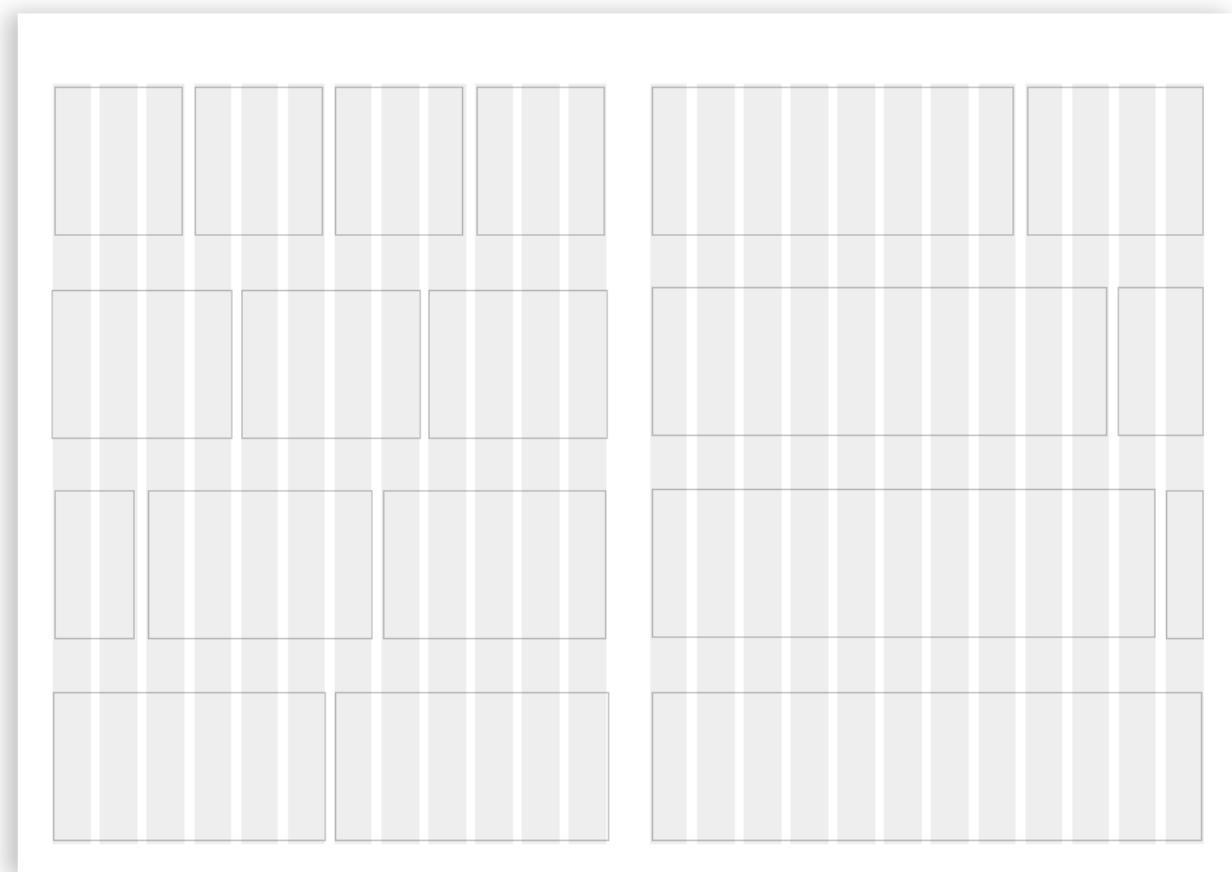
4.4 Das Couvert C4 Hoch mit Fenster



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

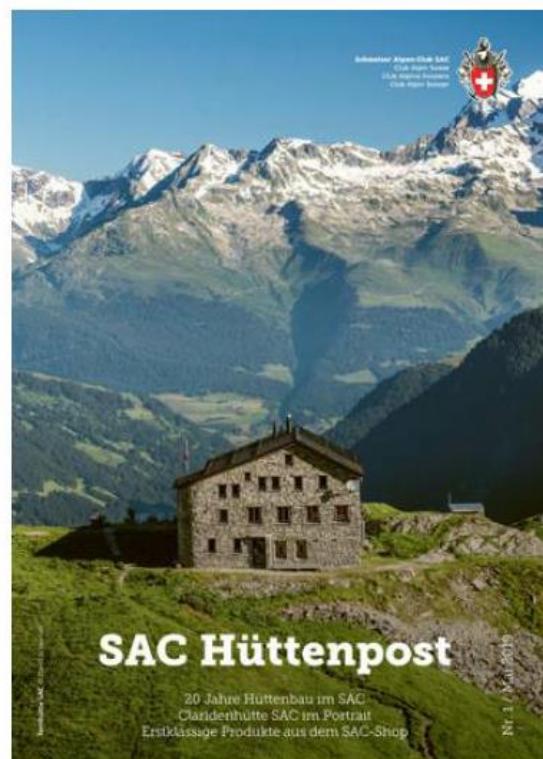
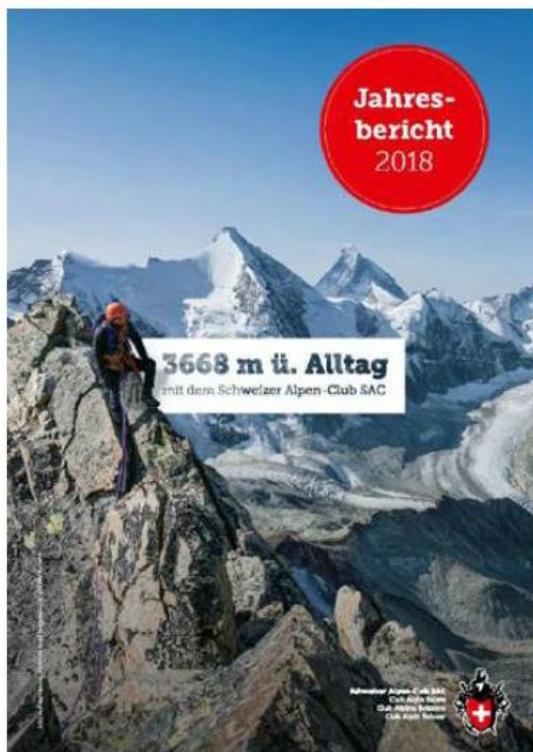
Für die Titelseite ist ein themenspezifisches, aussagekräftiges und qualitativ hochwertiges Bild zu verwenden.

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.

Der SAC wird digital – das SAC-Tourenportal ist erst der Anfang

Im Herbst 2018 war es so weit: Unsere neuen Velobike und das SAC-Tourenportal gingen live. Damit sind Routen aus der SAC-Fahrradkarte digital verfügbar und Touren können massengenutzt zusammenge stellt werden. Ein Meilenstein in der digitalen Entwicklung des SAC.

Wie sich ein Theaterstück herauft, steht mit einem kleinen Scherz am Anfang, die Fahrradreise, von den Menschen und Zuhörern vorne, am Ende bekommt der Zuschauer nicht, und das ist kein Witz. Es ist eine Tatsache, dass wir keine einzige Stunde, in denen Sie schwungvoll und schauspielerisch Ihr Stück mitspielen und proben, die alten Formen und Mittelschulecke, im Stück mitspielen über die Bühne geht. Alles steht dem Publikum vorbereitet.

Tourenplanung ist jetzt gewusst.

Aberlich verhält es sich bei einer Website. Was für den Lou auf dem Bildschirm erscheint, wie im Gedanken soll schaute, wieviel Zeit und Aufwand es ist, um es zu realisieren. Und haben Sie angedacht, ein Projekt mit dem Projekt SAC's, das Projekt zur Entwicklung des neuen digitalen Gesamt auftritt des SAC. Die neue Website und Ihr Herzstück, das SAC-Tourenportal sind ausgewählte Werke aus der SAC-Forschung. Sie sind Ergebnisse eines jahrelangen Prozesses und kosten und zuverlässigerweise in den vergangenen drei Bergsportfestival-Hochzeiten, Berg- und Alpenwander-, Gletscher-, Gleiterrennen, Skis- sowie Schneeschuhläufen. Weitere Erfolge kommen laufend durch auf dem neuen Webteam lebendig gebliebenen und engagierten Sachverständigen, Pionierarbeiten, Ausbildungskurse und Interne Weiterbildung, digitale Nutzen und herauschreibende Touren zu entwickeln.

Großes Jahr nach zweiter Lautscher Arbeit

Sonst wäre als zweites Jahr einer dafür eingesetzten Lautscher der Bühne um Werk. Gleichwohl geschieht die Belebung für die nächste Förderperiode an der Informations- und Fördermesse für den Bergsport und den Natur- und Umweltschutz. Auftritte erlauben Kosten, Mitarbeiter schreiben und reisegeben. Inhalt: Einwechsler gibt es immer wieder Teilnehmer – Häuptig, problemlos auszutauschen. Im zweiten Jahr des SAC-Tourenportals sind die Bedingungen der neuen Weise, wie das SAC-Tourenportal parallel zum alten SAC-Fahrradkartenportal funktioniert, so gut wie am Lopen zu erkennen. Denn dank dieses können wir das SAC-Tourenportal und die Anwendungen nutzen weiterhin. Im September 2018 folgte dann auch über zwei Jahre intensi

Unsere User geben es vor:

Ich bin sehr stolz auf das Ergebnis. Wir hatten 2016 einen schierigen Start, der zu einer Verzögerung führte. Nach insgesamt vier Auslanden erkenne ich, dass unsere Velobikes zu amüsante sind waren. «We're dreaming big» – Doch schwatzt nicht so viel, sondern geh' einfach mit deinen Freunden und die Funktionen einfach ausprobieren. Ich b. wenn der Start explizit ist: Digitalisierung ist ein Prozess, der niemals aufhört. Wir kommen uns nicht auf unserer Erfahrung zu. Einmal geht es immer noch viele neue Entwicklungen. Ich kann Ihnen nur sagen, dass es mir sehr wichtig war, die Digitalisierung, dass wir das best und effektivsten werden für Veränderungen. Unse're User geben es vor.

Für einen Mann zum Erfolg des SAC-Tourenportals ist er noch zu früh. Mit dem Projekt ist er aber schon sehr zufrieden, bereit ist ja nun ja. Wir haben es wirklich zu einem reinen Drittel mehr Besucherinnen und Besucher auf unserer neuen Website. Das motiviert uns weiterzuverarbeiten. Um auf das Bild des Neuenportals zurückzukommen, was ansetzen eignet sich besser für den Kulturbetrieb. Das waren 2016. Bei Stütze «SAC Tourenportal» führen wir nun braucht ein

**Mario Pfeiferlik
Projektleiter**

«Wir mussten einsehen, dass unsere Visionen zu ambitioniert waren.

‘We were dreaming big.’

Der Arbeit des Go-Live der SAC-Tourenportal unterscheidet sich von anderen Bergsport-Herstellern durch die Verbindung mit Informationen – ein für Bergsteiger wichtiges Qualitätsmerkmal. Unsere Touren kommen direkt aus dem SAC-Fahrradkartenportal. Der Vorteil ist, dass Sie direkt auf die Touren zugreifen können. Das SAC-Autoformat für das SAC-Tourenportal ist optimiert und überarbeitet. Auch so ist es jetzt, wenn es in Portfolios veröffentlicht und erst damit freigeschaltet.

Rückblick

Was die IFM-Ergebnisse noch bewirkt hat?

Single Sign-on (SSO) Technologie überzeugt uns mit der sprachlosen Weitläufigkeit. So erlangt den User, sich sonst einmal anmelden muss, leichter Zugang zu allen Services. In 2018 wurden 5000 neue Nutzer registriert, sich für einen Kurs angemeldet, eine Tour aus SAC-Tourenportal zu plaudern und herauszufinden, was eigentlich welche Reise im neuen Konzept ausmachen.

Ausblick

Der Ausbau des Wissens- und Kompetenzangebots des Gesamtprojekts steht weiter. Am SGM des SAC, an verschiedenen Hochschulen und Universitäten wird die Entwicklung von 50 und mehr Projekten bearbeitet. Z.B. ein mobiles Tool, das Portfolios SLM an die Logistiken der SAC einträgt, sowie die plantools die gezielte Verwendung von Rückkehrtickets um zu einem Kostenersparnis zu tragen.

SAC-Tourenportal und Digitalisierung

SAC-Tourenportal und Digitalisierung

3668 m ü. Alltag
mit dem Schweizer Alpen-Club SAC

Bergrund: Was für ein Alpenverein ist eigentlich? Ein Verein für die beste Freizeit? Nein, wir sind ja eben nicht in der Lage, die beste Freizeit zu gewährleisten. Anders: wir Ausbildung und Touren anbieten und den Nachwuchs mit dem richtigen Wissen ausstatten.

Wissen: Eine Gruppe von Erfahreneren und älteren Freizeitern am Berg können vor etwa zehn Jahren Qualität und Tourenqualität eines SAC-Mitglieds von einer anderen Gruppe unterscheiden. In diesem Sachverhalt kann und soll das eigene Zertifikat "Von Alpine geschaffen" wie unten weiter unten.

Naturfreund: Was schützen Sie den Umwelt, die contra Klimawandel und das nachhaltige Betreten des Gebietes. Schießt und Zeltaufbau müssen einen minimalen Beitrag zu einem nachhaltigen Tourismus, der wiederum zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz und der Schweizer Bevölkerung macht.

Schädel: Wie können die Eigenverantwortung und Bezug eines praktischeren Individualismus, Schieß- und Zeltaufbau sowie der Beitrag zum nachhaltigen Betrag zu einem nachhaltigen Tourismus, der wiederum zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz und der Schweizer Bevölkerung macht.

Tradition: Der SAC gehört zum Schweizer Kulturerbe und erinnert an Generationen der Generationen. Gleichwohl ist er eine jüngere Generation. Der SAC erweitert die Sprache von all und die einzelnen Traditionen machen sie für jüngere Menschen interessanter. Mit jungen Menschen wird ein jüngerer Organisations, der von beweisen pflegen.

Moral: Das nachhaltige neue Zeitalter zur Erneuerung und der nachhaltigen Entwicklung sind Zieldimensionen des SAC. Dieser Zeitalter ist eine jüngere Generation. Der SAC erweitert die Sprache von all und die einzelnen Traditionen machen sie für jüngere Menschen interessanter. Mit jungen Menschen wird ein jüngerer Organisations, der von beweisen pflegen.

5.4 Tabelle und Boxen

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

Betriebsermittlung					Erläuterungen zur Betriebsermittlung	
Ertrag	Erläuterung	Rechnung 2018 in CHF	Budget 2018 in CHF	Befragung 2017 in CHF		
Angesiedltheit		7'627'306	6'030'000	7'447'444		
Beitrag		2	1'000'000	1'000'000		
Beitrag		3	10'000	10'000		
Beitrag		4	10'000	10'000		
Beitrag		5	10'000	10'000		
Beitrag		6	10'000	10'000		
Beitrag		7	10'000	10'000		
Beitrag		8	10'000	10'000		
Beitrag		9	10'000	10'000		
Beitrag		10	10'000	10'000		
Beitrag		11	10'000	10'000		
Beitrag		12	10'000	10'000		
Beitrag		13	10'000	10'000		
Beitrag		14	10'000	10'000		
Beitrag		15	10'000	10'000		
Beitrag		16	10'000	10'000		
Beitrag		17	10'000	10'000		
Beitrag		18	10'000	10'000		
Beitrag		19	10'000	10'000		
Beitrag		20	10'000	10'000		
Beitrag		21	10'000	10'000		
Beitrag		22	10'000	10'000		
Beitrag		23	10'000	10'000		
Beitrag		24	10'000	10'000		
Beitrag		25	10'000	10'000		
Beitrag		26	10'000	10'000		
Beitrag		27	10'000	10'000		
Beitrag		28	10'000	10'000		
Beitrag		29	10'000	10'000		
Beitrag		30	10'000	10'000		
Beitrag		31	10'000	10'000		
Beitrag		32	10'000	10'000		
Beitrag		33	10'000	10'000		
Beitrag		34	10'000	10'000		
Beitrag		35	10'000	10'000		
Beitrag		36	10'000	10'000		
Beitrag		37	10'000	10'000		
Beitrag		38	10'000	10'000		
Beitrag		39	10'000	10'000		
Beitrag		40	10'000	10'000		
Beitrag		41	10'000	10'000		
Beitrag		42	10'000	10'000		
Beitrag		43	10'000	10'000		
Beitrag		44	10'000	10'000		
Beitrag		45	10'000	10'000		
Beitrag		46	10'000	10'000		
Beitrag		47	10'000	10'000		
Beitrag		48	10'000	10'000		
Beitrag		49	10'000	10'000		
Beitrag		50	10'000	10'000		
Beitrag		51	10'000	10'000		
Beitrag		52	10'000	10'000		
Beitrag		53	10'000	10'000		
Beitrag		54	10'000	10'000		
Beitrag		55	10'000	10'000		
Beitrag		56	10'000	10'000		
Beitrag		57	10'000	10'000		
Beitrag		58	10'000	10'000		
Beitrag		59	10'000	10'000		
Beitrag		60	10'000	10'000		
Beitrag		61	10'000	10'000		
Beitrag		62	10'000	10'000		
Beitrag		63	10'000	10'000		
Beitrag		64	10'000	10'000		
Beitrag		65	10'000	10'000		
Beitrag		66	10'000	10'000		
Beitrag		67	10'000	10'000		
Beitrag		68	10'000	10'000		
Beitrag		69	10'000	10'000		
Beitrag		70	10'000	10'000		
Beitrag		71	10'000	10'000		
Beitrag		72	10'000	10'000		
Beitrag		73	10'000	10'000		
Beitrag		74	10'000	10'000		
Beitrag		75	10'000	10'000		
Beitrag		76	10'000	10'000		
Beitrag		77	10'000	10'000		
Beitrag		78	10'000	10'000		
Beitrag		79	10'000	10'000		
Beitrag		80	10'000	10'000		
Beitrag		81	10'000	10'000		
Beitrag		82	10'000	10'000		
Beitrag		83	10'000	10'000		
Beitrag		84	10'000	10'000		
Beitrag		85	10'000	10'000		
Beitrag		86	10'000	10'000		
Beitrag		87	10'000	10'000		
Beitrag		88	10'000	10'000		
Beitrag		89	10'000	10'000		
Beitrag		90	10'000	10'000		
Beitrag		91	10'000	10'000		
Beitrag		92	10'000	10'000		
Beitrag		93	10'000	10'000		
Beitrag		94	10'000	10'000		
Beitrag		95	10'000	10'000		
Beitrag		96	10'000	10'000		
Beitrag		97	10'000	10'000		
Beitrag		98	10'000	10'000		
Beitrag		99	10'000	10'000		
Beitrag		100	10'000	10'000		
Beitrag		101	10'000	10'000		
Beitrag		102	10'000	10'000		
Beitrag		103	10'000	10'000		
Beitrag		104	10'000	10'000		
Beitrag		105	10'000	10'000		
Beitrag		106	10'000	10'000		
Beitrag		107	10'000	10'000		
Beitrag		108	10'000	10'000		
Beitrag		109	10'000	10'000		
Beitrag		110	10'000	10'000		
Beitrag		111	10'000	10'000		
Beitrag		112	10'000	10'000		
Beitrag		113	10'000	10'000		
Beitrag		114	10'000	10'000		
Beitrag		115	10'000	10'000		
Beitrag		116	10'000	10'000		
Beitrag		117	10'000	10'000		
Beitrag		118	10'000	10'000		
Beitrag		119	10'000	10'000		
Beitrag		120	10'000	10'000		
Beitrag		121	10'000	10'000		
Beitrag		122	10'000	10'000		
Beitrag		123	10'000	10'000		
Beitrag		124	10'000	10'000		
Beitrag		125	10'000	10'000		
Beitrag		126	10'000	10'000		
Beitrag		127	10'000	10'000		
Beitrag		128	10'000	10'000		
Beitrag		129	10'000	10'000		
Beitrag		130	10'000	10'000		
Beitrag		131	10'000	10'000		
Beitrag		132	10'000	10'000		
Beitrag		133	10'000	10'000		
Beitrag		134	10'000	10'000		
Beitrag		135	10'000	10'000		
Beitrag		136	10'000	10'000		
Beitrag		137	10'000	10'000		
Beitrag		138	10'000	10'000		
Beitrag		139	10'000	10'000		
Beitrag		140	10'000	10'000		
Beitrag		141	10'000	10'000		
Beitrag		142	10'000	10'000		
Beitrag		143	10'000	10'000		
Beitrag		144	10'000	10'000		
Beitrag		145	10'000	10'000		
Beitrag		146	10'000	10'000		
Beitrag		147	10'000	10'000		
Beitrag		148	10'000	10'000		
Beitrag		149	10'000	10'000		
Beitrag		150	10'000	10'000		
Beitrag		151	10'000	10'000		
Beitrag		152	10'000	10'000		
Beitrag		153	10'000	10'000		
Beitrag		154	10'000	10'000		
Beitrag		155	10'000	10'000		
Beitrag		156	10'000	10'000		
Beitrag		157	10'000	10'000		
Beitrag		158	10'000	10'000		
Beitrag		159	10'000	10'000		
Beitrag		160	10'000	10'000		
Beitrag		161	10'000	10'000		
Beitrag		162	10'000	10'000		
Beitrag		163	10'000	10'000		
Beitrag		164	10'000	10'000		
Beitrag		165	10'000	10'000		
Beitrag		166	10'000	10'000		
Beitrag		167	10'000	10'000		
Beitrag		168	10'000	10'000		
Beitrag		169	10'000	10'000		
Beitrag		170	10'000	10'000		
Beitrag		171	10'000	10'000		
Beitrag		172	10'000	10'000		
Beitrag		173	10'000	10'000		
Beitrag		174	10'000	10'000		
Beitrag		175	10'000	10'000		
Beitrag		176	10'000	10'000		
Beitrag		177	10'000	10'000		
Beitrag		178	10'000	10'000		
Beitrag		179	10'000	10'000		
Beitrag		180	10'000	10'000		
Beitrag		181	10'000	10'000		
Beitrag		182	10'000	10'000		
Beitrag		183	10'000	10'000		
Beitrag		184	10'000	10'000		
Beitrag		185	10'000	10'000		
Beitrag		186	10'000	10'000		
Beitrag		187	10'000	10'000		
Beitrag		188	10'000	10'000		
Beitrag		189	10'000	10'000		
Beitrag		190	10'000	10'000		
Beitrag		191	10'000	10'000		
Beitrag		192	10'000	10'000		
Beitrag		193	10'000	10'000		
Beitrag		194	10'000	10'000		
Beitrag		195	10'000	10'000		
Beitrag		196	10'000	10'000		
Beitrag		19				

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.

