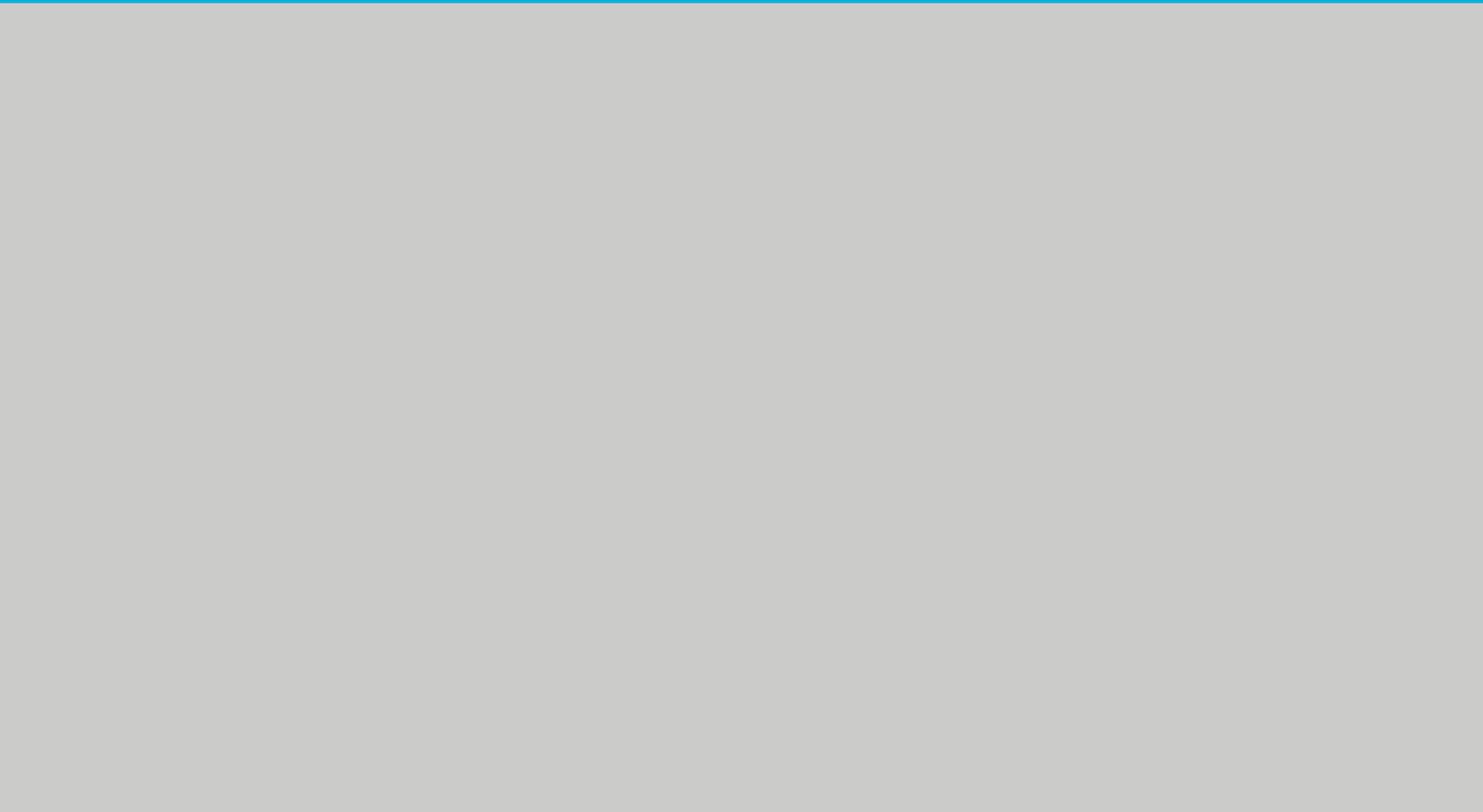


**Identität und Identifikation.
Ein dynamisches System für
Einheit und Vielfalt.**

**Thurgau
Das Erscheinungsbild**

Ausprägung Standortmarketing



**Grundsätze und Richtlinien als
Werkzeuge für gute Arbeit.**

Eine Reihe von Richtlinien regeln die Kennzeichnung, das Designsystem und die Ausprägungsmöglichkeiten.

Über allem steht das Hauptmanual «Thurgau. Das Erscheinungsbild» (Ausgabe 2013).

Dieses zeigt das integrierte System zum Auftritt, die Gemeinsamkeiten und die Abgrenzung Thurgau (Löwen)/Thurgau (Apfel).

Das Manual zum Standortmarketing definiert die visuellen Alleinstellungsmerkmale für sämtliche Verwender/Nutzer der Marke Thurgau Apfel sowie insbesondere Thurgau Tourismus, Thurgautomobil, Agro Marketing Thurgau und die Wirtschaftsförderung.

Siehe auch
www.bldz.tg.ch/erscheinungsbild

Einleitung	3	Systemkomponenten	
		Logo Standortmarketing	6
Kernwerte	3	Gestaltungssystematik	7
Systematik und Grundsätze	4	Ausprägungen für Tourismus	8
		Ausprägungen für Agro Marketing	12
		Ausprägungen für Standortmarketing	14
		Ausprägungen für Thurgaumobil	16
		Kontakt, Bezugsquelle Daten	

Auszug aus den Regierungsrichtlinien

**«Wir haben Gestaltungswillen
und nutzen Gestaltungsräume.»**

**«Wir fördern eine selbstbewusste
Thurgauer Identität.»**



Standortmarketing Thurgau – Thurgau Bodensee, Thurgau Switzerland

Marketing Thurgau – Marke Thurgau Switzerland

Imageförderung und Marketing sind heute unerlässlich, um die Qualitäten eines Standortes über die Kantonsgrenzen hinaus bekannt zu machen. Mit der Marke Thurgau verbinden wir Werte und Qualität. Sie signalisiert seit 1998 mit dem Symbol des Apfels die Einzigartigkeit des Kantons – traditionsbewusst, aber dennoch modern und zukunftsgerichtet. Im Rahmen einer Vielzahl von Massnahmen sowie Aktionen und Events wurde die Marke weiterentwickelt und das mit ihr verbundene Erscheinungsbild in vielfältiger Weise ins Bewusstsein einer breiten Öffentlichkeit gerückt. Unterstützt wurden diese Bemühungen durch die kontinuierliche Arbeit verschiedener Organisationen und Institutionen, die mithalfen, die mit der Marke verbundenen Werte nach aussen zu tragen.

Ich danke allen Beteiligten, die bisher dazu beigetragen haben und weiterhin dazu beitragen werden, die Identität des Kantons mitzugestalten und mitzuprägen. Ich wünsche Ihnen bei dieser Arbeit für den Thurgau weiterhin viel Erfolg und Freude.

Frauenfeld, März 2013

Monika Knill
Die Regierungspräsidentin

Die Kernwerte des Standortmarketings

Spannend

Der Thurgau überrascht.

Der Thurgau ist ein guter Nährboden für pfiffige und mutige Projekte und Produkte. Ein gesunder Pioniergeist sowie eine vielschichtige und inspirierende Wirtschafts- und Kulturlandschaft laden zum Entdecken ein und überraschen immer wieder.

Sicher

Auf den Thurgau ist Verlass.

Im Thurgau spürt man noch so etwas wie Heimat. Die Landschaft ist intakt, man kennt sich und grüsst sich. Die klaren und einfachen Strukturen geben den Besuchern, den Bewohnern und der Wirtschaft Sicherheit und Stabilität.

Vernetzt

Der Thurgau verbindet.

Der Thurgau liegt mitten im Herzen von Europa und verbindet Süddeutschland, Österreich und die Schweiz. Das «Thurgauer Meer», der Bodensee, öffnet den Blick und gibt einen weiten Horizont. Der Thurgau ist offen und freut sich auf seine Gäste. Die Nähe zum Zentrum Zürich und der Flughafen vernetzen den Thurgau mit der Welt.

Unkompliziert

Im Thurgau geht alles einfacher und schneller.

Die Überschaubarkeit und Nähe, die den Thurgau prägen, ermöglichen kurze und direkte Wege. Im Thurgau wird pragmatisch und schnell möglich, was andernorts lange Behördenwege braucht. Das macht alles etwas einfacher, für den Bürger und für den Unternehmer.

Erholsam

Der Thurgau tut wohl.

Der Thurgau ist eine halbe Stunde weg von der Hektik der Grossstadt. Im Thurgau spürt man, was Lebensqualität heisst, man riecht die Landschaft und erlebt die Jahreszeiten. Man hat Erholung und Arbeit an einem Ort, es gibt romantische Ecken und viele Möglichkeiten, die schönen Seiten des Lebens zu geniessen – bei Sport oder Essen, bei Kunst und Kultur.

Durch seine landwirtschaftlichen Produkte schickt der Thurgau ein Stück Wohlsein auch in die übrige Schweiz und in die Welt.

Das Erscheinungsbild des Kantons Thurgau und die Ausprägung für Thurgau Apfel

1. Das gemeinsame Tor zum Thurgau

Regierung, Verwaltung und Standortmarketing verfügen über eine integrale Kennzeichnung und ein gemeinsames visuelles System zum Auftritt. Dieses gemeinsame Tor heisst: Thurgau. Der Begriff Thurgau ist die übergeordnete verbale Klammer und die visuelle Konstante der beiden Logoausprägungen.

2. Differenzierung und Identifikation

Die Regierung, die Gerichte, die Verwaltung und alle kantonalen Betriebe zeigen ihre Zugehörigkeit mit dem Logo Thurgau (Löwen).

Botschaften aus dem Bereich Standortmarketing, Tourismus, Produkt Marketing und dem allgemeinen Lebensraum Thurgau sind am Logo Thurgau (Apfel) erkennbar.

Doppelmarkierungen – Logo Thurgau (Löwen), Logo Thurgau (Apfel) – sind nicht zulässig. Es signiert die aus der Sicht der Wahrnehmung relevante Stelle.

Organisationseinheiten verwenden keine eigenen Logos. Die Kennzeichnung erfolgt über eine rein typografische Lösung. Im Sinne einer richtigen Wahrnehmungsfolge kann eine optische Gewichtung im Verhältnis zum Logo Thurgau (Apfel) erfolgen.

Im Sinne einer markanten Kennzeichnung und einer klaren visuellen Führung entlang der Kontaktkette sind auf Stufe Leistungspakete oder Marketingaktivitäten keine weiteren «Logo-Kreationen» erwünscht. Allfällige Bedürfnisse sind dem Markenrat zu unterbreiten.

Das Corporate-Design-System für Thurgau (Apfel) basiert auf dem System des Kantons. Es besteht aus verschiedenen Bausteinen, die zum Gesamtbild beitragen und je nach Kommunikationsziel unterschiedlich gewichtet werden.

Im Resultat entsteht ein Gesamtbild mit differenzierten Ausprägungen und grosser Wiedererkennbarkeit. Das Logo, die Farben, der Horizont, die Typografie und die Gestaltungssystematik transportieren zusammen mit den zu vermittelnden Werten und Botschaften die Teile, welche zwischen Sender und Empfänger in Beziehung gebracht werden müssen, um Identität und Identifikation zu ermöglichen.

Frauenfeld, Mai 2013
Edgar Georg Sidamgrotzki

Die Kennzeichnungselemente zur Identifikation auf der ersten Wahrnehmungsebene

Logo
Horizont

Inhalt und Form: Die Elemente zur Steuerung der Anmutung

Farbprogramm
Schriftprogramm

Designcodes:
Das Zusammenspiel von
Kennzeichnung, Bildern,
Horizont und Typografie

Thurgau 

Thurgau 
B O D E N S E E

Thurgau 
S W I T Z E R L A N D



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Das Logo des Standortmarketings

Die Signatur Thurgau (Apfel) besteht durch die Prägnanz der Typografie und die Symbolkraft des Apfels. Schrift und Zeichen sind eine Einheit und dürfen nur als Ganzes in unveränderter Form reproduziert werden. Üblicherweise erscheint das Logo auf weissem Untergrund in der Ausprägung Schwarz/Rot. Die Minimalgrösse stellt eine einwandfreie Reproduktion sicher und sollte nicht unterschritten werden. Das Logo braucht einen minimalen geschützten Raum und soll nicht auf einem unruhigen Hintergrund platziert werden.

Das Logo Thurgau (Apfel) hat je nach Einsatzgebiet eine geografische Stützung mit einer definierten Fusszeile. Weitere Zusätze sind nicht erlaubt.



Aus markenrechtlichen Gründen darf das Symbol des Apfels unter keinen Umständen isoliert angewendet werden.

Logo

Thurgau 

Thurgau 
B O D E N S E E

Thurgau 
S W I T Z E R L A N D

Medienspezifische Logos

Thurgau 
Agro Marketing

Logofarben

Pantone: Red 032
CMYK: M 100%, Y 100 %
RGB: 255/0/0
Internet: FF0000
NCS: S 1085-Y 90R
RAL: 3020 Verkehrsrot
3M Scotchcal: 100-368



Geschützter Logoraum



Minimale Logogrösse

Thurgau 
26 mm

Horizonte – nah und fern

«Horizonte – nah und fern» kann aus der Sicht der Gesellschaft, der Politik, der Kultur, der Bildung, des Tourismus, der Wirtschaft oder des Lebensraums interpretiert werden.

Die absolute Abstraktion erfolgt als farbiger Horizont. Gelb, Grün, Blau – ein Klang, der für Geist, Frische, Wachstum und Zukunft steht und in dem der Bezug zum Bodensee, zur Landschaft und zu den Farben der Heraldik offensichtlich wird.

Absicht und Wirkung

Der Horizont ist die visuelle Klammer, die dem Erscheinungsbild des Kantons Thurgau ein eigenständiges und merkfähiges Muster zuordnet. Gerade bei serieller Anwendung wird er zu einem Alleinstellungsmerkmal zur Aufmerksamkeitslenkung und raschen Identifikation.

Im Printbereich und im Internet sind Einsatz, Platzierung und Dimensionalität des Horizonts geregelt und mittels digitaler Vorlagen gesichert.

Damit der Horizont über alle Medien sinngemäss und spannungsvoll zum Einsatz gelangt, müssen die Proportionen zur Grundfläche definiert sein.

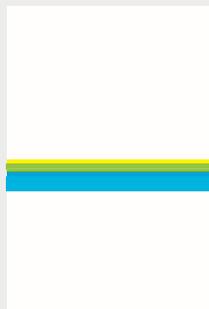
Die angestrebte Wirkung ist die eines Bandes. Der Horizont soll weder als Linie noch als Fläche wirken.

Minimal: Verhältnis Horizont zu Restfläche 1:10 (Broschüren)

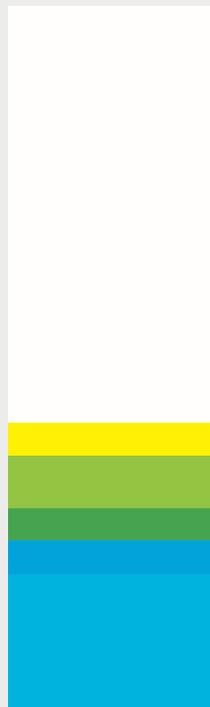
Maximal: Verhältnis Horizont zu Restfläche 1:1,5 (Autobahntafel)

Exemplarische Wirkung am Beispiel von Broschüren, Flaggen, Tafeln und Plakaten

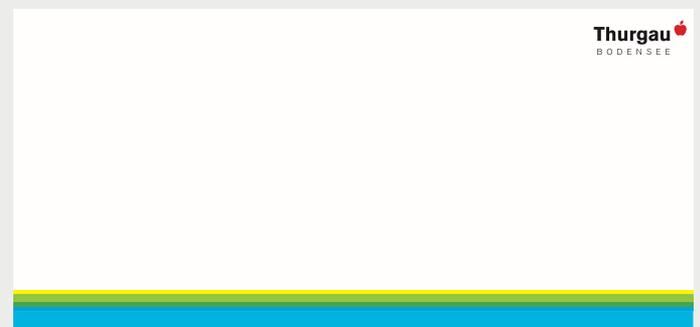
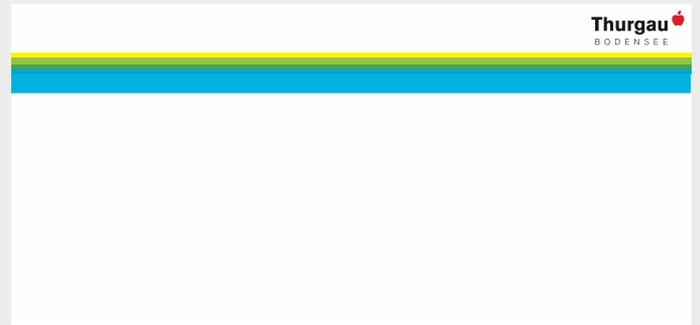
Broschüre



Tafel



Flagge



Plakat

Für F4- und F12-Plakate sind drei Typen zur Horizont- und Logoplatzierung definiert.

Das Erscheinungsbild des Kantons Thurgau und die Ausprägung für Thurgau Tourismus

Die Mission und die Kompetenz von Thurgau Tourismus sollen ins Zentrum der Wahrnehmung rücken um die Leistungen für unsere Gäste richtig und gut zu positionieren.

Zielsetzung

Als kantonale Marketing-Dachorganisation ist Thurgau Tourismus (TGT) verantwortlich, Leistungen zu bündeln, Angebote zu kommunizieren und damit Gäste zu gewinnen.

Thurgau Tourismus will seine Investitionen in die Marktbearbeitung durch sinnvolle Synergien optimieren.

Struktur der Titelseiten von Broschüren

Broschürentitelseiten von Thurgau Tourismus wirken durch das Zusammenspiel verschiedener Komponenten in einer streng definierten Komposition. Die vertikale Flächenteilung stellt sicher, dass das Thema, der Blickfang, der Horizont und die Farbgebung richtig wirken. Für die Formate A4, A5 und A6/5 existieren verbindliche digitale Vorlagen.

Die Gestaltungssystematik von Thurgau Tourismus

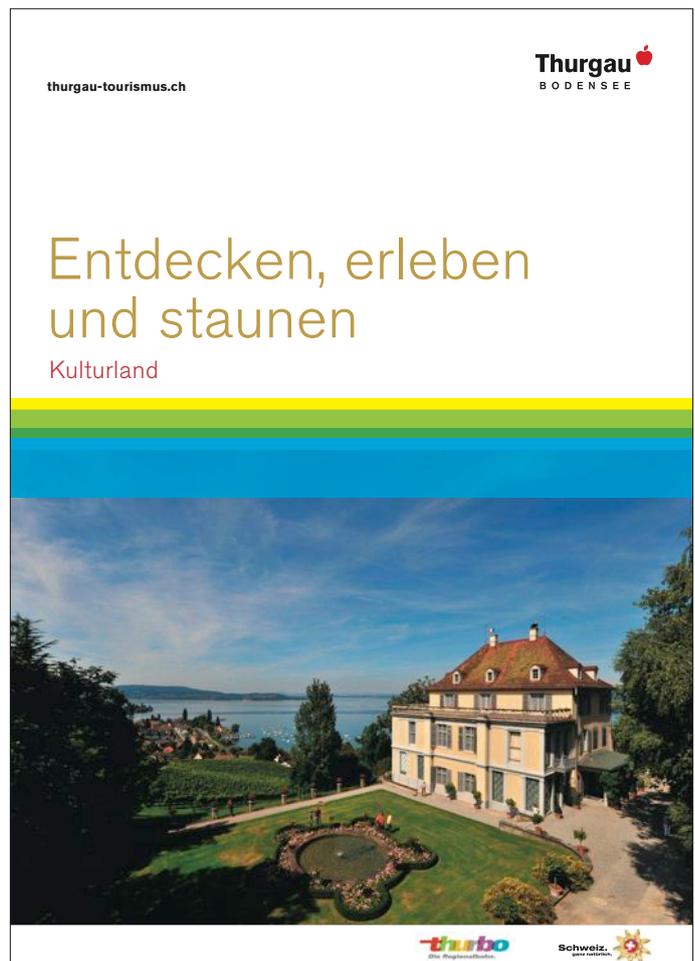
Logo Thurgau Bodensee
Bezeichnung: Thurgau Tourismus

Headline
Prägnante Aussagen, mit Akzidenz Grotesk Light
in Grosskegel gestaltet.

Horizont
(1 Horizontbreite nach oben versetzt.)

Bild

Partnerkennzeichnung



Aktionen mit Verkaufsförderungszielsetzungen können zu einem Gesamtauftritt konzertiert werden: Plakat F12, Plakat F4, Kleinplakate A3 oder A4, Inserate und ein dazugehöriger Flyer folgen einem einheitlichen Gestaltungsprinzip.

Ganz ohne 4-Uhr-Sonnenuntergänge.

Thurgau
BODENSEE

**Thurgau:
Echt Schweiz,
ganz ohne Berge.**

Jetzt auf thurgau-tourismus.ch einen 4er-Eck-Ausdruck >>>
Thurgau-Echt-Schweiz-ganz-ohne-Berge
Facebook.com/ThurgauBodensee

Ganz ohne Skihütten-Schlager.

**Thurgau:
Echt Schweiz,
ganz ohne Berge.**

Thurgau
BODENSEE

thurgau-tourismus.ch

Thurgau
BODENSEE

Entdecken, erleben
und staunen

Kulturland

turbo das Regionalradio **Schweiz** Land der Danksagenden

thurgau-tourismus.ch

Thurgau
BODENSEE

Entdecken, erleben
und staunen

Ferienland

turbo das Regionalradio **Schweiz** Land der Danksagenden

thurgau-tourismus.ch

Thurgau
BODENSEE

Fühlen, schmecken
und geniessen

Schlaraffenland

turbo das Regionalradio **Schweiz** Land der Danksagenden

Plakat
Internet-Banner
Broschüren

Thurgauer Verkehrsvereine und Tourist-Informationen

Struktur der Titelseiten von Broschüren

Thurgauer Verkehrsvereine und Tourist-Informationen können am Auftritt von Thurgau Tourismus partizipieren. Für Broschüren-titelseiten gelten dann die Gesetzmässigkeiten von Thurgau Tourismus. Für die Formate A4, A5 und A6/5 existieren verbindliche digitale Vorlagen.

Die Gestaltungssystematik

Logo Thurgau Bodensee

Bezeichnung: Verkehrsverein, Tourist-Information

Headline

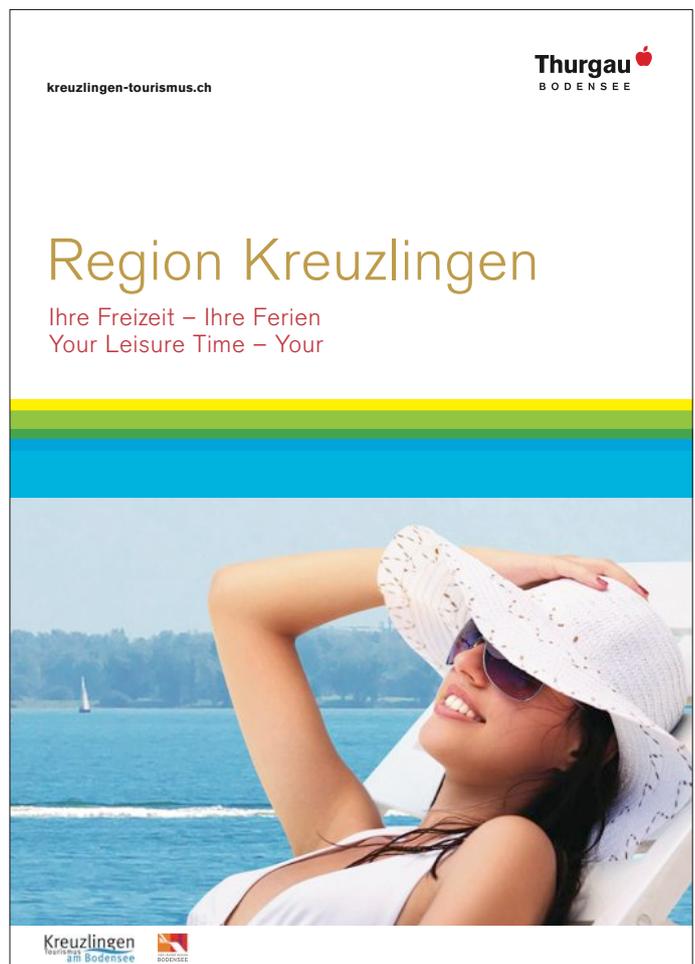
Prägnante Aussagen, mit Akzidenz Grotesk Light in Grosskegel gestaltet.

Horizont

(1 Horizontbreite nach oben versetzt.)

Bild

Kennzeichnung Verkehrsverein, Tourist-Information



Thurgau Tourismus Themenlogos

Thematische Leistungsbündel werden mit dem Logo Thurgau (Apfel) und einem definierten Zusatz ausgezeichnet.

Anwendungsprinzip

Bei Broschüren im Inhalt oder auf der Rückseite
 (Auf der Titelseite Kennzeichnung Thurgau, Thurgau Bodensee)
 Bei Medien mit einer Wahrnehmungsebene (Newsletter, Kleininserate, etc.) wird nur mit dem Themenlogo gekennzeichnet.

Themenlogos

- Thurgau  Schlaraffenland
- Thurgau  Seminarland
- Thurgau  Kulturland
- Thurgau  Aktivland

Titelseite
 Logo Thurgau (Apfel)

Innenseiten
 Themenlogo



Newsletter digital



Das Erscheinungsbild des Kantons Thurgau und die Ausprägung für das Agro Marketing

Die Mission und die Kompetenz von Agro Marketing Thurgau AG sollen ins Zentrum der Wahrnehmung rücken um die Leistungen für die Partner und Interessierten sichtbar zu machen.

Agro Marketing Thurgau AG gehört zum «Haus des Marketings». Als Dachorganisation ist Agro Marketing Thurgau AG verantwortlich, Leistungen zu bündeln, Marktbearbeitungsmassnahmen zu planen, Angebote zu kommunizieren und damit Absatzkanäle für die Partner und deren Produkte zu gewinnen.

Agro Marketing Thurgau AG gestaltet seinen Auftritt auf der Basis seines speziellen Profils und dem übergeordneten Erscheinungsbildes des Kantons.

Struktur der Titelseiten von Broschüren

Broschürentitelseiten von Agro Marketing Thurgau AG wirken durch das Zusammenspiel verschiedener Komponenten in einer streng definierten Komposition. Die Differenzierung erfolgt auf der Ebene des Bildes und der Typografie. Agro Marketing Thurgau AG geht näher ran: die Bilder sind plakativ, anziehend und der Natur nah. Für die Formate A4, A5 und A6/5 existieren verbindliche digitale Vorlagen.

Die Gestaltungssystematik von Agro Marketing Thurgau

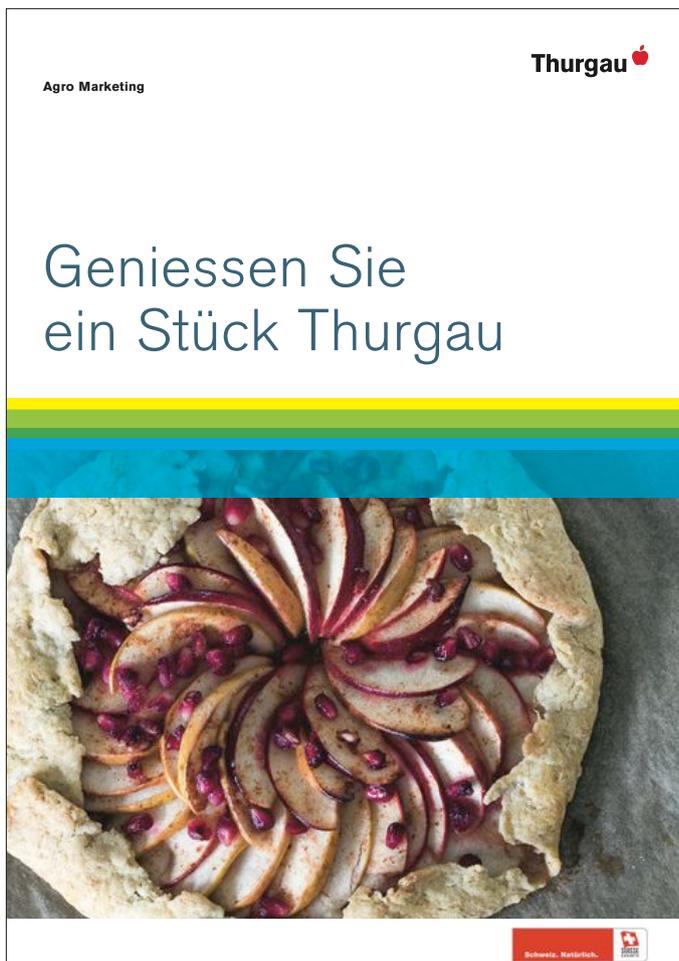
Logo Thurgau (Apfel)
Bezeichnung Organisation: Agro Marketing

Headline
Prägnante Aussagen, mit Akzidenz Grotesk Light
in Grosskegel gestaltet.

Horizont
(1 Horizontbreite nach oben versetzt.)

Bild

Partnerkennzeichnung



Agro Marketing

Thurgau 

Strahlkraft
aus dem Thurgau



Agro Marketing

Thurgau 
BODENSEE

Marken-
botschafter



Agro Marketing

Thurgau 
BODENSEE

Geniessen Sie
ein Stück Thurgau



Das Erscheinungsbild des Kantons Thurgau und die Ausprägung für Thurgau Standortmarketing

Die Mission und die Kompetenz vom Thurgauer Standortmarketing sollen ins Zentrum der Wahrnehmung rücken um die Leistungen für die Partner und Interessierten sichtbar zu machen. Das Thurgauer Standortmarketing sowie die Abteilung Wirtschaftsförderung gestaltet seinen Auftritt auf der Basis seines speziellen Profils und dem übergeordneten Erscheinungsbildes des Kantons.

Struktur der Titelseiten von Broschüren

Broschürentitelseiten von Thurgau Standortmarketing wirken durch das Zusammenspiel verschiedener Komponenten in einer streng definierten Komposition. Die Differenzierung erfolgt auf der Ebene des Bildes der Farbflächen und der Typografie. Für die Formate A4, A5 und A6/5 existieren verbindliche digitale Vorlagen.

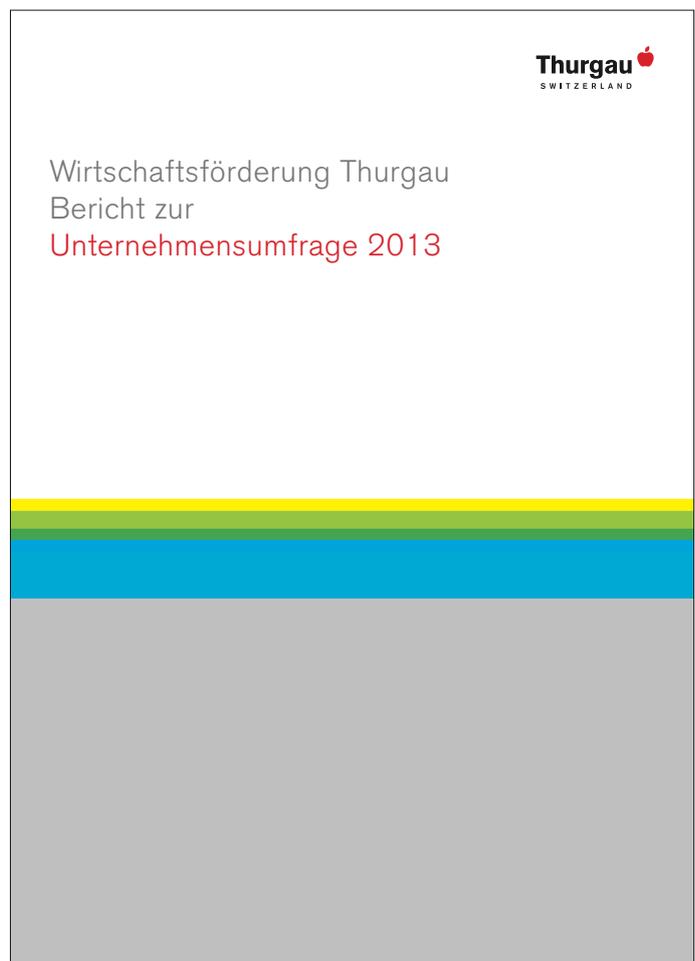
Die Gestaltungssystematik von Thurgau Standortmarketing

Logo Thurgau (Apfel) Switzerland

Headline
Prägnante Aussagen, mit Akzidenz Grotesk Light
in Grosskegel gestaltet.

Horizont

Bild oder farbige Fläche



Kampagnen können zu einem Gesamtauftritt konzertiert werden: Plakat F12, Plakat F4, Kleinplakate A3 oder A4, Inserate und ein dazugehöriger Flyer folgen einem einheitlichen Gestaltungsprinzip.

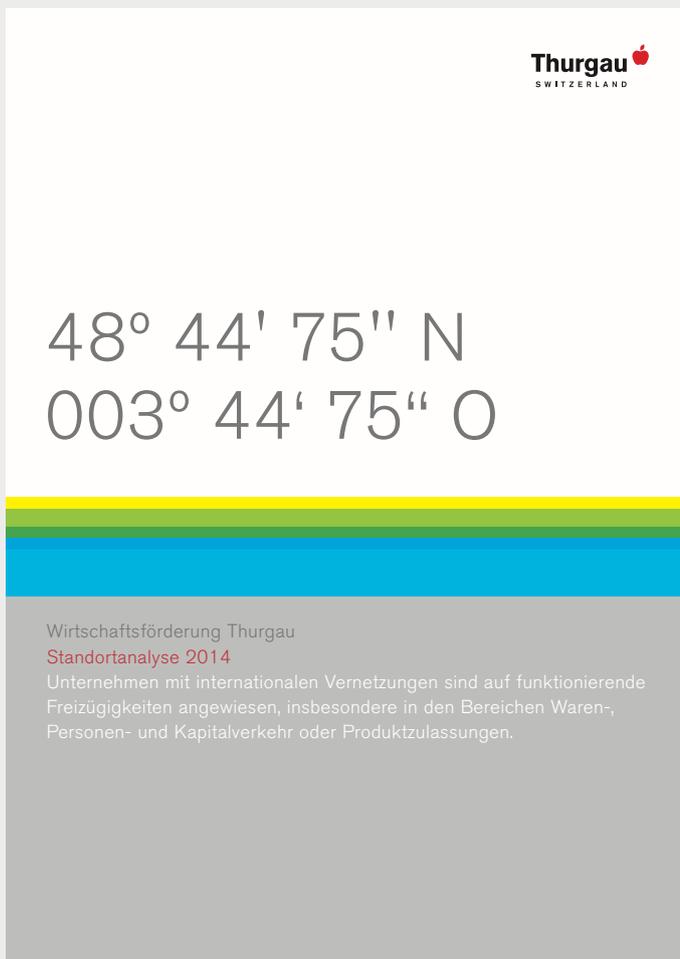


Ich mag ihn...
...weil er ein idealer Nährboden für erfolgreiches Wachstum ist.

Benno Neff | Geschäftsführer Tobi Seeobst AG, Bischofszell TG
Schweizer Früchte: jeder dritte Tafelapfel kommt aus dem Thurgau.

www.thurgau-switzerland.ch

Thurgau
SWITZERLAND



Thurgau
SWITZERLAND

48° 44' 75" N
003° 44' 75" O

Wirtschaftsförderung Thurgau
Standortanalyse 2014
Unternehmen mit internationalen Vernetzungen sind auf funktionierende Freizügigkeiten angewiesen, insbesondere in den Bereichen Waren-, Personen- und Kapitalverkehr oder Produktzulassungen.

Das Erscheinungsbild des Kantons Thurgau und die Ausprägung für Thurgaumobil

Die Mission und die Kompetenz vom Thurgauermobil sollen ins Zentrum der Wahrnehmung rücken um die Leistungen für die Partner und Interessierten sichtbar zu machen.

Thurgaumobil gestaltet seinen Auftritt auf der Basis seines speziellen Profils und dem übergeordneten Erscheinungsbildes des Kantons.

Struktur der Titelseiten von Broschüren

Broschürentitelseiten von Thurgaumobil wirken durch das Zusammenspiel verschiedener Komponenten in einer streng definierten Komposition. Die Differenzierung erfolgt auf der Ebene des Bildes der Kopfgestaltung und der Typografie. Für die Formate A4, A5 und A6/5 existieren verbindliche digitale Vorlagen.

Die Gestaltungssystematik von Thurgaumobil

Logo Thurgau (Apfel)

Titel thurgaumobil
Anrisse aus dem Inhalt

Horizont
(1 Horizontbreite nach oben versetzt.)

Bild

Partnerkennzeichnung



Aktionen mit Verkaufsförderungszielsetzungen können zu einem Gesamtauftritt konzentriert werden: Plakat F12, Plakat F4, Kleinplakate A3 oder A4, Inserate und ein dazugehöriger Flyer folgen einem einheitlichen Gestaltungsprinzip.

Das passt zu mir.

**Bahn, Bus, Schiff –
Die Freizeit-Begleiter.**

www.thurgaumobil.ch



Thurgau 

Das passt zu mir.

**Bahn, Bus, Schiff –
Die Freizeit-Begleiter.**

www.thurgaumobil.ch



Thurgau 

Kontakt

Kanton Thurgau

Amt für Wirtschaft und Arbeit

Edgar Georg Sidamgrotzki, MHA

Chef AWA

Verwaltungsgebäude Promenade

8510 Frauenfeld

T 052 724 23 81

F 052 724 27 09

edgar.sidamgrotzki@tg.ch

ab 1. Januar 2014

T 058 345 54 02

F 058 345 54 01

Designkonzept

CI Programm

AG für Corporate Identity

Weststrasse 75

Postfach

CH-8036 Zürich

T 044 250 51 51

F 044 250 51 52

info@ciprogramm.ch

Bezugsquelle digitale Vorlagen, Bilder

www.bldz.tg.ch/erscheinungsbild