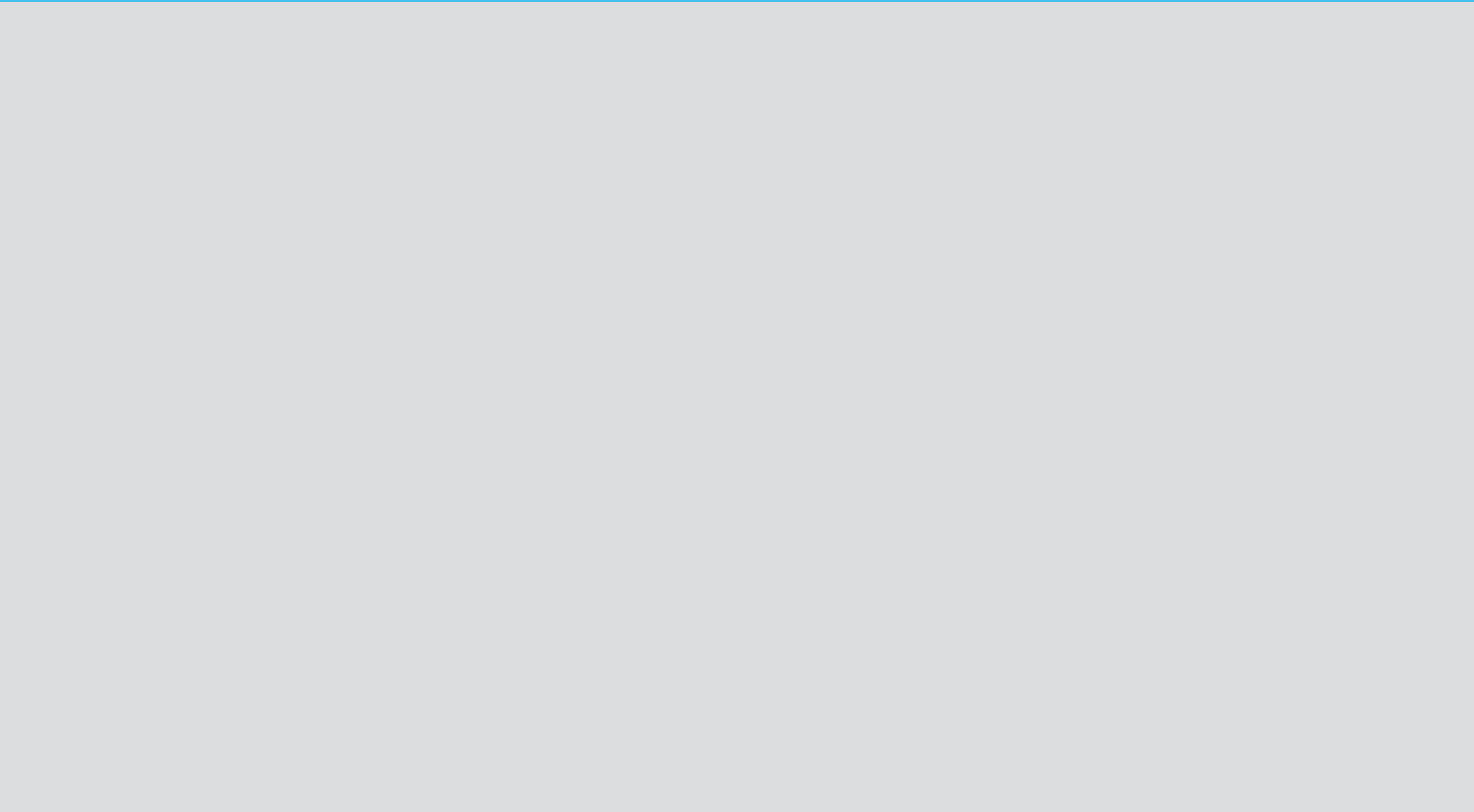


Erscheinungsbild Webportal



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

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

Auszug aus den Regierungsrichtlinien.

- 2 Bedeutung, Grundsätze und Richtlinien
- 4 Systemkomponenten
- 6 Serielle Umsetzungen
- 8 Webportal des Kantons Thurgau
- 10 Screenarchitektur
- 12 Seitentypologie und Navigation
- 14 Homepage Responsive Design
- 16 Amt und Direktionsebene Responsive Design
- 18 Navigationsprinzip auf Mobile Devices
- 20 Tipps für die Textredaktion
- 22 Tipps für die Bildredaktion
- 24 Technik
- 26 Das Webdesign der Museen
- 28 Das Netzwerk zur Unterstützung

Die Bedeutung des Webauftritts für den Kanton Thurgau

«Der Kanton überzeugt mit einem neuen, zeitgemässen Internetauftritt» – so steht es in den Regierungsrichtlinien 2012 – 2016. Bis zur Umsetzung dieses Zieles hat es zwar bis in die Legislaturperiode 2016 – 2020 gedauert, viel wichtiger aber ist, dass das Ziel während all den Jahren nicht aus den Augen verloren wurde, auch als es aus budgettechnischen Gründen um letztlich zwei Jahre hinausgeschoben wurde. Nun ist er also Realität, der neue Internetauftritt der kantonalen Verwaltung. Was vor 15 Jahren noch ziemlich handgestrickt daherkam und vor 25 Jahren noch gänzlich unbekannt war, hat sich mittlerweile zu einem Informations- und Kommunikationskanal entwickelt, der nicht mehr wegzudenken und für viele Nutzerinnen und Nutzer unerlässlich geworden ist. Für die kantonale Verwaltung ist er zudem eine Visitenkarte gegen innen und aussen, eine Visitenkarte, die einer Auffrischung bedurfte. Diese hat sie nun erhalten, einen neuen «look and feel», wie es auf Neudeutsch heisst. Aber nicht nur das, auch die bisher eher verwaltungslastige Navigation wurde durch eine übersichtliche, nutzerfreundliche Lösung ersetzt und schliesslich ist ein neues, zeitgemässes CMS (Content Management System) evaluiert worden, das den Departementen, Ämtern, Schulen und Museen mehr Möglichkeiten für die Publikation lässt. Ein zentrales Anliegen des neuen, einheitlichen Internetauftritts ist die Erkennbarkeit der kantonalen Verwaltung in ihrer ganzen Breite, der Absender soll klar und deutlich zum Ausdruck kommen und damit signalisieren: «Wir sind eine breit aufgestellte, vielfältige, kompetente Verwaltung.» Um dieses Signal auszusenden, ist es zentral, die im vorliegenden Manual beschriebenen Vorgaben auf allen Stufen der kantonalen Verwaltung umzusetzen.

Walter Hofstetter, Leiter Informationsdienst

Das Erscheinungsbild des Kantons Thurgau

Das Erscheinungsbild des Kantons spiegelt seit 2005 die visuelle Identität und damit das Selbstverständnis eines einzigartigen Kantons. Wenn jeden Tag über 3000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Regierung und Verwaltung im Namen des Kantons Thurgau planen und handeln, und damit darüber entscheiden, was sich Bürgerinnen und Bürger für ein Bild machen, ist es sicher richtig und wichtig sich auf gemeinsame Werte, Ziele und visuelle Signale beziehen zu können. Im Dialog gegen innen und aussen verweben sich die Interessen von Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft zu Beziehungsfeldern, welche das Verhältnis der Menschen zu sich selbst, zur Gruppe und zum Kanton Thurgau immer wieder neu definieren.

Ein dynamisches System

Ziel des Erscheinungsbildes war und ist es, unter dem «Eingangstor Thurgau» alle relevanten Organisationseinheiten mit ihren spezifischen Eigenheiten unter einem starken Dach zu vereinen. Gleichzeitig sollen aber auch die Vielfalt und Vitalität des Kantons zum Ausdruck gebracht werden. Ein dynamisches Designprogramm sorgt dafür, dass spezifische Ausprägungen möglich sind um die Vielfalt in der Einheit zu gewährleisten.

Barrierefreiheit (Accessibility)

Die Informationsgesellschaft hat sich in den letzten Jahren weltweit immer mehr etabliert. So sind E-Mail und Internet sowohl in der Geschäftswelt wie auch bei Privatanwendern unentbehrlich geworden.

Davon profitieren sollen insbesondere auch Menschen mit Beeinträchtigungen wie blinde und sehbehinderte Menschen, die dank Bildschirmlese- und Bildschirmvergrößerungsprogrammen von diesem visuellen Informationsangebot weitgehend profitieren können.

Dank spezieller Hard- und Softwareentwicklungen können sich auch Menschen mit Handicap selbständig informieren und mit Ämtern und Stellen kommunizieren. Diese Möglichkeiten gilt es zu berücksichtigen und in die Webauftritte der kantonalen Verwaltung einfließen zu lassen.

Detaillierte Information dazu sind unter:
www.access-for-all.ch/barrierefreiheit.html beschrieben.

Grundsätze und Richtlinien

Eine ganze Reihe von Richtlinien regeln die Kennzeichnung, das Designsystem und die Ausprägungsmöglichkeiten als Teilidentitäten für die autorisierten Bereiche aus Regierung, Verwaltung, Schulen, Museen und Standortmarketing. Über allem steht das Hauptmanual «Das Erscheinungsbild». Verschiedene Teilmanuals definieren vertiefende Vorgaben zu spezifischen Themen:

Geschäftsdrucksachen der Verwaltung
Signaletik
Fahrzeugkennzeichnung
Auftritt der Kantonsschulen
Auftritt der Mittelschulen
Auftritt der Bildungszentren Berufsschulen
Auftritt der Museen
Webportal (Regierung und Verwaltung)
Thurgau Standortmarketing
Thurgau Tourismus
Thurgau Agromarketing
Kompetenzbündel im Kanton Thurgau

Siehe auch www.bldz.tg.ch/erscheinungsbild

Zu diesem Manual

Die nachfolgenden Grundsätze und Richtlinien sind eine Ergänzung zum Hauptmanual. Sie führen vom Allgemeinen zum Spezifischen und umschreiben die wichtigsten Zielsetzungen:

→ Die übergeordneten Grundsätze und Systemkomponenten
→ Die Gestaltungsvorgaben zur Website (Regierung, Verwaltung)

→ Der Webauftritt der Museen innerhalb der übergeordneten Vorgaben

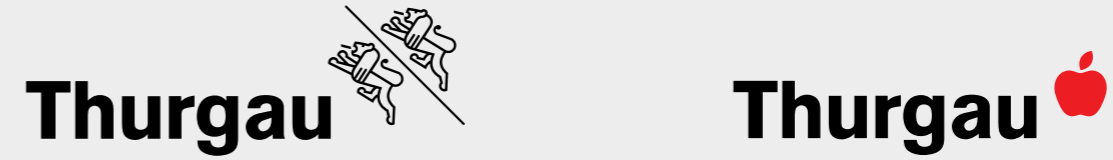
Die Systemkomponenten

Das Corporate Design System des Kantons Thurgau besteht aus verschiedenen Bausteinen, die unterschiedliche Funktionen haben und je nach Kommunikationsziel kombiniert und 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.

Die Kennzeichnungselemente zur Identifikation auf der ersten Wahrnehmungsebene

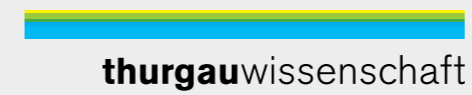
Logo



Horizont



Kompetenzbündel



Inhalt und Form: Die Elemente zur Steuerung der Anmutung

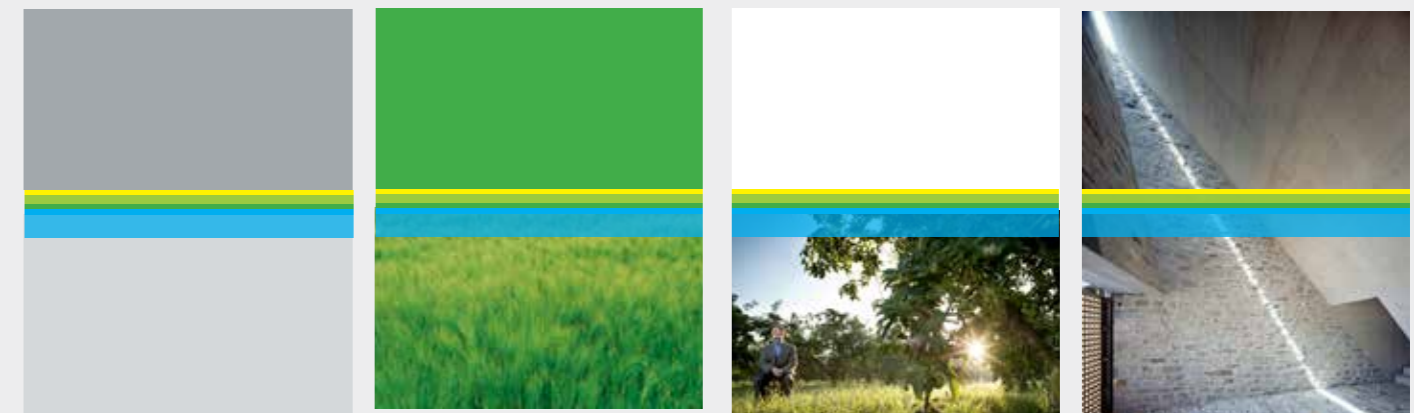
Farbprogramm



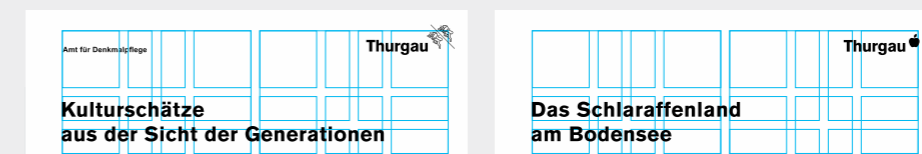
Schriftprogramm

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz

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



Gestaltungssystematik
 Gestaltungsraster



Serielle Umsetzungen

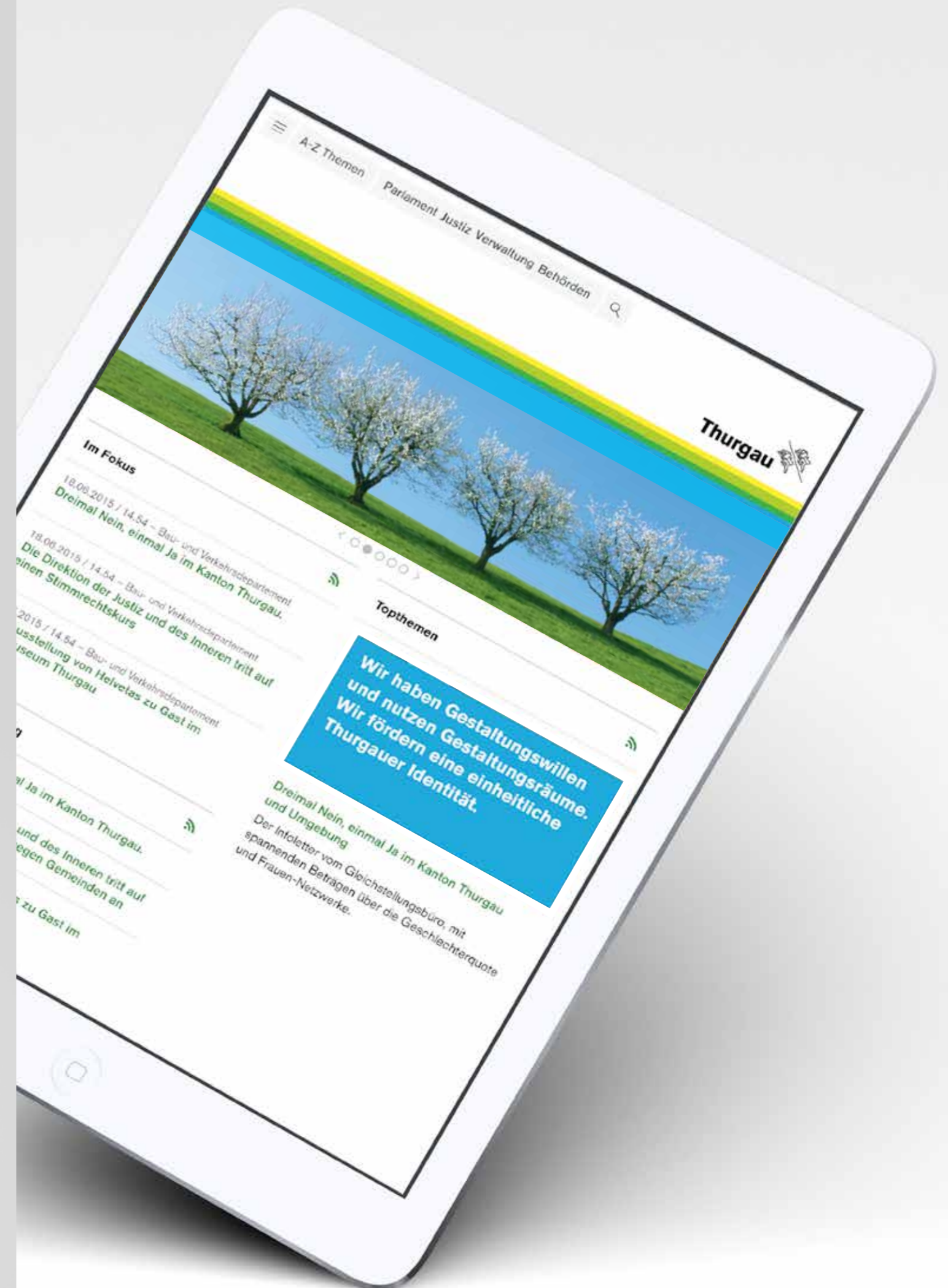
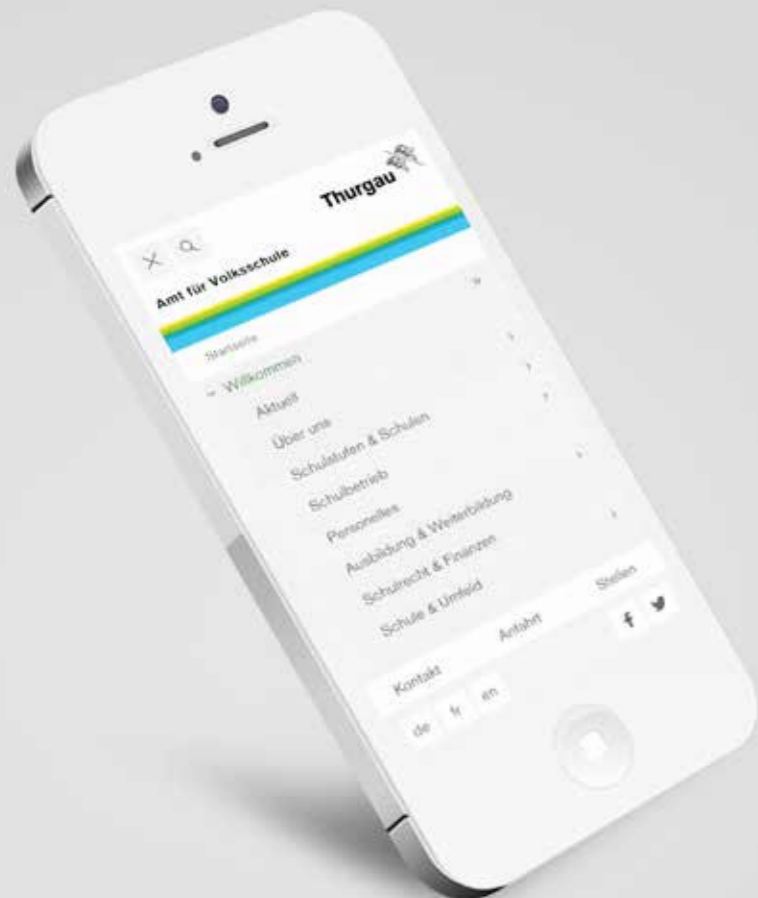
Die Stärke des Erscheinungsbildes ist die merkfähige Musterbildung. Die prägnante Flächenteilung, die Verschränkung von Farben und Bildern sowie der medien-spezifische Einsatz des Horizonts ermöglichen eine Vielzahl von Kombinationen, die als Ganzes die Prägnanz und Vielfalt des Erscheinungsbildes erzeugen.



Die Gestaltungsvorgaben

Screendesign Webportal www.tg.ch

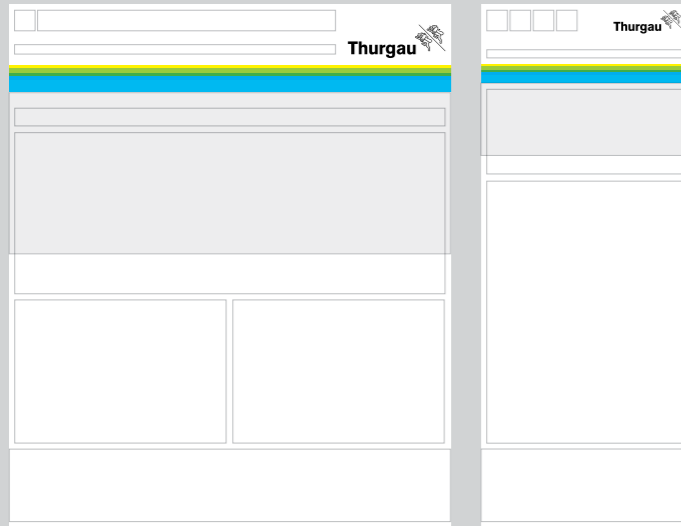
Das Webportal des Kantons Thurgau wirkt durch die Kraft seiner Markierung mit dem Logo, dem merkfähigen Farbklang «Horizont» und einer sachlichen Vermittlung von Inhalt und Form. Starke Bilder – vorzugsweise Fotos – setzen Akzente, unterstützen die Inhalte und transportieren Emotionen.



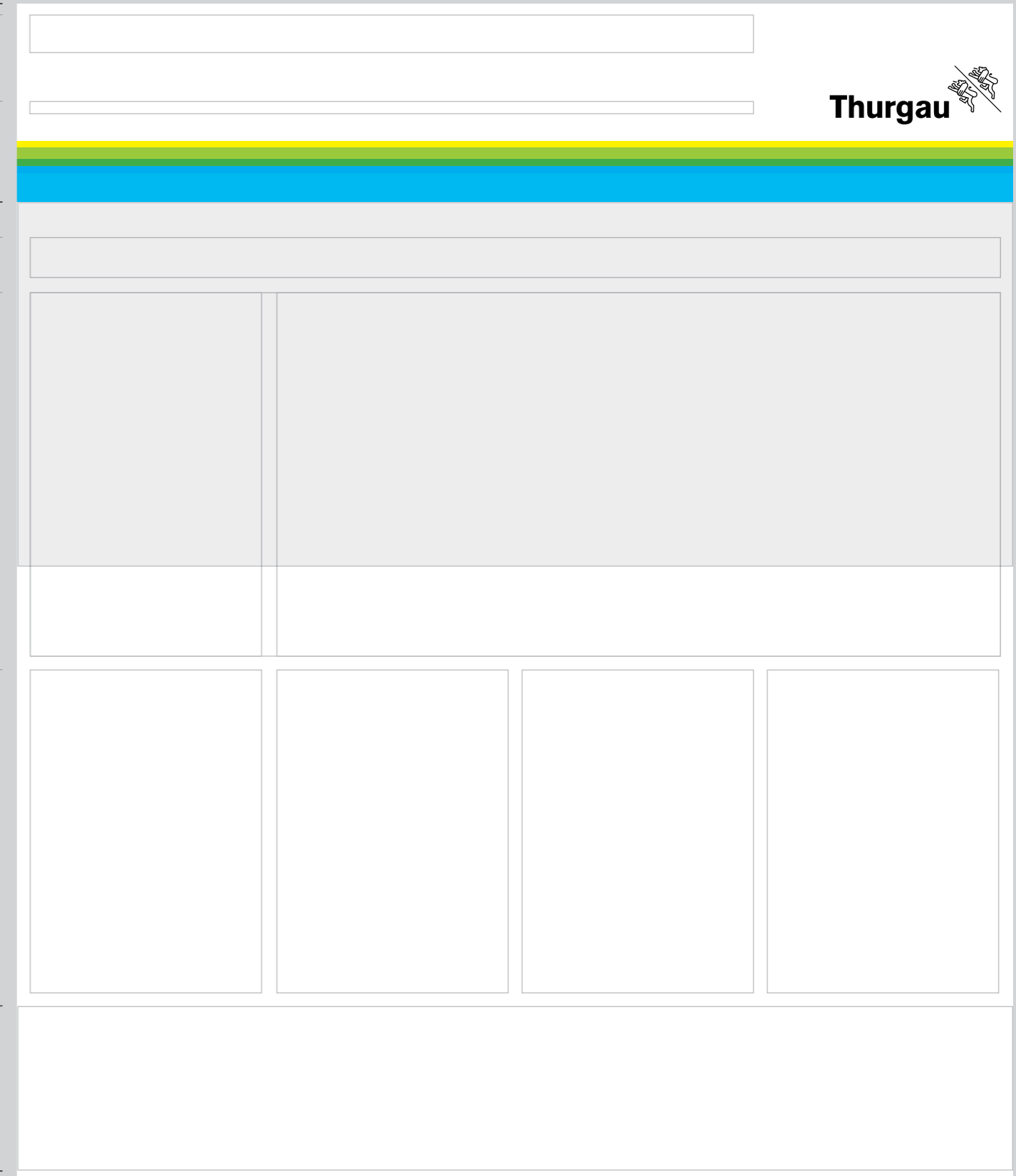
Screenarchitektur

Die übergeordnete Struktur des Screendesigns besteht aus den Bereichen Kopf, Inhalt und Footer. Visuell prägend ist der über alle Medien konstante Kopf aus Logo und Horizont. Das nebenstehende Prinzip zeigt die drei Ebenen mit ihren Funktionen und Zuordnungen.

Auf «Stopper» und «Störer» wie sie in der klassischen Verkaufsförderung verwendet werden, soll bewusst verzichtet werden.



Kopf	Bereich für Navigation
	Bereich für Amts- oder Direktionsname
Inhalt	Headerbild Startseite
	Subnavigation (auf Amtsebene)
	Bereichsheaderbild
	Bei Subsiten (ab Level 2) Subsubnavigation in linker Spalte
	Texte und Themenbilder auf Spaltensystem
Footer	Gemeinsames Portal Adresse Kontakt Öffnungszeiten
	Logo Genereller Kontakt

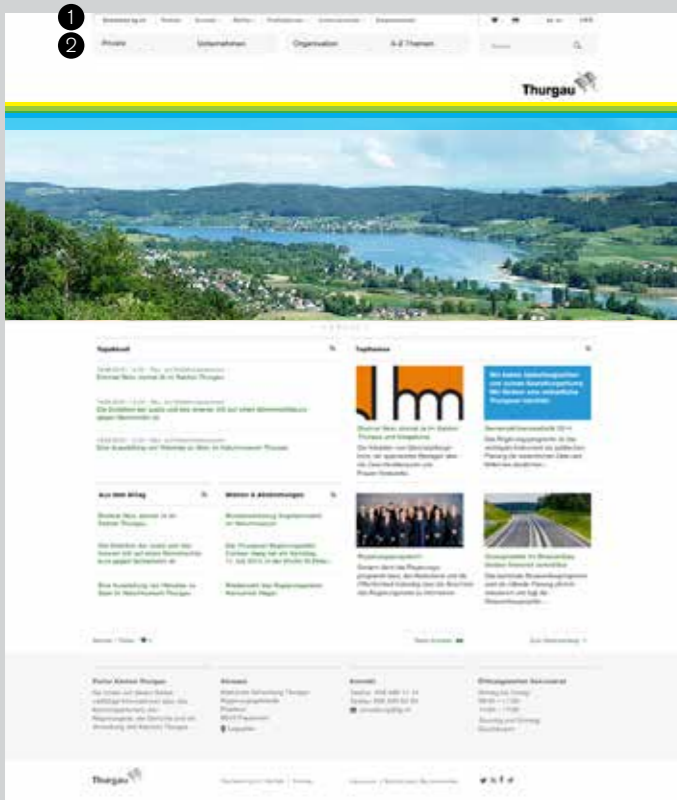


Seitentypologie und Navigation

Vier typische Seiten führen den Benutzer durch die Organisation:
 Homepage und Subsite
 Startseite Amt/Direktion und Subsite Amt/Direktion

Elemente zur Navigation:

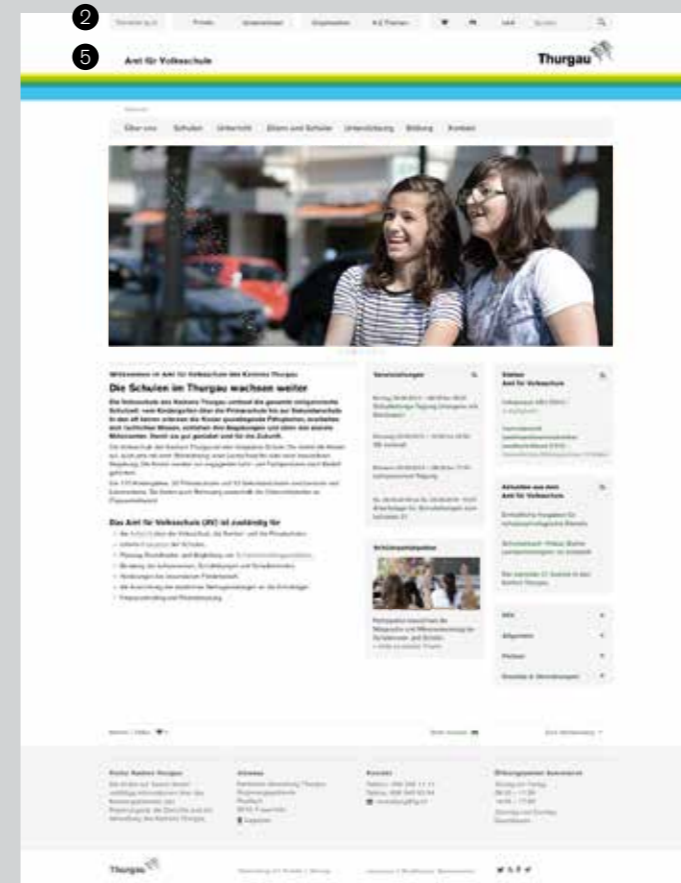
- 1 Horizontale Servicenavigation
- 2 Horizontale Hauptnavigation
- 3 Horizontale Subnavigation
- 4 Vertikale Subsubnavigation
- 5 Kennzeichnung Amt/Direktion



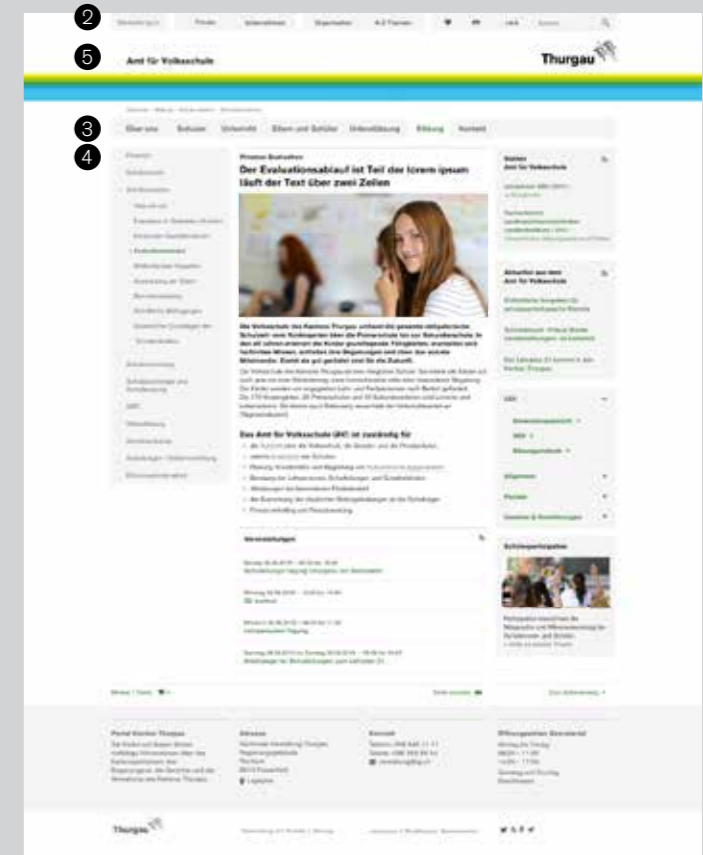
Homepage



Subsite



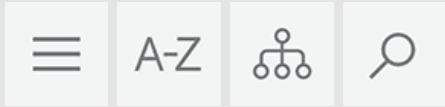
Startseite Amt/Direktion



Subsite Amt/Direktion

**Homepage
Responsive Design**

Die Screenarchitektur ist im Responsive Design angelegt. Die Inhalte werden dem jeweiligen Ausgabemedium angepasst. Dies führt zu einspaltigen, zweiseitigen und vierspaltigen Layouts. Die Navigation wird für Mobile Devices mit Icons dargestellt. Die nebenstehenden Darstellungen zeigen die Startseiten.



Logo, Horizont und Headerbild bilden eine Einheit. Auf den Startseiten liegt das Bild direkt am Horizont.

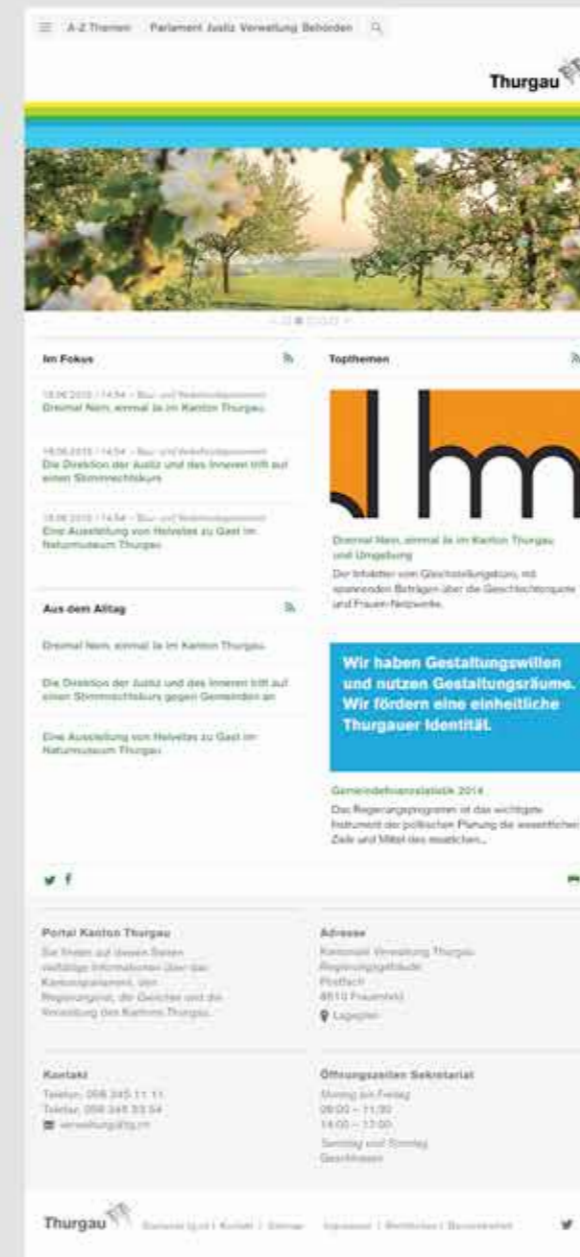
Device width 320px



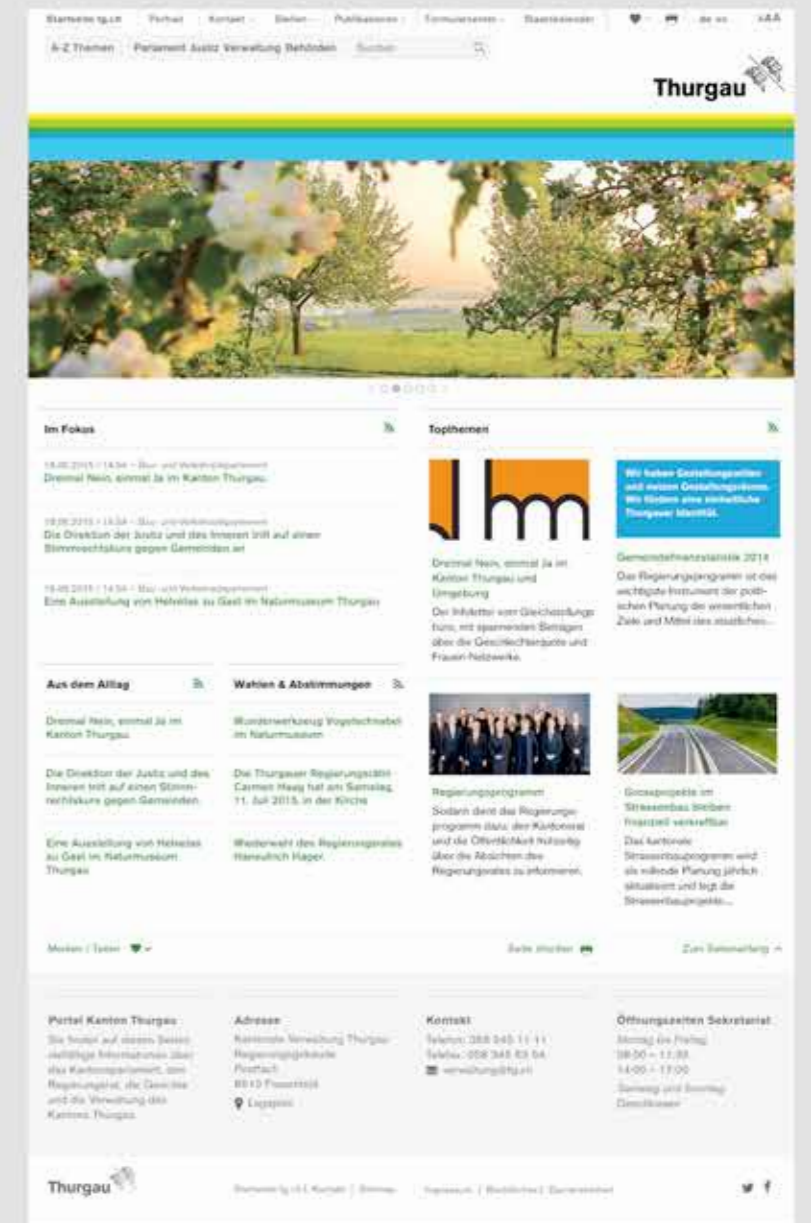
Device width 480px



Device width 768px



Device width 1024px



**Amts- und Direktionsebene
Responsive Design**

Die nebenstehenden Darstellungen zeigen den Seitenaufbau auf den Stufen Amt/Direktion. Die Kopfkennzeichnung und ein typisches Schlüsselbild signalisieren den Absender. Ein bewusst gewählter Farbklang für die Inhaltsseiten kann die Abgrenzung verstärken. Die Reduktion der Hauptnavigation und die zusätzliche Subnavigation führen den User schnell und eindeutig zur gesuchten Information.



Einstiegsseiten können unterschiedlich bespielt werden: Rein typografisch mit Text auf Farbfläche, Bild mit Text kombiniert, oder Bild über Headline.

Device width 320px



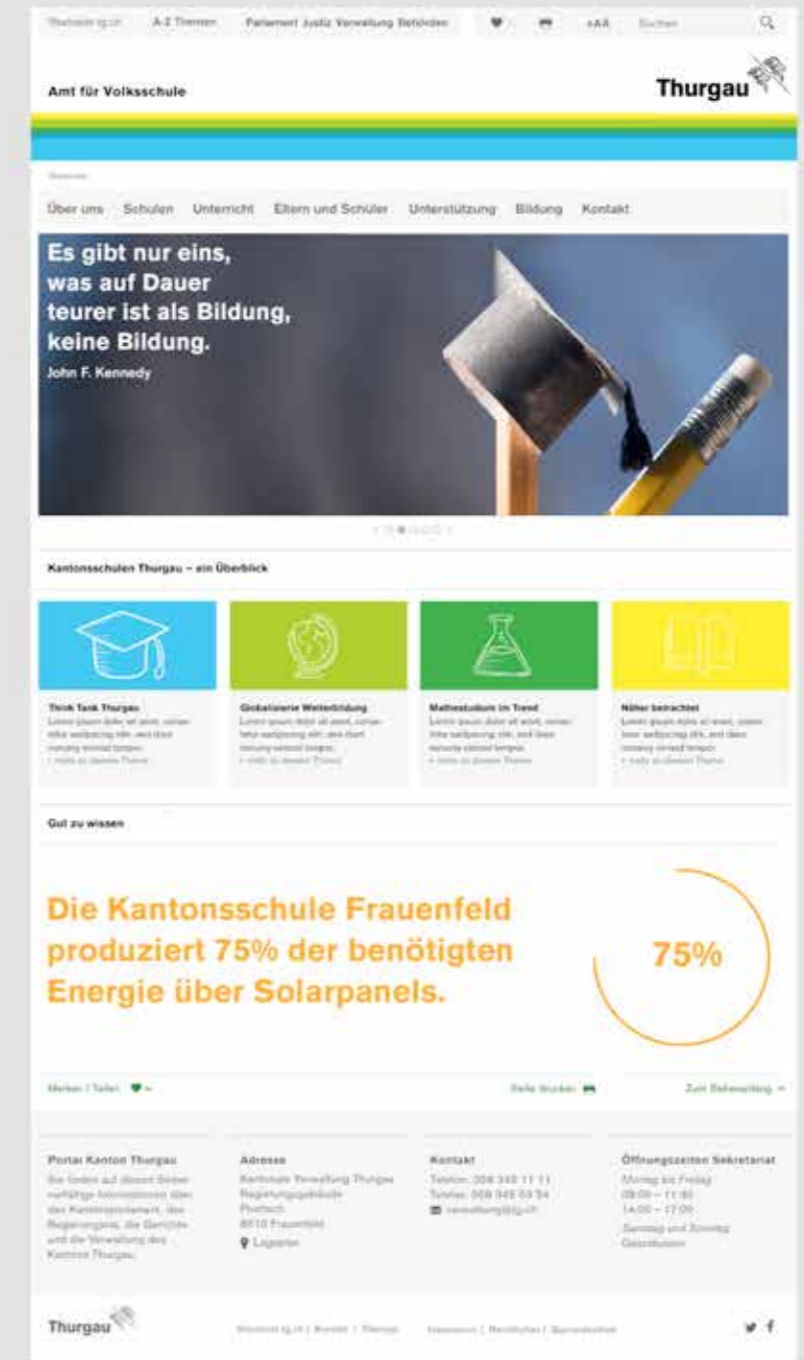
Device width 480px



Device width 768px



Device width 1024px



Navigationsprinzip auf Mobil Devices

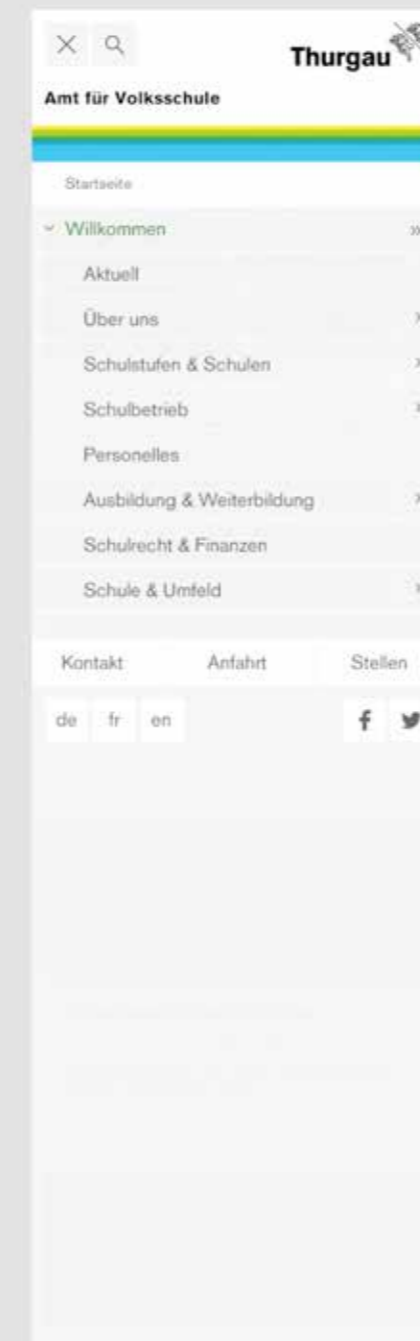
Auf Smartphones ist die Navigation über Icons gelöst. Auf Klick öffnet sich ein Dropdown-Menü unterhalb des Horizonts. Die Navigationspunkte erklären ihre Hierarchie mit Pfeilen und typografischen Einzügen. Aktive Bereiche werden Grün dargestellt. Alle Navigationspunkte, welche mit Inhalten hinterlegt sind, zeigen dies mit einem Pfeil am rechten Rand. Fehlt der Pfeil, zeigt dies, dass es sich lediglich um ein Gruppengefäß handelt. Kontakt, Anfahrt, Stellen, Sprachwahl und Socialmedia schliessen die Navigation in Form von Icons ab.

Kontakt, Anfahrt, Stellen, Sprachwahl und Social Media schliessen das Navigationsfeld ab.

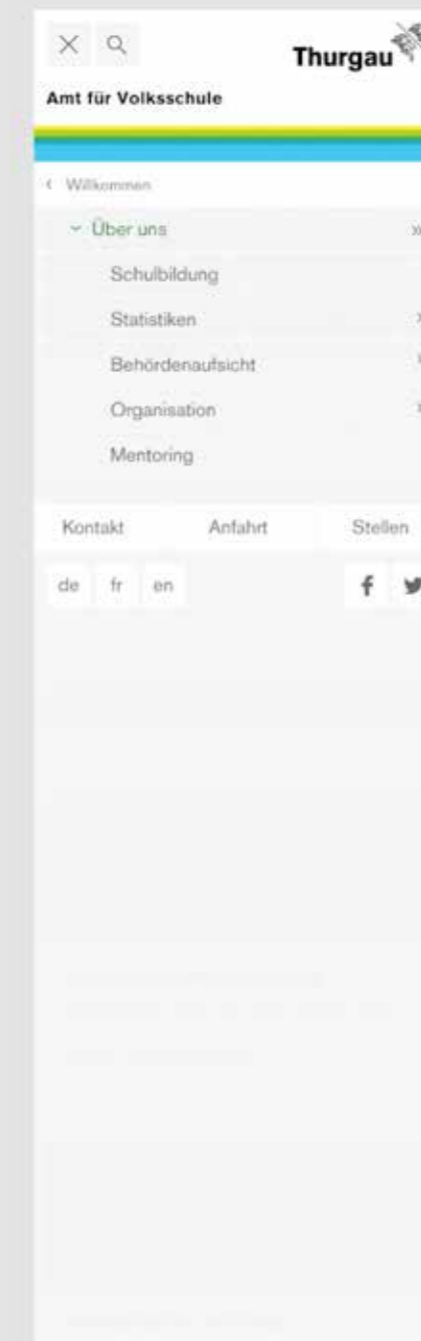
Startseite



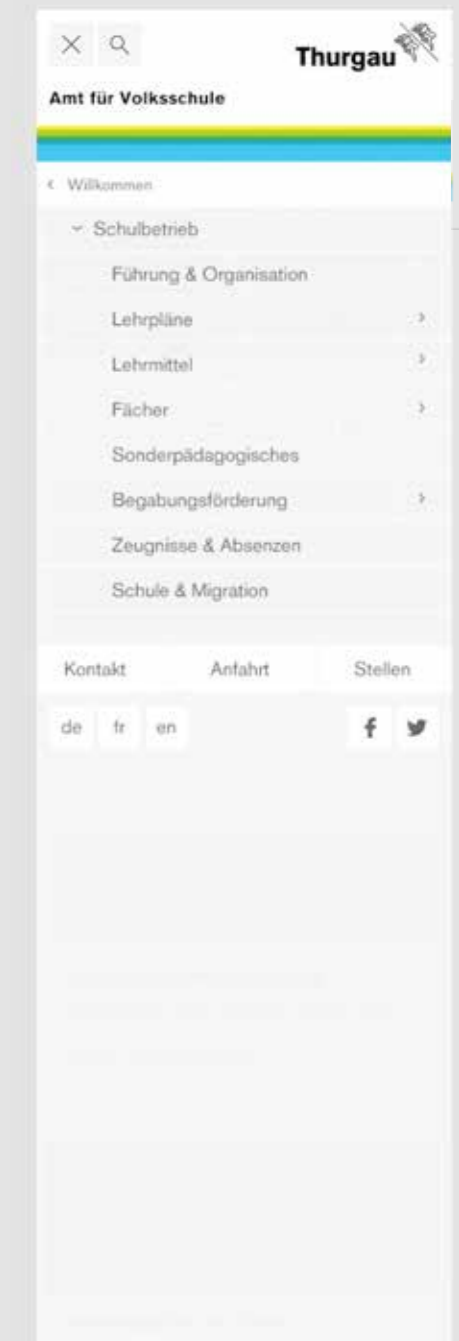
Navigation – Ebene 1



Navigation – Ebene 2



Navigation – Ebene 2
Leernavigation



Die Textredaktion im Internet folgt eigenen Gesetzmässigkeiten. Einerseits geht es darum eine mediengerechte Aufbereitung der Texte so zu erreichen, dass der Benutzer schnell zu seiner Information kommt. Eine attraktive Formulierung erhöht dabei die Verweilbereitschaft. Es soll aber auch sicher gestellt werden, dass die Suchmaschinen die richtigen Schlüsselwörter erhalten.

Internetbenutzer haben in der Regel wenig Zeit und erwarten, dass sie über eine selbsterklärende Navigation schnell ihre Bedürfnisse befriedigen können. Das Lesen am Bildschirm unterscheidet sich wesentlich vom Lesen einer klassischen Zeitung, oder eines Buches. Prospekte oder Informationen unbearbeitet ins Netz zu stellen, heisst den Benutzer zu überfordern, oder zu verlieren.

Joseph Pulitzer hat sich einmal sehr pointiert zum Thema «schreiben» geäussert:

Schreibe kurz – und sie werden es lesen!
Schreibe klar – und sie werden es verstehen!
Schreibe bildhaft – und sie werden es im Gedächtnis behalten!

In Portionen schreiben – vom Generellen zum Spezifischen.
Gute Journalisten in guten Zeitungen zeigen es immer wieder:

Headline, Leadtext und Vertiefung stehen in einem gekonnten Zusammenspiel, welche die Aufmerksamkeit lenken und den Leser stufengerecht führen. Die Beschränkung auf ein zentrales Thema erleichtert den Fokus.
Also: mehrere Themen = mehrere Artikel.

Redaktionelle Textebenen:

- 1 Bereichstitel
- 2 Titel
- 3 Leadtext
- 4 Text
- 5 Bildlegende
- 6 Untertitel

Ausgenommen der Headline, ist die Schriftgrösse einheitlich. Eine Differenzierung erfolgt über die Schriftschnitte Bold, Light und Italic.

1 Zeit zum Verweilen

2 Der Südthurgau – ein Eldorado für Waldliebhaber

3 Die geografische Region Hinterthurgau (als Wirtschaftsregion seit 2009 Südthurgau genannt) liegt im schweizerischen Kanton Thurgau. Es ist der südlichste Teil des Kantons und deckt in etwa den politischen Bezirk Münchwilen ab. Dieser ist 155,86 km² gross, liegt inmitten der beiden Zentrumregionen Wil und Winterthur und ist die wunderschöne ruhige Heimat von rund 40'000 Menschen.

4 Im Volksmund wird der höhergelegene, südlichste Teil des Hinterthurgaus - zwischen Bichelsee, Oberwangen und dem Dreikantonestein - auch Tannzapfenland genannt, wegen des hohen Nadelwald-Anteils an der Fläche.



5 Wanderweg zwischen Dussnang und Eschlikon (Bild: fotolover.ch)

6 Ein Untertitel zur Textstrukturierung Haa Zwoo

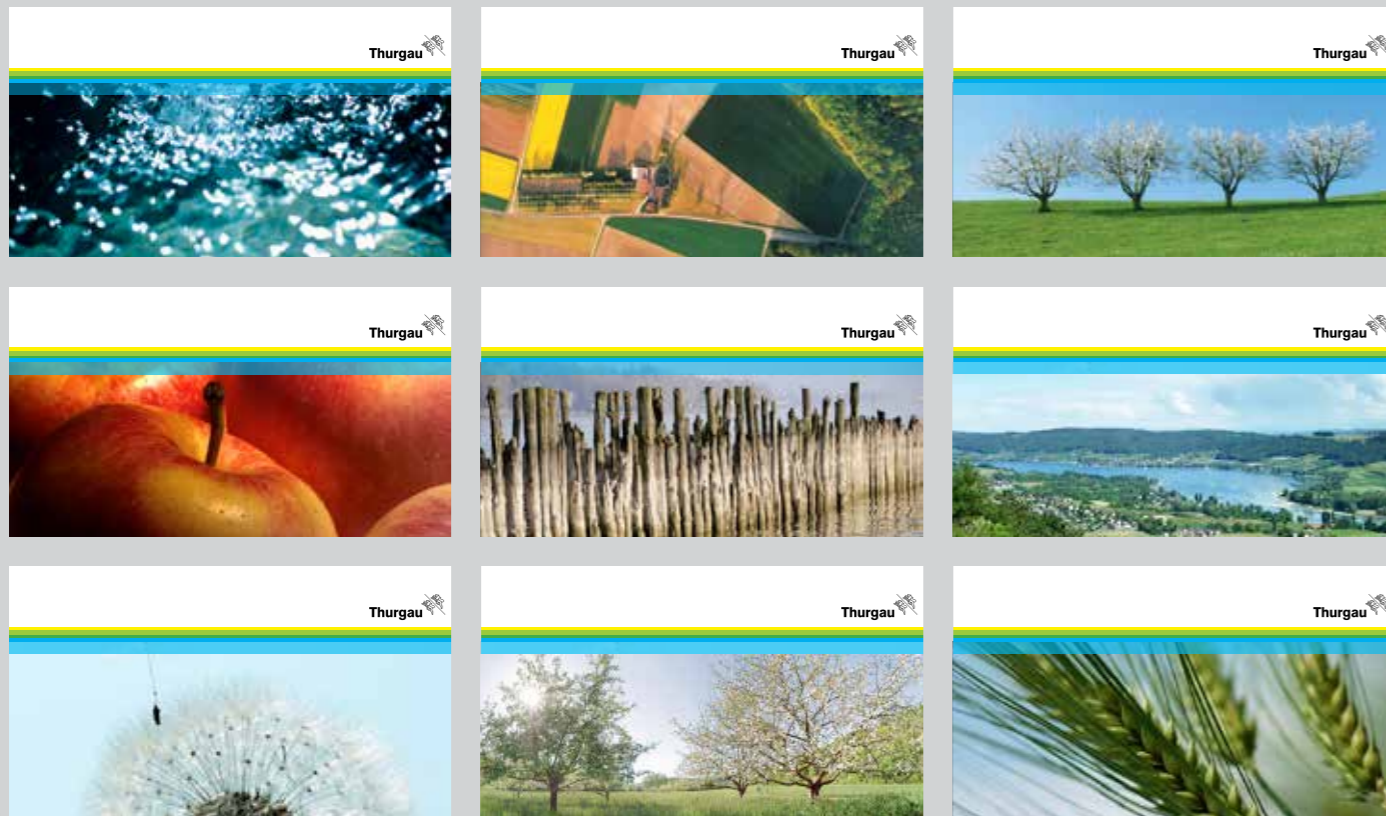
Innerhalb der Vegetationszonen der Erde bilden sich mit Überlagerung der Orobiome (siehe Höhenstufen) verschiedene Waldformen aus. In den Grenzbereichen des Lebens, bei starker Trockenheit oder Kälte, gehen die Wälder in Savannen, Tundren oder Wüsten über. Die ausgedehntesten Waldgebiete der Erde sind die tropischen Regenwälder um den Äquator und die borealen Wälder der kalten bis gemäßigten Gebiete der Nordhalbkugel (Finnland, Sibirien, Kanada).

Tipps zur Bildredaktion

Das Web des Kantons Thurgau unterscheidet drei verschiedene Kategorien von Bildern:

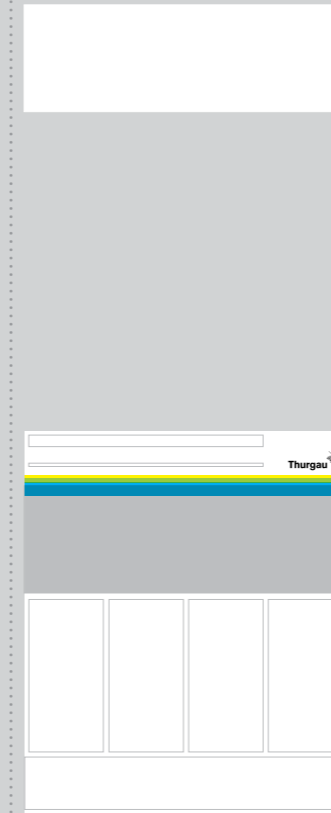
1. Die übergeordnete Bildsprache für die Homepage-Headerbilder. Diese Bilder werden speziell für die Website entwickelt. Sie verkörpern die Einzigartigkeit und Vielfalt des Kantons.
2. Die Schlüsselbilder für die Startseiten der Ämter und Direktionen. Diese Bilder werden durch die entsprechenden Absender bestimmt. Um Synergien und ein Wiedererkennen zu erreichen, nehmen diese idealerweise Bezug auf die Schlüsselbilder der übrigen Kommunikation.
3. Die Bilder zur Begleitung und Vertiefung von Themen. Diese Bilder werden durch die jeweilige Redaktion bestimmt. Sie werden speziell hergestellt, oder im umfangreichen Archiv gesucht.

1



1

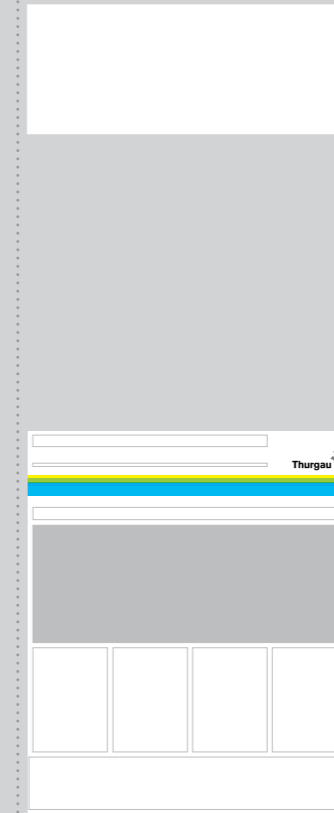
Bildverhältnis Headerbild
Homepage:
3:1



Übergeordnete Bildsprache

2

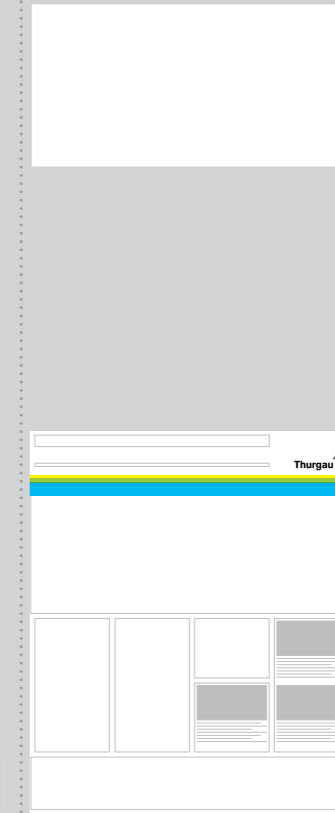
Bildverhältnis Headerbild
Startseite Amt/Direktion:
5:2



Schlüsselbilder

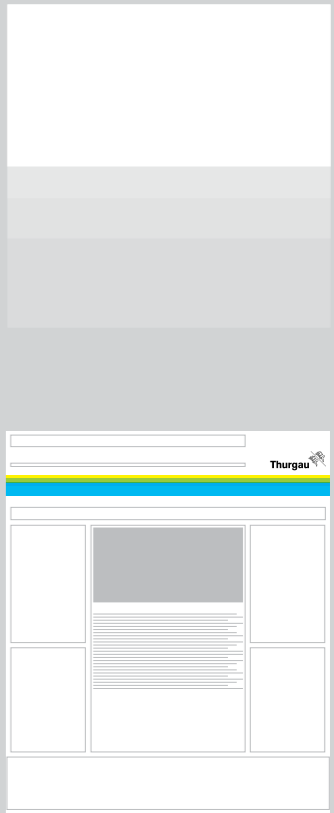
3

Bildverhältnis Vorschaubild:
2:1



Themenabhängig Bildsprache

Bildverhältnis Themenbilder
inhaltsabhängig, wenn möglich:
2:1



Achtung:

Bilder, die im Internet verwendet werden benötigen ein Verwendungsrecht. Insbesondere sind die Urheberrechte zu beachten. Dies gilt insbesondere auch bei der Darstellung von Personen. Wenn Sie Bilder ins Internet stellen möchten müssen Sie beachten, dass Sie keine Rechte Dritter verletzen.

A.

Haben Sie das Bild nicht selbst erstellt, muss die Bildlizenz Ihnen erlauben, das Bild ins Internet zu stellen. Kennen Sie die Bildlizenz nicht, müssen Sie sich bei der Urheberin oder dem Urheber danach erkundigen.

B.

Haben Sie das Bild selbst erstellt, dürfen Sie das Bild ins Internet stellen, sofern Sie keine Rechte Dritter verletzen. Rechtliche Probleme können auftauchen bei:

Persönlichkeitsrechten:

Wenn auf dem Bild Personen als Hauptmotiv zu sehen sind, müssen diese um Erlaubnis gebeten werden. Personen, die als Beiwerk auf dem Bild zu sehen sind (z.B. Menschen vor einem Denkmal), müssen ebenso wenig um Erlaubnis gefragt werden wie berühmte Personen in Ausübung ihres Amtes.

Kunstwerken:

Fotos von Kunstwerken dürfen Sie nur veröffentlichen, wenn die Künstlerin oder der Künstler mindestens seit 70 Jahren tot ist.

Produkten:

Kommerzielle Produkte, Logos, Comics, etc. dürfen nur mit Erlaubnis fotografiert werden.

Screenshots:

Software ist meist geschützt insofern auch Screenshots davon.

Technik

Der Relaunch der Internetpräsenz des Kantons Thurgau und dessen Ämter und Organisationen basiert auf der E-Government-Software GOViS. Die Firma Backslash AG aus Frauenfeld hat GOViS entwickelt und löst damit das CMS3 als komplette Neuentwicklung ab.

GOViS ist ein seitenbasiertes CMS (Content Management System) vornehmlich für Gemeinden, Städte und Kantone. Die eigens für diese Zielgruppe entwickelte E-Governmentlösung unterstützt Verwaltungen und Behörden bei ihrem Informations- und Kommunikationsauftrag, automatisiert Prozesse und vereinfacht die Interaktionen zwischen Bürger und Verwaltung.

Ein umfassendes Rollen- und Rechtesystem ermöglicht es den Kunden genau festzulegen, was welcher Benutzer und welche Gruppe sehen und bearbeiten darf. Sei dies im System selber oder natürlich auch online im Extranet, CUG (Closed User Group) oder Bürger-Konto.

GOViS zeichnet sich durch ein strukturiertes Backend und einer übersichtlichen Architektur der Benutzeroberfläche aus. Dadurch ist es selbst unerfahrenen Anwendern möglich, Webinhalte einfach zu verwalten. Durch die Ausgabe von suchmaschinenfreundlichen URLs und standardkonformen Codes eignet sich die Lösung vor allem für suchmaschinenfreundliche und barrierefreie Auftritte, wie es für einen Auftritt der öffentlichen Hand Pflicht ist.

Eine Fülle an Funktionen und Modulen kann jeder Zeit aktiviert oder deaktiviert werden. Das System ist zudem mandantenfähig.

Backend

GOViS basiert auf dem Anwendungs-Server Adobe ColdFusion. Dieser wird verwendet für die Erstellung von dynamischen Webapplikationen, vergleichbar mit den Internet-Scriptsprachen ASP und PHP. Unter dem Begriff «ColdFusion» werden zwei unterschiedliche Themen zusammengefasst: «ColdFusion Markup Language» (CFML) und «ColdFusion Application Server».

Frontend

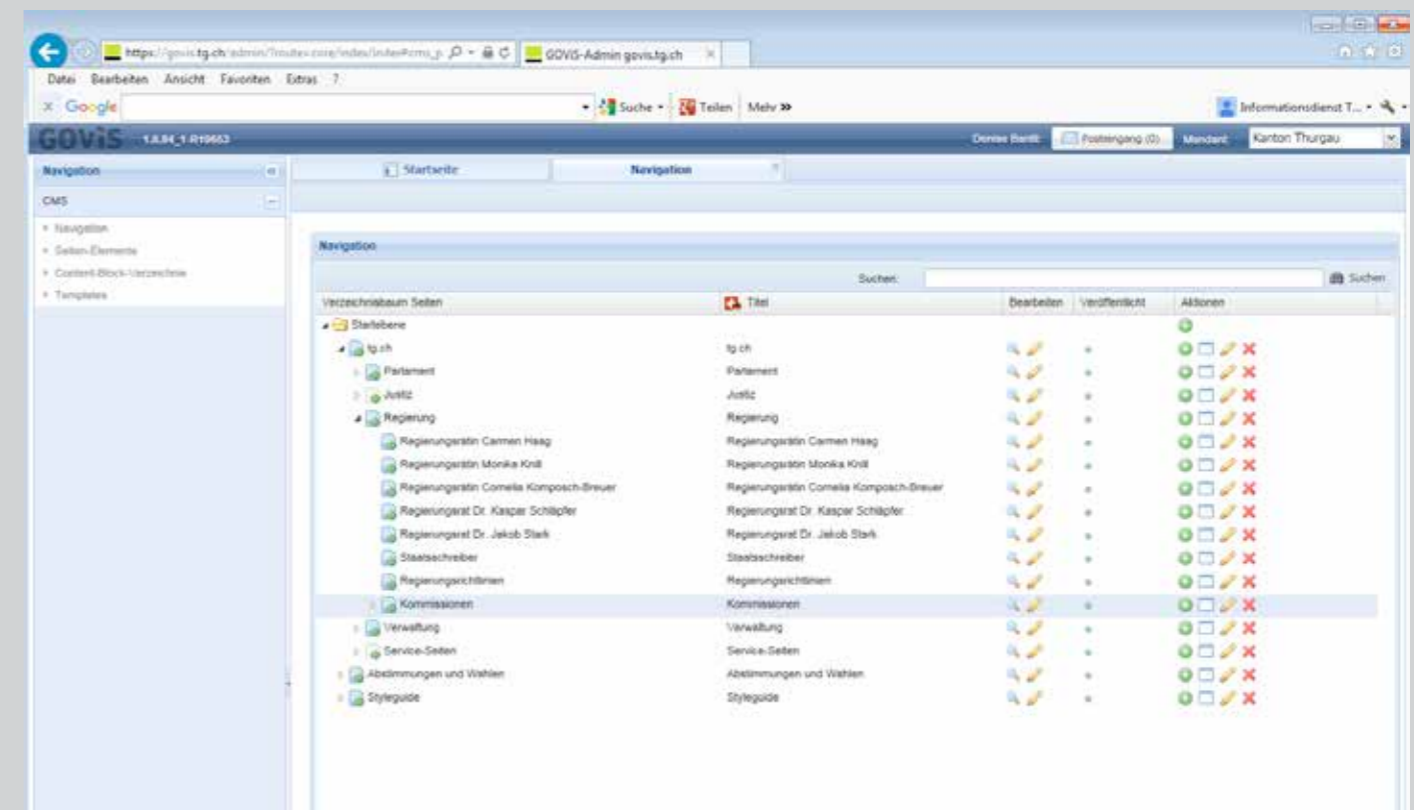
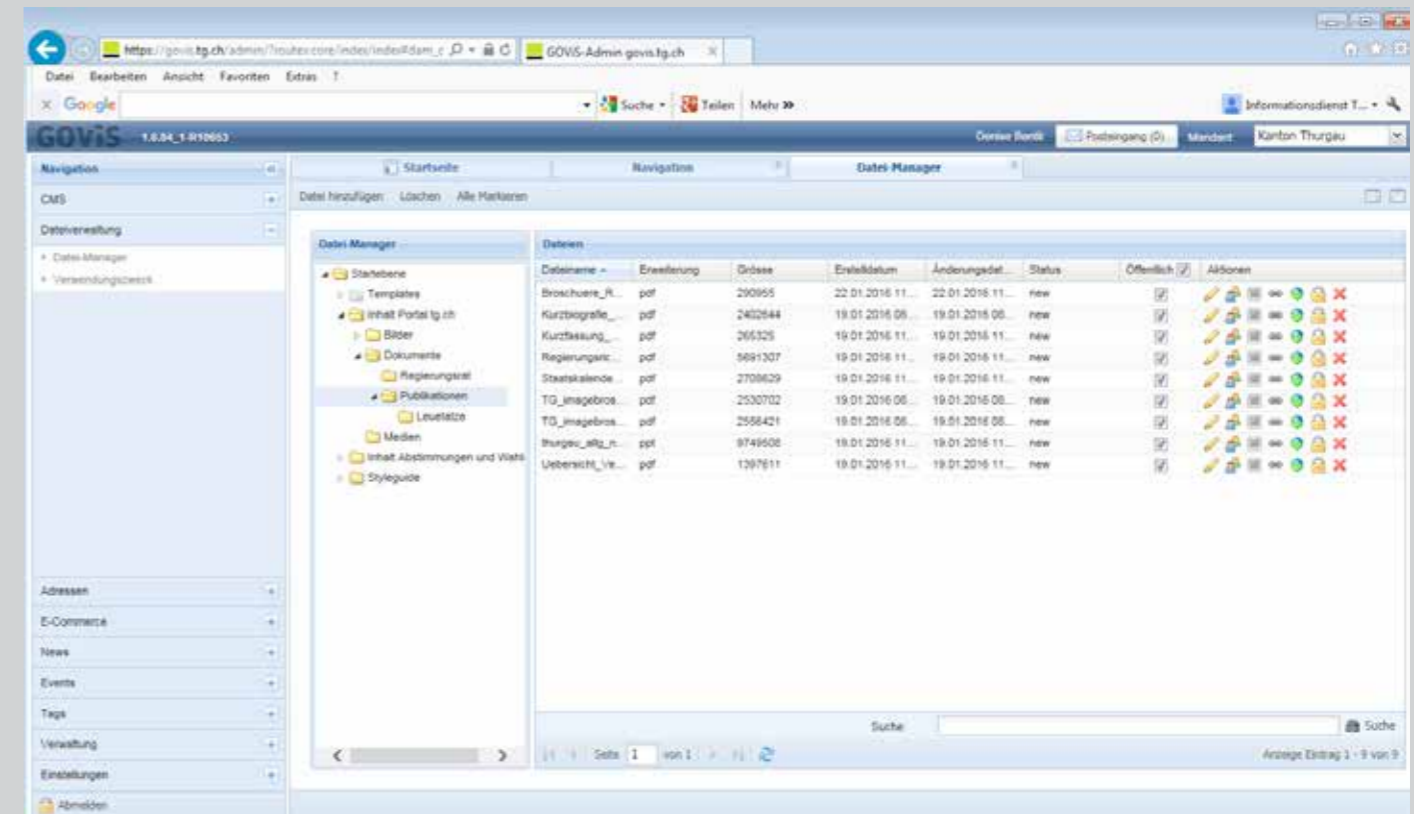
Im Frontend kommen die aktuellen Web-Standards mit HTML5 und CSS3 zum Tragen. Zur DOM-Manipulation (Document Object Model) und -Navigation wird jQuery als frei verfügbare JavaScript-Bibliothek eingesetzt.

Responsive Webdesign

Das Frontend ist zudem komplett responsive aufgebaut. Responsive Webdesign stellt eine aktuelle Technik zur Verfügung, welche es ermöglicht, das einheitliche Anzeigen von Inhalten auf einer Website zu gewährleisten. Somit wird das Layout des Kantons Thurgau auf dem Desktopcomputer, auf Convertibles, Tablets und Smartphones eine gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit bieten.

Browserkompatibilität

Für den neuen Auftritt werden die Browser gemäss Liste von Backslash unterstützt: <http://doku.backslash.ch/page/443>. Wichtig für die IT des gesamten Kantons ist die Unterstützung von Internet Explorer 10.



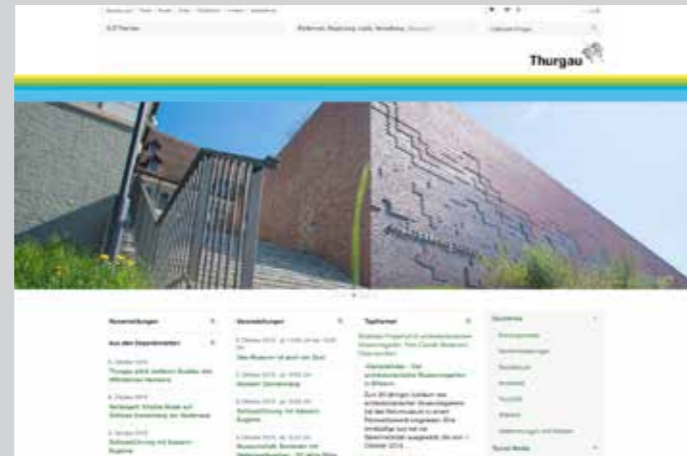
Das Webdesign der Museen innerhalb des übergeordneten Auftritts.

Ein wichtiges Ziel des integralen Auftritts besteht darin, die Wahrnehmung zu lenken, Synergien zu bilden und den Menschen im Thurgau die Absichten von Regierung, Verwaltung und Standortmarketing näher zu bringen.

Dabei verlangt die Regierung, dass sich alle Bereiche in der visuellen Identität des übergeordneten CI/CD spiegeln und ihre spezifische Position innerhalb des flexiblen Designsystems markieren. Das gilt auch für die Museen. Begründet durch den kulturellen Auftrag, den Wettbewerb mit den Mitbewerbern und einer zielgruppengerichteten Kommunikation, bilden alle Museen zusammen einen in sich konsistenten Auftritt. Ausgehend von einem übergeordneten Auftritt – markiert mit dem Horizont – kennzeichnen sie ihre Ausstellungsseiten kongruent zu ihrem Printauftritt.

Ausgehend vom offiziellen Auftritt des Kantons, leitet ein Navigationspunkt zu einer «Sammelseite» für alle Museen (Ebene 2). Auf eine Wahl hin, erscheint das entsprechende Museum mit seinem auf den Printauftritt abgestimmten Design (Ebene 3 und 4). Die unten aufgeführten Layouts gelten für alle Museen.

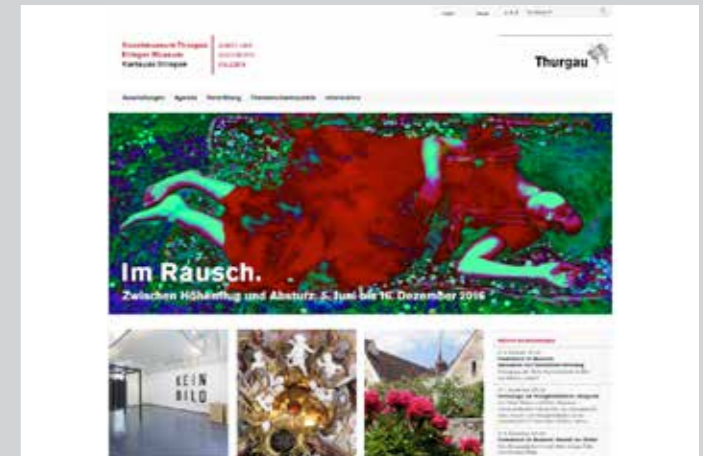
Die Wahrnehmungsebenen



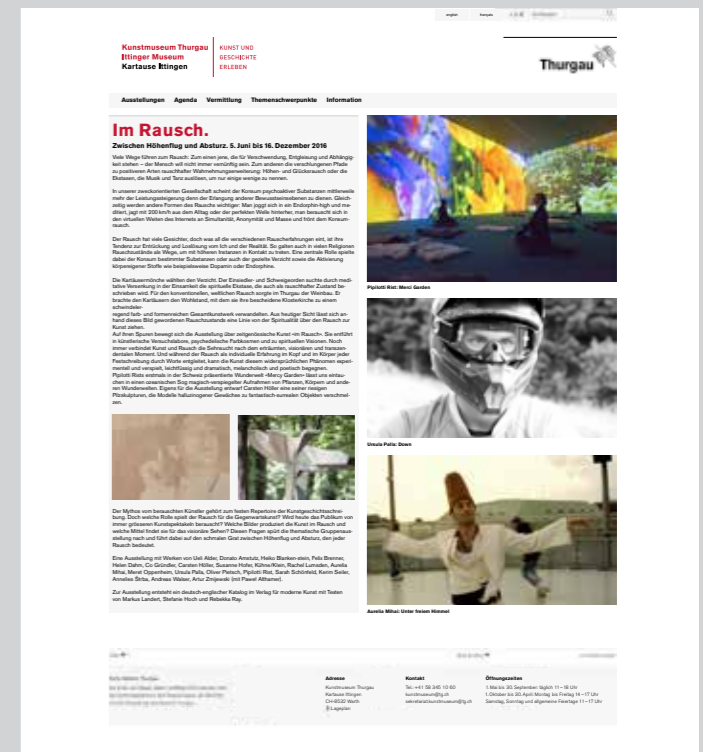
Ebene 1
Startseite Kanton
mit Horizont und Navigationspunkt «Museen».



Ebene 2
Übergeordnete Seite «Museen»
mit Horizont.
Statement zur Bedeutung der Museen.
Navigationspunkte für alle Museen.



Ebene 3
Auftritt der Museen.
Inszenierung der Ausstellungen im Zentrum.
Reduzierter Horizont.
Damit auch Synergien zum Printauftritt.



Ebene 4
Vertiefende Informationen
zu einer Ausstellung.

Das Netzwerk zur Unterstützung

Informationsdienst
Walter Hofstetter
Regierungsgebäude
Zürcherstrasse 188
8510 Frauenfeld
T 058 345 53 20
F 058 345 53 29
walter.hofstetter@tg.ch

Amt für Informatik
Leo Kuster
Im Roos 6
8570 Weinfelden
T 058 345 12 12
F 058 345 12 33
info.afi@tg.ch

BLDZ
Beda Blöchlinger
Riedstrasse 7
8510 Frauenfeld
T 058 345 53 72
F 058 345 53 71
beda.bloechlinger@tg.ch

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

Nuun GmbH
Web und Apps
Sam Müller
Dorfstrasse 3
8560 Märstetten
T 071 577 02 90
info@nuun.ch

