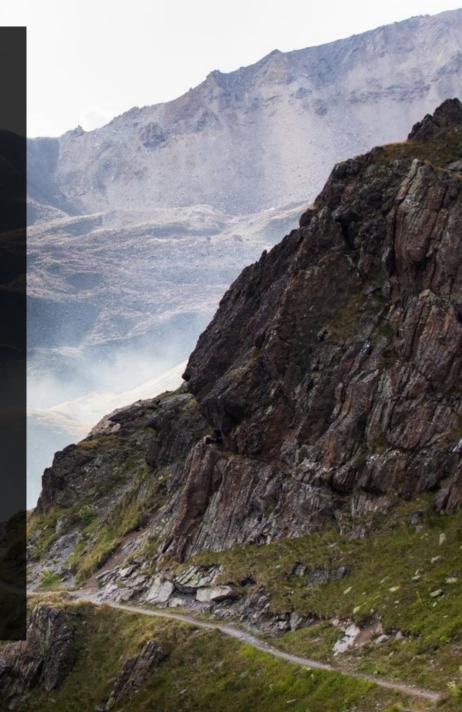


### **Ziel dieses Dokuments**

Wie dokumentieren und illustrieren Partner und Lizenznehmer der Marke graubünden ihre Teilhabe an der Markenwelt graubünden? Wie schöpfen Sie das Synergiepotenzial mit der erfolgreichen Regionenmarke am besten aus?

Das vorliegende Dokument bietet in Form eines kurzen Leitfadens die relevanten Informationen zur Einbindung der Marke graubünden in den eigenen Auftritt.

Ziel der Marke graubünden ist es, Identifikation nach innen und Aufmerksamkeit am Markt zu schaffen. Der grösste **Mehrwert** entsteht dabei, wenn die Kommunikation beider Leistungen (Partner und Marke) optimal präsentiert und verlinkt wird.



### Die Markenelemente für Partner

## graubünden-Logo, kommunikativer Zusatz und Capricorn

Partner werden durch den Einsatz der Regionenmarke mit einemm **kommunikativen Zusatz** und dem **Capricorn** gestützt. Das eigene CD wird dabei nicht verändert.

Der kommunikative Zusatz sowie der Capricorn können auf allen Kommunikationselementen (Print, Digital) eingesetzt werden. Der Capricorn schafft in seiner Anwendung als Gestaltungselement Wiedererkennung und stiftet Identität.

Wirtschaftsstandort mit Lebensqualität. graub nden



### Kommunikativer Zusatz

# graubünden lädt die Leistung des Partners auf

#### Der «kommunikative Zusatz» wird:

- a) In Absprache mit der Geschäftsstelle Marke graubünden bestimmt.
- b) Aus einer bestehenden Variante gewählt.

Zurzeit sind im Bereich Wirtschaft folgende kommunikative Zusätze im Einsatz:

«Arbeiten, wo man leben möchte.»

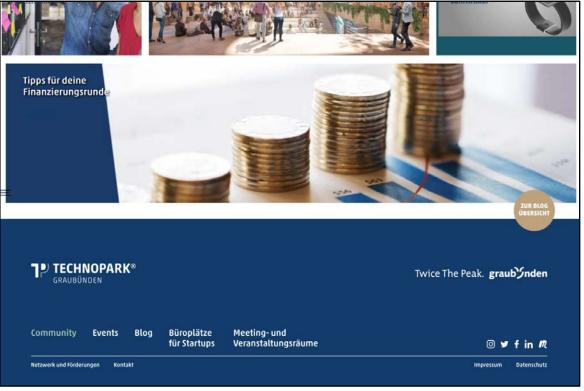
«Wirtschaftsstandort mit Lebensqualität.»

### Anwendung (siehe Gestaltungsprinzip bei Partnern):

- Zur Verfügung gestellt werden die Logo-Varianten 4c (schiefer/granat) sowie einfarbig weiss.
- Der kommunikative Zusatz wird immer rechtsbündig platziert.

# Beispiel





graubünden

# Gestalterische Umsetzung

Das Markenportal graubünden beschreibt als modernes, digitales CI/CD-Manual die Anwendung der Marke in den verschiedenen Bereichen und dient als Grundlage sowie Inspiration für die nachfolgenden gestalterischen Umsetzungsvorschläge.

Für Partner relevante Links:

Markenzeichen für Partner

Gestaltungsprinzip bei Partnern

Digitale Elemente für Partner

graubünden

# Textbaustein für Einbettung in Partnerkommunikation

Wir empfehlen, die Partnerschaft mit der Marke graubünden zusätzlich zur Logo-Platzierung mittels eines Textbausteins in einen inhaltlichen Kontext zu stellen. Vor allem im digitalen Bereich bestehen dafür einfache Möglichkeiten. Wir beraten Sie dazu gerne persönlich.

### Textbaustein Marke graubünden:

«Natur und Metropole. Abgeschieden und Mittendrin. Urchig und High-Tech. Gletscher und Wein. Wo Spannung herrscht, ist Energie gespeichert: Das Zusammenspiel der verschiedenen Kräfte ist es, was Graubünden einzigartig macht. Hier lässt es sich nicht nur in Einklang mit der Natur leben, sondern auch in innovativen Unternehmen, Institutionen und Organisationen arbeiten, die der Region weit über die Grenzen hinaus Strahlkraft verleihen. Das ((Name und Standort des Unternehmens/Institution/Organisation)) trägt dazu massgeblich bei.

# Verlinkung auf Partner-Website

Capricorn und kommunikativer Zusatz werden in digitalen Anwendungen der Partner verlinkt. Dies erhöht nicht nur das Suchmaschinen-Ranking beider, sondern schafft mehr Kontext für Kunden.

Dabei steht Ihre Zielgruppe im Vordergrund. Mit welchem Thema wollen Sie sich positionieren?

Unser Vorschlag für die Kommunikation innerhalb des Kantons (B2B):

https://www.marke.graubuenden.ch/de/

### Bei spezifischen Inhalten und marktgerichtet eignen sich auch:

https://leben-arbeiten-graubuenden.ch/

https://leben-in-graubuenden.ch/

https://innovation-und-talente.ch/

## **Social Media**

Die Marke graubünden kommuniziert

- B2B auf LinkedIn
- B2C auf <u>Instagram</u> und <u>Facebook</u>

### Markieren

- Facebook, LinkedIn: @NaturMetropole graubünden
- Instagram: naturmetropole\_graubuenden

### Hashtags

#naturmetropolegraubuenden #graubuenden #leben #arbeiten #worklifeblending #innovation #talente #wirtschaftsstandort #lebensqualitaet



## Ihr Kontakt.

Marke graubünden Via Nova 37 7017 Flims Dorf

marke@graubuenden.ch +41 (0)81 531 34 20

Gieri Spescha Geschäftsführer +41 (0)79 406 76 79 gieri.spescha@graubuenden.ch marke.graubuenden.ch

Andrea Beerli Projektmanagerin Mobile +41 (0)79 429 84 81 andrea.beerli@graubuenden.ch

