

# ZÜRI OBER LAND

Corporate Design Manual

Version 1.0 | 13. April 2022

# **EINZIGARTIGES ZÜRIOBERLAND**

## **ZÜRI**

Der unternehmerische, kulturelle und gesellschaftliche Puls von Zürich schlägt auch in unserer Region. Visionäre Ideen treffen hier auf fruchtbaren Boden – ambitionierte Vorhaben finden ein positives Klima. Schliesslich gehören Innovationen schon seit 200 Jahren zu unserer Geschichte.

## **OBER**

Unser Name steht für Hochstehendes. Wir engagieren uns mit Freude und Sorgfalt für die besonderen Qualitäten unserer Region. Von den wirtschaftlichen, kulturellen und sozialgeschichtlichen Eigenarten bis hin zu den landwirtschaftlichen Produkten.

## **LAND**

Die einzigartige Natur- und Kulturlandschaft ist das Kapital unserer Region. Wir tragen Sorge zu ihr und teilen sie mit Bedacht mit unseren Gästen. Sie bildet die Quelle für die Lebensqualität, die unsere Region so wertvoll macht für alle, die naturnah und in einem aufgeschlossenen Umfeld leben möchten.

## **UNSERE MISSION**

Gemeinsam für ein lebenswertes, wettbewerbsfähiges und attraktives Zürcher Oberland.

# INHALT

Standortmarke «ZÜRIOBERLAND»	4
Titelseiten Publikationen	6
Dateiformate	7
Produktmarke «us em ZÜRIOBERLAND»	8
«regio.garantie» und «Schweiz. Natürlich.»	9
Icons Social Media	11
Buttons	11
Typografie	12
Einsatz Partnerlogo	16
Schreibweisen	18

## Markenrecht

Der Verein Standortförderung Zürioberland ist alleiniger Eigentümer folgender beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum hinterlegten Marken:

- Standortmarke «ZÜRIOBERLAND» (CH 775492)
- Produktmarke «us em ZÜRIOBERLAND» (CH 774721)

Die geschützten Marken dürfen unter einhalten dieses Corporate Design Manuals und nach vorgängiger Absprache mit dem Eigentümer verwendet werden.

# STANDORTMARKE

Das schlichte und zeitgemässe Logo basiert auf der eigens für die Standortförderung Zürioberland erarbeiteten Schrift «Zürioberland Bold». Sie zeichnet sich durch charakteristische und eigenständige Merkmale, eine handschriftliche Ästhetik sowie den Schriftcharakter «Display» aus.



Schutzraum = 50% der Buchstabenhöhe

Logo positiv

**Farbe Print**  
100% Schwarz

**Farbe Web**  
R = 0 | B = 0 | B = 0



Logo negativ

**Farbe Print**  
weiss

**Farbe Web**  
R = 255 | B = 255 | B = 255

## Anwendung der Standortmarke

- Das Logo kann sowohl in der Standardvariante schwarz als auch negativ weiss angewendet werden, jedoch niemals in einer anderen Farbe.
- Beim Einsatz des Signets wird stets auf einen möglichst guten Kontrast geachtet.
- Das Logo darf in Bildern, vorzugsweise in einem ruhigen Bildbereich, platziert werden. Die Lesbarkeit muss dabei gewährleistet sein.
- Das Logo darf nicht verzogen werden (Abbildungsmaassstab von Horizontale und Vertikale sind immer identisch)
- Die Standardbreite des Logos beträgt 20 mm (Geschäftsdrucksachen und Publikationen bis DIN A4.
- Die Mindestgrösse des Logos beträgt 10 mm (= Breite ohne Schutzraum).

# ANWENDUNGSBEISPIELE STANDORTMARKE



**DANIELA WASER**

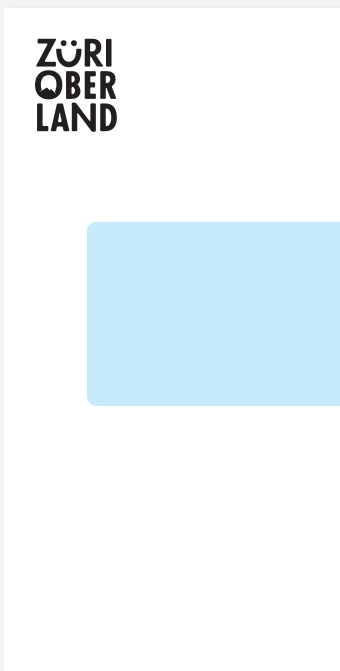
Geschäftsleiterin

daniela.waser@zuerioberland.ch  
Direkt +41 52 396 50 91

---

Standortförderung Züriger Oberland  
Bahnhofstrasse 13 | Postfach 161  
8494 Bauma | Telefon +41 52 396 50 90  
info@zuerioberland.ch | zuerioberland.ch

Visitenkarten



Kuvert C5 mit Fenster links

**ZÜRIGER OBERLAND MAGAZIN**

Ausgabe #33  
Dezember 2021  
leben | arbeiten | erleben  
zuerioberland.ch

**ZÜRIGER OBERLAND ERLEBEN**

**AUSGABE 2022**  
170 Erlebnisse im Züriger Oberland

zuerioberland.ch

**KUNST**  
Ein Traumschloss fürs Züriger Oberland

**WINTERSPORT**  
Sieben Skigebiete in einem Abonnement

**KUL**  
Genusswoche 2021 im September

Covers Broschüren



**Logogrösse Standard**  
Breite = 20mm

# TITELSEITEN PUBLIKATIONEN

Die Titelseiten der Publikationen bis DIN A4 haben einen festen Aufbau mit weissem Passepartout-Rahmen, links oben platzierter Standortmarke und ein- oder zweizeiliger Headline.



Beispiel DIN A4  
Titel 1-zeilig gross

Beispiel DIN A5 | Titel 2-zeilig



Beispiel DIN A65 | Titel 1-zeilig klein

## Spezifikationen Titel

Frutiger LT Pro 47 Light Condensed  
Kerning: optisch  
Laufweite: 40 Einheiten

- 1 Titel 1-zeilig gross = 90.5/90.5 pt
- 2 Titel 1-zeilig klein = 58.5/58.5 pt
- 3 Titel 2-zeilig = 37/37 pt

## Spezifikationen

- Die Standardbreite des Logos bei Publikationen bis Format DIN A4 beträgt 20 mm.
- Der Passepartout-Rahmen bei Publikationen im Format DIN A4 beträgt auf allen Seiten 8 mm, bei kleineren Formaten 6 mm
- Der Abstand der Standortmarke zur Headline entspricht den Randverhältnissen des Passepartout (Beispiel: Passepartout A4 = 8 mm, Abstand Standortmarke zu Headline = 8 mm)
- Die Headline kann 1- oder 2-zeilig sein und ist am Logo Standortmarke ausgerichtet.

# DATEIFORMATE

Je nach Anwendung werden verschiedene Dateiformate verwendet. Als Grafikdateien sind Vektordaten zu verwenden, da diese im Vergleich zu Pixelbildern verlustfrei skalierbar sind und in jeder Abbildungsgrösse eine optimale Qualität gewährleisten.



**Vektorgrafik**  
**600% skaliert**  
verlustfrei, optimale Qualität

**Dateiformate Print**

EPS  
AI  
PDF

**Dateiformate Web**

SVG



**Pixelgrafik**  
**600% skaliert**  
verlustbehaftet, sichtbar verpixelt

**Dateiformate Print**

JPEG  
TIFF  
PSD

**Dateiformate Web**

JPEG  
PNG

Sollte aufgrund von technischen Anforderungen (z.B. bei Video- oder Webinhalten) trotzdem ein Pixelbild erforderlich sein, muss dieses in der für die Anwendung optimalen Auflösung erstellt werden, um eine möglichst gute Wiedergabequalität zu gewährleisten.

# PRODUKTEMARKE «US EM ZÜRIOBERLAND»

Zur Kennzeichnung zertifizierter Regionalprodukte wird die Produktemarke «us em ZÜRIOBERLAND» eingesetzt.

Nebst der Produktemarke wird das Produkt zusätzlich mit dem Gütesiegel «regio.garantie» ausgezeichnet.



Schutzraum = Buchstabenhöhe



Label positiv  
auf Recyclingpapier

**Farbe Print**  
100% Schwarz

**Farbe Web**  
R = 0 | B = 0 | B = 0



Label negativ schwarz  
auf Recyclingpapier

**Farbe Print**  
weiss

**Farbe Web**  
R = 255 | B = 255 | B = 255



Label positiv  
auf Recycling-Naturpapier

## Anwendung der Produktemarke

- Die bevorzugte Anwendungsgrösse beträgt 19 mm, die Mindestgrösse des Logos (inkl. Schutzraum) beträgt 16 mm.
- Die Produktemarke kann auf der Etikette grafisch eingefügt oder als separater Button aufgeklebt werden.
- Wenn immer möglich wird das Logo inkl. Schutzraum weiss bzw. schwarz hinterlegt.
- In Ausnahmefällen (z.B. Anstieg der Produktionskosten) kann das Logo in ruhigen Bildbereichen transparent platziert werden.
- Das Gut zum Druck muss in jedem Fall von der Standortförderung Zürioberland freigegeben werden.



# «REGIO.GARANTIE» UND «SCHWEIZ. NATÜRLICH.»

## Anwendung auf Produkten

Zur Kennzeichnung zertifizierter Regionalprodukte wird die Produktmarke «us em ZÜRIOBERLAND» auf der Schmucketikette eingesetzt. Zudem wird das Gütesiegel «regio.garantie» wahlweise auf der Schmuck- oder der Auszeichnungsetikette platziert.

schwarz-weiss                      zertifiziert **regio•garantie**

farbig                                      zertifiziert **regio•garantie**

### Anwendung

- Die Mindestbreite von «regio.garantie» beträgt 13mm.
- ~«regio.garantie» ist immer einzeilig mit dem Zusatz «zertifiziert» einzusetzen.
- Siehe Anwendungsbeispiel Etikette Bratkäse Barbecue auf Seite 10.

## Anwendung auf Werbemitteln (Print & Digital)

Sofern ausschliesslich zertifizierte Produkte beworben werden, ist auf Werbemitteln die Produktmarke «us em ZÜRIOBERLAND» einzusetzen. Werden nebst zertifizierten Produkten gleichzeitig nicht-zertifizierte Produkte beworben, wird die Standortmarke «ZÜRIOBERLAND» eingesetzt. In beiden Fällen muss zusätzlich das Gütesiegel «regio.garantie» in Kombination mit «Schweiz. Natürlich.» eingesetzt werden.



### Anwendung

- Die Platzierung von «Schweiz. Natürlich.» ist randabfallend und kann rechts oder links unten in der Höhe variabel erfolgen.
- Die Mindesthöhe des schwarzen Balkens beträgt 10 mm.
- Der Schriftzug «Schweiz. Natürlich.» hat eine minimale Schriftgrösse von 6 pt bzw. 1.5 mm (Grossbuchstabenhöhe).
- Siehe Anwendungsbeispiel Geschenkbox Regionalprodukte auf Seite 10.

# ANWENDUNGSBEISPIELE PRODUKTEMARKE



Etikette Bratkäse Barbecue | natürli zürioberland ag



Etikette Sommerhonig | Imkerei Bieri



Geschenkbbox Regionalprodukte  
Anwendungsbeispiel «regio.garantie» und «Schweiz. Natürlich.»



Verpackung Schweizer Bio-Eier | Hosberg AG

# ICONS SOCIAL MEDIA

Bei weiteren Labels und Icons wird wie mit den eigenen Logos verfahren. Sie werden nach Möglichkeit immer in schwarz oder weiss eingesetzt.



Logo Facebook  
positiv



Logo Instagram  
positiv



Logo LinkedIn  
positiv



Logo Facebook  
negativ



Logo Instagram  
negativ



Logo LinkedIn  
negativ

# BUTTONS



Button Info mit QR  
schwarz



Button Info nur Text  
weiss



Button Info nur Text  
weiss

## Gepunktete Linie

Button gross: Kontur 1 pt | 100% Schwarz bzw. Weiss | Abstand zum Rand = 5 mm

Button klein: Kontur 0.75 pt | 100% Schwarz bzw. Weiss | Abstand zum Rand = 2.5 mm

# TYPOGRAFIE | CORPORATE-SCHRIFTEN

Die Schriften werden in schwarz oder weiss eingesetzt und haben klar definierte Anwendungsbereiche. Im Office-Bereich werden vorwiegend die beiden Frutiger-Schriftschnitte eingesetzt.

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890.,:;!)?«»+--“„\*%&/|{|}=~^**

**Zürioberland Bold** | Titelschrift für Headlines und Überschriften, Hinweise in Buttons  
Die Schrift wird ausschliesslich in Grossbuchstaben (Versalien) verwendet.  
Schriftgrösse: variabel, z.B. 40/42pt | Laufweite: 40 Einheiten | Kerning: optisch  
Satzarten: linksbündig, rechtsbündig, mittig



**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmno pqrstuvwxyz**  
**1234567890.,:;!)?«»+--“„\*%&/|{|}=~^**

**Tiempos Text** | Einleitungstexte, prägnante Auszeichnungen | Schriftgrösse: variabel, z.B. 18/21 pt  
Laufweite: 10 Einheiten | Kerning: optisch | Satzarten: linksbündig, rechtsbündig, mittig

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmno pqrstuvwxyz**  
**1234567890.,:;!)?«»+--“„\*%&/|{|}=~^**

**Frutiger LT Pro 47 Light Condensed** | Lauftexte, Titel bei Publikationen (Versalien), Geschäftsdrucksachen, Korrespondenz, Office-Anwendungen | Schriftgrössen: variabel, z.B. 10/14 pt bzw. 8.5/11pt für Lauftexte A4 bzw. A5  
Laufweite: 15 Einheiten bzw. 40 Einheiten (Versalien) | Kerning: optisch | Satzarten: linksbündig, Blocksatz, rechtsbündig

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmno pqrstuvwxyz**  
**1234567890.,:;!)?«»+--“„\*%&/|{|}=~^**

**Frutiger LT Std 67 Bold Condensed**  
Zwischentitel, Auszeichnungen, Bildunterschriften, Kontaktinformationen, Office-Anwendungen  
In Office-Anwendungen wird anstelle dieses Schriftschnitts Frutiger 47 Light Condensed verwendet und fettgestellt  
Schriftgrössen: variabel, z.B. 10/14 pt bzw. 8.5/11pt für Lauftexte A4 bzw. A5  
Laufweite: 15 Einheiten | Kerning: optisch | Satzarten: linksbündig, Blocksatz, rechtsbündig

# TYPOGRAFIE | SYSTEMSCHRIFTEN

Sollten die Corporate Schriften nicht verfügbar sein, werden als Fallback-Schriften die unten aufgeführten Systemschriften eingesetzt.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890.,:;()!?«»+--“„\*%&/|{}=~^**

**Arial (elektronisch fettgestellt)**  
Fallback-Schrift Zürioberland Bold



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,:;()!?«»+--“„\*%&/|{}=~^

**Times New Roman**  
Fallback-Schrift Tiempos Text

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,:;()!?«»+--“„\*%&/|{}=~^

**Arial Regular**  
Fallback-Schrift Frutiger LT Com 47 Light Condensed

# ANWENDUNGSBEISPIELE TYPOGRAFIE

**ZÜRI  
OBER  
LAND**



## 1 BEITRITTSFORMULAR VEREIN STANDORTFÖRDERUNG ZÜRIOBERLAND

2 Unsere Mitglieder setzen ein Zeichen für ein starkes Zürcher Oberland.  
Sie engagieren sich gemeinsam für einen lebenswerten, wettbewerbsfähigen und attraktiven Standort und profitieren darüber hinaus von exklusiven Vorteilen:

- 3
- Zugang zum branchenübergreifenden Netzwerk Zürioberland
  - Bevorzugte Empfehlung bei Anfragen
  - Präsenz auf den Zürioberland-Marketingplattformen
  - Exklusive Verwendung der Standortmarke Zürioberland für Image- und Werbezwecke
  - Nutzung von Bild- und Filmmaterial für Marketingzwecke
  - Unterstützung bei der Suche nach Räumen wie Gewerbe- und Industrieflächen, Ateliers usw.
  - Direkter und persönlicher Zugang zu Hochschulen
  - Kostenlose Erstberatung und Unterstützung bei Firmengründung, Fundraising usw.
  - regio•garantie-Zertifizierung für Regionalprodukte sowie entsprechende Marketingleistungen
  - ... und zahlreiche weitere Vorteile



Informationen zu den Mitgliederkategorien auf der Rückseite ►

## 1 ANMELDEFORMULAR

■ Wir werden Mitglied im Verein Standortförderung Zürioberland

### 4 Kontaktangaben

Unternehmen/Organisation

Name, Vorname

Adresse

PLZ/Ort

Telefon direkt

E-Mail direkt

Datum, Unterschrift

Mitgliederkategorie auf der Rückseite wählen ►

**ZÜRI  
OBER  
LAND**

## 1 ÜBERSICHT MITGLIEDERBEITRÄGE

Anzahl Vollzeitäquivalente (VZÄ) für juristische Personen z.B. Selbständige, Unternehmen, Stiftungen	Mitgliederbeitrag pro Jahr in CHF
1 bis 3	200.–
4 bis 9	400.–
10 bis 24	550.–
25 bis 49	850.–
50 bis 99	1300.–
100 bis 199	2100.–
200 bis 399	3500.–
400 bis 799	5600.–
800 bis 1499	8500.–
ab 1500	ab 12 500.– (individuell)

Gemeinden/Städte	Mitgliederbeitrag pro Einwohner:in und Jahr in CHF
Modul Standortförderung	2.50
Modul Neue Regionalpolitik	ca. 2.–

Vereine und Verbände	Pauschalbetrag pro Jahr in CHF
Wirtschaftsverbände Gewerbeverbände usw.	1000.–
Kultur- und Tourismusinstitutionen Vereine, Verbände	300.–

Citytax-Betriebe z.B. Hotel, Beherbergungsbetrieb	Mitgliederbeitrag pro Übernachtung und Gast in CHF
Citytax-Betriebe	2.50

3 Mehr Informationen und Online-Anmeldung:  
standortförderung-zürionberland.ch/mitglied-werden

## 1 MITGLIEDERKATEGORIE

Bitte die gewünschte Kategorie ankreuzen

- Gemeinde/Stadt**
- Juristische Personen** z.B. Selbständige, Unternehmen, Stiftungen  
Anzahl Vollzeitäquivalente (VZÄ): .....
- Citytax-Betrieb** z.B. Hotel, Beherbergungsbetrieb
- Wirtschaftsverband**
- Kultur- oder Tourismusinstitutionen** z.B. Vereine, Verbände

4 Bitte retournieren Sie das  
ausgefüllte Formular an:

3 Standortförderung Zürioberland  
Bahnhofstrasse 13  
Postfach 161  
8494 Bauma

info@zuerionberland.ch

### 1 Zürioberland Bold

Titelschrift für Headlines und Überschriften,  
Hinweise in Buttons

### 2 Tiempos Text

Einleitungstexte, prägnante Auszeichnungen

### 3 Frutiger LT Com 47 Light Condensed

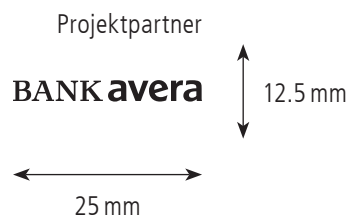
Lauftexte, Korrespondenz, Geschäftsdrucksachen,  
Office-Anwendungen

### 4 Frutiger LT Com 67 Bold Condensed

Zwischentitel, Auszeichnungen, Bildunterschriften,  
Kontaktinformationen, Office-Anwendungen

# EINSATZ PARTNERLOGO

Logos von Partnern werden bei der Geschäftskorrespondenz generell rechts im oberen Bereich des jeweiligen Layouts platziert. Weitere Anmerkungen zum Einsatz solcher Signete sind unten aufgeführt.



## Anmerkungen zum Einsatz von Logos der Projektpartner

- Richtwerte für Format A4: max. Breite 25 mm | max. Höhe 12,5 mm.
- Bei kleineren Formaten verringert sich auch die Abbildungsgrösse entsprechend.
- Die Signete sind grundsätzlich innerhalb des Satzspiegels abzubilden.
- Die Logos müssen lesbar sein.
- Die Logos haben eine Überschrift zur Verdeutlichung ihrer Beteiligung beim jeweiligen Projekt.



# ANWENDUNGSBEISPIEL PARTNERLOGO



Projektpartner  
**BANK avera**

Organisation  
Organisation Zusatz  
Anrede Name Vorname  
Funktion  
Adresse  
PLZ/Ort

Bauma, 13. August 2021

## PERSÖNLICHE EINLADUNG: 1. VERNETZUNGSANLASS VERKEHRSVEREINE ZÜRCHER OBERLAND

Sehr geehrter Herr Muster

Hiermit laden wir Sie zum ersten Vernetzungsanlass der Verkehrsvereine Zürcher Oberland ein. Anbei finden Sie Ihre persönliche Einladung mit den Programmdetails.

Wir starten mit einem Besuch im Lozzi Museum in Wald, das am 1. August 2021 seine Tore öffnet. Bestaunen Sie die Kunstwerke des Plastikers Yvan «Lozzi» Pestalozzi in der Villa Flora und tauchen Sie in eine Welt der Fantasien ein, die Sie zum Staunen, Schmunzeln und Nachdenken bringt. Inspiriert von diesem Wunderland tauchen wir im zweiten Teil in einen spannenden Austausch ein. Bringen Sie Ihre Ideen und Bedürfnisse bezüglich der zukünftigen Zusammenarbeit in der Region und der Entwicklung der Verkehrsvereine ein.

Geniessen Sie zum Abschluss bei einem Apéro riche in der Bleichibeiz ein kulinarisches Erlebnis, bei dem Sie sich nach Lust und Laune austauschen, vernetzen oder einfach kulinarisch verwöhnen lassen.

Wir freuen uns auf Ihre **Anmeldung bis am Freitag, 3. September 2021** an [tourismus@zuerioberland.ch](mailto:tourismus@zuerioberland.ch) inkl. Vor- und Nachname, Verein und Funktion. Alternativ melden Sie sich telefonisch unter +41 52 396 50 99 an.

Aufgrund der aktuellen Situation und den geltenden Massnahmen ist die Personenanzahl in diesem Jahr limitiert. Wir freuen uns, Sie und Ihre Begleitperson zu empfangen. Wenn Sie verhindert sind, ist Ihre Vertretung herzlich willkommen.

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme und einen angeregten Austausch.

Freundliche Grüsse

Zürioberland Tourismus

Mirjam Wüthrich  
Leiterin Tourismus

Nathalie Humm  
Projektleiterin

Standortförderung Zürüoberland | Bahnhofstrasse 13 | Postfach 161 | 8494 Bauma  
Telefon +41 52 396 50 90 | [info@zuerioberland.ch](mailto:info@zuerioberland.ch) | [zuerioberland.ch](http://zuerioberland.ch)

1 | 2

# SCHREIBWEISEN

Genauso wichtig wie ein einheitliches optisches Erscheinungsbild ist ein konsequenter Auftritt in Bezug auf die Schreibweise von Adressen, Telefonnummern, Interpunktionen und weiteren Angaben.

## Anwendung Zürioberland | Zürcher Oberland

Die Region heisst Zürcher Oberland, somit wird im Fliesstext der Begriff «Zürcher Oberland» verwendet. In einem schweizerdeutschen Text kommt «Zürioberland» zur Anwendung. Für Werbezwecke mit emotionalem Wert kann der schweizerdeutsche Begriff «Zürioberland» angewandt werden. Der Genitiv heisst Zürcher Oberlandes (nicht Oberlands).

## Genderneutrale Schreibweise

Wo immer möglich ist eine neutrale Form zu wählen (z.B. Studierende statt Studenten). Ist dies nicht möglich, wird die genderneutrale Formulierung mit Doppelpunkt verwendet (z.B. Teilnehmer:innen).

## Währungen

- Abkürzung Schweizer Franken: CHF
- Frankenbeträge ohne Rappen werden mit Halbgeviertstrich geschrieben (Gedankenstrich, UniCode ALT 0150). Beispiel: CHF 1746.–
- Frankenbeträge mit Rappen werden mit zwei Kommastellen geschrieben. Beispiel: CHF 1746.10

## Gliederung Zahlen

- Zahlengruppen werden erst ab fünf Stellen gegliedert (Ausnahme: Tabellen, dort bereits ab vier Stellen). Als Trennzeichen gilt bei der Gestaltung von Printmedien ein Achtelgeviert, im Office-Bereich der Apostroph (').
- Beispiel Printmedien: CHF 5000.–, CHF 10 000.–
  - Beispiel Office-Bereich: CHF 5000.–, CHF 10'000.–

## Webadressen | E-Mail

- URLs werden ohne den Zusatz www geschrieben. Beispiel: zuerioberland.ch
- Hyperlinks werden bei der Gestaltung von Printmedien weder unterstrichen noch mit einer Farbe gekennzeichnet. Beispiel: zuerioberland.ch
- Hyperlinks werden bei der Anwendung im Officebereich unterstrichen, aber nicht mit einer Farbe gekennzeichnet. Beispiel: [zuerioberland.ch](http://zuerioberland.ch)
- Wird auf eine Internetpräsenz verwiesen, wird der englische Begriff «Website» bzw. «Websites» (Plural) verwendet.
- Wird auf eine E-Mail-Adresse verwiesen, wird ausschliesslich die Schreibweise «E-Mail» verwendet.

## Zeitangaben

- Volle Stunden werden gekürzt und ohne «.00» am Schluss geschrieben. Beispiel: 17 Uhr
- Zwischen zwei Uhrzeiten wird bevorzugt der Halbgeviertstrich (Gedankenstrich, UniCode ALT 0150) verwendet. Beispiel: 13 – 17.30 Uhr

### **Datumsangaben**

Monate werden ausgeschreiben, unnötige Ziffern weggelassen (z.B. 6. anstatt 06.).

Beispiel: 19. November 2021

### **Telefonnummer**

Telefonnummern werden mit der Landesvorwahl und ohne Null in Klammer geschrieben.

Die Begriffe Telefon, Direkt, Mobile werden ausgeschreiben.

Beispiel: Telefon +41 52 396 50 90

### **Adressangaben**

Adressangaben werden wenn immer möglich ausgeschreiben. Der Zusatz CH vor der Postleitzahl ist nicht erforderlich.

Beispiel: Bahnhofstrasse 13 | 8494 Bauma

### **Interpunktion bei Aufzählungen**

Bei Aufzählungen wird grundsätzlich der Halbgeviertstrich (Gedankenstrich, UniCode ALT 0150) für die einzelnen Punkte verwendet.

Beispiel: – korrekte Interpunktion bei der Aufzählung

### **Anführungszeichen**

Bei Anführungen werden die im Schweizer Sprachraum korrekten Guillemets (« . . . ») verwendet.

Beispiel: «Es ist wunderschön im Zürcher Oberland.»

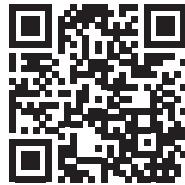
### **Vollständige Adresse**

Standortförderung Zürioberland

Bahnhofstrasse 13 | Postfach 161 | 8494 Bauma

Telefon +41 52 396 50 90

info@zuerioberland.ch | zuerioberland.ch



**Mehr Informationen**  
zuerioberland.ch

**Folgen Sie uns auf Social Media**

