conveniat27

BRANDING & STYLEGUIDE



INHALT

LOGOS	3
FARBEN	4
HÄUSER	5
TYPOGRAPHIE	6
ILLUSTRATIONEN	7
MOTION	8
KANÄLE	9
HASHTAGS	10
EMOJIS	10

LOGOS

Haupt	conveniat27	conveniat27	conveniat27	Für generelle Anwendung Druck & Digital
Sekundär	conveniat 2027 MIR SIND CEVI conveniat 2027 ON EST CADET	conveniat 2027 MIR SIND CEVI conveniat 2027 ON EST CADET	conveniat 2027 MIR SIND CEVI conveniat 2027 ON EST CADET	Für generelle Anwendung Print & Digital (französisch & deutsch)
Icon		2027	2027	Als Icon anzuwenden Nur Digital
Cevi-CH	CONVENIAT 27	CONVENIAT 27	CONVENIAT 27	Für generelle Anwendung & falls Sarasani prominent

FARBEN

Schwarz

HEX: #000000
RGB: 0 0 0
CMYK: 0 0 0 100

Schiefergrün

HEX: #47564C
RGB: 71 86 76
CMYK: 80 40 70 35

Helligkeitsabstufungen erlaubt

Weiss

HEX: #FFFFFF
RGB: 255 255 255
CMYK: 0 0 0 0

Kalkbeige

HEX: #F4EED7
RGB: 71 86 76
CMYK: 17 0 12 66

Primär für Familienlager

HÄUSER

Helligkeitsabstufungen erlaubt

Kitsune
HEX: #7B1E1E
RGB: 123 30 30
CMYK: 30 95 90 35



Phoenix
HEX: #AE9427
RGB: 174 148 39
CMYK: 30 35 100 5



Baku
HEX: #3F345E
RGB: 63 52 94
CMYK: 80 85 35 25



Kelpie
HEX: #39709D
RGB: 57 112 157
CMYK: 80 50 20 0



Einhorn
HEX: #167474
RGB: 22 116 116
CMYK: 85 35 50 15



Greiff
HEX: #965123
RGB: 150 81 35
CMYK: 30 70 100 20



Wolpertinger
HEX: #305518
RGB: 48 85 24
CMYK: 75 40 100 40



Cerberos
HEX: #868686
RGB: 134 134 134
CMYK: 50 40 40 5



TYPOGRAPHIE

Helvetica Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910!@#\$%^&*()

Für Fliesstext. Hervorhebungen mit **Bold** */ Oblique* erlaubt.

Montserrat Extrabold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
12345678910!@#\$%^&*()

Für Überschriften, Titel und Untertitel. Kann in All-CAPS verwendet werden.

ILLUSTRATIONEN



Falls passend für den mittelalterlichen Flair. Zwingend mit gebeugtem Text drin.

Sarasani

Nicht notwendig, aber muss bei Verwendung prominent sein.

Dropshadow

Bei Bedarf zur Erhöhung des Kontrasts.
Ca. 35% Opacity, schwarz

Silhouetten

Vereinfachte Zelte und Bauten, aber auch andere Objekte möglich.



Organische Flächen

Abgerundete, geschwungene, frei gezeichnete Formen.

MOTION

Untertitel

Immer Deutsche und Französische Untertitel. Untereinander in der unteren Videohälfte einblenden.

Variante 1 (bevorzugt):
Montserrat Extrabold, weiss auf Schiefergrüner Hintergrund (**ODER** invertiert).

abgerundete Ecken
Dropshadow, schwarz, 75%, Offset nach rechts unten

Variante 2:
Gleich wie Variante 1 aber ohne Hintergrund.
(Weniger Kontrast auf hellen Hintergründen)

Animationen

Generell sollten animierte Elemente sich natürlich und harmonisch bewegen (Easing).



Bauchbinden

Bei Bedarf folgende Informationen für min. 3 Sekunden untereinander einblenden.

- **Ceviname** (falls vorhanden, sonst Vorname) - Montserrat Extrabold
- **Funktion** (Deutsch und Französisch) - Helvetica Regular

Smooth von links oder rechts einfliegen dort wo es Platz hat. Gesicht nicht überdecken!

Weisser Text auf schiefergrünem Hintergrund (**ODER** invertiert).

(Vorlage folgt evtl.)

Outro

Die .mov Outro-Datei leicht über das Ende des Videos überlappen, sodass der Übergang ins Outro passt.

KANÄLE

Mit den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen sollen die verschiedenen Anspruchsgruppen möglichst zielgruppengerecht abgeholt werden.

Insta/Facebook

Phase 1

- Aktive Leitende / Eltern aufmerksam machen und involvieren
- Multiplikator:innen gewinnen
- Einblicke hinter die Kulissen: Beiträge und Reels der verschiedenen Teams

Phase 2

- Erreichung der Teilnehmenden / Eltern
- Vorfreude steigern

Phase 3 (während des Lagers)

- Tägliche Posts und Storys
- Beiträge in den verschiedenen Sprachen
- Einblicke ins Lager für Eltern und Interessierte

Tiktok

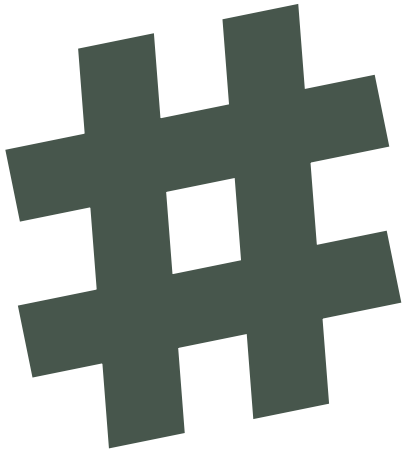
- Lustige Kurzvideos
- Analog zu den Reels können Kurzinterviews oder Einblicke hinter die Kulissen gewährt werden

LinkedIn

- Spärlich zur Verbreitung von Infos oder Aufrufen
- Erreichen von poteziellen Sponsoren und Firmen
- Mithelfende können das Conveniat in ihren eigenen Profilen unter "Ehrenämter" eintragen.

Print

- Flyer und Banner für die lokale Anpreisung der Abteilungen
- Evtl. Sticker und sonstige Marketingmaterialien für die Verbreitung und Awareness



HASHTAGS

Emojis machen Kommunikation ansprechend und witzig, solange diese im passenden Kontext gesetzt werden.

Quantität

Emojis dürfen durchaus in Captions verwendet werden. Dabei ist es wichtig, diese an den richtigen Stellen im richtigen Ausmass einzusetzen.

Auswahl

Die gewählten Emojis sollen zum Kontext des Beitrages passen und geschriebenes unterstützen.

EMOJIS

Hashtags ermöglichen uns, unseren Content in Kategorien einzuteilen. Dies erleichtert es uns User:innen zu erreichen, die an Themen, die wir teilen, interessiert sind.

Standard

Unter jedem Post setzten wir die folgenden Hashtags:

#conveniat27
#mirsindcevi
#cevischweiz
#onestcadet
#weareYMCAswitzerland

Individuell

Zusätzlich zu den standardisierten Hashtags können zwei bis drei weitere frei gewählte, zum Post passende, Hashtags gesetzt werden.

