

Richtlinie SBB 3D- Visualisierung.

November 2018



1. Grundsätze.

Markenwerte.

Neben den täglichen Kundenkontakten von Mensch zu Mensch macht vor allem der visuelle und audiovisuelle Auftritt die Marke SBB erlebbar. Sämtliche Kommunikationsmittel der SBB folgen einem einheitlichen Erscheinungsbild in hoher Gestaltungsqualität. Sie basieren auf den fünf SBB Markenwerten, welche im Markenportal zu finden sind.

Bildsprache.

Wir sind nahe am Menschen und schaffen einen bestmöglichen Bahnbezug. Licht und Farben sind natürlich und warm. Idealerweise bewegt sich die Kamera auf Augenhöhe und die Menschen befinden sich vor ruhigem Hintergrund. Überraschende Perspektiven und Einstellungen zugunsten der Emotionalität sind erwünscht. Die Konzentration liegt immer auf der Bildaussage. Wir verzichten auf unnötige gestalterische Spielereien, die dieser nicht dienen.

Inhalte.

Unsere Geschichten, Szenen und Situationen sind authentisch und nachvollziehbar. Gute Geschichten sind dramaturgisch aufgebaut, haben einen Anfang und einen Schluss. Sie leben von Personen, Bildern und emotionaler Kraft. Die SBB ist ein modernes Unternehmen. Dies gilt für die Wahl von Standorten, Hintergründen und Settings. Wir berücksichtigen aktuelle Berufskleidung, neuestes Rollmaterial und repräsentative Gebäude.

Ton.

Der Ton unterstützt und emotionalisiert die visuelle Botschaft. Sprache und Umweltgeräusche sind authentisch und klar. Das Klangbild ist modern und auf den Bildrhythmus abgestimmt. Unser akustisches Logo kann in die jeweilige Tonwelt der Botschaften integriert werden.

Barrierefreiheit.

Beim Thema Barrierefreiheit geht es vor allem darum, für dieses und dessen Umsetzung zu sensibilisieren. Spezifische Anforderungen sind jeweils aufgrund Inhalt, Zielgruppe und Medieneinsatz zu definieren.

Verwendungsrechte.

Die Rechte an Bild und Ton müssen bei jeder Verwendung schriftlich geklärt sein. Wir streben dabei ein zeitlich und örtlich uneingeschränktes Verwendungsrecht an, welches alle am Projekt beteiligten Personen einschliesst. Sollten die Verwendungsrechte zeitlich eingeschränkt sein, werden diese vorgängig verbindlich offeriert.

Beschaffung.

Die Markenführung gibt gerne Kontakte zu spezialisierten Agenturen bekannt, welche bereits mit der Marke SBB vertraut sind und entsprechende Arbeiten realisiert haben. Sie steht ebenso für offene Fragen und Beurteilungen von Visualisierungen und weiteren Informationen unter der E-Mail-Adresse marke@sbb.ch zur Verfügung.

Archivierung.

Nach der Auswahl und finalen Abnahme der Renderings gehen diese zur Sichtung und Archivierung an das SBB Media Center.

2. Stil.

Die folgenden Punkte sind zu berücksichtigen für:

- 3D-Renderings (Architektur, Innenarchitektur, Designprojekte)
- 3D-Animationen und -Filme
- Virtual Reality (VR)-Modelle

3D-Visualisierungen geben einen Einblick in geplante, aber noch nicht realisierte SBB Projekte oder Zukunftsszenarien. Es ist zwingend, dass diese durch den Stil und die Verwendung entsprechender Branding-Elemente mit der Marke SBB und deren Werten assoziiert werden.

Marke und Markenwerte.

SBB Logo.

Beispielsweise Gebäude oder Objektbranding. Das SBB Logo sowie die Richtlinie kann im Markenportal geladen werden. sbb.ch/identity

SBB Uhr.

Diese soll, wo sinnvoll, im Originaldesign in die Visualisierung integriert werden.

Signaletik.

Die blaue Beschilderung unterstützt den Bezug zur SBB.

Zug.

Die Integration von modernstem Rollmaterial im Vorder- oder Hintergrund unterstreicht das Umfeld.

SBB Markenwerte.

Die Markenwerte der SBB, welche auf der Seite 3 aufgelistet sind, sollen professionell und realistisch zum Ausdruck gebracht werden.

SBB AG

Kommunikation, Markenführung

Hilfikerstrasse 1

3000 Bern 65, Schweiz

marke@sbb.ch

sbb.ch/marke