

12. Januar 2017

# Marke «EnergieSchweiz»

Reglement zur Verwendung der  
Marke durch die Projektpartner



**energieschweiz**  
Unser Engagement: unsere Zukunft.

**Autorin:**

Marianne Sorg, Bundesamt für Energie (BFE)

**EnergieSchweiz**

Bundesamt für Energie BFE, Mühlestrasse 4, CH-3063 Ittigen · Postadresse: CH-3003 Bern  
Tel. 058 462 56 11, Fax 058 463 25 00 · [energieschweiz@bfe.admin.ch](mailto:energieschweiz@bfe.admin.ch) · [www.energieschweiz.ch](http://www.energieschweiz.ch)

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>4</b>
1.1	Ziel .....	4
1.2	Geltungsbereich .....	4
1.3	Qualitätssicherung .....	5
<b>2</b>	<b>Projektformen .....</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>Vorgaben zur Wahl des Erscheinungsbildes (Corporate Design).....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>Anwendung der Marke in Fremd-CDs.....</b>	<b>12</b>
4.1	Variante «Logo» .....	12
4.2	Variante «Label».....	13
<b>5</b>	<b>Schlussbestimmungen .....</b>	<b>14</b>

# 1 Einleitung

## 1.1 Ziel

Das vorliegende Reglement regelt, wie die Marke «EnergieSchweiz» durch die Projektpartner und Auftragnehmer des Programms EnergieSchweiz angewendet werden muss. Eine einheitliche Anwendung der Marke durch alle Programmakteure unterstützt die Anstrengungen von EnergieSchweiz, sich stärker auf den energierelevanten Märkten zu positionieren und über die Bekanntheit der Marke die Botschaften und Inhalte des Programms nachhaltiger im Bewusstsein der breiten Bevölkerung und wichtiger Anspruchsgruppen zu verankern.

Dieses Reglement löst das gleichnamige Reglement vom Januar 2013 ab.

## 1.2 Geltungsbereich

Die Verwendung der Marke EnergieSchweiz durch die Projektpartner und Auftragnehmer beschränkt sich in der Regel auf die Kommunikation von Projekten, die von EnergieSchweiz voll- oder mitfinanziert oder ideell unterstützt werden (nachfolgend EnergieSchweiz-Projekte genannt).

Den Projektpartnern ist es jedoch auch gestattet, die Marke in der Unternehmenskommunikation einzusetzen, wenn gleichzeitig auf das EnergieSchweiz-Projekt hingewiesen wird, an dem sich der Partner beteiligt.

Organisationen, die nicht gewinnorientiert ausgerichtet sind und deren Zwecke sich vollständig mit den Zielen von EnergieSchweiz decken, können die Marke in ihrer Unternehmenskommunikation einsetzen, ohne dass sie an einem EnergieSchweiz-Projekt beteiligt sind. Diese Organisationen schliessen mit dem BFE eine Vereinbarung ab.

Somit regelt dieses Reglement folgende Fragen:

- Wann muss in der Kommunikation von EnergieSchweiz-Projekten das Erscheinungsbild von EnergieSchweiz angewendet werden und wann darf ein fremdes Erscheinungsbild zum Einsatz kommen, in welches die Marke EnergieSchweiz integriert ist?
- Wie muss die Marke EnergieSchweiz in ein fremdes Erscheinungsbild integriert werden?

Die Wahl des Erscheinungsbildes hängt von der Projektform ab. Die Projektformen werden in Kapitel 2 beschrieben. In Kapitel 3 wird die Wahl des Erscheinungsbildes für jede Projektform geregelt (Regel und Ausnahmen). Und Kapitel 4 gibt einen Überblick über die möglichen grafischen Varianten, wie die Marke EnergieSchweiz in ein fremdes Erscheinungsbild zu integrieren ist.

## 1.3 Qualitätssicherung

Die Vorgaben dieses Reglements sind ein Bestandteil der Verträge, die das BFE mit Projektpartnern und Auftragnehmern im Rahmen des Programms EnergieSchweiz abschliesst.

Die Guts zum Druck von sämtlichen Kommunikationsmitteln sind frühzeitig vor deren Druck oder Aufschaltung an die QS-Stelle Marke zur Prüfung zu senden:

[marke-energieschweiz@bfe.admin.ch](mailto:marke-energieschweiz@bfe.admin.ch).

Anfragen zur Auslegung dieses Reglements, zur Umsetzung des EnergieSchweiz-Erscheinungsbildes oder zur Verwendung der Marke in einem Fremd-CD sind ebenfalls an die QS-Stelle Marke zu richten: [marke-energieschweiz@bfe.admin.ch](mailto:marke-energieschweiz@bfe.admin.ch).

Das BFE behält sich vor, die Einhaltung dieses Reglements mit Stichprobenkontrollen zu überprüfen und Projektpartner oder Auftragnehmer bei Verletzung des Reglements abzumahnen.

## 2 Projektformen

Die Anwendung der Marke EnergieSchweiz in der Projektkommunikation hängt von der Form des Projekts ab. Das vorliegende Reglement unterscheidet fünf Projektformen, die sich hinsichtlich der finanziellen Beteiligung des BFE (Programm EnergieSchweiz) und der Anzahl Projektpartner voneinander unterscheiden. Die fünf Projektformen heissen:

- BFE-Projekte
- Tandemprojekte
- Verbundprojekte
- Sponsoring
- Partnerschaft

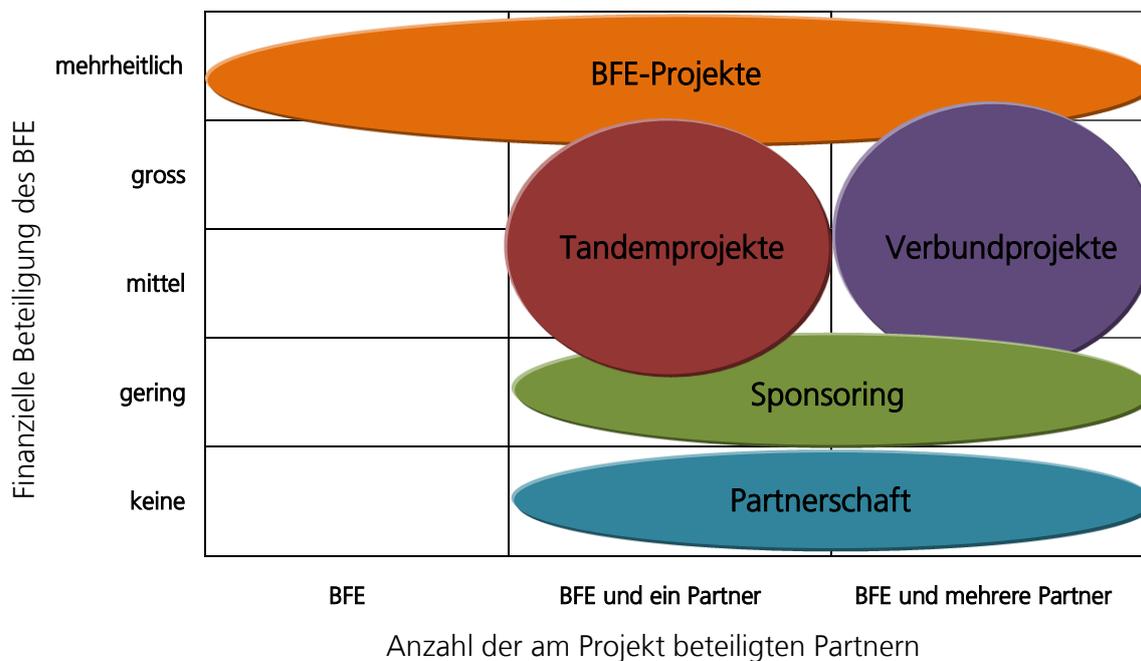


Abbildung 1: Darstellung der Projektformen aufgrund der finanziellen Beteiligung des BFE und der Anzahl der Partner

Die fünf Projektformen stehen für eine unterschiedliche Rollenverteilung und Zusammenarbeit zwischen dem BFE und den Projektpartnern und können folgendermassen umschrieben werden:

Projektform	Umschreibung
<b>BFE-Projekte</b>	<p>Als BFE-Projekte gelten Projekte, die vollständig oder mehrheitlich vom BFE finanziert werden (in der Regel zu mehr als 60 %) und allenfalls durch einen oder mehrere Partner mitgetragen und untergeordnet mitfinanziert werden. Der Partnerbeitrag kann in Form von Eigenleistungen erfolgen</p> <p>BFE-Projekte werden in der Regel vom BFE initiiert und fachlich begleitet. Mit der Planung und Durchführung von BFE-Projekten werden gewöhnlich Dritte (Projektbeauftragte), allenfalls Projektpartner beauftragt.</p> <p>Zeichnet ein Projektpartner für die Projektidee verantwortlich und/oder übernimmt ein Projektpartner aufgrund seiner Kompetenzen die fachliche Begleitung des Projekts, gilt das Projekt trotzdem als BFE-Projekt, wenn die Finanzierung vollständig oder zum überwiegenden Teil durch das BFE sichergestellt wird.</p>
<b>Tandemprojekte</b>	<p>Tandemprojekte sind Gemeinschaftsprojekte des BFE mit einem Partner. Die beiden Partner engagieren sich in vergleichbarem Rahmen und agieren sowohl in ihrem Aussenauftritt wie auch bei der inhaltlichen Ausgestaltung des Projekts als gleichwertige Partner. Gleichwertig bedeutet, dass sie gemeinsam das Projektziel definieren, die Rollen klären, die eigenen Interessen offenlegen, die Aktivitäten festlegen, den Zeitrahmen bestimmen und die Finanzierung sichern. Das finanzielle Engagement müssen die beiden Partner nicht zwingend je zur Hälfte erbringen. Ein Partner kann nur untergeordnet mitfinanzieren, wenn er im Gegenzug sein Know-how, seine Kommunikationsplattformen, seine Vertriebskanäle o.a. für die Projektkommunikation zur Verfügung stellt.</p> <p>Zu möglichen Tandempartnern gehören Grossunternehmen (z.B. Coop, IKEA), grosse Interessensverbände (z.B. TCS, WWF) und Energieagenturen (z.B. EnAW, MINERGIE).</p> <p>Mit der Durchführung der Tandemprojekte werden in der Regel Dritte beauftragt. Die Projektbeauftragten sind dabei in der Funktion von normalen Auftragnehmern und treten in der Kommunikation gegen aussen nicht auf. Je nach Art und Inhalt des Projekts kann es sinnvoll sein, dass der Tandempartner das gemeinsame Projekt oder zumindest Teile davon selber durchführt.</p>
<b>Verbundprojekte</b>	<p>Verbundprojekte sind Gemeinschaftsprojekte des BFE mit mehreren Partnern. In Verbundprojekten leisten alle Partner einen wesentlichen Beitrag an das Projekt in Form von finanziellen Beiträgen,</p>

	<p>Eigenleistungen und/oder zur Verfügung stellen von Know-how, ihren Vertriebskanälen, Kommunikationsplattformen u.a.</p> <p>Verbundpartner können Unternehmen, Branchenverbände, Interessensverbände (NGO) oder andere Bundesämter sein. Bei Verbundprojekten übernimmt entweder das BFE oder einer der Verbundpartner die Federführung.</p> <p>Mit der Durchführung der Verbundprojekte werden in der Regel Dritte beauftragt. Die Projektbeauftragten sind dabei in der Funktion von normalen Auftragnehmern und treten in der Kommunikation gegen aussen nicht auf. Je nach Art und Inhalt des Verbundprojekts kann es sinnvoll sein, dass einzelne Verbundpartner Teile des Projekts selber durchführen.</p>
<b>Sponsoring</b>	<p>Beim Sponsoring unterstützt das BFE ein Projekt von Dritten mit einem finanziellen Beitrag, ohne dieses (massgeblich) inhaltlich mitzugestalten. Der Beitrag des BFE ist untergeordnet (in der Regel weniger als 20 % des Gesamtbudgets), das Projekt wird mehrheitlich aus andern Quellen finanziert. Der Beitrag des BFE kann jedoch den Beitragsempfängern und Projekteignern den Zugang zu andern Finanzierungsquellen erleichtern und daher für die Finanzierung und Durchführung des Projekts entscheidend sein.</p> <p>Oft übernimmt EnergieSchweiz im Rahmen des Sponsorings das Patronat für ein Projekt von Dritten. Dies ist in der Regel nicht mit einem höheren finanziellen Beitrag an das Projekt verbunden, sondern dient alleine dem zusätzlichen Imagetransfer.</p>
<b>Partnerschaft</b>	<p>Bei der Partnerschaft handelt es sich um eine ideelle Unterstützung durch EnergieSchweiz. Die Nutzung der Marke EnergieSchweiz soll den Organisationen zusätzliche Glaubwürdigkeit (Reputation) verleihen. Mit der Partnerschaft soll nicht gewinnorientierten Organisationen die Möglichkeit gegeben werden, die Marke EnergieSchweiz in ihrer Kommunikation projektunabhängig einzusetzen</p> <p>Für die Partnerschaft kommen nur Organisationen in Frage, die keine gewinnorientierten Zwecke verfolgen und deren Geschäftstätigkeiten die Ziele von EnergieSchweiz unterstützen (Energieeffizienz und erneuerbare Energien fördern).</p> <p>Die Partnerschaft wird in einer schriftlichen Vereinbarung zwischen dem BFE und dem Partner geregelt.</p>

Tabelle 1: Beschreibung der fünf Projektformen, die hinsichtlich der Anwendung der Marke bestimmend sind

### 3 Vorgaben zur Wahl des Erscheinungsbildes (Corporate Design)

In der Kommunikation von EnergieSchweiz-Projekten wird entweder das Corporate Design (CD) von EnergieSchweiz oder ein Fremd-CD angewendet. Dieses kann entweder dem Erscheinungsbild des Projektpartners oder des Leadingpartners (bei Verbundprojekten) entsprechen oder aber ein eigenständiges Projektdesign sein (z.B. bei Kampagnen).

Die Projektform «Partnerschaft» stellt insofern einen Sonderfall dar, als dass es hierbei um die Unternehmenskommunikation des Partners und nicht um Projektkommunikation geht. Bei der Unternehmenskommunikation kommt immer das Corporate Design des jeweiligen Partners zum Einsatz.

Für die einzelnen Projektformen gelten folgende Regeln und Ausnahmen in Bezug auf die Wahl des Erscheinungsbildes:

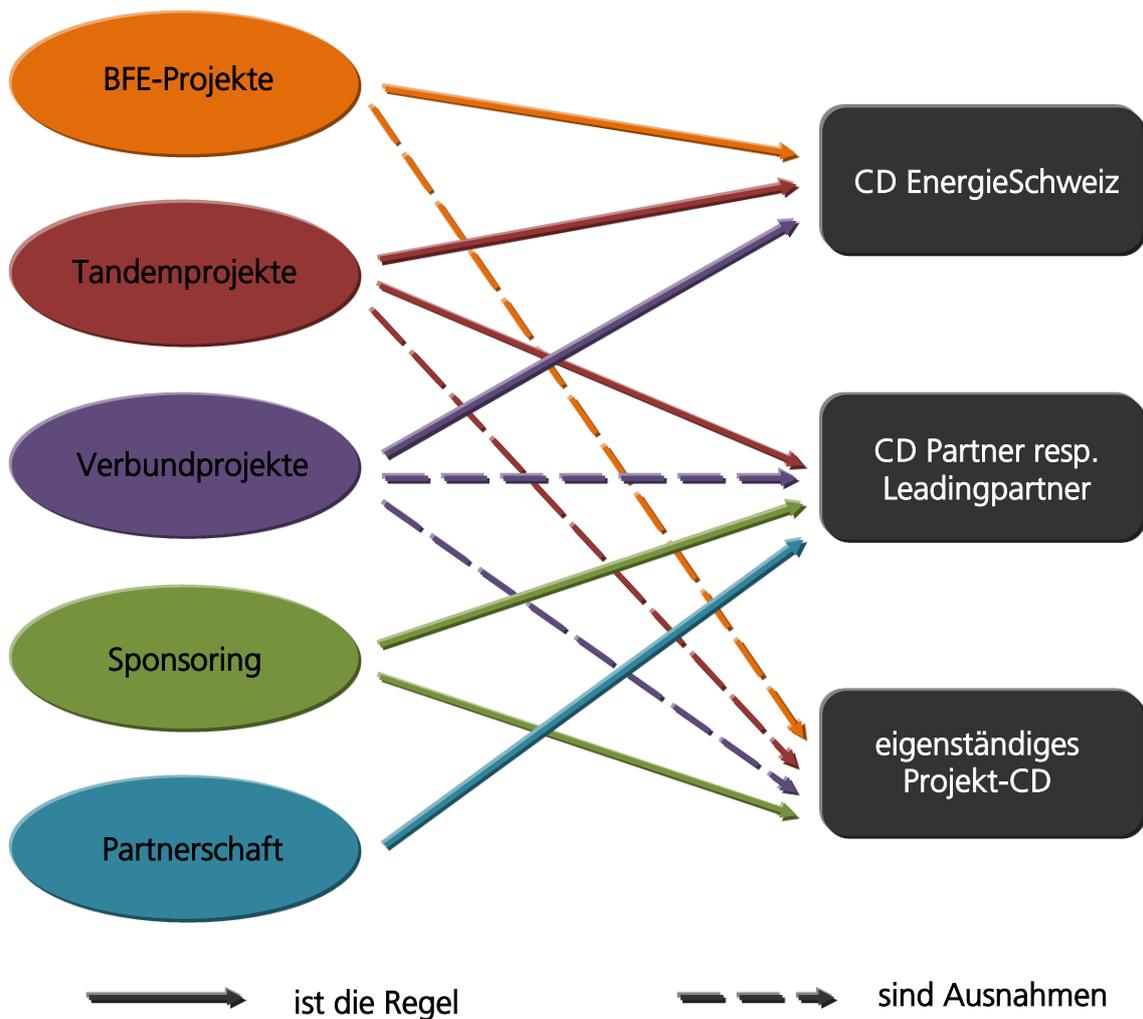


Abbildung 2: Regeln und Ausnahmen bei der Wahl des Erscheinungsbildes pro Projektform

Projektform	Regel 	Ausnahme/n 
<b>BFE-Projekt</b>	In der Kommunikation von BFE-Projekten wird in der Regel das Erscheinungsbild von EnergieSchweiz gemäss dem Manual « <b>EnergieSchweiz – Corporate Design</b> » <sup>1</sup> , Januar 2017 angewendet.	Wenn erwartet werden kann, dass ein Projekt (z.B. eine spezielle Kampagne) durch ein spezielles Design beim Zielpublikum mehr Wirkung entfalten kann, ist die Anwendung eines eigenständigen Projekt-CDs erlaubt.
<b>Tandemprojekt</b>	<p>Tandemprojekte werden von den beiden Partnern entweder gemeinsam oder unabhängig voneinander kommuniziert. Je nach Art und Inhalt des Projekts ist eine getrennte, aber aufeinander abgestimmte Kommunikation einer gemeinsamen vorzuziehen. Dies ist insbesondere dann der Fall, wenn die beiden Tandempartner über eigenständige Kanäle und Plattformen verfügen, über die sie die Projektzielgruppen erreichen.</p> <p>Einigen sich die Tandempartner auf eine gemeinsame Projektkommunikation, entscheiden sie gemeinsam, ob das Erscheinungsbild von EnergieSchweiz oder das des Partners zur Anwendung kommen soll. Die Wahl des Erscheinungsbildes hängt davon ab, welcher Absender die bessere Wirkung beim Zielpublikum aufgrund der Bekanntheit und Glaubwürdigkeit seiner Marke erreichen kann.</p>	Wenn erwartet werden kann, dass ein Projekt (z.B. eine spezielle Kampagne) durch ein spezielles Design beim Zielpublikum mehr Wirkung entfalten kann, ist die Anwendung eines eigenständigen Projekt-CDs erlaubt.
<b>Verbundprojekt</b>	In der Kommunikation von Verbundprojekten ist in der Regel das Erscheinungsbild von Ener-	In Ausnahmefällen kann die Projektkommunikation nach einem eigenständigen Erschei-

<sup>1</sup> Das Manual «EnergieSchweiz – Corporate Design», Januar 2017 beinhaltet die grafischen Vorgaben für die Print- und Online-Kommunikation nach dem Erscheinungsbild von EnergieSchweiz und ist auf der Webseite von EnergieSchweiz aufgeschaltet: [www.energieschweiz.ch/marke](http://www.energieschweiz.ch/marke)

	<p>gieSchweiz gemäss dem Manual «EnergieSchweiz – Corporate Design», Januar 2017 anzuwenden.</p>	<p>nungsbild oder dem Erscheinungsbild des Leadingpartners des Verbundprojekts gestaltet werden. Dies insbesondere, wenn erwartet werden kann, dass das Projekt durch einen eigenständigen prägnanten Auftritt mehr Wirkung beim Zielpublikum entfalten kann, oder wenn der Leadingpartner durch seinen vergleichsweise hohen Bekanntheitsgrad eine höhere Glaubwürdigkeit beim Zielpublikum erzielt.</p>
Sponsoring	<p>Beim Sponsoring liegt es in der Entscheidung des Beitragsempfängers, ob er für das unterstützte Projekt sein eigenes CD oder ein eigenständiges Projekt-CD anwenden will.</p>	
Partnerschaft	<p>Da es bei der Partnerschaft um die Verwendung der Marke EnergieSchweiz in der Unternehmenskommunikation des Partners geht, wird hierbei natürlich immer das CD des Partners angewendet.</p>	

Tabelle 2: Beschreibung der Regeln und Ausnahmen bei der Wahl des Erscheinungsbildes pro Projektform

Beispiele der Anwendung des Erscheinungsbildes von EnergieSchweiz



Abbildung 3: Broschüre nach CD EnergieSchweiz



Abbildung 4: Broschüre nach CD EnergieSchweiz mit Partner-Logo

## 4 Anwendung der Marke in Fremd-CDs

Für die Integration der Marke EnergieSchweiz in ein fremdes Erscheinungsbild – CD Partner oder eigenständiges Projekt-CD – sieht dieses Reglement zwei Varianten vor:

- Variante «Logo»
- Variante «Label»

### 4.1 Variante «Logo»

Bei der Variante «Logo» wird im Fremd-CD ein gut sichtbarer Bereich (bei Printprodukten vorzugsweise auf der Titelseite, bei Webseiten auf der Startseite) für die Platzierung des EnergieSchweiz-Logos definiert. Dem Logo geht immer ein Hinweis zur Projektpartnerschaft voraus. Dieser Hinweis kann zum Beispiel lauten:

- Mit Unterstützung von [Logo EnergieSchweiz]
- In Zusammenarbeit mit [Logo EnergieSchweiz]
- Mit dem Engagement von [Logo EnergieSchweiz und Logo/s Partner]
- Ein Engagement von [Logo EnergieSchweiz und Logo/s Partner]
- Eine Kampagne von [Logo EnergieSchweiz und Logo/s Partner]
- Eine Gemeinschaftsaktion von [Logo EnergieSchweiz und Logo/s Partner]
- Eine gemeinsame Dienstleistung von [Logo EnergieSchweiz und Logo/s Partner]

Wird die Marke EnergieSchweiz in der Unternehmenskommunikation eines Projektpartners eingesetzt, ist immer auf das gemeinsame Projekt hinzuweisen. Dieser Hinweis kann zum Beispiel lauten:

- Wir sind Partner der Kampagne [Name der Kampagne] von [Logo EnergieSchweiz]
- Wir unterstützen [Name des Projekts] von [Logo EnergieSchweiz]

Wird die Marke EnergieSchweiz projektunabhängig in der Unternehmenskommunikation des Partners eingesetzt (nur bei Partnerschaften möglich), ist der Hinweis auf die Partnerschaft vorzugsweise wie folgt zu formulieren:

- Wir sind Partner von [Logo EnergieSchweiz]
- [Name Partner] ist Partner von [Logo EnergieSchweiz]
- Wir unterstützen die Ziele von [Logo EnergieSchweiz]

Der Hinweis auf die (Projekt-)Partnerschaft ist oberhalb oder links vom EnergieSchweiz-Logo zu platzieren; sein Schriftformat soll dem Erscheinungsbild der jeweiligen Publikation entsprechen.

#### Beispiel der Markenintegration in ein Fremd-CD gemäss der Variante «Logo»



Abbildung 5: Verbrauchskatalog von TCS und EnergieSchweiz

## 4.2 Variante «Label»

Bei der Variante «Label» wird im Fremd-CD ein Label mit dem Projektclaim und dem EnergieSchweiz-Logo an einem frei wählbaren Ort auf der Titelseite oder der Startseite des Webauftritts randbündig platziert. Der Projektclaim ist im Schriftformat von EnergieSchweiz geschrieben (Schriften siehe Manual «EnergieSchweiz – Corporate Design», Januar 2017). Neben dem EnergieSchweiz-Logo können weitere Partner-Logos auf diese Art und Weise platziert werden.

#### Beispiele der Markenintegration in ein Fremd-CD gemäss der Variante «Label»



Abbildung 6: Markenintegration in CD von VSSM (randbündig oben)



Abbildung 7: Markenintegration in CD von VSSM (randbündig seitlich)

## 5 Schlussbestimmungen

Das BFE behält sich das Recht vor, dieses Reglement neuen veränderten Rahmenbedingungen anzupassen. Änderungen dieses Reglements bedürfen der Schriftform. Sie sind den Nutzern in geeigneter Form bekannt zu geben. Werden Teile dieses Reglements unwirksam, so berührt dies die Gültigkeit der verbleibenden Bestimmungen nicht.

Das BFE lehnt jede Haftung ab, wenn Projektpartner oder andere Organisationen die Marke EnergieSchweiz nicht gemäss den Bestimmungen des vorliegenden Reglements anwenden und dadurch bei ihren Kunden und anderen Anspruchsgruppen Schadenersatzbegehren auslösen.