

Marke

Marke

Markenarchitektur – Einleitung

Die Architektur der Marke Liechtenstein ist geprägt von starken Partnerschaften. Jeder Partner profitiert von der Vielfalt innerhalb des Systems und stärkt die Marke Liechtenstein gleichzeitig mit seinen Leistungen.

Die Marke Liechtenstein verleiht dem Land Strahlkraft. Sie stärkt die Kernpartner durch deren Teilhabe an einem grösseren Ganzen. Sie lädt die Leistungen der Partner in der Kommunikation auf. Zusammen mit Drittmarken bringt sie die Leistungsfähigkeit der Region ein.

Kernpartner verkörpern mit ihren Leistungen die Landesmarke. Partner leisten mit ihren Leistungen und Kraft ihrer Ausstrahlung einen wesentlichen Beitrag zur Landesmarke.

Die Markenelemente und Anwendungsbereiche

Werden die Markenelemente, aus welchen das Markensystem Liechtenstein besteht, im richtigen Zusammenspiel genutzt, ergibt das ein eigenständiges und für den Kunden wiedererkennbares Markenerlebnis.

Die Markenelemente der Marke Liechtenstein bestehen aus drei Bausteinen:

- Wort-Bild-Marke
- Superzeichen
- Gestaltungselemente

Zu den Gestaltungselementen der Marke gehören Farben, Typografie, Bildwelt, Illustrationen sowie das Gestaltungsprinzip (Layout).

Die Gestaltungselemente sind für die Landesmarke und Kernpartner verbindlich. Bei Partnern wird die Wort-Bild-Marke jeweils im Rahmen ihrer eigenen Identität im Kommunikationsumfeld platziert. Die Auszeichnung von Herkunft oder Qualität bei Partnern mit einer eigenen Identität erfolgt durch die Kombination des Superzeichens mit einem kommunikativen Zusatz.

Marke

Markenarchitektur – Ebenen

Ebene	Markenzeichen		Gestaltungselemente Farben, Typografie, Bildwelten, Illustrationsstil, Gestaltungsprinzip	Anwendungsformen
	Wort- Bild- Marke	Super- zeichen		
Landesmarke	✓	—	✓	 LIECHTENSTEIN
	—	✓		
Kernpartner	✓	—	✓	 «Markenname» Liechtenstein
Partner	✓	—	—	 Stiftung Young&Active  LIECHTENSTEIN
Herkunfts- auszeichnung	—	✓	—	 Produkt aus Liechtenstein

Marke

Landesmarke

Die Marke Liechtenstein besteht in zwei Ausprägungen: die Wort-Bild-Marke sowie das Superzeichen. Die jeweilige Anwendung ist klar geregelt und leitet sich aus der durch Liechtenstein Marketing definierten Markenarchitektur ab. Der Entscheid, wann die jeweilige Markenausprägung eingesetzt wird, erfolgt ausschliesslich durch Liechtenstein

Marketing. Als Gestaltungselement wird das Superzeichen immer in Verbindung mit der Marke Liechtenstein verwendet. Der Bezug kann dabei über eine textliche Erwähnung oder über die Wort-Bild-Marke hergestellt werden.

Wort-Bild-Marke



LIECHTENSTEIN

Superzeichen



Die möglichen Anwendungen der beiden Markenausprägungen werden auf den nachfolgenden Seiten ausführlich dargestellt.

Marke

Landesmarke – Anwendungen der Wort-Bild-Marke

Für die Ausrichtung der Landesmarke bestehen drei auf das jeweilige Umfeld angepasste Versionen. Die quer platzierte, einfarbige (antrazit) Version der Wort-Bild-Marke stellt die

Basis-Anwendung dar. Wenn immer möglich, gelangt diese Version zur Anwendung.

Quer

Wenn immer möglich, wird diese Anwendung bevorzugt



LIECHTENSTEIN

Mitte

Anwendung für zentrierte Kommunikationsmittel



LIECHTENSTEIN

Vertikal

Anwendung in Hochformat



LIECHTENSTEIN

Marke

Landesmarke – Anwendungen der farbigen Wort-Bild-Marke

Als Variante zur Basis-Version gibt es die Wort-Bild-Marke auch in einer in den offiziellen Landesfarben Rot, Blau und Gelb gestalteten Anwendung. Der Einsatz dieser Variante wird im

jeweiligen Kontext geprüft und beschränkt sich auf solche Anwendungen, bei welchen die Basis-Version ihre Wirkung und Präsenz nicht im erforderlichen Mass entfalten kann.

Quer



LIECHTENSTEIN

Mitte



LIECHTENSTEIN

Vertikal

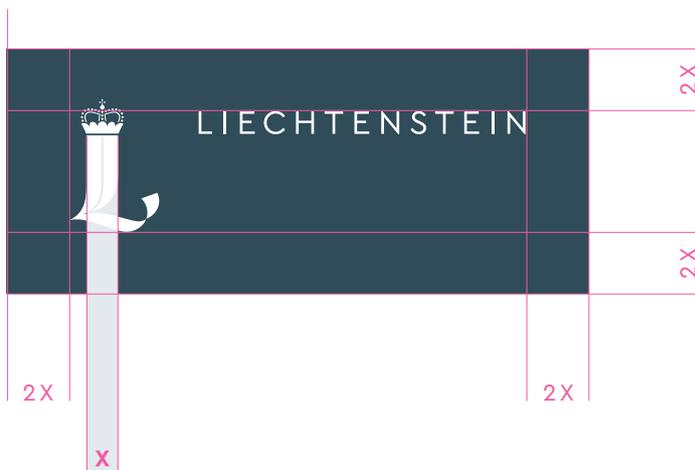


LIECHTENSTEIN

Marke

Landesmarke – Schutzzone der Wort-Bild-Marke

Die Wort-Bild-Marke besitzt eine Schutzzone:
Strichstärke «L» = X. Die Schutzzone von
2X umrahmt das gesamte Logo. Sie gilt für
alle Anwendungen und darf nicht verringert
werden.



Marke

Landesmarke – Anwendungen

Anwendung auf farbigen Hintergründen

Die Wort-Bild-Marke und das Superzeichen werden auf farbigen Hintergründen entweder weiss (auf dunklen Hintergründen) oder in Anthrazit auf den vorgegeben farbigen Hinter-

gründen angewendet. Auf Bildhintergründen wird die Landesmarke, wenn möglich, immer in Weiss verwendet. Die Bildauswahl muss entsprechend neutral gewählt werden.



Marke

Landesmarke – Anwendungen des Superzeichens

In seiner knappsten Form verkörpert das stilisierte «L» mit Fürstenhut als Superzeichen die Landesmarke. Innerhalb der Markenarchitektur gelangt es – in Kombination mit Textelementen – auf den Ebenen «Kernpartner» sowie

«Herkunftsauszeichnung» zur Anwendung. Alleinstehend platziert wird das Superzeichen ausschliesslich in einem visuellen oder textlichen Kontext zum Absender «Liechtenstein» angewendet.

Normale Anwendung

Anwendung in voller Ausgestaltung ab einer Höhe von 14 mm.



Kleine Anwendung

Wird das Superzeichen kleiner als mit einer Höhe von 14 mm angewendet, muss dieses speziell dafür optimierte Superzeichen verwendet werden. Es darf nicht unterhalb der Minimal-Höhe von 8 mm angewendet werden.



Marke

Kernpartner

Die Marke Liechtenstein verleiht dem Land Strahlkraft. Sie stärkt die Kernpartner durch deren Teilhabe an einem grösseren Ganzen. Kernpartner verkörpern mit ihren Leistungen die Landesmarke.

Die Wort-Bild-Marke der Kernpartner setzt sich zusammen aus dem Superzeichen sowie dem jeweiligen Markennamen. Der Begriff «Liechtenstein» kommt im Markennamen immer vor, als Nomen («Liechtensteiner») oder als Adjektiv («liechtensteinisch/e»).

Beispiel

Wort-Bild-Marke aus Superzeichen und zweizeiligem Markennamen



Anwendung

Schrift: Cera Pro Bold
Schriftgrösse: 16,5 Pt.
Zeilenabstand: 19 Pt.



Weitere Anwendungsbeispiele



Die Architektur der Marke Liechtenstein ist geprägt von starken Partnerschaften. Die Marke lädt die Leistungen der Partner in der Kommunikation auf. Partner laden mit ihren Leistungen im Gegenzug die Landesmarke auf. Beim Partnerauftritt gelangt ausschliesslich die Basis-

version der Wort-Bild-Marke «Liechtenstein» zur Anwendung. Sie wird in Anthrazit oder negativ/weiss im Erscheinungsbild der jeweiligen Partner platziert, ohne dieses zu verändern. Die Wort-Bild-Marke wird beim Partner so platziert, dass sie dessen Absender nicht konkurrenziert.

Verwendung der Wort-Bild-Marke

Die Wort-Bild-Marke «Liechtenstein» signalisiert Teilhabe und Zugehörigkeit zur Landesmarke



LIECHTENSTEIN

Anwendungsbeispiel



Marke

Herkunftsauszeichnung

Hochwertige Produkte und Dienstleistungen aus dem Land bezeugen ihren Qualitätsanspruch und ihre Herkunft durch die Platzierung der Herkunftsauszeichnung der Landesmarke Liechtenstein. Die Nutzung der Herkunftsauszeichnung ist an verbindliche, überprüfbare Vergabe-

kriterien gebunden. Die Herkunftsauszeichnung setzt sich zusammen aus dem Superzeichen, der Leistungsbeschreibung (z. B. «Produkt» oder «Innovation») sowie der Herkunftsbezeichnung «Liechtenstein».

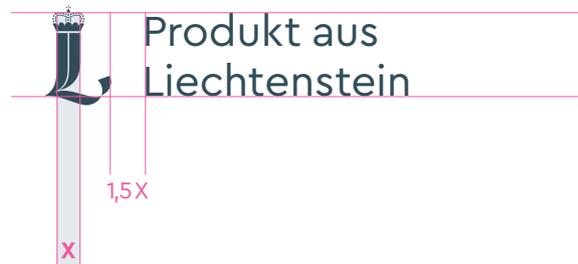
Beispiel

Herkunftsauszeichnung mit Superzeichen sowie Leistungs- und Herkunftsbezeichnung



Anwendung

Schrift: Cera Pro Regular
Schriftgröße: 16,5 Pt.
Zeilenabstand: 19 Pt.



Kleine Anwendung

Wird die Herkunftsauszeichnung kleiner als mit einer Höhe von 14 mm angewendet, muss dieses speziell dafür optimierte Zeichen verwendet werden. Es darf nicht unterhalb der Minimal-Höhe von 8 mm angewendet werden.



Marke

Herkunftsauszeichnung

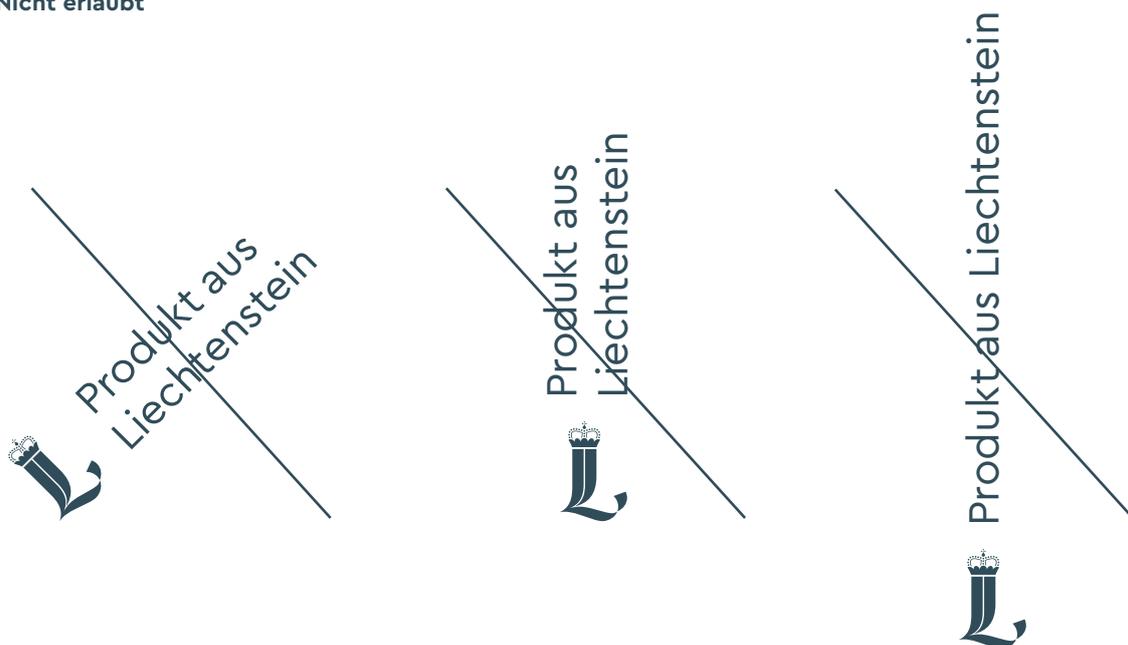
Wenn es die Platzverhältnisse oder das Umfeld des ausgezeichneten Produkts erfordern, kann die Herkunftsauszeichnung auch hochformatig um 90 Grad gegen den Uhrzeigersinn platziert werden.

Anwendung vertikal

Die Herkunftsauszeichnung sowie das Superzeichen dürfen nur um 90 Grad gegen den Uhrzeigersinn gedreht werden.



Nicht erlaubt



Marke

Herkunftsauszeichnung – Kategorien

Für die Nutzung der Herkunftsauszeichnung stehen vier Kategorien zur Auswahl: Produkt aus Liechtenstein, Genuss aus Liechtenstein, Innovation aus Liechtenstein, sowie

«Für Sie aus Liechtenstein». Die jeweilige Zuordnung der Auszeichnung erfolgt in enger Abstimmung mit Liechtenstein Marketing.

Produkt aus Liechtenstein

Mit dem Zusatz «Produkt aus Liechtenstein» werden im Land hergestellte handwerkliche oder industrielle Erzeugnisse ausgezeichnet.



Produkt aus
Liechtenstein

Englische Sprachversion:

Product from
Liechtenstein

Genuss aus Liechtenstein

Der Zusatz «Genuss aus Liechtenstein» wird für regionale Lebensmittel und Getränke eingesetzt.



Genuss aus
Liechtenstein

Englische Sprachversion:

Culinary delights from
Liechtenstein

Marke

Herkunftsauszeichnung – Kategorien

Innovation aus Liechtenstein

Der Zusatz «Innovation aus Liechtenstein» wird für Leistungen und Produkte angewendet, deren Entwicklung am Standort Liechtenstein erfolgt.



Innovation aus
Liechtenstein

Englische Sprachversion:

Innovation from
Liechtenstein

Kompetenz aus Liechtenstein

Der Zusatz «Kompetenz aus Liechtenstein» bezieht sich auf nicht tangible Dienstleistungen, die im Land erzeugt werden.



Kompetenz aus
Liechtenstein

Englische Sprachversion:

Expertise from
Liechtenstein

Marke

Herkunftsauszeichnung – Anwendungsbeispiel

Die Platzierung der Herkunftsauszeichnung wird mit dem Partner abgestimmt. Eine gute Lesbarkeit muss sichergestellt werden. Die Auszeichnung kann in den Markfarben der Marke

Liechtenstein gesetzt oder an die Farbwelt des Partners angepasst werden.

