



**ANZEIGEN
PLAKATE
AUSSENWERBUNG
WERBEMITTEL**

SWB CORPORATE DESIGN / STAND: OKTOBER 2016

swb

C / WERBUNG / Inhalt

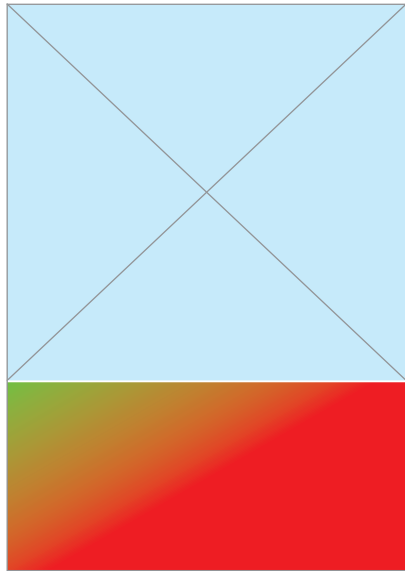
- 1.0 Anzeigen / C 03
- 2.0 Plakate und Poster / C 12
- 3.0 Sonstige Außenwerbung / C 19
Banner, Fahnen, Kfz, Straßenbahn, Bus
- 4.0 Werbemittel / C 25
Kugelschreiber, Tasche, Becher, T-Shirt, Glas

Anzeigen werden sowohl in der Endverbraucher-Kommunikation als auch für die Business-to-Business-Kommunikation und im Corporate Publishing eingesetzt. Da Anzeigen in der Regel nur oberflächlich betrachtet werden, ist es notwendig, die **zentrale Werbeaussage in den Mittelpunkt** zu stellen und **auf das Wesentliche zu reduzieren**.

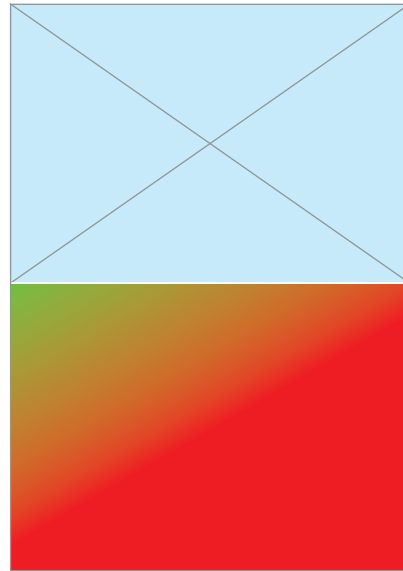
Achtung!
Alle Templates für die unterschiedlichen Anzeigenformate wurden in InDesign 5.5 erstellt.

Das IDML-Format kann bis InDesign-Version 4.0 geöffnet werden – dabei können jedoch Konvertierungsfehler auftreten!
Bitte Layout mit den mitgelieferten PDF-Dateien vergleichen!

C / 1.0 ANZEIGEN / 1.1 Teilungsvariationen von Bild und Fläche



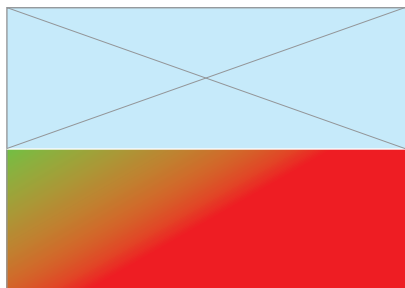
(1) Teilung 2:1 (Bild:Fläche)



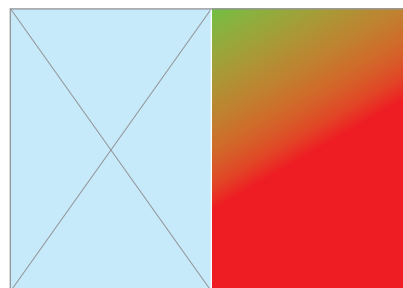
(2) Teilung 1:1 (Bild:Fläche)



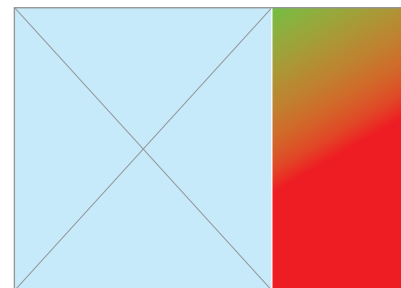
(3) Teilung 2:1 (Vollfläche)



(4) Querformat 1:1 (Bild:Fläche)



(5) Querformat 1:1 (Bild:Fläche)
vertikal



Querformat 2:1 (Bild:Fläche) vertikal

Die Teilungsvarianten:

Grundsätzlich gibt es zwei Teilungsvarianten von Bild und Fläche: 2:1 und 1:1.

(1) Standardteilung für Hochformate

Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 2:1.

(2) Variante für mehr Textanteil

Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 1:1.

(3) Variante für Typolösung

Der swb-Farbverlauf geht über das gesamte Format. Eine weiße Linie bleibt als Teilungselement bestehen.

(4) Standardteilung für Querformate

Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 1:1.

(5) Vertikalvariante für Querformate

Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 1:1 oder 2:1 vertikal. Auch bei Querformaten ist eine reine Typolösung möglich!

Achtung! Die genaue Definition des Satzspiegels und der Logoschutzzone ist in allen Templates bereits festgelegt. Auch das Dokumentenraster ist für die Standardformate eingestellt.

Für B2B-Anzeigen gelten die gleichen Teilungsvariationen.

SANSA PRO BOLD ALS HEADLINE NUR IN VERSALIEN!

z.B. 20 pt / ZAB 24 pt

HEADLINE MIT SWB-FARBVERLAUF

Headline mit swb-Farbverlauf auf weißer Fläche
oder ganz hellem Bildhintergrund

Thesis als Subline negativ und positiv

Thesis Sans Semi Bold
negativ auf swb-Farbverlauf

Thesis Sans Semi Bold
positiv swb-Rot auf Weiß

z.B. 15 pt / ZAB 17,5 pt

Thesis als Copytext negativ und positiv

Thesis Sans Semi Bold negativ auf Verlauf
> Magnis ditae quodis volorese omnimol
> Poris et laccus destia porectem.

Thesis Sans Semi Light positiv Schwarz auf Weiß

> Magnis ditae quodis volorese omnimol
> Poris et laccus destia porectem.

10 pt / ZAB 12,5 pt

Thesis als Fußnote negativ und positiv

* Thesis Sans Semi Bold negativ auf Verlauf. Magnis ditae quodis volorese omnimol Poris et laccus destia porectem. Mil expliqu untion remqui ommolor

* Thesis Sans Semi Light Schwarz auf Weiß. Magnis ditae quodis volorese omnimol Poris et laccus destia porectem. Mil expliqu untion remqui ommolor

6,5 pt / ZAB 7,5 pt

Als markantes Brand-Element wird die Sansa Pro Bold als Titel-Headlineschrift eingesetzt. Sie wird linksbündig (Ausnahme möglich, siehe Beispiel „Produktfreisteller“) und versal gesetzt. Als Subline und Fließtext wird die Thesis Sans eingesetzt. **(vgl. u.a. Kapitel A und B)**

Der Zeilenabstand bei Headlines verändert sich analog zu der Schriftgröße in 4-pt-Schritten. Die Subline in 2,5-pt-Schritten.

Entnehmen Sie bitte den jeweiligen Stilvorlagen der InDesign-Templates oder den Tabellen auf den folgenden Seiten, welche Standard-Schriftschnitte und -größen für welche Formate vorgegeben sind.

Achtung! Die Standard-Headlinegrößen können je nach Textlänge (in 4-pt-Schritten) optimiert werden.

Standard-Typogrößen/ZAB (Übersicht)

Sansa Pro nur für Headlines:	Thesis für Subline:
16 pt / ZAB 20 pt	12,5 pt / ZAB 15 pt
24 pt / ZAB 28 pt	15 pt / ZAB 17,5 pt
28 pt / ZAB 32 pt	17,5 pt / ZAB 20 pt
36 pt / ZAB 40 pt	20 pt / ZAB 22,5 pt
48 pt / ZAB 52 pt	Copytext:
60 pt / ZAB 64 pt	10 pt / ZAB 12,5 pt
	Fußnote:
	6,5 pt / ZAB 7,5 pt

C / 1.0 ANZEIGEN / 1.3 Hochformat-Anzeige Business-to-Consumer (B2C)

JETZT NEU!
49,90 €
INKL. FLAT
XS 6000*

**FÜR HEUTE,
FÜR MORGEN,
FÜR MICH.**

**1 SCHNELLES INTERNET
FÜR SCHNELLE ANTWORTEN**

2
3
4
5
6

swb

www.swb-gruppe.de

Standard-Anzeige, Teilung 1:1

**2 HIER STEHT
EINE KURZE
HEADLINE
ZUM THEMA**

3 Hier steht eine kurze Subheadline maximal zweizeilig.

ANTWORT
HERAUSGEBEN
ENGAGEMENT

GENUELL
BEWAUNEN
HEUTE

swb

Anzeige, Teilung 1:1,
Typovariante

FÜR IPHONIKER

3 swb Einfach mobil mit Flatrate XS 6000 lorem essent.

JETZT NEU!
49,90 €
INKL. FLAT
XS 6000*

swb

Anzeige, Teilung 2:1,
Produktfreisteller

**100%
ÖKOSTROM
GENAU RICHTIG
FÜR MICH!**

**FÜR HEUTE,
FÜR MORGEN,
FÜR MICH.**

**3 FÜR FREUNDE
DER NATUR**

swb Strom proNatur.
100% Ökostrom. Hier Subline.

Dessinci licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velibeauia sanda pa quos dolore cum quator liquodi opta vidi tia velibeauia sanda pa for liquodi opta docum quator fi da pa quos dolore cum quati. Ant laceatis aliatum volceti corepta viditia velibeauia sanda pa quos dolore cum commit et eatem.

www.swb-gruppe.de

swb

Skyscraper-Anzeige,
Teilung 1:1, Ökologie

Merkmal der B2C-Anzeigen ist der flächige Einsatz des swb-Farbverlaufs. Ebenso kommt der Claim-Bubble zum Einsatz. Er steht immer zwischen Bild und Verlaufsfläche auf der weißen Linie (Position und Größe im Template definiert) und darf nicht verändert werden.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt neben dem Standard-Störer in Blau der grüne „Öko-Störer“ zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer pro Motiv ist nicht erlaubt!
Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.

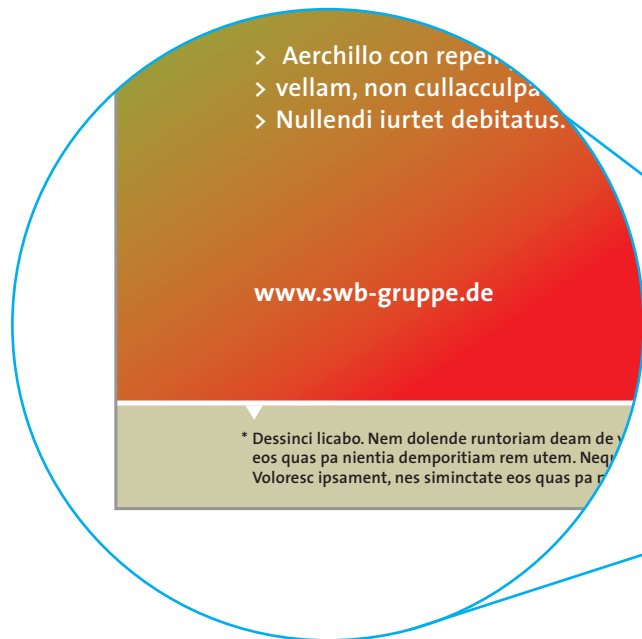
In der Regel sollten Headline und Subline nicht mehr als drei Zeilen bilden (Ausnahme Typoverision/Vertikalteilung).

Standardschriftgrößen/ZAB

(1) Headline: Sansa Pro Bold		28/32 pt
(2) Headline groß: für Typovariante		z. B. 60/64 pt
(3) Subline, Thesis Sans Semi Bold	(klein)	15/17,5 pt
	(groß)	20/22,5 pt
(4) Copytext, Bulletpoints: Thesis Sans Semi Bold		10/12,5 pt
(5) Fußnote: Thesis Sans Semi Bold		6,5/7,5 pt
(6) www: Thesis Sans Bold		10/12,5 pt

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts und unten 1,5-mal die Höhe des Logo-S.

Der Platz linksbündig, auf der Höhe des swb-Logos, ist für Kontaktkanäle reserviert!



Lange Fußnoten werden unten angehängt



Lange Fußnoten

Lange Pflichttexte werden nicht in die swb-Verlaufsfläche integriert, sie stehen am Fuß der Anzeige in einem eigenen Kasten (Fondfarbe: swb-Khaki), den eine dünne weiße Linie mit einem kleinen Dreieck von der Verlaufsfläche trennt.

Vgl. Literatur B / 1.2 > Gestaltungselemente > Kästen.

Kontaktmöglichkeiten/ -kanäle

Auf der Höhe des swb-Logos, linksbündig zum Satzspiegel, steht immer die Kontaktmöglichkeit zu weiteren Informationen (z. B. Link, Hotline etc.). Dieser Platz darf nicht für Produktfeatures oder inhaltliche Aussagen genutzt werden!

Dies gilt auch für Poster und Plakate.

C / 1.0 ANZEIGEN / 1.5 Querformat-Anzeige (B2C)



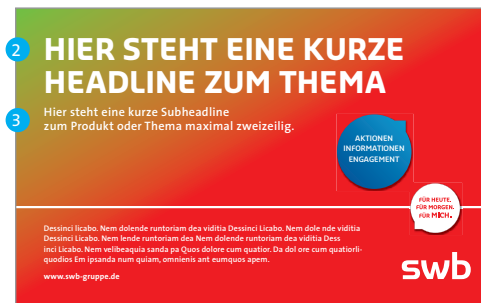
Standard-Anzeige, Vertikalteilung 1:1



Standard-Anzeige, Teilung 1:1, Ökologie



Panorama-Anzeige, Teilung 1:1, Produktfreisteller



Anzeige, Teilung 2:1, Typovariante

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts und unten 1,5-mal die Höhe des Logo-s

Merkmal der B2C-Anzeigen ist der flächige Einsatz des swb-Farbverlaufs. Ebenso kommt der Claim-Bubble zum Einsatz. Er steht immer zwischen Bild und Verlaufsfläche auf der weißen Linie (Position und Größe im Template definiert) und darf nicht verändert werden.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt neben dem Standard-Störer in Blau der grüne "Öko-Störer" zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer pro Motiv ist nicht erlaubt!

Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.

In der Regel sollten Headline und Subline nicht mehr als drei Zeilen bilden (Ausnahme Typoverversion/Vertikalteilung).

Standardschriftgrößen/ZAB

(1) Headline: Sansa Pro Bold	24/28 pt
(2) Headline groß: für Typovariante	z. B. 36/40 pt
(3) Subline: Thesis Sans Semi Bold	15/17,5 pt
(4) Copytext, Bulletpoints: Thesis Sans Semi Bold	10/12,5 pt
(5) Fußnote: Thesis Sans Semi Bold	6,5/7,5 pt
(6) www: Thesis Sans Bold	10/12,5 pt

C / 1.0 ANZEIGEN / 1.6 Hochformat-Anzeige Business-to-Business (B2B)

1 **SCHNELLES INTERNET FÜR SCHNELLE ANTWORTEN**

3 Hier steht eine kurze Headline zum Thema/Produkt.

4

- > Mus dolenis apiet atem. Ut illum quis rate officipae consequae pra aspe.
- > Derchillo con repeliqum blaborum et officia cuptat prae conet, unt et eum reptae.
- > Nullendi iur. Tet debilitatus. Olore am exces min et, ut velicae runtur.
- > Quiam il eatate delendam nonsecatur Nime sectatam quibus ressi acculpa secu.

5 * Dessinci licabo. Nem dolende runtoriam deam dea viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida. Ita velbeaqua sanda paoriam dea viditia vele Daledeanmi illati oriam, officisqpi qu mo conat quum que cas. Uglion premo et in rectibusam, andem item qui sint sado tempis. It equum, officae penam qui est. Et concto repita bonemq qui que crebim imp- lugtar sus exsi sdestus dolupid modit eosande ratempis nullat. Nem dolende runtoriam deam de viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida Ita velbeaqua sanda paoriam.

6 Dea viditia vele Daledeanmi illati oriam, officisqpi qu mo conat quum que cas. Uglion premo et in rectibusam, andem item qui sint sado tempis. It equum, officae penam qui est. Et concto repita bonemq qui que crebim imp- lugtar sus exsi sdestus dolupid modit eosande ratempis nullat.

www.swb-gruppe.de

Standard-Anzeige
Teilung 1:1, Vieltext-Version

FÜR EINE KURZE HEADLINE

Hier steht eine kurze Subheadline zum Thema maximal zweizeilig.

Dessinci licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida. Ita velbeaqua sanda paoriam dea viditia vele Daledeanmi illati oriam, officisqpi qu mo conat quum que cas. Uglion premo et in rectibusam, andem item qui sint sado tempis. It equum, officae penam qui est. Et concto repita bonemq qui que crebim imp- lugtar sus exsi sdestus dolupid modit eosande ratempis nullat. Nem dolende runtoriam deam de viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida Ita velbeaqua sanda paoriam.

www.swb-gruppe.de

Standard-Anzeige,
Teilung 2:1

FÜR IPHONIKER

Hier steht eine kurze Subline zum Produkt oder Thema

Dessinci licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida. Ita velbeaqua sanda paoriam dea viditia vele Daledeanmi illati oriam, officisqpi qu mo conat quum que cas. Uglion premo et in rectibusam, andem item qui sint sado tempis. It equum, officae penam qui est. Et concto repita bonemq qui que crebim imp- lugtar sus exsi sdestus dolupid modit eosande ratempis nullat. Nem dolende runtoriam deam de viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida Ita velbeaqua sanda paoriam.

www.swb-gruppe.de

Anzeige, Teilung 2:1,
Produktfreisteller

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts und unten 1,5-mal die Höhe des Logo-S.

2 **HIER STEHT EINE KURZE HEADLINE ZUM THEMA**

3 Hier steht eine kurze Subheadline zum Produkt oder Thema maximal vierzeilig.

AKTIONEN INFORMATIONEN ENGAGEMENT

Dessinci licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida. Ita velbeaqua sanda paoriam dea viditia vele Daledeanmi illati oriam, officisqpi qu mo conat quum que cas. Uglion premo et in rectibusam, andem item qui sint sado tempis. It equum, officae penam qui est. Et concto repita bonemq qui que crebim imp- lugtar sus exsi sdestus dolupid modit eosande ratempis nullat. Nem dolende runtoriam deam de viditia Dessinci Licabo. Nem dolende runtoriam dea viditia velbeaqua sanda paoriam debedi: qgia dolero quas velica nem dolende runtoriam dea vida Ita velbeaqua sanda paoriam.

www.swb-gruppe.de

Skyscraper-Anzeige,
Teilung 2:1,
Typovariante

Besonderes Merkmal der Anzeigen für B2B-/CP-Kommunikation ist der Einsatz des swb-Logos Rot auf Weiß und der dezente Einsatz des swb-Farbverlaufs als Kopfbalken.

Wenn notwendig, können auch im Bereich B2B-Kommunikation Störer eingesetzt werden.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt neben dem Standard-Störer in Blau der grüne „Öko-Störer“ zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer pro Motiv ist nicht erlaubt!
Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.

Standardschriftgrößen/ZAB

(1) Headline: Sansa Pro Bold		28/32 pt
(2) Headline groß: für Typovariante		z. B. 60/64 pt
(3) Subline: Thesis Sans Semi Bold	(klein) (groß)	15/17,5 pt 20/22,5 pt
(4) Copytext, Bulletpoints: Thesis Sans Semi Light		10/12,5 pt
(5) Fußnote: Thesis Sans Semi Light		6,5/7,5 pt
(6) www.swb-gruppe.de: Thesis Sans Semi Bold, swb-Rot		10/12,5 pt

C / 1.0 ANZEIGEN / 1.7 Querformat-Anzeige (B2B/CP)



Standard-Anzeige, Vertikalteilung 1:1



Standard-Anzeige, Teilung 1:1



Anzeige, Vertikalteilung 1:1, Produktfreisteller



Anzeige, Teilung 2:1, Typovariante

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts und unten 1,5-mal die Höhe des Logo-S.

Besonderes Merkmal der Anzeigen für B2B-/CP-Kommunikation ist der Einsatz des swb-Logos Rot auf Weiß und der dezente Einsatz des swb-Farbverlaufs als Kopfbalken.

Wenn notwendig, können auch im Bereich B2B-Kommunikation Störer eingesetzt werden.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt neben dem Standard-Störer in Blau der grüne „Öko-Störer“ zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer pro Motiv ist nicht erlaubt!
Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.

Standardschriftgrößen/ZAB

(1) Headline: Sansa Pro Bold	24/28 pt
(2) Headline groß: für Typovariante	z. B. 36/40 pt
(3) Subline: Thesis Sans Semi Bold	(klein) 12,5/15 pt (groß) 15/17,5 pt
(4) Copytext, Bulletpoints: Thesis Sans Semi Light	10/12,5 pt
(5) Fußnote: Thesis Sans Semi Light	6,5/7,5 pt
(6) www.swb-gruppe.de: Thesis Sans Semi Bold, swb-Rot	10/12,5 pt

C / 1.0 ANZEIGEN / 1.8 Stellenanzeige / Preisinformation (B2B/CP)



Die Aufgabe der swb Vertrieb Bremen GmbH ist der Vertrieb von Strom, Erdgas, Trinkwasser und Wärme im Stadtgebiet Bremen. Außerdem bietet unsere Konzernschwester EWETEL unter der Marke swb Telekommunikationslösungen an. Rund um diese Produkte bietet swb Vertrieb Bremen Beratung und Dienstleistungen, unter anderem in drei swb-Kundencentern und fünf swb-Shops in der Bremer Innenstadt und in Bremen-Nord. Bei Strom und Erdgas ist sie der lokale Marktführer.

Für den Bereich Privatkunden und Marketing der swb Vertrieb Bremen GmbH suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

- > Energieberater (m/w)**
Sie übernehmen die persönliche und telefonische Kundenbetreuung zur Energieeinsparung und -anwendung sowie die fachübergreifende Beratung für die Gebiete Sanz, Elektrotechnik, Heizung, Wasser und Umwelttechnik inklusive Messtechnik. Darüber hinaus entwickeln Sie Ausstellungsexponate, erstellen Produktinformationen und Infoblätter und unterstützen bei Veranstaltungen und Aktionen. Sie erarbeiten schriftliche Beratungs- und Auswertungsunterlagen unserer Serviceleistungen, halten Fachvorträge und sind für die Betreuung von Besuchergruppen zuständig. Zudem sind Sie für die Entwicklung und Durchführung interner und externer Förderprogramme verantwortlich.
- Ihr Profil**
 - > erfolgreich abgeschlossene Ausbildung im elektro- oder energetischen Bereich
 - > Weiterqualifikation zum Meister/in Elektrotechnik bzw. vergleichbarer Fachrichtung sowie Weiterbildung zum Energieberater/in
 - > Berufspraxis im Vertrieb, Marketing oder Kundenservice eines Unternehmens der Energieversorgung oder -beratung
 - > Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Marketingkampagnen, Veranstaltungen und Förderprogrammen
 - > Routine im Umgang mit MS Office sowie TFS und SAP IS-U
 - > Informationen zur ausgeschriebenen Position finden Sie auch unter www.swb-gruppe.de.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung unter Angabe der Kennziffer 502015, Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung, gern auch per E-Mail (Anhang in einer Datei mit maximal 2 MB) an bewerbungen@swb-gruppe.de.

swb AG - Ehlin Klees-Bruhn
Personalmarketing und -entwicklung
Theodor-Heuss-Allee 20 · 28215 Bremen
Telefon: 0421 359-3531
www.swb-gruppe.de



Standard-Anzeige mit Bild

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts 1 mal und unten 1,5 mal die Höhe des Logo-S.

Preisinformation

Preisänderung für swb Erdgas zum 1. April 2012.
Nach 14 Monaten Preisstabilität müssen wir wegen gestiegener Beschaffungskosten für Erdgas die Verbrauchspreise anheben. In der nachfolgenden Tabelle haben wir die Erdgaspreise ab 1. April 2012 für Sie zusammengestellt.

Erdgaspreise ab 1. April 2012

swb Erdgas	Besonderheit	Festpreis pro Zähler und Monat (brutto)	Verbrauchspreis pro kWh* (brutto)
swb Erdgas basis	Grund- und Ersatzversorgung empfiehlt sich bis ca. 8.000 kWh/Jahr bzw. bis etwa 830 mD/Jahr	4,93 EUR	6,75 Cent
swb Erdgas plus	Empfiehlt sich ab ca. 8.000 kWh/Jahr bzw. ab etwa 830 mD/Jahr	9,83 EUR	6,00 Cent
swb24 Erdgas	Das günstige Onlineprodukt	10,29 EUR	5,64 Cent
swb Erdgas compact plus	Unser Produkt für Kunden mit einem Verbrauch zwischen 150.000 und 1.500.000 kWh/Jahr	150.000-300.000 kWh	5,99 Cent
		301.000-1.000.000 kWh	5,97 Cent
		über 1.000.000 kWh	5,94 Cent

Der Preis für swb Erdgas proNatur bleibt stabil.
Alle Preise enthalten die Energiesteuer auf Erdgas in Höhe von 0,65 Cent/kWh (brutto) sowie eine an die Stadt abzuführende Konzessionsabgabe. Diese beträgt bis zu 1/11 Cent je kWh (brutto). Die Preise enthalten außerdem die Mehrwertsteuer in Höhe von zurzeit 19 Prozent.

Die Abrechnung des gelieferten Erdgases erfolgt gemäß Preisangabenverordnung in Kilowattstunden (kWh). Die Umrechnung von Kubikmetern (mD) in kWh berücksichtigt die über die gesamte Abrechnungsperiode relevanten, monatlichen Abrechnungsbrennwert und die Gaszustandszahl. Grundlage für die Berechnung ist die DVGW-Richtlinie G 685, Gasabrechnung.

Preisänderung für swb Strom Nachtspeicher zum 1. April 2012.
Nach 14 Monaten Preisstabilität müssen wir für swb Strom Nachtspeicher den Verbrauchspreis anheben.

swb Strom Nachtspeicher ab 1. April 2012


swb Strom	Besonderheit	Festpreis pro Zähler und Monat (brutto)	Verbrauchspreis pro kWh* (brutto)
swb Strom Nachtspeicher	Strom für den Einsatz von Nachtspeicherheizungen, nur für Bestandsanlagen	7,37 EUR	16,24 Cent

Der Preis enthält eine an die Stadt abzuführende Konzessionsabgabe. Außerdem enthält der Preis die Stromsteuer und die Mehrwertsteuer.

Eine Zählerablesung zum Preisänderungstermin erfolgt nicht. Wir ermitteln die Zählerstände rechnerisch. Dabei werden die turnusmäßigen Ablesergebnisse des Einzelkunden und die jahreszeitlichen Verbrauchsschwankungen je Kundengruppe berücksichtigt. Die zu zahlenden Abschlagsbeträge bleiben bis zur nächsten Jahresablesung unverändert. Sie können Ihre Zählerstände auch ganz einfach im Internet eingeben unter www.swb-gruppe.de/zaehlerstand. Alle Kunden erhalten ein individuelles Preisänderungsschreiben.

Änderungen und Irrtümer vorbehalten

swb Vertrieb Bremen GmbH
Bremen, 17. Februar 2012
www.swb-gruppe.de



Standard-Anzeige Preisinformationen

Besondere Merkmale der Anzeigen für B2B-/CP-Kommunikation sind der Einsatz des swb-Logos Rot auf Weiß und der dezente Einsatz des swb-Farbverlaufs als Kopfbalken.

Achtung! Bei Preisinformationen kommt der Claim-Bubble nicht zum Einsatz!

Standardschriftgrößen/ZAB

(1) Berufsbezeichnung: Thesis Sans Bold, swb-Rot	z. B. 15/17,5 pt
(2) Copytext: Thesis Sans Semi Light	7,5/10 pt
(3) Zwischenheadline: Thesis Sans Bold, swb-Rot	10/12,5 pt
(4) Bulletpoints/Hervorhebungen: Thesis Sans Semi Bold	7,5/10 pt
(5) Absender: Thesis Sans Semi Bold	7,5/10 pt
(6) www.swb-gruppe.de : Thesis Sans Semi Bold, swb-Rot	7,5/10 pt

Die Typogrößen können je nach zur Verfügung stehendem Platz variieren. Beachten Sie dabei bitte die Größenstaffelungen für die Thesis!

Poster und Plakate dienen in erster Linie der plakativen Endverbraucher-Kommunikation. Da man bei dem Medium Plakat von einer sehr **kurzen und oberflächlichen Betrachtung** ausgehen muss, ist eine **Reduzierung der Botschaft auf die zentralen Aussagen** unabdingbar.

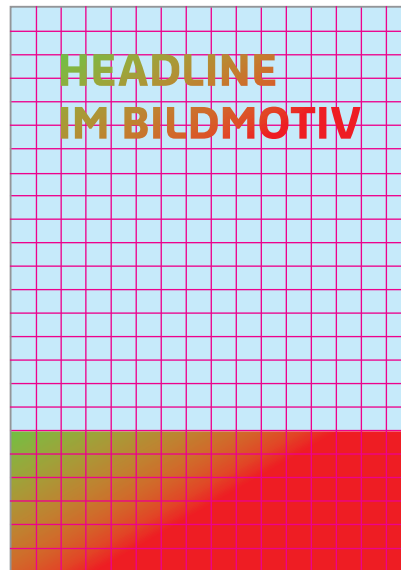
Achtung!
Alle Templates für die Plakat-Formate A3 bis A0, sowie Citylight- und Großflächenposter wurden in InDesign 5.5 erstellt.

Das IDML-Format kann bis InDesign-Version 4.0 geöffnet werden – dabei können jedoch Konvertierungsfehler auftreten!
Bitte Layout mit den mitgelieferten PDF-Dateien vergleichen!

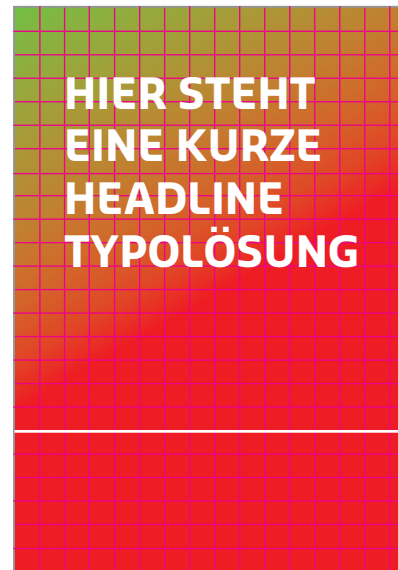
C / 2.0 PLAKATE UND POSTER / 2.1 Teilungsvariationen von Bild und Fläche



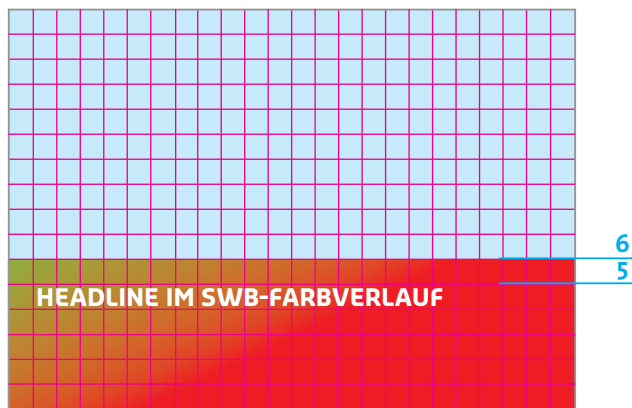
(1) Teilung 16:8



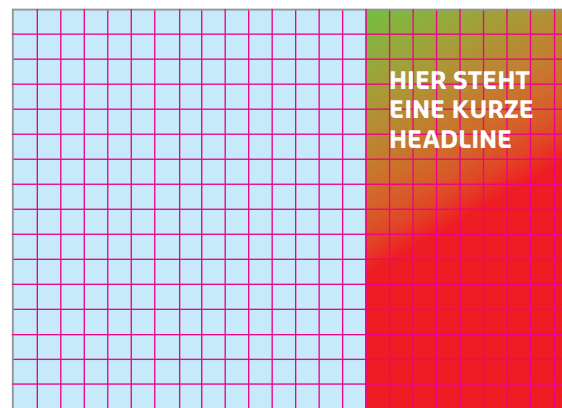
(2) Teilung 18:6



(3) Vollfläche bei Typoplakat



(4) Teilung 10:6 oder 11:5



(5) Teilung 15:9 vertikal

Die Teilungsvarianten:

Anhand des festgelegten Teilungsrasters für Plakate und Poster (24 Einheiten zu 16 Einheiten) werden grundsätzlich fünf Varianten eingesetzt.

(1) Standardteilung für Hochformate
Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 16:8. Die Headline steht immer in der swb-Farbverlaufsfläche!

(2) Variante mit Headline im Bildmotiv
Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 18:6. Die Headline steht immer im Bild. Anwendung nur für Produktfreisteller auf ganz hellem Hintergrund oder Sonderthemen mit freier Illustration auf Weiß.

(3) Variante für Typolösung
Der swb-Farbverlauf geht über das gesamte Format.

(4) Standteilung für Querformate
Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 10:6 oder 11:5. Die Headline steht immer in der swb-Farbverlaufsfläche!

(5) Vertikalvariante für Querformate
Bildanteil zu Flächenanteil stehen im Verhältnis 15:9 vertikal. Die Headline steht immer in der swb-Farbverlaufsfläche!

Achtung! Die Standard-Teilungsvarianten dürfen nur in Ausnahmefällen (gemäß Textlänge) innerhalb des Dokumentenrasters optimiert werden.

SANSA PRO BOLD ALS HEADLINE NUR IN VERSALIEN!

z.B. 96 pt / ZAB 111 pt

HEADLINE MIT SWB-FARBVERLAUF

Headline mit swb-Farbverlauf auf weißer Fläche
oder ganz hellem Bildhintergrund

Thesis als Subline negativ und positiv

Thesis Sans Semi Bold
negativ auf swb-Farbverlauf

Thesis Sans Semi Bold
positiv swb-Rot auf Weiß

z.B. 55 pt / ZAB 62,5 pt

Thesis als Copytext negativ und positiv

Thesis Sans Semi Bold negativ auf Verlauf
> Magnis ditae quodis volorese omnimol
> Poris et laccus destia porectem.

Thesis Sans Regular positiv Schwarz auf Weiß
> Magnis ditae quodis volorese omnimol
> Poris et laccus destia porectem.

z.B. 30 pt / ZAB 35 pt

Der Zeilenabstand verändert sich analog zu den Headline-Größen in einem Faktor von 116 % (gerundet).

Die Sublines und der Copytext verändern sich analog der Typogröße ebenfalls um den Faktor 116 %. Sie werden allerdings in 2,5-pt-Schritten gerundet (Ausnahme Fußnoten).

Bitte entnehmen Sie den jeweiligen Stilvorlagen der InDesign-Templates, welche Standard-Schriftgrößen für welche Medien vorgeschrieben sind.

Achtung! Die Standard-Headlinegrößen können je nach Textlänge (nach der Regel: Schriftgröße x 116 %) optimiert werden.

In der Regel sollten Headline und Subline nicht mehr als drei Zeilen bilden. Ausnahmen bilden reine Typoplakate und die Vertikalteilung (siehe folgende Seiten).

Standard-Typogrößen/ZAB (Beispiel A1)

Sansa Pro nur für Headlines	Thesis für Subline und Copytext
76 / ZAB 88 pt	Subline:
96 pt / ZAB 111 pt	55 pt / ZAB 62,5 pt
160 pt / ZAB 186 pt	Copytext:
	35 pt / 42,5 pt

C / 2.0 PLAKATE UND POSTER / 2.3 Citylight-Poster, Plakate (B2C), Hochformat

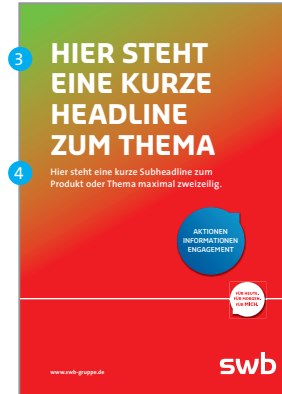


Standard-Plakat/-Poster

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts 1,5-mal (A1) bzw. 1-mal (Citylight) und unten 1,5-mal die Höhe des Logo-S.



Standard-Plakat/-Poster, Ökoprodukt



Standard-Plakat/-Poster, Typovariante



Standard-Plakat/-Poster, Produktfreisteller

Merkmal der Plakate/Poster ist der flächige Einsatz des swb-Farbverlaufs. Der Claim-Bubble steht immer zwischen Bild und Verlaufsfläche auf der weißen Linie (Position und Größe im Template definiert) und darf nicht verändert werden.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt der Störer in Grün zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer je Motiv ist nicht erlaubt!
Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.

Standardschriftgrößen/ZAB

	Citylight (1:5)	Plakat A1
(1) Headline einzeilig: Sansa Pro Bold	z.B. 40/46 pt	z.B. 96/112 pt
(2) Headline zweizeilig	32/37 pt	76/88 pt
(3) Headline groß für Typovariante	66/76 pt	160/186 pt
(4) Subline: Thesis Sans Semi Bold	klein 22,5/25 pt groß 25/30 pt	55/62,5 pt 57,5/67,5 pt
(5) Bulletpoint, Copytext: Thesis Sans Semi Bold	12,5/15 pt	35/42,5 pt
(6) www: Thesis Sans Bold	12,5/15 pt	35/42,5 pt
(7) Fußnote: Thesis Sans Semi Bold	5/6 pt	10/12,5 pt

C / 2.0 PLAKATE UND POSTER / 2.4 Großflächen-Plakate, Plakate(B2C), Querformat



Standard-Großfläche/-Plakat



Standard-Großfläche/-Plakat, Vertikalteilung



Standard-Großfläche/-Plakat, Ökologie



Standard-Großfläche/-Plakat Vertikalteilung, Produktfreisteller



Standard-Großfläche/-Plakat Typovariante

Merkmal der B2C-Großflächen/Plakate ist der flächige Einsatz des swb-Farbverlaufs. Der Claim-Bubble steht immer zwischen Bild und Verlaufsfläche auf der weißen Linie (Position und Größe im Template definiert) und darf nicht verändert werden.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt der Störer in Grün zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer je Motiv ist nicht erlaubt!
Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.

Achtung! die InDesign-Templates für Citylight und Großfläche sind im Verhältnis **1:5 verkleinert** angelegt.

Standardschriftgr./ZAB (Großfläche 1:5)

(1) Headline einzeilig: Sansa Pro Bold		z. B. 100/116 pt
(2) Headline zweizeilig		72/84 pt
(3) Headline groß für Typovariante		130/150 pt
(4) Subline:	(klein) Thesis Sans Semi Bold (groß)	45/52,5 pt 62,5/72,5 pt
(5) www.swb-gruppe.de: Thesis Sans Bold		30 pt
(6) Fußnote, Thesis Sans Semi Bold		6,5/7,5 pt

C / 2.0 PLAKATE UND POSTER / 2.5 Plakate A1 (B2B) / Vorlage für A0 bis A3

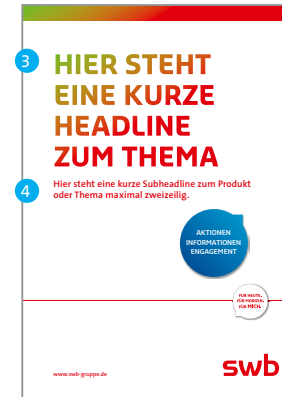


Standard-Plakat

Maßeinheit für den Abstand des Logos zum Rand ist rechts 1,5-mal und unten 1,5-mal die Höhe des Logo-S.



Standard-Plakat, Gestaltungsvariante



Plakat, Typovariante



Plakat, Produktfreisteller

Merkmale der Poster für B2B-/CP-Kommunikation sind der Einsatz des swb-Logos Rot auf Weiß und der dezente Einsatz des swb-Farbverlaufs als Kopfbalken.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt der Störer in Grün zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer ist auf den Plakaten nicht erlaubt! **Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.**

In der Regel sollten Headline und Subline nicht mehr als drei Zeilen bilden (Ausnahme Typoversion/Vertikalteilung).

Standardschriftgrößen/ZAB (Plakat A1)

(1) Headline einzeilig: Sansa Pro Bold		z. B. 96/112 pt
(2) Headline zweizeilig		76/88 pt
(3) Headline groß für Typovariante		160/186 pt
(4) Subline:	(klein) (groß)	55/62,5 pt 57,5/67,5 pt
(5) Bulletpoint, Copytext: Thesis Sans Semi Bold		35/42,5 pt
(6) www: The Sans Semi Bold, Rot		35/42,5 pt
(7) Fußnote: Thesis Sans Semi Bold		12,5/15 pt

C / 2.0 PLAKATE UND POSTER / 2.6 Plakate A1 / Querformat (B2B/CP) / Vorlage für A0 bis A3



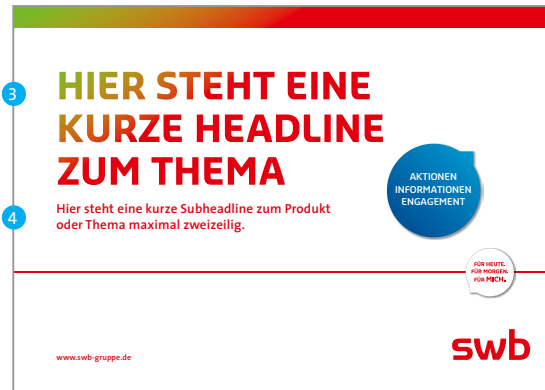
Standard-Plakat



Standard-Plakat, Gestaltungsvariante



Plakat, Produktfreisteller



Plakat, Typovariante

Merkmale der Poster für B2B-/CP-Kommunikation sind der Einsatz des swb-Logos Rot auf Weiß und der dezente Einsatz des swb-Farbverlaufs als Kopfbalken.

Zur Differenzierung von allgemeinen zu Öko-Produkten und -Themen kommt der Störer in Grün zum Einsatz.

Die Störer können je nach Bildmotiv frei in der Bildfläche verschoben und im 45-Grad-Winkel gedreht werden. Mehr als ein Störer ist auf den Plakaten nicht erlaubt! **Einsatz von Störern vgl. A / 5.6.**

In der Regel sollten Headline und Subline nicht mehr als drei Zeilen bilden (Ausnahme Typoverision/Vertikalteilung).

Standardschriftgrößen/ZAB (Plakat A1)

(1) Headline einzeilig: Sansa Pro Bold		z. B. 96/112 pt
(2) Headline zweizeilig		76/88 pt
(3) Headline groß für Typovariante		160/186 pt
(4) Subline:	(klein) Thesis Sans Semi Bold (groß)	55/62,5 pt 57,5/67,5 pt
(5) Bulletpoint, Copytext: Thesis Sans Semi Bold		35/42,5 pt
(6) www: The Sans Semi Bold, Rot		35/42,5 pt
(7) Fußnote, Thesis Sans Semi Bold		12,5/15 pt

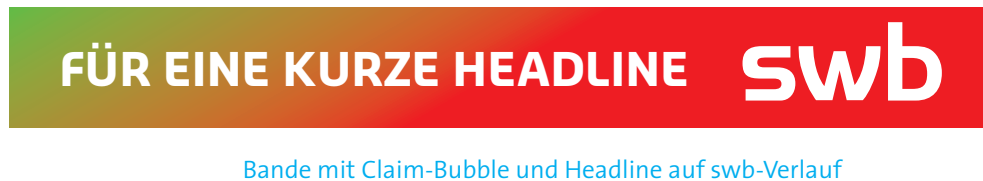
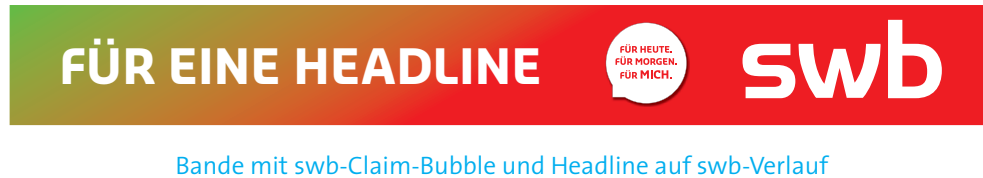
Bei Bannern, Banden und vergleichbaren Medien, mit denen eine **große Fernwirkung** erzielt werden muss, ist der **swb-Farbverlauf als Hintergrundfond ein optimaler Träger der Botschaft**.

Die im Folgenden aufgeführten Beispiele sind Gestaltungsrichtlinien. Im Einzelfall können die Anwendungen je nach Format variieren.

Das Logo sollte in der Regel in Verbindung mit dem swb-Farbverlauf eingesetzt werden.

Steht das Logo alleine (bei schmalen Formaten), steht es in der Regel rot auf weiß.

C / 3.0 SONSTIGE AUSSENWERBUNG / 3.1 Gestaltungsmöglichkeiten im Überblick



Grundsätzlich gilt für die Gestaltung von Bannern, dass der Mindestabstand vom Logo zum Rand immer eingehalten wird.

Nach dieser Regel sollten das Logo und auch die Headline möglichst groß und plakativ auf den Bannern eingesetzt werden. Dabei ist die Headline (Sansa Pro Bold, versal) in der Regel zentriert gesetzt.

Die nebenstehenden Beispiele zeigen Gestaltungsvarianten für den Umgang mit Logo, Claim und Headlines.

Achtung! Bei allen Anwendungen ist immer darauf zu achten, dass das swb-Logo innerhalb des swb-Farbverlaufs auf 100 % swb-Rot steht. Ist das nicht möglich, kommt der swb-Verlauf nicht zum Einsatz. Dann steht das Logo negativ auf swb-Rot oder positiv auf weiß.

In der „weißen Anwendung“ kann der Farbverlauf über den Claim-Bubble transportiert werden. Bitte prüfen Sie, ob am jeweiligen Standort aufgrund von Spritzwasser o. ä. ein weißes Banner nicht zu schnell verschmutzt!

C / 3.0 SONSTIGE AUSSENWERBUNG / 3.2 Banner / Sponsorenschild



Stadion-Banner



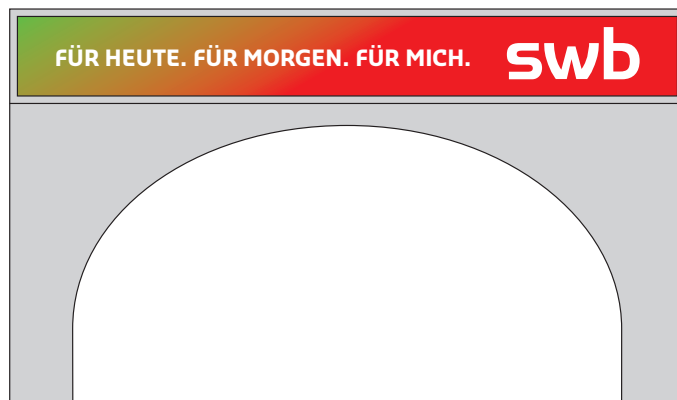
Stadion-Banner Gesamtansicht

Digitale Stadionbande

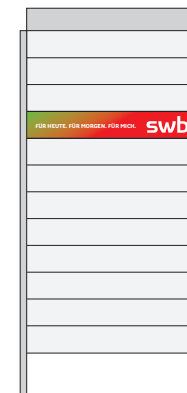
Die nebenstehenden Anwendungen zeigen den Einsatz von Bannern beispielhaft am Weser-Stadion. Sie dienen als Orientierung für andere Einsatzzwecke.

Achtung! Bei sehr langen Bannern (z. B. digitale Stadionbande) kann der swb-Farbverlauf in Reihe aneinandergesetzt werden. Hierzu wird der Verlauf einfach horizontal gespiegelt. Das swb-Logo muss immer auf 100% swb-Rot stehen!

Je nach Format und Anforderung ist die Gestaltung entsprechend zu adaptieren.



Banner an Bahnunterführung

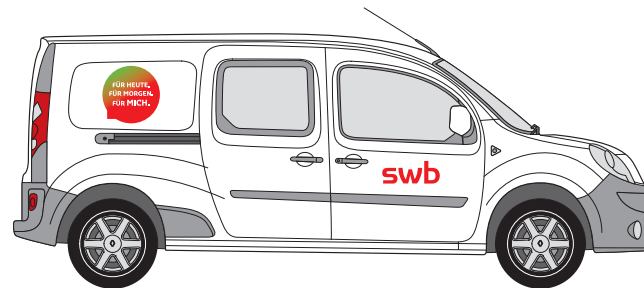


Sponsorenschild

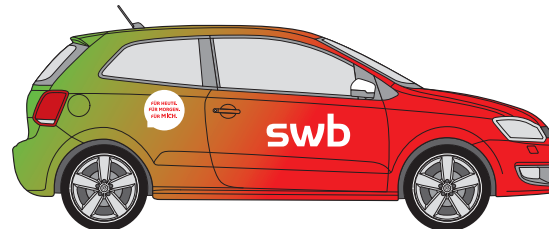
C / 3.0 SONSTIGE AUSSENWERBUNG / 3.3 Fahnen / Fahrzeuge



Fahnen



swb-Standardfahrzeug
(Teilbeklebung mit swb-Claim-Bubble)



swb-Promotionfahrzeug
(Vollbeklebung mit swb-Verlauf)

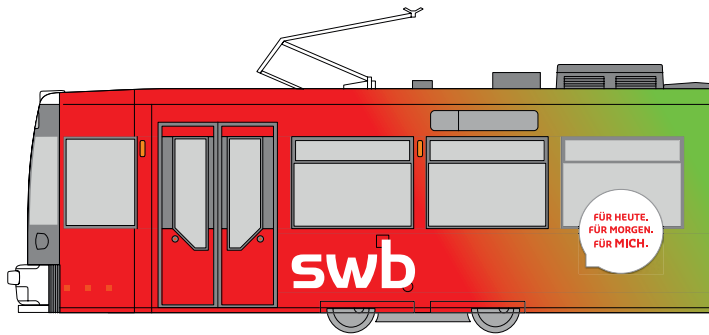
Die Fahnen können sowohl in weiß als auch mit swb-Verlauf verwendet werden.

Fahrzeuge mit starker Werbewirkung (z. B. Promotion) werden ganzflächig mit dem swb-Farbverlauf versehen.

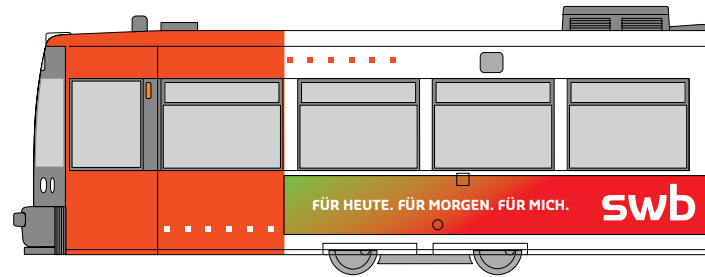
Die Standard-Fahrzeuge erhalten das swb-Logo in rot und einen Claim-Bubble mit swb-Farbverlauf.

Vgl. H / 1.0 bis 4.1

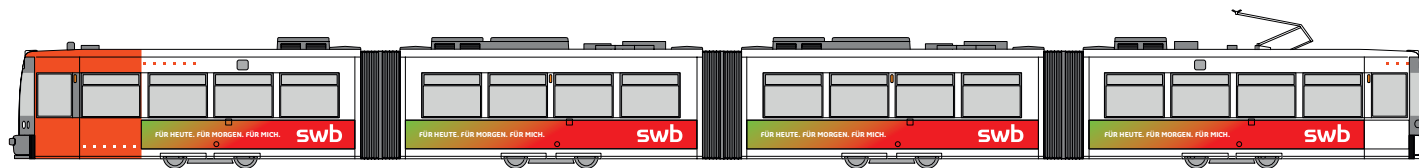
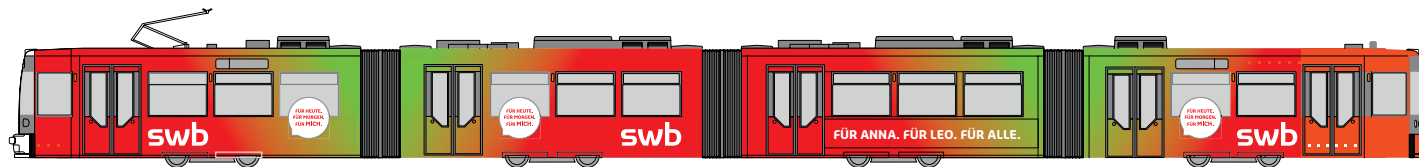
C / 3.0 SONSTIGE AUSSENWERBUNG / 3.4 Straßenbahn



z.B. Komplettgestaltung mit Claim-Bubble



z.B. Teilgestaltung mit Claim als Headline



Straßenbahn (beispielhaft)

Wenn die Möglichkeit besteht, eine Straßenbahn komplett zu gestalten, sollte diese den swb-Verlauf erhalten. In dieser Version kann der Claim auch als Claim-Bubble eingesetzt werden.

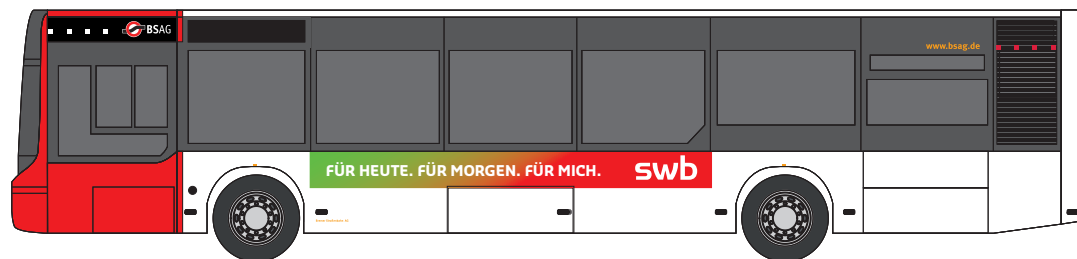
Andernfalls werden die Trägerflächen analog zu den Bannern gestaltet.

Vgl. C / 3.1. und 3.2.

C / 3.0 SONSTIGE AUSSENWERBUNG / 3.6 Bus



Komplettgestaltung mit Claim-Bubble



Teilgestaltung



Teilgestaltung mit Kampagnenmotiv

Für Busse gelten dieselben Richtlinien wie für Straßenbahnen.

Hier besteht auch die Möglichkeit, komplette Kampagnen-Motive zu positionieren.

swb-Werbemittel sollen attraktiv gestaltet werden, sodass Kunden und auch Mitarbeiter diese gerne benutzen und weitergeben. Sie sind **Träger** sowohl **des swb-Logos** als auch **des swb-Claims**.

Für werbliche Zwecke wird der swb-Farbverlauf verstärkt eingesetzt; sollen Werbemittel dezenter gestaltet sein, kommt das swb-Logo auf weiß zum Einsatz.

Grundsätzlich sollte der swb-Verlauf als Hintergrundfarbe eingesetzt werden. Sollte dies aus produktionstechnischen Gründen nicht möglich sein, wird auf swb-Rot oder Weiß zurückgegriffen.

C / 4.0 WERBEMITTEL / 4.1 Kugelschreiber / Tasche / Becher / T-Shirt / Glas (beispielhaft)



Grundsätzlich werden Werbemittel mit dem swb-Farbverlauf gestaltet. Hierbei ist es möglich, diesen ganzflächig als Fond einzusetzen oder in Verbindung mit dem Claim-Bubble zu positionieren.

Ist dies technisch nicht machbar oder nicht praktikabel, kann auf den Farbverlauf zugunsten einer reinen Rot-Weiß-Umsetzung verzichtet werden. Auch Gravuren, Ätzungen etc. sind möglich.