



SBB CFF FFS

Richtlinie SBB Rollmaterial.

Juni 2021.



Inhaltsverzeichnis.

1. Marke SBB.	3
2. Allgemeines.	4
3. Gestaltungsgrundsätze.	5
4. Designprinzipien.	6
5. Branding.	8
6. Rollmaterial Aussen.	13
7. Rollmaterial Innen.	18
8. Materialien Innen.	20
9. Signaletik/Kennzeichnung.	22
Anhang: Links/Richtlinien.	28

1. Marke SBB.

Die SBB ist der Herzschlag der Schweiz. Sicher und zuverlässig befördert sie täglich über eine Million Fahrgäste in modernsten Zügen, verwöhnt Kundinnen und Kunden in Bahnhöfen, entwickelt Areale, bietet Mietflächen für günstige Wohnungen, vermietet oder verkauft Unternehmen prestigeträchtige Firmensitze und transportiert Güter europaweit. Sie ist das Rückgrat des öffentlichen Verkehrs und so einer der wichtigsten Pfeiler des wirtschaftlichen Erfolgs einer pulsierenden Schweiz.

Diese einzigartigen Leistungen und Services sind nur dank dem unermüdlichen Einsatz aller SBB Mitarbeitenden möglich und machen die SBB zu einer der beliebtesten und wertvollsten Marke, welche die Identität der Schweiz prägt.

Sie steht schweizweit, aber auch im Ausland für eine ausgeprägte Kundenorientierung.

Eng geführte Dachmarkenstrategie.

«Wo SBB drin ist, steht SBB drauf»: Die SBB schafft Orientierung und Vertrauen durch eine eng geführte, vom Verwaltungsrat und der Konzernleitung verabschiedeten Dachmarkenstrategie. Jede Marktleistung des Unternehmens SBB wird konsequent mit der Dachmarke SBB oder der erweiterten Dachmarke (SBB Cargo) gekennzeichnet. Ausnahmen sind ausschliesslich von der SBB Markenführung zu bewilligen.

Unser Markenkern «Gut aufgehoben. Gut ankommen.».

Die SBB gehört bezüglich Kundenzufriedenheit zu den Top-Unternehmen. Unser Versprechen «Gut aufgehoben. Gut ankommen» steht jeden Tag im Zentrum aller rund 32 000 SBB Mitarbeitenden. Unsere Kundinnen und Kunden sollen unsere Markenwerte tagtäglich erleben. Deshalb ist es wichtig – bei allem was wir tun – zu überlegen, ob dies durch unser Verhalten sichergestellt wird.

Unsere Markenwerte.

Menschlichkeit.

Der Mensch steht für uns im Zentrum. Wir als SBB sind den Menschen nahe, indem wir ihre Bedürfnisse kennen, sie ernst nehmen und ihnen Wertschätzung entgegenbringen. Menschlichkeit zeichnet sich für uns durch grösstmögliche Authentizität, Glaubwürdigkeit und echte Lebensfreude aus.

Komfort.

Bei der SBB fühlen sich die Kundinnen und Kunden immer gut aufgehoben. Sicherheit, Sauberkeit, Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit bilden dazu die Grundlage. Über die Einfachheit und die Qualität unseres gesamten Angebots lässt sich der Komfort tagtäglich erleben.

Erlebnis.

Wir sprechen die Sinne an, berühren und versuchen durch unsere Leistungen, Produkte, Architektur und Kommunikation positive Emotionen gegenüber der Marke SBB zu wecken.

Nachhaltigkeit.

Die soziale, wirtschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit liegt uns am Herzen. Wir beweisen dies auf allen Ebenen mit innovativen und ehrgeizigen Projekten.

Zukunftsfähigkeit.

Wir sind ein selbstbewusstes, modernes und zukunftsweisendes Unternehmen und gestalten die Mobilität der Zukunft entscheidend mit.

Organisatorisches.

Die SBB Markenführung ist der Partner für alle Markenfragen. Sie entscheidet über CI/CD-Richtlinien und alle erweiterten Anwendungen auf der Grundlage des OGR (Organisations- und Geschäftsreglement). Alle Informationen zur Marke sind auf dem SBB Markenportal verfügbar.

2. Allgemeines.

Geltungsbereiche.

- Rollmaterial Fernverkehr
- Rollmaterial Regionalverkehr
- Rollmaterial Tochterunternehmen

Diese Richtlinie gilt für den gesamten Personenverkehr der SBB. Für die Gestaltung und Grafik des Rollmaterials von Cargo, Infrastruktur sowie Spezialfahrzeugen ist die Markenführung zu kontaktieren.

Anwendung (Korridor).

Die vorliegende Richtlinie beinhaltet die wichtigsten Rahmenbedingungen für das Design des SBB Rollmaterials. Aufgrund der komplexen und unterschiedlichen Anforderungen an das Rollmaterial der SBB lassen sich in dieser Richtlinie nicht alle Situationen abbilden. Die Richtlinie soll den gestalterischen und konzeptionellen Korridor des SBB Designs aufzeigen. Alle Beispiele werden an einem ein- und einem doppelstöckigen Zug beispielhaft dargestellt (Giruno, IC2000, Flirt Mouette). Die entsprechenden Regeln gelten für den Fernverkehr und den Regionalverkehr.

Ziel.

Das Rollmaterial ist der wichtigste Touchpoint zwischen der SBB und den Kunden. Unsere Züge symbolisieren die Kernkompetenz der Marke SBB. Diese Richtlinie unterstützt die Übersetzung der SBB Markenwerte in das Design des Rollmaterials. Die darin enthaltenen Regeln erhöhen die Chancen eine wertige, von temporären Modeerscheinungen distanzierte, SBB Designsprache zu erschaffen. Die Regeln zeigen auf, wofür die SBB steht, was zum Unternehmen passt und was nicht. Die Kunden und die Mitarbeitenden sollen bei jedem Kontakt mit dem Rollmaterial die Markenwerte der SBB erleben. Dadurch werden das Vertrauen und die Identifikation mit dem Unternehmen gestärkt und somit ein entscheidender wirtschaftlicher Vorteil erreicht.

Support.

Für Spezialfälle und Fragen zur vorliegenden Richtlinie steht die Rollmaterialentwicklung in Zusammenarbeit mit der Markenführung gerne zur Verfügung. Weitere Informationen zum Thema sind im Anhang zu finden.

Hinweis.

Die Richtlinie SBB Rollmaterial wird aufgrund neuer Anforderungen, technischen Weiterentwicklungen und Erfahrungen aus umgesetzten Projekten laufend aktualisiert. Aus diesem Grund sind Änderungen in der Richtlinie vorbehalten.

Das Team Rollmaterialentwicklung muss im gesamten Entwicklungsprozess involviert sein. Der festgelegte Designprozess für die Modernisierung und Neubeschaffung von Rollmaterial ist unter dem Link im Anhang zu finden (Designprozess Rollmaterial).

Rollen.

- **Rollmaterialentwicklung** (P-FV-ROE-IPE): Verantwortlich für das Design, Schnittstelle zur Designagentur, entwickelt Lösungen, koordiniert mit der Markenführung.
- **Markenführung** (KOM-MF): Verantwortlich für die Designvorgaben und die Richtlinie Rollmaterial, begleitet den Designprozess, verantwortlich für alle Einsätze des SBB Logos oder Signets oder Partnerlogos, Inhaber der Signaletik.
- **Marketing-Kommunikation** (P-VSV-VMA-MKO): Nimmt Anfragen von SBB Töchtern auf. Stellt Kommunikation mit der Rollmaterialentwicklung und der Markenführung sicher. Verantwortlich für Re460 Werbeloks und Werbezüge.

Glossar.

- FV: Fernverkehr
- RV: Regionalverkehr
- Livery: Fahrzeug Aussenlackierung
- PAK: Projektanforderungskatalog
- SAK: Standardanforderungskatalog

3. Gestaltungsgrundsätze.

Gestaltungsgrundsätze der SBB.

1. Jede Gestaltung wird aus der Kundenperspektive heraus entwickelt.
2. Die SBB Markenwerte bilden das Fundament der Gestaltung.
3. Die Grundsätze der SBB Designgeschichte gelten auch für die Zukunft.

Kundenperspektive.

Der Mensch steht bei der SBB im Zentrum. Ob im Regional-, oder im Fernverkehr unterwegs, müssen sich die Kunden willkommen fühlen, einfach zurechtfinden und unser Unternehmen positiv erleben. Bei allen gestalterischen Entscheiden muss dieser Faktor von Anfang an mitgedacht werden.

Markenwerte.

Die gesamte Gestaltung wird an den SBB Markenwerten ausgerichtet. Diese Werte erlauben einen gestalterischen Interpretationsspielraum und stellen sicher, dass sich das Design des Rollmaterials in die Marke SBB integriert und diese unterstützt (siehe SBB Markenportal, Link im Anhang).

Historische Designfaktoren.

Die SBB besitzt eine über hundertjährige Geschichte. Faktoren wie Funktionalität, Qualität und Zeitlosigkeit ziehen sich durch die gesamte Geschichte des Unternehmens. Diese Faktoren besitzen auch heute ihre Gültigkeit und bleiben auch in Zukunft Teil des SBB Designfundaments.

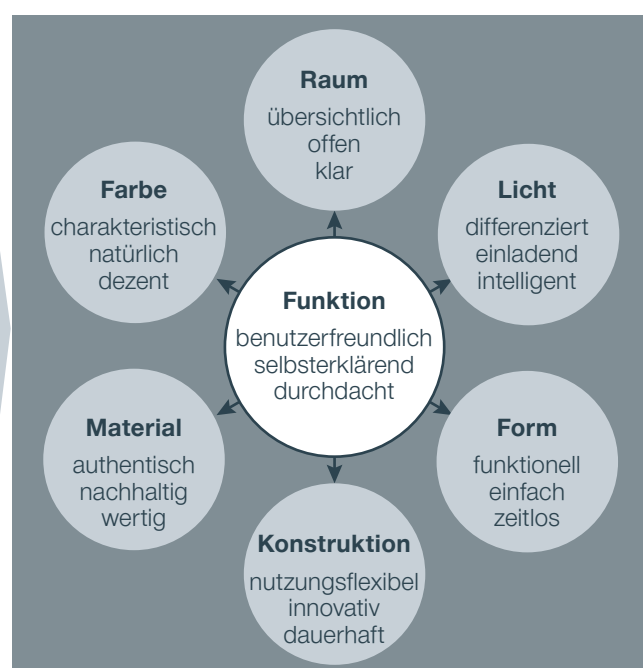
Übersicht der Gestaltungskriterien.

Die nachfolgende Grafik zeigt die wichtigsten Merkmale des SBB Designs. Die Funktionalität steht dabei im Zentrum. Dies bedeutet, dass die gesamte Gestaltung aus der Perspektive des Kunden entwickelt werden muss.

Markenwerte



Gestaltungskriterien



Historische Faktoren



4. Designprinzipien.

Die folgenden Designprinzipien sind allgemeingültig für die SBB und basieren auf der Geschichte des Unternehmens.

Der Mensch steht im Zentrum.

Am meisten Zeit mit unserem Unternehmen verbringen die Kunden im Zug. Aus diesem Grund hat das Wohlbefinden unserer Kunden höchste Priorität. Dazu gehören neben einem angenehmen Ambiente (Visuell, akustisch, olfaktorisch) auch der Komfort (taktile Wahrnehmung aller Oberflächen sowie Luftqualität und Temperatur). Der Kunde soll nicht befriedigt, sondern angenehm überrascht sein. Werden diese Faktoren integriert angewendet, nimmt der Kunde bei jeder Reise ein positives Erlebnis mit.

Form und Funktion sind eins.

Züge sind ein hochkomplexes, technisches Meisterwerk mit einem sehr langen Anwendungshorizont. Dieser Faktor hat einen starken Einfluss auf den Unterhalt, die Bedienung und die Ersatzteilbewirtschaftung. Die folgenden Designprinzipien sind einzuhalten:

- Die Grundlage ist das integrierte Design. Alle Komponenten müssen von Anfang an berücksichtigt und schlüssig zusammengefügt werden. Nur so kann eine funktionale, zeitlose und integrative Designsprache erreicht werden. Ein additives Design muss in jedem Fall verhindert werden.
- Die Linienführung und Materialübergänge richten sich durchgehend an der Funktion aus. Die Funktion eines Bauteils muss klar ablesbar und für den Nutzer optimiert sein. Nichts soll von der eigentlichen Funktion ablenken.
- Linien und Materialtrennfugen werden in geraden Linien oder klar definierten Radien geführt (Radien laufen nicht in andere Radien hinein, unterschiedliche Radien schliessen nicht aneinander an).
- Grundsätzlich müssen Materialtrennfugen und Farbübergänge deckungsgleich sein (keine mehrfarbige Teile).

Die Qualität liegt uns am Herzen.

Die Geschichte der SBB basiert auf der Liebe zum Detail. Wir wollen den Kunden nicht mit Effekthascherei und trendigen Elementen blenden, sondern mit der Qualität der Details und der Materialien überzeugen. Das Design der SBB soll ehrlich und authentisch wirken. Nichts soll kaschiert oder vorgetäuscht werden. Dies bedingt eine kompromisslose Aufmerksamkeit im Designprozess für Materialübergänge und technische Verbindungen.

Nachhaltigkeit.

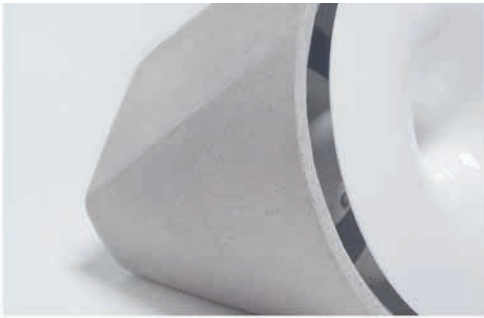
Die Nachhaltigkeit ist ein zentraler Markenwert des Unternehmens. Von der Materialwahl bis zur Entsorgung muss dieser Faktor die Entscheidungen steuern. Die Glaubwürdigkeit der SBB wird von unseren Kunden an diesem Punkt beurteilt.

Zeitloses Design.

Das Rollmaterial der SBB ist vierzig Jahre und länger im Einsatz. Aus diesem Grund wird bewusst auf formale und grafische Trends sowie Spielereien verzichtet. Das Design muss eine einfache und klare Linienführung in Form und Grafik aufweisen. Dadurch wird eine langfristig ansprechende und zeitlose Designsprache erreicht.

Moodboard.

Die Bilderzusammenstellung auf der nächsten Seite illustriert die hier erwähnten Designprinzipien. Die Bilder umreißen den gestalterischen Korridor für die Entwicklung des Designs und der technischen Details.



5. Branding.

Die visuelle Präsenz der Marke SBB am Fahrzeug schafft Orientierung und Vertrauen. Ziel des Branding ist, die Kundinnen und Kunden bei der SBB zu begrüßen und willkommen zu heissen. Aus diesem Grund ist der genauen Positionierung des SBB Logos und des SBB Signets im Aussen- und im Innenraum grosse Aufmerksamkeit zu schenken.

Hinweis.

Die Anwendung des SBB Logos oder Signets muss in jedem Fall vorab mit der Markenführung und der Rollmaterialentwicklung abgesprochen werden.

Die Logodatei muss vor jedem Einsatz erneut vom Markenportal der SBB heruntergeladen werden (Link im Anhang). Auf den Einsatz von bereits vorhandenen Dateien ist zu verzichten.

SBB Logo.



1. Logo
2. Signet
3. Bildmarke (umgangssprachlich: Panel)
4. Wortmarke

Mindestabstand Logo.

Der Mindestabstand um das SBB Logo (Siehe Grafik) ist in jedem Fall einzuhalten. Der Hintergrund muss einfarbig Weiss sein und darf keine Grafiken enthalten. Auf dieser Fläche sind ebenfalls keine Materialfugen oder technische Elemente zulässig.



Farbwerte.

Auf dem Rollmaterial der SBB wird das Logo immer auf weissem Untergrund in den Farben Rot/Schwarz angewendet (positive Anwendung). Die Farbwerte des Logos sind auf dem Markenportal zu finden (Link im Anhang). Das SBB Logo wird direkt auf der Wagenkastengrundfarbe angebracht (kein Druck auf weisse Folie).

Hinweis.

Für das Rot des SBB Logos wird in jedem Fall RAL 3000 verwendet (siehe auch Markenportal).

Positionierung/Grösse.

Auf jedem Wagenkasten wird ein SBB Logo pro Seite positioniert. Das Logo befindet sich immer vom Betrachter aus auf der linken Seite des Wagenkastens (siehe auch Grafiken auf Seite 13). Das Logo ist immer auf weissem Grund zu positionieren. Die Mindestabstände sind einzuhalten.

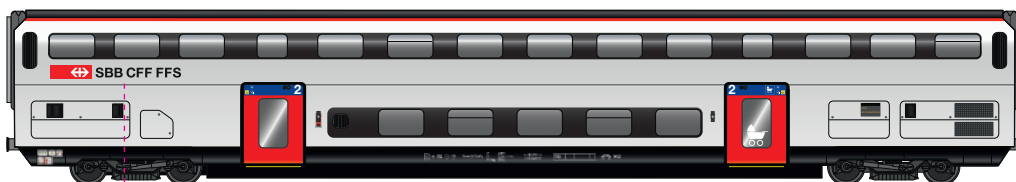
Die Logogrösse auf dem Wagenkasten im FV beträgt 3335 × 350 mm (Höhe der Bildmarke). Die Logogrösse im RV beträgt 2668 × 280 mm (Höhe der Bildmarke). Abweichungen sind vorab mit der Markenführung und der Rollmaterialentwicklung abzuklären.

FV einstöckig (exemplarisch).



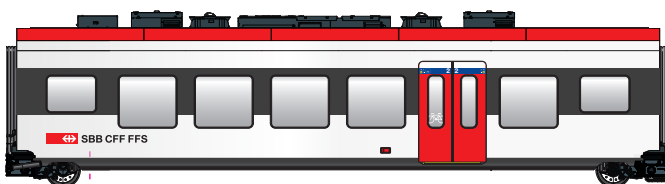
3335 × 350 mm

FV doppelstöckig (exemplarisch).



3335 × 350 mm

RV einstöckig (exemplarisch).



2668 × 280 mm

Technische Aussenanschriften.

Technische Hinweise und Anschriften müssen grundsätzlich in der Schürzenfläche und mit genügend Abstand zum SBB Logo angebracht werden. Herstellerlogos sind nur in Absprache mit der Markenführung und der Rollmaterialentwicklung zulässig.

Spezialfall Re460.

Auf der roten SBB Lok Re460 wird das Signet separat von der Wortmarke SBB CFF FFS aufgeführt. Diese Anwendung ist nur auf der Re460 zulässig.



Signet auf Zugsfront.

Die Fronten der Lokomotiven, Triebwagen und Triebzügen des Fernverkehrs erhalten ein dreidimensionales Signet, welches in Metall ausgeführt wird. Fahrzeuge des Regionalverkehrs erhalten ein weisses zweidimensionales Foliensignet.

Die Definition der Signetgrösse sowie die genaue Ausführung erfolgt in jedem Fall in Zusammenarbeit mit der Markenführung und der Rollmaterialentwicklung.



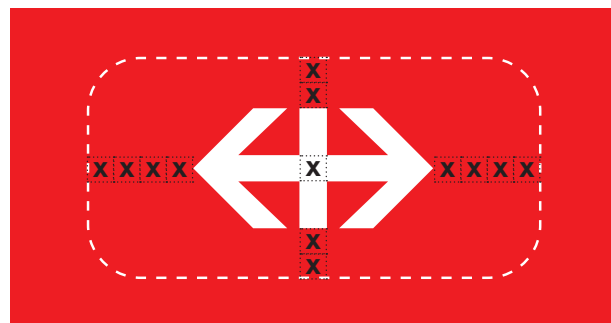
Ausführung Fernverkehr.



Ausführung Regionalverkehr.

Mindestabstand Signet.

Der Mindestabstand um das SBB Signet (Siehe Grafik) ist in jedem Fall einzuhalten. Der Hintergrund muss einfarbig sein und darf keine Grafiken enthalten. Auf dieser Fläche sind ebenfalls keine Materialfugen oder technische Elemente zulässig.



Partnerschaften Personenverkehr.

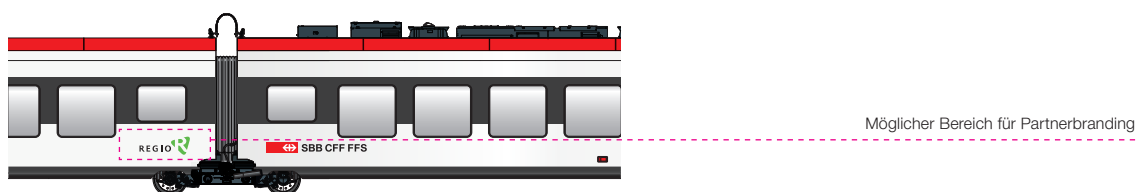
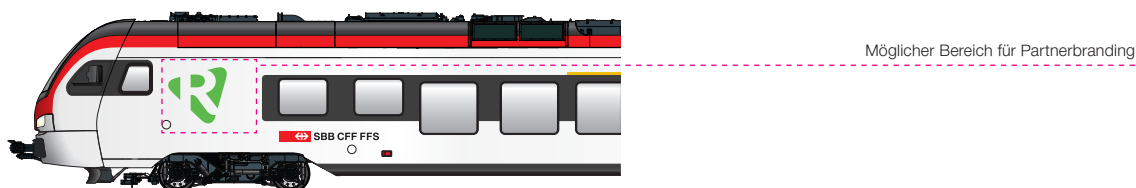
Bei Partnerschaften und Beteiligungen, bei welchen die Marke SBB führend ist, wird das SBB Erscheinungsbild eingesetzt. Das Logo der SBB steht in einem freien Umfeld. Partnerlogos treten im Verhältnis dazu kleiner oder in deutlich reduzierter Anzahl und an anderer Position auf. Die Logos sollen, in der Summe der Wirkung, das Verhältnis F zu $\frac{1}{3}F$ einhalten. So erkennen die Kunden wer für den entsprechenden Zug hauptverantwortlich ist.

Hinweis.

Alle Partnerbrandings müssen in Zusammenarbeit mit der Markenführung erarbeitet werden.



Positionierung auf dem Wagenkasten.



Branding Innenraum.

Im Innenraum wird das Branding dezent gehalten. Das SBB Logo ist auf den Kopfstützen sichtbar. Jede andere Anwendung des Logos oder des Signets muss in Zusammenarbeit mit der Markenführung entwickelt werden.

Im Foyer wird das SBB Logo auf dem Info-Panel oben rechts platziert. Optional befindet sich ein SBB Logo auf der Eingangstüre zum Abteil.

Die Kopfstützen werden entsprechend der Wagenklasse gebrandet. In der 1. Klasse ist die Klassenbezeichnung oben links und das rot/weiße SBB Logo unten rechts platziert. In der 2. Klasse ist das SBB Logo als farblose Prägung unten rechts platziert.



Kopfkissen 1. Klasse.



Kopfkissen 2. Klasse.

6. Rollmaterial Aussen.

Übersicht Livery (Aussenlackierung).

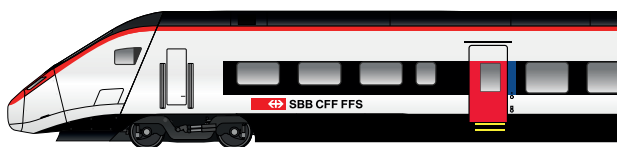
Das Rollmaterial ist der wichtigste Touchpoint zwischen der SBB und dem Kunden. Die SBB muss als Eigentümerin und Betreiberin ihres Rollmaterials wahrgenommen werden. In der strategischen Markenführung wird grosser Wert auf ein einheitliches und markenkonformes Erscheinungsbild gelegt. Der grafische Aufbau und der Farbcode des SBB Rollmaterials ist in dieser Richtlinie definiert und macht die Zugkomposition unverwechselbar.

Hinweis.

Jede Grafik und jeder Kleber welcher an einem Zug der SBB angebracht werden soll, muss vorgängig von der Rollmaterialentwicklung freigegeben werden. Spezialbeklebungen (Partnerbranding, Taufnamen usw.) müssen vorab von der Markenführung freigegeben werden.

13

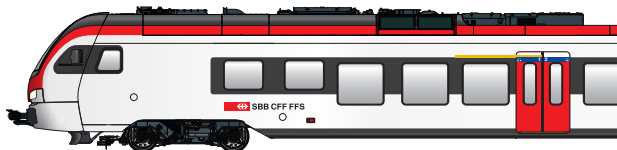
Giruno (Internationaler Personenverkehr, einstöckig).



IC2000 (Fernverkehr, doppelstöckig).



Flirt Mouette (Regionalverkehr, einstöckig).



Farben Livery.

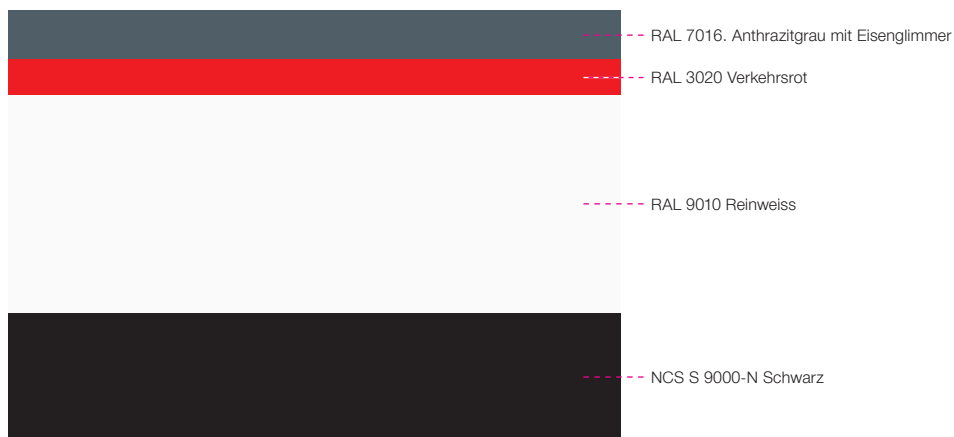
Die folgenden Farbproportionen gelten für alle Fahrzeuge des SBB Personenverkehrs. Die genauen Farban-gaben sind auf dem Markenportal der SBB zu finden (Link im Anhang).

- Weiss ist die dominierende Farbe auf dem Wagenkasten.
- Rot (RAL 3020) wird als Auszeichnungsfarbe im Dachbereich, Frontbereich und für die Türen verwendet (Ausnahme SBB Logo in RAL 3000).
- Schwarz wird für das Fensterband und die Schürze eingesetzt.
- Anthrazitgrau mit Eisenglimmer wird für die Wagendächer verwendet.
- Blau wird nur für die Kundenlenkung eingesetzt.
- Gelb markiert die Einstiege in die 1. Klasse (die gelben Streifen auf dem Wagenkasten werden foliert).

Hinweis.

Die Farbauswahl, Farbwerte und Farbverteilung sind Bestandteil von zulassungsrelevanten Vorgaben gemäss den einschlägigen Eisenbahnnormen. Bei Neulackierung oder Beschaffung muss Rücksprache mit den zuständigen Stellen gehalten werden.

Für Aussenfolierungen sind zudem die SBB Dokumente AAZ11601096 und AAZ11779826 zu berücksichtigen.

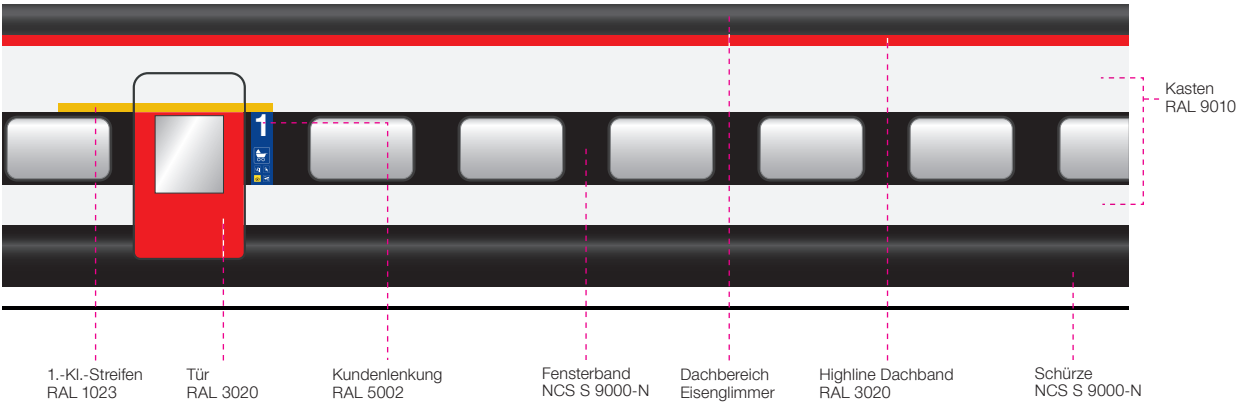
Farbproportionen Wagenkasten.**Kennzeichnungen.**

Weitere Details zu den SBB Konzernfarben und Funktionsfarben sind auf dem Markenportal der SBB zu finden (Link im Anhang).

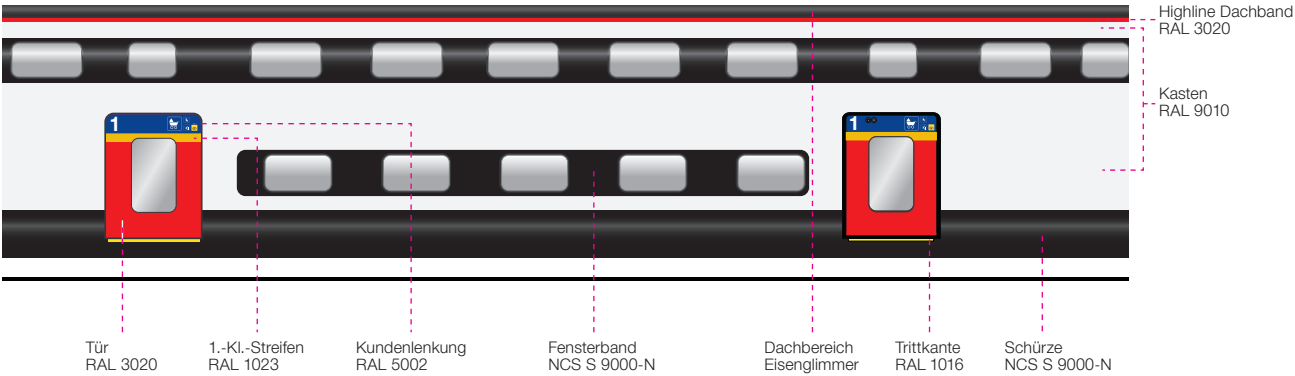
Konzernfarben.**Funktionsfarben.**

Livery Anwendung.

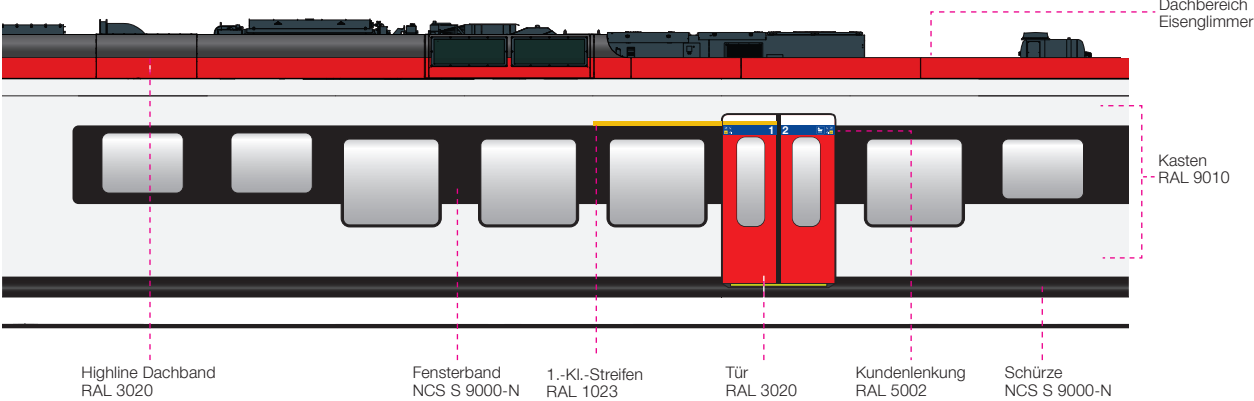
Livery Kasten FV einstöckig.



Livery Kasten FV doppelstöckig.



Livery Kasten RV einstöckig.



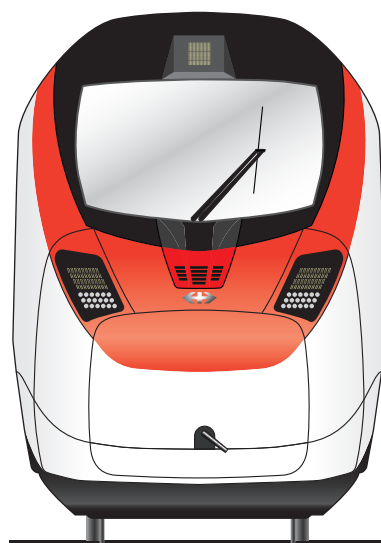
Livery Frontansichten.

Die Züge der SBB müssen auch von vorne sofort erkennbar sein. Die Lokfronten weisen die gleichen Farben wie der Wagenkasten auf und tragen das SBB Signet (FV: dreidimensionale Metallausführung, RV: zweidimensionale weisse Folie. Siehe Kapitel Branding). Die Loknummern sind hierarchisch dem Signet unterzuordnen und werden nur bei Regionalverkehrsfahrzeugen angebracht. Als Beispiel dienen der Flirt Mouette und der IR-Dosto. Die Ausführung ist mit der Rollmaterialentwicklung abzustimmen.

Regionalverkehr FLIRT/IR-Dosto.



Fernverkehr Giruno/ICN/IC2000.

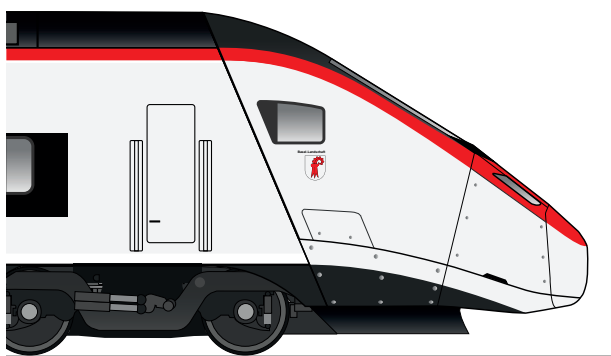


Taufnamen.

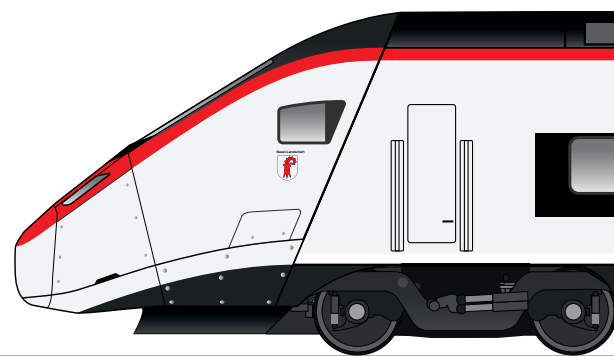
Der Taufname wird immer am Führerstand auf beiden Seiten der Lok platziert. Ziel ist, pro Flotte ein einheitliches Thema zu schaffen. Taufnamen orientieren sich entweder an der Geografie der Region (z. B. Gemeinden, Städte, Kantone, Dörfer, Flüsse, Berge, usw.) oder

werden an ein einheitliches Thema gebunden (z. B. berühmte verstorbene Schweizerinnen und Schweizer beim ICN). Jeder Zug erhält nur einen Taufnamen.

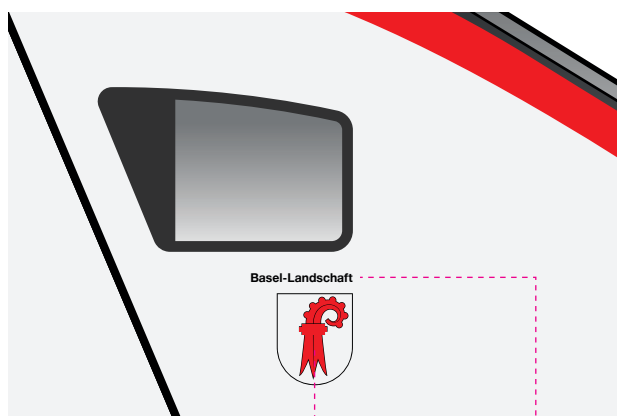
Seitenansicht rechts.



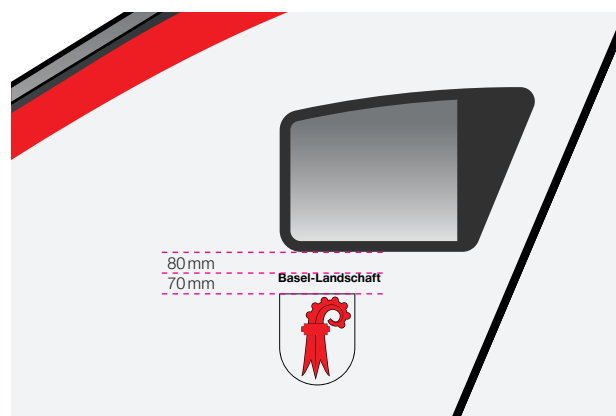
Seitenansicht links.



Detailansicht rechts.



Detailansicht links.



Wappengrösse
Breite 250 mm
Höhe 302 mm

Typografie
Schriftschnitt: SBB Bold
Schriftgrösse: Versalhöhe 28,5 mm
Ausrichtung: Vorderkante Wappen

7. Rollmaterial Innen.

Im Innenraum des Rollmaterials erlebt der Kunde die Markenwerte der SBB mit allen Sinnen. Aus diesem Grund ist das Gesamtkonzept des Innenraums mit grösster Sorgfalt zu entwickeln.

Akustik.

Anforderungen zur Innenraumakustik, z. B: Sollwertvorgaben, Reintonkomponenten und Messbedingungen sind projektspezifisch definiert.

Beleuchtung.

Es ist auf eine blendfreie und gleichmässige Beleuchtung im gesamten Zug zu achten. Die Grundbeleuchtung wird durch eine indirekte Lichtquelle erreicht. Gezielte Akzentbeleuchtungen unterstützen die optische Wärme und ein wohnliches Ambiente. Die Blendwirkung richtet sich nach den eisenbahnspezifischen Vorgaben (UGR max. 22, anzustreben ist UGR < 19).

- Speisewagen/-saal: 2700 K, CRI > 90 Ra.
- Zustieg und Fahrgastraum: 3000 K, CRI > 85 Ra.
- Personalräume, WC, Küche: 3500 K, CRI > 85 Ra.

Raumklima.

Die Heizung, Klima und Lüftung ist nach der EN 14750 auszuführen (Bahnanwendungen – Luftbehandlung in Schienenfahrzeugen des innerstädtischen und regionalen Nahverkehrs).

Weitere technische Anforderungen zur Ausführung und zu den Prüfverfahren an Heizung, Klima und Lüftung sind projektspezifisch definiert.

Farben.

Farbe ist eine kräftige und wichtige Komponente des Designs. Die Farbgebung und die Farbproportion der Ausenlackierung sind im Kapitel «Rollmaterial Aussen» definiert. Im Innenraum kann der richtige Einsatz von Farbe ein angenehmes Raumklima und ein harmonisches und ansprechendes Gesamtbild erzeugen. Um dies zu erreichen, müssen die folgenden Regeln eingehalten werden:

- Weniger ist mehr. Farben sollen generell nur als Akzent und sehr zurückhaltend eingesetzt werden.
- Das mögliche Farbspektrum umfasst zurückhaltende, warme und zeitlose Farben mit einer niedrigen Sättigung. Auf kräftige oder trendige Farben ist zu verzichten.
- Wo möglich wird die Farbe des Materials belassen (z. B. Alu, Stahl und Holz).
- Matte, seidenmatte oder seidenglanz Farben sind vorzuziehen.

Verschiedene Faktoren beeinflussen die Wirkung von Farbe (Lichtverhältnisse, Tageszeit, Dimension der Fläche, Struktur des Untergrundes, umgebende Materialien usw.). Aus diesem Grund ist der Einsatz einer Farbe unter möglichst realen Bedingungen und unter verschiedenen Lichtsituationen zu prüfen.

Hinweis.

Das Design des Rollmaterials der SBB richtet sich nach einem ganzheitlichen und standardisierten Designkonzept. Der Innenraum im Rollmaterial steht für Beklebung/Folierungen oder anderen Veränderungen am Interior Design nicht zur Verfügung.

Atmosphäre.

Das Farbklima in der 1. Klasse wird durch die Farben Anthrazit, Rot, Weiss, Weissgrau und Holz geprägt. Das Holz an den Sitzen und an den Stirnwänden unterstützt im Fahrgastraum eine wohnliche Atmosphäre.

Das Farbklima in der 2. Klasse wird durch die Farben Anthrazit, Blau, Weiss, Weissgrau und Holz geprägt.

Durch eine andere Kombination dieser Farben und Materialien kann ebenfalls eine ansprechende Atmosphäre erzielt werden. Unterschiede zwischen Regionalverkehr und Fernverkehr sind innerhalb der Farbwelt zulässig.

1. Klasse



2. Klasse



Restaurant.

Der Farb- und Materialmix zwischen dunklen Holztönen, schwarzem Leder und weissen Tischdecken schafft ein warmes und angenehmes Restaurantambiente.

Pro Tisch ist eine Stimmungsleuchte vorzusehen. Zusatzfunktionen wie Kartenhalter können mit dieser Leuchte kombiniert werden. Die Tischleuchte darf keine Blendwirkung aufweisen und 2500 K nicht überschreiten.

WC Anlagen.

Die Gestaltung der Standard- und der Universal-WC richtet sich streng nach den hohen Anforderungen der Bedienbarkeit, des Behindertengesetzes sowie der Reinigung und der Instandhaltung.

Die Materialisierung und die Lichtstimmung soll eine warme, angenehme Atmosphäre schaffen. Sichtbare Chromstahl-Elemente sind zulässig bei Haltestangen, einzelnen Teilen der WC-Schüssel, Abfalleimer-Einwurfsöffnungen, Wasserhahn, und WC-Rollenhalter. Diese sind in K320 auszuführen. Die Verkleidung der WC-Schüssel ist nicht in Chromstahl auszuführen. Die WC-Schüssel-Innengeometrie ist so zu gestalten, dass die anatomischen Bedürfnisse aller Benutzer berücksichtigt werden.

Die Beleuchtung erfolgt über eine indirekte blendfreie Lichtquelle. Es ist eine zusätzliche, ebenfalls indirekte und blendfreie Beleuchtung zwischen Spiegel und Waschbecken vorzusehen.

Die Wände sind grundsätzlich so zu konstruieren, dass eine Folierung der Oberfläche problemlos möglich ist. Flächenbündige Wickeltische werden bevorzugt.

8. Materialien Innen.

20

Grundsätze.

Die im Innenraum eingesetzten Materialien sind in den folgenden Grafiken definiert. Bei der Auswahl von Materialien legt die SBB auf folgende Faktoren grossen Wert:

- Echtheit und Authentizität
- Qualität und Wertigkeit
- Langlebigkeit
- Zeitlosigkeit
- Nachhaltigkeit
- Unterhalt und Reinigung

Materialien und Materialübergänge.

- Ähnlich dem Einsatz von Farben, ist auch bei der Materialwahl auf Reduktion zu achten. Eine Vielzahl verschiedener Materialien bringt keinen gestalterischen Mehrwert und erzeugt mehr Planungsaufwand und Komplexität in der Umsetzung.
- Den Materialübergängen ist grösste Beachtung zu schenken. Hier wird der gekonnte Umgang mit Materialien und den entsprechenden Verarbeitungstechniken sichtbar. In durchdachten technischen Anwendungen zeigt die SBB ihren Kunden das technische Know-how, ihren Fokus auf Qualität und die Liebe zum Detail.

- Die Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Faktor für die SBB und in den Markenwerten verankert. Die vorgeschlagenen Materialien sind auf den gesamten Lebenszyklus zu prüfen (Rohstoff, Produktion, Verarbeitung und Entsorgung).
- Materialien sind vor der definitiven Wahl immer zu Bestimmen und unter realen Bedingungen zu prüfen.

Hinweis.

Die Materialien der Richtlinie Rollmaterial werden aufgrund neuer Anforderungen, technischen Weiterentwicklungen und Erfahrungen aus umgesetzten Projekten laufend angepasst. Aus diesem Grund sind Anpassungen bei den Materialien vorbehalten.

Das Materialboard wird für das entsprechende Projekt in enger Zusammenarbeit mit dem Team der Rollmaterialentwicklung weiterentwickelt.

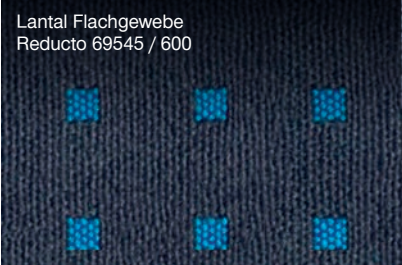
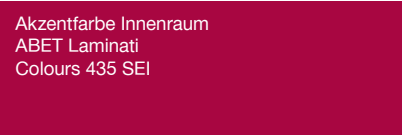
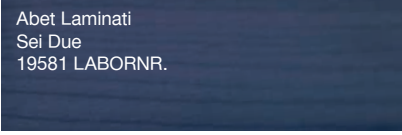
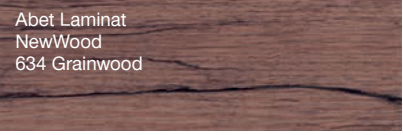
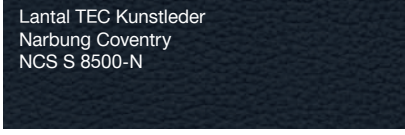
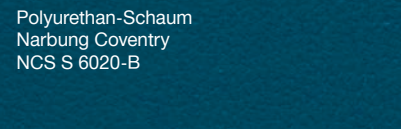
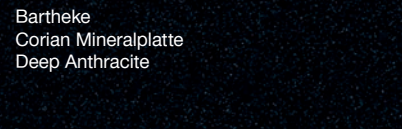
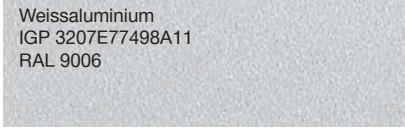
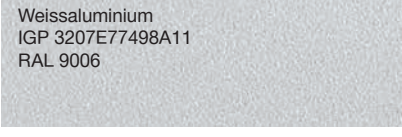
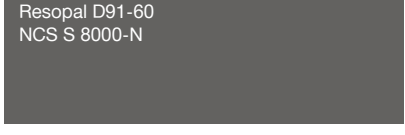
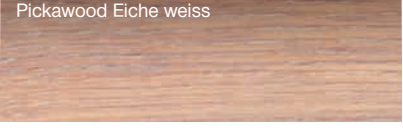
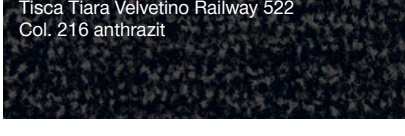
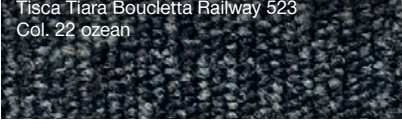
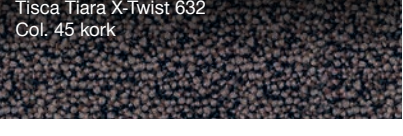
Klassenübergreifende Materialien.

Die folgenden Materialbeispiele sind klassen-, und funktionsunabhängig im gesamten Innenraum einzusetzen. Die aufgeführten Lieferanten sind als mögliche Bezugsquellen zu verstehen und nicht verpflichtend.

Decken	NCS S 0500-N, (strukturiert, matt)
Seitenwände	NCS S 0500-N, (strukturiert, matt)
Fussleiste, Haltegriffe, Gepäckträger	Chromstahl horizontal geschliffen K320
Sitz-Haltegriffe, Fussschweller, Div. andere Teile	Aluminium gebürstet, farblos eloxiert
Folierung, Glasflächen	3M Scotchcal 7725-314 (dusted crystal white)
Zustieg, Schmutzschleuse	Tisca Tiara Zerbino 629, Col. 14 grau
Nichttextile Bodenbeläge	Noraplan Stone 2306 oder Mondo Granito 12344
	Noraplan Stone 1862 oder Mondo Granito 12173

Klassenspezifische Materialien.

Die folgenden Materialbeispiele sind klassen-, und funktionsspezifisch einzusetzen. Die aufgeführten Lieferanten sind als mögliche Bezugsquellen zu verstehen und nicht verpflichtend.

	1. Klasse	2. Klasse	Restaurant
Polsterstoffe	Tisca Flachgewebe MIRA-X RAILWAY MT15068 B1 	Lantal Flachgewebe Reducto 69545 / 600 	Lantal TEC Kunstleder Narbung Coventry NCS S 8500-N 
Kopfkissen	Lantal JENNY 9339/350 	Lantal Rail Traffic Narbung Coventry NCS S 6020-B 	Akzentfarbe Innenraum ABET Laminati Colours 435 SEI 
Klassenholz	Abet Laminati 619 Sei Due 	Abet Laminati Sei Due 19581 LABORN. 	Abet Laminat NewWood 634 Grainwood 
Armlehnen	Lantal TEC Kunstleder Narbung Coventry NCS S 8500-N 	Polyurethan-Schaum Narbung Coventry NCS S 6020-B 	Bartheke Corian Mineralplatte Deep Anthracite 
Sitzstruktur	Weissaluminium IGP 3207E77498A11 RAL 9006 	Weissaluminium IGP 3207E77498A11 RAL 9006 	IGP-HWF classic 591TE91934AF 
Tischplatte	Resopal D91-60 NCS S 8000-N 	Resopal 172-60 NCS S 4000-N 	Resopal-3115-AJ 
Tischkante	NCS S 6000-N 	NCS S 6000-N 	Pickawood Eiche weiss 
Boden	Tisca Tiara Velvetino Railway 522 Col. 216 anthrazit 	Tisca Tiara Boucletta Railway 523 Col. 22 ozean 	Tisca Tiara X-Twist 632 Col. 45 kork 

9. Signaletik/Kennzeichnung.

Übersicht.

Das Kundenleitsystem im Rollmaterial der SBB besteht aus verschiedenen Komponenten. Die konsistente Informationsvermittlung über die verschiedenen Komponenten ist zwingend. Die SBB besitzt ein etabliertes Beschilderungssystem mit weisser Schrift/Zeichen auf blauem Grund. Dieses übergeordnete Signaletik System leitet den Kunden vom Eingang zum Bahnhof bis zum Sitzplatz im Zug. Die blaue Signaletik wird durch ergänzende Kennzeichnungen und die Sicherheits-Signaletik ergänzt.

Hinweis.

Die Grafikdateien der Piktogramme und die Richtlinie Signaletik sind auf dem Markenportal der SBB zu finden (Link im Anhang). Für Piktogramme, welche nicht in der Bibliothek sind, ist die Rollmaterialentwicklung zu kontaktieren.

Positionierung und Grösse aller ergänzenden Kennzeichnungen sind mit der Rollmaterialentwicklung projektspezifisch zu definieren.

22

Übergeordnete blaue Signaletik.



Aussenkennzeichnung.



Wegweiser/Zielbestätigung.



Einzelne Piktogramme.



Spezialformate.

Ergänzende Kennzeichnungen.



Situatives Zeichen.



Situatives Zeichen.



Kennzeichnung Innentüren.



Sitzplatznummerierung.

Sicherheits-Signaletik.



Brandbekämpfung.



Evakuierung.

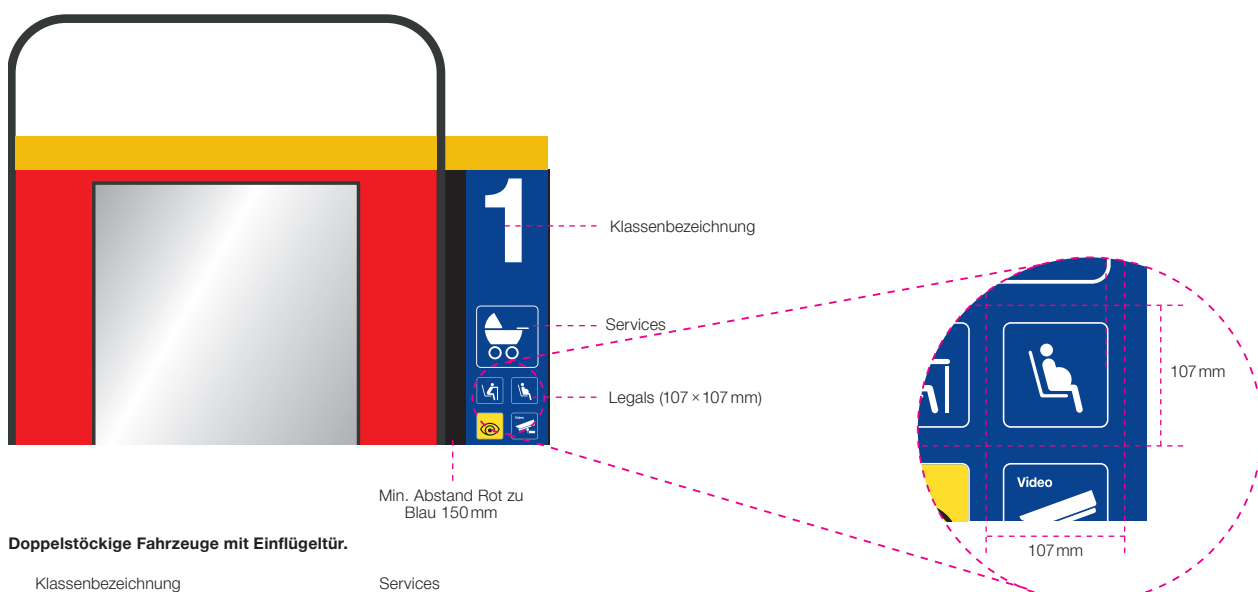
Aussenkennzeichnung.

An den Türen wird zwischen den Wagenklassen unterschieden. Der gelbe Streifen markiert die 1. Klasse und ist für den Kunden von Weitem sichtbar. Zusätzliche Piktogramme informieren über die individuelle Qualität und Funktion des Wagens.

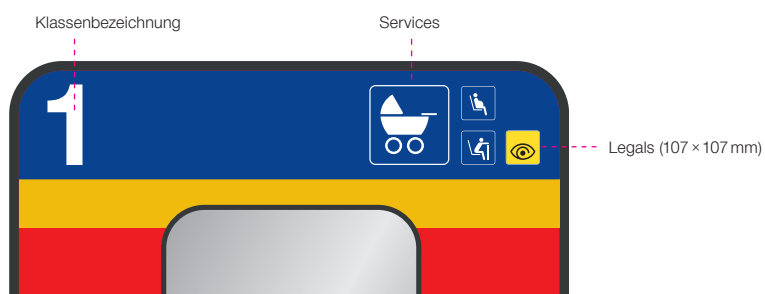
Hinweis.

Die Signaletik muss nach Vorgaben der TSI PRM erstellt werden. Dabei sind die Grössen der Piktogramme und die Farbwerte ausschlaggebend. Die Kundenlenkungselemente Aussen haben keine SBB Artikelnummer aufgedruckt. Optische und Akustische Signalgeber sind ausserhalb der Kundenlenkung zu platzieren.

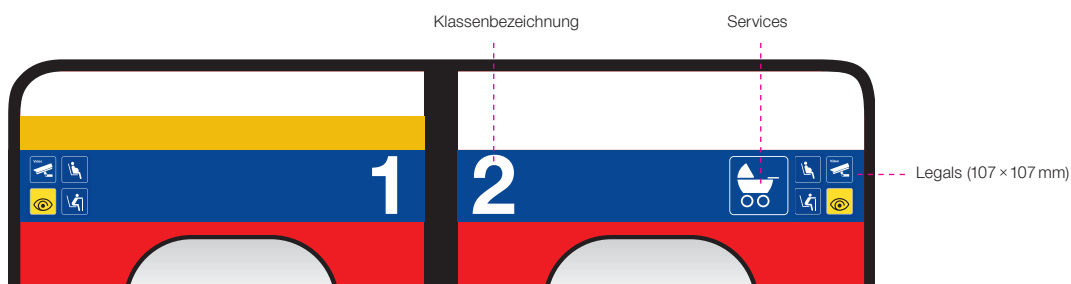
Einstöckige Fahrzeuge mit Einflügeltür.



Doppelstöckige Fahrzeuge mit Einflügeltür.



Ein- und doppelstöckige Fahrzeuge mit Doppelflügeltür.



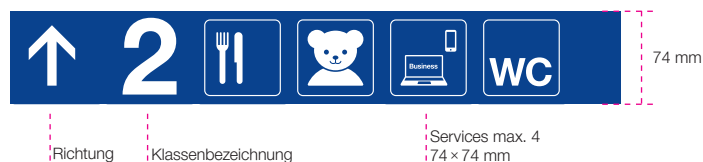
Wegweiser/Zielbestätigung.

Im Zug wird zwischen Zielbestätigung und Wegweiser unterschieden. Die Zielbestätigung ist grundsätzlich links und die Wegweisung rechts des Weges anzubringen. Es dürfen maximal fünf Informationen an einem Ort angezeigt werden (Pfeile und Legals gelten nicht als Information).

Im Eingangsbereich führt die Signaletik zu den Sitzplätzen oder in gleicher Richtung befindlichen Sonderzonen (Business, Familien, usw.). Bei Triebzügen wird zusätzlich das nächstgelegene WC angezeigt.

Zielbestätigungen müssen die «Legals» (Nicht-Rauchen, Video, Selbstkontrolle) enthalten. Die Aufzählung der Legals ist nicht abschliessend. Zielbestätigungen und Wegweiser haben keine SBB Artikelnummer aufgedruckt.

Wegweiser.



Zielbestätigung.

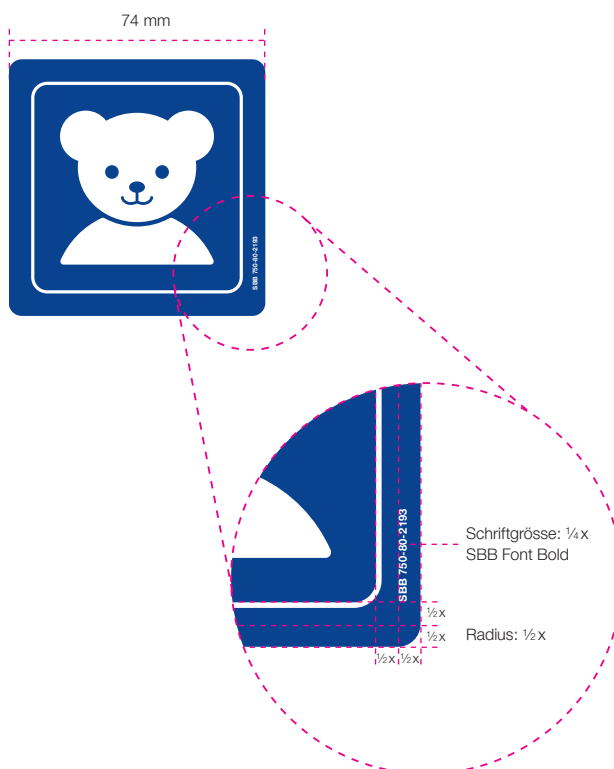


Einzelne Piktogramme.

Für spezifische örtliche Kennzeichnungen werden einzelne Piktogramme eingesetzt. Alle Kleber sind von der Rollmaterialentwicklung freizugeben. Diese Kleber oder Schilder werden wie folgt aufgebaut:

1. Piktogramm auf dem Markenportal beziehen. (Link im Anhang). An dieser Grafik darf nichts verändert werden. Für Piktogramme, welche nicht in der Bibliothek sind, ist die Rollmaterialentwicklung zu kontaktieren.
2. Eckradius gemäss nebenstehender Grafik anbringen (Dies garantiert eine bessere Haftung).
3. Artikelnummer gemäss nebenstehender Grafik einfügen.

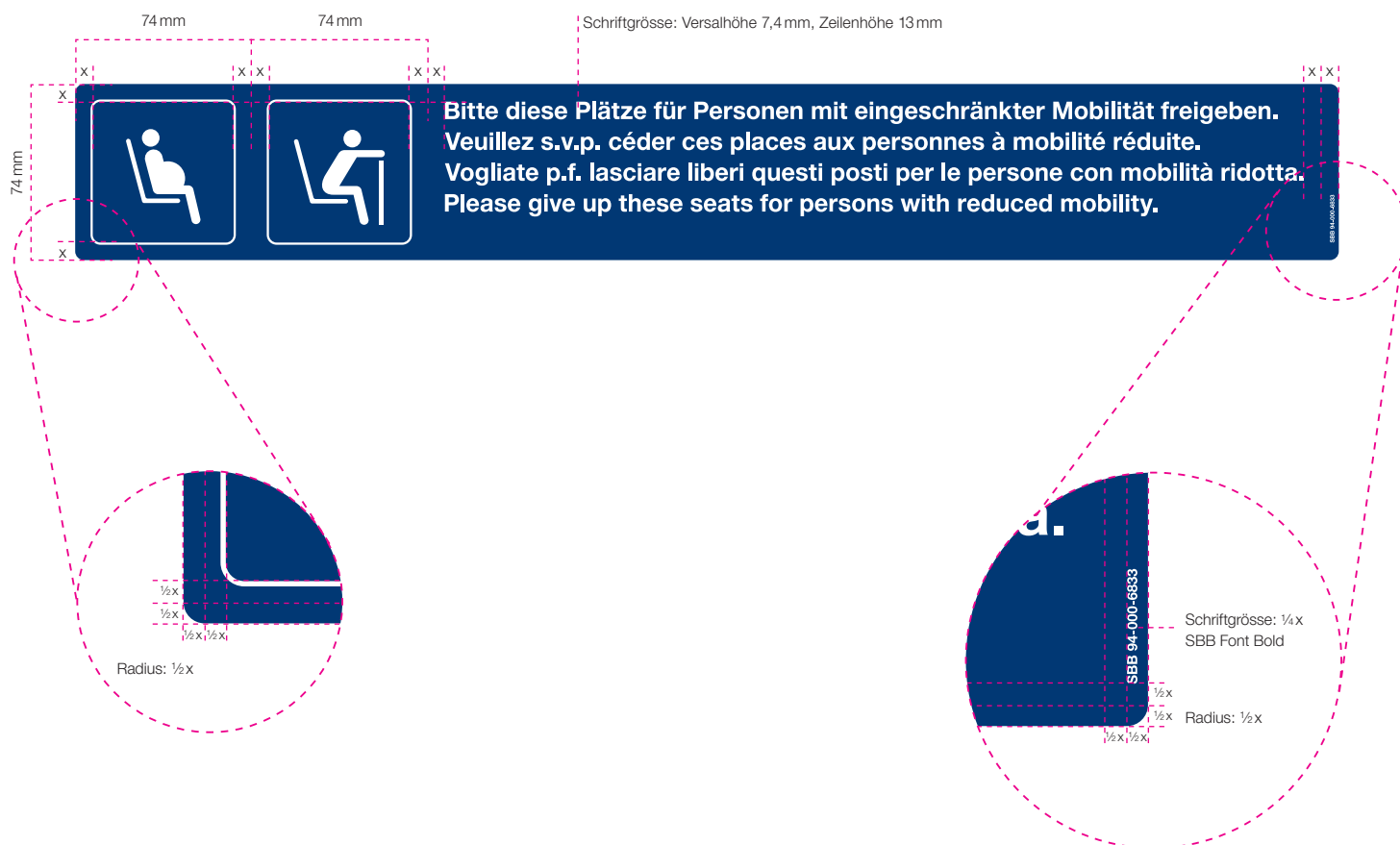
Piktogramme im Rollmaterial besitzen eine Standardgrösse von 74 × 74 mm, ausser übergeordnete Normen und Vorgaben fordern eine andere Grösse. Ausnahmegrössen sind Gepäcknischen 35 × 35 mm und Sitzplatzreservations-Piktogramme welche situationsbezogen definiert werden.



Spezialformate.

Spezialformate sind Kombinationskleber, welche Piktogramme mit Text kombinieren. Diese sind nur einzusetzen, wenn sie aus normativen Gründen zwingend notwendig sind. Es sind nur Piktogramme anzuwenden, welche für die Kunden im Kontext der Situation verständlich sind.

- Ein Kombinationskleber besteht aus einem oder mehreren Piktogrammen und Text in den Sprachen D, F, I und E (Aufzählung hierarchisch).
- Für den Text wird der SBB Font «Bold» verwendet.
- Kombinationskleber besitzen eine Standardhöhe von 74 mm, ausser übergeordnete Normen und Vorgaben fordern eine andere Grösse.
- Der Kleber sowie die Positionierung der Artikelnummer ist identisch wie beim einzelnen Piktogramm aufgebaut (siehe vorangehende Grafik).
- Alle Spezialkleber sind von der Rollmaterialentwicklung freizugeben.

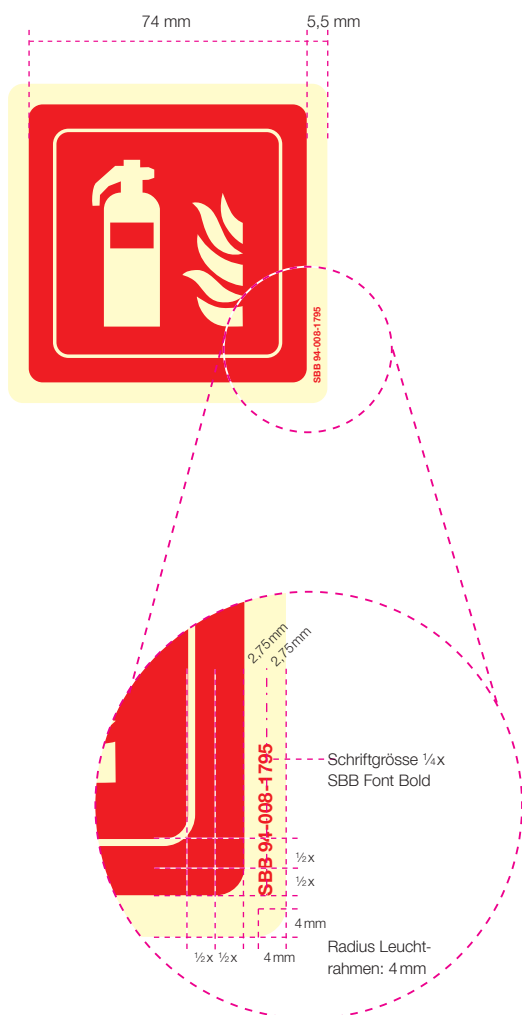


Sicherheits-Signaletik.

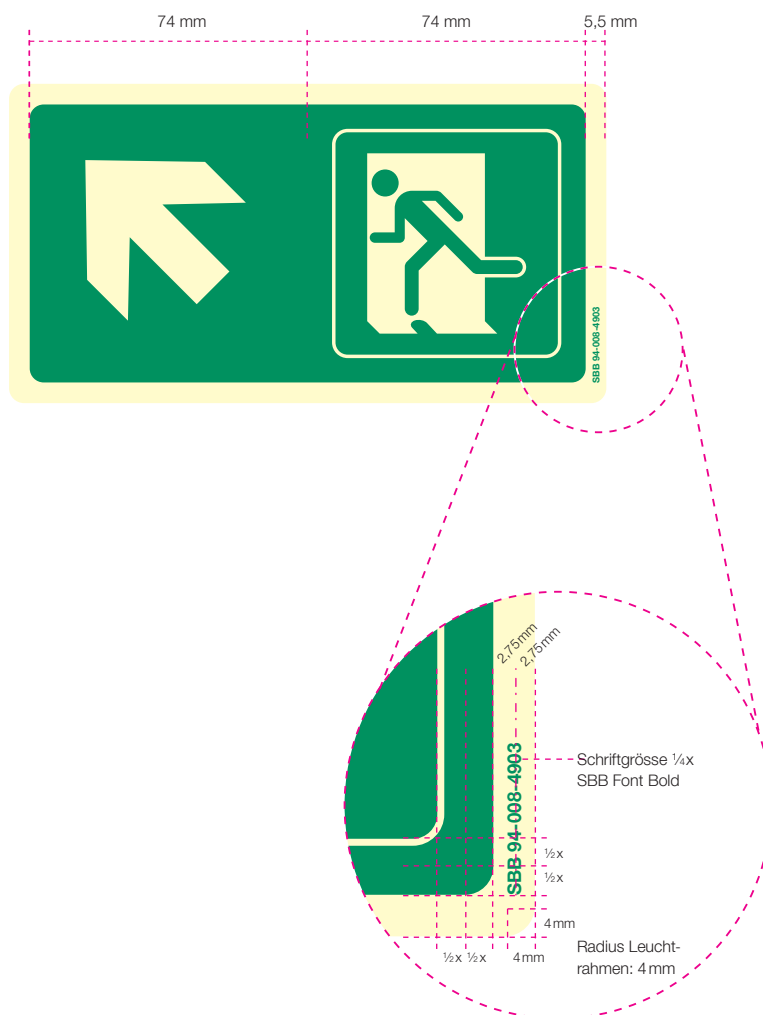
Die Sicherheits-Signaletik weist deutlich und unmittelbar auf die Handlung oder Funktion hin (Fluchtweg, Feuerlöscher, SOS, usw.). Die Piktogramme sind auf dem Markenportal zu finden und dürfen nicht verändert werden (Link im Anhang). Die Sicherheits-Signaletik steht alleine und darf nicht mit der blauen Signaletik kombiniert werden.

- Die Grösse der Piktogramme ist 74 × 74 mm (ohne Leuchtrahmen) oder 85 × 85 mm (inkl. Leuchtrahmen)
- Der umlaufende Leuchtrahmen ist 5,5 mm breit.
- Alle weissen Flächen sind nachleuchtend.
(160 mcd/m² 10 Min.)
- Die Norm EN 45545 ist einzuhalten.

Brandbekämpfung.



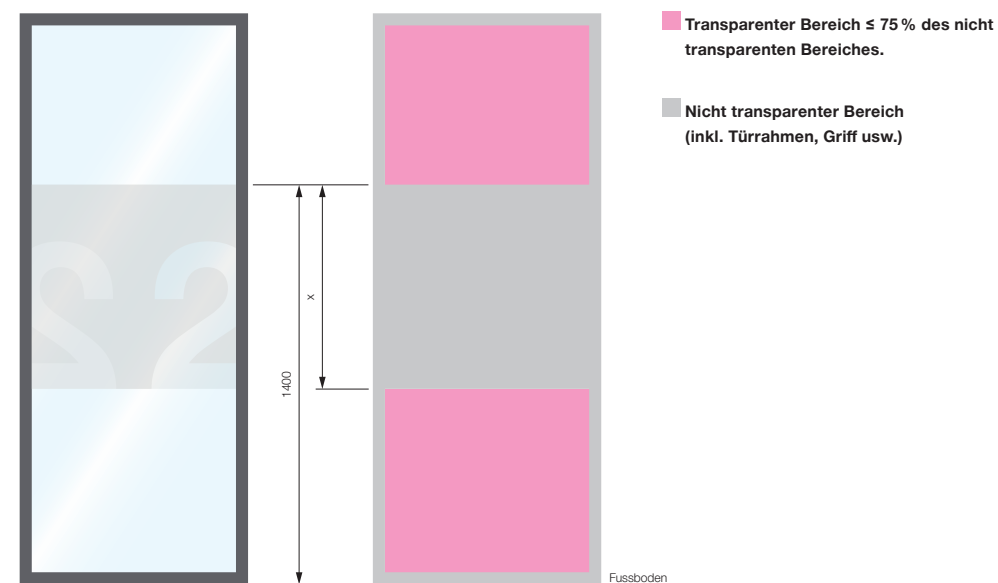
Evakuierung.



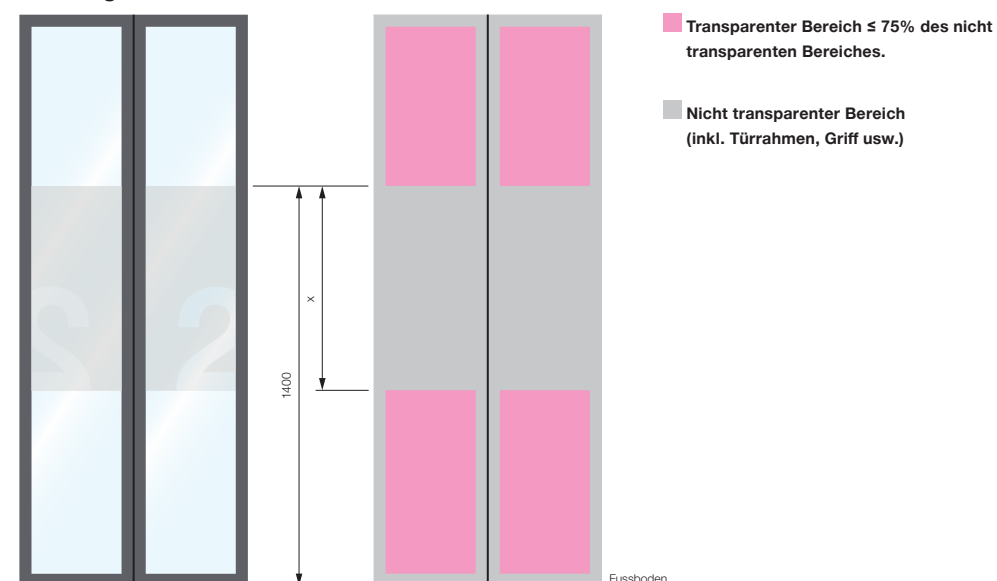
Kennzeichnung Innentüren.

Die Innentüren sollen eine möglichst hohe Transparenz aufweisen. Nach TSI PRM darf diese maximal 75 % der gesamten Türfläche betragen (inkl. Türrahmen, Griff, usw.). Folierte, geätzte oder sandgestrahlte Flächen gelten als nicht transparent.

Einflügel Tür innen.



Zweiflügel Tür innen.



Anhang: Links/Richtlinien.

- SBB Markenportal
- SBB Logo
- Konzernfarben/Funktionsfarben
- Richtlinie Signaletik
- Designprozess Rollmaterial (interner Link)
- Rollmaterial Fotogalerie (interner Link)

SBB AG

Markenführung/-Erlebnis
Hilfikerstrasse 1
3000 Bern 65, Schweiz
marke@sbb.ch

sbb.ch/marke