

Beitragsfonds richtig inszeniert.

So erwähnen Sie uns in Ihrem Projekt
korrekt, wenn wir uns mit Herz engagieren.

Gemeinsam wachsen.

Jetzt mehr erfahren.
gkb.ch/beitragsfonds



**Graubündner
Kantonalbank**

Wertschätzung unseres Engagements.

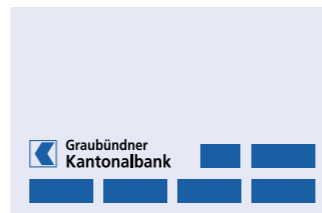
Wir schätzen interessante Projekte, denn sie machen Graubünden vielfältig, farbig und bereichern unseren Lebensraum. So unterstützen wir als Graubündner Kantonalbank jährlich rund 450 Projekte. Natürlich freuen wir uns, wenn dies von Ihnen auch geschätzt wird. So geht's.

GKB Freitickets

Wir freuen uns sehr über Freitickets für Mitarbeitende. Jedes Ticket wird intern vermarktet und Ihr Event damit beworben.

GKB Logoplatzierungen

In der Aufzählung gleichberechtigter Partner wird das GKB Logo grundsätzlich rechts platziert (Abb. links). Folgen hingegen weitere Elemente (tiefere Sponsoringkategorien oder anderes), erhält die Bank die erste Position links (Abb. rechts).



Das GKB Logo erscheint farbig auf weissem respektive hellem Grund oder weiss auf dunklem Hintergrund. Bei unruhigem Hintergrund muss das Logo mit einer weissen Fläche hinterlegt werden. Schwarz wird das Logo nur im Ausnahmefall verwendet. Für jede Anwendung erhält die GKB ein Gut-zum-Druck vor Produktionsstart.

GKB Texterwähnungen

Findet das Logo keine Verwendung, schätzen wir alternativ folgende Formulierung: «Dieses Projekt wird unterstützt durch den GKB BEITRAGSFONDS.»

GKB Engagement-Erwähnung

Wir schätzen eine professionelle Erwähnung in folgenden Situationen:

| | |
|---|---|
| Live-Durchsagen | Grundregel «1-mal alle 3 Stunden»: «Wir danken der Graubündner Kantonalbank für die Unterstützung durch den GKB BEITRAGSFONDS.» |
| Begrüßungsworte durch GKB Vertreter | Der GKB wird – wo sinnvoll und passend – die Möglichkeit gegeben, (kurze) persönliche Begrüßungsworte ans Publikum zu richten. |
| Einladung an GKB zu Medienkonferenzen und Erwähnung der GKB in Medientexten | Die GKB wird zu Medienkonferenzen frühzeitig eingeladen. Das Engagement der Bank wird in Medienkonferenz-Präsentationen und im Lead von Medientexten mit «unterstützt durch den GKB BEITRAGSFONDS» professionell erwähnt. |
| Inszenierung auf Fotos | Werden Sponsoren abgebildet, ist dies im Voraus exakt/klar zu planen. |

GKB Social Media Posts

Wir schätzen «Social-Media-Dankes-Posts» Ihres Projekts mit Verlinkung auf die GKB Facebookseite (facebook.ocm/gkb.ch). Von Ihnen zur Verfügung gestelltes Event-Bildmaterial, Kurztexpte (180 – 220 Zeichen) oder sogar einen speziellen, vor Ort einlösbaren Benefit für GKB Gäste (gesendet an facebook@gkb.ch) verwenden wir gern auf unseren Social-Media-Kanälen und werben damit für Ihren Event (sofern passend und von kantonsweiter Ausstrahlung).

GKB Inserateplatzierung

Inserate als Gegenleistung für den erhaltenen Betrag in Ihren Event-Publikationen (Festführer, Programmhefte etc.) schätzen wir vor allem ganzseitig/farbig auf der 4. Umschlagseite (mindestens auf der 2. Umschlagseite, Mindest-Inseratformat: A6). Wichtig ist uns ein Gut-zum-Druck vor der Produktion.

Werbeflächen in GKB Kundenzonen

Die GKB ist aufgrund der zahlreichen Engagements, die sie eingeht, nicht in der Lage, in den eigenen Schalterhallen oder Schau fenstern Flyer für die gesponserte Veranstaltung aufzulegen. Es besteht aber die Möglichkeit, je ein Kleinplakat oder Flyer an den dafür vorgesehenen, speziellen Magnetwänden (oder in den Vitrinen) auszuhängen. Die konkrete Möglichkeit aufgrund der regionalen Eventausprägung und die entsprechend veranstalterseitig zu liefernde Anzahl sind frühzeitig mit der GKB abzusprechen.

Ihr Kontakt



Corina Sigron

Projektleiterin CSR & Services
Marketing & Kommunikation
Telefon +41 81 256 97 19
corina.sigron@gkb.ch



Download Checkliste und Logos unter
gkb.ch/beitragsfonds



100 % Recycling-Papier gkb.ch/nachhaltigkeit
50.0022 8.16 500

