

Das Orange Buch

Wir bekennen Farbe.

Ein Unternehmen hinterlässt durch sein Erscheinungsbild, sein Verhalten und seine Sprache den wohl wichtigsten Eindruck bei seinem Umfeld. Das Erscheinungsbild ist der erste Eindruck, der zur Visualisierung dient. Das Verhalten und die Sprache eines Unternehmens ergeben dann den Gesamteindruck. Dieser Gesamteindruck ist entscheidend für unseren Auftritt und unsere Kommunikation am Markt.

Die nachfolgenden Richtlinien sollen Ihnen helfen, unsere grafischen Grundelemente, die ein sehr wichtiger Teil des Erscheinungsbildes von Gebrüder Weiss sind, bewusst und richtig in Ihre Arbeit einfließen zu lassen.

Das Orange Buch ist für Sie eine Gestaltungsvorgabe. Nur so kann Gebrüder Weiss als Unternehmen mit Märkten und Kunden einheitlich kommunizieren. Es kann aber nicht alle Fragen beantworten, die bei Ihrer Arbeit mit dem „Orangen Buch“ z.B. mit der Gestaltung von Drucksorten und Werbemitteln anfallen.

Die Marketing Services- & Kommunikationsabteilung von Gebrüder Weiss beschäftigt sich ständig auch mit dem Erscheinungsbild unseres Unternehmens. Die MitarbeiterInnen dieser Abteilung können Ihnen schnell und verlässlich bei allen Fragen, die bei der Umsetzung des „Orangen Buches“ entstehen können, behilflich sein.

Nur mit dem Einsatz aller Gebrüder Weiss-MitarbeiterInnen, also jeder/s Einzelnen von Ihnen, kann sich unser Unternehmensprofil zu jener unverwechselbaren Identität weiterentwickeln, die vom Markt klar als Gebrüder Weiss wahrgenommen wird.



Peter Kloiber

Geschäftsleitung

1 Definitionen

- 1.1 Die Wort-Bild-Marke
- 1.2 Die Unternehmensfarben
- 1.3 Die Typografie von Gebrüder Weiss
- 1.4 Die Papiersorte von Gebrüder Weiss

2 Gestaltung

- 2.1 Die Wort-Bild-Marke als primär Gestaltungselement
- 2.2 Das Emblem als Gestaltungselement
- 2.3 Die Sprache von Gebrüder Weiss
- 2.4 Größenverhältnisse
- 2.5 Ergänzendes Element „GW bewegt“
- 2.6 Einsatz von Bildern
- 2.7 Gestalten in Powerpoint und Word

3 Anwendungen

- 3.1 Geschäftsdrucksorten
- 3.2 Landkarten
- 3.3 Publikationen
- 3.4 Fahrzeugbeschriftung
- 3.5 Objektbeschriftung
- 3.6 Arbeitskleidung
- 3.7 Werbemittel

Definitionen

1

1.1 Die Wort-Bild-Marke



Die Wort-Bild-Marke besteht zwingend aus drei Elementen: dem weißen Emblem, dem weißen Schriftzug und der umschließenden orangen Fläche.

Das vierte Element, die Nennung der Geschäftsfelder Transport und Logistik, kann in Ausnahmefällen weggelassen werden.

Hinweise zur Verwendung der Wort-Bild-Marke

- Die Wort-Bild-Marke soll immer mit weißer Schrift auf orangem Grund verwendet werden. Eine invertierte Version ist nur in Ausnahmefällen erlaubt. Bitte halten Sie mit MAKOM Rücksprache.
- Weder die orange Fläche noch die Wort-Bild-Marke darf verkleinert oder deformiert werden.
- Die Anordnung und Proportionen der Elemente zueinander innerhalb der Fläche ist einmal linksbündig und einmal rechtsbündig fixiert.
- Die Fläche darf ausschließlich Volltonfarbe (Orange), Schwarz oder in Graustufen sein. Es dürfen keine Schattierungen oder Verläufe verwendet werden! Andere Farbgebungen sind für die Wort-Bild-Marke **ausdrücklich nicht erlaubt**.

Hinweis: Für einige Landesorganisationen liegen Sprachmutationen vor. Diese Logos können bei MAKOM angefordert werden.

1.1 Die Wort-Bild-Marke – Sprachmutationen



Deutsch



Tschechisch, Slowakisch



Englisch



Ungarisch



Kroatisch, Serbisch



Slowenisch



Rumänisch

1.2 Die Unternehmensfarben



Sonderfarbe:
Pantone Orange 021C

Euroscala:
Zeitung: M 55, Y 100
ungestrichen: M 55, Y 100
gestrichen: M 60, Y 100

Screen: R 255, G 102
HTML: #FF6600

Textil: ISACORD 1300

Lackierung: RAL 2004
Folie: ScotchCal 100-14



Sonderfarbe:
gestrichen Pantone 295C

Euroscala:
Zeitung: C 100, M 45, K 30
ungestrichen: C 100, M 45, K 35
gestrichen: C 100, M 50, K 50

Screen: G 51, B 102
HTML: #003366

Textil: ISACORD 3323

Lackierung: RAL 5003
Folie: ScotchCal 100-003

Gebrüder Weiss ist „die orange“ Spedition. Farbe ist ein sehr zentrales Erkennungsmerkmal, die Zuordnung von Gebrüder Weiss zur Farbe Orange sollte beim Empfänger gefestigt werden. Setzen Sie deshalb so oft als möglich unsere „Hausfarbe“ ein, um diesem grafischen Element Geltung zu verleihen.

Das Orange, die Konzernfarbe von GW

Die Wort-Bild-Marke darf in farbigen Druckstücken ausschließlich Vollton Orange eingesetzt werden. In schwarz-weißen Druckstücken kann die Wort-Bild-Marke in Vollton Schwarz oder in Graustufen sein.

- **Offsetdruck** Das Orange wird als Sonderfarbe Pantone Orange 021C gedruckt. Wenn das nicht möglich ist, wird die Farbe aus der Vierfarbskala – speziell im Zeitungsdruck – wie links definiert gedruckt.
- **Digitaldruck, Tintenstrahl- oder Farblaser-Ausdruck** Wenn das Orange nicht als Schmuckfarbe gedruckt werden kann, darf es behelfsmäßig in den Vierfarbprozess umgewandelt werden. Dabei wird es aber **nicht gemäß Pantone-Skala (!)** umgewandelt, sondern definiert sich je nach Papier mit 55 % (Zeitung oder ungestrichen) oder 60 % (gestrichen) Magenta (M), zu 100 % Gelb (Y).
- **Folienbeschriftung und Außenwerbung** Folie: ScotchCal 100-14, MACal 9801-04 Lackierung oder Siebdruck: RAL 2004

- **Textil Stickerei:** ISACORD 1300 Druck: RAL 2004
- **Kartonagen** Vollflächig mit deckendem Weiß unterlegen. Schmuckfarbe Pantone Orange 021
- **Screen** Rot=255, Grün=102, Blau=0 HTML-Farbdefinition: #FF6600

Die Sekundärfarbe Dunkelblau

Die bevorzugte Kombinationsfarbe ist das komplementäre Dunkelblau. In zweifarbigen Drucken kann sie anstelle der Farbe Schwarz eingesetzt werden. Sie kann auch großflächig verwendet werden, denn sie gibt dem Orange optimale Wirkungskraft. **Das Blau kann in den Vierfarbprozess umgewandelt werden.** Beachten Sie dabei die Euroscala-Werte und **wandeln Sie auch diese Farbe nicht gemäß Pantone-Skala (!) um.**

Drittfarben

Gut kombinierbare Drittfarben bereichen dürfen mit unserem Orange kombiniert werden. Wenn Sie bei einem Thema grelle Farben brauchen, dann versuchen Sie, diese Wirkung mit verstärktem Einsatz von Orange zu bewerkstelligen.

1.3 Gebrüder Weiss – die Typografie

Hier sind exemplarisch bevorzugte Schnitte der Helvetica Neue Pro gezeigt:

Helvetica Neue Pro Roman
Helvetica Neue Pro Italic

Helvetica Neue Pro Bold
Helvetica Neue Pro Bold Oblique

Als spezielle Auszeichnungsschrift, z. B. für Headlines und Vorspann, verwenden wir:

Helvetica Neue Pro Extended
Helvetica Neue Pro Extended Oblique

Helvetica Neue Pro Bold Extended
Helvetica Neue Pro Bold Extended Oblique

Schriftwahl

Unsere Hausschrift

Die Hausschrift von Gebrüder Weiss ist die Helvetica Neue Pro. Sie wird vor allem in den Schriftschnitten Roman und Bold eingesetzt. Für Headlines wird die Helvetica Neue Pro Bold Extended empfohlen. Die gewählte Schrift wird mit engem Buchstabenabstand eingesetzt. Dadurch ergibt sich ein eigenständiges Schriftbild.

Die Schrift ist ein wesentlicher Teil des Unternehmensauftrittes. Klarheit und gute Lesbarkeit haben hohe Priorität in der Schriftgestaltung für Gebrüder Weiss.

Tipp: *Verwenden Sie so wenig wie möglich unterschiedliche Schriftschnitte in einem Dokument.*

Alternative Schriftarten: Wenn die Helvetica Neue Pro auf Computern nicht vorinstalliert ist, können ersatzweise z. B. die Schriften **Arial oder Verdana** verwendet werden. Für Online-Publikationen ist sie aus Kompatibilitätsgründen erforderlich, da ja auf den Empfänger-Computern die Helvetica Neue Pro ebenfalls nicht verfügbar ist.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder
Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte.
Abgeschlossen wohnen sie in Buchstabhäusern an der
Küste der Semantik, eines großen Sprachozeans.

Linksbündiger Text

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder
Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte. Ab-
geschlossen wohnen sie in Buchstabhäusern an der
Küste der Semantik, eines großen Sprachozeans.

Text in Blocksatz

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder
Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte.
Abgeschlossen wohnen sie in Buchstabhäusern an der
Küste der Semantik, eines großen Sprachozeans.

Weit hinten, hinter den Wortbergen, fern der Länder
Vokalien und Konsonantien leben die Blindtexte.
Abgeschlossen wohnen sie in Buchstabhäusern an der
Küste der Semantik, eines großen Sprachozeans.

Mittelachsiger (zentrierter) und rechtsbündiger Text
sind dem Lesefluss nicht zuträglich.

Schriftwahl

Einige einfache Regeln für das erfolgreiche Gestalten von
Schriftstücken:

Linksbündig, rechtsbündig, zentriert oder Blocksatz?

- **Mit linksbündigem Text** erzielen Sie die beste Lesbarkeit für Mengensatz in Ihren Schriftstücken. Das Auge kann sich in diesen Texten am leichtesten und schnellsten orientieren.
- **Blocksatz** erzeugt ein ruhiges, typografisches Bild. Zum Einsatz kommt dieser vor allem bei textlastigen Informationen (Zeitungen, Magazine, Kunden-Infos, ...).
- **Mittelachsiger** und auch **rechtsbündiger Text** geben dem Auge keinen stabilen Halt zum Sprung in die nächste Zeile und sind daher für Mengentext nicht geeignet.

Typografische Tipps

Wenn Sie Teile Ihres Textes typografisch hervorheben möchten, verwenden Sie im Text als Auszeichnung fettere oder kursive Schriftschnitte, die Farbe Orange oder eine andere Schriftgröße. Zur Gliederung von Absätzen im Fließtext eignet sich besonders der Einzug oder eine Leerzeile.

Hinweis: Das Zentrieren mehrerer Zeilen erzeugt Unruhe in Ihrem Schriftstück und ist daher nicht empfehlenswert.

Bedenken Sie,

- dass ausschließliche Klein- bzw. Großschreibung die Lesbarkeit stark verringert. Das menschliche Gehirn erfasst Worte als ganzes, geometrisches Gebilde und nimmt diese formal-vergleichend auf und nicht buchstabierend. Ein GROSSGESCHRIEBENES Wort ist somit schwerer lesbar.
- dass das Unterstreichen eines Wortes in der grafischen Online-Sprache eine Verknüpfung mit weiteren Inhalten bedeutet und Sie den Empfänger durch unterstrichene Worte, die keine Verknüpfung sind, irritieren.
- dass Texteffekte wie **Schlagschatten** oder **Konturierung** zu grafisch komplexen Gebilden für das Auge führen und Sie damit die Aufnahmegeschwindigkeit stark reduzieren.

1.4 Gebrüder Weiss – ClaroBulk, die bevorzugte Papiersorte



Die für Drucksorten wie Magazine, Mailings, Einladungen, etc. verwendete Papiersorte heißt ClaroBulk.

ClaroBulk ist ein gestrichenes Feinpapier mit matter, voluminöser Oberfläche. Es verbindet die hervorragenden Druckeigenschaften eines Bilderdruckpapiers mit den haptischen Charaktereigenschaften eines Naturpapiers. Das 1,1-fache Volumenpapier kommt vor allem in den Grammaturen 115, 135, 170 sowie 250 g/m² zum Einsatz.

Produktrecycling

ClaroBulk ist vollständig wiederverwertbar und hinterlässt keine Schadstoffe. Das Papier ist PEFC-zertifiziert. Diese Kennzeichnung gibt Käufern von Holz- und Papierprodukten die Sicherheit, dass sie die nachhaltige Waldbewirtschaftung unterstützen.

www.pefc.org

Gestaltung

2

2.1 Die Wort-Bild-Marke in einer Fläche als primäres Gestaltungselement



Wort-Bild-Marke linksbündig



Wort-Bild-Marke rechtsbündig

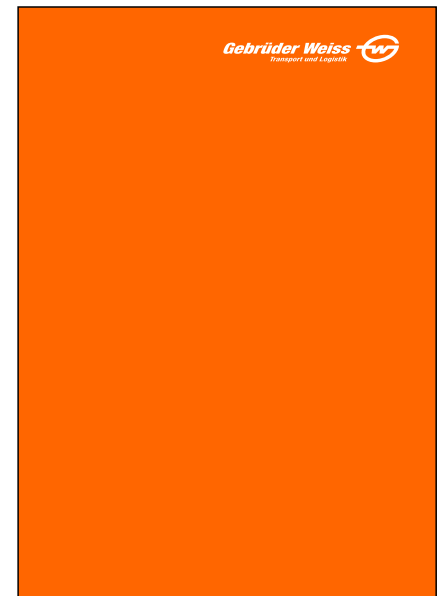
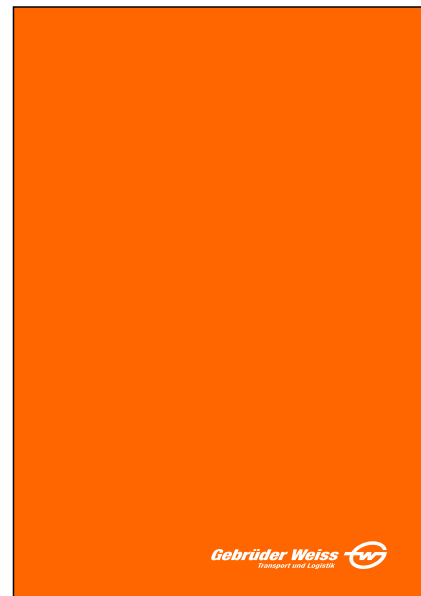
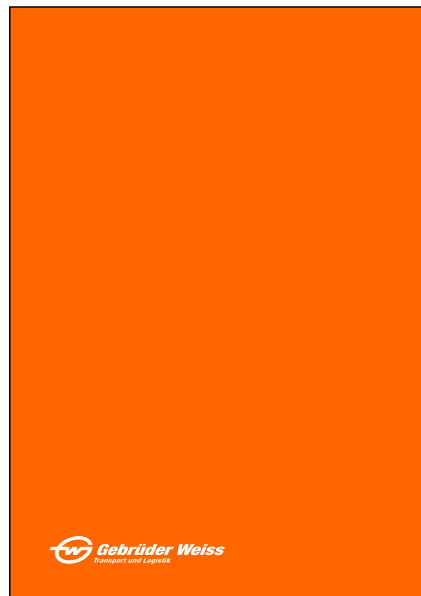
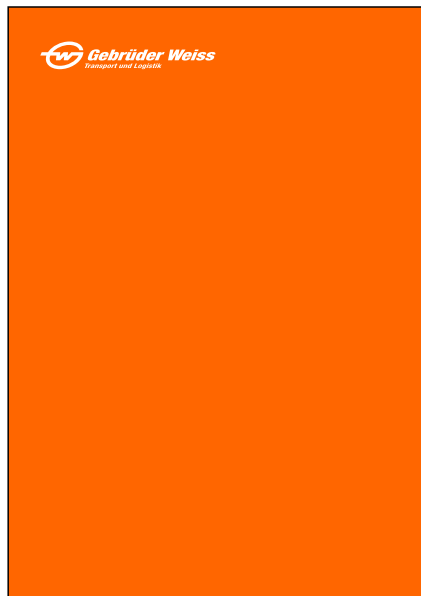
Die Wort-Bild-Marke sollte nach Möglichkeit abfallend in einer Ecke platziert werden und „ins Format zeigen“. Daher gibt es zwei Möglichkeiten der Anordnung von Emblem und Schriftzug: **Wort-Bild-Marke linksbündig und Wort-Bild-Marke rechtsbündig.**

- Schriftzug und Emblem sind immer in eine Fläche eingebettet. Diese Fläche darf in die zwei Dimensionen, die dem Emblem gegenüber liegen, ausgeweitet werden, muss dann aber an den angestrebten Formatkanten abfallend sein.
- Die Fläche soll idealerweise in eine der vier Ecken auslaufen.
- Das Emblem soll in der Ecke stehen, die ins Format zeigt. Hierzu jeweils die passende linksbündige oder rechtsbündige Variante der Wort-Bild-Marke wählen.

Das Emblem darf bei Gestaltungen, die im Kontext stehen, auch alleine in der Fläche eingesetzt werden.

Für diese Fläche gelten die gleichen Bedingungen wie für den zuvor im Punkt 2.1. beschriebenen Einsatz der gesamten Wort-Bild-Marke. Das Emblem kann in Ausnahmefällen (!) auch invertiert eingesetzt werden.

Der Schriftzug von „Gebrüder Weiss“ wird nur in Kombination mit dem Emblem eingesetzt.



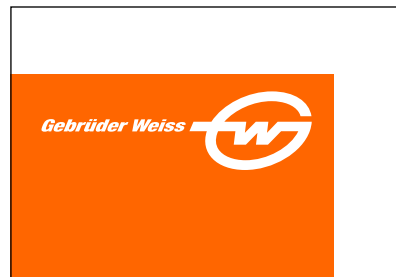
Orientierung links oben

Orientierung links unten

Orientierung rechts unten

Orientierung rechts oben

2.2 Das Emblem als Gestaltungselement



Cube

Cube

Der GW-Cube findet Anwendung in Bereichen, in denen die Marke hohe Aufmerksamkeit erhält. Beispielsweise auf der Titelseite GW-eigener Publikationen, bei Werbeartikeln, bei GW-Mobile App, bei Arbeitsbekleidung sowie bei Merchandising-Produkten u. ä.

2.3 Die Sprache von Gebrüder Weiss

Die Dienstleistung von Gebrüder Weiss

Die Dienstleistung von Gebrüder Weiss ist vielfältig und komplexer Natur und wird durch ständige Neuerungen und Vergrößerungen immer umfangreicher. Für den Kunden muss dies aber klar und einfach dargestellt sein. Der Umgang mit den Kunden durch unsere Mitarbeiter ist sachlich, engagiert, höflich, erklärend, freundlich und charmant. Dies soll auch in den Medien, die unsere Kommunikation begleiten, entsprechend wiedergegeben werden.

Attribute für Ihre Gestaltung: mobil, bewegend, zuverlässig, industriell, digital, optimiert, dynamisch, solide und unbürokratisch.

Do's

- Die Attribute kommen gestalterisch durch Geometrie, Stärke, Sachlichkeit, Klarheit, Dynamik und Effizienz, aber trotzdem mit Charme zum Ausdruck.
- Verwenden Sie einfache, eindeutige Gestaltungselemente und Farben.
- Alle eingesetzten Elemente haben den Zweck, die Information zu unterstützen und zu verdeutlichen (und nicht, sie zu schmücken).
- Reduzieren Sie Ihre Inhalte auf das Wesentliche. Bleiben Sie sprachlich, bildlich und grafisch direkt und sachlich, aber geben Sie Ihrer Arbeit immer eine charmante, dem Kunden zugängliche Anmutung. Selbstbewusstes Auftreten stärkt uns zudem und lässt uns gegenüber dem Mitbewerber kompetent und glaubwürdig sein.

Dont's

Der Vollständigkeit halber sei hier erwähnt, dass mittelachsiger oder rechtsbündiger Satz, Farbverläufe (außer bei Schatten) und unhandliche Formate zu vermeiden sind.

Farbigkeit

Versuchen Sie immer, hohen Kontrast zum Hintergrund zu erreichen. Verwenden Sie für längere Texte schwarze Typografie auf weißer bzw. Heller Grundfläche und weiße Typografie auf der orangen oder dunklen Grundfläche.

Für Auszeichnungen können Sie auch orange Schriftfarbe oder kursive Schriftschnitte verwenden. Bei Schwarz-Weiß-Drucken verwenden Sie ausschließlich weißen oder schwarzen Hintergrund und dementsprechend schwarze oder weiße Typografie.

Gliederungszeichen

Als Gliederungszeichen bei Aufzählungen wird durchgängig der Punkt (•) verwendet und die nachfolgenden Zeilen eingezogen.

Linien

Linien können als Unterstreichungen, Verbindungen oder als dynamisches Gestaltungselement verwendet werden. Der Einsatz ist frei, die Linien sollten aber orange, blau, schwarz oder weiß sein. Formal empfiehlt es sich beim Gestalten, dieses Element gerade und waagrecht oder (sparsamer) senkrecht einzusetzen. Zu vermeiden sind gekrümmte oder fallende Linien und abgerundete Rahmen.

Flächen

Flächen sind bei Gebrüder Weiss ein wichtiges Gestaltungselement. Die Fläche steht grafisch für „Territorium“. Das Unternehmen Gebrüder Weiss versteht sich als stark innerhalb seines Wirkungsbereiches, daher sind die Flächen immer klar begrenzt, haben keinen eingrenzenden Rahmen, jedoch immer eindeutige Farben, bevorzugterweise das Gebrüder Weiss-Orange und das Gebrüder Weiss-Blau. Vermeiden Sie abgerundete Ecken. Ausnahmen bilden einzelne grafische Elemente wie z. B. bei Icons der GW-Mobile Apps.

2.4 Größenverhältnisse



Das Wohlproportionieren der Emblem-Schriftzug-Gruppe im Verhältnis zur Fläche ist bei diesem Einsatz des Erscheinungsbildes entscheidend. Beim Auswiegen ist es wichtig, dass die Fläche das Erscheinungsbild unterstützt. Dabei sind auch die Proportionen der verbleibenden orangen Fläche maßgeblich.

Hinweis: Auf die Größenverhältnisse wird auch im Abschnitt *Anwendungen* detailliert eingegangen.

2.5 Ergänzendes Element „GW bewegt“



Schriftzug GW bewegt



„GW bewegt“

Der Schriftzug „GW bewegt“ wird im Idealfall als Gestaltungselement mit Transparenz über Bilder bzw. Flächen gelegt. Der Schriftzug darf, muss aber nicht, angeschnitten werden, jedoch müssen alle Buchstaben gut erkennbar/lesbar sein. Die Stärke der Transparenz ist vom jeweiligen Hintergrund abhängig. Beachten Sie hierzu folgende Einsatzmöglichkeiten.

Hinweis: Für die Landesorganisationen stehen Sprachmutationen zur Verfügung und können bei MAKOM angefordert werden.



2.6 Einsatz von Bildern



Bilder und Illustrationen sind eine wichtige Informations- und Reizquelle. Wenn Sie bei Ihren Gestaltungen für Gebrüder Weiss mit Fotos oder Illustrationen arbeiten, sollten Sie Folgendes beachten:

- Die Bildsprache kann an einigen Grundbegriffen, die für GW stehen, ausgerichtet sein:
 - **Bewegung:** Viele der Tätigkeiten von GW sind mit Bewegung verbunden, und das sollte in den Bildern zum Ausdruck kommen.
 - **Orange:** Die Firmenfarbe soll in Bildern durchaus dominant vorkommen.
 - **Tiefen- und Bewegungsunschärfe**
 - **Menschen bei der Arbeit**
- Setzen Sie die Bilder mit eindeutiger Begrenzung ein, verwenden Sie aber keine Umrandungen und vermeiden Sie abgerundete Bildecken.



GW in Orange



GW in Bewegung



GW bewegt. Nachhaltig.



GW bewegt. Nachhaltig. Der OCC-Zug (Orange Combi Cargo) von Gebrüder Weiss.



Menschen bei GW

2.7 Gestalten in Powerpoint und Word

In **Powerpoint** gestalten Sie Präsentationen, in Word Schriftstücke zur Korrespondenz (wie Briefe, Offerte, Konzepte etc.). **Bitte sehen Sie davon ab, Druckstücke (Inserate, Folder, Broschüren), Beschriftungen oder Webpages in Word oder Powerpoint zu gestalten.** Verwenden Sie die bereits für Sie gestalteten Vorlagen aus unserem Downloadbereich und ändern Sie bitte nichts an den Vorlagen. Die verwendeten Kopfleisten und Bilder in den Powerpointvorlagen sind z. B. darauf abgestimmt, die Überschrift zu betonen.

Überladen Sie Ihre Präsentationen nicht! Je weniger „Gestaltung“ Sie rund um Ihre Inhalte bauen, desto besser wird die eigentliche Information zur Geltung kommen. Beachten Sie bitte die Informationen zu „**Grafische und textliche Sprache**“ und „**Typografische Tipps**“ aus diesem Handbuch.

Farbgestaltung

Verwenden Sie hauptsächlich Orange und Schwarz. Wenn das einmal nicht genügt, verwenden Sie gedämpfte Farbtöne, idealerweise gerastert aus Orange und Schwarz.

Schrift

Verwenden Sie ausschließlich die Schrift Arial in den Farben Orange oder Schwarz.

7x7-Regel

maximal 7 Aufzählungspunkte pro Seite und maximal 7 Wörter pro Zeile

Gestaltung mit Bildern und Grafiken

Verwenden Sie keine schrillen Farbtöne und keine überladenen oder unruhigen Bilder und Grafiken.

Schriftgrößen in Powerpoint

Headline: Arial Black 24 pt.

Subheadline: Arial 14 pt.

1-3 Ebene: Arial 14 pt.

Hervorhebung jeweils in Arial Fett

Schriftgrößen in Word

Headline: Arial 18 pt. Orange

Headline 2: Arial 24 pt. Orange

Titelfolien/Folienübergänge: Arial 40 pt. weiß oder orange

Subheadline: Arial 12 pt. Grau (#B6B6B6)

1-3 Ebene: Arial Arial 10 pt.

Hervorhebungen in Arial Fett und Orange

Wenn Sie Fragen zu den Vorlagen oder diesen Informationen haben, wenden Sie sich bitte gerne an MAKOM.

Hinweis: Weitere Vorlagen wie z. B. Faxformular, Briefe, sind im Word unter dem Button „Neu“ hinterlegt.

Dürfen wir uns vorstellen?

Gebrüder Weiss auf einen Blick

Es begann vor mehr als 500 Jahren.

Im Auftrag deutscher und italienischer Händler starten wir einen Botendienst über die Alpen.

Operative und digitale Kompetenz

Unser Logistik-Netzwerk: global und anschlussfähig

7.800 Mitarbeiter	170 Länder
35 Länder	40.000 Kunden
54 Ergebnis-Regionen	115 Ergebnis-Regionen

Was wir gerne für Sie übernehmen.

- Transportlösungen
- Logistiklösungen
- Digital Services
- Supply Chain Management

Operative und digitale Kompetenz

Unternehmen, die weltweit mit uns weiter kommen.

Sehen Sie hier eine Auswahl unserer 40.000 Kunden.

Logos: 3M, GEBERIT, DELTA, Henkel, hp, IKEA, KÄRCHER, BOSCH, KLEINER WERTZ, NESPRESSO, MAGGI, OMV, PHILIPS, SIEMENS, UNICO, WURST-LANDWEISER

Was können wir für Sie tun?

Entdecken Sie die Orange Welt
www.gw-world.com

Supply Chain Management
skallerbar – modular – effizient

Wir managen Ihre Supply Chain

Operative Kompetenz
Digitale Services
myGW

Digital Services

Operative und digitale Kompetenz verbunden. #movesmarter

- myGW: Das neue Kundenportal. Für alle Inhalte einen Account – übersichtlich & individuell nutzbar.
- Track & Trace inkl. ETA: ETA / Estimated Time of Arrival. Wissen, wann die Ware ankommt – in Echtzeit.
- Connectivity: Mit unseren digitalen Connectivity Lösungen (API & EDI) integrieren wir Kunden und Dienstleister nahtlos.
- eFulfillment: Wir sind Ihr starker Partner in der Welt des eCommerce.

Gebrüder Weiss
Transport and Logistics

Anwendungen

3

3.1 Geschäftsdrucksorten



Visitenkarten

Gebrüder Weiss

Datum: _____ In Bezug auf Ihr Schreiben: _____

Name: _____ Mit der Bitte um:

Telefon: _____ direkte Erledigung

zur Kenntnisnahme Stellungnahme

zu Ihrer Verfügung Rückruf unter Tel.: _____

wie besprochen Weiterleitung an: _____

mit bestem Dank zurück Mit freundlichen Grüßen

bitte Rückseite beachten


Gebrüder Weiss GmbH
Transport und Logistik

Kurznachricht

Gebrüder Weiss

Geschäftsgrundlagen siehe letzte Seite.

Rechnungsformular

 **Gebrüder Weiss**

Spt Arial fett Gebrüder Weiss Gesellschaft m.b.H.
Transport und Logistik
 Spt Arial mager Bundesstraße 110
 A-6923 Lauterach
 www.gew-world.com

Spt Arial fett SachbearbeiterIn
 vorname.nachname@gew-world.com
 T +43.5574.696.508, F. 43.5574.696.505

5,5 pt Arial Gebrüder Weiss GmbH Transport und Logistik - Bundesstraße 110 - A-6923 Lauterach

10pt Arial mager 1,5 Zeilenabstand Firma
 zH. Frau Ansprechpartnerin
 Straße 52
 6911 Ortschaft

14.März 2018

Betreffzeile Seite 1/1

Sehr geehrte Frau Ansprechpartnerin!

10pt Arial mager Laufschrift Blindtext bleibt Blindtext und Brautkleid bleibt Brautkleid. Papa packt 10 Grappa in das Papppaket. Zwei Boxkämpfer jagen Eva durch Syllt. Quark, Joghurt und Zwiebeln schmecken prima.

12pt Arial fett Auszeichnung ersten Ranges:
 Blindtext bleibt Blindtext und Brautkleid bleibt Brautkleid. Papa packt 10 Grappa in das Papppaket. Nur Quark und Marmelade machen keinen Piephahn gerade.Zwei Boxkämpfer jagen Eva durch Syllt.

10pt Arial fett Auszeichnung zweiten Ranges:
 Blindtext bleibt Blindtext und Brautkleid bleibt Brautkleid. Papa packt 10 Grappa in das Papppaket.

Einzug 18 mm 10pt Arial fett Hervorgehobener Text Bertholds quick brown Fox jumps over the lazy Dog

Blindtext bleibt Blindtext und Brautkleid bleibt Brautkleid. Papa packt 10 Grappa in das Papppaket. Nur Quark und Marmelade **10pt Arial fett fettgeschriebener Text** machen keinen Piephahn gerade. Doch mein Buhl gesellt sich immerdar. Bertholds quick brown Fox jumps over the lazy Dog.


Nettobetrag	12.345,67
+20% Mehrwertsteuer	2.469,14
Bruttobetrag	14.814,81

Mit freundlichen Grüßen,

Vorname Nachname

Rechtsform: Gesellschaft m.b.H.; Sitz der Gesellschaft: Lauterach; Firmenbuch: Landesgericht Feldkirch FN 61717 k;
 Wir arbeiten ausschließlich auf Grundlage der „Allgemeinen Österreichischen Spediteurbedingungen (AÖSp)“ und der „Beförderungs- und Einlagerungsbedingungen für den Möbeltransport“, in der jeweils allgemein gültigen Fassung, einsehbar unter www.wko.at/spediteur/, § 51 lit b)
 AÖSp gilt nicht als Vereinbarung anderer Haftungsbeiträge im Sinne von Art. 29 Mobiltravel Übereinkommen. Zahlungen werden zunächst auf Fracht und Spesen, zuletzt auf Zölle angerechnet. Erfüllungsort und Gerichtsstand: Sitz der jeweiligen Niederlassung.

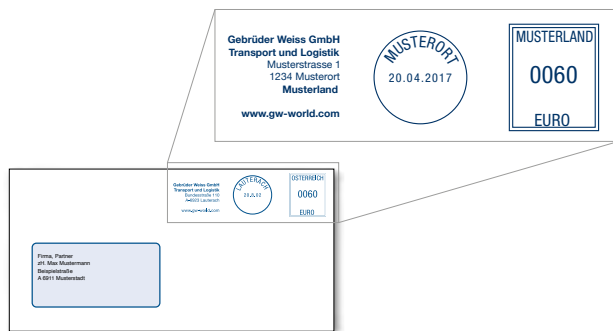
Briefblatt

 **Gebrüder Weiss**

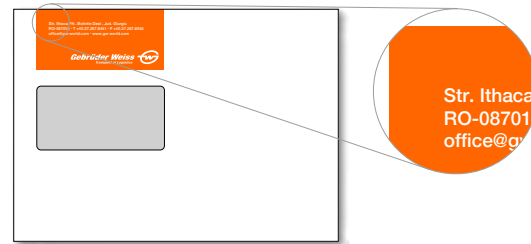
Briefblatt Folgeseite

Die Briefform

Die Filialkennung und Adresse werden nicht im Offsetdruck, sondern aus dem System eingedruckt. Alle Briefe laufen sowieso durch Tintenstrahl- bzw. Laserdrucker, und dabei wird die Filialkennung und Adresse – wie in diesem Beispiel – mitgedruckt. Die Adresse wird von der/dem Briefautor/ in selbst mitgedruckt. Hervorhebung von Textteilen und Überschriften werden durch fettere und/oder größere Schrift erzielt. Ein zweiter linker Rand wird bei 145 mm vom linken Rand angelegt. Daran orientieren sich Adresse, Nummern, Daten und Summen. „Zentrierte Texte“ werden nur mittels eines linksbündigen Einzuges von 18 mm eingerückt.



Unbedrucktes Kuvert mit Absender im Frankierstempel



Bei bedruckten Kuverts kann die Adresse in der orangen Fläche platziert werden

Postverpackungen

Frankierstempel Bei GW werden größtenteils unbedruckte Kuverts verwendet. Der Absender wird mittels Frankierstempel eingedruckt.

Bedruckte Kuverts Das Erscheinungsbild wird am oberen Rand platziert, um die – den Postnormen entsprechende – Lesezone für die automatische Postverarbeitung zu gewährleisten.

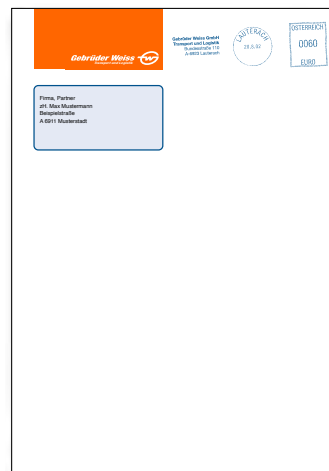
Unbedrucktes Kuvert mit Absender im Frankierstempel Bei bedruckten Kuverts kann die Adresse in der orangen Fläche platziert werden.



C5/6 Kuvert mit und ohne Fenster



C6 Tasche mit und ohne Fenster

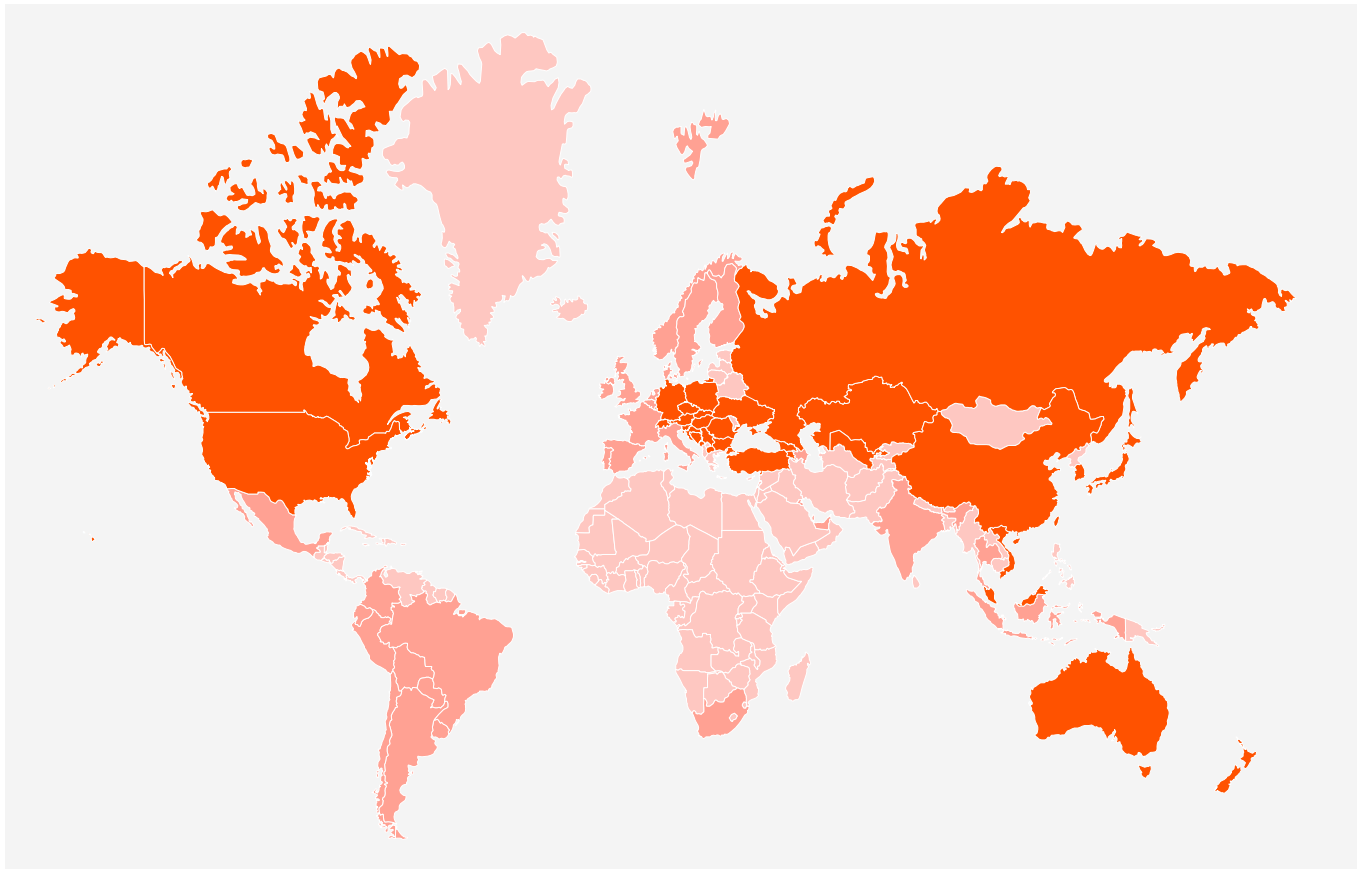


C4 Tasche hoch mit Fenster



Firma, Partner
zfl Max Mustermann
Beispielstr. 11
A 1234 Musterort

3.2 Landkarten



Landkarten sind ein wichtiges Medium, um die Verbindungen von Gebrüder Weiss zu illustrieren.

Hinweis: Verwenden Sie bitte, die auf der MAKOM-Intranet-Seite unter „Downloads -> Landkarten“ hinterlegten Landkarten. Für speziell gestaltete Landkarten nehmen Sie bitte Kontakt mit MAKOM auf.

3.3 Publikationen - Jahrbuch



22

JANUAR / JANUARY

Gebrüder Weiss bekennt sich zu ressourcenschonender Logistik und Nachhaltigkeit und leistet einen Beitrag für eine lebenswerte Zukunft. Deshalb setzen wir gezielte Maßnahmen um, die unseren CO₂-Fußabdruck verringern. Diese Veränderungsprozesse treiben wir Schritt für Schritt gemeinsam mit Herstellern und Kunden voran.

Jürgen Bauer, Mitglied der Geschäftsführung von Gebrüder Weiss

Immer erreichbar

Bereits seit 2018 ist diecall, eine Tochterfirma von Gebrüder Weiss, Servicepartner des Infrastrukturbetriebers Asnag aus Österreich. Dieser Vertrag konnte im Januar um vier Jahre verlängert werden. Sobald die firmeneigene Service Hotline von Asnag überlastet oder nicht besetzt ist, übernimmt der Call Center Spezialist die Anrufe. Außerdem beantwortet das Team aus Kaldorf in der Steiermark alle telefonischen Anfragen zur digitalen Vignette sowie zu sämtlichen Pkw-Themen von Streckenamt bis Grenzkontrollen auf österreichischen Schnellstraßen und Autobahnen. Im Schnitt laden 940 Telefonate bei den Mitarbeitenden täglich.

Diecall ist eine 100-prozentige Tochterfirma von Gebrüder Weiss. Sie wurde 2002 gegründet und bietet verschiedene Leistungen im Bereich Kommunikation und Call Center Aktivitäten. Die call center Standorte in Österreich sind 65 Mitarbeitenden tätig und hat enge Verbindungen zu einem internationalen Partnernetzwerk, um globale Leistungen in verschiedenen Sprachen anzubieten.

Gebrüder Weiss is committed to resource-conserving logistics and sustainability, and helping to forge a livable future. That's why we are taking strategic steps to reduce our carbon footprint. We are driving these changes, one stride at a time, in conjunction with both producers and customers.

Jürgen Bauer, Mitglied der Geschäftsführung von Gebrüder Weiss

Always on call

The Gebrüder Weiss subsidiary diecall has been partnering the Austrian infrastructure operator Asnag since 2018. Their service contract was extended by four years in January. Whenever Asnag's own hotline is overwhelmed, the call center specialist steps in. The team from Kaldorf in Styria also answers phone inquiries on Austria's digital highway passes – as well as the full range of automotive topics from road tolls to waiting times at borders on Austrian expressways and motorways. On average, the employees handle 940 phone calls a day.

Established in 2002, diecall is a fully-owned subsidiary of Gebrüder Weiss and provides a range of services related to communications and call centers. With its employees at two Austrian locations, it maintains close links with an international network of partners, enabling it to offer global assistance in a variety of languages.

Schönheit auf Lager

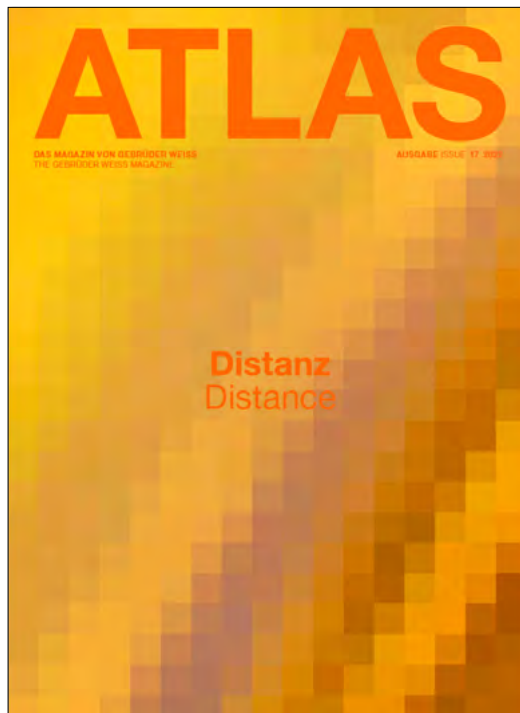
Nicht jedes Unternehmen hat Expertise in Sachen Logistik. Zugleich erhöhen sich häufig die Anforderungen an die Unternehmen in diesem Bereich, zum Beispiel mit dem Einstieg in den Online-Vertrieb. Deshalb lagern Händler und Produzenten ihre Logistikprozesse zunehmend aus, von der Lagerhaltung bis zum F-Fulfillment. Die Schweizer Mibelle Group hat sich dafür an Gebrüder Weiss gewandt. Neben dem bestehenden Lagergeschäft kümmert sich der Logistiker nun auch um die IT- und Logistikabwicklung der Onlinebestellungen von Shops und Endkunden aus dem deutschsprachigen Raum. Dank der Anbindung an das digitale Kundenportal my2W können alle Beteiligten in der Lieferkette sämtliche wichtigen Informationen zu einer Sendung abrufen. An die 100 Lieferungen verlassen pro Woche die Lagerstandorte in Tind

Safely stored and promptly shipped, Mibelle's goods are delivered in Germany, Austria and Switzerland.

Beauty in stock

Not every company is a logistics expert. And that can be a problem, not least if their customers' requirements suddenly surge, e.g. when they venture into the online sales sector. For that reason, retailers and manufacturers are increasingly outsourcing their logistics processes – from warehousing to e-fulfillment. With this in mind, the Mibelle Group approached Gebrüder Weiss. In addition to the Swiss group's existing warehousing needs, the logistics company is now also handling the IT and logistics of online orders from retail outlets and end customers in German-speaking Europe. By connecting to the digital portal my2W, all the parties in the supply chain can retrieve comprehensive, up-to-date information on shipments. Every week some 100 deliveries are dispatched from the warehouses in Tind

3.3 Publikationen – Atlas, das Kundenmagazin



Von Williams ist der Fahrer, aber ab und zu wird Alexander auch Teil des Betreuungsteams um Maria Abgado, Aylee Fan und Dr. Thomas Dorer. Just off of routes, Ben Williams serves as both driver and coach, making him a key part of the South Shore team alongside Maria Abgado, Aylee Fan and Dr. Thomas Dorer.



Das Risiko, an einer Herz-Kreislauferkrankung zu sterben, ist in australischen abgelegenen Regionen fast doppelt so hoch wie in den Großstädten. Vor allem weist der Weg zu Diagnose und Behandlung weit in Medizinische Versorgung per Sattelreiter ist da eine Möglichkeit.

„Diese Ungleichheit dürfen wir nicht einfach tolerieren“, sagt Dr. Rolf Gomes, „wir müssen die Versorgungslücke in Ordnung bringen – weil wir es können.“ Der Kardiologe aus Brisbane ist kein Mensch, der fordert und jamstert, er ist jemand, der Probleme löst. Als Auswanderer war er erst in den fläclichen Gegenden von Queensland unterwegs, einem Bundesland, in dem fünf Millionen Menschen auf einer Fläche leben, die mehr als viermal so groß ist wie Österreich und Deutschland zusammen. Täglich erleben er, wie Familien und Ärzte mit beschränkten Mitteln arbeiten müssen. Er heil sich in der Landeshauptstadt Brisbane nieder, doch die Menschen im Outback weigern er nicht. Er such sich in seiner Praxis um – Laufbilder, Ultraschallgeräte, Herzrhythmus-Monitore – und frage sich: „Was spricht dagegen, all die Geräte in ein Fahrzeug zu packen und zu jenen Leuten zu bringen, die sie dringend brauchen.“ Ein simpler Gedanke, zugleich ein neuem und ehrgeiziges Unterfangen. Fünf Jahre plante und kämpfte Gomes, suchte

und fand Partner und Sponsoren, entwarf eine mobile Klinik auf dem Papier, überzeugte Kolleginnen und Kollegen und setzte seine Idee in die Tat um. Seit 2014 fährt das „Heart of Australia“ ärztliche Fachpersonal und das Handwerkerzug über Tausende von Kilometern durch das Bundesland, das berührt ist für sein Gerat Ruffel Ruffel vor der Klippe und die Regenwälder im Norden. Längst will der erste Sattelreiter mit dem Namen „Heart of Australia“ nicht mehr allein durch den Nordosten des Kontinents: Im Februar wurde besetzt die fläcfe rühende Spezialklinik auf die Reise geschickt. 11 sind nicht mehr fünf Orte wie zu Beginn, sondern 15 Stationen, die unsere Sattelreiter anreisen“, sagt Dr. Gomes. „Inzwischen sind wir 12 Fachleute, die mehr als 11.000 Menschen behandelt und mindestens 100 Leben gerettet haben.“ Die Trucks bekommen drei feste Reiter, ein Meisterei Leister ergänzt das Angebot in Northflin. Die Ärzten, Ärzte und Sonografen fliegen oder fahren für ein paar Tage an ihre jeweiligen Einsatzorte. Dann kommt ein neues Team. „Wenn man sich so ein Projekt ausdenkt, ist nicht wirklich klar, ob es funktioniert“, sagt Gomes rückwärts. „Aber heute sind das Team und ich wirklich stolz auf das, was wir erreicht haben.“ Und die Bevölkerung ist unendlich dankbar.

Starkregen statt Klinikalltag
260 Kilometer sind es von Dalby nach Stanthorpe. Ein moderner Sattelreiter bewältigt diese Strecke in gut drei Stunden. Erst nicht relevant ist, eine Kenworth-K200-Zugmaschine, die über 44 Tonnen schwere und gut 12 Meter lange Diagnoseklinik durch Wälder und Weideland zieht. An diesem Morgen allerdings setzen sich die 14 Räder des medizinischen Wankers mit 600 km/h in Bewegung. In weniger als 14 Stunden sind in Dalby 100 Millimeter Regen gefallen, Flüsse sind über die Ufer getreten, Landstraßen und Highways stehen unter Wasser. Statt Eibokendigungen, Herdengrazern und Ultraschallbilder beobachtet das „Heart of Australia“-Team Pegelstände und Wetterprognosen. Logistik-Chefin Maria Abgado bucht Patientenzimmer und Patienten um, organisiert Unterkünfte, telefoniert mit Einsatzstellen und Straßenverkehrsbehörden.



„Wir Ärzte finden meist einen Weg, nur Not fliegen wir in die Einsatzorte, um die Patienten zu sehen“, sagt Dr. Alexander Dorschner in Brisbane. „Ich komme aus England, ich kann mich mit Regen aus, aber was da draußen gerade vom Himmel rauscht, habe ich noch nie gesehen.“ Schafft es der Leister nicht durch die Überweidenungsgebiete, macht auch kein entlegener Kardiologe Sinn. Zum Glück passiert derlei selten – bei Wetterextremen wie in diesem sehr nassen

La-Niña-Sommer, den Australiens Südwesten 2021 erlebt, bei Wirbelstürmen oder Waldbränden. Oft finden die Fahrer selbst dann einen Um-Weg. An diesem Nachmittag gelang es Ben Williams, selbst zu über eine Ausweichroute zu steuern. Mit einem Tag Verspätung erreicht das Team den 5.000-Einwohner-Ort Stanthorpe innerhalb der den zweiten geplanten Diagnosezeit.

Routineuntersuchungen und Spezialfälle
Schuld Williams auf den Messwerten an der High Street geparkt hat, Medizin Anwohner unter ihrem Regenmantel stehen und sehen zu, wie sich der Lastwagen in eine Klinik verwandelt: Der Anhänger ist nicht nur so lang wie ein Schwimmbecken, per Knopfdruck wird er auch betriebsbereit. Auf 6,10 Meter schoben sich die Rehabilitationstische seitlich heraus. Das Team magt ein Vordach aus, hängt Treppen ein und testet die Hebeblöcke für Rollstühle. Maria Abgado richtet das Mobil in den Sporthallenraum zurück, prüft Telefonempfang, Internet und Diagnostikgeräte: EKG-Kardiograf, Laufbandmonitor und Spindelster sind angeschlossen. In der Rückfläche macht Ben Williams Tee für alle, im einen der Behandlungszimmer schaltet der Endokrinologe Dr. Thomas Dorer den Computer an. Stanthorpe hat zwei Jahre ausschließlich Dürre erlebt, doch seit zwei

3.3 Publikationen – Mailings

Wenn die E-Mail nicht angezeigt wird, klicken Sie bitte hier


Gemeinsam in eine nachhaltige Zukunft

Sehr geehrter Herr Wagner,

Sie sind bei den CO2-Fußabdrücken Ihrer Warentransporte ausgefallen und zertifizierte Klimaschutzprojekte unterstützen?

Mit unserem neuen **zero emissions Service** können Ihre Güter ganz einfach klimaneutral ans Ziel. Für jede erwirkte transportierte Tonne im Straßen-, Bahn-, See- und Lufttransport berechnen und kompensieren wir die CO2-Emission und investieren einen Ausgleichsbeitrag in ausgewählte Klimaprojekte. Ein Zertifikat weist das auch Ihren Kunden gegenüber aus.

Erfahren Sie mehr





Kontaktieren Sie uns wenn Sie Fragen dazu haben.
Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.
Gebrüder Weiss Varelberg
T +43 5374 665 2310
info@gebruederweiss.com

Impressum

Gebrüder Weiss Logistik AG
Waldstrasse 100
1050 Wien
Austria
Umsatzsteuer: 20%

f @ in X YOUKU

Wenn die E-Mail nicht angezeigt wird, klicken Sie bitte hier





Unser Firmenwald wächst – und zwar mit jedem geraden Kilometer.

Sehr geehrte Frau Gebhardt-Dörner,

Wissen Sie wie viele Kilometer wir radeln müssen, um einmal die Welt zu umrunden? Unser erster Artikel erklärt es Ihnen. Außerdem im Newsletter: Unser Kundenmagazin ATLAS widmet sich dem Thema Distanz und Sie erfahren, wo wir erfolgreich lang sind und unser Netzwerk erweitert.



Viel Spaß beim Lesen wünscht
Ihr Gebrüder Weiss Team Christof Dreier



ATLAS #17: Distanz

„Entfernungen sind nicht mehr das, was sie einmal waren.“ Mit diesem Satz beginnt die jüngste Ausgabe unseres Kundenmagazins ATLAS zum Thema Distanz. Dies wird vor allem in der Logistikwelt durch die Vernetzungen von Supply Chains und den Einsatz von digitalen Systemen immer deutlicher. Lesen Sie auch über die Entwicklung, soziale Interaktion und zu den Folgen von Social Distancing. Sichern Sie Ihr persönliches Exemplar oder lesen Sie online.

ATLAS Distanz

Wir erweitern unser Netzwerk in der Türkei

Mit unserem **neuen Standort in Mersin** erweitern wir unser Netzwerk im Süden der Türkei. Die Hafenstadt Mersin ist für Gebrüder Weiss eine zentrale Logistikdrehscheibe am Mittelmeer für Transporte Richtung Kaukasus, den Nahen und Mittleren Osten sowie Zentralasien.

Weiterlesen

Happy Birthday GW Vietnam!

Vor **zehn Jahren** eröffnetes wir in Vietnam die beiden Standorte Hanoi und Ho-Chi-Minh-Stadt – eine wichtige und auch richtige Entscheidung. Vietnam ist für Gebrüder Weiss inzwischen ein wichtiger Logistik-Hub zwischen Europa und Südostasien.

Weiterlesen

Gebrüder Weiss Logistik AG
Waldstrasse 100
1050 Wien
Austria
Umsatzsteuer: 20%

f @ in X YOUKU

Wenn die E-Mail nicht angezeigt wird, klicken Sie bitte hier




Wir danken uns für ein besonderes Jahr

Sehr geehrte Frau Musterfrau,

ein besonderes Jahr geht zu Ende. Gerne hätten wir Sie auch in dieser Vorabendnachtzeit wieder zum Christbaumkaufen eingeladen, aufgrund der aktuellen Situation kann unser Event aber leider nicht stattfinden. Wir hoffen auf ein Wiedersehen im neuen Jahr.

Für die gute Zusammenarbeit möchten wir uns recht herzlich bedanken und wünschen Ihnen besinnliche Weihnachten und für 2022 viel Erfolg und vor allem Dinge Gesundheit!

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr Gebrüder Weiss AG & Team-Team Wallert

Impressum

Gebrüder Weiss Logistik AG
Waldstrasse 100
1050 Wien
Austria
Umsatzsteuer: 20%

f @ in X YOUKU

Wenn die E-Mail nicht angezeigt wird, klicken Sie bitte hier




Wir danken uns für ein besonderes Jahr

Sehr geehrte Frau Musterfrau,

ein besonderes Jahr geht zu Ende. Gerne hätten wir Sie auch in dieser Vorabendnachtzeit wieder zum Christbaumkaufen eingeladen, aufgrund der aktuellen Situation kann unser Event aber leider nicht stattfinden. Wir hoffen auf ein Wiedersehen im neuen Jahr.

Für die gute Zusammenarbeit möchten wir uns recht herzlich bedanken und wünschen Ihnen besinnliche Weihnachten und für 2022 viel Erfolg und vor allem Dinge Gesundheit!

Mit freundlichen Grüßen,
Ihr Gebrüder Weiss AG & Team-Team Wallert

Impressum

Gebrüder Weiss Logistik AG
Waldstrasse 100
1050 Wien
Austria
Umsatzsteuer: 20%

f @ in X YOUKU

Wenn die E-Mail nicht angezeigt wird, klicken Sie bitte hier




myGW - Ihr digitales Kundenportal

Optimieren Sie mit myGW Ihre Logistikprozesse

Sehr geehrte Frau Musterfrau,

stellen Sie sich vor, Sie können mit nur einem Klick Ihre Frachtpapiere einsehen, Ihre anfallenden CRMs verwalten, Ihre Rechnungen kontrollieren, Ihre Sendungen nachverfolgen und Ihren Lagerbestand prüfen.

Dies ist keine Zukunftsmusik, sondern ist sofort für Sie als Online-Kunde verfügbar. Unser Kundenportal myGW bündelt alle digitalen Services und bringt Ihre Informationen in Echtzeit zusammen, die Sie jederzeit und von überall abrufen können.

Holen Sie sich jetzt Ihren Zugang und melden Sie sich bei Ihrem nächsten GW-Ansprechpartner. Nähere Infos zum Portal finden Sie hier:

myGW - das Kundenportal



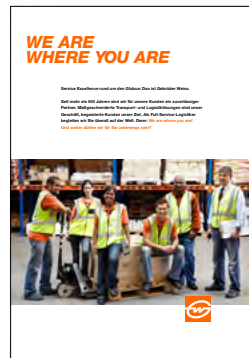
Unsere Experten beraten Sie gern!
Ihr Ansprechpartner in Maria Saal:
Michael Schweda
T +43 4233 3005 3407
michael.schweda@gebruederweiss.com

Impressum

Gebrüder Weiss Logistik AG
Waldstrasse 100
1050 Wien
Austria
Umsatzsteuer: 20%

f @ in X YOUKU

3.3 Publikationen – Broschüren



3.3 Publikationen – Inserate

GWbewegt

Ihr starker Partner weltweit.

Mit unserem eigenen, dichten Netzwerk stehen wir Ihnen überall auf der Welt zur Seite und finden DIE Transport- und Logistiklösung, die zu Ihnen passt. Erleben Sie selbst: GW bewegt. www.gw-world.com

Gebrüder Weiss
Transport und Logistik

Kampagneninserate

myGW
So einfach kann es sein

Das neue Kundenportal
Für alle Belange einen einzigen Account –
übersichtlich und individuell nutzbar.

Gebrüder Weiss
Transport und Logistik

www.gw-world.com/de/mygw

Gebrüder Weiss
Transport und Logistik

Weil uns Verantwortung wichtig ist.

Deshalb testen wir alternative Antriebe wie Elektro und Wasserstoff, um den Transport für unsere Kunden noch nachhaltiger zu gestalten. Erleben Sie selbst: GW bewegt. www.gw-world.com

Gebrüder Weiss
Transport und Logistik

MEHR ALS EINE EPISODE.
Great Jobs
gw-world.com/greatjobs

MITARBEITER*IN IM GEBÄUDEMANAGEMENT
FÜR UNSERE STANDORTE LAUTERACH, WOLFRUT, FELDKIRCH UND BLUDENZ

AUFGABEN

- Du bist verantwortlich für die Sicherstellung und Steuerung von technischen und bautechnischen Gebäudemanagementleistungen für unsere Standorte in Völg.
- Du sorgst für die Erhaltung und Modernisierung der baulichen Anlagen und Vorstände.
- Du überwachst Aufgaben im Bereich der Verwaltung von Lager-Flurstücken.
- Du bist Teil des HSE-Teams von Ort und Baustelle für den internen Bereich Facility Service West und externen Dienstleistern.
- Du hast das Thema Nachhaltigkeit im Fokus und setzt Maßnahmen zur Verbesserung.

PROFIL

- Du hast eine abgeschlossene Ausbildung mit technischem Hintergrund sowie auch Projektmanagement als Zusatzqualifikation.
- Es ist dir wichtig, dich in dein Team einzubringen und auch in der strategischen Zusammenarbeit gemeinsamen Ziele zu erreichen.
- Bei reiseintensiven Projekten bist du, das Überdick und dich schickern und verfahren die Kundenstandorte.
- Du hast eine langjährige Erfahrung im IT-Sektor und bist ein Teamplayer.
- Du hast ein hohes Maß an Verantwortung und bist bereit, Verantwortung zu übernehmen und dich in die Verantwortung zu engagieren.
- Du hast ein hohes Maß an Flexibilität und bist bereit, Verantwortung zu übernehmen und dich in die Verantwortung zu engagieren.

ANGEBOT

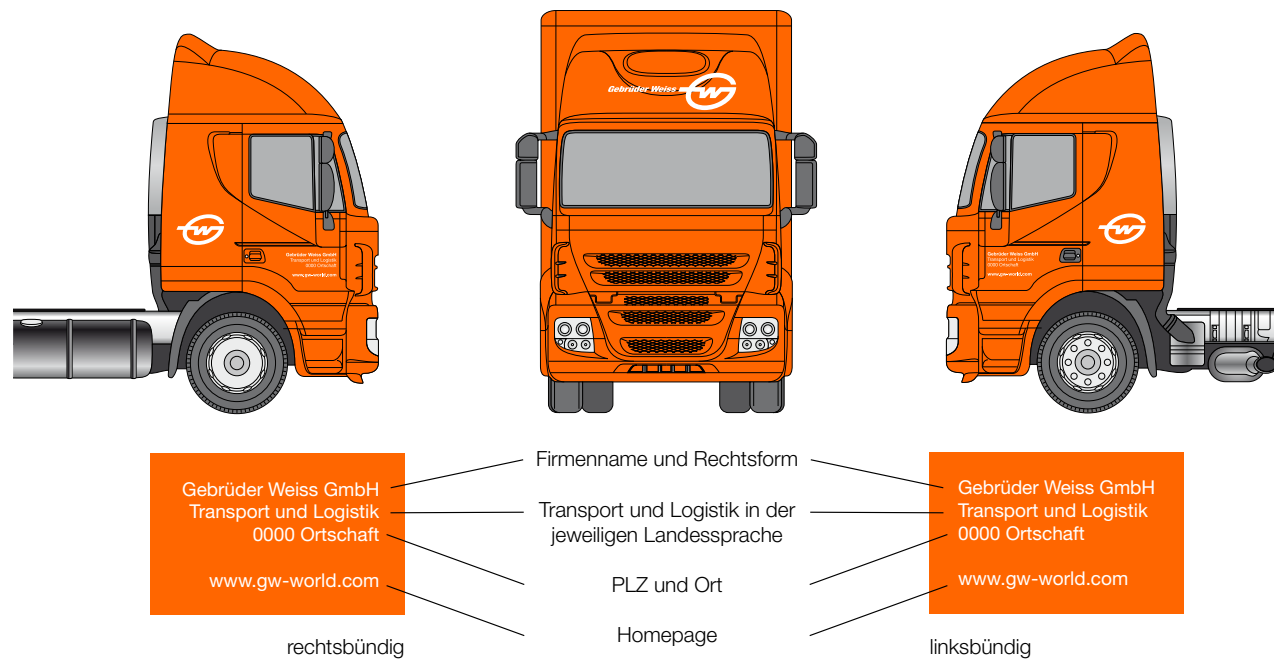
- Du hast eine tolle Karrierechance, neue Teams in die Reihen aufzunehmen.
- Du hast eine tolle Karrierechance, neue Teams in die Reihen aufzunehmen.
- Du hast eine tolle Karrierechance, neue Teams in die Reihen aufzunehmen.
- Du hast eine tolle Karrierechance, neue Teams in die Reihen aufzunehmen.
- Du hast eine tolle Karrierechance, neue Teams in die Reihen aufzunehmen.
- Du hast eine tolle Karrierechance, neue Teams in die Reihen aufzunehmen.

WIR FREUEN UNS AUF DEINE BEWERBUNG!
Bewerbungstermin: 30.09.2024, 16:00 Uhr
GW Lauterach T +43 5074 006 2200

Gebrüder Weiss
Transport und Logistik

Stellenanzeigen

3.4 Fahrzeugbeschriftung



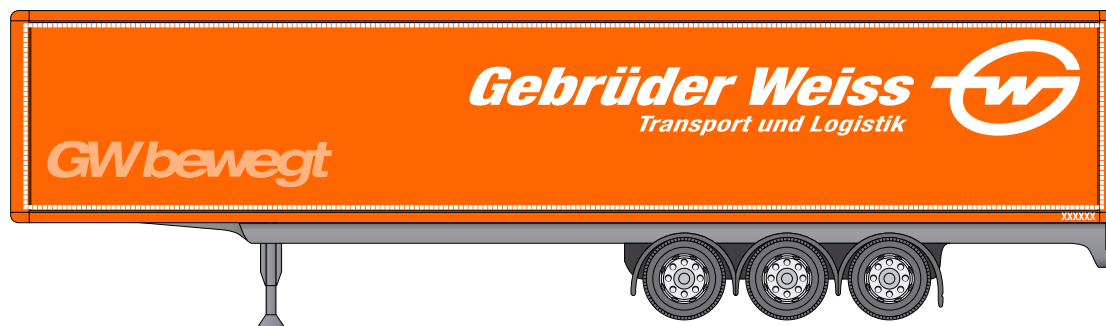
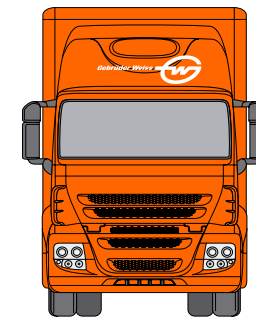
Schriftart: Helvetica Neu Pro / 100pt

Für Kastenwagen, Transporter und Führerkabinen sind folgende Beschriftungen gültig. Bitte achten Sie auf die Gegebenheiten des jeweiligen Fahrzeugs (Schmutz- und Stabilitätsfalze, Position von Türen, Fenstern, Lichtern, Türgriffen, Markenzeichen etc.).

Wichtig: Bei Fahrzeugbeschriftungen mit reflektierenden Schriftzügen muss laut StVo. die gesamte Fläche auch mit einer Begrenzungslinie (ca. 5 cm breit) eingerahmt werden!

Hinweis: Die Fahrzeugbeschriftung ist in einem gesonderten Manual ausführlich beschrieben und unter folgendem Link herunterzuladen: <http://www.gw-world.com/fahrzeugmanual>

3.4 Fahrzeugbeschriftung



3.5 Objektbeschriftung



Hinweisschilder

Bei der Gestaltung von Schildern halten Sie sich an die lokalen Gegebenheiten. Sie können dabei das Erscheinungsbild bei Sonderfällen auch invertiert anwenden. Bedenken Sie aber, dass gerade hier das Orange ein wichtiger Wiedererkennungsfaktor ist!

Ein Schild beim Eingangstor weist – wenn das Gelände geschlossen ist – auf Öffnungszeiten bzw. Kontaktmöglichkeiten hin.

Pylonen und Fahnen in der Nähe des Gebäudes kennzeichnen bei unübersichtlicher Erschließung das Gebäude zusätzlich. Pylonen bedürfen in den meisten Fällen einer Baugenehmigung, Fahnen oftmals nicht.

Firmengelände

Außenleitsystem und -beschilderung Ein Leitsystem aus Pylonen oder Schildern hilft Besuchern und Frächtern, sich auf unserem Gelände zu orientieren.

Je nach Anwendung und örtlicher Gegebenheit kann das Außenleitsystem in Form von Pylonen, freistehenden oder wandmontierten Schildern umgesetzt werden.

Gebäudebeschriftung

Wählen Sie ein architektonisches Merkmal des Gebäudes z.B. den Verwaltungstrakt, und verwenden Sie dieses als orange Fläche. Bitte nehmen Sie für die Planung der Gebäudebeschriftung frühzeitig Kontakt mit MAKOM auf.

Signaletik

Für Bürobearbeitungen steht Ihnen ein Tüschildegenerators zur Verfügung.

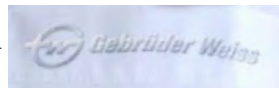
<http://tuerschilder.logistics-expert.com/nameplate/new>

Für Fragen zu diversen Signaletik-Themen bei neuen GW-Anlagen, setzen Sie sich bitte mit MAKOM in Verbindung.

3.6 Arbeitskleidung



Bluse weiß



Bluse blau



T-Shirt orange



Poloshirt orange



Poloshirt blau

3.6 Arbeitskleidung



Softshell Jacke



Jacke



Arbeitshose



Jeans



Kurze Hose

3.7 Werbemittel

