

STIFTUNG ST. JAKOB



CD-MANUAL.

WENIGER IST MEHR – EIN MARKENAUFTRITT,
DER SPRICHT, OHNE LAUT ZU SEIN.



INHALT.

1. EINLEITUNG.	03	8. DIGITAL.	
		Website	36
2. LOGO.		Social Media	42
Gestaltungsprinzip	04	Instagram	42
Sub-Brands	08	Facebook	44
		LinkedIn	45
3. SCHRIFTEN.		Youtube	46
Futura PT	10	Podcast	47
Hierarchie	10	Newsletter	48
		E-Mail-Signatur	50
4. FARBEN.		9. VERPACKUNGEN.	
Primäre Farben	11	Kaffeebecher	52
Sekundäre Farben	11	Tragetaschen	52
5. BILDSPRACHE.		Brotsäcke	52
Fotografie Übersicht	12	Etiketten	54
		Schokoladen	56
6. BRAND ELEMENTE.		Pralinés	56
Ikonomie	14	10. DIVERSES.	
Style Elemente	14	Fahrzeugbeschriftung	58
Muster und Texturen	14	Bekleidung	60
Illustrationen	15		
7. DRUCKSACHEN.		11. BILDSCHIRMAUFTRITT.	
Broschüren	16	Bildschirme	62
Flyer	22	Präsentation	64
Visitenkarten	25		
Informationsschreiben	26	12. SCHLUSSWORT.	66
Plakate	28		
Out Of Home	30		
Hauszeitung	32		

1. EINLEITUNG.

Im Rahmen eines umfassenden Rebrandings wurde die Stiftung St. Jakob innerhalb eines Jahres visuell und strategisch neu aufgestellt. Vom kleinsten Detail wie der Etikette bis hin zum kompletten Redesign der Website und des Webshops wurde jedes Element neu gedacht und konsequent umgesetzt. Die Herausforderung bestand darin, die traditionsreiche Stiftung mit gesellschaftlichem Auftrag visuell und inhaltlich zu modernisieren, ihre gewachsene Identität zu bewahren und zugleich eine neue, jüngere Zielgruppe anzusprechen.

Entstanden ist ein ganzheitlicher Markenauftritt, der Klarheit, Vertrauen und Zeitgeist ausstrahlt. Das neue Designkonzept basiert auf den Prinzipien: weniger ist mehr, Form folgt Funktion und Authentizität statt Überladung. Ein klarer, dynamischer Look erzeugt Vertrauen, schafft Wiedererkennung und spricht für die Werte, die die Stiftung lebt: Qualität, Transparenz und soziale Verantwortung.

Im Rahmen des Corporate Design Refreshs wurde ein neues Farb- und Schriftsystem eingeführt, die Gestaltung bewusst reduziert und durch mehr Weissraum klarer strukturiert. Printmedien wie Broschüren, Verpackungen und Etiketten präsentieren sich nun in einem zeitlosen, stringenten Erscheinungsbild. Ergänzt wird der Auftritt durch eine komplett überarbeitete, barrierefreie Website mit nutzerfreundlichem Webshop sowie eine mobil-optimierte digitale Visitenkarte als zentrale Plattform für den Erstkontakt. Das Ergebnis ist ein Markenauftritt mit Bestand: reduziert auf das Wesentliche, ohne an Ausdruck zu verlieren – modern, aber nicht modisch, klar, aber nicht kalt.

2. LOGO.

WORT- UND BILDMARKE

Die Kombination aus Text und Grafik ergibt die Gesamtheit des Logos. Dadurch entsteht ein unverkennbares Profil mit einer klaren Abgrenzung zu reinen Wortmarken. Markenrechtlich ist dies ein Zeichen, welches sowohl aus einer Buchstabenfolge als auch aus grafischen Gestaltungselementen besteht.

STANDARD

STIFTUNG ST. JAKOB



NEGATIV

STIFTUNG ST. JAKOB



ICON MUSCHEL

Die atlantische Jakobsmuschel ist das Symbol der Jakobspilger – der Jakobsweg führt nach Santiago de Compostela, wo sich die Grabstätte des heiligen Jakobus befindet. Bei der Stiftung St. Jakob tritt sie nur in Ausnahmefällen ohne Text als dekoratives Element auf. Der Einsatz des Icons erfolgt, wenn immer möglich, in Kombination mit einem Stiftungs- oder Markenlogo. Oder alleine in einer Lokalität der Stiftung.

STANDARD



NEGATIV



LOGO – GESTALTUNGSPRINZIP

Wort und Bild stehen jeweils in einem klaren Verhältnis. Dieses bleibt immer gleich und ist Bestandteil der Markenidentität. Ob in Medien, auf Fahrzeugen oder Gebäuden. Es ist nur die Grösse der Erscheinung, die sich verändert – die Proportionen sind einheitlich.

PROPORTIONEN

Die harmonische Visualität entsteht aufgrund einer Formel, welche die Zusammensetzung des Logos in seiner Gesamtheit für jeden beliebigen Einsatz definiert. Die Höhe des Icons ist doppelt so gross wie diejenige der Schrift. Der Abstand vom Icon zur Schrift beträgt die halbe Breite des Icons. Die Schrift erscheint vertikal zentriert zum Icon.

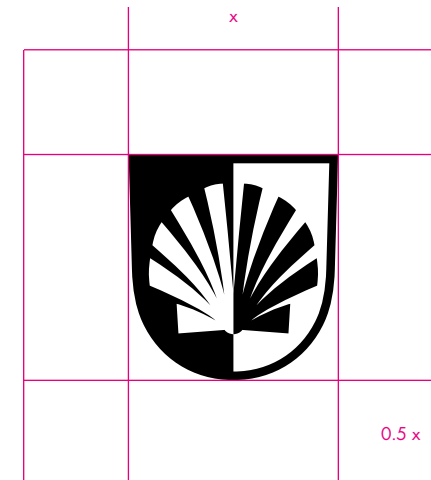


ICON MUSCHEL

Der Mindestabstand zu anderen Elementen ist die halbe Breite des Icons – dies gilt für alle Richtungen.

In Ausnahmefällen als dekoratives Element einsetzbar, z.B. als Muster im Hintergrund.

Wenn immer möglich in Kombination mit einem Stiftungs- oder Markenlogo, oder Einsatz in einer Lokalität der Stiftung.



SUB-BRANDS

Als Sub-Brands werden die Chocolatiers, die Original Züri Tirggel und das Beck & Kafi der Stiftung St. Jakob bezeichnet. Für jeden einzelnen dieser Bereiche wurde ein optischer Auftritt geschaffen, welcher die übergeordnete Identität verkörpert. Der Unterschied besteht darin, dass in diesem Falle die Elemente Wort und Bild übereinander angeordnet sind. Das Icon zuerst, zentriert, und die Schrift im vorgegebenen Abstand darunter.

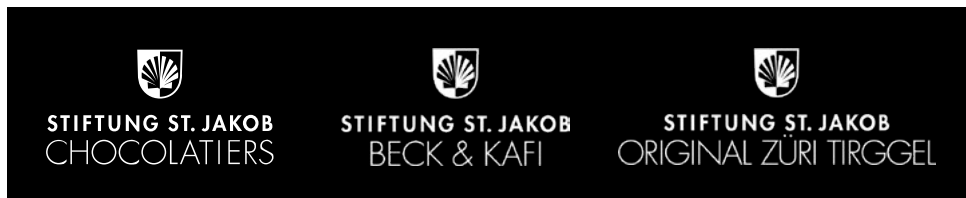
INTEGRIERTE VIELFALT

Die Bezeichnung der Produkte respektive der Bereiche folgt direkt unterhalb der Hauptmarke. In diesem Falle sind dies Chocolatiers, Beck & Kafi oder Original Züri Tirggel. Diese Darstellungsweise ist ausbaufähig und ermöglicht beliebige weitere Sub-Brands.

STANDARD



NEGATIV



GESTALTUNGSPRINZIP

Wie bereits erwähnt erfolgt die Anordnung der einzelnen Elemente untereinander. Den Anfang macht das Icon, worauf im definierten Abstand darunter die Wortmarke der Stiftung erscheint. Da es sich um Sub-Brands handelt, ist der Abstand zur Hauptmarke gering – dies symbolisiert die augenfällige Zugehörigkeit oder Abhängigkeit. Diese Nähe ist entscheidend.

PROPORTIONEN

Eine halbe Icon-Breite beträgt der Abstand vom Icon zur Stiftung. Dann folgt der untergeordnete Bereich. Dafür halbieren wir das vormalige Mass: Der Bereich ist ein unmittelbarer Bestandteil der Stiftung.



3. SCHRIFTEN.

FUTURA PT

Futura ist eine Schriftart und populärer Vertreter der Familie der „geometrisch konstruierten“ serifenlosen Linear-Antiquas. Hier lässt sich die Identität mit Leichtigkeit herauslesen. Klare Schriftschnitte sind schneller erfassbar und erzeugen umgehend Wirkung. Die Schrift wird in den Schnitten Book, Demi und Bold verwendet.

HEADLINE

FUTURA BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ! ?

SUBHEAD ODER KENNZEICHNUNGEN IM TEXT

FUTURA DEMI

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ! ?

FLIESSTEXT

FUTURA BOOK

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ! ?

4. FARBEN.

PRIMÄRE FARBEN

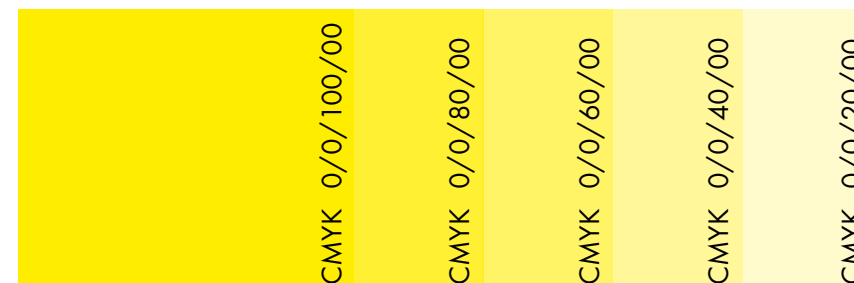
Die Farbwelt der Stiftung St. Jakob ist bewusst reduziert und klar. Ein aussagekräftiges Gelb bildet die Primärfarbe und verleiht dem Erscheinungsbild eine starke Wiedererkennbarkeit sowie eine positive, zugewandte Ausstrahlung. Schwarz wird ergänzend eingesetzt und sorgt für Kontrast, Lesbarkeit und eine ruhige Balance.

CMYK 0/0/100/00
RGB 255/237/0
Pantone Yellow C
RAL Schwefelgelb 1016

CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0
Pantone Black C
RAL Tiefschwarz 9005

SEKUNDÄRE FARBEN

Als Sekundärfarben kommen ausschließlich Abstufungen des Gelbtönen zum Einsatz. Diese ermöglichen eine differenzierte Gestaltung, ohne die visuelle Klarheit und Kohärenz des Markenauftritts zu beeinträchtigen.



5. BILDSPRACHE.

FOTOGRAFIE ÜBERSICHT

Die Menschen hinter der Stiftung St. Jakob stehen im Fokus der Kamera. Die Fotografie ist lebendig, respektvoll und mitten aus dem Geschehen. Genau wie das Gefühl, das mit jeder Kampagne oder Produkt, hervorgerufen werden soll. Um eine echte Verbindung und Authentizität zu schaffen, werden Mitarbeitende porträtiert als Gesichter der Stiftung.

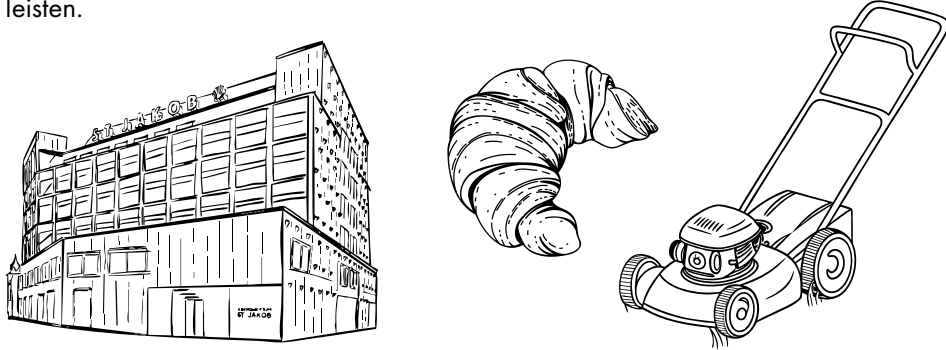
Für die Produktfotos wird das Markenfarbschema in Gelb/Weiss verwendet, um die Bilder sofort erkennbar und stilistisch einheitlich zu gestalten.



6. BRAND ELEMENTE.

IKONOGRAPHIE

Die Ikonographie ist reduziert und konsistent gehalten. Es werden ausschliesslich Icons in Weiss mit schwarzer Outline verwendet, um eine klare Lesbarkeit und eine harmonische Einbindung in die Farbwelt zu gewährleisten.



STYLE ELEMENTE

Gelbe Flächen und Linien dienen als prägende Style-Elemente, welche Orientierung schaffen und die visuelle Sprache der Marke konsequent transportieren.



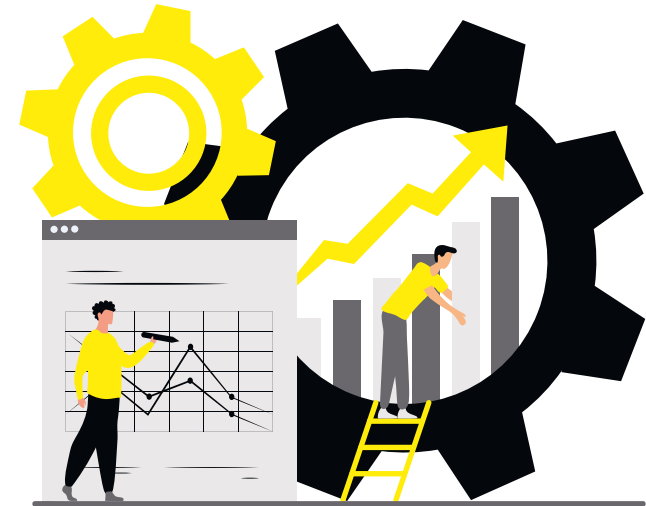
MUSTER UND TEXTUREN

Muster und Texturen werden zurückhaltend eingesetzt und bestehen aus gelb-weiss gestreiften Flächen.



ILLUSTRATIONEN

Illustrationen folgen einer klaren, reduzierten Formsprache und werden ausschliesslich in den Corporate Farben sowie in abgestuften Grautönen umgesetzt. Sie unterstützen Inhalte funktional und fügen sich konsistent in das visuelle Erscheinungsbild der Marke ein.



7. DRUCKSACHEN.

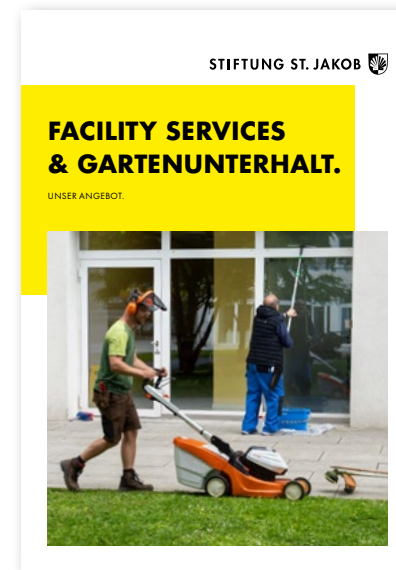
Drucksachen sind ein zentrales Element des Markenauftritts und tragen wesentlich zur Wahrnehmung der Stiftung St. Jakob bei. Sie vermitteln Haltung, Qualität und Verlässlichkeit und sorgen für einen konsistenten Auftritt über alle analogen Berührungspunkte hinweg. Eine klare Gestaltung, hochwertige Materialien und eine sorgfältige Umsetzung sind dabei essenziell.

BROSCHÜREN

Die Broschüren folgen einem klaren, wiedererkennbaren Aufbau. Ein prägnanter Titel im markentypischen Gelb bildet den visuellen Einstieg und sorgt für hohe Aufmerksamkeit. Logo und Absender sind einheitlich im oberen Bereich platziert und gewährleisten eine klare Markenkennzeichnung. Das zentrale Bildmotiv nimmt eine dominante Rolle ein und transportiert Inhalt und Haltung emotional und authentisch. Reduzierte Texte, klare Typografie und grosszügiger Weissraum schaffen Übersicht und verleihen den Drucksachen einen zeitlosen, ruhigen Charakter.

COVER BROSCHÜRE A5

Auf der rechten Seite sind Cover Beispiele von den verschiedenen A5 Broschüren zusehen. Hier wird das oben beschriebene Gestaltungsprinzip sichtbar.



INHALTSSTRUKTUR

Der Innenteil der Broschüren basiert auf einem konsistenten, modularen Raster, das eine klare visuelle Hierarchie sicherstellt. Grossformatige Bildseiten dienen als thematische Einstiege und strukturieren den Inhalt.



MEISTERHAFT KREATIONEN.

Wir fertigen unsere Pralinen mit Liebe im Herzen von Zürich. Jede Praline ist ein visuelles und geschmackliches Fest – verlockend anzusehen und himmlisch zu geniessen. Sie verzaubern alle Feinschmecker mit ihrem intensiven Geschmack, von der zarten Couverture bis zur cremigen Füllung.

Grand Cru Couverture: 100 % Edelcacao aus Grenada, Karibik
Milch Couverture: ausgewogener Geschmack mit 38 % Edelcacao
Dunkle Couverture: ein sensorisch, intensives Erlebnis mit 65 % Edelcacao
Weisse Couverture: geschmeidige Textur mit 36 % feinsten Kakaobutter

4



TRADITION
Klassische Pralinen frisch
knetet und assortiert.
CHF 9.80
Art. C10.001



ELEGANZ
Mit dunkler Couverture
und fruchtiger Füllung.
CHF 9.80
Art. C10.002



KREATION
Eine kreative Auswahl
klassischer Pralinen.
CHF 21.90
Art. C10.003



FANTASIE
Verspielt und modern
von nougat bis fruchtig.
CHF 21.90
Art. C10.004



CHAMPAGNER
Aufblasbare Truffles-Krea-
tion mit Marc de Cham-
pagne. Mit Alkohol.
CHF 19.90
Art. C10.007



TRUFFLES
Assortierte, feine Truffles
aus erlesenen Zutaten.
CHF 20.90
Art. C10.009



ST. JAKOB
Unsere gesamte Kreation
exzellenter Pralinen.
CHF 39.90
Art. C10.005



PARADIES
Die meisterhafte Selektion
unserer Chocolatiers.
CHF 65.00
Art. C10.006

5

Produktseiten folgen einem wiederkehrenden Layout mit klar definierter Anordnung von Bild, Produktname, Beschreibung und Preis. Informationsseiten sind typografisch reduziert und klar gegliedert, sodass Inhalte schnell erfassbar bleiben und eine hohe Lesbarkeit über den gesamten Broschürenumfang gewährleistet ist.



HABEN SIE AN DEN APÉRO GEDACHT?

Geniessen Sie eine erlesene Auswahl an festlichen Köstlichkeiten, die mit Liebe und Sorgfalt zubereitet wurden. Von herzhafte Canapés bis zu verführerischen Süßigkeiten – unser Apéro-Angebot bringt nicht nur Geschmack, sondern auch Leidenschaft auf den Tisch. Lassen Sie sich und Ihre Gäste von unserer Buffet Auswahl verzaubern und erleben Sie unvergessliche Momente voller Genuss und Wärme.

22

T 044 295 93 40 | kundenservice@st-jakob.ch | st-jakob.ch



Website

ALLGEMEINE INFORMATIONEN.

BESTELLUNG

Bitte mindestens 2 bis 5 Werktage vor Abholung oder Lieferung aufgeben, der Bestellschluss ist 15:00 Uhr.

ABHOLUNG

Ihre Bestellung ist transportsicher verpackt und kann in unseren sieben Beck & Kafi Filialen abgeholt werden.

LIEFERSERVICE

Lieferung im erweiterten Stadtgebiet Zürich möglich, Kosten auf Anfrage.

ONLINESHOP

Bestellen Sie jetzt ganz bequem online und entdecken Sie unser Angebot im Onlineshop!

ZAHLMUNGSMITTEL

Wir akzeptieren Debit- und Kreditkarten, auf Rechnung sowie Twint. Preise in CHF inkl. MWST, Änderungen vorbehalten.

GENUSS

Produkte am besten am Abholtag geniessen.



Website

23

SÜSSE OSTERN.



6

UNSERE DREIOHRHASEN.



DREIOHRHASE KLEIN

Milch|Dunkel|Weiss|Himbeer
ca. 45 g | 12 cm
CHF 9.80
Art. C50.001

DREIOHRHASE MITTEL

Milch|Dunkel|Weiss|Himbeer
Cappuccino|Passionsfrucht
Cappuccino|V
ca. 100 g | 17.5 cm
CHF 17.90
Art. C50.002

DREIOHRHASE GROSS

Milch|Dunkel|Weiss|Himbeer
ca. 600 g | 31 cm
CHF 69.90
Art. C50.003

Leckere Schokolade, von Hand gefertigt und liebevoll bemalt – das sind unsere Dreiohrhasen. Sie sind nicht nur ein Hochgenuss, sondern auch ein Symbol für unsere Werte. Ihre Wahl für einen Dreiohrhasen bedeutet, dass Sie feinste Schokolade geniessen und die Mission der Stiftung St. Jakob unterstützen – mehr Freude, mehr Inklusion und mehr Chancen für alle.

7



RENNHÄSLI

Milchschokolade
ca. 15 g | 4.5 cm
CHF 4.90
Art. C50.022



SCHOGGIHÄSLI ASSORTIERT

Milchschokolade
ca. 25 g
CHF 4.90
Art. C50.034



OSTERGÜGGEL

Milchschokolade
ca. 3100g | 155cm hoch
auf Anfrage
CHF 390.00
Art. C50.036



HANNA DAS SCHAF

Grandjeu Kreation
ca. 80 g
CHF 11.90
Art. C50.025.01 pink
Art. C50.025.02 grün
Art. C50.025.03 orange

10



HASE|UNLUSCH-KROKANT

Milchschokolade
27g | 4.5 cm hoch
CHF 2.90
Art. C50.033



ROCHER HÜHN

Milchschokolade
ca. 80 g | 5.5 x 8 cm
CHF 14.90
Art. C50.026.01



OSTEREIER FARBIG

6 verschiedene
Füllungen
ca. 125 g
CHF 19.90
Art. C50.023



JEDER BISS EIN STÜCK INKLUSION.

Unsere Osterkreationen werden von uns Menschen mit viel Hingabe und Leidenschaft gefertigt. Jedes Meisterwerk ist ein Symbol für mehr Chancengleichheit und Perspektiven im zweiten Arbeitsmarkt. Schenken Sie zu Ostern nicht nur süsse Verlockungen, sondern auch die Chance für ein erfülltes Leben im Arbeitsmarkt.

11

BROSCHÜREN A5 INNENSEITEN

Auf den Innenseiten wird die gelbe Fläche vom Cover vereinzelt aufgegriffen. Diese steht immer im Hintergrund und in Relation zu einem aussagekräftigen Bild. Produkte werden als freigestellte Formen gezeigt.

SÜSSE OSTERN.



6

SCHRIFTEN

A: Headline, Futura Bold, Grossbuchstaben

B: Zwischentitel, Futura Book, Grossbuchstaben

C: Fliesstext, Futura Book

D: Fussnoten, Futura Book

UNSERE DREIOHRHASEN.



DREIOHRHASE KLEIN

Milch|Dunkel|Weiss|Himbeer

ca. 45 g | 12 cm

CHF 9.80
Art. C50.001

DREIOHRHASE MITTEL

Milch|Dunkel|Weiss|Himbeer
Cappuccino|Passionsfrucht
Vanille|Nougat (V)

ca. 100 g | 17.5 cm

CHF 17.90
Art. C50.002

DREIOHRHASE GROSS

Milch|Dunkel|Weiss|Himbeer

ca. 600 g | 31 cm

CHF 69.90
Art. C50.003

Leckere Schokolade, von Hand gefertigt und liebevoll bemalt – das sind unsere Dreiohrhasen. Sie sind nicht nur ein Hochgenuss, sondern auch ein Symbol für unsere Werte. Ihre Wahl für einen Dreiohrhasen bedeutet, dass Sie feinste Schokolade geniessen und die Mission der Stiftung St. Jakob unterstützen – mehr Freude, mehr Inklusion und mehr Chancen für alle.

7

FLYER

Flyer dienen als kompakte, aufmerksamkeitsstarke Informationsmedien und ergänzen den Markenauftritt an zentralen Kontaktpunkten. Sie vermitteln Inhalte klar, präzise und markenkonform und sind für den schnellen Einsatz in unterschiedlichen Kontexten konzipiert.

GESTALTUNGSPRINZIP

Der Aufbau der Flyer folgt einem klar definierten Gestaltungsraster und ist stets auf Vorder- und Rückseite ausgelegt. Das Format ist in DIN A5. Die Vorderseite fungiert als visuelle Einstiegsfläche mit prägnanter Headline, klarer Absenderkennzeichnung und einem starken Bild- oder Themenfokus. Die Rückseite vertieft die Inhalte und ist strukturiert nach einer eindeutigen Hierarchie aus Überschrift, Text, Bild- bzw. Grafikelementen sowie ergänzenden Informationen.

BEISPIELE

Alle vier Beispiele basieren auf demselben gestalterischen Grundprinzip: ein wiederkehrendes Raster, eine konsistente Platzierung von Logo und Absender sowie der gezielte Einsatz der Markenfarbe Gelb zur Strukturierung und Hervorhebung. Unterschiedliche Inhalte, von Information und Einladung über Haltung bis hin zu Produktübersichten, werden innerhalb dieses Systems flexibel umgesetzt, ohne die visuelle Konsistenz zu verlieren.

STIFTUNG ST. JAKOB

INTEGRATIVE ARBEITSPLÄTZE.

Möchten Sie soziale Verantwortung übernehmen und gleichzeitig von motivierten Mitarbeitenden profitieren? Dann sind unsere integrativen Arbeitsplätze genau das Richtige für Sie. Menschen mit einer IV-Rente bringen wertvolle Fähigkeiten und Motivation mit, um sich in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Oft benötigen sie jedoch eine unterstützende Umgebung, um ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Wir bieten Ihnen als Unternehmen eine unkomplizierte Lösung, um Menschen mit Beeinträchtigung in Ihren Betrieb zu integrieren. **Ohne administrativen Aufwand, mit voller Flexibilität und völlig risikofrei.**

Telefon 044 295 93 23 | integration@st-jakob.ch

STIFTUNG ST. JAKOB

EINLADUNG INFOVERANSTALTUNG.

Geschätzte Erziehungsberechtigte

Ihr Kind befindet sich bereits im letzten Lehrjahr. Dies wird ein spannendes Jahr für uns alle. Um aufzuzeigen, was im letzten Lehrjahr auf die Lernenden zukommt und wie Sie als Erziehungsberechtigte Ihr Kind dabei unterstützen können, laden wir Sie herzlich zur Infoveranstaltung ein.

Mehr Infos finden Sie auf der Rückseite.

STIFTUNG ST. JAKOB

MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT.

Buttergipfel
Zwei Knetgebäckchen mit butterduftigem Nuss- und gerösteten Mandelkernen und getrockneter Schokolade.

Jakobs Ruchbrot
Ein Brot aus hochverfeinigtem Ruchmehl, das mit einem Hauch Honig und einem Spritzer Zitronensaft aromatisiert ist.

Amaretti
Zart und cremig, mit einem Hauch Zitronensaft und gerösteten Mandelkernen.

Mediterrane Bowl
Unser mediterrane Bowl ist eine leckere Mischung aus Mandeln, Feigenscheiben, Avocado, gerösteten Nüssen und einem köstlichen Dressing.

Original St. Jakob Burger
Ein Burger aus Rindfleisch, der mit einer feinen Zwiebel und einem köstlichen Sauce und einer leckeren Salatbeilage serviert wird.

Mandeln mit Zitronen-Chili
Diese feingehackten Mandeln sind mit einem Zitronen-Chili-Dressing und einem Hauch Zitronensaft aromatisiert.

Bircher Müsli
Unser Bircher Müsli ist ein gesundes Frühstück aus Hafer, Obst und Nüssen.

Spinatwähe
Unser Spinatwähe ist ein leckeres Frühstück aus Spinat, Zwiebeln und einem köstlichen Sauce.

Käse-Platte
Diese Platte ist ideal für Ihre Feiern und gibt eine köstliche Mischung aus verschiedenen Käsesorten und Nüssen.

STIFTUNG ST. JAKOB

UNSERE SNACKS!

Entdecken Sie unser köstliches Snacksortiment – perfekt für den Genuss an der Bar oder als Begleiter während der Filme. Verwöhnen Sie Ihre Gäste mit unseren Leckereien und machen Sie Ihr ZFF-Erlebnis noch unvergesslicher!

CASHEWS MIT PAPRIKA
250g
CHF 11.90
K19080.02

CASHEWS MIT RAZ EL HANOUT
250g
CHF 11.90
K19080.03

MANDELN MIT BLÜTENSALZ
300g
CHF 12.90
K19080.01

MANDELN MIT ZITRONEN-CHILI
300g
CHF 12.90
K19080.04

FLYER A5 VORDERSEITE


STIFTUNG ST. JAKOB

INTEGRATIVE ARBEITSPLÄTZE.

Möchten Sie soziale Verantwortung übernehmen und gleichzeitig von motivierten Mitarbeitenden profitieren? Dann sind unsere integrativen Arbeitsplätze genau das Richtige für Sie. Menschen mit einer IV-Rente bringen wertvolle Fähigkeiten und Motivation mit, um sich in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Oft benötigen sie jedoch eine unterstützende Umgebung, um ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Wir bieten Ihnen als Unternehmen eine unkomplizierte Lösung, um Menschen mit Beeinträchtigung in Ihren Betrieb zu integrieren. **Ohne administrativen Aufwand, mit voller Flexibilität und völlig risikofrei.**



Telefon 044 295 93 23 | integration@st-jakob.ch

FLYER A5 RÜCKSEITE

SO FUNKTIONIERT ES:

Unsere Mitarbeitenden bleiben weiterhin bei der Stiftung St. Jakob angestellt und werden in Ihrem Unternehmen eingesetzt. Während Sie die tägliche Arbeitsanleitung übernehmen, kümmern wir uns um alle administrativen Aufgaben und stehen Ihnen stets zur Seite:

- Lohnabrechnung und Sozialleistungen werden direkt von uns geregelt.
- Keine Zusatzkosten für Krankheit, Ferien oder Arztbesuche: Sie zahlen nur für tatsächlich geleistete Arbeitsstunden.
- Flexible Einsätze, angepasst an Ihre Unternehmensbedürfnisse.
- Begleitete Integration: Unsere Fachpersonen unterstützen sowohl die Mitarbeitenden als auch Ihr Team.

IHRE VORTEILE:

- Soziale Verantwortung ohne Mehraufwand: Setzen Sie ein Zeichen für Inklusion und Diversität.
- Qualifizierte und motivierte Mitarbeitende: Menschen mit IV-Rente bringen wertvolle Stärken mit. Sie erhalten eine faire Chance auf eine sinnvolle Tätigkeit.
- Expertise und Betreuung aus einer Hand: Profitieren Sie von unserem Know-How in Arbeitsagogik, einer durchgängigen Betreuung und passgenauer Beratung.
- Imagegewinn: Zeigen Sie Ihren Kund*innen und Partner*innen Ihr Engagement für soziale Verantwortung.

Machen Sie den ersten Schritt – Lassen Sie uns gemeinsam eine Arbeitswelt gestalten, die für alle Platz bietet! Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Viaduktstrasse 20 | 8005 Zürich | Telefon 044 295 93 23 | integration@st-jakob.ch

VISITENKARTEN

Die Visitenkarten sind klar, reduziert und konsequent am Corporate Design ausgerichtet. Sie folgen einem festen Gestaltungsraster mit eindeutiger Hierarchie von Name, Funktion und Kontaktdaten. Logo, Typografie und Markenfarbe werden zurückhaltend eingesetzt und sorgen für eine hohe Wiedererkennbarkeit bei maximaler Lesbarkeit. Vorder- und Rückseite sind funktional getrennt und gewährleisten eine klare, professionelle Informationsvermittlung.

DOPPELNUTZEN

Die Vorderseite steht für die Person im Unternehmen, die Rückseite für das Unternehmen mit seinen Eckdaten. Durch den Einsatz der Signalfarbe ragt die Visitenkarte der Stiftung St. Jakob aus dem schwarz-weissen Einerlei heraus. Es wird unterschieden zwischen Karten für Personen und Filialen.



MATTHÄUS WALZTHÖNY
 Geschäftsleiter
 T 044 295 93 64
 M 079 455 77 12
matthaeus.walzthoeny@st-jakob.ch
STIFTUNG ST. JAKOB

STIFTUNG ST. JAKOB


MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT
 Viaduktstrasse 20 | 8005 Zürich
 T 044 295 93 93 | info@st-jakob.ch | st-jakob.ch




STIFTUNG ST. JAKOB
 Beck & Kafi Münsterhof
 T 044 295 93 20
kundendienst@st-jakob.ch
STIFTUNG ST. JAKOB

STIFTUNG ST. JAKOB


MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT
 Beck & Kafi Münsterhof
 Münsterhof 7 | 8001 Zürich
 

INFORMATIONSSCHREIBEN

Informationsschreiben der Stiftung St. Jakob werden für die formelle Kommunikation mit Kund:innen, Partnern, Betrieben und der Öffentlichkeit eingesetzt. Sie informieren, orientieren und schaffen Vertrauen.

Alle Schreiben sind im DIN-A4-Format gestaltet und folgen einem klaren, einheitlichen Aufbau: Briefkopf mit Logo und grafischen Markenelementen, Ort und Datum, eine aussagekräftige Überschrift, strukturierter Fliesstext sowie Grussformel, Unterschrift und Kontaktangaben.

Der konsistente Aufbau gewährleistet Wiedererkennbarkeit, Lesefreundlichkeit und eine professionelle Aussenwirkung im Sinne der Markengestaltung.

WIR KÜMMERN UNS UM IHR GEBÄUDE UND IHRE GRÜNFLÄCHE.

Liebe Bewohnerinnen und Bewohner, Liebe Mieterinnen und Mieter,

Die Stiftung St. Jakob ist in Ihrer Liegenschaft für die Facility Services & den Gartenunterhalt zuständig. Unser engagiertes Team sorgt dafür, dass Ihr Wohnumfeld sauber, gepflegt und in bestem Zustand bleibt – zuverlässig, gründlich und mit sozialem Engagement.

Unsere Leistungen für Sie im Überblick:

- Hauswartung & Unterhaltsreinigung**
Regelmässige Reinigung und Pflege der gemeinschaftlichen Bereiche – damit alles sauber und ordentlich bleibt.
- Gartenpflege & Rasenunterhalt**
Wir kümmern uns um Rasen, Sträucher, Bäume, Blumenbeete, Unkrautentfernung und den fachgerechten Winterrückschnitt.
- Technischer Dienst & Kleinreparaturen**
Sorgfältige Wartung und schnelle Hilfe bei kleineren technischen Anliegen rund ums Haus.

Planen Sie einen Umzug?

Wir bieten auch professionelle Endreinigungen bei Wohnungswechsel an – gründlich, zuverlässig und abgabebereit. Lehnen Sie sich zurück, wir kümmern uns um den Rest! Kontaktieren Sie uns frühzeitig für ein unverbindliches Angebot.

Sollten Sie Fragen, Anliegen oder Hinweise zu unseren Arbeiten haben, wenden Sie sich gerne an uns!

Vielen Dank für Ihr Vertrauen – wir freuen uns, für Sie da zu sein!

Ihr Team der Stiftung St. Jakob

Ihr Kontakt vor Ort:
Iwan Meyer
Hauswart
hauswart@st-jakob.ch
079 489 23 07

Stiftung St. Jakob
Vaubanstrasse 20
8003 Zürich

Zürich, 03.10.25

Kundeninformation

Geschätzte Partnerinnen und Partner der Stiftung St. Jakob

Seit mehreren Tagen haben wir wiederholt IT-Probleme, die unsere Systeme stark belasten. Dadurch kam es in den letzten Tagen zu Verzögerungen und Fehlern bei der Auftragsabwicklung und in den Lieferketten. Unsere IT-Spezialisten arbeiten intensiv an der Stabilisierung der Prozesse. Für die entstandenen Unannehmlichkeiten entschuldigen wir uns herzlich.

Ihre Partnerschaft und unser Qualitätsanspruch stehen im Zentrum unseres Handelns. Darum ist es uns ein grosses Anliegen, Ihnen unsere gewusste Verlässlichkeit schnellstmöglich zurückzugeben.

Danke für Ihr Vertrauen und Ihr Verständnis.

Herzliche Grüsse

Matthäus Walzthöny
Geschäftsführer

Matthäus Walzthöny
Geschäftsführer Stiftung St. Jakob
044 295 93 64

Stiftung St. Jakob
Vaubanstrasse 20
8003 Zürich

Zürich, 21.01.25

Ihr neuer Ansprechpartner für das Schafroth-Lebkuchensortiment

Geschätzte Kund:innen

Wir von der Stiftung St. Jakob freuen uns sehr darauf, im Frühjahr 2025 die Produktion, den Verkauf und die Distribution des Schafroth-Lebkuchensortiments zu übernehmen. Es ist uns eine Ehre, das traditionsreiche Sortiment weiterzuführen und die kommenden Erfolge dieser seit über einem Jahrhundert bestehenden Erfolgsgeschichte zu gestalten. Auch wir stehen für hohe Qualitätsstandards und zudem für soziale Verantwortung: Als gemeinnützige Stiftung beschäftigen wir Menschen mit Beeinträchtigungen und fördern ihre berufliche Integration.

Mit Engagement und Leidenschaft werden wir die traditionsreichen Produkte – Honiglebkuchen, Biber und Haselnusslebkuchen – in der gewohnten Qualität und nach den bewährten Rezepturen der Schafroth Biscuits AG herstellen. Ab sofort stehen wir Ihnen als neue Ansprechpartner zur Verfügung. Unser Bereichsleiter Verkauf Marco Ziegler und sein Team freuen sich, Sie persönlich kennenzulernen und zu beraten.

Für Ihr Vertrauen und Ihre lebhafte Treue zur Marke Schafroth danken wir Ihnen und freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zusammenarbeit. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass die beliebtesten Schafroth-Lebkuchen auch in Zukunft ein Genuss bleiben.

Herzliche Grüsse

Matthäus Walzthöny
Geschäftsführer Stiftung St. Jakob
044 295 93 64

Heinz Baumann
Leiter Lebensmittelmanufaktur, dtv. Geschäftsleiter
044 295 93 14

Stiftung St. Jakob

FÜR DEN PARKTIKUMSBETRIEB.

Lieber Praktikumsbetrieb

Vielen Dank, dass Sie offen sind, Lernende der Stiftung St. Jakob auf dem Weg in den ersten Arbeitsmarkt zu unterstützen. Gerne zeigen wir Ihnen auf, welche Rahmenbedingungen ein Ausnahmestellen hat und wie Sie unsere Lernenden am besten begleiten.

Lernende der Stiftung St. Jakob absolvieren eine PA, EBA oder EFZ-Ausbildung. Da die Lernenden einen geschützten Rahmen während der Ausbildung benötigen, werden sie von der SVA unterstützt. Ursachen für dieses Bedürfnis sind unter anderem ADHS, Dyskalkulie, Entwicklungsverzögerung etc. Die Stiftung St. Jakob bietet diesen passenden Rahmen und bildet die Jugendlichen aus, damit sie nach dem beschriebenen Qualifikationsverfahren in ersten Arbeitsmarkt Fuss fassen können.

Von der SVA Zürich wird vorausgesetzt, dass während der Ausbildung im geschützten Rahmen die Lernenden mindestens ein verlässliches Ausnahmestellen in einem Betrieb im ersten Arbeitsmarkt absolvieren müssen. Ziel ist die frühzeitige Beurteilung, ob eine Anstellung nach der unterstützten Ausbildung im ersten Arbeitsmarkt möglich ist oder ob Anspruch auf eine IV-Rente besteht.

Aufgaben Praktikumsbetriebs

- Ziel des Ausnahmestellens ist es, dass die Lernenden realistische Erfahrungen im ersten Arbeitsmarkt in ihrem Berufsfeld sammeln können.
- Am Schluss des Ausnahmestellens muss ein Beurteilungsfeld ausgefüllt und mit der lernenden Person und der Jakoboch besprochen werden.

Administration

- Keine Lohnkosten für den Praktikumsbetrieb.
- Die lernende Person ist weiterhin gegen Betriebs- & Nichtberufshaftung über die Stiftung St. Jakob versichert.
- Bei vermehrten Krankheitslagen Kontakt mit dem Jakoboch aufnehmen.
- Für Verpflegung und den Arbeitsweg kommt der/die Lernende selber auf.

Umgang mit Lernenden im geschützten Rahmen

Qualität und Vertrauen helfen, um mit den Lernenden erfolgreich zu arbeiten. Wenn Dinge nicht „normal“ laufen, müssen Sie die lernenden Personen erklären, wie es sein möchte. Seien Sie aufmerksam und achtsam, holen Sie wenn nötig Hilfe bei uns, wir sind für Sie da. Meistens haben unsere Lernenden eine psychische Beeinträchtigung, die mehr oder weniger sichtbar ist. Geben Sie mit gutem Menschenverstand damit um. Wir sind uns sicher, dass unsere Lernenden frischen Wind in Ihr Team bringen und viele kleine Erfolge gemeinsam erreicht werden können.

Kontaktperson

Fabian Brunk, Jakoboch
044 295 91 03 | fabian.brunk@st-jakob.ch

Stiftung St. Jakob

PRESEMITTEILUNG

Ein neues Zuhause für Genuss und Integration – Eröffnung der Stiftung St. Jakob Beck & Kaff Filiale in Wollholzen

Zürich, 19. Februar 2025

Die Stiftung St. Jakob freut sich, ihre Expansion fortzusetzen: Am 8. und 9. März eröffnet die siebte Filiale an der Stadthaus 2 in 8038 Wollholzen. Mit dieser Neuanstellung schafft die Stiftung weitere Arbeits- und Ausbildungsplätze für Menschen mit Beeinträchtigungen und bringt ihre handgefertigten Spezialitäten in einen neuen Zürcher Stadtteil.

Seit über 120 Jahren bietet die Stiftung St. Jakob berufliche Chancen und fördert Gemeinschaft und Zusammenhalt. In ihren vielfältigen Arbeitsbereichen – von Gastronomie, Dienstleistungen, Fleckerei und Schneiderei bis zu Digitalisierung, Elektronik und Gebäude- & Gartenpflege – setzen sie sich dafür ein, Menschen mit Beeinträchtigungen eine sinnstiftende Tätigkeit und langfristige Perspektiven zu ermöglichen.

Die Produkte der Stiftung St. Jakob stehen für Qualität, Regionalität und soziales Engagement. In Wollholzen erwartet die Gäste ein abwechslungsreiches Sortiment: von frisch gebackenem Brot und knusprigen Giffler über feine Pfannkuchen, verführerische Schokolade, edle Pralinen & Trüffles bis hin zu herhaften Sandwiches und frischen Bowls. Dazu eine Auswahl an hochwertigen Kaffeespezialitäten – perfekt für eine kleine Auszeit. Ob für ein gemütliches Frühstück, eine entspannte Mittagspause oder einen grossartigen Nachmittagskaffee – das Beck & Kaff Wollholzen bietet eine Wohlfühlumgebung für jede Gelegenheit.

Die Stiftung St. Jakob lädt herzlich zur feierlichen Eröffnung am 08. und 09. März ein und freut sich auf zahlreiche Besucherinnen und Besucher!

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Stiftung St. Jakob
Elia Am
Vaubanstrasse 20
8003 Zürich
Telefon: 044 295 91 10
E-Mail: elia.am@st-jakob.ch

PLAKATE

Plakate sind ein zentrales Kommunikationsmittel der Stiftung St. Jakob. Sie schaffen Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum, transportieren Haltung und verdichten Inhalte auf eine prägnante, visuell starke Botschaft. In der Markenkommunikation dienen sie dazu, Werte sichtbar zu machen und Emotionen zu wecken.

EMPLOYER-BRAND-KAMPAGNE

Im Employer Branding zeigen Plakate die Stiftung St. Jakob als vielfältige, faire und zukunftsorientierte Arbeitgeberin. Im Mittelpunkt stehen Mitarbeitende und Lernende, die mit kurzen persönlichen Aussagen Einblicke in ihre Tätigkeiten und ihre Motivation geben. Die Kampagne vermittelt Authentizität und stellt den Menschen mit seinen Fähigkeiten und Perspektiven ins Zentrum.

GESTALTUNGSAUFBAU

Der Aufbau der Plakate folgt einem klaren, wiedererkennbaren Prinzip. Eine prägnante Leitbotschaft ist prominent platziert und definiert die Hauptaussage. Das Logo der Stiftung St. Jakob ist gut sichtbar integriert und sichert die eindeutige Absenderkennzeichnung.

Grosszügige gelbe Flächen und charakteristische runde Formen strukturieren das Layout und verleihen dem Plakat eine starke visuelle Präsenz. Porträtfotografien werden gezielt eingesetzt und durch kurze Textaussagen ergänzt. Eine knappe Zusatzbotschaft vertieft den Inhalt, während Call-to-Actions, etwa in Form von QR-Codes, auf weiterführende Informationen wie Jobs oder Ausbildungsangebote verweisen.

Der konsistente Gestaltungsaufbau sorgt für hohe Wiedererkennbarkeit und stärkt die Arbeitgebermarke der Stiftung St. Jakob über alle Anwendungen hinweg.

STIFTUNG ST. JAKOB 

**MEHR ALS EINE
ARBEITGEBERIN.
EIN ORT FÜR
PERSPEKTIVEN.**

Ob Ausbildung, Arbeit oder Integration
– bei uns steht der Mensch und seine
Fähigkeiten im Zentrum.

**FAIR. VIELFÄLTIG.
ZUKUNTSORIENTIERT.**



Jobs



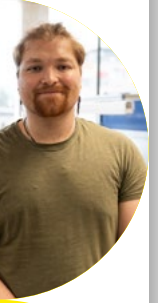
Ausbildungs-
programme



Mitarbeitende



Fathi
aus dem
Detail-
handel
lernt mit
Leidenschaft.



Marc
aus der
Elektronik
arbeitet am
liebsten
ganz genau.



Christina
aus der
Flechterei
flechtet mit
Feingefühl.

OUT OF HOME

Die Employer-Brand-Kampagne wurde zusätzlich im Out-of-Home-Format umgesetzt und gezielt für den öffentlichen Raum konzipiert. In grossformatiger Platzierung war sie an stark frequentierten Standorten im Stadtgebiet sichtbar und sorgte für hohe Reichweite und Aufmerksamkeit.

STIFTUNG ST. JAKOB 

MEHR ALS EINE ARBEITGEBERIN. EIN ORT FÜR PERSPEKTIVEN.

Ob Ausbildung, Arbeit oder Integration – bei uns steht der Mensch und seine Fähigkeiten im Zentrum.

**FAIR. VIELFÄLTIG.
ZUKUNFTSORIENTIERT.**



Jobs



Ausbildungs-
programme



Mitarbeitende



Fathi
aus dem
Detail-
handel
lernt mit
Leidenschaft.



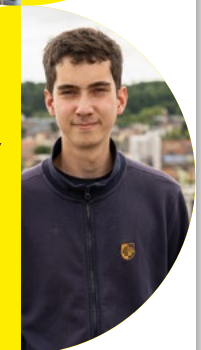
Christina
aus der
Flechtere
flechtet mit
Feingefühl.



Marc
aus der
Elektronik
arbeitet am
liebsten ganz
genau.



Liam aus
dem Facility
Services
& Garten-
unterhalt
kümmert sich
mit Hingabe.



HUUSZIITIG

Die Hauszeitung der Stiftung St. Jakob erscheint einmal jährlich zum Jahresende. Sie bietet einen umfassenden Rückblick auf das vergangene Jahr und macht die wichtigsten Highlights, Projekte, Entwicklungen und Begegnungen sichtbar. Im Fokus stehen Menschen, Leistungen und gemeinsame Erfolge – aus den Bereichen Arbeit, Ausbildung, Integration und gesellschaftliches Engagement.

Als zentrales internes und externes Kommunikationsmittel verdichtet die Hauszeitung das Jahresgeschehen zu einer kuratierten Auswahl redaktioneller Beiträge. Sie stärkt Identifikation, schafft Transparenz und vermittelt die Haltung und Werte der Stiftung St. Jakob in einer erzählerischen, wertschätzenden Form.

GESTALTUNGSPRINZIP

Die Hauszeitung wird im Format DIN A3 produziert und folgt einem klar definierten Rasteraufbau, der für Struktur, Orientierung und hohe Lesbarkeit sorgt. Unterschiedliche Seitentypen, etwa Titel-, Übersichts-, Themen- oder Bilderseiten, sind klar erkennbar, bleiben jedoch durch das einheitliche Layoutsystem visuell verbunden.

Grosszügige Typografie strukturiert die Inhalte und setzt in Überschriften starke Akzente. Bilder werden gezielt eingesetzt, um Themen zu emotionalisieren und Einblicke in den Arbeitsalltag, Veranstaltungen und Projekte zu geben. Gelbe Flächen und markentypische grafische Elemente dienen als Hervorhebungen, Gliederungselemente oder visuelle Anker im Layout.

Der konsistente Einsatz von Raster, Typografie, Farbe und Bildsprache gewährleistet eine klare Wiedererkennbarkeit über alle Seiten hinweg. Gleichzeitig erlaubt das System genügend Flexibilität, um unterschiedliche Inhalte abwechslungsreich und lebendig darzustellen.

UNSER JAHR 2025.

MIT HERZ UND LEIDENSCHAFT.

HUUS ZIITIG



UNSERE HÖHEPUNKTE, PROJEKTE & MOMENTE.

2025 war für die Stiftung St. Jakob ein Jahr voller Bewegung, Begegnungen und gemeinsamer Erfolge. Wir haben neue Wege eingeschlagen, bestehende Angebote weiterentwickelt und mutige Schritte gewagt, immer mit dem Ziel, Menschen zu stärken, Chancen zu schaffen und Qualität erlebbar zu machen.

Ob gelebte Inklusion am Zurich Film Festival, neue Ausbildungen für unsere Lernenden, die Übernahme traditionsreicher Backkunst oder der Aufbau ganzer Produktionslinien: Überall wurde sichtbar, wie viel entsteht, wenn Engagement, Fachwissen und Herz zusammenkommen. Unsere Teams haben neue Standorte eröffnet, Sortimente neu gedacht, nachhaltige Lösungen umgesetzt und grosse Events realisiert,

vom Tag der offenen Tür bis zum Viaduktfascht. In der Zusammenarbeit mit Partnern wie ZURIGA, Schafroth oder der Stadt Zürich konnten wir zeigen, wie soziale Verantwortung und professionelle Leistung Hand in Hand gehen.

Gleichzeitig war 2025 ein Jahr des Lernens: mit neuen Schulungsreihen, Weiterbildungen, agogischen Lehrgängen und vielen Momenten, in denen wir gemeinsam gewachsen sind. Diese Huus Ziitig fasst all das zusammen, die grossen Highlights und die stillen Erfolge im Hintergrund. Sie zeigt, was uns bewegt hat, was wir bewegt haben und wie wir Zukunft gestalten: gemeinsam, engagiert und mit viel Freude an unserer Arbeit.

8. DIGITAL.

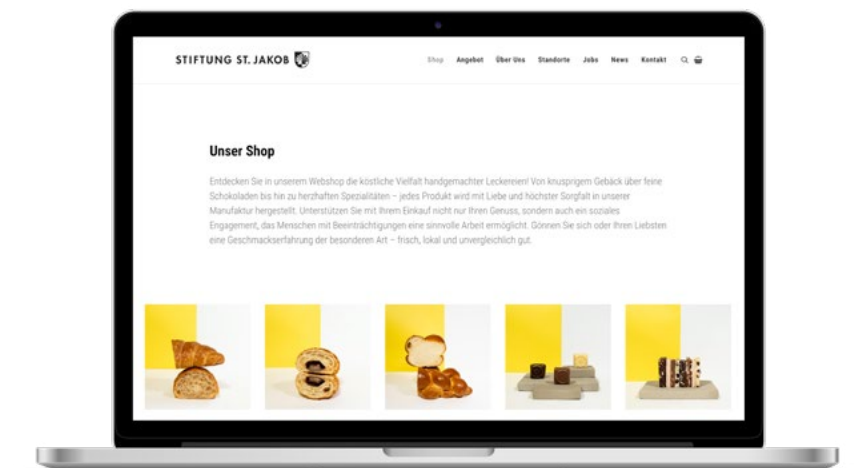
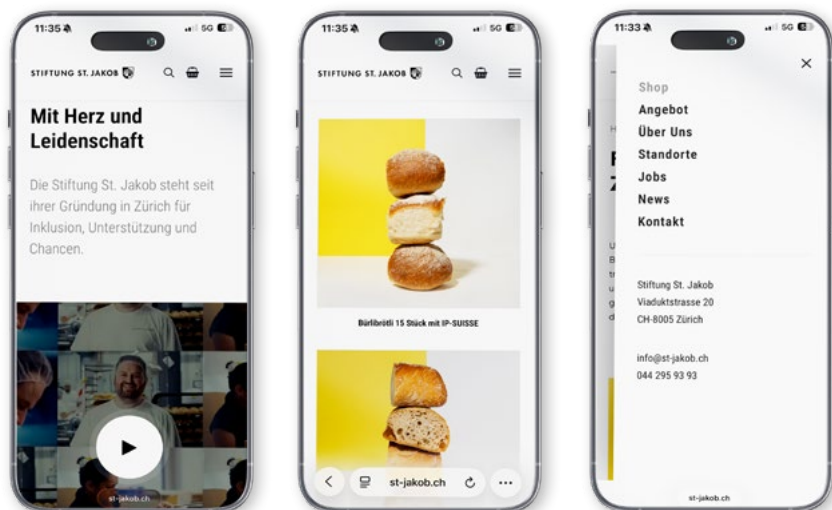
BARRIEREFREI, NUTZERZENTRIERT UND PERFORMANCEORIENTIERT

Für die Stiftung St. Jakob wurde ein kompletter Relaunch der Website sowie des integrierten Webshops umgesetzt. Ziel war es, eine moderne, benutzerfreundliche und barrierefreie Plattform zu schaffen, die den hohen Ansprüchen einer sozialen Institution ebenso gerecht wird wie den funktionalen Anforderungen an einen performanten Online-Shop.

Bereits im ersten Monat nach dem Launch konnte durch gezielte Performance-Massnahmen und ein datengetriebenes Vorgehen der monatliche Umsatz des Webshops um das Fünffache gesteigert werden.

RESPONSIVES WEBDESIGN

Um eine optimale Darstellung und Benutzerfreundlichkeit zu gewährleisten, wurde eine klare Gestaltung entwickelt, welche auf jedem Gerät funktioniert – sowohl als Desktop Version als auch auf dem Smartphone.

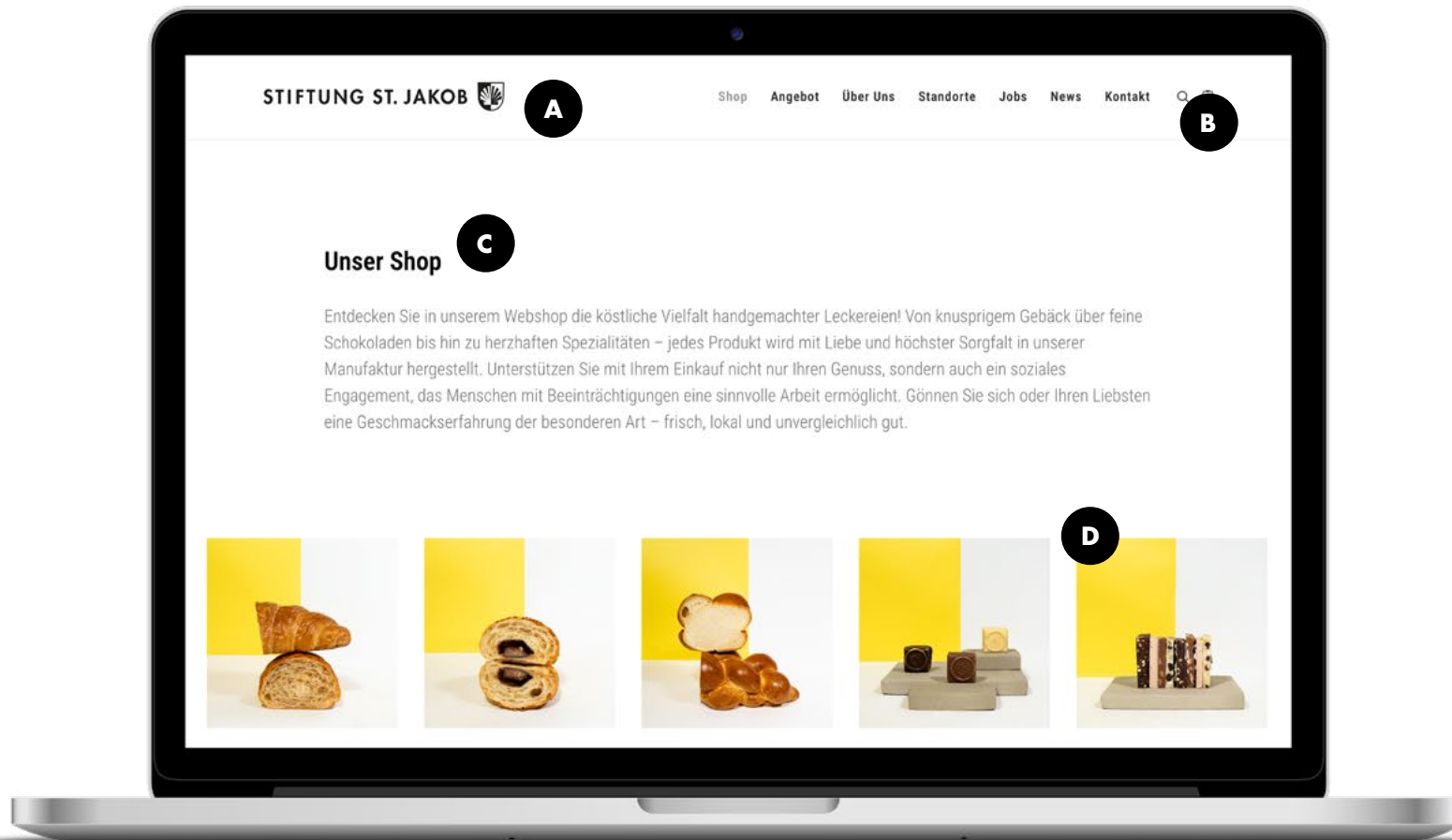


KLARER AUFBAU & BARRIEREFREIE GESTALTUNG

Von Beginn an wurde grosser Wert auf eine klare, übersichtliche Struktur gelegt: Informationen sollten schnell auffindbar, Inhalte leicht konsumierbar und die Navigation intuitiv bedienbar sein, auch für Menschen mit Seh- oder kognitiven Einschränkungen. Dafür wurden u. a. Kontraste optimiert, Schriftgrössen angepasst und Navigationspfade vereinfacht.

STRUKTUR

- A:** Logo Platzierung
- B:** Benutzerfreundliches Website-Menu
- C:** Kurze Headline und Lauftext
- D:** Fotos



TECHNISCHE UMSETZUNG & TRACKING-STRUKTUR

Zur präzisen Analyse des Nutzerverhaltens wurde ein durchdachtes Tracking-Setup realisiert:

- Google Analytics & Google Tag Manager inkl. vollständigem Enhanced E-Commerce Tracking
- Implementierung eines strukturierten DataLayers
- Tracking relevanter Events wie `view_item_list`, `add_to_cart`, `checkout`, `purchase` etc.
- Integration der Google Search Console für organische Performance-Analysen
- Nutzung des Meta Pixels via GTM zur kanalübergreifenden Analyse

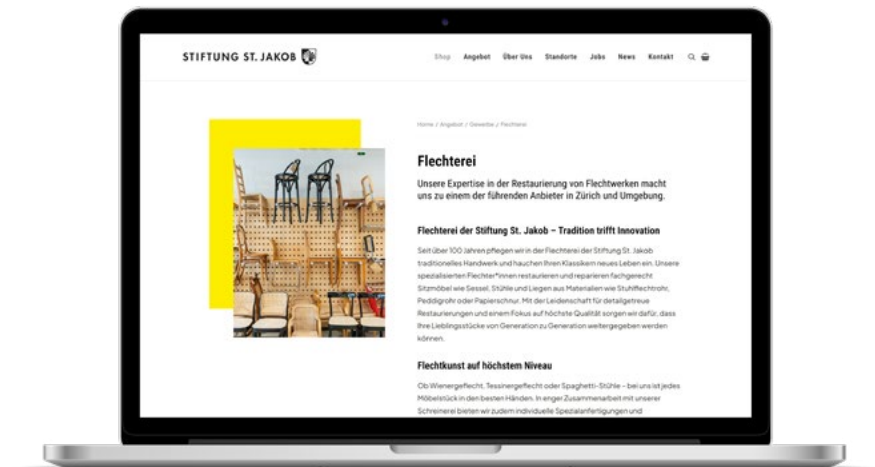
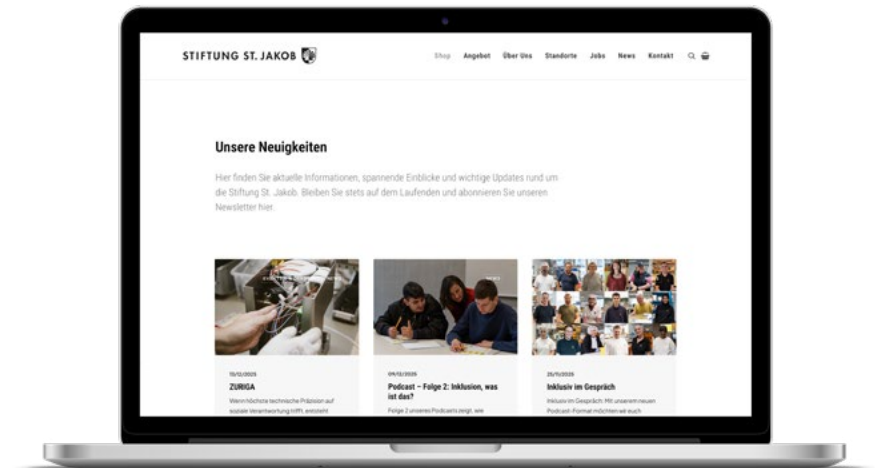
CONSENT & DATENSCHUTZ-MANAGEMENT

Für ein DSGVO-konformes Cookie-Management kam das Plugin Usercentrics Cookiebot CMP zum Einsatz. Dieses ermöglicht u. a.:

- Automatisches Cookie-Blocking bis zur Zustimmung
- Regelmässiges Cookie-Scanning
- Individuell wählbare Consent-Gruppen für Marketing-Cookies
- Nahtlose GTM- und Consent-Mode-Integration

SEO- & SICHERHEITSSTANDARDS

Selbstverständlich wurden auch alle grundlegenden SEO- und Sicherheitsanforderungen berücksichtigt: SSL-Verschlüsselung, strukturierte Meta-Tags, Canonical-Tags, XML-Sitemap, Weiterleitungen sowie eine benutzerdefinierte 404-Seite wurden implementiert.



SOCIAL MEDIA

Social Media dient der Stiftung St. Jakob als direkter, nahbarer Kommunikationskanal. Inhalte werden authentisch, aktuell und dialogorientiert vermittelt. Im Fokus stehen Menschen, Einblicke und gelebte Werte.

INSTAGRAM

Der Instagram-Auftritt der Stiftung St. Jakob porträtiert Mitarbeitende und Lernende und gibt Einblicke in das tägliche Geschehen in Filialen, Werkstätten und Projekten. Authentische Bilder und kurze Texte zeigen Arbeitsprozesse, Begegnungen und besondere Momente aus dem Alltag. So entsteht ein persönliches, glaubwürdiges Bild der Stiftung und ihrer vielfältigen Tätigkeiten.



BEISPIEL INSTAGRAM POST



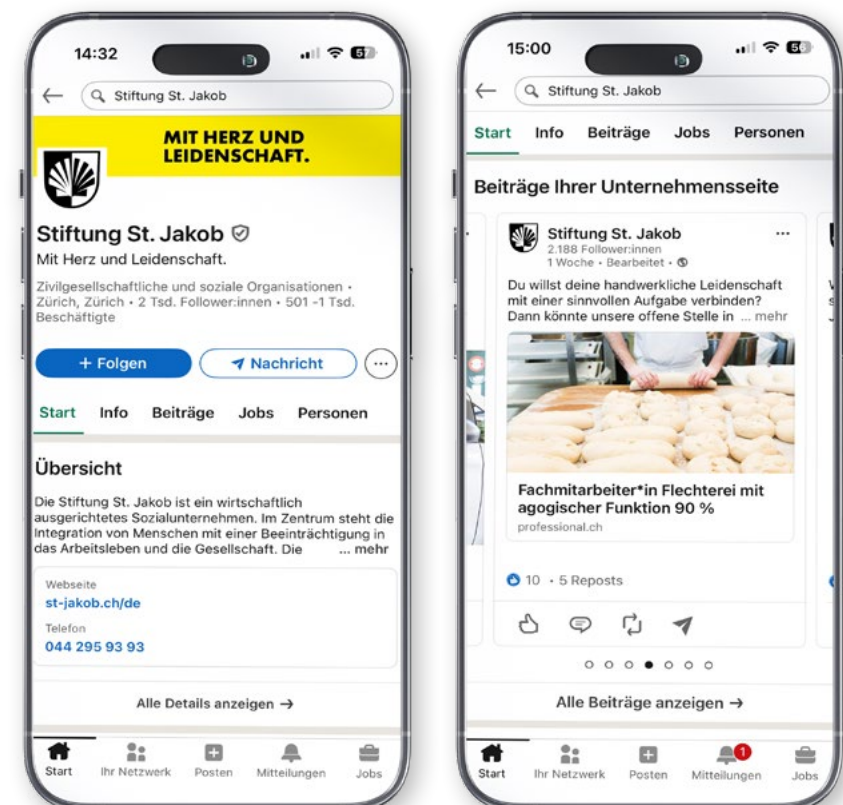
FACEBOOK

Facebook wird von der Stiftung St. Jakob für die vertiefte Kommunikation mit einer breiten Öffentlichkeit genutzt. Der Fokus liegt auch hier auf Mitarbeitenden, Projekten und Ereignissen, die im Arbeitsalltag der Stiftung entstehen. Beiträge ermöglichen es, Hintergründe, Erfolge und Einblicke in das tägliche Geschehen verständlich und nahbar zu vermitteln.



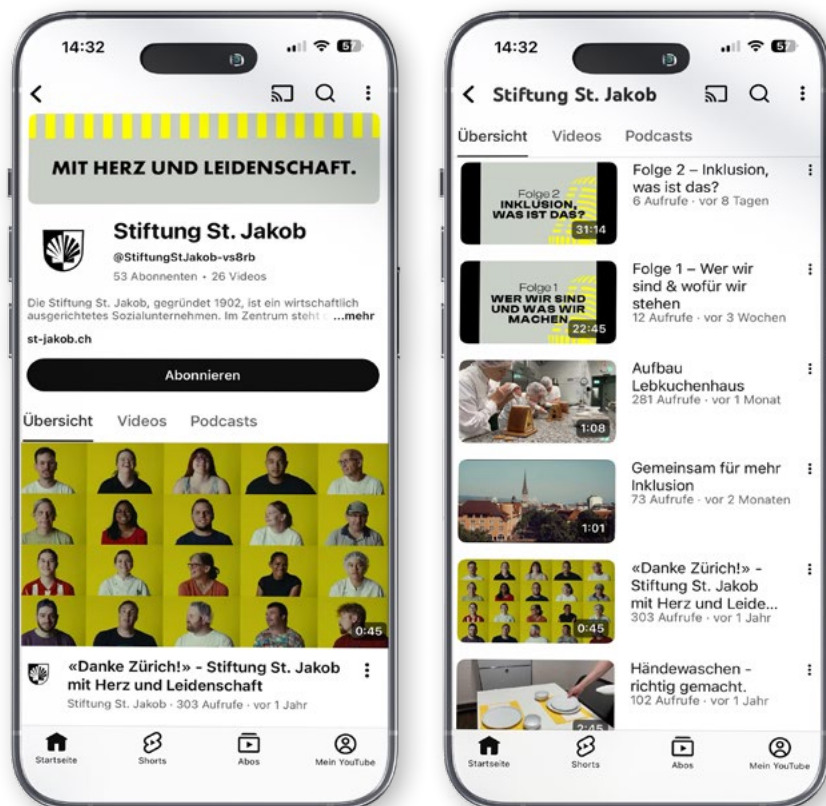
LINKEDIN

LinkedIn dient der Stiftung St. Jakob als professioneller Kommunikationskanal. Im Fokus stehen Mitarbeitende, Fachthemen, Projekte und Entwicklungen rund um Arbeit, Ausbildung und Integration. Inhalte positionieren die Stiftung als engagierte Arbeitgeberin und kompetente Partnerin und geben gleichzeitig Einblicke in den Arbeitsalltag und die gesellschaftliche Wirkung.



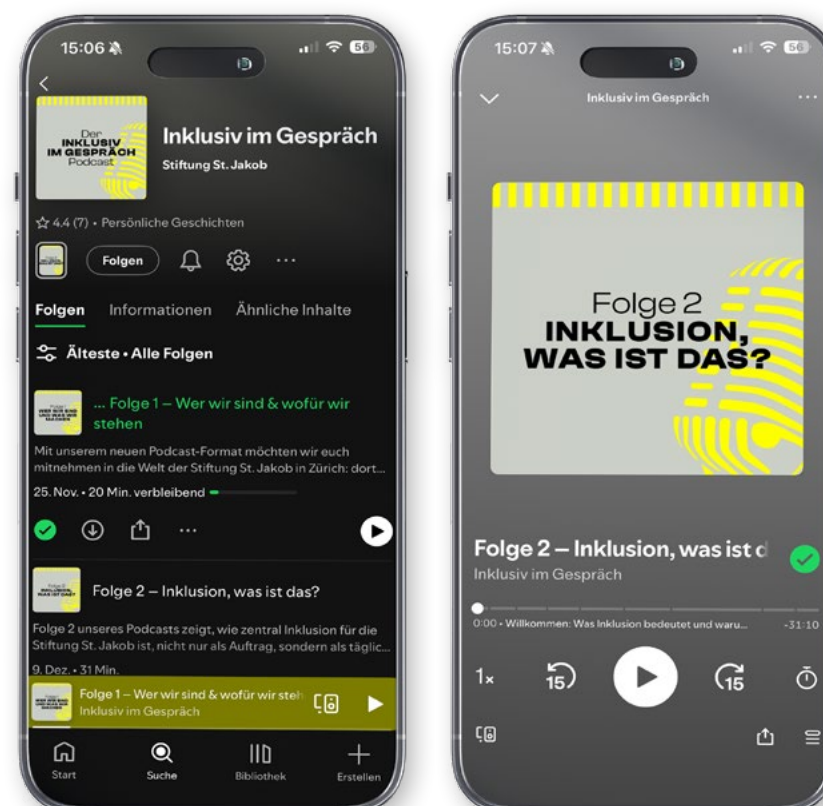
YOUTUBE

YouTube wird von der Stiftung St. Jakob als Kanal für Bewegtbildinhalte genutzt. Videos porträtieren Mitarbeitende und Lernende, zeigen Arbeitsprozesse, Projekte und besondere Momente aus dem Alltag. Durch authentische Einblicke und erzählerische Formate wird die Arbeit der Stiftung erlebbar gemacht und ihre Werte nachhaltig vermittelt.



PODCAST

Die Stiftung St. Jakob öffnet die Türen zu ihren vielfältigen Arbeitsbereichen und erzählt von Menschen, die Integration täglich gestalten. In dem Podcast erfährt man, wie inklusives Arbeiten funktioniert, welche Herausforderungen und Chancen es bietet und warum gemeinsames Wirken unsere Gesellschaft stärkt.



NEWSLETTER

Der wöchentliche Newsletter der Stiftung St. Jakob erscheint jeden Donnerstag und bietet einen kompakten Einblick in die Arbeit, Produkte und saisonale Themen der Stiftung. Er folgt der klaren visuellen Sprache der Marke, nutzt die Corporate Farben und sorgt so für einen konsistenten, wiedererkennbaren Auftritt. Ziel ist es, die Leserschaft regelmässig zu informieren, zu inspirieren und die Verbindung zur Stiftung zu stärken.

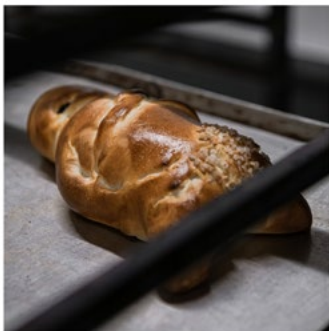
STIFTUNG ST. JAKOB

ADVENTSMOMENTE VOLLER HANDWERK & HERZ.

Diese Highlights erwarten dich diese Woche:

- **Grittbänz:** Entdecke unsere liebevoll gebackenen Grittbänz, kleine Freuden, die Deinen Advent noch gemüthlicher machen.
- **Bilderrahmen:** Auf der Suche nach einem besonderen Geschenk? Unser Bilderrahmen «Frame» bringt natürliche Eleganz unter den Weihnachtsbaum.
- **Stiftung St. Jakob:** Hinter den Kulissen laufen die Werkstätten im Dezember auf Hochtouren, damit Du zu Weihnachten echte Handwerksfreude verschenken kannst.
- **Wichtel:** Ein kleiner Wichtel, grosse Freude: Unsere feinen Grand-Cru-Schoggwichtel sind perfekte Mitbringsel für die Festtage.

Bis bald in einer unserer Beck & Kafi Filialen! 🍷



GRITTBÄNZ – KLEINE FREUDEN FÜR DIE VORWEIHNACHTSZEIT

Der Dezember wäre nicht dasselbe ohne einen liebevoll gebackenen Grittbänz. Unsere Grittbänz werden mit Sorgfalt, Freude und einem Hauch Weihnachtszauber hergestellt – perfekt für Deinen Zvieri, einen gemüthlichen Moment oder als kleine Aufmerksamkeit für Menschen, die Dir am Herzen liegen.

Grittbänz



EIN GESCHENK, DAS BLEIBT

Bist Du noch auf der Suche nach einem besonderen Weihnachtsgeschenk? Dann entdecke unseren hochwertigen Bilderrahmen «Frame» aus massiver Eiche. Elegant, langlebig und zeitlos, er setzt Deine liebsten Fotos oder Kunstwerke im A4-Format stilvoll in Szene.

Gefertigt in den Werkstätten der Stiftung St. Jakob, gestaltet vom Designstudio Soda Studios, ist jedes Stück ein Sinnbild für hochwertige Handarbeit und schönes, nachhaltiges Schaffen.

Bilderrahmen



DER DEZEMBER – WENN ALLES AUF HOCHTOUREN LÄUFT

Bei uns herrscht im Dezember festliche Betriebsamkeit: In der Backstube wird bis in die frühen Morgenstunden Teig gerührt. In der Schoggi-Manufaktur glitzert geschmolzene Couverture, und in den Werkstätten wird geschliffen, verpackt und finalisiert. Jede und jeder packt noch einmal richtig mit an, damit unsere Weihnachtsprodukte pünktlich, liebevoll verarbeitet und in bester Qualität bei Dir ankommen.

Mit jeder Bestellung schenkst Du nicht nur Freude, Du machst unsere Arbeit möglich. Danke für Dein Vertrauen in dieser besonderen Zeit.

Weihnachtsprodukte



STIFTUNG ST. JAKOB

ADVENTSZAUBER – GENUSS, INSPIRATION & ÜBERRASCHUNGEN.

Diese Highlights erwarten dich diese Woche:

- **Weihnachtssortiment:** Entdecke den Weihnachtszauber, liebevoll hergestellte Leckereien und Geschenkideen, die deine Festtage noch besonderer machen.
- **Podcast Folge 2 – Inklusion:** Tauche in unsere neue Podcast-Folge ein und erfahre, warum Inklusion bei der Stiftung St. Jakob nicht nur ein Auftrag, sondern gelebter Alltag ist.
- **Adventskalender:** Mach mit bei unserem Instagram-Adventskalender und sichere dir täglich die Chance auf besondere Preise aus unserer Stiftung.
- **Cozy Moments:** Geniesse die kalten Tage mit feinen Brunch-Leckereien, perfekt für gemüthliche Stunden zuhause oder im Office.

Bis bald in einer unserer Beck & Kafi Filialen! 🍷



EMAIL BANNER

Die E-Mail-Banner der Stiftung St. Jakob folgen einem klaren Standardlayout, das das ganze Jahr über konsistent eingesetzt wird. Zusätzlich werden sie flexibel an saisonale Kampagnen wie Ostern, Halloween oder Weihnachten sowie an besondere Anlässe wie den Tag der offenen Tür angepasst. Dabei bleibt die visuelle Sprache der Stiftung stets erkennbar durch das Verwenden der Markentypografie.



9. VERPACKUNGEN.

Die Verpackungen von Stiftung St. Jakob – Beck & Kafi sind ein zentraler Träger der Markenidentität. Sie zeichnen sich durch die markante gelbe Primärfarbe und den konsequenten Einsatz des Logos aus. Das Erscheinungsbild ist klar, reduziert und gut wiedererkennbar – sowohl im Verkaufsraum als auch im mobilen Gebrauch.

Grossflächige Anwendungen erlauben eine prägnante Platzierung des Logos, während kleinere Formate auf eine ruhige, gut lesbare Gestaltung setzen. Die Kombination aus Farbe, Typografie und Logo sorgt für eine hohe Wiedererkennbarkeit. Alle Verpackungen folgen dem Prinzip: einfach, hochwertig und konsistent.

TRAGETASCHE

Die Tragetasche ist ein aufmerksamkeitsstarkes Markenelement. Durch die grossflächige gelbe Farbgebung und die prominente Platzierung des Muschel Signets wird eine hohe Sichtbarkeit im öffentlichen Raum erreicht.

BROTSÄCKE

Der Brotsack verbindet Funktionalität mit Markenpräsenz. Die reduzierte Gestaltung mit Wortzeichen und Signet sorgt für eine ruhige, hochwertige Anmutung. Das Design bleibt bewusst zurückhaltend, damit das Produkt im Vordergrund steht und die Marke dennoch klar erkennbar ist.

KAFFEEBECHER

Der Kaffeebecher fungiert als mobiler Markenbotschafter. Es gibt zwei Grössen. Auf der Vorderseite kommt das Logo zum Einsatz und auf der Rückseite ist das Muschel Sujet zusehen.



ETIKETTEN

Die Etiketten von der Stiftung St. Jakob sind funktional, übersichtlich und klar strukturiert. Sie verbinden eine sachliche Informationsvermittlung mit einer eigenständigen, wiedererkennbaren Gestaltung.

Ein modulares Raster sorgt für eine einheitliche Anordnung von Produktname, Kurzcode, Zutaten und Zusatzinformationen. Illustrative Elemente unterstützen die Produkterkennung, ohne die Lesbarkeit zu beeinträchtigen. Die gezielten gelben Akzente schaffen eine visuelle Verbindung zur Marke und gewährleisten Konsistenz über alle Produktkategorien hinweg. Die Etiketten sind so gestaltet, dass sie auf unterschiedlichen Verpackungsformen und -größen flexibel einsetzbar bleiben.

MEBW	STIFTUNG ST. JAKOB
	Mediterrane Bowl Antipasti, Pasta Fregola, Olive
	Mit Herz und Leidenschaft hergestellt in 8005 Zürich

HL	STIFTUNG ST. JAKOB
Hausgemachte Limonade	
ZUTATEN WASSER, ORANGEN, ROHZUCKER, ZITRONEN, ZITRONENGAS, INGWER & SCHWEIZER MINZE	
	
VERKAUFSINFO	
KÜHL LAGERN. NACH DEM ÖFFNEN RASCH KONSUMIEREN. ZU VERBRAUCHEN BIS: SIEHE RÜCKSEITE	
FRISCH ZUBEREITET VON: STIFTUNG ST. JAKOB, VIADUKTSTRASSE 20, 8005 ZÜRICH TEL 044 295 93 93 MAIL: INFO@ST-JAKOB.CH WWW.ST-JAKOB.CH	INHALT 500ml

BRW	STIFTUNG ST. JAKOB
	Birchermüesli Waldbeeren
	Mit Herz und Leidenschaft hergestellt in Zürich



SCHOKOLADEN

Die Schokoladenverpackungen folgen einem klaren, minimalistischen Gestaltungsprinzip. Jede Sorte wird durch einen farbigen Sticker gekennzeichnet, der die jeweilige Kakaosorte oder Geschmacksrichtung sichtbar macht. Unterschiedliche Stickergrößen erlauben eine flexible Anwendung auf verschiedenen Formaten, ohne die visuelle Einheit zu verlieren. So entsteht ein ruhiges, hochwertiges Gesamtbild mit klarer Sortenunterscheidung.

30x30 CM



PRALINÉS

Die Pralinenverpackungen zeichnen sich durch eine hochwertige, ruhige Grundgestaltung aus. Zur Differenzierung der Sorten werden farbige, runde Sticker eingesetzt, die jeweils einer Geschmacksrichtung zugeordnet sind. Die Farbigkeit ermöglicht eine schnelle Orientierung, während die reduzierte Typografie die Eleganz und Handwerksqualität der Pralinen unterstreicht.

40x40 CM



50x50 CM



10. DIVERSES.

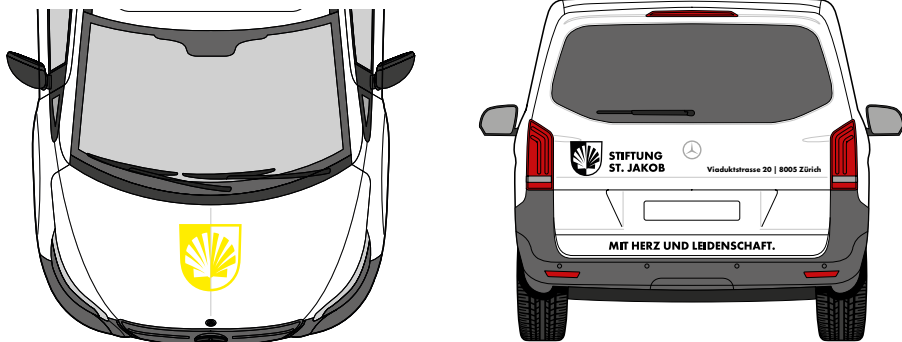
Beschriftungen der Stiftung St. Jakob sind klar, zurückhaltend und funktional gestaltet. Sie basieren auf einer reduzierten Typografie, eindeutigen Hierarchien und einem sparsamen Einsatz von Farbe. Logo, Wortmarke und Leitsatz werden stets gut lesbar und in definierten Proportionen eingesetzt, um einen konsistenten Markenauftritt über alle Anwendungen hinweg zu gewährleisten.

FAHRZEUGBESCHRIFTUNG

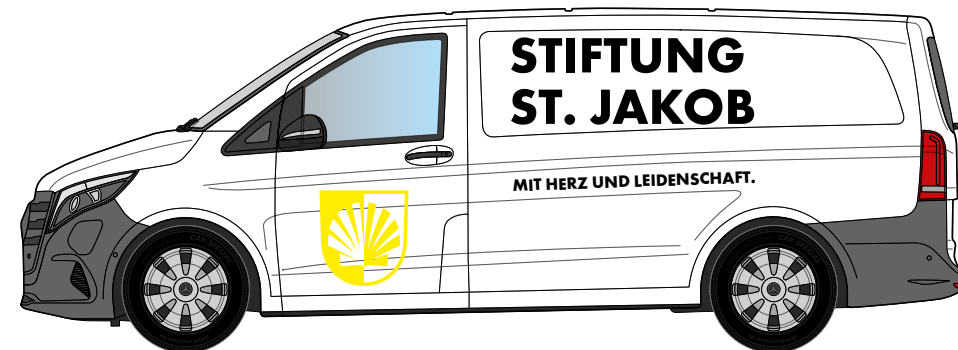
Die Fahrzeugbeschriftung ist bewusst schlicht und gut sichtbar ausgeführt. Logo, Wortmarke und Leitsatz werden klar positioniert und unterstützen eine schnelle Identifikation im Strassenbild. Die reduzierte Gestaltung stellt Lesbarkeit, Wiedererkennbarkeit und einen professionellen Auftritt in den Vordergrund.

Massstab 1:30

FRONT UND HECK



FAHRERSEITE



BEIFAHRERSEITE



BEKLEIDUNG

Die Arbeitskleidung folgt dem gleichen klaren Gestaltungsprinzip wie alle weiteren Anwendungen. Logo oder Wortmarke werden dezent platziert, ergänzt durch den Leitsatz auf der Rückseite. Unterschiedliche Farbvarianten ermöglichen eine Zuordnung der einzelnen Abteilungen, während die Gestaltung stets einheitlich und markenkonform bleibt.

VORDERSEITE LOGO

STIFTUNG ST. JAKOB 

RÜCKSEITESEITE SCHRIFTZUG

**MIT HERZ UND
LEIDENSCHAFT.**



11. BILDSCHIRMAUFTRITT.

Bildschirme und externe Präsentationen unterstützen die verständliche Vermittlung von Informationen der Stiftung St. Jakob. Inhalte werden klar gegliedert, gut lesbar und zielgruppengerecht aufbereitet. Die Gestaltung bleibt bewusst ruhig und klar und unterstützt eine wertschätzende Kommunikation und stellt den Inhalt in den Vordergrund. Die Form folgt der Funktion.

BILDSCHIRME

Der interne Bildschirmauftritt der Stiftung St. Jakob dient der klaren und übersichtlichen Informationsvermittlung. Inhalte wie Termine, Aktivitäten oder Menüpläne werden strukturiert, gut lesbar und visuell ruhig dargestellt. Die charakteristische gelbe Farbe, klare Typografie und illustrative Elemente sorgen für Wiedererkennbarkeit und eine freundliche Ansprache. Die Gestaltung unterstützt eine schnelle Orientierung und gewährleistet einen konsistenten Markenauftritt im internen Umfeld.



MENÜ PLAN

MONTAG, 24. NOVEMBER

Minestrone oder Tagessalat
Tortelloni (Fleisch/Spinat-Ricotta) an
Gemüsesauce

DONNERSTAG, 27. NOVEMBER

Zitronengrassuppe oder Tagessalat
Roclette Burger (Rind oder Vegi) mit
Röstkräutern und TexMex-Gemüse

DIENSTAG, 25. NOVEMBER

Kartoffel Cremesuppe oder Tagessalat
Schweinsrahmschnitzel mit Nudeln und Riebeli
Vegi: Quornschnitzel

FREITAG, 28. NOVEMBER

Pastinaken Cremesuppe oder Tagessalat
Frittierte Crevetten oder Vegi Samosas auf
gebratenem Reis

MITTWOCH, 26. NOVEMBER

Blumenkohl Cremesuppe oder Tagessalat
Truten Piccata mit Spaghetti Napoli
und Broccoli



BETRIEBS SEELSORGE.

Unsere Betriebsseelsorgerin und Ombudsfrau, **Verena Mühlethaler**, steht allen Mitarbeitenden und Fachmitarbeitenden für persönliches und berufliches Anliegen zur Seite.

Tel 044 242 88 72
verena.muehlethaler@reformiert-zuerich.ch



JANUAR.

MI, 07.01.2026	09 – 13 Uhr
DO, 15.01.2026	09 – 13 Uhr
MI, 21.01.2026	13 – 17 Uhr
DO, 29.01.2026	09 – 13 Uhr



YOGATERMINE.

Die Yogalektionen finden jeden Dienstag von **10:30-11:30 Uhr** im **Yogaholics**, Heinrichstr. 267, 8005 Zürich statt.

Wir wünschen allen Teilnehmenden viel Freude.



MÄRZ.

10.03.2026
17.03.2026
24.03.2026
31.03.2026



PRÄSENTATION

Präsentationen der Stiftung St. Jakob folgen der gleichen klaren Gestaltung wie das übrige Erscheinungsbild. Sie setzen auf die Primärfarben Gelb und Schwarz, einen ausgeglichenen Weissraum, konsistente Typografie sowie Icons und Style-Elemente, um Inhalte verständlich, ansprechend und wirkungsvoll zu vermitteln.

Jede Präsentation soll Orientierung schaffen, die Botschaften der Stiftung klar transportieren und die Marke professionell erlebbar machen.

ANGEBOT.

GEWERBE.

Das Gewerbe der Stiftung kombiniert traditionelles Handwerk mit moderner Technologie. Durch Angebote von Schreinerei bis Digitalisierung bleiben alte Fertigkeiten lebendig und zugleich aktuelle Anforderungen erfüllt.

LEBENSMITTELMANFAKTUR.

Die Lebensmittelmanufaktur verbindet Genuss mit sozialem Engagement. Mit frischen Backwaren, Schokolade und Lieferservice entstehen nicht nur hochwertige Produkte, sondern auch Arbeitsplätze für Menschen mit Unterstützungsbedarf.

ARBEIT & AUSBILDUNG.

Wir fördern berufliche Integration und Weiterbildung. Mit Arbeitsagogik, Zivildiensteinsätzen und weiteren Angeboten entstehen Chancen für Karriereentwicklung und soziales Engagement.

12. SCHLUSSWORT.

Das visuelle Erscheinungsbild der Stiftung St. Jakob ist mehr als Gestaltung, es ist ein sichtbarer Ausdruck ihrer sozialen Verantwortung, ihrer Haltung und ihres Engagements für Menschen. Die klare, reduzierte Designsprache schafft Vertrauen, Orientierung und Nähe und unterstützt dabei, die Werte der Stiftung glaubwürdig und verständlich zu vermitteln.

Dieses Design Manual bietet einen verbindlichen Rahmen für einen konsistenten und respektvollen Markenauftritt. Es hilft, Inhalte zugänglich zu machen, Aufmerksamkeit zu schaffen und Botschaften wirkungsvoll zu transportieren, stets mit dem Menschen im Mittelpunkt. Gleichzeitig ermöglicht das flexible Gestaltungssystem, auf unterschiedliche Bedürfnisse und Kontexte einzugehen, ohne die visuelle Identität zu verlieren.

Ein starker, einheitlicher Auftritt macht die Arbeit der Stiftung sichtbar und stärkt ihre Wirkung nach innen und aussen. Er trägt dazu bei, Vertrauen aufzubauen, Gemeinschaft zu fördern und die gesellschaftliche Bedeutung der Stiftung nachhaltig zu unterstreichen. Dieses Manual versteht sich als Orientierung und Unterstützung für alle, die dazu beitragen, die Werte und Ziele der Stiftung St. Jakob tagtäglich sichtbar zu machen.





KONTAKT.

Für weiterführende Erläuterungen, konkrete Anwendungsbeispiele oder Unterstützung bei der Umsetzung stehen Ihnen die verantwortlichen Ansprechpartner jederzeit gerne zur Verfügung.

UNSERE FILIALEN

BECK & KAFI

ALBISRIEDEN	Püntstrasse 12,	8047 Zürich
KANZLEI	Kanzleistrasse 18,	8004 Zürich
MARKTHALLE	Limmatstrasse 231,	8005 Zürich
MÜNSTERHOF	Münsterhof 7,	8001 Zürich
STAUFFACHER	Badenerstrasse 41,	8004 Zürich
VIADUKT	Viaduktstrasse 20,	8005 Zürich
WOLLISHOFEN	Staubstrasse 1,	8038 Wollishofen

DAS CORPORATE DESIGN DER STIFTUNG ST. JAKOB.

Ein Markenauftritt, der Bestand hat.
Reduziert auf das Wesentliche, ohne an Ausdruck zu verlieren. Modern, aber nicht modisch. Klar, aber nicht kalt.

