



STAND 15.05.2018

CORPORATE STYLEGUIDE

INHALT

GRUNDLAGEN

Markenpositionierung	s. 03
Logo	s. 05
Logobühne	s. 07
Farben und Typografie	s. 08
Medienübersicht	s. 09

UMSETZUNGSPRINZIPIEN

Co-Branding	s. 11
Anzeigen	s. 12
Visitenkarten	s. 13
Briefpapier	s. 14
Magazine	s. 15
Broschüren	s. 17
Fahrzeugbeschriftung	s. 19
Signaletik – Aussenbereich	s. 22
Signaletik – Innenbereich	s. 24
Give-Aways	s. 27
Anwendungsbeispiele Klimawelten	s. 28
Infoline und Coaching	s. 29

BadeWelten – Positionierungsstatement

BadeWelten ist der verlässliche, kreative und engagierte Partner, der sich durch umfassende Kompetenzen in Planung, Gestaltung und Umsetzung von Bädern auszeichnet,

weil BadeWelten

- > topaktuelle Kenntnisse des Marktangebots mit fachspezifischem Know-how und planerischer Kreativität verbindet
- > optimal auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Bauherren eingeht
- > mit Leidenschaft gehobene Badkonzepte umsetzt und
- > jeden «Bad-Traum» wahr werden lässt.

Die kommunikative Umsetzung des Positionierungsstatements:

**Von der Inspiration zur Idee
von der Planung zur Vollendung**

Markenclaim

Der Markenclaim bündelt die Kernkompetenz und spiegelt die hochwertige Arbeit von BadeWelten wider. Er ist streng an die Marke BadeWelten gekoppelt.

DIE BADARCHITEKTEN

KlimaWelten – Positionierungsstatement

KlimaWelten ist der verlässliche und engagierte Partner, der sich durch umfassende Kompetenzen in Beratung, Planung und Modernisierung von Gebäuden auszeichnet,

weil KlimaWelten

- > topaktuelle Kenntnisse des Marktangebots mit fundiertem Fachwissen und strategischer Planung verbindet
- > optimal auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Bauherren eingeht
- > mit Sinn fürs Detail das Gebäude ganzheitlich erfasst und
- > weiss, wie sich ein ideales Raumklima mit höchster Energieeffizienz verbinden lässt.

Die kommunikative Umsetzung des Positionierungsstatements:

**Erfolgreiche Modernisierung
dank integraler Planung**

Markenclaim

Der Markenclaim bündelt die Kernkompetenz und spiegelt die hochwertige Arbeit von Klimawelten wider. Er ist streng an die Marke Klimawelten gekoppelt.

DIE GEBÄUDETECHNIKER

Alternativer Claim

DIE ENERGIEBERATER

Standard-Anwendung

Logobühne mit Logo



Freistehend



Standardgrösse 100 mm

Sonder-Anwendung

Freistehend



Anwendung
Claim Energieberater



Anwendung
ohne Claim



Anwendung
ohne Claim

Logobühne mit Logo



Anwendung
Claim Energieberater



Anwendung
ohne Claim



Anwendung
ohne Claim

HINWEIS

Veränderungen der Abstände, Verhältnisse, Schriften und Farben sind nicht zulässig.

Bei kleineren Anwendungen der Mindestgrösse des Logos muss die Qualität hinsichtlich Druckverfahren und Material geprüft werden.

Vergrößerungen des gesamten Logos erfolgen linear. Die Proportionen innerhalb des Logos müssen gleich bleiben.



Mindestgrösse 45 mm
4-farbig mit Claim



Mindestgrösse 35 mm
1-farbig ohne Claim

Sonder-Anwendung: Signaletik + Fahrzeugbeschriftung



Mindestgröße 36 mm
4-farbig mit Claim



Mindestgröße 28 mm
1-farbig ohne Claim



Mindestgröße 36 mm
4-farbig mit Claim



Mindestgröße 28 mm
1-farbig ohne Claim

Logo-Schutzzone



VORLAGEN > Auf Anfrage

HINWEIS

Die Schutzzone definiert den Minimalabstand zu allen grafischen Elementen und gilt für sämtliche BadeWelten und KlimaWelten Logovarianten.

Basis

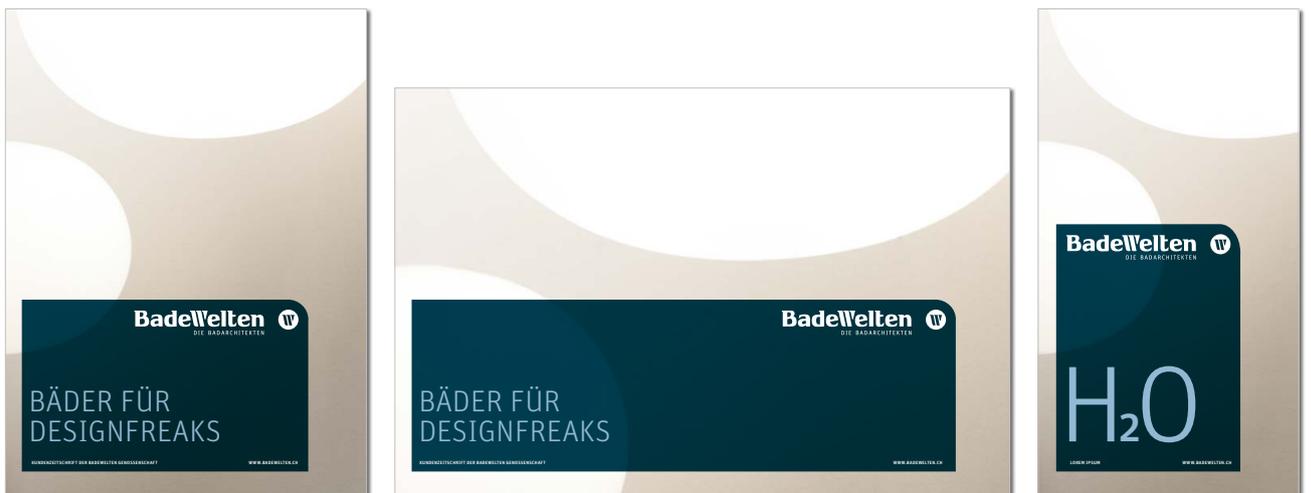


Das Logo wird auf einer sogenannten Logobühne platziert. Die Position und der Abstand zu den Rändern ist fix definiert und darf nicht geändert werden.

HINWEIS

Die Rundung der Ecke der Logobühne ergibt sich aus dem erweiterten Radius des W-Signets.

Modularität



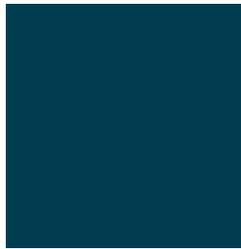
HINWEIS

Je nach Format kann die Grösse der Logobühne angepasst werden. Es gibt sie im Hoch- und Querformat.

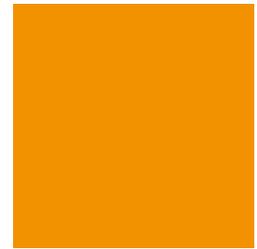
Farben

Primärfarben

OZEAN
Pantone 3035C
CMYK 100/0/15/75
RGB 0/62/83
RAL 230 30 20
NCS S 6030-B
Scotchcal 100-725
AVERY 963



MANGO
Pantone 144
CMYK 0/50/100/0
RGB 242/148/0
RAL 070 70 80
NCS S 1070-Y30R
Scotchcal 100-717
AVERY 938



Sekundärfarben

KRISTALL
Pantone 291C
CMYK 35/5/0/0
RGB 176/216/240
RAL 240 80 20
NCS S 1030-B



MOCCA
Pantone 4695
CMYK 0/90/100/75
RGB 85/25/10
RAL 040 20 10
NCS S 7020-Y70R



Unterstützende Farben

GRAU
Pantone COOL GRAY 8
CMYK 10/10/10/45
RGB 151/152/152
RAL 220 60 05
NCS S 3502-G



Anmerkung: PDF nicht farbverbindlich.

Typografie

Unit Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789 «»+ # % & / @ [\] “ ” ® © • —

Unit Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
0123456789 «»+ # % & / @ [\] “ ” ® © • —

Look + Feel



Look + Feel



Einleitung

Was bedeutet Co-Branding?

Co-Branding ist die systematische Markierung einer Leistung durch mindestens zwei Marken.

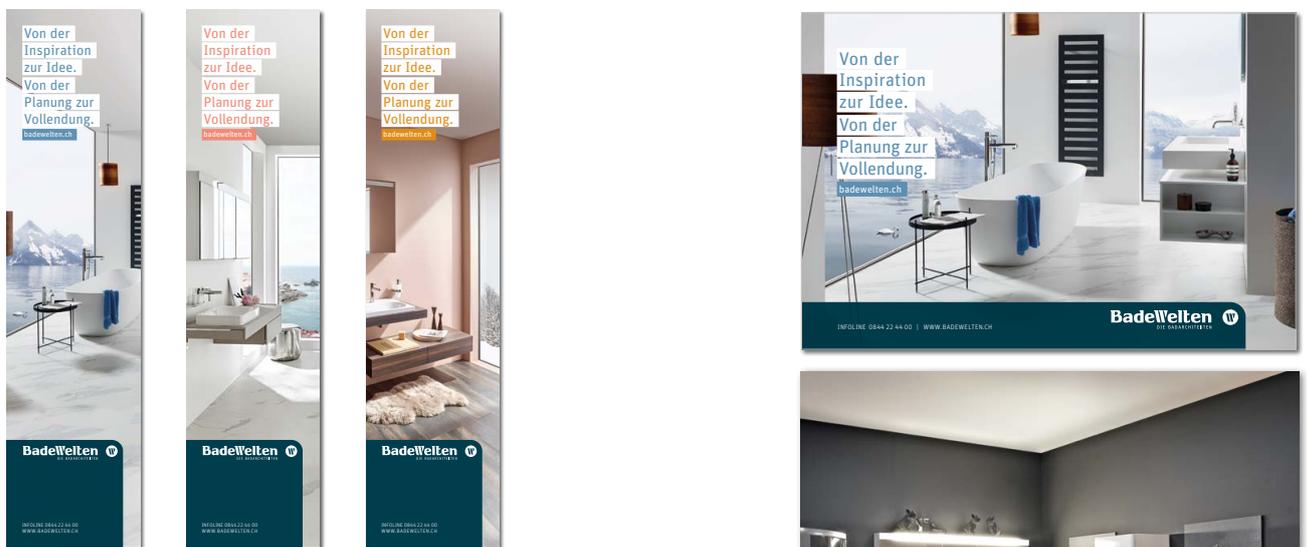
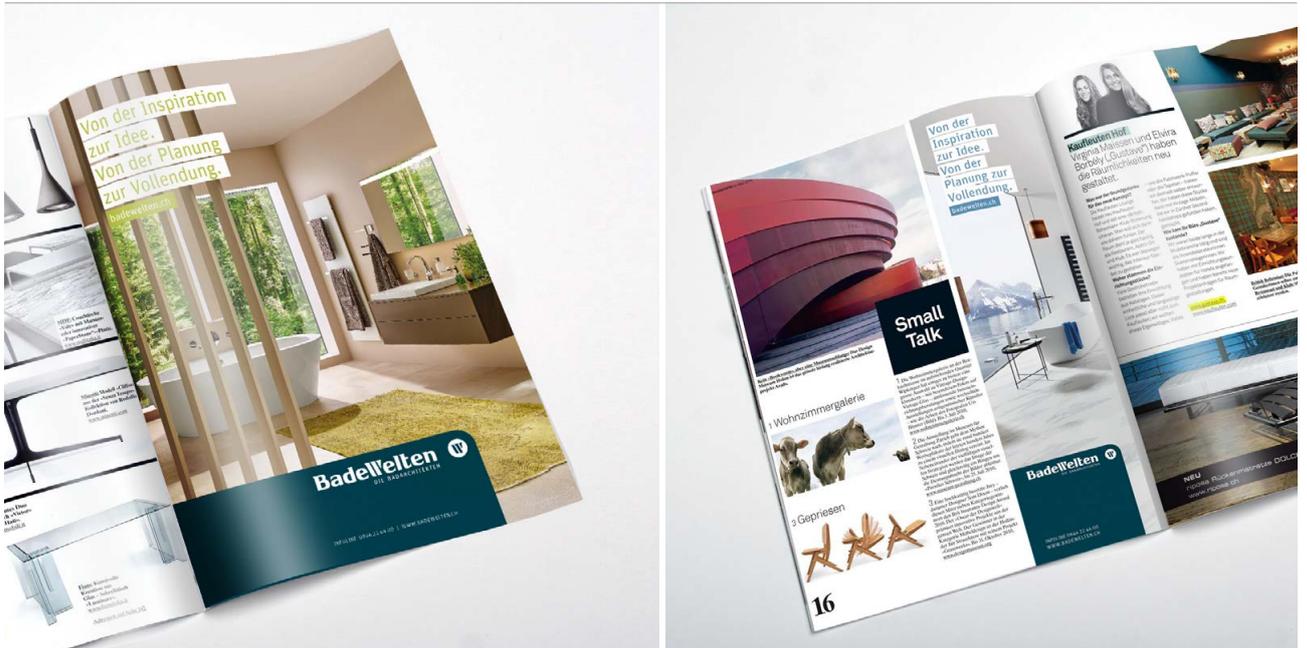
Auf den folgenden Seiten wird aufgezeigt, wie sich das Erscheinungsbild von BadeWelten mit dem Erscheinungsbild des jeweiligen Mitglieds vereinbaren lässt.

Je nach Bedürfnis und Umsetzung erhält die Marke BadeWelten oder die Marke des Mitglieds mehr Gewicht. Wichtig ist dabei beiden Markenauftritten genügend Freiraum zu geben, damit sie nicht miteinander konkurrieren.

Das Corporate Design der Marken BadeWelten und KlimaWelten darf dabei unter keinen Umständen verändert oder beeinträchtigt werden.



Verschiedene Formate



HINWEIS

Es besteht die Möglichkeit des Co-Branding auf Anzeigen. Die Adresse des Mitglieds (auch mehrerer Mitglieder) wird im unteren Bereich platziert. Es ist die Schrift von BadeWelten zu verwenden. Das Logo des Mitglieds darf hier nicht abgebildet werden.

Bei der Umsetzung von Anzeigen im Erscheinungsbild des BadeWelten-Mitglieds mit dem BadeWelten-Logo ist darauf zu achten, dass der Minimalabstand um das Logo eingehalten wird.

Für Anzeigen stehen Vorlagen in unterschiedlichen Formaten zur Verfügung.



VORLAGEN > Auf Anfrage



Hoch- und Querformat

BadeWelten oder KlimaWelten



HINWEIS

Es gibt drei Standard Co-Branding-Formen. Diese sind – je nach vorhandenem Platz oder Bedarf – frei zu wählen:

- >Typ 1. Logobühne mit Logo
- >Typ 2. 1 Freistehendes Logo
- >Typ 3. 2 Freistehende Logos
- >Typ 4. Freistehendes Logo Schwarz

Grundsätzlich sollte die BadeWelten-Identität im unteren Bereich platziert werden. Dabei ist 1/4 der Visitenkarte für das BadeWelten-Logo und 3/4 für den Auftritt des Mitglieds reserviert. So wirken beide Marken gleichwertig und der Betrachter nimmt diese als ausbalancierte Partnerschaft wahr. Zwischen dem BadeWelten-Logo und dem Logo des Mitglieds sollte genügend Abstand berücksichtigt werden. Es gibt Produktionsvorlagen, welche ohne Änderungen zu übernehmen sind.



VORLAGEN >Auf Anfrage

Standardformat A4

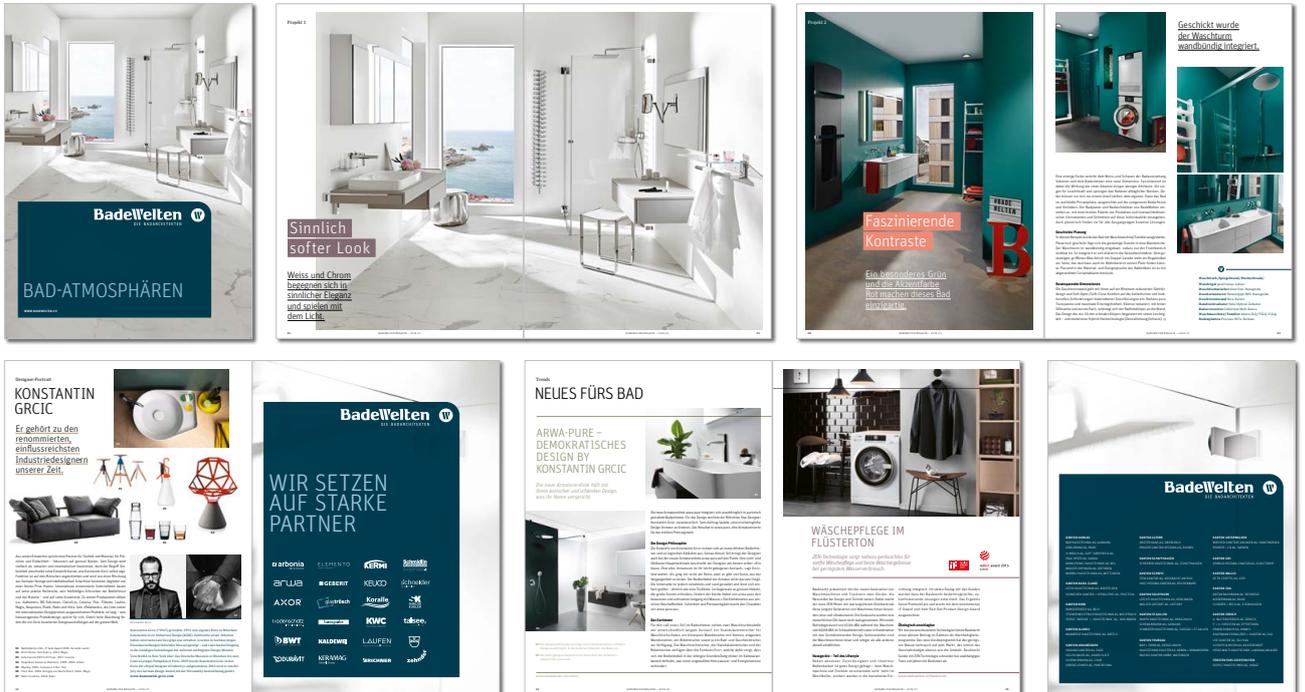


Es gibt zwei mögliche Standard Co-Branding-Formen für einen Briefbogen.
Diese sind je nach Aufbau des bestehenden Briefbogens zu wählen:
>Typ 1. Freistehendes Logo Schwarz.
>Typ 2. Freistehende Logos Farbzig.

VORSCHLAG

Grundsätzlich sollte das BadeWelten- oder KlimaWelten-Logo als freistehendes Logo in Schwarz platziert werden. Bei einer farbigen Anwendung müssen die Logos in ihrer Originalfarbe gedruckt werden (siehe bitte Seite 08). Die Logogrösse sollte optisch an die des Mitglieder-Logos angepasst werden. So wirken beide Marken gleichwertig und der Betrachter nimmt diese als ausbalancierte Partnerschaft wahr. Zwischen dem BadeWelten-Logo und dem Logo des Mitglieds sollte genügend Abstand berücksichtigt werden.

BadeWelten-Magazin



KlimaWelten-Kundenpanorama



Das BadeWelten-Magazin erscheint 2x im Jahr in einer Auflage von 750'000 Exemplaren und trägt massgeblich zur angestrebten Positionierung «Die Badarchitekten» bei. Es stellt Projektbäder und Wirtschaftsräume vor, berichtet über Umbauprojekte und Marktneuheiten und enthält Publiportagen.

Das KlimaWelten -Kundenpanorama erscheint 2x im Jahr in einer Auflage von 380 000 Exemplaren. Es berichtet über aktuelle Themen wie Heiz- und Lüftungssysteme, Solarenergie und Marktneuheiten und enthält auch Publiportagen.

Titel- und Rückseite – Mitglieder



Es gibt die Möglichkeit die Titel- und Rückseite des Magazins für Co-Branding zu nutzen.

- > Titelseite. Weisser Streifen zur Platzierung der Mitglieder-Logos
- > Rückseite. Weisses Feld kann vom Mitglied nach bestimmten Vorgaben gestaltet werden.

HINWEIS

Bevor eine neue Ausgabe der Magazine produziert wird, erhält jedes Mitglied ein Bestellformular. Dort kann jedes Mitglied wählen, wie die Titel- und Rückseite gestaltet werden soll.

Messeinformationen



Es gibt zudem die Möglichkeit auf der Titelseite des Magazins Messinformationen und -logos zu platzieren.

Imagebroschüre



Pflegehinweise



Unterhalt und Wartung



Hindernisfrei Bauen

Die Broschüren wurden von BadeWelten in Zusammenarbeit mit einer Agentur entworfen und umgesetzt. Sie können über die BadeWelten-Geschäftsstelle bezogen werden.

HINWEIS

Es besteht die Möglichkeit des Co-Brandings auf der hinteren Umschlagsseite innen. Dort können die Adresse und das Logo des Mitglieds platziert werden.



Imagebroschüre



Modernisieren



Die Broschüren wurden von BadeWelten in Zusammenarbeit mit einer Agentur entworfen und umgesetzt. Sie können über die BadeWelten-Geschäftsstelle bezogen werden.

HINWEIS

Es besteht die Möglichkeit des Co-Branding auf der hinteren Umschlagsseite innen. Dort können die Adresse und das Logo des Mitglieds platziert werden.



Typologien

Typ 1A



Typ 1B



Typ 2



HINWEIS

Es gibt zwei Standard-Beschriftungen.
Diese sind – je nach vorhandenem Platz oder Bedarf – frei zu wählen:
>Typ 1. Freistehendes Logo
>Typ 2. Logobühne mit Logo

Grundsätzlich sollte 1/3 des Fahrzeugs für das BadeWelten-Logo und 2/3 für den Auftritt des Mitglieds reserviert werden. So wirken beide Marken gleichwertig und der Betrachter nimmt diese als ausbalancierte Partnerschaft wahr. Zwischen dem BadeWelten-Logo und dem Logo des Mitglieds sollte genügend Abstand berücksichtigt werden. Es gibt Produktionsvorlagen, welche ohne Änderungen zu übernehmen sind.



Variabilität

Balkengrösse



HINWEIS

Die Elemente sind in ihrer Grösse nicht fest definiert. Sie können nach Bedarf vergrössert oder verkleinert werden. Einzig die Proportionen müssen respektiert werden.

Die Länge und Höhe der Logobühne sind frei wählbar, je nach Bedarf oder vorhandenem Platz. Die Proportionen müssen unverändert übernommen werden. Die Logobühne lässt sich verlängern und/oder verkürzen, muss aber durchgezogen werden. Bei schwierigen Platzierungen muss die minimale Schutzzone des Logos respektiert werden.

Branding auf farbige Fahrzeuge



HINWEIS

Bei anderen Fahrzeugfarben als Weiss wird auf die blaue Logobühne verzichtet. Hier wird die Logobühne weiss und das Logo Ozean-Blau. Bei Umsetzungen mit freistehendem Logo wird die Logobühne auf weissem Film produziert.

Branding mit BadeWelten und KlimaWelten



HINWEIS

Die Logos BadeWelten und KlimaWelten werden immer auf je einer Fahrzeugseite platziert (Ausnahme Rückseite).

FOLIENREFERENZ



Variabilität

Kleinfahrzeuge



HINWEIS

Bei Kleinfahrzeugen sollte, wenn möglich, 1/3 des Fahrzeuges für das BadeWelten-Logo und 2/3 für die Eigenwerbung reserviert werden.

Die Elemente sind in ihrer Grösse nicht fest definiert. Sie können nach Bedarf verkleinert werden. Einzig die Proportionen müssen respektiert werden.

BadeWelten und KlimaWelten



HINWEIS

Die Logos BadeWelten und KlimaWelten werden immer auf je einer Fahrzeugseite platziert (Ausnahme Rückseite).



Fahnen



Fahnen

Die BadeWelten-Fahne wird wie abgebildet umgesetzt. Die Fahne selbst ist Ozean-Blau und das Logo Weiss. Die Leserichtung des Logos ist von unten nach oben.

Neben der BadeWelten-Fahne kann eine Fahne von KlimaWelten angebracht werden.



VORLAGEN >Auf Anfrage

Schilder



Schilder

Es gibt zwei Standardformen für das Co-Branding.

Diese können frei gewählt werden:

>Typ 1. BadeWelten Logo dominant, Logo des Mitglieds untergeordnet.

>Typ 2. Logo des Mitglieds dominant, Logobühne mit BadeWelten Logo untergeordnet.



VORLAGEN >Auf Anfrage

Leuchtreklame



Leuchtreklame

Als Leuchtreklame kann das W-Signet des Logos zum Einsatz kommen. Sie wird auf Vorder- und Rückseite abgebildet.

Bei Interesse an einer solchen Leuchtreklame wenden Sie sich bitte an die BadeWelten-Geschäftsstelle.

Eingangsschild



Eingangsschild

Das Schild in Form der Logobühne wird als Folie oder aus einem festeren Material realisiert. Es kann alternativ in Ozean-Blau mit weisser Schrift umgesetzt werden. Logoposition und Schriftvorgaben sind einzuhalten.

Schaufenster-Element Folie



Folie

Die Folie kann in Form der Logobühne mit ergänzendem Text im Hochformat oder dezent am unteren Fensterrand angebracht werden. Die Grösse kann je nach vorhandenem Platz variieren.

HINWEIS

Die farbige Folie sollte von innen an die Scheibe angebracht werden. Das Logo ist weiss aufgedruckt.

Schaufenster-Element Cube



Cube

Der Cube eignet sich im Schaufenster oder im Verkaufsraum als Ausstellungs-Element.

HINWEIS

Bei Interesse an einem Cube wenden Sie sich bitte an die Badewelten-Geschäftsstelle.

Stellwand



Stellwand

Für eine Stellwand kann das Messe- bzw. Bildmotiv «Bubbles in water» eingesetzt werden.

Es steht eine Vorlage des Messemotivs auf dem Extranet zur Verfügung.



VORLAGEN > Auf Anfrage

Teppich



Teppich

Teppiche im BadeWelten-Look können rechteckig mit abgerundeter Ecke oder auch rund sein. Sie sind in Ozean-Blau gehalten und mit dem BadeWelten-Logo in Weiss bedruckt.

Display



Display

Das Display besteht aus transparentem Plexiglas und ist oben rechts mit dem BadeWelten-Logo bedruckt. Die obere rechte Ecke ist wie bei der Logobühne abgerundet.

Wandschild



Wandschild

Das Schild wird aus weissem Plexiglas ausgeschnitten und sollte eine minimale Stärke von 10 mm haben, damit es sich genügend von der Wand abhebt.

Quickscreen



Quickscreen

Links ein Beispiel für einen Quickscreen. Hier können Text oder das Messe- bzw. Bildmotiv «Bubbles in water» zum Einsatz kommen.



VORLAGEN >Auf Anfrage

Auswahl

Es gibt verschiedene Möglichkeiten Give-Aways mit dem BadeWelten-Logo zu bedrucken. Diese Seite zeigt einige konkrete Beispiele.

Flaschenetikett

Einige Mineralwasser-Hersteller bieten an, Wasserflaschen mit individuell gestalteten Etiketten zu produzieren



Regenschirm

Die Schirme sind in der Farbe Ozean-Blau gehalten und mit dem weissen Logo bedruckt.



Sackmesser

Für die Sackmesser wird das Logo ohne Claim angewendet und mit dem Ozean-Blau bedruckt.



Tascher

Taschen kommen mit dem Logo als Werbeträger zum Einsatz. Diese können aus Papier oder PET sein.



Sichtmappe

Sichtmappe mit BadeWelten-Logo und abgerundeter Ecke.



Kugelschreiber

Für die Kugelschreiber wird das Logo ohne Claim angewendet und mit dem Ozean-Blau bedruckt.





Die Beispiele auf dieser Seite zeigen, dass alle Umsetzungsprinzipien auch für die Marke KlimaWelten gültig sind.

Signaletik Aussenbereich

Sowohl die Fahnen, die Leuchtreklame, als auch die Schafenster-Folien können ebenso mit dem KlimaWelten-Logo umgesetzt werden.



Teppich

Auch die Kennzeichnung im Innenbereich z.B. der Teppich kann im Design von KlimaWelten realisiert werden.



Fahrzeugbeschriftung

Bei der Fahrzeugbeschriftung gibt es die Möglichkeit das Fahrzeug komplett mit dem Design von KlimaWelten zu gestalten. Oder es wird eine Fahrzeugseite im KlimaWelten- und die andere im BadeWelten-Design beschriftet.

Kontakt

Dieser Styleguide dient in erster Linie der Vermittlung der wesentlichen Grundlagen des BadeWelten und KlimaWelten (inkl. Co-Branding) Auftritts. Bei Detail-Fragen zu Ihrem Co-Branding-Auftritt mit der Marke BadeWelten und KlimaWelten oder zu Produktionsvorgaben wenden Sie sich bitte an:

Auskünfte und Weiterführende Designfragen:

BadeWelten-Geschäftsstelle

Tel +41 71 388 87 89

E-Mail info@badewelten.ch

Produktionsvorlagen, Daten und Best-Practice-Beispiele:

auf Anfrage bei der BadeWelten-Geschäftsstelle.
