

Corporate Design Guidelines

Markengrundlagen und Designprinzipien
für Partner



Was ist neu in 2024? Wir verzichten auf den Einsatz der für Hawa Sliding Solutions typischen blauen Raute. Das Marketing steht bei Rückfragen gerne zur Verfügung.

Das Corporate Design ist visueller Ausdruck unserer Markenpositionierung und unserer führenden Stellung im Markt. Es setzt unseren Anspruch um, unsere Partner zu einer optimalen Raumgestaltung zu inspirieren.

Die folgenden Seiten erklären unsere Markenarchitektur, die Markenstrategie und unsere Kommunikationsebenen. Das Logo der Unternehmensmarke und die verschiedenen Kategorien unserer Bildwelt werden vorgestellt.

1.1

Markenarchitektur

Unsere Markenarchitektur regelt das Verhältnis unserer Marken untereinander und beschreibt deren Einsatz. Hawa Sliding Solutions ist eine Unternehmensmarke. Ihr untergeordnet sind die Produktmarken wie z.B. Hawa Concepta oder Hawa Junior.



Unternehmensmarke

Hawa Sliding Solutions

- Basis für die Beziehungen zu allen relevanten Anspruchsgruppen
- Träger der Herstellerkompetenz und Führungsrolle im Markt
- Absender sämtlicher Marketing- und Kommunikationsinstrumente



Produktmarken

Produktmarken

- Der Einsatz in der Kommunikation erfolgt in Kombination mit der Unternehmensmarke.
- Die Namen der Produktmarken setzen sich aus dem Wort Hawa und einem Wort zusammen, das den Produktnutzen zum Ausdruck bringt.
- Für die Entwicklung von neuen Produktnamen gibt es einen Leitfaden, der das Vorgehen, die Kriterien und die Suchfelder vorgibt.
- Alle Produktnamen müssen markenrechtlich geschützt werden.

Hawa Junior

Hawa Concepta

Hawa Frontino

Hawa Clipo

Produktmarken-Logos
(Beispiele)

1.2

Logo Unternehmensmarke

Das Logo ist ein Schlüsselement unseres Corporate Designs.

Bezüglich Farbspezifikationen im Logo siehe Kapitel «Farben» in diesen Corporate Design Guidelines.

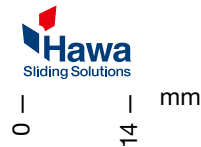
Folgende Aspekte sind zu beachten:

- Das Logo besteht aus der Hawa Sliding Solutions Wortmarke und dem Hawa Sliding Solutions Bildzeichen. Die beiden Elemente formen zusammen eine Einheit.
- Grössere Logos, z.B. für die Signaletik, können durch proportionales Skalieren der Logo-Vorlage erstellt werden.
- Die Minimalgrösse des Logos ist 14 mm Logo Breite.
- Das Logo muss immer aus der Originalvorlage reproduziert werden.
- Das Logo darf in keiner Weise verändert werden.
- Das Logo liegt in allen gängigen Dateiformaten für den grafischen Einsatz vor.

Das Logo der Unternehmensmarke



Minimalgrösse des Logos



Spezialversion (Monogramm)



mm
— 0

Beim Einsatz des Logos ist die definierte Schutzzone einzuhalten (H). Sie definiert den Minimalabstand zu Formatrand und anderen Gestaltungselementen.

— 90



1.3

Logo Unternehmensmarke: Farbvarianten

Das Hawa Sliding Solutions Logo wird wenn immer möglich farbig und auf neutralem Hintergrund eingesetzt. Alternative Farbvarianten sollten mit Bedacht und nur in Abklärung mit dem Brand-Verantwortlichen verwendet werden.

Folgende Aspekte sind zu beachten:

- Das Graustufen-Logo besteht aus 100% Schwarz und einem 40% aufgerasterten Schwarz. Es kann für monochrome Druckmittel, Fax oder Co-Brandings verwendet werden.
- Die Spezialformate «Strich» sowie «Negativ» sollten nur in Sonderfällen verwendet werden (Textilumsetzungen, CAD-Produktionen usw.).

Logo in Farbe



Dos & Don'ts



Korrekt!



Falsch!
Zu wenig Kontrast



Falsch!
Unruhiger Hintergrund

Logo Graustufen



Logo Strich



Logo Negativ



1.4

Logos und Schreibweise Produktmarken

Die Logos und die Schreibweise der Produktmarken sind neu und werden komplett ausgetauscht.

- Die neuen Produktmarken bilden eine Einheit mit der Unternehmensmarke und sind einheitlich gestaltet.

- Das Logo muss immer aus der Originalvorlage reproduziert werden.
- Das Logo darf in keiner Weise verändert werden.

Wichtig! Die bisherigen Hawa- und EKU-Produktlogos und die bisherige Schreibweise dürfen ab dem 1. Januar 2021 **nicht** mehr eingesetzt werden.

Das Logo der Produktmarken



Minimalgröße des Logos

mm
— 0

$$\overline{\text{Hawa Junior}} \bar{x} = 3\text{mm}$$

Beim Einsatz des Logos ist die definierte Schutzzone einzuhalten (x). Sie definiert den Minimalabstand zu Formatrand und anderen Gestaltungselementen.

— 50

0 |

116 |

Die Produktnamen werden in Gross-/Kleinschreibweise und ohne Bindestrich zwischen Hawa und dem Produktnamen geschrieben.

Schreibweise der Produktmarken im Lauftext (Beispiel)

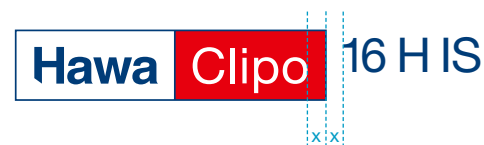
Hawa Junior 80 B Pocket

Hawa Junior 80 B

Hawa Clipo 16 H 2-bahnig

Hawa Frontino 20 H OS FS

Produktmarken-Logos mit Zusatz (Beispiel)



Zusatzinfos bei Produktmarken sind in der gleichen Schriftgröße und auf der gleichen Höhe zu platzieren. Der Abstand zwischen Zusatz und Logo entspricht demjenigen zwischen Produktbezeichnung und Logorahmen (x).

Produktmarken-Logos in Farbe (Beispiele)



Produktmarken-Logos in Graustufen (Beispiele)



1.5

Farben: Spezifikationen und Einsatz

Als Corporate-Design-Farben steht eine Palette von Primär- und Sekundärfarben zur Verfügung. Die Farbwahl ist abhängig von der Anwendbarkeit auf dem zu entwerfenden Kommunikationsmedium.

Die Farben sind keinem spezifischen Service oder einer Funktion innerhalb des Unternehmens zugeordnet. So kann eine Farbe passend zur Botschaft bzw. in harmonischer Ergänzung zum Ton eines Bildes, einer Grafik oder einer Illustration gewählt werden.

Schwarz wird vorrangig für Fliesstext eingesetzt. Hawa Red, Hawa Grey und Hawa Light Blue sind als Akzentfarben sehr zurückhaltend und gezielt einzusetzen.

Primärfarben

Hawa Blue CMYK: 100/70/5/30 RGB: 0/60/120 HEX: #003c78	Pantone: 294 Greyscale: 100% Black RAL: 5010 Enzianblau Avery 505 EM (matt) Blue
--	---

100%

Hawa Red CMYK: 0/100/100/0 RGB: 230/0/10 HEX: #e6000a	Pantone: 485 Greyscale: 40% Black RAL: 3028 Reinrot Avery 523 EM (matt) Medium Red
---	--

100%

Sekundärfarben

Hawa Grey CMYK: 0/0/0/6 RGB: 243/243/244 HEX: f3f3f3	Pantone: to be defined Greyscale: 6% Black
--	---

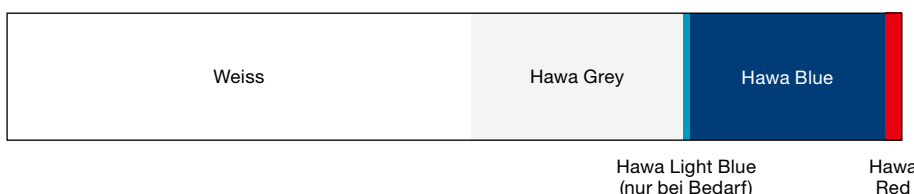
100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

Auszeichnungsfarbe

Hawa Light Blue CMYK: 90/10/15/0 RGB: 0/155/200 HEX: #009cc8	Pantone: 639 Greyscale: 30% Black
--	--------------------------------------

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

Verhältnis der Farben im grafischen Einsatz



Es ist darauf zu achten, dass sich der gesamthafte Farbanteil bzw. Farbeindruck pro Kommunikationsmedium an dem hier gezeigten Schema orientiert.

1.6

Entwurfsvorlagen und Nutzungslizenzen

Entwurfs- und Reproduktionsvorlagen

Layout-Dateien und Mustervorlagen für die typischen Hawa Sliding Solutions Publikationen können bei marketing@hawa.com angefragt werden. Neue Kommunikationsmittel sind auf Grundlage der Angaben und Visualisierungen in diesen Corporate Design Guidelines zu erstellen und nach Bedürfnissen anzupassen (z.B. Adaptionen auf andere Medien und Formate).

Alle Logo-Dateien liegen in den gängigen Formaten vor. Wenn Sie für Hawa Sliding Solutions professionell Medien erstellen, liefern Sie die Logodatei immer in EPS (Encapsulated PostScript®) oder AI (Adobe Illustrator®) mit. Andere Formate sind möglicherweise in ihrer Auflösung, Grösse und/oder Farbwiedergabe inkorrekt für den beabsichtigten Gebrauch.

Nutzung von Schriften und Bildern (Lizenzierung)

Die Hawa Sliding Solutions Corporate Font Helvetica Neue ist beim Schriftenshersteller www.linotype.com lizenzierbar. Die Schrift ist für die Verwendung in Druck- und Onlinemedien optimiert.

Die Cambon, Auszeichnungsschrift in der Themenkommunikation, ist beim Schriftenshersteller www.generaltypestudio.com lizenzierbar. Die Schrift ist für die Verwendung in Druck- und Onlinemedien optimiert.

Alle in diesen Corporate Design Guidelines gezeigten Bilder dienen lediglich zu Anschauungszwecken. Sollen eines oder mehrere dieser Bilder für kommerzielle Zwecke reproduziert werden, sind entsprechende Nutzungsrechte abzuklären.



1.7

Kontakt

Wenn Sie Fragen zum Inhalt dieses Dokuments haben oder Hilfe beim Umgang mit diesen Vorgaben wünschen, wenden Sie sich bitte an:

Marketing Kommunikation
marketing@hawa.com

Hawa Sliding Solutions AG
Wilerstrasse 90
8370 Sirnach
Schweiz

Januar 2024

