



# MESSESTÄNDE UND SHOPS

SWB CORPORATE DESIGN / STAND: OKTOBER 2016

**swb**

---

# E / MESSESTÄNDE UND SHOPS / Inhalt

---

- 1.0 Messestände / E 03
- 2.0 Shops (Grundlagen) / E 14

## E / 1.0 MESSESTÄNDE / Einleitung

---

Für alle Events, Ausstellungen oder Messen gelten grundsätzliche Richtlinien, um einen einheitlichen Außenauftritt zu gewährleisten. Dabei wird zwischen B2C- und B2B-Kommunikation unterschieden.

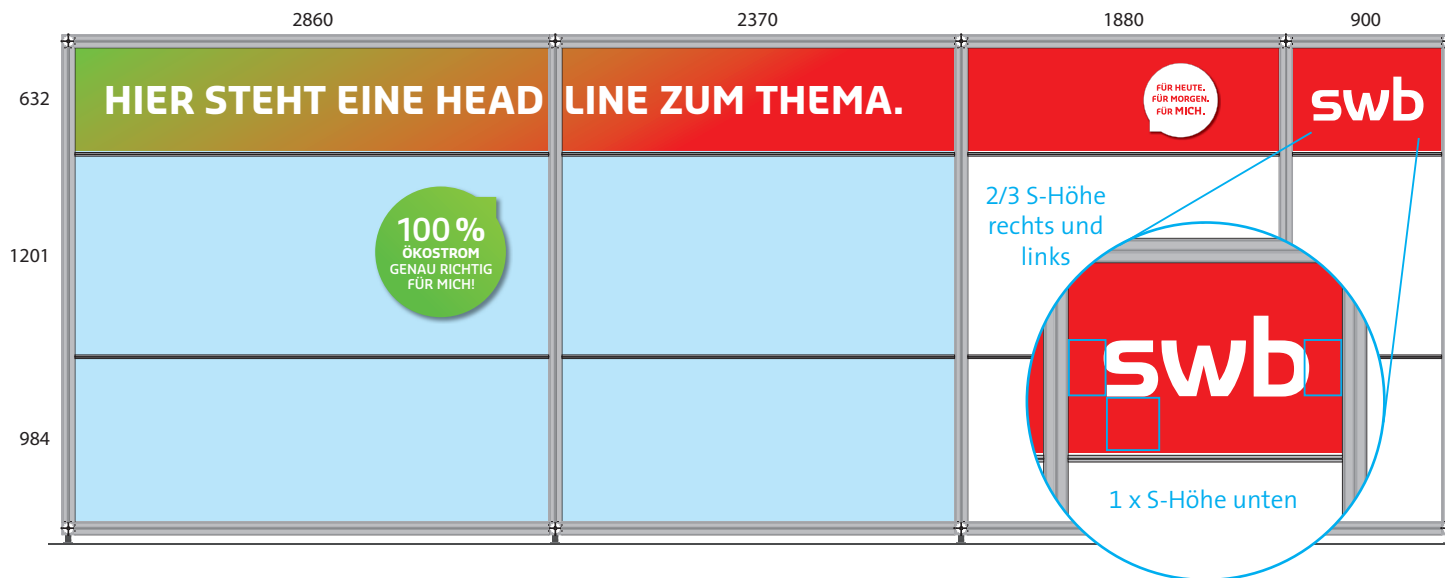
Die aufgestellten Richtlinien gelten für das **Standardsystem „Pia“**. Die Gestaltung und der Aufbau ist auf andere Messesysteme zu übertragen und dient als Anschauungsbeispiel.

Eine Ergänzung bilden tragbare Roll-up-Displays für kleine Präsentationen und Beispiele für große Individuallösungen.

**Achtung!** Bei allen Anwendungen ist darauf zu achten, das swb-Logo auf 100% swb-Rot zu stellen. Ist das Format für den swb-Verlauf zu schmal, kommt der swb-Verlauf nicht zum Einsatz und die Fondfläche ist nur swb-Rot.

In der B2B-Kommunikation kommt das swb-Logo rot auf weiß zum Einsatz.

# E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.1 Standard-Module / Kopfblende und Themenleiste / B2C



Kopfblende mit swb-Farbverlauf, Headline und swb-Claim-Bubble



Kopfblende mit swb-Farbverlauf und Claim als Headline

Im Bereich B2C wird das Messe-Standardmodul grundsätzlich mit dem swb-Farbverlauf in der Kopfblende gestaltet.

Für die Abstände des Logos zum Rand dient die Höhe des Logo-S als Maßeinheit. Dabei ist es wichtig, die Mindestabstände für das swb-Logo einzuhalten.

**Mindestabstand zum Logo vgl. A / 2.1**

Die Kopfblende kann Träger einer Headline sein. Als weitere Elemente kommen der Claim-Bubble und das swb-Logo hinzu. Wird der Claim als Headline gesetzt, entfällt der Claim-Bubble.

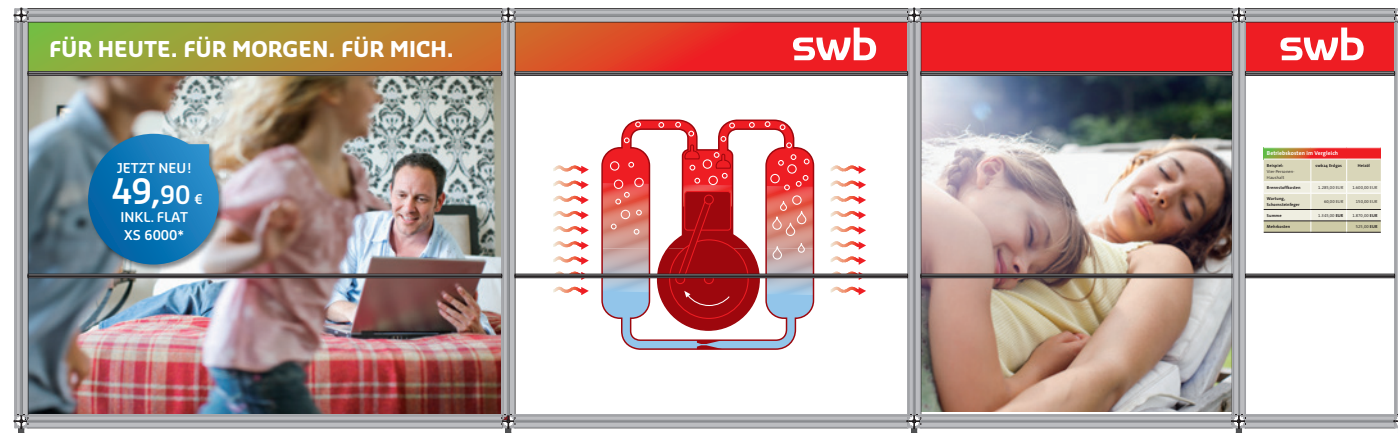
Als weitere Gestaltungselemente können auf den Messewänden Störer eingesetzt werden.

**Achtung! In der Regel kommt pro Messewand-Panel nur ein Claim-Bubble und ein Störer-Element zum Einsatz.**

# E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.2 Standard-Module / Einsatz von Bildern und Infografiken / für B2C



Messewand mit einem Bild über mehrere Module



Messewand mit einem Motiv je Modul

## Umgang mit Bildern und Grafiken

Bilder füllen stets die gesamte Breite der Module des Panels aus. Ein Bild kann über mehrere Module laufen.

Auf den Modulen mit Bildmotiv steht kein Text (außer im Störer). Es ist darauf zu achten, dass keine wesentlichen Bildelemente durch die Streben verdeckt werden.

Auch Infografiken können plakativ eingesetzt werden. Sie vermitteln komplexe Zusammenhänge. Hier darf erläuternder Text platziert werden.

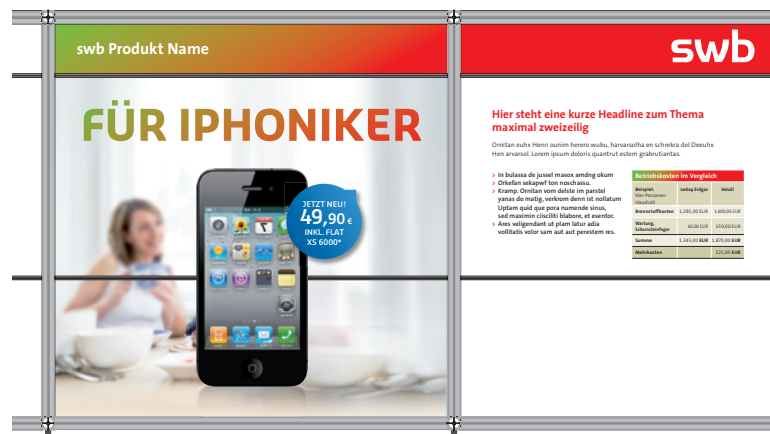
# E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.3 Standard-Module / Vertikalteilung und Freistellermotive / B2C



Bild und swb-Farbverlauf in Vertikalteilung

**Umgang mit Bildern und Grafiken**  
Auch die vertikale Teilung des Panels ist möglich. Der swb-Farbverlauf wird dabei großflächig eingesetzt (auch reine Typolösungen sind möglich).

Werden Motive als Freisteller eingesetzt (mit ganz hellen Hintergründen) so kann die Headline positiv auf das Bild gesetzt werden.



Messewand Freisteller-Motiv (Headline auf sehr hellem Hintergrund)

## 1 Einzellösung



1 x S-Höhe unten  
2/3 S-Höhe rechts

## 2 Informationen über mehrere Displays verteilt



1 x S-Höhe oben  
2/3 S-Höhe rechts  
und unten

### Standard-Beispiele für B2C

Das Standard-Display wird grundsätzlich mit dem swb-Farbverlauf mit einem breiten Kopfstreifen gestaltet.

Für die Abstände des Logos zum Rand dient die Höhe des Logo-S als Maßeinheit. Dabei ist es wichtig, die Mindestabstände für das swb-Logo einzuhalten.

**Mindestabstand zum Logo vgl. A / 2.1**

Grundsätzlich sollten komplexere Informationen über mehrere Displays verteilt werden (siehe Beispiel 2).

Kommt nur ein Display zum Einsatz, sollte die Informationsdichte (zugunsten einer plakativen Wirkung) deutlich reduziert werden (siehe Beispiel 1).

Die Aussagen sind kurz und prägnant. Das untere 1/3 der Tafel sollte aus Gründen der Wahrnehmung frei bleiben.

## E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.5 Individueller Messestand (Außenansicht) / B2C



### Individueller Messestand

Der individuell konstruierte Messestand muss neben seinem funktionalen und inhaltlichen Nutzen vor allem im Messegeschehen auffallen.

Es wird daher mit großflächigen Bildern, plakativen Botschaften und markantem Mobiliar gearbeitet.

Es gelten grundsätzlich die Gestaltungsprinzipien E 1.0 bis 1.6 (für B2C) und E 1.9 bis E 1.11 (für B2B)!

Es ist darauf zu achten, markante Akzente im swb-Farbverlauf zu setzen, diese jedoch mit viel Weißflächen zu ergänzen (z. B. Außen- Innenwirkung, siehe Folgeseite).



## RUNDUM-SORGLOS-HEIZEN: SWB WÄRME PRO

**Bestens beraten aus erster Hand:**

Für nähere Informationen und ein Beratungsgespräch vor Ort sprechen Sie einfach unsere Kooperationspartner im SHK-Innungshandwerk an. Eine Liste unserer Partner erhalten Sie hier am Stand.



VOLLE LEISTUNG ZUM FAIREN PREIS!

**swb**

FÜR HEUTE, FÜR MORGEN, FÜR MICH.

### swb Wärme pro

- > keine eigenen Investitionskosten, keine Kapitalbindung
- > gesamtes Leistungspaket im monatlichen Grund- und Festpreis enthalten
- > Wartung und Reparatur inklusive
- > 24-Stunden-Service
- > bis zu 30 Prozent Energieeinsparung durch eine moderne Heizungsanlage



## FÜR DIE UMWELT - SWB STROM MOBIL

Bequemer strampeln mit E-Bikes

125 €



Besser fahren mit Elektro-Autos

## FÜR DIE UMWELT - SWB STROM MOBIL

**swb**

FÜR HEUTE, FÜR MORGEN, FÜR MICH.

### Bequemer strampeln mit E-Bikes

Fahren Sie sicher und komfortabel auch bei Gegenwind!  
swb fördert den Kauf von verschiedenen Elektrofahrzeugen.

- > Elektrofräher
- > Elektroller
- > E-Scooter
- > und vergleichbare Fahrzeuge

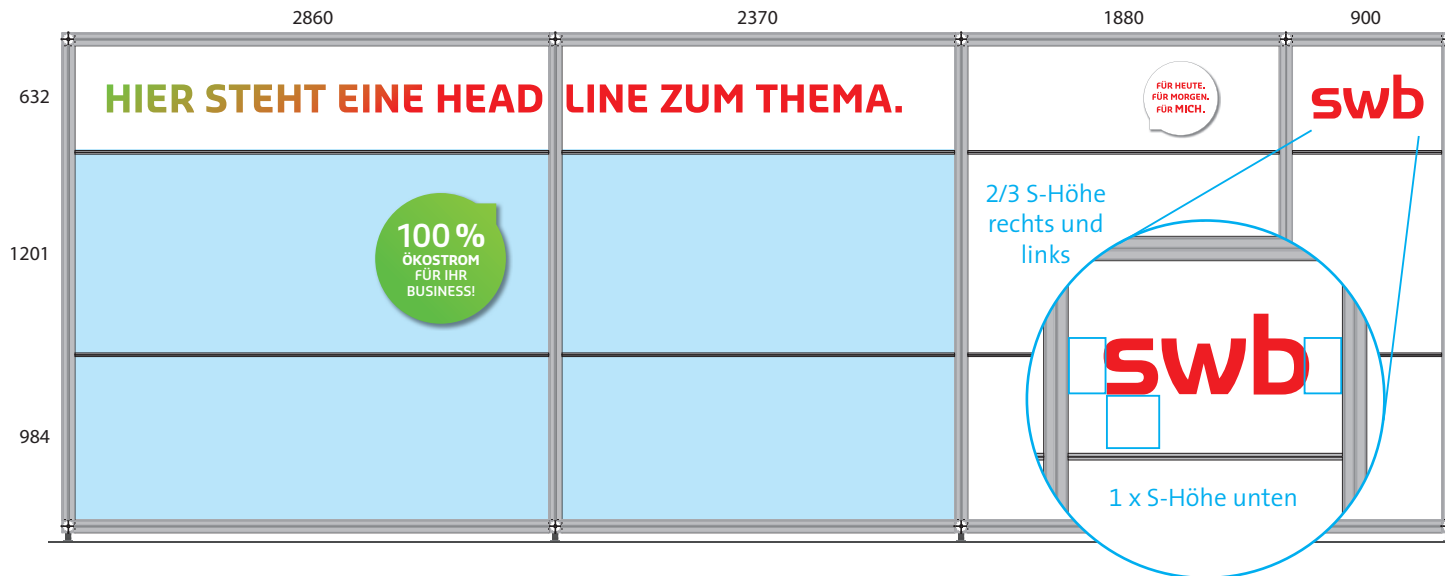
SETZT BIS ZU 125 € SICHERN!



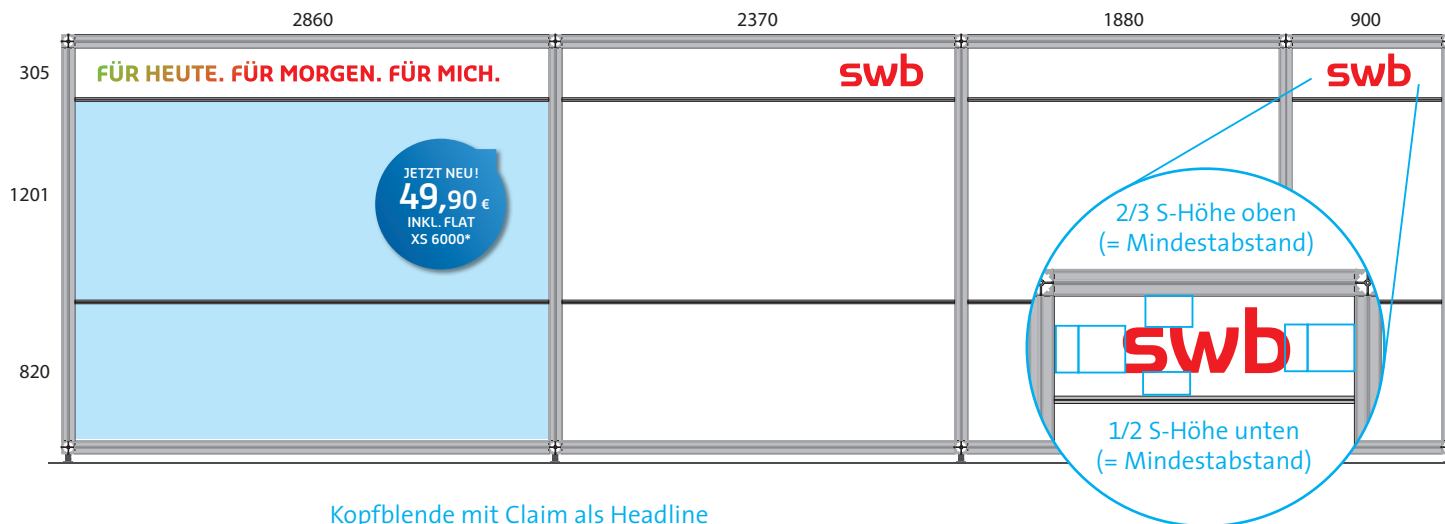
### Besser fahren mit Elektro-Autos

swb testet eigene Elektrofahrzeuge im Fahrzeugpool, um deren Alltagstauglichkeit zu erproben und Erfahrungen mit der neuen Technologie zu sammeln. Denn elektrisch betriebene PKW können einen wichtigen Beitrag zum Klima-, Umwelt- und Ressourcenschutz leisten: Mit Strom aus erneuerbaren Energien betankt machen sie Autofahren ohne CO<sub>2</sub>-Emissionen möglich.

# E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.7 Standard-Module / Kopfblende und Themenleiste / B2B



Kopfblende mit Headline (swb-Farbverlauf) und swb-Claim-Bubble



Kopfblende mit Claim als Headline

Im Bereich B2B wird das Standard-Modul grundsätzlich mit dem roten swb- Logo auf weißem Kopfbalken gestaltet.

Für die Abstände des Logos zum Rand dient die Höhe des Logo-S als Maßeinheit. Dabei ist es wichtig, die Mindestabstände für das swb-Logo einzuhalten.

**Mindestabstand zum Logo vgl. A / 2.1**

Die Kopfblende kann Träger einer Headline sein. Als weitere Elemente kommen der Claim-Bubble und das swb-Logo hinzu. Wird der Claim als Headline gesetzt, entfällt der Claim-Bubble.

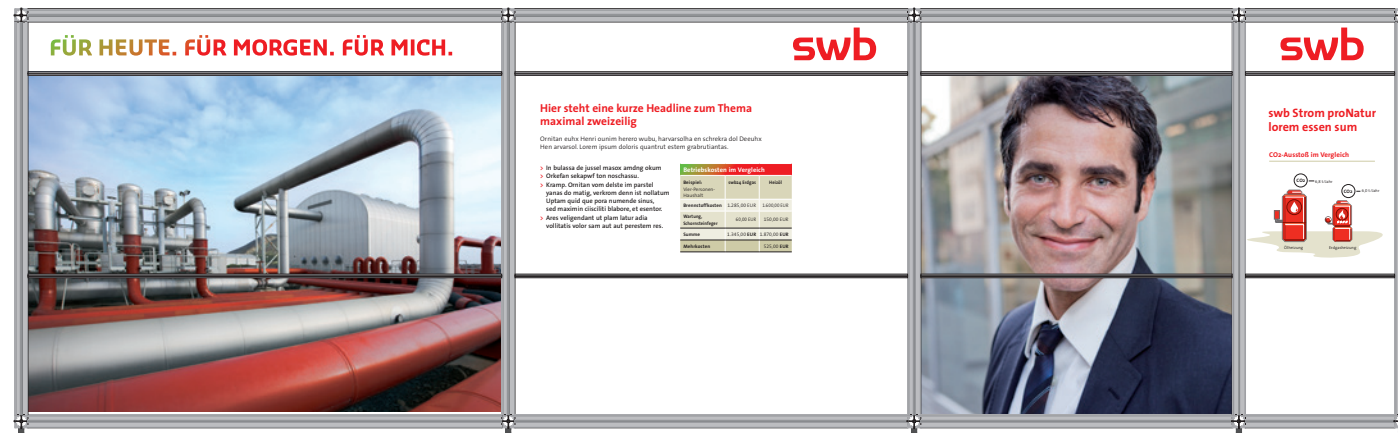
Als weitere Gestaltungselemente können auf den Messewänden Störer eingesetzt werden.

**Achtung! In der Regel kommt pro Messewand-Panel nur ein Claim-Bubble und ein Störer-Element zum Einsatz.**

# E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.8 Standard-Module / Einsatz von Bildern und Infografiken / B2B



Messewand mit einem Bild über mehrere Module



Messewand mit Bildmotiven über je ein Modul

## Umgang mit Bildern und Grafiken

Bilder füllen stets das gesamte Format der Module des Panels aus. Ein Bild kann über mehrere Module laufen.

Auf den Modulen mit Bildmotiv steht kein Text (außer im Störer). Es ist darauf zu achten, dass keine wesentlichen Bildelemente durch die Streben verdeckt werden.

Auch Infografiken können plakativ eingesetzt werden. Sie vermitteln komplexe Zusammenhänge. Hier darf ergänzender Text platziert werden.

Für die Messe-Panels im B2B Bereich gelten die gleichen Standard-Schriftgrößen wie für den B2C Wandaufbau.

## Standardschriftgrößen/ZAB

	Größe (variabel) x 116% = ZAB
(1) Headline groß mit oder in swb-Farbverlauf, für Kopf- und Wandfläche, Sansa Pro Bold	
(2) Headline klein (Wandmodul) Thesis Sans Bold, Rot	15/17,5 pt 20/22,5 pt
(3) Copytexte Thesis Sans Semi Light	10/12,5 pt
(4) Bulletpoints Thesis Sans Semi Bold	10/12,5 pt
(5) Tabellen und Grafiken Thesis Sans Bold und Semi Light	10/12,5 pt 7,5/10 pt

## 1 Einzellösung



1 S-Höhe oben  
2/3 S-Höhe rechts  
1 S-Höhe unten

## 2 Informationen über mehrere Displays verteilt



1 S-Höhe oben  
2/3 S-Höhe rechts  
1 S-Höhe unten

### Standard-Beispiele für B2B

Das Standard-Display wird grundsätzlich mit dem swb-Farbverlauf mit einem schmalen Kopfstreifen gestaltet. Das swb-Logo steht immer rot auf weiß.

Für die Abstände des Logos zum Rand dient die Höhe des Logo-S als Maßeinheit. Dabei ist es wichtig, die Mindestabstände für das swb-Logo einzuhalten.

**Mindestabstand zum Logo vgl. A / 2.1**

Grundsätzlich sollten komplexere Informationen über mehrere Displays verteilt werden (siehe Beispiel 2).

Kommt nur ein Display zum Einsatz sollte die Informationsdichte deutlich (zugunsten einer plakativen Wirkung) reduziert werden (siehe Beispiel 1).

Die Aussagen sind kurz und prägnant. Das untere 1/3 der Tafeln sollte aus Gründen der Wahrnehmung frei bleiben.

# E / 1.0 MESSESTÄNDE / 1.10 Pressewand / Unternehmenskommunikation

Logo/Claim-Rapport



Logo und Claim



Logoabstände  
2/3 S-Höhe zum Rand  
1 + 2/3 S-Höhen oben

**Unternehmenskommunikation**  
Mitteilungen des Unternehmens werden grundsätzlich im B2B-Look gestaltet. Pressewände werden deshalb mit dem swb-Farbverlauf in einem schmalen Kopfstreifen gestaltet. Das swb-Logo ist immer rot auf weiß.

Für die Abstände des Logos zum Rand dient die Höhe des Logo-S als Maßeinheit. Dabei ist es wichtig, die Mindestabstände für das swb-Logo einzuhalten.  
**Mindestabstand zum Logo vgl. A / 2.1**

Die Gestaltung von Kundencentern und Shops sollte unter Einbindung der Brandelemente erfolgen, sowohl im Innen- als auch im Außenbereich. Dabei ist darauf zu achten, dass das Interieur insgesamt hell, ruhig und freundlich wirkt.

Der **swb-Farbverlauf** sollte aus diesem Grunde **nur akzentuiert** eingesetzt werden. Die Verwendung der reinen Primärfarben (swb-Rot und swb-Grün) ist für die Innenraumgestaltung grundsätzlich nicht vorgesehen.

Auf den folgenden Seiten geben wir grundsätzliche Empfehlungen, wie das Corporate-Design in den bestehenden Kundencentern und Shops sichtbar gemacht werden kann.

**Achtung! Alle Beschriftungen, die der Orientierung dienen, sollten aus der Headlineschrift Sansa Pro Bold gesetzt werden.**



Großflächenposter im Eingang des Kundencenters

### Großflächenposter

Durch die konsequente Nutzung der Werbeflächen-Träger innerhalb der Kundencenter und Shops werden das Erscheinungsbild von swb und die Kernbotschaften optimal transportiert.

Der swb-Farbverlauf kommt optisch stark zur Geltung (vgl. Kapitel C / Werbung / Plakate).

## E / 2.0 SHOPS / 2.1 Werbeflächen



Plakat im Wartebereich des Kundencenters



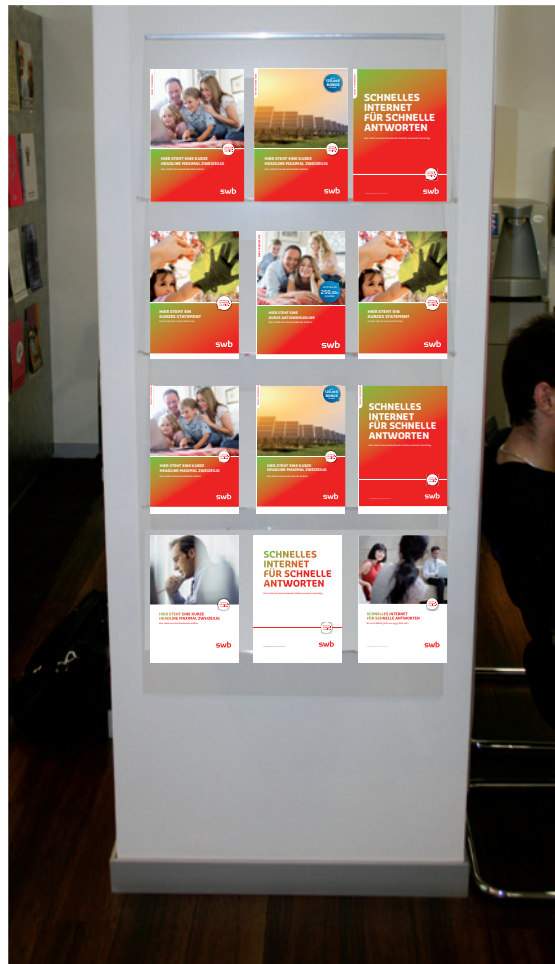
Kundenstopper

**Plakate und Kundenstopper**  
Durch die konsequente Nutzung der Werbeflächen-Träger innerhalb und auch außerhalb der Kundencenters und Shops wird das Erscheinungsbild von swb optimal transportiert.

Der swb-Farberlauf kommt optisch stark zur Geltung.



## E / 2.0 SHOPS / 2.2 Ständer mit Broschüren



### Prospektständer

Über die Titel der Broschüren und Flyer, durch die konsequente Nutzung der Prospektständer als plakative Auslagefläche, kommt der swb-Farbverlauf stark zur Geltung.

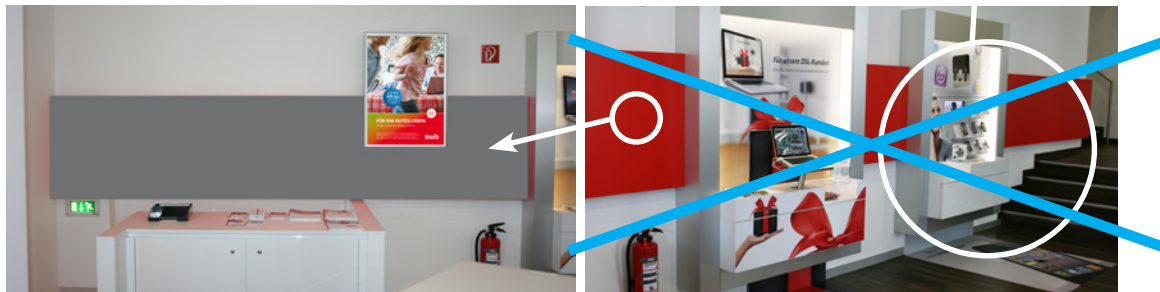
Prospektständer Kundencenter

## E / 2.0 SHOPS / 2.3 Farbige Einrichtungsmodule



**Akzentuierter Einsatz des Farbverlauf**  
Die reine Primärfarbe swb-Rot, sowie das reine swb-Grün sollen **nicht** für die farbliche Gestaltung von Shopmodulen genutzt werden.

Der swb-Farbverlauf sollte akzentuiert eingesetzt werden.



Rein rote Module werden z.B. swb-Grau

## E / 2.0 SHOPS / 2.4 Counter und Tresen-Rückwand



Counter in swb-Grau (Gestaltungsvariante)



Counter mit swb-Farbverlauf in Kombination mit Emowand

### swb-Logo und Farbverlauf

Die reine Primärfarbe swb-Rot, sowie das reine swb-Grün sollen **nicht** für die farbliche Gestaltung von Shopmodulen genutzt werden.

Der swb-Farbverlauf sollte akzentuiert eingesetzt werden.

## E / 2.0 SHOPS / 2.5 Rot/Grün als Akzent / Neue Headline-Typo



**Akzentuierter Einsatz des Farbverlaufs**  
Dekorative Einrichtungsgegenstände, wie z.B. ein rotes Sofa mit einem grünen Kissen oder eine Vase mit Blumen, können in Ausnahmefällen Träger der reinen Farben sein.

Die Headline -Typo Sansa Pro kann zur Kennzeichnung von Bezugspunkten eingesetzt werden.

swb-Farbverlauf außerhalb der Werbeflächen akzentuiert und nur sehr sparsam einsetzen!

## E / 2.0 SHOPS / 2.6 Beschriftung mit neuer Headline-Typo / Störer-Elemente nutzen



Fassadenflächen am Kundencenter und Shop

### Gestaltung im Fassadenbereich

Idealerweise wird die Headline-Typografie Sansa Pro Bold für alle Elemente der Außenbeschriftung genutzt, z. B. Leuchtbuchstaben, Fensterbeklebung etc.