



# Brand Guidelines

## Inhalt

### 01 Intro

Über emile weber  
Mission  
Werte  
Tone of Voice

### 02 Logo

Logo  
Bedeutung des Siegels  
Logo System  
Logo mit Markenclaim  
Farbalternativen  
Logo in positiv / negativ  
Do's and Don'ts  
Favicon  
Piktogramme

### 03 Schriften

Schriften  
Schriftalternativen

### 04 Farben

Farbpalette

### 05 Markenmuster

### 06 Bildstil

### 07 Sub Branding

wemobility  
Go Lloret  
Webtaxi

### 08 Fahrzeugbeschriftung

### 09 Social Media

### 10 Print

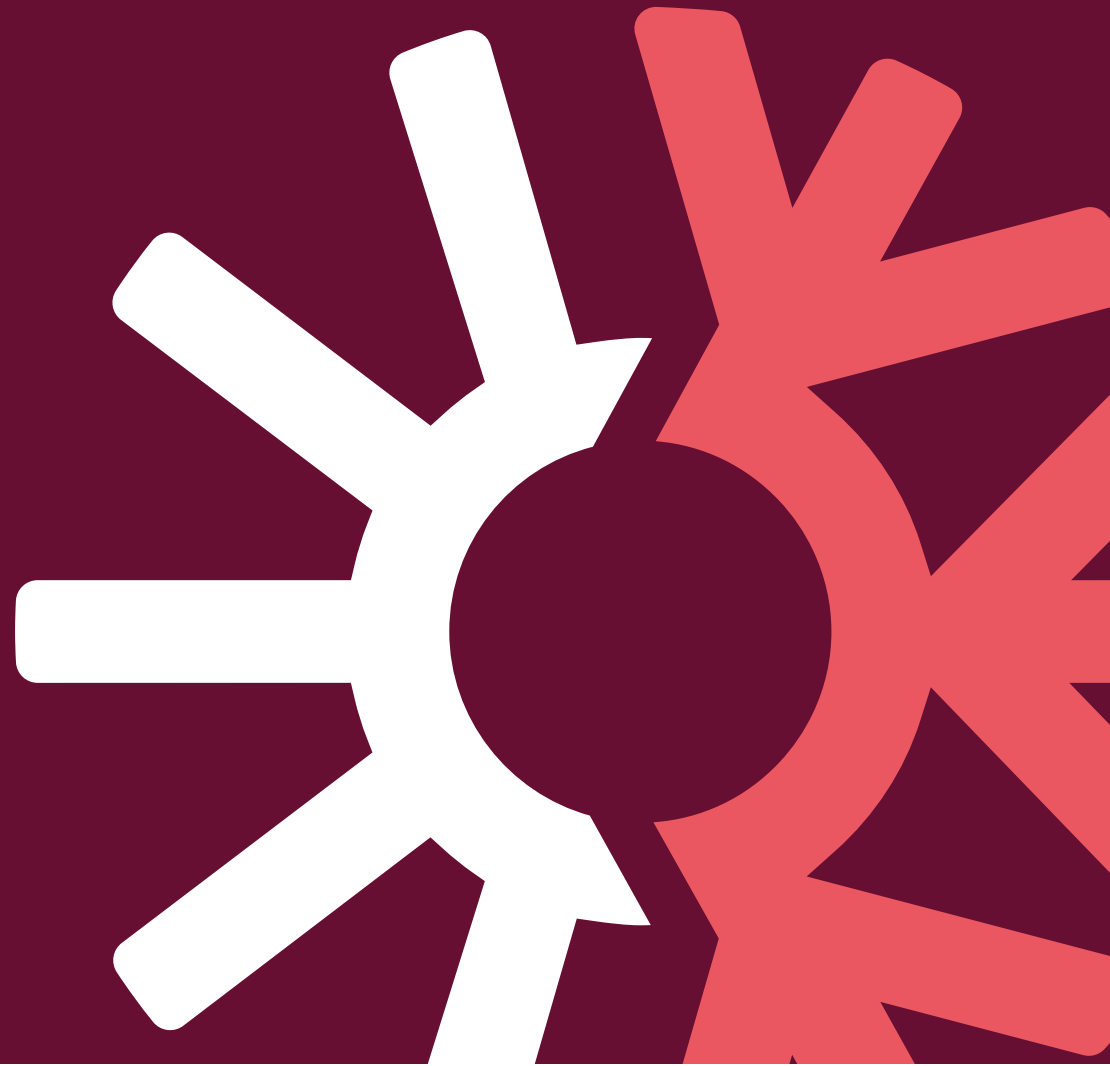
### 11 Digital

### 12 Mockup

# Intro

---

Brand Guidelines



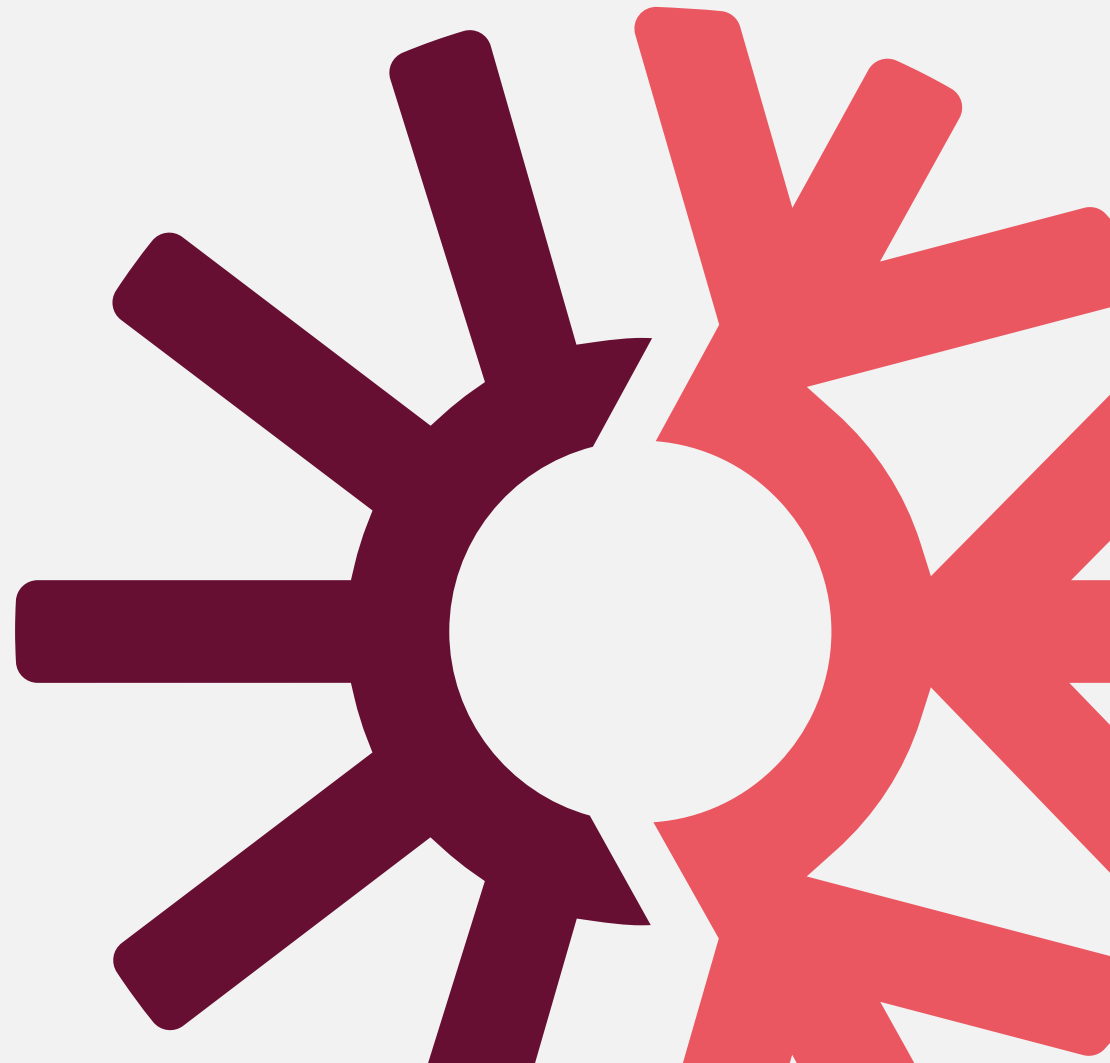
## Vision (DE)

Die Vision von emile weber ist es, die Leidenschaft zu entfachen, die uns antreibt, um ganzheitliche und angenehme Reise- und Transportlösungen für alle zu schaffen, gestützt auf kunden- und mitarbeiterzentriertes Denken, kontinuierliche Innovation und das Erbe einer familiengeführten, eng verbundenen und visionären Marke.

### Statement

*„emile weber ist Leidenschaft – die Leidenschaft, es jedem zu ermöglichen, auf seine eigene Art zu entdecken, zu teilen, zu leben und sich zu bewegen. Unsere Entschlossenheit, die Bedürfnisse unserer Kunden zur Grundlage all unserer Überlegungen zu machen, sowie das Fachwissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führen zu ständiger Innovation. Es ist der Wille, eine eng verbundene und visionäre Familienmarke weiter gedeihen zu lassen, was emile weber zur Referenz für Mobilität und Reisen in Luxemburg und der Großregion macht.“*

*Der Slogan „All about your journey“ fasst diese Leidenschaft und Entschlossenheit zusammen und dient uns als Leitlinie für unser Engagement, die Bedürfnisse unserer Kunden ebenso wie die unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu erfüllen.“*



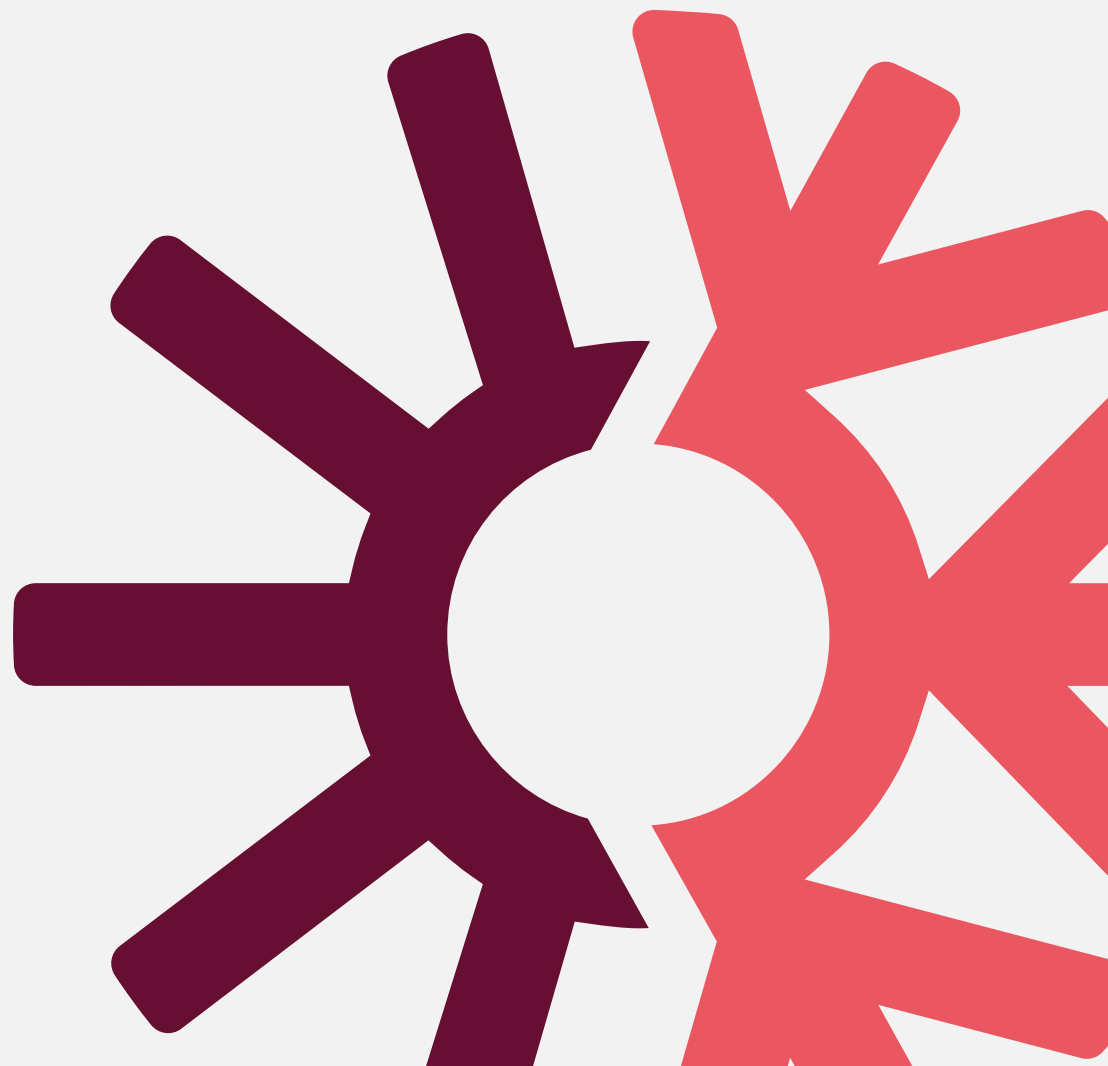
## Vision (FR)

La vision d'emile weber est de susciter la passion qui nous anime pour créer des voyages et solutions de transports complets et agréables pour tous, en s'appuyant sur une réflexion centrée sur le client et l'employé(e), une innovation permanente et l'héritage d'une marque familiale, soudée et visionnaire.

### Statement – citation/explication

*« emile weber, c'est la passion – la passion de permettre à chacun de pouvoir découvrir, partager, vivre, bouger de sa propre façon. Notre détermination de faire des besoins de ses clients le fondement de toutes nos réflexions ainsi que l'expertise de nos employé(e)s induit une innovation constante. C'est la volonté de continuer à faire prospérer une marque familiale soudée et visionnaire et qui fait d'emile weber la référence de la mobilité et des voyages au Luxembourg et dans la Grande Région. »*

*Le slogan „All about your journey“ résume cette passion et cette détermination et nous sert de ligne directrice dans notre engagement à répondre aux besoins de nos clients tout comme à ceux de nos collaborateurs et collaboratrices. »*



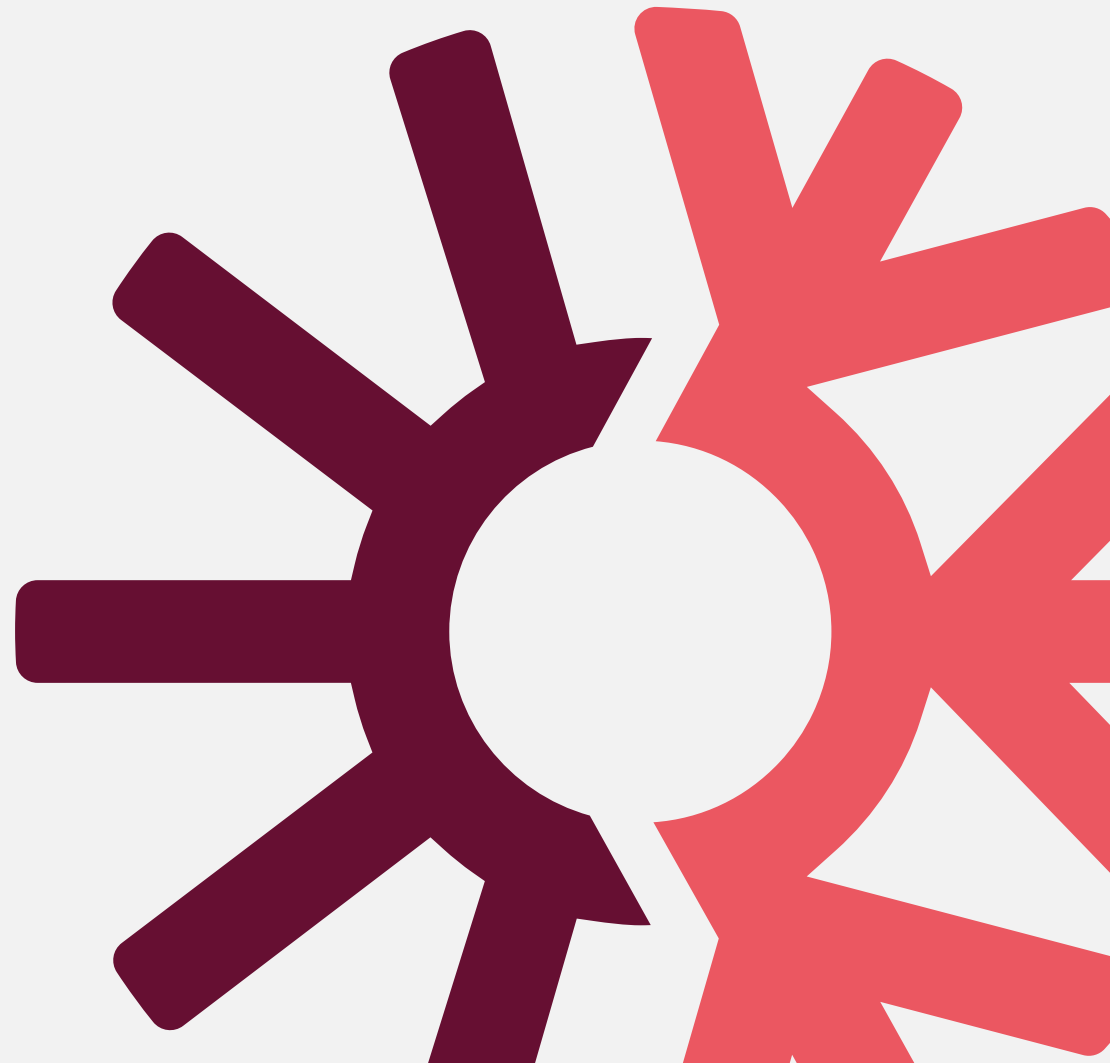
## Vision (EN)

The vision of emile weber is to unleash the passion that drives us to create holistic and enjoyable travel and transport solutions for all, underpinned by customer and employee-centric thinking, continuous innovation and the heritage of a family-owned, closely-knit and visionary brand.

### Statement

*“emile weber is passion – the passion to enable everyone to discover, share, live and move in their own way. Our determination to make our customers’ needs the basis of all our thinking, together with the expertise of our employees, leads to constant innovation. It is the will to let a close-knit and visionary family brand continue to flourish that makes emile weber the reference for mobility and travel in Luxembourg and the Greater Region.*

*The slogan „All about your journey“ sums up this passion and determination and serves as a guideline for our commitment to meeting the needs of our customers as well as those of our employees.”*



## Mission (DE)

Bei emile weber werden wir von unserer Leidenschaft für das, was wir tun, angetrieben, sowie von unserem natürlichen Ehrgeiz, den sich ständig weiterentwickelnden Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden, was uns zu einem führenden Akteur im Bereich Transport und Tourismus in Luxemburg und der gesamten Großregion macht. Indem wir die Qualität und den Menschen, ob Privat- oder Geschäftskunde, Mitarbeiter, oder Partner, in den Mittelpunkt unseres Denkens und Engagements stellen, streben wir danach, emile weber zum Maßstab für Reisen und Mobilität zu machen.

### Schlüsselmissionen:

- 1. Kundenzentriertheit:** Wir stellen die Bedürfnisse und Wünsche unserer Kunden in den Vordergrund, egal ob es sich um Privatpersonen oder Unternehmen handelt, indem wir maßgeschneiderte und außergewöhnliche Reiseerlebnisse bieten. Unser Ziel ist es, die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen oder sogar zu übertreffen und Lösungen anzubieten, die auf ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmt sind.
- 2. Innovation und Anpassung:** Wir entwickeln uns ständig weiter und passen uns an die sich ständig ändernden Lebensgewohnheiten und Vorlieben unserer Kunden an. Durch den Einsatz einer modernen und nachhaltigen Fahrzeugflotte entwickeln wir innovative Lösungen, die sich an aufkommenden Trends und technologischen Fortschritten orientieren.
- 3. Qualität der Dienstleistung:** Wir sind bestrebt, eine gleichbleibend hohe Servicequalität zu liefern. Unsere engagierten Teams sind mit den notwendigen Ressourcen und Fähigkeiten ausgestattet, um effiziente, zuverlässige und kundenorientierte Dienstleistungen zu erbringen und so einen reibungslosen Reiseablauf für alle zu gewährleisten.
- 4. Vertrauen und Respekt:** Wir fördern Beziehungen, die auf Vertrauen und Respekt basieren, sowohl innerhalb unserer Organisation als auch mit unseren Kunden und Partnern. Durch die Einhaltung ethischer Standards und transparente Kommunikation schaffen wir ein Umfeld, in dem die Zusammenarbeit gedeiht und gegenseitiges Wachstum erreicht wird.
- 5. Integrierte Mobilitätslösungen:** Wir wissen, wie wichtig nahtlose und effiziente Transport für unsere Kunden sind. Mit dem Fokus auf ganzheitliche und vernetzte Mobilitätslösungen wollen wir umfassende Reiseerlebnisse bieten, die verschiedene Verkehrsträger umfassen. Durch die Integration verschiedener Dienstleistungen streben wir danach, die Zugänglichkeit und den Komfort zu verbessern und sicherzustellen, dass unsere Kunden eine Reihe von Optionen haben, um ihre spezifischen Mobilitätsbedürfnisse zu erfüllen.

## Mission (FR)

Chez emile weber, nous sommes animés par notre passion pour notre travail et notre ambition naturelle de répondre en permanence aux exigences évolutives de nos clients, ce qui fait de nous un acteur majeur du transport et du tourisme au Luxembourg et dans toute la Grande-Région. En plaçant la qualité et les humains, qu'il s'agisse de clients privés ou professionnels, de collaborateurs et collaboratrices ou de partenaires, au cœur de nos réflexions et de nos engagements, nous nous efforçons de faire d'emile weber la référence en matière de voyages et de la mobilité.

### Missions clés :

- 1. Centré sur le client :** Nous accordons la priorité aux besoins et aux désirs de nos clients, qu'il s'agisse de particuliers ou d'entreprises, en proposant des expériences de voyage sur mesure et exceptionnelles. Nous visons à répondre voire dépasser leurs attentes et à fournir des solutions adaptées à leurs besoins uniques.
- 2. Innovation et adaptation :** Nous innovons en permanence et nous nous adaptons aux modes de vie et aux préférences en constante évolution de nos clients. En exploitant une flotte de véhicules modernes et durables, nous développons des solutions de pointe qui s'alignent sur les tendances émergentes et les avancées technologiques.
- 3. Service de qualité :** Nous nous engageons à fournir un niveau de qualité de service élevé et constant. Nos équipes dévouées disposent des ressources et des compétences nécessaires pour offrir des services efficaces, fiables et axés sur le client, garantissant une expérience de voyage fluide pour tous.
- 4. Confiance et respect :** Nous favorisons des relations basées sur la confiance et le respect, à la fois au sein de notre organisation et avec nos clients et partenaires. En respectant des normes éthiques et en favorisant une communication transparente, nous créons un environnement propice à la collaboration et à la croissance mutuelle.
- 5. Solutions de mobilité intégrées :** Nous savons à quel point un transport fluide et efficace est important pour nos clients. En mettant l'accent sur des solutions de mobilité holistiques et connectées, nous visons à offrir des expériences de voyage complètes qui englobent différents modes de transport. En intégrant différents services, nous nous efforçons d'améliorer l'accessibilité et la commodité et nous veillons à ce que nos clients disposent d'un éventail d'options pour répondre à leurs besoins spécifiques en matière de mobilité.



## Mission (EN)

At emile weber, we are driven by our passion for what we do as well as our natural ambition to constantly meet the evolving demands of our clients, making us a leading player in transportation and tourism in Luxembourg and throughout the Greater Region. By placing quality and humans, whether they are private or professional clients, employees, or partners, at the core of our thinking and commitments, we strive to make emile weber the benchmark for travel and mobility.

### Key Missions:

- 1. Customer-Centricity:** We prioritize the needs and desires of our customers, whether they are individuals or businesses, by delivering tailored and exceptional travel experiences. We aim to match or even exceed their expectations and provide solutions that meet their unique requirements.
- 2. Innovation and Adaptation:** We continuously innovate and adapt to the ever-changing lifestyles and preferences of our clients. By leveraging a modern and sustainable fleet of vehicles, we develop cutting-edge solutions that align with emerging trends and technological advancements.
- 3. Quality Service:** We are committed to delivering a consistently high level of service quality. Our dedicated teams are equipped with the necessary resources and skills to provide efficient, reliable, and customer-oriented services, ensuring a seamless travel experience for all.
- 4. Trust and Respect:** We foster relationships built on trust and respect, both within our organization and with our clients and partners. By upholding ethical standards and transparent communication, we create an environment where collaboration thrives, and mutual growth is achieved.
- 5. Integrated Mobility Solutions:** We know how important seamless and efficient transport is for our customers. With a focus on holistic and connected mobility solutions, we aim to provide comprehensive travel experiences that encompass different modes of transport. By integrating different services, we strive to improve accessibility and convenience and ensure that our customers have a range of options to meet their specific mobility needs.

## Werte (DE)

Geleitet von der Exzellenz einer reichen und tiefgreifenden Familiengeschichte, baut jedes unserer Unternehmen auf Innovation, Leidenschaft, Mut und Authentizität.

Diese vier Grundsätze bilden die Säulen unseres Erfolgs und garantieren eine Kultur des Zuhörens und des Dialogs, der Verantwortung und des Fachwissens sowie ein Höchstmaß an Flexibilität. Dies sind die treibenden Kräfte, die es uns ermöglichen, unseren Kunden einen effizienten Support, eine persönliche Beratung sowie hochwertige Reiseerlebnisse und Mobilitätslösungen zu bieten.

### Unsere Werte:

- 1. Sei innovativ:** Wir begreifen Innovation als Katalysator für Fortschritt und Wachstum. Wir sind ständig auf der Suche nach neuen Ideen, Technologien und Lösungen, um den sich wandelnden Bedürfnissen unserer Kunden gerecht zu werden und positive Veränderungen in unserer Aktivitätsbranche voranzutreiben.
- 2. Bleib leidenschaftlich:** Wir sind von der Leidenschaft für unsere Arbeit angetrieben. Wir gehen an jede Aufgabe mit einem Höchstmaß an Enthusiasmus, Hingabe und echter Liebe zu dem, was wir tun, heran. Unsere Leidenschaft treibt uns dazu an, mehr zu tun, um unvergessliche und bedeutungsvolle Erlebnisse zu schaffen.
- 3. Sei mutig:** Wir haben den Mut, Risiken einzugehen, Konventionen in Frage zu stellen und ehrgeizige Ziele zu verfolgen. Wir sind offen für Veränderungen und passen uns an neue Gegebenheiten an, indem wir Grenzen überschreiten, um uns kontinuierlich zu verbessern und zu erneuern.
- 4. Bleib authentisch:** Wir legen Wert auf Authentizität und Integrität in allen unseren Interaktionen. Wir sind transparent, vertrauenswürdig und unseren Werten treu und bauen echte und dauerhafte Beziehungen auf, die auf gegenseitigem Respekt und Vertrauen basieren.

## Valeur (FR)

Guidée par l'excellence d'une histoire familiale riche et profonde, chacune de nos entreprises se construit sur l'innovation, la passion, le courage et l'authenticité.

Ces quatre impératifs constituent les piliers de notre succès et garantissent une culture de l'écoute et du dialogue, un sens des responsabilités et de l'expertise, ainsi qu'une grande flexibilité. Ce sont les forces directrices qui nous permettent d'offrir à nos clients une assistance efficace, des conseils personnalisés ainsi que des expériences de voyage et des solutions de mobilité de haute qualité.

### Nos valeurs :

- 1. Être innovant** : Nous considérons l'innovation comme un catalyseur de progrès et de croissance. Nous sommes constamment à la recherche de nouvelles idées, technologies et solutions afin de répondre aux besoins changeants de nos clients et de promouvoir des changements positifs dans notre secteur d'activité.
- 2. Restez passionnés** : nous sommes animés par la passion de notre travail. Nous abordons chaque tâche avec un maximum d'enthousiasme, de dévouement et un véritable amour pour ce que nous faisons. Notre passion nous pousse à en faire plus pour créer des expériences inoubliables et significatives.
- 3. Être audacieux** : nous avons le courage de prendre des risques, de remettre en question les conventions et de poursuivre des objectifs ambitieux. Nous sommes ouverts au changement et nous nous adaptons aux nouvelles circonstances en dépassant les limites afin de nous améliorer et de nous renouveler continuellement.
- 4. Restez authentique** : Nous mettons l'accent sur l'authenticité et l'intégrité dans toutes nos interactions. Nous sommes transparents, dignes de confiance et fidèles à nos valeurs, et nous établissons des relations authentiques et durables, basées sur le respect et la confiance mutuels.

## Value (EN)

Guided by the excellence of a rich and profound family history, each of our businesses is built on innovation, passion, courage, and authenticity.

These four imperatives constitute the pillars of our success and guarantee a culture of listening and dialogue, responsibility and expertise and a maximum of flexibility, which are the driving forces that enable us to provide our customers with effective support, personalized advice, high-quality travel experiences and mobility solutions.

### Our Values:

- 1. Be innovative:** We embrace innovation as a catalyst for progress and growth. We continuously seek new ideas, technologies, and solutions to meet the evolving needs of our clients and to drive positive change within our industry.
- 2. Be passionate:** We are fueled by passion for our work. We approach every task with a maximum of enthusiasm, dedication, and a genuine love for what we do. Our passion drives us to go above and beyond to create memorable and meaningful experiences.
- 3. Be courageous:** We have the courage to take risks, challenge conventions, and pursue ambitious goals. We embrace change and adapt to new circumstances, pushing boundaries to continuously improve and innovate.
- 4. Be authentic:** We value authenticity and integrity in all our interactions. We are transparent, trustworthy, and true to our values, building genuine and long-lasting relationships based on mutual respect and trust.

## Tone of Voice

Die Marke emile weber soll nicht nur in ihrem Aussehen konsequent auftreten sondern auch in ihrer Kommunikation. So soll sicher gestellt werden, dass jeder Kunde das Markenbild gleich wahrnimmt und der Tone of Voice kohärent bleibt.

### **Wie schreibt man emile weber**

emile weber wird immer in Kleinbuchstaben geschrieben. Sei es in Texten, Überschriften oder alleinstehend.

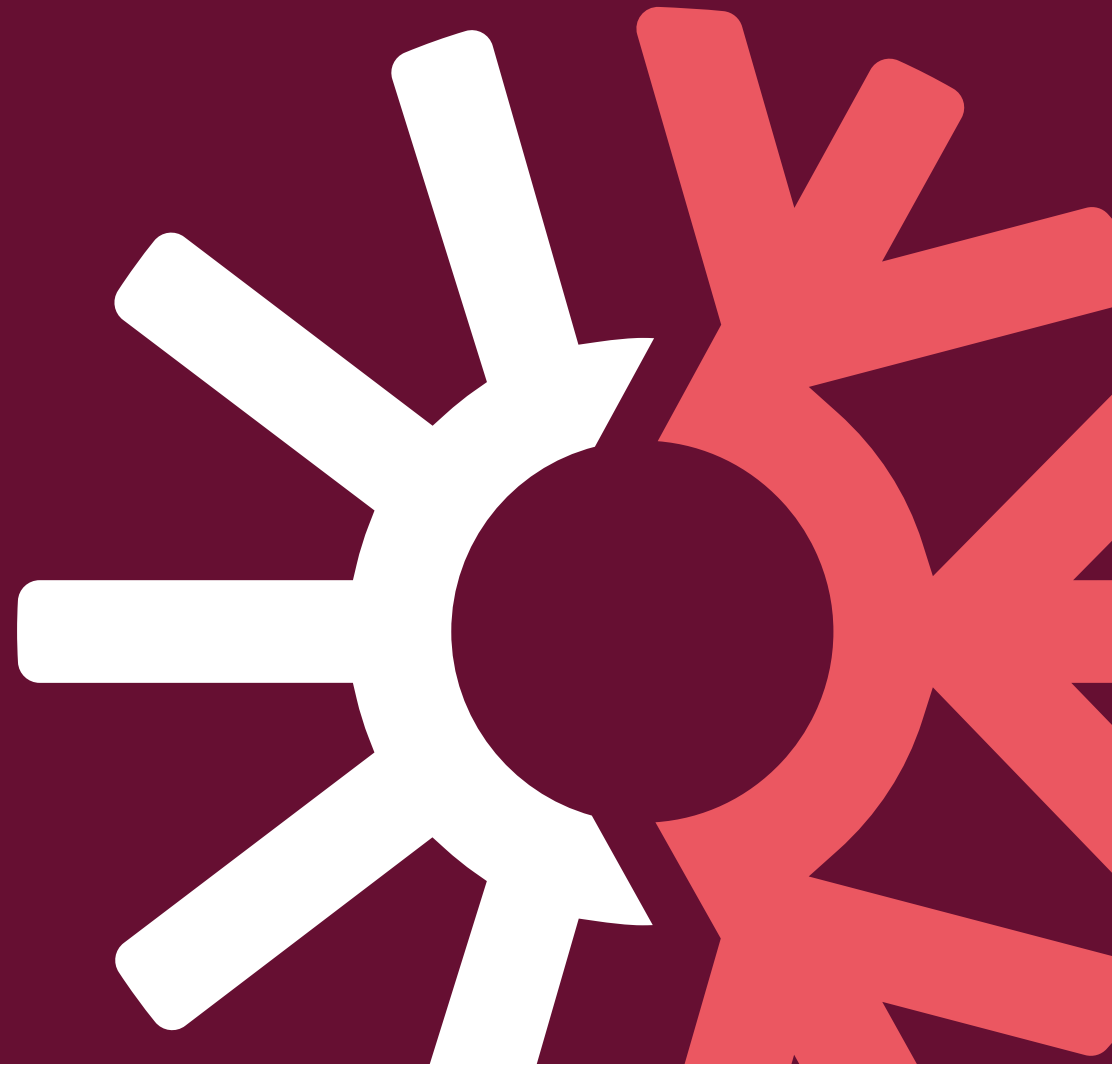
### **Wie spricht emile weber von sich?**

Die Mitarbeiter sollen Kunden in der ersten Person Plural ansprechen. Also in der Wir-Form. Somit entsteht eine Identifizierung mit der Marke emile weber. (Einige Ausnahmen sind möglich, z. B. in einer formellen Präsentation, wo die dritte Person angemessener sein kann.)

### **Wie spricht emile weber Kunden und Partner an?**

Die Marke emile weber kommuniziert immer höflich und sachlich. Die Kunden werden somit in der Sie-Form angesprochen. Das gilt sowohl für Gruppen als auch Firmen oder Individuen.

# Logo



---

Brand Guidelines

## Logo (horizontal)

Durch das Rebranding, präsentiert sich das neue Logo jetzt in moderner und selbstbewusster Form. Durch die Vereinfachung des Siegels kann der Wiedererkennungswert in Zukunft gesteigert werden und es ist zudem flexibel anwendbar in allen Medien.



## Logo mit Schutzzone und Platzierung

Die Größe des Siegels orientiert sich an der Höhe des i's von emile. Die Schutzzone rund um das Logo wird durch die Größe des e's von emile definiert. Die Bildmarke und die Wortmarke sind somit perfekt zueinander proportioniert.



x = Ist ein Teil der Höhe des Buchstaben i.



## Logo (vertikal)

In den meisten Fällen soll das vorherige Logo im horizontalen Format angewendet werden. Jedoch ist dies in manchen Anwendungsbereichen nicht möglich, somit wird auch eine vertikale Version des Logos angeboten.



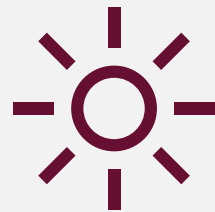
## Logo mit Schutzzone und Platzierung

Bei der vertikalen Version des Logos wird in der Höhe noch ein halbes x hinzugefügt damit es proportional ausgeglichen aussieht und sich nicht zu sehr in die Breite zieht wie das horizontale Logo.



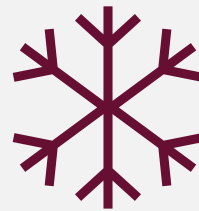
## Bedeutung des Siegels

Das neue Siegel setzt sich aus den gleichen Symbolen zusammen wie das alte Siegel – Sonne und Schneeflocke. Diese Symbole stehen für Sommer- bzw. Winterurlaub.



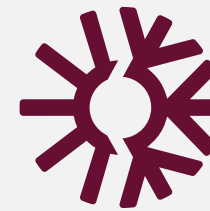
Sun

+



Snowflake (Snow)

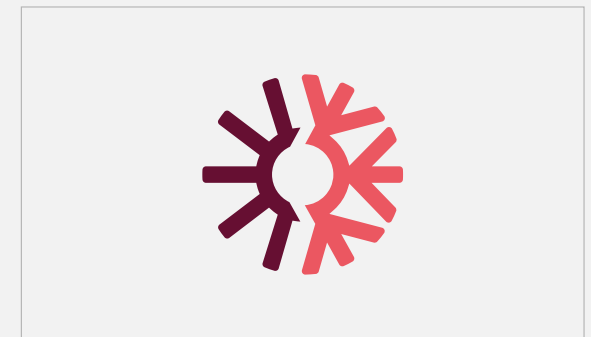
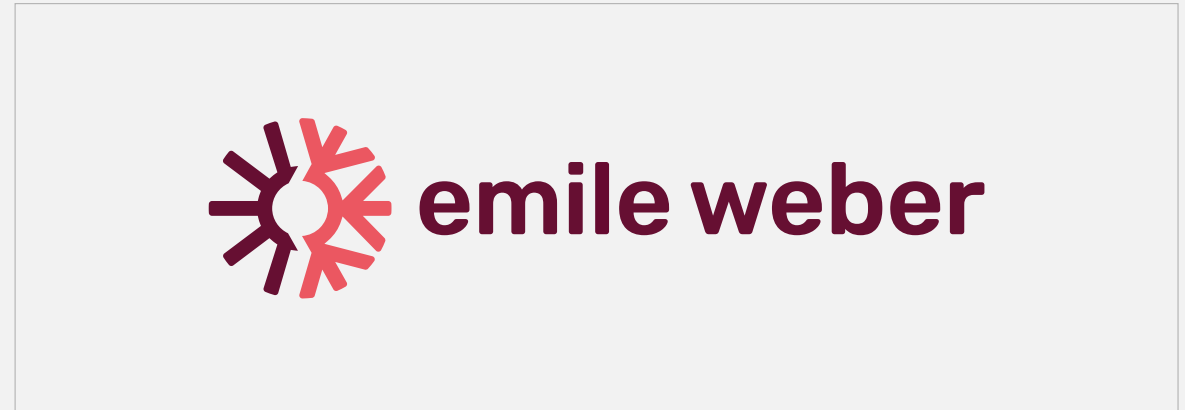
=



Logomark

## Logo System

Unser Markenidentitätssystem besteht aus einem komplexen Werkzeugkasten, dessen Bestandteile so konzipiert sind, dass sie harmonisch zusammenarbeiten, um alle Kommunikationsbedürfnisse zu erfüllen.



## Horizontales Logo mit Markenclaim



## Vertikales Logo mit Markenclaim



## Farbalternativen



## Logo in positiv und negativ





## Do's und Don'ts

- 1) Keine Farben ausserhalb der vorgegebenen Farbpalette nutzen
- 2) Keine Umrisse/Konturen beim Siegel nutzen
- 3) Nicht die Farbe des Namens ändern
- 4) Das Logo nicht auf Hintergründen nutzen welche zur Unleserlichkeit neigen

1



2



3



4



## Do's und Don'ts

1) Nicht den Zeilenabstand verändern 2) Keine Schatten verwenden 3) Nicht die Ausrichtung verändern 4) Nicht das Logo verzerren

1



2



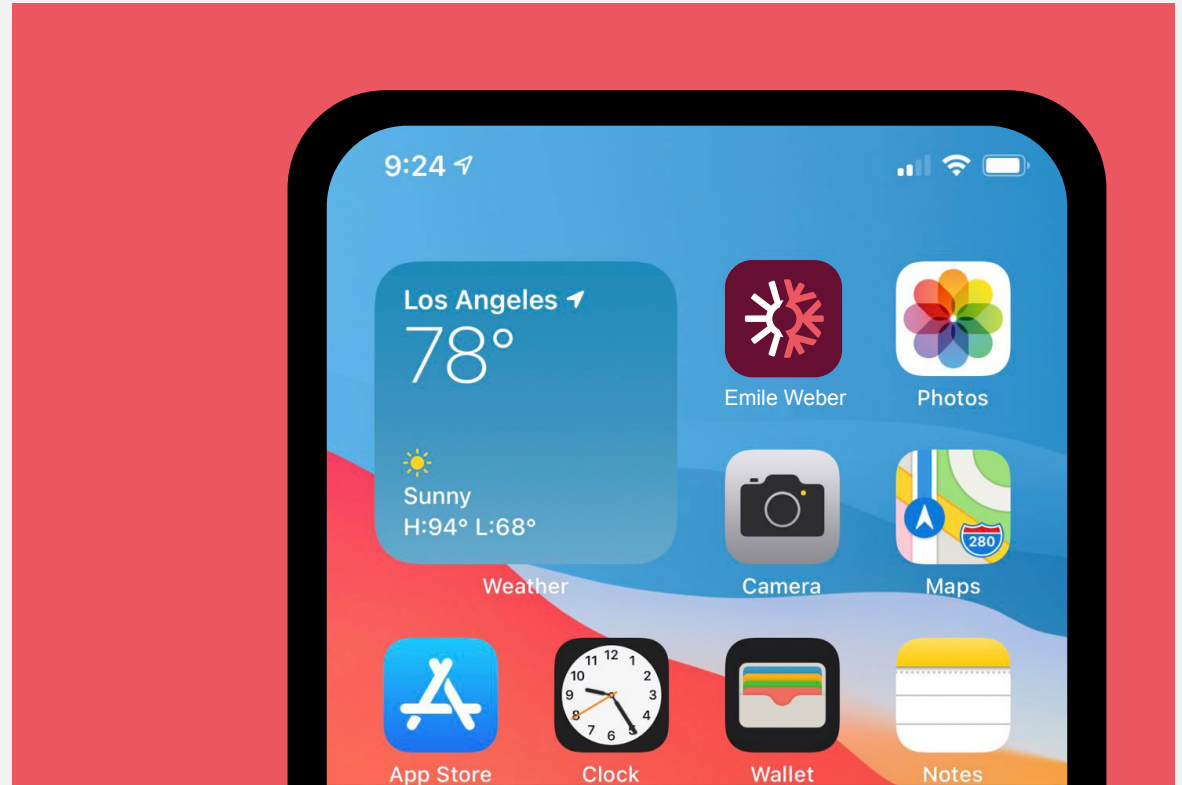
3



4



## Favicon



## Piktogramme

Reisen



Mobilität



Tagesreise



Buslinien



Gruppen



Business



Jobs



Kataloge



Kreuzfahrten



Gemeinden



Reiseagentur



Busreisen



Flugreisen



Zugreisen



Webcamper



Webtaxi



eNews



Busanmietung 01



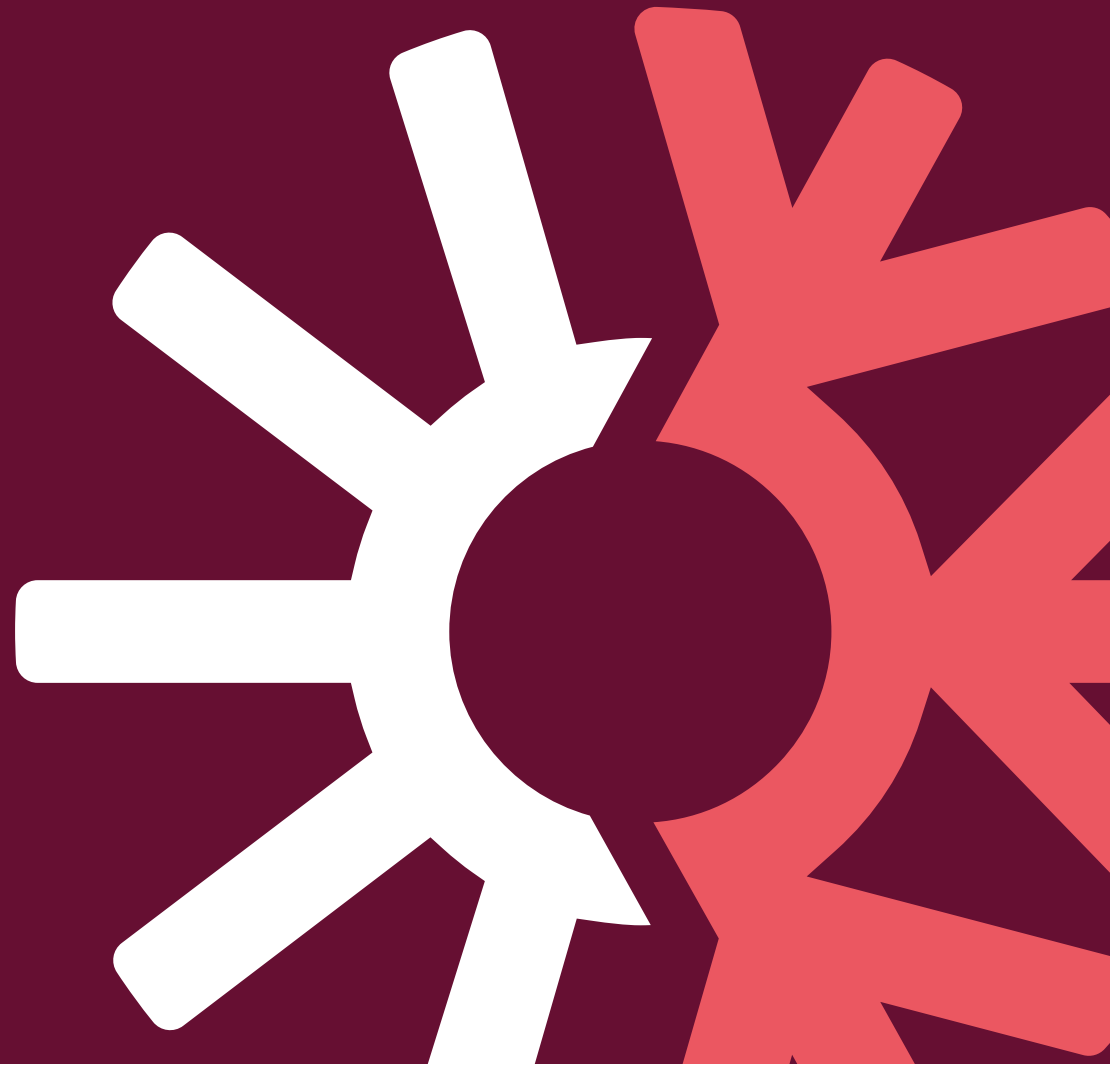
Busanmietung 02



# Schriften

---

Brand Guidelines



## Erste Schriftfamilie

Die **Rubik** Schrift wird in der Schriftmarke angewandt. Diese Schrift kann für Überschriften genutzt werden, digital als auch im Printbereich. Sie kann hier kostenlos heruntergeladen werden : <https://fonts.google.com/specimen/Rubik>

Rubik Light -

**Rubik ExtraBold**

# Rubik

AaBbCcDdEe

AaBbCcDdEe

*AaBbCcDdEe*

AaBbCcDdEe

AaBbCcDdEe

**AaBbCcDdEe**

## Zweite Schriftfamilie

Die Schrift **Poppins** wird für Fließtexte und sonstige Texte verwenden. Sie kann digital als auch im Printbereich genutzt werden. Sie kann hier kostenlos heruntergeladen werden : <https://fonts.google.com/specimen/Poppins>

Poppins Light -  
**Poppins ExtraBold**

# Poppins

AaBbCcDdEe

AaBbCcDdEe

*AaBbCcDdEe*

AaBbCcDdEe

**AaBbCcDdEe**

**AaBbCcDdEe**

### Dritte Schriftfamilie - Alternative

Diese Schriftart funktioniert zu 100 % sowohl auf dem PC als auch auf einem Mac und auf allen führenden Browsern und E-Mail-Plattformen.

Verdana Regular -  
**Verdana Bold**

# Verdana

AaBbCcDdEe

*AaBbCcDdEe*

**AaBbCcDdEe**

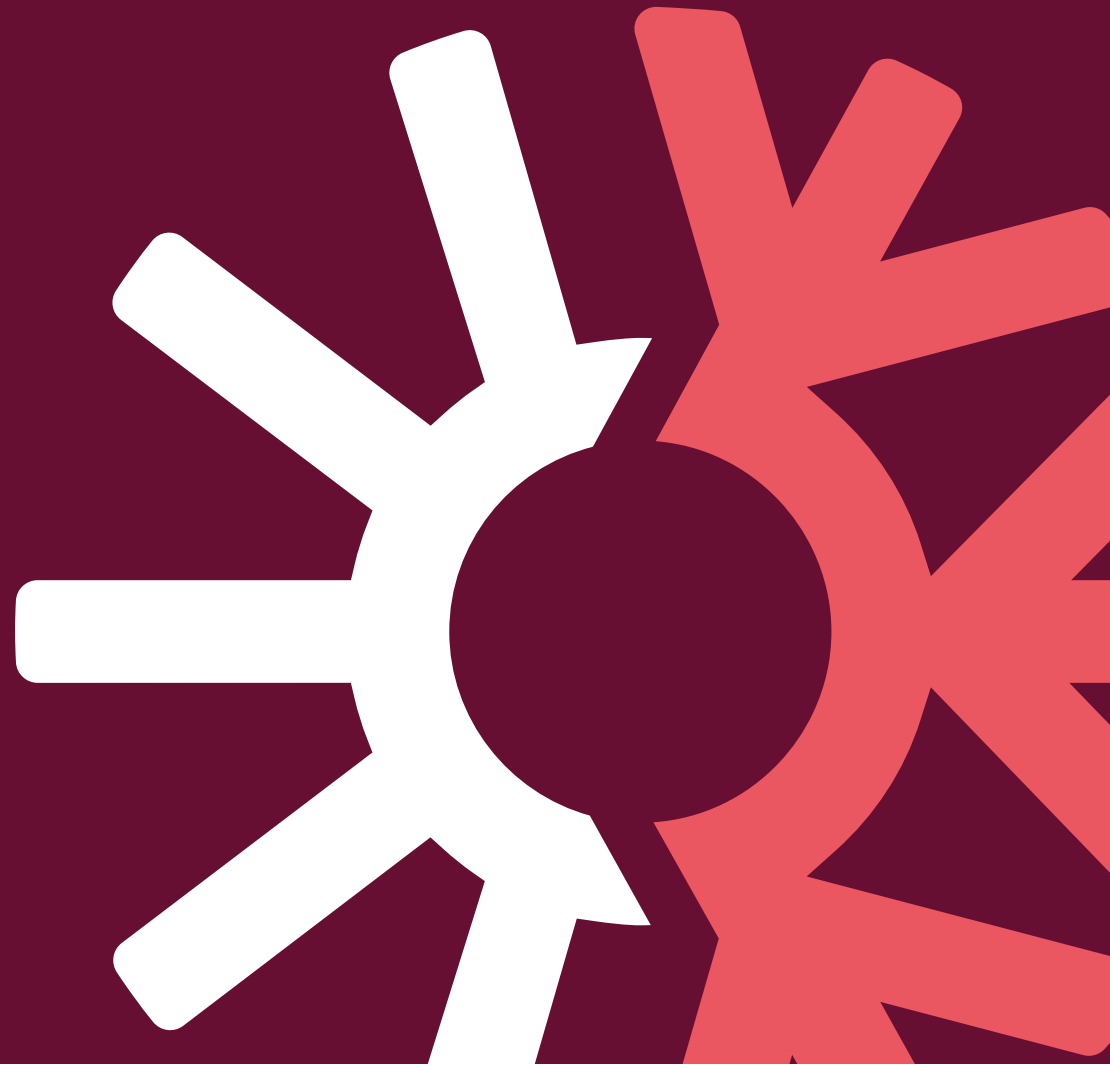
***AaBbCcDdEe***



# Farben

---

Brand Guidelines



## Farben

Light Coral und Burgundy sind die Hauptfarben der Marke emile weber.

### Light Coral

**CMYK**  
0% 80% 51% 0%

**PANTONE**  
2345 C

**RGB**  
235, 87, 97

#eb5761

### Burgundy

**CMYK**  
45% 100% 50% 60%

**PANTONE**  
4074 C

**RGB**  
102, 15, 50

#660f32

## Farben

## Ergänzung der Farbpalette: Sekundärfarben

### Buttermilk

**CMYK**

4% 10% 37% 0%

**RBG**

247, 228, 178

#f7e4b2

### Canary

**CMYK**

5% 22% 72%, 0%

**RBG**

244, 201, 93

#f4c95d

### Soft Grey

**CMYK**

12% 8% 9% 0%

**RBG**

230, 230, 230

#e6e6e6

### Stone

**CMYK**

29% 21% 22% 2%

**RBG**

191, 192, 192

#bfc0c0

### Pastel Lilac

**CMYK**

14% 11% 3% 0%

**RBG**

225, 226, 239

#e1e2ef

### Lavender

**CMYK**

35% 40% 0% 0%

**RBG**

180, 151, 214

#b497d6

### Buff Orange

**CMYK**

0% 16% 23% 0%

**RBG**

255, 225, 200

#ffe1c8

### Tiger

**CMYK**

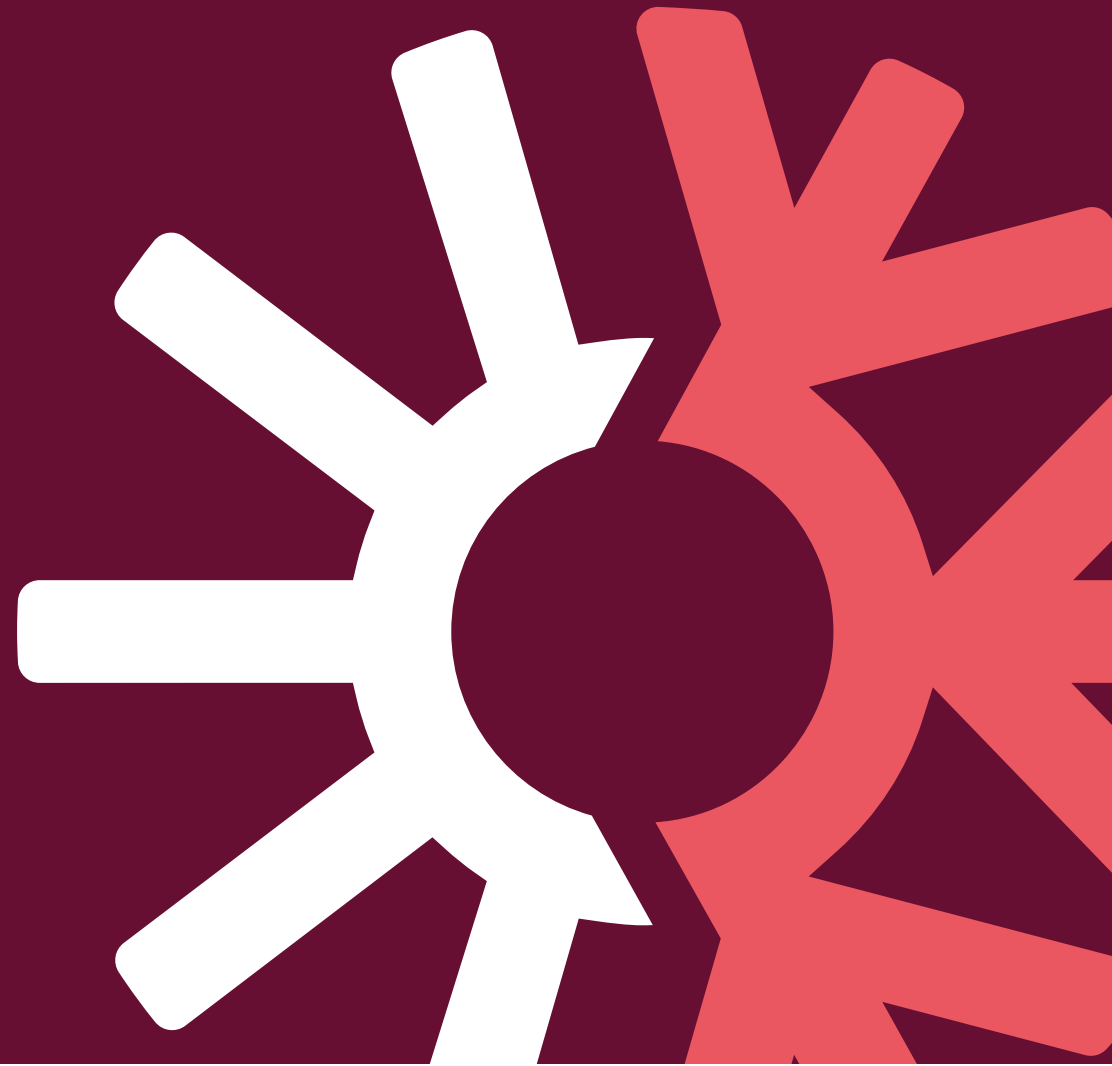
0% 68% 72% 0%

**RBG**

255, 111, 66

#ff6f42

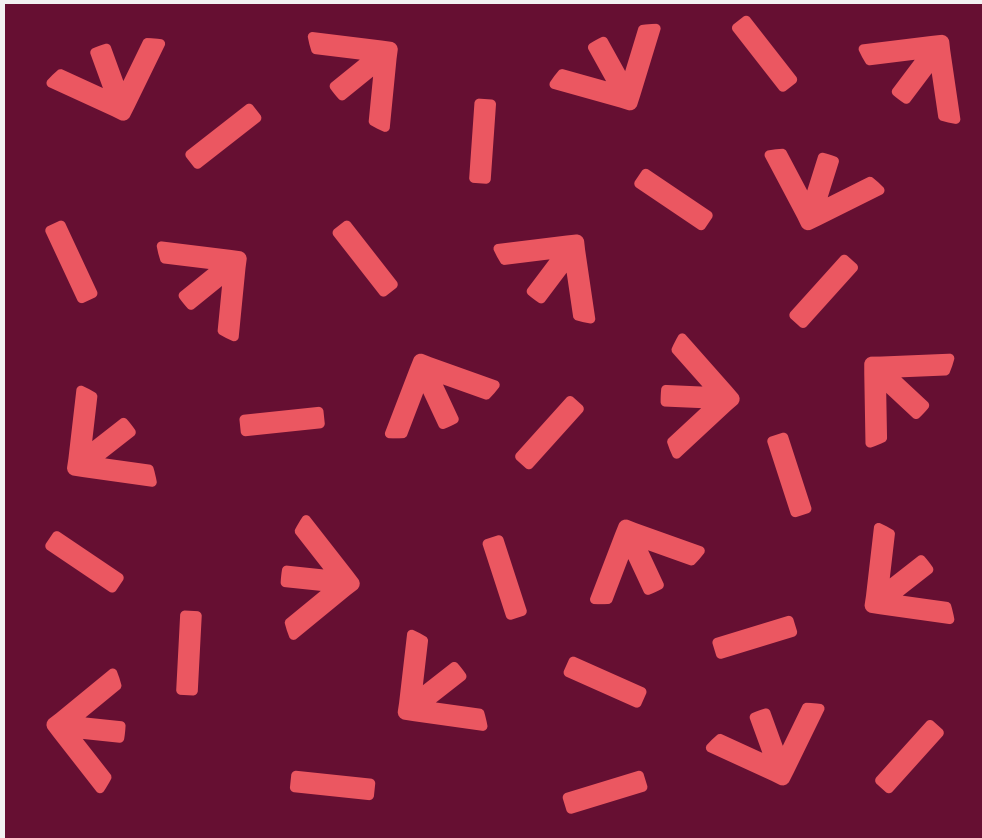
# Markenmuster



---

Brand Guidelines

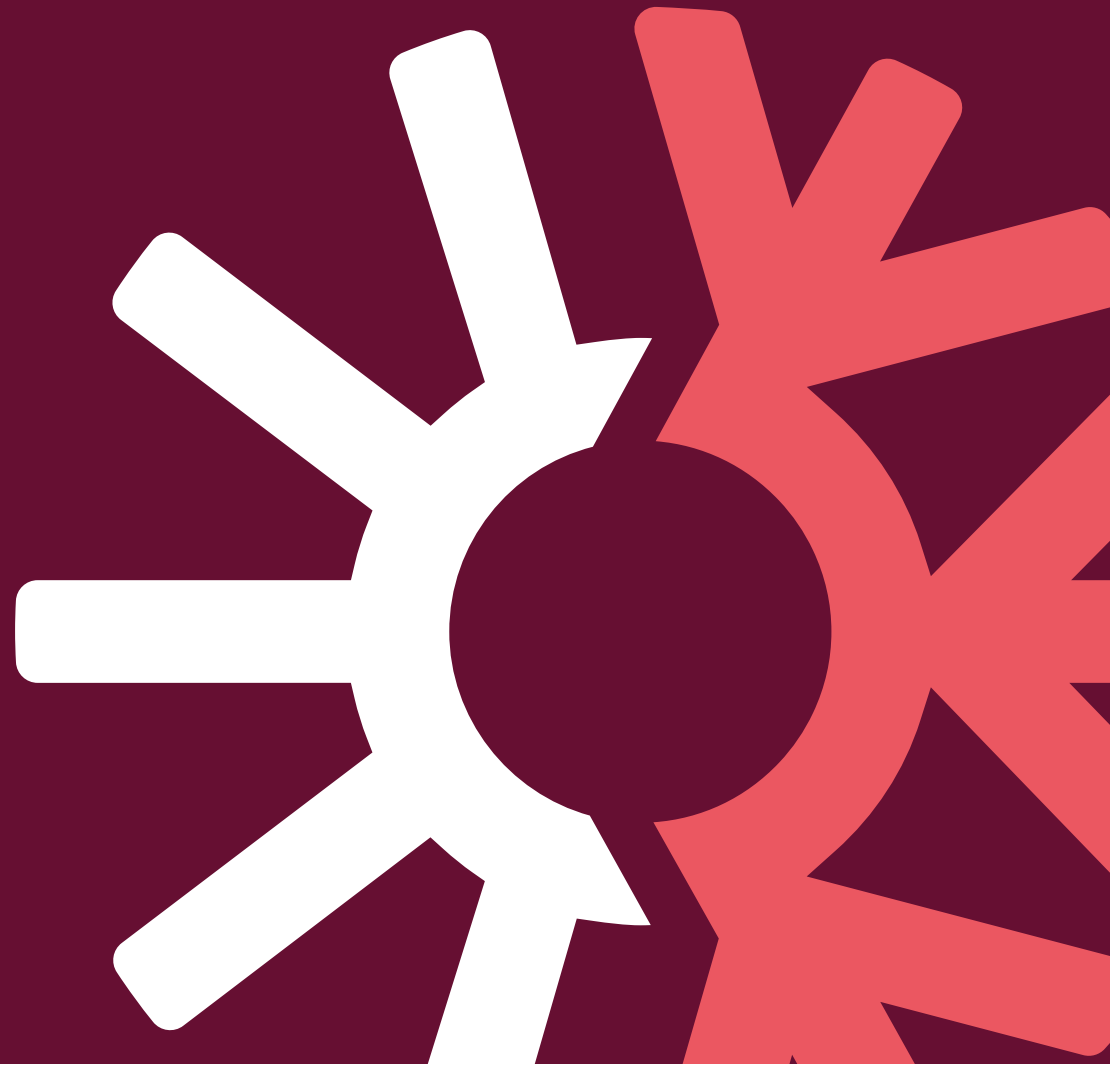
## Marken Muster



# Bildstil

---

Brand Guidelines



## Do's

Der Bildstil von Emile Weber orientiert sich an natürlichen Fotos, ohne farbigen Filter oder sonstigen Bearbeitungen.



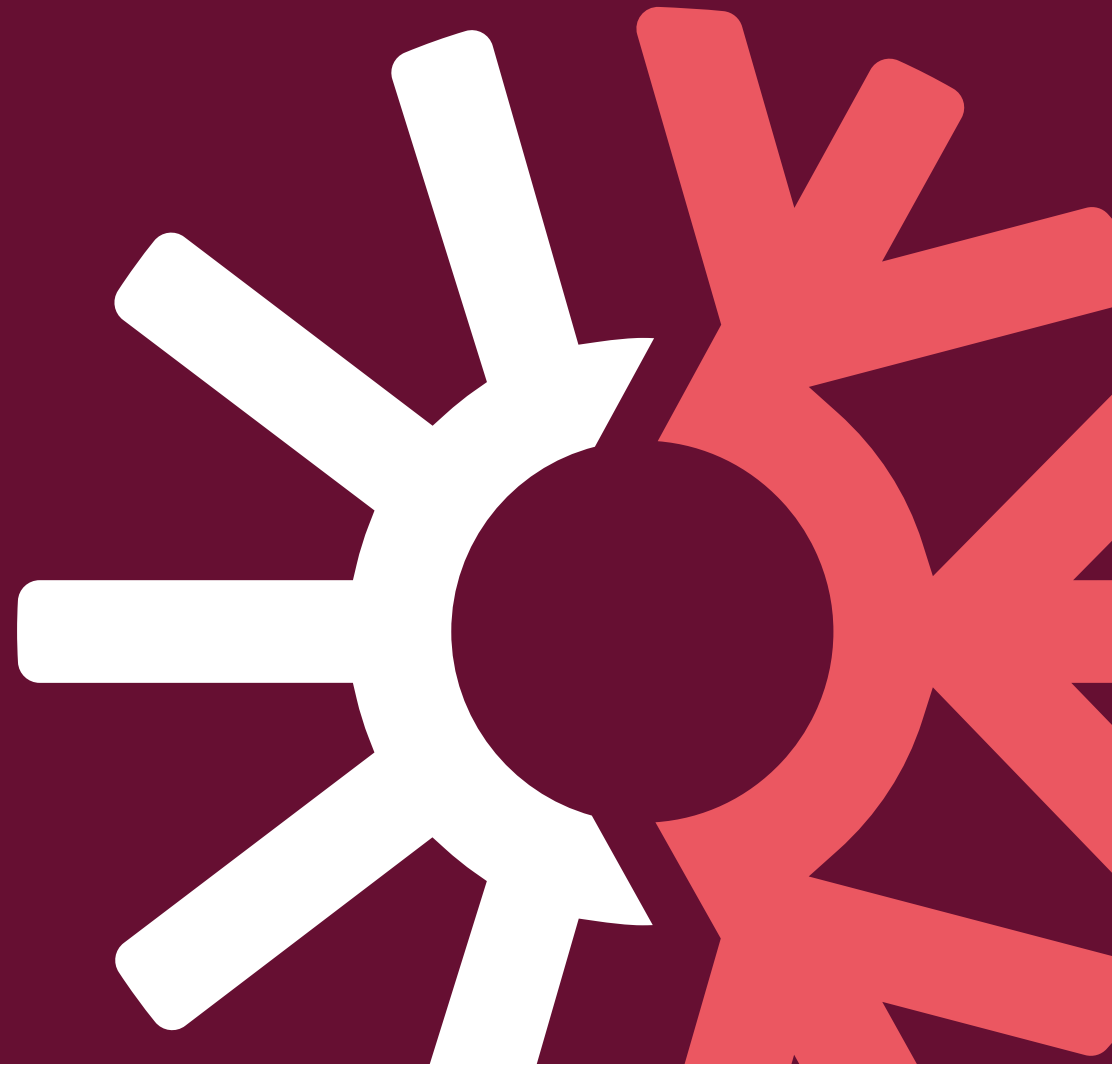
## Dont's (wenn möglich vermeiden)

- 1) Kein Studio Aufnahmen + keine übertriebenen Emotionen
- 2) Keine gestellten Szenen
- 3) Keine Filter
- 4) Kein unnatürliches Licht
- 5) Keine verpixelten Bilder
- 6) Bilder nicht verzerren





# Sub Branding



---

Brand Guidelines

Logo - wemobility



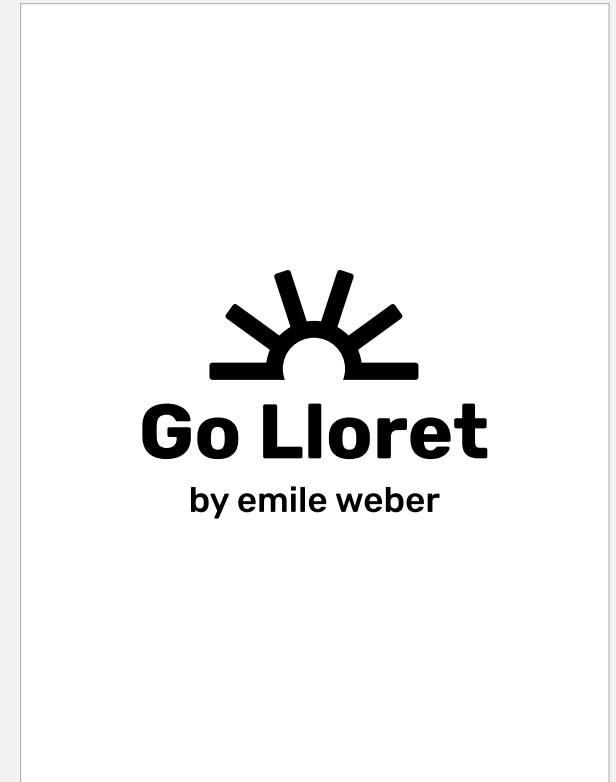
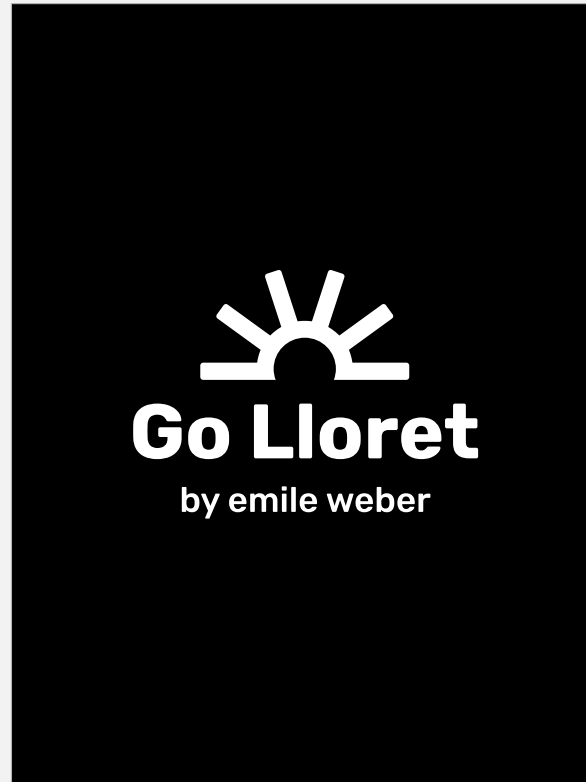
**Logo - Go Lloret**



## Logo - Go Lloret



Logo - Go Lloret



## T-Shirt



## Baseball-Kappe



## Untersetzer





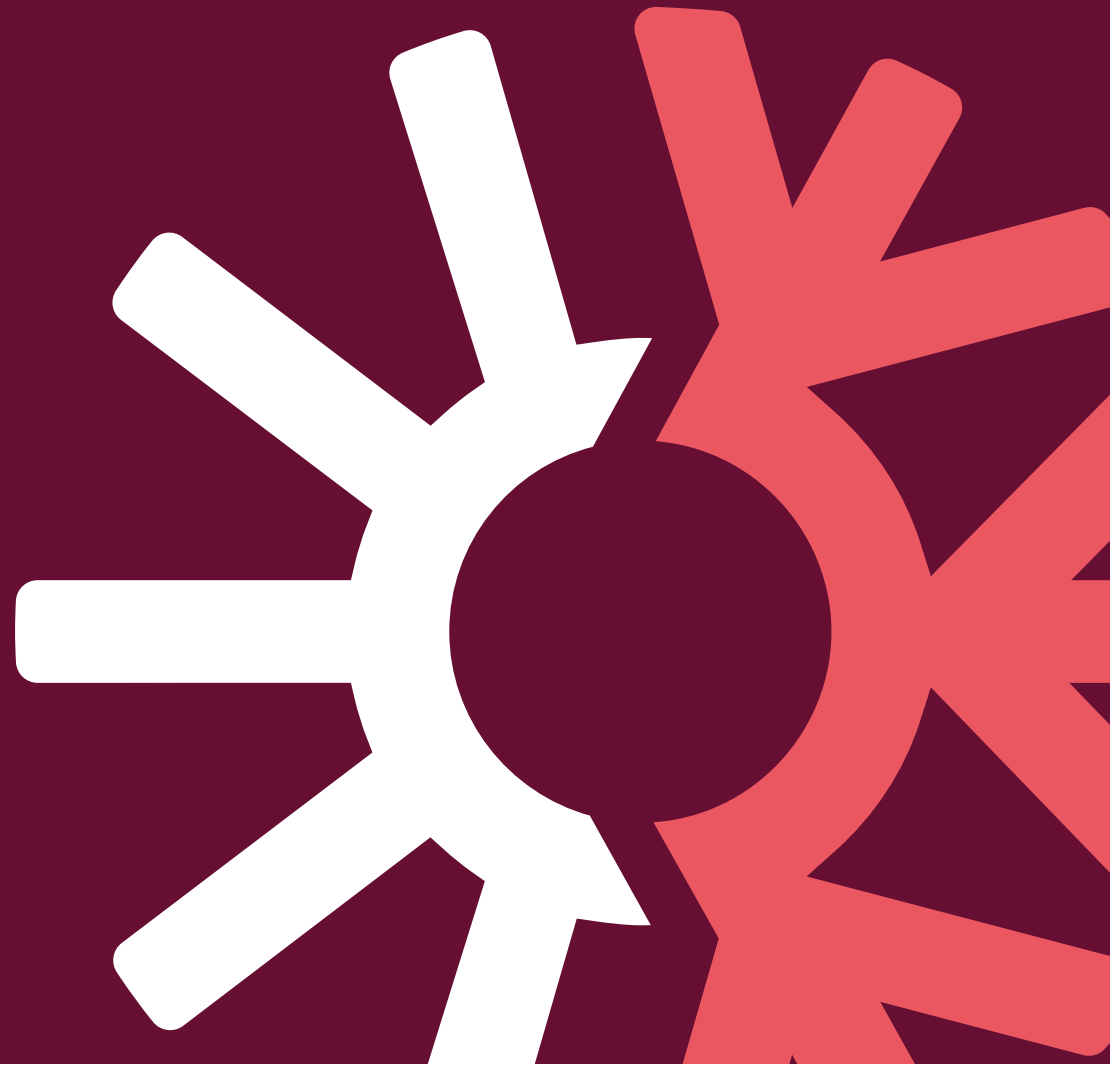
Logo - by emile weber (Webtaxi)



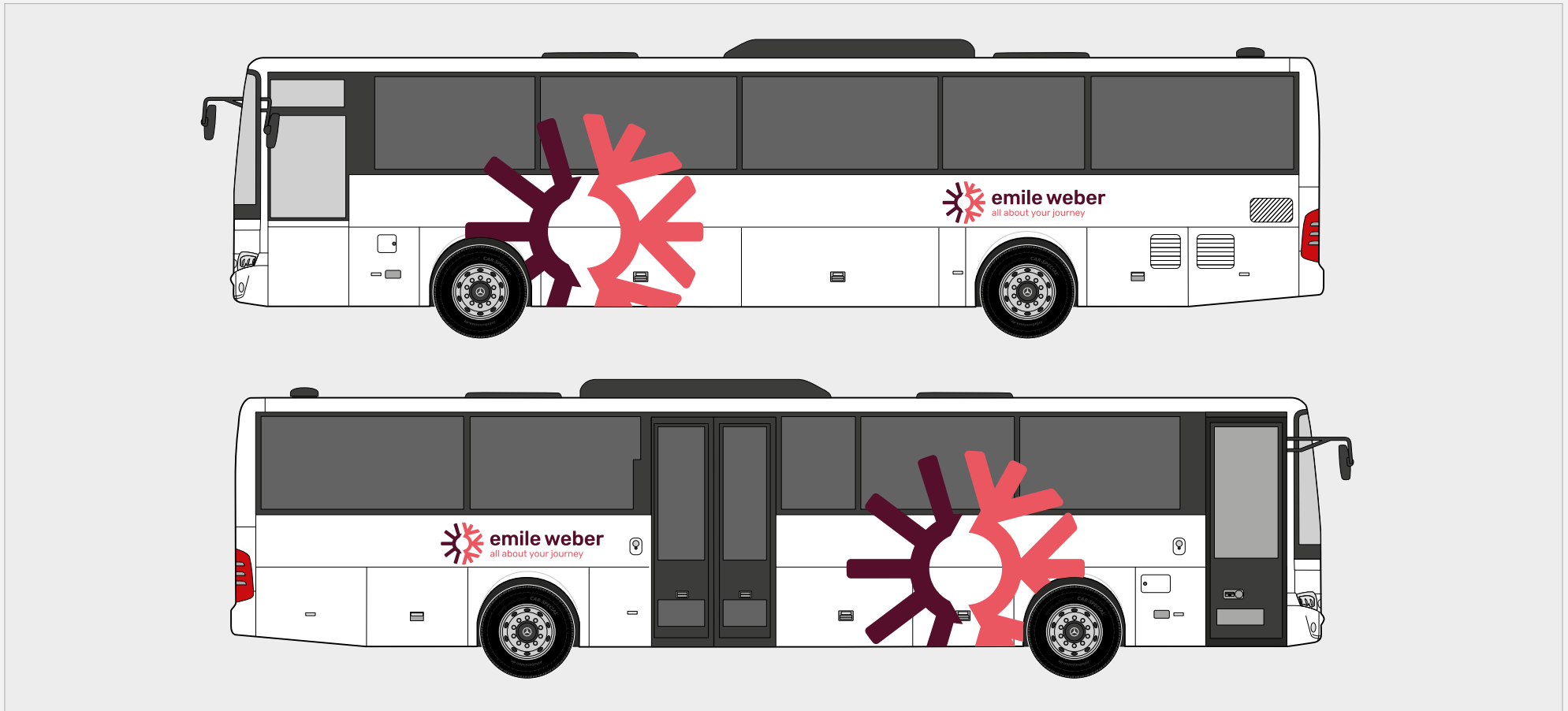
# Fahrzeug- beschriftung

---

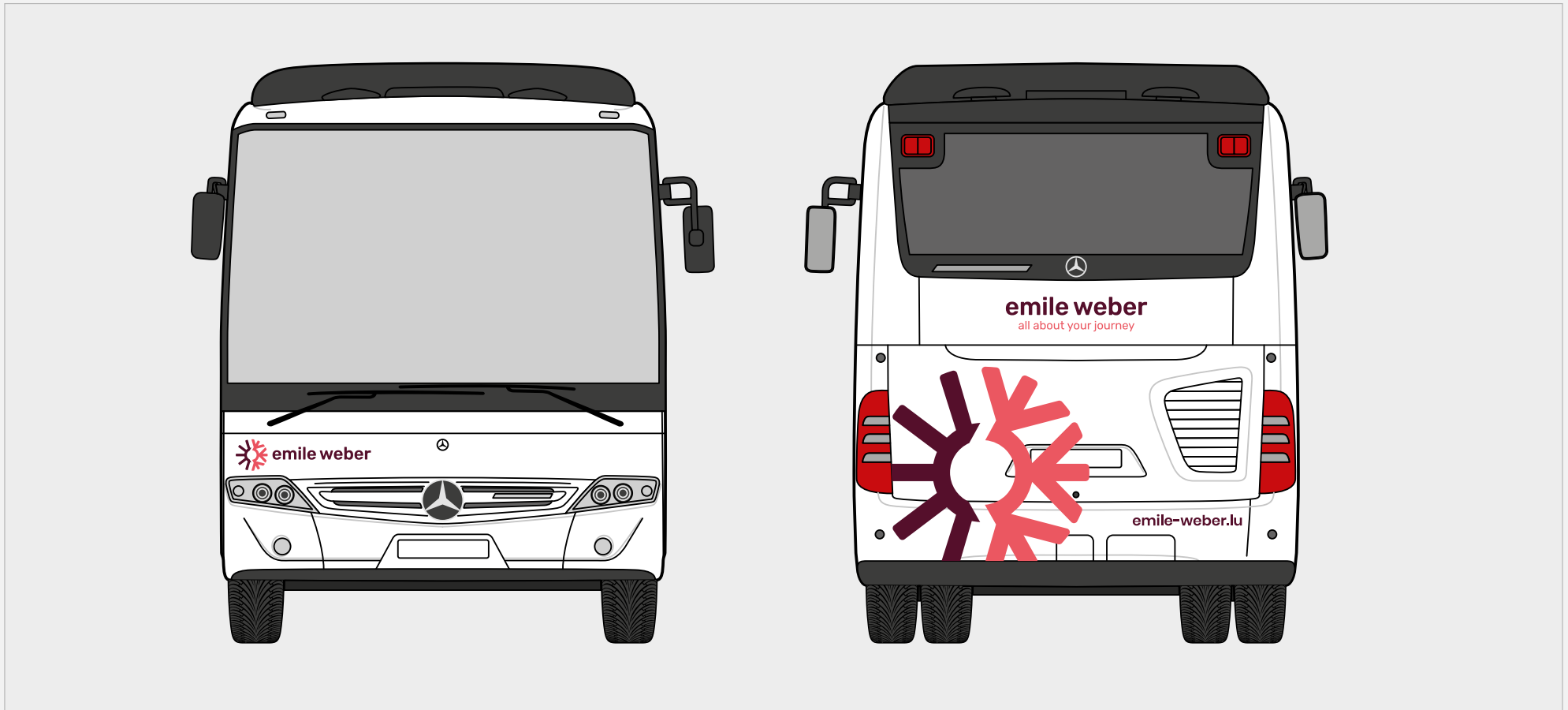
Brand Guidelines



## Linienbus (Merc\_943)



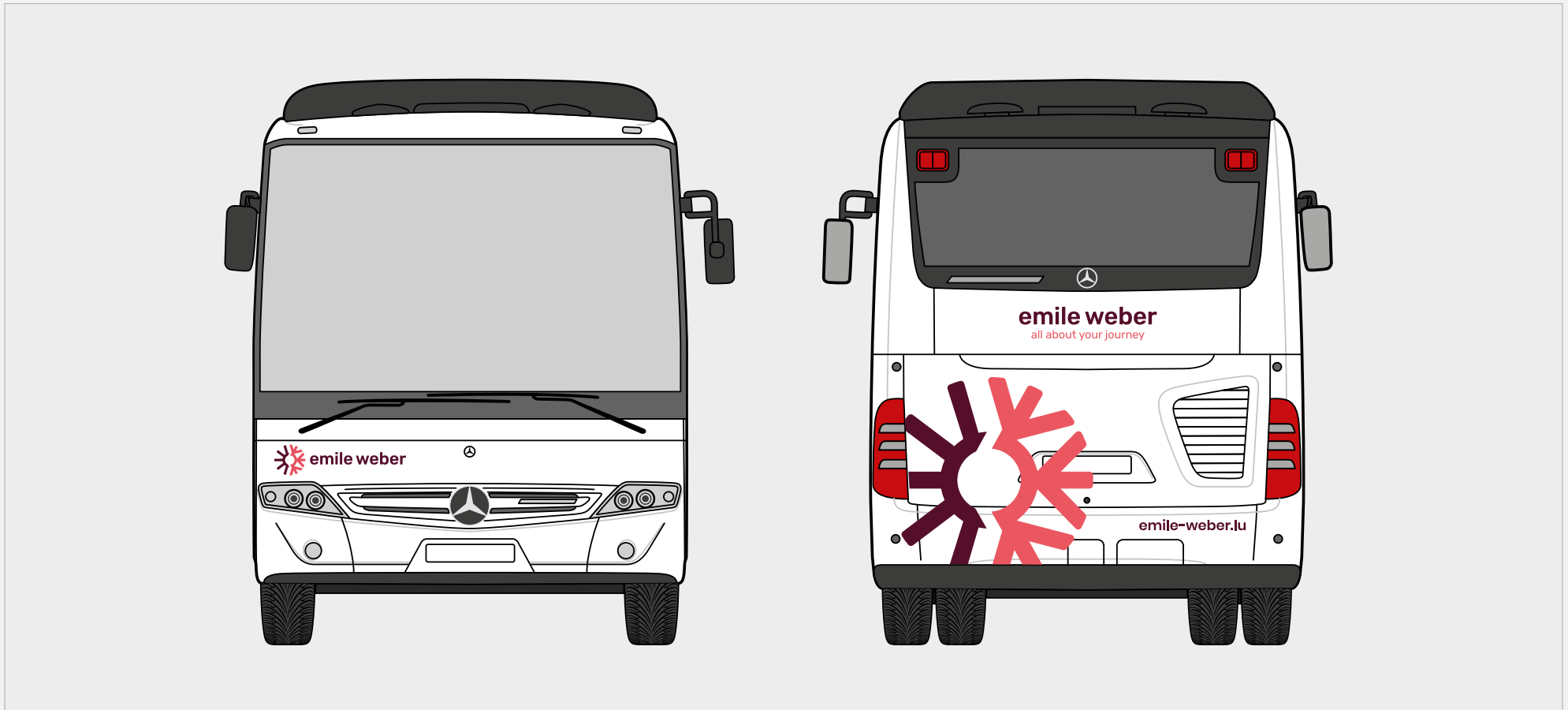
## Linienbus (Merc\_943)



## Linienbus (Merc\_947i)



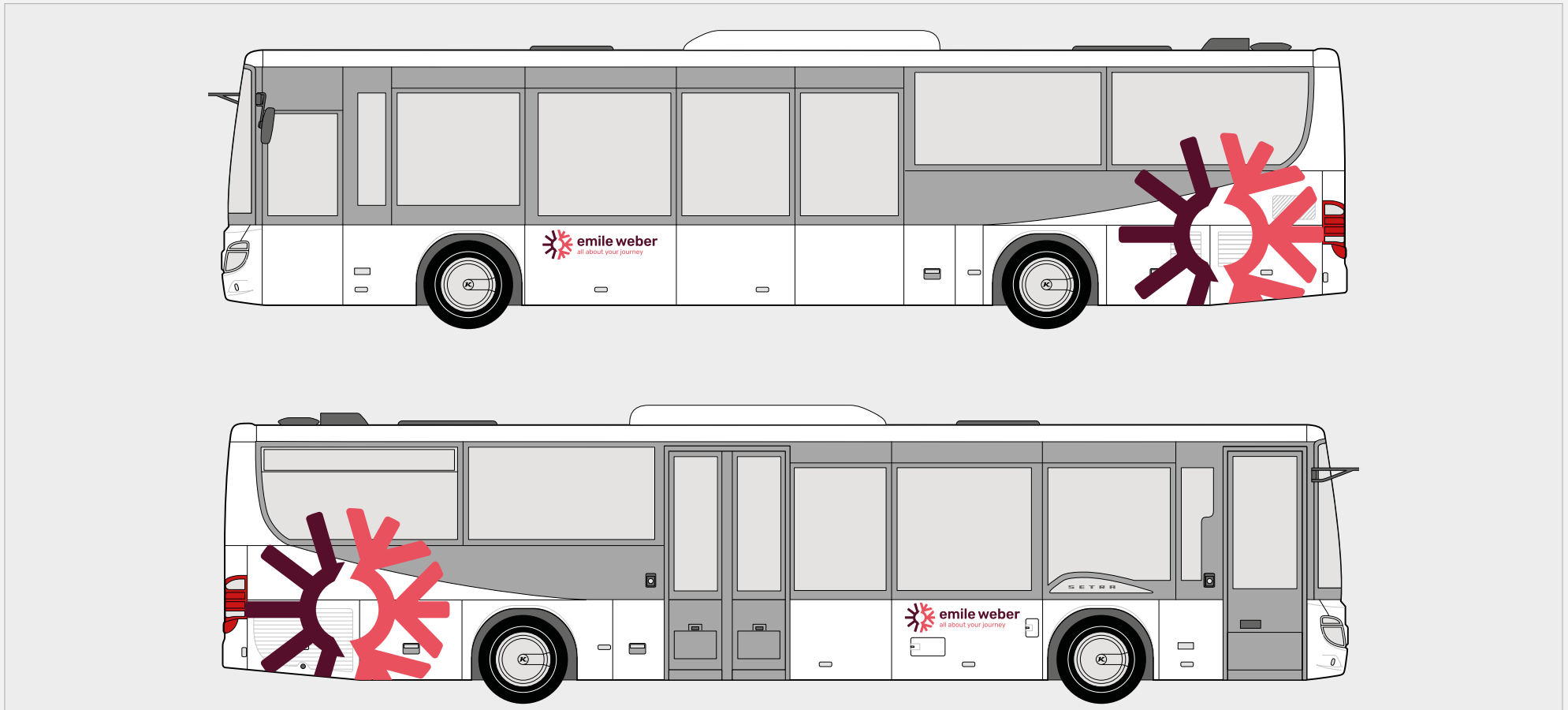
## Linienbus (Merc\_947i)



## Linienbus (Setra S 415 LE) - Design01



## Linienbus (Setra S 415 LE) - Design02





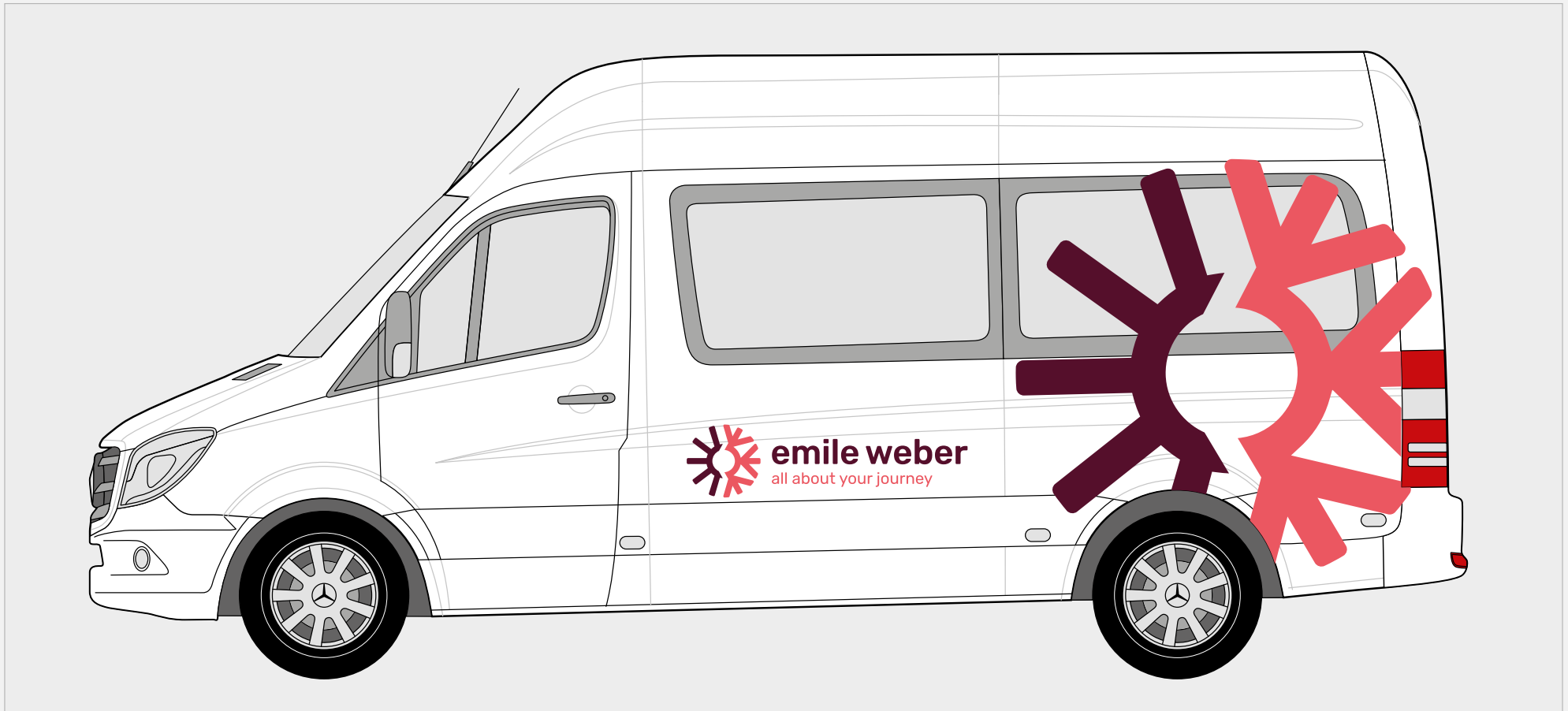
## Reisebus (matt/glänzend) (SETRA S517)



## Reisebus-Luxus (matt/glänzend)



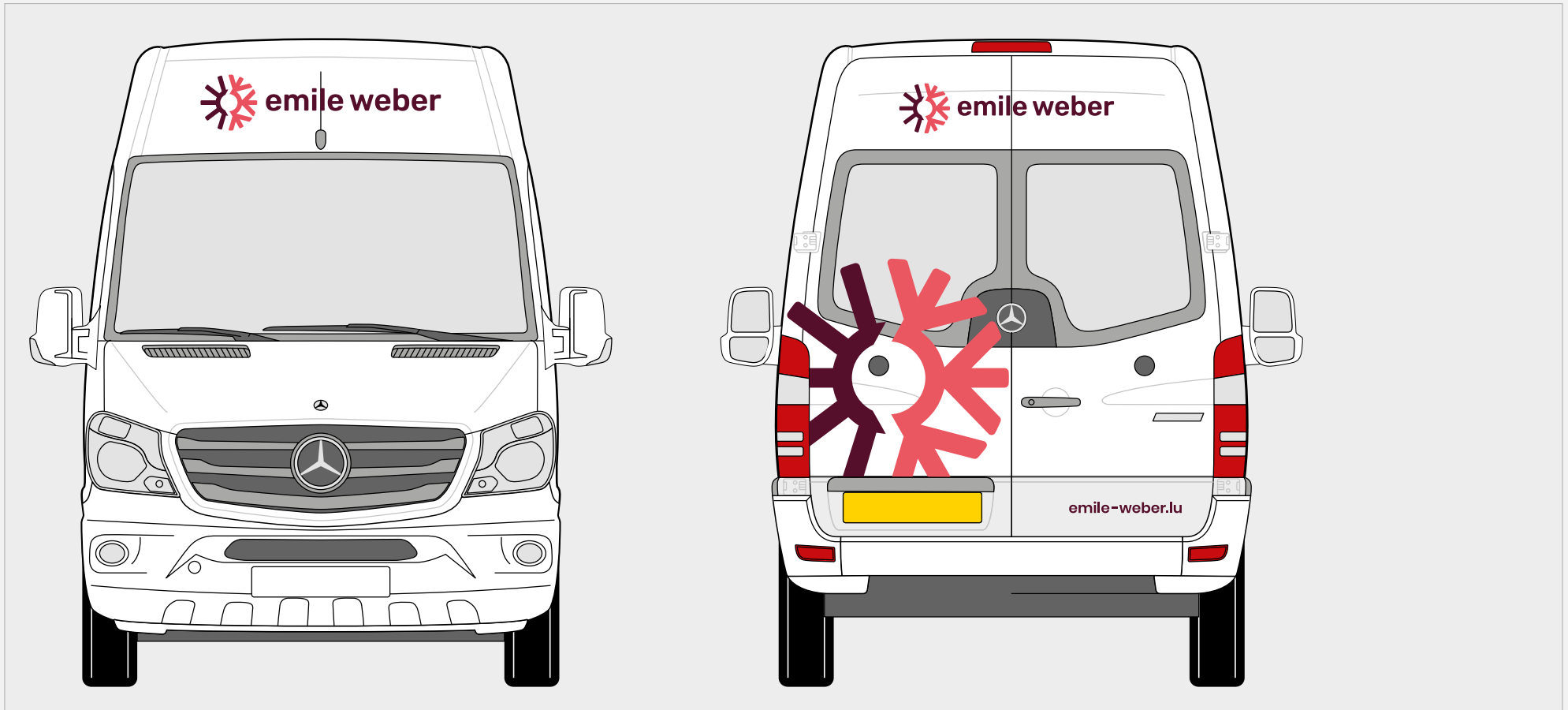
## Minibus



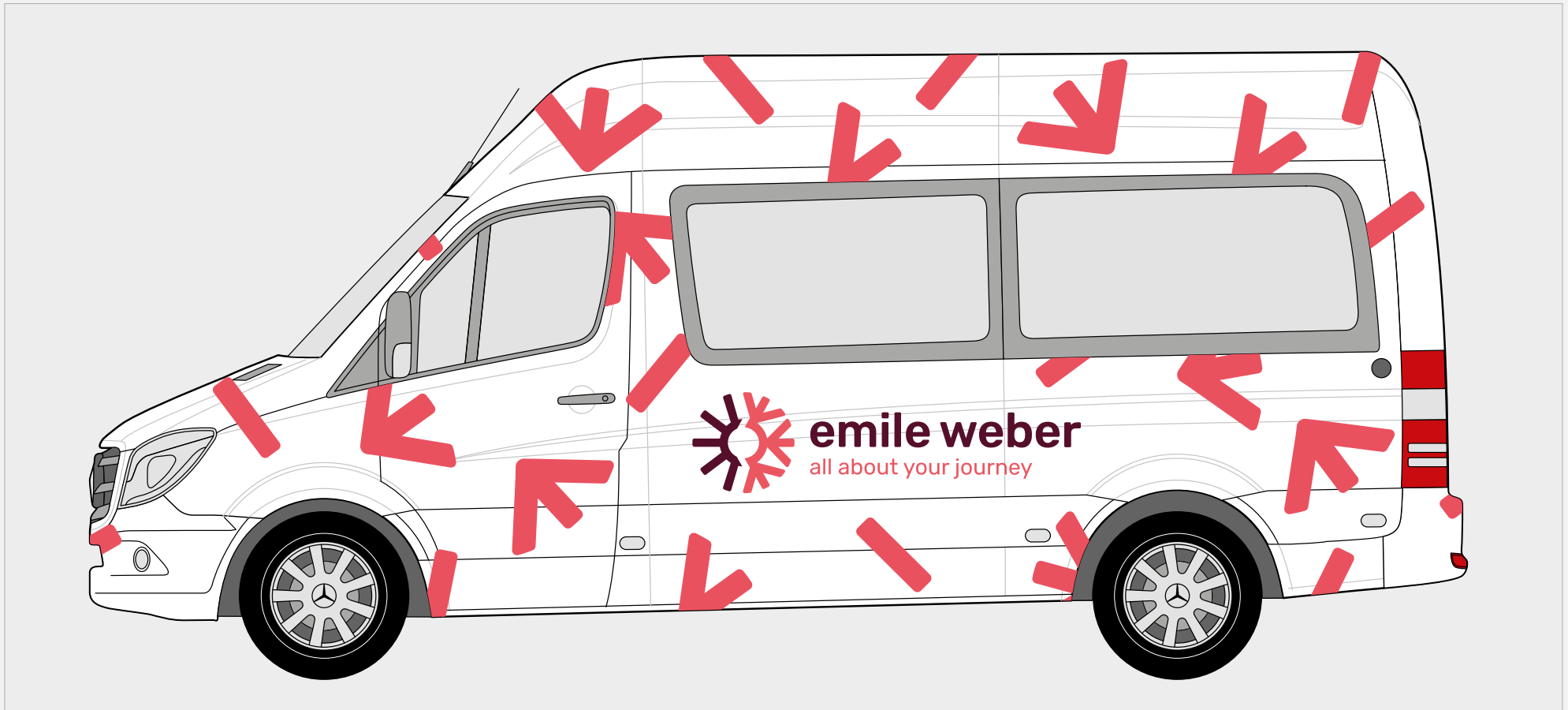
## Minibus



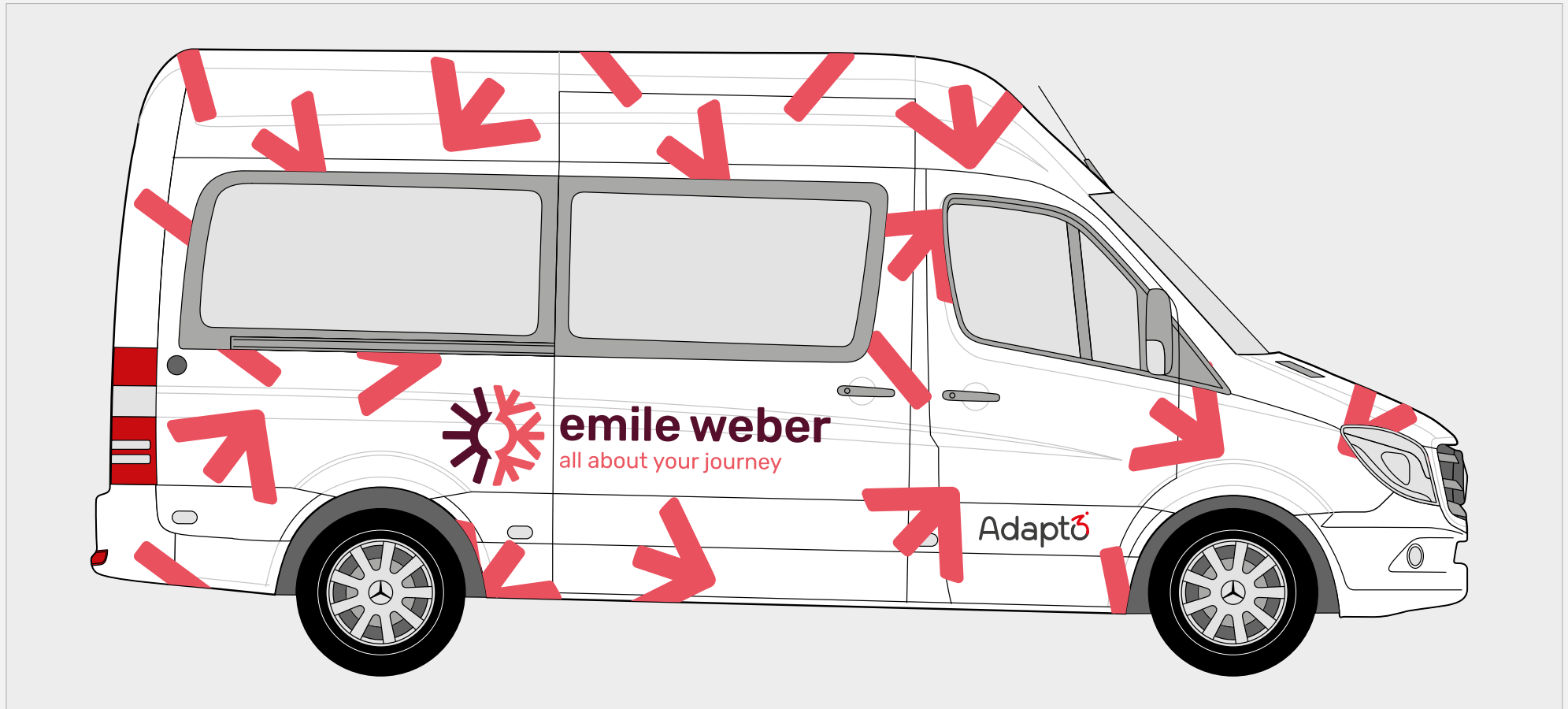
## Minibus



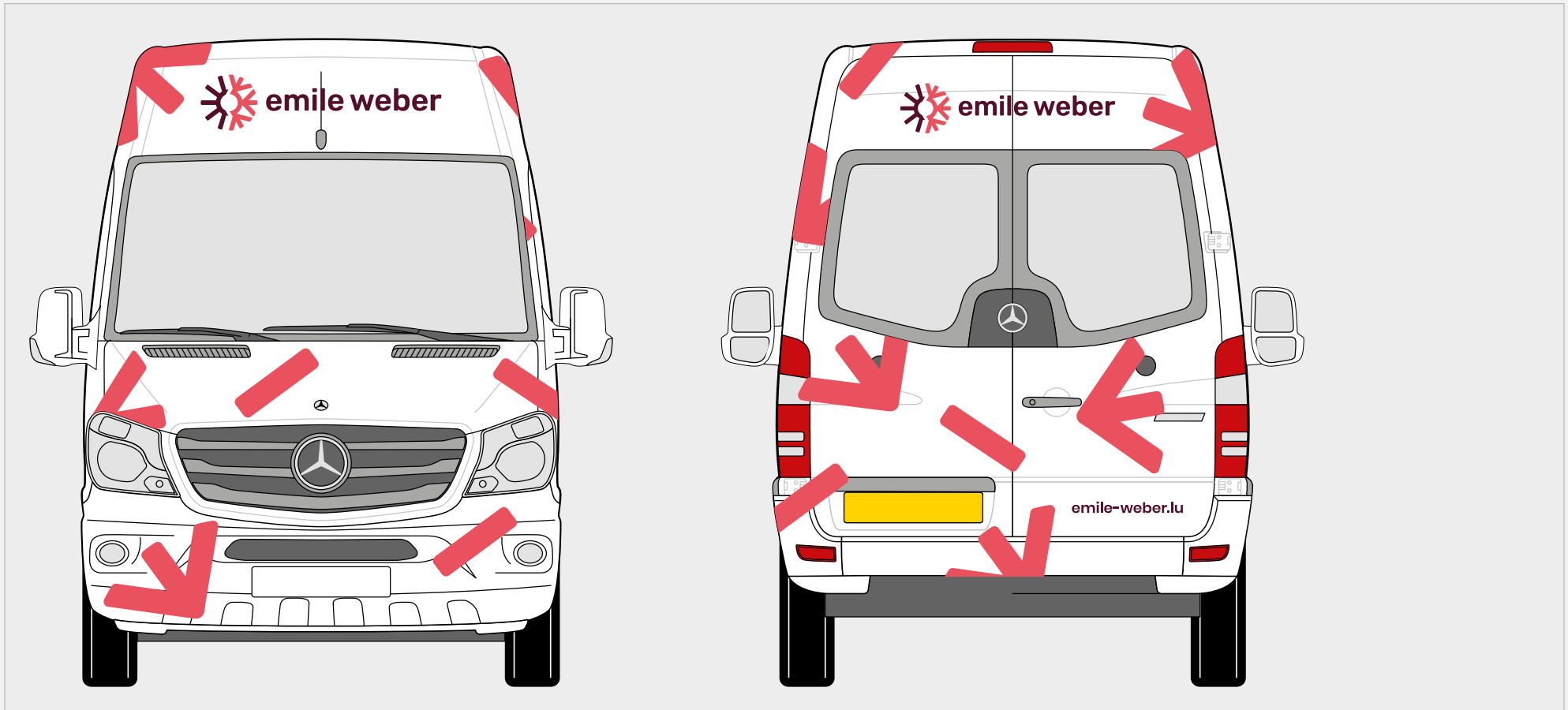
## Minibus



## Minibus

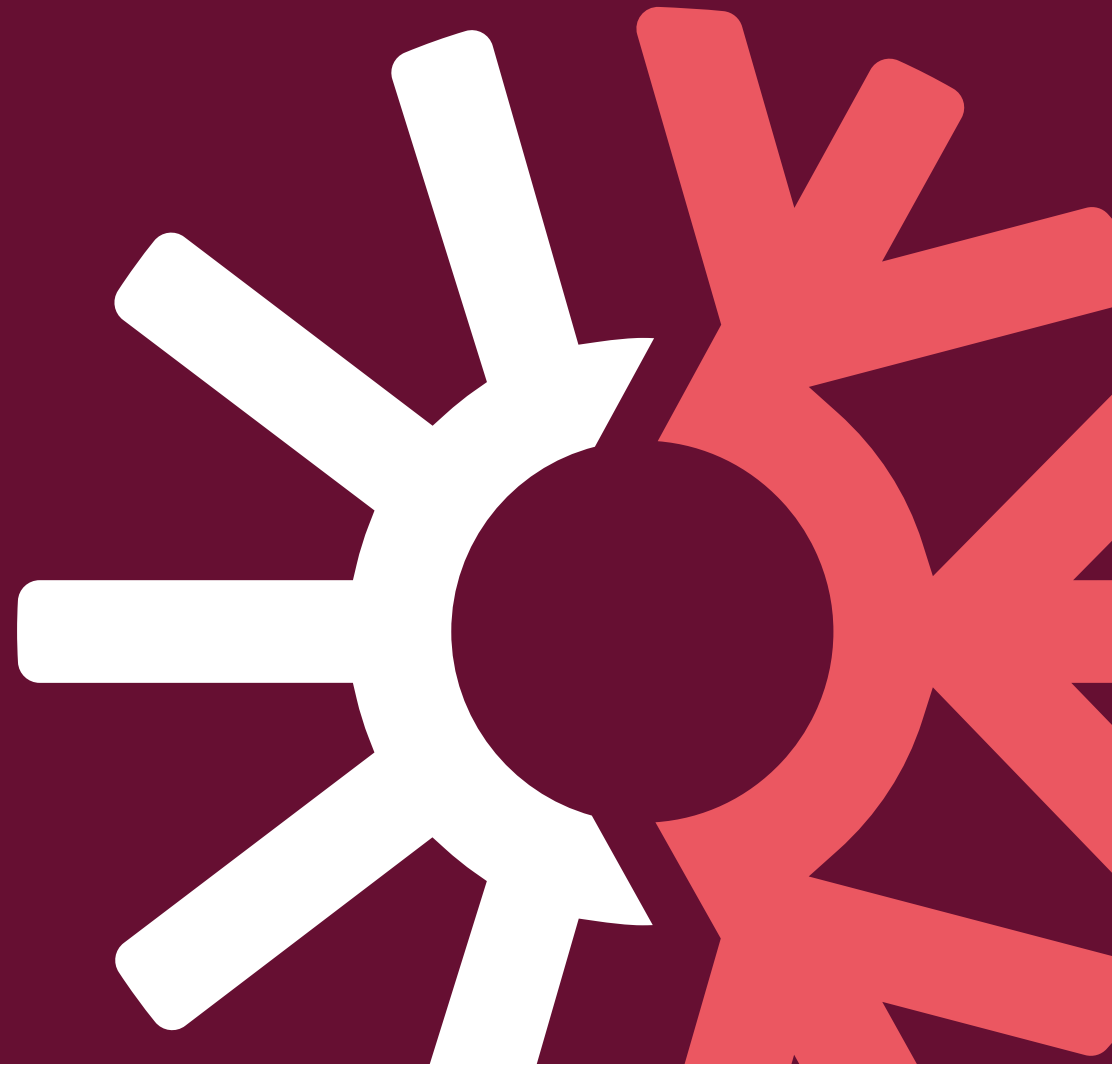


## Minibus





# Social Media



---

Brand Guidelines

## Facebook - Posts



## Facebook - Posts



## Stellenanzeige



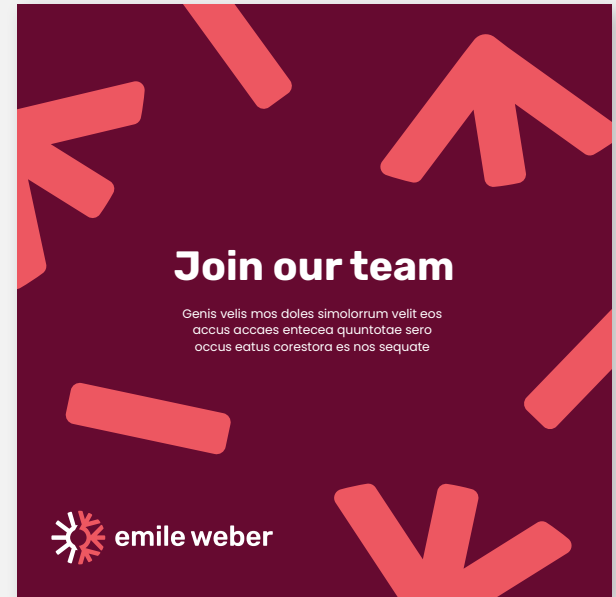
**Join our team**  
Bus driver (m/f/n)

Apply now:  
[emile@weber.lu](mailto:emile@weber.lu)




**Join our team**  
Bus driver (m/f/n)

Apply now:  
[emile@weber.lu](mailto:emile@weber.lu)



**Join our team**

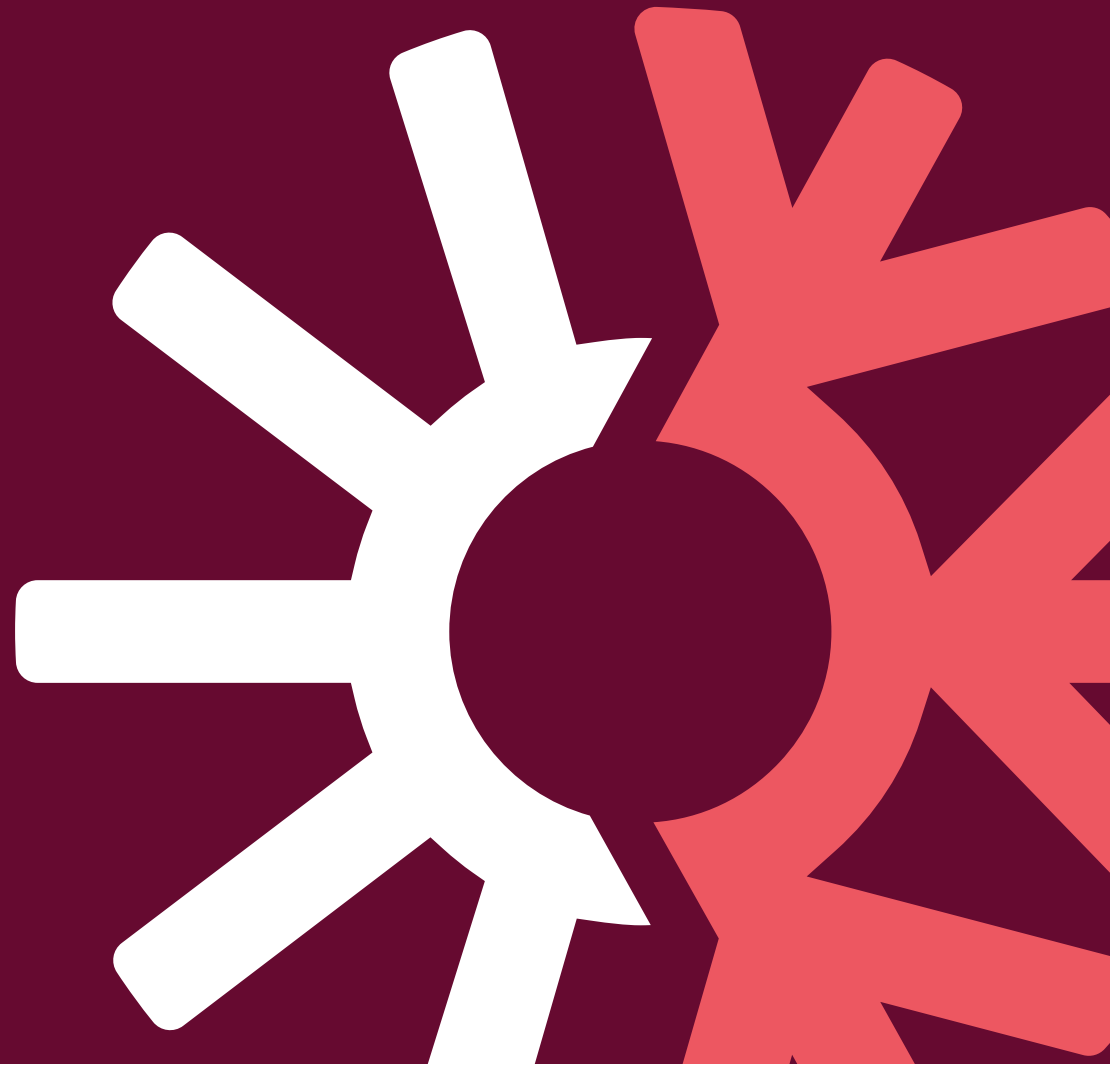
Genis velis mos doles simolorrum velit eos  
accus accaes entecea quuntotae sera  
occus eatas corestora es nos sequate

 emile weber

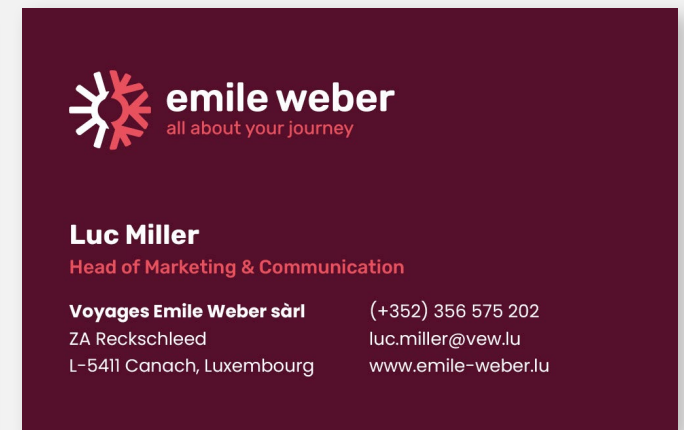
# Print

---

Brand Guidelines



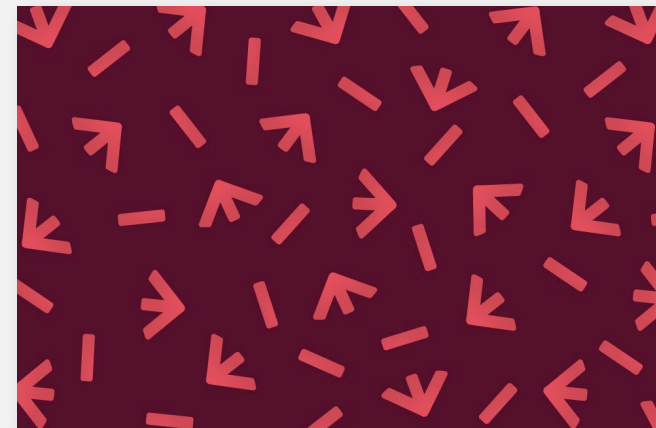
## Visitenkarte (edel)



## Visitenkarte (basic)



## Visitenkarte (basic)





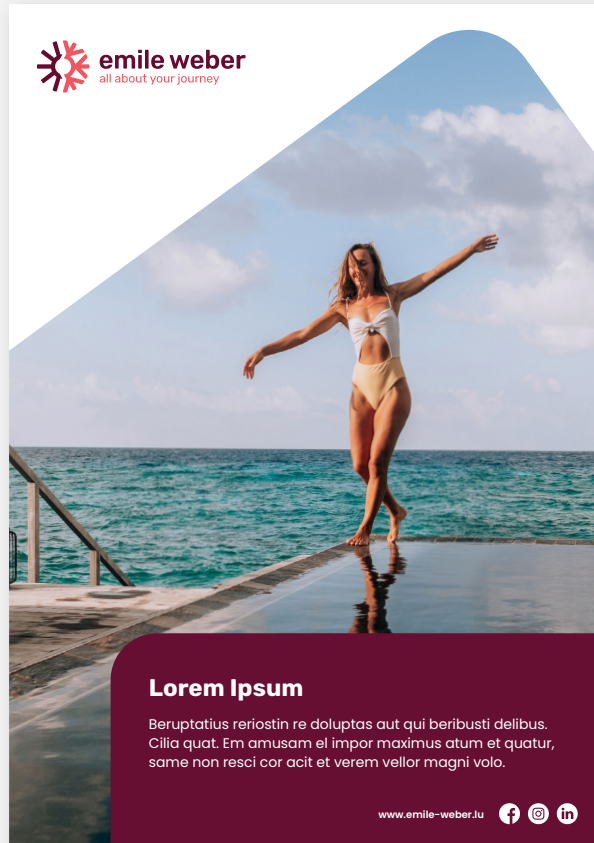
## Poster



## Poster



## Poster



## Poster



## Flyer

**emile weber**  
all about your journey

**10. Edition**

**IVV Fackelwanderung** | 8. Okt. 22  
**IVV Wandertag** | 9. Okt. 22

Fackeln sind am Start und an den Kontrollen erhältlich für **1,50 €**

Der Erlös der Tombola geht an Kinder mit einer Beeinträchtigung

www.emile-weber.lu

walk4trees  
Concordia der IVV-Waldberg & Bachtalverein

LETZEBERG

### Samstag, den 8. Oktober 2022

IVV Fackelwanderung mit musikalischem Rahmenprogramm

- |   |  |
|---|--|
| 📍 <b>Start und Ziel:</b><br>Betriebshof Voyages<br>emile weber Canach   | 📍 <b>Kontrollende:</b><br>24:00 h  |
| 📍 <b>Strecke:</b><br>5 km / 10 km   | 📍 <b>Startgebühr:</b><br>1,50 €  |
| 📍 <b>Startzeiten:</b><br>5 km: 15:00-23:00 h<br>10 km: 15:00-22:00 h  | 📍 <b>Verpflegung:</b><br>Gratis Tee (Kontrollstellen)<br>Warme Mahlzeiten und Getränke am Ziel |
| 📍 <b>Versicherung:</b><br>Der Veranstalter ist gegen Haftansprüche Dritter versichert, er haftet nicht für Unfälle, Krankheit oder Diebstahl. |  |

### Samstag, den 8. Oktober 2022

IVV Fackelwanderung mit musikalischem Rahmenprogramm

- |  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| 📍 <b>Strecke:</b><br>5 km / 10 km                                    | 📍 <b>Kontrollende:</b><br>24:00 h |
| 📍 <b>Startzeiten:</b><br>5 km: 15:00-23:00 h<br>10 km: 15:00-22:00 h | 📍 <b>Startgebühr:</b><br>1,50 €   |

Die Gruppe mit den meisten Teilnehmern gewinnt den Wanderpokal, der nach fünf Siegen in Folge in den Besitz der Gruppe übergeht.

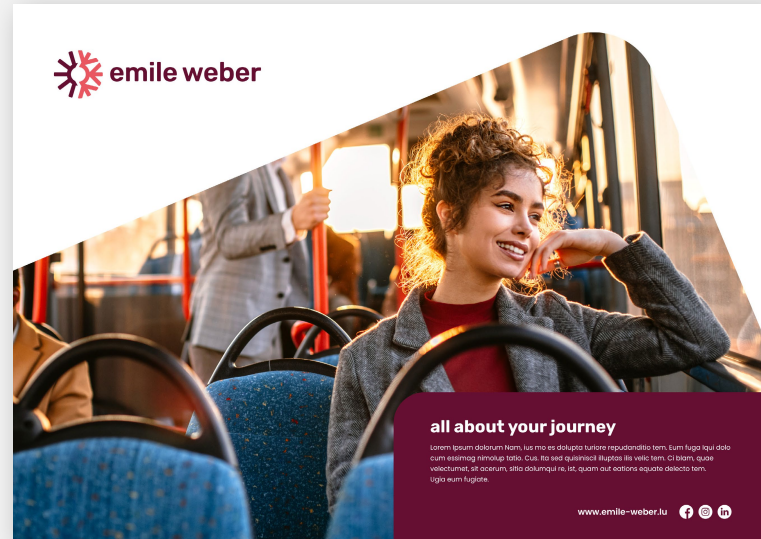
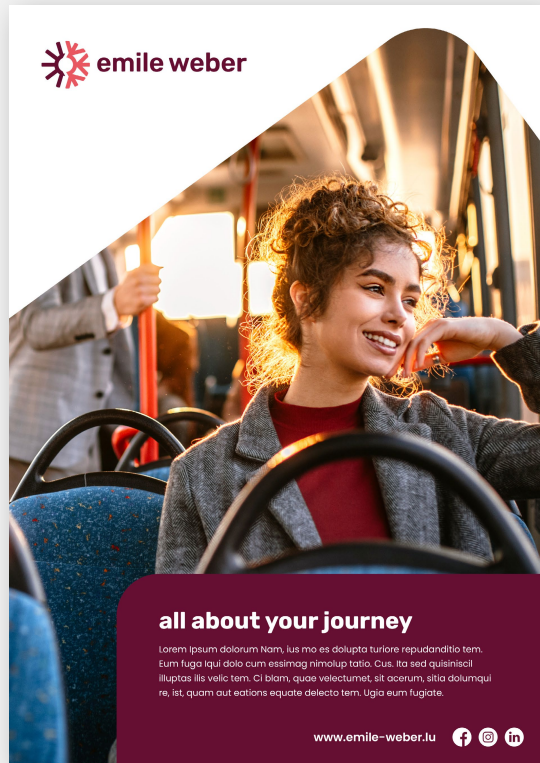
- Für Kinder gibt es ein Geschenk
- Alle Teilnehmer erhalten eine Urkunde
- Fürs leibliche Wohl ist bestens gesorgt!
- Zaubershow mit Patrizio Conti
- Konzert mit dem Musikverein Concordia Konz

Die Veranstaltung wird nach den Richtlinien der FLMP im IVV durchgeführt und findet bei jeder Witterung statt.

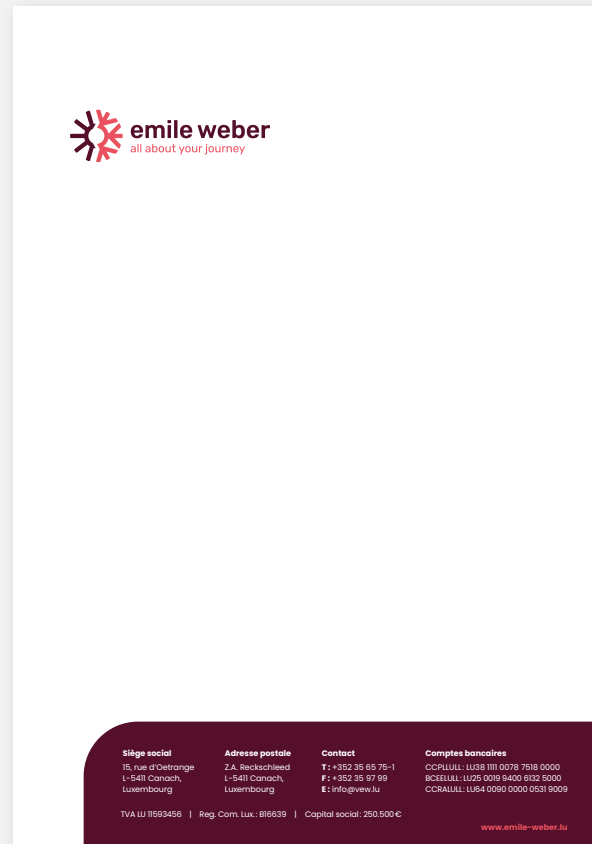
**SCHÜTZEN SIE BITTE DIE UMWELT!**

Peter Telle: (+49) 171 741 5204  
Oder per E-Mail: [davidtelle@freenet.de](mailto:davidtelle@freenet.de)

## Announce Corporate



## Briefpapier

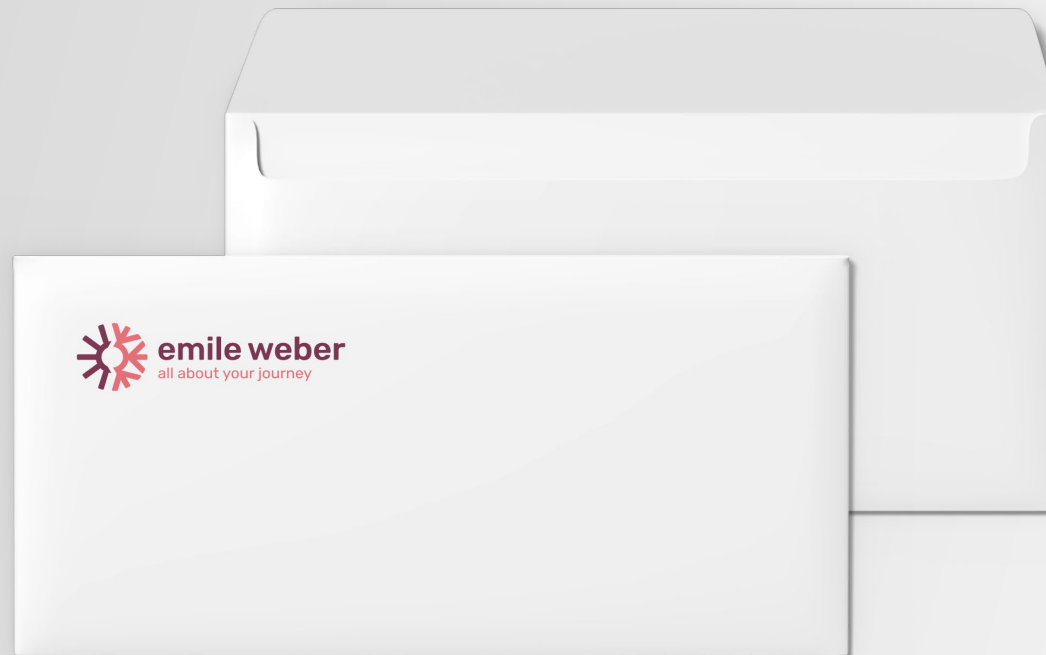


## Briefumschlag

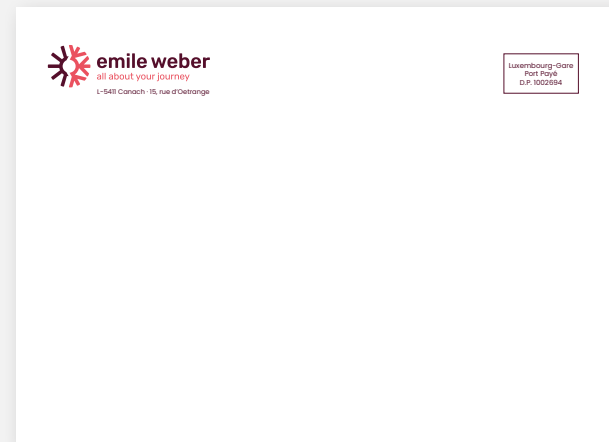
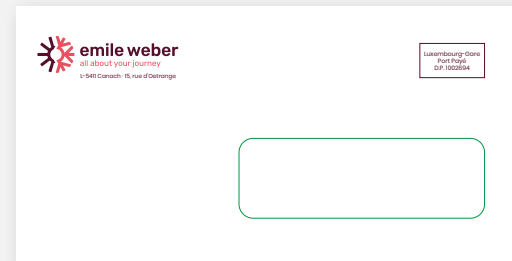
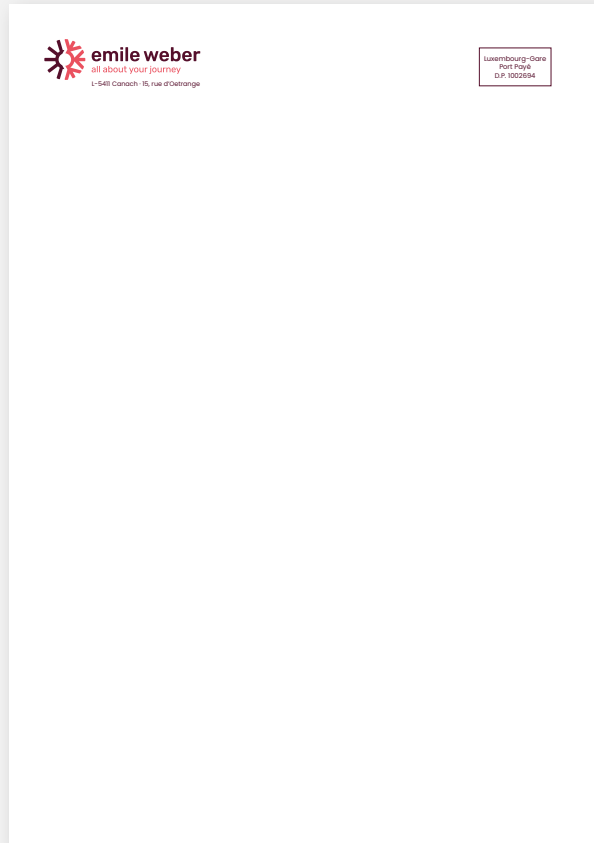




## Briefumschlag



## Briefumschlag



## Gepäckanhänger



**emile weber**  
all about your journey

Kofferanhänger bitte gut sichtbar am Koffergriff anbringen. Bitte sorgfältig in Druckschrift ausfüllen.

Veuillez attacher les étiquettes de façon bien visible à la poignée de la valise. Veuillez remplir soigneusement en lettres majuscules.

Please attach the label to the handle of your suitcase where it can be easily seen. Please fill out carefully in capital letters.

### Hinreise / Aller / Outward journey

Zielort / Destination / Holiday location

Hotel / Hôtel / Hotel

Zielflughafen / Aéroport d'arrivée / Destination airport

Name / Nom / Name

## E-Mail Signatur



**Max Mustermann**  
Head of Marketing & Communication

Voyages Emile Weber sàrl (+352) 356 575 202  
ZA Reckschleed luc.miller@vew.lu  
L-5411 Canach, Luxembourg www.emile-weber.lu



**Max Mustermann**  
Head of Marketing & Communication

(+352) 356 575 202  
luc.miller@vew.lu

## Mappe - Design 01 (Alternative)



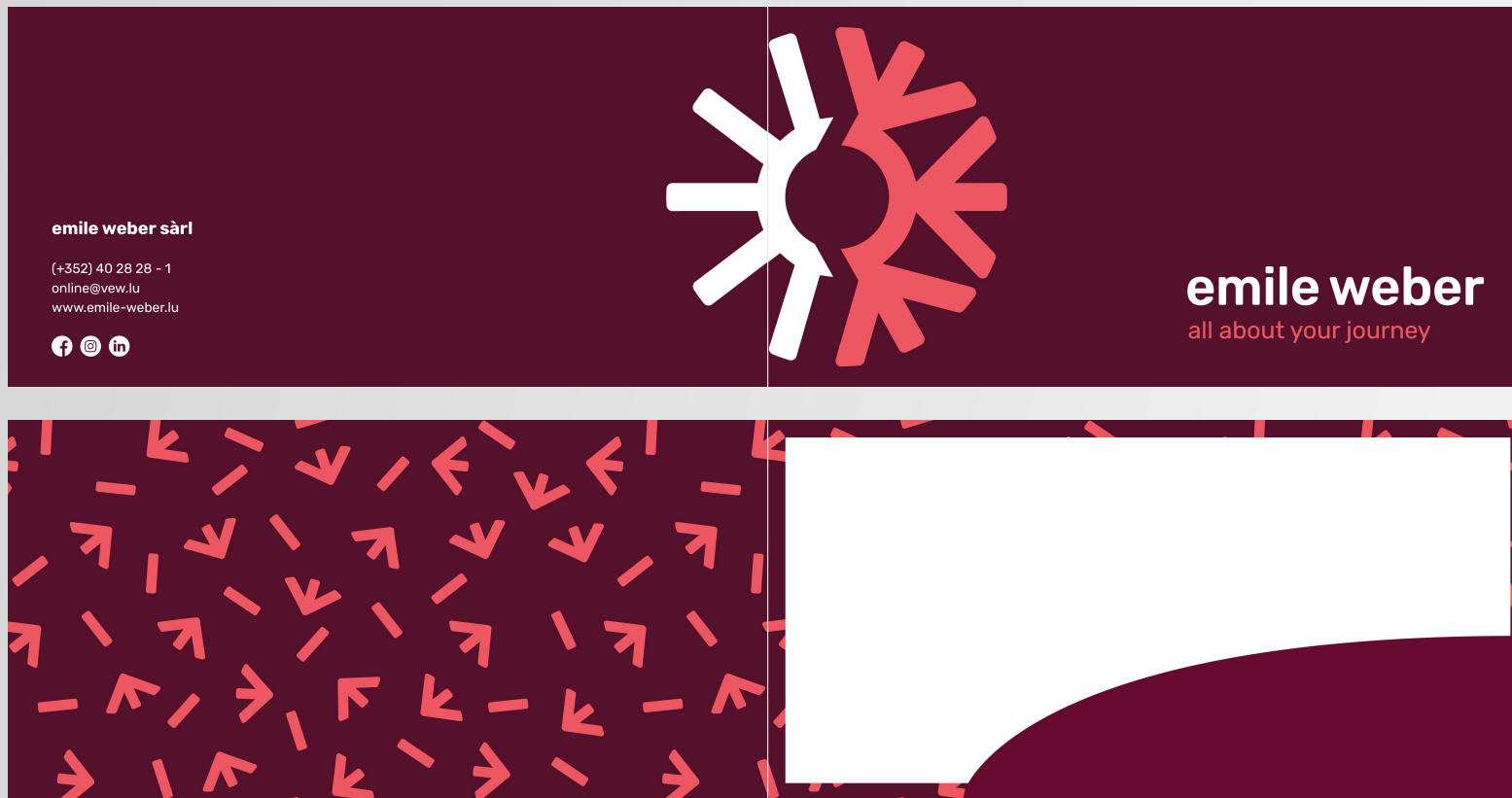
## Mappe - Design 02



## Mappe - Design 02 (A5 Format)



## Geschenkgutschein





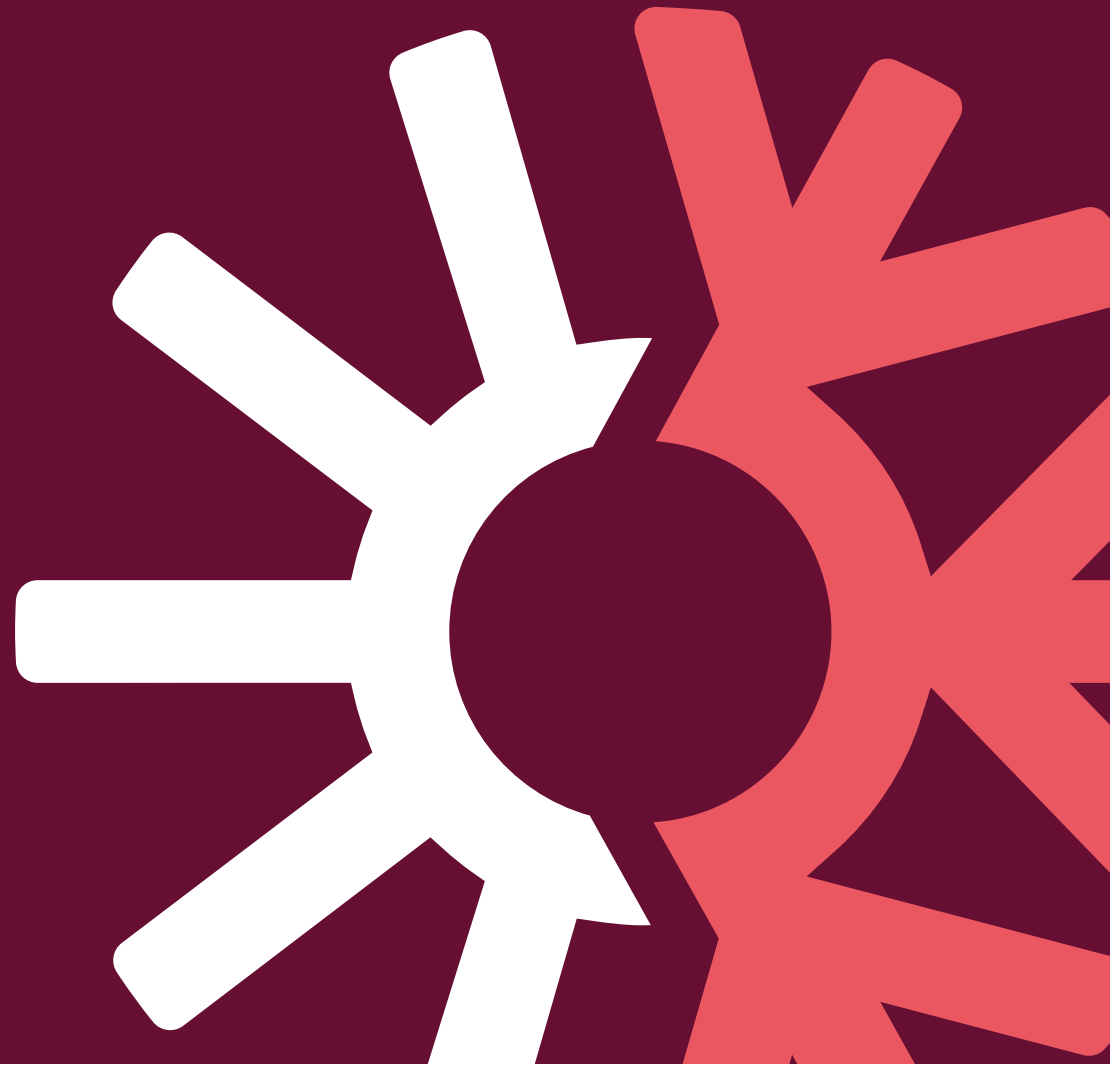
## Notizbuch



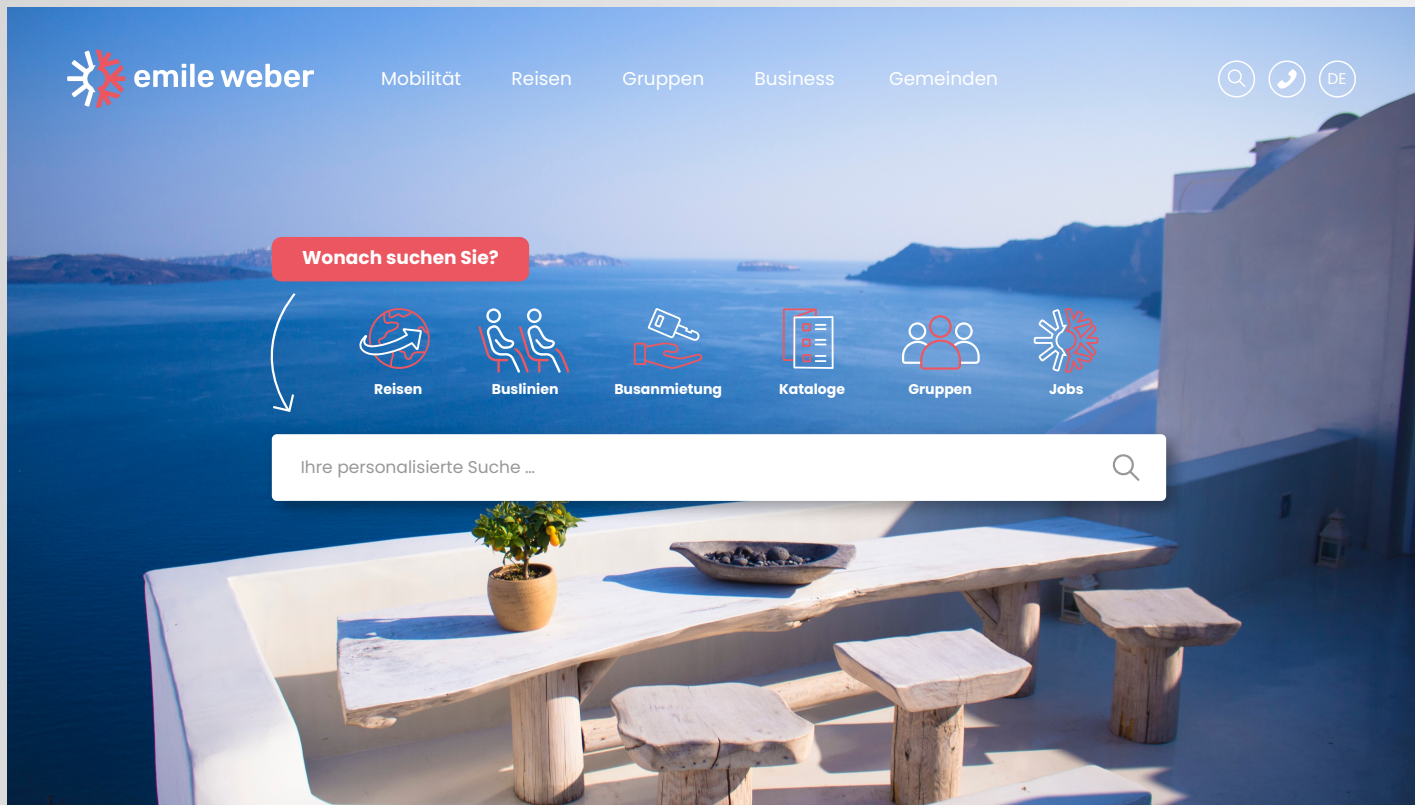
# Digital

---

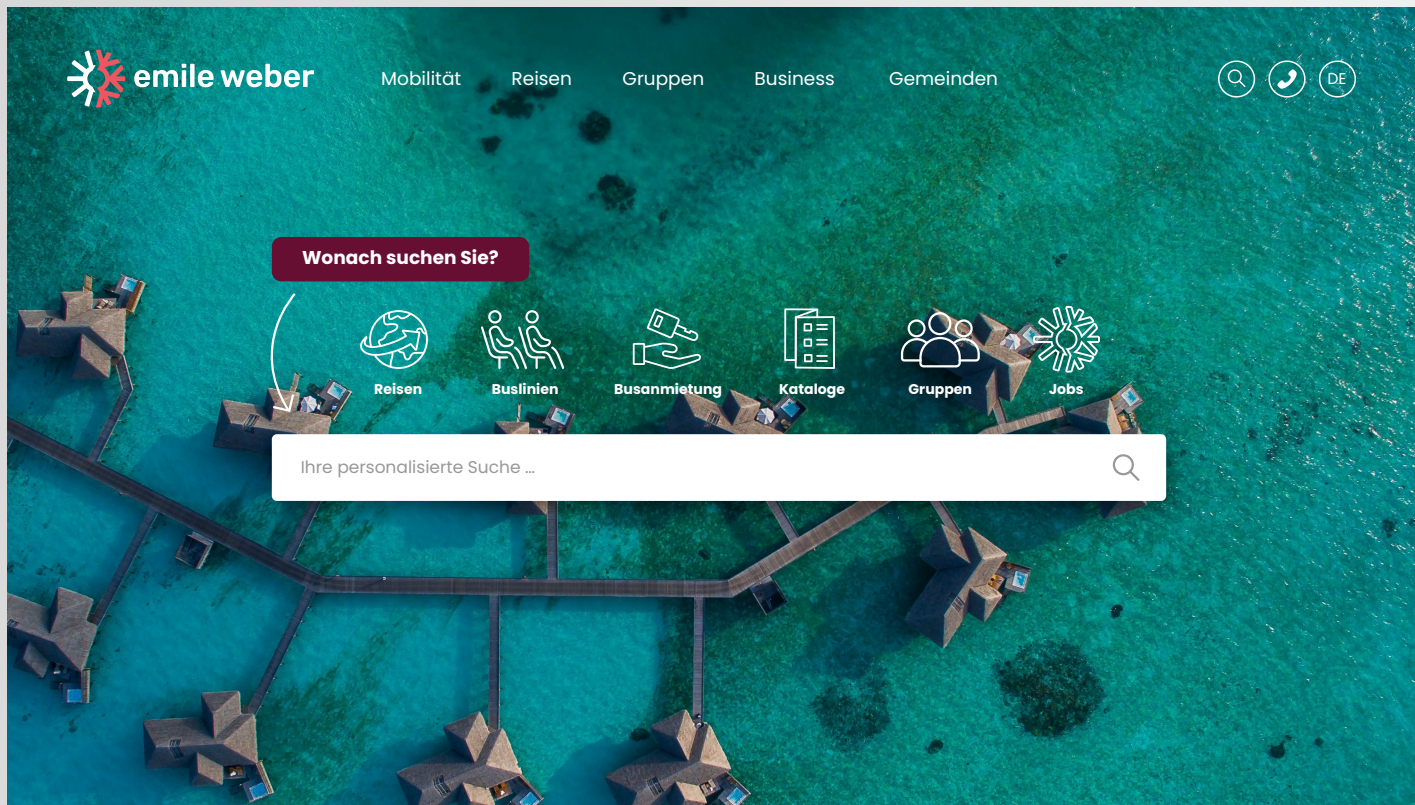
Brand Guidelines



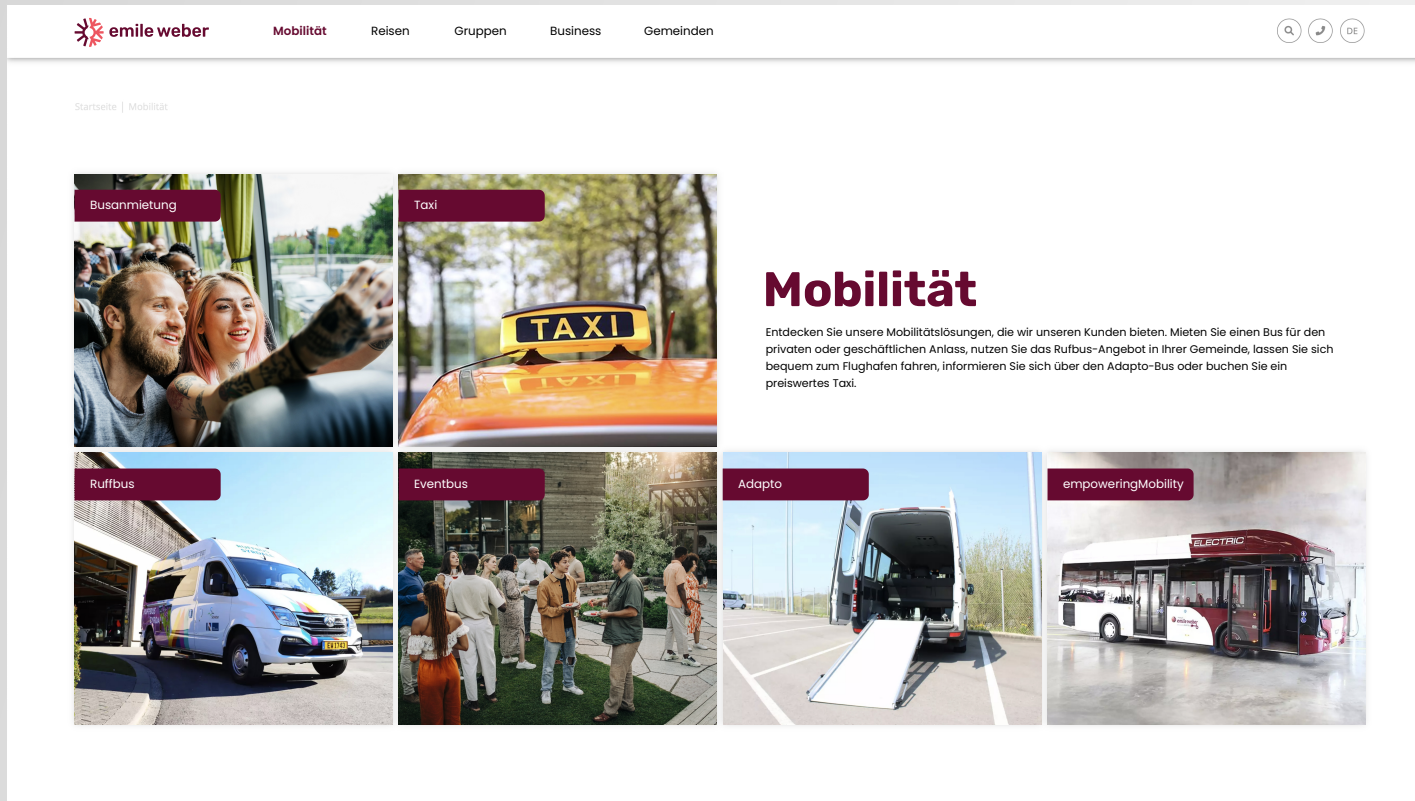
## Webseite – Farbige Piktogramme



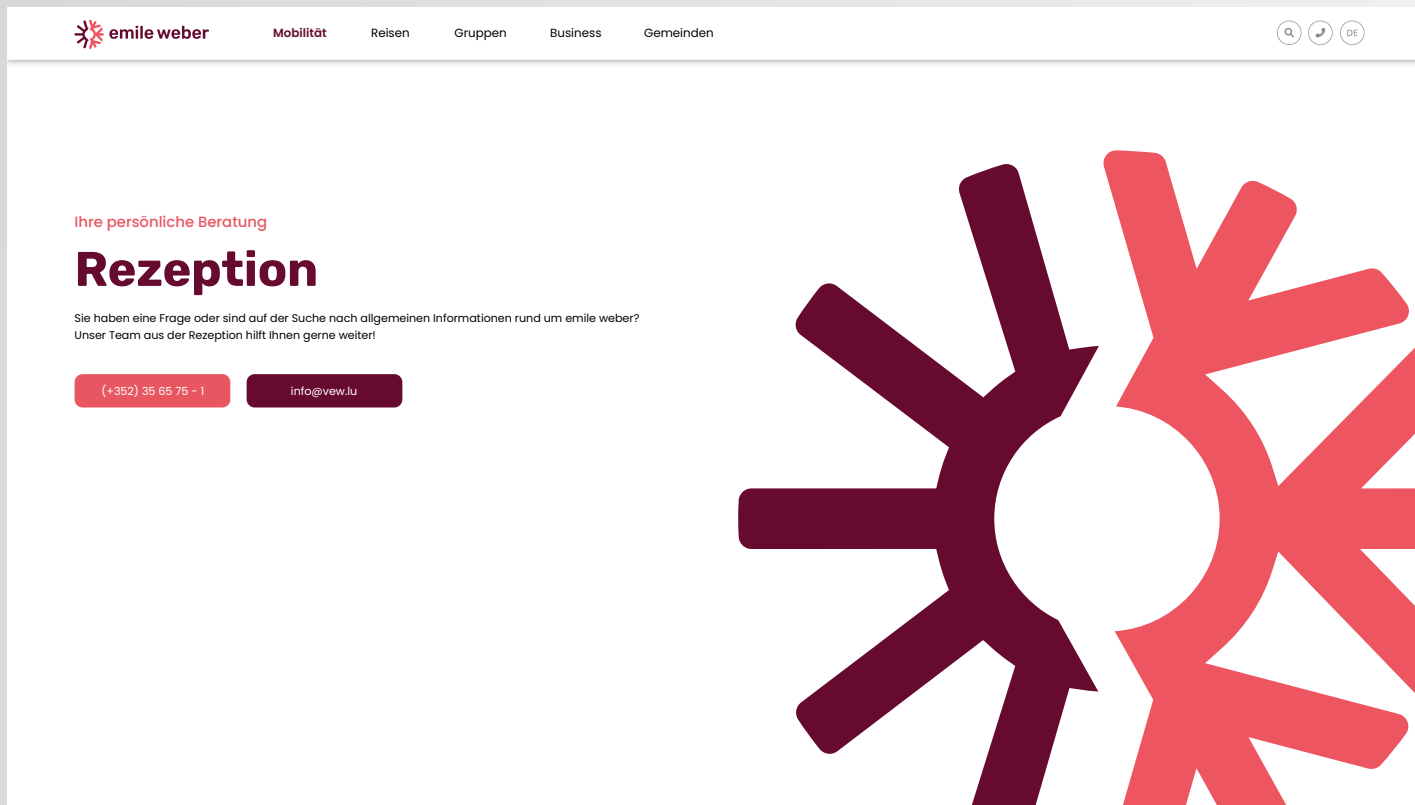
## Webseite – Monochrome Piktogramme



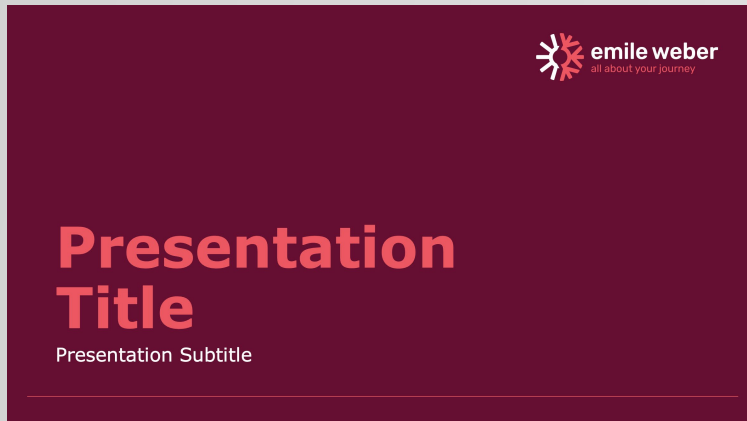
## Webseite - Mobilität



## Webseite – Kontakt



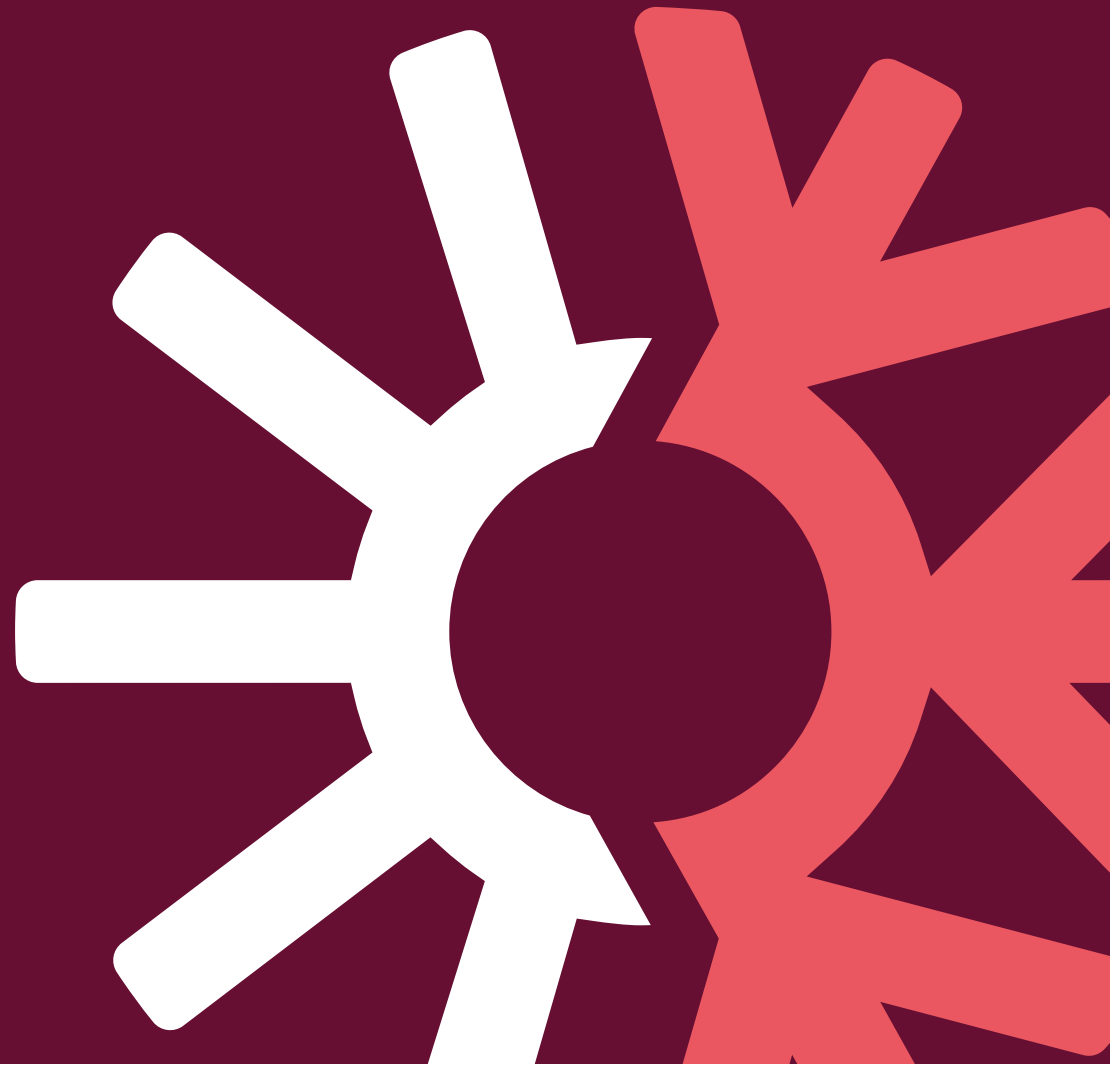
## Powerpoint



# Mockup

---

Brand Guidelines





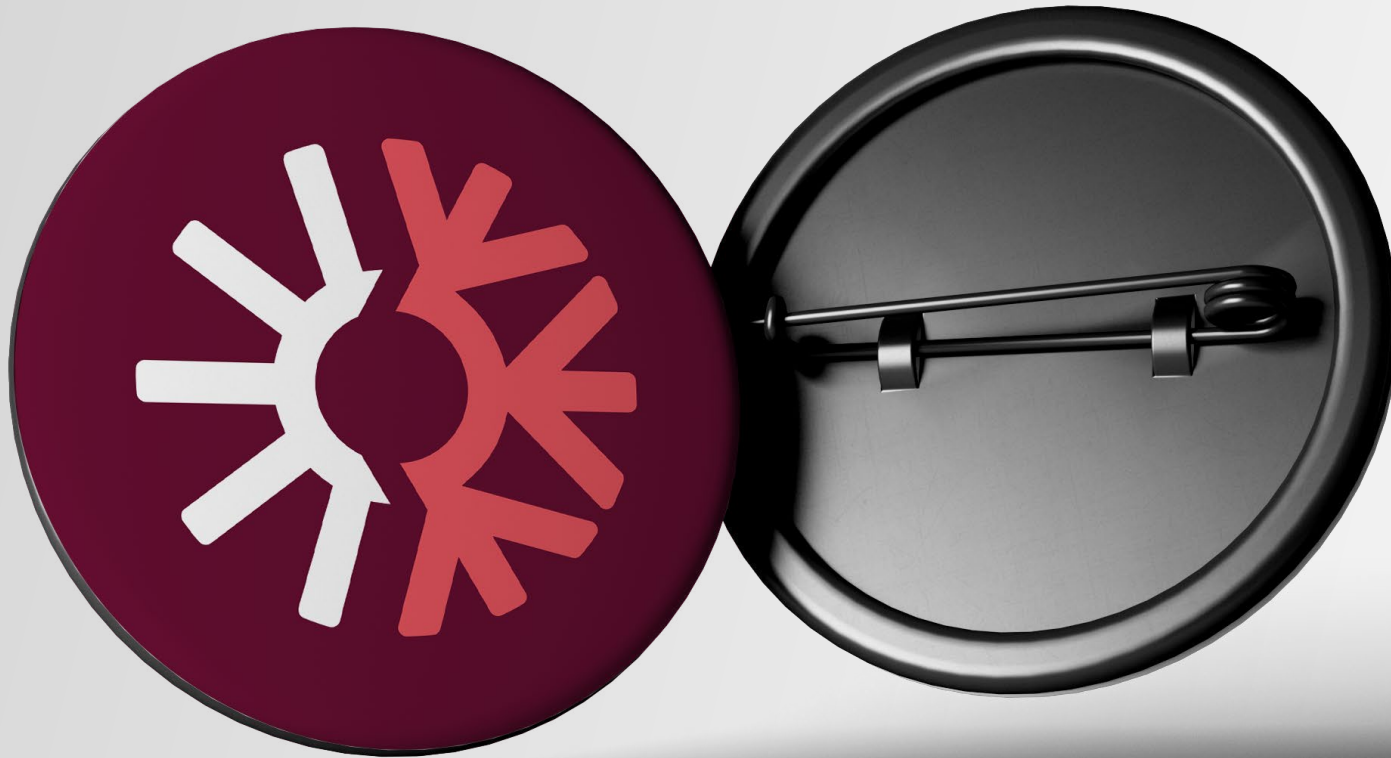
Schlüsselband



## Kugelschreiber und Bleistift



Pins - Design 02



## Baseball-Kappe



Tasse



## Mehrwegbecher



## Pappbecher



## Gläser





## Totebag



## Papiertüte



## Halstuch



**Krawatte**



**Polo Shirt**



## Hemd



## Jacke



## Fleece





**Pullover**



Reiseagentur

 **emile weber**

PARFUMERIES **MILADY** EXCLUSIVES

