



Versie 1.0  
2023

# Brand Guidelines

## Brand Guideline

Welkom in onze brand guideline. Deze guide gaat over wat Ownit inhoudt en hoe ons brand werkt.

# Index

## Introductie

Wat is Ownit?	5
Waarom Ownit?	6
Missie	7
Visie	8
Waarden	9
Positioning map	13
Brand personality	14
Moodboard	17

## Brand Identity

Het logo	19
De kleuren	26
Typografie	30
Iconografie	34
Beeldspraak	36
IllustratieStijl	38

## Mock-ups

Advertising	41
Campagnes	43

# Introductie

# Introductie - Wat is Ownit?

## Het concept

Wij bieden een website aan waar je onderdelen zoals laadpalen, DIY-kits en parts kunt kopen. Je vindt er ook veel informatie over het product zelf en de optie om alles te downloaden en zelf te installeren en/of bouwen. Hiernaast bieden we een app aan waar je verschillende zaken kunt terugvinden en besturen in de UI zoals: details van de charger, laadtijd, stroom hoeveelheid, stroompieken, het automatiseren van opladen door te kijken naar de stroompieken en veel meer.

Als laatste bieden wij ook een klein UI scherm op de laadpaal zelf waar beperkte informatie staat en deze kan je aan of uit zetten.

Alles is een gemakkelijk bruikbaar en gebruiksvriendelijk design voor iedereen.

Wat ons anders maakt dan de concurrentie is dat je bij ons alles zelf kan maken, configureren en optimaliseren omdat alles opensource is.

Ook zal het een stuk goedkoper zijn.

## Introductie - Waarom Ownit

### Waarom voor ons kiezen

Ownit is de eerste in zijn soort dat open-source is. Je kan zelf je eigen laadpaal creëren en bouwen vanuit parts die te koop zijn. Laad je fantasie vrij op de laadpaal om het zelf te bouwen naar wat je nodig hebt of de plaats die je hebt thuis. Voor diegen die ervaren zijn kunnen instructies downloaden en een DIY-kit kopen. Voor de mensen die zeer ervaren zijn kunnen software schrijven om de huidige app voor hunzelf uit te breiden en functies toe te voegen aan de basis functies.

Natuurlijk moet je geen expert zijn voor onze laadpaal te gebruiken of om deze op te zetten. We bieden natuurlijk ook de volledige laadpaal aan die je zelf kan opzetten of door anderen mensen kan laten opzetten.

Ons product is natuurlijk voor iedereen bedoelt.

De voornaamste redenen voor het open-source te maken is dat je jouw code kan delen in onze community tab en je met mensen kan samenwerken. Als je iemand bent die niet ervaren is met code te schrijven dan kan je ook gewoon deze gaan opzoeken. Anderen hebben deze functie misschien al gemaakt en dan kan je deze gewoon downloaden en installeren.

## Introductie - Missie

Ownit brengen we tot leven om uw gebruiksgemak met laadpalen te optimaliseren.

Met onze duurzame oplossingen, kan u zelf functionaliteiten toevoegen of aanpassen naar wens.

Zo hoeft u zich niet meer te bekommeren over een defect in uw apparaat.

U wilt ownership over de- door u verwerkte -functies?  
Of course! 'Cuz you buy it, you Ownit!

## Introductie - Visie

Wij opteren om mensen met een EV (Electric Vehicle) een gunstig gebruik te bieden met laadpalen. Hoe doen we dit? Simpel, innovatie, dynamiek en connectie!

Geen ontwikkelaar? Geen nood! Sluit je aan bij onze community en ontdek de wondere wereld van Open-Source Tech.

## Introductie - Waarden

Bij onze start-up staan waarden centraal die ons helpen onze missie en visie te realiseren.

Onze **belangrijkste** waarden zijn:

## Introductie - Waarden

Duurzaamheid - Inventief Perspectief

### Duurzaamheid

We zijn vastbesloten om bij te dragen aan een **duurzame toekomst** en we streven ernaar om onze impact op het milieu zo laag mogelijk te houden. We werken met duurzame materialen en streven naar een **circulaire economie waarin afval wordt geminimaliseerd**.

### Inventief perspectief

We geloven dat ons richten op de toekomst, met oog op nieuwe creaties, de **sleutel** is om de overgang te versnellen naar **duurzame mobiliteit**. We blikken daarom voortdurend op **vernieuwing** en **ontwikkeling**, om de beste oplossingen te bieden aan onze klanten en bij te dragen aan een betere toekomst voor iedereen.

# Introductie - Waarden

Openheid - Klantgericht

## Openheid

We zijn een open-source bedrijf en geloven sterk in **openheid** en **samenwerking**. We delen onze kennis en technologie met de wereldwijde gemeenschap van ontwikkelaars en gebruikers, en werken samen om duurzame oplossingen te creëren.

## Klantgericht

Onze **klanten staan centraal in alles wat we doen**. We streven ernaar om de beste oplossingen te bieden aan onze klanten en werken samen met hen om hun **behoeften en wensen te begrijpen en te vervullen**.

## Introductie - Waarden

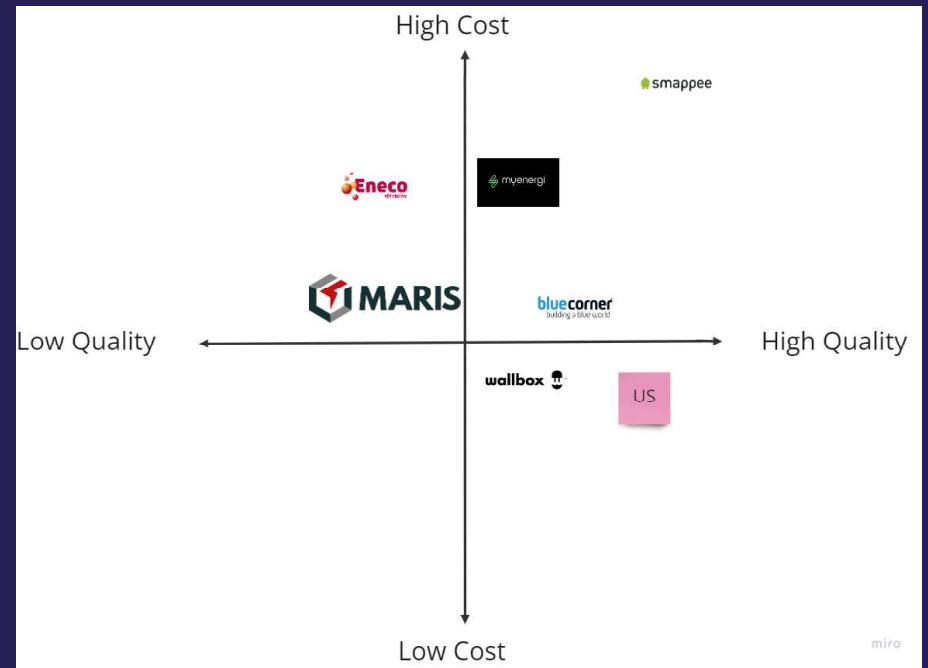
Samenwerking

### Samenwerking

We geloven dat samenwerking de **sleutel is tot succes**. We werken samen met onze klanten, partners en de bredere gemeenschap om onze missie en visie te realiseren. Zo dragen we bij aan een duurzame toekomst voor **iedereen**.

## Introductie - Positioning map

Wij staan op de **positie** omdat over het algemeen kan er gesteld worden dat de harde prijs van duurzame producten wel hoger is, daarom willen wij ons product verkopen voor een **redelijke prijs**. De laadpalen zijn **open-source**, op deze manier kunnen de klanten zelf hun laadpaal **samenstellen op maat**.



# Introductie - Brand Personality

Archetype

Wij hebben gekozen voor een primaire archetype en een secundaire archetype.

## 1 Creator:

Dit is vooral om de redenen dat het **open-source** is.

Hier valt de mogelijkheid om vanaf 0 een functie te bouwen dat dient als uitbreiding van de app.

Ja gaat iets **uniek** bouwen **voor jezelf**, waar anderen ook profijt aan hebben.

## 2 Explorer:

Je gaat buiten je comfortzone om nieuwe functies te maken in de app.

De bedoeling is om **anderen** te **inspireren** om samen hieraan te werken als een **community** en dan zo verder de app te bouwen.

# Introductie - Brand Personality

Attributen

## Creator -> **Inventief**

Een belangrijk aspect van ons product is dat de klant het product zelf kan aanpassen naar zijn/haar noden. Ook is het aspect van eigendom en personalisatie een belangrijk puntje.

## Explorer -> **Freedom**

Vrijheid in de opties die mogelijk zijn met ons product is ook een groot punt. Onze klanten kunnen contact leggen met een grote community en kunnen zo samen ons product samenstellen naar ieder zijn persoonlijke preferenties.

## **Mastery**

Het attribuut dat wij hebben gekozen is mastery. Dit hebben we gekozen omdat ons product gekocht wordt door mensen die zelf de wereld van het elektrisch laden willen ontdekken en zo zelf de expert worden in hun eigen product.

# Introductie - Brand Personality

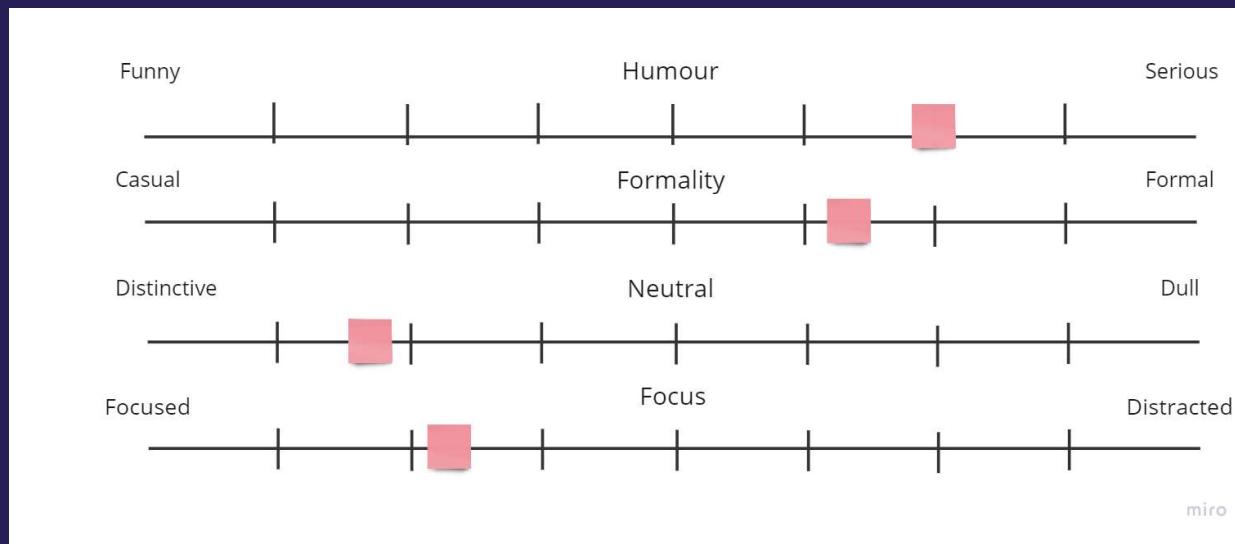
Brand Tone & Voice

Onze brand **tone** is:

We are **serious**, but we're **not ingenuous**.

We are **exploratory**, but we're **not indifferent**.

Onze brand **voice** is:



## Introductie - Moodboard

### Wat is ons moodboard?

Het moodboard van Ownit wilt illustreren dat we een serieus merk zijn met een leuke illustratie/twist. Het laat alle inhoud zien waar wij voor staan op dit moment.



# Brand Identity

## Brand Identity - Het logo

Grootte

### Het Ownit logo

Het Ownit- logo bestaat uit 2 elementen: het woordmerk en de stekker. Deze 2 zullen onze brand herkenbaar maken.

Sinds ons product open-source is en iedereen de laadpaal zelf kan bouwen en software en functies kan bijbouwen, hebben we voor deze naam gekozen, wat letterlijk in het Engels betekent: 'Own it', heb het in bezit.

Je bent zelf de eigenaar over je laadpaal aan huis.

Het woordmerk en het icoon zouden samen gebruikt moeten worden doorheen de campagnes, producten en designs. Het logo mag niet



Het Grote logo



Het Kleine logo



Icoon stekker

### Kleine logo

Zodra we het logo kleiner maken is de stekker niet meer goed zichtbaar en kiezen we ervoor om de 2 pluggen van de stekker aan de adapter vast te maken voor een betere leesbaarheid.

# Brand Identity - Het logo

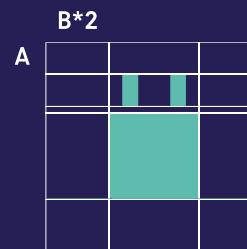
Wit ruimte tussen logo en icon

## Witruimte

Voor een juist gebruik van witruimte tussen het logo en icon, is volgende volgorde aan te houden.

1. Om het stekker icoontje te plaatsen, moet je 1 koppel contact nemen bovenaan en deze op de i zetten.
2. Voor de boven - en onderkant neem je de contactdoos en plaats deze 90°.
3. Vervolgens zet je er 2 bovenaan en dit is de witruimte langs boven en onder.
4. Voor de zijkanten gebruik je de afstanden van normale contactdoos, 5 keer naast elkaar.

 = A  
 = B  
 = C



## Brand Identity - Het logo

Tagline + Motivation

### Tagline & Motivation

Naast ons logo hebben we ook een tagline en een motivation line. Bij campagnes worden beide gebruikt. Op producten verwachten we dat minstens de tagline gebruikt wordt. Het concept hiervan, is dat wanneer je de laadpaal koopt, je deze volledig bezit en hierop kan aanpassen wat jij wilt.

De motivatie van Ownit is je auto duurzaam laten opladen en dat dit je leven zal veranderen, doordatje functies kan bijvoegen en je de laadpaal 'owned'.

De spatie tussen het logo en de tagline is de volledige stekker in de lengte.

The logo consists of the word "Ownit" in a white, bold, sans-serif font. The letter "i" has a teal-colored power plug icon as its dot. A teal curved line starts from the bottom left, goes up and around the letters, ending at the top right.

Ownit

Buy it, Own it.

Meant to charge your car,  
meant to change your life!



= D

## Brand Identity - Het logo

Combinatie van woordmerk + icon kleuren

### Kleurgebruik: logo

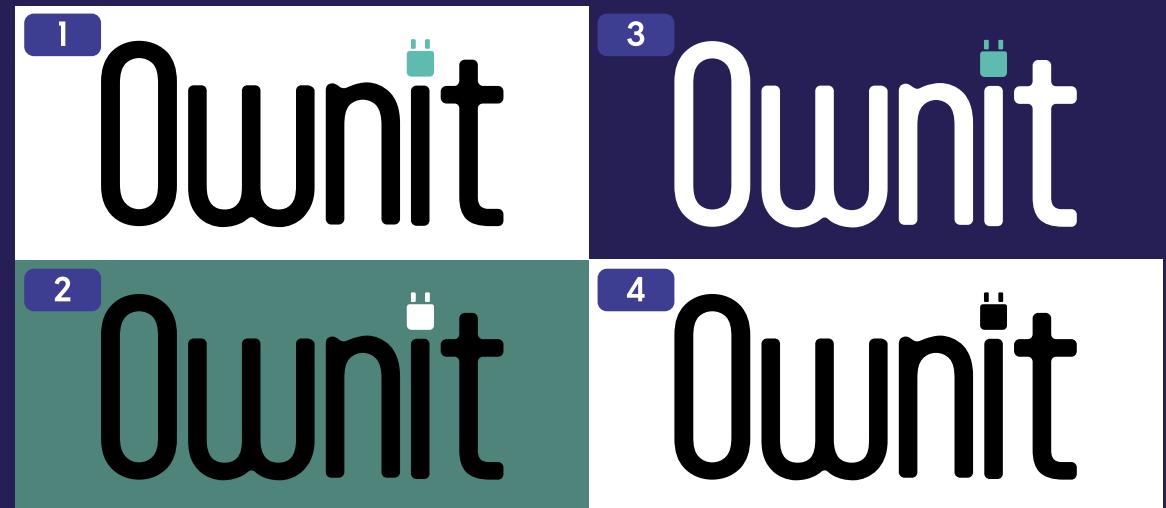
Er zijn 4 manieren om onze icon te gebruiken.  
Deze maken ook gebruik van ons kleurenpalet met onze primaire en secundaire kleuren, alsook een zwart-wit versie.

1: De eerste versie maakt gebruik van onze Primaire kleur.  
Dit is onze eerste keuze.

2: Als tweede optie verkozen we een icoon met de primaire en secundaire kleur.

3: De derde optie mag gebruikt worden zodra de eerste 2 niet verkozen worden.

4: DOptie 3: zwart-wit. Dit is ons laatste alternatief.



# Brand Identity - Het logo

## Kleuren gebruik op icon

### Kleurgebruik: Icon

Er zijn 4 manieren om onze icon te gebruiken.

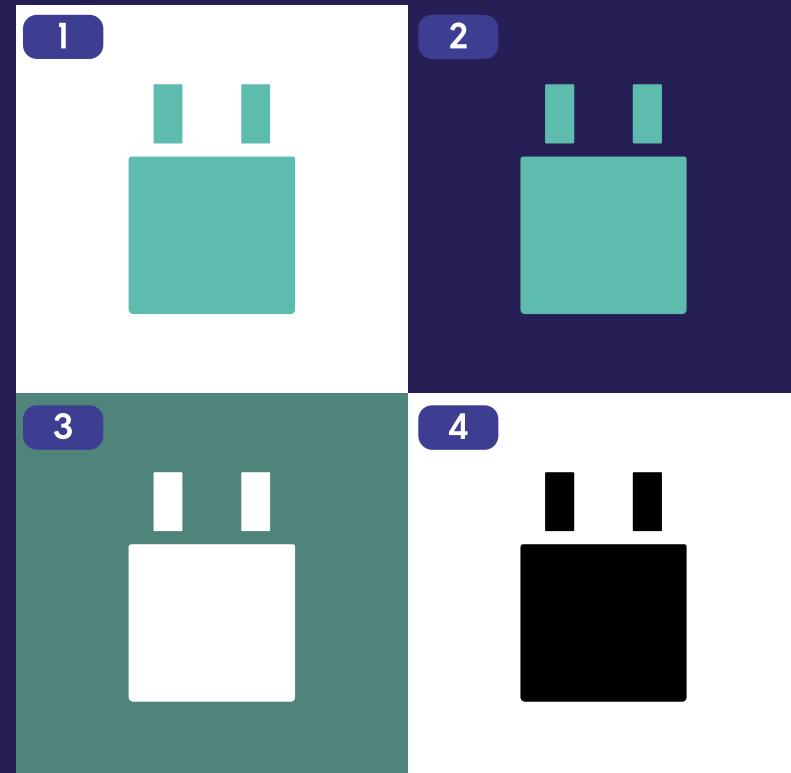
Deze maken ook gebruik van ons kleurenpaljet met onze primaire en secundaire kleuren, alsook een zwart-wit versie.

1: De eerste versie maakt gebruik van onze Primaire kleur. Dit is onze eerste keuze.

2: Als tweede optie verkozen we een icoon met de primaire en secundaire kleur.

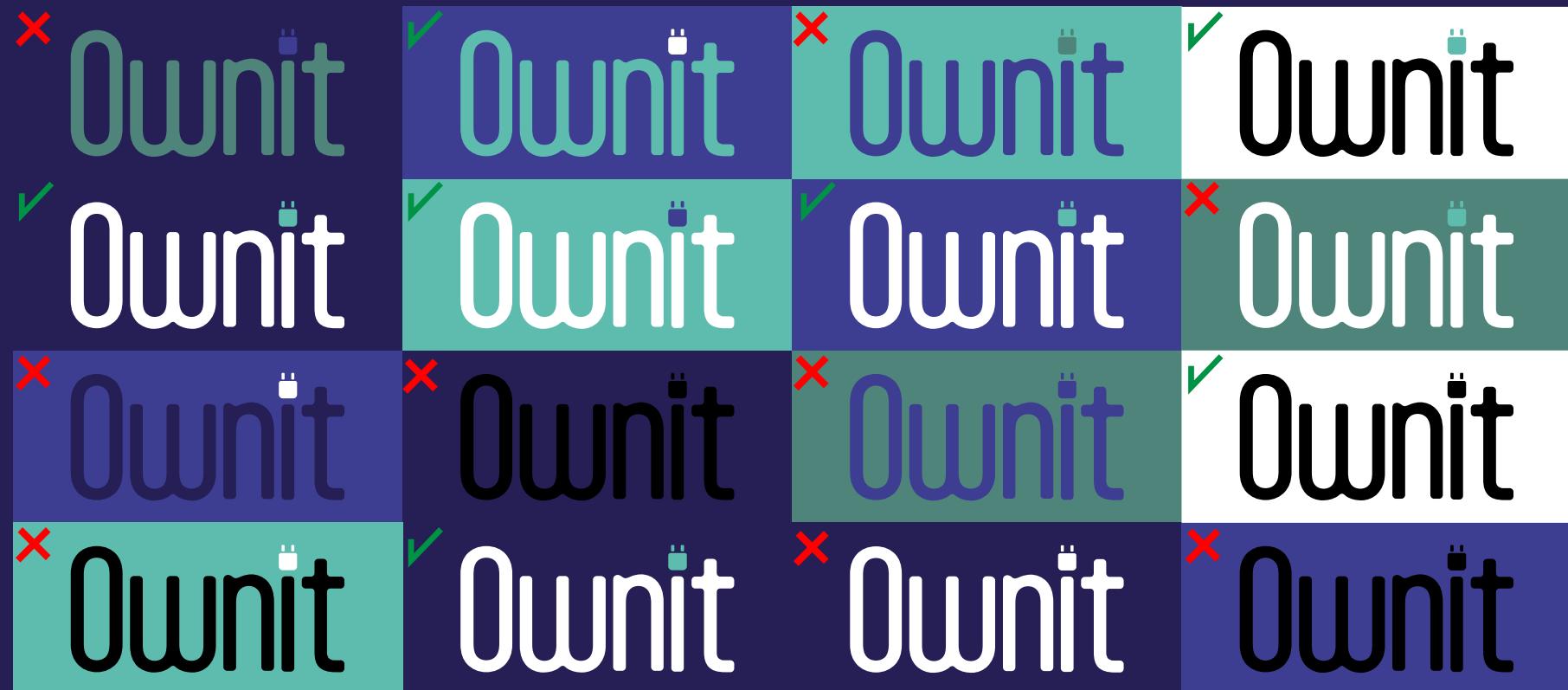
3: De derde optie mag gebruikt worden zodra de eerste 2 niet verkozen worden.

4: DOptie 3: zwart-wit. Dit is ons laatste alternatief.



## Brand Identity - Het logo

Toegelaten kleuren



## Brand Identity - Het logo

Verboden gebruik

### Wat mag niet?

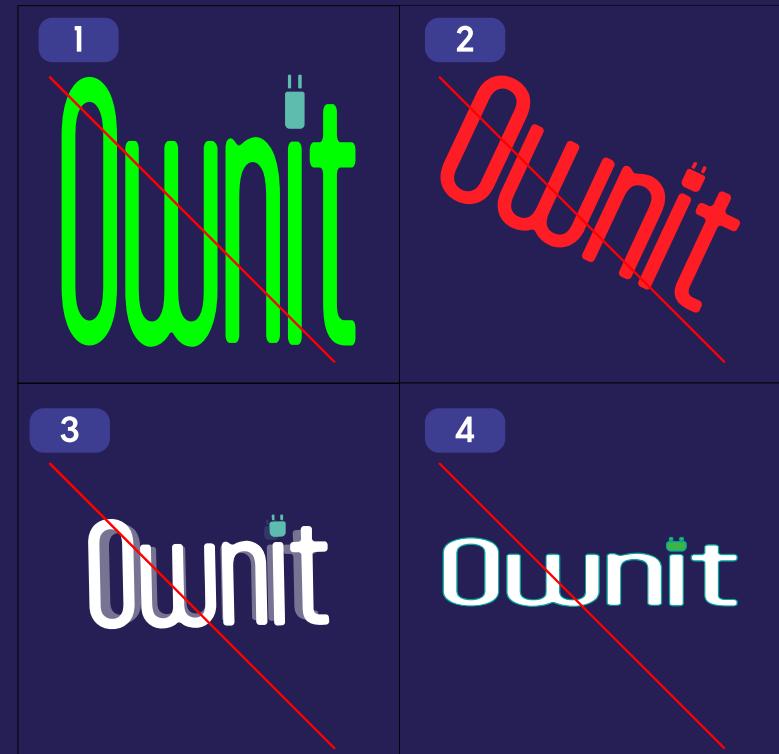
Er zijn ook een aantal zaken verboden om te gebruiken voor ons logo.

1: Gebruik geen felle kleuren, stretch het logo ook niet uit in de hoogte.

2: Zet het logo niet schuin en gebruik geen felle kleuren. Zorg dat de stekker telkens een andere kleur heeft dat van ons kleurenpallet komt (zie pagina hierboven).

3: Gebruik ook geen effecten, schaduw, belichting, neon kleur,... op het logo.

4: In geen enkel geval outlines gebruiken en niet het logo uit proportie laten vallen. Gebruik voor de stekker ook geen andere kleuren dan die van ons kleurenpallet.



# Brand Identity - De kleuren

## Hoofdkleuren

### Kleurenpallet

Ownit heeft 4 basis kleuren: een primaire kleur, een secundaire kleur en twee zachtere tinten van elk. Daarnaast zijn er twee neutrale kleuren: wit en zwart.

Het groen en paars gaan vooral gebruikt worden in de app, website, campagnes en op de producten zelf als hoofdkleuren.



#261F56

# Brand Identity - De kleuren

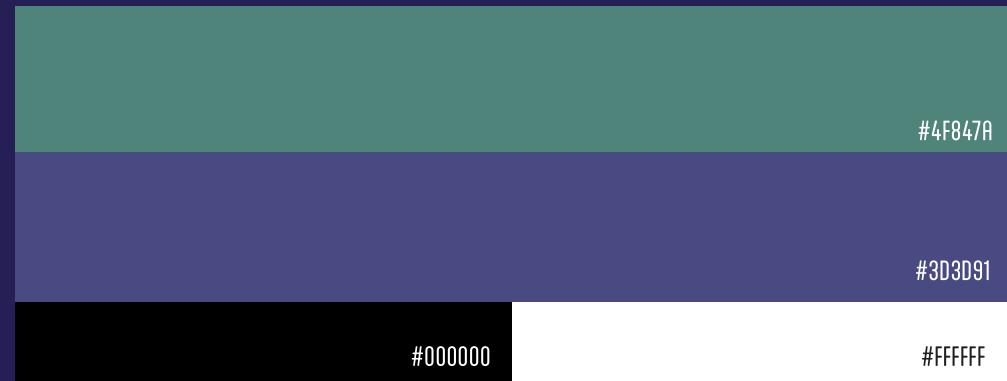
Complementaire en neutrale kleuren

## Anderen kleuren in het kleurenpallet

Naast de hoofdkleuren hebben we ook nog twee complementaire kleuren en twee neutrale kleuren.

De complementaire kleuren worden ook op veel plaatsen gebruikt, sinds deze iets zachter en interessant zijn voor in de app en website.

De neutrale kleuren gaan niet veel gebruikt worden, behalve wanneer deze in een andere situering zit, eventueel ergens op de website om te veel drukte te voorkomen.



# Brand Identity - De kleuren

## Combinaties kleuren

### Combineren van de kleurenpalletten

Dit zijn een aantal kleurpalletten gemaakt a.d.h.v. het volledige kleurenpalet. Door het contrastverschil zijn dit leuke combinaties.

Let er wel op dat de onderste kleur de achtergrondkleur is en de bovenste is de tekstkleur. Dit mag niet veranderd worden, tenzij het hier wordt geïllustreerd.

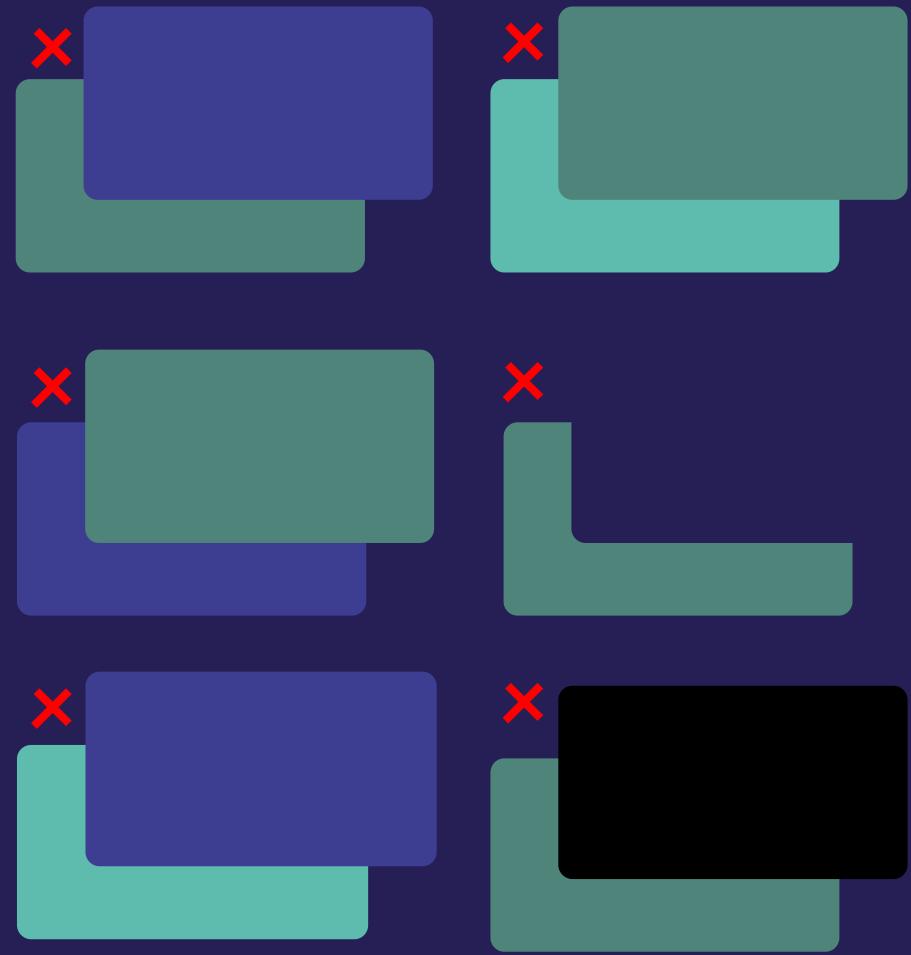


# Brand Identity - De kleuren

Foutieve kleuren combinaties

## Combinaties die niet mogen

Een aantal kleuren die we niet gebruiken, zijn hier geïllustreerd. Er is weinig contrast tussen deze combinaties, waardoor het minder goed leesbaar is als deze samen worden gebruikt.



## Brand Identity - Typografie

### Soorten typografie

We gebruiken twee soorten fonts. Deze worden gebruikt doorheen de campagnes, op de website en app.

Aptly - Deze wordt gebruikt in ons logo en voor grote titels (55pt.) We opteren voor kleurvariaties. Voor titels gebruiken we de 'bold' versie.

New order - Onze subtitels en gewone tekst doorheen de website en app zullen in dit font geplaatst worden. Hier zijn ook varianten gebruikt zoals: 'bold' en 'regular'. De grootte kan variëren van 25pt voor gewone tekst en 40 voor subtitels.

**Aptly**  
**Bold version**

### New order

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.*

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna ali-*

## Brand Identity - Typografie

Aptly

### Gebruik van Aptly

Aptly wordt gebruikt voor grote titels en het logo.

Dit lettertype heeft een mooie hoeveelheid 'white space' en is voor titels duidelijk leesbaar. Fontstijlen: 'bold', 'regular'.

Ownit

160pt - **regular** - 100% dekking

### Profiel Informatie

55pt - **regular** - 100% dekking

†#ß€‰‰°≤≥  
0123456789

55pt - **bold** - 100% dekking

# Brand Identity - Typografie

New order

## Gebruik van New order

New order wordt gebruikt voor subtitels en gewone tekst.

Bij subtitels gebruiken we de 'bold' versie.  
Bij de gewone teksten gebruiken we 'regular'.

## Laadpaal Positie

40pt - **bold** - 100% dekking

## New order

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dolore te feugait nulla facilisi.*

20pt - **regular** - 100% dekking

# Brand Identity - Typografie

## Breedte alinea

### Regels voor de lengte van alinea's

Voor een gewone tekst willen we een breedte van maximaal 50-75 letters invoeren, om leesbaarheid te behouden.

- 1: De lengte is goed.
- 2: De lengte is veel te lang, dit maakt het moeilijk en saai om te lezen.
- 3: De lengte is veel te kort en niet makkelijk om te lezen.

1

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

3

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

2

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

~~Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci ng elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.~~

## Brand Identity - Iconografie

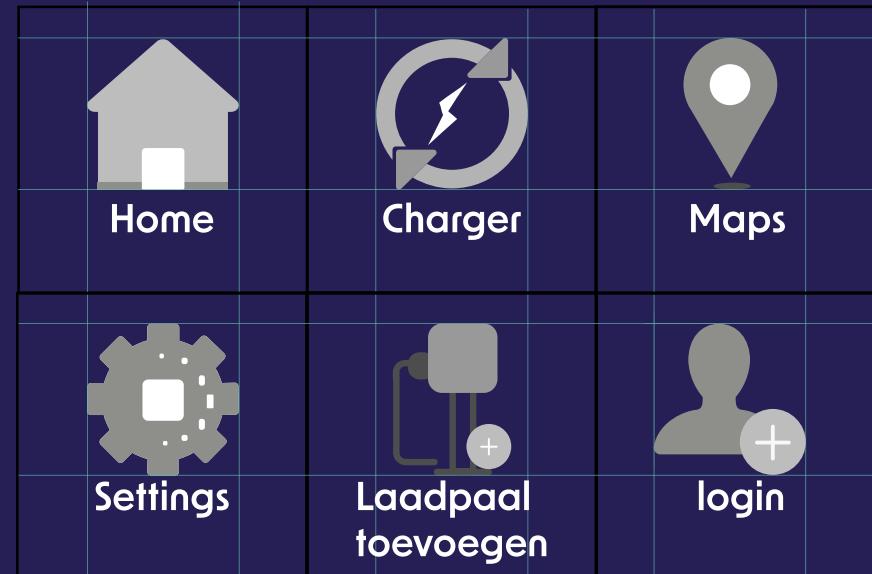
### Icon gebruik in de app

enkele zelfgemaakte iconen.

Deze mogen niet vervormd worden of te veel verkleind, anders kunnen details verloren gaan, alsook de essentie van elk icoon.

We hebben 4 navigatie icoontjes en een inlog icoon. Het gehele gamma is te ontdekken in onze app.

De grote van de box is:  
35px \* 35px

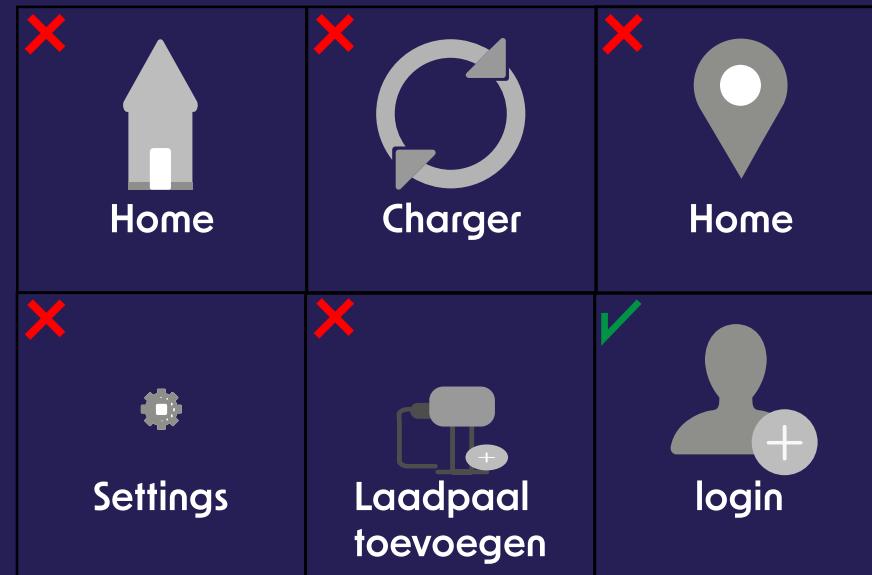


## Brand Identity - Iconografie

Verboden

### Wat mag niet?

Gelijk we al eerder vertelde mag je de iconen niet verkleinen, vervormen of onderdelen schrappen.



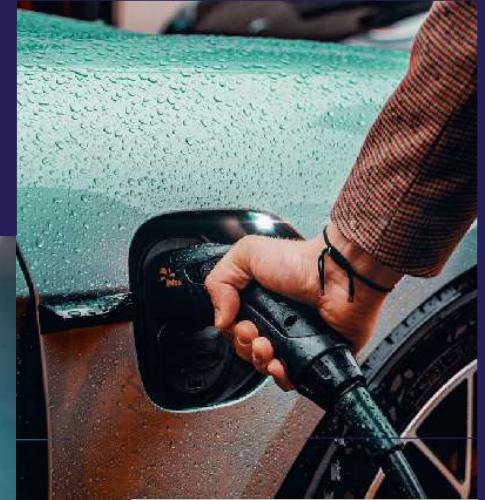
## Brand Identity - Beeldspraak

### Welke beelden gebruiken we?

Down-to-earth, strak en modern.

We gaan voor donkere kleuren en een unieke illustratiestijl om zo dicht mogelijk de 'real world' te representeren.

U wilt het, U zal het hebben.



## Brand Identity - Beeldspraak



# Brand Identity - Illustratie stijl

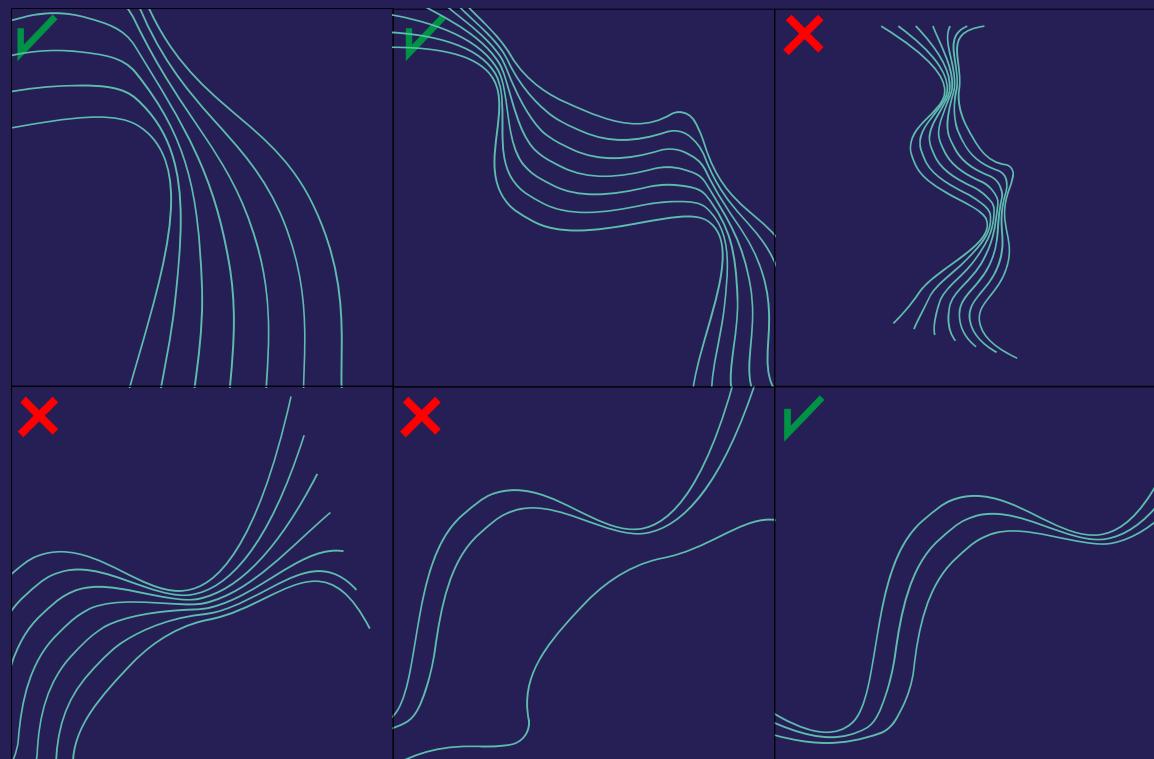
## Soorten illustraties

Doorheen de app en website zal een specifieke illustratie terugkomen. Deze breekt de kleuren en maakt lege ruimtes iets voller en zorgt voor een strakke afwerking.

De illustratie rechts is het model. Deze mag verkleind, schuingetrokken of vergroot worden. Op bepaalde plaatsen moeten er lijnen weggehaald worden, om drukte tegen te gaan. Dit mag alleen aan de buitenkant of aan de onderkant, en niet in het midden.

De kleur mag ook verschillen., hoewel dit de primaire of secundaire kleur blijft behouden. Het einde moet ook mooi in een element 'blenden', zodat het einde niet zichtbaar is. De opacity mag wel verlaagd worden tot maximaal 60%, anders wordt het niet meer goed zichtbaar.

We maken ook gebruik nog andere soorten illustraties zoals: 3D- 'renders' van de laadpaal met eventueel een animatie gëintegreerd voor videos of verhalen op social media.



# Brand Identity - Illustratiestijl

3D Design en meer

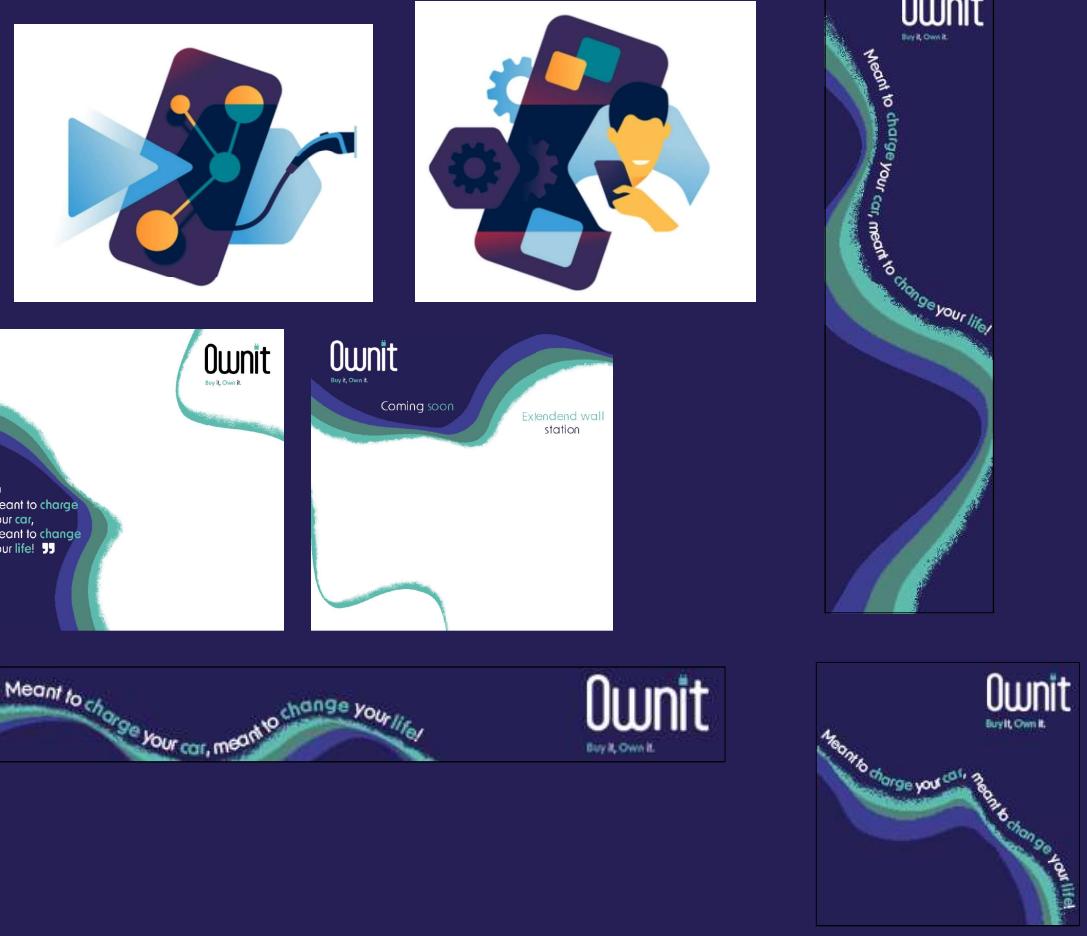
## Next level

Zoals eerder vermeld maken we ook 3D modellen. Deze komen op campagnes te staan.

Hiernaast zijn ook nog kleine illustraties met veel verschillende kleuren, met vooral de twee hoofdkleuren

Hiernaast is er ook een andere illustratie stijl die terug komt in onze google banners en instagram templates. Voor deze gelden dezelfde regels als de normale illustraties.

Deze 'faden' weg en zorgen voor dat extra visual beeld.



# mock-ups

## Brand Identity - Advertising

### Marketing

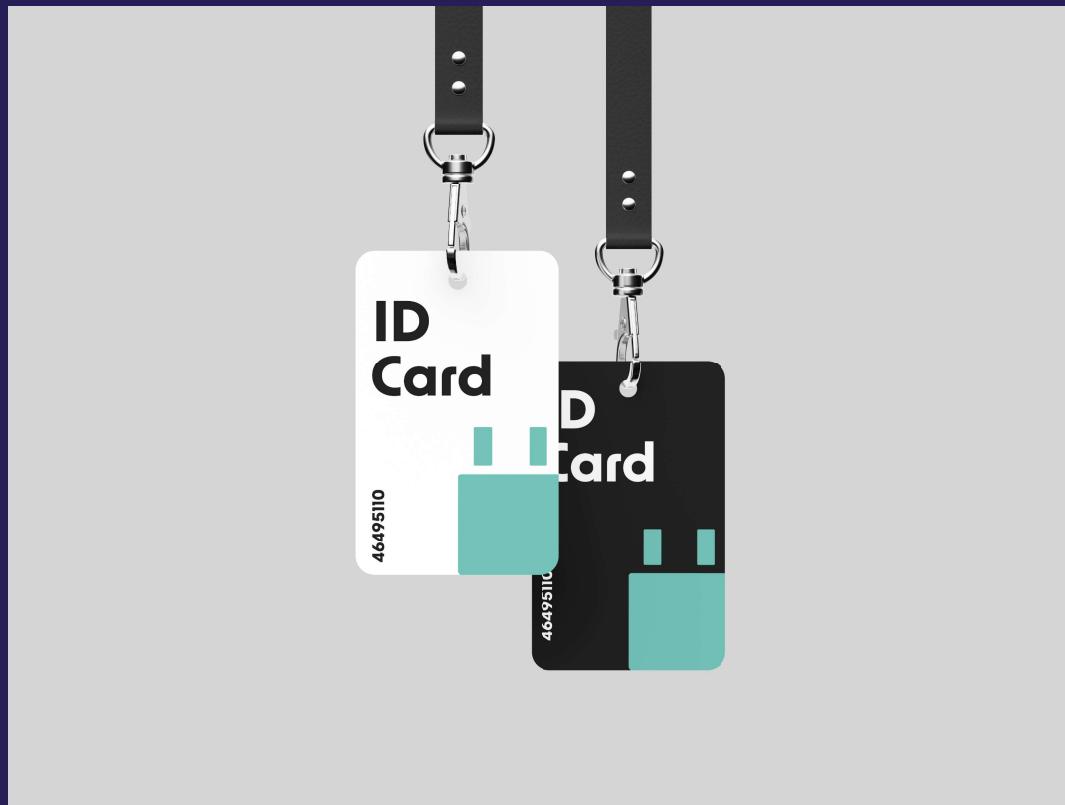
Voor Ownit zijn er verschillende soorten producten.  
Er zijn hier een aantal requirements voor.

- 1: één of meerdere kleuren van ons kleurenpaljet.
- 2: Ten allen tijde moet ons logo erop staan, keuze uit:  
de kleinere ` of de grote versie.
- 3: Onze illustratie moet gebruikt worden op minstens 1  
vorm of manier.



## Brand Identity - Advertising

Meer modellen



## Brand Identity - Campagnes

### Reclame voor Ownit

Onze campagnes zijn verwerkt in onze stijl.

Deze zijn een beetje gelijk aan de regels van advertising.

1: Er moeten vooral donkere kleuren en die van ons kleuren-pallet gebruikt worden. Niet alle kleuren moeten gebruikt worden natuurlijk. Een deel van de illustratie moet er wel inzitten. Dit weerspiegeld ons brand.

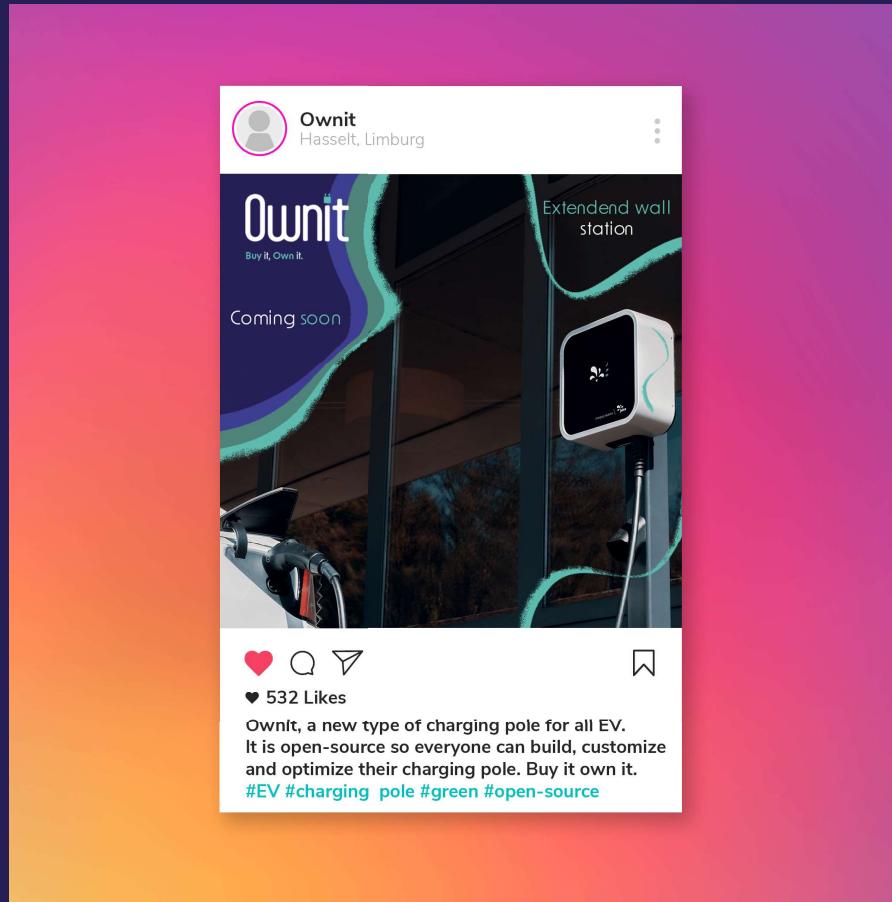
2: Een 3D- model moet erin of een foto van de laadpaal. Er worden soms puur illustraties gebruik maar meestal is het een foto.



## Brand Identity - Campagnes



## Brand Identity - Campagnes



## Brand Identity - 3D design

