



CI/CD – GUIDELINE FÜR GWM DEUTSCHLAND

Inhalt

Markenstrategie _____	3	Typografie_____	21
Markenvision_____	5	Tonalität_____	23
Markenwerte_____	6	Bildwelt_____	25
Markenarchitektur & Positionierung_____	7	Gestaltungsraster_____	32
GWM & Produktlinien_____	8	E-Mail-Newsletter-System_____	39
Modellnamen_____	9	Werbemittel Social Media_____	40
Markenlogo_____	10	Verbrauchswerte_____	41
Partnerlogo_____	14	Iconography_____	42
Farben der Marke_____	15		


GWM Dachmarke **Markenstrategie**

GWM – das Unternehmen

Als global agierendes Technologieunternehmen deckt GWM die gesamte automobilen Wertschöpfungskette ab – von Design, Forschung & Entwicklung über Produktion & Vertrieb bis hin zum Service. Unter dem Leitgedanken „**All Scenarios, all Powertrains, all Users**“ bietet GWM für jede Lebenslage und jeden Nutzer weltweit passende Fahrzeuge mit unterschiedlichsten Antriebstechnologien und erstklassigen Mobilitätslösungen.

Zum breit gefächerten Portfolio gehören neben GWM WEY, GWM HAVAL und GWM ORA auf globaler Ebene zahlreiche weitere Produktlinien. Das umfassende Angebot reicht von SUVs und Pick-ups über Motorräder und Schwerlast-Lkw bis hin zu luxuriösen Offroad-Fahrzeugen. Dabei kommen unterschiedliche Antriebsarten zum Einsatz. GWM betreibt Produktionsstätten in China, Eurasien, Thailand, Brasilien und Pakistan. Weltweit vertrauen bereits über 15 Millionen Fahrer auf die Innovationskraft und Qualität der Marke.

Seit 2008 wächst GWM beständig in Europa und ist heute in neun Märkten vertreten. Mit einer zentralen Vertriebsstruktur in den Niederlanden und einem neuen Ersatzteillager sendet GWM ein klares Signal: langfristiges Engagement, verlässlicher Service und ein stetig wachsendes, zukunftsorientiertes Modellportfolio.



„Wir entwickeln Fahrzeuge für jedes Terrain, damit unsere Kunden die Freiheit haben, neue Wege und Möglichkeiten zu entdecken.“

„Wir wachsen weltweit, bleiben jedoch stets lokal verbunden. Unsere Angebote und Services orientieren sich konsequent an den Bedürfnissen vor Ort.“

Markenvision

Passion for progress

Wir wollen zum Wegweiser für intelligente Mobilität werden. Dafür hinterfragen wir den Status quo und definieren Standards neu. Mit einer Produktpalette aus innovativen, umweltfreundlichen Fahrzeugen gestalten wir die Mobilität von morgen und bereichern den Alltag unserer Kunden mit erstklassiger Qualität und überzeugenden Leistungen.

Exzellent

Mutig

Innovativ

Nachhaltig

Funktional

Inspirierend

LEIDENSCHAFT FÜR FORTSCHRITT

Markenwerte

Die Markenwerte von GWM bilden das Fundament einer Mobilitätsvision, die Technik, Menschen und Verantwortung miteinander verbindet. Sie vereinen den Anspruch, Fortschritt sinnvoll, verantwortungsvoll und mit Leidenschaft voranzutreiben – und bilden damit die Basis für das übergeordnete Markenethos.

Markenethos – Go with more

Go with more – das Versprechen, stets mehr zu bieten: mehr Qualität, mehr Innovation, mehr Verantwortung, mehr Ausdruckskraft. Dieses Ethos findet in den Produktlinien seine individuelle Ausprägung:

Expression.
Ausdruck.



ORA
Charakterstarker Ausdruck und charmantes Design.

Smartness.
Cleverness.



HAVAL
Intelligente, alltagstaugliche und vielseitige Mobilität.

Attitude.
Auftreten.



WEY
Premium-Anspruch, Stil und technologische Exzellenz.

Markenarchitektur & Positionierung

GWM (Dachmarke)

Positionierung
Leidenschaft für Fortschritt

Werte
Intelligente Technologien, starke Designs, nachhaltige Innovation

Zielgruppencharakter
Breite Zielgruppe –
Mainstream bis Premium

ORA

Positionierung
Urban, designorientiert

Werte
Lifestyle, Leichtigkeit,
Individualität

Zielgruppencharakter
Stilbewusste, Käufer

GWM

Positionierung
Premium PHEV-SUVs,
„Luxusausstattung“, Komfort

Werte
Exzellenz, Raffinesse,
technische Präzision

Zielgruppencharakter
Anspruchsvolle Kundschaft,
gehobenes Segment

WEY

HAVAL

Positionierung
SUV-Kompetenz, Robustheit,
Familienorientierung

Werte
Stärke, Alltagstauglichkeit,
Verlässlichkeit

Zielgruppencharakter
Familien & Traditionskäufer,
Fokus auf SUVs

GWM & Produktlinien

GWM – Go with more

weitere Modelle in Planung

ORA



GWM **ORA 5**

GWM **ORA 03**

GWM **ORA 07**

Go with more expression

Mehr Style. Mehr Spaß. Mehr Du.

GWM ORA ist der kreative Freund, der jeden Tag bereichert.

Ausgestattet mit raffinierter Technik, charmantem Look und individueller Anpassungsfähigkeit.

HAVAL



GWM **HAVAL H6**

GWM **HAVAL Jolion Pro**

Go with more smartness

Mehr Cleverness. Mehr Freiheit. Mehr Möglichkeiten.

GWM HAVAL ist der smarte Partner für Alltag, Abenteuer und alles dazwischen.

Clever ausgestattet, flexibel in der Nutzung und stark im Preis-Leistungs-Verhältnis.

WEY



GWM **WEY 03**

GWM **WEY 05**

Go with more attitude

Mehr Statement. Mehr Ausstrahlung. Mehr Charakter.

GWM WEY ist der elegante Begleiter für private Auftritte und geschäftliche Ansprüche.

Ausgestattet mit modernster Technik, stilvollem Design und maximalem Komfort.

Modellnamen

Modellbezeichnungen

GWM ist der Markenname. ORA, WEY und HAVAL sind Produktlinien.

Eine Modellbezeichnung lautet zum Beispiel GWM HAVAL H6 oder einfach HAVAL H6. Bei der ersten Modellnennung sollte stets der vollständige Name mit „GWM“ verwendet werden. Ab der zweiten Nennung kann die Kurzform, wie etwa HAVAL H6, genutzt werden.

Ausnahme: Steht der Produktname in der Headline und steht die Headline in unmittelbarer Nähe zum Logo, kann auf die Nennung „GWM“ verzichtet werden. Dann erfolgt die erste vollständige Nennung in der Copy.

Die Schreibweise von Markenname und Produktlinie ist versal. Die weitere Modellbezeichnung ist im Gemischtsatz geschrieben.

Korrekter Name = **MARKENNAME + MODELLNAME**

GWM WEY 03

Markenname + Modellname

GWM ORA 03

Markenname + Modellname

GWM HAVAL H6

Markenname + Modellname

GWM ORA 5

Markenname + Modellname

GWM HAVAL Jolion Pro

Markenname + Modellname

GWM Dachmarke **Markenlogo**

Die Markenlogos

GWM BLACK RGB

R 0
G 0
B 0

#000000

GWM BLACK CMYK

C 0
M 0
Y 0
K 100

GWM WHITE RGB

R 255
G 255
B 255

#FFFFFF

GWM WHITE CMYK

C 0
M 0
Y 0
K 0

2D-Logo ausschließlich: vertikales und horizontales Format.

Die Hintergrundfarben können variieren, jedoch ist das Logo selbst immer schwarz oder weiß.

Es ist erlaubt, je nach Layout, Format und Kontext frei zu entscheiden, welches der beiden Logos verwendet wird.



Markenlogo vertikal

Verwendung des Logos auf farbigem Hintergrund (vertikal).

Die Platzierung unseres vertikalen Logos auf unseren bisherigen Markenfarben erfordert eine sorgfältige Abwägung. Die rechts gezeigten Beispiele demonstrieren hierfür geeignete Alternativen.

Das Logo ist ausnahmslos in **GWM BLACK** oder **GWM WHITE** darzustellen. Unsere Farbpalette bietet uns nun eine erhöhte Flexibilität bei der Anwendung des Logos. Auf Bildelementen wird das weiße Logo bevorzugt eingesetzt, sofern der Kontrast dies zulässt.



Markenlogo-Spezifikationen

Logo-Spezifikationen.

Für eine maximale Klarheit und Wirkung des Logos benötigt es einen Schutzraum.
Der Schutzraum ist IMMER einzuhalten.



GWM Vertikal-Logo Minimalgröße:

Print = 15 mm hoch
Digital = 40 px hoch



GWM Horizontal-Logo Minimalgröße:

Print = 8 mm hoch
Digital = 20 px hoch

GWM Vertikales Logo – Schutzraum:

Die Versalhöhe des „G“ gibt den erforderlichen Freiraum rund um das Logo vor.



GWM Horizontales Logo – Schutzraum:

Die Versalhöhe des „G“ gibt den erforderlichen Freiraum rund um das Logo vor.



Partnerlogos

Partnerlogos.

GWM arbeitet mit einer Vielzahl von Partnern zusammen und setzt häufig das GWM Logo in Kombination mit dem Logo eines Partners ein. Da Logos in unterschiedlichen Formen und Proportionen auftreten, ist stets auf eine ausgewogene visuelle Balance zwischen beiden Logos zu achten.

1. Matrix für Partner-Logo-Lock-ups

2. Die Breite des „G“ aus dem vertikalen GWM Logo dient als Maß für den Abstand zwischen dem vertikalen GWM Logo, der Trennlinie und dem Partnerlogo.

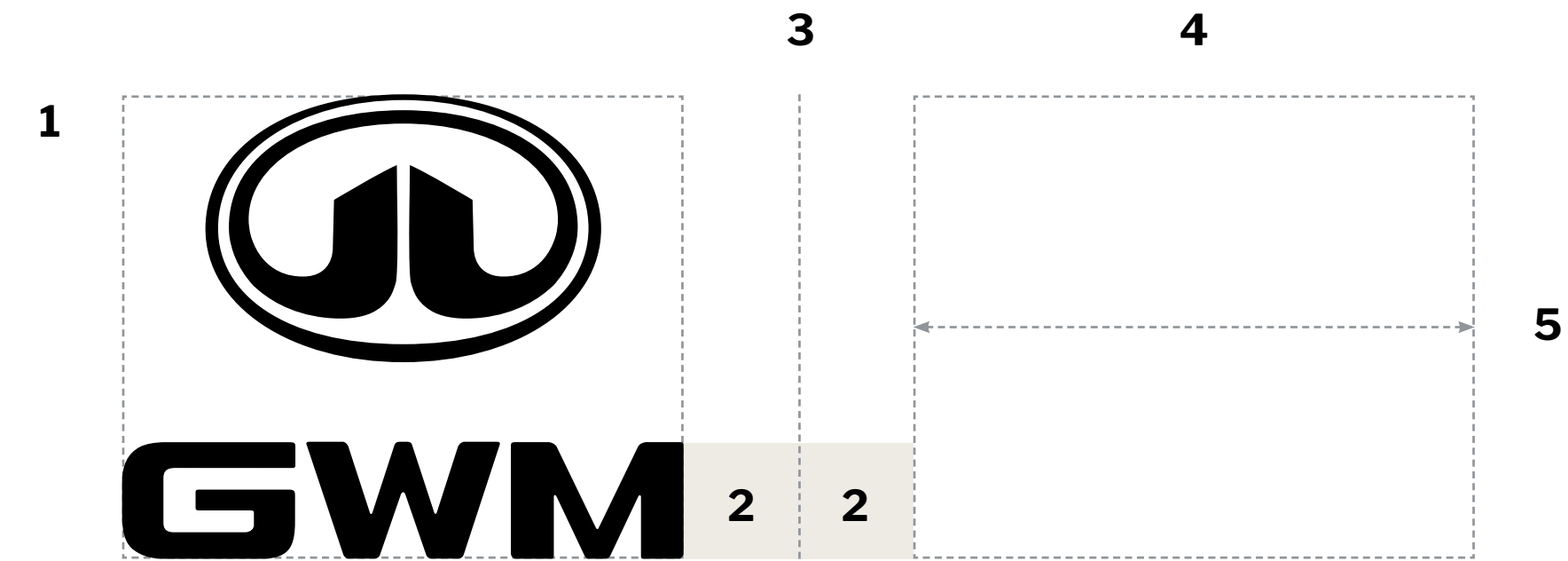
3. Die Trennlinie entspricht der Höhe des vertikalen GWM Logos.
Die Linienstärke beträgt 0,4 % der Breite des „G“ aus dem vertikalen GWM Logo.

4. Der Bereich für das Partnerlogo besitzt die gleichen Proportionen wie das GWM Logo.
Partnerlogos dürfen diesen Bereich nicht überschreiten.

5. Das Partnerlogo wird vertikal zentriert.

6. Beispiel für ein quadratisch proportioniertes Partnerlogo

7. Beispiel für ein horizontal proportioniertes Partnerlogo



**GWM Dachmarke
& Produktlinien
Farben der Marke**


Farbsystem

Aufbau & Hierarchie

Die GWM Farbpalette vereint Basicfarben wie BLACK, WHITE und einen dunklen Grauton, natürliche Basistöne, kühle Blaunuancen sowie ausgewählte Akzentfarben zu einem klar strukturierten Farbsystem. Black und White bilden gemeinsam mit dem dunklen Grauton die primären Basistöne und schaffen Orientierung und Kontrast. Die natürlichen und kühlen Nuancen sorgen für Ruhe, Klarheit und technologische Präzision und eignen sich besonders gut, um Freisteller wie Fahrzeugaufnahmen wirkungsvoll in Szene zu setzen, ohne selbst dominant zu wirken. Akzentfarben wie Amber und Lux setzen bewusste Farbakzente und schaffen klare Kontrastpunkte im Layout.

So entsteht eine konsistente Farbwelt, die unterschiedliche Anwendungen unterstützt, individuelle Stile – von urban bis premium – abbildet und eine moderne, markentypische Gestaltung ermöglicht.


Primärfarben



Three color swatches are shown: a solid black square labeled 'GWM BLACK', a dark charcoal grey square labeled 'GWM CARBON', and a solid white square labeled 'GWM WHITE'.

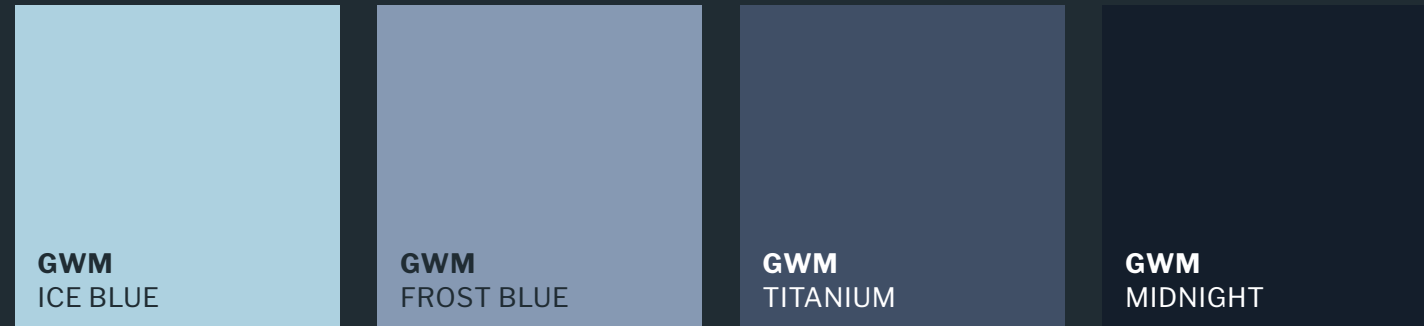
Sekundärfarben

Natürliche Basistöne




Four color swatches are shown: a light cream square labeled 'GWM PEARL', a light tan square labeled 'GWM SAND', a medium beige square labeled 'GWM BEIGE', and a muted grey square labeled 'GWM WARM GREY'.

Kühle Blautöne



Four color swatches are shown: a light sky blue square labeled 'GWM ICE BLUE', a medium blue square labeled 'GWM FROST BLUE', a dark blue square labeled 'GWM TITANIUM', and a very dark navy blue square labeled 'GWM MIDNIGHT'.

Akzentfarben



Two color swatches are shown: a bright orange square labeled 'GWM AMBER' and a bright yellow square labeled 'GWM LUX'.

Farbsystem

Farbcharakter

Primärfarben

	GWM BLACK bildet die visuelle Basis der Markenidentität. Der Ton vermittelt Stabilität, technische Klarheit und Premium-Qualität, sorgt für hohe Lesbarkeit und verleiht dem Design Tiefe und Fokus.
	GWM CARBON verleiht der Farbwelt technische Tiefe und präzisen Fokus. Der Ton wirkt hochwertig und strukturiert, unterstützt eine reduzierte, moderne Gestaltung und vermittelt Stärke, Ruhe sowie einen klaren Hightech-Charakter.
	GWM WHITE schafft Raum und visuelle Leichtigkeit. Als Primärfarbe vermittelt es Klarheit und Struktur und unterstützt ein modernes, präzises Gesamtbild mit zukunftsorientierter Anmutung.

Akzentfarben

	GWM AMBER setzt gezielte Akzente, vermittelt Dynamik und Optimismus und bringt die Markenenergie sichtbar zum Ausdruck.
	GWM LUX bringt helle, präzise Highlights in die Farbwelt und verleiht ihr eine leichte, hochwertige Strahlkraft.

Sekundärfarben

NATÜRLICHE BASISTÖNE bilden das verbindende Fundament der Farbpalette. Sie führen kühle und warme Nuancen zusammen und sorgen für visuelle Balance, Klarheit und ein harmonisches Gesamtbild.

KÜHLE BLAUTÖNE ergänzen die natürlichen Basistöne um visuelle Tiefe und strukturelle Klarheit. Sie bringen technische Präzision in die Farbpalette und unterstützen eine souveräne, hochwertige Gestaltung.

	GWM WARM GREY		GWM MIDNIGHT
	GWM BEIGE		GWM TITANIUM
	GWM SAND		GWM FROST BLUE
	GWM PEARL (RM GRAY)		GWM ICE BLUE

Farbsystem

Farbwerte

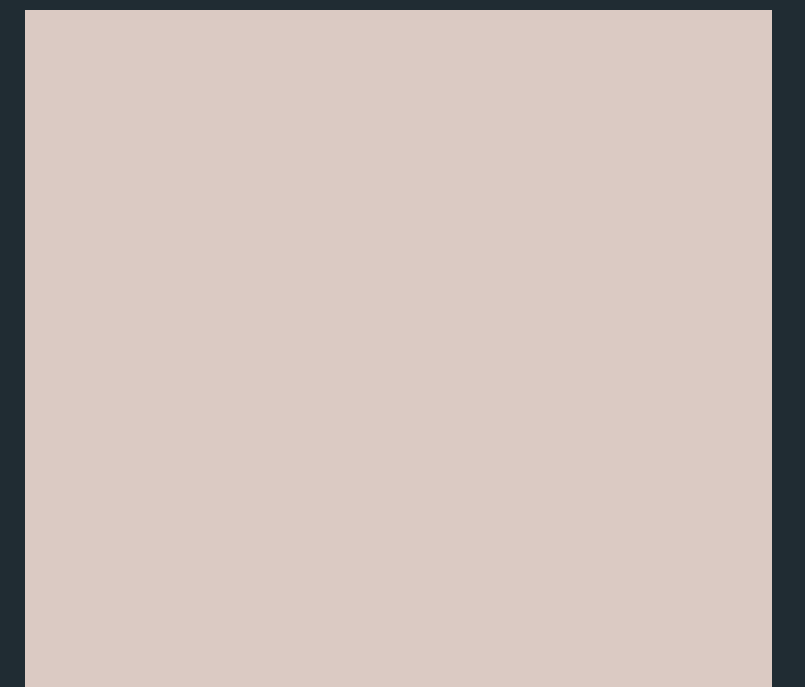
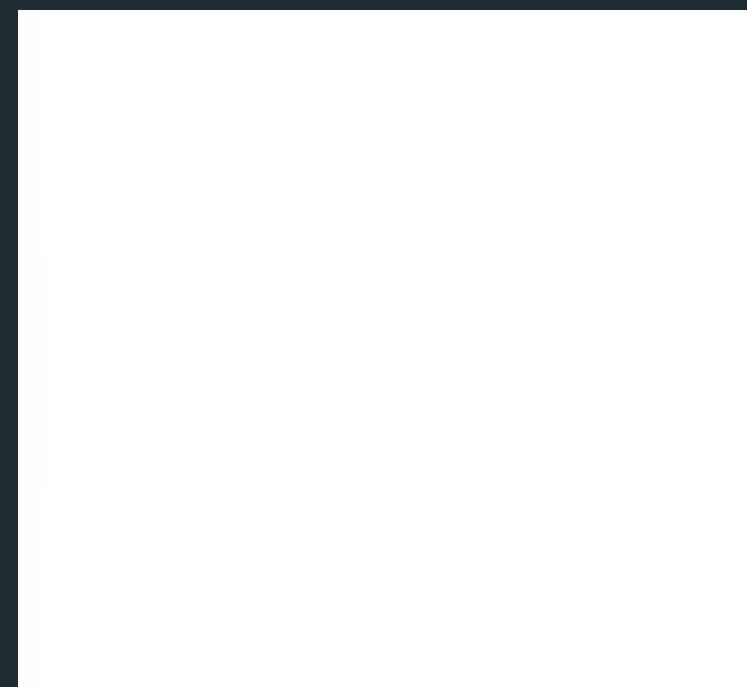
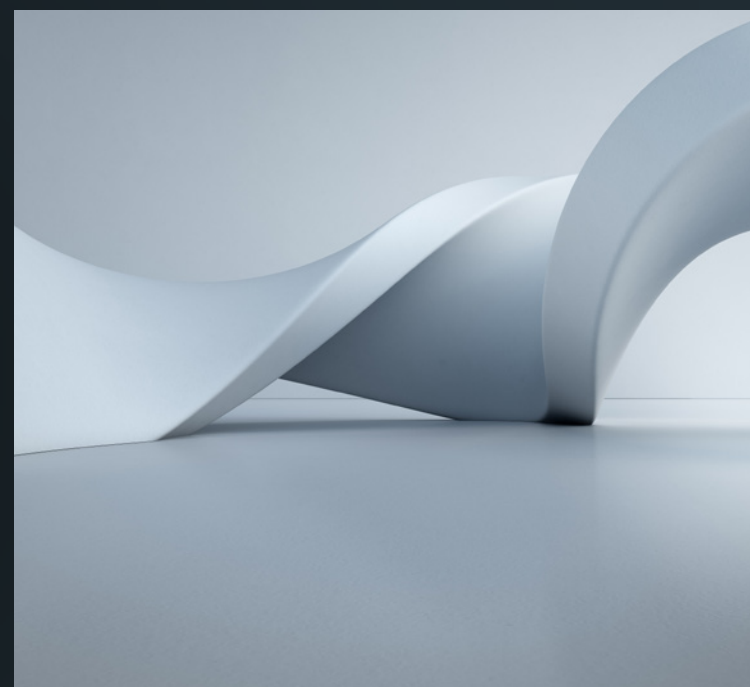
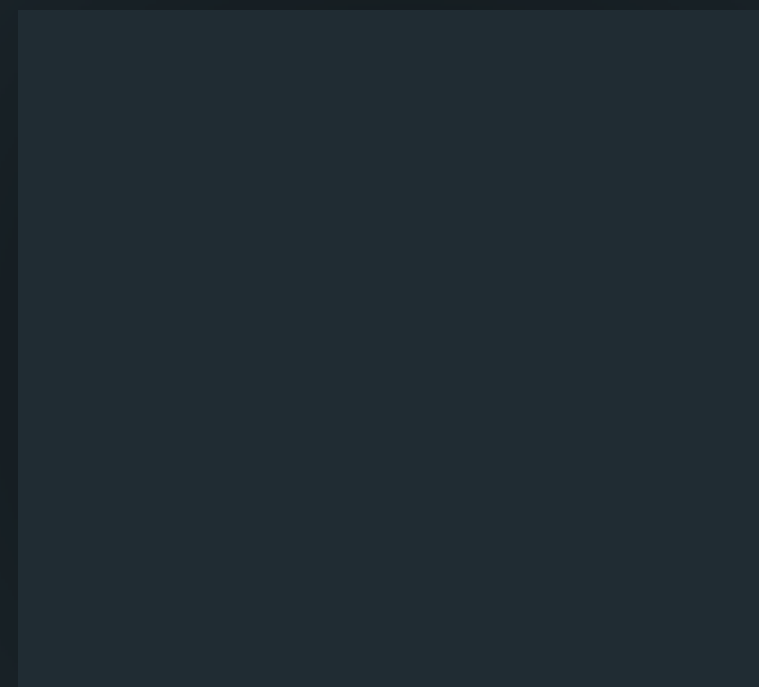
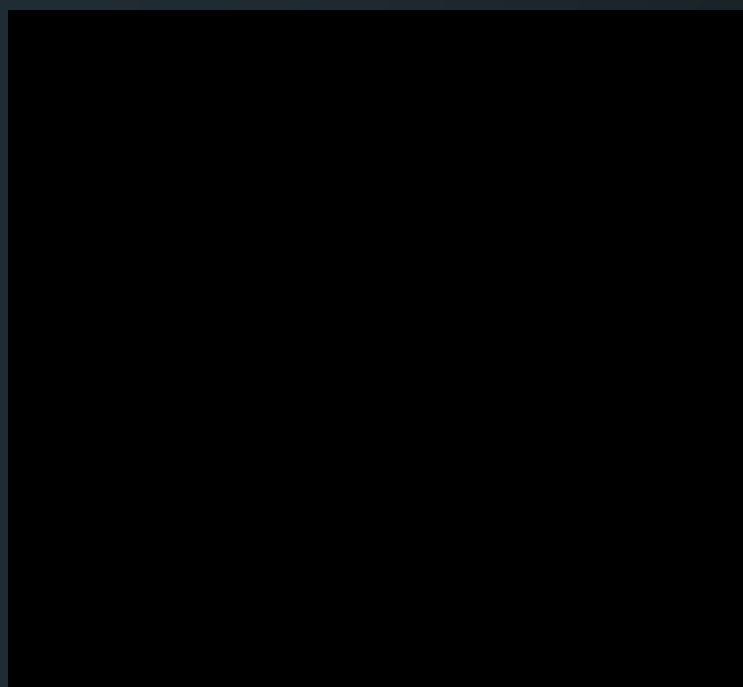
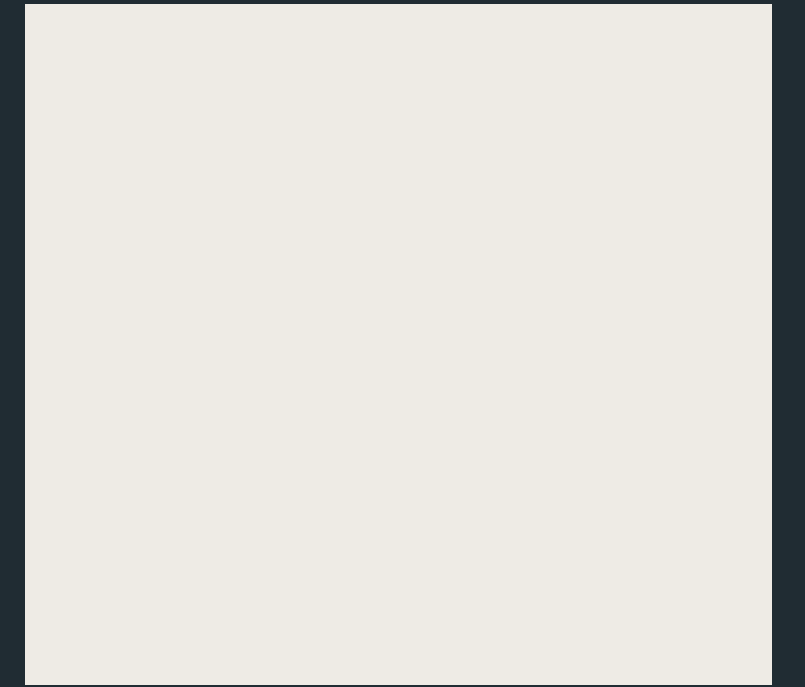
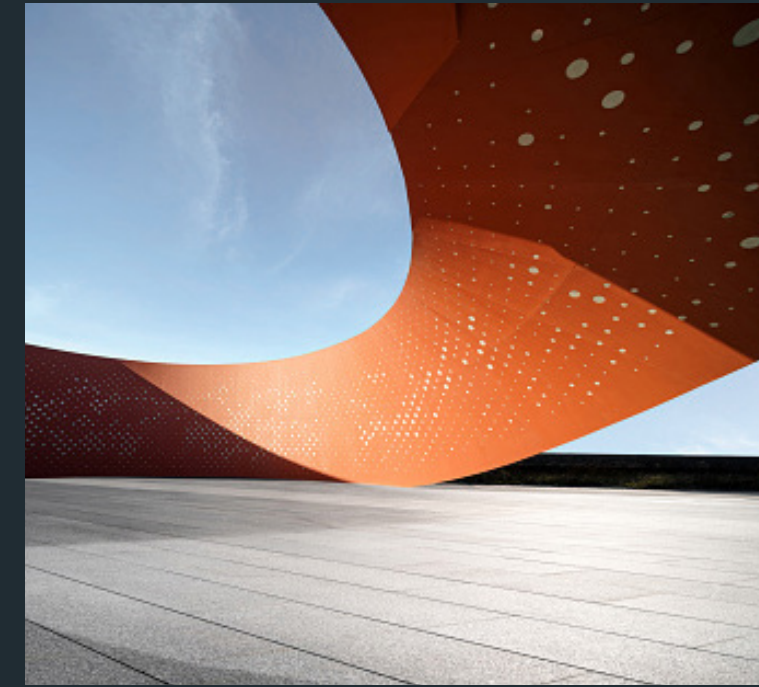
<p>GWM BLACK</p> <p>R 0 C 0 G 0 M 0 B 0 Y 0 # 000000 K 100</p>	<p>GWM CARBON</p> <p>R 32 C 85 G 44 M 66 B 51 Y 54 # 202C33 K 65</p>	<p>GWM WHITE</p> <p>R 255 C 0 G 255 M 0 B 255 Y 0 # FFFFFFFF K 0</p>	
<p>GWM WARM GREY</p> <p>R 120 C 50 G 117 M 43 B 118 Y 40 # 787576 K 25</p>	<p>GWM BEIGE</p> <p>R 190 C 27 G 181 M 25 B 173 Y 29 # BEB5AD K 5</p>	<p>GWM SAND</p> <p>R 219 C 15 G 202 M 20 B 195 Y 20 # DBCAC3 K 0</p>	<p>GWM PEARL</p> <p>R 238 C 8 G 235 M 7 B 229 Y 11 # EEEBE5 K 0</p>
<p>GWM MIDNIGHT</p> <p>R 20 C 94 G 30 M 78 B 43 Y 52 # 141E2B K 69</p>	<p>GWM TITANIUM</p> <p>R 64 C 70 G 79 M 55 B 102 Y 30 # 404F66 K 15</p>	<p>GWM FROST BLUE</p> <p>R 134 C 52 G 153 M 33 B 179 Y 19 # 8699B3 K 3</p>	<p>GWM ICE BLUE</p> <p>R 173 C 37 G 209 M 7 B 224 Y 11 # ADD1E0 K 0</p>
<p>GWM AMBER Akzentfarbe R 255 G103 B 53 #FF6735 C 0 M70 Y78 K 0</p>		<p>GWM LUX Akzentfarbe R 255 G 254 B 161 #FFFEA1 C 5 M 0 Y 50 K 0</p>	

Markenfarben – GWM Dachmarke

Moodboard

„DRIVE TO INNOVATE“ –
LEIDENSCHAFT FÜR INNOVATION

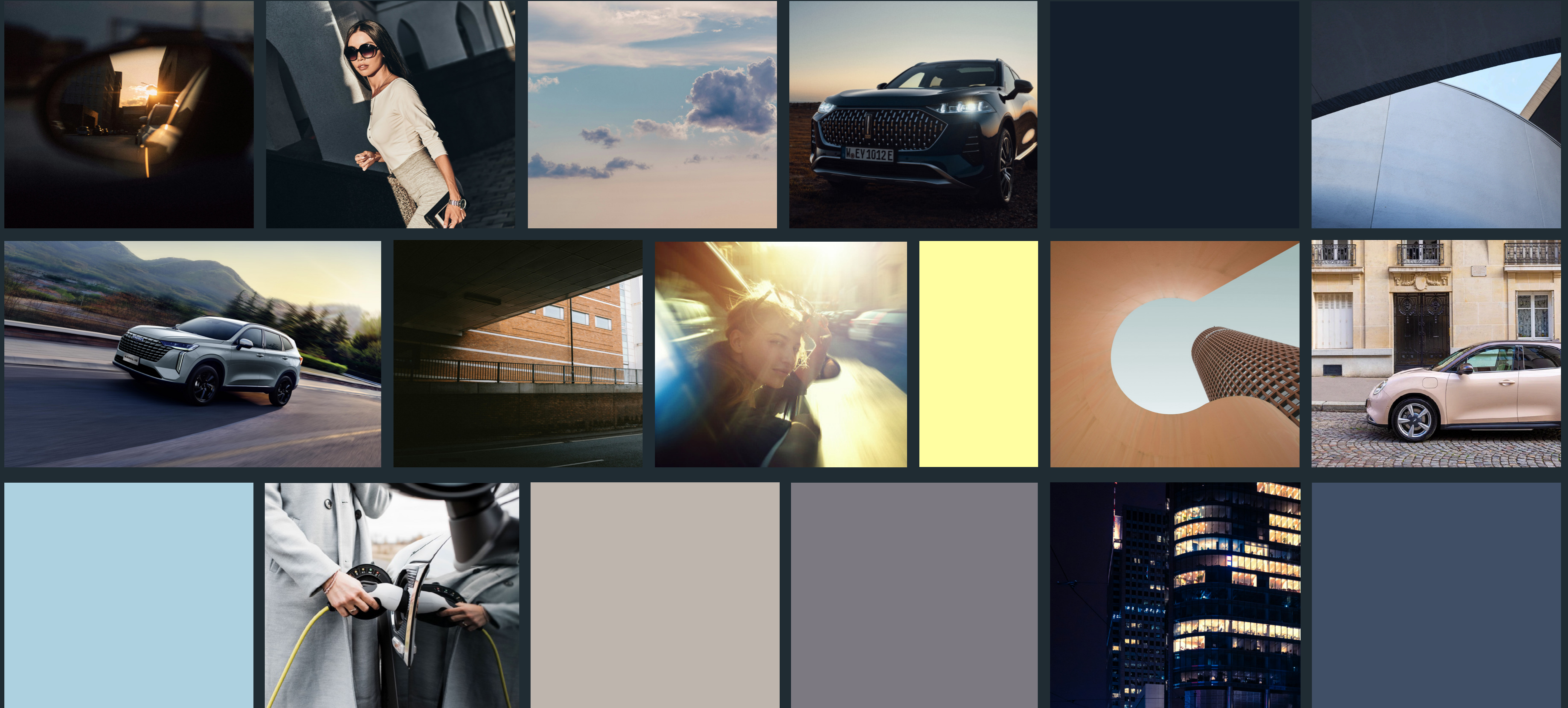
Die GWM Farbwelt verbindet klare Premium-Ästhetik mit moderner Technologie und einer menschlich-emotionalen Wirkung. Sie schafft eine ausgewogene Kombination aus Struktur, Ruhe und dynamischen Akzenten und stärkt damit das Markenbild einer zugänglichen, innovativen und zukunftsorientierten Mobilitätsmarke.



Markenfarben – GWM Dachmarke

Moodboard

„DESIGNED FOR YOU“ – FÜR DICH ENTWICKELT



GWM Dachmarke

Typografie

Typografie-Anwendung

Libre Franklin ist eine serifenlose Groteskschrift, die auf der klassischen Franklin Gothic basiert. Sie zeichnet sich durch klare, offene Formen, eine große x-Höhe und gute Lesbarkeit aus. Durch ihre moderne, sachliche Anmutung und die Vielzahl an Schnitten eignet sie sich sowohl für Fließtext als auch für Überschriften in Print-, Web- und Corporate-Design.

Die Verwendung vieler Schriftschnitte ermöglicht eine flexible und klare visuelle Hierarchie. Besonders die drei Hauptschriftstärken Regular, Semibold und Bold decken die wichtigsten Anwendungsbereiche ab: Regular für gut lesbaren Fließtext, Semibold zur dezenten Hervorhebung und Bold für starke Akzente wie Überschriften. Dadurch bleibt das Schriftbild konsistent, vielseitig und übersichtlich.



Primär verwendete
Schriftschnitte

Libre Franklin Black

Libre Franklin Extrabold

Libre Franklin Bold

Libre Franklin Semibold

Libre Franklin Medium

Libre Franklin Regular

Libre Franklin Light

Libre Franklin Thin

Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
!@#>€%&*()+**

Semibold

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
!@#>€%&*()+**

Regular

**ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz
0123456789
!@#>€%&*()+**

GWM Dachmarke

Tonalität

Tonalität

Wie wir mit unseren Kunden sprechen

„Go with more“ – diese Haltung prägt auch unsere Sprache. „More“ steht dabei für ein Versprechen, das wir in der Kommunikation transportieren: Wir bieten nicht einfach nur „mehr“ im klassischen Sinne, sondern eröffnen neue Perspektiven, gehen die berühmte Extrameile oder laden dazu ein, Neues auszuprobieren und Grenzen zu überschreiten.

Eine gemeinsame Sprache

Für GWM nutzen wir eine gemeinsame, übergreifende Sprache über alle Produktlinien hinweg. Vielseitig und übersichtlich.

Unsere Sprache ist ...

- kraftvoll, aktiv und aufgeschlossen
- klar und verständlich
- bei technischen Details sachlich in der Darstellung
- ohne Übertreibungen. Wir nutzen nur selten Superlative
- aktiv in den Formulierungen. Passivität passt nicht zu unserer Marke
- strukturiert. Wir sorgen für eine klare Gliederung und vermeiden Schachtelsätze

Differenzierung bei den Produktlinien

Unsere Kunden verbindet die Anziehungskraft unserer Marke. Trotzdem unterscheiden sie sich nach Alter, Einkommen und Lebenswelt – und auch je nachdem, für welche Modellreihe sie sich interessieren. Bei den einzelnen Modellreihen haben wir deshalb leichte Differenzierungen in der Tonalität.

ORA	HAVAL	WEY
jung & frisch	sachlich & smart	elegant & stilvoll

Hinweise

- Der „Carpanion“ bei ORA war gestern – wir sprechen über das Fahrzeug und nicht mehr aus der Perspektive des Fahrzeugs.
- Wir siezen unsere Kunden. Ausnahmen sind speziell aktivierende Headlines/Mottos oder die Kommunikation in Social Media.
- Anglizismen sind nicht verboten. Sie sollten aber zurückhaltend eingesetzt werden.
- Mit unserer Sprache treten wir mit den Kunden in einen Dialog. Das geschieht auf Augenhöhe, denn wir sehen die Kunden als Teil der GWM Familie. Das bedeutet: Wir sprechen nicht von oben herab. Wir biedern uns aber auch nicht an.
- Trendwörter sind erlaubt. Jugendsprache oder Slang wird von uns jedoch nicht verwendet. Entscheidend ist immer, ob wir mit unserer Sprache unsere Zielgruppe erreichen.

GWM Dachmarke

Bildwelt

Bildwelt – GWM Dachmarke

Klare Ästhetik trifft Zukunft.

Unsere Bildwelt verbindet modernes Design mit einer menschlichen, warmen Ausstrahlung. Klare Formen, viel Licht und ruhige Räume schaffen eine Atmosphäre, in der Innovation vertraut und Zukunft greifbar wird.

Die Motive zeigen:

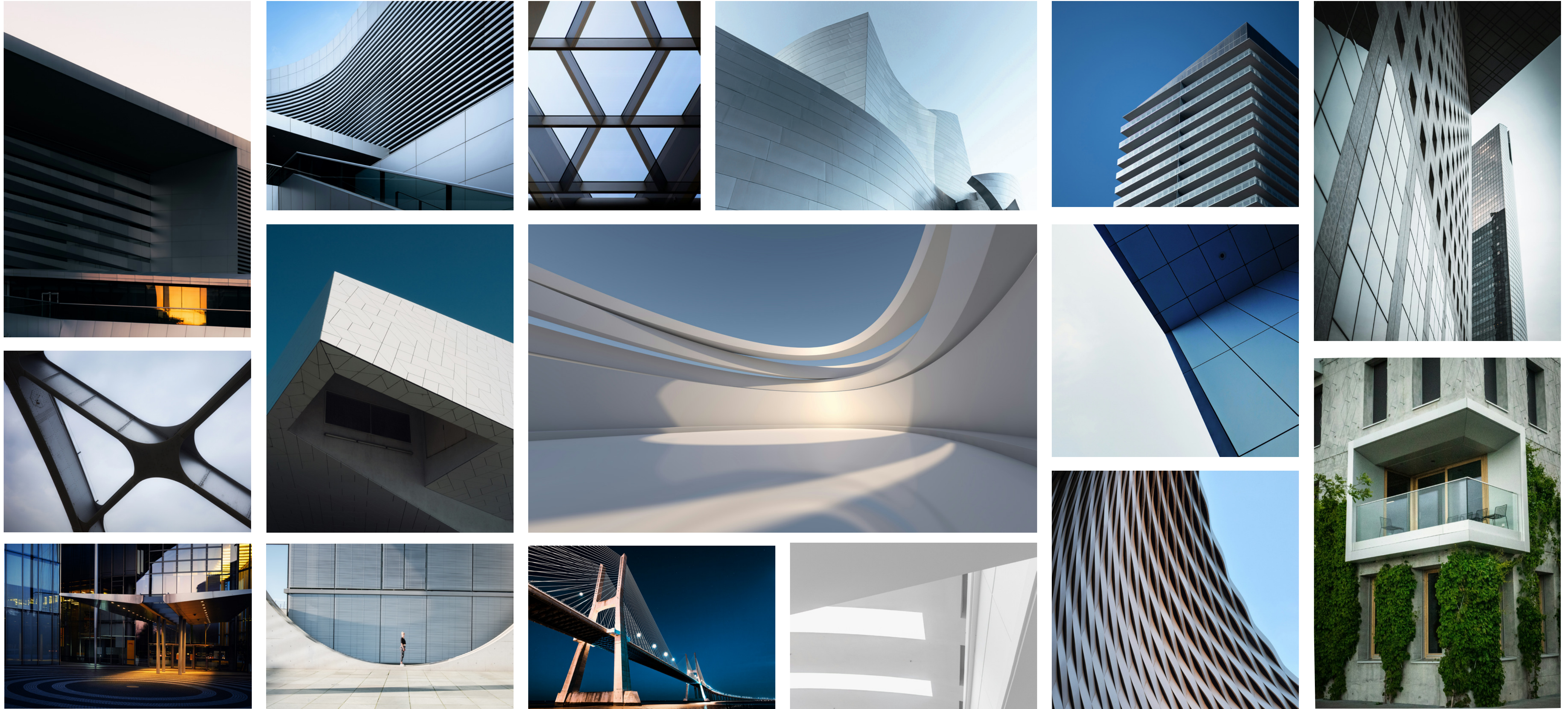
- **Architektur**, die mit weichen Linien und offenen Räumen Leichtigkeit vermittelt
- **Fahrzeuge**, die in hellem, natürlichem Licht ihre Qualität und Ruhe ausstrahlen
- **Menschen**, die authentisch, modern und zugänglich wirken
- **Farben**, die kühle Klarheit mit warmen Akzenten verbinden und damit Nähe erzeugen

So entsteht ein Markenbild, das **ästhetische Präzision** mit **emotionaler Wärme** vereint – und Fortschritt zeigt, der Menschen wirklich erreicht.



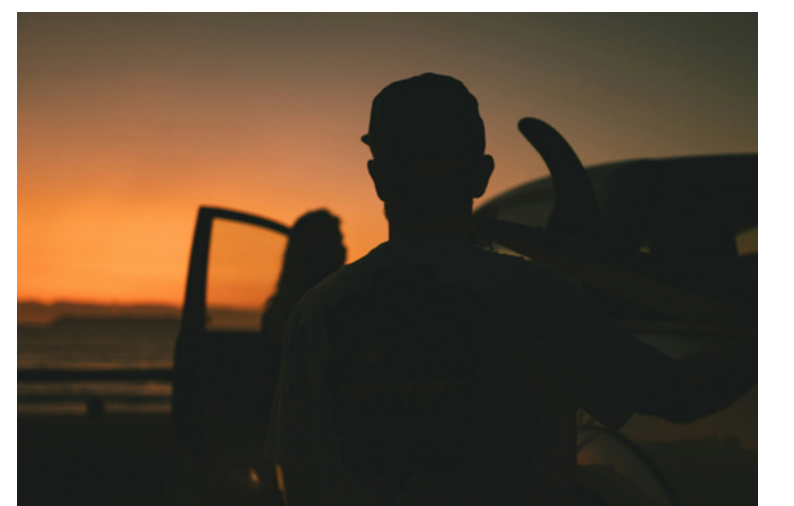
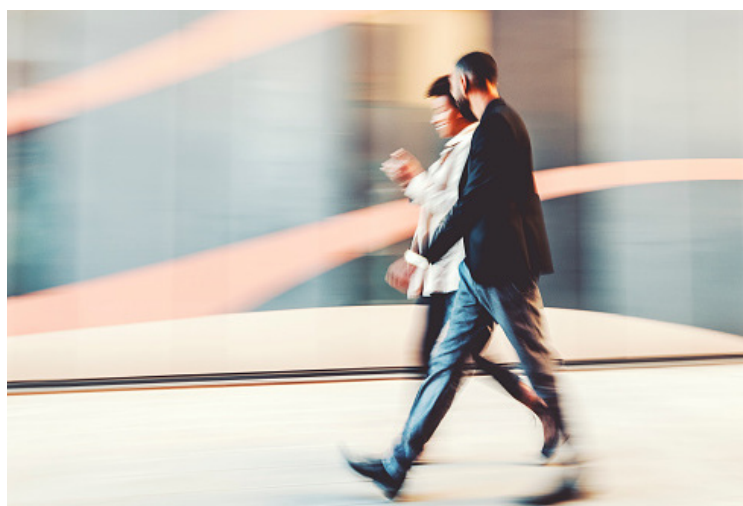
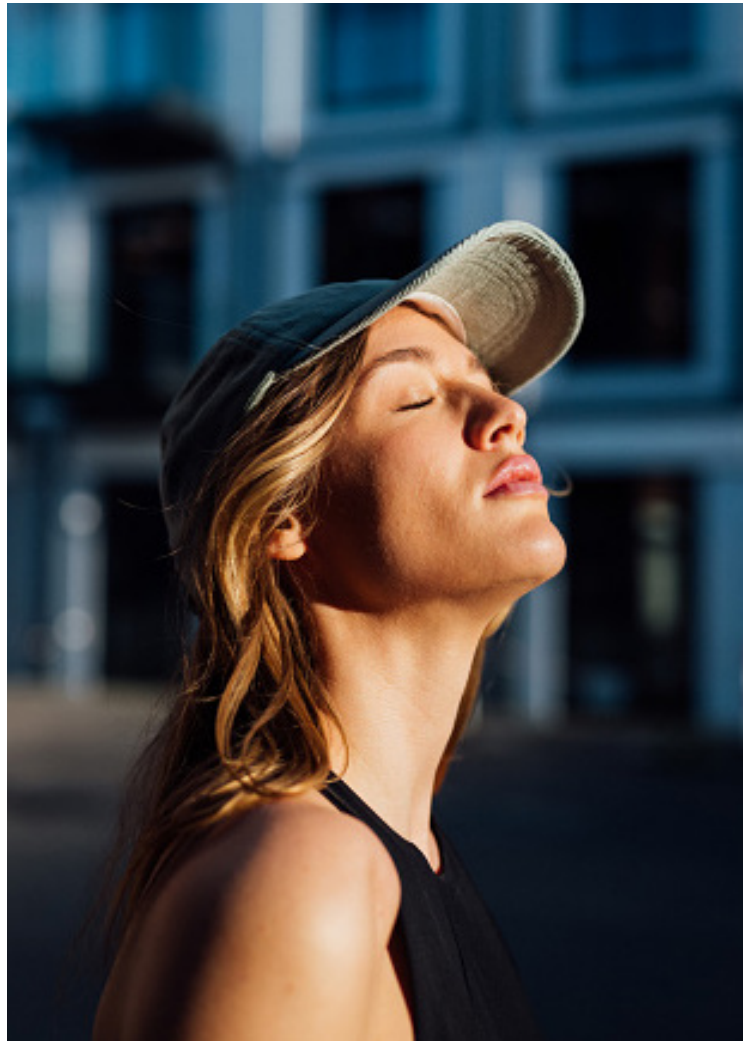
Bildwelt — GWM Dachmarke

Kultur & Architektur



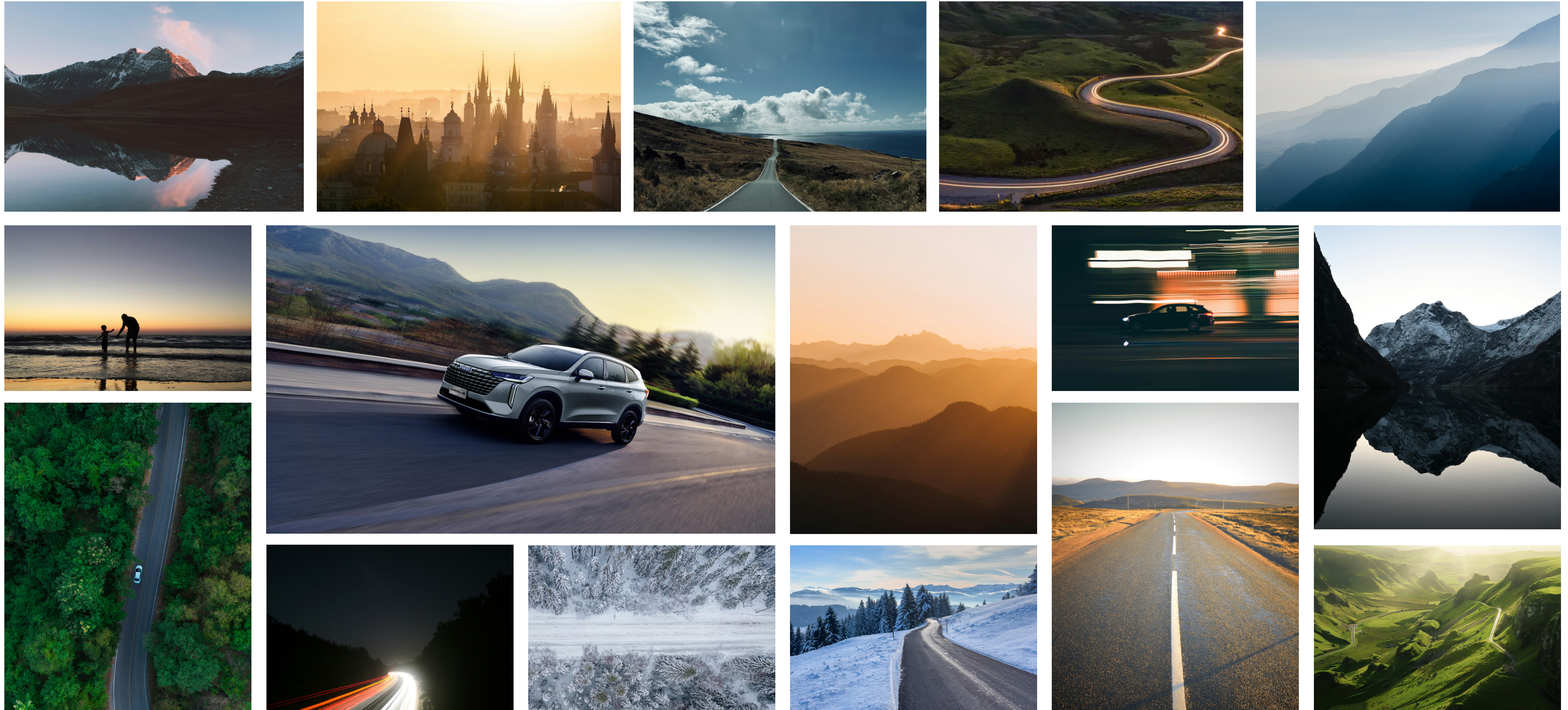
Bildwelt – GWM Dachmarke

Menschen & Lifestyle



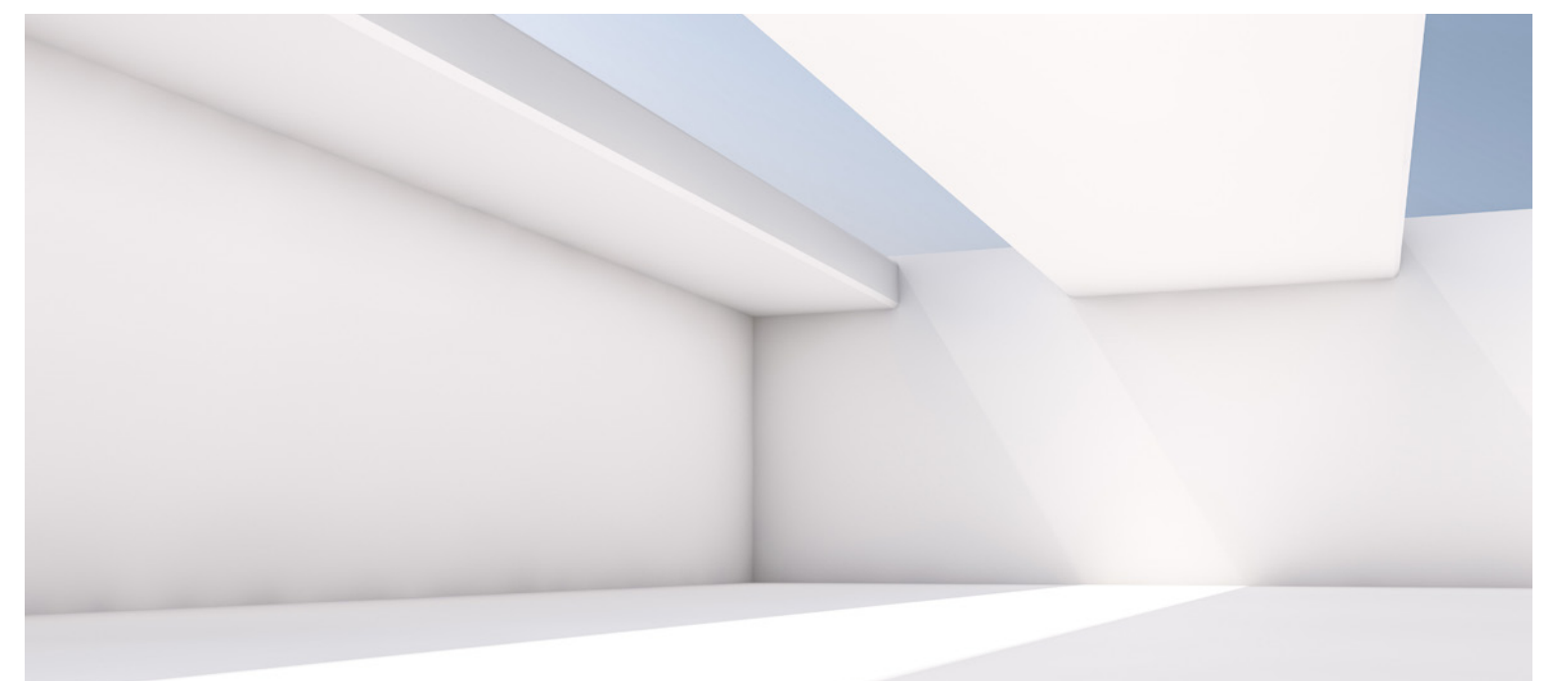
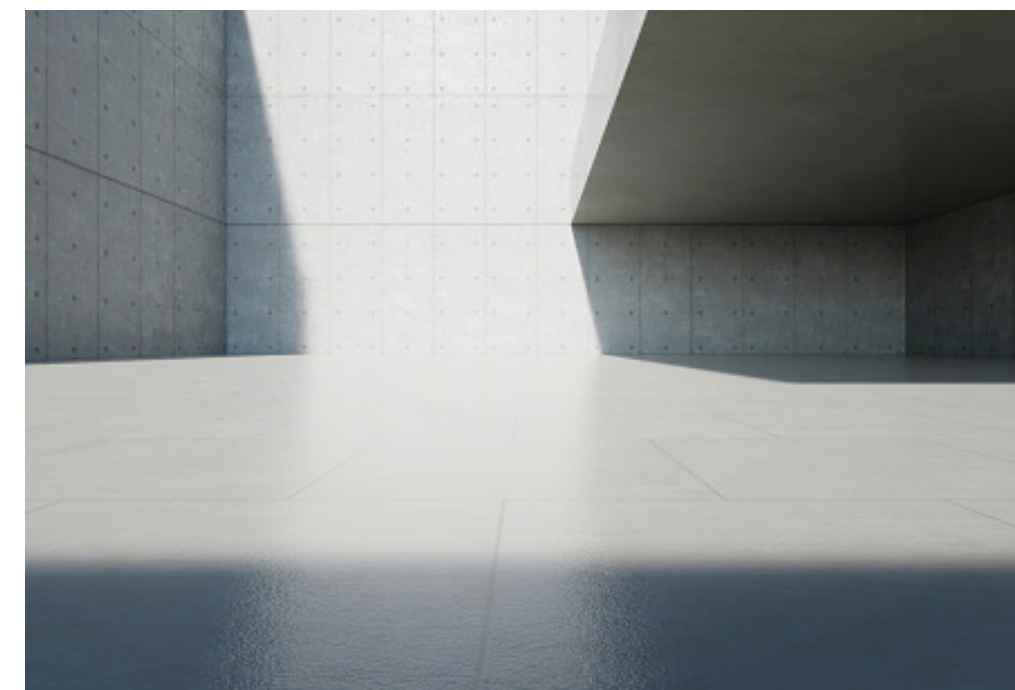
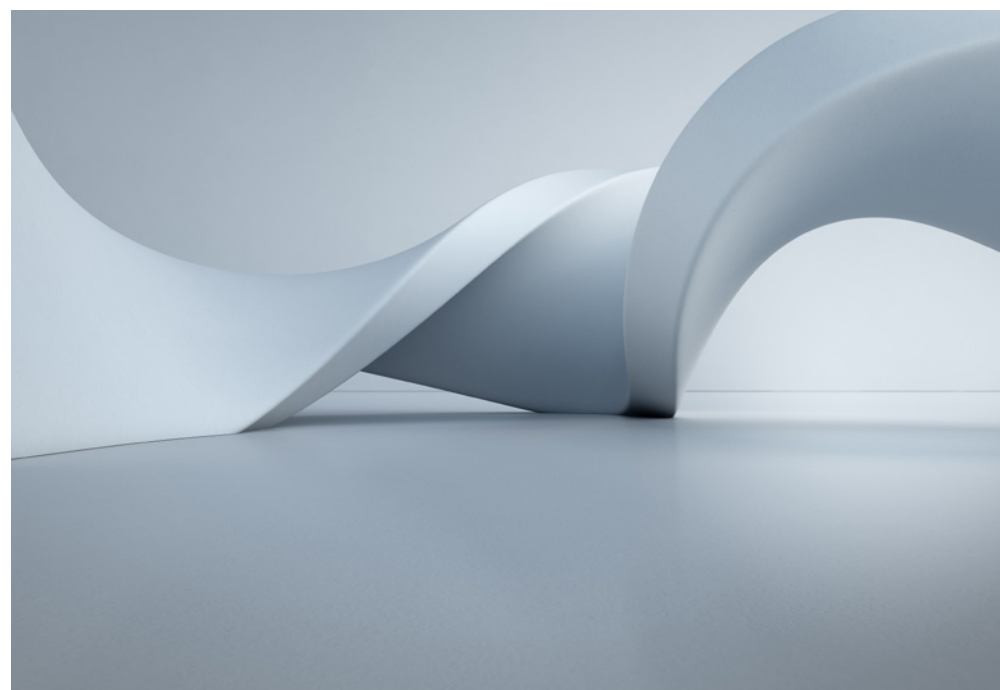
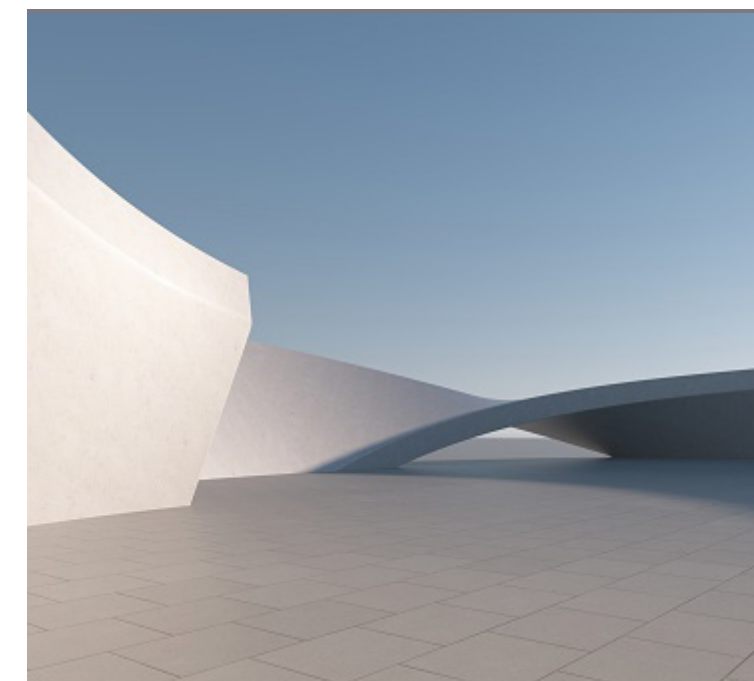
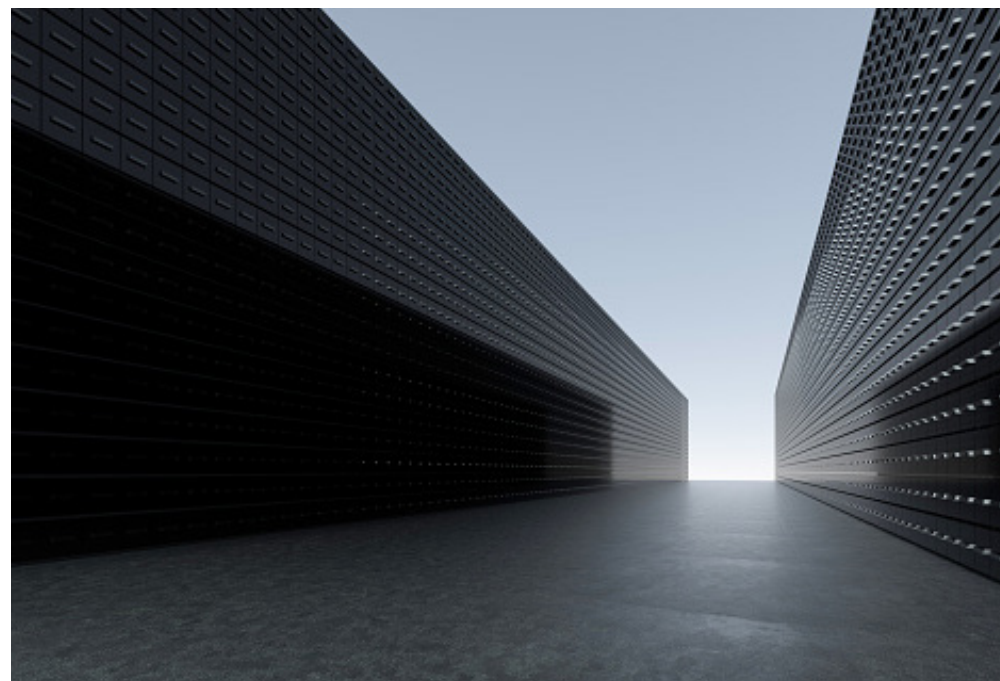
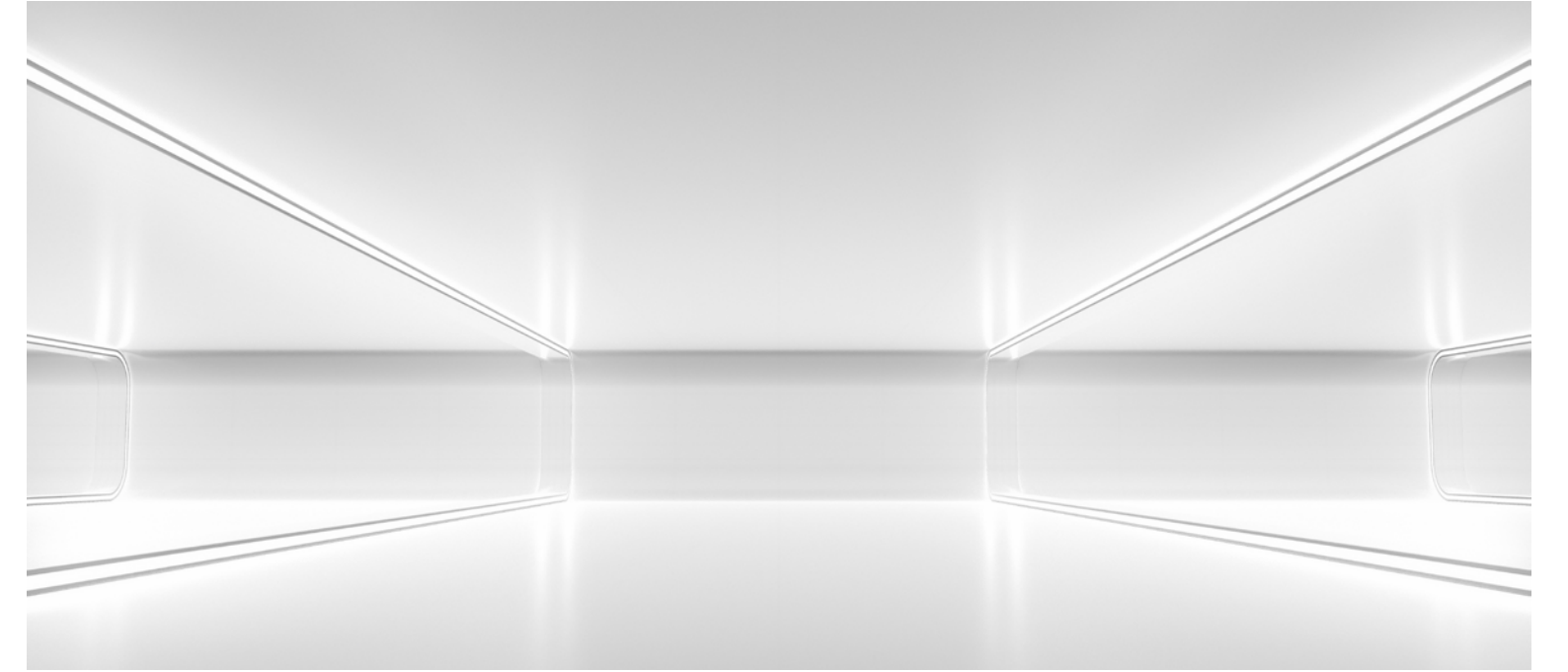
Bildwelt – GWM Dachmarke

Landschaft & Umgebung

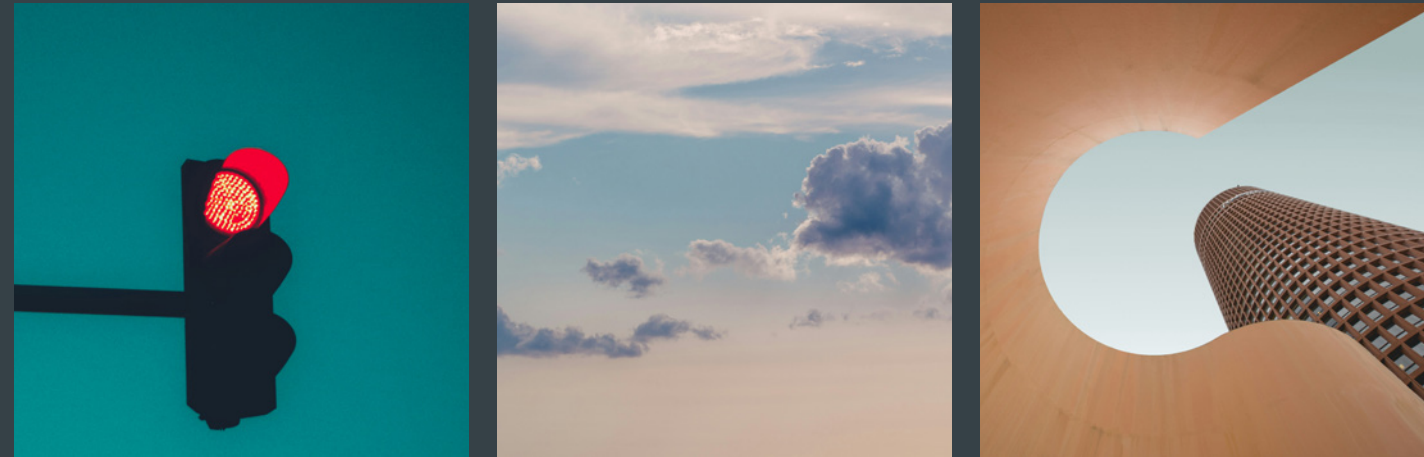


Bildwelt – GWM Dachmarke

Hintergründe



ORA



GO WITH MORE EXPRESSION

HAVAL



GO WITH MORE SMARTNESS

WEY



GO WITH MORE ATTITUDE

GWM Dachmarke

Gestaltungsraster

Gestaltungsdetails im Fokus

Das Gestaltungsraster wird auf Basis der Logogröße erstellt. Maßgebend ist dabei die Höhe des Buchstaben „G“, von welchem sich alle weiteren Maße ableiten lassen.

Folgendermaßen gehen Sie vor, wenn Sie die Größen für die einzelnen Designelemente festlegen möchten:

Schritt 1 – Logogröße festlegen (abhängig vom Endformat)

Schritt 2 – Randabstände definieren (gemäß Tabelle oder abgeleitet von der Logogröße)

Schritt 3 – Sämtliche Inhalte im Raster anordnen

DIN-FORMATE	LOGOGRÖSSE		RAND
	Horizontale Logos	Vertikale Logos	
148 x 210 mm	38 x 8 mm	24 x 20 mm	10 mm
210 x 297 mm	57 x 12 mm	30 x 25 mm	15 mm
297 x 420 mm	76 x 16 mm	48 x 40 mm	20 mm
420 x 594 mm	95 x 20 mm	60 x 50 mm	25 mm
ANZEIGEN			
90 x 165 mm	6 x 28,5 mm	15 x 18 mm	4 mm
135 x 350 mm	8 x 38 mm	15 x 18 mm	5 mm
148 x (Höhe variabel)	38 x 8 mm	24 x 20 mm	10 mm
210 x 297 mm	57 x 12 mm	30 x 25 mm	15 mm
DIGITAL			
Regel:	Längste Seite, geteilt durch 10	Längste Seite, geteilt durch 20	
Beispiel: 300 x 600 px	60 px hoch	30 px hoch	30 px

Gestaltungsraster

Bildeinsatz & Logoplastizierung

Bildeinsatz

Bilder werden mindestens an einer Seite im Anschnitt platziert.

- Es kann ein vollflächiges Motiv genutzt werden, abhängig vom vorhandenen Bildmaterial.
- Alternativ ist der Einsatz eines Bildes in Kombination mit einer Hintergrundfarbe möglich. Ein Freisteller kann auch direkt auf einer Hintergrundfarbe platziert werden.

Logoplastizierung

- Das Logo steht bevorzugt oben.
- Je nach Motiv bietet sich ein horizontales oder vertikales Logo an.

Hinweis: Befindet sich der Modellname direkt beim Logo, kann auf die Nennung von GWM in der Headline verzichtet werden.



Bildmotive Hintergrundfarbe

Gestaltungsraster

Satzspiegel & Legaltextarea

Wir unterscheiden zwischen Satzspiegel und Legaltextarea.

Satzspiegel

- Der Satzspiegel wird durch die Logogröße bestimmt.
- Der Abstand des Satzspiegels zum Formatrand beträgt 2-mal „G“-Höhe.
- Sämtliche Textelemente eines Werbemittels stehen immer innerhalb des Satzspiegels.
- Textelemente werden stets am Satzspiegelrand ausgerichtet.

Legaltextarea

- Verbrauchsangaben und Legaltexpte stehen in der Legaltextarea.
- Um keinen zu massiven Textblock zu erzeugen, nutzen wir das Format möglichst weitgehend aus. Das bedeutet: Der Abstand des Legaltexptes zum Formatrand beträgt 1-mal „G“-Höhe.
- Legaltexpte und Verbrauchsangaben werden linksbündig ausgerichtet.

GWM

GWM Haval H6
LOREM IPSUM

Lorem ipsum Subline
Higliths amusandae aut etur sam fugiatio comnis
Lorem Ipsum Namusandae aut etur sam fugiatio comnis
Namusandae aut etur sam fugiatio comnis

Go with more

HAVAL H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Werte**.

GWM

GWM Haval H6
LOREM IPSUM

Lorem ipsum Subline
Higliths amusandae aut etur sam fugiatio comnis
Lorem Ipsum Namusandae aut etur sam fugiatio comnis
Namusandae aut etur sam fugiatio comnis

Go with more

HAVAL H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Werte**.

GWM

GWM Haval H6
LOREM IPSUM

Lorem ipsum Subline
Higliths amusandae aut etur sam fugiatio comnis
Lorem Ipsum Namusandae aut etur sam fugiatio comnis
Namusandae aut etur sam fugiatio comnis

Go with more

HAVAL H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Werte**.

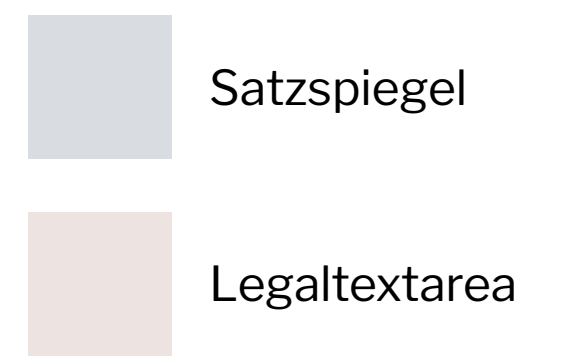
GWM

GWM Haval H6
LOREM IPSUM

Lorem ipsum Subline
Higliths amusandae aut etur sam fugiatio comnis
Lorem Ipsum Namusandae aut etur sam fugiatio comnis
Namusandae aut etur sam fugiatio comnis

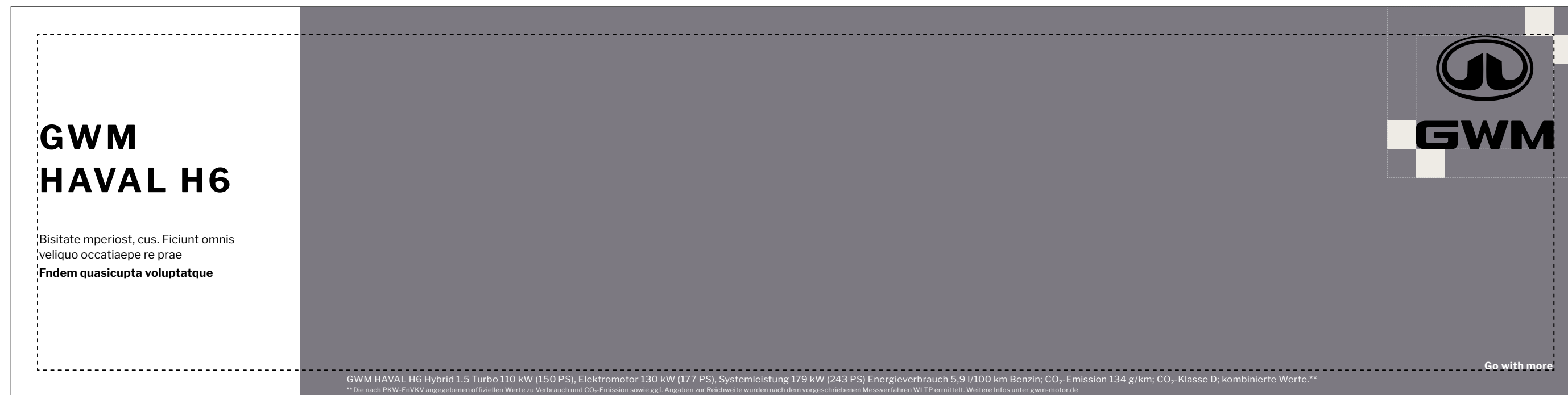
Go with more

HAVAL H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Werte**.



Gestaltungsraster

Extreme Formate



Bei extremen Formaten bestimmt sich der Satzspiegel an der Schutzzone des Logos.
Sie beträgt mindestens 1-mal „G“-Höhe.

Gestaltungsraster

Verwendung von Bildmotiven



Go with more

GWM zählt zu den weltweit führenden Automobilherstellern: Mit über 14,9 Millionen verkauften Fahrzeugen in mehr als 170 Ländern verfolgt GWM eine klare Vision – die Zukunft der Mobilität durch modernste Technologie zu gestalten.

Diese Ausrichtung spiegelt sich im neuen GWM HAVAL H6 wider

Der Hybrid verbindet ein großzügiges Raumgefühl mit innovativer Technologie und markantem Design. Zudem überzeugt er mit einem herausragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Als souveränen Begleiter für jede Strecke vereint er Vielseitigkeit, Zuverlässigkeit und wegweisende Ausstattung – ein Fahrzeug, das bereit ist für mehr.

Großartig in Form

Schon von Weitem beeindruckt der neue HAVAL H6. Von der markanten Front bis zum Heck wurde jedes Detail mit Bedacht gestaltet. Der imposante Kühlergrill, vertikale Tagfahrleuchten und moderne LED-Scheinwerfer verleihen dem SUV eine unverwechselbare Präsenz. Die dynamische Silhouette wird durch große 19" Leichtmetallräder und die Dachreling in glänzendem Schwarz betont. Am Heck setzen horizontale LED-Leuchten und die große Heckklappe einen starken Abschlusspunkt.



ORA 5
Lorem aperspit autem



HAVAL H6
Immer bereit für mehr



HAVAL OLION PRO
aperspit autem



HAVAL H6
Immer bereit für mehr



WEY 05
Lorem aperspit autem



WEY 05
Lorem aperspit autem



WEY 03
Lorem aperspit autem




GWM HAVAL H6

Bisitate mperiost, cus. Ficiunt omnis veliquo occatiaepe re prae
Fndem quasicupta voluptatque

Go with more

Fersperr ovidusc iderro con con pedis serspie nduciusanim quibus autem quati consedi tatus, sed mos et moloriaerat eatur, qui quae dolupta esed
ugita et ellitoriant et laboreum quosam, coressequi sum in rectempella deleceped experias et et est, ullaci doluptae num imagnam ex errumqui tem doluptatem. Et amus aute cum Fersperr ovidusc iderro con con pedis serspie perias et et est, ullaci doluptae num imagnam ex errumqui tem doluptatem. Et amus




GWM


HAVAL H6

Bisitate mperiost, cus. Ficiunt omnis veliquo occatiaepe re prae
Fndem quasicupta voluptatque



GWM HAVAL H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Wert
** Die nach PKW-ENVKV angegebenen offiziellen Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Weitere Infos unter gwm-motor.de



Menü Modelle  Zur Probefahrt →

BIS ZU **4.500 €**
STAATLICHE FÖRDERUNG
MÖGLICH*

GWM WEY 05

[Zur F. Auto, Probefahrt](#)

Highlights Design Interieur & Komfort Performance & Sicherheit Varianten & Preise Garantie

GWM WEY 05 Plug-in-Hybrid 2.0 150 kW (204 PS), Elektromotoren vorn 120 kW (163 PS) / hinten 135 kW (184 PS), Systemleistung 350 kW (476 PS) Energieverbrauch 25,5 kWh/100 km Strom & 0,5 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 12 g/km; CO₂-Klasse B; gewichtet kombinierte Werte. Bei entladener Batterie: Energieverbrauch 6,0 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 12 g/km; CO₂-Klasse B; gewichtet kombinierte Werte.**




WEY 03

Lorem aperspit autem




HAVAL JOLION PRO

Lorem aperspit autem




GWM HAVAL H6
LOREM IPSUM

Lorem ipsum Subline

- Highlths amusandae aut etur sam fugiatio cornis
- Lorem Ipsum Namusandae aut etur sam fugiatio cornis
- Namusandae aut etur sam fugiatio cornis

Platzhalterdetails und Ausstattungshighlights

Go with more



HAVAL H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Werte**




Der neue GWM HAVAL Jolion Pro
Jetzt leasen!
HAVAL Jolion Pro - LUXURY
XXX €/Monat¹

- 18" Leichtmetallräder und Kühlergrill in Schwarz
- Panorama-Glasschiebedach
- Vordersitze beheizbar
- 360° Umgebungs-kamera
- Multimediasystem mit Smartphone-Anbindung

GWM HAVAL Jolion Pro 1.5 Turbo 130 kW (177 PS) 7-Gang-DCT Energieverbrauch 7,4 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 167 g/km; CO₂-Klasse F; kombinierte Werte.**

¹ GWM HAVAL Jolion Pro - LUXURY Hauspreis XXX.XXX €, Leasingbeispiel (gültig bis 31.12.2024) Sonderzahlung 8.888,88 €, monatliche Rate 198,88 €, Laufzeit 36 Monate, Laufleistung 0 bis 30.000 km, Freiblebendes Leasingangebot der GWM Finance, Ein Service der MCE Bank GmbH, Schieferstein 9, 65439 Flörsheim. ** Die nach PKW-ENVKV angegebenen offiziellen Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Weitere Infos unter gwm-motor.de

AUTOHAUS MUSTERMANN
Musterstraße 12 • 45678 Musterstadt
Tel. 00000 000000




GWM WEY 03
PLUG-IN HYBRID

BIS ZU **4.500 €**
STAATLICHE FÖRDERUNG
MÖGLICH*

Jetzt leasen!
WEY 03 AWD
XXX €/Monat¹

Angebotsdetails und Ausstattungshighlights



GWM WEY 03 AWD Energieverbrauch 25,1 kWh/100 km Strom und 0,5 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 15 g/km; CO₂-Klasse B; gewichtet kombinierte Werte. Bei entladener Batterie: Energieverbrauch 6,1 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 12 g/km; CO₂-Klasse B; gewichtet kombinierte Werte. Elektrische Reichweite (EAER) 124 km.**

AUTOHAUS MUSTERMANN
Musterstraße 12 • 45678 Musterstadt
Tel. 00000 000000

Werbemittel CRM – E-Mail-Newsletter-System

Das Newslettersystem ist ein Baukastensystem.

- Die Fondfarben orientieren sich am Keyvisual im Header. Zur Auswahl stehen die Primär- und Sekundärfarben.
- Primär-CTA-Buttons sind vorrangig GWM BLACK, Sekundär-Buttons eher GWM WHITE (je nach Fondfarbe).
- Headlines stehen immer außerhalb des Bildes.
- Sofern für ein Modell eine Pflicht zur Angabe der Verbrauchswerte besteht, werden diese Angaben jeweils dort gemacht, wo das Modell visuell erkennbar oder im Text genannt ist. Das bedeutet: Ist das verbrauchswertpflichtige Fahrzeug auf einem Bildmotiv abgebildet, erfolgen die Angaben im jeweiligen Bild. Wird das Fahrzeug innerhalb eines Textes genannt, erfolgen die Angaben innerhalb des entsprechenden Textblocks – auch dann, wenn es sich um einen Rechtstextblock handelt.
- Die EnVKV-Rechtstexte müssen im Rechtstextblock genannt werden.

Probleme mit der Darstellung? Klicken Sie hier

Go with more
Guten Tag,
Wir freuen uns, dass Sie sich für GWM interessieren. Mit dem neuen, umfassenden GWM Newsletter informieren wir Sie über die Vielfalt dieser großartigen Modelle. Freuen Sie sich auf aktuelle Neuheiten, spannende Aktionen und innovative Highlights. Auch und kompakt Zusammenfassungen!

Mehr über mehr Auswahl, mehr Flexibilität. Lassen Sie sich inspirieren und entdecken Sie Ihr perfektes Fahrzeug.

[Zur Webseite](#)

GWM ORA 5
Ausdrucksstarker Kompakt-SUV

Er verbindet Autonomes Pilot-Design und moderne Technologie. Er hat die Kraft, aber als SUV auch das Komfort der ORA 5 im Außenbereich. Abwechslung, Abwechslung, Abwechslung.

Neugierig? Online erfahren Sie mehr.

[Mehr über ORA 5](#)

GWM HAVAL H6
Großer Abenteuer

GWM Haval H6 Hybrid 2.0 Turbo 192 kW (262 PS), Elektroantrieb 110 kW (149 PS), Reichweite 174 km (214 PS), 5,9 l/100 km (D), 134 g/km (D), CO₂ 134 g/km (D)

Der Mittelklasse SUV Haval H6 Hybrid 2.0 Turbo 192 kW (262 PS), Elektroantrieb 110 kW (149 PS) für starke Performance und 5,9 l/100 km für mehr Effizienz.

Mit schiefen bis 100 km/h (Einsparung: 2000 km bei GWM Partner erleben).

[Produktart beschreiben](#)

GWM HAVAL Jolion Pro
Premium inklusive

GWM Haval Jolion Pro 1.5 Turbo 130 kW (177 PS) 7-Gang DCT

Der Haval Jolion Pro ist perfekt für Ihren Alltag. Der 1,5-Liter-Turboantrieb mit 130 kW (177 PS) sorgt für Agilität und die serienmäßige Ausstattung, z. B. das Panorama-Glasschiebedach, für Premium-Fahrer.

Mit schiefen bis 100 km/h (Einsparung: 2000 km bei GWM Partner erleben).

[GWM Partner erleben](#)

Doppelt sparen bei GWM WEY
Aktion-Preise und E-Förderung sichern

GWM WEY 03 Plug-in Hybrid

Leistung	25,5	0,5	12	8	6,0	G
CO ₂ (D)	100	100	100	100	100	100

Acht bei Eweit eines WEY 03 oder eines WEY 05 Plug-in Hybrid die E-Auto-Prämie beantragen. Zusätzlich umfasst Aktion-Preise ergibt das insgesamt einen Vorteil von bis zu 4.500 €!

[Zum GWM WEY 03](#) [Zum GWM WEY 05](#)

[Entdecken Alle Modelle](#) [Testen Produktart](#) [Besuchen Händleruche](#)

Go with more

Probleme mit der Darstellung? Klicken Sie hier

Herzlich willkommen
Guten Tag,
Sie haben gerade den ersten GWM Newsletter. Mit ihm liefern wir Ihnen wichtige Einblicke, News und Highlights aus der Welt von GWM.

GWM basiert auf ORA, WEY und Haval, eine große Auswahl an Modellen, die moderne und innovative Lösungen für unterschiedlichste Mobilitätsbedürfnisse darstellen.

Wir freuen uns, dass Sie sich für GWM interessieren und inspirieren, jeden Tag ein Stückchen besser zu werden.

[Mehr erfahren](#)

GWM ORA
Innovation trifft Fahrspaß

ORA überzeugt durch modernes, individuelles Design und fortschrittlicher Antriebstechnologie für Fahrerlebnis voller Spaß. Jede Fahrspur Leistung, Komfort und Reichweite, die inspiriert.

[ORA entdecken](#)

GWM WEY
Premium inklusive

WEY genießen Sie die Effizienz moderner Technologie, den Komfort von Premium-Ausstattungen, die von Exklusiv, sondern Standard sind, und innovative Fahrerlebnisse, die jeder Fahrt ein unvergessliches und inspirierendes Erlebnis machen.

[WEY entdecken](#)

GWM HAVAL
Immer bereit für mehr

GWM Haval, wie auch die 1,5 Turbo 130 kW (177 PS), Elektroantrieb 110 kW (149 PS), Reichweite 174 km (214 PS), 5,9 l/100 km (D), 134 g/km (D), CO₂ 134 g/km (D)

Haval verbindet mit innovativer SUV, die Abwechslung und Abenteuer verbindet. Großes Fahrerlebnis und umfassende Fahrerlebnisse stehen bei Haval im Mittelpunkt – alles zu einem aufregenden Preis.

[Haval entdecken](#)

[Entdecken Alle Modelle](#) [Testen Produktart](#) [Besuchen Händleruche](#)

Go with more

** Kundenwerte Werte. Die nach EN17043 angegebenen effizienten Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Die tatsächlichen Werte von Verbrauch elektrischer Energie, Produktart, ggf. zur Reichweite und dem CO₂-Emissionen hängen von der individuellen Fahrweise, Straßen-, Verkehr- und Wetterbedingungen ab. Die angegebenen Werte sind angabegemäße Werte und nicht CO₂-Werte, wenn ggf. einer der Angaben die Angabe des elektrischen Verbrauchs ist.

* Ausstattungsleistungen sind nicht Teil der jeweiligen technischen Spezifikationen und können nicht von der Verfügbarkeit der Spezifikationen und Zulassung beim Fahrer.

IMPRESSUM & DATENSCHUTZ
© Autowelt GmbH
End-Post-Str. 2 • 61169 Frankfurt • Hessen
Telefon: 900-589004
(Inhaltsverzeichnis: Impressum, Datenschutz, Kontakt, AGB, Widerrufsrecht, Haftung, etc.)

Probleme mit der Darstellung? Klicken Sie hier

Lozem Ipsum
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of Garamond type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised by the release in 1962 of the book 'Letraset' by Gordon North.

[Mehr erfahren](#)

Lozem Ipsum
GWM ORA 5

Lozem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of Garamond type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised by the release in 1962 of the book 'Letraset' by Gordon North.

[ORA entdecken](#)

Lozem Ipsum
GWM HAVAL H6

Lozem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of Garamond type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised by the release in 1962 of the book 'Letraset' by Gordon North.

[Produktart beschreiben](#)

Lozem Ipsum
Gutes Gefühl!

Lozem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of Garamond type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised by the release in 1962 of the book 'Letraset' by Gordon North.

[ORA entdecken](#)

[Entdecken Alle Modelle](#) [Testen Produktart](#) [Besuchen Händleruche](#)

Go with more

** Kundenwerte Werte. Die nach EN17043 angegebenen effizienten Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite werden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Die tatsächlichen Werte von Verbrauch elektrischer Energie, Produktart, ggf. zur Reichweite und dem CO₂-Emissionen hängen von der individuellen Fahrweise, Straßen-, Verkehr- und Wetterbedingungen ab. Die angegebenen Werte sind angabegemäße Werte und nicht CO₂-Werte, wenn ggf. einer der Angaben die Angabe des elektrischen Verbrauchs ist.

* Ausstattungsleistungen sind nicht Teil der jeweiligen technischen Spezifikationen und können nicht von der Verfügbarkeit der Spezifikationen und Zulassung beim Fahrer.

IMPRESSUM & DATENSCHUTZ
© Autowelt GmbH
End-Post-Str. 2 • 61169 Frankfurt • Hessen
Telefon: 900-589004
(Inhaltsverzeichnis: Impressum, Datenschutz, Kontakt, AGB, Widerrufsrecht, Haftung, etc.)

Werbemittel Social Media

Texte auf Bildern, wie zum Beispiel Headlines, dürfen nicht größer sein als die Schriftgröße der Verbrauchswerte.

- Die Verbrauchswerte können vertikal wie auch horizontal angeordnet werden. Sie können unten, oben, rechts oder auch links stehen – je nach Motiv.
- Ein Mindest-Seitenrand von 40 px ist einzuhalten.
- Schutzzonen (z. B. Reel) sind zu berücksichtigen.
- Modellname und Zahlen werden in 50 pt gesetzt, ergänzende Angaben in 27 pt.



Verbrauchswerte

Darstellung der Verbrauchsangaben:

- Die Nennung der Verbrauchswerte erfolgt immer im Sichtbereich des Fahrzeugs.
- Hat das Werbemittel mehrere Slides mit dem gleichen Trim-Level, reicht eine Nennung auf dem ersten Slide.
- Die Größe der Verbrauchswerte entspricht der Typogröße der Hauptaussage.
- Die Nennung der Verbrauchswerte ist verpflichtend bei Identifikation des konkreten Modells nach EnVkv. Gleiches gilt bei nur einer Motorisierung des Modells.

Sonderfall Social Media:

- Die Verbrauchswerte werden immer auf dem Asset und in der Caption angegeben.
- Die EnVKV-Rechtstexte müssen zusätzlich in der Caption genannt werden.





Der neue GWM Haval Jolion Pro

Jetzt leasen!
Haval Jolion Pro – LUXURY
XXX €/Monat¹

• 18" Leichtmetallräder und Kühlergrill in Schwarz	• Vordersitze beheizbar
• Panorama-Glasschiebedach	• 360° Umgebungskamera
	• Multimediasystem mit Smartphone-Anbindung

GWM Haval Jolion Pro 1.5 Turbo 130 kW (177 PS) 7-Gang-DCT Energieverbrauch 7,4 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 167 g/km; CO₂-Klasse F; kombinierte Werte.**
¹ **GWM Haval Jolion Pro – LUXURY** Hauspreis XX.XXX €, Leasingbeispiel (gültig bis [DATUM]) Sonderzahlung X.XXX.XX €, monatliche Rate XXX.XX €, Laufzeit XX Monate, Laufleistung p. a. XX.XXX km.
 Freibleibendes Leasingangebot der **GWM Finance, Ein Service der MCE Bank GmbH**, Schieferstein 9, 65439 Flörsheim. **Die nach PKW-EnVKV angegebenen offiziellen Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Weitere Infos unter gwm-motor.de




GWM Haval H6

5,9
l/100 km Benzin**

134
g/km CO₂-Emission**

D
CO₂-Klasse**



gwm_motor_deutschland Stark und komfortabel. Der neue GWM Haval H6.

GWM Haval H6 Hybrid 1.5 Turbo 110 kW (150 PS), Elektromotor 130 kW (177 PS), Systemleistung 179 kW (243 PS) Energieverbrauch 5,9 l/100 km Benzin; CO₂-Emission 134 g/km; CO₂-Klasse D; kombinierte Werte**

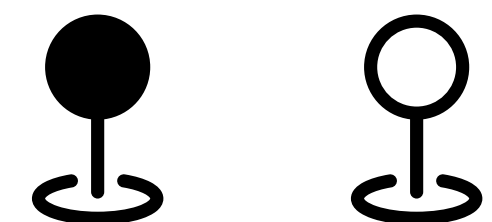
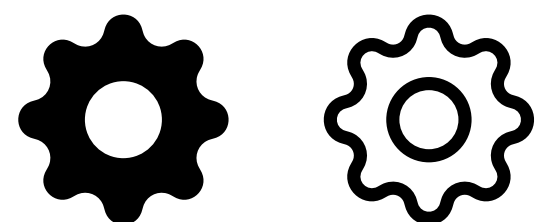
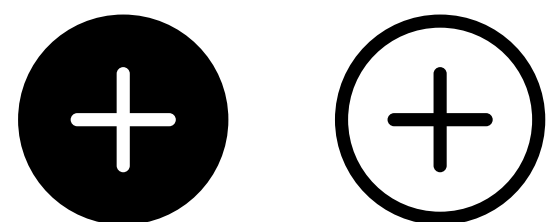
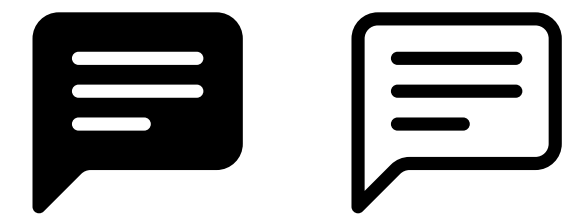
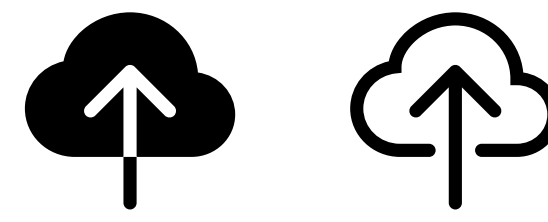
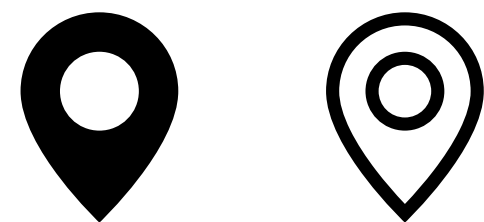
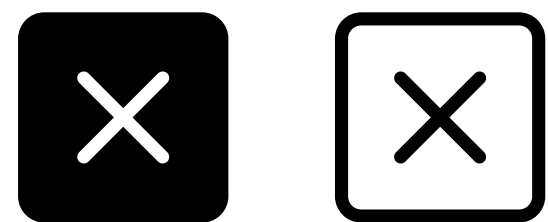
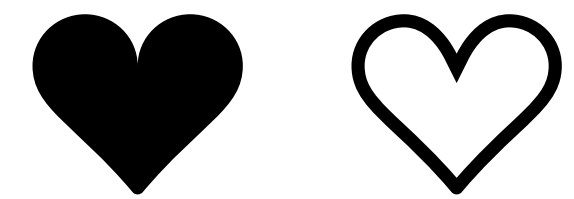
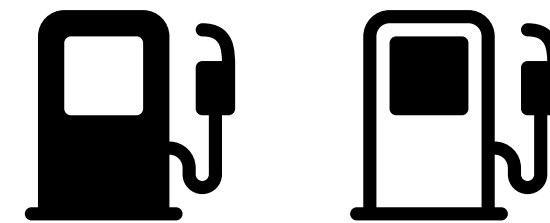
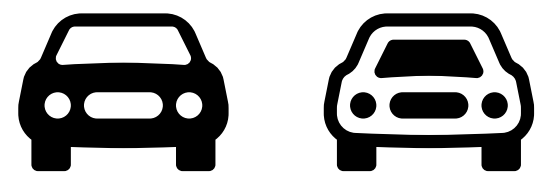
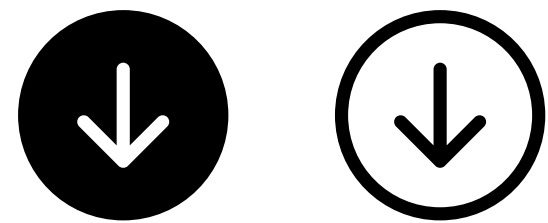
**Die nach PKW-EnVKV angegebenen offiziellen Werte zu Verbrauch und CO₂-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Weitere Infos unter gwm-motor.de.

Vor 2 Stunden

Iconography

Icons mit klarer Formsprache

Der Icon-Stil ist klar, reduziert und funktional. Geometrische Formen mit gleichmäßigen Strichstärken sorgen für ein ruhiges, konsistentes Erscheinungsbild. Outline- und Filled-Varianten ermöglichen eine flexible Nutzung je nach Hierarchie oder Zustand. Durch die moderne, neutrale Gestaltung sind die Icons gut skalierbar und besonders für UI-, App- und Web-Design geeignet.



O! Automobile GmbH
Emil-Frey-Straße 2
61169 Friedberg
gwm-motor.de

Veröffentlichung der O! Automobile GmbH, Emil-Frey-Straße 2, 61169 Friedberg