

LOUWMAN

Mobility for life

Merkgids

Mobility for life

Inhoudsopgave

[Voorwoord..... 04](#)

Het merk Louwman

[100 jaar Louwman.....06](#)

[Tijdslijn..... 08](#)

[Koninklijke Louwman Group.....09](#)

[Missie: passie om mensen te bewegen..... 10](#)

[Visie: toonaangevend in mobiliteit..... 13](#)

[Onze mobiliteit verandert.....14](#)

[Klantinzicht..... 16](#)

[Merkbeloofte en essentie..... 17](#)

[Mobility for life.....18](#)

[Vier pijlers Mobility for life..... 19](#)

[Wat ons verbindt: de vijf kernwaarden..... 24](#)

Visuele communicatie

[Inleiding: één Louwman.....26](#)

[Gebruik van het beeldmerk..... 27](#)

[Gebruik van het kroonlogo..... 28](#)

[Gebruik van het woordmerk..... 29](#)

[Gebruik van de pay-off..... 30](#)

[Typografie..... 31](#)

[Kleurgebruik..... 32](#)

[Beeldtaal.....33](#)

[Grafische elementen..... 34](#)

[Tone of voice..... 35](#)

Uitingen

[Briefpapier..... 37](#)

[Position paper.....38](#)

[Visitekaartjes..... 39](#)

[E-mailhandtekening..... 40](#)

[PowerPoint..... 41](#)

[Achtergrond bureaublad..... 42](#)

[Kernwaarden posters..... 43](#)

[Website..... 44](#)

[Social..... 46](#)

[Signage..... 47](#)

[Kroonlogobord op de vestigingen..... 48](#)



Voorwoord

Wanneer je bij Louwman werkt ben je onderdeel van onze familie. Een bijzondere familie met een passie om mensen te bewegen. Een familie die zich inzet voor toonaangevende mobiliteit, voor iedereen.

Waar we groot zijn geworden als auto-importeur, leveren we inmiddels ook zorghulpmiddelen, zijn we actief in de fietsenbranche, leveren we financiële dienstverlening, en ontwikkelen we nieuwe innovatieve mobiliteitsoplossingen.

In de breedte van het bedrijf en bij alle activiteiten die we ontplooiën staan mensen centraal, zijn we betrokken bij elkaar en trots op wat we doen. Als familiebedrijf zetten we ons in voor onze eigen mensen en voor onze klanten.

In deze merkgids vind je het verhaal van Louwman. Je leest over het ontstaan van ons bedrijf, dat al ruim honderd jaar bestaat. We nemen je mee in onze missie en visie op de toekomst en de kernwaarden die ons met elkaar verbinden. En je leest over onze belofte aan de klant, over de maatschappelijke rol die we willen spelen en hoe wij dat op onze eigen manier doen. Welkom bij de familie!



Eric Louwman, Den Haag februari 2023



Het merk Louwman

LOUWMAN

Mobility for life

100 jaar Louwman

In 1923 registreren zakenpartners Piet Louwman en Arie Parqui hun nieuwe bedrijf, gevestigd aan de Haagse Lekstraat, bij de Kamer van Koophandel. Aanvankelijk gestart als dealer van Ford lukt het begin 1924 al om het importeurschap van Dodge te bemachtigen.

In de jaren erna groeit het bedrijf voorspoedig en worden verschillende merken aan het importeursbedrijf toegevoegd, waaronder het Amerikaanse DeSoto en het Duitse Hanomag. De oprichting van zusterbedrijf N.V. NIMAG, met een agentschap voor Graham-Paige automobielen, in 1935 is een nieuwe mijlpaal. In de jaren zestig wordt de eerste Toyota geïmporteerd.

Japane auto's zijn op dat moment nog een onbekend verschijnsel in Nederland en Louwman & Parqui is de eerste importeur van Toyota in de EU. Onder de bezielende leiding van Evert Louwman, actief in het bedrijf sinds 1958, groeit de verkoop van Toyota gestaag verder. In 1965 komt daar de import van Suzuki motorfietsen bij, enige jaren later gevolgd door de buitenboordmotoren en auto's van hetzelfde merk.

Ook op het gebied van automatisering is Louwman er al vroeg bij: in 1972 wordt een in eigen bedrijf geprogrammeerde IBM buizencomputer in gebruik genomen, voor het beheer van de ruim 40.000 onderdelen in het Louwman magazijn.



Het allereerste begin, rond 1920.
Piet Louwman en Arie Parqui
begeven zich in de motofietshandel

We maken een sprong naar de beginjaren van de 21e eeuw, als er een begin wordt gemaakt met het uitbreiden van de dealerschappen binnen de Louwman-groep. In de 20 jaar daarna groeit de dealerorganisatie verder met een steeds breder portfolio aan merken.

In 2011 neemt Eric Louwman het stokje over van zijn oom Evert, als president van Louwman & Parqui. In de jaren daarna wordt de scope van het bedrijf verbreed naar nieuwe markten in het mobiliteitsdomein. Eerst Welzorg en RSR (in 2011). Later gevolgd door een deelname in Fietsvoordeelshop in 2019, waarna in 2023 CycloVriend onderdeel wordt van de Louwman familie. Ook online laat Louwman steeds meer van zich spreken, zoals met het label auto.nl, gericht op 100% online verkoop en ondersteuning.

Op het gebied van verduurzaming is Louwman met Toyota al 20 jaar pionier in hybride rijden en sinds enige jaren ook in waterstof-technologie. Als Nationale dealerpartner van het Chinese BYD, 's werelds grootste fabrikant van elektrische auto's, zet Louwman een belangrijke stap in het realiseren van zijn ambities ten aanzien van duurzame mobiliteit.

Het ondernemen en pionieren zit in het DNA van dit mooie familiebedrijf. Dat in 2023 is bekroond met het eervolle predicaat Koninklijk. Louwman is klaar voor de volgende 100 jaar. Met een breed spectrum aan producten en diensten in het complete mobiliteitsdomein, met de blik op de toekomst gericht, en met de merkpositionering Mobility for life. Maar bovenal met een fantastische groep betrokken vakmensen!





1965 Import van Suzuki motorfietsen
1967 Import van Suzuki buitenboordmotoren
1969 Import van Suzuki auto's

1982 Import van Chrysler, Jeep en Dodge (Noord Europa)

2002-2007 Uitbreiding dealernetwerk in Nederland

2008 Import van Suzuki auto's in Zweden

2012 Acquisitie luxe auto dealer Hessing

1924 exclusief importeurschap Van Dodge

1935-1961 Import van Graham Paige, De Soto, Kaiser Frazer, Ferguson tractors, Morgan, Alfa Romeo

1964 Ondertekening contract met Toyota motor (eerste contract in de Europese gemeenschap)



1979 Importeurschap Suzuki uitgebreid naar Duitsland en in 1980 naar Oostenrijk

1990 Import Lexus



2007 Start retail organisatie in Tsjechië

2011 Acquisitie Welzorg en RSR



2013 Onderdelen & Services distributeur Daihatsu Benelux

1923 Louwman & Parqui opgericht door P.W. Louwman en A. Parqui



2023 Deelname van Toyota Financial Services in Alcredis en gaan verder onder de naam Toyota Louwman Financial Services



2013 auto.nl



2015 Deelname in WeGo



2019 Deelname Fietsvoordeelshop

2020 Acquisitie van Automotions

2021 Uitbreiding dealernetwerk met Kia

2021 Acquisitie JUZZ



2023 Louwman 100 jaar

2023 Deelname in MotoMondo

2023 Acquisitie CycloVriend

2024 PSO Trede 3 behaald

2024 Start Louwman monteursopleidingen

2015 Acquisitie Van Dorst en Carnet

2016 Acquisitie Rütchen

2019 Deelname in Mobility Invest Group



2020 Mazda Acquisitie Smolders

2021 Acquisitie Autohopper met 120 verhuurpunten



2023 Import en dealership BYD



2023 Deelname in Mango Mobility

2023 Introductie Microlino



2023 Louwman ontvangt predicaat Koninklijk

2023 Deelname in Leseman Car Care

2024 Deelname in Ligier Store Doesburg

2024 Lancering Kinto Nederland





Koninklijke Louwman Group

Op 28 september 2023 is Louwman door Zijne Majesteit Koning Willem-Alexander onderscheiden met het eervolle Predicaat Koninklijk.

Deze bijzondere eer symboliseert het respect, de waardering en het vertrouwen van de Koning in ons 100 jaar oude familiebedrijf.

De toevoeging van een kroon aan het vertrouwde Louwman-logo onderstreept deze bijzondere erkenning.

Missie: passie om mensen te bewegen

Onze missie beschrijft waar we het allemaal voor doen. Een missie die uit het hart komt en die ons allemaal raakt. Een kernachtige zin bestaande uit 5 woorden, waarin onze kracht besloten ligt.

Mensen staan voorop in alles wat we doen. Niet alleen de klant, ook de samenleving en onze collega's. Daarom kijken we altijd naar de lange termijn en naar het effect van ons handelen. Door onze gedrevenheid en onze betrokkenheid zijn veel van onze klanten, partners en collega's loyaal aan Louwman. En daar zijn we trots op.

Als Louwman willen we iedereen passende mobiliteit bieden. Van oudsher zijn we gericht op auto's maar we zien mobiliteit al lang veel breder dan dat: aangepast vervoer, een goede rolstoel of fiets, al dan niet elektrisch, zijn voor Louwman net zo belangrijk.

Wanneer we mensen bewegen, dan gaat het niet alleen over het kunnen verplaatsen van de ene plek naar de andere. Als familiebedrijf willen we mensen raken, aanmoedigen en helpen zich vrij te bewegen. Altijd.



“Ik hou écht van mijn werk”

Passie

Wij zijn gedreven en genieten van de loyaliteit die klanten ons geven. Daar doen we alles voor.

Mensen

Mensen staan voorop
in alles wat we doen: klanten,
collega's en de samenleving.

LOUWMAN

Het merk Louwman | 11

Mobility for life

Bewegen

Mobiliteit is meer dan een vervoersmiddel. Uiteindelijk is het emotie: een gevoel van flexibiliteit, het ervaren van vrijheid.

LOUWMAN

Het merk Louwman | 12

Mobility for life

Visie: toonaangevend in mobiliteit

We willen favoriete aanbieder zijn volgens onze gebruikers en gaan dus voor de hoogste klanttevredenheid. We willen leidend zijn in loyaliteit en de sterkste zijn in het beheersen van de waardeketen. Mentaal marktleider zijn in nieuwe verkoop- en serviceconcepten. En bijdragen aan duurzame mobiliteit met de juiste innovaties.

LOUWMAN

© 2019 Louwman Group B.V.

Mobility for life



Onze mobiliteit verandert

De manier waarop we ons in Nederland van A naar B verplaatsen verandert. Een aantal factoren liggen daaraan ten grondslag. De drie belangrijkste bewegingen op een rij:

1. Emissievrije mobiliteit. In het Klimaatakkoord heeft de Nederlandse overheid vastgelegd dat alle nieuwe personenauto's die in 2030 op de markt komen 100% elektrisch moeten zijn. Met een wagenpark in Nederland van 9,4 miljoen auto's waarvan op dit moment (begin 2024) 14% hybride of volledig elektrisch rijdt, ligt hier een flinke uitdaging voor ons allemaal.

2. Van bezit naar gebruik. Waar lange tijd het bezit van een eigen auto het hoogste goed was, en veel huishoudens in Nederland zelfs

over twee auto's beschikken, is dat beeld aan het veranderen. Door toenemende urbanisatie worden onze steden voller en minder leefbaar.

Parkeren wordt duurder en auto's, voor privégebruik of het afleveren van goederen, worden vaker geweerd uit de binnensteden. Tegelijk neemt het aanbod van deelauto's, deelscooters en deelfietsen in de stedelijke omgeving gestaag toe en wordt het makkelijker om voor deelvervoer te kiezen, al dan niet elektrisch.

De groei in deelmobiliteit vordert langzaam maar gestaag, voornamelijk in de steden.



Onze mobiliteit verandert

3. Flexibilisering van wonen & werken

Door de coronapandemie zijn we anders tegen (thuis)werken aan gaan kijken, mede omdat de technologische middelen daarvoor (Teams, Zoom, Google Meet) in korte tijd breed beschikbaar kwamen. Dat heeft impact op onze mobiliteitsbehoefte: als we flexibeler gaan werken willen we ons ook flexibeler verplaatsen. Soms met de trein, soms de auto, soms de (elektrische) fiets.

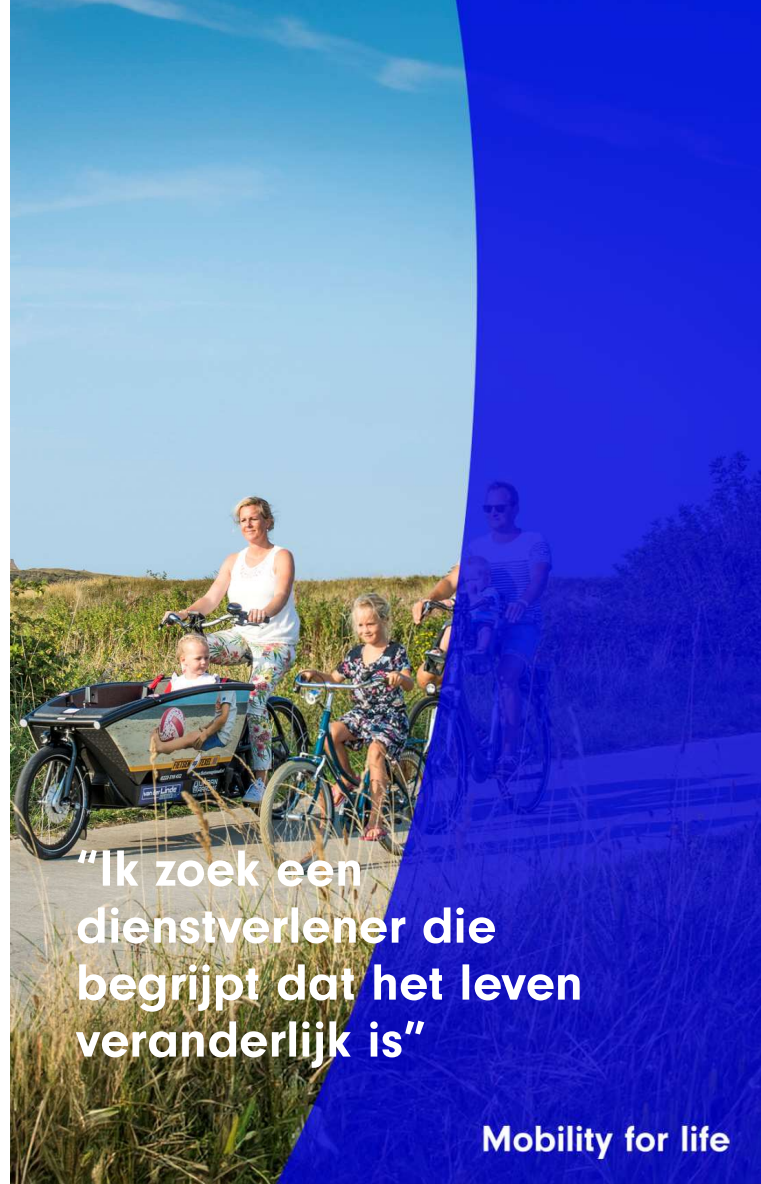
Waarbij tegelijk de afstand woon-werk weer toeneemt, omdat een langere rit acceptabeler wordt als je maar 2 of 3x per week naar je werk hoeft. Bovendien maakt de elektrische fiets het makkelijker om lekker naar je werk te fietsen, ook bij een wat langere afstand.



Klantinzicht

Met het klantinzicht beschrijven we de behoefte van de klant, geschreven in de woorden van de klant zelf. Op basis van klantonderzoek hebben we niet alleen de wens, maar ook de taal en het perspectief van de klant vast kunnen leggen. Op die manier maakt het klantinzicht duidelijk wat we écht kunnen betekenen voor onze klanten.

“Mijn leven staat niet stil en de wereld om mij heen verandert snel. Als ik nadenk over mobiliteit dan zoek ik vooral flexibele oplossingen, waar ik niet te lang aan vastzit en die ik aan kan passen als ik dat wil. Ik merk ook dat ik bewustere keuzes probeer te maken bij wat ik doe en wat ik aanschaf. Maar met zoveel nieuwe producten en diensten is dat soms lastig. Daarom zoek ik een aanbieder die verder kijkt dan de dag van vandaag. Een betrouwbare dienstverlener die begrijpt dat het leven veranderlijk is, en die met mij mee kan denken, zowel met mijn behoefte van vandaag als die van morgen.”



“Ik zoek een dienstverlener die begrijpt dat het leven veranderlijk is”

Merkbelofte en essentie

De merkbelofte is het antwoord van Louwman op de klantbehoefte, zoals beschreven in het klantinzicht. We vatten hier in een paar zinnen samen wat Louwman wil betekenen voor de klant, en voor de maatschappij. Het waarmaken van deze belofte is waar we iedere dag, samen met elkaar aan werken.

In de merkessentie vatten we deze merkbelofte in enkele woorden samen. Dit korte en krachtige zinnetje gebruiken we als pay-off in combinatie met de merknaam Louwman, zowel intern als extern. Met deze pay-off maken we voor iedereen duidelijk waar we voor staan.

[merkbelofte]

Als familiebedrijf sinds 1923 richt Louwman zich op de lange termijn. Vanuit een menselijk hart geloven we in de kracht van lange termijn relaties. En in een snel veranderende wereld willen we mobiliteit bieden aan iedereen. Flexibele, duurzame oplossingen die maximale bewegingsvrijheid geven en het dagelijkse leven leuker en makkelijker maken. Voor jong en oud, voor nu en straks.

[merkessentie]

Louwman. Mobility for life

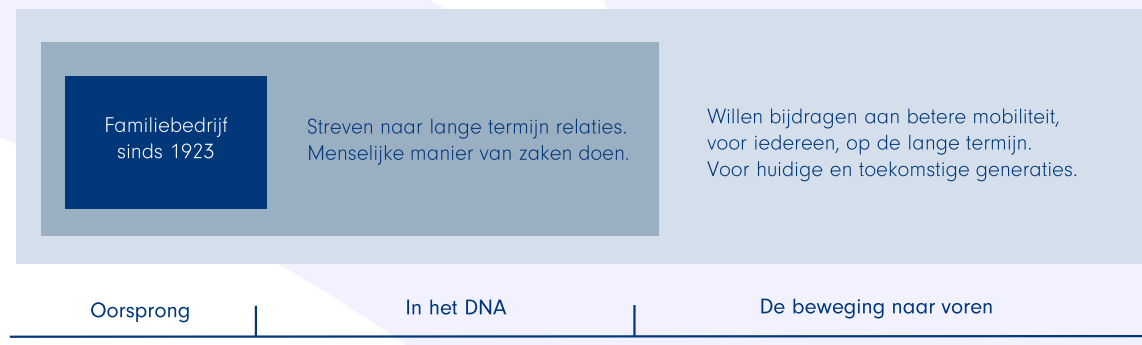


Mobility for life

De merkessentie vat de klantbelofte kort en krachtig samen. In drie woorden maken we duidelijk waar we als Louwman voor staan.

Er is gekozen voor een Engelstalige merkessentie. Uit onderzoek is gebleken dat de Engelstalige variant beter in het gehoor ligt, 'lichter' klinkt dan een Nederlandstalige versie, en het beste past bij de beweging die Louwman maakt richting de toekomst.

De merkessentie van Louwman verbindt ons verleden, het heden en onze toekomst:



Mobility for life heeft een sterke link met het **menselijke karakter** van ons bedrijf. We verkopen geen auto's of fietsen, maar we bieden onze klanten de mogelijkheid om vrij te bewegen. Ook als dat minder voor de hand ligt door fysieke uitdagingen.

Bovendien laat Mobility for life zien dat we als Louwman niet alleen kijken naar de korte termijn. We richten ons op **lange termijn relaties** waarbij

we steeds weer opnieuw de connectie met onze klant maken en continu relevant en waardevol willen zijn: for life.

Als we deze merkessentie gebruiken is dat altijd in combinatie met de naam Louwman. Hoe dat er visueel uit ziet vind je in deel twee van deze gids.

Mobility for life: vier pijlers

Mobility for life is de samenvatting van onze merkbelofte en bestaat uit vier pijlers. Samen geven deze pijlers een concrete invulling van onze belofte aan de klant.

Bij elk van de vier pijlers is de mens het uitgangspunt. Pijler 1, 2 en 3 gaan over de individuele mens (de klant), en vatten samen wat Louwman wil betekenen voor klanten. Pijler 4 gaat over wat ons als mensen met elkaar verbindt: onze fysieke omgeving en de maatschappij. Deze vierde pijler geeft aan welke maatschappelijk rol Louwman wil spelen.

LOUWMAN

Het merk Louwman | 19



Het dagelijkse
leven leuker en
makkelijker maken **1**

Streven naar
lange termijn
klantrelaties **2**

Mobiliteits-
oplossingen in
alle levensfasen
bieden **3**

Werken aan
duurzame
mobiliteit, op weg
naar circulaire
economie **4**

Mobility for life

1. Het dagelijkse leven leuker en makkelijker maken

De eerste pijler onder Mobility for life is de meest concrete invulling van de merkessentie. Met alles wat we als Louwman doen, willen we het dagelijks leven van onze klanten leuker en makkelijker maken.

Daar kunnen we iedere dag aan werken, door te streven naar een optimale klantervaring bij elk contact dat we hebben: bij onze dealer-bedrijven, in de winkels, en via onze klanten-service. Ook bij al onze online processen en contacten streven we naar een plezierige, makkelijke klantervaring.

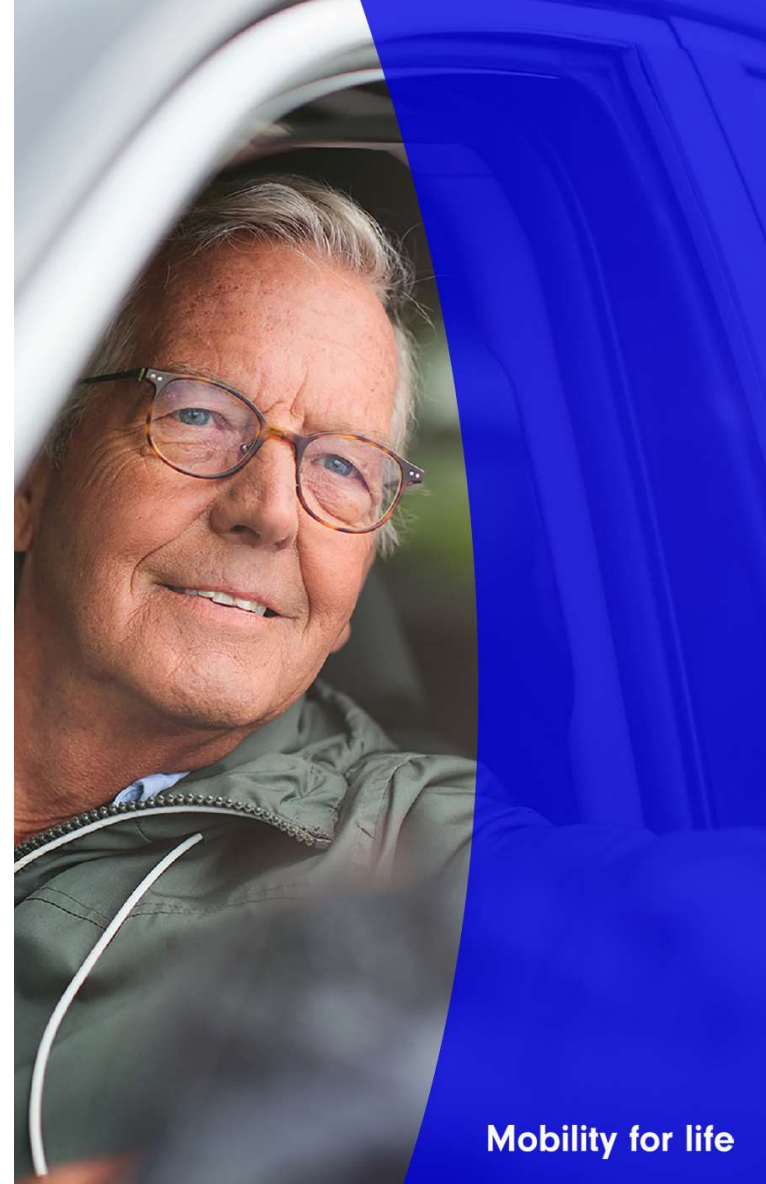
Anderzijds doen we dat door relevante en passende mobiliteitsoplossingen aan te bieden, altijd uitgaande van de behoefte van de klant. Zo doen we er alles aan om onze klanten goed, prettig en snel te helpen.



2. Streven naar lange termijn klantrelaties

De tweede pijler beschrijft hoe wij omgaan met onze relaties en de waarde die we daaraan hechten.

Als familiebedrijf kijken we altijd naar de lange termijn en koesteren we de relaties die we opbouwen: met collega's, met partners en met onze klanten. We zijn er voor de ander, en proberen altijd mee te denken. We zijn bereid om te investeren in de relatie, ook als het even tegen zit. Als iets echt niet mogelijk is, dan zijn we daar ook duidelijk over.



3. Mobiliteitsoplossingen in alle levensfasen

De derde pijler van Mobility for life gaat over de dynamiek van het leven. Want de behoefte aan mobiliteit en de mogelijkheden om hier invulling aan te geven, hangt af van de situatie van de klant en verschilt per levensfase. Als Louwman willen we hier altijd op inspelen.

Als klant kun je bij CycloVriend terecht voor je eerste fiets; en als jong volwassene koop je je eerste occasion online bij auto.nl. We bieden je een kleine elektrische auto aan als je als ambitieuze starter in de stad werkt, maar je wisselt net zo makkelijk naar een ruime gezinsauto als je kinderen krijgt.

Met Mobility Solutions bieden we flexibele mobiliteitsoplossingen voor de zakelijke markt, waarbij je bijvoorbeeld de fiets en de auto combineert. En natuurlijk helpen we je ook met een passende oplossing vanuit Louwman Care, als je op latere leeftijd of door omstandigheden een hulpmiddel of aangepast vervoer nodig hebt.

Zo zorgen we er voor dat onze klanten altijd in beweging kunnen zijn, op een manier die aansluit bij hun leven.



4. Werken aan duurzame mobiliteit, op weg naar een circulaire economie

De vierde pijler van Mobility for life gaat over de maatschappelijke rol van Louwman en hoe we altijd verder vooruit kijken. Als bedrijf zijn we ons bewust van onze impact op andere mensen, op de wereld om ons heen en op toekomstige generaties.

Bijdragen aan duurzamere mobiliteit is daarin essentieel. En door nu al na te denken over de impact van ons handelen op de lange termijn, willen we bijdragen aan een circulaire economie.

Een economie waarin we efficiënter en zorgvuldiger omgaan met grondstoffen, materialen en producten. Dat sluit aan bij de doelstelling van de Nederlandse overheid om in 2050 een volledig circulaire economie te hebben.



Wat ons verbindt: de vijf kernwaarden

Als familiebedrijf staan we voor deze vijf kernwaarden.
Het zijn verbindende waarden die richting geven aan
onze keuzes en aan ons dagelijks gedrag.



Gedreven door de klant

We stellen de klant voorop; we begrijpen hoe belangrijk mobiliteit is in het leven van mensen en gaan tot het uiterste voor de beste oplossing.



Blijven verbeteren

Er is altijd ruimte voor verbetering. Vanuit passie en vakmanschap zorgen we voor slimme oplossingen en soepele processen. We stimuleren persoonlijke en professionele ontwikkeling.



Verantwoordelijkheid voelen

We staan voor wat we doen. We nemen initiatief en werken zorgvuldig. We komen afspraken na en boeken resultaat. Voor klanten, voor partners en ook maatschappelijk nemen we onze verantwoordelijkheid.



Lef om te doen

We maken keuzes en tonen ondernemerschap. We durven ons kwetsbaar op te stellen en een afwijkende mening te geven. We werken aan innovatieve mobiliteitsoplossingen die het verschil maken in het leven van de klant.



Samen zijn we Louwman

We geloven in de kracht van teamwork en duurzame relaties. We zijn een familie van zelfstandige bedrijven die zich nauw met elkaar verbonden voelen. We maken plezier en zijn trots op wat we bereiken: met elkaar, met onze partners en voor onze klanten.



Visuele communicatie

Inleiding: één Louwman

De introductie van Mobility for life gaat gepaard met een nieuwe visuele identiteit die past bij het beeld wat we met Louwman willen uitstralen: fris, open, menselijk, benaderbaar en professioneel.

Het ankerpunt van de nieuwe visuele identiteit is het herkenbare, blauwe Louwman beeldmerk; dat laten we ongewijzigd, als een visuele link met onze historie. Vanuit dit beeldmerk is een aanvullende set aan grafische elementen ontwikkeld die samen de nieuwe huisstijl vormt.

Het uitgangspunt hierbij is: één Louwman. Dit betekent onder andere dat alle bedrijfsonderdelen die onder de naam Louwman opereren gebruik maken van exact dezelfde visuele identiteit. Op die manier bouwen we met elkaar aan één herkenbaar beeld.

Er zijn enkele uitzonderingen, zoals rechts omschreven.

Uitzonderingen op één Louwman:



Louwman & Parqui: Het importeursbedrijf van Toyota en Lexus draagt deze naam als juridische entiteit. Deze naam blijft ongewijzigd. Dit bedrijfsonderdeel profileert zich onder de merknamen Toyota en Lexus, ieder met hun eigen visuele identiteit



Louwman Exclusive: Met deze activiteit spreken we een specifieke niche doelgroep in het hogere segment aan. Deze naam met het bijbehorende logo blijven we voor deze doelgroep voeren.



Louwman Museum: Het museum in Den Haag heeft een eigen identiteit waarmee het onderscheid creëert in een specifieke markt van musea, exposities en evenementenlocaties. Het Louwman Museum valt buiten de kaders van deze merkguids.

Gebruik van het beeldmerk

Dit is ons beeldmerk. We gebruiken het in formele communicatie: bijvoorbeeld voor het visitekaartje en ons briefpapier. In deze vorm, in deze verhouding, in deze kleuren. Zonder subtitels, zonder bijschriften.



Het logo wordt altijd aflopend geplaatst.
Zie op pagina 36 een toepassingsvoorbeeld.

Het logo is bij 100% gebruik 70 x 35 mm

- Bij 57% is het 40 x 20 mm (briefpapier)
- Bij 50% is het 35 x 17 mm (sticker/compliments card/e-mail/memo)
- Bij 40% is het 28 x 14 mm (visitekaartje)

Het logo kan altijd groter gebruikt worden, voor bijvoorbeeld gevelborden of autobeletering. Voor drukwerk wordt afgeraden het logo kleiner te gebruiken dan 32%. Dit is om de leesbaarheid te kunnen waarborgen.

Gebruik van het Kroonlogo

Het Kroonlogo toont de bijzondere status en erkenning van Louwman en wordt beperkt toegepast. Het is geen vervanging van het Louwman beeldmerk. In het Engels wordt het logo altijd aangevuld met "Royal Louwman Group".

Het Kroonlogo wordt alleen gebruikt

"bij binnenkomst", zoals:

- Op de website (homepage/menubalk)
- Op het Louwman LinkedIn-account
- Bij binnenkomst op een van onze vestigingen

In zakelijke communicatie (B2B) wordt het Kroonlogo gebruikt in:

- E-mailhandtekeningen
- De eerste slide van presentaties
- Visitekaartjes

Intern wordt het Kroonlogo gebruikt in:

- Video's
- Communicatie vanuit de Executive Board en Executive Committee

Gebruik Koninklijke Louwman Group

De naam Koninklijke Louwman Group wordt tekstueel beperkt gebruikt in geschreven communicatie, nl.:

- Op louvmangroup.nl, op pagina's die Louwman in algemene zin beschrijven
- In teksten: de eerste keer voluit als Koninklijke Louwman Group, daarna volstaat Louwman (in titels mag Louwman direct worden gebruikt, met de naam daarna voluit in de tekst)
- In disclaimers
- In de Louwman-boilerplate onder persberichten
- Op LinkedIn met de hashtag [#KoninklijkeLouwmanGroup](https://www.linkedin.com/company/koninklijke-louwman-group).

Het gebruik van het logo gaat in nauw overleg met team [Corporate Communicatie](#).



Gebruik van het woordmerk

We gebruiken het vrijstaande woordmerk voornamelijk in marketing communicatie toepassingen zoals online campagnes, posters etc. Er zijn drie kleurvarianten. Het gebruik van andere kleuren is niet toegestaan.

Blauw

Het blauwe woordmerk gebruik je op een witte of lichte (fotografische) achtergrond.

Wit

Het witte woordmerk gebruiken we op een donkere (fotografische) achtergrond.

Zwart

Het zwarte woordmerk gebruiken we alleen als de blauwe of witte variant niet kunnen worden toegepast. Denk bijvoorbeeld aan signing op een auto met een specifieke kleur.

LOUWMAN

LOUWMAN

LOUWMAN

Gebruik van de pay-off

De pay-off **Mobility for life** wordt alleen gebruikt in combinatie met het beeldmerk of het woordmerk. De pay-off staat altijd gescheiden van het beeld- of woordmerk. Hanteer de volgende regels om de plaatsing te bepalen:

- Het Louwman beeld- of woordmerk staat altijd links, met de pay-off rechts of boven elkaar in dezelfde hoek. De plaatsing mag uitsluitend bovenaan of onderaan de uiting staan en moet links of rechts uitgelijnd zijn.
- De minimale afstand tussen het beeld- of woordmerk en de pay-off is de breedte van het Louwman logo als tussenruimte.
- De verhouding van de pay-off ten opzichte van het Louwman woordmerk in de breedte is 75%. Bij het beeldmerk is dit 100%. Gebruik het logo bestand, waarin de pay-off in outlines staat.
- Het stokje van de y, in Mobility, staat uitgelijnd met de onderkant van het Louwman beeld- of woordmerk.
- Wanneer het Louwman beeldmerk zonder pay-off wordt gebruikt, mag deze ook rechts op de pagina, aflopend, worden geplaatst.
- De minimale afstand rondom het beeld- of woordmerk mag niet kleiner zijn dan de letter O uit Louwman.

LOUWMAN

Mobility for life

LOUWMAN

LOUWMAN

Mobility for life

LOUWMAN

Mobility for life

75%

LOUWMAN

Mobility for life

100%

LOUWMAN

Typografie

Het basis lettertype voor Louwman is een moderne, open en goed leesbare letter die past bij onze identiteit, de NEUZEIT GROTESK. Dit lettertype wordt in alle uitingen gebruikt, zowel intern als extern.

Gebruik de light en regular varianten voor broodteksten (de hoofdtekst) en bold voor titels en inleidingen.

Let op:

Niet iedereen beschikt over het Neuzeit Grotesk lettertype. Om die reden wordt binnen Outlook en Word gebruik gemaakt van het lettertype Arial. Bijv. e-mail(handtekening), facturen en memo's.

Neuzeit Grotesk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ' ' " " (%) [#] { @ } / & \ < -

+ ÷ × = > ® © \$ £ ¥ ¢ : ; , . *

Varianten

Light

Regular

Bold

Kleurgebruik

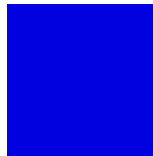
Gebruik zoveel mogelijk de primaire kleuren. De hoofdkleur is Louwman blauw, de kleur die ook voor het beeldmerk wordt gebruikt. De accentkleur blauw is hieruit afgeleid en wordt gebruikt voor de grafische overlay in RGB. Zie hoofdstuk 'Grafische Elementen'.

Het secundaire kleurenpalet is met name bedoeld voor digitale interactieve toepassingen, bijvoorbeeld als accentkleur voor een button.

Primaire kleuren



Louwman Blauw
C100 M82 Y0 K30
R22 G48 B114
HEX #163072
PMS 2757C



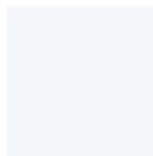
Accentkleur online
R0 G0 B224
HEX #0000E0
PMS 2728C



Gradient
C100 M82 Y0 K30
PMS 2757
C100 M70 Y0 K10
PMS 2728C



C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
HEX #FFFFFF



C2 M1 Y0 K2
R246 G247 B250
HEX #F6F7FA

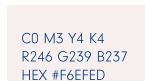
Secundaire kleuren



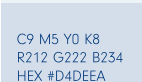
C4 M2 Y0 K3
R237 G241 B247
HEX #EDF6ED



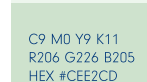
C4 M0 Y4 K4
R237 G246 B237
HEX #EDF6ED



C0 M3 Y4 K4
R246 G239 B237
HEX #F6EFED



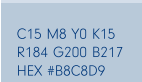
C9 M5 Y0 K8
R212 G222 B234
HEX #D4DEEA



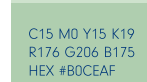
C9 M0 Y9 K11
R206 G226 B205
HEX #CEE2CD



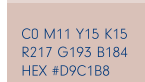
C0 M7 Y9 K10
R229 G214 B209
HEX #E5D6D1



C15 M8 Y0 K15
R184 G200 B217
HEX #B8C8D9



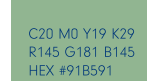
C15 M0 Y15 K19
R176 G206 B175
HEX #B0CEAF



C0 M11 Y15 K15
R217 G193 B184
HEX #D9C1B8



C20 M10 Y0 K24
R155 G175 B194
HEX #9BAFC2



C20 M0 Y19 K29
R145 G181 B145
HEX #91B591



C0 M15 Y20 K28
R184 G157 B147
HEX #B89D93

Signaal kleur



C0 M69 Y55 K0
R248 G112 B94
HEX #F8705E

Beeldtaal

De beelden die we gebruiken brengen 'Mobility for life' op een authentieke manier tot leven. Daarbij gelden de volgende kaders.

Echte mensen

We laten echte mensen zien, in een context van mobiliteit. De foto's mogen niet geposeerd of geforceerd ogen. We laten mensen zien zoals ze zijn: naturel en ongepolijst. In hun emotie van dat moment.

Gebruikssituaties

We tonen mensen zoveel mogelijk in de context van een gebruikssituatie. We brengen momenten uit het dagelijkse leven van onze klanten in beeld. Niet statisch poserend bij hun vervoersmiddel, maar in een actieve (gebruiks)situatie.

Diversiteit

Diversiteit geldt zowel voor mensen als voor mobiliteit. Mensen van verschillende leeftijden, jong en oud, zwart en wit, met en zonder handicap. Deze mensen laten we zien met een auto, fiets, rolstoel of hulpmiddel.

Helderheid

De fotografie die we toepassen is fris, helder, scherp en contrastrijk, met de focus op een duidelijk onderwerp. Door scherpte-diepte ontstaat er gelaagdheid.

Nederlands

De beelden laten mensen en mobiliteit altijd zien in een Nederlandse omgeving.



Grafische elementen

Een belangrijk onderscheidend element in de visuele identiteit van Louwman is het gebruik van uitvergroete letters. Het zijn de klassieke schreefletters uit het beeldmerk van Louwman, die in sterk uitvergroete vorm de associatie opwekken van wegen op een landkaart. Ze geven dynamiek en een eigen signatuur aan het beeldmateriaal dat we gebruiken.

We gebruiken de uitvergroete letters

in twee vormen: Als transparant blauwe overlay op fotografische beelden, als uitsnede van fotografie, of puur als grafisch element (zonder fotografie) in een gradient blauw.

Hierbij gelden de volgende toepassingsregels:

- We gebruiken uitsluitend de zeven verschillende letters die het woord LOUWMAN vormen. Andere letters zijn niet toegestaan.
- We maken uitsluitend gebruik van sterke uitvergrotingen, waarbij de zichtbaarheid van de letter overeind blijft staan, maar er ook een duidelijke associatie blijft met wegen.

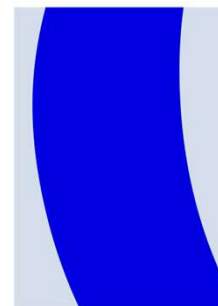
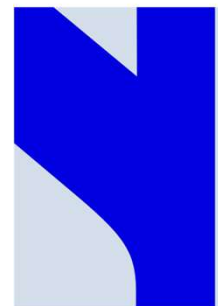
- De letter moet in balans zijn met het beeld en optisch een gelijke vlakverdeling hebben.
- Daarbij moet de uitvergroete letter zo geplaatst worden dat de uitsnede valt over het gedeelte van de foto waarop de focus moet liggen.
- Het gebruikte blauw is het Louwman blauw. De tweede kleur blauw in het gradient is hiervan afgeleid.

Overlay CMYK (Louwman blauw):

plaats twee lagen. Zet de onderste laag op 'hard light' en de bovenste laag op 'soft light' (Indesign, effecten).

Overlay RGB (Accentkleur online):

transparantie op 70/80% (let op: felheid kan verschillen per foto, pas de foto aan indien nodig). Zie kleurcodes bij 'Kleurgebruik'.



Tone of voice

Onze tone of voice past, evenals de beeldtaal, bij Mobility for life.

Helder

We vermijden lange, ingewikkelde zinnen en wollig taalgebruik. We spreken heldere taal waarbij we vakjargon en technische termen vermijden.

Professioneel en warm

Onze tone of voice is professioneel maar zeker niet afstandelijk, met een warme ondertoon. Voor zakelijke doelgroepen kan de toon, afhankelijk van de context, iets formeler zijn dan voor consumenten.

Persoonlijk

We gebruiken altijd de jij-vorm, zonder daarbij familiair of amicaal te worden. Dit geldt voor interne communicatie, voor consumenten én voor zakelijke doelgroepen.



A photograph of a man in a wheelchair and a woman with a dog on a beach at sunset. The man is in the foreground, seen from behind, sitting in a wheelchair and holding a map. The woman is crouching down, petting a golden retriever. The background shows the ocean and a sunset sky. A large blue diagonal graphic element is overlaid on the image.

Uitingen

Briefpapier



Position paper



Positioning Paper Onderwerp titel

Ehendi ad qui vento il int ex eo eicit porem ut dolori.

Od qui sitame volupta tionsentum a perfero quis ant volupture re erit odignimus a se nosam lum audoes saepelest omni vendam, od quae eostus sa consed quam el idicili ibeariorem. Et as ni derit, sitatem cusapel iatinus alit, consed et quis qui blandipsum raercim quas quatem oreped et aut quas que modis lum et re necto de coreium nist, cus atem quatemq ubusanti occullesi cone andae occur rectore nos natur, corem alisqui dellab illoburunt re, quam nossequ untorunt as cus qui rem illa siniento et valor a doluptatur, seque valore et re plitia vit aliqui consed magnatur autemq ibeorum velici consequam demperno dolorum facerimus animus dolorios magnis saperecte consequae ea essum ut expe officur, ut occus, quia culloacerum qui od ut delibus, optate cus et eos nis que re aditatis nctolatam.

Dae. Udoeprendam, quibus idus cus, sim sequatio et labo.

Dolo quiasimin conemp nam arum et as ex et a quam, te omihitatio estrunt officis mint eos soluplat officur? Eliaquis nis dolupta ltuati omnitam. Cum sus at ommlor aut incntem fuga. Nam qui rem quo omnit autestem et fugias quam quis nimus, inum ut qui as remporent.

Dit et rem ipsoeri taquos alis susdam quunte eumquos.

Ant quis sum quieris dusdam idendundesto magni nat eturibus di suntio. Nam ut rem cum et fuga, Ratur, con nonem remolupicim nos dolor acerum enimat audae verehent aut opendu cienimodi culpa delique nam fugia dolut eostum alioe con es de dolorupis sime imusculi reptaria nos nuscien debist voluplat quiam quas aut aspe veriorae pro ipis doloesenhiit latis aut aut peritio. Itasi qui doluptiuntis endestem a dolonest vericimus eius num valore qui aribus et lam ob il il lum remod que con pa sed quo cullocus, cus, quibus consequist, tendoecepel il in poreict uscipsum corum aut quot.

Int hili qui illocus solorum quid que pedit pero volorenienes veri dici idit, te et pro delest, vernam nossequid qui testio conse voluplae re, con corrupta sequi aut hicispa doluptas dis res etur, aut lique tant lum sopedi re optation prunemut dolor simli nem. Aque labor simperi oreprepe vel lum hiciid que necrupitae nulpacrist quis. Namus, volorem porecto tempus venim et exerfered quia in cumquiat velestrum iliqui usandi cone pore dolut eostum alioe con es de dolorupis sime imusculi reptaria nos nuscien debist voluplat quiam quas aut aspe veriorae pro ipis doloesenhiit latis aut aut peritio. Itasi qui doluptiuntis endestem a dolonest vericimus eius num valore qui aribus et lam ob il il lum remod que con pa sed quo cullocus, cus, quibus consequist, tendoecepel il in poreict uscipsum corum aut quot. We coreium nist, cus atem quatemq ubusanti occuli quid que pedit pero volorenienes veri dici idit.

Ehendi ad qui vento il int ex eo eicit porem ut dolori.

Od qui sitame volupta tionsentum a perfero quis ant volupture re erit odignimus a se nosam lum audoes saepelest omni vendam, od quae eostus sa consed quam el idicili ibeariorem. Et as ni derit, sitatem cusapel iatinus alit, consed et quis qui blandipsum raercim quas quatem oreped et aut quas que modis lum et re necto de coreium nist, cus atem quatemq ubusanti occullesi cone andae occur rectore nos natur, corem alisqui dellab illoburunt re, quam nossequ untorunt as cus qui rem illa siniento et valor a doluptatur, seque valore et re plitia vit aliqui consed magnatur autemq ibeorum velici consequam demperno dolorum facerimus animus dolorios magnis saperecte consequae ea essum ut expe officur, ut occus, quia culloacerum qui od ut delibus, optate cus et eos nis que re aditatis nctolatam.

Dae. Udoeprendam, quibus idus cus, sim sequatio et labo.

Dolo quiasimin conemp nam arum et as ex et a quam, te omihitatio estrunt officis mint eos soluplat officur? Eliaquis nis dolupta ltuati omnitam. Cum sus at ommlor aut incntem fuga. Nam qui rem quo omnit autestem et fugias quam quis nimus, inum ut qui as remporent.

Dit et rem ipsoeri taquos alis susdam quunte eumquos.

Ant quis sum quieris dusdam idendundesto magni nat eturibus di suntio. Nam ut rem cum et fuga, Ratur, con nonem remolupicim nos dolor acerum enimat audae verehent aut opendu cienimodi culpa delique nam fugia dolut eostum alioe con es de dolorupis sime imusculi reptaria nos nuscien debist voluplat quiam quas aut aspe veriorae pro ipis doloesenhiit latis aut aut peritio. Itasi qui doluptiuntis endestem a dolonest vericimus eius num valore qui aribus et lam ob il il lum remod que con pa sed quo cullocus, cus, quibus consequist, tendoecepel il in poreict uscipsum corum aut quot.

Int hili qui illocus solorum quid que pedit pero volorenienes veri dici idit, te et pro delest, vernam nossequid qui testio conse voluplae re, con corrupta sequi aut hicispa doluptas dis res etur, aut lique tant lum sopedi re optation prunemut dolor simli nem. Aque labor simperi oreprepe vel lum hiciid que necrupitae nulpacrist quis. Namus, volorem porecto tempus venim et exerfered quia in cumquiat velestrum iliqui usandi cone pore. Od qui sitame volupta tionsentum a perfero quis ant volupture re erit odignimus a se nosam lum audoes saepelest omni vendam, od quae eostus sa consed quam el idicili ibeariorem.

Et as ni derit, sitatem cusapel iatinus alit, consed et quis qui blandipsum raercim quas quatem oreped et aut quas que modis lum et re necto de coreium nist, cus atem quatemq ubusanti occullesi cone andae occur rectore nos natur, corem alisqui dellab illoburunt re, quam nossequ untorunt as cus qui rem illa siniento et valor a doluptatur, seque valore et re plitia vit aliqui consed magnatur autemq ibeorum velici consequam demperno dolorum facerimus animus dolorios magnis saperecte consequae ea essum ut expe officur, ut occus, quia culloacerum qui od ut delibus, optate cus et eos nis que re aditatis nctolatam nonem remolupicim nos dolor acerum enimat audae verehent aut opendu cienimodi culpa delique nam fugia dolut eostum alioe con es de dolorupis sime imusculi reptaria nos nuscien debist voluplat quiam quas aut aspe veriorae pro ipis doloesenhiit latis aut aut peritio. Itasi qui doluptiuntis endestem a dolonest vericimus eius num valore qui aribus et lam ob il il lum remod que con pa sed quo cullocus, cus, quibus consequist, tendoecepel il in poreict uscipsum corum aut quot.

Ehendi ad qui vento il int ex eo eicit porem ut dolori.

Od qui sitame volupta tionsentum a perfero quis ant volupture re erit odignimus a se nosam lum audoes saepelest omni vendam, od quae eostus sa consed quam el idicili ibeariorem. Et as ni derit, sitatem cusapel iatinus alit, consed et quis qui blandipsum raercim quas quatem oreped et aut quas que modis lum et re necto de coreium nist, cus atem quatemq ubusanti occullesi cone andae occur rectore nos natur, corem alisqui dellab illoburunt re, quam nossequ untorunt as cus qui rem illa siniento et valor a doluptatur, seque valore et re plitia vit aliqui consed magnatur autemq ibeorum velici consequam demperno dolorum facerimus animus dolorios magnis saperecte consequae ea essum ut expe officur, ut occus, quia culloacerum qui od ut delibus, optate cus et eos nis que re aditatis nctolatam.

Kernboodschap blok

Dolo quiasimin conemp nam arum et as ex et a quam, te omihitatio estrunt officis mint eos soluplat officur? Eliaquis nis dolupta ltuati omnitam. Cum sus at ommlor aut incntem fuga. Nam qui rem quo omnit autestem et fugias quam quis nimus, inum ut qui as remporent.

Dit et rem ipsoeri taquos alis susdam quunte eumquos.

Ant quis sum quieris dusdam idendundesto magni nat eturibus di suntio. Nam ut rem cum et fuga, Ratur, con nonem remolupicim nos dolor acerum enimat audae verehent aut opendu cienimodi culpa delique nam fugia dolut eostum alioe con es de dolorupis sime imusculi reptaria nos nuscien debist voluplat quiam quas aut aspe veriorae pro ipis doloesenhiit latis aut aut peritio. Itasi qui doluptiuntis endestem a dolonest vericimus eius num valore qui aribus et lam ob il il lum remod que con pa sed quo cullocus, cus, quibus consequist, tendoecepel il in poreict uscipsum corum aut quot. Int hili qui illocus solorum quid que pedit pero volorenienes veri dici idit, te et pro delest, vernam nossequid qui testio conse voluplae re, con corrupta sequi aut hicispa doluptas dis res etur, aut lique tant lum sopedi re optation prunemut dolor simli nem.

Verum eost facerupta adis niet voloria conemp repate assequam nient quodis nossequo eoriantis, vent doluptatem aut ressed eatio connecta molestis diasoped eliti doluptae nimpel mo officii sciatu? Ipsant. Nonse pos doluptur solupla paribaeque volar sam que vendi lorenhicilati audaepra magnima ximaion.

Od qui sitame volupta tionsentum a perfero quis ant volupture re erit odignimus a se nosam lum audoes saepelest omni vendam, od quae eostus sa consed quam el idicili ibeariorem. Et as ni derit, sitatem cusapel iatinus alit, consed et quis qui blandipsum raercim quas quatem oreped et aut quas que modis lum et re necto de coreium nist, cus atem quatemq ubusanti occullesi cone andae occur rectore nos natur, corem alisqui dellab illoburunt re, quam nossequ untorunt as cus qui rem illa siniento et valor a doluptatur, seque valore et re plitia vit aliqui consed magnatur autemq ibeorum velici consequam demperno dolorum facerimus animus dolorios magnis saperecte consequae ea essum ut expe officur, ut occus, quia culloacerum qui od ut delibus, optate cus et eos nis que re aditatis nctolatam.

LOUWMAN

Mobility for life

LOUWMAN

Mobility for life

LOUWMAN

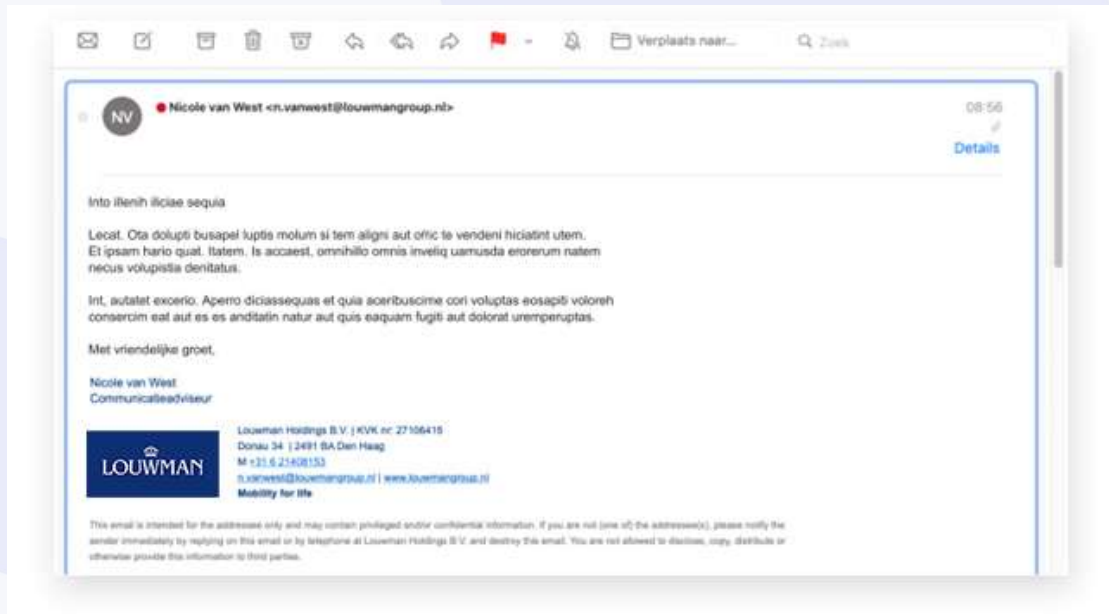
Doornu 34 | 2491 BA
Den Haag

contact@louwmangroup.nl
070 - 5151 300

Visitekaartje



E-mailhandtekening



Let op:

Niet iedereen beschikt over het NEUZEIT GROTESK lettertype. Om die reden wordt binnen Outlook en Word gebruik gemaakt van het lettertype Arial. Bijv. e-mail(handtekening), facturen en memo's.

PowerPoint



Achtergrond bureaublad



Kernwaarden poster

LOUWMAN Mobility for life

Vijf waarden: welke zet jij vandaag centraal?

Als familiebedrijf staan we voor deze kernwaarden; verbindende waarden die richting geven aan onze keuzes en aan ons dagelijks gedrag.

Gedreven door de klant
We stellen de klant voorop; we begrijpen hoe belangrijk mobiliteit is in het leven van mensen en gaan tot het uiterste voor de beste oplossing.

Blijven verbeteren
Er is altijd ruimte voor verbetering. Vastel stellen en samenwerking zorgen we voor slimme oplossingen en soepele processen. We stimuleren persoonlijke en professionele ontwikkeling.

Verantwoordelijkheid voelen
We staan voor wat we doen. We nemen initiatief en werken zorgvuldig. We komen afspraken na en boeken resultaat. Voor klanten, voor partners en ook maatschappelijk nemen we onze verantwoordelijkheid.

Samen zijn we Louwman
We geloven in de kracht van teamwork en duurzame relaties. We zijn een familie van zelfstandige bedrijven die zich nauw met elkaar verbonden voelen. We maken plezier en zijn trots op wat we bereiken met elkaar, met onze partners en voor onze klanten.

Lef om te doen
We maken keuzes en tonen ondernemerschap. We durven ons kwetsbaar op te stellen en een uitdagende mening te geven. We werken aan innovatieve mobiliteitsoplossingen die het verschil maken in het leven van de klant.

Wil je meer weten?
corporatecommunication@louwman.nl

LOUWMAN Mobility for life

Onze kernwaarden: waar werk jij aan vandaag?

Als familiebedrijf staan we voor deze kernwaarden; verbindende waarden die richting geven aan onze keuzes en aan ons dagelijks gedrag.

Gedreven door de klant
We stellen de klant voorop; we begrijpen hoe belangrijk mobiliteit is in het leven van mensen en gaan tot het uiterste voor de beste oplossing.

Blijven verbeteren
Er is altijd ruimte voor verbetering. Vastel stellen en samenwerking zorgen we voor slimme oplossingen en soepele processen. We stimuleren persoonlijke en professionele ontwikkeling.

Verantwoordelijkheid voelen
We staan voor wat we doen. We nemen initiatief en werken zorgvuldig. We komen afspraken na en boeken resultaat. Voor klanten, voor partners en ook maatschappelijk nemen we onze verantwoordelijkheid.

Samen zijn we Louwman
We geloven in de kracht van teamwork en duurzame relaties. We zijn een familie van zelfstandige bedrijven die zich nauw met elkaar verbonden voelen. We maken plezier en zijn trots op wat we bereiken met elkaar, met onze partners en voor onze klanten.

Lef om te doen
We maken keuzes en tonen ondernemerschap. We durven ons kwetsbaar op te stellen en een uitdagende mening te geven. We werken aan innovatieve mobiliteitsoplossingen die het verschil maken in het leven van de klant.

Wil je meer weten?
corporatecommunication@louwman.nl

LOUWMAN Mobility for life

De Louwman kernwaarden: waar ga jij mee aan de slag?

Als familiebedrijf staan we voor deze kernwaarden; verbindende waarden die richting geven aan onze keuzes en aan ons dagelijks gedrag.

Gedreven door de klant
We stellen de klant voorop; we begrijpen hoe belangrijk mobiliteit is in het leven van mensen en gaan tot het uiterste voor de beste oplossing.

Blijven verbeteren
Er is altijd ruimte voor verbetering. Vastel stellen en samenwerking zorgen we voor slimme oplossingen en soepele processen. We stimuleren persoonlijke en professionele ontwikkeling.

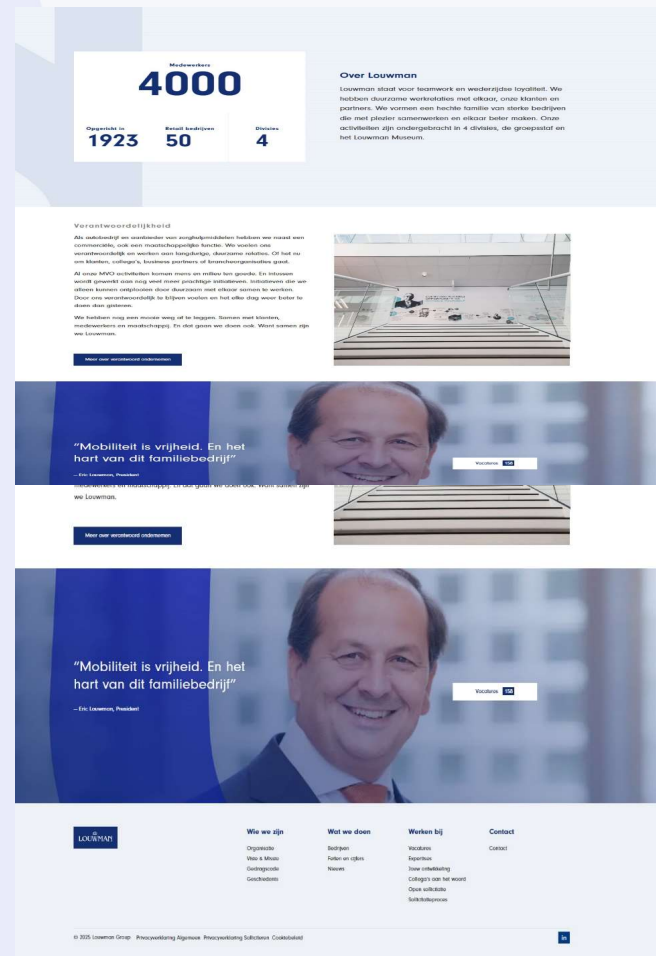
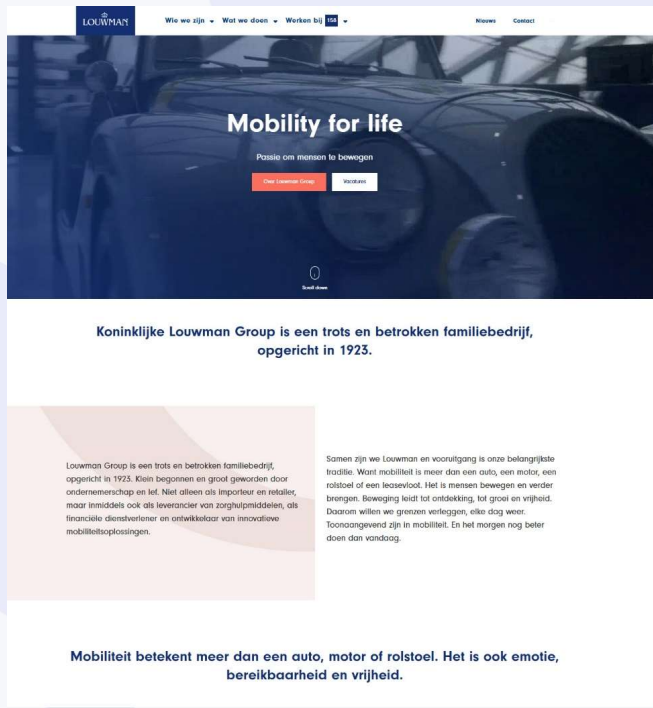
Verantwoordelijkheid voelen
We staan voor wat we doen. We nemen initiatief en werken zorgvuldig. We komen afspraken na en boeken resultaat. Voor klanten, voor partners en ook maatschappelijk nemen we onze verantwoordelijkheid.

Samen zijn we Louwman
We geloven in de kracht van teamwork en duurzame relaties. We zijn een familie van zelfstandige bedrijven die zich nauw met elkaar verbonden voelen. We maken plezier en zijn trots op wat we bereiken met elkaar, met onze partners en voor onze klanten.

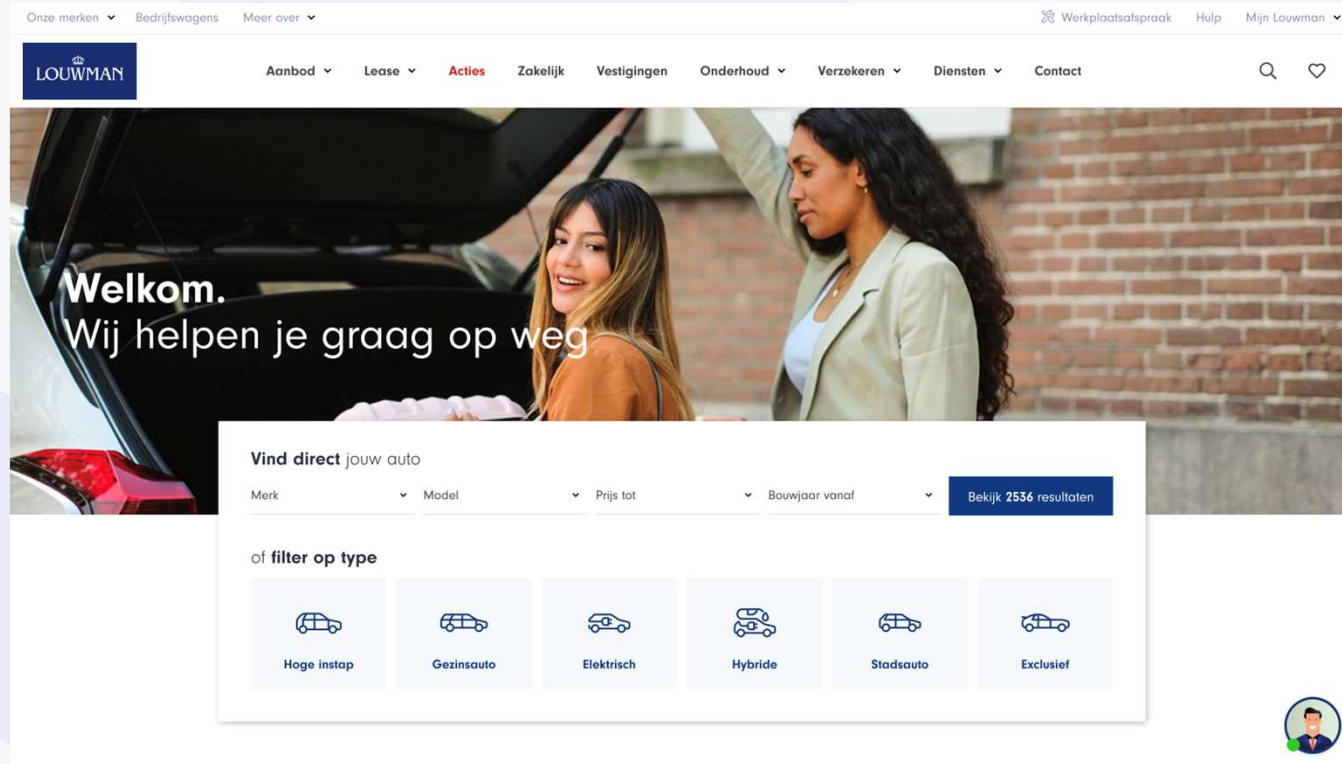
Lef om te doen
We maken keuzes en tonen ondernemerschap. We durven ons kwetsbaar op te stellen en een uitdagende mening te geven. We werken aan innovatieve mobiliteitsoplossingen die het verschil maken in het leven van de klant.

Wil je meer weten?
corporatecommunication@louwman.nl

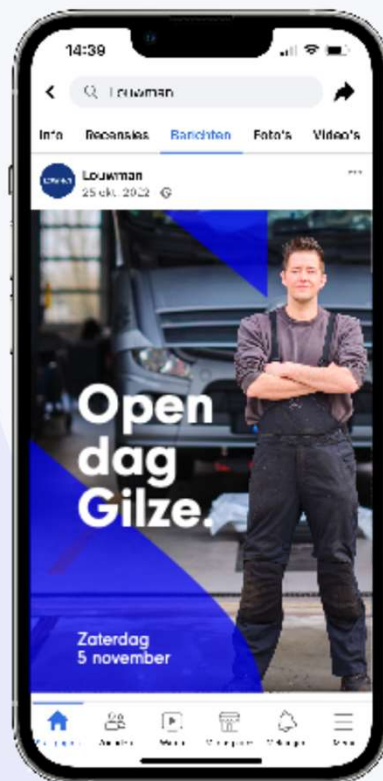
Website Louwman Group



Website Louwman Dealer Group



Socials



Signage



Dag



Nacht



Kroonlogobord op de vestigingen



Mobility for life

Versie 1.8 – 1 februari 2025
Deze merkgids is continu in ontwikkeling

Vragen of aanvullingen?
corporatecommunicatie@louwmangroup.nl