

M E R K B O E K



THE MAZI GROUP

V I S U E L E & V E R B A L E I D E N T I T E I T

EDITIE 2025

Innovating Industries — While Making No Compromises

ÉÉN IDENTITEIT

The Mazi Group is een holdingbedrijf dat vijf onderscheidende ondernemingen verenigt onder één strategische visie — **Mazi Beauty, Upvendo, On The Go, Glam Switch** en **Bella Gloss**. Elk merk spreekt zijn eigen markt aan, maar allemaal putten ze uit één gedeelde bedrijfsidentiteit, gebouwd op innovatie, discipline en een compromisloze kwaliteitsnorm.

Dit merkboek is de referentie voor hoe die identiteit eruitziet, klinkt en zich gedraagt. Het houdt elk contactpunt — van een investeerdersdeck tot één social post — onmiskenbaar **The Mazi Group**. Gebruik het als bron van waarheid.

CONSISTENTIE
IS DE STILLE
SIGNATUUR VAN
EEN SERIEUS
BEDRIJF.

INHOUDS

OPGAVE

01	Het bedrijf	04
02	Merkverhaal	05
03	Missie · Visie · Waarden	06
04	Merkpositionering	07
05	Merkarchitectuur	08
06	Het logo	09
07	Logovarianten	10
08	Vrije ruimte & formaat	11
09	Verkeerd logogebruik	12
10	Logotoepassing	13
11	Kleurenpalet	14
12	Kleur in gebruik	15
13	Submerk-accenten	16

14	Typografie	17
15	Kopsysteem	18
16	Type in gebruik	19
17	Grafische taal	20
18	Grid & Layout	21
19	Art direction	22
20	Stem & toon	23
21	Stem in gebruik	24
22	De submerken	25
23	Submerk-detail	26
24	Toepassingen	27
25	In de praktijk	28

WIE WE ZIJN

The Mazi Group is een multi-merk holdingbedrijf met hoofdzetels in de Verenigde Staten en Europa. We bouwen en schalen ondernemingen in snel bewegende consumenten- en technologiesectoren — cosmetica, retail-automatisering, persoonlijke verzorging en beauty-toestellen — waarbij we elk als zelfstandig merk runnen en tegelijk leiding, R&D en één strategische visie delen. Ons doel vatten we in twee woorden: **Innovating Industries.**

5

ONDERSCHIEDENDE
CONSUMENTENMERKEN

2

CONTINENTEN ACTIEF

2018

OPGERICHT

INVESTEERDERGERICHT

Eén visie over vele merken spreidt risico en houdt de prestaties van de groep stabiel.

DIVERS PORTFOLIO

Vier complementaire ondernemingen, samengebracht en geschaald onder één dak.

BEWEZEN GROEI

Een gestage, jaar-op-jaar groeiende aanwezigheid en bereik in de markt.

GESTROOMLIJNDE R&D

Wendbare iteratie die marktsignalen omzet in verscheepte producten.

ONS VERHAAL

The Mazi Group begon met een simpele overtuiging: dat te veel industrieën hun klanten om compromissen vragen. Kiezen tussen kwaliteit en prijs, tussen snelheid en zorg, tussen innovatie en vertrouwen. Wij zijn gebouwd om die afweging te weigeren.

Wat begon als één onderneming is — bewust — uitgegroeid tot een groep merken die elk een andere sector aanpakken, maar één werkfilosofie delen: los het echte probleem op, lever iets wat werkelijk beter is, en neem nooit de bocht die de klant voelt.

Vandaag, onder de discipline van één groep, bewegen onze merken samen sneller dan elk afzonderlijk zou kunnen. Dat is het verhaal van The Mazi Group — en het wordt nog steeds geschreven.



OPRICHTER & ALGEMEEN DIRECTEUR

WAAR WE VOOR STAAN

ONZE VISIE

- 01** Een helder voorbeeld stellen van hoe industrieën horen te evolueren.
- 02** Producten maken voor een snel bewegende samenleving.
- 03** Een nieuwe norm zetten voor schone & duurzame producten.

ONZE MISSIE

- 01** Industrieën vernieuwen zonder compromissen.
- 02** Breken met oude beloftes van de sector — en leveren.
- 03** Diversifiëren via échte resultaten, innovatie & oprechte beloftes.

ONZE WAARDEN

- 01** Innovatie & integriteit in alles wat we leveren.
- 02** Veerkracht & continue verbetering.
- 03** Samenwerking over elk merk & team heen.

DE BELOFTE

INNOVATING INDUSTRIES
WHILE MAKING **NO COMPROMISES**

VOOR WIE

Klanten en investeerders die weigeren te kiezen tussen kwaliteit, innovatie en waarde.

WAT WE BIEDEN

A diversified group of forward-built brands engineered around real problems.

WAAROM HET TELT

We maken van het compromis dat de markt aanvaardt de norm die wij stellen.

HOE HET VOELT

Premium, precise, modern — confident without noise.

MERK ARCHITECTUUR

Een branded-house bovenaan, een house-of-brands eronder. The Mazi Group is de endorsende moeder; elk submerk draagt zijn eigen naam, accent en publiek.

THE MAZI GROUP
HOLDING · INNOVATING INDUSTRIES

MAZI BEAUTY

Schone DTC-cosmetica & huidverzorging

UPVENDO

AI-zelfbestelkiosk-technologie

ON THE GO

Draagbare verzorgingsmists

GLAM SWITCH

Geavanceerde haarstyling-toestellen

BELLA GLOSS

Opgericht door Annelies Schetters

SUPPORTED BY TMG INNOVATION LABS — THE GROUP'S SHARED R&D ENGINE

HET LOGO

Het merk van The Mazi Group is één in elkaar grijpend monogram — een **M** en een **Z** getekend als één doorlopend geometrisch gebaar. Opgebouwd uit strakke, architecturale lijnen van gelijke dikte, leest het als precies, modern en ingetogen premium.

Daaronder staat het woordmerk — **THE MAZI GROUP** — gezet in Montserrat Regular, ruim getrackte kapitalen. De lock-up van monogram en woordmerk is de primaire, voorkeursvorm van het logo.

MONOGRAM

M/Z-ligatuur

WOORDMERK

Montserrat Regular · 0.428em

OPBOUW

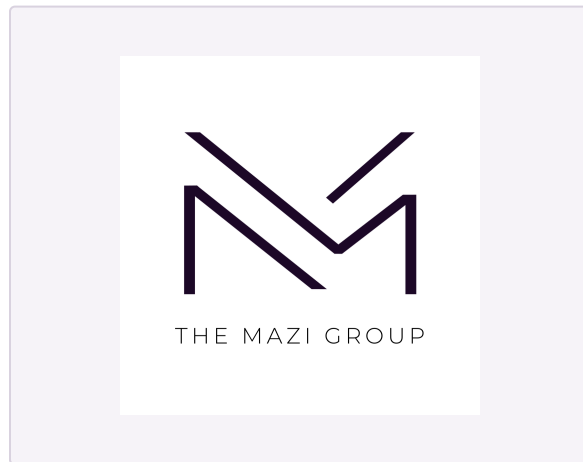
Geometrische lijnen, gelijke dikte



PRIMAIRE LOCK-UP

LOGO VARIANTEN

Kies de variant met het sterkste contrast tegen zijn achtergrond. Op drukke beelden: plaats het logo altijd op een rustig, donkerder vlak of een egale zone.



PRIMAIR · PLUM OP LICHT



OMGEKEERD · PORSELEIN OP PLUM



OP PLUM-VERLOOP



OP ZWART

VOLLEDIGE LOCK-UP

Monogram + woordmerk. Standaard voor covers, headers en formele documenten.

ENKEL MONOGRAM

Voor avatars, favicons, watermerken en krappe ruimtes waar het woordmerk onleesbaar is.

SLECHTS ÉÉN KLEUR

Het merk is altijd één vlakke kleur — plum, porselein, zwart of wit. Nooit meerkleurig.

VRIJE RUIMTE & MINIMUMFORMAAT

VRIJE RUIMTE = HOOGTE VAN HET MONOGRAM (x)



Houd rondom een marge vrij, gelijk aan de hoogte van het monogram, weg van tekst, randen en andere graphics.



DIGITAAL MINIMUM

Lock-up — 120 px wide

Monogram — 32 px wide



PRINT MINIMUM

Lock-up — 30 mm wide

Monogram — 8 mm wide

Onder deze formaten: schakel over op enkel het monogram voor de leesbaarheid.

WAT NIET TE DOEN

De autoriteit van het merk komt uit ingetogenheid. Reproduceer het exact zoals aangeleverd — nooit hertekenen, herstylen of versieren.



Niet draaien of kantelen



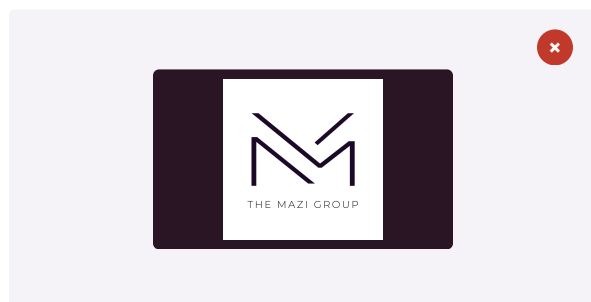
Niet rekken of vervormen



Het merk niet herkleuren



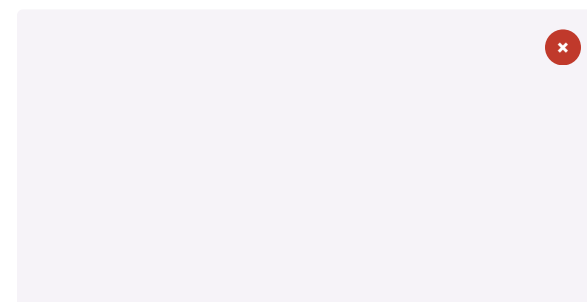
Geen laag contrast



Geen donker merk op donker



Geen effecten of schaduwen



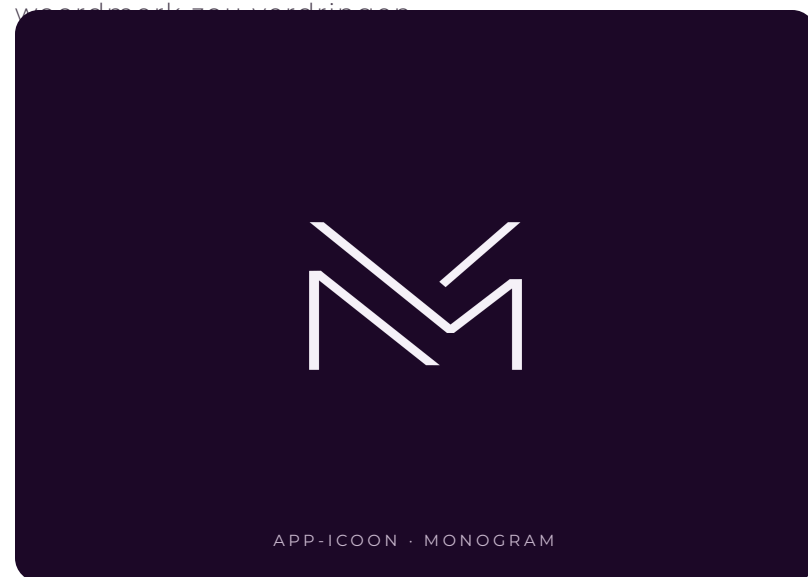
Het merk niet bijsnijden



De proporties niet wijzigen

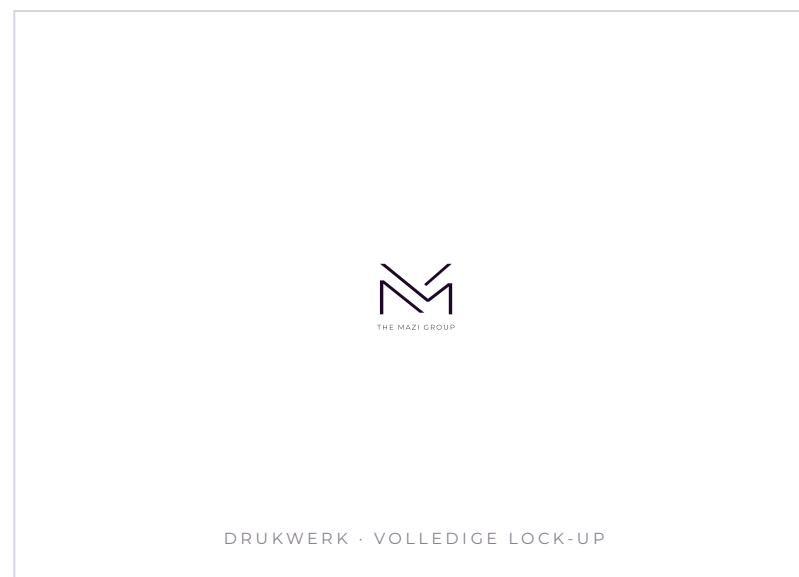
LOGO TOEPASSING

Kies de lock-up die bij de ruimte past en geef het merk lucht. Volledige lock-up voor covers en formele documenten; enkel het monogram voor avatars, app-iconen en overal waar het



Geef het lucht

Respecteer altijd de vrije ruimte. Bij twijfel: verklein het merk — nooit de marge.



Contrast eerst

Donker merk op lichte vlakken, omgekeerd op plum of beeld. Nooit laag contrast, toon-op-toon.



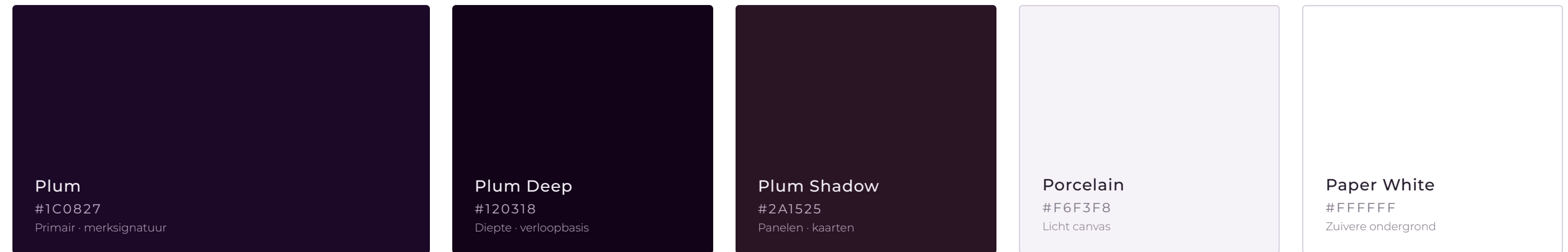
Monogram bij krapte

Onder ~32 px of in vierkante formaten: laat het woordmerk weg en gebruik het M-monogram.

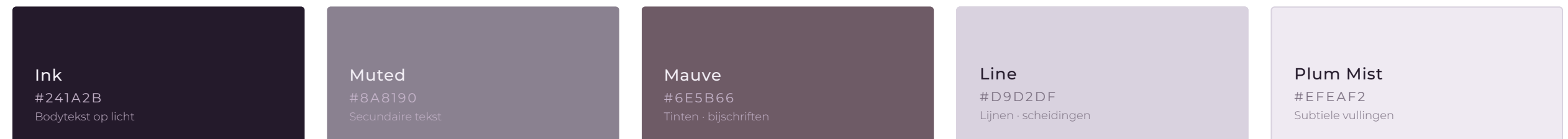
KLEUREN PALET

Eén signatuurkleur doet het zware werk: een diepe aubergine die we **Plum** noemen. De rest is een gedisciplineerde bijrol van plum-tinten en warme neutralen.

KERN



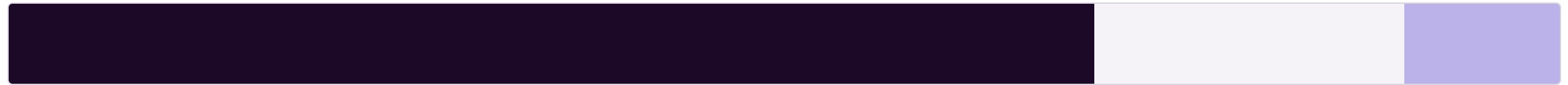
NEUTRALEN & TEKST



KLEUR IN GEBRUIK

Plum en zijn neutralen doen bijna al het werk. Accentkleur is een kruiding — het flagt een submerk of één highlight, nooit een achtergrond die met de plum concurreert.

DE 70 / 20 / 10-BALANS



70% Plum & diepe tinten — het vlak waarop het merk leeft

20% Porselein & wit

10% Eén accent

WEL



Zet witte of porseleinen tekst op plum voor primaire vlakken.



Gebruik plum-tinten voor diepte en hiërarchie binnen één familie.



Laat één accent een submerk, een lijn of één highlight markeren.

NIET



Een volledige lay-out of pagina-achtergrond vullen met een accentkleur.



Plum-tekst op plum zetten — houd het contrast tekst-tot-vlak hoog.



Meerdere accenten mengen in één compositie — kies er één en hou vast.

SUBMERK ACCENTEN

De plum van The Mazi Group is de constante. Elk submerk draagt daarnaast één accentkleur om zijn identiteit binnen groepsmateriaal aan te geven. Accenten worden spaarzaam gebruikt — voor highlights, lijnen en categorie-signalen — nooit als volledige achtergrond die met de plum concurreert.



MAZI BEAUTY

#BBB2E9 · Lavendel

Het oprichtingsmerk — schone cosmetica & huidverzorging als stille luxe.



UPVENDO

#F0583A · Koraal

Energiek en tech-gedreven. Straalt toegankelijke, menselijke automatisering uit.



ON THE GO

#BD1B85 · Magenta

Gedurfd en jong. Draagbare verzorging met persoonlijkheid.



GLAM SWITCH

#736BAA · Violet

Verfijnd en modern. Premium beauty- & styling-toestellen.



BELLA GLOSS

#BB2649 · Karmijn

Opgericht door Annelies Schetters. Gedurfde, glanzende lip & kleur, powered by The Mazi Group.

Een lichtblauwe hemeltoon (#5399BE) komt voor in architectuurfotografie, maar is een art-direction-signaal, geen merkkleur.

TYPE SYSTEM

Het merk draait op één lettertype — **Montserrat**. Het volledige gewichtsbereik, van Thin tot Black, draagt alles: de gestapelde koppen, getrackte labels, cijfers en alle lopende bodytekst (gezet in **Light**). Eén familie houdt elke pagina onmiskenbaar The Mazi Group.

Het kenmerkende middel is de **gestapelde kop met twee gewichten** — een Montserrat Bold-woord boven een Montserrat Light-woord van **dezelfde grootte**. **Amsterdam Four** is uitsluitend voor handtekeningen.

EXACTE SPECS

Body — Montserrat Light · tracking **0.076em** · leading **1.4**

Headings — Bold + Light · tracking **0.076em** · leading **1.4**

Wordmark — Montserrat Regular · tracking **0.428em**

Aa

MONTERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz · 0123456789

Thin — display & cijfers

Extra-Light — grote statements

Light — bodytekst, labels & stapels

Regular — woordmerk & bijschriften

Medium — nadruk

SemiBold — accenten

Bold — gestapelde koppen

KOP SYSTEEM

Elke sectie opent met dezelfde lock-up met twee gewichten. Alleen de woorden veranderen — de opbouw blijft identiek, en dat is wat het boek samenhangend maakt in plaats van versierd.

Het eerste woord staat in **Montserrat Bold** als anker; het tweede zakt naar **Light** op **dezelfde grootte** er recht onder. Het contrast zit in **gewicht**, nooit in grootte of kleur.

DE REGEL

Line 1 — Montserrat **Bold**

Line 2 — Montserrat **Light**, in kapitalen

Both — **same size** · tracking **0.076em** · leading **1.4**

ANATOMIE VAN EEN KOP

ONS VERHAAL

Montserrat Bold
het ankerwoord

Montserrat Light
zelfde grootte · in kapitalen

Beide woorden delen één kapitaalhoogte en één tracking-waarde, zodat het paar als één object leest — een gedurfde uitspraak, beantwoord door een stille.

IN DRIE STAPPEN

01

ONS VERHAAL

Kies twee woorden — een onderwerp en zijn kwalificatie.

02

ONS VERHAAL

Zet het eerste woord in Bold; hou het tweede Light.

03

ONS VERHAAL

Zelfde grootte, tracking toevoegen, strak stapelen.

TYPE IN GEBRUIK

HIËRARCHIE

SECTIE KOP

GETRACKT LABEL / KICKER

Bodytekst wordt gezet in Montserrat Light met een royale regelafstand, uitgevuld of links uitgelijnd. Hou de regelbreedte comfortabel en laat de plum en witruimte de compositie dragen. Nadruk komt van **Medium-gewicht**, nooit van kleur in lopende tekst.

PRINCIPES

Letterspatiëring is een kenmerk

Getrackte kapitalen (0.3–0.5em) geven het merk zijn rustige, premium ritme. Gebruik ze voor labels, kickers en korte statements.

Twee gewichten, één kop

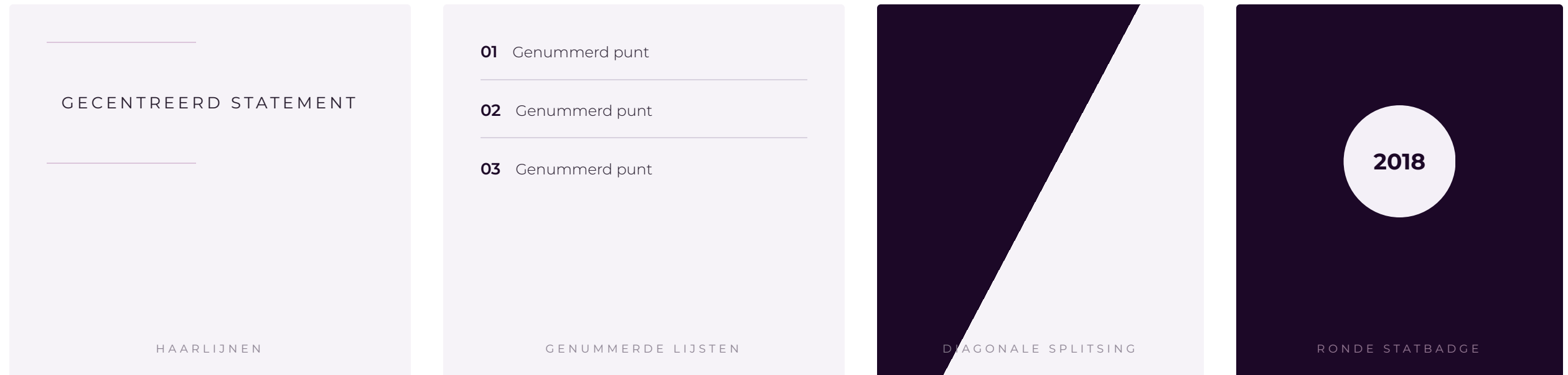
Combineer een Bold-woord met een Light-woord voor de kenmerkende The Mazi Group-koplock-up.

Ingetogenheid boven decoratie

Nooit meer dan twee gewichten in één blok displaytekst. Witruimte hoort bij de typografie.

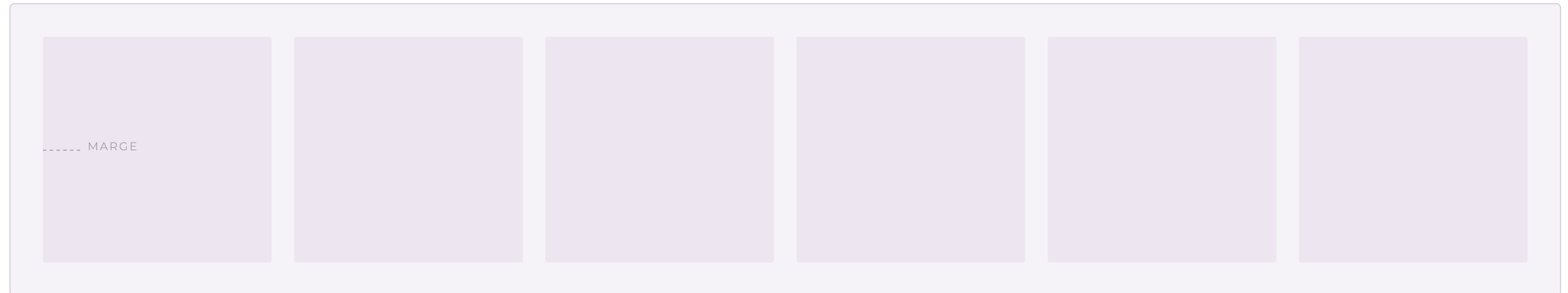
GRAFISCHE TAAL

Een kleine set terugkerende middelen laat elke lay-out lezen als The Mazi Group — zelfs zonder het logo.



RASTER & LAY-OUT

Elke spread rust op dezelfde stille structuur: een brede buitenmarge, een zes-koloms veld en royale witruimte. De structuur blijft onzichtbaar — het is wat de tekst en het beeld rustig laat ~~aanvoelen~~ **aanvoelen**.



Verankerd links

Koppen en tekst lijnen uit op de linkerrand van het veld. Beeld mag aflopen tot de paginarand.

Eén idee per spread

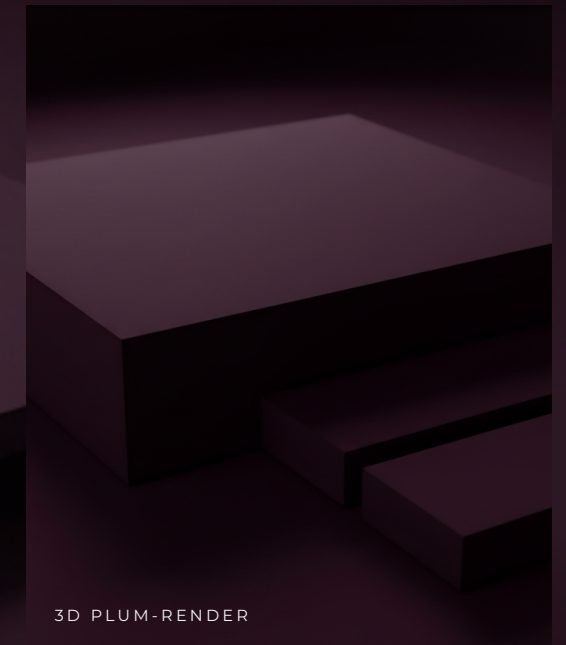
Vul de pagina niet vol. Witruimte weegt even zwaar als de inhoud zelf.

Consistent ritme

Kicker, kop, lijn, tekst — dezelfde verticale cadans opent elke sectie.

ART DIRECTION

Twee beeldwerelden dragen het merk: abstracte 3D plum-renders en zuiver architecturaal licht.



TOON

Monochroom, low-key, sculpturaal. Licht valt zacht over geometrische vormen in plum.

WEL

Hou beeld rustig en tonaal. Laat witruimte voor tekst. Verkijs diepte en schaduw.

VERMIJD

Felle, botsende kleuren. Drukke stockfotografie. Letterlijke of rommelige taferelen.

STEM & TOON

The Mazi Group spreekt als een zelfverzekerde operator, geen hype-machine. We doen ambitieuze uitspraken en staven ze dan met specifieke feiten. Zinnen zijn helder en goed gebouwd; de toon is premium maar nooit koud. We spreken over **échte resultaten, échte producten en oprechte beloftes.**

KLINKT ALS

"WE PASSEN ONS NIET AAN AAN DE TOEKOMST.
WE BOUWEN ZE — ZONDER COMPROMIS."

WAT WE WEL / NIET ZIJN

Zelfverzekerd	vs	Arrogant
Precies	vs	Robotachtig
Ambitieus	vs	Opschepperig
Premium	vs	Uitsluitend
Helder	vs	Vol jargon
Visionair	vs	Vaag
Warm	vs	Nonchalant



STEM IN GEBRUIK

Hetzelfde idee, op twee manieren gezegd. We ruilen hype en slagen om de arm in voor heldere, zelfverzekerde zinnen die het voordeel benoemen en het waarmaken.

	OFF - BRAND	ON - BRAND
PRODUCT	Een werkelijk revolutionaire, baanbrekende ervaring.	Gebouwd om één taak uitzonderlijk goed te doen.
LANCERING	We zijn zó blij dit eindelijk misschien te delen!	Het is er. Dit is wat het doet.
MISSIE	We willen proberen dingen een beetje beter te maken.	We weigeren de afweging tussen kwaliteit en prijs.
SUPPORT	Excuses voor het eventuele ongemak dat dit veroorzaakte.	Dit is wat er gebeurde en wat we hebben opgelost.

DE TEST

Als een zin van eender welk merk zou kunnen komen, herschrijf hem tot hij alleen van The Mazi Group kan komen.

DE SUBMERKEN

Elk merk bezit zijn eigen markt en accent, terwijl het de plum, typografie en toon van de groep erft. Bij co-branding endorset het monogram van The Mazi Group het submerk — nooit omgekeerd.

MAZI BEAUTY

SCHONE COSMETICA · DTC

Premium schone beauty en huidverzorging, met een omslag naar een direct-to-consumer-model gebouwd op data en loyaliteit. De oprichtingscategorie van de groep.

UPVENDO

RETAIL-AUTOMATISERING

AI-gestuurde zelfbestelkiosken en besteltechnologie voor horeca en kleine retail — arbeidsbesparing en een betere gastervaring.

ON THE GO

PERSOONLIJKE VERZORGING

Draagbare verzorgingsmists en ontsmetting op zakformaat — gemak en betrouwbaarheid voor het dagelijkse leven onderweg.

GLAM SWITCH

BEAUTY-TOESTELLEN

Geavanceerde, gebruiksvriendelijke haarstyling-tools en beauty-toestellen die hoge prestaties koppelen aan een moeiteloze ervaring.

BELLA GLOSS

LIP & KLEUR

Opgericht door Annelies Schetters en powered by The Mazi Group — gedurfde, glanzende lip- en kleurcosmetica met persoonlijkheid.



TMG INNOVATION LABS · DE GEDEELDE R&D-MOTOR VAN DE GROEP

De gedeelde R&D-motor achter elk merk — en het lanceerplatform voor wat komt.

IN DE MERKEN

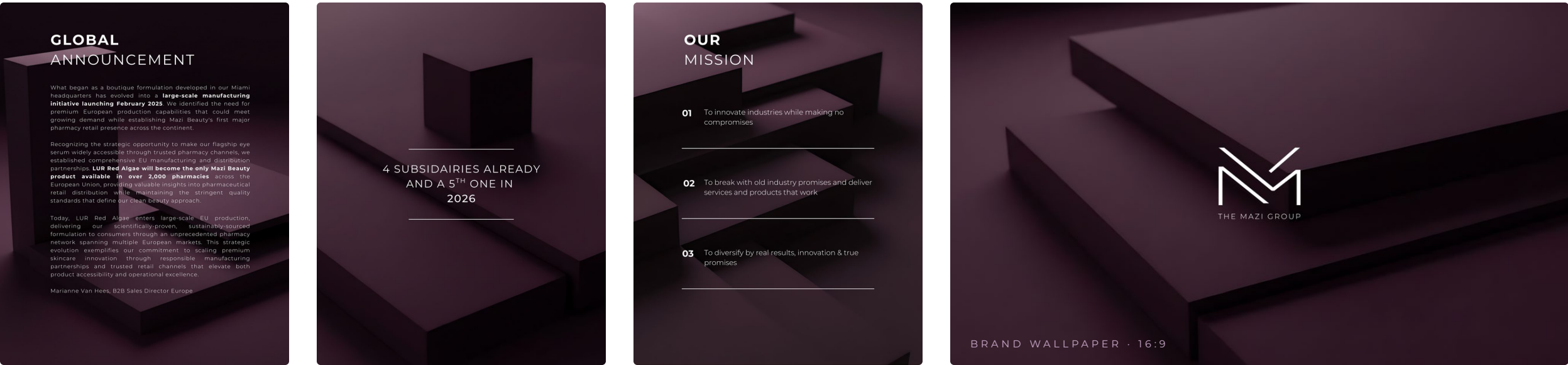
Elk submerk bezit een eigen publiek en belofte, terwijl het de plum, typografie en toon van de groep erft. Zelfde ouder, andere kamers.

MAZI BEAUTY BEWUSTE KOPERS DIE EFFECTIVITEIT WILLEN ZONDER COMPROMIS. PUBLIEK Schone cosmetica BELOFTE Schone, effectieve beauty, rechtstreeks verkocht.	UPVENDO HORECA & KLEINE RETAIL DIE ARBEIDSKOSTEN DRUKT. PUBLIEK Retail-automatisering BELOFTE Zelfbestelkiosken die zichzelf terugverdienen.	ON THE GO MENSEN DIE ZICH TUSSEN MOMENTEN DOOR OPFRISSEN, OVERAL. PUBLIEK Persoonlijke verzorging BELOFTE Verzorging op zakformaat met persoonlijkheid.	GLAM SWITCH THUISSTYLISTEN DIE SALONRESULTATEN WILLEN. PUBLIEK Beauty-toestellen BELOFTE Hoge prestaties, moeiteloos in gebruik.	BELLA GLOSS EXPRESSIEVE KLANTEN DIE MET KLEUR LEIDEN. PUBLIEK Lip & kleur BELOFTE Gedurfde, glanzende kleur van Annelies Schetters.
---	---	--	---	--

Lees horizontaal en de logica klopt: vijf doelgroepen, vijf beloftes, één werkstandaard — de discipline die de groep meer maakt dan de som van zijn merken.

MERK IN TOEPASSING

Echte, gepubliceerde stukken — gebouwd op het plum-palet, Montserrat-type en de 3D-render-taal.



SOCIAL POSTS & COLLATERAL · @THEMAZIGROUP

DIGITAL DOMAINS

mazigroup.us · mazi.beauty · upvendo.com · otgo.store

RULE OF THUMB

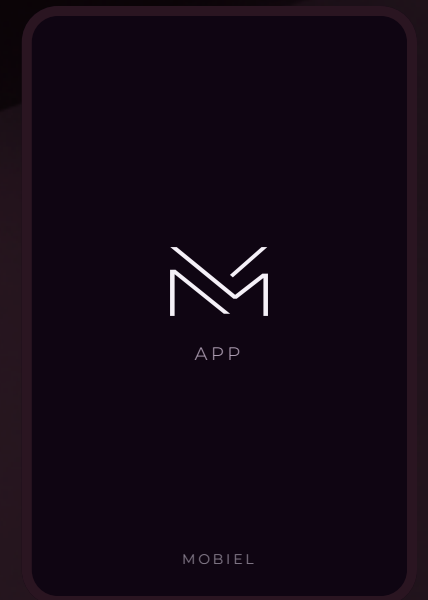
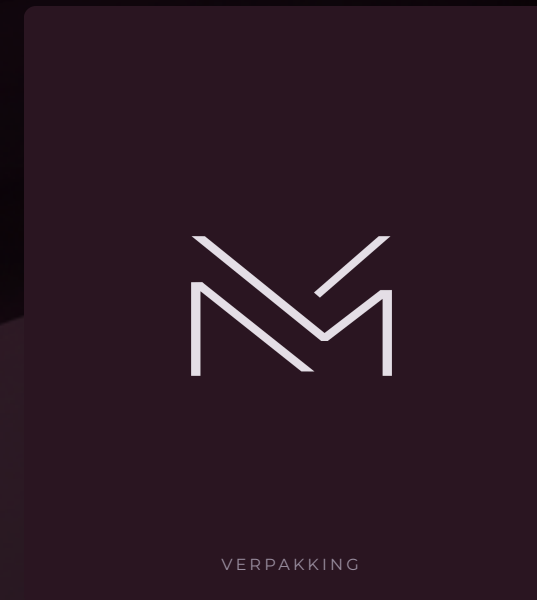
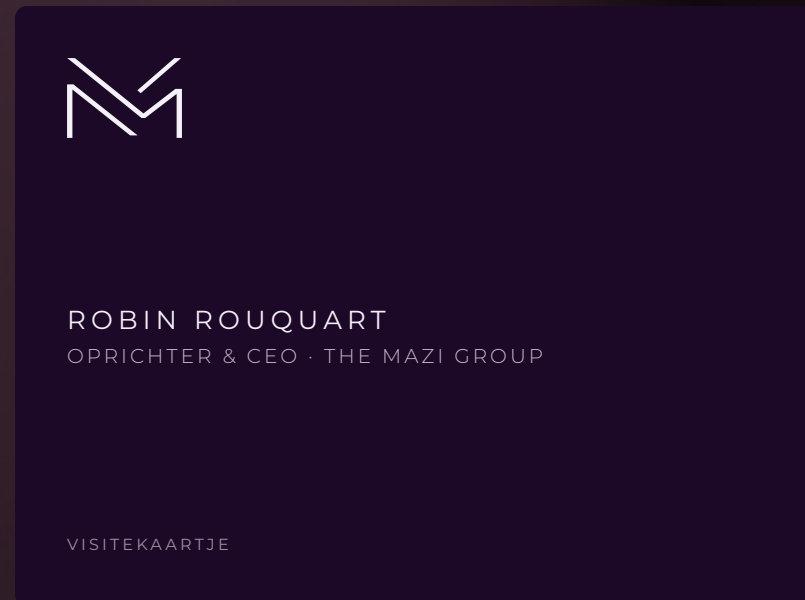
Plum + porselein. Gecentreerde kapitalen omkaderd door haarlijnen. Het logo krijgt lucht.

FORMATS

Logo aangeleverd als transparante PNG, in plum en porselein.

IN DE PRAKTIJK

Het systeem doorgetrokken over contactpunten — drukwerk, verpakking, digitaal en omgeving — gebouwd op het plum-palet, Montserrat-type en het monogram.



Illustratieve mock-ups — elk echt asset is gebouwd uit dezelfde componenten in dit boek.



THE MAZI GROUP

INNOVATING INDUSTRIES
WHILE MAKING NO COMPROMISES