

DAIMLER TRUCK

18. Februar 2024

SetraClassic



Setra und der Bereich SetraClassic

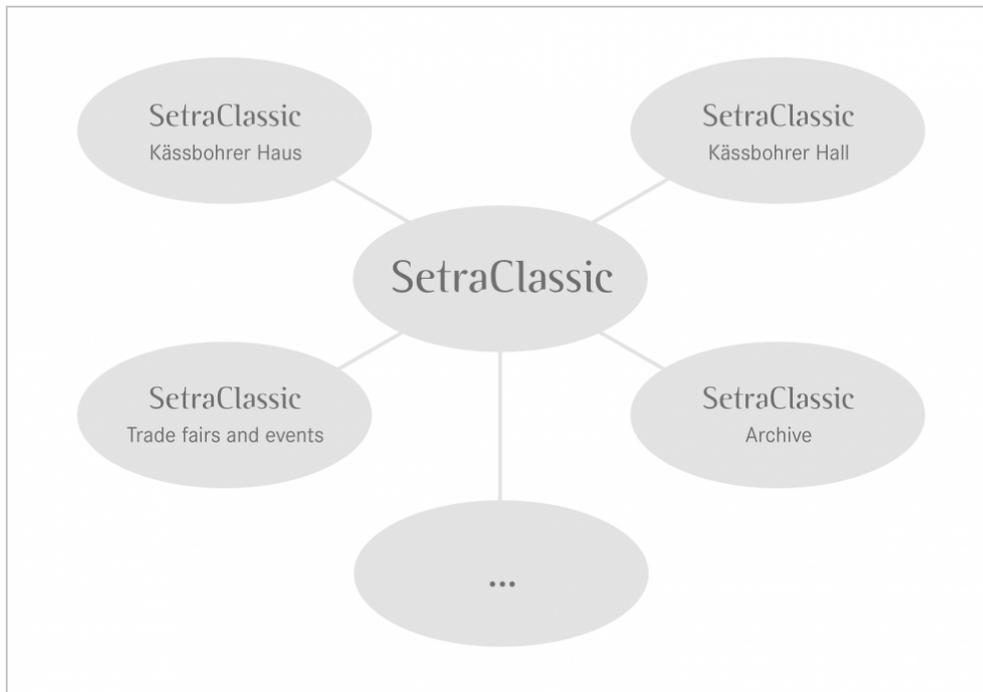
Seit jeher steht der Name Setra für Busse, die zu ihrer Zeit Maßstäbe setzen – vor Jahrzehnten ebenso wie heute. Geschichte und Tradition sind deshalb wichtige Facetten der Marke Setra. Diesen Teil unserer Marke repräsentiert SetraClassic. Es ist ein Bereich unter dem Setra Markendach, der dementsprechend keine eigenständige Gestaltungswelt besitzt. Absender der SetraClassic Kommunikation ist immer die Marke Setra.

Im Folgenden geben wir Ihnen einige besondere Anwendungshinweise, die Ihnen helfen, diese Facette der Marke Setra stärker und deutlich wahrnehmbar zu kommunizieren.



Touchpoints

SetraClassic ist ein fokussierter Markenbereich, der an mehreren Touchpoints konkret greifbar wird. Dazu zählen derzeit das Kässbohrer Haus in Ulm (historische Ausstellung der Marke und Ort der Begegnung), die Kässbohrer Halle (Präsentation historischer Setra Fahrzeuge in Neu-Ulm und Begegnungsstätte), der SetraClassic Messestand oder ein Event sowie das SetraClassic Archiv. Gegebenenfalls kommen weitere Touchpoints hinzu.



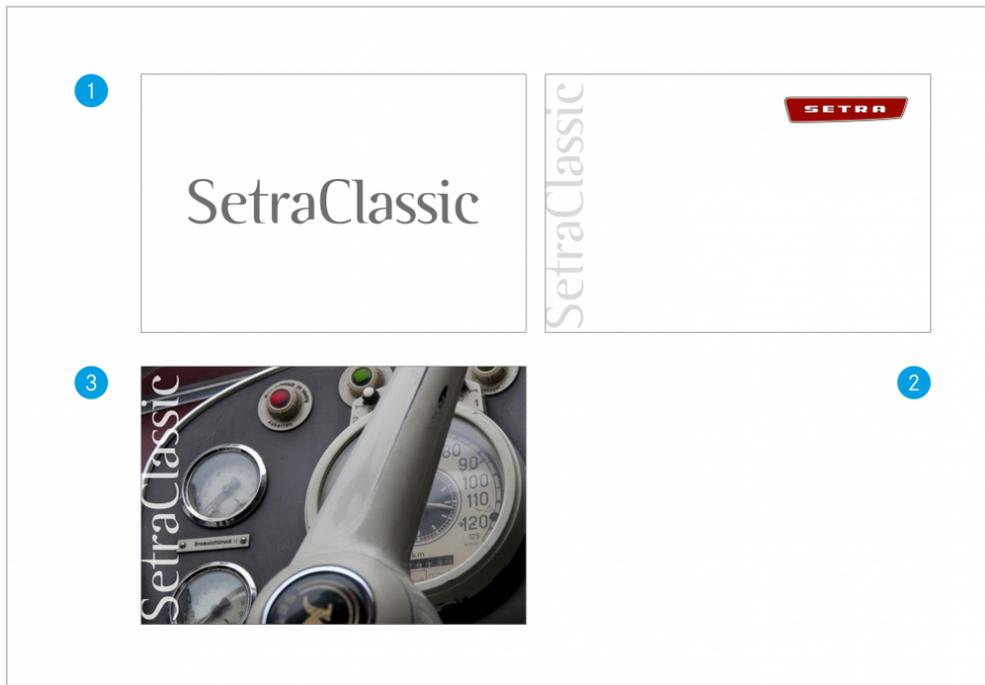
Die SetraClassic Touchpoints

Schriftzug »SetraClassic«

Varianten

SetraClassic wird in der Markenschriftart ITC Binary Light ohne Leerzeichen und ohne Bindestrich gesetzt. Der Schriftzug kann gestalterisch auf unterschiedliche Weise verwendet werden. Voraussetzung ist jedoch immer, dass SetraClassic visuell nicht mit dem Setra Markenlogo konkurriert. Verhindern lässt sich dies durch eine entsprechende Platzierung und/oder durch ein Abschwächen des Grautons 2) von 70% auf 20% Schwarz.

Soll SetraClassic etwas stärker betont werden, kann SetraClassic auch auf Bildern stehen (3), jedoch ausschließlich wie hier gezeigt um 90 Grad gedreht. SetraClassic wird in Headlines und Sublines in der Markenschrift ITC Binary Light und in Fließtexten in der Markenschrift Daimler CS gesetzt. Auch hier ist stets die Schreibweise ohne Leerzeichen und mit versalem »C« einzuhalten.



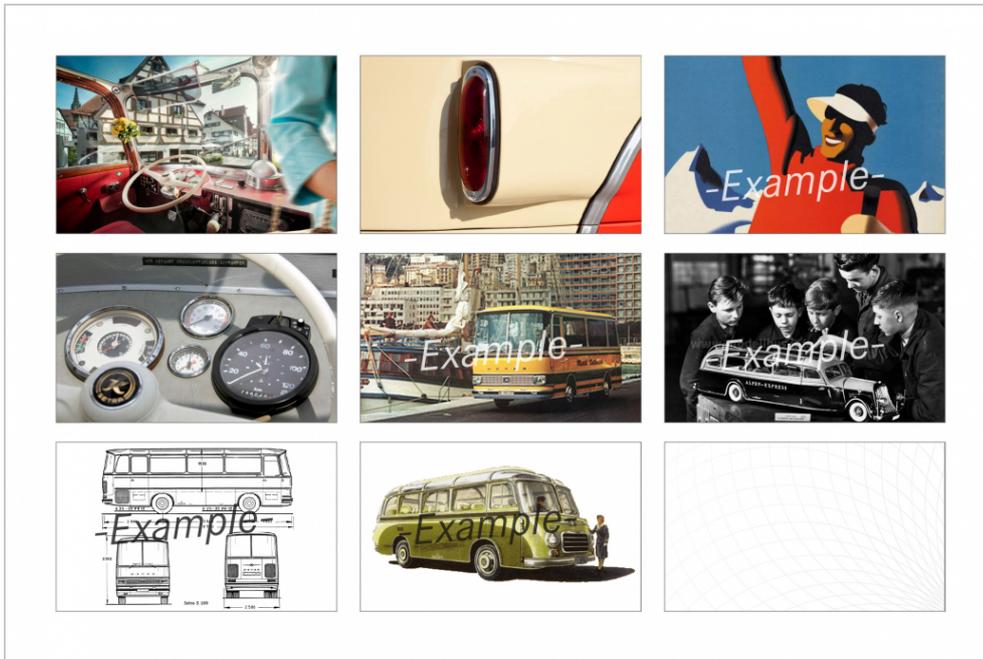
[1] SetraClassic wird in der Markenschriftart ITC Binary Light ohne Leerzeichen und ohne Bindestrich gesetzt.

[2] Geeignete Platzierung des Setra Classic Schriftzuges neben dem Setra Markenlogo

[3] Platzierung des Setra Classic Schriftzuges auf einem Bild

Bildwelt

Für den Bereich SetraClassic steht Ihnen eine Vielzahl an Bildern zur Verfügung, die sich in der Kommunikation für diesen Bereich nutzen lassen. Darunter sind Illustrationen, technische Zeichnungen und Blaupausen ebenso wie historische und aktuelle Fotos von Fahrzeugen oder anderen Dingen aus der Setra Historie. Alle neu erstellten Bilder für den Bereich SetraClassic müssen sich am Fotostil der Marke Setra orientieren, der im Setra Bild-Styleguide festgeschrieben ist.



Beispiele aus der SetraClassic Bildwelt

Gestaltung auf Messen und Events

Der Auftritt der Marke Setra bei Shows, Messen und Ausstellungen ist visuell in drei Gestaltungsebenen unterteilt, die unterschiedliche Funktionen erfüllen bzw. mit unterschiedlichen Arten von Inhalten gefüllt werden:

Ebene/Markenebene

Die Markenebene dient der übergeordneten Markenkennzeichnung im Raum. Sie schafft Orientierung und hilft, die Marke zu lokalisieren. In der Gestaltung steht Ebene 1 über allen kommunikativen Botschaften und Elementen. Der Bereich SetraClassic tritt deshalb hier nicht in Erscheinung.

Ebene/Themenebene

Die Themenebene befindet sich immer in räumlicher Nähe zur Markenebene. Gekennzeichnet ist sie durch emotionale, großformatige Inszenierungen. Inhaltlich lebt sie von übergeordneten, aktuellen Markenthemen oder Botschaften bzw. Messthemen. Ein solches Thema kann auch SetraClassic sein.

Ebene/Orientierungs- und Produktebene

Auf dieser Gestaltungsebene werden zum einen Kunden empfangen und begrüßt, und es

wird Orientierung am Stand gegeben (Standeingang). Zum anderen vermitteln wir auf dieser Ebene konkrete Informationen, z. B. auf einem Empfangscounter, auf Stelen, Roll-ups etc.



[1] Ebene/Markenebene

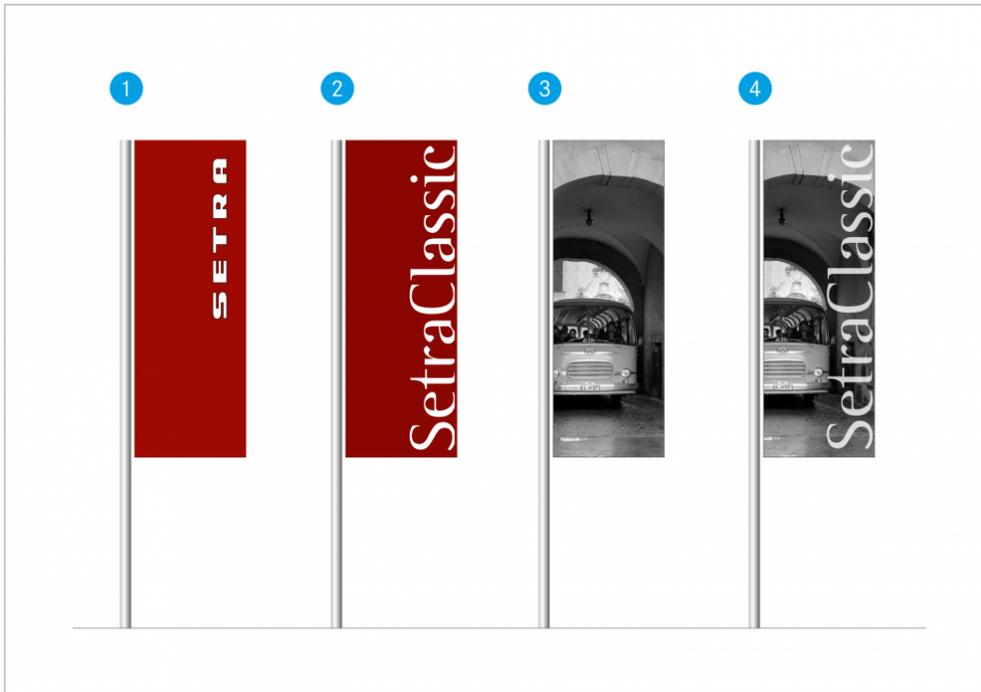
[2] Ebene/Themenebene

[3] Ebene/Orientierungs- und Produktebene

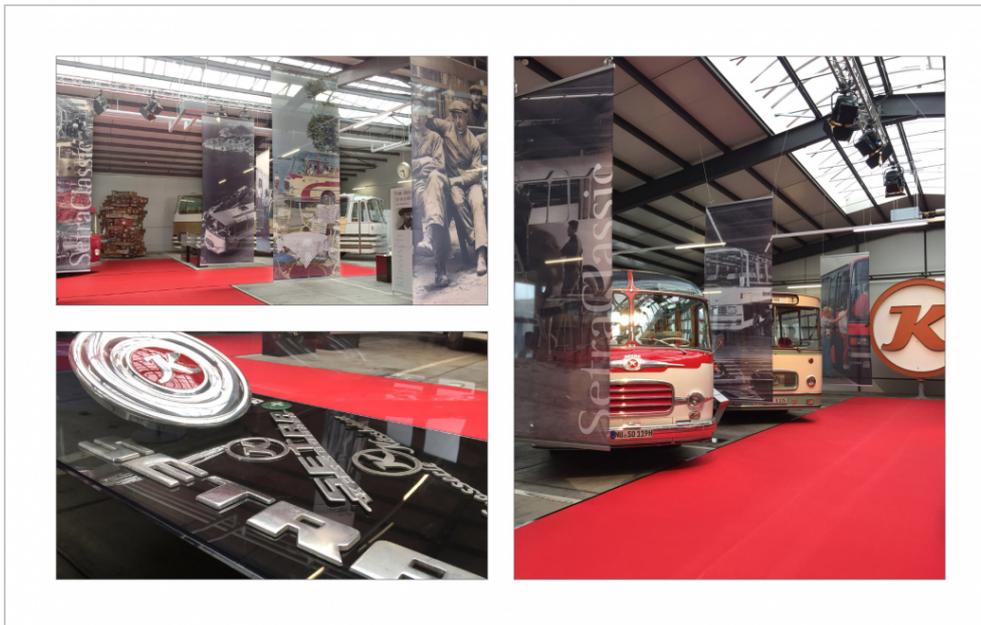
Fahnen

Auch bei Fahnen findet das Ebenenmodell Anwendung. Das bedeutet: Sofern nicht an einer anderen Stelle die Marke Setra klar sichtbar kommuniziert wird (Ebene 1), wird neben der SetraClassic Fahne zusätzlich eine Markenfahne benötigt [1]. SetraClassic wird der Themenebene (Ebene 2) zugeordnet [2]. Darüber hinaus kann eine »Motiv-Fahne« zur Unterstützung der Aussage SetraClassic eingesetzt werden [3]. Auch eine Kombination von SetraClassic Schriftzug und Bild ist möglich [04]. Daraus ergeben sich folgende Kombinationsmöglichkeiten: [1] + [2], [1] + [2] + [3] und [1] + [4].

Bei der Platzierung auf einem Bildmotiv steht der Schriftzug SetraClassic wie abgebildet in Weiß mit einer Deckkraft von 70-85% am rechten Fahnenrand und verläuft von unten nach oben. Die Deckkraft ist je nach Motiv anzupassen.



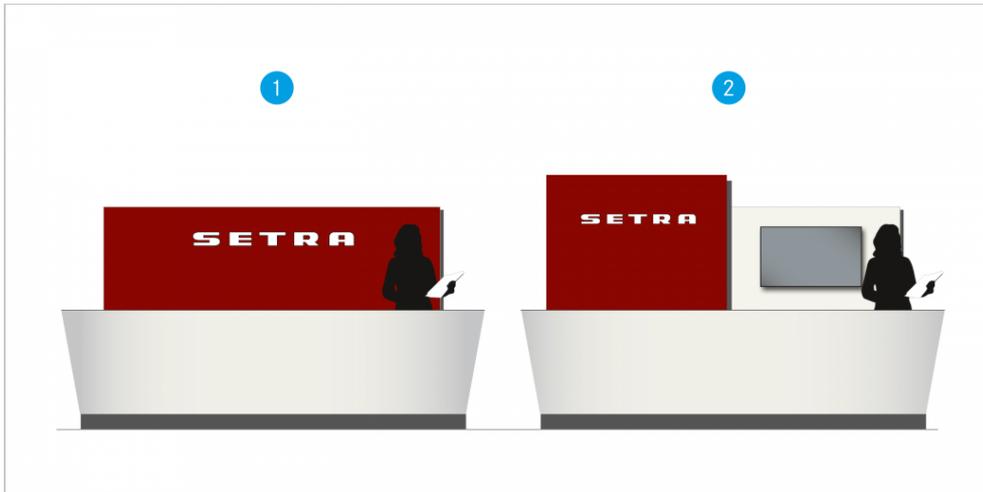
- [1] Markenfahne
- [2] SetraClassic Fahne
- [3] Motiv-Fahne
- [4] Motiv-Fahne mit SetraClassic Schriftzug



Beispiel einer Produktpräsentation

Empfangs-Counter

Auch ein Empfangs-Counter kann als Marken- Monolith – also als Ebene 1 – fungieren, soweit im näheren Sichtbereich kein anderer Marken-Monolith zu sehen ist. Außer dem Markenschriftzug, der immer alleine auf der Markenfarbe Rot steht, sind keine weiteren Inhalte auf der Markenfläche zulässig. Wird z. B. eine Rückwand für weitere Inhalte benötigt, muss die Marke auf einer anderen Fläche erscheinen. Dabei ist auf bestmögliche Fernwirkung zu achten.



[1] Empfangs-Counter fungiert als Marken- Monolith

[2] Marke erscheint auf der Rückwand des Empfangs-Counters

Roll-ups

Auch bei Roll-ups gilt: Sofern nicht an anderer sichtbarer Stelle die Marke Setra kommuniziert wird (Ebene 1), wird ein Marken-Roll-up benötigt. SetraClassic wird der Themenebene (Ebene 2) zugeordnet und bietet dadurch vielfältige Möglichkeiten der Gestaltung. Darüber hinaus kann ein Roll-up mit Motiv (mit oder ohne Schriftzug SetraClassic) zur Unterstützung der Aussage SetraClassic eingesetzt werden. Bei der Platzierung auf einem Bildmotiv steht der Schriftzug SetraClassic wie abgebildet in Weiß mit einer Deckkraft von 70-85% am rechten Fahnenrand und verläuft von unten nach oben. Die Deckkraft ist je nach Motiv anzupassen. Auf informativen Roll-ups (z. B. Informationen zu Fahrzeugen) wird das Markenlogo eingesetzt. Hinweise zur Gestaltung von Roll-ups befinden sich im Manual »[Begegnungskommunikation](#)«.



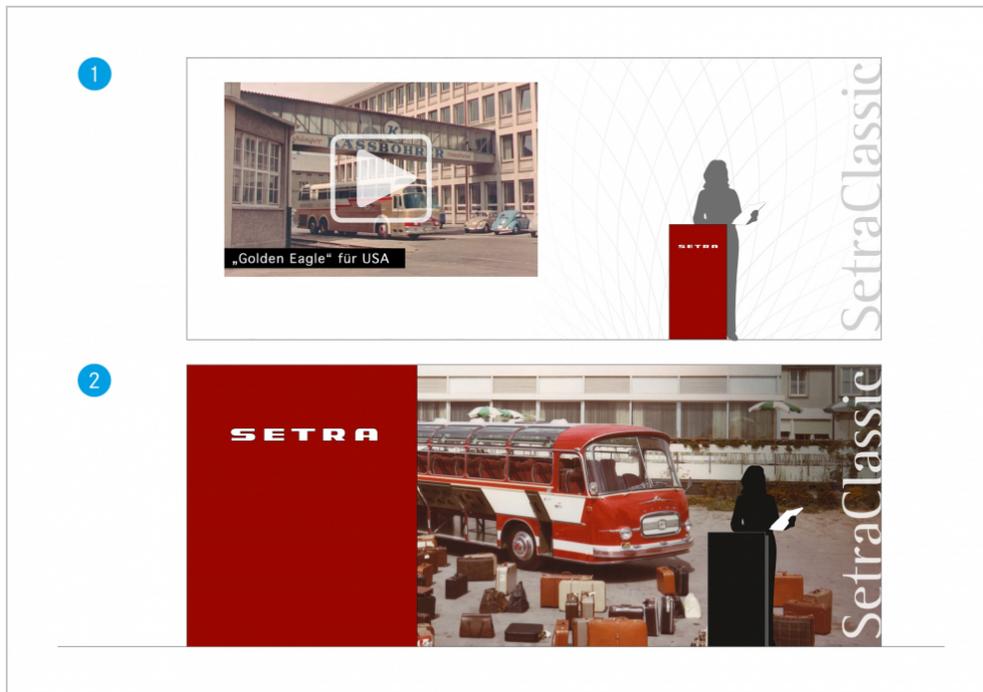
- [1] Marken-Roll-up
- [2] Roll-up mit SetraClassic Schriftzug
- [3] Roll-up mit Motiv
- [4] Roll-up mit Markenlogo

Presse-Rückwand

Auch bei einer Rückwand für Presseveranstaltungen müssen entsprechend dem Ebenenmodell Markenebene und Themenebene erscheinen. Dabei haben Sie zwei Möglichkeiten:

- Bei der ersten Option bildet die Rückwand selbst die Themenebene, die zum Beispiel auch als Projektionsfläche genutzt werden kann, während die Markenebene durch ein separates monolithisches Raumelement repräsentiert wird; zum Beispiel ein Rednerpult, einen Pylon, ein Roll-up o. Ä. Marke und Thema müssen sich dabei auf gleicher Sichtebene befinden. Außer dem Markenschriftzug, der immer allein auf der Markenfarbe Rot steht, sind keine weiteren Inhalte auf der Markenfläche zulässig.
- Auf der Rückwand erscheint die Markenebene bei der zweiten Option zusätzlich als monolithisches Element neben der Themenebene. Beide Ebenen befinden sich also räumlich auf derselben Fläche, sind aber visuell klar voneinander getrennt. Dies empfiehlt sich z. B. dann, wenn keine separate Fläche für die Markenkennzeichnung zur Verfügung steht.

Je nach Rahmen der Veranstaltung kann unter dem Markenschriftzug der Markenclaim eingesetzt werden (vgl. Manual »[Begegnungskommunikation](#)«).



[1] Rückwand als Themenebene, Markenebene auf einem separaten Raumelement

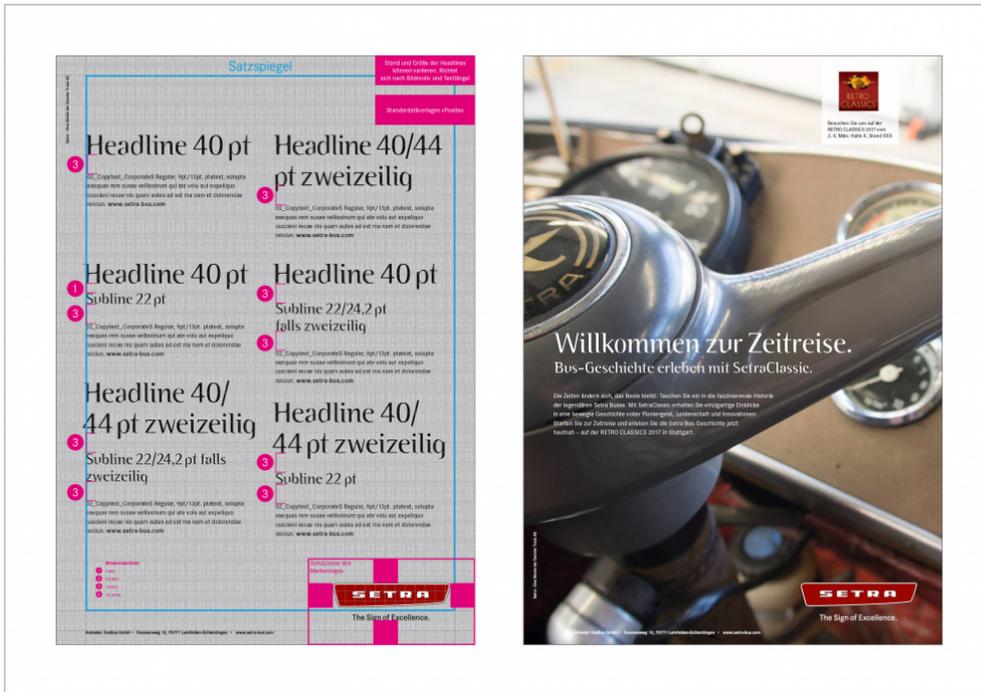
[2] Markenebene und Themenebene visuell getrennt auf derselben Fläche

Gestaltung von Drucksachen

Anzeigen

In einer Anzeige können Sie bei Bedarf ein SetraClassic Insert verwenden, um z. B. auf Messen, Events oder andere Veranstaltungen hinzuweisen. Das Insert darf jedoch visuell nicht mit dem Setra Markenlogo konkurrieren. Um dies zu vermeiden, wird es idealerweise in der gegenüberliegenden Ecke platziert.

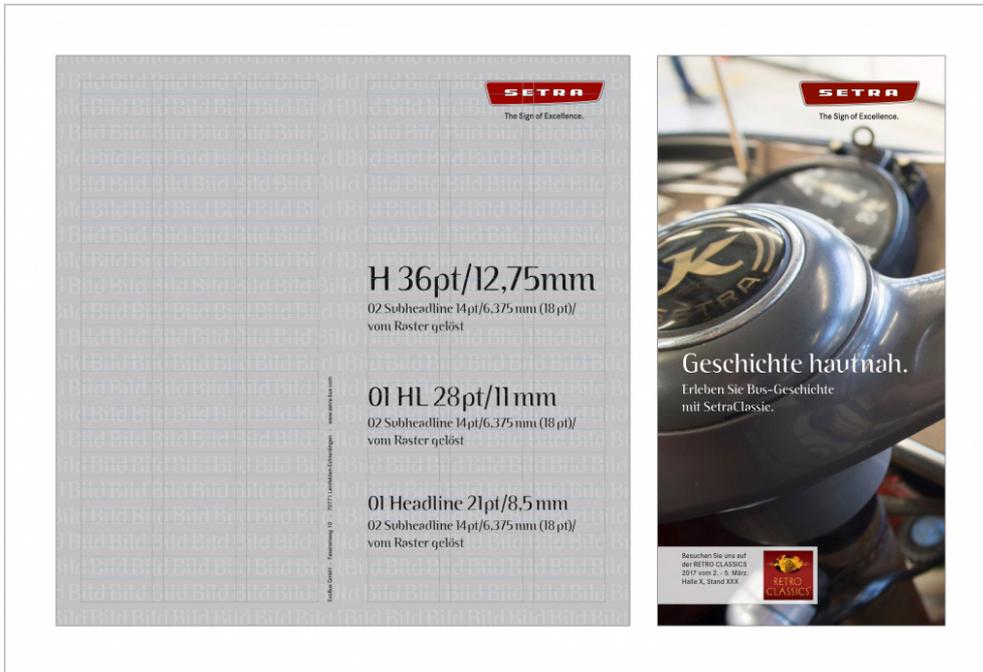
Bitte erstellen Sie SetraClassic Anzeigen ausschließlich auf Basis der verfügbaren Templates. Hinweise zur Gestaltung von Anzeigen befinden sich im Manual »Anzeigen«.



Standardstilvorlagen »Positiv« mit Vermaßung für Mindestabstände zwischen Headlines und Sublines

Broschüren und Flyer

Bitte erstellen Sie SetraClassic Broschüren und Flyer ausschließlich auf Basis der verfügbaren Templates. Hinweise zur Gestaltung von Broschüren und Flyern befinden sich im Manual »Broschüren und Flyer«.

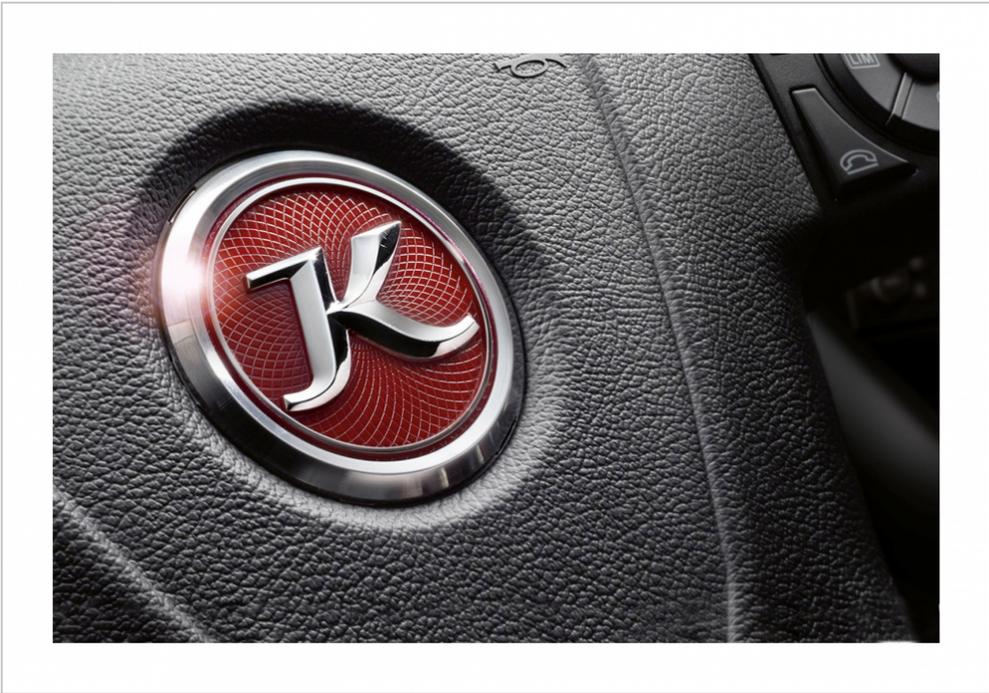


SetraClassic Flyer

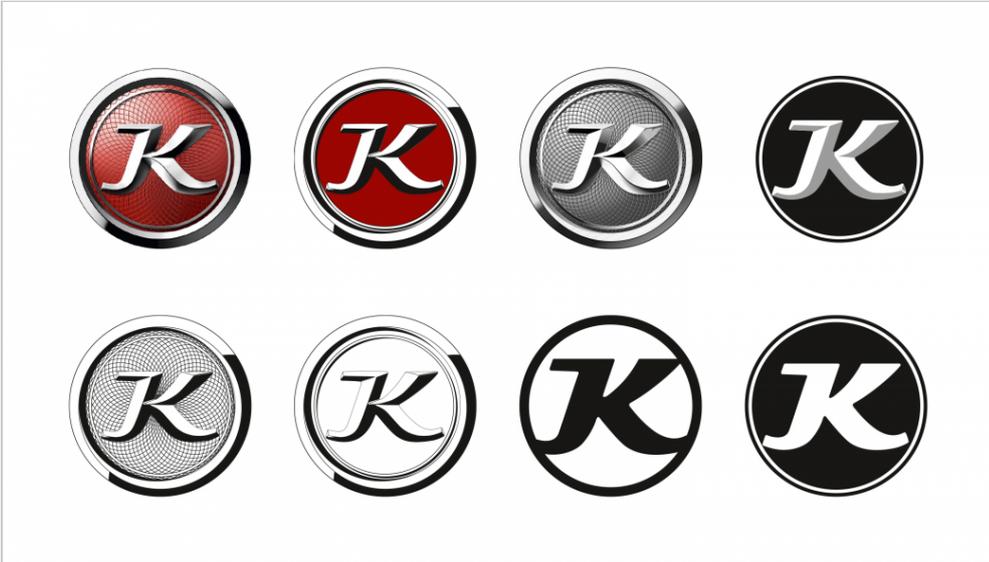
Das Kässbohrer-K

Zeichen mit Tradition

Seit 1911 steht das Kässbohrer-K in verschiedenen Gestaltungsformen für Innovationsgeist, Kompetenz und Qualität im Omnibusbau. Jahrzehntelang war es auf der Front jedes Setra Busses zu sehen. Als nach der Einführung der selbsttragenden Karosserie 1951 »Setra« zum festen Begriff und schließlich zum Markennamen unserer Produkte wurde, rückte der Setra Schriftzug im Logo gleichberechtigt neben das Kässbohrer-K.



Heute findet es sich – als Reverenz an den großen Bus-Pionier Karl Kässbohrer – an prominenten Stellen unserer Fahrzeuge: auf dem Lenkrad und auf den Radkappen. Darüber hinaus setzt die Zentrale das Emblem – speziell im Kontext von SetraClassic – auch auf verschiedenen Werbemitteln und -artikeln ein.



Varianten im Überblick

Embleme in Farbe

[A.1] Vorlage in 4c, Halbton, gerastert, mit Ziselierung. Geeignet für Printmedien (z. B. Broschüren und Anzeigen). **[A.2]** Vorlage ohne Ziselierung. Verwendbar in 4c (Strichumsetzung mit Schatten, für grobe Auflösungen und Durchmesser bis 20 mm) oder in 2c (Volltonumsetzung mit Schatten, für Druck mit Sonderfarben); z. B. für SetraClassic Werbeartikel.

Hinweis: Nach Möglichkeit wird für Farbumsetzungen immer die Version A.1 verwendet. A.2 sollte nur dann zum Einsatz kommen, wenn A.1 aus technischen Gründen nicht genutzt werden kann.



Embleme in Farbe

Embleme in Graustufen

[B.1] Vorlage in Schwarz-Weiß, Halbton, mit Verlauf. Geeignet für Printmedien (z. B. Broschüren und Anzeigen). **[B.2]** Vorlage in Schwarz-Weiß, vereinfacht. Kässbohrer-K mit Schatten in Graustufen. Geeignet u. a. für Ätzungen und Laserungen, z. B. auf Werbeartikeln.

Hinweis: Nach Möglichkeit wird für Graustufenumsetzungen immer die Version B.1 verwendet. B.2 sollte nur dann zum Einsatz kommen, wenn B.1 aus technischen

Gründen nicht genutzt werden kann.

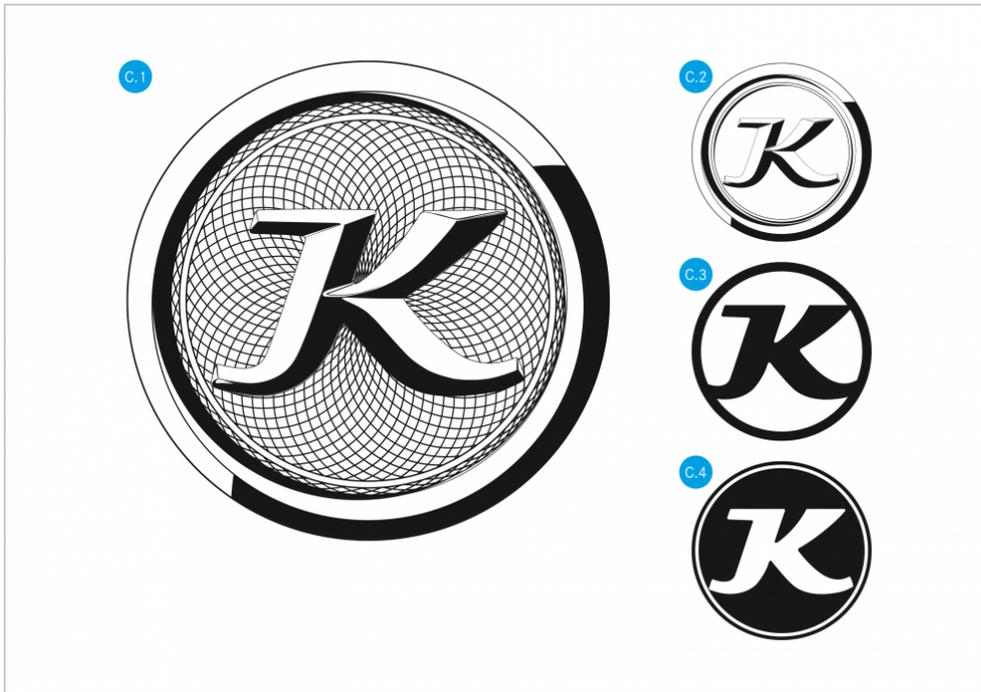


Embleme in Graustufen

Embleme in Schwarz-Weiß (Strichumsetzung) und Sonderformen

[C.1] Vorlage in Schwarz-Weiß, Strichumsetzung mit Ziselierung. Geeignet z. B. für Gravuren ab einem Durchmesser von ca. 20 mm. **[C.2]** Vorlage in Schwarz-Weiß, Strichumsetzung mit Schatten. Geeignet z. B. für Gravuren, Laserungen, Bestickungen und Stempel mit einem Durchmesser unter 20 mm. **[C.3]** Vorlage als Strichumsetzung positiv schwarz-weiß (u. a. Für gegenständliche Umsetzungen, das »K« hat Kontakt zum offenen äußeren Ring). Im Print auch negativ weiß anwendbar (auf dunklen, farbneutralen Untergründen oder Materialien, bei denen eine positive Darstellung nicht möglich ist). **[C.4]** Vorlage Strichumsetzung negativ Weiß. Geeignet für Anwendungen auf dunklen, farbneutralen Untergründen bzw. Materialien, bei denen eine positive Darstellung nicht möglich ist.

Hinweis: Nach Möglichkeit wird für Schwarz-Weiß-/Strichumsetzungen immer die Version C.1 verwendet. C.2 bis C.4 sollten nur dann zum Einsatz kommen, wenn C.1 aus technischen Gründen nicht genutzt werden kann.

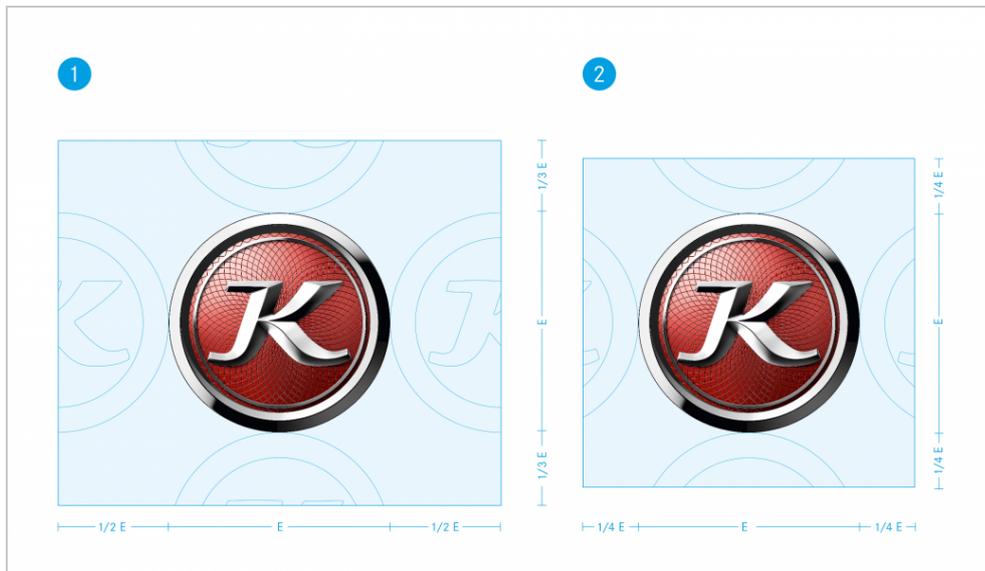


Embleme in Schwarz-Weiß (Strichumsetzung) und Sonderformen

Sonderfälle: Für Medien mit besonderen Drucktechniken müssen gesonderte Vorlagen bereitgestellt werden. Nehmen Sie dazu bitte Kontakt mit [Cornelia Polster](#) (BUS/MPM-C) auf.

Wirkungsraum

Um das Kässbohrer-K Emblem ist ein Wirkungsraum definiert, in dem keine anderen Elemente positioniert werden dürfen.



[1] Optimaler Wirkungsraum

[2] Minimaler Wirkungsraum

Optimaler Wirkungsraum [1]

- Links und rechts: $1/2$ Emblem-Durchmesser
- Oben und unten: $1/3$ Emblem-Durchmesser

Minimaler Wirkungsraum [2]

Im Falle geringer Platzverhältnisse oder Einschränkungen durch vorgegebene Layouts und Raster kann das Emblem mit minimalem Wirkungsraum eingesetzt werden:

- Links und rechts: $1/4$ Emblem-Durchmesser
- Oben und unten: $1/4$ Emblem-Durchmesser

Sonderfälle

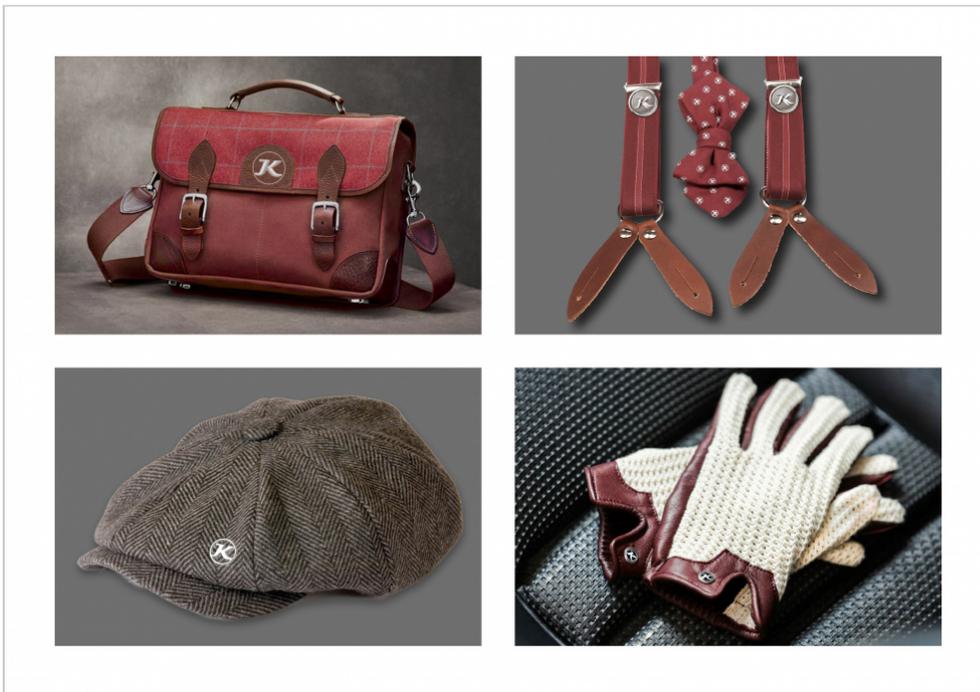
Für SetraClassic Accessoires mit eingeschränkten Platzverhältnissen sind Ausnahmen definiert oder müssen von Fall zu Fall entschieden und technisch aufbereitet werden, hierzu nehmen Sie bitte Kontakt mit BUS/MPM-C auf.

Accessoires

Kennzeichnung von Werbeartikeln

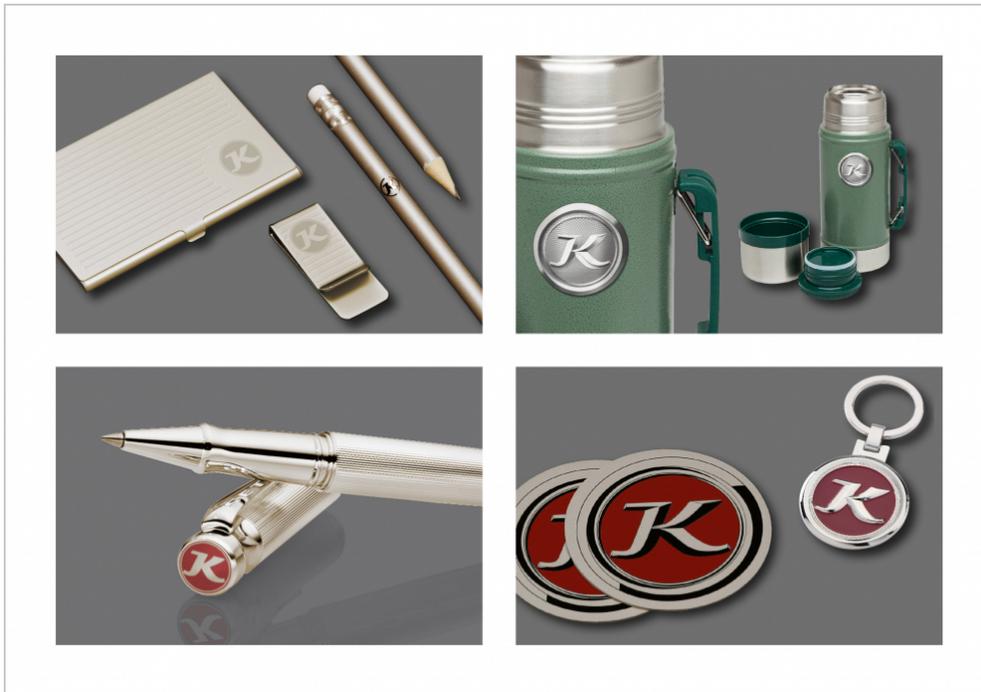
Die Verwendung des Kässbohrer-K in jeglicher Form ist auf Werbemitteln nur dann

erlaubt, wenn der Werbeartikel eindeutig der SetraClassic-Kollektion zuzuordnen ist. Dies ist dann der Fall, wenn es sich um eine Replik oder ein Produkt mit eindeutig historischem Bezug bzw. ein Zitat (Retro-Stil) handelt. Eine mit dem Kässbohrer-K versehene Powerbank wäre also z.B. nicht erlaubt. Die zusätzliche Verwendung des Setra Kommunikationslogos auf einem Werbeartikel ist möglich, jedoch im Einzelfall zu prüfen. Voraussetzung ist, dass der Platz dafür gestalterisch ausreicht und die grafische Qualität im Sinne des Retro-Stils nicht darunter leidet. Kässbohrer-K und Kommunikationslogo dürfen sich jedoch nicht auf einer Sichte Ebene befinden.



Die SetraClassic Accessoires: Kennzeichnung von Werbeartikeln

Eine Nutzung des Setra Markenlogos und des Kässbohrer-K über die im Corporate Design hinterlegten Regelungen hinaus erfordert eine Einzelprüfung durch BUS/MPM-C.

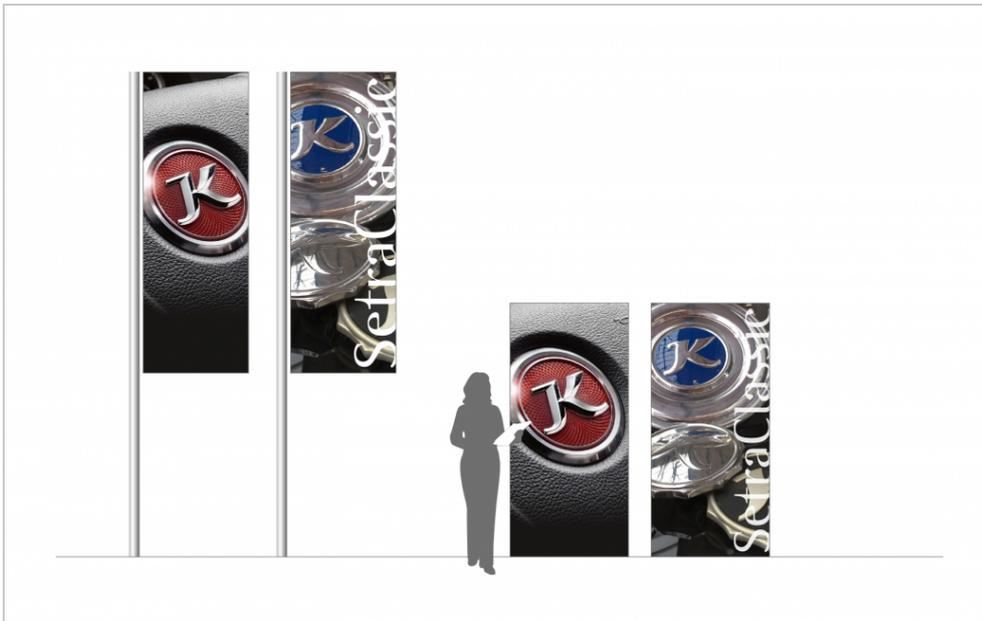


Die SetraClassic Accessoires: Kennzeichnung von Werbeartikeln

Gestaltung in Ausstellungsräumen und bei Events

Fahnen und Roll-ups

Neben der SetraClassic Fahne kann eine »Motiv-Fahne« oder ein »Motiv-Roll-up« zur Unterstützung der Aussage SetraClassic eingesetzt werden. Beide können das Kässbohrer-K zeigen, jedoch ausschließlich als Bestandteil eines Bildes/Motivs, nicht als reine Abbildung eines Logos. Eine Kombination von SetraClassic Schriftzug und Bild ist dabei ebenfalls möglich.

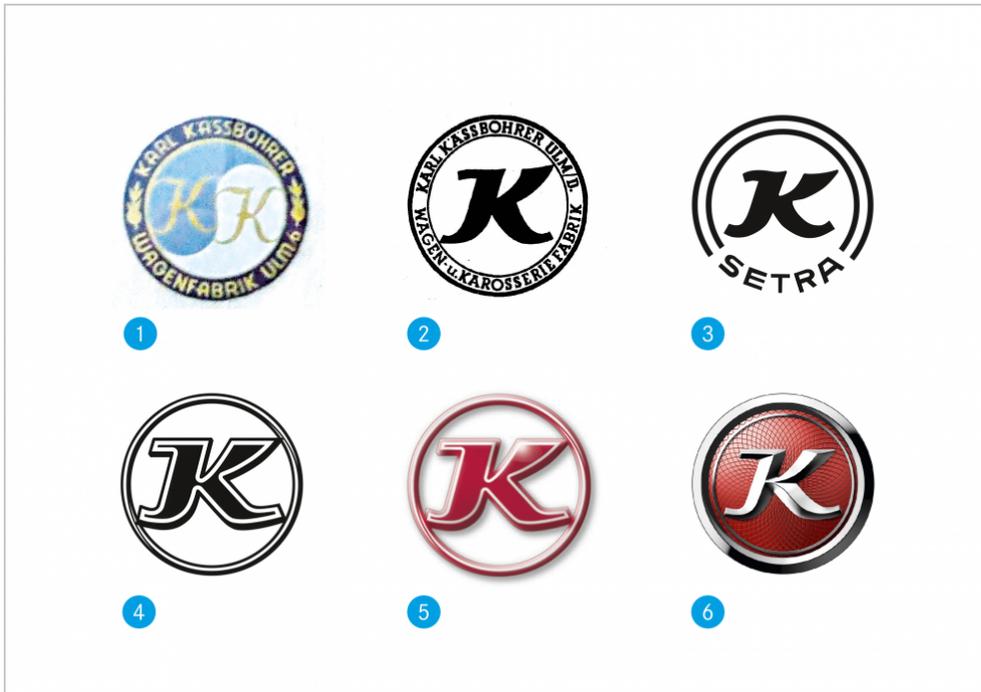


Gestaltung in Ausstellungsräumen und bei Events: Fahnen und Roll-ups

Das Kässbohrer-K darf nicht als Absender der Kommunikation verwendet werden (klassischer Logo-Einsatz). Ein Grund dafür ist, dass ein anderes Unternehmen – die Kässbohrer Geländefahrzeug AG – ein Kässbohrer-K als Markenlogo einsetzt. Alle logo- und absendertypischen Einsätze und Platzierungen sind daher zu vermeiden. Das gilt für den Printbereich ebenso wie für digitale Medien, Messen und Ausstellungen. Absender der Kommunikation ist immer die Marke Setra.

Historische Varianten des Kässbohrer-K

Unterschiedliche Produkte und Anwendungen führten im Lauf der Jahrzehnte zu eigenen Ausprägungen des Kässbohrer-K. Einige davon sind auf dieser Seite zu sehen. Diese Logo-Formen dürfen kommunikativ nur im Zeitkontext verwendet werden. So sind sie auf Werbeartikeln oder zu anderen Werbebezwecken nur dann zulässig, wenn sie Teil eines Motivs sind, z. B. einer historischen Fotografie oder Illustration.



- [1] Historisches Kässbohrer-K Wagenfabrik Ulm, ca. 1935
- [2] Historisches Kässbohrer-K Eingetragenes Markenzeichen ca. 1950
- [3] Historisches Kässbohrer-K mit integriertem Setra-Schriftzug ca. 1950
- [4] Historisches Kässbohrer-K ca. 1960
- [5] Historisches Kässbohrer-K im Einsatz bis 2010
- [6] Kässbohrer-K 2011 bis heute

Generell darf das Kässbohrer-K – ob in der modernen Form oder in historischen Varianten – **niemals als Absender der Kommunikation** verwendet werden. **Absender der Kommunikation ist immer die Marke Setra.**

Zeitgenössische Umsetzungen bei Kennzeichnung von Werbeartikeln

Die Abbildung zeigt den möglichen Einsatz des Kässbohrer-K bei einer Busmodell-Verpackung mit zeitgenössischem Logo.

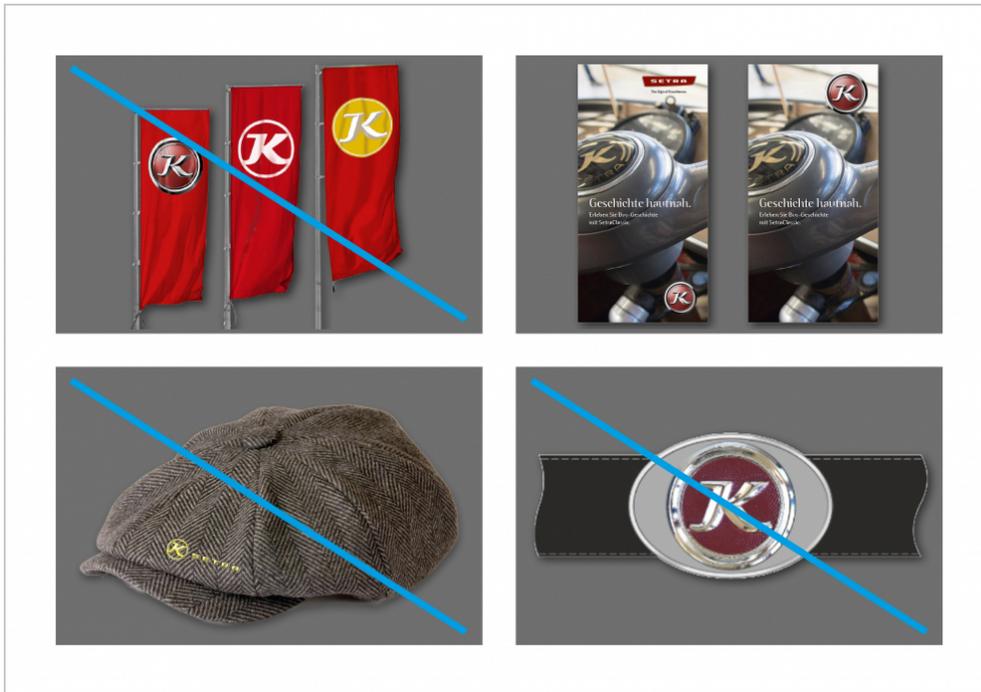


Zeitgenössische Umsetzungen bei Kennzeichnung von Werbeartikeln

Auf jeglichen Kommunikationsmaterialien wie z. B. Broschüren, Fahnen oder auch Verpackungen ist ein Kässbohrer-K – ob in moderner oder historischer Form – grundsätzlich nur dann zulässig, wenn es Bestandteil einer Illustration, eines Fotos oder einer Grafik ist.

Beispiele für nicht zulässige Anwendungen

Die Abbildungen zeigen unzulässige Anwendungen des Kässbohrer-K auf Fahnen oder Bannern, den unzulässigen Einsatz auf ovalen oder unförmigen Werbeartikeln sowie den nicht erlaubten Einsatz eines historischen Kässbohrer-K als Markenlogo.



Nicht zulässige Anwendungen: Beispiele

Das Kässbohrer-K darf in seinen Proportionen nicht verändert werden. Das Kippen, Verzerren, Umfärben oder sonstige Modifikationen des Emblems sind ebenso unzulässig.