

DAIMLER TRUCK

18. Februar 2024

Markenlogo



Seit Jahrzehnten steht das Setra Logo in verschiedenen Gestaltungsformen für Innovationsgeist, Kompetenz und Qualität im Omnibusbau. Es wurde im Laufe der Zeit behutsam überarbeitet und neuen technischen Anforderungen angepasst. Als Schriftzug findet es sich bis heute auf jedem Setra Bus.

Aus dem Markenschriftzug [2] wurde 2011 das Markenlogo [1] neu entwickelt. In seiner Form lehnt es sich an die vorhergehenden Logos und die Formensprache der Kühlergrillgestaltung an. Markenschriftzug und Markenlogo werden heute teilweise nebeneinander eingesetzt. So wurde der Markenschriftzug auf roter Fläche für den Einsatz der Begegnungskommunikation als gleichberechtigtes Kennzeichnungselement definiert. Dies erfordert allerdings einen sehr stringenten und beschränkten Einsatz des Markenschriftzugs.

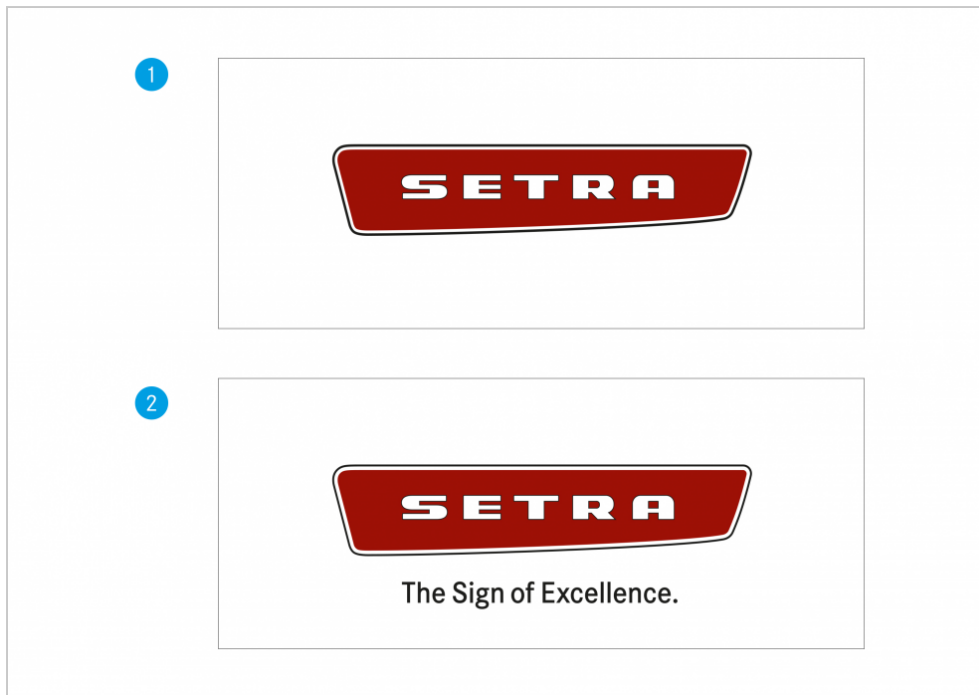


[1] Markenlogo

[2] Markenschriftzug

Markenschriftzug und Markenlogo werden heute teilweise nebeneinander eingesetzt. So wurde der Markenschriftzug auf roter Fläche für den Einsatz der Marke im Raum als gleichberechtigtes Kennzeichnungselement definiert. Dies erfordert allerdings einen sehr stringenten und beschränkten Einsatz des Markenschriftzugs.

Das Setra Markenlogo wird hauptsächlich auf Werbematerialien und Geschäftsdrucksachen eingesetzt. Der Claim »The Sign of Excellence« bringt die Setra Markenpositionierung emotional, kurz und merkfähig auf den Punkt. Markentypisch unterstreicht er unseren Anspruch und unser Leistungsversprechen, mit exzellenten Produkten zu begeistern und höchste Kundenansprüche zu erfüllen. Dabei spiegelt er die Faszination unserer Produkte wider und rückt Werte wie Perfektion, Ästhetik und Leidenschaft in den Vordergrund.



[1] Markenlogo ohne Claim

[2] Markenlogo mit Claim

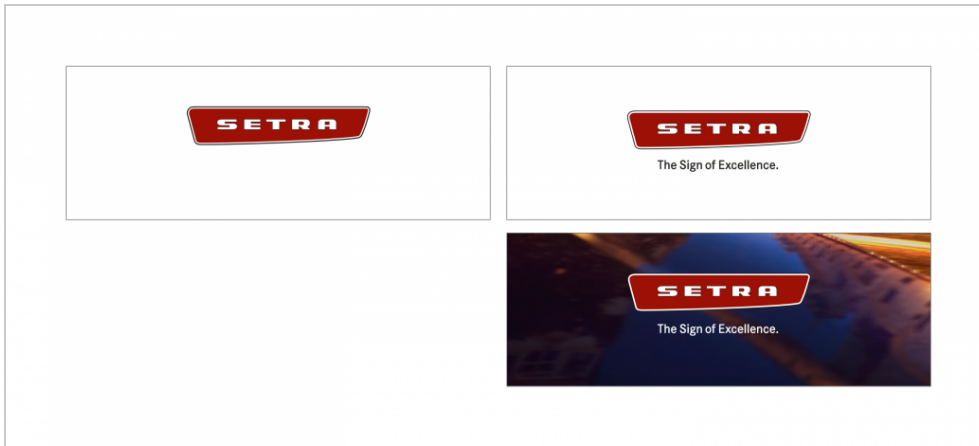
Das Setra Markenlogo ist nicht veränderbar! Es darf nur nach den Vorgaben in den veröffentlichten Design Manuals eingesetzt werden. Der Einsatz des Markenlogos mit Claim ist nur in bestimmten werblichen Anwendungen zulässig.

Varianten

Markenlogo ohne Claim und mit Claim

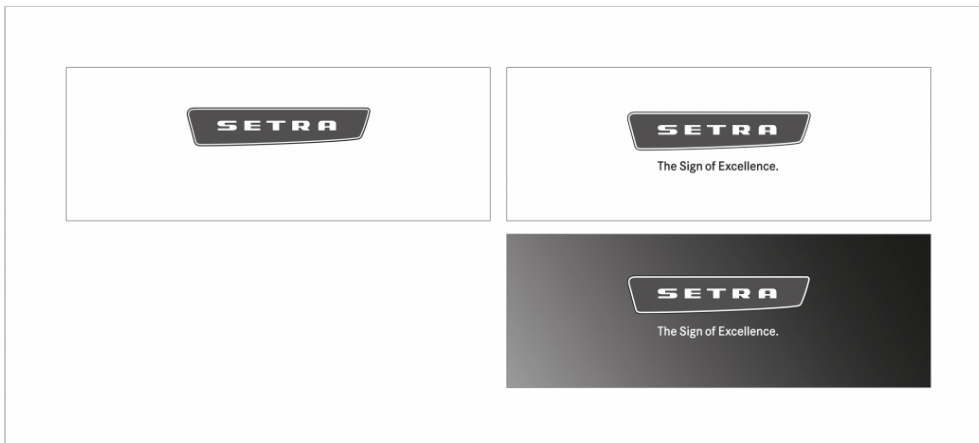
Das farbige Markenlogo ist so wie alle seine Varianten unveränderlich und darf nur in der hier gezeigten Form verwendet werden. Die Pantone-Variante ist generell der 4c-Version vorzuziehen, soweit dies produktionstechnisch machbar ist.

Das Markenlogo bildet zusammen mit dem Setra Claim eine feste Wort-Bild-Marke und ist als solches in all seinen Varianten unveränderbar. Dies betrifft auch die Abstände und Größenverhältnisse der Elemente zueinander. Das Logo darf also nur in der hier gezeigten Form verwendet werden. Der Markenclaim schließt mit einem Punkt ab und wird in Verbindung mit dem Markenlogo in gemischter Schreibweise gesetzt.



Markenlogo ohne und mit Claim (Farb-Umsetzung in 4c/Pantone)

Das Markenlogo in der Graustufen-Variante ohne oder mit Claim wird für Kommunikationsmittel verwendet, die nur in Schwarz-Weiß umgesetzt werden können.



Markenlogo ohne und mit Claim (Graustufen-Umsetzung in 1c)

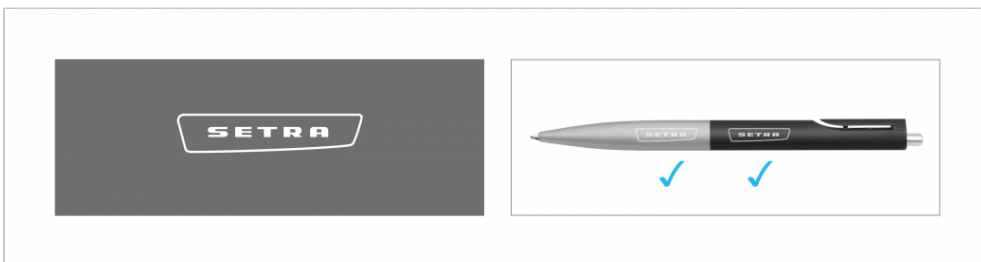
Das Markenlogo ohne und mit Claim als Schwarzweiß-Strich-Umsetzung wird nur dann verwendet, wenn es die technischen Begebenheiten erfordern, oder eine bessere Lesbarkeit gewährleistet wäre.



Markenlogo ohne Claim (Schwarzweiß-Strich-Umsetzung in 1c)

Das Setra Markenlogo in der Maskenversion wird ausschließlich auf Merchandisingartikeln/3D-Werbemitteln u. Ä. eingesetzt. Der Einsatz auf Broschüren, Anzeigen, Postern etc. ist ausgeschlossen. Hinsichtlich seiner Farbe sind nur Weiß, Silber und Grautöne gestattet. Da dieses Logo kaum Untergrund des Bedruckstoffes abdeckt und eine Invertierung des Logos in jedem Fall zu vermeiden ist, ist darauf zu achten, dass der Farbwert der Druckfarbe immer heller ist als der zu bedruckende Untergrund.

Das Logo ist auch für Ätzung, Stick, Spotlackierungen, Matt-, Glänzendeffekte und Satinierung u. Ä. zu verwenden. Bei den hier genannten Anwendungen des Logos ist der Einsatz des Markenclaims ausgeschlossen.

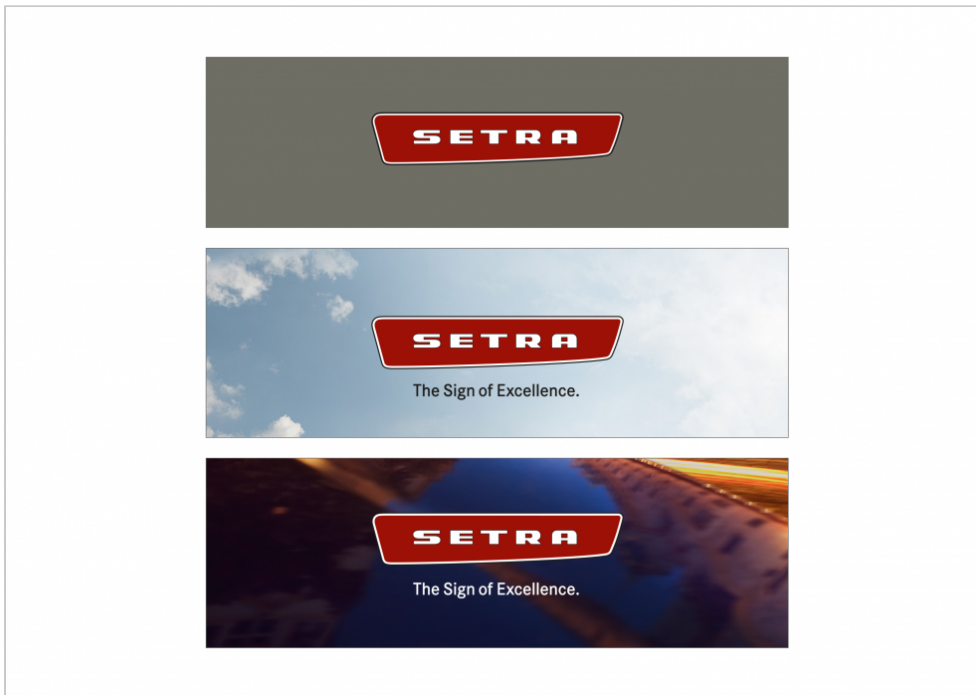


Markenlogo ohne Claim (Maskenversion in 1c)

Verwendung

Das Markenlogo wird vorzugsweise auf der Sekundärfarbe »Grau« oder auf Grautönen platziert. Eine Platzierung auf Buntfarben ist mit der Zentrale abzustimmen. Wird das Markenlogo auf einem Bild platziert, ist für eine ruhige Struktur und wenig Kontrast

innerhalb des Schutzraumes zu sorgen. Wird das Markenlogo mit Claim eingesetzt, ist sowohl im Falle einer Platzierung auf einer Farbfläche als auch auf einem Bild genau abzuwägen, ob der Claim positiv schwarz oder negativ weiß verwendet wird. In beiden Fällen ist für eine gute Lesbarkeit zu sorgen.



Das Markenlogo ohne und mit Claim kann sowohl auf Farbflächen, als auch auf Bildern eingesetzt werden.

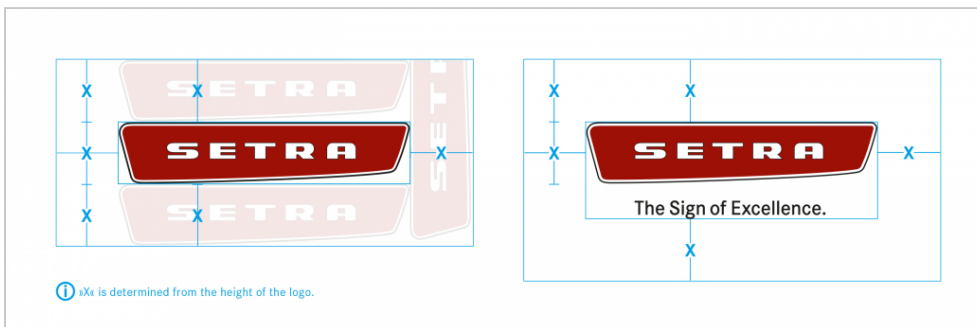
Die Proportionen des Markenlogos dürfen nicht verändert werden. Es darf weder gezerrt noch gedreht werden, es darf nicht durch andere Elemente verfremdet, angeschnitten oder als Muster eingesetzt werden. Die Graustufenversion des Markenlogos darf nicht in einem farbigen Umfeld stehen.

Die Farbvariante, sowie die Graustufenvariante des Markenlogos (mit und ohne Claim) darf nicht unter 36 mm Breite eingesetzt werden. Die Outline-Version darf nicht positiv (z. B. schwarz) auf einem helleren Untergrund stehen und darf nicht farbig eingesetzt werden (außer Weiß und Silber sind hier keine Farben zulässig).



Schutzraum

Um das Markenlogo herum ist ein Schutzraum einzuhalten, in den keine Schriftelemente, Bilder oder andere Elemente hineinragen dürfen. Der Schutzraum um das Markenlogo entspricht der Höhe des Logos. Diese ist zugleich der Mindestabstand zum oberen Formatrand (z. B. Seitenrand). Beim Markenlogo mit Claim entspricht der Schutzraum der Höhe des Markenlogos ohne Claim.



Schutzraum des Markenlogos ohne und mit Claim

»X« ergibt sich aus der Höhe des Logos.

Einsatz des Markenclaims

Unser Claim »The Sign of Excellence« spiegelt den hohen Anspruch der Marke Setra wider. Um diesen Anspruch in der Kommunikation deutlich sichtbar herauszustellen, setzen wir den Claim in vielen Kommunikationsmedien und -kanälen ein. Der nebenstehenden Übersicht können Sie entnehmen, wo genau er verwendet wird und wo nicht. Der Einsatz des Markenclaims durch Externe ist grundsätzlich ausgeschlossen. Weiterführende Informationen erhalten Sie bei BUS/MPM-C.

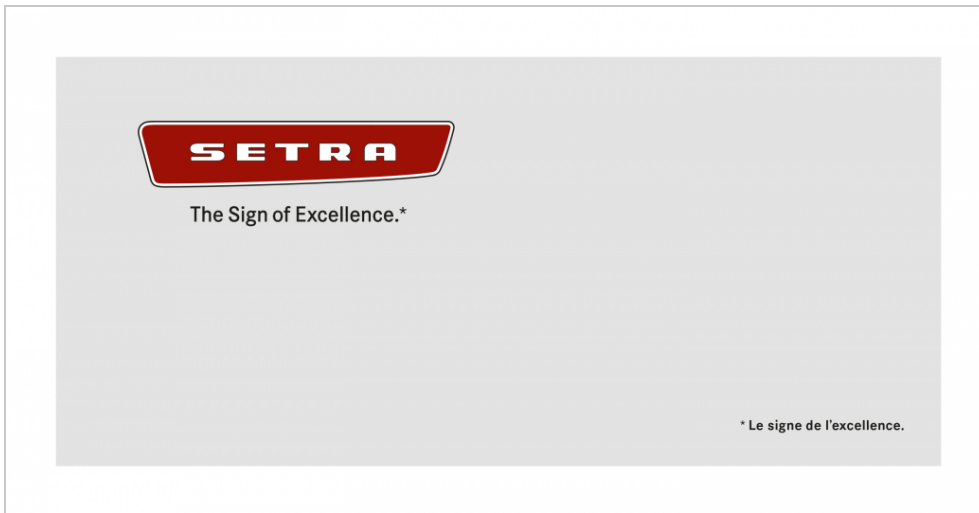
Anwendung	mit Claim	ohne Claim
Produktbroschüren, Folder, technische Daten	•	
Produkt- Image und Einführungsanzeigen	•	
Plakatwände und Großplakate	•	
Präsentationen (nur Titelfolie)		•
Offizielle Produkt- und Markenfilme, Bordfilm	•	
Markenmagazin (Rückseite)	•	
Internet	•	
Handelsmarketing und Sponsoring		•
Werbeartikel (Fahrzeugmodelle, Setra Collection, etc.)		•
Produktposter	•	
Kalenderprodukte	•	
Filme und Animationen zur technischen Information und zum Training		•
Interne Kommunikation		•
Geschäftsausstattung		•
Flyer, Mailings, Einladungen	•	
Messen/Ausstellungen, z. B. Nutzfahrzeug-IAA ¹		
Give-aways/Werbemittel		•
Außenkennzeichnung		•
Fahrzeugbeschriftung ²		

¹ Begegnungskommunikation/Außenkennzeichnung

² Abstimmung mit Zentrale erforderlich

Einsatz des Markenlogos mit Claim für Frankreich

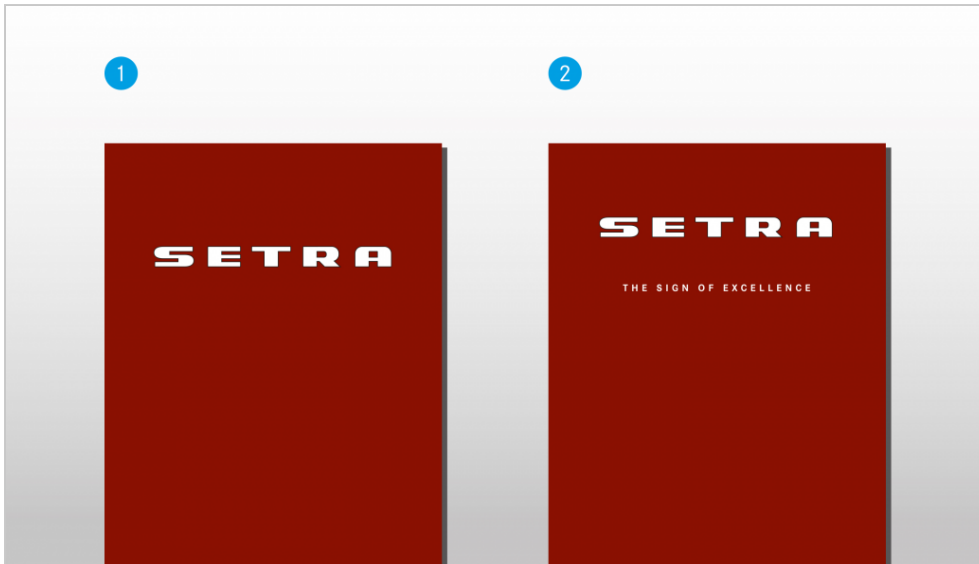
Für den »Einsatz des Markenlogos mit Claim in Frankreich bzw. in französischsprachigen Kommunikationsmitteln muss der Claim auch in der Landessprache wiedergegeben werden. Daher wird der Claim »The Sign of Excellence.« mit einem Sternchen versehen, und die französische Übersetzung »**Le signe de l'excellence.**« als Fußnote idealerweise am unteren Formatrand platziert.



Markenlogo mit Claim für Frankreich

Markenschriftzug

Beim Setra Markenschriftzug handelt es sich um das Wort »Setra« in der Form, wie es innerhalb des Setra Markenlogos zu sehen ist. Sein Einsatz ist eng begrenzt. Außer in und auf Setra Fahrzeugen wird er nur zur Markenkennzeichnung im architektonischen Umfeld benutzt – etwa in der Messegestaltung ([Begegnungskommunikation](#)) oder an Gebäuden ([Außenkennzeichnung](#)). **Ein Einsatz auf Werbematerialien ist ausgeschlossen.**



[1] Markenschriftzug auf Markenpylon

[2] Markenschriftzug mit Claim auf Markenpylon

Der Setra Markenschriftzug wird stets »monolithisch« eingesetzt. D. h. er steht ohne oder mit Claim – unter Berücksichtigung seines Schutzraums ([Begegnungskommunikation](#)) und ohne zusätzliche Gestaltungselemente (Text oder Bild) – auf einem eigenständigen, ausschließlich roten Untergrund. Bei der Anwendung mit Claim wird der Markenclaim versal und ohne abschließenden Punkt gesetzt. Dadurch lässt sich z. B. eine hohe Fernwirkung erreichen. **Ein Mix mit dem Markenlogo muss vermieden werden.**

Konzernhinweis (Endorsement)

Der Konzernhinweis (Endorsement) »Setra – Eine Marke der Daimler AG« muss auf sämtlichen Kommunikationsmedien sowie allen Elementen der Geschäftsausstattung erscheinen:

Sprache	Konzernhinweis
English	Setra – A Daimler Brand
Français	Setra – Une marque de Daimler
Español	Setra – Una marca de Daimler AG
Português	Setra – Uma marca da Daimler

Italiano	Setra – Un marchio Daimler AG
Türkçe	Setra – Bir Daimler markası
Dansk	Setra – Et Daimler mærke
Nederlands	Setra – Een merk van Daimler AG
Svensk	Setra – Ett varumärke inom Daimler

Nomenklatur

Richtige Schreibweise des Markennamens

Der Name »Setra« wird niemals in Großbuchstaben gesetzt. Einzige Ausnahme bildet der Markenschriftzug.

Wortkombinationen mit Setra

Setra Wortkombinationen und Eigennamen (s. u.) werden grundsätzlich mit einem Leerzeichen nach »Setra« und ohne Bindestrich geschrieben; dies gilt auch beim adjektivischen Gebrauch, z.B. Setra Busse, Setra Busse, Setra Kunden oder Setra eigene Fertigung. Auch Setra Wortkombinationen mit drei Wörtern werden ohne Bindestrich und auseinander geschrieben, z.B. Setra Grand Prix.

Fahrzeugtypen

Bei Bezeichnungen von Fahrzeugtypen werden die einzelnen Elemente (Buchstaben- und Zahlengruppen) jeweils durch ein Leerzeichen getrennt, z.B. S 515 HD, S 416 UL business etc.

Setra Eigennamen

Bei Setra Eigennamen aus zwei Wörtern wird jedes Wort mit großen Anfangsbuchstaben geschrieben, und der Wortabstand entfällt. **Nur die hier aufgeführten sind Eigennamen:** TopClass, ComfortClass, MultiClass, SetraShow. »SetraWorld« wird ohne Wortabstand geschrieben, wenn das Markenmagazin gemeint ist. Zu beachten sind auch weitere besondere Schreibweisen spezifischer Setra Begriffe wie z.B. Setra KundenCenter.

Feststehende Begriffe

Die aufgeführten Begriffe dürfen ausschließlich in der hier dargestellten Weise gesetzt werden. Bei Unklarheiten bzw. weiteren Begriffen können Sie im Online-Portal »PIT Setra« nachschlagen.

Sicherheitsausstattung

Antiblockiersystem (ABS)
Antriebsschlupfregelung (ASR)
Bremsassistent (BAS)
Dauerbremslimiter (DBL)
Elektropneumatisches Bremssystem (EBS)
Elektronisches Stabilitätsprogramm (ESP)
Front Collision Guard (FCG)
Überrollfestigkeit nach ECE-R66.02
Active Brake Assist 4 (ABA 4)
Abstandsregeltempomat (ART)
Attention Assist (AtAs)
Spurassistent (SPA)
Tire Pressure Monitoring (TPM)
Advanced Emergency Braking System (AEBS)

Wirtschaftlichkeit

Predictive Powertrain Control (PPC)
Eco Driver Feedback (EDF)

Bestuhlungen

2+1-Bestuhlung Setra Ambassador
Setra Voyage Ambassador Setra Voyage Plus
Setra Voyage Setra Route Setra Transit

Sonstiges, weitere Beispiele

business-Modelle
H-Modelle/UL-Modelle
Der ComfortClass MD
TopSky Panorama Untersitz-Gebläseheizung
Multi Function Key
Coach Multimedia System (CMS)
Cockpit Comfort

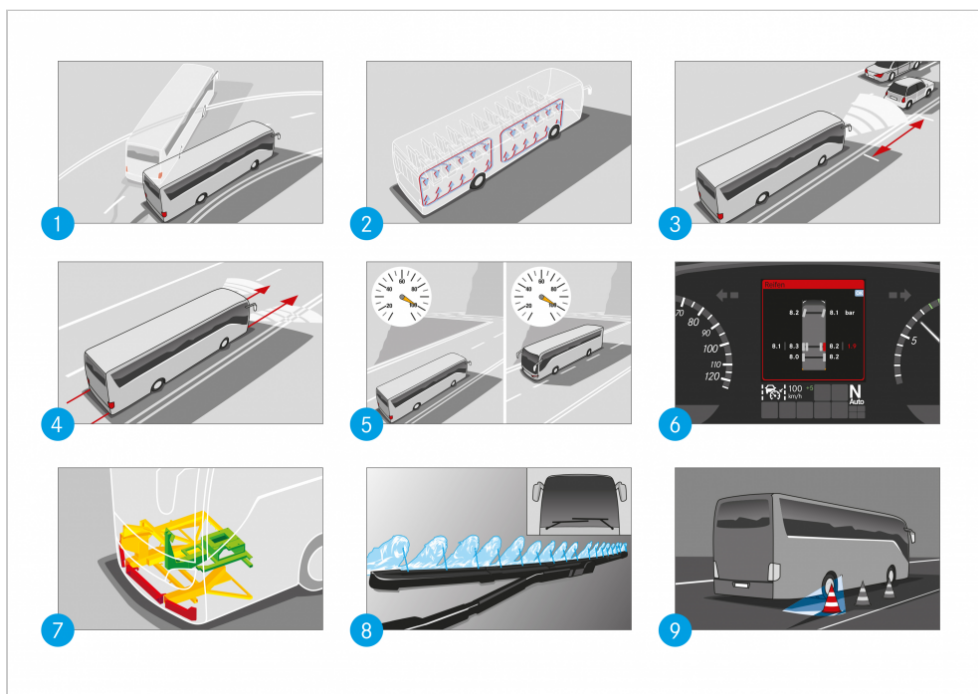
Total Cost of Ownership (TCO)
BlueEfficiency Power
Euro VI
Euro-VI-Motor

Technologiebegriffe

BlueTec ESP
AquaBlade

Infografiken und Busvignetten

Infografiken, z. B. zu Sicherheitssystemen, werden zentral erstellt und stehen als Vektordatei zur Verfügung.

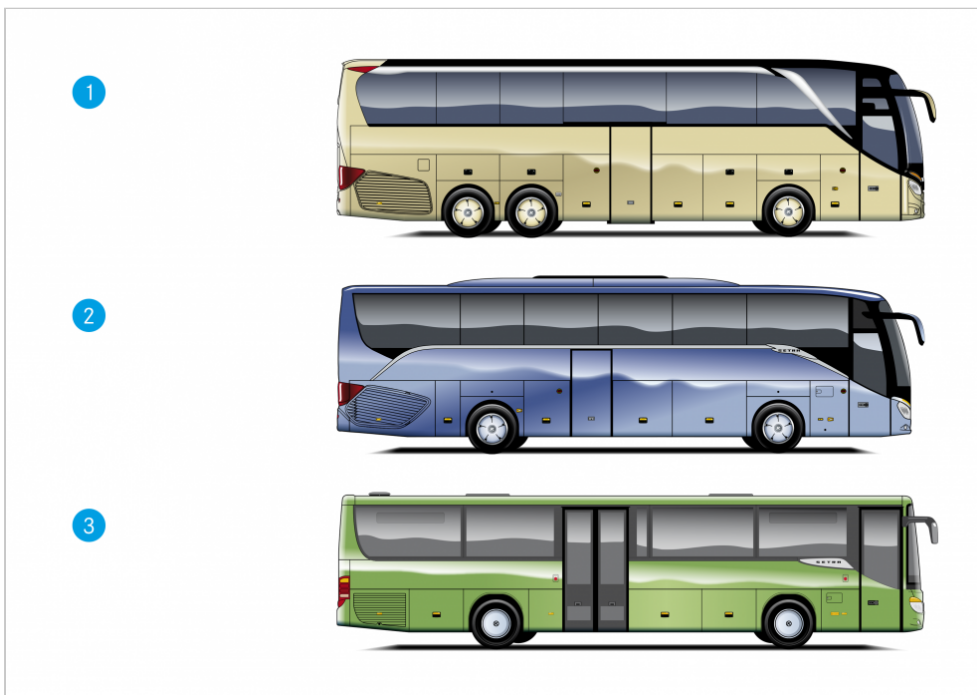


- [1] Elektronisches Stabilitätsprogramm (ESP)
- [2] Innenraum-Luftzirkulation
- [3] Abstandsregeltempomat (ART)
- [4] Spurassistent (SPA)
- [5] Dauerbremslimiter (DBL)
- [6] Tire Pressure Monitoring (TPM)
- [7] Front Collision Guard (FCG)
- [8] AquaBlad
- [9] Fahrzeugumgebungs-Beleuchtung (FUB)

Beispiele für Infografiken:

- Abbiegelicht
- Abstandsregeltempomat (ART)
- Active Brake Assist 4 (ABA 4)
- Spurassistent (SPA)
- Dauerbremslimiter (DBL)
- Elektronisches Stabilitätsprogramm (ESP)
- Innenraum-Luftzirkulation
- Tire Pressure Monitoring (TPM)
- Kneeling
- Stabiler Rohbau
- Front Collision Guard (FCG)
- AquaBlade Scheibenwischer
- Fahrzeugumgebungs-Beleuchtung (FUB)
- Heizung und Klimatisierung

Busvignetten für die 400er- und 500er-Baureihe werden zentral erstellt und stehen als Vektordatei zur Verfügung. Die Busvignetten werden in der für ihre Klasse festgelegten Farbe dargestellt. Die Farbkodierung der Busklassen darf nicht verändert werden.



[1] TopClass

[2] ComfortClass

[3] MultiClass