

Audi
Club International



Audi Club International

Corporate Design Richtlinie

Corporate Branding | Audi Club International
Stand: 05/2014

Inhalt

Einleitung	
Grundregeln der Gestaltung	3
<hr/>	
Die Wortmarke	
1.0 Die Wortmarke „Audi Club International“	4
1.1 Varianten	4
1.2 Farbvarianten	5
1.3 Die „Audi Club International“ Wortmarke im Kontext der Audi Ringe	6
1.4 Schutzzone	6
2.0 Die „Audi Club International“-Ländervarianten	7
2.1 Die „Audi Club International“ Ländervarianten	7
2.2 Die „Audi Club International“ Ländervarianten-Signet	8
2.3 Varianten	9
2.4 Farbe	9
<hr/>	
Produktion	
3.0 Bürokommunikation	10
3.1 Briefbogen	10
3.2 Visitenkarte	11
3.3 E-Mail-Signatur	13
4.0 Digitale Medien	14
4.1 Web-Auftritt	14
5.0 Werbemittel	15
5.1 Textilien	15
5.2 Lanyard	17
5.3 Fahnen und Tischaufsteller	18
5.4 Banner	20
<hr/>	
Die wichtigsten Regeln	21
<hr/>	
Downloads	22
<hr/>	
Allgemeine Hinweise	22
<hr/>	

Einleitung

Grundregeln der Gestaltung

Als erfolgreiches und effizientes Marketinginstrument stellt der Audi Club International einen unvergleichlichen Erlebnisfaktor dar, der die Markenwerte optimal widerspiegelt und zur Stärkung des Images beiträgt.

Die Audi Clubmitglieder sind eine Allianz von Freunden, Botschaftern und leidenschaftlichen Interessensvertretern der Marke. Der Audi Club International repräsentiert die Interessen aller Clubs der Marken Audi, Auto Union, DKW, Wanderer, Horch und NSU.

Die Mitglieder des Audi Club International vertreten durch ihr Engagement die emotionalen Werte und durch ihr Gemeinschaftsgefühl die Leidenschaft für die Marke.



Die wichtigsten Regeln und Hinweise für den visuellen Auftritt des jeweiligen „Audi Club International“:

► **Die Wortmarke „Audi Club International“**

Die Wortmarke wird zweizeilig in der Audi Type gesetzt, wobei „Audi“ in dem Schriftschnitt Extended Bold und „Club International“ in Extended Normal wiedergegeben wird. Der Schriftzug „Audi“ ist ein fester Bestandteil der Wortmarke. Sie steht stets in Kombination mit den Audi Ringen.

► **Audi Club Länderverbände**

Bei den Wortmarken der Länderverbände wird das jeweilige Land in der dritten Zeile in der Audi Type Extended Normal gesetzt.

► **Audi Corporate Design Richtlinien**

Die Audi Corporate Design Richtlinien sind für den Audi Club International verbindlich. Alle Richtlinien stehen im Audi Corporate Design Portal zum Download zur Verfügung.

► **Produktion**

Für den Druck der Wortmarke stehen EPS-Dateien in Sonderfarbe und 4C-Skalenfarbe für PC und Macintosh zur Verfügung.

Audi
Club International



Audi
Club International
Musterland






Die Wortmarke

1.0 Die Wortmarke „Audi Club International“

1.1 Varianten

- Die Wortmarke „Audi Club International“ wird ausschließlich in der Audi Type Extended gesetzt.
- Sie steht in der Regel linksbündig und zweizeilig.
- Sie erscheint in einheitlicher Schreibweise und beginnt immer mit dem roten Audi Schriftzug.
- Die Wortmarke gibt es in zwei Varianten: mit einer empfohlenen und einer frei wählbaren Schriftgröße.
- Sie ist für unterschiedliche Hintergründe definiert.
- Neben dem Audi Markenzeichen sind keine konkurrierenden Logos vorgesehen. Dies gilt auch für Marken innerhalb des Volkswagen Konzerns – als Ausnahme gelten die speziellen Club Logos.

Audi
Club International

Zeichen Grundversionen	Einsatz	Pantone Sonderfarben	4C-Skalenfarben	Weiß
	auf hellem Grund bzw. Audi 4C Verlauf im hellen Bereich	Audi_CI_SC_pos.eps	Audi_CI_4C_pos.eps	
	auf dunklem Grund bzw. Audi 4C Verlauf im dunklen Bereich	Audi_CI_SC_W.eps	Audi_CI_4C_W.eps	
	auf rotem Untergrund			Audi_CI_W.eps

CI „Club International“

SC Sonderfarbe

4C 4C Skalendruck (Vierfarbdruck)

W negativ weiße Version

1.2 Farbvarianten

- ▶ Bei einer Anwendung in 4C/SC wird „Audi“ in Audi Rot (CMYK 0/100/80/5 bzw. PANTONE® 186), der Zusatz „Club International“ in Schwarz oder Weiß gesetzt.
- ▶ Bei einer Graustufenumsetzung wird die Wortmarke in Schwarz oder Weiß gesetzt.
- ▶ Auf roten Flächen wird die Wortmarke in Weiß abgesetzt.
- ▶ Bei einer Kombination mit den Solid-Ringen wird je nach Verarbeitung/Träger die Wortmarke zwei- bzw. einfarbig gesetzt.

Weiß, Audi Aluminiumsilber (PANTONE® 877) und Rot sind die bevorzugten Hintergrundfarben für die Wortmarke „Audi Club International“.

Bei besonders großem Einsatz von Wortmarken (Versalhöhe Typografie mehr als 100 mm) gilt eine andere Definition der Farbe „Audi Rot“ (CMYK 0/100/80/20 bzw. PANTONE® 187)



PANTONE 877
 CMYK - keine Definition -
 RGB - keine Definition -
 RAL 9006
 Folie Avery 990 (3M 100-58)



PANTONE 186
 CMYK 0/100/80/5
 RGB 204/0/51
 RAL - keine Definition -
 Folie - keine Definition -



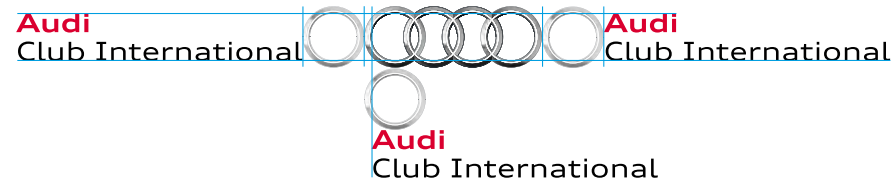
PANTONE 187
 CMYK 0/100/80/20
 RGB 170/20/45
 NCS S 1580-R
 Folie Avery 950

1.3 Die „Audi Club International“ Wortmarke im Kontext der Audi Ringe

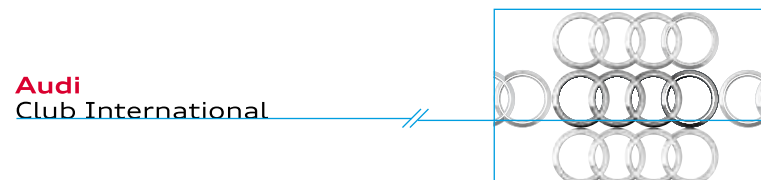
- Bei einer Ringbreite von 30 mm beträgt der empfohlene Schriftgrad 12,3 pt mit Laufweite 0 und Zeilenabstand 110 %.
- Die Schriftgröße ändert sich proportional mit der Ringgröße.
- Die Wortmarke positioniert sich in jedem Fall in einem horizontalen oder vertikalen Bezug zu den Ringen.
- Die Wortmarke ist an den Ring-Innenkanten ausgerichtet.
- Die Wortmarke steht mit mindestens einer Ringbreite Abstand links, rechts oder unter den Audi Ringen. Die präferierte Position ist jedoch links neben den Ringen. Falls ein horizontaler Bezug z.B. aus Platzgründen nicht möglich ist, kann die Wortmarke auch darunter stehen.
- Auf einem Medium finden die Audi Ringe nur einmal Verwendung – eine Doppelung ist nicht möglich.
- Die Ringe werden nie gestürzt.

1.4 Schutzzone

- Eine fest definierte Schutzzone um das Markenzeichen betont seinen Wert.
- Die Schutzzone um die Ringe beträgt eine Ringhöhe.
- Im Bereich der Schutzzone dürfen keine anderen Elemente positioniert werden.



Positionierung links, bzw. rechts neben den Ringen;
Mindestabstand: eine Ringhöhe
Sonderfall: Positionierung unter den Ringen



2.0 Die „Audi Club International“-Ländervarianten

2.1 Die „Audi Club International“ Ländervarianten

- Zu der Wortmarke „Audi Club International“ kommt in der dritten Zeile die jeweilige Länderbezeichnung hinzu.
- **Eingetragene Ländervarianten:**
 - Audi Club International Deutschland
 - Audi Club International Italia
 - Audi Club International Nederland
 - Audi Club International France
 - Audi Club International Luxembourg
 - Audi Club International Schweiz
 - Audi Club International Slowakei
- Weitere Ländervarianten müssen durch I/GP-T freigegeben werden.



Positionierung links neben den Ringen; Mindestabstand: eine Ringhöhe
Sonderfall: Positionierung unter den Ringen

Audi
Club International
Deutschland

Audi
Club International
Italia

Audi
Club International
Nederland

Audi
Club International
France

Audi
Club International
Luxembourg

Audi
Club International
Schweiz

Audi
Club International
Slovensko

Übersicht der Ländervarianten

2.2 Die „Audi Club International“ Ländervarianten-Signet

Die „Audi Club International“ Ländervarianten treten meist mit dem Signet auf – Ausnahmen müssen vorab durch I/GP-T genehmigt werden. Das Signet basiert auf der Grundversion der Audi Ringe auf weißem Hintergrund, der Wortmarke „Audi Club International“ mit Ländernamen und dem schwarzen Rahmen, der diese Elemente verbindet. Der Rahmen grenzt das Signet gegenüber anderen Elementen in der jeweiligen Anwendung ab.

Das Signet ist ein feststehendes Element, das in seiner Zusammensetzung, Farbigkeit und Proportion nicht verändert werden darf. Der sachkundige Umgang und die Auswahl der richtigen Dateivorlage haben oberste Priorität, um ein optimales Abbildungsergebnis zu erzielen

- ▶ Natürlich gilt, dass das „Audi Club International“ Ländervarianten-Signet in dem jeweiligen Medium immer möglichst prominent platziert (vorzugsweise in der oberen rechten Ecke) und möglichst in der hochwertigsten farbigen Version (am besten in Sonderfarben) gedruckt wird.
- ▶ Die konkrete Platzierung auf dem Werbeträger, die Bestimmung der optimalen Abbildungsgröße und die beste farbliche Darstellung hängen vom jeweiligen Kommunikationsmedium und den jeweiligen inhaltlichen und technischen Voraussetzungen ab.
- ▶ Bei der Platzierung auf farbigem Hintergrund wird die Abbildungsgröße des Signets optimal ausgenutzt. Der Hintergrund des Signets wird weiß ausgespart bzw. weiß gedruckt.

Generell ist auf gute Lesbarkeit sowie Fern- und Nahwirkung des Signets zu achten.

Zur leichteren Handhabung wurden Dateien mit digitalen Signetvorlagen in verschiedenen Größen- und Farbversionen und Dateiformaten erstellt, die über das Audi Corporate Design-Portal, unter Corporate Branding/Audi Club International, heruntergeladen werden können.



Die zwei zulässigen „Audi Club International“ Ländervarianten-Signets
Audi_CI_Länderkürzel-left_Signet_4C_Größe und Audi_CI_Länderkürzel-below_Signet_4C_Größe

2.3 Varianten

- ▶ Das Signet wird ausschließlich in der Audi Type Extended gesetzt.
- ▶ Es erscheint in einheitlicher Schreibweise und beginnt immer mit dem roten Audi Schriftzug.
- ▶ Das Signet ist für den empfohlenen Abstand mit einer Ringbreite angelegt.
- ▶ Mit dem Signet konkurrierende Logos oder Produktmarkenzeichen werden nicht eingesetzt – als Ausnahme gelten die speziellen Club Logos.
- ▶ Das Signet ist für den Einsatz auf jedem Hintergrund gleich.
- ▶ Es steht immer auf weiß und wird durch einen schwarzen Rahmen begrenzt. Der Rahmen beträgt bei einer Ringbreite von 30 mm eine Strichstärke von 0,75 pt.

2.4 Farbe

- ▶ Bei einer Anwendung in 4C/SC wird „Audi“ in Audi Rot (CMYK 0/100/80/5 bzw. PANTONE® 186), der Zusatz „Club International Land“ in Schwarz gesetzt.
- ▶ Bei einer Graustufenumsetzung wird die Wortmarke in Schwarz gesetzt.



Der Abstand zwischen der Wortmarke und den Ringen beträgt in der Regel eine Ringbreite.
Der Abstand zum Rahmen beträgt eine halbe Ringbreite.

Produktion

3.0 Bürokommunikation

3.1 Briefbogen

1 Audi Markenzeichen

Das Audi Markenzeichen (Ringe) steht oben rechts an fester Position. Neben dem Audi Markenzeichen sind keine konkurrierenden Logos vorgesehen.

2 Audi Club International (Musterland) Wortmarke

Die Wortmarke wird links oben in der Geschäftsausstattung oberhalb der Postrücklaufadresse gesetzt. Sie wird in Schwarz und Rot gesetzt.

3 Postrücklaufadresse

Die Postrücklaufadresse steht im Adressfeld. Ihre maximale Breite beträgt 78 mm.

4 Absenderdaten des Audi Club International (Musterland)

Die Struktur der Absenderdaten ist entsprechend dem vermaßten Musterbriefbogen beizubehalten und durch die unternehmensspezifischen Daten zu ersetzen (Zahlen als Proportionale Versalziffern).

Weiterführende Informationen zum Thema Audi Geschäftsdrucksachen finden Sie im Audi Corporate Design Portal, unter www.audi.com/cd, im Bereich Bürokommunikation – analog Audi Zentren.

Das Diagramm zeigt zwei Ansichten eines Briefbogens. Die linke Ansicht ist eine schematische Darstellung mit vier Markierungspunkten (1-4) und horizontalen gestrichelten Linien, die die Positionen der Elemente angeben. Die rechte Ansicht ist eine detaillierte Darstellung des Briefbogens mit den folgenden Inhalten:

- 1** Audi Markenzeichen (Ringe) oben rechts.
- 2** Audi Club International (Wortmarke) oben links.
- 3** Postrücklaufadresse: Audi Club International - Musterstraße 12 - 12345 Musterstadt.
- 4** Absenderdaten des Audi Club International (Musterland) unten rechts, bestehend aus:
 - Audi Club International Rechtsform Gesellschaft
 - Musterstraße 12
 - 12345 Musterstadt
 - Musterland
 - Telefon +49 00 1234567
 - Telefax +49 00 1234567
 - www.audi-club-international.de
 - Registriergericht Musterstadt
 - HRB 00000
 - Geschäftsführer Alfred Mustermann
 - Muster Bank eG
 - BLZ 00000000
 - Konto 00000000
 - Musterbank Musterstadt
 - BLZ 00000000
 - Konto 00000000

Im unteren rechten Bereich des Briefbogens steht:

**Briefbogen
Audi Club International
und Landesverband**

3.2 Visitenkarte

Auf Visitenkarten wird nur das Audi Markenzeichen mit der Wortmarke eingesetzt. Andere Logos dürfen nicht abgebildet werden. Die Position und Schreibweise des Adressblocks sind fest definiert.

Visitenkartenformate

Standardkarte zweiseitig: 85 x 54 mm

Standardkarte

1 Audi Markenzeichen

Die Audi Ringe stehen links mit einer Breite von 25 mm (25 %).

2 Audi Club International (Musterland) Wortmarke

Die Wortmarke steht neben dem Audi Markenzeichen. Es ist an den Innenkanten der Ringe ausgerichtet und steht linksbündig mit den Absenderdaten. Die Wortmarkenbreite beträgt 39 mm (24,5%). „Audi“ wird in Audi Rot (PANTONE® 186) und der Zusatz „Club International (Musterland)“ in Schwarz gesetzt.

3 Name

Schriftart: Audi Type Extended Bold, Schriftgröße: 6,5 pt, Zeilenabstand: 9 pt

4 Titel und Funktionsbezeichnung

Schriftart: Audi Type Normal, Schriftgröße: 6,5 pt, Zeilenabstand: 9 pt.

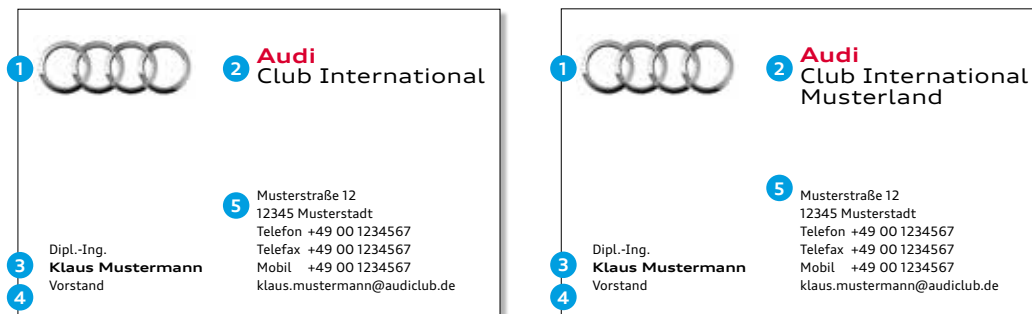
Der Textblock aus Name, Titel und Funktionsbezeichnung baut sich von unten nach oben auf. Der Titel ist optional.

6 Adressblock

Schriftart: Audi Type Normal, Schriftgröße: 6,5 pt, Zeilenabstand: 9 pt, max. Textbreite: 37 mm. Der Adressblock baut sich von unten nach oben auf. Er hat höchstens zehn Zeilen.

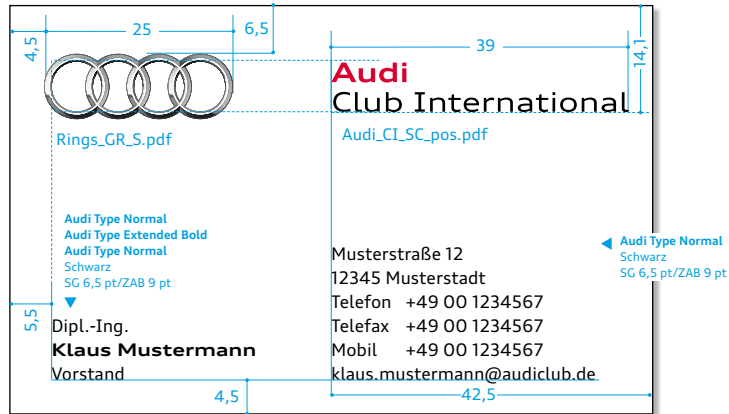
Bei zu geringem Platz kann auf die Nennung der Webadresse verzichtet werden (wenn diese aus der E-Mail-Adresse ersichtlich wird). Sollte die E-Mail-Adresse eine Breite von 37 mm überschreiten, wird sie zweizeilig geschrieben und vor dem @-Zeichen umbrochen. Falls erforderlich, kann vor der postalischen Anschrift eine Divisions- oder Abteilungsbezeichnung genannt werden.

Es wird empfohlen, die internationale Vorwahl mit zu nennen. Die Mobilfunknummer ist optional.



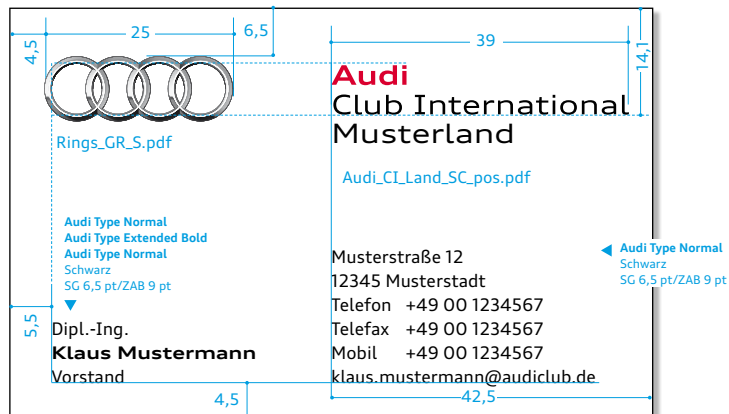
Standardvisitenkarte

Vermaßung Standardvisitenkarte



Visitenkarte Standard, zweifarbige Version (2C)

Abbildung in 100 %, alle Angaben in mm



Visitenkarte erste Seite, zweifarbige Version (2C)

Abbildung in 100 %, alle Angaben in mm

3.3 E-Mail-Signatur

Die Absenderdaten werden entsprechend der gezeigten Mustersignatur angeordnet. Dabei wird die Musteradresse durch unternehmensspezifische Daten ersetzt. Die Signatur wird mit einer Leerzeile Abstand an den Fließtext angeschlossen.

Das Audi Club International Markenzeichen ist für die E-Mail-Signatur nicht vorgesehen, da es die zu übertragende Datenmenge unnötig vergrößern würde. Dies gilt auch für andere Logos und Aktionslogos.

Grundsätzlich gilt: Die Audi Type eignet sich nicht für die E-Mail-Kommunikation, da sie keine Systemschrift ist; sie wird deshalb nicht in E-Mails eingesetzt. Die Schriftfarbe ist standardmäßig Schwarz.

1 Name und Abteilungsbezeichnung des Absenders

Schrift: Arial, Schriftgröße: 8 pt

Der Name des Absenders wird immer in Bold hervorgehoben.

2 Adresse

Schrift: Arial, Schriftgröße: 8 pt

Mit einer Leerzeile Abstand werden in dieser Reihenfolge der Name des Absenders, die Division (optional), die postalische Anschrift sowie die Telefon- und Faxnummern mit den entsprechenden internationalen Vorwahlen angeschlossen.

Allgemein in rot-schwarz abgesetzte Wortmarken wie zum Beispiel „Audi Club International“ werden innerhalb der E-Mail-Signatur nicht durch Farbe oder anders gestaltete Typographie extra hervorgehoben.

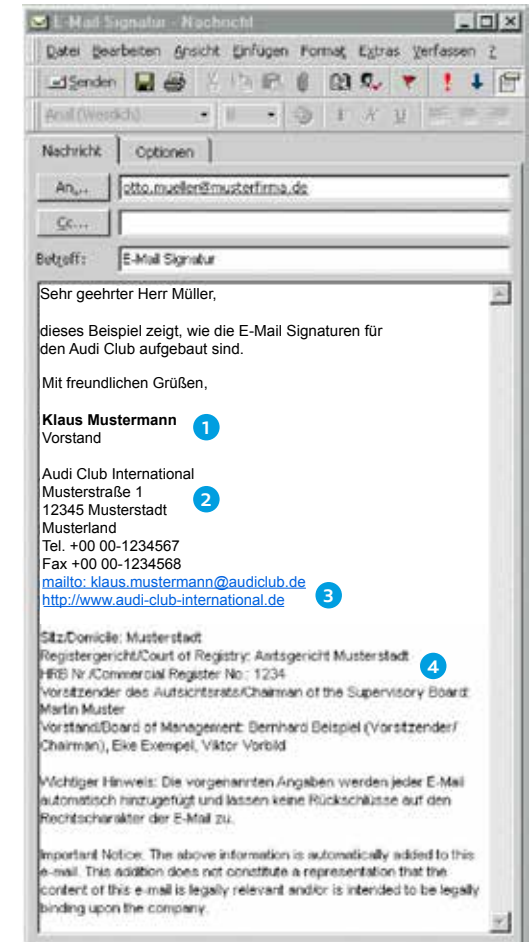
3 E-Mail und Web

Die personalisierte E-Mail-Adresse des Ansprechpartners wird immer angegeben. Durch ein „mailto:“, welchem die Adresse ohne Leerzeichen angeschlossen wird, wird sie unmissverständlich als solche gekennzeichnet.

In der nächsten Zeile folgt die komplette Webadresse. Beide werden – wie im E-Mail-Programm automatisch eingestellt – blau eingefärbt und unterstrichen, wodurch sie deutlich als Links zu erkennen sind.

4 Pflichtangaben

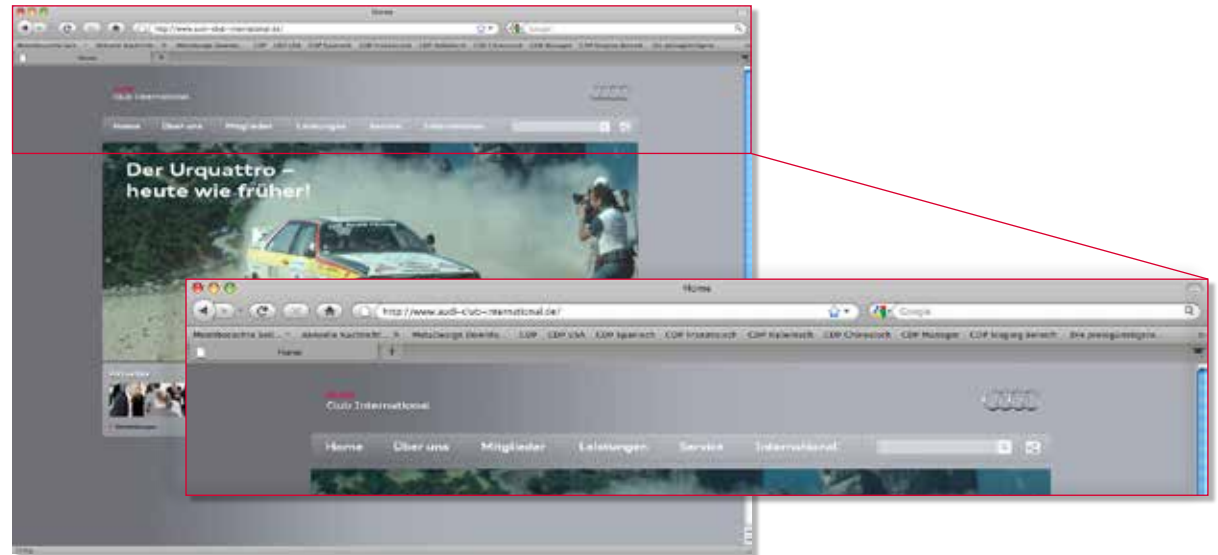
Gesetzlich vorgeschriebene Pflichtangaben folgen mit dem Abstand einer Leerzeile.



4.0 Digitale Medien

4.1 Web-Auftritt

- ▶ Das Audi Markenzeichen mit Wortmarke:
Die Audi Ringe werden immer rechts oben positioniert.
Die Audi Club International Wortmarke steht immer links oben und ist horizontal an den Innenkanten der Ringe ausgerichtet.
- ▶ Die Typografie:
Für Headlines wird die Audi Type Extended verwendet;
sie wird als Bild eingebettet; für generierten Fließtext kommt die Verdana zum Einsatz.
- ▶ Die Farben:
Der Audi Aluminiumverlauf, der als Bild zur Verfügung steht, bildet den Hintergrund. Das Farbspektrum besteht aus den definierten Grautönen, Weiß und der Akzentfarbe Rot.



Weiterführende Informationen zum Thema Digitale Medien finden Sie im Audi Corporate Design Portal, unter www.audi.com/cd, im Bereich Digitale Medien.

5.0 Werbemittel

5.1 Textilien

Grundregeln für die Gestaltung:

- ▶ Es kommen ausschließlich die Audi Primärfarben zum Einsatz.
- ▶ Die Audi Ringe stehen auf der linken Brust, die Wortmarken „Audi Club International“ und „Audi Club International“-Ländervariante auf der rechten.
- ▶ Die Wortmarke ist an den Ring-Innenkanten ausgerichtet.
- ▶ Die Audi Ringe werden in 50 mm Breite platziert (entspricht 50% der EPS-Datei).
- ▶ Bevorzugt werden die Audi Ringe und die Wortmarken in der gleichen Prozentzahl eingesetzt.
- ▶ Es werden ausschließlich die Audi Ringe in der Solid-Version eingesetzt.
- ▶ Die Kragen werden nie bestickt.

Einsatz der Vorlagedateien auf T-Shirts

▶ Auf Weiß

Wortmarke:

Audi_CI_Land_SC_pos.eps bzw. Audi_CI_SC_pos.eps

Markenzeichen: Rings_Solid-bl.eps

Umsetzung in Pantone 186 und Schwarz

▶ Auf dunklen Stoffen

Wortmarke: Audi_CI_Land_w.eps bzw. Audi_CI_w.eps

Umsetzung in Pantone 186 und Weiß

Markenzeichen: Rings_Solid-wh.eps

Umsetzung in Pantone 186 und Weiß

▶ Auf Rot

Wortmarke:

Audi_CI_Land_SC_pos.eps bzw. Audi_CI_SC_pos.eps

Markenzeichen: Rings_Solid-wh.eps

Umsetzung in Weiß



Stick-Logo auf Bekleidung

Grundregeln für die Gestaltung mit Stick-Logo:

- ▶ Bei der Bestickung der Ringe geht der erste Ring (von links gesehen) unten über den zweiten und oben unter den zweiten. Für die weiteren Ringe gilt dasselbe.
- ▶ Daten Audi Ringe:
Rings_Solid-bl.eps
Rings_Solid-wh.eps



Stick-Schematik



Positiv-Anwendung auf Polo-Shirt Dachmarke und Länderversion

5.2 Lanyard

- ▶ Lanyards können eigens produziert werden oder mit den Audi Ringen gebrandete adaptiert werden.
- ▶ Die Audi Ringe werden entweder in dem Aluminium-Verschuß geprägt oder auf dem vorderen Textilabschnitt gestickt bzw. gedruckt.
- ▶ Die Wortmarke „Audi Club International“ wird in einem Abstand zueinander wiederholt.
- ▶ Die Farbigkeit ist analog dem Punkt 5.1 „Textilien“.



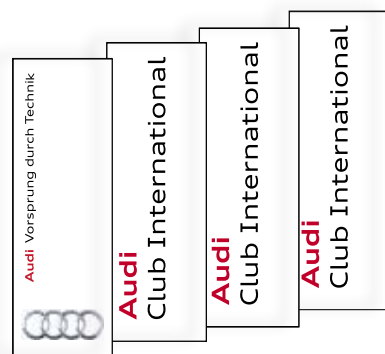
5.3 Fahnen und Tischaufsteller

Fahnen

Wortmarken können einzeln oder in Reihe gehängt werden, jedoch immer in Kombination mit einer Markenfahne. Deshalb werden auf Wortmarkenfahnen keine „Ringe“ abgebildet. In der Verwendung wird immer mindestens eine Wortmarkenfahne mit einer Markenfahne zusammen aufgehängt. Die Markenfahne steht immer als Erste in Reihenhängung.

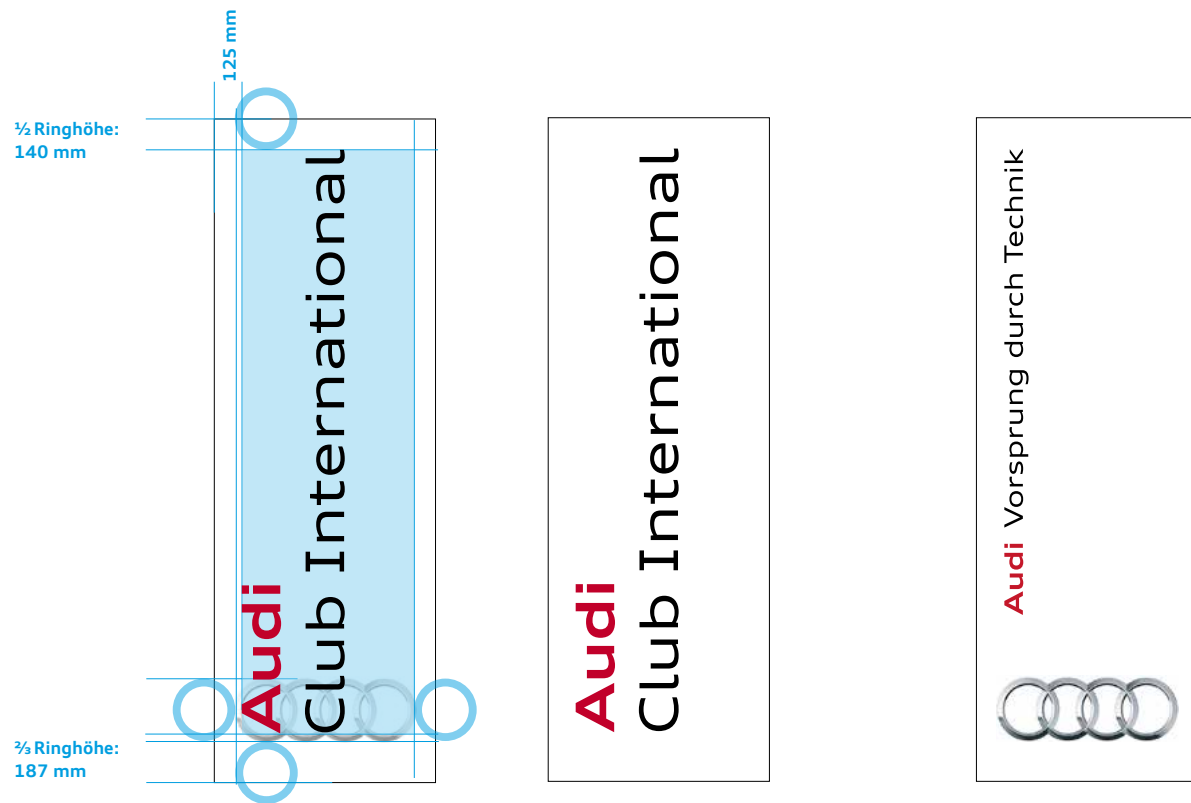
Die Vermaßung der Wortmarkenfahne leitet sich aus den Audi Ringen ab. Die Wortmarke wird linksbündig in den gesamten Satzspiegel skaliert. Die Maße der Satzspiegelränder entnehmen Sie der Tabelle auf dieser Seite.

Bevorzugt steht die Wortmarke „Audi Club International“ auf weißem Grund, um ein harmonisches Erscheinungsbild in Verbindung mit der Markenfahne zu gewährleisten.



Anordnung der Markenfahne mit Wortmarkenfahne

Details zur Produktion der Markenfahne und der Wortmarkenfahne finden Sie in der Richtlinie "Die Audi Markenfahne" im Corporate Design Portal unter Werbung | Fahnen.



Beispielhafte Wortmarkenfahne und Markenfahne 1000 x 3000 mm

Format	1000 × 3000 mm	1500 × 4000 mm	2000 × 6000 mm
Satzspiegelränder	140 mm oben 218,5 mm unten 125 mm links	211,5 mm oben 330 mm unten 189 mm links	280 mm oben 437 mm unten 250 mm links

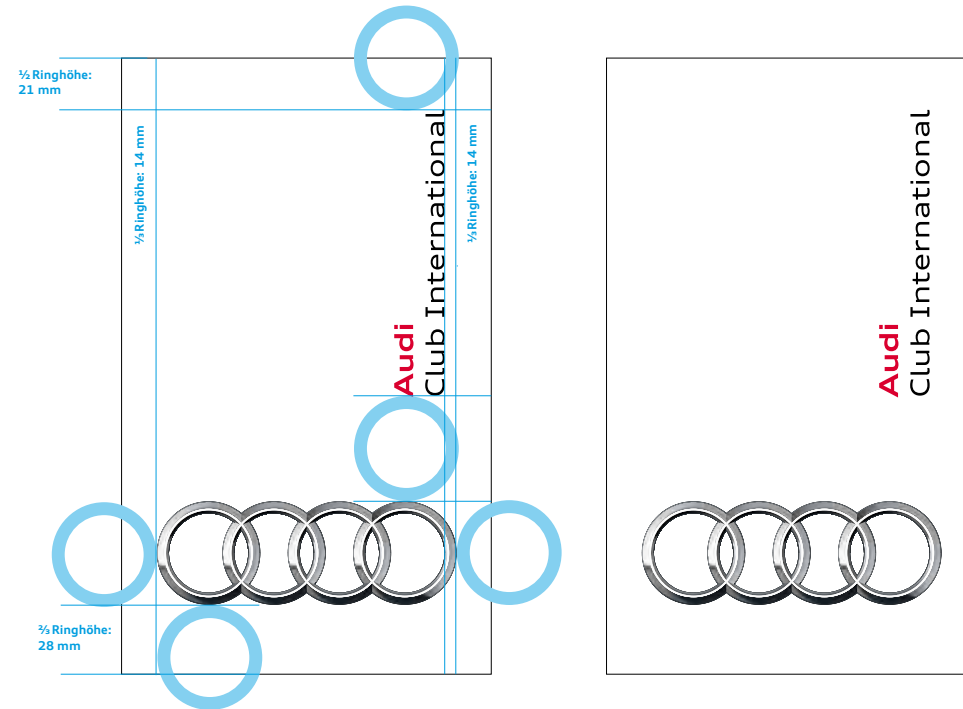
Tischaufsteller

Bei den Tischaufstellern werden die Wortmarken zusammen mit den Ringen abgebildet. Zweizeilige Wortmarken werden rechts positioniert.

Die Tischaufsteller der Wortmarken dürfen bei einem Einsatz (Veranstaltung, etc.) nicht mit den Tischaufstellern Marke gemischt werden.

Die Maße der Satzspiegelränder entnehmen Sie der Tabelle auf dieser Seite.

Bitte beachten Sie die Produktionshinweise in der Richtlinie "Die Audi Markenfahne" im Corporate Design Portal unter Werbung | Fahnen.



Beispielhafter Tischaufsteller 150 x 250 mm



Format	150 × 250 mm (zweizeilig)
Satzspiegelränder	21 mm oben 28 mm unten 14 mm links 14 mm rechts (Ringe) 19 mm rechts (Wortmarke)

5.4 Banner

- ▶ Die Wortmarke „Audi Club International“ mit Ländernamen steht auf weißem Grund. Die Ringe werden in der 3D-Optik verwendet.
- ▶ Um eine möglichst hohe Präsenz auf der zur Verfügung stehenden Fläche zu erzielen, können, je nach Format, die Abstände der Elemente zueinander wie auch zu den seitlichen Rändern variieren.

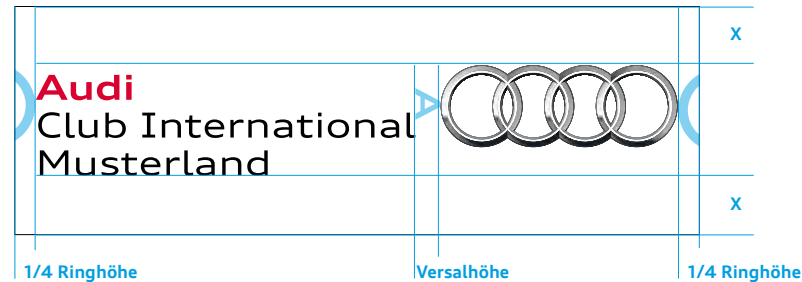
Wortmarke zu Ringe

Der Mindestabstand beträgt eine Ringbreite. Im Ausnahmefall kann der Abstand auf eine Versalhöhe reduziert werden.

Seitenabstand

Die Schutzzone um das Markenzeichen beträgt eine Ringhöhe. Im Ausnahmefall kann der Abstand auf eine 1/4 Ringhöhe reduziert werden.

- ▶ Die Wortmarke mit Ringen werden in der Vertikalen mittig ausgerichtet.



Beispielhafter Banner 3.000 x 1.000 mm

Banner mit Markenclub-Logo

- ▶ Der Banner wird im Verhältnis 2:3 aufgeteilt.
- ▶ Der Bereich für die Wortmarke mit Ringen ist analog der oben beschriebenen Banner zu behandeln.
- ▶ Die 2.000 x 1.000 mm Fläche wird durch einen Begrenzungsrahmen von einer viertel Ringhöhe mit dem Clublogo bespielt – innerhalb dieses Bereiches wird das Logo zentriert gesetzt.



Beispielhafter Banner 5.000 x 1.000 mm

Siebdruckverfahren:

- ▶ Datei: Rings_SC_L.pdf (Rings_SC_L.eps)
- Farben: Audi Rot: NCS S 1580-R
- Schwarz: RAL 9005 Tiefschwarz

Digitaldruck (4C)

- ▶ Datei: Rings_4C_L.pdf (Rings_4C_L.eps)
- Farben: Audi Rot: 0/100/80/20
- Schwarz: 40/0/0/100

Die wichtigsten Regeln

Grundsätzlich	▶ Die Wortmarke tritt immer in Kombination mit den Ringen auf.	Seite 6
	▶ Das „Club International“-Signet ist fest definiert und darf nicht verändert werden.	Seite 8
Typografie	▶ Audi wird grundsätzlich in der Audi Type Extended Bold abgesetzt. Der Zusatz „Club International“ mit dem Ländernamen in der Audi Type Extended Normal.	Seite 4
	▶ Die „Club International“ Wortmarke wird in der Regel immer zweizeilig abgesetzt. Wird der Ländername hinzugefügt wird die Wortmarke dreizeilig gesetzt.	
	▶ Die „Audi Club International“ Wortmarke steht bevorzugt auf weißem Fond.	
Farbigkeit	▶ „Audi“ wird in Rot, der Zusatz „Audi Club International“ mit dem Ländernamen in Schwarz abgesetzt.	Seite 4
	▶ Für Ringe und Wortmarke gilt eine Mindestschutzzone von einer Ringhöhe.	
Position	▶ Die Wortmarke gibt es mit empfohlener Schriftgröße und mit freier Schriftgröße. Sie ist immer an den Ringen ausgerichtet.	Seite 6

Downloads

Digitale Vorlagen und weiterführende Informationen erhalten Sie über das Audi Corporate Identity Portal unter www.audi.com/cd.

Allgemeine Hinweise

Verantwortlich für den Inhalt:

AUDI AG
I/VS-1
Corporate Identity
85045 Ingolstadt

AUDI AG
I/GP-T
Audi Tradition/Clubbetreuung
mailto:clubbetreuung@audi.de

Hinweis:

Die Wiedergabe von Farben kann je nach Ausgabegerät variieren. Die Abbildungen sind nicht farbverbindlich und teilweise verkleinert bzw. vergrößert dargestellt.