

# Suzuki

# CI-Leitfaden



Way of Life!

# Sie sind Suzuki

**03-13** ■ **Unsere Philosophie**

**14-32** ■ **Das Corporate Design**

17-19 ■ Logo

20-21 ■ Typografie

22-24 ■ Farbe

25-27 ■ Struktur

28-32 ■ Fotografie

**33-52** ■ **Ihr Auftritt**

36-43 ■ Geschäftsausstattung

44-46 ■ PoS-Material

47-49 ■ Preisauszeichnung

50-52 ■ Außensignalisation

**53-57** ■ **Vertriebskommunikation**

54-55 ■ Händleranzeigen

56 ■ POS-Material

57 ■ Werbemittel

**58-50** ■ **Produktionsdetails + Kontakt**

# Mit einer Corporate Identity zu arbeiten hat drei große Vorteile

## **Glaubwürdigkeit**

Kommt man mit der Marke mehr als einmal in Berührung, bleibt der Eindruck beständig. Das deutet auf eine authentische, ehrliche Persönlichkeit hin, der man in Geschäftsdingen vertrauen kann.

## **Profil**

Eine eigenständige Mischung an Markenwerten verleiht einer Marke ihre unverwechselbare Persönlichkeit. Richtig eingesetzt kann das für einen bleibenden Eindruck und Wiedererkennung sorgen, die bei einer Kaufentscheidung den notwendigen Vorsprung bedeuten kann.

## **Konsensus**

Das Wertesystem definiert automatisch für alle Vertreter der Marke einen Handlungsrahmen und gestaltet das Arbeiten mit der Marke somit sehr viel einfacher.

# Unsere Marke

## **Die Marke Suzuki baut auf der Suzuki Unternehmensidentität auf, der sogenannten Corporate Identity.**

Basis einer Corporate Identity ist immer ein Handlungskonzept, das sich an einem markenspezifischen Wertesystem orientiert. Das heißt: Ob praktisch, kulturell, kommunikativ, visuell oder sprachlich, alle Handlungen sollen auf diesen Werten – auch Markenwerte genannt – gründen.

Sportlichkeit, Bodenständigkeit, Wertigkeit und Teamgeist. Das sind die vier Werte, aus denen unser Suzuki Wertesystem besteht. In unserem Wertesystem ist zudem verankert, dass das aktive Leben dieser vier Werte unumgänglich für den fünften Wert, Begeisterung, sorgt. Und das beschreibt wiederum ziemlich genau unseren Way of Life!, der gleichzeitig die Beschreibung der Markenphilosophie sowie unseren Claim darstellt.

# Sportlichkeit

Sportlichkeit



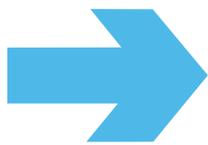
## Werden Sie aktiv!

Talent, Dynamik und Teamarbeit begleiten uns auf allen unseren Wegen.

Diese Kraft macht unsere Produkte mehr als wettbewerbsfähig. Denn Qualität und Fortschrittlichkeit sind Eigenschaften, die wir immer wieder gerne aufs Neue beweisen.

Ziele erreichen ist gut – neue Wege dabei entdecken noch besser! Darum geben wir uns nie mit dem Ankommen zufrieden, wenn man unterwegs noch viele weitere, überraschende und unkonventionelle Lösungen finden kann.

# Boden- ständigkeit



Bodenständigkeit

Sportlichkeit

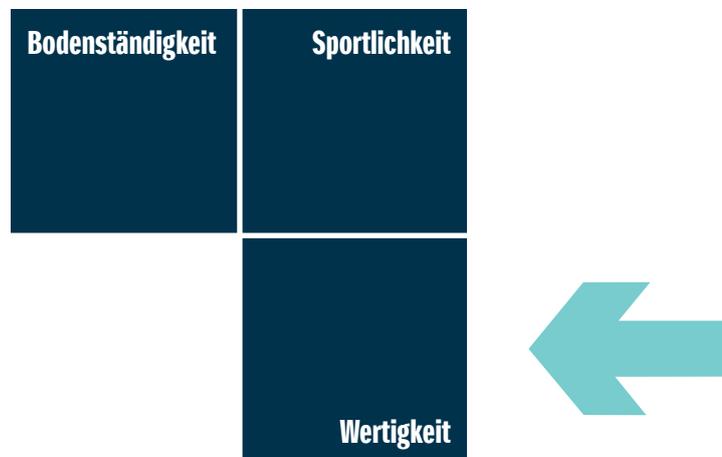
## Einfach echt

Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit und Bescheidenheit halten uns im Hier und Jetzt. Und immer auf der richtigen Spur! Wir lieben es direkt und einfach – ohne dabei unsere Ziele aus den Augen zu verlieren.

Wir übernehmen die Verantwortung für unsere Entscheidungen. Und arbeiten jeden Tag daran, noch besser zu sein als gestern.

Trotzdem fühlen wir uns eng mit unserer Geschichte verbunden. Immerhin steht Suzuki für viele Jahre Vertrauen und Achtung. Das ist die Basis unserer Authentizität – und das Fundament unseres Selbstbewusstseins.

# Wertigkeit



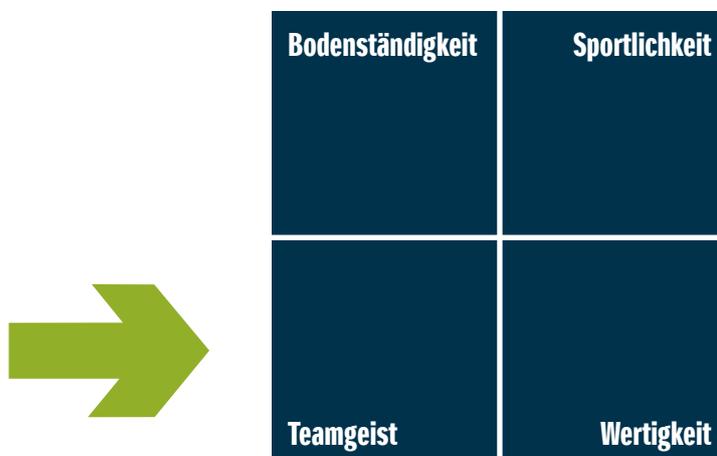
## Immer eine gute Wahl

Unsere Produkte sind innovativ und bieten ein Höchstmaß an Qualität und Technologie.  
Zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis!

Unser Verständnis von Wertigkeit spüren Sie jedes Mal, sobald Sie in einen Suzuki einsteigen und ihn fahren. Erstklassig verarbeitete Oberflächen, ein passgenaues Innenraumdesign und eine hervorragende Motorabstimmung machen jeden Suzuki zu einem Produkt, auf das wir zu Recht stolz sein können.

Unsere Erfahrungen, unsere Fähigkeiten und all unser Wissen sind Teil eines jeden Arbeitsprozesses. Damit schaffen wir einen spürbaren Mehrwert – für unsere Kunden und für die Welt, in der wir leben. Das macht Suzuki zu einer Marke erster Wahl!

# Teamgeist



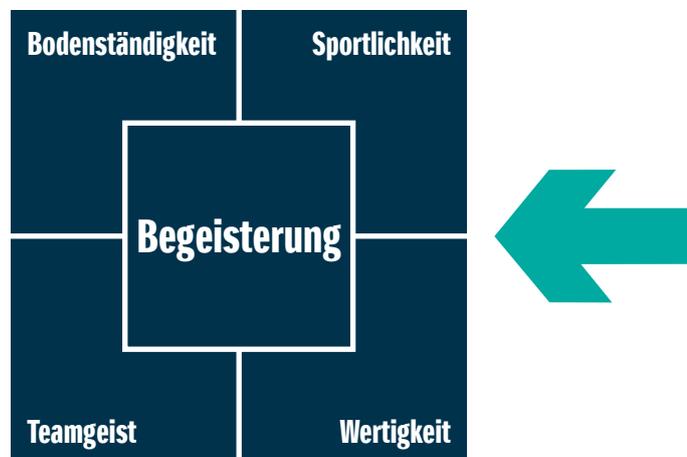
## Menschen im Mittelpunkt

Suzuki ist eine Marke von Menschen für Menschen. Und das spiegelt sich nicht nur in unseren Werten wider, sondern auch im Umgang miteinander. Unsere Kollegen und Partner haben den Anspruch, durch ein Höchstmaß an Kundenorientierung und Service neue Maßstäbe in der Branche zu setzen. Wir begegnen jedem – vom Zulieferer über Mitarbeiter bis hin zum Kunden – mit der größten Wertschätzung und dem höchsten Respekt.

Schließlich sind es Ihre Leidenschaft, Ihre Unabhängigkeit und Ihre Kreativität, die der Marke Suzuki ihre Persönlichkeit geben. Wir schätzen und pflegen die gute Zusammenarbeit zwischen Kollegen, Unternehmensbereichen und allen unseren Partnern. Weil wir wissen, dass wir gemeinsam einfach weiterkommen!

Vor allen Dingen geht es bei Suzuki um

# Begeisterung



## Sorgen Sie für Wow-Effekte!

Denn Begeisterung ist das wichtigste, zentrale Attribut der Marke Suzuki. Wir wollen mehr als nur zufriedene Kunden. Wir wollen Erwartungen übertreffen! Denn nur so können wir uns noch lange an der Zuneigung, dem Vertrauen und der Treue unserer Kunden erfreuen.

Echte Begeisterung ist der Schlüssel zum Erfolg. Und öffnet die Herzen der Menschen. Es ist das Unerwartete, das Einzigartige, das Andere, was Suzuki zu einer ganz individuellen Marke werden lässt.

# Markenquadrat

## Das Markenquadrat

Zusammen bilden unsere fünf Markenwerte das Markenquadrat. Begeisterung ist hierbei immer der zentrale Markenkern und die Summe aller Werte.

Beim Gestalten einer Suzuki Aktivität kann das Markenquadrat wertvolle Unterstützung leisten. Wählen Sie einfach aus den Aspekten der Suzuki Markenwerte die treffendsten für Ihr Projekt aus. Behalten Sie diese rund um das Projekt im Sinn und kommunizieren Sie so klarer, erfolgreicher und markenorientierter.



## Der Markenmoment

Jede Suzuki Aktivität oder Maßnahme – ob Kampagne oder Produktpräsentation – ist auch immer ein Markenmoment. Denken Sie daran: Der Markenmoment sollte nicht nur Eigenschaften des Markenquadrats widerspiegeln, sondern diese auch nutzen, um Kunden zu begeistern. Haben Sie mit Ihrer Carrera-Bahn im Showroom Rennfieber wecken oder mit dem Sponsoring der lokalen Fußballmannschaft ein kameradschaftliches Verhältnis mit potenziellen Käufern aufbauen können? Dann haben Sie alles richtig gemacht – für sich und für Suzuki.



Mit „Sportlichkeit“ und „Teamgeist“ betonen wir unsere emotionale Seite.

„Bodenständigkeit“ und „Wertigkeit“ stellen die rationale Seite von Suzuki dar.





**Es ist unsere Aufgabe, durch Sportlichkeit, Wertigkeit, Bodenständigkeit und Teamgeist Begeisterung zu schaffen und zu verbreiten.**



Suzuki Design

# Unser Erscheinungsbild

**Teil der Corporate Identity ist auch das Corporate Design. Es stellt das Erscheinungsbild der Marke dar und wird in allen visuellen Kommunikationsmaßnahmen eingesetzt. Durch die konstante und einheitliche Darstellung des äußeren Erscheinungsbildes beziehen Marken ihre Stärke und Einzigartigkeit. Die Wiederholung einer visuellen Ausdrucksform führt zudem zu einer Verstärkung der Zielgruppenbindung.**

**Die Elemente des Corporate Designs sollten ausreichend Freiheit für eine umfassende Gestaltung erlauben und visuell den roten Faden vorgeben. Sie sollen jedoch keineswegs die Kreativität einschränken.**

Suzuki Design

# Beständigkeit und Vielfalt

**Unser Corporate Design basiert auf fünf einfachen Regeln, mit denen wir eine flexible, doch dabei unverwechselbare visuelle Identität gestalten.**

**Unsere Aufgabe ist daher zweierlei. Erstens müssen wir die Regeln befolgen, um einen aufmerksamkeitsstarken, roten Faden zu spannen. Zweitens müssen wir mit den Regeln eine Vielfalt schaffen, damit sich jeder Auftritt der Marke immer wieder frisch und besonders gestaltet.**

Suzuki Design

# Fünf Werte, fünf Elemente

**Bei unserer Identität berufen wir uns auf fünf Werte. Bei unserem Corporate Design unterscheiden wir fünf wesentliche Design-elemente. Logo, Typografie, Farbe, Struktur und Fotografie. Diese bilden für uns visuell die allgemeinen Rahmenbedingungen der Marke Suzuki. Wie eine Verfassung für die Gesetze, wie Regeln für den Fußball oder die DNS für den Menschen. Die Elemente auf den folgenden Seiten werden Ihnen dabei helfen, ganz eigenständig neue und doch beständige Markenmomente zu erschaffen.**

## Designelement Nr. 1 | Logo

### Das Suzuki Logo – der direkte Weg zur Marke

Das Suzuki Logo bietet eine überzeugende Verbindung zur erfolgreichen Markengeschichte. Es dient der Identifizierung von Suzuki und ist ein visuelles Symbol der Kompetenz des Unternehmens. Das bestens bekannte „S-Mark“ von Suzuki verleiht dabei gleichermaßen dem Namen der Marke Gewicht – traditionell in Rot und Blau gehalten.

Die Verwendung des Logos ist relativ unkompliziert, doch behalten Sie dabei stets im Hinterkopf, dass das Logo zu den wichtigsten Bestandteilen der Marke zählt. Das bedeutet: eine markante Positionierung des Logos vor weißem Hintergrund mit ringsum ausreichend Freiraum und ohne störende Elemente.

Und: Hände weg vom Logo. Keine Konturen, Schattierungen oder Effekte. Kurz gesagt: Einfach keine Änderungen.

Das Logo ist nicht die Marke an sich, sondern vielmehr ihr kleinster gemeinsamer Nenner. Dieses Foto wurde in Hamamatsu in Japan aufgenommen. Wann immer Sie das Logo sehen, sollte es sofort ins Auge fallen, im Kopf des Betrachters zum Abbild der Marke werden und somit das Image nachhaltig transportieren. Wir bezeichnen dies als den „Schlüsselreiz“.



## Designelement Nr. 1 | Logo

### Logofarben:

Rot (**Pantone 485**) und  
Blau (**Pantone 294**)

### Slogan-Logofarben:

Rot (**Pantone 485**),  
Blau (**Pantone 294**) und  
Takumi (**Pantone 303**)

### Version Basic:

Die Version Basic ist ausgewogen und lässt sich in jeder Größe – von kleinen Geschäftskarten bis zu Straßenplakaten – ausführen.



Version  
Basic

### Version Landscape:

Die Version Landscape kann bei speziellen Anwendungen, beispielsweise Bannern und einer Reihe von Werbemitteln, eingesetzt werden.



Version  
Landscape

### Version Porträt:

Die Version Porträt sollte nur im Bereich der Händleraußenwerbung (Signalisation) verwendet werden.



Version  
Porträt

### Monochrome Versionen:

**negativ:** Falls erforderlich, kann das Logo vor dem Hintergrund Takumi blau auch weiß gesetzt werden. Vergewissern Sie sich hierbei, dass das Logo jederzeit gut erkennbar ist.



Monochrome  
Versionen:  
negativ



**positiv:** Die positiven Versionen eignen sich für besondere Anlässe oder den Monochromdruck, beispielsweise für Zeitungen oder Fax.



Monochrome  
Versionen:  
positiv



## Designelement Nr. 1 | Logo

### Slogan-Logo, 4-farbig:



Version  
Landscape



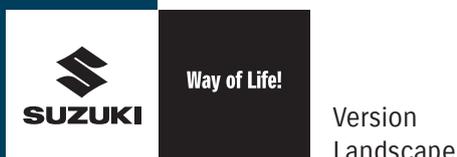
Way of Life!

Version  
Portrait

### Slogan-Logo:

Bei einer Kombination mit dem Slogan „Way of Life!“ werden zwei quadratische Elemente in der Vertikalen oder Horizontalen nebeneinander platziert. Diese Version eignet sich sehr gut für sämtliche Medien – von Websites und Broschüren über TV-Werbespots bis hin zu Werbung in Druckmedien.

### Schwarz-Weiß-Versionen:



Version  
Landscape



Way of Life!

Version  
Portrait

## Designelement Nr. 2 | Typografie

### Die Schrift des Unternehmens Suzuki – Beständigkeit und Stärke

Die Typografie ist ein wichtiger Bestandteil eines jeden Identitätssystems. Dabei mag die Funktion der Schriften am wenigsten offensichtlich sein, und doch übernehmen sie bei der Erzeugung der Identität zweifellos eine der bedeutendsten Aufgaben. Ob Verpackungen, Publikationen oder Werbekampagnen – eine unverkennbare Schrift und ihre typografische Verwendung sind der Grund dafür, dass Suzuki in jeder visuellen Information sofort wiedererkannt werden kann.

Für Suzuki wurde daher eine exklusive, die Markenattribute reflektierende Schrift entwickelt, die neben dem Umstand, dass sie zu 100 Prozent den Anforderungen von Suzuki entspricht, auch Eigentum des Unternehmens ist. Auf der beiliegenden CD steht Ihnen die Schrift zur direkten Installation auf Ihren Computer bereit. Zudem finden Sie anbei eine ausführliche Beschreibung zur Installation. Leiten Sie diese auch an Ihre Agentur und Verlage weiter, damit sie konsequent in allen Kommunikationsmitteln, die das Haus verlassen – egal ob Brief, Rechnung oder Glückwunschkarte –, eingesetzt werden kann. In der Typografie gibt es zahlreiche Regeln, empfohlene Vorgehensweisen und zu vermeidende Fehler. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass häufig in der Schlichtheit der beste Ansatz liegt: große, farbige Überschriften und ein kleiner Fließtext.

Vermeiden Sie das Strecken oder Stauchen der Schrift, verwenden Sie nie Konturen und setzen Sie Überschriften stets in der dafür vorgesehenen Schrift.

# 18 Stufen, ich habe sie so oft gezählt, genau 18 Stufen, dann war man unten.

**Pilatus meinte, es sehe hier aus wie in der Totengruft seiner römischen Familie. Womit er recht hatte, es war nur wesentlich wärmer und vor allem lauter.**

Nach zwei Minuten dröhnte mir der Kopf. Was um alles in der Welt war das denn? Da standen dicht gedrängt Hunderte von jungen Menschen und ließen sich von diesem Lärm foltern – freiwillig. Nicht nur das – eine Frischluftzufuhr schien dieses Kellergewölbe nicht zu besitzen. Reihenweise fielen vor allem die, die ganz vorne vor der Bühne standen um, da war wohl die Hitze am größten. Panik brach dennoch nicht aus.

Die Ohnmächtigen wurden in die Höhe gehoben und über den Köpfen der Zuschauer Stück für Stück nach hinten gereicht. Am Ausgang kamen sie meistens wieder zu sich. Und was machten diese Opfer? Kaum konnten sie wieder stehen, gingen sie wieder runter. Bumm – Bumm. Faszinierend. Auf der Bühne hopsten vier junge Männer umher, die sichtlich Spaß an dieser ganzen Geschichte hatten. Eigentlich hopsten nur

**Man verstand sein eigenes Wort nicht.**

Bumm – Bumm –

**Bumm**

**Bumm**

drei – der vierte saß hinter ein paar Pauken und sah immer so aus, als müsste er sich sehr konzentrieren bei dem Krach, den er machte. Keine zehn Pferde hätten mich hier her gebracht – unter normalen Umständen. Da waren wir aber nun – Poseidon, Rupert und ich. Körperlose Lichtwesen in einem Keller in der Mathew Street in Liverpool.

**Buchauszug**  
Elmar Hörig „Die Beatles Story“

# Designelement Nr. 2 | Typografie

## SuzukiPROHeadline

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**, . - \_ ! , „ § “ % & / = ( ) ? ` ´ \* + ‘ # > < @ ®**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

## SuzukiPRORegular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 , . - \_ ! , „ § “ % & / = ( ) ? ` ´ \* + ‘ # > < @ ®  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## SuzukiPROMedium

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 , . - \_ ! , „ § “ % & / = ( ) ? ` ´ \* + ‘ # > < @ ®  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## SuzukiPROBold

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**  
**, . - \_ ! , „ § “ % & / = ( ) ? ` ´ \* + ‘ # > < @ ®**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

### SuzukiPROHeadline:

Suzuki Überschriften sind klar und schlicht. Verwenden Sie für Überschriften höhere Schriftgrade und halten Sie diese kurz und prägnant. Nutzen Sie für Überschriften stets diese Schrift, vorzugsweise in Akzentfarben vor einem Hintergrund in Takumi blau. Verwenden Sie bei großen Schriftgrößen ausschließlich diese Schrift.

(> 16 pt)

### SuzukiPRORegular:

Diese Schrift wird für alle Fließtexte verwendet und niemals für Überschriften eingesetzt.

(< 16 pt)

### SuzukiPROMedium:

Diese Schrift wird z. B. auf farbigen Untergründen zur besseren Lesbarkeit von Fließtexten in kleinen Schriftgraden verwendet und niemals für Überschriften eingesetzt.

(< 16 pt)

### SuzukiPROBold:

Diese Schrift kann für Hervorhebungen von Fließtext verwendet werden. Nutzen Sie die SuzukiPROBold nie für Überschriften in großen Lettern.

(< 16 pt)

## Schreiben Sie mal Suzuki!

Sie haben die Möglichkeit, die offizielle Suzuki Schrift und das Suzuki Logo in verschiedenen Versionen aus dem Marketing-Center herunterzuladen.

Der Dateipfad hierzu ist: Marketing-Center > Shop > CI-Richtlinien > Logos (Download)

Installieren Sie die Schrift einfach auf Ihrem Computer und geben Sie diese auch an Ihre Werbeagentur weiter – so wird der „Way of Life!“ auch mit Worten weitergetragen. In Schönschrift, versteht sich.

### Schriftinstallation unter Windows XP

1. Laden Sie die Suzuki Schriften aus dem Suzuki Marketing Center Shop herunter. Die Schriftdateien finden Sie im Shop unter „CI-Richtlinien -> Schriften“.
2. Öffnen Sie in der Systemsteuerung **Schriftarten**.
3. Klicken Sie im Menü **Datei** auf **Neue Schriftart installieren**.
4. Öffnen Sie den Speicherort der Schriftdatei und entpacken Sie diese. Achten Sie darauf, dass die Checkbox „Schriftarten in den Ordner ‚Fonts‘ kopieren“ aktiviert ist.
5. Klicken Sie unter **Suzuki OTF-geeignet für Mac und PC** auf die Suzuki Schriftart und dann auf **OK**.
6. Gegebenenfalls ist ein Neustart des Programms notwendig.

### Schriftinstallation unter Windows 7

1. Laden Sie die Suzuki Schriften aus dem Suzuki Marketing Center Shop herunter. Die Schriftdateien finden Sie im Shop unter „CI-Richtlinien -> Schriften“.
2. Öffnen Sie den Speicherort der Schriftdatei und entpacken Sie diese.
3. Gehen Sie in den Ordner „SuzukiOpenTypePro“ und öffnen Sie einzeln die vier Dateien „SuzukiPROBold“, „SuzukiPROMedium“, „SuzukiPROHeadline“ und „SuzukiPRORegular“.
4. Klicken Sie in jedem Fenster oben links auf **„Installieren“**.
5. Gegebenenfalls ist ein Neustart des Programms notwendig.

### Schriftinstallation unter Mac OSX

1. Laden Sie die Suzuki Schriften aus dem Suzuki Marketing Center Shop herunter. Die Schriftdateien finden Sie im Shop unter „CI-Richtlinien -> Schriften“.
2. Wählen Sie die Schrift durch Doppelklicken in deren Symbol im **Finder** aus. Das Programm „Schriftsammlung“ wird geöffnet und zeigt die Schrift an, so dass Sie sich ihr Erscheinungsbild ansehen können.
3. Klicken Sie in **„Schrift installieren“**.
4. Die Schrift wird automatisch im Ordner „Library“ Ihres privaten Ordners installiert, so dass sie nur Ihnen zur Verfügung steht. Möchten Sie die Schrift allen Benutzern des Computers zugänglich machen, bewegen Sie sie in den Ordner „Computer“ in der Spalte „Sammlung“ des Programms „Schriftsammlung“.

## Designelement Nr. 3 | Farbe

### Die Farbpalette von Suzuki – farbenfroh wie nie, beständig wie immer

Farbe ist Emotion. Darum sind Farben sehr wichtig für unser Corporate Design insgesamt und für die Unverwechselbarkeit der Marke Suzuki. Die Farbzusammensetzung besteht bei Suzuki aus einem dunklen Blauton mit der Bezeichnung „Takumi“ und einer Reihe von Akzentfarben. Jede Akzentfarbe besitzt zwei Nuancen, die in Kombination eingesetzt werden sollten.

Generell ist Takumi stets als Hauptfarbe einzusetzen, die von einem der Akzentfarbenpaare begleitet wird. Überschriften sollten nach Möglichkeit farbig gesetzt werden. Weiß ist eine Hintergrundfarbe, und lange Texte sollten vorzugsweise schwarz auf weiß gehalten werden.

Die Farbtiefe muss stets 100 Prozent betragen.  
Verwenden Sie nie abgestufte Farbtöne.

Denken Sie daran: Suzuki ist farbenfroh – aber keinesfalls so wie ein Hawaii-Hemd! Wenn Sie zu viele Farben verwenden, entsteht ein „billiger“, verwirrender Eindruck der Marke.

# Takumi, bitte

## Designelement Nr. 3 | Farbe

### Takumi

Hierbei handelt es sich um die Hauptfarbe der Marke Suzuki. Kein Design sollte durch eine andere Farbe beherrscht werden. Das japanische Wort Takumi steht für handwerkliches Können – ein Konzept, das in der Geschichte von Suzuki bereits auf eine lange Tradition zurückblickt. Weiß kann für die Hintergrundgestaltung genutzt werden, und die klassischen Logofarben Blau und Rot sind ausschließlich für das Logo einzusetzen.

Das leuchtend bunte Set von Akzentfarben bildet den Kontrast zu Takumi blau. Die Überschriften werden immer in diesen Farben gesetzt. In der entsprechenden Anordnung bringen Sie so jedes Layout zum Leuchten. Verwenden Sie jedoch nie mehr als zwei verschiedene Akzentfarben gleichzeitig.

Es steht Ihnen frei, Akzentfarben entsprechend Ihren Bedürfnissen oder Vorlieben einzusetzen. Nehmen Sie dabei stets Bezug auf die Pantone®-Definitionen. Die CMYK-Werte richten sich immer nach der Euroskala.

#### Hauptfarbe Takumi blau

##### Pantone 303

CMYK 100, 0, 0, 85  
RGB 0, 49, 69  
Hex 00 31 45

#### Hintergrundfarbe Weiß



#### Logofarben

##### Pantone 485

CMYK 0, 100, 100, 0  
RGB 213, 43, 30  
Hex D5 2B 1E

##### Pantone 294

CMYK 100, 70, 0, 0  
RGB 0, 52, 120  
Hex 00 34 78

## Designelement Nr. 3 | Farbe

### Akzentfarben

**a b**

**Pantone 383**  
CMYK 35, 0, 100, 20  
RGB 162, 173, 0  
Hex A2 AD 00

**Pantone 380**  
CMYK 20, 0, 80, 0  
RGB 214, 227, 66  
Hex D6 E3 42

**c d**

**Pantone 361**  
CMYK 80, 0, 98, 0  
RGB 52, 178, 51  
Hex 34 B2 33

**Pantone 375**  
CMYK 48, 0, 94, 0  
RGB 146, 212, 0  
Hex 92 D4 00

**e f**

**Pantone 3272**  
CMYK 99, 0, 48, 0  
RGB 0, 165, 153  
Hex 00 A5 99

**Pantone 3252**  
CMYK 50, 0, 22, 0  
RGB 71, 213, 205  
Hex 47 D5 CD

**g h**

**Pantone 2925**  
CMYK 85, 21, 0, 0  
RGB 0, 152, 219  
Hex 00 98 DB

**Pantone 2915**  
CMYK 60, 9, 0, 0  
RGB 94, 182, 228  
Hex 5E B6 E4

**i j**

**Pantone 226**  
CMYK 0, 100, 2, 0  
RGB 207, 0, 114  
Hex CF 00 72

**Pantone 224**  
CMYK 3, 70, 0, 0  
RGB 235, 103, 185  
Hex EB 67 B9

**k l**

**Pantone 186**  
CMYK 2, 100, 82, 6  
RGB 198, 12, 48  
Hex C6 0C 30

**Pantone Warm Red**  
CMYK 0, 86, 80, 0  
RGB 247, 64, 58  
Hex F7 40 3A

**m n**

**Pantone 021**  
CMYK 0, 71, 100, 0  
RGB 255, 88, 0  
Hex FF 58 00

**Pantone 137**  
CMYK 0, 46, 100, 0  
RGB 255, 161, 0  
Hex FF A1 00

**o p**

**Pantone 123**  
CMYK 0, 19, 89, 0  
RGB 253, 200, 47  
Hex FD C8 2F

**Pantone 102**  
CMYK 0, 0, 95, 0  
RGB 250, 231, 0  
Hex FA E7 00

**q r**

**Pantone 7536**  
CMYK 11, 13, 30, 32  
RGB 170, 163, 142  
Hex AA A3 8E

**Pantone 7535**  
CMYK 10, 11, 21, 19  
RGB 190, 185, 166  
Hex BE B9 A6

**s t**

**Pantone 5763**  
CMYK 39, 13, 73, 54  
RGB 110, 118, 69  
Hex 6E 76 45

**Pantone 5773**  
CMYK 31, 10, 55, 36  
RGB 144, 152, 107  
Hex 90 98 6B

## Designelement Nr. 4 | Struktur

### Das Suzuki Quadrat – einfach, stark und harmonisch

Beständigkeit trifft Begeisterung. Das Quadrat ist eine der harmonischsten Formen, die es gibt – es ist stark und äußerst stabil und bietet dabei doch eine riesige Vielfalt an besonderen und dynamischen Verwendungsmöglichkeiten.

Das Quadrat wird zu einem einfachen „Designprinzip“ und bildet die Grundlage aller Layouts. Durch diese Struktur können wir unsere Designelemente vollkommen frei anordnen – und das Corporate Design immer wieder neu interpretieren.

Die Kombination des Quadrats mit einem ungeraden Raster (3x3, 5x5, 7x7 und 9x9) vermeidet den Eindruck von Symmetrie und erzeugt automatisch anregende Layoutstrukturen. Probieren Sie ruhig die unterschiedlichsten Möglichkeiten aus, bis Sie die für Ihre Idee beste Anordnung gefunden haben. Passen Sie das Quadrat in Größe und Proportion an Ihre Ideen und individuellen Anforderungen an.



## Designelement Nr. 4 | Struktur

### Layoutstrukturen

Jedes Format und jede Größe kann anhand dieses Rasters strukturiert werden: Trennen Sie einfach das größtmögliche Quadrat ab und bilden Sie daraus ein Gitter Ihrer Wahl.

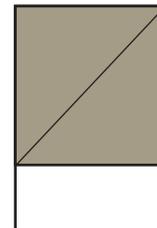
#### 1. Schritt:

Nehmen Sie ein beliebiges Format.



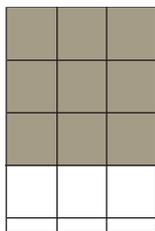
#### 2. Schritt:

„Trennen“ Sie das größtmögliche Quadrat ab.

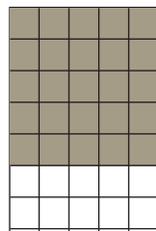


#### 3. Schritt:

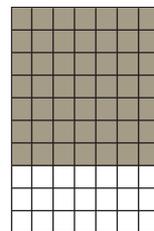
Unterteilen Sie es entsprechend Ihren Vorstellungen in ein Gitter mit einer ungeraden Zahl an Feldern.



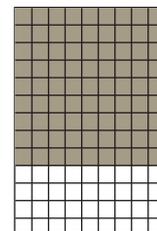
3 x 3



5 x 5



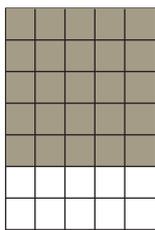
7 x 7



9 x 9

#### 4. Schritt:

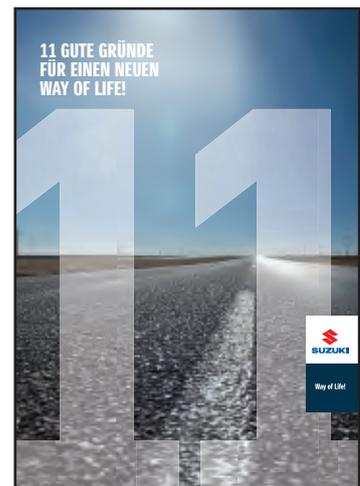
Platzieren Sie die Designelemente in dem Layout, das Sie gewählt haben.



## Designelement Nr. 4 | Struktur

### 5. Schritt:

Es ergeben sich zahlreiche verschiedene Layoutmöglichkeiten.



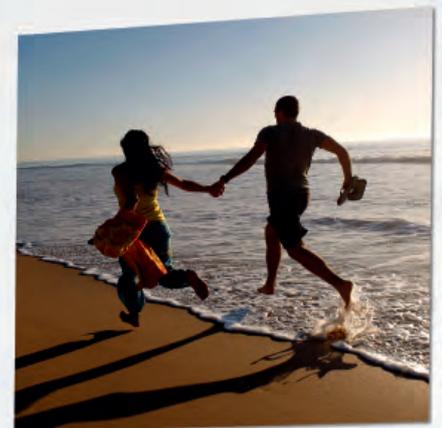
## Designelement Nr. 5 | Fotografie

**Zeigen Sie das echte Leben: reale Aktionen, wahre Emotionen, wirkliche Menschen, authentische Produkte**

Die Fotografie ist ein zentrales Unterscheidungsmerkmal der Marke – sie erzählt eine besondere Geschichte. Sie spielt eine herausragende Rolle und transportiert das neue Image der Marke. Unsere Fotografien vermeiden Klischees. Die Personen auf den Fotografien posieren nicht. Die Szenerie ist stets realistisch, menschlich und freundlich. Das bedeutet, dass unsere Fahrzeuge niemals als freistehende Objekte abgebildet werden, sondern immer Teil der Szenerie sind. Das Bild wird weder durch Spezialeffekte dominiert noch ist eine aufwendige Beleuchtung oder Nachbearbeitung erforderlich.

**Suzuki Bilder sind:**

- dynamisch – nicht statisch
- real – nicht makellos
- ehrllich – nicht gestellt



## Designelement Nr. 5 | Fotografie

**Das Produkt:** Unsere Produkte bilden den Mittelpunkt zahlreicher Suzuki Fotografien. Sie sind unser Stolz, und darum sind sie auch die wichtigsten Akteure und Botschafter für unsere Marke. Sie befinden sich mitten im Leben und werden stets in realen Situationen abgebildet. Stellen Sie sich ruhig immer noch ein zweites Mal die Frage: Würde ich das mit meinem Suzuki machen? Lautet die Antwort Ja, dann passt die Szene perfekt in unseren Way of Life!



## Designelement Nr. 5 | Fotografie

**Der Rahmen:** Suzukis Fotografien stützen sich immer auf eine reale Situation und fangen dabei einen „zauberhaften Moment“ ein. Daher spielt der Rahmen für die Aufnahme eine sehr wichtige Rolle. Denn er unterstreicht und verstärkt die Authentizität und Wirkung des Produkts. Der jeweilige Ort der Aufnahme ist weder dominant noch ist er unerreichbar.



## Designelement Nr. 5 | Fotografie

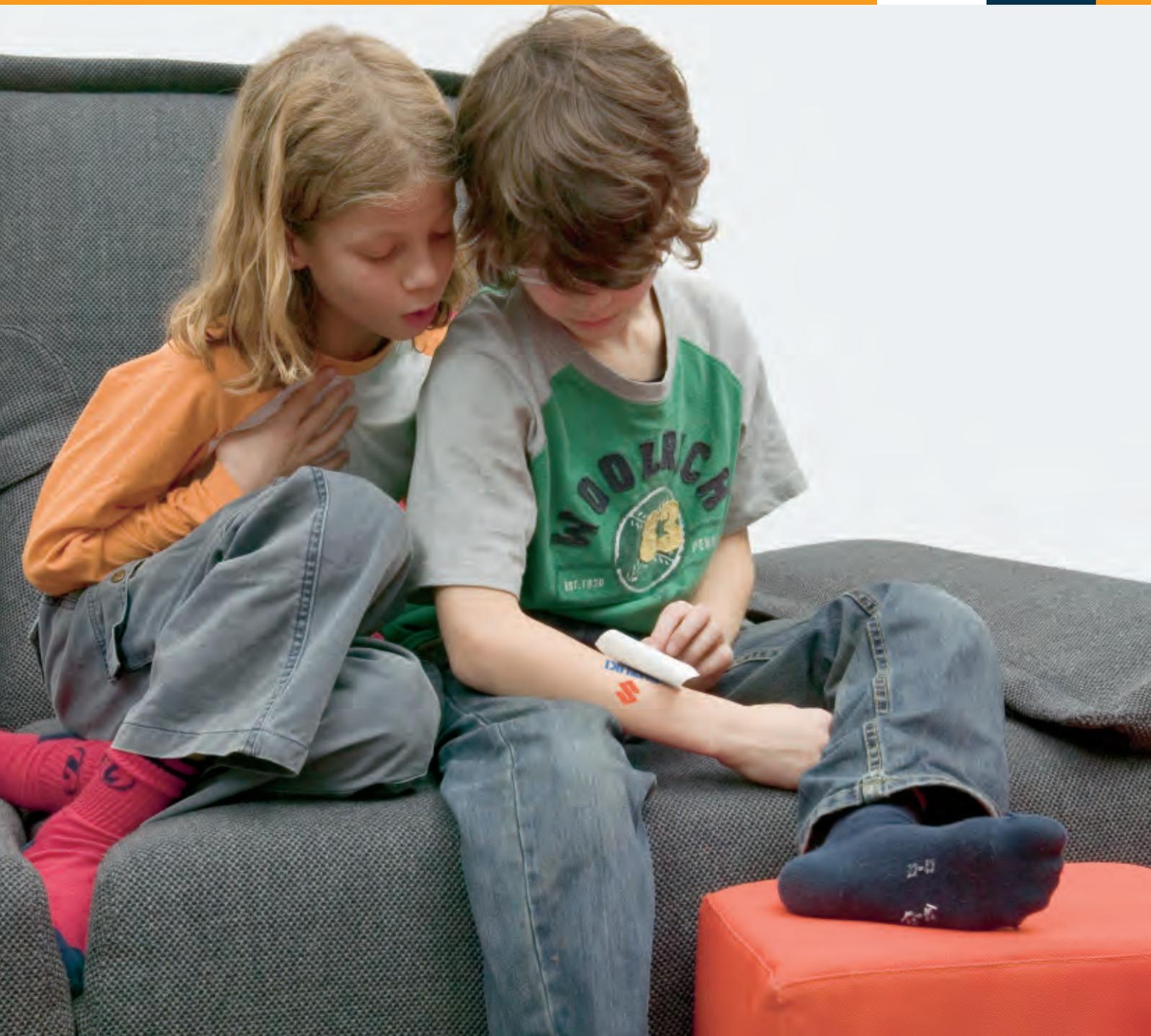
**Die Menschen:** Sie sind „wirkliche Menschen in realen Situationen“ – junge Männer und Frauen in überraschenden und doch nachvollziehbaren Szenen. Menschen bei Suzuki überraschen mit ihrer Ehrlichkeit und ihren menschlichen Ansichten. Models müssen nicht perfekt sein, aber Charakter haben. Uns sind wirkliche Freunde lieber als künstliche „Modeopfer“.



## Designelement Nr. 5 | Fotografie

**Die Geschichte:** Das Erzählen einer guten Geschichte bildet eine der wichtigsten Säulen unserer Kultur. Beim Verkauf waren gute und mitreißende Geschichten schon immer der Schlüssel zum Erfolg. Die Suzuki Geschichte ist stets ehrlich und fest in unseren Markenattributen verwurzelt. Und wir mögen eine gute, vielleicht sogar verrückte Idee weitaus mehr als jedes Business-Klischee.





**Weder Größe noch Bekanntheit reichen aus, um aus einem Unternehmen eine Marke zu machen. Vertrauen, Besitzerstolz und Persönlichkeit – das ist es, was eine Marke auszeichnet.**

Suzuki Kommunikation

# Wir sprechen eine Sprache

Ein gutes Corporate Design bietet einen doppelten Vorteil: Während es den einzelnen Auftritt stärkt, zahlt dieser wiederum direkt auf die Marke als solches ein. Das bedeutet im Umkehrschluss aber auch, dass das System „Corporate Design“ eine durchgängige Nutzung erfordert, um sein volles Potenzial entfalten zu können. Und genau darum ist ein aufeinander abgestimmter Auftritt auf allen Ebenen so wichtig.

Bei Suzuki unterteilen wir unseren visuellen Auftritt in drei Ebenen: Unternehmenskommunikation, Vertriebskommunikation und Markenkommunikation. Die Anforderungen innerhalb der drei Ebenen sind übrigens keinesfalls homogen. So lehnt sich die Unternehmenskommunikation – zum Beispiel im Falle eines Briefbogens – sehr stark an die Designelemente an, während die Markenkommunikation zugunsten der jeweiligen Geschichte, die sie erzählt, auch mal die Grenzen des Corporate Designs austesten darf.

**Die Suzuki Unternehmenskommunikation bildet die Basis unserer visuellen Identität und hält sich an die Designprinzipien, ohne diese zu interpretieren. So erhalten Geschäftsausstattung, Innenausstattung, Außensignalisation und Preisauszeichnungen alle den gleichen klaren und vertrauenswürdigen Look.**

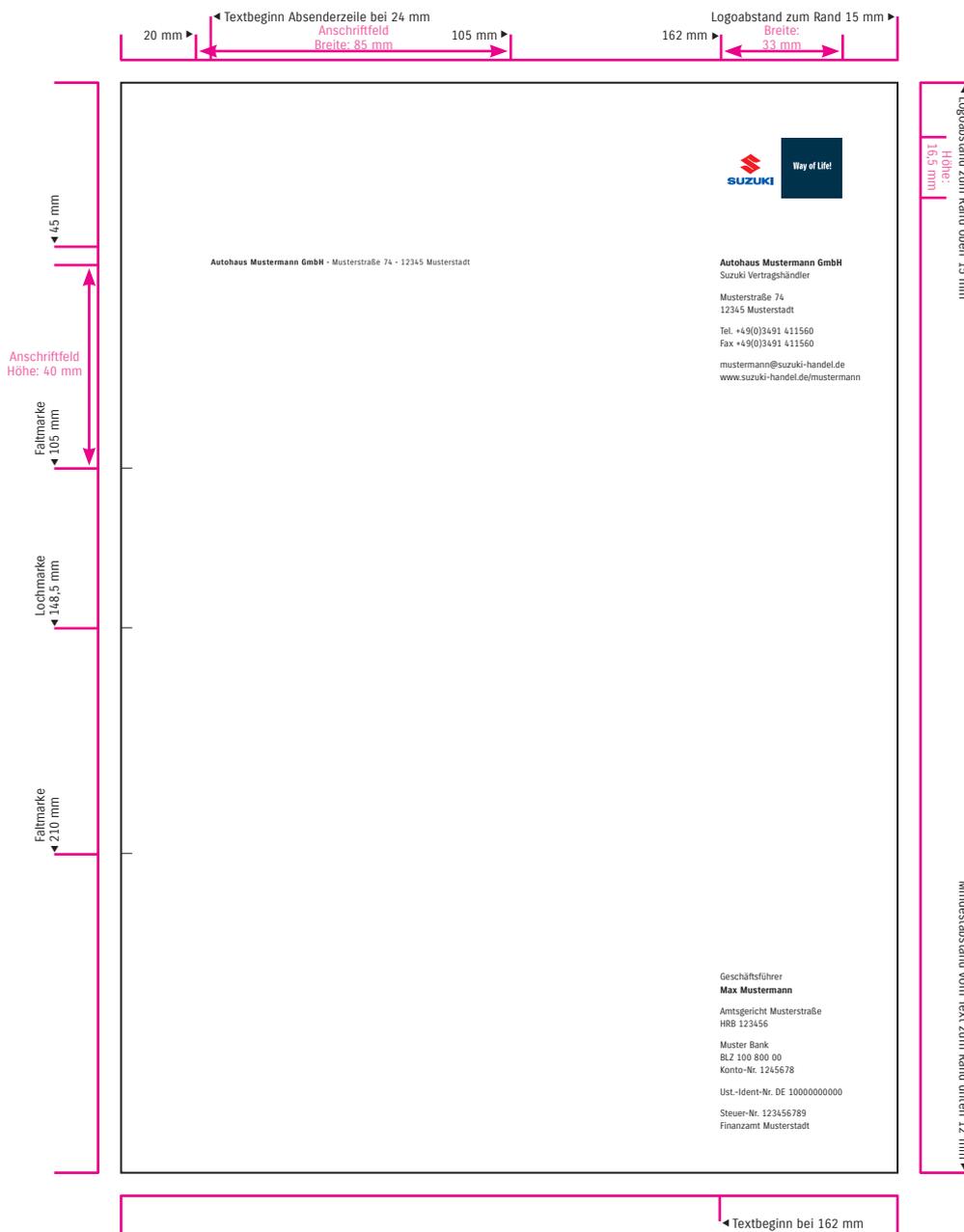
# Unternehmens- kommunikation

Suzuki Kommunikation

# Geschäfts- ausstattung

**Kontinuität schafft Vertrauen.  
Auch auf kleinster Ebene.**

## Geschäftsausstattung: Briefbogen, Seite 1



### Formate

Seitenformat: DIN A4

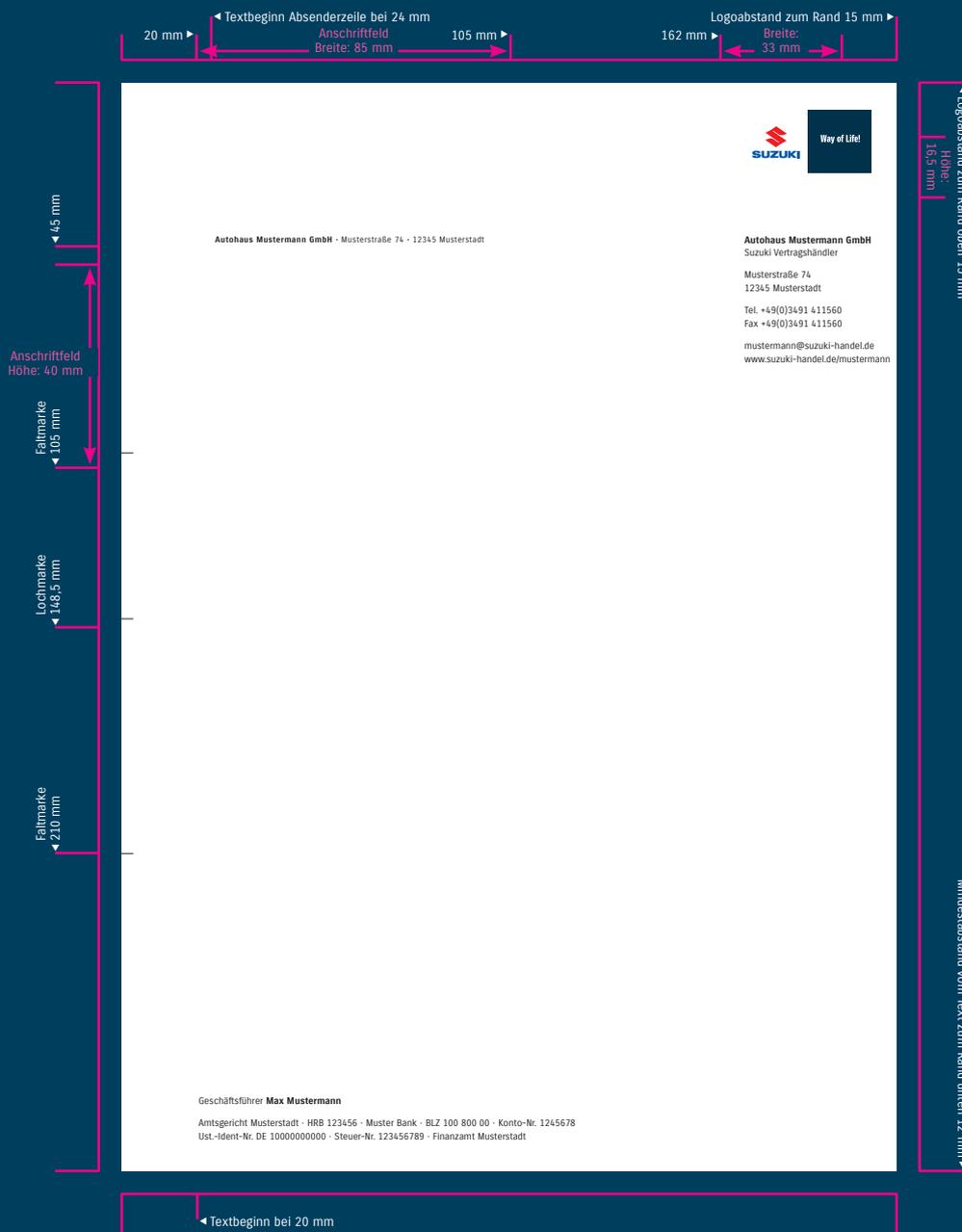
### Absenderzeile

Schrift: SuzukiPROBold  
SuzukiPRORegular  
Schriftgröße: 6 pt

### Textblöcke rechts

Schrift: SuzukiPROBold  
SuzukiPRORegular  
Schriftgröße: 7 pt  
Zeilenabstand: 9,8 pt  
Abstand Absätze: 4 mm

## Geschäftsausstattung: Briefbogen, Seite 1 (für Loco-Soft-Anwendung)



### Formate

Seitenformat: DIN A4

### Absenderzeile

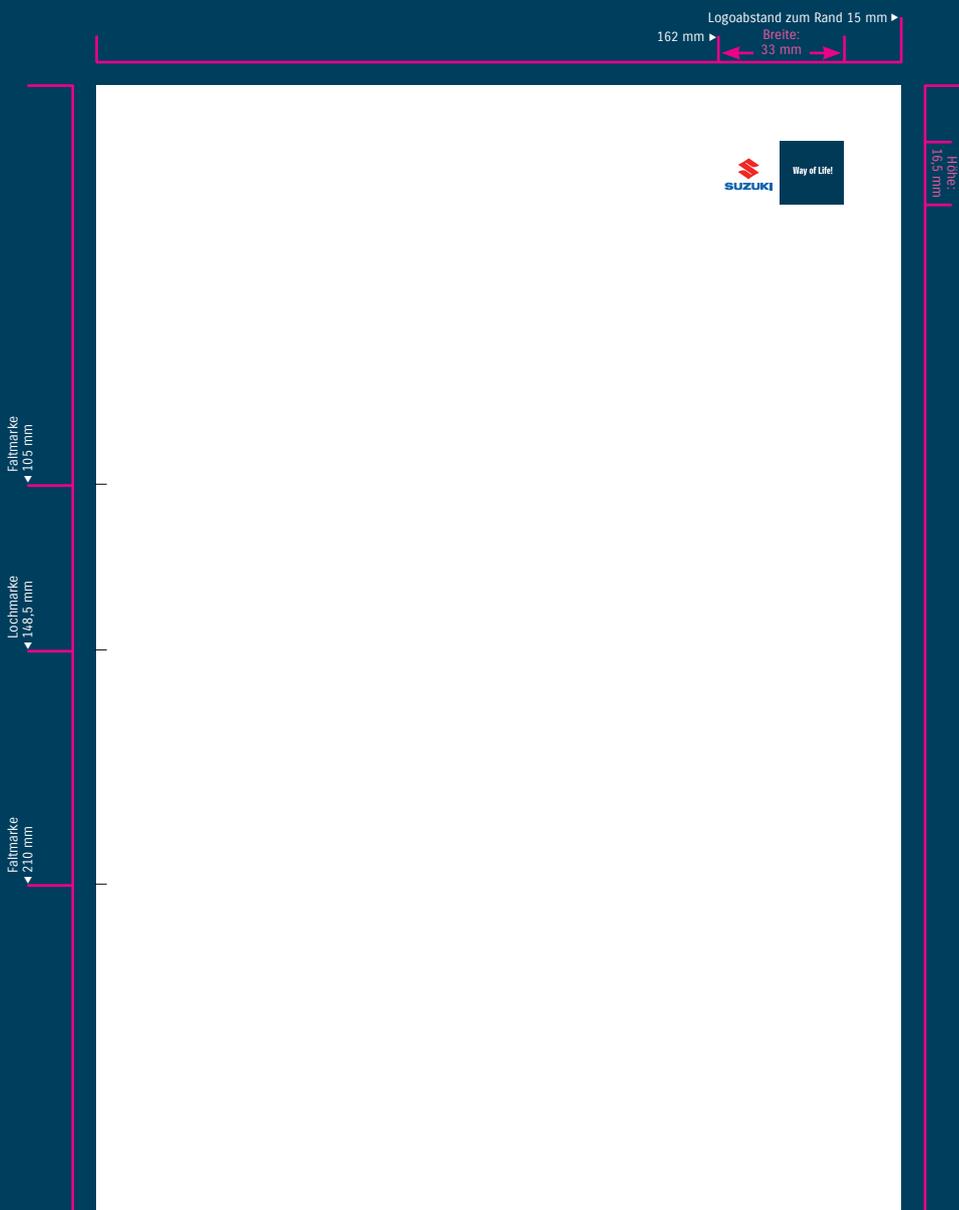
Schrift: SuzukiPROBold  
 SuzukiPRORegular  
 Schriftgröße: 6 pt

### Textblöcke rechts

Schrift: SuzukiPROBold  
 SuzukiPRORegular  
 Schriftgröße: 7 pt  
 Zeilenabstand: 9,8 pt  
 Abstand Absätze: 4 mm



## Geschäftsausstattung: Briefbogen, blanko



**Formate**  
Seitenformat: DIN A4

## Geschäftsausstattung: Faxformular

Logobeginn bei 157 mm ▶ Logoabstand zum Rand 13 mm ▶

◀ Erste Spalte, Beginn bei 24 mm  
Zweite Spalte, Beginn bei 115 mm ▶

Breite: 40 mm




**TELEFAX**

An/To	Von/From
Firma/Company	Telefon/Phone
Fax-/Nr./Fax no.	Daten per/Data via
Folgeseiten/Following pages	Datum/Date

**Autohaus Mustermann GmbH**  
 Suzuki Vertragshändler  
 Musterstraße 74  
 12345 Musterstadt  
 Tel. +49(0)3491 411560  
 Fax +49(0)3491 411560  
 mustermann@suzuki-handel.de  
 www.suzuki-handel.de/mustermann

◀ Logoabstand zum Rand oben 10 mm  
Höhe: 20 mm

▶ Linien: Stärke 1 pt, Länge 82 mm  
Abstand der Linien zueinander 14 mm;  
Linienbeginn bei 65 mm

Mindestabstand von Textunterkante zum Rand unten 18 mm ▶

◀ Textbeginn bei 157 mm

### Formate

Seitenformat: DIN A4

### Telefax

Schrift: SuzukiPROHeadline  
 Schriftgröße: 14 pt  
 Textunterkante bei 52 mm

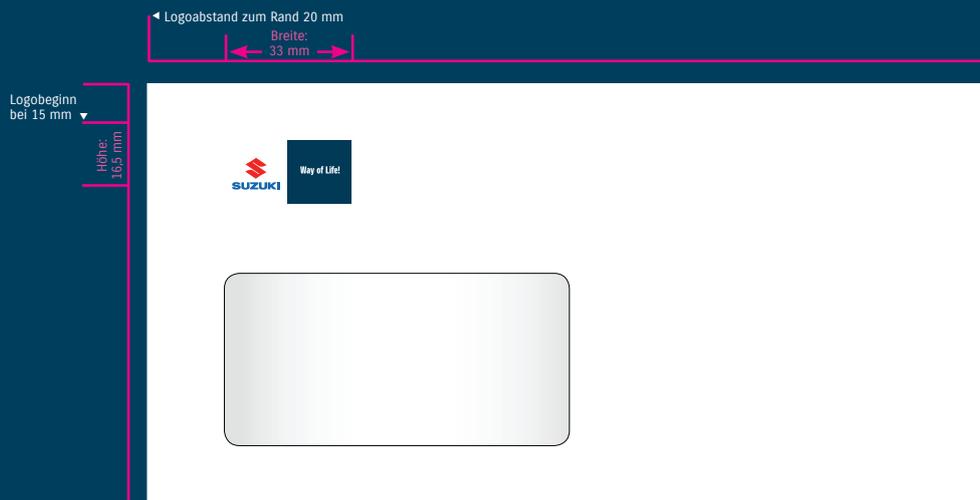
### Auszeichnungstext

Textunterkante erste Zeile  
 bei 68,5 mm  
 Schrift: SuzukiPRORegular  
 Schriftgröße: 7 pt  
 Abstand: 14 mm

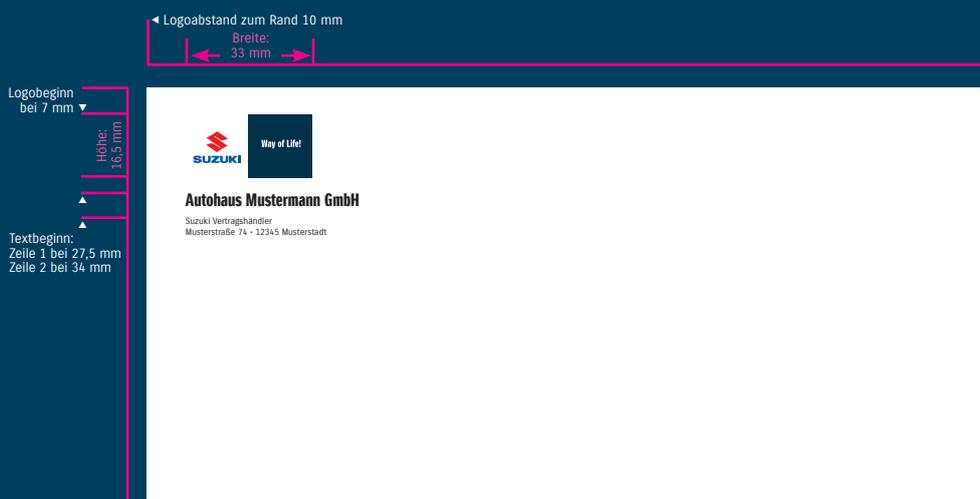
### Absender

Schrift: SuzukiPROBold,  
 SuzukiPRORegular  
 Schriftgröße: 7 pt  
 Zeilenabstand: 9,8 pt  
 Abstand Absätze: 6 mm

## Geschäftsausstattung: Versandhüllen



**Hülle mit Fenster**  
Größe: 220 x 110 mm



**Hülle ohne Fenster**  
Größe: 220 x 110 mm

**Absenderzeile**  
Schrift: SuzukiPROHeadline  
Schriftgröße: 13 pt

**Textblock rechts**  
Schrift: SuzukiPRORegular  
Schriftgröße: 6,5 pt

## Geschäftsausstattung: Visitenkarte und Stempel



### Visitenkarte

Größe: 85 x 56 mm

#### Name:

Schrift: SuzukiPROHeadline  
Schriftgröße: 15 pt

#### Titel:

Schrift: SuzukiPROHeadline  
Schriftgröße: 10 pt

#### Autohaus:

Schrift: SuzukiPROHeadline  
Schriftgröße: 9 pt  
Zeilenabstand: 9,8 pt

#### Kontaktdaten und Adresse:

Schrift: SuzukiPRORegular  
Schriftgröße: 6 pt  
Zeilenabstand immer: 7 pt



### Stempel

Größe: 58 x 20 mm

Schrift: SuzukiPROHeadline  
Schriftgröße: 7,5 pt  
Zeilenabstand: 10 pt



WILLKOMMEN

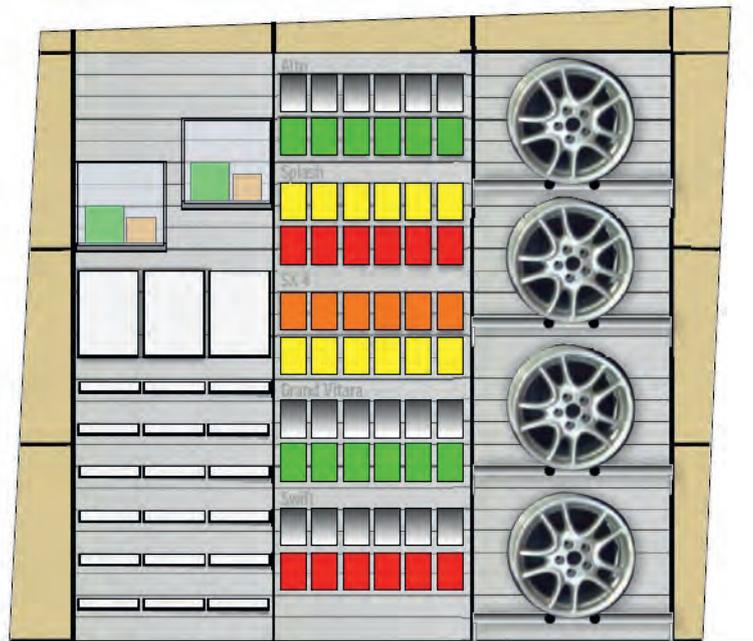
Suzuki Kommunikation

**Betrachten Sie Ihren  
Showroom ruhig als  
Point of Sale.**

**Aber lassen Sie ihn  
nicht so aussehen.**



Logo Systemwand (Breite 2,2 Meter)



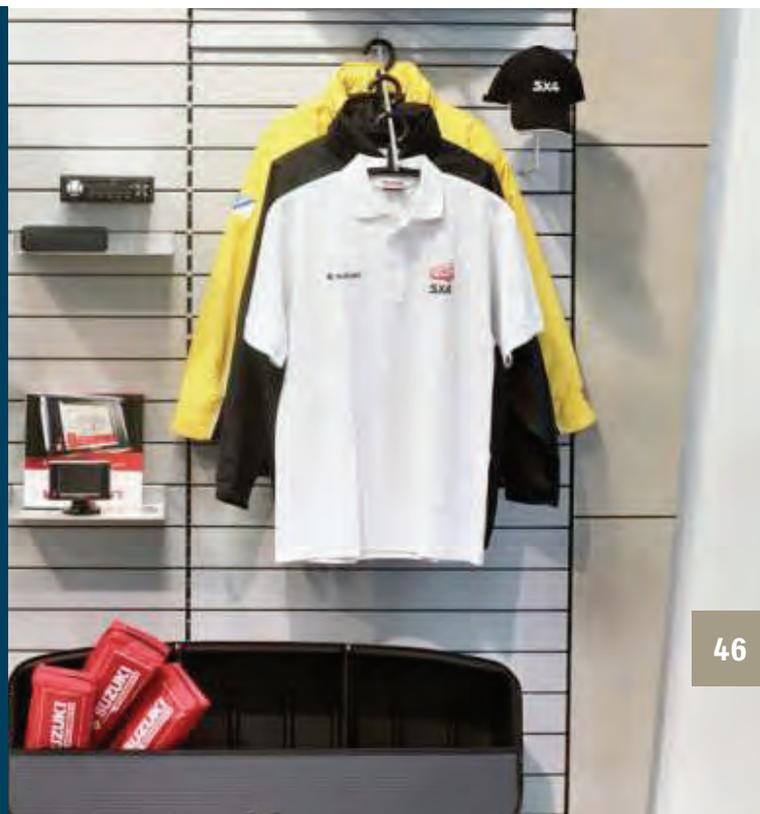
Prospekte, Farben und Zubehör Systemwand (Breite 3 Meter)

## Showroom-Konzept

Einheitlicher Look, vielfältige Möglichkeiten.

Die Basis einer Wohlfühlatmosphäre ist Ordnung. Mit dem Suzuki Showroom-Konzept ist diese Grundvoraussetzung gegeben. Durch seine vielfältigen Bestückungsmöglichkeiten bietet es zudem unzählige Möglichkeiten, den „Way of Life!“ themenspezifisch erlebbar zu machen.

Als Standard (Pflichtelemente) sind das Logo-Panel sowie die Module Prospekt-/Lackmuster und Zubehörfelder im Showroom umzusetzen.







## Preisauszeichnung

Alle Informationen zu den jeweiligen Suzuki Modellen auf einen Blick, unübersehbar, aber dezent präsentiert – das ist Sinn und Zweck des Preisauszeichnungssystems. Bestehend aus Infoblatt und Aufsteller.



## Showroom: Preisauszeichnung

20 mm | Breite: 90 mm | 110 mm | Spaltenabstand zum Rand 20 mm | 120 mm | Breite: 70 mm | 190 mm

30 mm | 40 mm | Beginn des Textblocks 50 mm

Max. Höhe: 15 mm | Logobrand zum Rand oben mind. 15 mm

Adressblock | 270 mm | Max. Höhe: 20 mm | 7 mm

5 mm Abstand vom Legal zum Adressblock | 5 mm

Blockbreite | Breite: 270 mm | Beginn des Adressblocks bei 10 mm

Alto

Neuwagen

### 1.0 BASIC

**Technische Daten:**

kW (PS):	50 (68)
Hubraum (cm³):	996
Getriebe:	Schaltgetriebe
Höchstgeschwindigkeit (km/h):	155
Fahrzeugfarbe:	Azure Gray Pearl Metallic
Kraftstoff:	Super bleifrei (ROZ 95)

Werksgarantie<sup>1</sup>: 3 Jahre ab 1. Zulassung

**Grundpreis<sup>2</sup>:**     **EUR 8.900,00**

---

+ Metallaufpreis:     EUR     350,00

+ Überführungskosten:     EUR     690,00

---

Fahrzeugpreis:     EUR     9.940,00

Alle Preise inkl. MwSt.

Fahrzeugpreis:  
9.940,00 EUR

**Audio und Navigation:**

- Radioanschlussvorbereitung
- 2 Lautsprecher

**Außenausstattung:**

- Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung
- Halogenscheinwerfer
- Scheiben rundum getönt
- 14"-Stahlfelgen (Bereifung 155/65 R14) inkl. Radzierblenden

**Innenausstattung:**

- Servolenkung
- Fensterheber vorn elektrisch
- Rücksitzlehne im Ganzen umklappbar
- Lenkrad höhenverstellbar
- Kofferraum von innen entriegelbar

**Sicherheitsausstattung:**

- ABS mit elektronischer Bremskraftverteilung
- Airbags vorn für Fahrer und Beifahrer
- Seitenairbags vorn
- ISOFIX

<sup>1</sup> Bis 100.000 km.  
<sup>2</sup> Unverbindliche Preisempfehlung der Suzuki International Europe GmbH ab Fabrik/Importeurlager.

Autohaus Mustermann GmbH • Musterländer Straße 1 • 12345 Musterstadt  
 Tel.: 012345 678910-11 • E-Mail: autohaus-mustermann@x-online.de

### Formate

Seitenformat: DIN A4

### 1.0 BASIC / Fahrzeugpreis

Schrift: SuzukiPROBold

Schriftgröße: 25 pt

Zeilenabstand: 35 pt

### Neuwagen / Grundpreis

Schrift: SuzukiPROBold

Schriftgröße: 17 pt

Zeilenabstand: 16 pt

### Überschriften

Schrift: SuzukiPROBold

Schriftgröße: 13 pt

Zeilenabstand: 16 pt

### Fließtext

Schrift: SuzukiPRORegular

Schriftgröße: 11 pt

Zeilenabstand: 14 pt

### Legals

Schrift: SuzukiPRORegular

Schriftgröße: 7 pt

Zeilenabstand: 9 pt

### Adresse

Schrift: SuzukiPROBold

Schriftgröße: 11 pt

Zeilenabstand: 14 pt

# Showroom: Preisauszeichnung

## **SWIFT** 1.2 CLUB

**Vorfühwagen**

**Technische Daten:**

kw (PS):	69 (94)
Hörsaum (cm³):	2142
Getriebe:	Schaltgetriebe
Höchstgeschwindigkeit (km/h):	165
Fahrzeugfarbe:	Ablaze Red Pearl Metallic
Kraftstoff:	Benzin, ROZ 95 (Super bleifrei), Mono fuel

**Audio und Navigation:**

- CD-Radio MP3 fähig inklusive
- 6 Lautsprecher
- USB-Anschluss

**Außenausstattung:**

- Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung
- Außenspiegel elektrisch verstellbar
- Außenspiegel beheizbar
- Halogenscheinwerfer
- Scheiben wärmer geteilt
- Blinkhilfe (3x Tippen 3x sinken)
- 2x 5 cm (15")-Stahlfelgen (Bereifung 175/65 R13) inkl. Radzierblenden

**Innenausstattung:**

- Klimaautomatik mit Pollenfilter
- Servolenkung
- Fensterheber vorn elektrisch
- Fahrersitz höhenverstellbar
- Lederlenker höhenverstellbar
- Multifunktionslenker (Digitaluhr, Außentemperaturanzeige, Durchschaltverbrauchs-, Momentenverbrauch, Reichweite)

**Sicherheitsausstattung:**

- ABS mit elektronischer Bremskraftverteilung
- ESP mit abschaltbarer Traktionskontrolle
- Airbags vorn für Fahrer und Beifahrer
- Seitenairbags vorn
- ISOFIX-Kinderstuhlfestlegung hinten auf den beiden äußeren Fondsitzen
- Schiebepedalen vorn
- Beifahrersitz verstellbar
- Bremssensoren
- Knieairbag vorn für Fahrer

**Grundpreis: EUR 13.590,00**

+ Metallcuppreis:	EUR 380,00
+ Überführungskosten:	EUR 690,00

Fahrzeugpreis: EUR 14.660,00

**Alle Preise inkl. MwSt.**

**Fahrzeugpreis:  
14.660,00 EUR**

Autohaus Mustermann GmbH - Musterländer Straße 1 - 12345 Musterstadt  
Tel.: 012345 678910-11 - E-Mail: autohaus-mustermann@v-online.de

## **SPLASH** 1.2 COMFORT

**Neuwagen**

**Technische Daten:**

kw (PS):	63 (86)
Hörsaum (cm³):	2142
Getriebe:	Automatik
Höchstgeschwindigkeit (km/h):	170
Fahrzeugfarbe:	Silky Silver Metallic 2
Kraftstoff:	Super bleifrei (ROZ 95)

**Werksgarantie\*:** 3 Jahre ab 1. Zulassung

**Grundpreis: EUR 15.600,00**

+ Metallcuppreis:	EUR 380,00
+ Überführungskosten:	EUR 400,00

Fahrzeugpreis: EUR 16.380,00

**Alle Preise inkl. MwSt.**

**Fahrzeugpreis:  
16.380,00 EUR**

Autohaus Mustermann GmbH - Musterländer Straße 1 - 12345 Musterstadt  
Tel.: 012345 678910-11 - E-Mail: autohaus-mustermann@v-online.de

## **Kizashi** 2.4 SPORT

**Neuwagen**

**Technische Daten:**

kw (PS):	131 (178)
Hörsaum (cm³):	2793
Getriebe:	Ferret Red CVT
Höchstgeschwindigkeit (km/h):	205
Fahrzeugfarbe:	Ferret Red
Kraftstoff:	Super bleifrei (ROZ 95)

**Werksgarantie\*:** 3 Jahre ab 1. Zulassung

**Grundpreis: EUR 29.900,00**

+ Überführungskosten:	EUR 650,00
-----------------------	------------

Fahrzeugpreis: EUR 30.550,00

**Alle Preise inkl. MwSt.**

**Fahrzeugpreis:  
30.550,00 EUR**

Autohaus Mustermann GmbH - Musterländer Straße 1 - 12345 Musterstadt  
Tel.: 012345 678910-11 - E-Mail: autohaus-mustermann@v-online.de

## **SX4** 1.6 CLUB

**Vorfühwagen**

**Technische Daten:**

kw (PS):	88 (120)
Hörsaum (cm³):	3386
Getriebe:	Schaltgetriebe
Höchstgeschwindigkeit (km/h):	175
Fahrzeugfarbe:	Silky Silver Metallic 2
Kraftstoff:	Super bleifrei (ROZ 95)

**Audio und Navigation:**

- CD-Radio MP3 fähig inklusive
- 6 Lautsprecher

**Außenausstattung:**

- Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung
- Außenspiegel elektrisch verstellbar
- Scheiben wärmer geteilt
- Dachreile schwarz
- 4x16 cm (17")-Stahlfelgen (Bereifung 205/60 R16) inkl. Radzierblenden

**Innenausstattung:**

- Klimaautomatik mit Pollenfilter
- Servolenkung
- Fensterheber vorn elektrisch
- Fahrersitz höhenverstellbar
- Lederlenker höhenverstellbar
- Multifunktionslenker (Digitaluhr, Außentemperaturanzeige, Verbrauchsanzeige)
- Rückstahle und Rückbank im Verhältnis 60:40 separat umklappbar

**Sicherheitsausstattung:**

- ABS mit elektronischer Bremskraftverteilung
- ESP
- i-RAD (Intelligentes ABS/ASR)
- Airbags vorn für Fahrer und Beifahrer
- Seitenairbags vorn
- Vorhangairbags vorn
- Sicherheitsgurte vorn höhenverstellbar
- Schiebepedalen hinten
- ISOFIX-Kinderstuhlfestlegung hinten auf den beiden äußeren Fondsitzen
- Schiebepedalen vorn

**Grundpreis: EUR 18.790,00**

+ Metallcuppreis:	EUR 400,00
+ Überführungskosten:	EUR 690,00

Fahrzeugpreis: EUR 19.880,00

**Alle Preise inkl. MwSt.**

**Ihr Preisvorteil: EUR 3.480,00**

**Barpreis: EUR 16.400,00**

**Barpreis:  
16.400,00 EUR**

Autohaus Mustermann GmbH - Musterländer Straße 1 - 12345 Musterstadt  
Tel.: 012345 678910-11 - E-Mail: autohaus-mustermann@v-online.de

## **GRAND VITARA** 1.9 DDIS COMFORT+

**Neuwagen**

**Technische Daten:**

kw (PS):	90 (123)
Hörsaum (cm³):	1870
Getriebe:	Schaltgetriebe
Höchstgeschwindigkeit (km/h):	170
Fahrzeugfarbe:	Quasar Gray Metallic
Kraftstoff:	Diesel

**Werksgarantie\*:** 3 Jahre ab 1. Zulassung

**Grundpreis: EUR 29.900,00**

+ Metallcuppreis:	EUR 400,00
+ Überführungskosten:	EUR 690,00

Fahrzeugpreis: EUR 30.990,00

**Alle Preise inkl. MwSt.**

**Fahrzeugpreis:  
30.990,00 EUR**

Autohaus Mustermann GmbH - Musterländer Straße 1 - 12345 Musterstadt  
Tel.: 012345 678910-11 - E-Mail: autohaus-mustermann@v-online.de

### Information über Kraftstoffverbrauch, CO<sub>2</sub>-Emissionen und Stromverbrauch i. S. d. Plus-Eco/KV

Modell	Motor	Leistung	CO <sub>2</sub> -Emissionen (g/km)	Stromverbrauch (kWh/100km)
Suzuki Kizashi 2.4 4x4	Super E5	131 kW	191	-

Ersteller: Suzuki International Europe GmbH | 28.12.2011

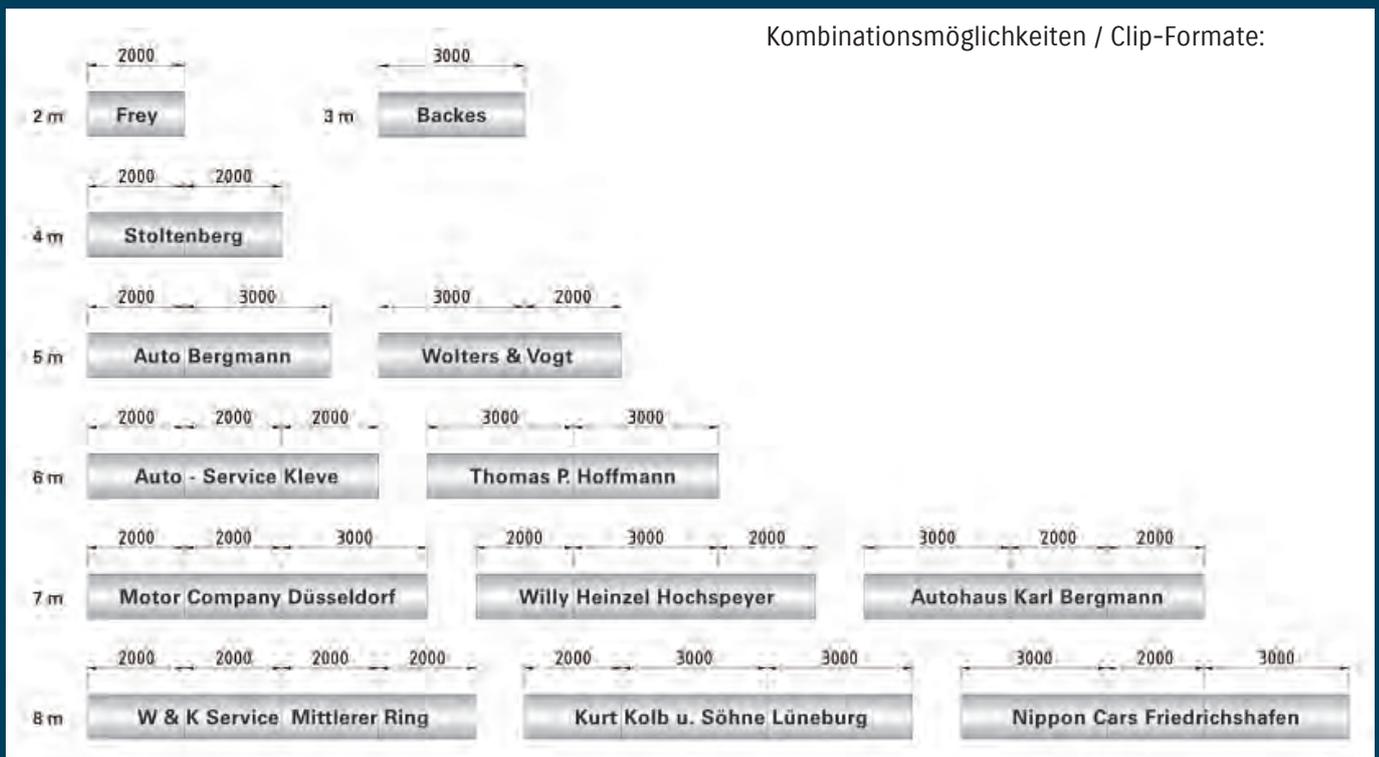
Suzuki Kommunikation

# Wie sollte eine Suzuki Außensignalisation aussehen? – So!\*

\* Logo-Clip (1), Namenselement (2), Fassadenfarbe „RAL 7024 – Graphitgrau“ (3) und Händler-Pylon (4).



## Logo-Clip und Namenselement



Farbigkeit der Außenfassade:



## Händler-Pylon

Querschnitt      Frontansicht | Pylonen-Formate:



Pylon 5 Meter



Pylon 4 Meter  
(Standard)



Pylon 3 Meter



# Vertriebs- kommunikation

**Ob lokale Anzeige, Plakate oder Werbemittel für den Showroom: Wir bieten unseren Partnern Vertriebskommunikation, die nicht nur auf das Vertrauen in die Marke, sondern auch auf dem Way of Life! basiert. Auch die Vertriebskommunikation ist übrigens unverkennbar Suzuki – selbst wenn die Designelemente freier eingesetzt werden als in der Unternehmenskommunikation.**

# Händlermatern

Mater 2-spaltig (4c), Format: 90 x 178 mm

**SUZUKI** Way of Life! **SWIFT**

**Actionheld**

**Ab XX.XXX,- EUR<sup>1</sup>**

- 1.2-Liter-Benzinmotor mit 69 kW (94 PS), optional auch als Automatik oder 1.3-Liter-Turbodieselmotor mit 55 kW (75 PS)
- Kraftstoffverbrauch innerorts 6,8–4,8 l/100 km, außerorts 4,9–3,6 l/100 km, kombiniert 5,6–4,1 l/100 km, CO<sub>2</sub>-Ausstoß kombiniert 128–106 g/km (VO EG 715/2007)
- Sicherheit: 7 Airbags, ESP und ABS mit Bremsassistent, serienmäßig

Abbildung zeigt Sonderausstattung. <sup>1</sup>Gilt für den Swift X.X Xxxxx.

**Autohaus Muster** • Musterstraße 34 • 12345 Musterstadt  
 Telefon: 01234 567890 • Telefax: 01234 567890  
 E-Mail: info@suzuki-muster.de  
 www.suzuki-muster.de

**Headline / Angebot**

Schrifttype: SuzukiPROHeadline, 30 pt; linksbündig

**Fließtext**

Schrifttype: SuzukiPROMedium, 8 pt zu 9,5 pt; linksbündig

**Pflichttexte**

Schrifttype: SuzukiPRORegular, 6 pt zu 8 pt; linksbündig.

Die Verbrauchswerte und der CO<sub>2</sub>-Ausstoß werden immer in der gleichen Größe wie der Fließtext abgesetzt.

**Händleradresse**

Schrift: SuzukiPROBold und Regular, 8 pt zu 10 pt; linksbündig

## Händlermatern

Unsere Händleranzeigen sind plakativ und aufmerksamkeitsstark. Um das zu erhalten, achten wir darauf, dass die Headline aus einem Wort besteht und im Regelfall drei Highlights aufgezählt werden. Optional kann ebenfalls mit einem kurzen Fließtext gearbeitet werden.

### Neueröffnung

Am Xx., den XX.XX.12, XX - XX Uhr.

Ordentlich Vielfalt. Lust auf eine Tour. Das sind beste Aussichten – und zwar bei Ihrem Suzuki Partner. Dort warten Alto, Splash, Swift, SX4, Kizashi, Jimny und Grand Vitara nämlich schon darauf, mit Ihnen auf Probefahrt zu gehen. Und wir freuen uns auf Sie!

Abbildungen zeigen Sonderausstattung.  
 Kraftstoffverbrauch: innerorts 12,1-4,8 l/100 km,  
 außerorts 8,1-3,6 l/100 km, kombiniert 9,6-4,1 l/100 km;  
 CO<sub>2</sub>-Ausstoß kombiniert 221-103 g/km (VO EG 715/2007).

**Autohaus Muster** • Musterstraße 34 • 12345 Musterstadt  
 Telefon: 01234 567890 • Telefax: 01234 567890  
 E-Mail: info@suzuki-muster.de  
 www.suzuki-muster.de

### neujahrsbrunch einladung

am XX. und XX.1.2012\*

#### MEHR SPORT WAGEN IM NEUEN JAHR!

Einer der meistgefassten Vorsätze zum Jahreswechsel – jetzt können Sie ihm ganz unangestrengt Folge leisten. Mit dem neuen Swift Sport. Erleben Sie seine Sportlichkeit und agile Performance bei unserem diesjährigen Neujahrsbrunch.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch am XX. und XX. Januar 2012 in unserem Autohaus.

\*Außerhalb der gesetzlichen Öffnungszeiten: keine Beratung, keine Probefahrt, kein Verkauf.

Kraftstoffverbrauch: innerorts 8,4 l/100 km, außerorts 5,2 l/100 km, kombiniert 6,4 l/100 km;  
 CO<sub>2</sub>-Ausstoß kombiniert 147 g/km (VO EG 715/2007).

**Autohaus Muster** • Musterstraße 34 • 12345 Musterstadt  
 Telefon: 01234 567890 • Telefax: 01234 567890  
 E-Mail: info@suzuki-muster.de  
 www.suzuki-muster.de

# PoS-Material

Poster DIN A1



Poster DIN A1



Leuchtsäule



Deko-Würfel

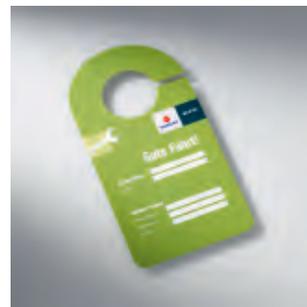


Display-Insert

# Werbemittel



Werbemittel  
Suzuki



Individuell  
gestaltbare  
Werbemittel  
mit Ihrem  
Autohaus-  
Logo



Neue  
Werbemittel

## Produktionsdetails für Geschäftsausstattung

### Das Maß aller Dinge!

#### Ihre Geschäftsausstattung in Zahlen

Ein perfekter Auftritt besticht vor allem in den Details. Und für Ihren perfekten Geschäftsauftritt haben wir auch schon etwas vorbereitet. Im Marketing-Center-Shop unter „CI-Richtlinien -> Geschäftsausstattung“ finden Sie PDF-Dokumente, die Ihnen die maßgeblichen Richtlinien für die Gestaltung von Briefbögen, Visitenkarten, Rechnungsbögen, Briefumschlägen, Faxformularen und sogar Grußkarten zeigen. Der ideale Wegweiser für Ihre Druckerei oder Ihre Werbeagentur, wenn es um die Umsetzung unseres Corporate Designs geht.

### Schreib mal wieder!

#### Die Suzuki Schrift im Einsatz

Die Schrift gehört zu einer Marke wie der Nachname an die Haustür. Darum ist es wichtig, dass Sie die Suzuki Schrift auf allen Werbemitteln auch konsequent anwenden. Und das geht denkbar einfach: Sie müssen nur die Schrift auf Ihrem PC und/oder Mac installieren. Weil wir auch sonst Einfachheit bevorzugen, müssen Sie beim Schreiben nur noch darauf achten, Überschriften mit Suzuki PROHeadline in einer großen Schriftgröße, Fließtexte in kleiner Schriftgröße mit der SuzukiPRORegular auf weißen Hintergründen bzw. mit der SuzukiPROMedium auf farbigen Flächen sowie Zwischenüberschriften und Hervorhebungen in Texten in der SuzukiPROBold zu setzen.

### Na Logo!

#### Das Suzuki Markenzeichen für alle (Lebens-)Lagen

Mit unserem Logo setzen wir ein Zeichen. Und das können Sie jetzt auch! Je nach Werbemittel und Anforderung muss das prägnante Suzuki Markenzeichen in verschiedenen Versionen verwendet werden. Im Marketing-Center-Shop unter „CI-Richtlinien -> Logos“ haben wir Ihnen die bestehenden Logo-Versionen zusammengestellt. So haben Sie zu jeder Zeit und für alle Fälle die richtige Logo-Version parat. Und falls Sie einmal unsicher sein sollten: Im CI-Leitfaden finden Sie detaillierte Beschreibungen zu der jeweiligen Anwendung.