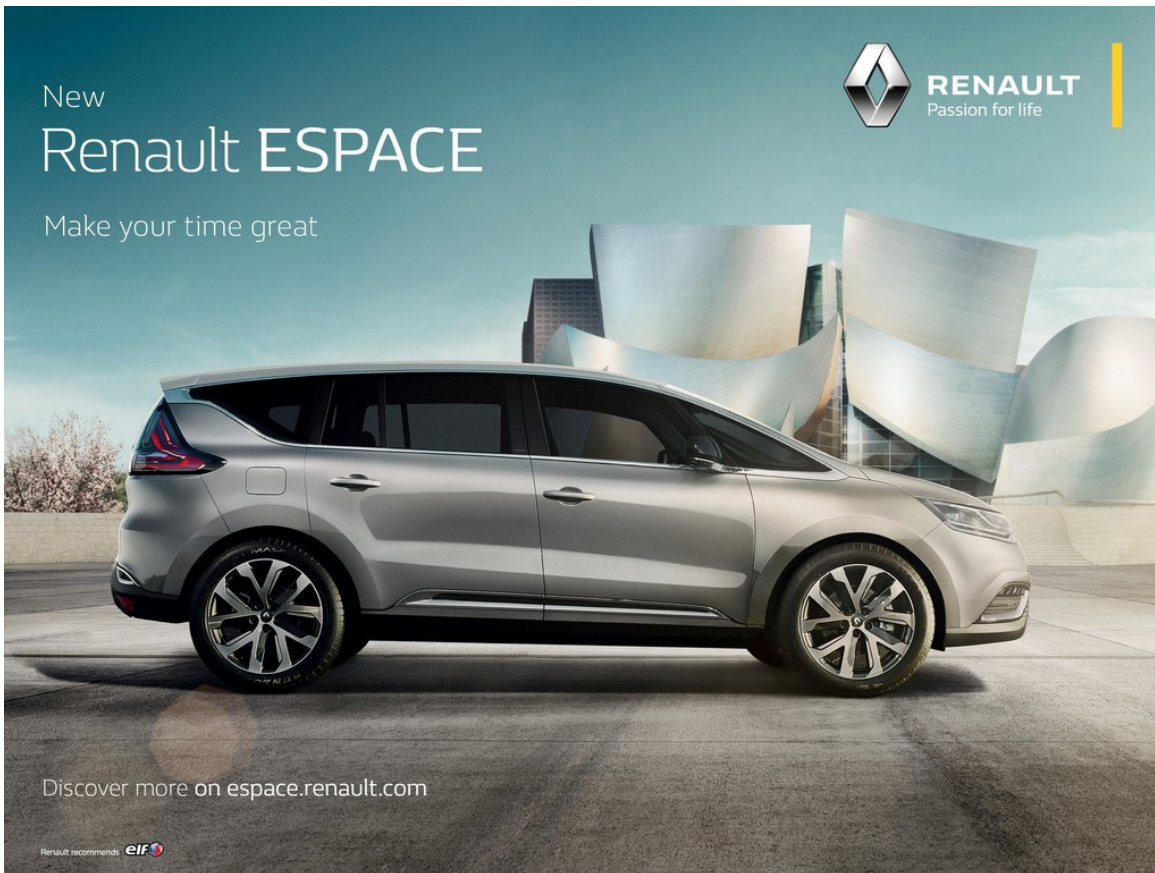


Renault wechselt den Markenclaim

„Drive the change“ hieß es jahrelang bei Renault, nun wechselt die Marke selbst, und zwar den Markenclaim. Mit dem Marktstart des neuen Espace heißt es bei den Franzosen künftig „Passion for Life“ (Leidenschaft fürs Leben). Er soll die mit dem Clio vor drei Jahren eingeläutete Modellerneuerung dokumentieren, die Ende 2016 in allen Baureihen abgeschlossen sein wird. Analog zur prominenten Platzierung des Firmenlogos an der Fahrzeugfront steht der Rhombus als Firmenzeichen in der Kommunikation jetzt frei ohne den gelben Hintergrund. Die Farbe, die heller und wärmer gestaltet wurde, findet sich künftig vertikal neben dem Markenlogo wieder. Der Schriftzug „Renault“ wurde größer und moderner gestaltet. (ampnet/jri)

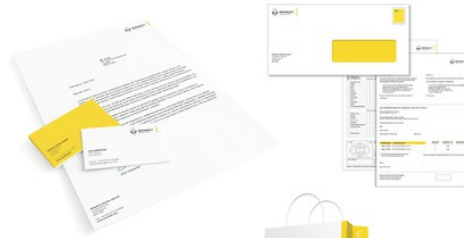
Bilder zum Artikel



Werbung für den Renault Espace.



RENAULT
Passion for life



New Renault typeface

Renault Life



RENAULT

ABCDEFGHIJKLM

MNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

013456789 ffl ffi ftl



Passion for Life: Renault wechselt den Markenclaim und stellt das Gelb sowie die Schrift leicht um.