

| | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | Vorwort | 1 | <i>Preface</i> |
| 2 | CD-Richtlinien generell | 2 | <i>Interdivisional CD-guidelines</i> |
| 3 | CD-Richtlinien Unternehmensbereich Gerätebatterien | 3 | <i>CD-guidelines Portable Battery Division</i> |
| 4 | CD-Richtlinien Unternehmensbereich Autobatterien | 4 | <i>CD-guidelines Automotive Battery Division</i> |

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team:

Unternehmenskommunikation:
Elke Döhring-Nisar
Tel.: (05 11) 79 03 - 8 22, Fax: (05 11) 79 03 - 717
e-mail: elke.doehring-nisar@varta.com

Unternehmensbereich Autobatterien:
Reiner Wörner, VB-HM
Tel.: (05 11) 9 75 - 14 60, Fax: (05 11) 9 75 - 14 65
e-mail: reiner.woerner@de.auto.varta.com

Unternehmensbereich Gerätebatterien:
Eva Stengel, GMS
Tel./Fax: (0 79 61) 83 - 493
e-mail: eva.stengel@varta.com

For any further questions please contact the Corporate Design Team:

Corporate Communications:
Elke Döhring-Nisar
Phone: +49 5 11 79 03 - 8 22, Fax: +49 5 11 79 03 - 717
e-mail: elke.doehring-nisar@varta.com

Automotive Battery Division:
Reiner Wörner, VB-HM
Phone: +49 5 11 975 - 14 60, Fax: +49 5 11 975 - 14 65
e-mail: reiner.woerner@de.auto.varta.com

Portable Battery Division:
Eva Stengel, GMS
Phone/Fax: +49 79 61 83 - 493
e-mail: eva.stengel@varta.com

Vorwort Preface

Qualität und Innovation bestimmen die Erfolgsgeschichte von Varta – seit über 100 Jahren. Als weltweit tätiges Batterieunternehmen besitzen wir ein umfassendes Know-how in der elektrochemischen Energiespeicherung.

Wir sind die Batterie-Experten.

Ob in der Entwicklung und Herstellung von Auto- oder Gerätebatterien – wir wollen technologisch führend und international stark sein. In allen Bereichen – Forschung, Fertigung, Marketing, Vertrieb und Dienstleistung – verfolgen wir stets ein Ziel: innovative, kundenorientierte Lösungen in überlegener Qualität.

Professionelle Kommunikation leistet dabei einen wesentlichen Beitrag.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen das Corporate Design von Varta vor: Dieses Online-Handbuch soll Ihnen nicht nur eine praktische Hilfe, z. B. bei der Gestaltung von Werbemitteln, sein. Corporate Design ist der visuelle Ausdruck unserer angestrebten Führungsposition im Batteriemarkt. Es kommuniziert die Kompetenz von Varta – Die Batterie-Experten.

Mit freundlichen Grüßen,



Dr. Georg Prilhofer
Vorsitzender des Vorstands der
VARTA AG

For more than 100 years, quality and innovation have been the driving forces behind Varta's success story. As a worldwide active battery company we command extensive know-how in the field of electrochemical energy storage.

We are the Battery Experts.

Whether it's the development and manufacturing of automobile or unit batteries, we are always striving for technological leadership and international strength. In all areas we are active in – research, manufacturing, marketing, sales and services – we remain dedicated to one aim: delivering innovative, customer oriented solutions matched with superior quality.

Professional communication plays an important role in achieving these objectives.

On the following pages we will present Varta's corporate design. This online manual, however, is not only intended as a practical aid, as in the design of advertising media, for example. Corporate design is more than just a collection of graphics guidelines – it is the visible expression of the leading position we aspire to in the battery market. Corporate design communicates the competence of Varta – The Battery Experts.

Best regards,



*Dr. Georg Prilhofer
Chairman of the Executive Board
VARTA AG*

Herzlichen Dank, dass Sie sich auf diesem Wege über das Varta Corporate Design informieren. Bitte beachten Sie die folgenden Hinweise für die Benutzung.

Thank you for using this medium to find out about Varta Corporate Design. Please note the following pointers for use.

Ausdruck

Ausdrucke von einzelnen Seiten des Dokumentes sind jederzeit über alle handelsüblichen Schwarzweiß- und Farbdrucker möglich. Verwenden Sie dazu die üblichen Druckbefehle.

Printout

The individual pages of the document can be printed out at any time using commercial black/white and color printers. Use the usual print command for this purpose.

Handling

Über die Inhaltsseite (nächste Seite) dieses Dokumentes, können Sie per Mausklick das gesuchte Thema anwählen.

Handling

Use the mouse to click the topic you require from the contents page (next page) of this document.

Index

Das Indexfenster am linken Bildschirmrand dieses Dokumentes bietet per Mausklick Zugriff auf jede Seite.

Index

The index window on the left-hand side of the screen in this document allows you to access each page at the click of the mouse.

Zurück zur Inhaltsseite

Um auf die Inhaltsseite zurückzukommen, klicken Sie auf „Varta Corporate Design“ in der Kopfzeile jeder Dokumentenseite.

Back to the contents page

To return to the contents page, click „Varta Corporate Design“ in the header of each document page.

Start

Benutzen Sie den Startbutton um auf das Inhaltsverzeichnis zu gelangen.

Start

Use the Start button to move to the table of contents.



Zurück zum
Inhaltsverzeichnis
*Back to table of
contents*

Anwählen jedes
Themas per Mausklick
Click a topic to select it

| Varta-Corporate Design | | | |
|-------------------------------|------------------------------------|-------|-------------------------------------|
| CD-Richtlinien generell | | | |
| Interdivisional CD-guidelines | | | |
| 2.1 | Einleitung | 2.1 | Introduction |
| 2.2 | Positionierung "in Bearbeitung" | 2.2 | Positioning "under construction" |
| 2.3 | Unternehmenssymbol | 2.3 | Corporate logo |
| 2.3.1 | Standard | 2.3.1 | Standard |

| | | | |
|------------|---|------------|---|
| 2.1 | Einleitung | 2.1 | <i>Introduction</i> |
| 2.2 | Positionierung „in Bearbeitung“ | 2.2 | <i>Positioning</i> “under construction” |
| 2.3 | Unternehmenssymbol | 2.3 | <i>Corporate logo</i> |
| 2.3.1 | Standard | 2.3.1 | <i>Standard</i> |
| 2.3.2 | Hochformat | 2.3.2 | <i>Portrait format</i> |
| 2.3.3 | Druckvorlagen | 2.3.3 | <i>Print layouts</i> |
| 2.3.4 | Farben | 2.3.4 | <i>Colours</i> |
| 2.3.5 | Konstruktion | 2.3.5 | <i>Construction elements</i> |
| 2.3.6 | Anwendung mit Partnern | 2.3.6 | <i>Utilization with third parties</i> |
| 2.4 | Schriften | 2.4 | <i>Fonts</i> |
| 2.4.1 | Alphabet | 2.4.1 | <i>Alphabet</i> |
| 2.4.2 | Anwendung | 2.4.2 | <i>Utilization</i> |
| 2.5 | Schreibweisen | 2.5 | <i>Notation, typeface, layout</i> |
| 2.5.1 | Firmenname | 2.5.1 | <i>Company name</i> |
| 2.5.2 | Markenname | 2.5.2 | <i>Brand name</i> |
| 2.5.3 | Unternehmenssymbol | 2.5.3 | <i>Corporate logo</i> |
| 2.5.4 | Tochtergesellschaften | 2.5.4 | <i>Subsidiaries</i> |

2.6 Geschäftsausstattung

- 2.6.1 Briefbogen mit Bemaßung
- 2.6.2 Briefbogen VARTA Aktiengesellschaft
- 2.6.3 Briefbogen VARTA Gerätebatterie GmbH
- 2.6.4 Briefbogen VARTA Autobatterie GmbH
- 2.6.5 Briefbogen mit zwei Adressen
- 2.6.6 Briefbogen Tochtergesellschaft
- 2.6.7 Briefbogen Vorstand
„in Bearbeitung“
- 2.6.8 Briefbogen Vorstandsmitglieder
„in Bearbeitung“
- 2.6.9 Briefbogen für Zeugnisse
- 2.6.10 Kurzmitteilung
- 2.6.11 Briefhüllen
- 2.6.12 Adressaufkleber
- 2.6.13 Freistempler
- 2.6.14 Visitenkarten
- 2.6.15 Telefaxbogen
- 2.6.16 Grußkarten
- 2.6.17 Stempel

2.7 Unternehmenskommunikation

„in Bearbeitung“

2.8 Anzeigen

„in Bearbeitung“

2.9 Telefonbucheinträge**2.10 Präsentationen****2.11 Geschäftsräume**

- 2.11.1 Bildmotive
- 2.11.2 Passepartout/Bilderrahmen
- 2.11.3 Bestellformular

2.6 Business stationery

- 2.6.1 Letter sheet with dimensions
- 2.6.2 Letter sheet VARTA Aktiengesellschaft
- 2.6.3 Letter sheet VARTA Gerätebatterie GmbH
- 2.6.4 Letter sheet VARTA Autobatterie GmbH
- 2.6.5 Letter sheet with two addresses
- 2.6.6 Letter sheet subsidiary
- 2.6.7 Letter sheet Executive Board
“under construction”
- 2.6.8 Letter sheet
Members of the Executive Board
“under construction”
- 2.6.9 Letter sheet for references
- 2.6.10 Memo
- 2.6.11 Envelopes
- 2.6.12 Address stickers
- 2.6.13 Franking
- 2.6.14 Business cards
- 2.6.15 Facsimile sheet
- 2.6.16 Greeting cards
- 2.6.17 Stamp

2.7 Corporate Communications

“under construction”

2.8 Advertisements

“under construction”

2.9 Telephone directory entries**2.10 Presentations****2.11 Business premises**

- 2.11.1 Pictures
- 2.11.2 Passe-partout/picture frames
- 2.11.3 Order form

CD-Richtlinien generell *Interdivisional CD-guidelines*

2.12 Fahrzeugbeschriftung

2.12.1 Kleintransporter

2.12.2 LKW

2.12 Vehicle lettering

2.12.1 Mini van

2.12.2 Lorry

2.13 Messen

2.13 Trade fairs

2.15 Außenwerbung

2.15 Outdoor advertising

2.16 Online-Kommunikation

2.16 Online communication

2.16.1 Domain-Strategie/Link Policy

2.16.1 Domain strategy/link policy

2.16.2 Generelle Richtlinien

2.16.2 General guidelines

2.16.2.1 Aufbau der Online-Seiten/Struktur

2.16.2.1 Layout of online pages/structure

2.16.2.2 Aufbau der Online-Seiten/Abbildungen

2.16.2.2 Layout of online pages/illustrations

2.16.2.3 Aufbau der Online-Seiten/Texten

2.16.2.3 Layout of online pages/texts

2.16.3 Zentraler Internet-Service

2.16.3 Central Internet service

2.16.3.1 Richtlinien

2.16.3.1 Guidelines

2.16.3.2 Homepages/Konstante Parameter

2.16.3.2 Homepages/constant parameters

2.16.3.3 Homepages/Variable Parameter

2.16.3.3 Homepages/variable parameters

2.16.3.4 Technische Spezifikationen

2.16.3.4 Technical specifications

2.16.3.5 Subhomepages/Konstante Parameter

2.16.3.5 Sub-homepages/constant parameters

2.16.3.6 Subhomepages/Variable Parameter

2.16.3.6 Sub-homepages/variable parameters

2.16.3.7 Unterseiten

2.16.3.7 Subpages

2.16.3.8 Promotions

2.16.3.8 Promotions

„in Bearbeitung“

“under construction”

2.16.4 Tochter-Websites

2.16.4 Subsidiary websites

2.16.5 Extranet

2.16.5 Extranet

2.16.6 Intranet

2.16.6 Intranet

Einleitung Introduction

Wer heute von „Corporate Identity“ spricht, meint nichts anderes als die Persönlichkeit eines Unternehmens. Ein trivialer Sachverhalt, könnte man meinen.

In Wahrheit jedoch ist Corporate Identity äußerst komplex und vielschichtig. Denn wie jede Persönlichkeit hängt auch die Persönlichkeit des Unternehmens von zahlreichen Faktoren ab, z. B. von seinem Know-how, seinen Mitarbeitern, seinen Produkten, seinen Entscheidungen.

Grundsätzlich lassen sich drei Bereiche voneinander abgrenzen, die in der Kombination die Corporate Identity, also die Identität eines Unternehmens, ausmachen:

- Verhalten (Corporate Behaviour)
- Kommunikation (Corporate Communication)
- Erscheinungsbild (Corporate Design)

Das Zusammenwirken von Marken-Design, Grafik-Design und Architektur-Design mit dem Ziel, ein einheitliches Erscheinungsbild zu schaffen und weiterzuentwickeln, bezeichnet man als Corporate Design.

Corporate Design hat die Aufgabe, die Persönlichkeit des Unternehmens sichtbar zu machen. Nach innen genauso wie nach außen. Corporate Design umfasst deshalb alle Gestaltungsraster, alle Leitlinien und alle Zeichen, Symbole, Farben und Schriften, die das Erscheinungsbild des Unternehmens bestimmen.

Die Prägnanz des Auftretens wirkt sich unmittelbar auch auf die Sicherheit und das Vertrauen aus, das Kunden und Partner einem Unternehmen entgegenbringen. Qualität und Attraktivität des Angebots werden verstärkt. Corporate Design verschafft dem Unternehmen ein geschlossenes Erscheinungsbild – bei aller Vielfalt der kommunikativen und gestalterischen Maßnahmen. Nicht zuletzt bringt die einheitliche Gestaltung eine Vereinfachung mit sich und sichert somit deutliche Kostenvorteile.

Auf den folgenden Seiten finden Sie Richtlinien für das Corporate Design von VARTA AG. Diese Richtlinien sind verbindlich für alle Gesellschaften, die „VARTA“ in ihrem Firmennamen führen bzw. Batterien unter der Marke Varta anbieten.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

When we speak of “corporate identity” today we are referring to nothing else than the personality of a corporation – a trivial affair, as some might think.

In reality corporate identity is a very complex and multilayered issue. Just like any personality, the personality of a corporation depends on numerous factors such as know-how, human resources, products and decisions.

Basically speaking, there are three distinct areas, the combination of which determines corporate identity – in other words, three elements that determine the identity of a corporation:

- *behaviour (corporate behaviour)*
- *communication (corporate communication)*
- *appearance (corporate design)*

The interaction of brand design, graphic design and architectural design, with the aim of creating and further developing a uniform appearance, is referred to as corporate design.

Corporate design serves to render the personality of the corporation visible, within the company as well as towards the outside. Therefore corporate design comprises all design layouts, grids, guidelines as well as all visual elements, logos, symbols, colours and typefaces that determine the appearance of the corporation.

The impact of the visual statement has an immediate effect on the measure of confidence and trust that customers and partners place in a corporation, thereby enhancing quality and appeal of the product offerings. Corporate design imparts a homogeneous appearance to the company – regardless of the wealth of different design and communication measures and media employed. Uniform design also results in simplification, which in turn helps to achieve appreciable cost advantages.

On the following pages we will outline the corporate design guidelines of VARTA AG. These guidelines are binding for all companies bearing the name “VARTA” as part of the company name, or offering Varta brand batteries.

For any further questions please contact the Corporate Design Team.

Positionierung der Marke Varta *Positioning the Varta brand*

Die Positionierung der Marke Varta wird derzeit überarbeitet.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

The positioning for the Varta brand is currently being reviewed.

If you have any queries or problems, please contact the Corporate Design Team.

Unternehmenssymbol *Corporate logo*

Das Unternehmenssymbol von Varta setzt sich grundsätzlich aus drei Elementen zusammen: dem Bildzeichen, dem Markennamen und dem Slogan. Anordnung, Farben und Größenverhältnisse sind verbindlich und dürfen nicht verändert werden.

Basically, the Varta corporate logo consists of three elements: the logograph itself, the brand name and the slogan. The layout, the colours and the particular proportions are binding and must not be altered.

2.3.1

Unternehmenssymbol/Standard *Corporate logo/standard*

Das Unternehmenssymbol ist immer an der Horizontalen auszurichten. Das Bildzeichen steht grundsätzlich links vor dem Markennamen, Bildzeichen und Markenname sind immer gleich hoch.

Der Slogan „Die Batterie-Experten“ ist verbindlich und steht immer unter dem Markennamen und Bildzeichen. Die einzige Variante ohne Slogan ist ausschließlich für das Unternehmenssymbol im Hochformat zugelassen (vgl. Abschnitt 2.3.2 „Hochformat“). Ihre Verwendung ist nur in Ausnahmefällen erlaubt und bedarf einer Genehmigung des CD Teams.

Die negativen Unternehmenssymbole sind nur bei dunklen Hintergründen zu verwenden.

Der Slogan ist nur in den Sprachversionen Deutsch und Englisch zugelassen. In Publikationen, die nur im deutschsprachigen Raum erscheinen, ist grundsätzlich die deutsche Version zu verwenden – in allen anderen Ländern ist grundsätzlich die englische Version zu verwenden. Auf Produkten findet die englische Version Anwendung, da diese international eingesetzt werden.

Rasterungen, Schattierungen, Verfremdungen, Verzerrungen, Achsendrehungen, Änderungen der Farben und alle weiteren Modifikationen des Unternehmenssymbols sind nicht zulässig (Ausnahme: „Fahrzeugbeschriftung“ 2.12). Die Produktionsform ist so zu wählen, dass eine vorschriftsmäßige Wiedergabe gewährleistet ist. Erlaubt ist die Darstellung des Unternehmenssymbols als Prägung.

Produktbezeichnungen in unmittelbarer Nähe zum Unternehmenssymbol, die die Erscheinung des Unternehmenssymbols verändern und/oder den Eindruck erwecken, es handle sich um eine Ergänzung des Unternehmenssymbols, sind unzulässig.

Der Markenname mit Slogan erscheint in Überschriften und in Fließtexten ohne Bildzeichen. Die korrekte Schreibung ist im Abschnitt 2.5.1 „Schreibweisen/Firmenname“ erläutert.

Für die Unternehmensbereiche gilt: Bildzeichen und Markenname sind immer gemeinsam mit dem Slogan zu verwenden.

The corporate logo is always horizontally aligned. The logo is always positioned to the left of the brand name and the logo and brand name are always of the same height.

Our slogan, “The Battery Experts”, is binding and is always positioned below the brand name and logo. The only variation permitted without our slogan is the variation for the corporate logo in portrait format (see section 2.3.2 “Portrait format”). This version may only be used in exceptional cases and must be approved by the CD Team.

You may use the negative corporate logos only on dark backgrounds.

The slogan is only permissible in the German and English language versions. In publications appearing only in German-speaking countries, the German version is always used as a matter of principle, while the English version is always employed in all other countries. The English version is used on products, as these are marketed on an international basis.

The corporate logo must not be subjected to screening, shading, alienation effects, distortions, axial rotation, colour changes or any other modifications. (With the exception of vehicle lettering, 2.12). The mode or technique of production must guarantee reproduction true to our guidelines and specifications. It is permissible to present the corporate logo in embossed or relief form.

Product names and designations in the immediate vicinity of the corporate logo that alter the logo and/or create the impression of representing a supplement to the corporate logo are not permissible.

The brand name with slogan appears in headers and in continuous text without logo. The correct layout and typeface is explained in section 2.5.1 “Notation, typeface, layout/company name”.

The following applies to the divisions: logo and brand name must always be used in conjunction with the slogan.



Abb. 1
Unternehmenssymbol
3-farbig, positiv, mit Slogan – **richtig**

Illustration 1
Corporate logo
3-colour, positive, with slogan – **correct**



Abb. 2
Unternehmenssymbol
3-farbig, positiv, mit Slogan – **falsch**

Illustration 2
Corporate logo
3-colour, positive, with slogan – **wrong**

Unternehmenssymbol/Hochformat *Corporate logo/portrait format*

In Ausnahmefällen, in denen eine begrenzte Druckfläche zur Verfügung steht (z. B. auf Produkten), darf das Unternehmenssymbol im Hochformat erscheinen. Der Markenname steht unter dem Bildzeichen. Bildzeichen und Markenname dürfen nicht getrennt werden und stehen in verbindlicher Anordnung und Größenrelation zueinander. Der Slogan entfällt.

In exceptional cases where limited printing space is available (on products, for example) the corporate logo may appear in portrait format. The brand name is positioned beneath the logo. The logo and brand name must not be separated, their layout and proportions are binding. In this case, the slogan does not appear.



Abb. 1
Unternehmenssymbol hoch,
2-farbig, positiv – **richtig**

Illustration 1
*Corporate logo, portrait format,
3-colour, positive – **correct***



Abb. 2
Unternehmenssymbol hoch,
2-farbig, positiv – **falsch**

Illustration 2
*Corporate logo, portrait format,
3-colour, positive – **wrong***



Abb. 1a
Unternehmenssymbol 3-farbig, positiv, deutsch

Illustration 1a
Corporate logo, 3-colour, positive, German



Abb. 1b
Unternehmenssymbol 2-farbig, negativ, deutsch

Illustration 1b
Corporate logo, 2-colour, negative, German

Varta press server
VARTA AG
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de/files/deutsch/Logos>

Varta picture archive
VARTA Gerätebatterie GmbH
<http://photos.varta.de>

1. password: picture
2. password: archive

Varta picture archive
VARTA Autobatterie GmbH
<http://varta.fotocentrum.de>

Im Varta-Presseserver und in den Varta-Bildarchiven finden Sie alle Varianten des Varta-Unternehmenssymbols als elektronische Datensätze.

On the Varta-pressserver and in the Varta image archives, you will find all variations of the Varta corporate logo as an electronic data set.



Abb. 2a

Unternehmenssymbol 3-farbig, positiv, englisch

Illustration 2a

Corporate symbol, 3-colour, positive, English



Abb. 2b

Unternehmenssymbol 2-farbig, negativ, englisch

Illustration 2b

Corporate symbol, 2-colour, negative, English

Varta press server
VARTA AG
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de/files/deutsch/Logos>

Varta picture archive
VARTA Gerätebatterie GmbH
<http://photos.varta.de>

1. password: picture
2. password: archive

Varta picture archive
VARTA Autobatterie GmbH
<http://varta.fotocentrum.de>

Im Varta-Presseserver und in den Varta-Bildarchiven finden Sie alle Varianten des Varta-Unternehmenssymbols als elektronische Datensätze.

On the Varta-pressserver and in the Varta image archives, you will find all variations of the Varta corporate logo as an electronic data set.



Abb. 3a
Unternehmenssymbol 1-farbig, positiv, deutsch

Illustration 3a
Corporate logo, 1-colour, positive, German



Abb. 3b
Unternehmenssymbol 1-farbig, negativ, deutsch

Illustration 3b
Corporate logo, 1-colour, negative, German

Varta press server
VARTA AG
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de/files/deutsch/Logos>

Varta picture archive
VARTA Gerätebatterie GmbH
<http://photos.varta.de>

1. password: picture
2. password: archive

Varta picture archive
VARTA Autobatterie GmbH
<http://varta.fotocentrum.de>

Für 1-farbige Reproduktionen des Unternehmenssymbols ist ausschließlich die 1-farbige Druckvorlage zu verwenden.

Im Varta-Presseserver und in den Varta-Bildarchiven finden Sie alle Varianten des Varta-Unternehmenssymbols als elektronische Datensätze.

In monochrome reproductions of the corporate logo, exclusive use must be made of the monochrome print layout.

On the Varta-pressserver and in the Varta image archives, you will find all variations of the Varta corporate logo as an electronic data set.



Abb. 4a
Unternehmenssymbol 1-farbig, positiv, englisch

Illustration 4a
Corporate logo, 1-colour, positive, English



Abb. 4b
Unternehmenssymbol 1-farbig, negativ, englisch

Illustration 4b
Corporate logo, 1-colour, negative, English

Varta press server
VARTA AG
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de/files/deutsch/Logos>

Varta picture archive
VARTA Gerätebatterie GmbH
<http://photos.varta.de>

1. password: picture
2. password: archive

Varta picture archive
VARTA Autobatterie GmbH
<http://varta.fotocentrum.de>

Für 1-farbige Reproduktionen des Unternehmenssymbols ist ausschließlich die 1-farbige Druckvorlage zu verwenden.

Im Varta-Presseserver und in den Varta-Bildarchiven finden Sie alle Varianten des Varta-Unternehmenssymbols als elektronische Datensätze.

In monochrome reproductions of the corporate logo, exclusive use must be made of the monochrome print layout.

On the Varta-pressserver and in the Varta image archives, you will find all variations of the Varta corporate logo as an electronic data set.



Abb. 5a
Unternehmenssymbol hoch, 1-farbig, positiv

Illustration 5a
Corporate logo, portrait format, monochrome, positive



Abb. 5b
Unternehmenssymbol hoch, 1-farbig, negativ

Illustration 5b
Corporate logo, portrait format, monochrome, negative



Abb. 6a
Unternehmenssymbol hoch, 2-farbig, positiv

Illustration 6a
Corporate logo, portrait format, 2-colour, positive



Abb. 6b
Unternehmenssymbol hoch, 2-farbig, negativ

Illustration 6b
Corporate logo, portrait format, 2-colour, negative

Varta press server
VARTA AG
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de/files/deutsch/Logos>

Varta picture archive
VARTA Gerätebatterie GmbH
<http://photos.varta.de>

1. password: picture
2. password: archive

Varta picture archive
VARTA Autobatterie GmbH
<http://varta.fotocentrum.de>

Für 1-farbige Reproduktionen des Unternehmenssymbols ist ausschließlich die 1-farbige Druckvorlage zu verwenden.

Im Varta-Presseserver und in den Varta-Bildarchiven finden Sie alle Varianten des Varta-Unternehmenssymbols als elektronische Datensätze.

In monochrome reproductions of the corporate logo, exclusive use must be made of the monochrome print layout.

On the Varta-pressserver and in the Varta image archives, you will find all variations of the Varta corporate logo as an electronic data set.

Unternehmenssymbol/Farben Corporate logo/colours

Der Markenname „Varta“ erscheint in der Version „3-farbig, positiv“ im typischen Varta-Blau. In der Version „1-farbig, positiv“ erscheinen der Markenname, das Bildzeichen und der Slogan in Schwarz. Andere 1-farbige Versionen des Unternehmenssymbols sind nicht zulässig. Die Entscheidung, ob 3-farbig oder 1-farbig gedruckt wird, ist eine Ermessensfrage und hängt nicht zuletzt vom vorhandenen Budget ab.

Erscheint das Unternehmenssymbol auf einem farbigen Hintergrund, ist darauf zu achten, dass dieser Hintergrund eine hohe Farb- und Strukturhomogenität aufweist. Fonds mit Kontrasten, Verläufen, Strukturen oder Farbkanten sind nicht zulässig.

Neben den Positiv-Versionen des Unternehmenssymbols stehen für dunkle Hintergründe die Negativ-Versionen zur Verfügung. Sie sollten ausschließlich für dunkle Fonds verwendet werden.

Die folgenden Farbmuster und Angaben von Druckfarben sind verbindlich.

In the “3-colour/positive” version, the brand name “Varta” appears in the typical Varta blue. In the “monochrome/positive” version, the brand name, the logo and the slogan appear in black. Other monochrome versions of the corporate logo are not permissible. The decision whether to print in three colours or monochrome is a matter of taste and depends, of course, on the given budget.

If the corporate logo appears on a colour background, it must be ensured that the background is highly homogeneous in terms of colour and structure. Backgrounds with contrasts, half-tone progressions, structures and colour edges are not permissible.

Apart from the positive versions of the corporate logo, negative versions are available for dark backgrounds. You may use it only on dark backgrounds.

The following colour samples and specifications of print colours are binding.

Varta-Gelb



- Pantone 116 C (glänzendes und mattes Papier)
- Pantone 115 U (Naturpapier)
- Magenta 21 %, Gelb 97 %
- RAL 1021

Varta yellow



- Pantone 116 C (glossy and matt paper)
- Pantone 115 U (uncoated paper)
- Magenta 21 %, yellow 97 %
- RAL 1021

Varta-Blau



- Pantone 280 C (glänzendes und mattes Papier)
- Pantone 280 U (Naturpapier)
- Cyan 100 %, Magenta 79 %
- RAL 5002

Varta blue



- Pantone 280 C (glossy and matt paper)
- Pantone 280 U (uncoated paper)
- Cyan 100 %, magenta 79 %
- RAL 5002

Slogan: ● 100 % Schwarz

Slogan: ● 100 % black

Achtung: Bedingt durch Papier, Untergrund und Druckintensität können unter Umständen die Pantone-Farben sowie die im Vierfarb-Prozess hergestellten Farben zu unterschiedlichen Ergebnissen führen. Die Farbdefinitionen sind Annäherungswerte.

Farbverbindlich ist die gedruckte CD-Manual Kurzversion, die zur optischen Farbabstimmung benutzt werden sollte und über das CD Team anzufordern ist.

Important: Due to the paper, background and printing intensity, the Pantone colours and those colours produced in the four-colour process may not always be consistent. The colour definitions are approximate values.

The colors used in the printed CD Manual short version are binding. The Manual should be used to achieve visual color matching and can be obtained from the CD Team.

Unternehmenssymbol/Konstruktion
Corporate logo/construction elements

Die Konstruktion des Unternehmenssymbols ist nur in Ausnahmefällen zulässig, z.B. für den Einsatz auf Großflächenplakaten und Messeständen. Folgende Maße sind für die Konstruktion des Unternehmenssymbols verbindlich.

The corporate logo may only be displayed as a construction element in exceptional cases, such as its use on large-scale posters and trade fair stands. The following dimensions are binding when displaying the corporate logo in the form of a construction element.

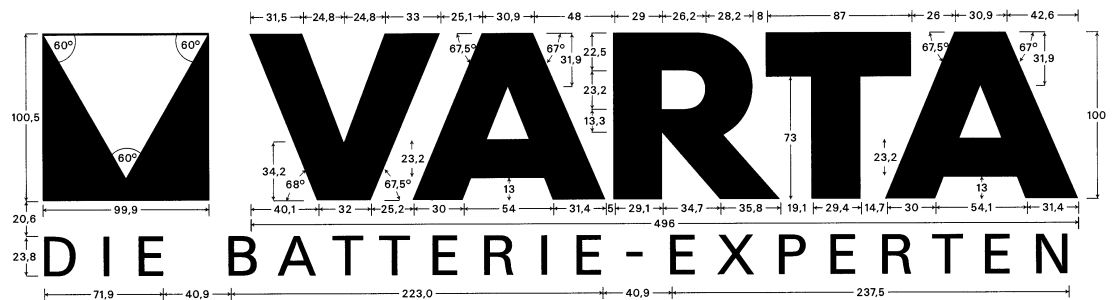


Abb. 1
Unternehmenssymbol mit Bemaßung

Illustration 1
Corporate logo with dimensions

Unternehmenssymbol/Anwendung mit Partnern
Corporate logo/utilization with third parties

Die Änderung des Unternehmenssymbols oder die Schaffung und die Verwendung neuer Symbole zusammen mit anderen Firmenzeichen ist nicht zulässig.

Das Varta-Unternehmenssymbol und das Unternehmenssymbol des Partners sollten in einem angemessenen Abstand zueinander stehen. Es ist darauf zu achten, dass beide Unternehmenssymbole gleichwertig gewichtet sind.

Bei jeder Anwendung des Unternehmenssymbols zusammen mit Partnern sind die CD-Richtlinien einzuhalten.

Changes of the corporate logo in any form or the creation and use of new logographs or symbols in conjunction with other company logos are not permissible.

The Varta corporate logo and third party corporate logo should be spaced at an appropriate distance from each other. It is important to ensure that both logos are given equal weighting.

The CD-guidelines must be adhered to when using the corporate logo in conjunction with third parties.

Varta-Sortimente



122
123



Varta-Maxi-Tech. Die neue Höchstleistungs-Alkaline für die moderne High-Tech-Gerätegeneration

Die Maxi-Tech wurde von Varta für höchste Energieanforderungen entwickelt. Sie versorgt High-Tech-Anwendungen wie Digitalkameras, Organizer, Palmtops, Pagers etc. die nötige Ausdauer:

- bis zu 50% mehr Energie als normale Alkali-Batterien von Varta
- attraktives Preis-/Leistungsverhältnis
- in den Baugrößen Micro und Mignon und damit für ca. 80% aller Anwendungen

Varta - Die Batterie-Experten

Für jedes Outlet und für jedes Sortiment den richtigen Warenträger

Attraktive Warenträgersysteme abgestimmt auf alle Varta-Sortimente.

Theken-Display, silber/blau
12 Haken
Art.-Nr. **11425**



Warenträger
Quality 180
180 x 50 cm
silber/blau
Art.-Nr. **11426**



VARTA
DIE BATTERIE-EXPERTEN

Schnurlos-Telefon-Akkus

| Referenzen* | Typ | System | Volt | Kapazität | Art.-Nr. |
|---|---------------|--------|------|-----------|----------|
| AEG Liberty S, C, CA; Telefonfunken CS4, CCS, CC6; Uniden CT910, 914 | T341 | Ni-MH | 4,8V | 1100 mAh | 125500 |
| Bosch CT-COM 214, 316, 412, 413, 416, 516, CTV-TAM, Mobiltel CT424; Philips TD9202, TD9605 | T345 | Ni-MH | 3,6V | 1100 mAh | 125505 |
| Panasonic KX-T 9100, 9150, 9200, 9250 | T347 | Ni-MH | 4,8V | 1100 mAh | 125520 |
| Panasonic KX-T 9300, 9310, 9320, 9410; PTT Boston 150 | T343 | Ni-MH | 3,6V | 1100 mAh | 125525 |
| Philips Aloris, Evalia, Sonata, Xallo TD8200, Xallo Plus 6400, Xallo Vox 6800 | T390 | Ni-Cd | 3,6V | 400 mAh | 000000 |
| Siemens Megaset 940, 950, 960; DL Telekom Sinus 42, 421, 42 AB | T340 | Ni-MH | 3,6V | 1100 mAh | 125535 |
| Siemens Gigaset; DL Telekom Sinus 43/Sinus 44; Panasonic KX-T CD 915 G; Hagenuk HomeHandy; Philips Onis und andere... | T399 (Mignon) | Ni-MH | 1,2V | 1100 mAh | 000000 |

* und baugleiche Typen

Weitere Varta-Akkus für schnurlose Telefone finden Sie in der Preisliste.

| Warenträger | Abmessungen | Bestückung | Art.-Nr. |
|--|---|---|----------|
| PhonePower Theken-Display mit dem T399 Spezial-Akku | 18,5 x 27,5 x 17,5 (B x H x T in cm) | 20 x 2er-Blister T 399 Spezial-Akku | 000000 |

Informen und Änderungen vorbehalten.




**A. Fischer GmbH
AUTOZUBEHÖR**



VARTA
DIE BATTERIE-EXPERTEN

Abb. 1-3
Beispiele Unternehmenssymbol in der Anwendung mit einem Partner

Illustrations 1-3
Examples of corporate logo used in conjunction with third party

Schriften
Fonts

Die CD-Schrift von Varta setzt sich aus insgesamt sechs Univers-Schnitten zusammen und ist verbindlich für alle Drucksachen, Werbemittel und Beschriftungen.

Varta's CD-typeface consists of six Univers fonts and is binding for all printed matter, advertising instruments and lettering.

Als Korrespondenzschrift ist die Arial zu verwenden.

You should use the Arial font for your correspondence.

2.4.1

Schriften/Alphabet
Fonts/alphabet

Grundsätzlich kann zwischen sechs verschiedenen Univers-Schnitten gewählt werden. Das Alphabet und die vorschriftsmäßige Verwendung der verschiedenen Schnitte werden auf den folgenden Seiten gezeigt und erläutert.

Basically, there are six different Univers fonts to choose from. The alphabet and the correct use of the various fonts is shown and explained on the following pages.

| |
|---|
| <p>UNIVERS 47 – SCHMALLEICHT – LIGHT CONDENSED 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 Ä Ö Ü 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 ä ö ü 1 / 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % (. , - ; : ! j ? ç -) · { ' " " " > < } + — = / \$ § & * £</p> |
| <p>UNIVERS 55 – NORMAL – MEDIUM 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 Ä Ö Ü 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 ä ö ü 1 / 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % (. , - ; : ! j ? ç -) · { ' " " " > < } + — = / \$ § & * £</p> |
| <p>UNIVERS 56 – NORMAL KURSIV – MEDIUM ITALIC 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 Ä Ö Ü 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 ä ö ü 1 / 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % (. , - ; : ! j ? ç -) · { ' " " " > < } + — = / \$ § & * £</p> |
| <p>UNIVERS 65 – HALBFETT – BOLD 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 Ä Ö Ü 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 ä ö ü 1 / 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % (. , - ; : ! j ? ç -) · { ' " " " > < } + — = / \$ § & * £</p> |
| <p>UNIVERS 67 – SCHMALHALBFETT – BOLD CONDENSED 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 Ä Ö Ü 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 ä ö ü 1 / 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % (. , - ; : ! j ? ç -) · { ' " " " > < } + — = / \$ § & * £</p> |
| <p>UNIVERS 68 – KURSIV SCHMALHALBFETT – BOLD CONDENSED ITALIC 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 Ä Ö Ü 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 ä ö ü 1 / 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 % (. , - ; : ! j ? ç -) · { ' " " " > < } + — = / \$ § & * £</p> |

Schriften/Anwendung
 Fonts/utilization

Die Schrift ist normalerweise positiv, 100 % schwarz. Sie kann aber auch negativ weiß oder 100 % in einer Farbe gesetzt werden. In allen Fällen ist grundsätzlich auf eine gute Lesbarkeit des Textes zu achten.

Normally, the font is set in positive and 100 % black. It can also be used in negative white or 100 % in another colour. In all cases, due care must be taken to ensure good legibility of the respective text.

Folgende sechs Univers-Schriftschnitte sind zugelassen:

The following six Univers fonts are approved:

Univers 47: Schmalschnitt, nur für Tabellen

Univers 47: *condensed font, for tables only*

Univers 55: Standardschrift für Mengensatz und Auszeichnungsschrift für Überschriften

Univers 55: *standard font for mass composition and for display font as headers*

Univers 56: Auszeichnungsschriften, z. B. für Überschriften und andere Hervorhebungen

Univers 56: *display fonts, e.g. for headers and other highlighted elements*

Univers 65: Auszeichnungsschriften, z. B. für Überschriften und andere Hervorhebungen

Univers 65: *display fonts, e.g. for headers and other highlighted elements*

Univers 67: Auszeichnungsschriften, z. B. für Marginalien und Bildunterschriften

Univers 67: *display fonts, e.g. for marginal notes and captions*

Univers 68: Auszeichnungsschriften, z. B. für Marginalien und Bildunterschriften

Univers 68: *display fonts, e.g. for marginal notes and captions*

| |
|--|
| <p>UNIVERS 47 – SCHMALLEICHT – LIGHT CONDENSED Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen. Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen.</p> |
| <p>UNIVERS 55 – NORMAL – MEDIUM Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen. Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen.</p> |
| <p><i>UNIVERS 56 – NORMAL KURSIV – MEDIUM ITALIC</i> Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen. Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen.</p> |
| <p>UNIVERS 65 – HALBFETT – BOLD Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen. Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen.</p> |
| <p>UNIVERS 67 – SCHMALHALBFETT – BOLD CONDENSED Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen. Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen.</p> |
| <p><i>UNIVERS 68 – KURSIV SCHMALHALBFETT – BOLD CONDENSED ITALIC</i> Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen. Das ist ein Mustertext zur Darstellung der verschiedenen Schrifttypen.</p> |

Schreibweisen

Notation, typeface, layout

Ein Name ist nicht austauschbar, denn er steht immer für ein Individuum mit seiner eigenen, charakteristischen Identität.

Auch das Unternehmen Varta besitzt eine Identität. Firmenname, Marken- und Produktnamen sind der sprachliche Ausdruck dieser Identität. Beim Gebrauch dieser Bezeichnungen ist stets auf eine einheitliche Schreibweise zu achten.

Die wichtigsten Regelungen zur richtigen Schreibweise von Varta-Bezeichnungen werden in diesem Abschnitt vorgestellt.

In allen deutschsprachigen Publikationen gilt die neue deutsche Rechtschreibung.

Informationen zur neuen deutschen Rechtschreibung und zur spezifischen Varta-Terminologie sowie ein deutsch-englisches Glossar finden Sie auf dem Varta-Presseserver.

Varta press server
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de/files/deutsch/Glossar>

A name is not exchangeable but always stands for an individual with a unique, characteristic identity.

Varta as a corporation also possesses a distinct identity. The company, brand and product names are the verbal expression of this identity. The use of these names calls for uniform notation, typeface and layout.

The most important guidelines on the correct notation for Varta designations are set out in this section

In all German-language publications, the new German Spelling Reform applies.

Information on the new German spelling rules, specific Varta terminology and a German/English glossary of terms can be found on the Varta press server.

2.5.1

Schreibweise/Firmenname

Notation, typeface, layout/company name

In Verbindung mit der jeweiligen Rechtsform wird Varta grundsätzlich in Versalien geschrieben.

Sitz der Zentralverwaltung aller Unternehmensbereiche ist Hannover, Deutschland. Jede Tochtergesellschaft/Beteiligung hat ihren eigenen Firmennamen.

Je nach Absender spricht man von der VARTA Aktiengesellschaft, der VARTA Gerätebatterie GmbH oder der VARTA Autobatterie GmbH.

Man spricht grundsätzlich nicht mehr von Sparten, sondern von den Unternehmensbereichen Geräte- und Autobatterien.

When quoted with the respective legal form, Varta shall be printed in uppercase characters on all occasions.

The seat of the central administration is in Hannover. Each subsidiary/joint venture has its own company name.

Depending on the sender, we use VARTA Aktiengesellschaft, VARTA Gerätebatterie GmbH or VARTA Autobatterie GmbH.

Essentially, we no longer talk of sections, but rather of the Portable and Automotive Battery Divisions.

2.5.2

Schreibweisen/Markenname

Notation, typeface, layout/brand name

Varta steht immer in gemischter Schreibweise, wenn nicht von der Rechtsform des Unternehmens (siehe Abschnitt 2.5.1) die Rede ist.

Die verbindliche Schreibweise des Slogans im Fließtext lautet: Varta – Die Batterie-Experten. Andere Schreibweisen und Kombinationen von Firmenname und Slogan (z. B.: VARTA Gerätebatterie GmbH – Die Batterie-Experten) sind nicht zulässig.

Unless quoted with the respective legal form, Varta is to be written in uppercase and lowercase characters (see section 2.5.1).

The binding form of the slogan in continuous text is as follows: Varta – The Battery Experts. Other notations and combinations of corporate name and slogan are not permissible (as in VARTA Gerätebatterie GmbH – The Battery Experts, for example).

Schreibweisen/Unternehmenssymbol
Notation, typeface, layout/corporate logo

Das Unternehmenssymbol und seine grafischen Elemente dürfen weder in Überschriften noch im laufenden Text oder als Gestaltungselement, z. B. als Rapport o. Ä., verwendet werden.

The corporate logo and its graphic elements may not be used in headers, continuous text or as design elements, as in repeats or similar effects for example.

2.5.4**Schreibweisen/Tochtergesellschaften**
Notation, typeface, layout/subsidiaries

Jede Tochtergesellschaft hat ihren eigenen Firmennamen. Die verbindlichen Schreibweisen der Gesellschaften bzw. Distributoren, die den Namen Varta als Namensbestandteil führen, lauten:

Each subsidiary has its own company name. The obligatory notations of subsidiaries and distributors who use the name Varta as part of their own company name are provided in the following listing:

| | | | |
|-----------|---|------------|--|
| A | VARTA Batterie Ges.m.b.H. (Österreich/Austria) | D | VARTA Engineering GmbH (Deutschland/Germany) |
| B | VARTA B.V. (Belgien/Belgium) | D | VARTA-Führer GmbH (Deutschland/Germany) |
| BR | VARTA S.A. (Brasilien/Brazil) | D | VARTA Versicherungs- Vermittlungs-GmbH (VVV) (Deutschland/Germany) |
| CO | VARTA S.A. (Kolumbien/Colombia) | DK | VARTA Autobatterie (Dänemark/Denmark) |
| CZ | VARTA AKU spol.s r.o. (Tschechische Republik/ Czech Republic) | F | VARTA S.A. (Frankreich/France) |
| D | VARTA AG (Deutschland/Germany) | FIN | VARTA Finland (Finnland/Finland) |
| D | VARTA Autobatterie GmbH (Deutschland/Germany) | FIN | VARTA Autonakut (Finnland/Finland) |
| D | VARTA Gerätebatterie GmbH (Deutschland/Germany) | GB | VARTA Ltd. (Großbritannien/Great Britain) |
| D | VARTA Recycling GmbH (Deutschland/Germany) | GB | VARTA Automotive Batteries Ltd. (Großbritannien/Great Britain) |

Schreibweisen/Tochtergesellschaften
Notation, typeface, layout/subsidiaries

| | | | |
|------------|--|------------|--|
| H | VARTA Autòakkumulátor Kft. (Ungarn/Hungary) | PRC | VARTA Batteries Pte. Ltd. (China) |
| H | VARTA Hungária Kft. (Ungarn/Hungary) | RA | VARTA Baterías S.A.I.C.yF. (Argentinien/Argentina) |
| HK | VARTA Batteries Pte. Ltd. (Hong Kong) | RC | VARTA Batteries Pte. Ltd. (Taiwan) |
| I | VARTA Batterie S.p.A. (Italien/Italy) | ROK | VARTA Batteries Pte. Ltd. (Korea) |
| J | VARTA Batteries Pte. Ltd. (Japan) | RUS | VARTA Autobatterie GmbH (Russland/Russia) |
| MEX | VARTA S.A. de C.V. (Mexiko/Mexico) | S | VARTA Batteri AB (Schweden/Sweden) |
| N | VARTA Batteri NUF (Norwegen/Norway) | SGP | VARTA Batteries Pte. Ltd. (Singapur/Singapore) |
| N | VARTA Autobatteri (Norwegen/Norway) | TR | VARTA Batteries T.L.L.C. (Türkei/Turkey) |
| NL | VARTA Autobatterijen B.V. (Niederlande/Netherlands) | UAE | UAE VARTA Batteries Dubai (Vereinigte Arabische Emirate/ United Arab Emirates) |
| NL | VARTA B.V. (Niederlande/Netherlands) | USA | VARTA Batteries, Inc. (USA) |
| PL | VARTA Batterie Sp.z o.o. (Polen/Poland) | | |

Die Geschäftsausstattung hat eine zentrale Bedeutung bei der Darstellung des Unternehmens nach außen. Dieser Abschnitt definiert einheitliche Gestaltungsrichtlinien, z. B. die Position des Unternehmenssymbols, für die verschiedenen Formate.

Die Geschäftspapiere der Rechtsformen und Unternehmensbereiche unterscheiden sich in der Bezeichnung in der Kopfzeile. Die nachfolgend aufgelisteten Unternehmensbereichsbezeichnungen sind für alle Unternehmensbereiche verbindlich.

Für die Unternehmensbereiche gilt:

Bildzeichen und Markenname sind immer gemeinsam mit dem Slogan zu verwenden.

Wird die Geschäftsausstattung nur im deutschsprachigen Raum verwendet, so ist grundsätzlich die deutsche Version zu benutzen, in allen anderen Ländern ist grundsätzlich die englische Version zu benutzen.

[Varta business stationery Order form](#)

Alle Geschäftsunterlagen der VARTA AG (Hannover) können mittels eines Bestellformulars in der Einkaufsabteilung bestellt werden. Mit dem nebenstehenden Link gelangen Sie zur Faxvorlage des Bestellformulars.

Business stationery plays a pivotal role in presenting the corporation to the outside world. This section defines uniform design guidelines, such as the position of the corporate logo in the various formats employed.

The business stationery for the corporation in its legal form and the various divisions differs in terms of the name in the header. The division names listed in the following are binding for all corporate divisions.

The following applies to the divisions:

The logo and the brand name must always be used together with the slogan.

If the business stationery is only used in German-speaking countries, the German version is always to be used as a matter of principle, while the English version is always employed in all other countries.

All business documents of VARTA AG (Hannover) can be ordered on an order form from the Purchasing Department. The link opposite will take you to a fax template for the orderform.

VARTA Aktiengesellschaft

VARTA Aktiengesellschaft

VARTA Aktiengesellschaft
Unternehmenskommunikation

VARTA Aktiengesellschaft
Corporate Communications

VARTA Gerätebatterie GmbH

VARTA Gerätebatterie GmbH

VARTA Autobatterie GmbH

VARTA Autobatterie GmbH

VARTA Recycling GmbH

VARTA Recycling GmbH

VARTA Engineering GmbH

VARTA Engineering GmbH

Geschäftsausstattung/Briefbogen mit Bemaßung
Business stationery/letter sheet with dimensions

Aufbau, Farbgebung und Papier des Briefbogens sind verbindlich.

Die Bezeichnung der jeweiligen Rechtsform erscheint immer in der Kopfzeile über der Linie, wie im Abschnitt 2.6 „Geschäftsausstattung“ aufgeführt.

Die Referenzzeilen unter dem Unternehmenssymbol können entfallen.

Auf den zwei folgenden Seiten sind exemplarisch die Bemaßungen des Erstbogens im DIN-A4- sowie im US-Brief-Format angegeben. Die Bemaßung des Zweitbogens ergibt sich aus den Angaben des Erstbogens.

Schrift: Univers 45 in 12,75 und 7,45 Punkt

Format: DIN A4
21,0 cm x 29,7 cm

US Brief
8,5 x 11 inch (21,6 cm x 27,9 cm)

Papier: Zeta matt, brilliant, 90 g
Zanders Feinpapiere AG

Abbildungen: auf 50 % verkleinert

The layout, colour scheme and paper of the letter sheet are binding.

The designation of the respective legal form always appears in the header above the line, as shown in section 2.6 “Business stationery”.

It is possible to omit the reference lines beneath the corporate logo.

The following two pages provide examples of the dimensions of the first page in both DIN A4 format and US letter format. The dimensions of the second page can be taken from those of the first page.

Font: Univers 45 in 12.75 and 7.45 point

*Format: DIN A4
21.0 cm x 29.7 cm*

*US letter
8.5 x 11 inch (21.6 cm x 27.9 cm)*

*Paper: Zeta matt, brilliant, 90 g
Zanders Feinpapiere AG*

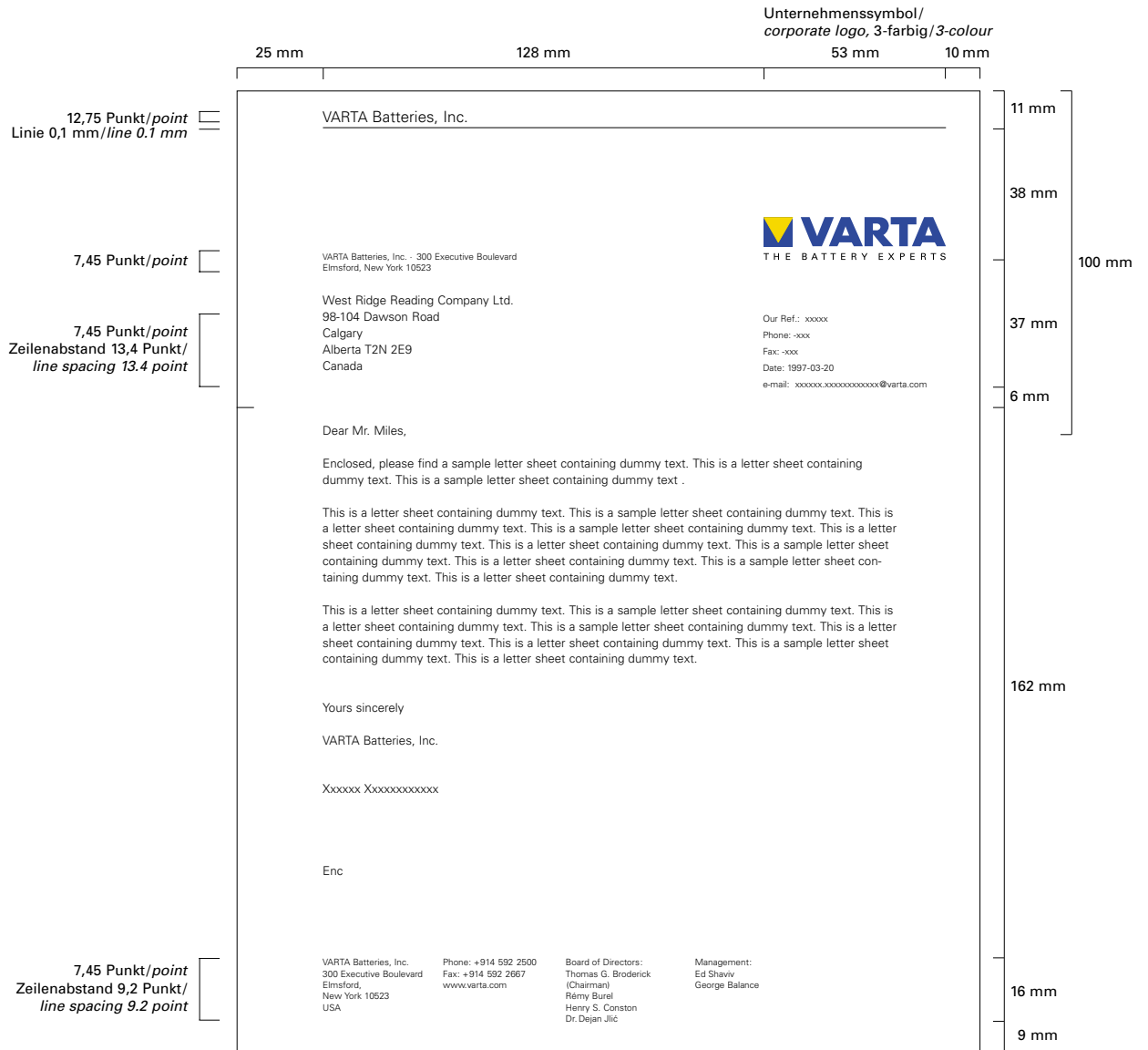
Illustrations: Reduction to 50 %

Geschäftsausstattung/Briefbogen DIN A4 beschriftet mit Bemaßung
 Business stationery/letter sheet DIN A4 marked out with dimensions



Abb. 1
Briefbogen DIN A4 beschriftet mit Bemaßung

Illustration 1
Letter sheet DIN A4 marked out with dimensions

Geschäftsausstattung/Briefbogen, US Brief beschriftet mit Bemaßung
Business stationery/letter sheet, US letter marked out with dimensions**Abb. 2**
Briefbogen US Brief beschriftet mit Bemaßung**Illustration 2**
Letter sheet US letter marked out with dimensions

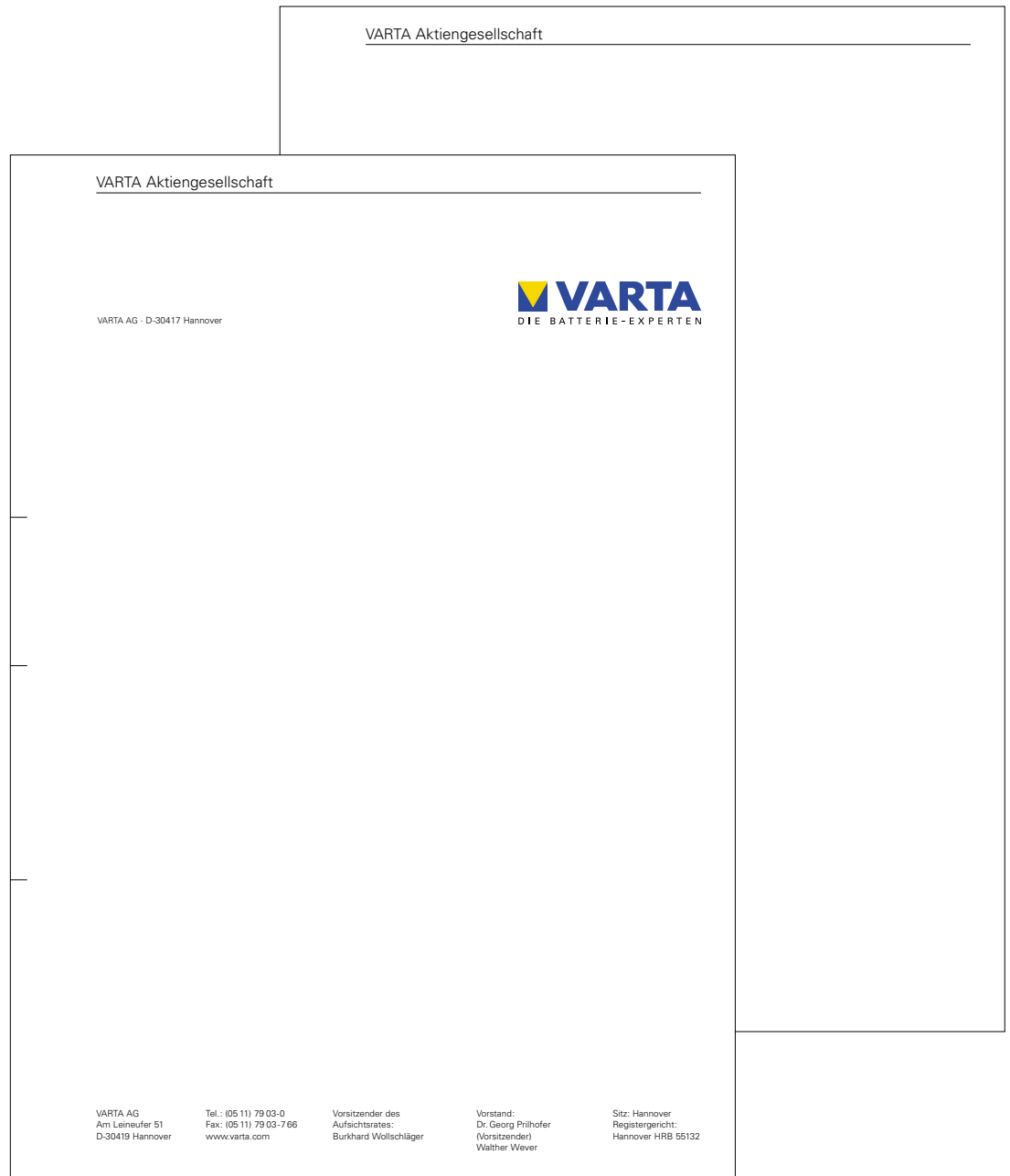


Abb. 1
Briefbogen „VARTA Aktiengesellschaft“,
deutsche Version, erste und zweite Seite

Illustration 1
Letter sheet “VARTA Aktiengesellschaft”,
German version, first and second page

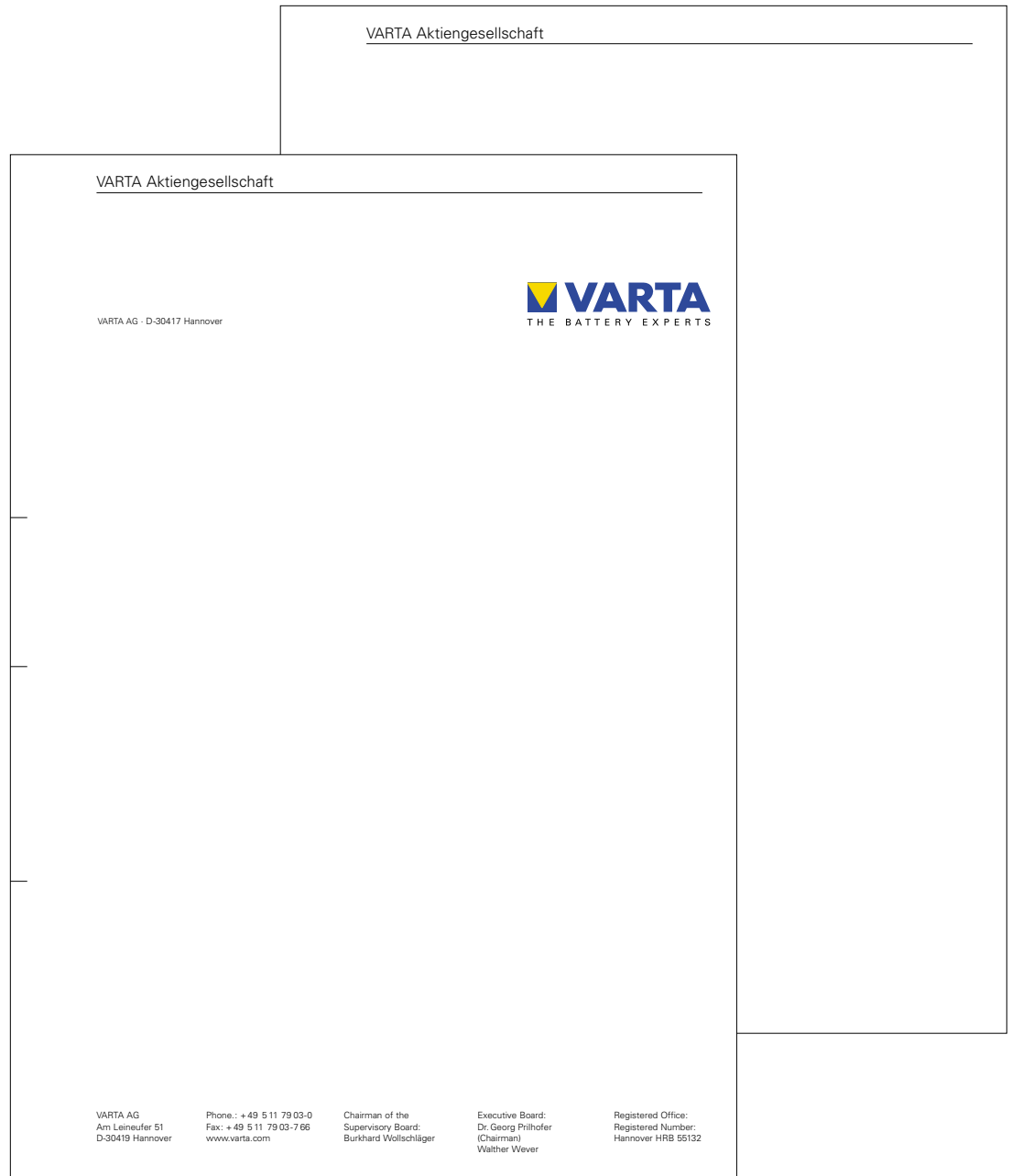


Abb. 2
Briefbogen „VARTA Aktiengesellschaft“,
internationale Version, erste und zweite Seite

Illustration 2
Letter sheet “VARTA Aktiengesellschaft”,
international version, first and second page

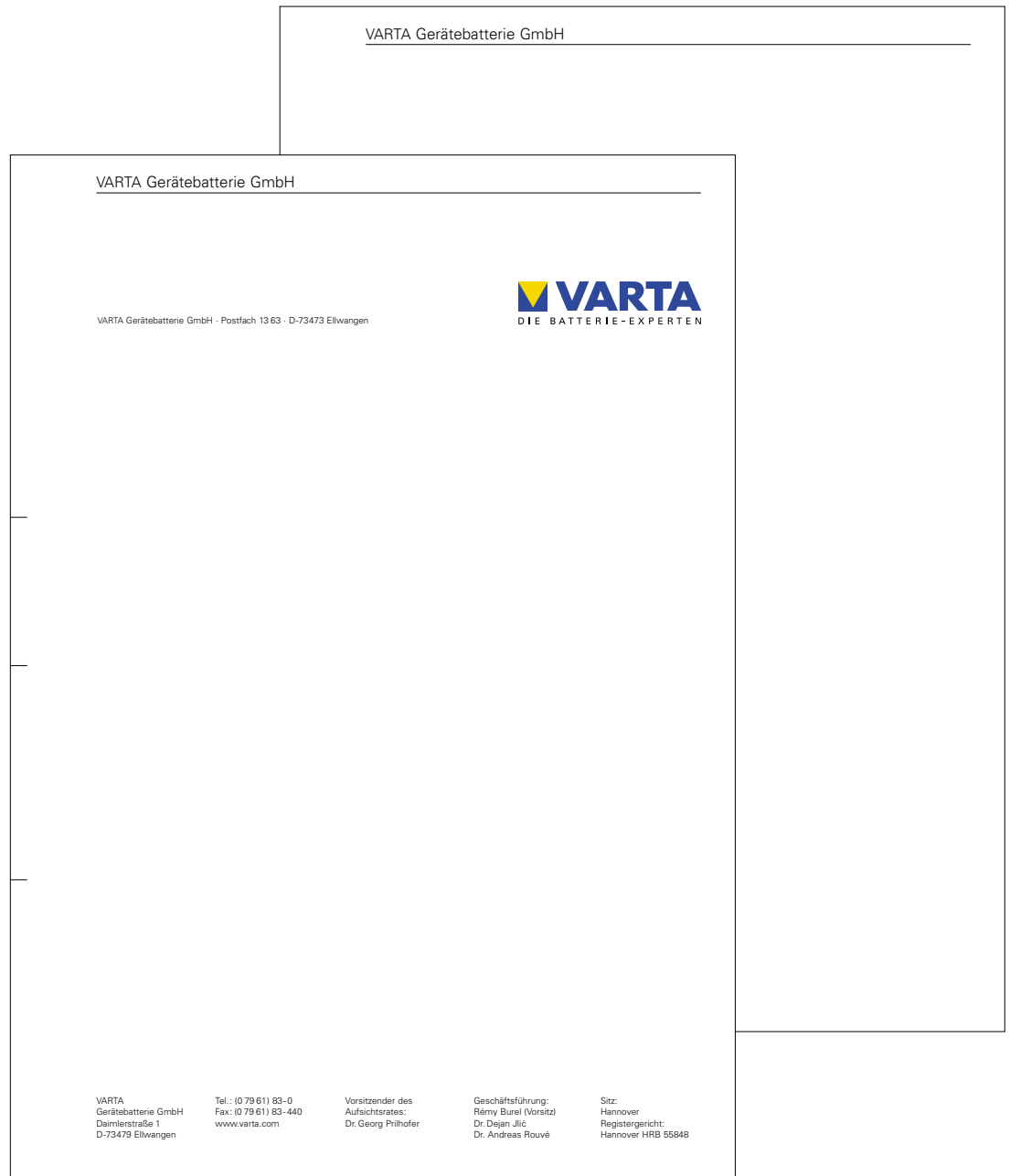


Abb. 1
Briefbogen „VARTA Gerätebatterie GmbH“,
deutsche Version, erste und zweite Seite

Illustration 1
Letter sheet “VARTA Gerätebatterie GmbH”,
German version, first and second page

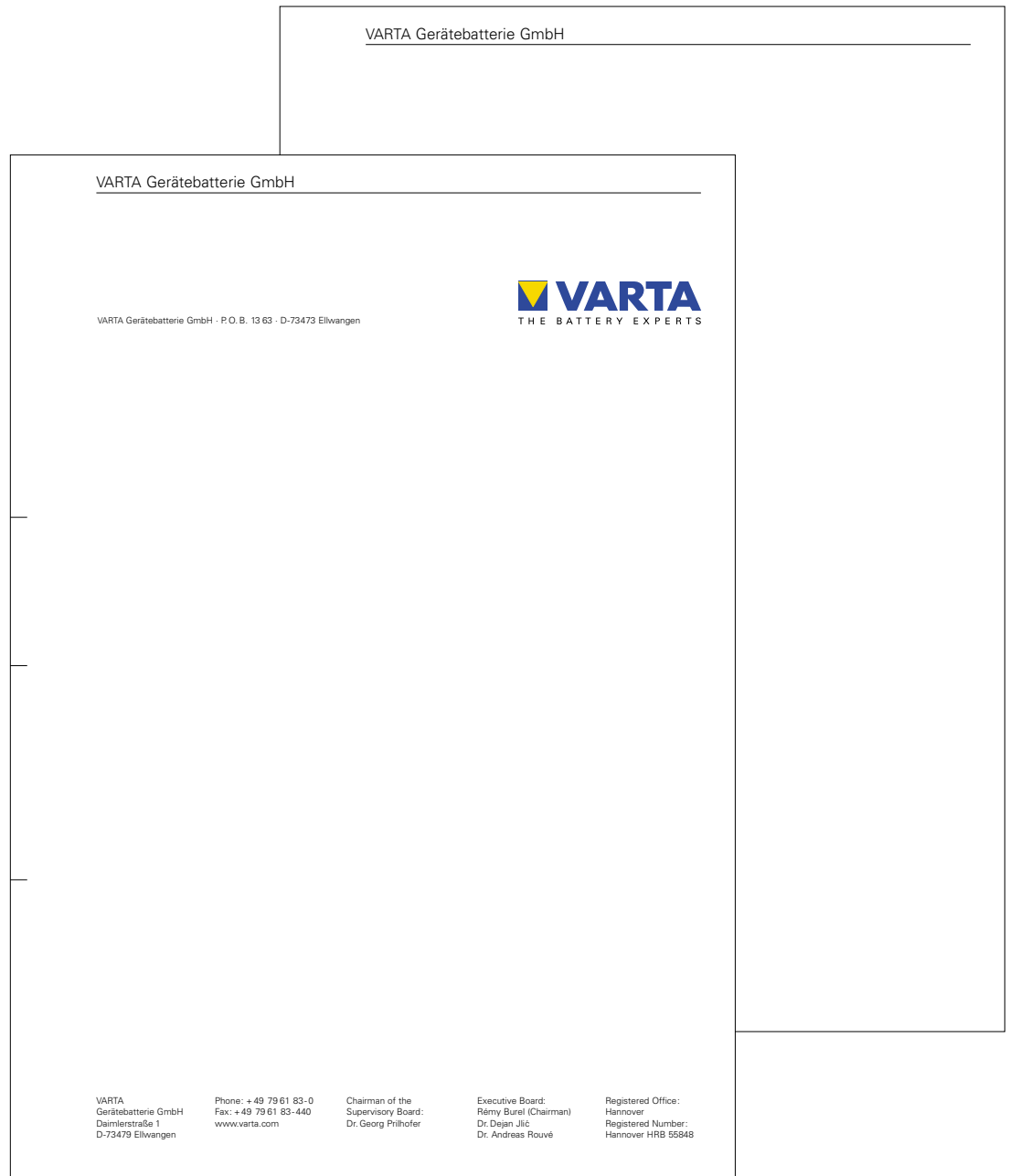


Abb. 2
Briefbogen „VARTA Gerätebatterie GmbH“,
internationale Version, erste und zweite Seite

Illustration 2
*Letter sheet “VARTA Gerätebatterie GmbH”,
international version, first and second page*

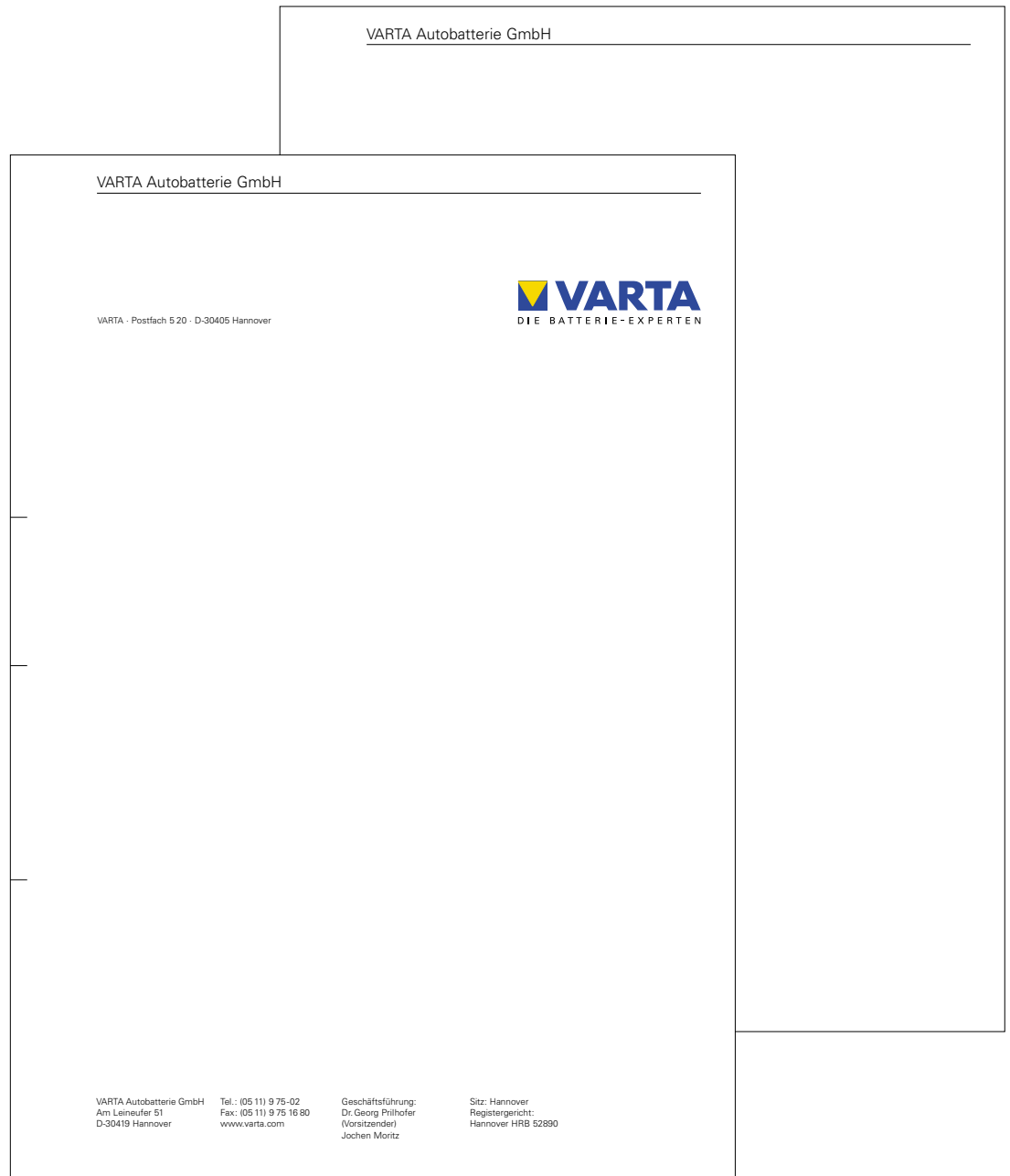


Abb. 1
Briefbogen „VARTA Autobatterie GmbH“,
deutsche Version, erste und zweite Seite

Illustration 1
Letter sheet “VARTA Autobatterie GmbH”,
German version, first and second page

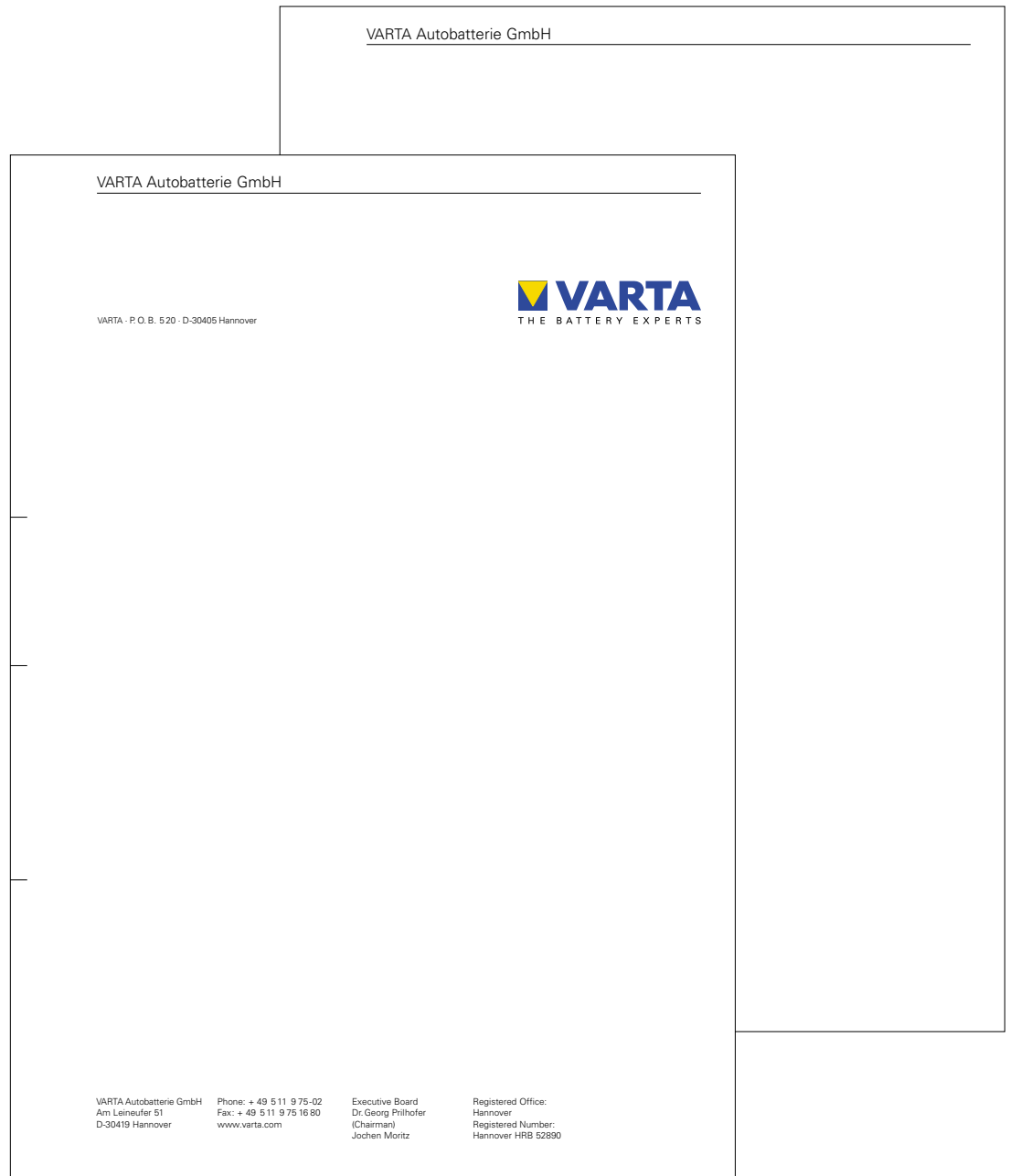


Abb. 2
Briefbogen „VARTA Autobatterie GmbH“,
internationale Version, erste und zweite Seite

Illustration 2
Letter sheet “VARTA Autobatterie GmbH”,
international version, first and second page

Geschäftsausstattung/Briefbogen mit zwei Adressen
Business stationery/letter sheet with two addresses

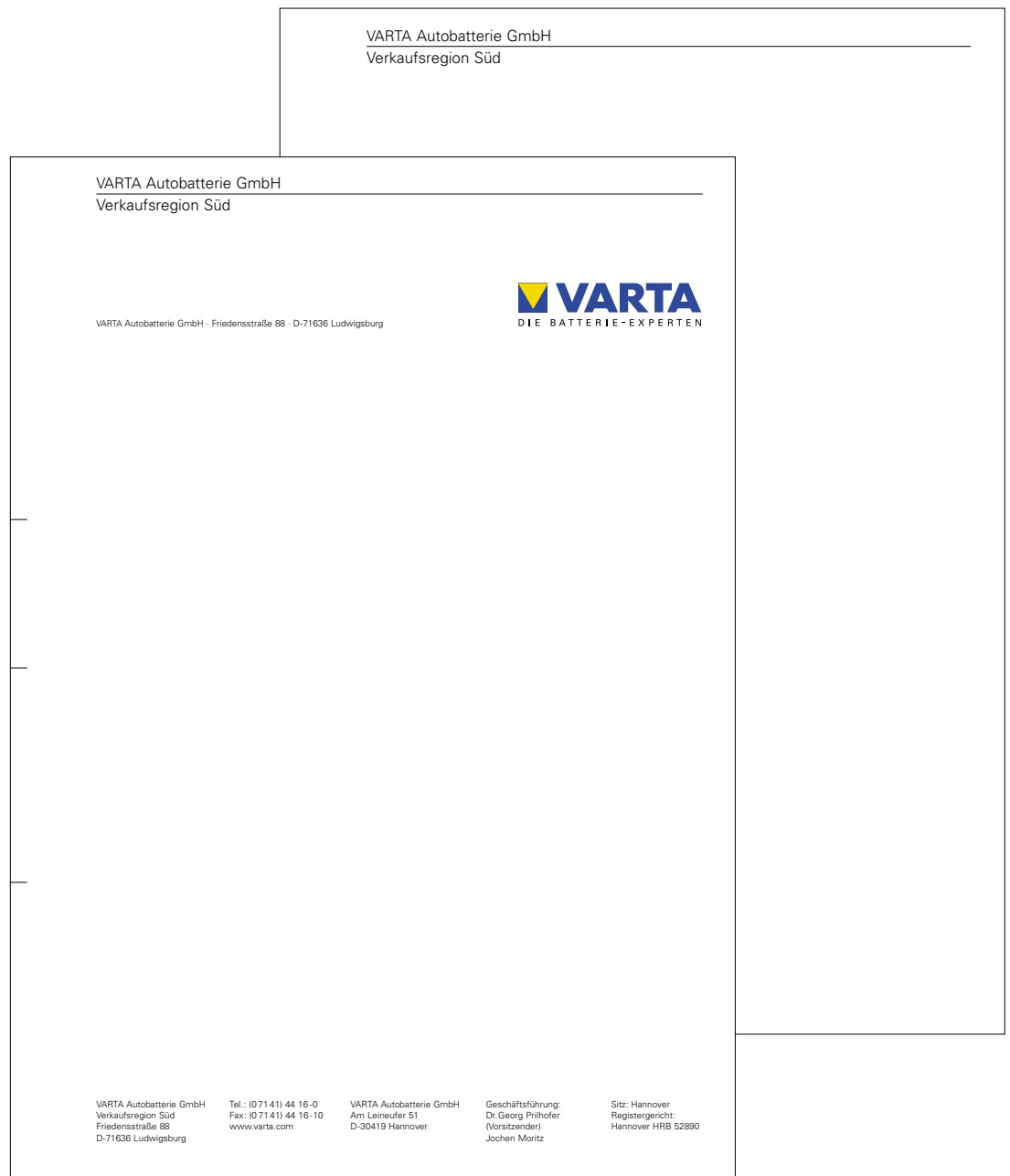


Abb. 1
Briefbogen mit zwei Adressen, hier: „VARTA
Autobatterie GmbH, Verkaufsregion Süd“,
deutsche Version, erste und zweite Seite

Illustration 1
Letter sheet with two addresses, here: “VARTA
Autobatterie GmbH, Sales Region South”, Ger-
man version, first and second page

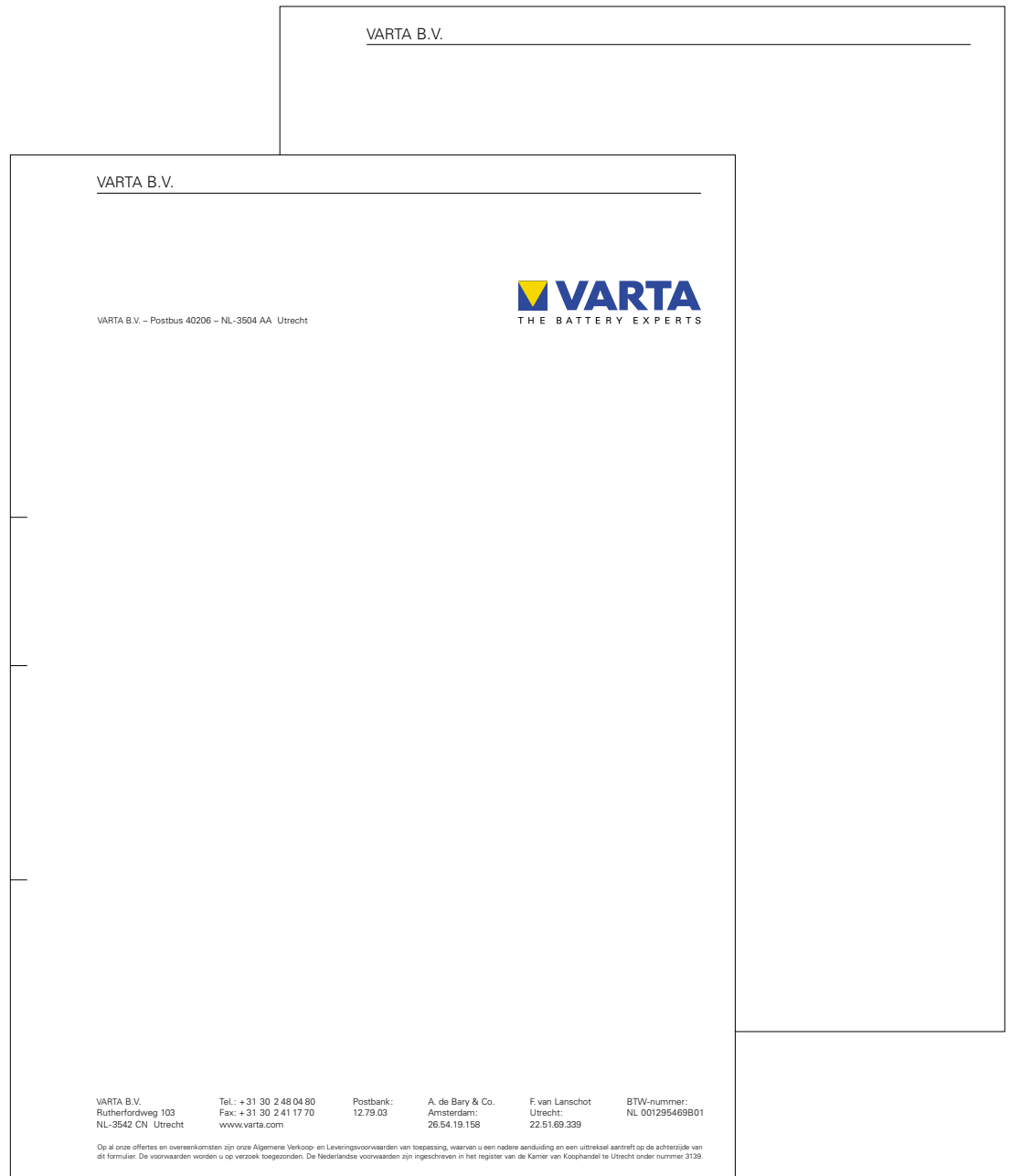


Abb. 1
Briefbogen Tochtergesellschaft, hier:
niederländische Version, erste und zweite Seite

Illustration 1
Letter sheet subsidiary, here:
Netherlands version, first and second page

Geschäftsausstattung/Briefbogen Vorstand
Business stationery/letter sheet Executive Board

Das Kapitel Geschäftsausstattung/Briefbogen Vorstand wird derzeit entwickelt.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

The Business stationery/letter sheet Executive Board is currently being developed.

If you have any queries or problems, please contact the Corporate Design Team.

Geschäftsausstattung/Briefbogen Vorstandsmitglieder
Business stationery/letter sheet Members of the Executive Board

Das Kapitel Geschäftsausstattung/Briefbogen Vorstandsmitglieder wird derzeit entwickelt.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

The Business stationery/letter sheet Members of the Executive Board is currently being developed.

If you have any queries or problems, please contact the Corporate Design Team.

**Geschäftsausstattung/Briefbogen für Zeugnisse etc.
Business stationery/letter sheet for references etc.**

Der Aufbau, die Farbgebung, die Schriften, das Format und die Maße entsprechen dem Briefbogen „VARTA Gerätebatterie GmbH“ (wie im Abschnitt 2.6.3) und sind ebenso wie das unten genannte Papier verbindlich.

Papier: Zeta matt, brilliant, 120 g,
Zanders Feinpapiere AG

Abbildung: auf 50 % verkleinert

The layout, colour scheme, fonts, format and dimensions are the same as the "VARTA Gerätebatterie GmbH" letter sheet (as in section 2.6.3) and are binding along with the below mentioned paper.

*Paper: Zeta matt, brilliant, 120 g,
Zanders Feinpapiere AG*

Illustration: Reduction to 50 %



Abb. 1
Briefbogen „VARTA Aktiengesellschaft“
für Zeugnisse etc., deutsche Version

Illustration 1
Letter sheet "VARTA Aktiengesellschaft"
for references etc., German version

Geschäftsausstattung/Briefbogen für Zeugnisse etc.
Business stationery/letter sheet for references etc.



Abb. 2
Briefbogen „VARTA Aktiengesellschaft“
für Zeugnisse etc., internationale Version

Illustration 2
*Letter sheet “VARTA Aktiengesellschaft”
for references etc., international version*

Geschäftsausstattung/Briefbogen für Zeugnisse etc.
Business stationery/letter sheet for references etc.



Abb. 3
Briefbogen „VARTA Gerätebatterie GmbH“
für Zeugnisse etc., deutsche Version

Illustration 3
Letter sheet “VARTA Gerätebatterie GmbH”
for references etc., German version

Geschäftsausstattung/Briefbogen für Zeugnisse etc.
Business stationery/letter sheet for references etc.



Abb. 4
Briefbogen „VARTA Gerätebatterie GmbH“
für Zeugnisse etc., internationale Version

Illustration 4
Letter sheet “VARTA Gerätebatterie GmbH”
for references etc., international version

Geschäftsausstattung/Briefbogen für Zeugnisse etc.
Business stationery/letter sheet for references etc.

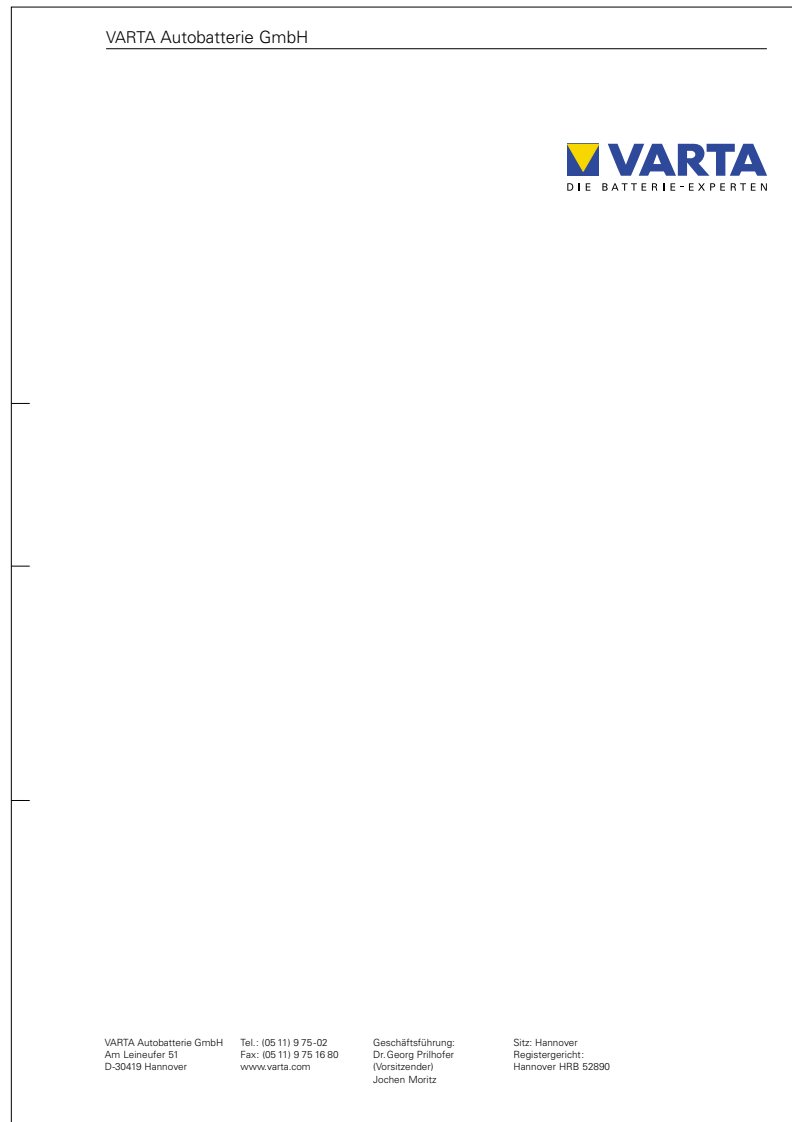


Abb. 5
Briefbogen „VARTA Autobatterie GmbH“
für Zeugnisse etc., deutsche Version

Illustration 5
*Letter sheet “VARTA Autobatterie GmbH”
for references etc., German version*

Geschäftsausstattung/Briefbogen für Zeugnisse etc.
Business stationery/letter sheet for references etc.

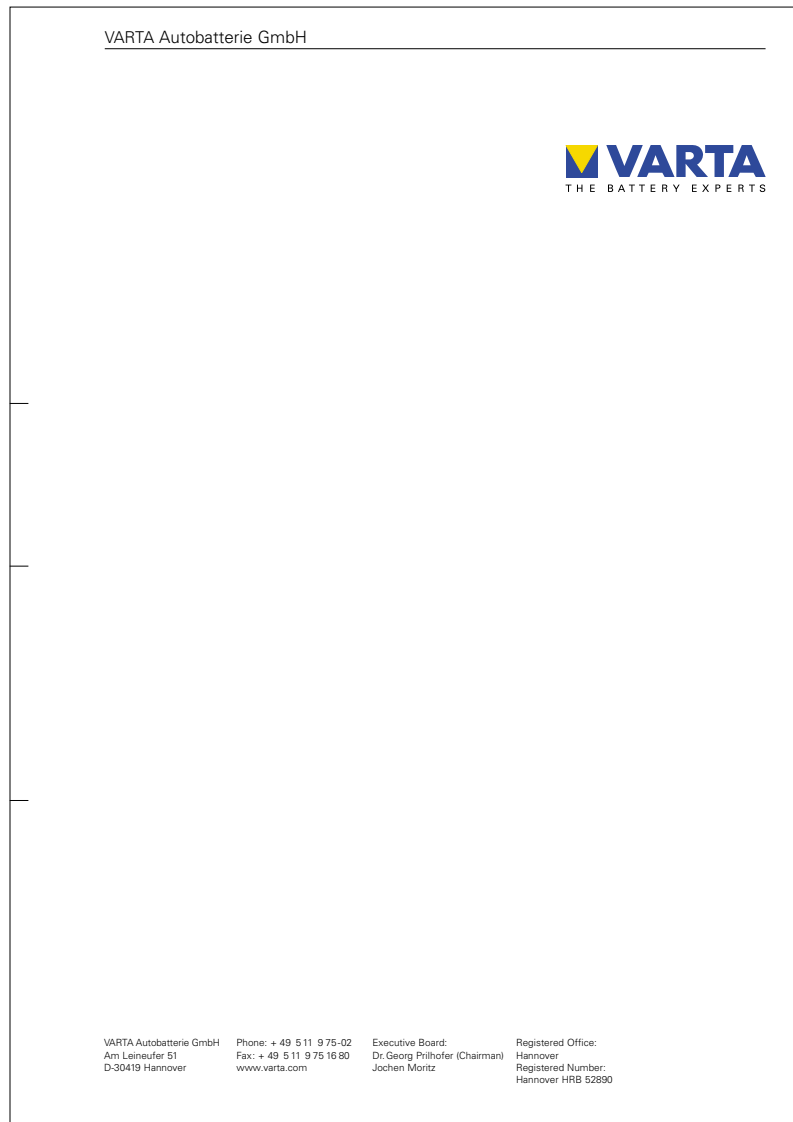


Abb. 6
Briefbogen „VARTA Autobatterie GmbH“
für Zeugnisse etc., internationale Version

Illustration 6
*Letter sheet “VARTA Autobatterie GmbH”
for references etc., international version*

Geschäftsausstattung/Kurzmitteilung
Business stationery/memo

Aufbau, Stand und Papier der Kurzmitteilung sind verbindlich.

Die Kurzmitteilung kann einsprachig oder zweisprachig verfasst sein. Zweisprachige Versionen sind nur in der Kombination „Landessprache und Englisch“ möglich. In diesem Fall wird die Kurzmitteilung beidseitig bedruckt mit je einer Sprache auf der Vorder- und Rückseite.

Schrift: Univers 45 in 7,45 und 12,75 Punkt
Univers 65 in 7,45 Punkt

Linien: 0,05 mm und 0,1 mm

Quadrate: 35 % Schwarz

Format: 21 cm x 21 cm

Papier: Zeta matt, Hellblau, 90 g,
Zanders Feinpapiere AG

Abbildungen: auf 50 % verkleinert

The layout, position and paper of the memo are binding.

The memo can be written in either one or two languages. Memos written in two languages are only possible in the combinations "national language and English". In this case, the memo is printed on both sides, with one language on the front and the other on the back.

Font: Univers 45 in 7.45 and 12.75 point
Univers 65 in 7.45 point

Lines: 0.05 mm and 0.1 mm

Boxes: 35 % black

Format: 21 cm x 21 cm

Paper: Zeta matt, light blue, 90 g,
Zanders Feinpapiere AG

Illustrations: Reduction to 50 %

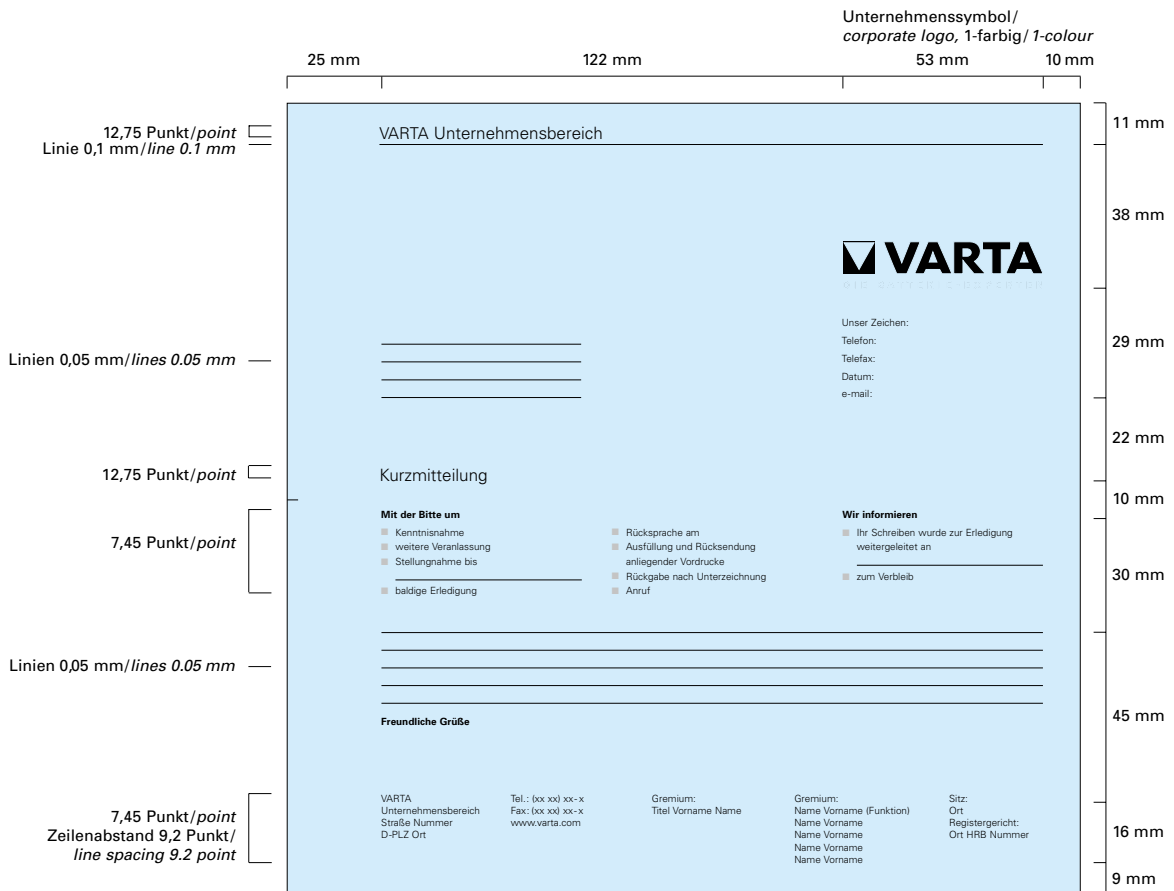


Abb. 1
Kurzmitteilung, deutsche Version
mit Bemaßung

Illustration 1
Memo, German version
marked out with dimensions

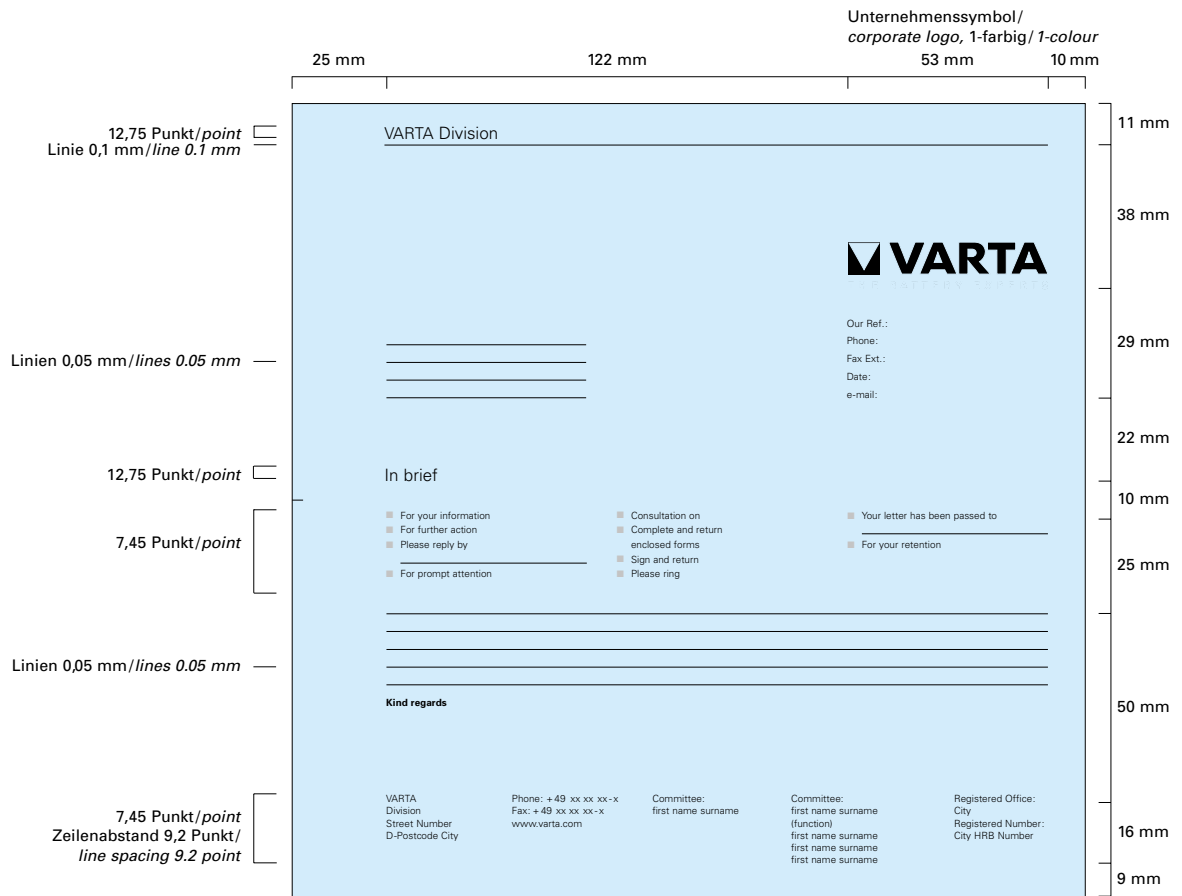


Abb. 2
 Kurzmitteilung, internationale Version
 mit Bemaßung

Illustration 2
 Memo, international version
 marked out with dimensions

VARTA Aktiengesellschaft


VARTA SYSTEME AG & CO. KG

Unser Zeichen:
Telefon:
Telefax:
Datum:
E-Mail:

Kurzmitteilung

Mit der Bitte um

- Kenntnisnahme
- weitere Veranlassung
- Stellungnahme bis _____
- baldige Erledigung

- Rücksprache am _____
- Ausfüllung und Rücksendung anliegender Vordrucke
- Rückgabe nach Unterzeichnung
- Anruf

Wir informieren

- Ihr Schreiben würde zur Erledigung weitergeleitet an _____
- zum Verbleib

Freundliche Grüße

VARTA AG
Am Leineufer 51
D-30419 Hannover Tel.: (05 11) 79 03-0
Fax: (05 11) 79 03-7 66
www.varta.com Vorsitzender des
Aufsichtsrates:
Burkhard Wollschläger Vorstand:
Dr. Georg Prilhofer
(Vorsitzender)
Walther Wever Sitz: Hannover
Registergericht:
Hannover HRB 55132

Abb. 3
Kurzmitteilung „VARTA Aktiengesellschaft“,
deutsche Version

Illustration 3
Memo „VARTA Aktiengesellschaft“,
German version

VARTA Aktiengesellschaft


VARTA AG

Our Ref.:
Phone:
Fax Ext.:
Date:
e-mail:

In brief

| | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> For your information | <input type="checkbox"/> Consultation on | <input type="checkbox"/> Your letter has been passed to |
| <input type="checkbox"/> For further action | <input type="checkbox"/> Complete and return enclosed forms | _____ |
| <input type="checkbox"/> Please reply by _____ | <input type="checkbox"/> Sign and return | <input type="checkbox"/> For your retention |
| <input type="checkbox"/> For prompt attention | <input type="checkbox"/> Please ring | |

Kind regards

| | | | | |
|---|--|--|---|--|
| VARTA AG Am Leineufer 51 D-30419 Hannover | Phone: +49 05 11 79 03-0 Fax: +49 05 11 79 03-7 66 www.varta.com | Chairman of the Supervisory Board: Burkhard Wollschläger | Executive Board: Dr. Georg Prihofer (Chairman) Walther Wever | Registered Office: Registered Number: Hannover HRB 55132 |
|---|--|--|---|--|

Abb. 4
Kurzmitteilung „VARTA Aktiengesellschaft“,
internationale Version

Illustration 4
Memo „VARTA Aktiengesellschaft“,
international version

VARTA Gerätebatterie GmbH


VARTA SYSTEME FÜR ELEKTROENERGIE

Unser Zeichen:
Telefon:
Telefax:
Datum:
e-mail:

Kurzmitteilung

Mit der Bitte um

- Kenntnisnahme
- weitere Veranlassung
- Stellungnahme bis _____
- baldige Erledigung

- Rücksprache am _____
- Ausfüllung und Rücksendung anliegender Vordrucke
- Rückgabe nach Unterzeichnung
- Anruf

Wir informieren

- Ihr Schreiben würde zur Erledigung weitergeleitet an _____
- zum Verbleib

Freundliche Grüße

VARTA
Gerätebatterie GmbH
Daimlerstraße 1
D-73479 Eilwangen

Tel.: (0 79 61) 83-0
Fax: (0 79 61) 83-440
www.varta.com

Vorsitzender des
Aufsichtsrates:
Dr. Georg Prillhofer

Geschäftsführung:
Rémy Burel (Vorsitz)
Dr. Dejan Jilic
Dr. Andreas Rouvé

Sitz:
Hannover
Registergericht:
Hannover HRB 55848

Abb. 5
Kurzmitteilung „VARTA Gerätebatterie GmbH“,
deutsche Version

Illustration 5
Memo “VARTA Gerätebatterie GmbH”,
German version

VARTA Gerätebatterie GmbH


VARTA BATTERY SYSTEMS AG

Our Ref.:
Phone:
Fax Ext.:
Date:
e-mail:

In brief

- For your information
- For further action
- Please reply by _____
- For prompt attention

- Consultation on
- Complete and return enclosed forms
- Sign and return
- Please ring

- Your letter has been passed to _____
- For your retention

Kind regards

VARTA Gerätebatterie GmbH
Daimlerstraße 1
D-73479 Ellwangen

Phone: +49 79 61 83-0
Fax: +49 79 61 83-440
www.varta.com

Chairman of the Supervisory Board:
Dr. Georg Prillhofer

Executive Board:
Rémy Burel (Chairman)
Dr. Dejan Jilić
Dr. Andreas Rouvé

Registered Office:
Hannover
Registered Number:
Hannover HRB 55848

Abb. 6
Kurzmitteilung „VARTA Gerätebatterie GmbH“, internationale Version

Illustration 6
Memo “VARTA Gerätebatterie GmbH”, international version

VARTA Autobatterie GmbH


VARTA SYSTEME AG

Unser Zeichen:
Telefon:
Telefax:
Datum:
e-mail:

Kurzmitteilung

Mit der Bitte um

- Kenntnisnahme
- weitere Veranlassung
- Stellungnahme bis _____
- baldige Erledigung

- Rücksprache am _____
- Ausfüllung und Rücksendung anliegender Vordrucke
- Rückgabe nach Unterzeichnung
- Anruf

Wir informieren

- Ihr Schreiben würde zur Erledigung weitergeleitet an _____
- zum Verbleib

Freundliche Grüße

VARTA Autobatterie GmbH
Am Leineufer 51
D-30419 Hannover

Tel.: (0511) 9 75-02
Fax: (0511) 9 75 16 80
www.varta.com

Geschäftsführung:
Dr. Georg Prillhofer
(Vorsitzender)
Jochen Moritz

Sitz: Hannover
Registergericht:
Hannover HRB 52890

Abb. 7
Kurzmitteilung „VARTA Autobatterie GmbH“,
deutsche Version

Illustration 7
Memo “VARTA Autobatterie GmbH”,
German version

VARTA Autobatterie GmbH


VARTA AG, Am Leineufer 51, D-30419 Hannover

Our Ref.:
Phone:
Fax Ext.:
Date:
e-mail:

In brief

| | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> For your information | <input type="checkbox"/> Consultation on | <input type="checkbox"/> Your letter has been passed to |
| <input type="checkbox"/> For further action | <input type="checkbox"/> Complete and return | _____ |
| <input type="checkbox"/> Please reply by | enclosed forms | <input type="checkbox"/> For your retention |
| _____ | <input type="checkbox"/> Sign and return | |
| <input type="checkbox"/> For prompt attention | <input type="checkbox"/> Please ring | |

Kind regards

| | | | |
|--|---|---|--|
| VARTA Autobatterie GmbH Am Leineufer 51 D-30419 Hannover | Phone: + 49 511 975-02 Fax: + 49 511 97516 80 www.varta.com | Executive Board: Dr. Georg Prillhofer (Chairman) Jochen Moritz | Registered Office: Hannover Registered Number: Hannover HRB 52890 |
|--|---|---|--|

Abb. 8
Kurzmitteilung „VARTA Autobatterie GmbH“,
internationale Version

Illustration 8
Memo “VARTA Autobatterie GmbH”,
international version

Geschäftsausstattung/Briefhüllen
Business stationery/envelopes

Größe und Stand des Unternehmenssymbols auf den Briefhüllen und das Kuvert-Papier sind verbindlich. Das Unternehmenssymbol hat eine Breite von 53 mm. Es ist im Abstand von 20 mm zur linken Formatkante sowie im Abstand von 10 mm zur Formatoberkante zu platzieren.

Die Adresse ist linksbündig unter dem Unternehmenssymbol gesetzt. Der Abstand der Unterkante des Unternehmenssymbols zur Schriftlinie der ersten Adresszeile beträgt 10 mm.

Das Unternehmenssymbol und der Absender werden entweder 1-farbig schwarz oder 3-farbig gedruckt.

Schrift: Univers 45 in 8 Punkt
Zeilenabstand 10,5 Punkt

Formate: DIN C680 (mit oder ohne Fenster)

Papier: Zeta matt, brilliant,
Verschluss mit Haftstreifen,
Zanders Feinpapiere AG

Abbildung: auf 50 % verkleinert

The size and position of the corporate logo on the envelopes and the envelope paper itself are binding. The corporate logo is 53 mm wide. It is to be positioned 20 mm away from the left-hand edge of the format and 10 mm away from the upper edge of the format.

The address is set left-aligned beneath the corporate logo. The distance from the lower edge of the corporate logo to the baseline of the first line of the address measures 10 mm.

The corporate logo and the sender either appear in monochrome black or in 3-colour.

Font: Univers 45 in 8 point
line spacing 10.5 point

Formats: DIN C680 (with or without window)

Paper: Zeta matt, brilliant,
Peel-away sealing strip,
Zanders Feinpapiere AG

Illustration: Reduction to 50 %

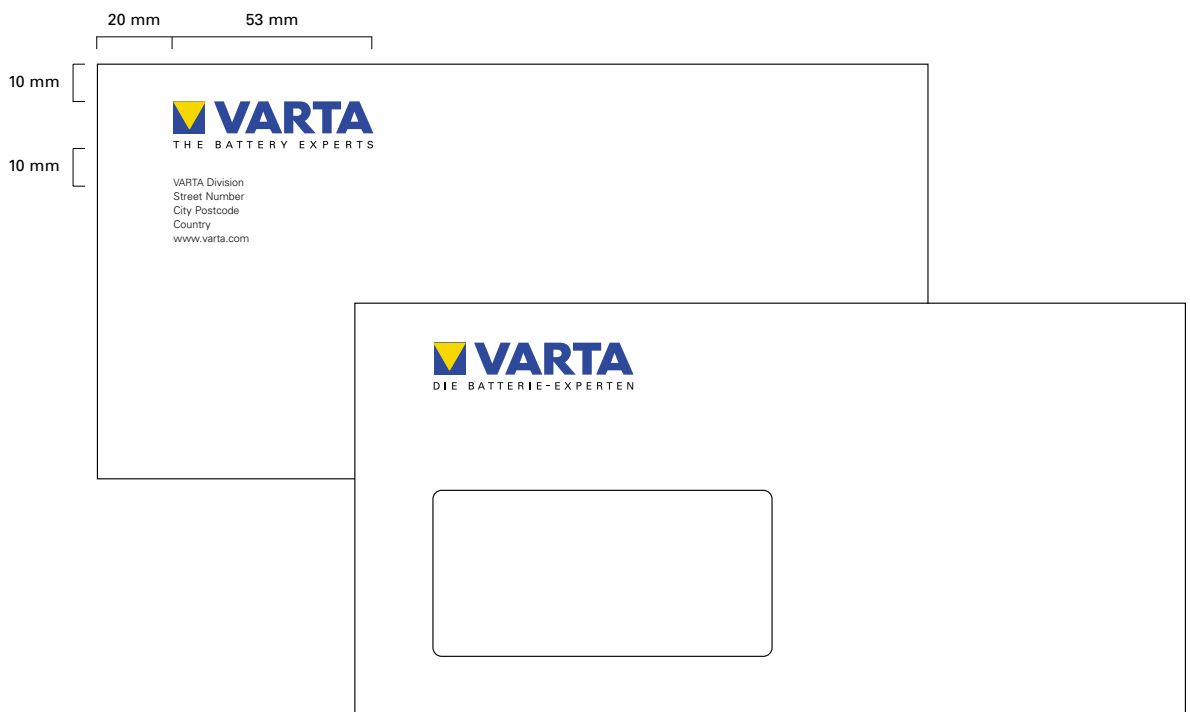


Abb. 1
DIN C680 mit Bemaßung

Illustration 1
DIN C680 marked out with dimensions



Abb. 2
DIN C680 Beispiele

Illustration 2
DIN C680 examples

Geschäftsausstattung/Adressaufkleber *Business stationery/address stickers*

Der Aufbau der Adressaufkleber ist verbindlich.

Das Unternehmenssymbol erscheint links oben, positiv, 3-farbig mit Slogan in der deutschen oder internationalen Version.

Die Adresse ist linksbündig unter dem Unternehmenssymbol gesetzt.

Schrift: Univers 45 in 8 Punkt
Zeilenabstand 10,5 Punkt

Maße: 14,8 cm x 10,5 cm

Abbildung: auf 50 % verkleinert

The layout of the address sticker is binding.

The corporate logo appears at the top left as 3-colour, positive and with the slogan in the German language or international version.

The address is set left-aligned beneath the corporate logo.

*Font: Univers 45 in 8 point
line spacing 10.5 point*

Dimensions: 14.8 cm x 10.5 cm

Illustration: Reduction to 50 %



Abb. 1
Deutscher und internationaler Adressaufkleber
für DIN-C4-Briefhüllen oder andere Formate mit
Bemaßung

Illustration 1
*German and international address sticker for
DIN C4 envelopes or other formats marked out
with dimensions*

Geschäftsausstattung/Adressaufkleber
Business stationery/address stickers



Abb. 2
Adressaufkleber, Beispiele

Illustration 2
Address sticker, examples

Geschäftsausstattung/Freistempler
Business stationery/franking

Der Aufbau der Freistempler ist verbindlich. Alle Farben und Maße müssen den postalischen Bestimmungen des jeweiligen Landes entsprechen.

Für alle Unternehmensbereiche ist das Unternehmenssymbol grundsätzlich in Kombination mit dem Slogan zu verwenden.

Die Bezeichnung der jeweiligen Rechtsform ist durch eine Linie von der Adresse zu trennen. Die Rechtsform steht über der Linie, die Adresse unter der Linie.

Schrift: Univers 55
Maße: 4,5 cm x 2,5 cm
Abbildung: 100 %

The franking layout is binding. Colour schemes and dimensions must comply with the postal regulations of the respective countries.

In all divisions the corporate logo must always be used in combination with the slogan.

The designation of the legal form must be set off from the address by a line. The legal form is positioned above the line, whereas the address appears below the line.

Font: Univers 55
Dimensions: 4.5 cm x 2.5 cm
Illustration: 100 %

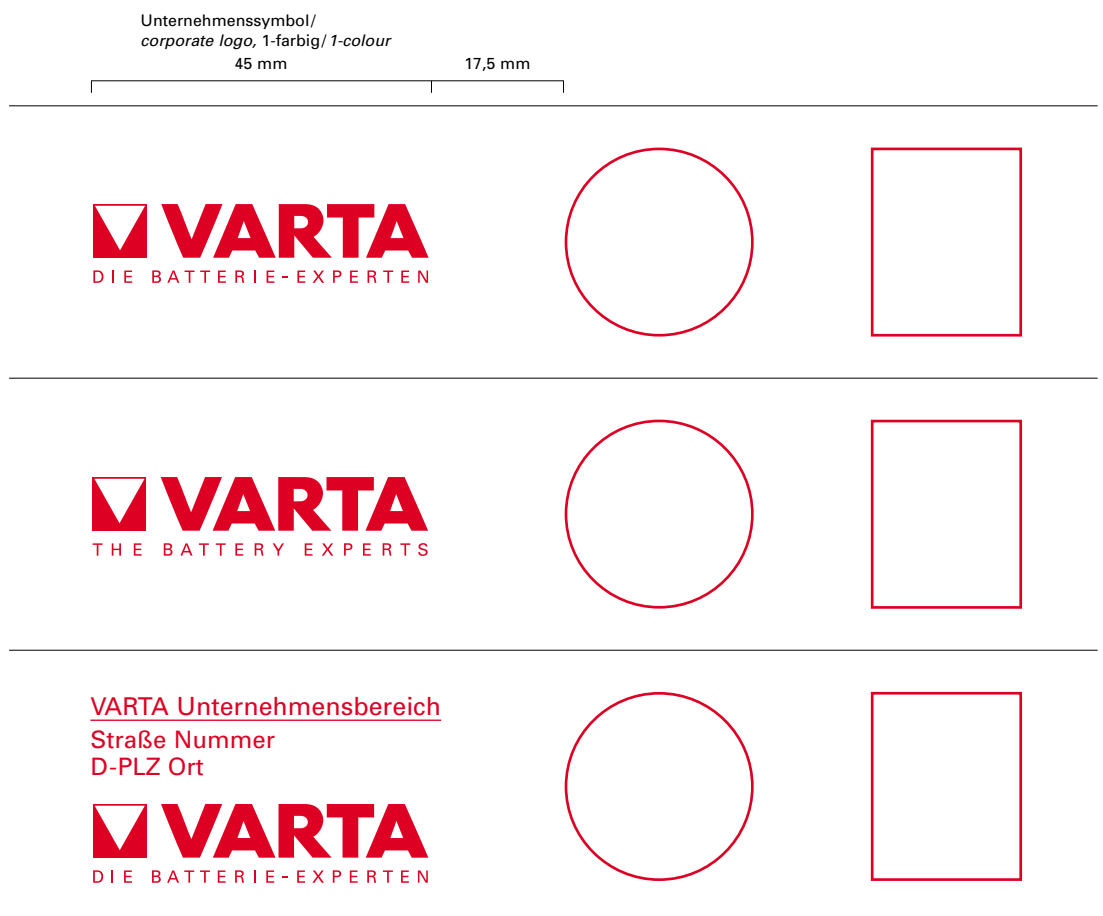


Abb. 1
Freistempler

Illustration 1
Franking



Abb. 2
Freistempler, Beispiele

Illustration 2
Franking, examples

Geschäftsausstattung/Visitenkarten Business stationery/business cards

Aufbau, Farbigkeit und Papier der Visitenkarten sind verbindlich.

Wegen der vielen Möglichkeiten ist eine 100%ige Definition nicht möglich. Die an den Beispielen aufgezeigten Varianten zeigen den wesentlichen Gestaltungsaufbau, mit dem ein Großteil aller Visitenkarten realisiert werden kann. Bei Ausnahmen sind typografische Grundzüge und visuelle Anmutung einzuhalten.

Die Bezeichnung der jeweiligen Rechtsform erscheint immer in der Kopfzeile über der Linie.

Der akademische Grad (z. B. Dipl.-Ing.) erscheint in der ersten Zeile nach dem Namen. In der zweiten Zeile wird der Titel im Unternehmen eingefügt. Einzige Ausnahme: Sollte der akademische Grad Namensbestandteil sein (z. B. Dr.), so ist er vor den Namen zu setzen.

Es werden nur einsprachige, einseitig bedruckte Visitenkarten verwendet.

Die Visitenkarte gibt es sowohl mit einer als auch mit zwei Adressen (Home office o. Ä.).

Für alle Unternehmensbereiche ist das Unternehmenssymbol grundsätzlich in Kombination mit dem Slogan zu verwenden.

Andere Gestaltungen bzw. Abweichungen müssen vom Corporate Design Team vor Drucklegung genehmigt werden.

Schrift: Univers 45 in 11 und 6 Punkt
Univers 65 in 5 Punkt

Format: 85 mm x 54 mm

Papier: Zeta matt, brilliant, 260 g,
Zanders Feinpapiere AG

Die Abrundung der Kartenecken ist **nicht** zulässig.

Abbildungen: 100 % (nächste Seiten)

The layout, colour scheme and paper of the business cards are binding.

100 % definition is not possible due to the many possibilities that exist. The variations illustrated through the examples show the principal design structure which can be applied to many of the business cards. In the case of exceptions, the typographical principles and visual feel must be retained.

The designation of the legal form always appears in the header above the line.

Any academic titles (e.g. Graduate Engineer) appear in the first line after the person's name. The person's title within the company is inserted in the second line. One exception: If the academic title is part of a name (e.g. Dr.), this should always be placed in front of the name.

Only single-language business cards printed on one side are used.

Business cards are available with either one or two addresses (e.g. both the home office and office address).

In all divisions the corporate symbol must be used in combination with the slogan.

Other designs or variations must be approved by the Corporate Design Team prior to printing.

*Font: Univers 45 in 11 and 6 point
Univers 65 in 5 point*

Format: 85 mm x 54 mm

*Paper: Zeta matt, brilliant, 260 g,
Zanders Feinpapiere AG*

*Rounded card corners are **not** permissible.*

Illustrations: 100 % (following pages)



Abb. 1
Anwendungspiktogramme (Reprovorlagen)
Telefon, Telefax, Mobilfunk

Illustration 1
Pictograms (camera-ready)
telephone, facsimile, mobile telephone

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit einer Adresse
Business stationery/business cards with one address

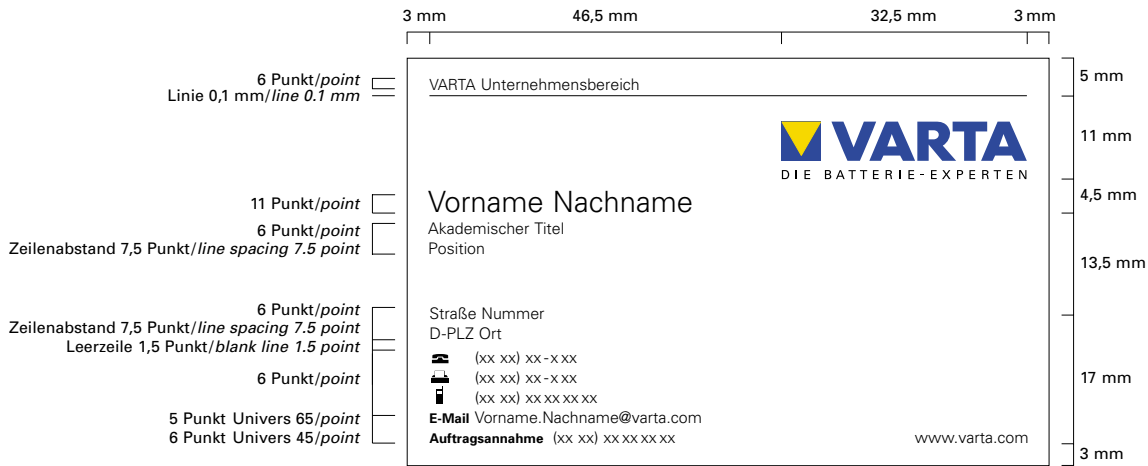
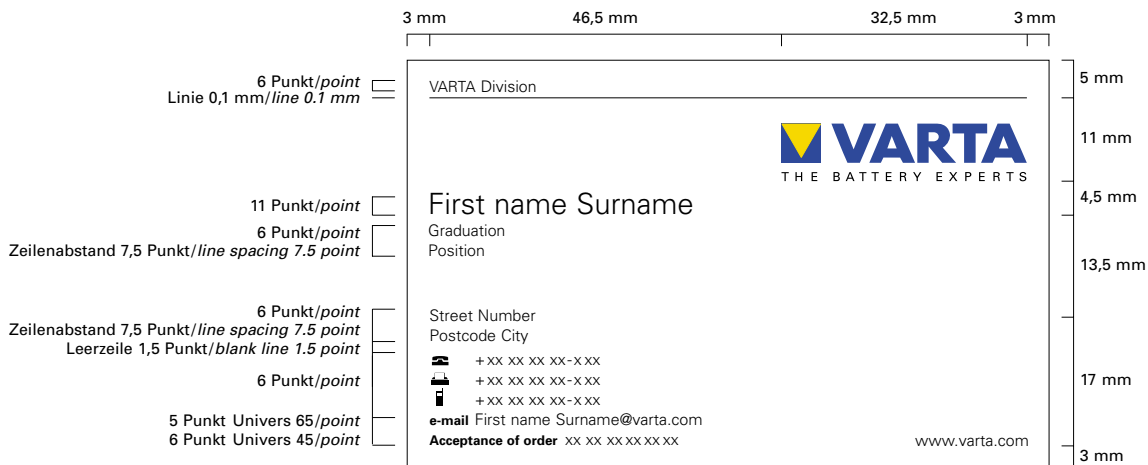


Abb. 2
 Visitenkarte mit einer Adresse,
 deutsche Version, mit Bemaßung

Illustration 2
*Business card with one address,
 German version, marked out with dimensions*



Gibt es für ein Land eine lokale Internet-Adresse, kann auch diese angegeben werden.
If a local internet address exists, you also can name it here.

Abb. 3
 Visitenkarte mit einer Adresse,
 internationale Version, mit Bemaßung

Illustration 3
*Business card with one address,
 international version, marked out with dimensions*

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit einer Adresse *Business stationery/business cards with one address*

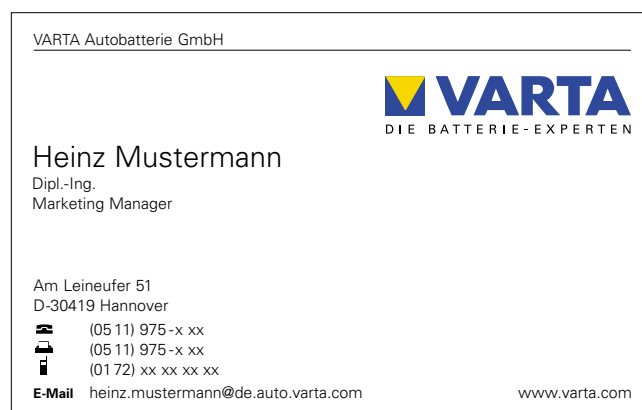


Abb. 4
Visitenkarte mit einer Adresse,
deutsche Version, Beispiele

Illustration 4
*Business card with one address,
German version, examples*

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit einer Adresse
Business stationery/business cards with one address

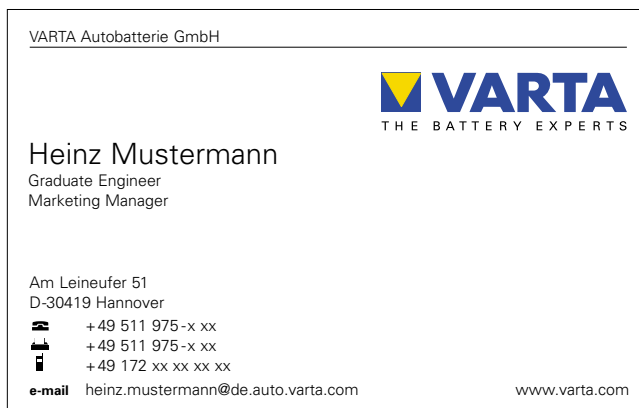
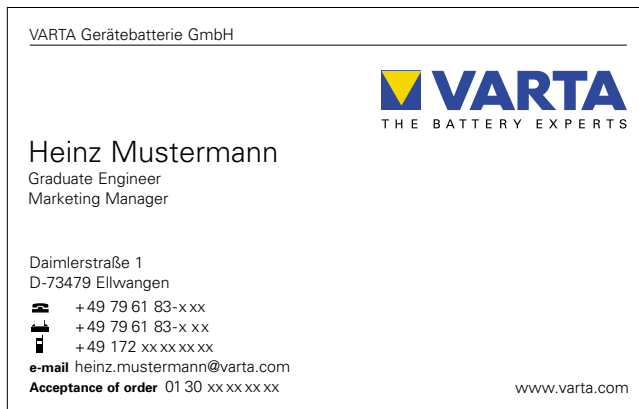
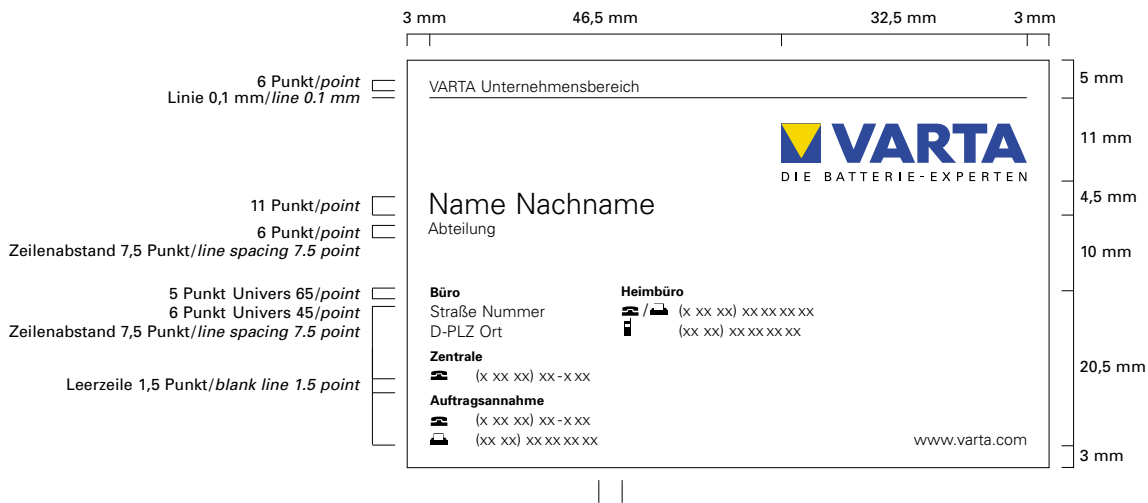


Abb. 5
Visitenkarte mit einer Adresse,
internationale Version, Beispiele

Illustration 5
*Business card with one address,
international version, examples*

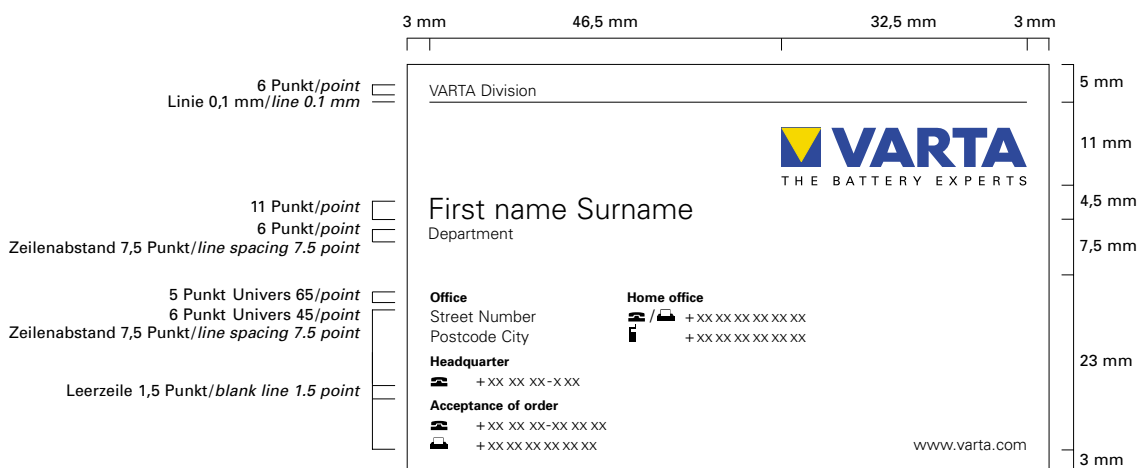
Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit einer Adresse und Zusatzinformationen
Business stationery/business cards with one address and additional information



Abstand zwischen längster Zeile und Beginn zweiter Spalte grundsätzlich 3 mm
Distance between the longest line and start of the second column in principle 3 mm

Abb. 6
 Visitenkarte Variante
 mit einer Adresse und Zusatzinformation,
 deutsche Version, mit Bemaßung

Illustration 6
*Business card variant version
 with one address and additional information,
 German version, marked out with dimensions*



Abstand zwischen längster Zeile und Beginn zweiter Spalte grundsätzlich 3 mm
Distance between the longest line and start of the second column in principle 3 mm

Abb. 7
 Visitenkarte, Variante
 mit einer Adresse und Zusatzinformation,
 internationale Version, mit Bemaßung

Illustration 7
*Business card, variant version
 with one address and additional information,
 international version, marked out with dimensions*

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit einer Adresse und Zusatzinformationen
Business stationery/business cards with one address and additional information

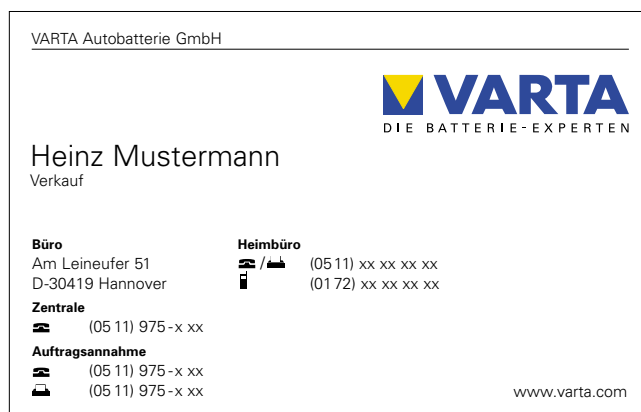
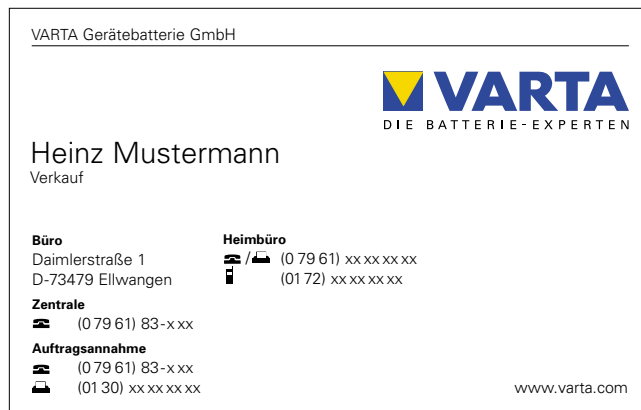


Abb. 8
Visitenkarte, Variante
mit einer Adresse und Zusatzinformation,
deutsche Version, Beispiele

Illustration 8
*Business card, variant version
with one address and additional information,
German version, examples*

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit einer Adresse und Zusatzinformationen
Business stationery/business cards with one address and additional information

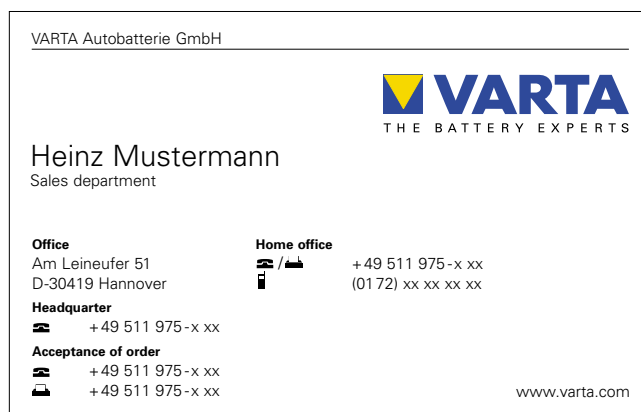
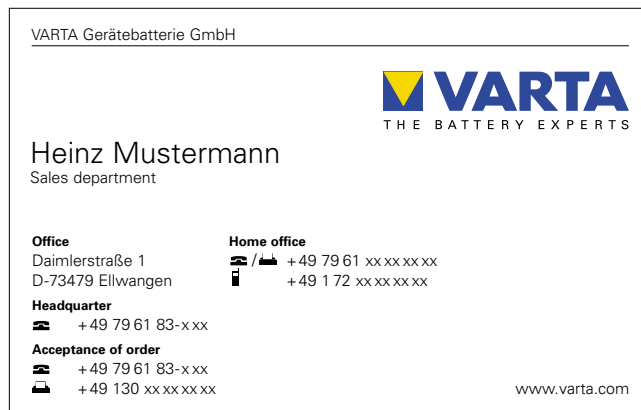
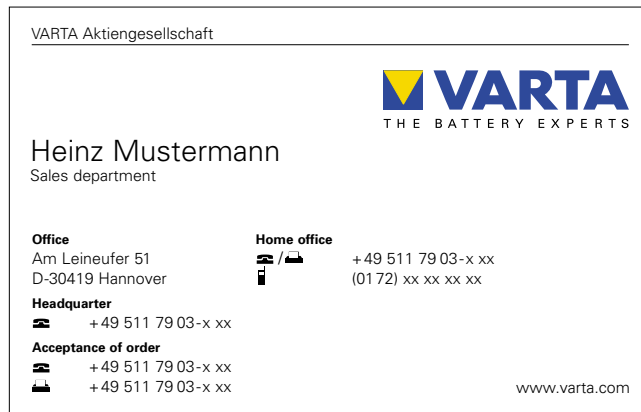
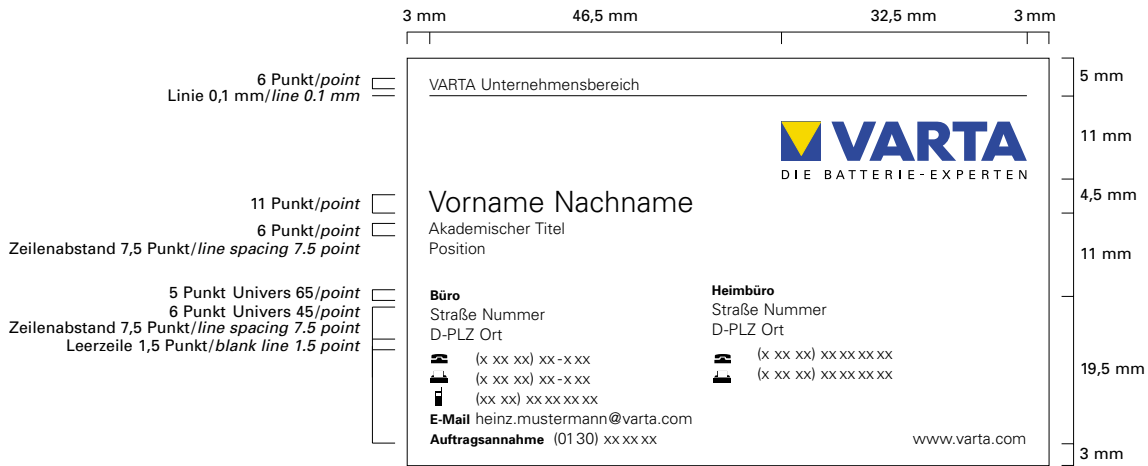


Abb. 9
 Visitenkarte, Variante
 mit einer Adresse und Zusatzinformation,
 internationale Version, Beispiele

Illustration 9
 Business card, variant version
 with one address and additional information,
 international version, examples

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit zwei Adressen
Business stationery/business cards with two addresses



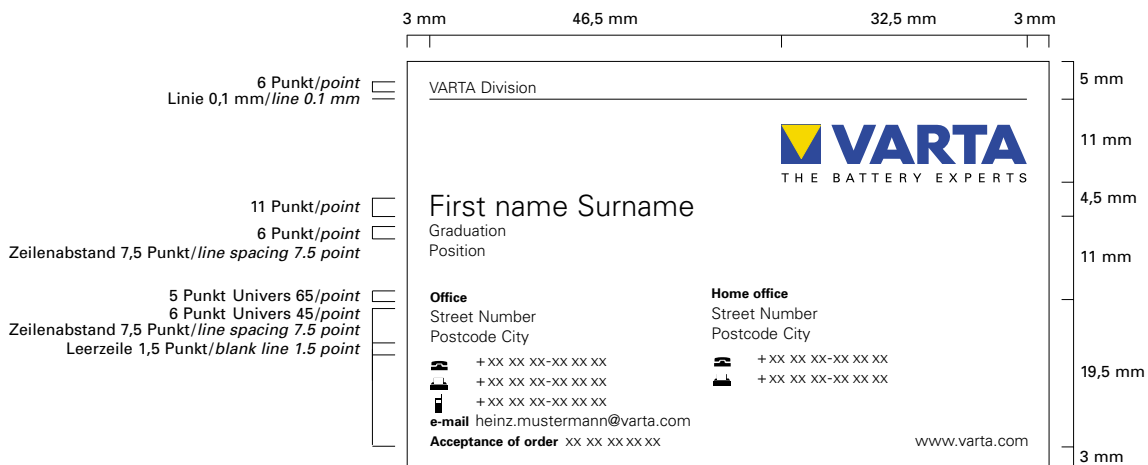
Abstand zwischen längster Zeile und Beginn zweiter Spalte grundsätzlich 3 mm
Distance between the longest line and start of the second column in principle 3 mm

Abb. 10

Visitenkarte mit Büroadresse und Adresse
 „Home office“, deutsche Version, mit Bemaßung

Illustration 10

*Business card with office and home office
 address, German version, marked out with
 dimensions*



Abstand zwischen längster Zeile und Beginn zweiter Spalte grundsätzlich 3 mm
Distance between the longest line and start of the second column in principle 3 mm

Abb. 11

Visitenkarte mit Büroadresse und Adresse
 „Home office“, internationale Version, mit
 Bemaßung

Illustration 11

*Business card with office and home office
 address, international version, marked out with
 dimensions*

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit zwei Adressen
Business stationery/business cards with two addresses

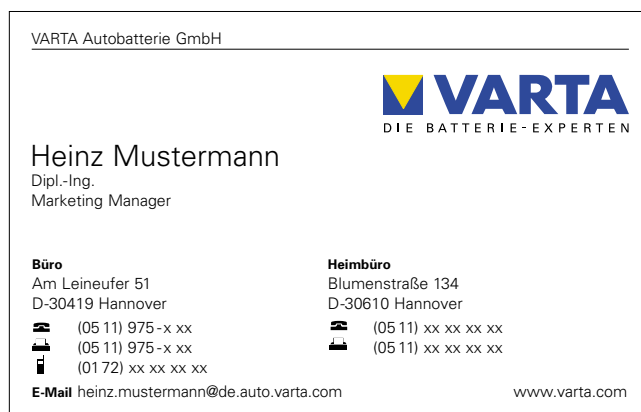
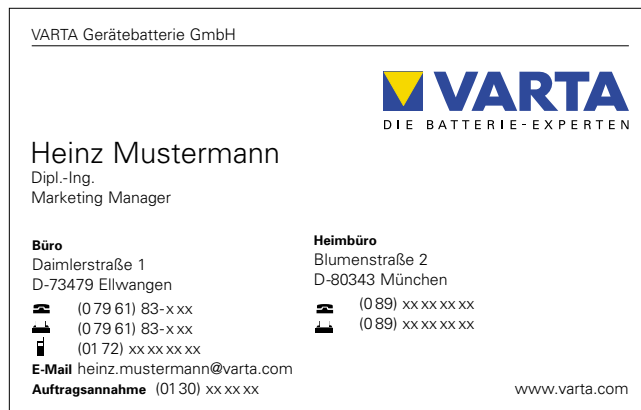
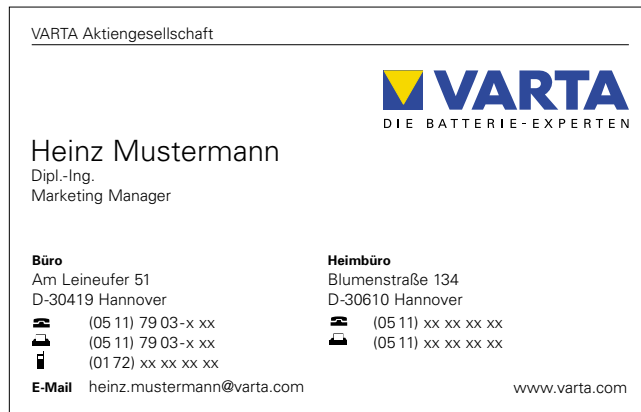



Abb. 12
 Visitenkarte mit Büroadresse und Adresse
 „Home office“, deutsche Version, Beispiele

Illustration 12
 Business card with office and home office
 address, German version, examples

Geschäftsausstattung/Visitenkarten mit zwei Adressen
Business stationery/business cards with two addresses


VARTA Aktiengesellschaft



Heinz Mustermann
 Graduate Engineer
 Marketing Manager

| | |
|---|--|
| Office Am Leineufer 51 D-30419 Hannover | Home office Blumenstraße 134 D-30610 Hannover |
| ☎ +49 511 79 03-x xx ☎ +49 511 79 03-x xx ☎ +49 172 xx xx xx xx | ☎ +49 511 xx xx xx ☎ +49 511 xx xx xx |
| e-mail heinz.mustermann@varta.com | www.varta.com |


VARTA Gerätebatterie GmbH



Heinz Mustermann
 Graduate Engineer
 Marketing Manager

| | |
|---|--|
| Office Daimlerstraße 1 D-73479 Ellwangen | Home office Wiesenthalergrund 345 D-73479 Ellwangen |
| ☎ +49 79 61 83-x xx ☎ +49 79 61 83-x xx ☎ +49 172 xx xx xx xx | ☎ +49 79 61 x xx xx xx ☎ +49 79 61 x xx xx xx |
| e-mail heinz.mustermann@varta.com | www.varta.com |
| Acceptance of order 01 30 xx xx xx | |

VARTA Autobatterie GmbH



Heinz Mustermann
 Graduate Engineer
 Marketing Manager

| | |
|---|--|
| Office Am Leineufer 51 D-30419 Hannover | Home office Blumenstraße 134 D-30610 Hannover |
| ☎ +49 511 975-x xx ☎ +49 511 975-x xx ☎ +49 172 xx xx xx xx | ☎ +49 511 xx xx xx ☎ +49 511 xx xx xx |
| e-mail heinz.mustermann@de.auto.varta.com | www.varta.com |

Abb. 13
 Visitenkarte mit Büroadresse und Adresse
 „Home office“, internationale Version, Beispiele

Illustration 13
 Business card with office and home office
 address, international version, examples

Geschäftsausstattung/Telefaxbogen
Business stationery/facsimile sheet

Der Aufbau des Telefaxbogens ist verbindlich.

Der Telefaxbogen ist 1-farbig schwarz. Er ist zweisprachig aufgebaut, wobei grundsätzlich die Landessprache und Englisch verwendet werden. Die Bezeichnung der jeweiligen Rechtsform erscheint immer in der Kopfzeile über der Linie.

Für alle Unternehmensbereiche ist das Unternehmenssymbol in Kombination mit dem englischen Slogan zu verwenden.

The layout of the facsimile sheet is binding.

The facsimile sheet is monochrome black. It is bilingual in structure, featuring the relevant national language and English. The designation of the respective legal form always appears in the header above the line.

In all divisions the corporate logo must be used in connection with the English slogan.

Schrift: Univers 55 in 10 und 12 Punkt
 Univers 67 in 10 Punkt
 Zeilenabstand 17 Punkt
Adresse: Univers 55 in 10 Punkt
 Zeilenabstand 12,5 Punkt

Linien: 0,1 mm

Format: DIN A4

Maße: 21,0 cm x 29,7 cm

Abbildung: auf 50 % verkleinert

Font: Univers 55 in 10 and 12 point
 Univers 67 in 10 point
 Line spacing 17 point
Address: Univers 55 in 10 point
 Line spacing 12.5 point

Lines: 0.1 mm

Format: DIN A4

Dimensions: 21.0 cm x 29.7 cm

Illustration: Reduction to 50 %

Geschäftsausstattung/Telefaxbogen mit Vermaßung
Business stationery/facsimile sheet with dimensions

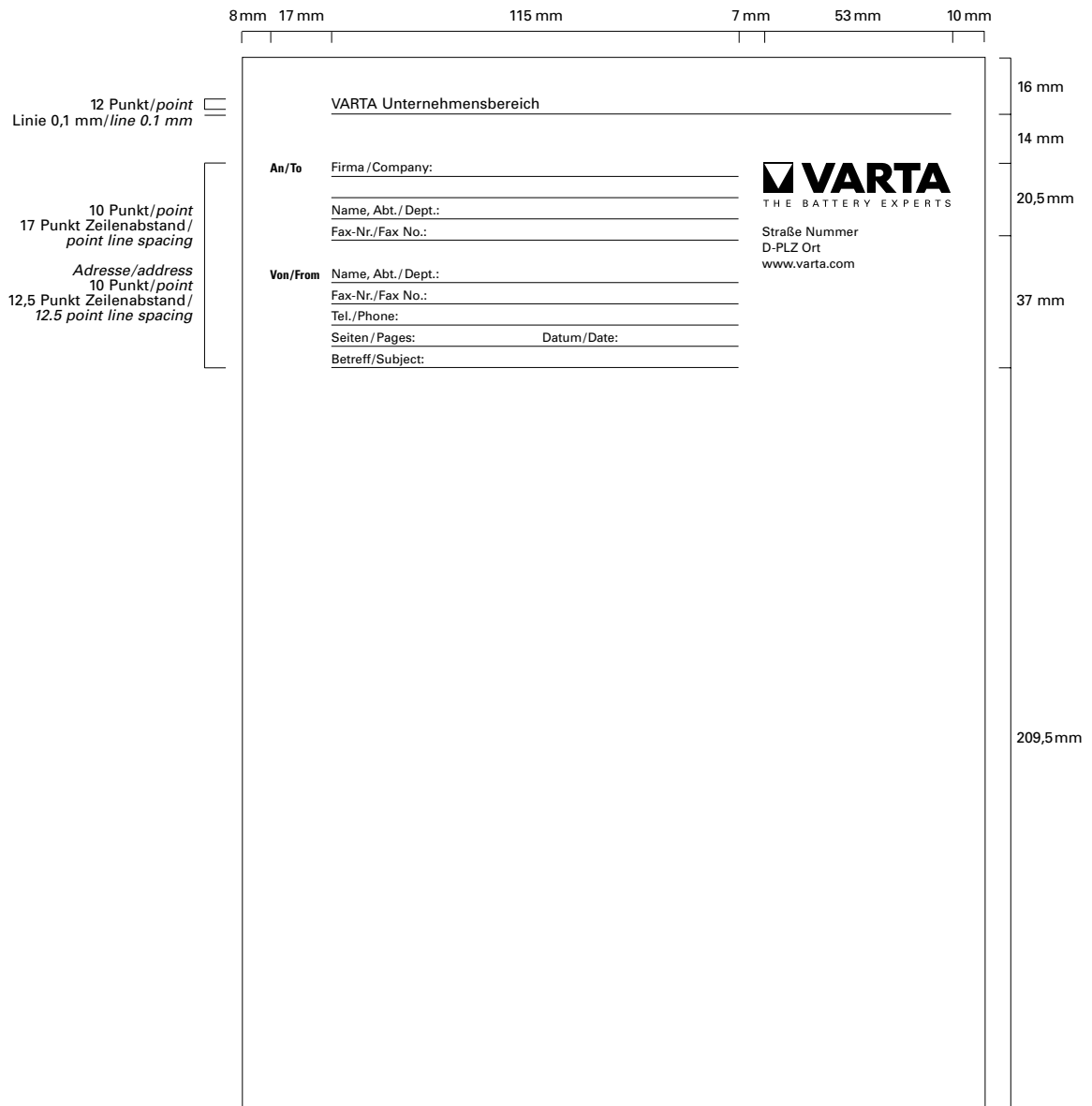


Abb. 1
 Telefaxbogen, mit Bemaßung

Illustration 1
 Facsimile sheet, with dimensions

VARTA Aktiengesellschaft

An/To Firma /Company: _____
Name, Abt./ Dept.: _____
Fax-Nr./Fax No.: _____

Von/From Name, Abt./ Dept.: _____
Fax-Nr./Fax No.: _____
Tel./Phone: _____
Seiten /Pages: _____ Datum/Date: _____
Betreff/Subject: _____

VARTA
THE BATTERY EXPERTS
Am Leineufer 51
D-30419 Hannover
www.varta.com

Abb. 2
Telefaxbogen, Beispiele

Illustration 2
Facsimile sheet, examples

VARTA Gerätebatterie GmbH

An/To Firma /Company: _____
Name, Abt./ Dept.: _____
Fax-Nr./Fax No.: _____

Von/From Name, Abt./ Dept.: _____
Fax-Nr./Fax No.: _____
Tel./Phone: _____
Seiten /Pages: _____ Datum/Date: _____
Betreff/Subject: _____

VARTA
THE BATTERY EXPERTS
Daimlerstraße 1
D-73479 Ellwangen
www.varta.com

Abb. 3
Telefaxbogen, Beispiele

Illustration 3
Facsimile sheet, examples

VARTA Autobatterie GmbH

An/To Firma /Company: _____
Name, Abt./ Dept.: _____
Fax-Nr./Fax No.: _____

Von/From Name, Abt./ Dept.: _____
Fax-Nr./Fax No.: _____
Tel./Phone: _____
Seiten /Pages: _____ Datum/Date: _____
Betreff/Subject: _____

VARTA
THE BATTERY EXPERTS
Am Leineufer 51
D-30419 Hannover
www.varta.com

Abb. 4
Telefaxbogen, Beispiele

Illustration 4
Facsimile sheet, examples

Geschäftsausstattung/Grußkarten
Business stationery/greeting cards

Aufbau, Farbgebung und Papier der Grußkarten sind verbindlich. Die Grußkarten existieren in einer deutschen und einer internationalen Version.

Das Unternehmenssymbol erscheint 3-farbig positiv mit Slogan in der rechten unteren Ecke der Grußkartenvorderseite. Der Slogan erscheint in Deutsch bei der deutschen, in Englisch bei der internationalen Version.

Die Adresse erscheint auf der Innenseite oben rechts, der Fließtext „Freundliche Grüße“ links unten. Als persönliche Kennzeichnung dürfen in der Varta-Adresse die persönlichen Telekommunikations-Angaben und nach der Grußzeile ein Namenseindruck aufgenommen werden.

Schrift: Univers 45 in 8 Punkt und 11 Punkt
Zeilenabstand 10,5 Punkt

Maße: 10,5 cm x 10,5 cm (geschlossen)
20 cm x 10,5 cm (offen)

Papier: Zeta matt, brilliant, 260 g,
Zanders Feinpapiere AG

Abbildungen: auf 50 % verkleinert

The layout, colour scheme and paper of the greeting cards are binding. The greeting cards are available in a German language and an international version.

The corporate logo is set in 3-colour, positive, with the slogan in the lower right-hand corner of the front face of the greeting card. The slogan appears in German in the German language version and in English in the international version.

The address appears on the inside at the top right and "with compliments" as continuous text at the bottom left. By way of personalization, personal telecom details can be included in the Varta address and a name can be included after the "with compliments" line.

*Font: Univers 45 in 8 and 11 point
line spacing 10,5 point*

*Dimensions: 10.5 cm x 10.5 cm (folded)
20 cm x 10.5 cm (open)*

*Paper: Zeta matt, brilliant, 260 g,
Zanders Feinpapiere AG*

Illustrations: Reduction to 50 %

**Abb. 1 und 2**

Grußkarte Ansicht, deutsche und internationale Version

**Illustrations 1 and 2**

Greeting card front, German and international versions

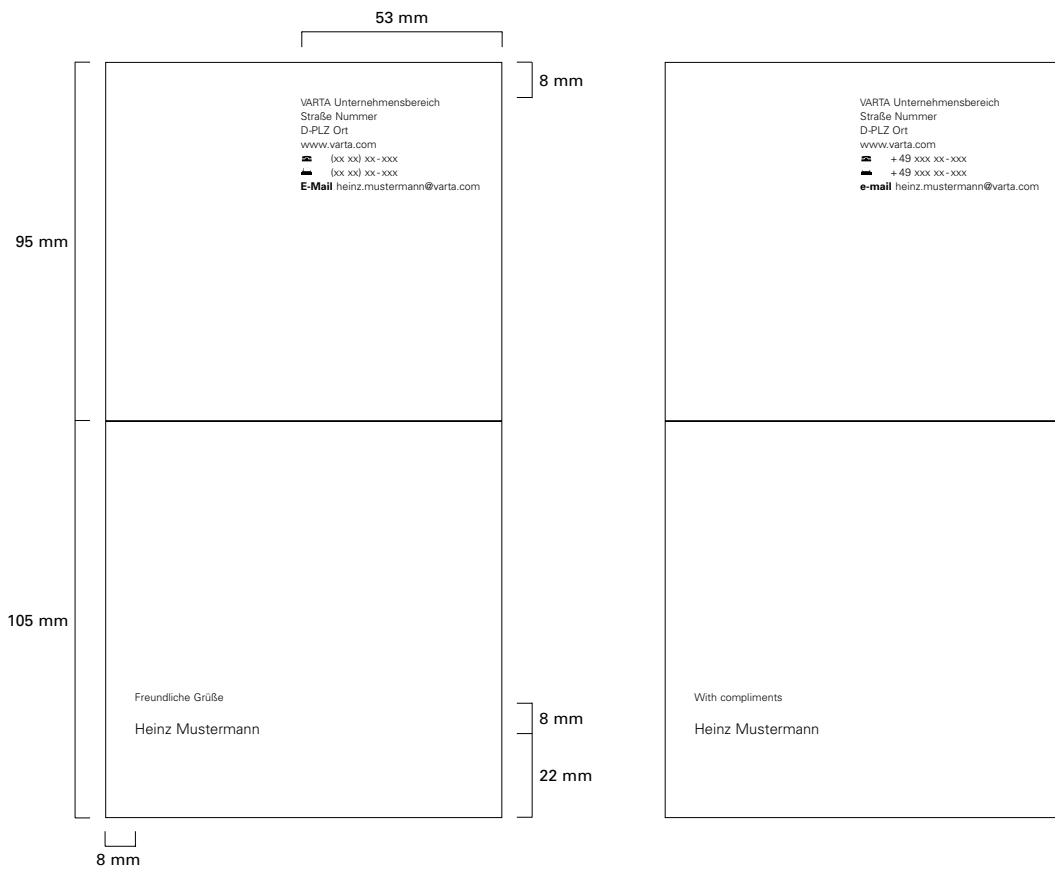
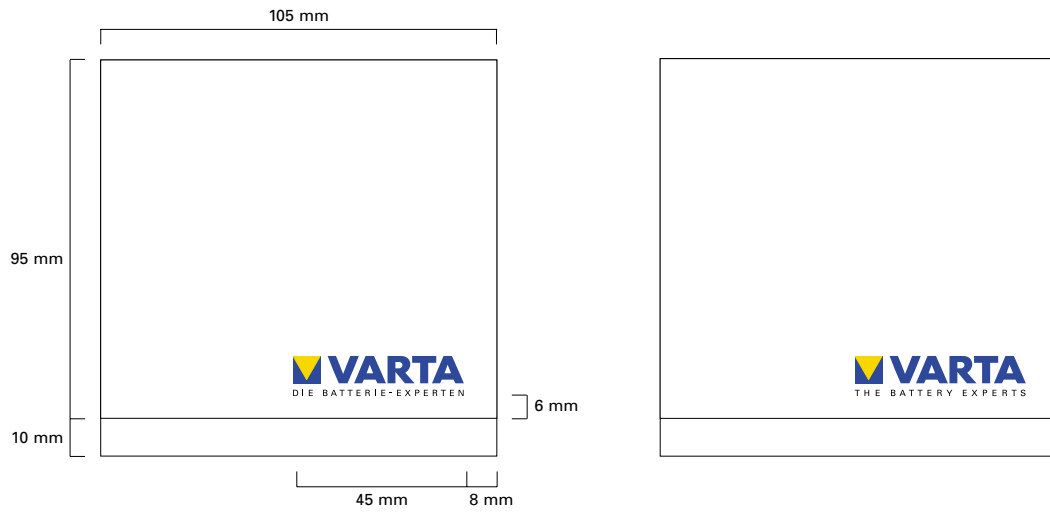


Abb. 3 und 4
 Grußkarte mit Bemaßung, deutsche und internationale Version

Illustrations 3 and 4
 Greeting card with dimensions, German and international versions

Geschäftsausstattung/Stempel mit Bemaßung
Business stationery/stamps marked out with dimensions

Der Aufbau der Stempel ist verbindlich. Die meisten Stempelvarianten ergeben sich aus dem grundsätzlichen Aufbau des Standardstempels (Abb. 2, 3 und 4).

The layout of the stamp is binding. Most stamp variations are based on the basic design of the standard stamp (Illustration 2, 3 and 4).

Rechtsform und Adresse sind durch eine Linie zu trennen. Die Bezeichnung der jeweiligen Rechtsform erscheint immer über der Linie, die Adresse immer unter der Linie. Einzige Ausnahme: runder Stempel für Osteuropa (Abb. 3).

The legal form and the address must be divided by a line. The designation of the respective legal form is always set above the line, while the address always appears below the line. The only exception being the round stamp for Eastern Europe (Illustration 3).

Schrift: Univers 55

Font: Univers 55

Abbildung: 100 %

Illustration: 100 %

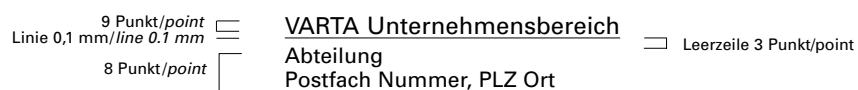
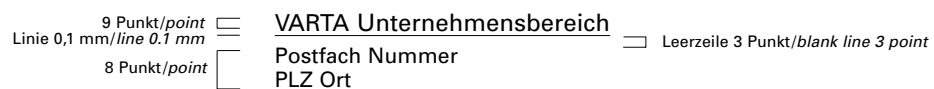


Abb. 1
 Stempel, beschriftet mit Bemaßung

Illustration 1
Stamps, marked out with dimensions

- A. VARTA Aktiengesellschaft
D-30417 Hannover



- D. VARTA Aktiengesellschaft
D-30417 Hannover

- E. VARTA Aktiengesellschaft
Personalabteilung
D-30417 Hannover

- B. 
DIE BATTERIE-EXPERTEN

- F. VARTA Aktiengesellschaft

- C. 
DIE BATTERIE-EXPERTEN

Abb. 2

Stempel-Varianten, „VARTA Aktiengesellschaft“:

- A. Standard-Stempel mit Unternehmenssymbol und Adresse
- B. Unternehmenssymbol-Stempel, Standardgröße
- C. Unternehmenssymbol-Stempel, Minigröße
- D. Standard-Adress-Stempel für Briefversand mit Großkundenpostleitzahl
- E. Abteilungs-Stempel (Abteilungsbezeichnung variabel) mit Postfach
- F. Unternehmens-Stempel (Rechtsform)

Illustration 2

Stamp variants "VARTA Aktiengesellschaft":

- A. Standard stamp with corporate logo and address
- B. Corporate logo stamp, standard size
- C. Corporate logo stamp, mini size
- D. Standard address stamp with special post code (for letters only)
- E. Departmental stamp (departmental designation variable) with P.O. Box
- F. Corporate stamp (legal form)

Geschäftsausstattung/Stempelvarianten VARTA Gerätebatterie GmbH
Business stationery/stamp variants VARTA Gerätebatterie GmbH

A. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Postfach 1363
 D-73473 Ellwangen



B. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Daimlerstr. 1
 D-73479 Ellwangen



C. VARTA Gerätebatterie GmbH
 DIE BATTERIE-EXPERTEN

D. VARTA Gerätebatterie GmbH
 DIE BATTERIE-EXPERTEN

E. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Postfach 1363
 D-73473 Ellwangen

F. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Daimlerstr. 1
 D-73479 Ellwangen

G. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Personalabteilung
 Postfach 1363, D-73473 Ellwangen

H. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Personalabteilung
 Daimlerstr. 1, D-73479 Ellwangen

J. VARTA Gerätebatterie GmbH

K. VARTA Gerätebatterie GmbH
 Name _____
 Abteilung _____
 Datum _____



Abb. 3

Stempel-Varianten, „VARTA Gerätebatterie GmbH“:

- A. Standard-Stempel mit Unternehmenssymbol und Postfach
- B. Standard-Stempel mit Unternehmenssymbol und Adresse
- C. Unternehmenssymbol-Stempel, Standardgröße
- D. Unternehmenssymbol-Stempel, Minigröße
- E. Standard-Adress-Stempel mit Postfach
- F. Standard-Adress-Stempel mit Adresse
- G. Abteilungs-Stempel (Abteilungsbezeichnung variabel) mit Postfach
- H. Abteilungs-Stempel (Abteilungsbezeichnung variabel) mit Adresse
- J. Unternehmens-Stempel (Rechtsform)
- K. Namens-Stempel
- L. Runder Stempel

Illustration 3

Stamp variants, “VARTA Gerätebatterie GmbH“:

- A. Standard stamp with corporate logo and P.O. Box
- B. Standard stamp with corporate logo and address
- C. Corporate logo stamp, standard size
- D. Corporate logo stamp, mini size
- E. Standard address stamp with P.O. Box
- F. Standard address stamp with address
- G. Departmental stamp (departmental designation variable) with P.O. Box
- H. Departmental stamp (departmental designation variable) with address
- J. Corporate stamp (legal form)
- K. Name stamp
- L. Round stamp

Geschäftsausstattung/Stempelvarianten VARTA Autobatterie GmbH
Business stationery/stamp variants VARTA Autobatterie GmbH

- A. VARTA Autobatterie GmbH
 Postfach 5 20
 D-30405 Hannover



- B. VARTA Autobatterie GmbH
 Am Leineufer 51
 D-30419 Hannover



- C. VARTA
 DIE BATTERIE-EXPERTEN

- D. VARTA
 DIE BATTERIE-EXPERTEN

- E. VARTA Autobatterie GmbH
 Postfach 5 20
 D-30405 Hannover

- F. VARTA Autobatterie GmbH
 D-30417 Hannover

- G. VARTA Autobatterie GmbH
 Am Leineufer 51
 D-30419 Hannover

- H. VARTA Autobatterie GmbH
 Personalabteilung
 Postfach 5 20, D-30405 Hannover

- J. VARTA Autobatterie GmbH
 Personalabteilung
 Am Leineufer 51, D-30419 Hannover

- K. VARTA Autobatterie GmbH

Abb. 4

Stempel-Varianten, „VARTA Autobatterie GmbH“:

- A. Standard-Stempel mit Unternehmenssymbol und Postfach
- B. Standard-Stempel mit Unternehmenssymbol und Adresse
- C. Unternehmenssymbol-Stempel, Standardgröße
- D. Unternehmenssymbol-Stempel, Minigröße
- E. Standard-Adress-Stempel mit Postfach
- F. Standard-Adress-Stempel für Briefversand mit Großkundenpostleitzahl
- G. Standard-Adress-Stempel mit Adresse
- H. Abteilungs-Stempel (Abteilungsbezeichnung variabel) mit Postfach
- J. Abteilungs-Stempel (Abteilungsbezeichnung variabel) mit Adresse
- K. Unternehmens-Stempel (Rechtsform)

Illustration 4

Stamp variants "VARTA Autobatterie GmbH":

- A. *Standard stamp with corporate logo and P.O. Box*
- B. *Standard stamp with corporate logo and address*
- C. *Corporate logo stamp, standard size*
- D. *Corporate logo stamp, mini size*
- E. *Standard address stamp with P.O. Box*
- F. *Standard address stamp with special post code (for letters only)*
- G. *Standard address stamp with address*
- H. *Departmental stamp (departmental designation variable) with P.O. Box*
- J. *Departmental stamp (departmental designation variable) with address*
- K. *Corporate stamp (legal form)*

Das Kapitel Unternehmenskommunikation wird derzeit entwickelt.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

The Corporate Communications section is currently being developed.

If you have any queries or problems, please contact the Corporate Design Team.

Anzeigen

Advertisements

Das Kapitel Anzeigen (Personalanzeigen, Mini-Imageanzeigen) wird derzeit entwickelt.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

The "Advertisements" section (situations vacant, small image advertisements) is in the process of development.

If you have any queries or problems, please contact the Corporate Design Team.

Telefonbucheinträge

Telephone directory entries

Aufbau und Farbgebung der Telefonbucheinträge sind verbindlich. Die CD-Richtlinien aus Abschnitt 2.3 „Unternehmenssymbol“ und Abschnitt 2.4 „Schreibweisen“ müssen eingehalten werden.

The layout and colour scheme of telephone book entries are binding. The CD-guidelines in section 2.3 "Corporate logo" and section 2.4 "Notation, typeface, layout" must be observed.

Der Telefonbucheintrag ist 1-farbig schwarz.

The telephone directory entry is monochrome black.

Die Telefonbucheinträge werden grundsätzlich auf eine Spaltenbreite des jeweiligen Telefonbuches angelegt. Die Höhe des Eintrags richtet sich nach der Menge der Adressen.

The telephone directory entries are set over one column width of the given telephone directory. The depth of the entry depends on the number of addresses.

Der Satzspiegel für die Adressen wird durch die Spaltenbreite ermittelt. 10 Prozent der Spaltenbreite ergeben links, rechts, oben und unten einen Rand, der den Satzspiegel definiert. Zwischen der Oberkante des Unternehmenssymbols und der letzten Zeile der untersten Adresse ist ebenfalls dieser Wert als Freiraum einzuhalten.

The printing area for the addresses is determined by the column width. 10% of the column width gives a margin left, right, top and bottom which defines the printing area. Between the top edge of the corporate logo and the last line of the last address this value must also be kept as space.

Grundsätzlich werden die Adressen linksbündig zur linken Kante des Unternehmenssymbols gesetzt. Die Breite des Unternehmenssymbols gibt die maximale Breite der Adressenspalte vor.

The addresses are always set left-justified to the left edge of the corporate logo. The width of the corporate logo gives the maximum width of the address column.

Verschiedene Unternehmensbereiche oder Abteilungen werden als je eine Adresse betrachtet.

Each different division or department is regarded as a separate address.

Telefonbucheinträge können als Standardeintrag oder als Anzeige realisiert werden. Die letztere Möglichkeit ist zu bevorzugen.

Telephone directory entries can take the form of either a standard entry or an advertisement. The latter option is to be preferred.

Für die Anzeigen gelten folgende typografische Angaben:

The typographical specifications for advertisements are as follows:

Schrift: Univers 55 in 8 Punkt
Zeilenabstand 9 Punkt

Font: Univers 55 in 8 point
Line spacing in 9 point

Abstand zwischen
Adresse und
Telefonnummer: 2 Punkt Zeilenabstand

*Spacing between
address and
telephone number: 2 point line spacing*

Abstand zwischen
zwei Adressen: 4,5 Punkt Zeilenabstand

*Spacing between
two addresses: 4.5 point line spacing*

Quadrate: 1,2 mm x 1,2 mm

Boxes: 1.2 mm x 1.2 mm

Linie: 0,2 mm

Line: 0.2 mm

Abbildungen: 100 % (nächste Seite)

Illustrations: 100 % (next page)

| | | |
|---------------------------|-------|----------|
| Van OHG | | |
| Musterallee 45 | | 59 80 |
| Vantastico | | |
| Blindtextstr. 57 | | 34 59 |
| Vast GmbH | | |
| Musterstraße 345 | | 9 80 |
| VARTA Gerätebatterie GmbH | | |
| Daimlerstraße 1 | | 83-0 |
| Vereinigte Blind | | |
| Karl-Muster-Weg 89 | | 65 67 89 |

Abb. 1
Telefonbucheintrag, Standard

Illustration 1
Telephone directory entry, standard

Telefonbucheinträge

Telephone directory entries

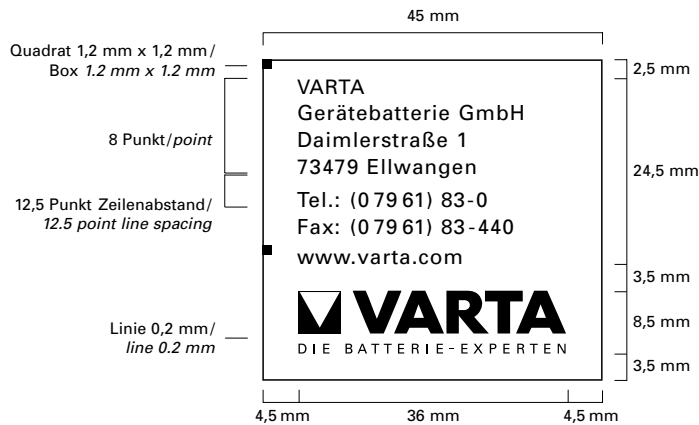


Abb. 2
Telefonbucheintrag, Anzeige mit einer Adresse

Illustration 2
Telephone directory entry, advertisement with one address

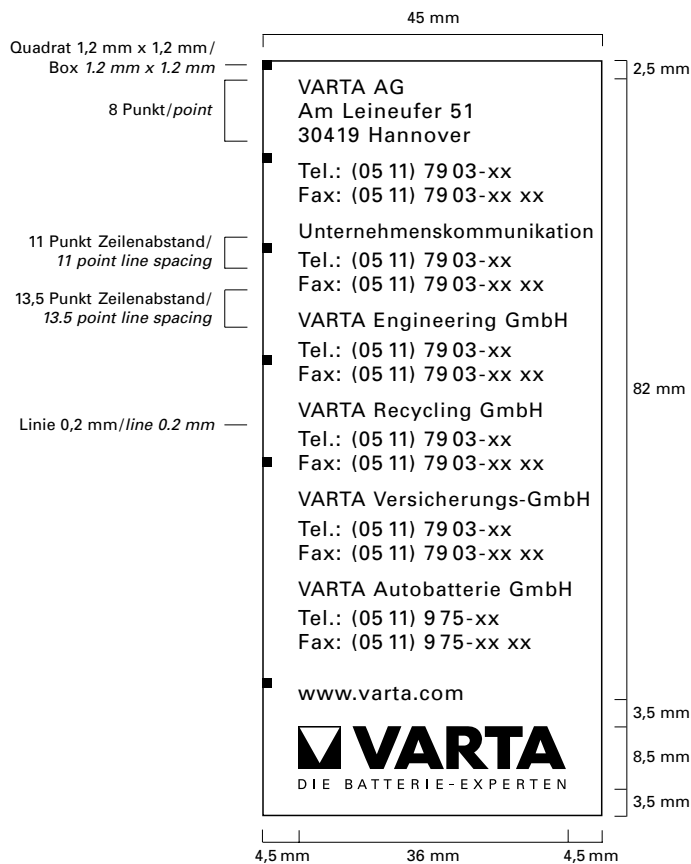


Abb. 3
Telefonbucheintrag, Anzeige mit mehreren Adressen

Illustration 3
Telephone directory entry, advertisement with several addresses

Präsentationen
Presentations

Verbindliches Format für alle Präsentations-Overheadfolien ist DIN A4. Die Größe und Position des Unternehmenssymbols sowie des Satzspiegels dürfen nicht geändert werden.

Achten Sie auf eine ausreichende Schriftgröße. Fließtexte sollten aus Gründen der Lesbarkeit 20 Punkt nicht unterschreiten. In Ausnahmefällen (für größere Textmengen oder als Unterscheidungsmerkmal) dürfen Fließtexte in 16 Punkt gesetzt werden.

Abb.1 zeigt eine Gestaltungsempfehlung. Folien sollten dem unten gezeigten Standard folgen. Das vom Farbwinkel beschriebene Feld dient als Spielraum für die grafische Umsetzung der Präsentation.

DIN A4 is the binding format for all overhead projector sheets. The size and position of the corporate logo and printing area must not be changed.

Make sure that your font is large enough. To ensure legibility copytext should not be less than 20 point. In exceptional cases (for large volumes of text or for the purpose of making a distinction), copytext may be set in 16 point.

Illustration 1 shows a design recommendation. Projector sheets should meet the standard set out below. The field created by the two bars of the colour background is used to depict the graphic representation.

Varta press server
<http://intra-press.zv.hannover.varta.de>
varta.de

Komplette Unternehmenspräsentationen und Musterbeispiele für Folien können als Folie oder als Datensatz über den nebenstehenden Link auf den Presseserver oder von der Abteilung Unternehmenskommunikation bezogen werden.

Complete corporate presentations and samples of projector sheets are available either as projector sheets or in data form by using the opposite link to the Varta press server or from the Corporate Communications Department.

Schrift: Univers 55 in 26, 20, 14 Punkt
Winkelfond: 20 % Cyan und 7 % Magenta
Dreieck, vorn: Varta-Blau
Dreieck, hinten: 15 % Schwarz, transparent
Format: DIN A4
Maße: 21,0 cm x 29,7 cm
Abbildung: auf 35,5 % verkleinert

Font: Univers 55 in 26, 20, 14 point
Background bars: 20 % cyan and 7 % magenta
Front triangle: Varta blue
Rear triangle: 15 % black, transparent
Format: DIN A4
Dimensions: 21.0 cm x 29.7 cm
Illustration: Reduced to 35.5 %

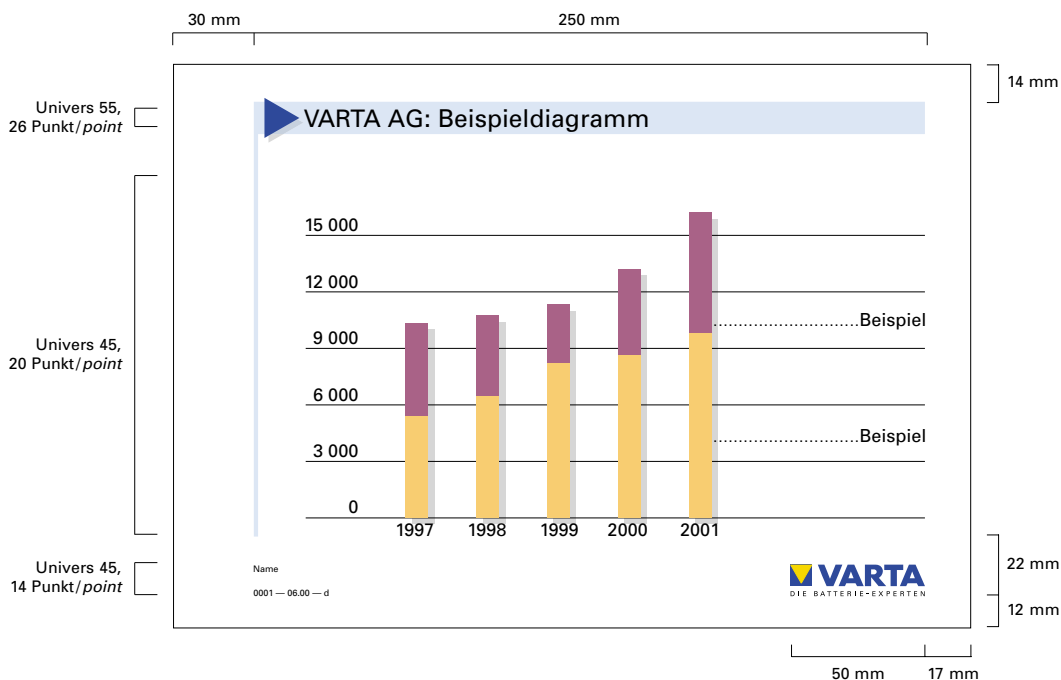


Abb. 1
Beispiel: Präsentationsfolie

Illustration 1
Example: projector sheet

Geschäftsräume *Business premises*

Die einheitliche Gestaltung der Geschäftsräume kann einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur positiven Gesamterscheinung unseres Unternehmens leisten.

The uniform design of business premises makes a considerable contribution to the overall, positive appearance of our corporation.

Die Richtlinien zur Innenraumgestaltung sind für alle Niederlassungen von Varta verbindlich. Durch Einhaltung dieser Standards ist bei den Mitarbeitern von Varta, aber auch in der Öffentlichkeit ein konstantes Image gewährleistet.

The guidelines for interior design are binding for all Varta subsidiaries. Adherence to these standards projects a consistent image to employees and the general public alike.

Die Atmosphäre eines Geschäftsraumes wird nachhaltig von der Bildausstattung geprägt. Die Farbgebung von Motiv, Rahmen und Passepartouts sollte auf den jeweiligen Raum abgestimmt werden. Alle Bilder in einem Raum sollten gleiche Formate haben und gleiche Abstände zueinander aufweisen.

The atmosphere of business premises is strongly determined by the pictures and visual elements. The colours of picture contents, frames and passe-partouts should be adapted to the respective room. All of the pictures in a given room should be of the same size and be spaced at even distances.



Abb. 1
Geschäftsräume

Illustration 1
Business premises

Geschäftsräume/Bildmotive *Business premises/pictures*

Die zu verwendenden Bildmotive setzen sich in den meisten Fällen inhaltlich mit der Marke Varta auseinander, vornehmlich mit der Anwendung einzelner Produkte. Es werden aber auch das Produkt selbst oder Teile eines Produkts gezeigt.

Auch das Unternehmensumfeld wird dargestellt, z. B. das Verwaltungsgebäude, die Produktionsstätten und allgemeine standortrelevante Themen (z. B. Stadtansichten).

Bildmotive, Passepartouts sowie Bilderrahmen können anhand des Bestellformulars über die Abteilung Unternehmenskommunikation in Hannover bestellt werden.

In most instances the picture contents should relate to the brand Varta, and primarily reflect the application of individual products. Some pictures also show the product itself or parts of the product.

The corporate environment is another important theme and involves photos of the administration buildings, manufacturing facilities and general locational themes (views of cities, for example).

It is possible to order pictures, passe-partouts and picture frames from the Corporate Communication Department in Hannover using the order form.

a) Produktion



85426-7



044194-2

a) Production



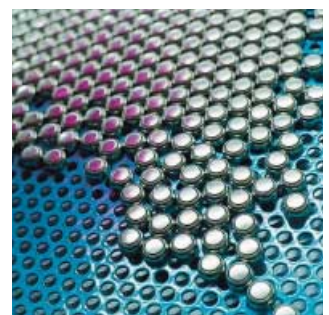
056875-4



56877-6



85443-12



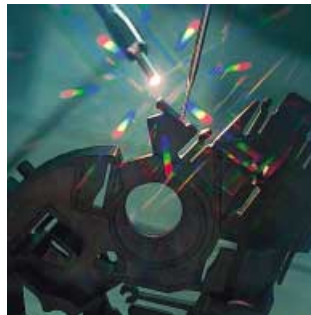
056890-12

Abb. 2-7
Bildmotive – Produktion

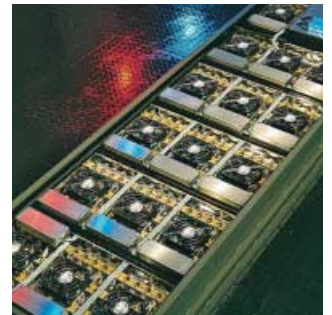
Illustrations 2-7
Pictures – Production



063260-12



56904-9



81507-3



66434-11



66434-9



048887-7



86507-12



86510-16



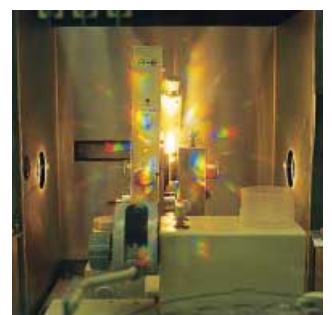
86512-4



86509-7



86508-12



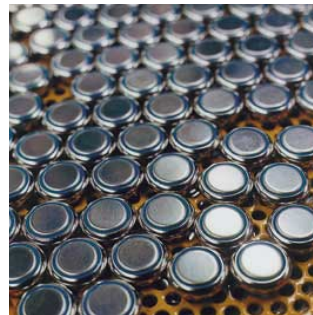
66432-7

Abb. 8-19
Bildmotive – Produktion

Illustrations 8-19
Pictures – Production



90086-16



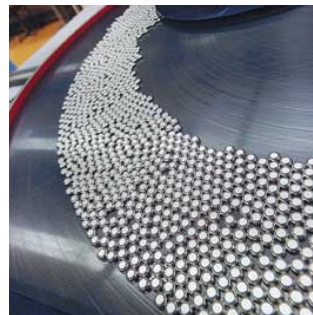
90075-17



90079-3



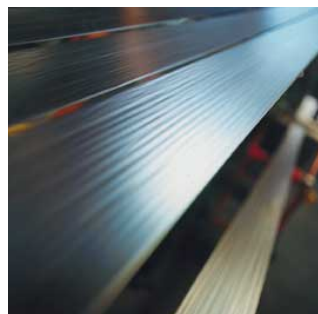
90085-12



90082-12



90079-15



90091-7



90099-3



900102-17



90100-17



90098-12



101801-8

Abb. 20–31
Bildmotive – Produktion

Illustrations 20–31
Pictures – Production



101798-1



104656



104695



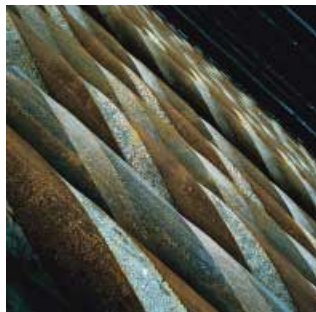
104707



57065-12



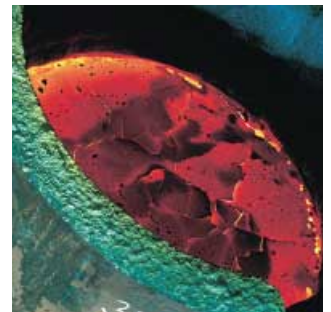
58075-10



58116-16



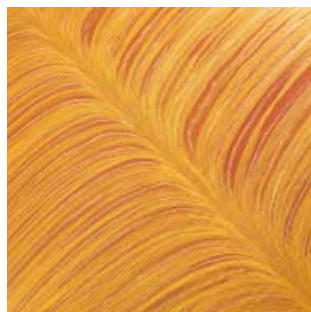
58218-12



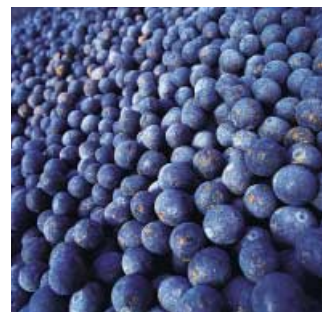
60583-7



61548-11



86832-3



86845-17

Abb. 32–43
Bildmotive – Produktion

Illustrations 32–43
Pictures – Production



91719-19

Abb. 44–45
Bildmotive – Produktion



92282-7

Illustrations 44–45
Pictures – Production

b) Anwendungen



82779

b) Applications



79723-15



82958-6



072993

Abb. 46–51
Bildmotive – Anwendungen



102263



102228

Illustrations 46–51
Pictures – Applications



102229



100364-6



102231



102232



102233

Abb. 52–56
Bildmotive – Anwendungen

Illustrations 57–59
Pictures – Applications

c) Allgemeine Motive

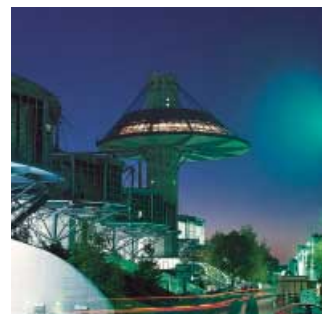
c) General motifs



060283-4



63805-6



086991-12

Abb. 57–59
Bildmotive – Allgemeine Motive

Illustrations 57–59
Pictures – General motifs



86990-14



083624-8



83621-6



086989



101909-7



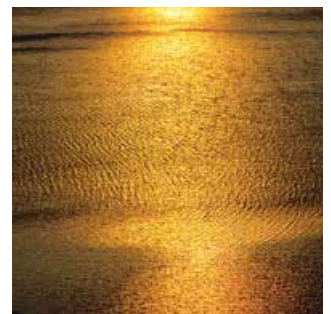
101909-9



104686



104708



108068



108297



108302

Abb. 60–70
Bildmotive – Allgemeine Motive

Illustrations 60–70
Pictures – General motifs

Geschäftsräume/Passepartout/Bilderrahmen
Business premises/passe-partout/picture frames

Die Passepartouts und Bilderrahmen stehen in drei Farben zur Auswahl: Weiß, Grau und Schwarz.

Sie können anhand des Bestellformulars über die Abteilung Unternehmenskommunikation in Hannover bestellt werden.

Passepartouts

Maße: 70 cm x 100 cm
50 cm x 60 cm
Weiß: Bestell-Nr. P 101
Grau: Bestell-Nr. P 102
Schwarz: Bestell-Nr. P 103

Bilderrahmen

Maße: 70 cm x 100 cm
50 cm x 60 cm
Weiß: Bestell-Nr. P 201
Grau: Bestell-Nr. P 202
Schwarz: Bestell-Nr. P 203

The passepartout and picture frames are available in three colours: white, grey and black.

They can be ordered through the Corporate Communication Department in Hannover by using the order form.

Passe-partouts

*Dimensions: 70 cm x 100 cm
50 cm x 60 cm*

White: Order No. P 101

Grey: Order No. P 102

Black: Order No. P 103

Picture frames

*Dimensions: 70 cm x 100 cm
50 cm x 60 cm*

White: Order No. P 201

Grey: Order No. P 202

Black: Order No. P 203

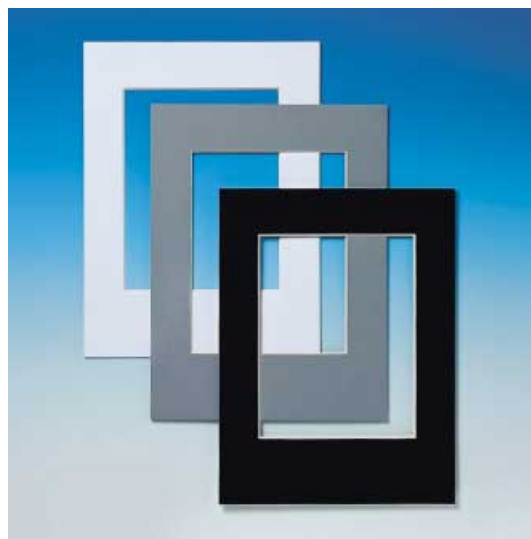


Abb. 71
Passepartouts

Illustration 71
Passe-partouts



Abb. 72
Bilderrahmen

Illustration 72
Picture frames

Geschäftsräume/Bestellformular
Business premises/order form

Empfänger / Recipient

VARTA AG
Unternehmenskommunikation/
Corporate Communications
Am Leineufer 51
D-30419 Hannover

Absender / Sender

Versandanschrift / Delivery address

Name/Name _____
Straße/Street _____
Ort/Place _____
Land/Country _____

Kopiervorlage / Copy template

**Für Bestellungen bitte duplizieren
und faxen an / To place orders, please
duplicate and fax to:**

+49 5 11 79 03-7 17

Rechnungsanschrift / Address for invoice

Name/Name _____
Straße/Street _____
Ort/Place _____
Land/Country _____

| Anzahl/ Quantity | Motiv/ Picture Bestell-Nr./ Order No. | Format/ Format | Rahmen/ Frame Bestell-Nr./ Order No. | Passepartout/ Passe-partout Bestell-Nr./ Order No. | Stückpreis/ Each | Preis gesamt/ Total price |
|---------------------|--|-------------------|---|---|---------------------|------------------------------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

Preis gesamt/ Total price _____

Die Preise für die Bilder betragen **inklusive** Rahmen und Passepartout Ihrer Wahl:

Format 70 x 100 cm à DM 390,-
Format 50 x 60 cm à DM 325,-

Preise zzgl. Mehrwertsteuer und Frachtkosten.
Bei größeren Bestellungen fragen Sie uns bitte nach Rabatt.

The prices for pictures are **inclusive** of frame and passe-partout of your choice.

Format 70 x 100 cm à DM 390.-
Format 50 x 60 cm à DM 325.-

Prices are subject to VAT and freight.
Discounts for larger orders.

Fahrzeugbeschriftung Vehicle lettering

Die vorschriftsmäßige Beschriftung aller Firmenfahrzeuge ist Bestandteil eines einheitlichen Erscheinungsbildes.

Jedes Land entscheidet selbst, welche Modelle als Varta-Firmenfahrzeuge eingesetzt werden. Die Beschriftung der Firmenfahrzeuge von Varta kann deshalb nicht detailliert für jeden Fahrzeugtyp, sondern nur in den Grundzügen für Kleintransporter und LKWs geregelt werden.

Varta-Kleintransporter sind stets weiß im Serienfarbton des Fahrzeugherstellers zu lackieren. Dagegen ist bei Varta-LKWs ein dem Varta-Blau adäquater Serienfarbton des Herstellers zu verwenden. Sonderlackierungen und andere Farben sind nicht erlaubt.

Für die Fahrzeugbeschriftung werden in der Regel Transfer-Folien verwendet. LKW-Beschriftungen können auch durch Lackierungen ausgeführt werden. In beiden Fällen ist ein Fachbetrieb zu beauftragen.

Die verbindlichen Elemente für die Fahrzeugbeschriftung sind das Unternehmenssymbol, der Slogan (für Deutschland: deutsche Version; für alle anderen Länder: internationale Version) und die jeweilige Varta-Adresse. Das Unternehmenssymbol sollte – soweit technisch möglich – in der wie auf der folgenden Seite gezeigten Form erscheinen.

Weitere Gestaltungselemente, z. B. zusätzliche Texte, Produktabbildungen, sind nicht erlaubt.

Die Beschriftung aller neu in den Dienst zu stellenden Fahrzeuge ist in Übereinstimmung mit den CD-Richtlinien auszuführen. Bereits im Dienst befindliche Fahrzeuge mit abweichender Beschriftung müssen den CD-Richtlinien nach und nach, spätestens jedoch mit der nächsten Lackierung angeglichen werden.

The correct lettering of all company vehicles is part of a uniform corporate appearance.

The decision on the models chosen as Varta company vehicles is made in each country. Therefore Varta's vehicle lettering concept cannot provide detailed instructions for each vehicle type but furnishes the basic guidelines applying uniformly for all vehicle types.

Varta vans are always painted in the manufacturer's series white tone. A manufacturer's series tone suitable for the Varta blue must be used for Varta trucks on the other hand. Special paints and other colours are not permissible.

Transfer foils are generally used for vehicle lettering. Truck lettering can also be painted on. In both cases the lettering must be applied by a specialist.

The binding elements in vehicle lettering consist of the corporate logo, the slogan (for Germany: German language version; for all other countries: the international version) and the respective Varta address. In as far as it is technically possible the corporate logo should be positioned as shown on the following page.

Further design elements such as additional texts, product portrayals, etc., are not allowed.

The lettering of all new vehicles commissioned must be carried out according to the valid CD-guidelines. Vehicles already in service with diverging lettering should be gradually adapted to the currently valid CD-guidelines – at the latest when the next routine paintwork is due.

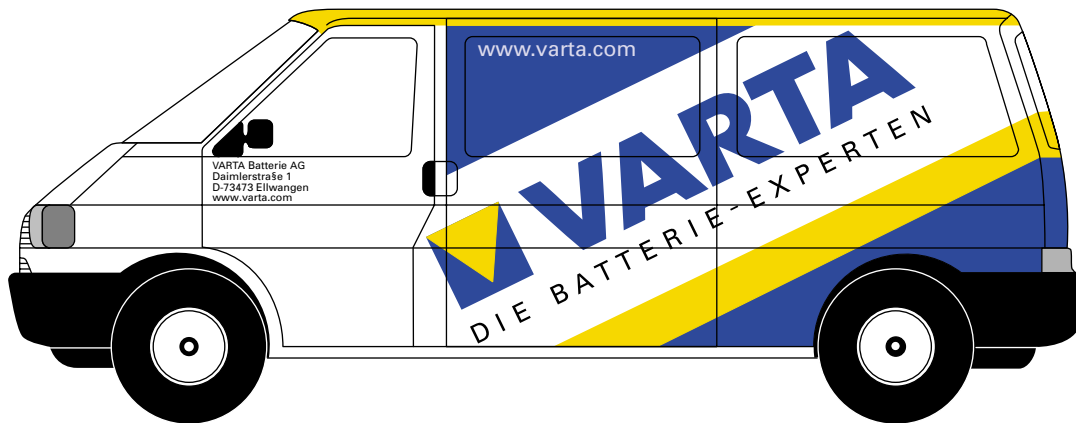


Abb. 1
VW-Bus Seitenansicht

Illustration 1
VW bus, lateral view



Abb. 2
VW-Bus Frontansicht mit Bemaßung

Illustration 2
VW bus, front view with dimensions



Abb. 3
VW-Bus Heckansicht mit Bemaßung

Illustration 3
VW bus, rear view with dimensions

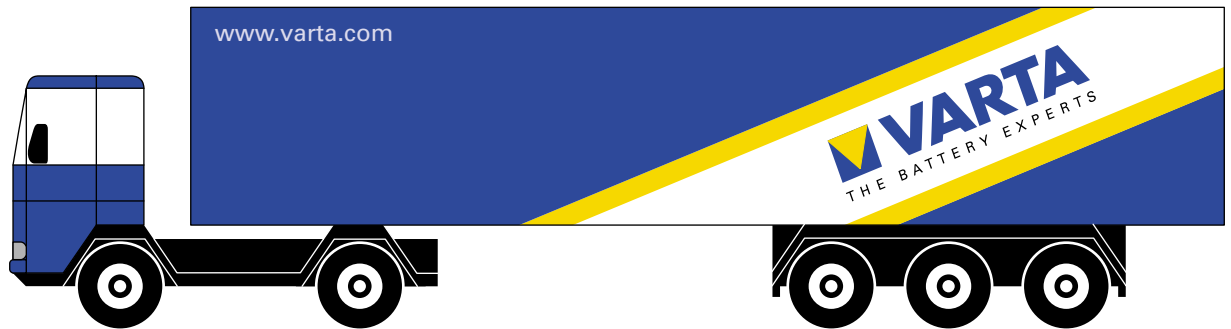


Abb. 4
LKW Seitenansicht

Illustration 4
Lorry, lateral view

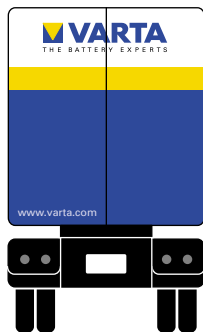


Abb. 5
LKW Heckansicht

Illustration 5
Lorry, back view

Messen Trade fairs

Eine Messe ist ein Kontaktforum, auf dem Kunden, Lieferanten und – über die Berichterstattung in den Medien – der Öffentlichkeit ein entsprechendes Unternehmensbild vermittelt werden kann.

Auf jeder Messe werden Instrumente des Kommunikations-Mix eingesetzt, vor allem aus den Bereichen Werbung und VKF, die das Erscheinungsbild des Unternehmens Varta mitprägen. Bei jeder Messebeteiligung – auch bei regionalen Veranstaltungen o.Ä. – ist deshalb auf ein einheitliches Erscheinungsbild zu achten.

Bei der Planung und Realisierung eines Varta-Messestandes sind höchste Qualitätsansprüche anzulegen – in allen Bereichen: bei der Gestaltung des Messestandes, bei der Präsentation der Produkte, bei der Auswahl der geeigneten Beleuchtung, bei der Beschriftung der Messepanels, um nur einige Beispiele zu nennen. Professionalität, Innovationskraft und Position Vartas im internationalen Wettbewerb sollten klar zum Ausdruck kommen.

Für einen reibungslosen Ablauf müssen alle Schritte bereits in der Planungsphase koordiniert werden. Dabei sind einige elementare Fragen zu klären, z.B.:

- Welche Produkte und Produktfamilien sollen gezeigt, welche Produkte und Produktfamilien sollen gesondert herausgestellt werden?
- Gibt es Produktneuheiten, die auch als solche kommuniziert werden sollen?
- Gibt es eine Philosophie, ein Leitmotiv, ein übergeordnetes Thema als Leitfaden für die weitere Gestaltung?
- Gibt es neben dem informativen Produktpräsentationsteil auch ein unterhaltsames Rahmen- und/oder Abendprogramm?
- Welcher Auftritt, welche Aktivitäten sind von der Konkurrenz zu erwarten?

Für alle Messebeteiligungen gelten die Richtlinien zum Gebrauch des Unternehmenssymbols, der Schriften und der Schreibweisen (siehe Abschnitt 2.3 „Unternehmenssymbol“, Abschnitt 2.4 „Schriften“ und Abschnitt 2.5 „Schreibweisen“ sowie die spezifischen Richtlinien der beiden Unternehmensbereiche).

A trade fair is a venue for contacts and sets a stage on which customers, suppliers – and via media reporting – the general public gains an adequate impression of the particular corporation.

At every trade fair the instruments of the corporate communication mix are brought into play, especially those from the advertising and sales divisions, that shape and determine the appearance and image of the Varta corporation. Therefore every participation in a trade fair, whether in major international or regional events, must convey a uniform appearance.

The highest quality standards are applied to the planning and execution of Varta trade fair stands and thus to all areas involved such as the design of the stand, product presentation, the selection of suitable lighting systems, the lettering of fair panels to name a few examples. Varta's professionalism, innovative strength and competitive position in the international market place should be expressed clearly and concisely.

In order to ensure a smooth course of fair participation all required steps should already be coordinated in the planning phase. A number of elementary questions must also be clarified, such as:

- *Which products and product families are to be shown, and which products and product families should be given special, individual emphasis?*
- *Are there product novelties that should be communicated as such?*
- *Is there a philosophy, a leitmotiv, a general or overriding theme as a guideline for further design activities?*
- *Is there an entertaining accompanying program and/or evening program, in addition to the information oriented product presentation activities?*
- *What type of presence and activities will competitors be staging?*

For all forms of trade fair participation the guidelines concerning the use of the corporate logo, fonts, notation, typefaces and layout shall apply (see section 2.3 "Corporate logo", section 2.4 "Fonts" and section 2.5 "Notation, typefaces, layout" as well as the specific guidelines of the two divisions).

Außenwerbung *Outdoor advertising*

Klassische Bereiche der Außenwerbung sind die Großflächenwerbung auf Plakatwänden und Litfasssäulen, die Verkehrsmittelwerbung auf Bussen und Bahnen, in Bahnhöfen und – immer häufiger – an Haltestellen. Man unterscheidet hier zwischen dem Werbemittel Plakat und dem Werbeträger Plakatwand/Litfasssäule/Verkehrsmittel.

Praktische Argumente für Außenwerbung sind z.B. geringe Schaltkosten, hohe Reichweiten und die Chance zu Mehrfachkontakten. Diesen Vorteilen stehen diverse Nachteile gegenüber, allen voran kurze Betrachtungszeiten und hohe Streuverluste. Daraus ergibt sich insbesondere ein reduzierter Informationsgehalt – komplexere technische Sachverhalte können in der Regel per Außenwerbung nicht kommuniziert werden.

Außenwerbung ist zur Zeit noch kein Bestandteil der Kommunikations-Strategie von Varta. Deshalb können hier auch keine Beispiele gezeigt werden. Dennoch gibt es Grundsätze, die bei einem notwendigen Einsatz der Außenwerbung durch Varta zu beachten sind.

Außenwerbung, sei es für das Unternehmen Varta oder für Produkte von Varta, muss höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Die Professionalität, die Innovationskraft und die Position von Varta im internationalen Wettbewerb müssen klar zum Ausdruck kommen.

Es ist kein verbindlicher Raster vorgeschrieben. Bei der Gestaltung ist insbesondere auf einen schlüssigen Aufbau und auf gute Nah- und Fernwirkung zu achten. Das Unternehmenssymbol sollte auch aus größerer Entfernung gut zu erkennen sein.

Für Außenwerbung gelten die Richtlinien zum Gebrauch von Unternehmenssymbol, Schrift und Schreibweisen (siehe Abschnitt 2.3 „Unternehmenssymbol“, Abschnitt 2.4 „Schriften“, Abschnitt 2.5 „Schreibweisen“, Abschnitt 2.8 „Verkaufsliteratur“, Abschnitt 3.1 „Grundlagen der Kommunikation“ für den Unternehmensbereich Gerätebatterien und Abschnitt 4.1 „Grundlagen der Kommunikation“ für den Unternehmensbereich Autobatterien sowie die spezifischen Richtlinien der beiden Unternehmensbereiche).

Conventional outdoor advertising makes use of the large surfaces on billboards and poster pillars, as well as the opportunities available in public transport systems, in buses, subways, stations and with increasing frequency at stops (shelters) along bus lines. In this area we differentiate between posters as advertising instrument and billboards/poster pillars/transport systems as advertising vehicles.

The low placement costs, high coverage and the opportunity of multiple exposure are practical arguments in favor of outdoor advertising. There are also a number of disadvantages to be considered, the most important being the short exposure times and high coverage waste. This results particularly in reduced information contents. Generally speaking, it is usually not possible to communicate more complex technical contents by way of outdoor advertising.

Outdoor advertising is currently not part of the Varta communication strategy. Therefore, we cannot provide any examples in the following. In any case, however, there are a number of basic guidelines that must be observed in outdoor advertising by Varta.

Whether for the Varta corporation or Varta products, all outdoor advertising must meet the highest quality standards. Varta's professionalism, innovative strength and competitive position in the international market place should be expressed in a clear and concise manner.

There is no binding grid layout. In designing advertisements it is important to ensure clear-cut structures and an adequate impact at close and far range. The corporate logo should also stand out well at a greater distance.

All outdoor advertising is subject to the guidelines concerning the use of the corporate logo, fonts, and notation, typefaces, layout (see section 2.3 "Corporate logo", section 2.4 "Fonts", section 2.5 "Notation, typeface, layout", section 2.8 "Sales literature", section 3.1 "Basic communication elements" for the Portable Battery Division and section 4.1 "Basic communication elements" for the Automotive Battery Division as well as the specific guidelines of the two divisions).

Warum gibt es einen Styleguide für neue Medien?

Unser weltweites Renommee als „Die Batterie-Experten“ beruht vor allem auf Fachkompetenz. Um als internationaler Konzern wahrgenommen zu werden, bedarf es zusätzlich einer stetigen und einheitlichen Imagepflege. Für sämtliche Print Produkte wurde aus diesem Grund ein Styleguide ausgearbeitet, der von der Schriftart bis zu den Bildmotiven die Richtlinien für das Corporate Design von Varta festlegt.

Auch online ist Varta mit einer internationalen Website sowie mehreren nationalen Tochter-Websites vertreten. Und immer mehr Ländervertretungen von Varta werden künftig im Internet zu finden sein. Dazu kommen unsere E-Business-Projekte und das Intranet. Der Varta-Styleguide soll dazu beitragen, dass wir auch bei zunehmender Präsenz unseres Unternehmens in den neuen Medien das Corporate Design konsequent umsetzen, das unser Unternehmen intern und extern so positiv kennzeichnet.

Wem nützt dieser Styleguide?

- Allen, die Internet-Seiten für Varta gestalten und programmieren. Dieser Styleguide soll sie mit Konventionen und Richtlinien versorgen, aber nicht in ein Korsett zwängen, das jede Kreativität erstickt. Die Angaben sind daher so detailliert wie nötig und so allgemein wie möglich gehalten
- Allen, die an internen Abstimmungs- und Freigabeprozessen von Varta-Online-Projekten beteiligt sind. Sie entscheiden letztlich, wie sich unser Unternehmen darstellt. Deshalb ist es für alle Entscheider/innen bei Varta wichtig, diese Richtlinien zu kennen und mit ihnen zu arbeiten

Why is there a styleguide for new media?

Our worldwide renown as “The Battery Experts” is based primarily on our extensive expertise. In order to be perceived as a global group, it is also important to maintain a consistent and uniform image. A styleguide for all print products has therefore been developed which lays down guidelines for every aspect of Varta’s corporate design, ranging from fonts to pictures.

Varta is also well represented online – with an international website plus several national, subsidiary websites. In future, more and more of Varta’s national agencies will be present on the Internet. Added to this are our e-business projects and the intranet. The Varta Styleguide is also designed to ensure the consistency of our Corporate Design as our company’s presence in the field of new media grows and will help show the company in a positive light both internally and externally.

For whom is this Styleguide intended?

- *Anyone who designs and programs Internet pages for Varta. This Styleguide is intended to provide you with a set of conventions and guidelines, but is not designed to be a straight-jacket for stifling all attempts at creativity. The specifications have therefore been made as detailed as necessary, but as general as possible.*
- *Anyone who is involved in the internal agreement and approval processes for Varta online projects. They ultimately decide how our company looks to the outside world. It is therefore crucial that all decision-makers at Varta familiarize themselves with these guidelines and apply them consistently.*

Online-Kommunikation/Domainstrategie/Link Policy
Online communication/domain strategy/link policy

Unter der URL www.varta.com ist die zentrale Website von Varta zu finden.

Die bisherigen Länderdomains (z. B. varta.de, varta.dk) werden sukzessive der „.com-Domain“ unterstellt. Die Adressen der Varta-Tochterunternehmen in den verschiedenen Ländern werden demnach nur noch als Erweiterung das entsprechende Länderkürzel tragen (z.B. varta.com/dk).

Selbstverständlich erreichen die Nutzer unter den Länderadressen (z. B. varta.dk, varta.at) weiterhin die Dienste der verschiedenen Tochtergesellschaften. Hier findet eine automatische Weiterleitung zu den Domains vom Typ www.<Länderkürzel>.varta.com statt.

Eine Ebene tiefer splittet sich der Dienst in die nationalen Online-Services der Unternehmensbereiche Autobatterie und Gerätebatterie auf. Diesen sind dann folgerichtig die Domains www.<Länderkürzel>.automotive.varta.com bzw. www.<Länderkürzel>.portable.varta.com zugeordnet.

Analog dazu lauten die Domainnamen beim Varta-Extranet: extranet.varta.com für das zentrale Extranet-Portal, für die bereichs- und länderspezifischen Extranet-Dienste jeweils www.<Länderkürzel>.extranet.portable.varta.com bzw. www.<Länderkürzel>.extranet.automotive.varta.com.

Varta's central web site can be found at the URL www.varta.com.

The country domains (e.g. varta.de, varta.dk) will be superseded by the ".com domain" in due course. The addresses of Varta's subsidiaries in the various countries will then only be designated by an extension derived from the relevant country code (e.g. varta.com/dk).

Of course, users will still be able to access the services of our various subsidiaries using the country addresses (e.g. varta.dk, varta.at). In these situations, the user will be automatically forwarded to the domain of type www.<country code>.varta.com.

One level further down, the service will split into the Automotive Battery and Portable Battery Divisions' national online services. These are then assigned to the domains www.<country code>.automotive.varta.com or www.<country code>.portable.varta.com.

The domain names on the Varta Extranet work in the same way: extranet.varta.com for the central Extranet portal. For the divisional and country-specific Extranet services, use www.<country code>.extranet.portable.varta.com or www.<country code>.extranet.automotive.varta.com.

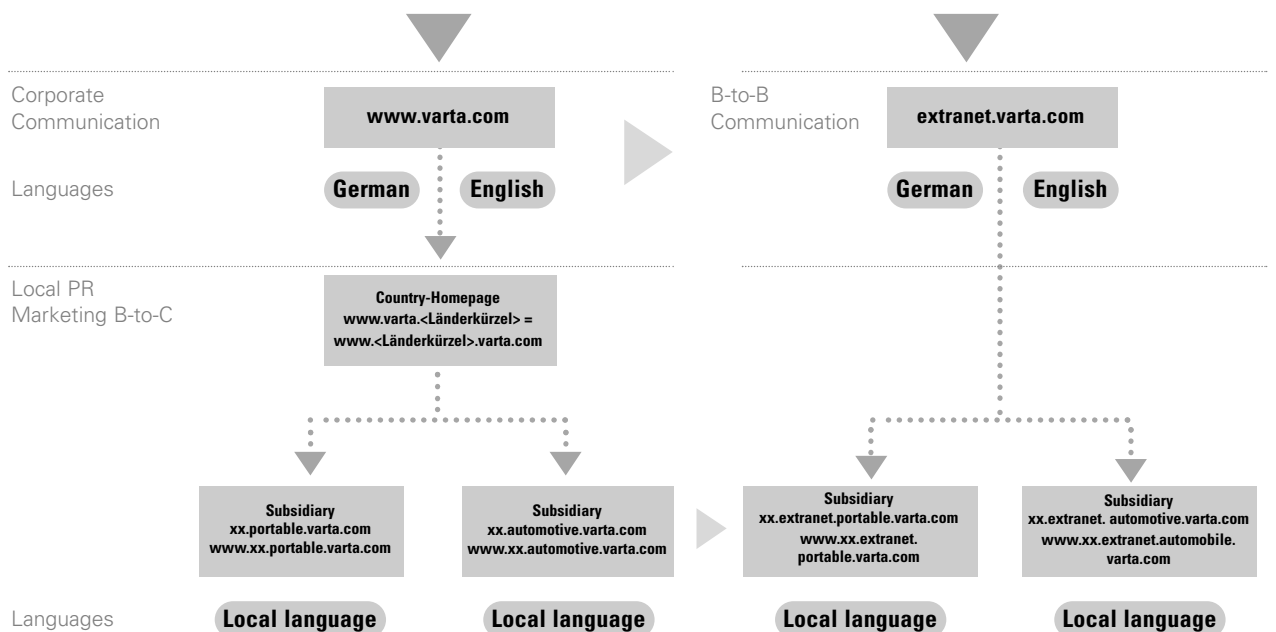


Abb. 1
Varta-Internet-Struktur

Illustration 1
Varta Internet structure

Online-Kommunikation/Domainstrategie/Link Policy
Online communication/domain strategy/link policy

Diese Domainstrategie bildet eine konsequente Fortsetzung der klaren CD-Richtlinien im Sinne eines weltweit stimmigen Erscheinungsbildes von Varta.

Link ist die Kurzform von Hyperlink. Über Links werden Internet-Seiten miteinander verknüpft.

Sie geben Hinweise auf weiterführende Informationen und erleichtern so das Surfen im World Wide Web. Da das Internet als weltumspannendes und frei zugängliches Medium konzipiert ist, wird auch die Link Policy liberal gehandhabt.

Allgemein

Nach der gegenwärtigen Gesetzeslage kann der Anbieter eines Links davon ausgehen, dass der Betreiber der Website, auf die verwiesen wird, mit der Verknüpfung einverstanden ist. Anfragen an Varta mit der Bitte um Verlinkung sind in diesem Sinne zu behandeln.

Links auf Partner oder Institutionen

Eine Verlinkung von Varta-Online auf Institutionen oder Partnerunternehmen wird mit den jeweiligen Ansprechpartnern bei Varta abgestimmt. Dazu benötigt die Varta-Online-Redaktion folgende Informationen:

- Textvorschlag mit Erläuterung, besonders dann, wenn beim Link-Partner nicht vorausgesetzt werden kann, dass er allgemein bekannt ist. Dieser Text soll dann auch zusammen mit dem Link veröffentlicht werden
- Konkreter Vorschlag für die Platzierung der Verlinkung. Für die Umsetzung des Links ist es unbedingt erforderlich, dass die Redaktion erfährt, an welcher Stelle des umfangreichen Varta-Online-Dienstes die Verknüpfung sinnvoll angelegt werden kann

Ansprechpartner der Varta-Online-Redaktion:

VARTA Gerätebatterie GmbH: Eva Stengel
(eva.stengel@varta.com)

VARTA Automotive GmbH: Günter Kolb
(guenter.kolb@de.auto.varta.com)

VARTA AG (Unternehmenskommunikation):
Sven Kremser (sven.kremser@varta.com)

This domain strategy forms a logical continuation of the clear CD Guidelines to achieve a globally-uniform look for Varta.

Link is a short form of hyperlink. Links join Internet pages together.

They make reference to further information and make surfing the world wide web easier. Since the Internet is designed as a global and freely-accessible medium, implementation of the link policy reflects this.

General

In accordance with current legislation, the provider of a link can assume that the operator of the web site to which the link makes reference has no objections to the link. Requests to Varta for links should therefore be treated accordingly.

Links to partners or institutions.

A link from Varta Online to institutions or partner companies is agreed with the relevant contacts at Varta. To do this, the Varta Online editorial team requires the following information:

- *Text proposal with explanation, especially if it cannot be assumed that the link partner is generally well known. This text should then be published together with the link.*
- *A concrete proposal for placing the link. To be able to implement the link, it is vital that the editorial team knows where over the extensive Varta Online service the link can be created to achieve the best effect .*

Contacts on Varta Online's editorial team:

*VARTA Gerätebatterie GmbH: Eva Stengel
(eva.stengel@varta.com)*

*VARTA Automotive GmbH: Günter Kolb
(guenter.kolb@de.auto.varta.com)*

*VARTA AG (Corporate Communications):
Sven Kremser (sven.kremser@varta.com)*

Links von Kunden-Websites auf Varta-Online

Varta-Kunden, die eine Verlinkung ihrer Website mit Varta wünschen und diese offiziell beantragen, erhalten ein kurzes Anschreiben mit der Genehmigung und dem anhängigen Varta-Logo im GIF-Format zur Verwendung im Internet. Bitte informieren Sie entsprechend die Online-Redaktion.

Verlinkung mit Varta-Datenbanken

Grundsätzlich ist es möglich, dass von einer Kunden-Website direkt auf eine Varta-Datenbank (z.B. Batterie-Suche, Referenzlisten, Batterie-Lexikon, 100 Antworten) zugegriffen wird. Dieser Service für Varta-Kunden beinhaltet die Integration der Datenbank in das Webdesign des jeweiligen Partners sowie die automatische Aktualisierung der Inhalte analog zur Varta-Datenbank. Im Gegenzug beansprucht Varta die Kennzeichnung als Urheber der Datenbank und eine Verlinkung der Kunden-Website mit Varta-Online bzw. mit dem Varta-Extranet.

Anfragen dieser Art sind im Detail ebenfalls mit der Varta Online-Redaktion zu klären.

Links from customers' web sites to Varta Online

Varta customers who wish to officially place a link on their web site to Varta receive a short letter granting permission, with an attached Varta logo in GIF format for use on the Internet. Please inform the Online editorial team accordingly.

Links to Varta databases

Essentially, it is possible that a user may access a Varta database (e.g. battery search, reference lists, battery lexicon, 100 answers) directly from a customer's web site. This service for Varta customers includes the integration of the database in the web design of the relevant partner and the automatic updating of content whenever the Varta database is updated. In return, Varta requires that it be named as the creator of the database and a link set up from the customer's web site to Varta Online or the Varta Extranet.

Requests of this kind should also be clarified in detail with the Varta Online editorial team.

Die hier erläuterten Gestaltungsmerkmale liegen prinzipiell sämtlichen Veröffentlichungen in den neuen Medien zugrunde. Sie stellen damit das Gerüst für das Corporate Design von Varta dar. Spezifische projektbezogene Differenzierungen und Ergänzungen werden weiter unten erläutert (vgl. Kapitel 2.16.3.1 ff.).

The design principles set out here essentially form the basis for all publications in the new media. They represent the framework of Varta's Corporate Design. Specific, project-related differences and additions will be clarified further below (see Section 2.16.3.1 ff.)

Online-Kommunikation / Aufbau der Online-Seiten / Struktur *Online communication / layout of online pages / structure*

Das Grundprinzip ist die klare Struktur. Neben der Übersichtlichkeit auf den einzelnen Screens muss auch das hierarchische Prinzip klar erkennbar sein. Die Statusanzeige – gestaltet als Verbindungslinie zwischen Haupt- und Unterpunkt – ist ein Mittel dazu, daneben signalisieren auch Aufbau und Gestaltung der Seiten den Nutzern, auf welcher Ebene der Website sie sich befinden.

Jeder Punkt der Hauptnavigation muss durch eine Subhomepage eingeführt werden.

A clear structure is essential. In addition to the individual screens being clearly structured, the hierarchical principle must also come across well. The status display – in the form of a connection between the main and the sub point – is one means of doing this, though the layout and design of the pages also tell users which website level they are currently located on.

Each point in the main navigation must be introduced by a sub-homepage.

Online-Kommunikation/Aufbau der Online-Seiten/Abbildungen *Online communication/layout of online pages/illustrations*

Die Varta-Bilderwelt überschreitet die Grenzen der nüchternen Produktdarstellung: Motivkompositionen sollen eine harmonische Synthese von Produkt und Umfeld herstellen. Vorzugsweise sollen Abbildungen, die natürliche Energien, Mensch und Endprodukt miteinander kombinieren, eingesetzt werden. Sie beinhalten Impressionen aus der Praxis, die – soweit möglich – mit Lokalkolorit ergänzt werden. Diese Bilderwelt muss eine dynamische und zugleich menschliche Atmosphäre transportieren.

The Varta image world adds a new dimension to a straightforward account of the products: Motif compositions bring about a harmonious synthesis of product and environment. Preferably, illustrations combining natural forces, people and the end product should be used. They embrace practical impressions which, as far as possible, are flavored with local color. This image world must convey a dynamic atmosphere where the focus is still firmly targeted on the human element.

Online-Kommunikation/Aufbau der Online-Seiten/Texte *Online communication/layout of online pages/texts*

Nutzer von Online-Medien wollen schnell und umfassend informiert werden. Diesen Wünschen können wir durch kurze, prägnante Texte entgegenkommen. Längere Texte müssen durch Absätze und/oder Zwischenüberschriften gegliedert werden, damit der wesentliche Inhalt auf einen Blick erfassbar bleibt. Außerdem besteht die Möglichkeit, Seiteninhalte durch Übersichten mit Sprungadressen (und Topbuttons) schnell zugänglich zu machen.

Users of online media want to receive fast, comprehensive information. We can meet this need through the use of short, concise texts. Long texts must be subdivided into paragraphs and/or subheaders so that the user can grasp the salient points at a glance. Overviews with link addresses (and top buttons) can also be used to access page content quickly.

Online-Kommunikation/zentraler Internet-Service *Online communication/central Internet service*

Die zentrale, internationale Website von Varta ist unter www.varta.com zu finden.

Varta's central, international web site can be found at www.varta.com

Ziele

Die gemeinsame internationale und übergreifende Site stellt die weltweite Präsentation von Varta als Unternehmen mit einer starken Marke dar und soll die Positionierung als „Die Batterie-Experten“ unterstützen.

- Die gemeinsame internationale und übergreifende Site ist die weltweite Präsentation Vartas als ein Unternehmen mit einer starken Marke
- Selbstdarstellung des Unternehmens
- Kunden und Nutzer gewinnen und binden
- Kundenbeziehungen pflegen
- Neue Kunden und Partner überzeugen

Zielgruppe

Alle Personen weltweit mit Interesse am Unternehmen und an unseren Produkten, Endverbraucher, eigene Mitarbeiter; professionelle Nutzer mit allgemeinem Wissensbedarf wie z. B. Journalisten oder Investoren. Bedingt auch Nutzer mit Fachinteresse wie Händler, Zulieferer, Entwickler, Wissenschaftler.

Aufbau

Die Homepage ist das Eingangsportale zum zentralen Dienst und zu den länderspezifischen Online-Auftritten, aber auch der Zugang zu den Extranet-Diensten.

Inhalte

- Service (z. B. Batterie-Suche, Feedback-Area)
- Informationen (z. B. Batterie-Lexikon, Pressemitteilungen)
- Unterhaltung (z. B. Gewinnspiele, Magazin)

Eine Sprachauswahl für Deutsch und Englisch erleichtert dem internationalen Publikum den Zugang.

Goals

The joint international and cross-divisional site presents Varta worldwide as a company with a strong brand and is intended to support its positioning as "The Battery Experts".

- *The joint international and cross-divisional site presents Varta worldwide as a company with a strong brand.*
- *Self-portrait of the company*
- *Winning and keeping customers and users*
- *Maintaining customer relationships*
- *Convincing new customers and partners*

Target group

Anyone worldwide who is interested in the company and our products. End users, Varta employees, professional users with a general need for information such as journalists or investors. Also useful for users with specialist interests such as dealers, suppliers, developers, scientists.

Layout

The homepage is the entry point to the central service – and to country-specific online sites, but also provides access to Extranet services.

Content

- *Service (e.g. battery search, feedback area)*
- *Information (e.g. battery lexicon, press releases)*
- *Entertainment (e.g. competitions, magazines)*

A language selection (German/English) makes access easier to the international public.

Online-Kommunikation/Richtlinien *Online communication/guidelines*

Die internationale Varta-Website startet mit einem Flash-Intro. Animierte Energieimpulse flitzen durch die Straßen der Varta-„Powercity“, die Navigation spielt mit dem Symbol der Erdkugel und visualisiert so die weltweite Präsenz von Varta. Ein Flash-Intro soll der zentralen Website vorbehalten sein, weshalb dieser Punkt im Styleguide auch nicht weiter ausgeführt wird.

The international Varta web site starts with a Flash intro. Animated pulses of energy flicker through the streets of the Varta “Powercity”. Navigation interacts with the globe symbol, symbolizing Varta’s worldwide presence. An Flash intro should be reserved for the central web site, and for this reason no further information on this point will be given in this Styleguide.

Online-Kommunikation/Homepages/konstante Parameter
Online communication/homepages/constant parameters

Hintergrund: RGB 229, 232, 238.

Grafiktext Schriftart: Univers 65 bold (Hauschrift)

Fließtext Schriftarten: Arial, Helvetica; Schriftgröße: Size=2 (1); Abstand der Absätze: 2
; schwarz; linksbündig. Position: unterhalb der Buttons. Inhalt: Erläuterungen zu den Buttons bzw. Textlinks zu thematisch zugeordneten Inhaltsseiten; Textlinks farblich und durch Unterstreichung hervorgehoben.

Abbildung: rund, mit Schatten nach innen, zentral auf der Homepage platziert.

Logo: oberhalb der Abbildung, am Seitenkopf, zentriert.

Navigationsbuttons Schriftart: Univers 65 bold, geglättet. Schriftgröße: 16 Pixel mit Schatten (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 100 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 2 Pixel, Intensität 40 %). Farbe: weiße Schrift auf grauem Balken (RGB 127, 133, 159), Balken weiß umrahmt, mit einem grafischen Element in einer Kontrastfarbe und mit Schatten hinterlegt. Position: locker der Abbildung zugeordnet. Inhalt: Themen der Sub-homepages (entspricht Hauptnavigation).

Servicenavigation Schriftart: Univers 65 bold. Schriftgröße: 10 Pixel mit Schatten (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 60 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 3 Pixel, Intensität 100 %). Farbe: weiße Schrift, geglättet, auf grauem Grund (RGB 127, 133, 159) mit weißem Rahmen und Schatten.

Bei Mouse-over Highlight auf die verschiedenen Menüpunkte: weiße Schrift auf hellgrauem Grund (RGB 153, 159, 185), Schrift ohne Schatten.

Navigationsleiste links und rechts durch farbige Rechteckflächen mit weißer Rahmenlinie begrenzt. Die einzelnen Punkte des Servicemenüs sind durch vertikale weiße Trennstriche unterteilt.

Inhalt: Menüpunkte textlich plus Icons als grafisches Element bzw. optische Informationsunterstützung, Navigationshilfe, Interaktionsangebot. Position der Menüleiste: horizontal, am rechten unteren Rand des Screens (scrolling = off).

Hinweis: Falls der Homepage eine Überblicksseite/Verteilseite vorausgeht (z. B. Varta-Tochter-Websites) erscheint der Service-Frame erst auf der Homepage des jeweiligen Unternehmenszweiges. Während die Homebuttons innerhalb des Services (Servicenavigation) auf die Homepage der jeweiligen Varta-Tochter verweisen, führt ein Klick auf das Logo auf die entsprechende Verteilseite des Unternehmenszweiges.

Background: RGB 229, 232, 238

Graphic text Font: Univers 65 bold (corporate font)

Copytext Font: Arial, Helvetica; Font size: Size=2 (1); Paragraph spacing: 2
; black, flush left. Position: Below the buttons. Content: Explanations for the buttons or text links to thematically-arranged content pages; text links emphasized in color and underlined.

Illustration: Round, with shadows inside, positioned centrally on the homepage

Logo: Above the illustration, in page header, centered

Navigation buttons Font: Univers 65 bold, smoothed. Font size: 16 pixels with shadows (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 100%, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 2 Pixel, Intensität 40%). Color: White font on gray bar (RGB 127, 133, 159), bar framed in white, with a graphical element in a contrasting color and underlaid with shadows. Position: Assigned loosely to the illustration. Content: Themes of the sub-homepages (corresponds to main navigation).

Service navigation Font: Univers 65 bold. Font size: 10 pixels with shadows (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 60%, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 3 Pixel, Intensität 100%). Color: White font, smoothed, on gray background (RGB 127, 133, 159) with white frame and shadows.

When the various menu points are highlighted by moving the mouse over them: White font on light-gray background (RGB 153, 159, 185), font without shadows.

Navigation bar on the left and right demarcated with colored rectangular areas with a white frame. The individual items in the Service menu are subdivided by vertical white lines.

Content: The menu points in text form and icons as a graphical element/visual information support, navigation aid, interactive offering. Position of the menu bar: Horizontal along bottom right edge of screen (scrolling = off).

Note: If the homepage is preceded by an overview/distribution page (e.g. Varta subsidiary websites), the service frame first appears on the homepage of the relevant division. While the home buttons on the service page (service navigation) link to the homepage of the relevant Varta subsidiary, clicking the logo takes you to the corresponding distribution page of the corporate division.

Online-Kommunikation/Homepages/variable Parameter *Online communication/homepages/variable parameters*

Navigationsbuttons: grafisches Element in Bereichsfarbe bei Mouse-over animiert.

Ticker: Textband mit wichtigen Mitteilungen von rechts nach links durchlaufend. Schriftarten: Arial, Helvetica. Schriftgröße 2. Farbe: Nummer 162776.

Grafische Elemente zur Gliederung des Fließtextes: kleine, schwarze Quadrate.

Pull-down-Menüs: im Textteil unterhalb der Buttons.

Navigation buttons: Graphical element in sector color, animated in mouse-over.

Ticker: Text band with important messages running from right to left. Font: Arial, Helvetica. Font size 2. Color: Number 162776.

Graphical elements for subdividing the copytext: small, black squares

Pull-down menus: In the text section below the buttons.

Auflösung optimiert für 800 x 600.

Resolution optimized for 800 x 600.

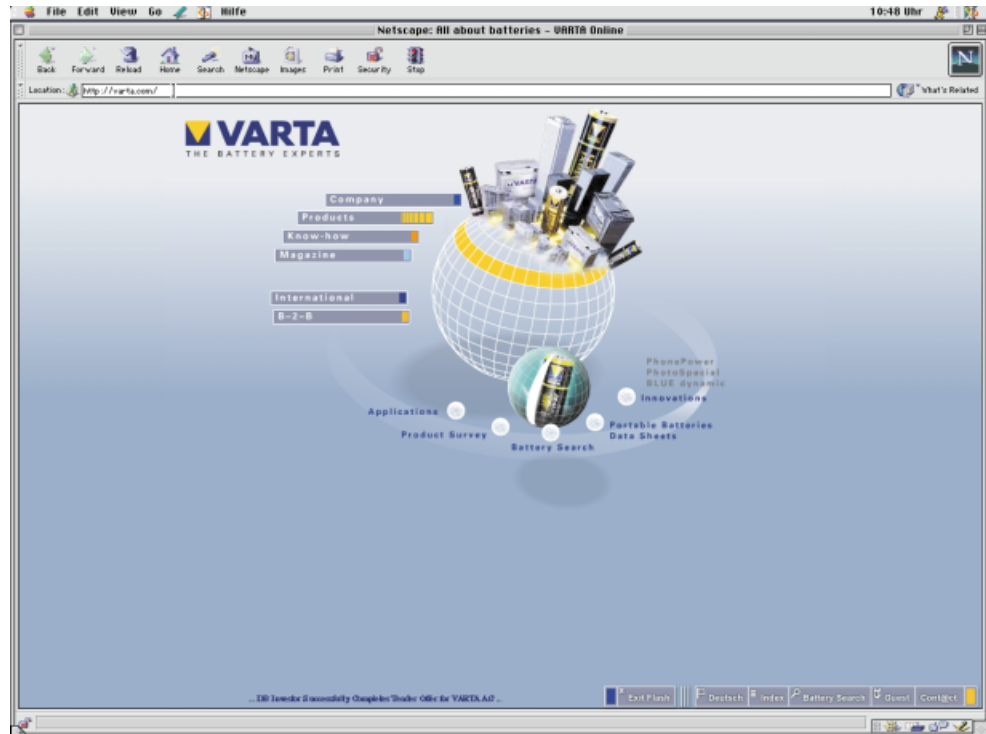


Abb. 1
Homepages, Beispielseite
Hier: Flash-Version

Illustration 1
Homepages/example page
here: Flash version

Auflösung optimiert für 800 x 600.

Resolution optimized for 800 x 600.

Hintergrundfarbe: RGB 229, 232, 238.
Background colour: RGB 229, 232, 238

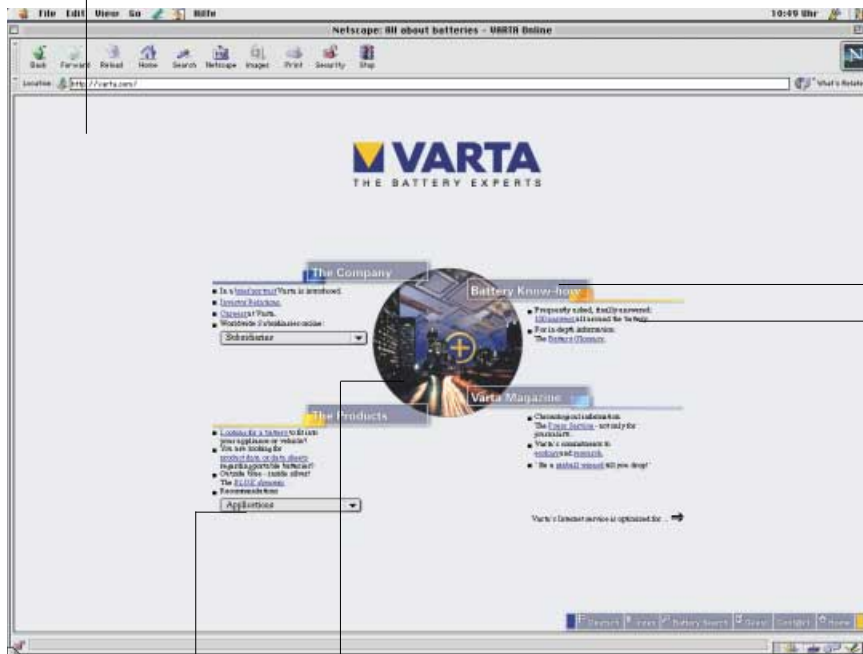
Unternehmenssymbol: Positionierung oberhalb der Abbildung, am Seitenkopf zentriert.
Corporate logo: Positioning above the illustration, centered in page header

Buttons: Schriftart: Univers 65. Schriftgröße: 16 Pixel mit Schatten (schwarz, stark weich, Ebene verdoppeln). Farbe: weiße Schrift auf grauem Balken, Balken weiß umrahmt, Grau weich auslaufend, mit einem grafischen Element in der Kontrastfarbe hinterlegt. Position: der Abbildung zugeordnet. Inhalt: Themen der Subhomepages (entspricht Hauptnavigation).

Buttons: Font: Univers 65, font size: 16 pixels with shadow (black, strong to soft, duplicate layer), colour: White text on gray bar, bar framed in white, gray vignette dark to light, underlaid with graphic element in contrast colour. Position: Assigned to the illustration. Content: Themes of the sub-homepages (corresponds to main navigation).

Texte: Fließtext: Arial, Helvetica. Schriftgröße: Size = 2 (1). Abstand der Absätze: 2
, schwarz, linksbündig. Position: unterhalb der Buttons. Inhalt: Erläuterungen zu den Buttons bzw. Textlinks farblich und durch Unterstreichung hervorgehoben.

Texts: Copytext: Arial, Helvetica. Font size: Size = 2 (1). Paragraph spacing: 2
, black, flush left. Position: Below the buttons. Content: Explanations for the buttons or text links emphasized in colour and underlined.



Pull-down-Menüs: im Textteil unterhalb der Buttons.

Pull-down menus: In the text section below the buttons

Ticker: Schriftart: Arial bold. Schriftgröße: 9 Pixel. Textfarbe: 2. Laufweite: Standard.

Ticker: Font: Arial bold. Font size: 9 pixels. Text colour: 2. Letter-spacing: Standard

Abbildung: rund, mit Schatten nach innen. Position: zentral.

Illustration: Round, with shadow inside. Position: Central

Service-Frame: Schriftart: Univers 65. Schriftgröße: 11 Pixel. Farbe: weiße Schrift auf schwarzem Grund, links und rechts durch farbige Rechtecke begrenzt. Die einzelnen Punkte des Servicemenüs sind durch vertikale weiße Trennstriche unterteilt. Position: horizontal, am rechten unteren Rand des Screens (scrolling = off). Inhalt: Navigationshilfe, Interaktions- und Informationsangebot. Hinweis: Falls der Homepage eine Überblicksseite vorausgeht (z. B. Varta-Tochter-Websites, vgl. Kapitel 2.3.4), erscheint der Service-Frame erst auf der Homepage des jeweiligen Unternehmenszweiges.

Service frame: Font: Univers 65. Font size: 11 pixels. Colour: White text on black background, bordered left and right by colour squares. The individual items in the Service menu are subdivided by vertical white lines. Position: Horizontal along bottom right edge of screen (scrolling = off). Content: Navigation aid, interactive and information offerings. Note: If the homepage is preceded by an overview page (e.g. Varta subsidiary websites, refer to chapter 2.3.4), the service frame first appears on the homepage of the relevant division.

Abb. 2
Homepages, Beispielseite
Hier: Non-Flash-Version

Illustration 2
Homepages/example page
here: Non-Flash version

Online-Kommunikation/Subhomepages/konstante Parameter
Online communication/sub-homepages/constant parameters

Content-Frame:**Hintergrund:** RGB 229, 232, 238.**Grafiktext:** Univers (Hausschrift).**Fließtext** Schriftarten: Arial, Helvetica; Schriftgröße Size=2 (1); Abstand der Absätze: 2
; schwarz; linksbündig; Textlinks farblich und durch Unterstreichung hervorgehoben; Textgliederung primär durch Fettdruck und/oder Absätze.**Navigations-Frame:****Hintergrund:** RGB 229, 232, 238.**Primärnavigation:** weiße Schrift auf grauem Balken (RGB 127, 133, 159) mit weißem Rahmen und Schatten vor hellgrauem Hintergrund. Schriftart: Univers 65 bold, geglättet, mit Schatten (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 70 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 4 Pixel, Intensität 25 %. Schriftgröße: 11,5 Pixel).**Bei Mouse-over:** Highlight mit Verlauf (RGB 153, 159, 185 – RGB 127, 133, 159) von links nach rechts im Balken. Schrift bei Highlight ohne Schatten.**Statusanzeige:** grafisches Element in Bereichsfarbe, rechts im Balken, graues Linienelement als Verbindung zur Sekundärnavigation.**Sekundärnavigation:** blaue Schrift (RGB 0, 10, 145) auf grauer Hintergrundkachel (229, 232, 238) mit bereichsspezifischer Abbildung. Schriftart: Arial, ungeglättet. Schriftgröße 11 Pixel.**Logo:** innerhalb des Navigations-Frames, links oben auf dem Bildschirm, zentriert, farbig, positiv.**Servicenavigation:**

analog der Servicenavigation auf der Homepage.

Content frame:**Background:** RGB 229, 232, 238**Graphic text:** Univers (corporate font)**Copytext:** Font: Arial, Helvetica; Font size=2 (1); Paragraph spacing: 2
, black, flush left, text links emphasized by color and underlining, text structuring primarily through bold and/or paragraphs.**Navigation frame:****Background:** RGB 229, 232, 238**Primary navigation:** White font on gray bar (RGB 127, 133, 159) with white frame and shadows in front of light-gray background. Font: Univers 65 bold, smoothed, with shadows (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 70%, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 4 Pixel, Intensität 25%). Font size: 11.5 pixels).**During mouse-over:** Highlight running from left to right in the bar (RGB 153, 159, 185 (RGB 127, 133, 159). Font of highlights without shadows.**Status display:** Graphical element in division color, right in bar, gray line element as link to secondary navigation.**Secondary navigation:** Blue text (RGB 0, 10, 145) on gray background tile (229, 232, 238) with division-specific illustration. Font: Arial, unsmoothed. Font size 11 pixels.**Logo:** Within the navigation frame, top left on the screen, centered, colored, positive.**Service navigation:**

Same as service navigation on the homepage.

Online-Kommunikation/Subhomepages/variable Parameter
Online communication/sub-homepages/variable parameters

Pull-down Menüs: sowohl im Navigations-Frame (Sekundärnavigation) als auch auf den einzelnen Inhaltsseiten optional zum schnelleren Zugriff auf die Unterseiten.

Grafische Elemente zu Gliederung: horizontale Linien; kleine, farbige Quadrate mit weichen Schatten oder auch ohne Schatten; grafisch gestaltete „Pluspole“.

Ticker: Textband mit wichtigen Mitteilungen von rechts nach links durchlaufend (s. o.).

Pull-down menus: *Optional in the navigation frame (secondary navigation) and the individual content pages to provide faster access to subpages.*

Graphical elements for subdivision: *Horizontal lines; small, colored squares with soft shadows or no shadows; graphically-designed "positive terminals".*

Ticker: *Text band with important messages running from right to left (see above).*

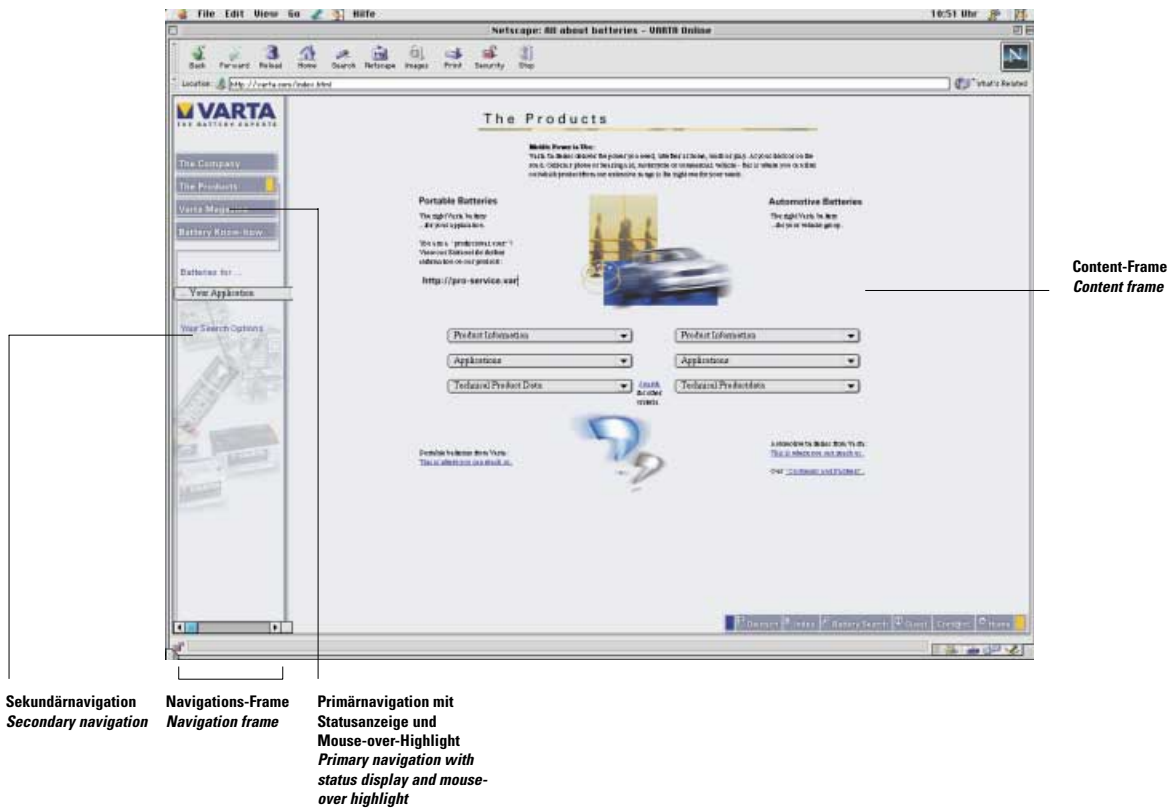


Abb. 1
 Subhomepages, Beispielseite

Illustration 1
 Sub-homepages/example page

Online-Kommunikation/Unterseiten *Online communication/subpages*

Statusanzeige: Horizontale grafische Linien in der Bereichsfarbe unterstreichen die gewählte Unterseite. Die Linien schließen in einer Kontrastfarbe ab.

Navigation innerhalb der Unterseiten: Gliederung großer Textmengen durch Textlinks und Pop-ups mit verschiedenen Inhaltspunkten.

Headlines: wie bei den Subhomepages, aber ohne grafisches Linienelement.

Funktionsbuttons: Platzierung auf Unterseiten und Pop-ups. Weiße Schrift in grauem Feld (RGB 127, 133, 159), zweigeteilt durch weiße Linie, die informationsunterstützendes Icon (links) und Inhaltstext (rechts) voneinander trennt. Weißer Rahmen mit Schatten (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 60 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 135°, Distanz 1 Pixel, Weichzeichner 3 Pixel, Intensität 25 %). Schriftart: Univers 65 bold, weiß, geglättet, Schatten (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 30 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 3 Pixel, Intensität 100 %).

Weitere Details wie auf den Subhomepages.

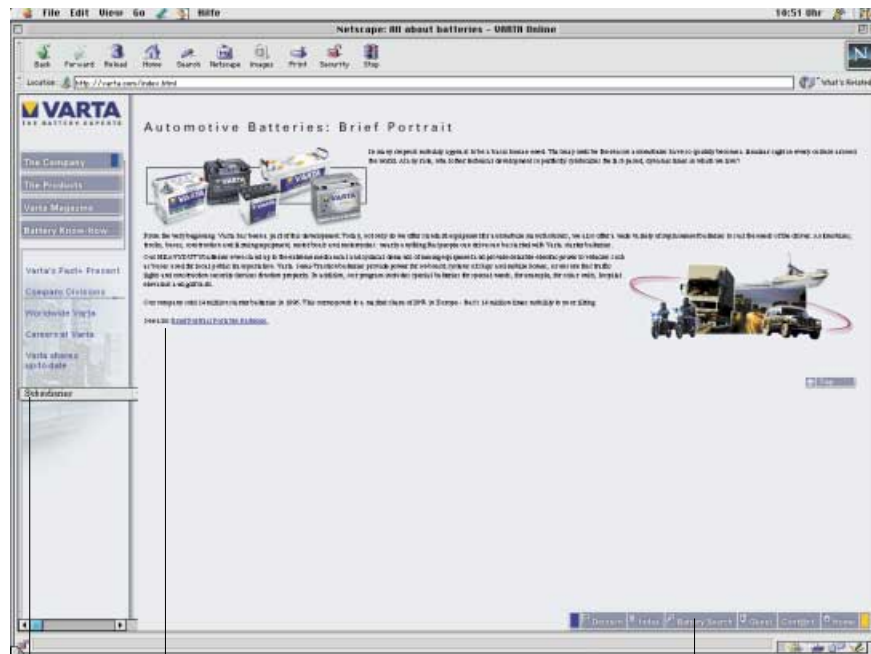
Status display: Horizontal graphic lines in the division color underline the selected subpage. The lines end in a contrasting color.

Navigation within the subpages: Subdivision of large quantities of text using text links and pop-ups with various content points.

Headlines: As sub-homepages, but without graphical line element.

Function buttons: Placing on subpages and pop-ups. White font in gray box (RGB 127, 133, 159), split in two by a white line which separates the informative icon (left) and content text (right) from each other. White frame with shadows (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 60 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 135°, Distanz 1 Pixel, Weichzeichner 3 Pixel, Intensität 25 %). Font: Univers 65 bold, white, smoothed, shadows (Photoshop 5.5: Schlagschatten, Deckkraft 30 %, Schwarz multiplizieren, Winkel 0°, Distanz 0 Pixel, Weichzeichner 3 Pixel, Intensität 100 %).

Further details as per sub-homepages



Statusanzeige
 Sekundärnavigation
 Status display
 Secondary navigation

Textlink
 Text link

Funktionsbutton
 Function button

Abb. 1
 Unterseiten, Beispielseite

Illustration 1
 Sub-pages, example page

Online-Kommunikation/Promotions *Online communication/promotions*

Die Definitionen zur Online-Kommunikation/Promotions wird derzeit ausgearbeitet.

Bei offenen Fragen und Problemen wenden Sie sich bitte an das Corporate Design Team.

The definitions for online communication/promotions is currently being worked out.

If you have any queries or problems, please contact the Corporate Design Team.

www.<Länderkürzel>.varta.com lauten die Internet-Adressen der länderspezifischen Internet-Services (z. B. www.at.varta.com, www.dk.varta.com). Außerdem wird die URL www.<Länderkürzel>.varta.com mit den Ergänzungen „automotive“ bzw. „portable“ verwendet (z. B. www.<Länderkürzel>.automotive.varta.com).

Ziele

Ergänzend zum zentralen Internet-Dienst (Verlinkung) werden lokale Schwerpunkte gesetzt.

- Kontakt zu nationalem Publikum intensivieren
- Schaffung eines zusätzlichen Marketing-Tools für die jeweiligen Inlandsmärkte
- Fokussierung lokaler Bedürfnisse und Ansprüche

Zielgruppe

Interessierte Nutzer in den jeweiligen Ländern, ansonsten wie beim zentralen Internet-Service (vgl. auch Kapitel 6.2.2).

Aufbau

Die Homepage ist das Eingangsportale zum zentralen Dienst und zu den länderspezifischen Online-Auftritten, aber auch ein Zugang zu den Extranet-Diensten.

Inhalte

- Firmeninfos mit lokalem Bezug (z. B. Anfahrtspläne, Telefonnummern)
- Produktinformationen (optional: Zugriff auf lokale Produktdatenbanken)
- Lokale News und Presseservice
- Promotions (z. B. Gewinnspiele, Download-Services)
- Link auf B-to-B-Plattform bzw. Feedback-Formular für Fachpublikum

Richtlinien

Die im Kapitel 2.16.3 angeführten Richtlinien sind auch hier verbindlich.

www.<country code>.varta.com is the Internet address for the country-specific Internet services (e.g. www.at.varta.com, www.dk.varta.com). The URL www.<country code>.varta.com is also used with the extensions "automotive" or "portable" (e.g. www.<country code>.automotive.varta.com).

Goals

To augment the central Internet service (link), local focal points are used.

- To intensify contact with the national public
- Creation of an additional marketing tool for the relevant domestic markets
- Focussing on local needs and requirements

Target group

Interested users in the various countries, otherwise as central Internet service (see also Section 6.2.2).

Layout

The homepage is the entry point to the central service – and for country-specific online sites, but also provides additional access to Extranet services.

Content

- Company information with local references (e.g. how to get there, telephone numbers)
- Product information (optional: access to local product databases)
- Local news and press service
- Promotions (e.g. competitions, download services)
- Link to B-to-B platform/feedback form for specialist public

Guidelines

The guidelines set out in Section 2.16.3 are also binding for this point.

extranet.varta.com ist das zentrale, internationale Extranet-Portal von Varta. Die Inhalte stehen in englischer und deutscher Sprache zur Verfügung. Die Inhalte der lokalen Extranet-Dienste werden in der jeweiligen Landessprache angeboten.

extranet.varta.com is Varta's central, international Extranet portal. The contents are available in English and German. The contents of the local Extranet services are offered in the local language.

Ziele

- Pflege von Geschäftsverbindungen
- Gewinnung neuer Geschäftskunden
- Engere Kooperation mit Geschäftspartnern (siehe auch Kapitel 2.16.1 Domainstrategie, Link Policy)

Goals

- *Maintaining business links*
- *Attracting new business customers*
- *Closer cooperation with business partners (see also Section 2.16.1 Domain strategy/link policy)*

Zielgruppe

- Ausgewählte Geschäftspartner und Dienstleister
- Händler, Zulieferer, Entwickler, Wissenschaftler

Target group

- *Selected business partners and service providers*
- *Dealers, suppliers, developers, scientists*

Inhalte

- Detaillierte Fachinformationen und Service
- Weitere E-Commerce-/E-Business-Anwendungen sind in Planung

Content

- *Detailed specialist information and services*
- *Further e-commerce/e-business applications are in the pipeline*

Aufbau

Die zentrale Extranet-Homepage (Portal) fungiert als Verteilseite für die zentralen und die lokalen Extranet-Inhalte, getrennt nach Gerätebatterien und Autobatterien. Mit Hilfe dieser Verteilseite sollen dem professionellen Nutzer eine Übersicht und ein schneller Zugriff auf die fachspezifischen Inhalte geboten werden.

Der Zugang zu den Extranet-Diensten ist über alle Online-Services (varta.com, die lokalen Internet-Auftritte und das Extranet-Portal) oder über direkte URLs möglich.

Layout

The central Extranet homepage (portal) acts as a distribution page for central and local Extranet content, subdivided into portable and automotive batteries. This distribution page gives professional users a clear overview and fast access to specialist content.

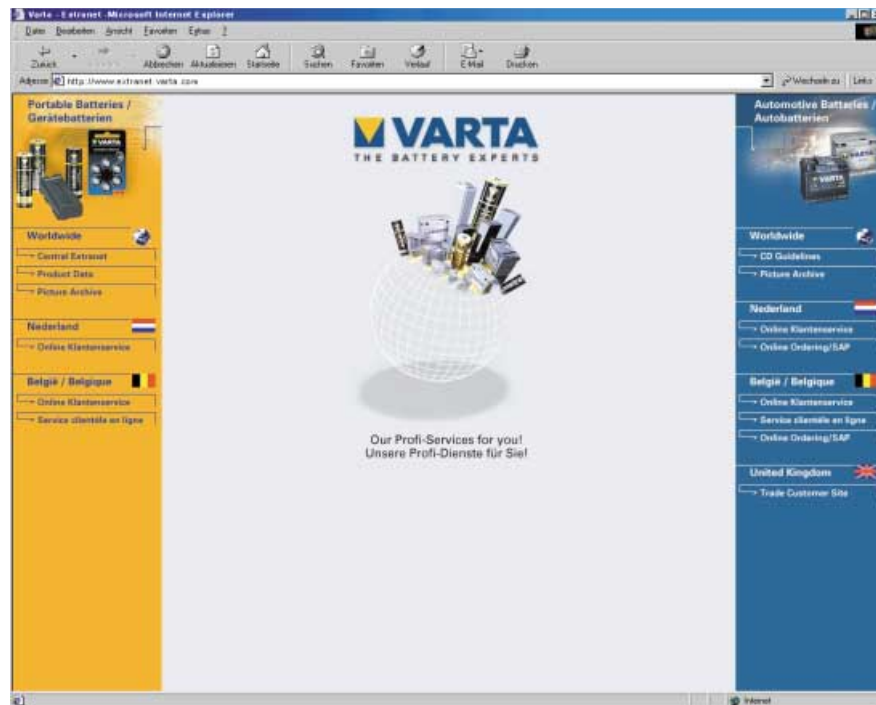
Access to the Extranet services is possible via all Online services (varta.com, the local Internet pages and the Extranet portal) or using direct URLs.

Richtlinien

Die in den Kapiteln 3 und 4 angeführten Richtlinien sind für den jeweiligen Unternehmensbereich verbindlich.

Guidelines

The guidelines set out in sections 3 and 4 are binding for the relevant divisions



Verlinkung zu den nationalen Extranet-Services des Bereichs Gerätebatterien
Linking to national extranet services of the Portable Battery Division

Abb. 1
Extranet-Verteilseite, Beispielseite

Verlinkung zu den nationalen Extranet-Services des Bereichs Autobatterien
Linking to national extranet services of the Automotive Battery Division

Illustration 1
Extranet distribution page/example page

Die für jeden Unternehmensbereich spezifischen Intranets sind für die weltweit tätigen Varta-Mitarbeiter jeweils als zweisprachiger Dienst (Deutsch/Englisch) aufgebaut.

Ziele

- Verbesserung der Zusammenarbeit
- Aufbau von Unternehmens-Know-how
- Mitarbeitermotivation

Zielgruppe

Mitarbeiter von Varta weltweit.

Inhalt

Unternehmensinterne und unternehmensrelevante Informationen

Richtlinien

Die in den Kapiteln 3 und 4 angeführten Richtlinien sind für den jeweiligen Unternehmensbereich verbindlich.

The intranets specific to each division have been set up for Varta employees worldwide and are a bilingual service (German/English).

Goals

- *Improving cooperation*
- *Enhancing the company's expertise*
- *Staff motivation*

Target group

Varta employees worldwide.

Content

In-house and company-relevant information

Guidelines

The guidelines set out in Sections 3 and 4 are binding for the relevant divisions

An/To Abt./Dept.: VB-AE Einkauf

Tel.-Nr./Phone No.: 05 11 / 975 - 12 64

Fax-Nr./Fax No.: 05 11 / 975 - 12 59



Von/From Name:

Abt./Dept.:

Fax-Nr./Fax No.:

Tel./Phone:

Seiten/Pages: 1/1 Datum/Date:

Betreff/Subject: Anforderung Büromaterial

Bitte bestellen Sie für uns folgendes Büromaterial:

- Die vom Kostenstellenleiter unterschriebene Anforderung liegt bei.
- Die vom Kostenstellenleiter unterschriebene Anforderung folgt per Hauspost.

| Bezeichnung | Menge |
|---|-------|
| Briefbogen VARTA Autobatterie GmbH, deutsch | Blatt |
| Briefbogen VARTA Autobatterie GmbH, englisch | Blatt |
| Briefbogen mit zwei Adressen VARTA Autobatterie GmbH, deutsch | Blatt |
| Grußkarten, deutsch, gemäß beigefügter Vorlage | Stück |
| Grußkarten, englisch, gemäß beigefügter Vorlage | Stück |
| Visitenkarten, deutsch, gemäß beigefügter Vorlage | Stück |
| Visitenkarten, englisch, gemäß beigefügter Vorlage | Stück |
| Langhülle, DIN C 680, mit Fenster, 1-farbig | Stück |
| Langhülle, DIN C 680, ohne Fenster, 1-farbig | Stück |
| Langhülle, DIN C 680, mit Fenster, 3-farbig | Stück |
| Langhülle, DIN C 680, ohne Fenster, 3-farbig | Stück |
| Faxbogen, deutsch/englisch | Stück |

Vielen Dank.
Freundliche Grüße