

Cadillac modernisiert sein Logo

Cadillac überarbeitet sein Marken-Logo. Es wird ab der zweiten Jahreshälfte 2014 auf den Autos zu sehen sein und soll den Fortschritt der Marke widerspiegeln. Die flachere, stromlinienförmige Version gab es erstmals im vergangenen Jahr an der Studie Elmiraj Concept zu sehen.

Gekrönt, lorbeerumrankt oder mit „V“-Winkel unterlegt, stand das Schild schon immer im Zentrum des zuletzt 1999 überarbeiteten Wappens – hier setzten die Designer auch diesmal an. Es ist jetzt gestreckter und wirkt dadurch dynamischer. Der typische Cadillac-Schriftzug bleibt ebenso wie die Farben im Schild unverändert. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel



Cadillac-Logo.
