

Toyota startet neues Corporate Design

Mit einer überarbeiteten Version des Unternehmenslogos sowie einer neuen Hausschrift präsentiert Toyota in Europa sein neues Markendesign. Damit will das Unternehmen den Beginn einer neuen Ära symbolisieren: den Übergang von einem Automobilproduzenten hin zu einem Mobilitätspartner. Die neue visuelle Identität (Visual Identity, „VI“) ist von Schlichtheit bestimmt und wird von vier Schlüsselprinzipien geprägt: mobil, zukunftsorientiert, hochwertig und einheitlich für sämtliche Geschäftsbereiche.

Dem Gedanken der Einfachheit folgend, zeigen sich die Toyota Ellipsen im neuen Logo ab sofort in einem zweidimensionalen, einfarbigen Design. Erstmals wird das Logo auch ohne Wortmarke dargestellt. Es wird auf allen Kommunikationskanälen zum Einsatz kommen. Das aktuelle Logo bleibt den Fahrzeugen vorbehalten. Die Signalisation der Toyota-Händlerbetriebe bleibt ebenfalls unverändert. Sie wird im Zuge der Toyota 2025 Netzwerkstrategie überprüft.

Zusammen mit der neuen visuellen Identität wird auch die Typografie „Toyota Type“ eingeführt. Sie ist sowohl für Online- als auch für Offline-Umgebungen vielseitig einsetzbar. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel

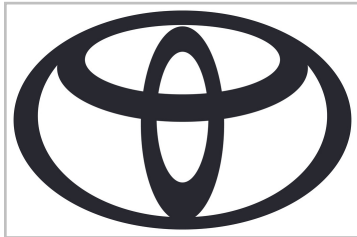


Foto: