

AVM-LOGO

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand November 2020

Allgemeines und Ausführungen

Das AVM-Logo kann in verschiedenen Ausführungen benutzt werden, die hier dargestellt sind. Andere, nicht von AVM autorisierte Lösungen dürfen nicht angewandt werden. Die Buchstaben wurden speziell für dieses Zeichen entworfen, sind verbindlich und dürfen nicht verändert oder nachempfunden werden. Gleiches gilt für die Farbgebung.

Das AVM-Logo ist auf weißen oder hellen Hintergründen vorzugsweise in seinen Originalfarben wiederzugeben. Bei farbigen Hintergründen und einer zu großen Farbähnlichkeit zwischen Logo und Hintergrund sind Modifikationen des Hintergrundes vorzuziehen (wie Aufhellung, Farbverläufe, Lichter).

Alternativ kann auf diesen Hintergründen das Logo auch in Weiß dargestellt werden. Die Variante weißes Logo auf rotem Hintergrund ist ausschließlich

im Bereich des AVM-Messeauftritts oder bei Werbemitteln erlaubt. In Ausnahmefällen (z. B. Stempel, Schilder, Faxvorlagen oder Briefpapier-Folgeseiten) darf das Logo einfarbig schwarz bzw. in Weiß auf Schwarz verwendet werden. Eine einfarbige Umsetzung in AVM-Blau oder AVM-Rot ist nicht zulässig. Für die Verwendung auf Werbematerialien (z. B. T-Shirts, Kugelschreiber) kann das AVM-Logo einfarbig in einer silbernen Sonderfarbe (z. B. Pantone 877) dargestellt werden.

Bei Logoreihen, z. B. bei Partner-Anzeigen oder Sponsorings, darf das AVM-Logo gemeinsam mit den anderen Logos auch monochrom in Grau abgebildet werden.

In FRITZ! Werbematerialien wird das AVM-Logo durchgängig in Weiß auf einem blauen Hintergrundverlauf verwendet.



Farbig auf Weiß



Schwarz auf Weiß



Weiß auf Schwarz

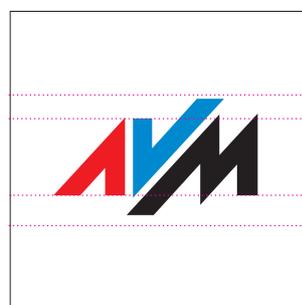


Weiß auf Rot

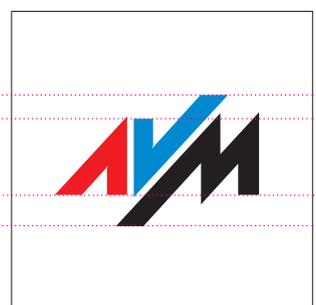
Das AVM-Logo wurde im Jahr 2013 optimiert. Das alte Logo darf seitdem nicht mehr verwendet werden und ist in sämtlicher Kommunikation auszutauschen. Eine eigenmächtige Veränderung der Stick-, Präge- oder Druckvorlage auf das neue Logo ist ausdrücklich untersagt.

Neuerungen sind:

- gekürzte Ober- und Unterlängen
- optimierte Abstände zwischen den Buchstaben
- keine Einkerbungen bei den inneren Winkeln



Neues Logo (seit 2013)

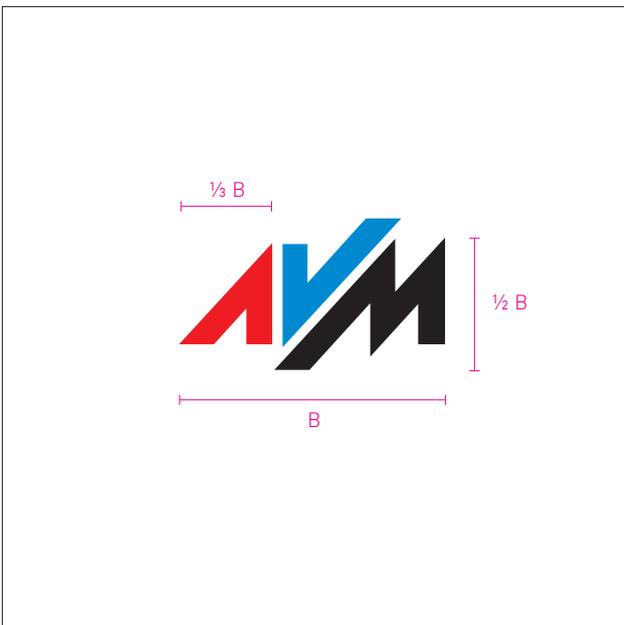


Altes Logo

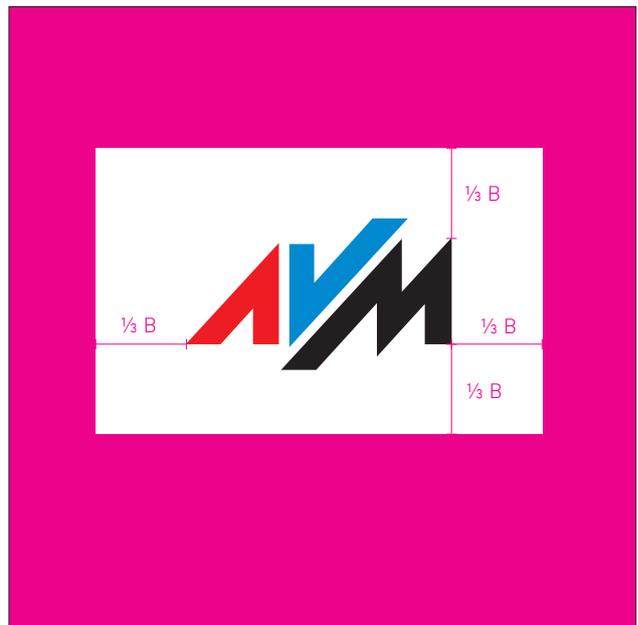
Weißraum und Mindestgröße

Damit die optische Wirkung der Bildmarke nicht beeinträchtigt wird, ist rund um das Logo ein Weißraum, die sog. Schutzzone, von einem Drittel der Bildmarkenbreite (B) einzuhalten. Diese Schutzzone gilt sowohl für in der Nähe befindliche Texte und Gestaltungselemente als auch als Abstand zum Seitenrand. Ausnahmen infolge beschränkter

Platzverhältnisse bzw. aus technischen Gründen sind in speziellen Anwendungsbereichen zulässig. Diese Ausnahmen sind in den entsprechenden Gestaltungsvorgaben dokumentiert. Ist die Bildmarke Bestandteil von Logos und anderen Kennzeichnungen, gelten ggf. ebenfalls abweichende Regeln.



Bildmarkenbreite (B)



Weißraum (Schutzzone)

Damit eine gute Darstellungs- und Lesequalität gewährleistet ist, darf das Logo im Druck die Bildmarkenbreite (B) von 12 mm nicht unterschreiten. Für Online-Anwendungen liegt diese Grenze bei mindestens 45 Pixeln.



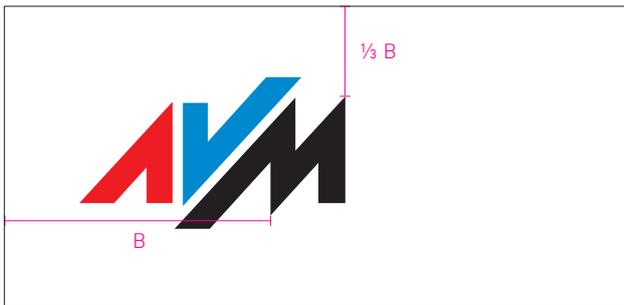
Positionierung & Ausrichtung

Das AVM-Logo darf rechtsbündig oben, rechtsbündig unten oder linksbündig oben platziert werden.

Rechts: Der Abstand des Logos zum rechten und oberen bzw. unteren Rand des Objektes entspricht exakt einem Drittel der Bildmarkenbreite (B), ausgehend von M. Links: Der Abstand des Logos zum oberen Rand des Objektes entspricht exakt einem Drittel der Bildmarkenbreite (B), ausgehend von A sowie einer ganzen Bildmarke nach links, ausgehend vom Mittelpunkt des M.

Bei gleichzeitiger Verwendung eines FRITZ!-Logos darf das AVM-Logo ausschließlich rechtsbündig unten als Absender eingesetzt werden.

In Ausnahmefällen (z. B. bei der Platzierung auf Werbemitteln) kann das Logo auch mittig dargestellt werden. Dabei wird nicht von der mathematischen, sondern von der optischen Mitte ausgegangen. Diese definiert sich durch einen linken Versatz (H) der Bildmarke um den zweifachen Abstand zwischen „A“ und „V“ sowie einen vertikalen Versatz (V) nach oben.



Positionierung links oben



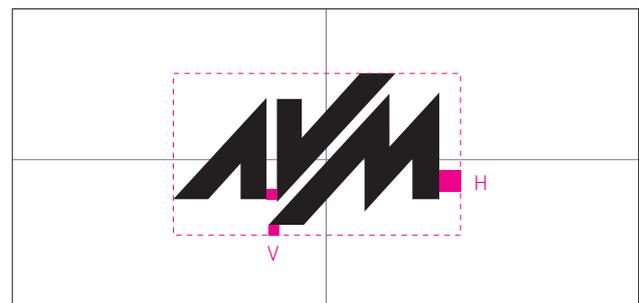
Positionierung rechts oben



Beispiel Visitenkarte



Positionierung rechts unten



Optische Mitte

Farbgebung

In der technischen Umsetzung ist Farbe nicht gleich Farbe – es gibt sehr verschiedene Arten, Farbe aufzubringen und anzuwenden.

Um eine durchgängige und einheitliche Farbwirkung für alle AVM-Logoanwendungen zu erreichen, gelten Farbwerte für die jeweils zum Einsatz kommenden Druck- oder Vervielfältigungstechniken. Dies äußert sich in einer Vielzahl von Farbsystemen für verschiedene Einsatzbereiche, in denen eine bestimmte Farbe jeweils nur ein Näherungswert an ein bestimmtes Idealbild sein kann.

In dieser Dokumentation sind die Farbwerte für die bestmögliche Umsetzung der Hausfarben in den unterschiedlichen Medien und Farbsystemen festgelegt.

Die CMYK-Werte stellen die Referenz für unsere Hausfarben dar. Alle weiteren Farbausführungen sind nur Näherungswerte und im Einzelfall auf ihre Eignung hin zu prüfen.



AVM Logo-Farben

Farbsystem	AVM-Rot	AVM-Blau	Schwarz
CMYK (Euroskala)	0 / 100 / 100 / 0	100 / 30 / 0 / 0	0 / 0 / 0 / 100
Pantone	1795	3005	Black
HKS	14	44	88
RAL	RAL 3020	RAL 5017	RAL 9017
RGB	226 / 0 / 26	0 / 137 / 209	0 / 0 / 0
HTML	#e2001a	#0089d1	#000000

FRITZ!-LOGO

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand November 2020

Allgemeines und Ausführungen

Das FRITZ!-Logo kann in verschiedenen Ausführungen benutzt werden, die hier dargestellt sind. Das Original-FRITZ!-Logo ist immer bevorzugt einzusetzen. Die Abmessungen, Buchstabenabstände und Größenverhältnisse sind verbindlich und dürfen nicht verändert werden.

Das FRITZ!-Logo ist immer in seinen Originalfarben wiederzugeben. Falls eine vierfarbige Umsetzung nicht möglich ist, ist eine 2-D-Umsetzung mit Volltonfarben einzusetzen.

Je nach Beschaffenheit der Gestaltung oder des Untergrundes kann auch eine stark vereinfachte Form des Logos als reiner Schriftzug eingesetzt werden.

Dieser FRITZ!-Schriftzug darf in Weiß, FRITZ!-Rot und Schwarz dargestellt werden. Des Weiteren ist für die Werbemittelherstellung eine Umsetzung in Silber (z. B. Pantone 877) zulässig.



FRITZ!-Logo (Original)



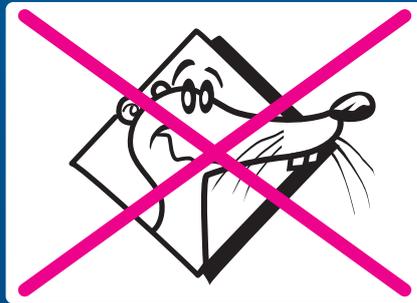
FRITZ!-Logo (2-D-Umsetzung)



FRITZ!-Schriftzug

Im Laufe der Jahre hat sich das FRITZ!-Logo mehrfach verändert. Zulässig sind nur noch die hier dargestellten Versionen.

Auf der nächsten Seite ist eine Vielzahl an veralteten Logos aufgeführt, die in der zukünftigen Kommunikation keine Rolle spielen und nicht mehr eingesetzt werden dürfen.



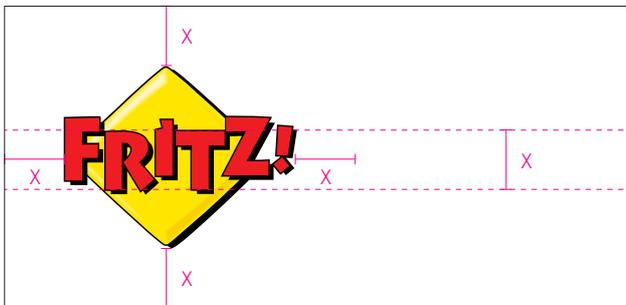
Positionierung

Das FRITZ!-Logo sollte vorrangig linksbündig oder zentriert oben stehen. Dies gilt insbesondere dann, wenn es zusammen mit einem unten rechts platzierten AVN-Signet als Absender abgebildet wird. In diesem Fall wird eine diagonale Anordnung der beiden Logos bevorzugt. Generell ist eine Platzierung in der oberen Hälfte der Gestaltungsfläche vorzunehmen.

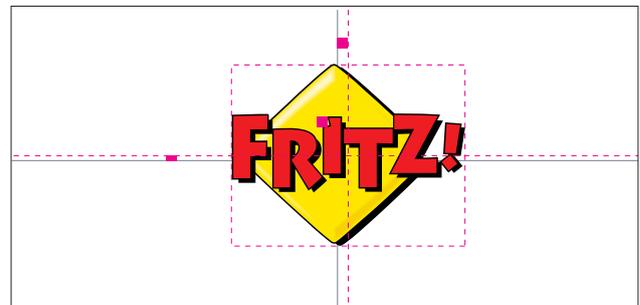
Der Mindestabstand des Logos zum Rand entspricht der Versalhöhe (X) des „T“ aus dem FRITZ!-Logo-Schriftzug und definiert so rundum

die Schutzzone, damit genügend Freiraum für die Wirkkraft des Logos gegeben ist. Diese Schutzzone gilt auch für andere Gestaltungselemente, die sich in der Nähe des Logos befinden.

In Fällen einer zentrierten Anordnung (z. B. bei der Platzierung auf Werbemitteln) wird nicht von der mathematischen, sondern von der optischen Mitte ausgegangen. Der horizontale Versatz entspricht der Höhe des fehlenden Stückes aus dem „I“ des FRITZ!-Schriftzuges, der vertikale Versatz der Hälfte davon.



Schutzzone

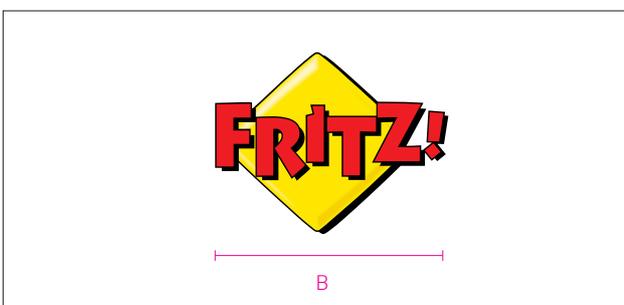


Optische Mitte

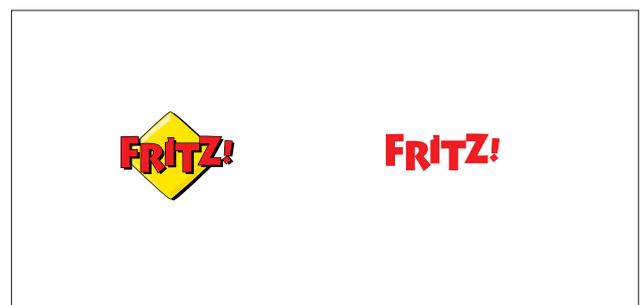
Mindestgröße

Für eine gute Darstellungs- und Lesequalität dürfen das FRITZ!-Logo und der Schriftzug im Druck die Bildmarkenbreite (B) von 15 mm nicht unterschreiten.

Für Online-Anwendungen liegt diese Grenze bei 35 Pixeln. Ab einer Größe von < 100 Pixeln wird außerdem die 2-D-Umsetzung des FRITZ!-Logos empfohlen.



Bildmarkenbreite (B)



Minimale Darstellungsgröße im Druck

Farbgebung

Die Identifizierung des FRITZ!-Logos wird, außer durch seine prägnante Form, auch durch den Farbklang zwischen Gelb, Rot und Schwarz erreicht.

Überall, wo das Logo farbig eingesetzt werden kann, muss es daher auch farbig dargestellt werden. Vorrangig ist es dabei auf einen blauen Hintergrundverlauf zu setzen, der dem Farbklima entspricht. Ist dies nicht möglich, sollte dieser zumindest farbneutral und dezent sein.

In der technischen Umsetzung ist Farbe nicht gleich Farbe. Dies äußert sich in einer Vielzahl von Farbsystemen für die verschiedenen Einsatzbereiche, in denen eine bestimmte Farbe jeweils nur ein Näherungsbild an ein bestimmtes Idealbild sein kann. Ziel ist es, eine durchgängige und einheitliche Farbwirkung für alle FRITZ!-Logo-Anwendungen zu erreichen. Die CMYK-Farbdefinitionen stellen dafür die Referenz dar.



Die FRITZ!-Logo-Farben

Farbsystem	FRITZ!-Rot	FRITZ!-Gelb	Schwarz (Tiefschwarz)
CMYK (Euroskala)	0 / 100 / 100 / 0	0 / 5 / 100 / 0	60 / 40 / 80 / 100
Pantone	1795	108	Black
HKS	14	3	88
RAL	3020	1023	9017
RGB	226 / 0 / 26	248 / 236 / 23	0 / 0 / 0
HTML	#e2001a	#f8ec17	#000000



Der Farbwert des FRITZ!-Rot ist identisch mit dem AVM-Rot.

F!-Signet

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand November 2020

F!-Signet

Das F!-Signet ist eine gekürzte Version des FRITZ!-Schriftzugs und wird vorrangig auf Werbeatikeln und bei Messeauftritten eingesetzt.

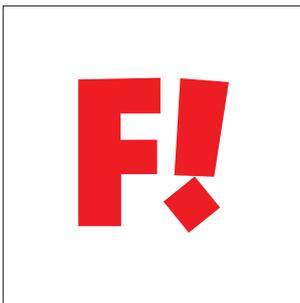
Es darf nur in den verschiedenen Ausführungen und Farbkombinationen benutzt werden, die hier dargestellt sind.

Die Abmessungen, Abstände und Größenverhältnisse sind verbindlich und dürfen nicht verändert werden.

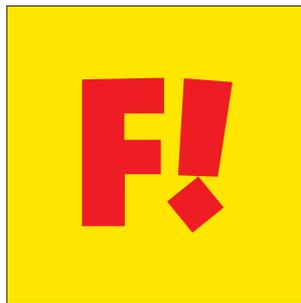
Das F! darf nicht direkt neben einem FRITZ!-Logo bzw. einem FRITZ!-Schriftzug abgebildet werden.



Das F! dient als zusätzliche Kennzeichnung und Heranführung zur Marke FRITZ! und darf im Kontext niemals separat eingesetzt oder als Absenderkennzeichnung verwendet werden und ersetzt nicht das FRITZ!-Logo oder den FRITZ!-Schriftzug.



Rot auf Weiß



Rot auf Gelb



Weiß auf Blau(verlauf)



Weiß auf Rot



Einsatz am Messestand (hier CEBIT 2018)



Einsatz auf Werbeatikeln

STÖRER/ EINKLINKER

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand November 2020

Störer/Einklinker

Die Störer liegen in zwei Formen vor: in Kreisform und als Rechteck.

Der kreisförmige Störer ist grundsätzlich zu bevorzugen. Die kleinste Form hat einen Radius von 25 mm und steigt dann schrittweise um 5 mm bis auf eine maximale Größe von 55 mm für ein Format bis DIN A3. Für deutlich größere Formate kann der Störer entsprechend angepasst werden. Bei kurzen Textinhalten darf der runde Störer um 10° gegen den Uhrzeigersinn gedreht werden.

Der rechteckige Störer kommt bei viel Text und/oder zweiteiligen Inhalten zum Einsatz und ist in variabler Breite und Höhe möglich, ausgehend vom kleinsten Maß mit 30 x 15 mm (Breite x Höhe). Er steigt dann schrittweise um 5 mm in Breite und/oder Höhe, darf aber das maximale Maß von 70 mm in der Breite und 40 mm in der Höhe nicht überschreiten, darf auch nicht gedreht werden und die Breite ist immer größer als die Höhe zu definieren (kein Hochformat). Das maximale Maß von 70 x 40 mm ist definiert für ein Format bis DIN A3 und kann für deutlich größere Formate entsprechend angepasst werden. Die Ecken sind – ausgehend vom kleinsten Maß – mit einem 1,5 mm Radius abgerundet. Rechteckige Störer ohne abgerundete Ecken sind nicht zulässig.

Der Störer ist mit einem fest definierten Farbverlauf (Roter Farbverlauf) angelegt, dessen Mittelpunkt das FRITZ!-Rot darstellt. Es ist darauf zu achten, dass der Verlauf stets von der hellen (oben) zur dunklen (unten) Farbe verläuft. Er kann alternativ auch als vollflächiger Störer in FRITZ!-Rot verwendet werden. Andere Versionen sind nicht zulässig. Ausnahme ist hier, wenn der Rot-Anteil im Layout schon sehr hoch oder der Hintergrund Rot ist. In diesem Fall darf auf eine invertierte Version (weißer Störer, rote Schrift) zurückgegriffen werden.

Mindestgrößen (Web/Online)

- Kreisförmiger Störer: Mindest-Durchmesser 120px, Mindest-Schriftgröße 16px.
- Rechteckiger Störer: Mindest-Durchmesser 40px, Eckenradius 10 px, Mindest-Schriftgröße 16px

Besonderheiten für den Einsatz auf Verpackungen:

- Kreisförmige Störer mit einem Radius von 45 mm und größer dürfen nur für die Außenkarton-Größen 7, 20, 21 und 22 eingesetzt werden.
- Störer mit einer Breite von über 35 mm und einer Höhe von über 20 mm und dürfen nur für die Außenkarton-Größen 7, 15, 20, 21 und 22 eingesetzt werden.
- Er transportiert entweder die Neuheit eines Produktes und/oder dessen Top-Feature.
- Bei farbigen Störern ist der mit dem Verlauf einzusetzen.
- Der Störer ist auf der Vorderseite grundsätzlich am Produktbild zu platzieren.
- Es darf lediglich ein Störer pro Verpackungsseite eingesetzt werden.
- Der Störer wird durchgehend mit dem Ebenen-Effekt "Schlagschatten*" versehen.
- Auf den schmalen Seitenflächen darf nur das 5-Jahre-Garantie-Siegel eingesetzt werden, jedoch kein Störer.
- Invertierte Störer dürfen nur eingesetzt werden, wenn es schon einen roten Störer auf der Vorderseite gibt. Auf der Vorderseite selbst dürfen keine invertierten Störer verwendet werden.

* Einstellungen Schlagschatten in InDesign: Modus: Multiplizieren, Farbe: Schwarz, Deckkraft: 50%, Abstand: 0 mm, X-Versatz: 1 mm, Winkel: 90°, Größe: 1 mm



Generell gilt: Der Inhalt des Störers muss kurz und knapp gehalten werden und sollte nicht mehr als eine Informationsebene transportieren. Er kann zur Unterstützung des Textes eine zusätzliche Grafik/Icon beinhalten.

Beispiele



Rund mit Verlauf



Rund mit Verlauf ; 10° gedreht



Rund 1-farbig



Invertiert



Eckig mit Verlauf



Eckig invertiert



Verpackung mit rundem Störer auf der Vorderseite



Verpackung mit rundem und gekippten Störer auf der Vorderseite

FARBKLIMA DRUCK UND SCREEN

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand November 2020

Allgemeines

Die Farbtöne des AVM- und FRITZ!-Logos bilden, in enger Verbindung mit verschiedenen farbigen und dynamischen Hintergründen, die farbliche Identität des Unternehmens AVM und der Marke FRITZ! (sog. Primärfarben)

Schwarz ist ausschließlich innerhalb der Logos und für den Schriftsatz einzusetzen, nicht jedoch für die Gestaltung. Ausnahmen bilden hier gestaltete Vorlagen, wie z. B. Faxvorlagen oder Stempel, die aus technischen Gründen einfarbig umgesetzt werden müssen. Für eine optimale und flächendeckende Wiedergabe des Schwarz, z. B. im FRITZ!-Logo, wird eine vierfarbige Umsetzung verwendet. Dieses sogenannte Tiefschwarz ist für Fließtext und Ähnliches nicht geeignet.

Neben den Primärfarben sind eine Reihe von **Haupt- und Akzentfarben** für die Gestaltung definiert worden. Die **blauen Hauptfarben** finden sich vorwiegend in der flächigen Gestaltung, z. B. den dynamischen Hintergründen, wieder und bilden damit die farbliche Identität des Unternehmens AVM und der Marke FRITZ! zusammen mit den Primärfarben der Logos. Sie sind in ihrer Darstellungsform variabel und haben dennoch untereinander einen hohen Wiedererkennungswert, was durch ihren konsequenten Einsatz in Zusammenhang mit den Primärfarben weiter verstärkt wird.

Die **Akzentfarben** stärken durch ihren Charakter die Wirkung der Logos und bilden einen optimalen Farbkontrast zu den blauen oder weißen Hintergründen. Sie sind vorwiegend in einzelnen Gestaltungselementen zu finden, z. B. Headlines, Bullet-Points, Einklinkern und in Grafiken, dienen aber nicht der vorrangigen flächigen Farbgestaltung. Die Primärfarben finden auch in den Haupt- und Akzentfarben ihre Verwendung und bilden dort die Ausgangsbasis der jeweiligen Farbpalette.

Für die Gestaltung der Verpackungen gibt es eine Reihe von weiteren blauen Farbwerten, die jedoch nur dort ihren Einsatz innerhalb farbiger Verläufe finden. Diese Farbverläufe dürfen für andere Gestaltungen nicht eingesetzt werden, hier ist ausschließlich der sog. **blaue FRITZ!-Hintergrundfarbverlauf** zu verwenden. Das gilt insbesondere auch für die digitale Umsetzung.

Auf den AVM-Websites finden sich eine Reihe von **Grauwerten**, die ausschließlich dort eingesetzt werden dürfen und keinerlei Verwendung im Druck haben.

Die CMYK-Farbwerte (Euroskala) stellen die Basis dar und beziehen sich immer auf einen 100%igen Farbauftrag. Eine Umsetzung mit Sonderfarben ist nicht erlaubt. Keiner der genannten Farbwerte darf modifiziert, aufgehellt oder vertrübt werden. Für die definierten RGB/HTML-Farben gilt verbindlich und ausschließlich der Arbeitsfarbraum **sRGB IEC61966-2.1**.

Farbwerte

Primärfarben



FRITZ!-Rot / AVM-Rot
CMYK: 0/100/100/0
RGB: 226/0/26
HTML: #e2001a



FRITZ!-Gelb
CMYK: 0/5/100/0
RGB: 255/228/0
HTML: #ffe400



AVM-Blau
CMYK: 100/30/0/0
RGB: 0/137/209
HTML: #0089d1



Schwarz
CMYK: 0/0/0/100
RGB: 0/0/0
HTML: #000000



Tiefschwarz (nur Druck)
CMYK: 60/40/80/100
RGB: –
HTML: –

Blaue Hauptfarben



Hellblau
CMYK: 55/10/0/0
RGB: 118/190/234
HTML: #74beea



AVM-Blau
CMYK: 100/30/0/0
RGB: 0/137/209
HTML: #0089d1



Blau
CMYK: 85/47/0/0
RGB: 0/116/189
HTML: #0074bd

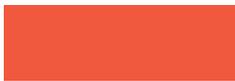


Dunkelblau
CMYK: 100/70/10/20
RGB: 0/68/130
HTML: #004482



Nachtblau
CMYK: 100/70/15/50
RGB: 0/46/89
HTML: #002e59

Akzentfarben



Hellrot
CMYK: 0/80/80/0
RGB: 239/78/51
HTML: #ef4e33



FRITZ!-Rot / AVM-Rot
CMYK: 0/100/100/0
RGB: 226/0/26
HTML: #e2001a



Dunkelrot
CMYK: 0/100/100/15
RGB: 207/18/20
HTML: #cf1214



Lichtblau
CMYK: 30/0/0/20
RGB: 188/228/250
HTML: #bce4fa



Dunkelgelb
CMYK: 0/20/100/0
RGB: 255/204/0
HTML: #ffcc00

Blauer FRITZ!-Hintergrundfarbverlauf



Farbe 1 (oben)
AVM-Blau
CMYK: 100/30/0/0
RGB: 0/137/209
HTML: #0089d1



Farbe 2 (unten)
Dunkelblau
CMYK: 100/70/10/20
RGB: 0/68/130
HTML: #004482



Roter Störer-Farbverlauf



Farbe 1 (oben)
Hellrot
CMYK: 0/80/80/0
RGB: 239/78/51
HTML: #ef4e33



Farbe 2 (mittig)
FRITZ!-Rot / AVM-Rot
CMYK: 0/100/100/0
RGB: 226/0/26
HTML: #e2001a



Farbe 3 (unten)
Dunkelrot
CMYK: 0/100/100/15
RGB: 207/18/20
HTML: #cf1214

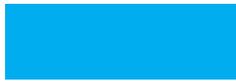


Farbwerte

Zusätzliche blaue Verlaufsfarben (nur Verpackung)



Blauverlauf 1
CMYK: 85/0/0/0



Blauverlauf 2
CMYK: 100/0/0/0



Blauverlauf 3
CMYK: 100/20/0/0



Blauverlauf 4
CMYK: 10/50/0/0



Blauverlauf 5
CMYK: 100/50/0/20

Grau (nur Website)



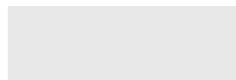
Nachtgrau
RGB: 29/29/29
HTML: #1d1d1d



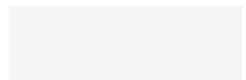
Dunkelgrau
RGB: 90/90/90
HTML: #5a5a5a



Grau
RGB: 193/193/193
HTML: #c1c1c1



Hellgrau
RGB: 232/232/232
HTML: #e8e8e8



Lichtgrau
RGB: 245/245/245
HTML: #f5f5f5

5 JAHRE GARANTIE- SIEGEL

CORPORATE DESIGN MANUAL

Stand November 2020

5 Jahre Garantie-Siegel

Das Siegel mit der vollständigen Bezeichnung 5 Jahre Garantie auf Hardware gemäß Garantiebestimmungen liegt in den beiden folgenden Versionen vor:



Rot auf Weiß



Weiß auf Rot

Auf Verpackungen und allen blauen bzw. dunklen Hintergründen ist die Version mit dem weißen Hintergrund einzusetzen.

Auf weißen bzw. sehr hellen Hintergründen darf alternativ die Version mit dem roten Hintergrund verwendet werden.

Die Mindestgröße in der Darstellung im Druck beträgt 22 mm im Durchmesser. Für Online-Anwendungen liegt diese Grenze bei 150 Pixeln.

Die Siegel dürfen weder optisch noch inhaltlich verändert werden. Um sich vom Hintergrund abzuheben darf in Einzelfällen ein Schlagschatten verwendet werden.

Für den internationalen Einsatz gelten die folgenden Übersetzungen:

Englisch: 5 years warranty on hardware components in accordance with terms of warranty

Italienisch: 5 anni di garanzia sull' hardware secondo i termini di garanzia

Spanisch: 5 años de garantía de acuerdo con las condiciones especificadas

Französisch: 5 ans de garantie sur le matériel selon les conditions de garantie

Niederländisch: 5 jaar garantie op hardware overeenkomstig de garantievoorwaarden

Auf den mehrsprachigen Verpackungen wird ausschließlich das englische Siegel verwendet.