

ADAC Zurich 24h-Rennen vom 25. – 28. April 2017:

## Neuer Look zum „kleinen Jubiläum“

- Ab seiner 45. Auflage erhält das 24h-Rennen ein neues Logo
- Neuer, zeitgemäßer Look sorgt für frischen Wind
- Klassische „24h-Hand“ bleibt im Logo der „ADAC 24h-Classic“ erhalten

Das ADAC Zurich 24h-Rennen erhält für seine 45. Auflage einen neuen Look: Die fast fünf Jahrzehnte lang als Erkennungsmerkmal genutzte schwarz-weiß-karierte Hand mit Stoppuhr wird ab diesem Jahr durch ein neues, grafisches Logo ersetzt. Es vereint die Wortmarke „24h“ in einem markanten Schriftzug, der von Zurich als Namenssponsor, dem ADAC als Veranstalter und dem Nürburgring als Austragungsort begleitet wird. Das in mehreren Varianten entwickelte Logo verleiht dem Event der Superlative nicht nur einen zeitgemäßen Auftritt. Es wurde auch notwendig, weil sich die seit dem ersten 24h-Rennen im Jahr 1970 genutzte Bildmarke in vielen technischen Anwendungen nur noch eingeschränkt als verwendbar erwies. In der Hauptvariante, die künftig etwa auf der Homepage und vielen Druckwerken verwendet wird, signalisiert darüber hinaus ein kräftiger Grünton die Verbundenheit zum Austragungsort – der „Grünen Hölle“ im Herzen der Eifel. Das bisherige Erkennungsmerkmal wird dabei nicht völlig abgeschafft. Es findet künftig als Logo der „ADAC 24h-Classic“ Verwendung – dem 24h-Rahmenrennen für Old- und Youngtimer beim ADAC Zurich 24h-Rennen.

Am Vorabend des ADAC Qualifikationsrennens 2017 wurde das neue Logo nun von 24h-Rennleiter Walter Hornung und Peter Lauterbach, CEO der „\_wige Media AG“, dem Inhaber der Vermarktungsrechte, feierlich enthüllt: Ab seiner 45. Auflage wird eine neue, grafisch gestaltete Wort-Bild-Marke als Erkennungsmerkmal dienen. „Die Diskrepanz zwischen der Aussage des bisherigen Logos und dem Anspruch des 24h-Rennens mit seinen Hightechboliden wurde in den vergangenen Jahren immer offensichtlicher“, so Peter Lauterbach. „Die analoge Stoppuhr steht für die mechanische Vergangenheit – in einer Zeit von Hybridmotoren und Livestreams passt dieses Bild nicht mehr zur Kernbotschaft des Events.“ Walter Hornung ergänzt: „Ich freue mich über das gelungene neue Logo. Die kursive Schrift und der markante Farbton passen gut zum Racing in der Grünen Hölle.“

21. April 2017

ADAC Nordrhein Sportpresse  
Pro Motion GmbH  
Am Coloneum 4  
50829 Köln

Telefon +49 221 957434-84 Internet  
Telefax +49 221 957434-44 Mediaseite  
E-Mail media@24h-rennen.de  
akkreditierung@24h-rennen.de

www.24h-rennen.de  
www.24h-media.de



ADAC Nordrhein e.V.