



# Apple Music

Richtlinien zur Markenidentität  
für Affiliation-Partner

Juni 2015

# Überblick

Außergewöhnliche Musik verdient außergewöhnliches Marketing. Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Marketingaktion sind klare und effiziente Botschaften. Befolgen Sie diesen Leitfaden, wenn Sie Apple Music in Ihrer Marketingkommunikation bewerben (hierzu gehören unter anderem Anzeigen, Apps, Websites und Werbedrucksachen), um die Anforderungen von Apple zu erfüllen und gleichzeitig maximalen Nutzen aus Ihrer Marketingkommunikation zu ziehen.

# Inhalt

<b>Seite 4</b>	Abschnitt 1: Werbebotschaften und Schreibstil
	1.1 Werbebotschaften
	1.2 Bezugnahme auf iTunes
	1.3 Bezugnahme auf Beats 1
	1.4 Verwenden von <i>Apple Music</i> in Marketingtexten
	1.5 Verwenden von Apple-Produktnamen
	1.6 Andere Plattformen und Geräte
	1.7 Grafiken
	1.8 Gewinnspiele und Verlosungen
	1.9 Rechtliche Hinweise
<b>Seite 9</b>	Abschnitt 2: Bewilligung durch Apple
	2.1 Vorgaben
	2.2 Wichtige Hinweise zum Einreichen
<b>Seite 11</b>	Abschnitt 3: Rechtliche Bestimmungen
	3.1 Copyright-Hinweise
	3.2 Markensymbole
	3.3 Weitere Informationen
<b>Seite 12</b>	Abschnitt 4: Support
	4.1 Ressourcen
	4.2 Kontaktaufnahme mit Apple

# Abschnitt 1

## Werbebotschaften und Schreibstil

Der Schlüssel zu einer erfolgreichen Marketingaktion sind klare und effiziente Botschaften. Nachfolgend finden Sie einige Tipps, die Sie beim Bewerben Ihrer Inhalte im Zusammenhang mit Apple Music beachten sollten.

### 1.1 Werbebotschaften

Es gibt drei Möglichkeiten, Apple Music zu genießen: Musik, Radio und Connect. Sie können sich in Ihrer Marketingkommunikation auf einen dieser Bereiche konzentrieren oder sich auf Apple Music als Ganzes beziehen.

Verwenden Sie die unten stehenden Beispiele für Werbebotschaften als Ausgangspunkt für Ihre eigenen Botschaften, wenn Sie Ihre Musik und individuelle Inhalte bewerben.

#### Beispiel für eine kurze Werbebotschaft

Mit Apple Music kannst du praktisch jeden Song anhören und dir von Experten das Passende für deinen Musikgeschmack empfehlen lassen. Der direkte Draht zu deinen Lieblingskünstlern. Und zu deiner gesamten Musiksammlung. Hier gibt es alles, was du an Musik liebst. Alles an einem Ort.

#### Beispiel für eine lange Werbebotschaft

Wenn du Apple Music abonniert hast, steht dir neben deiner gesamten Musiksammlung auch nahezu jeder Song zur Verfügung, der jemals aufgenommen wurde. Experten helfen dir, die richtige Musik zu finden – individuell ausgewählte Songs, Künstler und Alben, die genau deinen Musikgeschmack treffen. Außerdem hörst du auf Beats 1 die angesagteste neue Musik aus Los Angeles, New York und London. Und mit Connect teilen deine Lieblingskünstler neue Songs, persönliche Videos und weitere aufregende Inhalte. Alles, was du an Musik liebst. Alles an einem Ort.

#### Beispiele für einzelne Werbezeilen

Hör dir <Künstler/Playlist> auf Apple Music an

Neu! <Song> von <Künstler> jetzt auf Apple Music

Verbinde dich mit <Künstler> auf Apple Music und schau dir die Aufnahmesession von <Song> an

Neu! <Album> jetzt auf Beats 1 Radio

Verbinde dich mit <Künstler> und entdecke tolle Playlists

Hör dir die gesamte Collection von <Künstler> auf Apple Music an

Verwenden Sie *hören, anhören, reinhören* bzw. *läuft auf, gerade läuft* anstelle von *streame, wird gestreamt* oder anderen Kombinationen mit dem Wort *streamen*.

Hör dir <Song> und andere große Hits von <Künstler> auf Beats 1 Radio an

Hör dir <Album> von <Künstler> auf Apple Music an

Hör dir <Künstler> auf Apple Music an

Gerade läuft <Künstler/Song> auf Apple Music

## 1.2 Bezugnahme auf iTunes

Wenn Sie in Ihrer Kommunikation iTunes erwähnen, müssen Sie darauf achten, dass Sie klar zwischen den verschiedenen Angeboten unterscheiden.

Hör dir den neuen Song <Songtitel> von <Künstler> auf Apple Music an oder kaufe ihn bei iTunes.

Schreiben Sie *iTunes* immer mit kleinem *i* und großem *T* gefolgt von Kleinbuchstaben, selbst wenn es sich um das erste Wort eines Satzes, Absatzes oder einer Überschrift handelt.

*iTunes* darf nur auf Englisch verwendet werden. Übersetzen Sie auf keinen Fall den Namen *iTunes*, selbst wenn der umgebende geschriebene bzw. gesprochene Text in einer anderen Sprache als Englisch verfasst ist.

## 1.3 Bezugnahme auf Beats 1

Schreiben Sie *Beats 1* immer mit einem großen *B* gefolgt von Kleinbuchstaben, einem geschützten Leerzeichen und der Ziffer *1*. Das Wort *Radio* kann *Beats 1* nachgestellt werden.

### **Richtig:**

Beats 1

Beats 1 Radio

Beats 1 Radio auf Apple Music

### **Falsch:**

Beats1

Beats One

beats 1

Übersetzen Sie auf keinen Fall den Namen *Beats 1*. Sprechen Sie das Wort *one* in *Beats 1* immer englisch aus, selbst wenn Werbebotschaften in einer anderen Sprache als Englisch gesprochen werden.

## 1.4 Verwenden von Apple Music in Marketingtexten

### **Schreibweise**

Schreiben Sie *Apple Music* immer in zwei Wörtern mit einem großen *A* und einem großen *M* gefolgt von Kleinbuchstaben.

### **Richtig:**

Apple Music

### **Falsch:**

AppleMusic

APPLE MUSIC

iMusic

## Lokalisierung

Verwenden Sie den Namen *Apple Music* immer auf Englisch, selbst wenn er in Texten erscheint, die in einer anderen Sprache als Englisch verfasst sind. Übersetzen Sie auf keinen Fall das Wort *Music* im Namen *Apple Music*. Transkribieren Sie *Apple Music* oder *Music* nicht (etwa in kyrillische Buchstaben oder Katakana). Übersetzen Sie in gesprochenen Werbetexten (z. B. Radiowerbung oder Off-Texte) den Namen *Apple Music* nicht. Sprechen Sie *Apple Music* immer englisch aus, selbst wenn eine Werbesendung in einer anderen Sprache als Englisch gesendet wird.

## Sprache

Verwenden Sie immer die Formulierung *auf Apple Music*. Verwenden Sie nicht *von*, *bei* oder *in*.

### Richtig:

Neue Songs auf Apple Music  
Hör dir Playlists auf Apple Music an

### Falsch:

Neue Songs in Apple Music  
Hör dir Playlists bei Apple Music an

Schreiben Sie *Apple Music* nicht mit Genitiv-s. Sagen Sie nicht: *Apple Music's*-Playlists. Grundwörter wie *Dienste*, *Playlists*, *Tracks* oder *Songs* dürfen in den Plural gesetzt und auch dekliniert werden. Der Bindestrich steht nur zwischen *Apple Music* und dem Grundwort. Beispiel: *Apple Music-Playlists*.

### Richtig:

Apple Music-Dienste  
Apple Music-Tracks

Vermeiden Sie beim Verfassen von Werbebotschaften Redundanzen.

### Richtig:

Hör dir Musik auf Apple Music an

### Falsch:

Hör dir Apple Music-Musik an

Wenn Sie beschreiben, wie auf *Apple Music* zugegriffen werden kann, können Sie entweder auf die *App „Musik“* in *iOS* oder *iTunes in OS X* verweisen. Sie können auch *die App „Musik“ auf deinem iPhone* oder *iTunes auf deinem Mac* verwenden. Bezeichnen Sie *Apple Music* nicht als App.

### Richtig:

Apple Music steht dir über die App „Musik“ auf deinem iPhone oder über iTunes auf deinem Mac zur Verfügung.

### Falsch:

Verwende die App „Apple Music“ auf deinem iPhone.

Verwenden Sie keine Superlative, um *Apple Music* zu beschreiben.

### Richtig:

Playlist von <Künstler> auf Apple Music

### Falsch:

Playlist von <Künstler> auf dem fantastischen neuen Apple Music

### Bezugnahme auf Apple

Verwenden Sie immer den vollständigen Namen *Apple Music*. Verwenden Sie nicht nur *Apple*.

**Richtig:**

Neue Tracks auf Apple Music

**Falsch:**

Neue Tracks von Apple

Erwecken Sie nicht den Eindruck, dass Sie von Apple finanzielle oder anderweitige Unterstützung erhalten. Ahmen Sie die Apple-Marketingtexte nicht nach. Verwenden Sie keine Produktbilder, Überschriften und Texte von der Website [www.apple.com](http://www.apple.com) bzw. [www.apple.com/de](http://www.apple.com/de).

### 1.5 Verwenden von Apple-Produktnamen

Befolgen Sie bei der Verwendung von Apple-Produktnamen die Richtlinien in diesem Leitfaden. Im Mittelpunkt Ihrer Marketingbotschaft müssen Ihre Inhalte stehen und nicht Apple.

- Verwenden Sie Apple-Produktnamen wie *Apple Watch*, *iPhone*, *iPad*, *iPod touch* und *Mac*, um darauf hinzuweisen, dass Ihre Musik bzw. Ihre Inhalte auf diesen Geräten wiedergegeben werden können. Zählen Sie keine Apple-Produkte auf, die nicht unterstützt werden.
- Verwenden Sie die Apple-Produktnamen stets in der richtigen Schreibweise: *iPhone*, *iPad* und *iPod touch*. Verwenden Sie keine Variationen wie *touch* oder *iTouch*.
- Schreiben Sie die Produktnamen *iPhone*, *iPad* und *iPod* immer mit einem kleinen *i* und einem großen *P* gefolgt von Kleinbuchstaben, selbst wenn es sich bei den Namen um das erste Wort eines Satzes, Absatzes oder einer Überschrift handelt. Das Wort *touch* in *iPod touch* muss immer mit kleinem *t* geschrieben werden.
- Verwenden Sie Apple-Produktnamen wie *Apple Watch*, *iPhone* und *iPad* ausschließlich im Singular. Apple-Produktnamen dürfen nicht in den Plural gesetzt werden. Verwenden Sie stattdessen die Grundwörter in der Pluralform (z. B. *Apple Watch-Kollektionen* oder *iPhone-Modelle*).
- Übersetzen Sie die Namen *Apple Watch*, *iPhone*, *iPad*, *iPod touch* oder sonstige Apple-Marken nicht. Verwenden Sie die Bezeichnungen von Apple-Marken immer auf Englisch, auch wenn sie innerhalb von Texten in einer anderen Sprache erscheinen.
- Verwenden Sie für Apple-Geräte keine generischen Bezeichnungen wie *Smartphone* oder *Tablet*. Verwenden Sie die korrekten Apple-Produktnamen
- Erwecken Sie nicht den Eindruck, dass Sie von Apple finanzielle oder anderweitige Unterstützung erhalten.

Sie müssen Marken entsprechend kennzeichnen und die korrekten Copyright-Vermerke für jede in Ihrer Kommunikation verwendete Apple-Marke benutzen. Weitere Informationen finden Sie unter „Rechtliche Bestimmungen“ auf Seite 11.

## 1.6 Andere Plattformen und Geräte

Verwenden Sie keine Firmen- oder Markennamen von konkurrierenden Mobil- oder Desktop-Geräten. Nehmen Sie stattdessen Bezug auf das Betriebssystem.

### **Richtig:**

Hör dir das neue Album auf Apple Music für iOS, OS X oder Android an.

### **Falsch:**

Hör dir jederzeit die neuen Workout-Playlists auf deinem iPhone oder <Produktname des konkurrierenden Produkts> an.

## 1.7 Grafiken

Erstellen Sie keine Grafiken, Illustrationen oder Logos, die Apple Music darstellen. Wenn Apple Ihnen Grafikdateien oder eine Layoutvorlage zur Verfügung stellt, dürfen Sie die Originalgrafik für Apple Music in keiner Weise verändern. Verwenden Sie ausschließlich die von Apple bereitgestellte Grafik.

Ahmen Sie die Apple-Marketingtexte nicht nach. Verwenden Sie keine Texte, Grafiken, Schriftzüge oder Layouts von der Website [www.apple.com](http://www.apple.com) bzw. [www.apple.com/de](http://www.apple.com/de). Ihr Layout muss in Aussehen und Wirkung Ihre Marke widerspiegeln.

### **Apple-Logo**

In Marketingüberschriften und Marketingtexten darf der Name *Apple* nie durch das Apple-Logo ersetzt werden. Schreiben Sie den Namen *Apple Music* immer komplett aus.

## 1.8 Gewinnspiele und Verlosungen

Apple gestattet es nicht, Apple-Geräte wie Apple Watch, iPhone oder iPad in Gewinnspielen und Verlosungen als Preis oder Werbegeschenk zu verwenden. Erwecken Sie nicht den Eindruck, dass Sie für Ihre Gewinnspiele oder Verlosungen von Apple finanzielle oder anderweitige Unterstützung erhalten.

## 1.9 Rechtliche Hinweise

Ergänzen Sie in Ihrer Kommunikation die korrekten Copyright-Hinweise für verwendete Apple-Marken und benutzen Sie die korrekten Markensymbole wie unter „Rechtliche Bestimmungen“ auf Seite 11 beschrieben.



# Abschnitt 2

## Bewilligung durch Apple

### 2.1 Vorgaben

Für die meisten Marketingmaterialien ist keine ausdrückliche Bewilligung durch Apple erforderlich. Für alle Materialien, die für die im Folgenden genannten Zwecke erstellt werden, muss jedoch eine schriftliche Zustimmung von Apple eingeholt werden:

- TV oder Printmedien
- Marketingmaterialien mit hoher Außenwahrnehmung
- Eigene Fotos oder Videos, in denen Apple-Produkte zu sehen sind

### 2.2 Wichtige Hinweise zum Einreichen

Senden Sie Ihre Materialien an unseren [Support-Helpdesk](#). Geben Sie uns mindestens sieben Werktage Zeit für die Prüfung Ihrer Materialien. Vergewissern Sie sich, dass die eingereichten Materialien die folgenden Angaben enthalten:

- Name eines Ansprechpartners mit E-Mail-Adresse und Telefonnummer
- Apple-ID oder Apple Music-URL für Ihre Musik bzw. Ihre Connect-Inhalte
- Detailangaben zu den Medien (TV bzw. Print)
- Wo und wann die Marketingaktion veröffentlicht bzw. gesendet wird
- Kosten der Marketingaktion bzw. Medienwert
- Erwartete Wirkung

Darüber hinaus müssen folgende Angaben vorhanden sein:

- Label
- Künstler
- Titel des Albums oder Songs

Wenn die Materialien kleiner als 20 MB sind, können Sie diese als Anhang einer E-Mail senden. Anhänge, die größer als 20 MB sind, müssen über einen FTP-Server oder einen anderen Speicherdienst im Internet bereitgestellt werden. Stellen Sie einen Link oder einen Benutzernamen und das zugehörige Passwort für den FTP-Server bereit.

Die E-Mail-Korrespondenz muss auf Englisch erfolgen. Fügen Sie gegebenenfalls eine ins Englische übersetzte Version Ihrer Materialien bei.

Wenn wir uns nicht innerhalb von sieben Werktagen bei Ihnen melden, bedeutet das nicht, dass Ihre Materialien bewilligt wurden.

Eine Prüfung nicht endgültiger Materialien ist möglich. Vor der Veröffentlichung müssen jedoch alle endgültigen Inhalte von Apple bewilligt werden.

Senden Sie Ihre Inhalte in einem Standardformat wie PDF oder JPG (für Bilder) und MP4 (für Videos). Reichen Sie Layouts und Bilder nur in hoher Auflösung ein.

# Abschnitt 3

## Rechtliche Bestimmungen

### 3.1 Copyright-Hinweise

Verwenden Sie in allen Kommunikationen weltweit die korrekten Copyright-Hinweise. Nennen Sie nur die Apple-Marken, die in Ihren Materialien tatsächlich verwendet werden.

Wenn Sie den Namen *Apple Music* in Ihrer Kommunikation verwenden, müssen Sie die folgenden Copyright-Hinweise an allen Stellen einfügen, an denen rechtliche Hinweise erscheinen:

Apple ist eine Marke der Apple Inc., die in den USA und weiteren Ländern eingetragen ist. Apple Music ist eine Dienstleistungsmarke der Apple Inc.

Wenn Sie den Namen *Beats 1* in Ihrer Kommunikation verwenden, müssen Sie den folgenden Copyright-Hinweis an allen Stellen einfügen, an denen rechtliche Hinweise erscheinen:

Beats 1 ist eine Dienstleistungsmarke der Apple Inc. oder ihrer Tochtergesellschaften.

Orientieren Sie sich an den üblichen Praktiken für die Platzierung rechtlicher Hinweise in Werbung (z. B. mit zusätzlich erstellten Bildschirmabbildungen oder über interaktive Links zu rechtlichen Hinweisen). Fügen Sie die Copyright-Hinweise nur einmal in Ihrer Kommunikation oder auf Ihrer Website hinzu.

### 3.2 Markensymbole

In Materialien, die ausschließlich in den USA verteilt werden, muss jede Apple-Marke mit dem korrekten Symbol gekennzeichnet werden, wenn sie zum ersten Mal im Fließtext erscheint. Für Apple Music und Beats 1 muss das Symbol für eine Dienstleistungsmarke (<sup>SM</sup>) verwendet werden. Verwenden Sie in Überschriften keine Markensymbole.

Die Apple-Markensymbole finden Sie in der [Apple Trademark List](#).

### 3.3 Weitere Informationen

Die neuesten Informationen zu Apple-Marken finden Sie auf der Website [Guidelines for Using Apple Trademarks and Copyrights](#).

# Abschnitt 4

## Support

### 4.1 Ressourcen

Informationen zum Affiliation-Programm:

<http://www.apple.com/de/itunes/affiliates>

Informationen zum Verlinken:

[http://www.apple.com/itunes/affiliates/resources/updating\\_links.html](http://www.apple.com/itunes/affiliates/resources/updating_links.html)

Download von Badge-Grafiken für Apple Music:

[http://www.apple.com/itunes/affiliates/resources/apple\\_music\\_badges.html](http://www.apple.com/itunes/affiliates/resources/apple_music_badges.html)

Leitfaden zur Verwendung von Apple-Marken und Copyright-Hinweisen:

<http://www.apple.com/legal/intellectual-property/guidelinesfor3rdparties.html>

### 4.2 Kontaktaufnahme mit Apple

Fragen zum Affiliation-Programm oder zum Verlinken:

<http://itunesaffiliate.phgsupport.com/hc/en-us>

Fragen zur Verwendung des Apple Music-Badge oder zur Bewilligung von Marketingmaterialien:

<http://support.itunes-marketing.com/hc/en-us>

Registrieren eines Künstlerprofils für Connect:

<http://www.apple.com/itunes/working-itunes/connect/>

© 2015 Apple Inc. Alle Rechte vorbehalten. Apple, das Apple Logo, iPad, iPhone, iPod, iPod touch, iTunes, Mac und OS X sind Marken der Apple Inc., die in den USA und weiteren Ländern eingetragen sind. Apple Watch ist eine Marke der Apple Inc. Apple Music ist eine Dienstleistungsmarke der Apple Inc. Beats 1 ist eine Dienstleistungsmarke der Apple Inc. oder ihrer Tochtergesellschaften. iOS ist eine Marke oder eingetragene Marke von Cisco, die in den USA und weiteren Ländern in Lizenz verwendet wird. Bei allen anderen in diesem Dokument erwähnten Produkt- und Firmennamen kann es sich um Marken der jeweiligen Unternehmen handeln.