



# App Store

Marketing- und Werberichtlinien  
für Entwickler

September 2012

# Inhalt

<b>Überblick</b>	3
<b>App Store Badges</b>	
Grundsätzliches	4
Standards für Grafiken	5
Vorgaben	6
Beispiele	7
<b>Präsentieren von Apple Produkten</b>	
Grundsätzliches	8
Vorgaben	9
Beispiele	10
<b>Eigene Produktfotos und -videos</b>	
Vorgaben	12
<b>Werben für Ihre App</b>	
Grundsätzliches	13
Vorgaben	14
Audio and Video	15
<b>Apps und Zubehör</b>	
Grundsätzliches	16
Zubehörverpackung	17
<b>App Store Symbol</b>	
<b>Rechtliche Bestimmungen</b>	19

# Überblick

Dieser Leitfaden hilft Mitgliedern des iOS Entwicklerprogramms (iOS Developer Program) dabei, ihre Beziehung zum App Store auf Websites, in Werbung und in allen anderen Marketingkommunikationen korrekt anzugeben. Er enthält wichtige Informationen zur Verwendung der App Store Badges, zu bewährten App Store Vermarktungsmethoden sowie zur Nutzung von Apple Produktbildern.

## Hinweis: Bewilligung durch Apple erforderlich

Alle Marketing- und Werbematerialien in Print- oder Videoformaten sowie Materialien mit großer Außenwahrnehmung in beliebigen Formaten müssen vor Veröffentlichung oder Ausstrahlung bei Apple eingereicht und von Apple bewilligt werden. Entwürfe, Storyboards oder Rohfassungen sind wie unten beschrieben per E-Mail einzureichen. Rechnen Sie mit mindestens fünf bis sieben Werktagen, bis Sie eine Antwort erhalten. Sollten Sie innerhalb dieses Zeitrahmens keine Antwort von Apple erhalten, bedeutet dies nicht, dass Ihre Materialien bewilligt wurden. Eine Prüfung nicht endgültiger Materialien ist möglich, aber vor der Ausstrahlung oder Veröffentlichung müssen alle endgültigen Inhalte von Apple bewilligt werden.

Alle Materialien mit eigenen Fotos oder Videos von Apple Produkten müssen eingereicht und vor Veröffentlichung oder Ausstrahlung von Apple bewilligt werden.

**Marketingprüfung:** Marketingmaterialien zur Prüfung durch Apple sind an die folgende Adresse zu senden: [appstoremarketing@apple.com](mailto:appstoremarketing@apple.com). Marketingmaterialien sind alle Werbematerialien, die nicht Teil eines bezahlten Medienkaufs sind, z. B. Videotrailer und -tutorials, gedruckte Rundschreiben und Flyer und andere Werbedrucksachen. Reichen Sie ein Beispiel ein, beschreiben Sie kurz, für welche App Sie werben, welche Medien Sie verwenden und welche Ziele Sie damit verfolgen.

**Werbeprüfung:** Werbematerialien zur Prüfung durch Apple sind an die folgende Adresse zu senden: [appstoreadvertising@apple.com](mailto:appstoreadvertising@apple.com). Werbung umfasst alle Werbematerialien, die Teil eines bezahlten Medienkaufs sind, z. B. Fernsehspots, Printwerbung, Plakatwände und andere Bezahlmedien. Reichen Sie alle Kreativmaterialien zusammen mit dem Medienplan (Flighting und Platzierung) und den Angaben zu den Kosten ein.

## Einsendeanforderungen

Die gesamte Korrespondenz muss auf Englisch erfolgen und eingesandte Materialien müssen bei Bedarf in einer übersetzten englischen Version eingereicht werden. Materialien, die Sie einreichen wollen, können Sie an eine E-Mail anhängen, auf einer sicheren FTP-Site bereitstellen, für die Sie uns die Anmeldeinformationen zukommen lassen, oder mithilfe eines Dienstes für die kennwortgeschützte Webzustellung bereitstellen. Achten Sie darauf, dass Ihre Materialien mit den folgenden Angaben versehen sind: Firmenname und Name der App in der Form, wie sie im App Store angezeigt werden sollen, App-ID von Apple (die eindeutige, neun Ziffern lange Identifikation für Ihre App) sowie die Telefonnummer des Ansprechpartners.

## Von Apple bereitgestellte Inhalte verwenden

Die App Store Badges sowie die hier gezeigten iPad, iPhone und iPod touch Bilder dürfen ausschließlich von Mitgliedern des iOS Entwicklerprogramms genutzt

werden, die die Bedingungen des App Marketing Artwork License Agreement akzeptiert haben. Diese Lizenzvereinbarung kann im Bereich „Marketing Resources“ des App Store Resource Center geladen werden. Apple behält sich das Recht vor, das Einverständnis zur Nutzung der App Store Badges oder der Apple Produktbilder jederzeit zu widerrufen, wenn deren Nutzung diesen Vorgaben widerspricht oder von Apple in anderer Form als unangemessen erachtet wird.

Änderungen an den Informationen in diesem Leitfaden sind vorbehalten. Aktuelle Informationen finden Sie im App Store Resource Center unter <http://developer.apple.com/appstore>.

## Support

Unterstützung für das iOS Entwicklerprogramm finden Sie unter <http://developer.apple.com/contact>.

## Rechtliche Bestimmungen

Sämtliche Apple Marken müssen in Ihren Materialien mit den entsprechenden Symbolen und Copyright-Hinweisen gekennzeichnet sein. Ausführliche Informationen über die rechtlichen Bestimmungen und Anforderungen finden Sie unter [www.apple.com/legal/trademark](http://www.apple.com/legal/trademark).

# App Store Badges

## Grundsätzliches



### Badge „Laden im App Store“

Verwenden Sie das Badge „Laden im App Store“ für Ihre gesamte elektronische Kommunikation (einschließlich Websites, Bannerwerbung auf Webseiten und auf Mobilgeräten, E-Mail-Aktionen sowie Online-Newsletter und -Mailings).



### Badge „Erhältlich im App Store“

Verwenden Sie das Badge „Erhältlich im App Store“ für Ihre gesamte gedruckte Kommunikation und für alle Werbeaktionen, bei denen keine Möglichkeit besteht, einen direkten Weblink zu integrieren (zum Beispiel Fernsehspots, in Printmedien geschaltete Werbeanzeigen, Videotrailer sowie gedruckte Flyer/Infoschreiben und Mailings).

### Badge-Nutzung

Ein App Store Badge muss sowohl in Marketing- als auch in Werbematerialien (z. B. in Fernsehspots, Printwerbung, Videotrailern, E-Mails, Rundschreiben und auf Websites) verwendet werden, wenn Sie für Ihre im App Store angebotene App werben. Nur die hier gezeigten Badges sind von Apple genehmigt. Badges müssen in der bereitgestellten Form verwendet und dürfen nicht modifiziert werden.

### Für die Online-Kommunikation müssen Sie das Badge „Laden im App Store“ verwenden und einen Link zu Ihrer App im App Store bereitstellen, wann immer Sie das App Store Badge verwenden.

Für die URL-Adresse Ihrer App im App Store öffnen Sie die Seite des Produkts in iTunes. Klicken Sie mit der rechten Maustaste oder bei gedrückter ctrl-Taste auf Ihren App-Eintrag und wählen Sie „Link kopieren“. Fügen Sie diese URL-Adresse in das App Store Badge oder in Ihren Marketingtext ein. Die Kunden werden bei Bedarf zur iTunes Ladeseite und dann zum ursprünglichen Ziel im App Store weitergeleitet.

### Übersetzte Badges

Apple bietet Badge-Grafiken an, bei denen der Hinweis „Erhältlich im“ bzw. „Laden im“ in 11 Sprachen übersetzt ist. Es ist Ihnen nicht gestattet, eigene übersetzte Versionen des Badge anzufertigen. Verwenden Sie ausschließlich die von Apple bereitgestellten Grafikdateien und nehmen Sie keine Änderungen daran vor.



Die Marke *App Store* muss dabei immer auf Englisch verwendet werden. Übersetzen Sie auf keinen Fall den Begriff *App Store* und nehmen Sie keinerlei Änderungen an den von Apple bereitgestellten, übersetzten Badge-Grafiken vor.

### Übersetzter Leitfaden

In bestimmten Regionen kann eine übersetzte Version dieses Leitfadens unter <http://developer.apple.com/appstore/resources/marketing/index.html> geladen werden.

# App Store Badges

## Standards für Grafiken

### Mindestfreiräume und Mindestgröße

- Der einzuhaltende Mindestfreiraum entspricht einem Viertel der Höhe des Badge.
- Fotos, Schriftzeichen oder Grafiken dürfen nicht in den Mindestfreiraum gelangen.
- Als Mindestgröße sind 10 mm in Printmaterialien und 40 Pixel bei Bildschirmpräsentationen einzuhalten.
- Wählen Sie immer eine Größe, die zwar deutlich lesbar, aber nicht dominant ist.



### Mindestfreiräume und Mindestgröße bei Werbung auf Mobilgeräten

Beachten Sie die folgenden Vorgaben, wenn Sie das Badge in einer räumlich begrenzten Werbefläche platzieren wollen (zum Beispiel als Banner auf einem Mobilgerät):

- Der einzuhaltende Mindestfreiraum entspricht einem Zehntel der Höhe des Badge.
- Wählen Sie die Badge-Größe so, dass der Text auf dem als Ziel ausgewählten Mobilgerät deutlich lesbar ist.
- Das Badge darf innerhalb des Layouts nicht das dominante Grafikelement sein. Es muss unter oder rechts neben dem Namen der App oder des Unternehmens bzw. der Marke oder der ID der App erscheinen.
- Verwenden Sie die Badge-Grafik im Format „.svg“, um die optimale Lesbarkeit auf einem Gerät mit Retina-Display sicherzustellen (siehe „Grafiken“ rechts).



### Hintergrund

Das App Store Badge erscheint immer in Schwarz und Weiß (wie hier gezeigt). Der graue Rahmen um das Badge ist Teil der Grafikvorlage und muss vorhanden sein. Die App Store Badges dürfen auf folgendem Hintergrund platziert werden:

- Schwarzer oder weißer Hintergrund
- Einfarbiger Hintergrund
- Hintergrundbild, sofern die Lesbarkeit dadurch nicht beeinträchtigt wird



### Grafiken

Badge-Grafiken werden für die Web- und Online-Kommunikation im Format „.svg“ und für gedruckte Materialien im Format „.eps“ bereitgestellt.

# App Store Badges

## Vorgaben

### Erlaubt

- Verwenden Sie stets die aktuellen Versionen der von Apple bereitgestellten Badge-Grafiken, ohne Änderungen daran vorzunehmen.
- Verwenden Sie in Marketing- und Werbematerialien, in denen Sie für Ihre im App Store angebotene App werben, immer ein Badge. Hierzu gehören:
  - Webseiten
  - Rundschreiben
  - E-Mail-Aktionen
  - Videotrailern
  - Printwerbung und Werbeaktionen
  - Bannerwerbung auf Webseiten
  - Werbung auf Mobilgeräten
  - Fernsehspots
  - Außenwerbung
- Verwenden Sie in Ihrer Online-Kommunikation das Badge „Laden im App Store“. Integrieren Sie einen Link zu Ihrer App im App Store.
- Verwenden Sie in einem Layout oder in einer Videosequenz nur ein (1) App Store Badge.
- Platzieren Sie das Badge im Layout in einer Ihrer App oder Ihrer Firmenidentität untergeordneten Position. Das Badge muss kleiner als Ihre Hauptbotschaft, Ihre Firmenidentität oder Ihre App-Grafiken sein.
- Fügen Sie das Badge nur dann auf Produkt-aufhängern oder -verpackungen hinzu, wenn Sie auch auf dem Aufhänger oder der Verpackung für die App werben.
- Platzieren Sie das App Store Badge an erster Stelle, wenn es zusammen mit Badges für andere Plattformen erscheint.

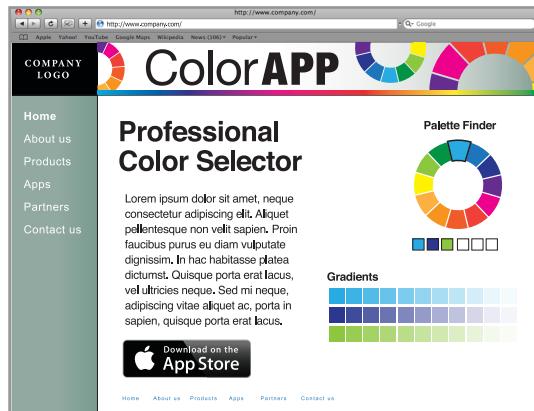
### Nicht erlaubt

- Verwenden Sie das App Store Badge nicht in allgemeiner Werbung für Ihre Firma oder in allgemeinen Produktangeboten. Das Badge darf ausschließlich im Zusammenhang mit einer im App Store erhältlichen App verwendet werden.
- Verwenden Sie das Badge nicht, wenn die Badge-Grafik in der gewählten Medienart nicht deutlich und in hoher Auflösung reproduziert werden kann.
- Verwenden Sie das Badge nicht als Hauptbotschaft oder zentrale Grafik in Ihrem Layout. Es muss Ihrer Hauptbotschaft und Ihrer Firmen- oder der App-Identität untergeordnet sein.
- Verwenden Sie nicht das iTunes Logo.
- Verwenden Sie das Apple Logo nicht für sich allein.
- Animieren, drehen oder neigen Sie das App Store Badge nicht.
- Nehmen Sie keinerlei Änderungen an der Badge-Grafik vor.
- Verwenden Sie keine Verweise auf iOS. Verweisen Sie stets auf die korrekten Produktnamen.
- Verwenden Sie keine Grafiken oder Bilder von der Apple Website oder aus dem App Store.
- Verwenden Sie das App Store Badge nicht als Teil von Kompatibilitätsangaben. Listen Sie die Namen der Produkte auf, die von Ihrer App unterstützt werden.

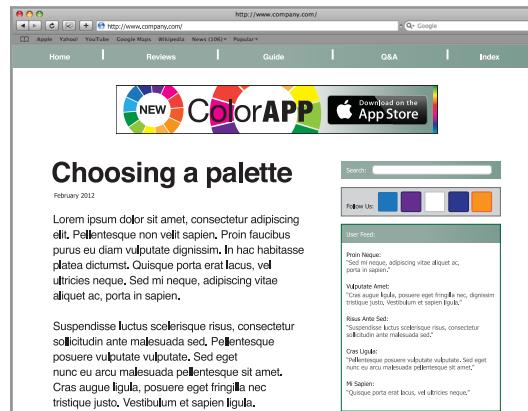


# App Store Badges

## Beispiele



Webseite mit Werbung für eine App



Bannerwerbung auf einer Webseite



Printwerbung



Werbung auf Mobilgerät



Bannerwerbung auf Mobilgerät



Videotrailer

# Präsentieren von Apple Produkten

## Grundsätzliches

### iPad, iPhone und iPod touch Bilder

Sie dürfen Apple Produktbilder, die das iPad, das iPhone oder den iPod touch zeigen, nur verwenden, um für Ihre im App Store erhältliche App zu werben. Die Nutzung dieser Bilder für jegliche andere Zwecke ist nicht gestattet.

Verwenden Sie immer die von Apple bereitgestellten Produktbilder. Beispiele finden Sie auf den Seiten 10 und 11. Die Bilder können von der folgenden Webseite geladen werden: <http://developer.apple.com/appstore/resources/marketing>. Für jedes Produkt ist ein Bild im Hoch- und im Querformat verfügbar. Übersetzte Bilder werden mit der entsprechenden Statusleiste bereitgestellt. Das Display auf dem Apple Produkt ist leer, sodass Sie dort Ihre App präsentieren können.

Zusätzlich zu den auf dieser Seite gezeigten Bildern für das iPhone 5 und den iPod touch (5. Generation) stehen Entwicklern auch Bilder für das iPhone 4S und den iPod touch (4. Generation) zur Verfügung. Zeigen Sie nur Produkte, die Ihre App unterstützt. Verwenden Sie keine Produktbilder für das iPhone 5 und den iPod touch (5. Generation), wenn Ihre App auf diesen Produkten nicht richtig angezeigt wird, da sie nicht für die Bildschirmgröße und -auflösung dieser Produkte entwickelt wurde. Zeigen Sie zum Beispiel das iPhone 5 nur, wenn Ihre App in der Lage ist, 326 Pixel pro Inch bei einer Auflösung von 1136 x 640 Pixel darzustellen.

Fordern Sie, wenn Sie für eine App werben, die nur auf früheren Produktversionen läuft, per E-Mail an [appstoremarketing@apple.com](mailto:appstoremarketing@apple.com) ein Bild des jeweiligen Produkts an.

Kombinieren Sie in Ihrer Kommunikation keine Bilder von Apple Produkten mit Bildern von Produkten von Mitbewerbern. Im beschreibenden Text sind Hinweise auf mehrere Plattformen und Produkte von Mitbewerbern möglich.

### Platzieren Ihrer App-Abbildung auf dem iPad, iPhone oder iPod touch Bild

Sie dürfen auf der Apple Produktabbildung nur Bilder verwenden, die bei geöffneter App auf dem Display erscheinen. **Es ist unter keinen Umständen gestattet, Werbetexte auf dem Display des Apple Produkts anzuseigen. Zeigen Sie nie den Home-Bildschirm des iPad, iPhone oder iPod touch oder jegliche Symbole an, für die Sie nicht die Rechte besitzen.**

Wählen Sie das für Ihr Layout passende Apple Produktbild aus und öffnen Sie die Datei in Adobe Photoshop. Doppelklicken Sie auf das Symbol in der (Smart Objects) Ebene „Open to Update Screen“. Öffnen Sie die verschachtelte Ebene „Replace Contents to Update Screen“ und platzieren Sie Ihre App-Abbildung. Sichern Sie die Ebene und schließen Sie das Fenster. Nehmen Sie keine Änderung an der geschützten Ebene „Product Image and Shadow“ vor.

Die RGB-Datei lässt sich exportieren oder für das Web sichern. Sie kann in das CMYK-Format konvertiert und für Printlayouts im Format „.psd“ oder „.tiff“ gesichert werden. Für gedruckte Materialien müssen Sie in der Datei eine Display-Abbildung mit ausreichend hoher Auflösung (mindestens das 4fache der Display-Auflösung) verwenden.

### Statusleiste

Wählen Sie die für Ihre Region übersetzte Datei. Die bereitgestellte Statusleiste zeigt das Netzwerksymbol, die Produktbezeichnung, das Symbol einer vollständig geladenen Batterie und ein Wi-Fi Symbol mit voller Signalstärke. Läuft Ihre App im Vollbildmodus, dürfen Sie die Display-Abbildung Ihrer App über die Statusleiste erweitern. Die Optionen für die Statusleiste werden in verschiedenen Ebenen innerhalb der Smart Object Ebene bereitgestellt. Wählen Sie die Statusleiste, die beim Betrieb Ihrer App sichtbar ist.



Von Apple bereitgestellte iPhone 5 Bilder.

Verfügbar im Hoch- und im Querformat.



Von Apple bereitgestellte iPod touch Bilder.

Verfügbar im Hoch- und im Querformat.



Von Apple bereitgestellte iPad Bilder.

Verfügbar im Hoch- und im Querformat.

# Präsentieren von Apple Produkten

## Vorgaben

### Erlaubt

- Verwenden Sie stets die aktuellen Apple Produktbilder, die im App Store Resource Center bereitgestellt werden. Die von Apple bereitgestellten Bilder zeigen jeweils nur die schwarze Produktausführung.
- Achten Sie auf die Abgrenzung zu Geräten von Mitbewerbern. Präsentieren Sie Apple Produkte allein und nicht zusammen mit Produkten anderer Hersteller.
- Bei mehreren Display-Abbildungen Ihrer App dürfen Sie die iPad, iPhone oder iPod touch Bilder wiederholen und sie nebeneinander platzieren. Sie können die Bilder im Hoch- und im Querformat verwenden. Achten Sie auf die richtige relative Größe der Produkte, wenn mehrere Produkte gezeigt werden.
- Beschaffen Sie sich die Rechte für die Anzeige jeglicher Marken, die auf der Produktabbildung zu sehen sind.
- Zeigen Sie Ihre App exakt so auf dem Display, wie sie aussieht, wenn sie auf dem Gerät läuft. Verwenden Sie nur authentische Bildschirmfotos Ihrer App und nur Bildschirme, die in der geöffneten App zu sehen sind.
- Platzieren Sie Aufdrucke, Sprechblasen und Werbeteixe neben der Produktabbildung, nicht darüber.
- Verwenden Sie Apple Produktbilder immer in einer Größe, die mit der bereitgestellten Auflösung deutlich lesbar ist. Falls Sie für große Werbeformate (z. B. für Außenwerbung) Produktbilder in hoher Auflösung benötigen, senden Sie bitte eine E-Mail mit einer Beschreibung Ihrer Anforderungen und Medien an [appstoremarketing@apple.com](mailto:appstoremarketing@apple.com).

### Nicht erlaubt

- Es ist Ihnen nicht gestattet, Teile eines Apple Produktbilds zu verdecken, zu beschneiden oder abzuschneiden.
- Die Produktbilder dürfen nicht verändert, verfremdet oder auf andere Weise modifiziert werden. Es dürfen auch keine Reflexionen hinzugefügt oder geändert werden.
- Erstellen Sie keine Tasten oder Symbole mit einem Produktbild.
- Ersetzen Sie die von Apple bereitgestellten Bilder der schwarzen Produktausführungen nicht durch Bilder der weißen Apple Produktausführungen.
- Platzieren Sie Apple Produkte nicht zusammen mit Produkten von Mitbewerbern. Zeigen Sie Apple Produktbilder stets allein an.
- Zeigen Sie ein Apple Produkt nicht auf einem überladenen oder unruhigen Hintergrund.
- Zeigen Sie ein Apple Produkt nicht mit leerem Display.
- Die Produktbilder dürfen nicht geneigt oder um einen bestimmten Winkel gedreht werden.
- Die Produktbilder dürfen nicht animiert, horizontal oder vertikal geneigt oder gedreht werden.
- Stanzen Sie keine Printwerbung in Form eines Apple Produktbilds aus.
- Verwenden Sie keine Grafiken oder Bilder von der Apple Website oder aus dem App Store. Ahmen Sie keine Layouts von Apple nach.
- Verdecken Sie Teile des Apple Produktbilds nicht mit Aufdrucken, Sprechblasen oder Werbetexten. Verwenden Sie keine Glanzlichter um das Produkt herum.
- Platzieren Sie nicht mehrere Apple Produkte übereinander, sodass sie sich überlappen.
- Fügen Sie keine Hüllen oder Etuis zu Apple Produkten hinzu.
- Erstellen Sie keine 3D-Darstellung und keine Simulation eines Apple Produkts.
- Verwenden Sie keine Erklärungen für Apple Produkte. Ausgenommen sind Lehrmaterialien. Fügen Sie bei Erklärungen für allgemeine Mobilgeräte keine Apple spezifischen Details wie die Home-Taste hinzu.
- Verwenden Sie keine Apple Produktbilder auf Einwegverpackungen oder Werbeaktionen der Nahrungsmittelindustrie. Verwenden Sie den Produktnamen nur im Text.
- Fügen Sie keine Grafikelemente hinzu, die den Eindruck erwecken, als würden sie aus dem Produktbildschirm herauskommen oder in ihn hineingehen.
- Verwenden Sie keine Bilder aus dem App Store in einem Produktbildschirm oder Desktop-Programm, den/das Sie für Ihre Kommunikation verwenden. Zeigen Sie auf dem Produktbildschirm nicht den Eintrag Ihrer App im App Store.
- Integrieren Sie keine Bilder von Apple Produkten in Ihre Bildschirmfotos im App Store. Die Bildschirmfotos dürfen nur die tatsächlichen Bildschirminhalte zeigen, die ein Benutzer sieht, wenn er Ihre App verwendet.

# Präsentieren von Apple Produkten

## Beispiele



Zeigen Sie Ihre App und heben Sie deren Funktionalität hervor und nicht die Funktionen des Apple Produkts. Die Display-Abbildung Ihrer App muss exakt so gezeigt werden, wie sie aussieht, wenn die App auf dem Gerät läuft.



Ersetzen Sie die von Apple bereitgestellten Bilder der schwarzen Produkte nicht durch weiße Apple Produkte.



Zeigen Sie niemals den Home-Bildschirm eines Apple Produkts oder die Dock-Symbole in Ihren Materialien.

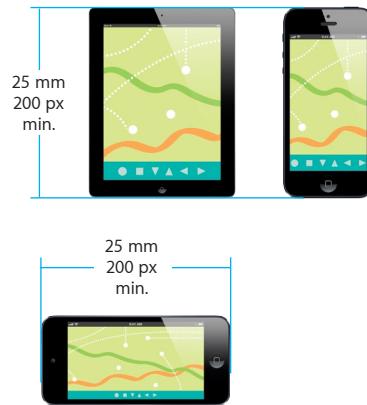


Zeigen Sie niemals Werbung auf dem Display eines Apple Produkts an. Zeigen Sie immer nur den Bildschirm Ihrer App.



# Präsentieren von Apple Produkten

## Beispiele



Zeigen Sie Apple Produkte in Printmaterialien nicht mit einer Länge unter 25 mm und bei der Anzeige auf einem Bildschirm nicht mit weniger als 200 Pixeln.



Achten Sie auf die richtige relative Größe der Produkte, wenn mehrere Produkte gezeigt werden.



Platzieren Sie nicht mehrere Apple Produkte übereinander, sodass sie sich überlappen.

# Eigene Produktfotos und -videos

## Vorgaben

**Eigene Fotos und Videos von Apple Produkten sind ausschließlich mit ausdrücklicher schriftlicher Einwilligung und Zustimmung durch Apple gestattet.**

Reichen Sie Ihr Foto- oder Videokonzept wie auf Seite 3 beschrieben ein, um diese Zustimmung von Apple zu erhalten.

Achten Sie beim Erstellen eigener Fotos und Videos darauf, dass Ihre App auf realistische und authentische Weise präsentiert wird. Zeigen Sie die App auf dem Apple Produkt exakt in der Weise, wie sie der Benutzer sieht.

Kopieren oder imitieren Sie niemals Apple Werbung oder Apple Grafikanimationen und Videos. Achten Sie darauf, dass der Stil für Ihr Unternehmen und nicht für Apple steht.

Nähere Informationen zu Fotos von Apple Produkten mit Zubehör finden Sie auf den Seiten 16 und 17.

 Erlaubt

- Verwenden Sie nur Inhalte, zu deren Anzeige Sie rechtlich autorisiert sind. So dürfen Sie z. B. keine Albumcover oder Künstler zeigen, wenn Sie nicht im Besitz der entsprechenden Rechte dafür sind.
- Zeigen Sie nur die aktuellsten Apple Produkte. Bei mehreren Apple Produkten müssen diese in ihrer korrekten relativen Größe gezeigt werden.
- Verwenden Sie ausschließlich die schwarzen Ausführungen der Apple Produkte.
- Zeigen Sie nur authentische Bildschirmfotos von Ihrer App. Fügen Sie keine Grafiken oder Texte hinzu.
- Eine Frontalaufnahme des Produkts ist am besten geeignet und erleichtert die Arbeit. Vermeiden Sie extreme Aufnahmewinkel.
- Zeigen Sie das Produkt immer so, wie es ist (d. h. zum Beispiel nicht in einer dekorativen Hülle).
- Achten Sie bei deutlich sichtbarer Statusleiste darauf, dass die Symbole für den Batterieladestand und die Wi-Fi Signalstärke voll sind und kein Mobilfunkanbieter genannt wird.
- Verwenden Sie in Videos einfache Übergänge wie Aus- oder Überblendungen.
- Verwenden Sie den Hinweis „Sequenz gekürzt“ („Sequences shortened“), wenn Videosequenzen zur Nutzung der App gekürzt sind.
- Starten Sie Ihre App, sodass die geöffnete App auf dem Startbildschirm zu sehen ist.
- Es ist erlaubt, Personen zu zeigen, die das Apple Produkt in authentischer Art und Weise verwenden. Diese Interaktion muss einfach und eindeutig sein.
- Fügen Sie bei rechtlichen Informationen die Apple Copyright-Hinweise hinzu.

 Nicht erlaubt

- Apple Produkte dürfen nicht verändert oder verfälscht werden. Farbe, Form, Größe und Erscheinung des Produkts müssen stimmen.
- Präsentieren Sie keine Funktionen der Apple Produkte. Konzentrieren Sie sich auf die Funktionalität Ihrer App.
- Verwenden Sie keine weißen Ausführungen von Apple Produkten.
- Zeigen Sie ein Apple Produkt nicht zusammen mit einem Mitbewerberprodukt eines anderen Herstellers.
- Verwenden Sie ein Apple Produkt nicht, um den Werbewert der Marke „Apple“ zu Ihrem Vorteil auszunutzen. Ihre App sollte für sich selbst werben.
- Verwenden Sie das Apple Logo nicht auf der Rückseite von Produkten, um den Werbewert der Marke „Apple“ zu Ihrem Vorteil auszunutzen.
- Zeigen Sie keinen Apple Home-Bildschirm.
- Zeigen Sie keine Dock-Symbole.
- Zeigen Sie kein leeres Display.
- Zeigen Sie Apple Produkte nicht mit Requisiten, Modellen, Hüllen oder anderem Zubehör (mit Ausnahme von in diesem Leitfaden beschriebenem App-Zubehör).
- Präsentieren Sie Apple Produkte oder Ihre App nicht in unwahrscheinlicher oder unrealistischer Weise. Zeigen Sie Produkte nicht bei Aktionen, die damit nicht möglich sind, z. B. beim Tauchen.

# Werben für Ihre App

## Grundsätzliches

### Verwenden von Apple Produktnamen in Texten

Sie dürfen Apple Produktnamen wie *iPhone*, *iPad* oder *iPod touch* (oder eine Kombination von zwei oder mehr Namen) nennen, um anzugeben, dass Ihre App mit dem bzw. den Apple Produkt(en) kompatibel ist oder auf diesem bzw. diesen Produkt(en) läuft. So können Sie z. B. „*Name der App* für *iPhone* und *iPod touch*“ oder „*Name der App* für *iPad*“ oder Hinweise wie „Funktioniert mit“ oder „Kompatibel mit“ verwenden. Nennen Sie alle Apple Produkte, auf denen Ihre App läuft. Bezeichnungen wie „*iPad Name der App*“ oder „*iPhone Name der App*“ sind nicht gestattet.

Wenn Sie Ihren Firmennamen ebenfalls angeben, nennen Sie zuerst den Firmennamen gefolgt vom Namen der App und am Ende den oder die Namen der entsprechenden Apple Produkte. Richtig wäre z. B. Folgendes: „*Firmename Name der App* für *iPhone*, *iPad* und *iPod touch*“.

Apple Produktnamen dürfen in Texten zusammen mit Bezeichnungen anderer Mobil- oder Computergeräte genannt werden. Nennen Sie die Apple Produkte als Erstes. Es ist zwar gestattet, die Bezeichnungen von Konkurrenzprodukten in Werbetexten zu verwenden, aber Apple Produktbilder dürfen niemals neben Bildern von Computern oder Mobilgeräten von Mitbewerbern gezeigt werden.

Bei Verwendung der Bezeichnung *iPhone*, *iPad* oder *iPod touch* müssen Sie *iPhone*, *iPad* bzw. *iPod touch* immer mit einem kleinen *i* und einem großen *P* gefolgt von Kleinbuchstaben schreiben. *touch* muss stets mit dem Kleinbuchstaben *t* beginnen. Die Bezeichnungen *iPhone*, *iPad* oder *iPod touch* müssen auch dann mit einem kleinen *i* beginnen, wenn Sie das erste Wort in einem Satz, Absatz oder Titel sind.

Weitere Informationen zur Verwendung von Markensymbolen und Copyright-Hinweisen finden Sie auf Seite 19.

### Verwenden der Bezeichnung App Store in Texten

Bei Verwendung der Bezeichnung *App Store* in Überschriften oder Texten müssen Sie *App Store* immer mit großem *A* und großem *S* gefolgt von Kleinbuchstaben schreiben. Verwenden Sie die Bezeichnung *App Store* immer auf Englisch, auch wenn sie innerhalb von Texten in einer anderen Sprache erscheint.

Verwenden Sie nur den Artikel *der* (oder dessen grammatischen Varianten) vor der Bezeichnung *App Store*. Fügen Sie keine anderen beschreibenden Zusätze wie *iTunes App Store*, *Apple App Store* oder *iPhone App Store* hinzu. Verwenden Sie keine Superlative wie *der beste App Store*.

Sagen Sie nicht *beim App Store* oder *aus dem App Store*, sondern immer *im App Store*.

Bei Materialien für den US-amerikanischen Markt müssen Sie das Symbol für Dienstleistungsmarken (™) verwenden, wenn die Bezeichnung *App Store* zum ersten Mal im Text erwähnt wird.

### Empfohlene Texte

Verwenden Sie diese empfohlenen Texte zum Beschreiben des App Store oder verfassen Sie eigene Texte.

#### Kurzer Textblock:

Im App Store können Sie in Apps stöbern und sie direkt auf iPhone, iPad oder iPod touch laden.

#### Langer Textblock:

Im App Store finden Sie Apps aus zahlreichen Kategorien – Spiele, Wirtschaft, Bildung, Unterhaltung, Produktivität oder soziale Netze und viele mehr. Apps für das iPhone, das iPad und den iPod touch sind ganz auf fortschrittliche Funktionen wie Multi-Touch und den Beschleunigungssensor ausgelegt. Und sie können drahtlos auf das iPhone, das iPad oder den iPod touch geladen werden.



### Benennungskonventionen für URL-Adressen

Apple Markennamen dürfen nur in Ihre URL-Adresse eingefügt werden, wenn die Marke auf Ihren Firmen- und/oder Produktnamen folgt. Apple Marken dürfen nur in URL-Adressen für Webseiten verwendet werden, auf denen speziell für das genannte Apple Produkt entwickelte Apps vorgestellt werden. Eine URL-Adresse darf nie mit einer Apple Marke beginnen.

#### Zulässige Variante:

www.firmenname.com/app/iphone  
oder  
www.firmenname.com/ipad

#### Nicht zulässige Variante:

www.iphoneapp.com  
oder  
www.ipadweatherapp.com

### Affiliation-Programm für App-Entwickler

Als Teilnehmer am Affiliation-Programm erhalten Sie eine Provision für qualifizierte Verkäufe, die über Links zum App Store, zum Mac App Store, zum iBookstore oder zu iTunes auf Ihrer Website erzielt wurden. Außerdem profitieren Sie von den Tracking- und App-Metriken durch die für Partner bereitgestellten Links. Nähere Informationen finden Sie unter [www.apple.com/de/itunes/affiliates](http://www.apple.com/de/itunes/affiliates).

### Gewinnspiele und Verlosungen

Die Verwendung von iPhone und iPad als Gewinn bei Gewinnspielen und Verlosungen ebenso wie als Prämie oder als Aktionsartikel ist nicht zulässig. iPod touch Geräte und Geschenkgutscheine für den App Store sind für die genannten Zwecke zulässig, bedürfen aber der Genehmigung Ihrer beabsichtigten Werbeaktion durch Apple. Senden Sie Unterlagen für entsprechende Vorhaben zur Genehmigung an [promoreview@apple.com](mailto:promoreview@apple.com).

# Werben für Ihre App

## Vorgaben

### Erlaubt

- Verwenden Sie stets die korrekten Apple Produktnamen in der richtigen Schreibweise: *iPhone*, *iPad* und *iPod touch*. Verwenden Sie keine Variationen wie *touch* oder *iTouch*.
- Geben Sie den Namen jedes Apple Produkts an, das von Ihrer App unterstützt wird. Verwenden Sie keine generischen Bezeichnungen wie „Smartphone“ oder „Tablet“ für Apple Geräte.
- Verwenden Sie die Apple Produktnamen *iPhone*, *iPad* und *iPod touch* stets im Singular. Sprechen Sie niemals von *iPhones*, *iPads* oder *iPod touches*.
- Verwenden Sie klare, eindeutige Botschaften. So ist es richtig zu behaupten, dass eine *App im App Store erhältlich ist* oder dass eine *App im App Store geladen werden kann*.
- Verwenden Sie für alle Überschriften und Fließtexte in Ihren Werbeaktionen eine Schrift, die mit Ihrer Firmenidentität übereinstimmt. Setzen Sie *App Store* und Apple Produktnamen in der gleichen Schrift wie die übrige Kommunikation.
- Integrieren Sie in Ihre Kommunikation eine klare Aufforderung zum Handeln, zum Beispiel *(Firmenname) im App Store suchen* oder *(Name der App) im App Store suchen*.
- Integrieren Sie den Link zu iTunes in Ihre Offline-Kommunikation (siehe Seite „iTunes Links“ im Bereich „Marketing Resources“ des App Store Resource Center).

### Nicht erlaubt

- Kopieren oder imitieren Sie keine Apple Werbung, Apple Marketingmaterialien oder Apple Botschaften für das iPhone, das iPad, den iPod touch oder den App Store.
- Verwenden Sie keine Überschriften, Texte, Symbole oder Bilder von der Apple Website [www.apple.com](http://www.apple.com), aus iTunes oder aus dem App Store.
- Beziehen Sie sich nicht auf Apple Betriebssysteme. Verwenden Sie die Namen von Apple Produkten für Angaben zur Kompatibilität.
- Nennen Sie keine Apple Produktnamen, die nicht mit Ihrer App kompatibel sind.
- Ahmen Sie die Apple Typografie nicht nach. Texte zum App Store müssen im gleichen Schriftstil wie der übrige Text gesetzt werden.
- Geben Sie nicht vor, Eigentums- oder Anpassungsrechte für den App Store zu haben. Sagen Sie z. B. nicht *Laden Sie Ihre Lieblingsspiele im (Firmenname) App Store*, sondern stattdessen *Laden Sie Ihre Lieblingsspiele von (Firmenname) im App Store*.
- Übersetzen Sie die Bezeichnungen *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 nicht die Bezeichnung *ladbar*.
- Fügen Sie keine Verweise auf iTunes hinzu. Sprechen Sie z. B. nicht vom *App Store auf iTunes* oder vom *iTunes App Store*.
- Erwecken Sie nicht den Eindruck, dass Sie von Apple finanzielle oder anderweitige Unterstützung erhalten.



Now available  
on iOS



DOWNLOAD OUR  
FREE APP FOR IPHONE

Verweisen Sie nicht auf  
Apple Betriebssysteme.  
Verweisen Sie stattdes-  
sen stets auf die Apple  
Produktnamen.



AVAILABLE NOW  
FOR iPAD

Schreiben Sie Apple  
Produktnamen nicht  
durchweg mit Großbuchstaben.



The new game version is  
Available on the App Store  
24 hours a day, 7 days a week!

Schreiben Sie Apple  
Produktnamen nicht  
mit einem kleinen *i* als  
erstem Buchstaben und  
danach durchweg mit  
Großbuchstaben.

Verwenden Sie niemals  
eine Schrift der Myriad  
Schriftfamilie für Texte zum  
App Store.

# Werben für Ihre App

## Audio und Video

Präsentieren Sie Ihre App stets nur in der auf den Seiten 13 und 14 beschriebenen Weise. Im Folgenden finden Sie ergänzende Richtlinien und Vorgaben für Audio- und Videowerbung.

### Audiowerbung

Ahmen Sie keine Werbung von Apple nach. Der Stil eines Audiospots muss Ihre Firma und Ihr Produkt und nicht den Stil von Apple widerspiegeln.

Stellen Sie die Leistung und die funktionalen Vorteile Ihrer App in den Mittelpunkt. Nutzen Sie den Werbewert der Marke „Apple“ nicht zu Ihrem Vorteil. Betonen Sie keine Funktionen der Apple Produkte.

Verwenden Sie keine nativen Töne des iOS Geräts als Audioelemente für Ihre Kommunikation. Verwenden Sie nur Töne, die Ihre App bei der Ausführung erzeugt.

### Videotrailer und Videowerbung

Setzen Sie das App Store Badge in einem Videotrailer oder einer Videokampagne nur einmal ein.

Imitieren Sie keine Apple Grafikanimationen oder Werbevideos. Ihr Video sollte in Aussehen und Wirkung Ihre Firma und Ihre Produktkommunikation widerspiegeln.

Wenn Sie bei Kompatibilitätsangaben auch den Mac nennen, sind die Vorgaben im Bereich „Mac Marketing Resources“ des App Store Resource Center unter <http://developer.apple.com/appstore> einzuhalten.

Beschränken Sie die Verwendung von Multi-Touch-Gesten ausschließlich auf iOS Geräte. Verwenden Sie zum Beispiel keine Gesten für einen Szenenübergang in einem Video, durch die der Anschein erweckt werden könnte, als verhielte sich ein anderes Gerät wie ein iOS Gerät.



### App Store Badge

Das Badge muss an untergeordneter Position stehen, wenn es mit der Identität Ihrer Firma / App gezeigt wird.



### Markenkennzeichnung

Zeigen Sie am Ende des Videos nur die Copyright-Hinweise für die Apple Marken, die in Ihrem Video tatsächlich auch zum Einsatz kommen. Beachten Sie die Vorgaben für den Mindestfreiraum, wenn die Copyright-Hinweise auf das Badge folgen.



### Vermeiden von Fehlern

Beziehen Sie sich nicht auf Apple Betriebssysteme. Verwenden Sie die korrekten Apple Produktnamen.



### Angaben zur Kompatibilität

Geben Sie die korrekten Apple Produktnamen ausgeschrieben an.

# Apps und Zubehör

## Grundsätzliches

### Bewilligung durch Apple erforderlich

Ein Apple Produkt darf nur zur Veranschaulichung von Hardwarezubehör verwendet werden, das mit Apps funktioniert, wenn dies von Apple bewilligt wurde.

Die Produktion eigener Fotos oder Videos mit Apple Produkten ist ausschließlich zum Vorführen der Zubehörfunktion gestattet.

Halten Sie bei der Produktion eigener Fotos und Videos die Vorgaben auf Seite 12 ein.

Beachten Sie die auf Seite 3 beschriebenen Einsendeanforderungen. Rechnen Sie mit mindestens fünf bis sieben Werktagen, bis Sie eine Antwort erhalten. Für Ihre Einsendung sind die folgenden zusätzlichen Vorgaben einzuhalten:

- Senden Sie das Storyboard als PDF-Dokument.
- Senden Sie das Video zur Prüfung im Apple QuickTime Format (mit H.264 Video-Codec und AAC-Audiocodierung).
- Stellen Sie die Zugangsdaten für Ihren FTP-Server zur Verfügung oder nutzen Sie einen webbasierten Server mit Kennwortschutz.
- Machen Sie Angaben zu Ihren Medienkosten, einschließlich Angaben zu Regionen und Terminen.

### Made for iPod

Zubehörprodukte, die im Rahmen des Programms „Made for iPod“ (MFi) lizenziert sind, gehören nicht zu der Art von App-Zubehör, das in diesem Leitfaden beschrieben ist. Handelt es sich bei Ihrem Zubehör um ein Produkt, das in Übereinstimmung mit der Lizenzvereinbarung für das MFi Programm und dem iPhone/iPad Anhang von Apple als lizenziertes Produkt zugelassen wurde, müssen Sie bei jeglichen Marketing- und Werbeaktionen für die App-Komponente Ihres Zubehörs neben den Vorgaben in diesem Leitfaden auch die Bedingungen des MFi Programms einhalten.

Weitere Informationen über das MFi Programm finden Sie unter <http://developer.apple.com/programs/mfi>.

### Produktsymbole

Verwenden Sie auf Verpackungen und anderen Werbeträgern die von Apple bereitgestellten Symbole für iPhone, iPad, und iPod touch, um Ihre Kunden darüber zu informieren, mit welchen Gerätemodellen und Gerätegenerationen Ihr Zubehör kompatibel ist. Die Verwendung der Symbole erfolgt im Rahmen der Lizenzvereinbarung und der Nutzungsbedingungen. Weitere Informationen finden Sie unter <https://developer.apple.com/softwarelicensing/agreements/icons.html>.

# Apps und Zubehör

## Zubehörverpackung

Ihr Zubehör sollte im Mittelpunkt der Verpackung stehen. Ein Apple Produkt darf nur verwendet werden, um das Zusammenwirken zwischen Zubehör und App zu veranschaulichen. Verwenden Sie ein von Apple bereitgestelltes Produktbild oder erstellen Sie mit Zustimmung seitens Apple (wie im Abschnitt „Eigene Fotos und Videos“ auf Seite 12 beschrieben) ein eigenes Foto. Halten Sie die folgenden Vorgaben ein:

- Verwenden Sie keinen Apple Produktnamen in der Hauptüberschrift oder als Teil Ihres Produktnamens.
- Zeigen Sie Apple Produkte allein und nie zusammen mit Produkten anderer Hersteller.
- Verwenden Sie für Kompatibilitätsangaben die Bezeichnung *funktioniert mit*, z. B. „Name des Produkts funktioniert mit iPad, iPhone und iPod touch“.
- Zeigen Sie das Zubehör so, wie es tatsächlich funktioniert. Übertreiben oder verfälschen Sie dessen Fähigkeiten nicht.
- Beschneiden oder verfremden Sie Apple Produkte nicht.
- Verdecken Sie das Apple Produktbild nicht mit Aufdrucken, Sprechblasen oder Werbetexten. Verwenden Sie keine Glanzlichter um das Produkt herum.
- Das Hardwarezubehör kann in realistischer Weise in Interaktion mit dem Apple Produkt gezeigt werden. Die Funktionsweise muss dabei exakt wiedergegeben werden. Abbildungen der App müssen authentisch sein.
- Es dürfen Hände sichtbar sein, die ein Apple Produkt in realistischer Weise halten, und es dürfen Personen gezeigt werden, die mit dem Produkt in realistischer Weise interagieren. Achten Sie aber darauf, dass das Produkt nicht durch die Hände verdeckt wird.
- Das App Store Badge darf nur an einer Stelle seitlich oder hinten an der Verpackung verwendet werden. Das Badge darf nicht auf der Vorderseite der Verpackung erscheinen.



### Vorderseite der Verpackung

Das Apple Produktbild muss präzise zeigen, wie Produkt und Zubehör funktionieren. Die Interaktion mit dem Produkt muss einfach und erklärend dargestellt werden. Beschönigen oder übertreiben Sie die Fähigkeiten des Zubehörs oder des Apple Produkts nicht.



### Vermeiden von Fehlern

Platzieren Sie das App Store Badge nicht auf der Vorderseite der Verpackung. Das Badge darf nur an einer Stelle seitlich oder hinten auf der Verpackung erscheinen.



### Seite der Verpackung

Das Badge darf nur an einer Stelle seitlich oder hinten auf der Verpackung erscheinen. Verwenden Sie das Badge nicht mehrfach in verschiedenen Sprachen, auch wenn Ihr Produkt für verschiedene Sprachen ausgelegt ist. Platzieren Sie stattdessen die Übersetzungen in Textform unter dem Badge.



**Vorgaben für Platzierung und Größe des App Store Badge**  
Verwenden Sie das App Store Badge nur in Verbindung mit der App, aber nicht mit dem Zubehör. **Das Badge darf nur an einer Stelle seitlich oder hinten auf der Verpackung erscheinen.** Bei allen Zubehörverpackungen gilt für das Badge eine Mindesthöhe von 8 mm und eine Maximalhöhe von 10 mm. Vergrößern Sie das Badge nicht über eine Höhe von 10 mm.

Platzieren Sie das Badge neben oder unter dem Symbol Ihrer App. Neben dem App Store Badge und dem Symbol der App darf der Name der App in Textform und ein kurzer Werbetext für Ihre App platziert werden.

# App Store Symbol



## App Store Symbol

Verwenden Sie das App Store Symbol nur, wenn Sie Mediensymbole ähnlicher Form und Größe nebeneinander zeigen. Verwenden Sie in Ihrer Marketing-Kommunikation niemals das Symbol als Ersatz für das App Store Badge, auch wenn der verfügbare Platz beschränkt ist. Die Symbolgrafik ist unter <http://developer.apple.com/appstore/resources/marketing> verfügbar.



## Symbolverwendung

Das App Store Symbol darf nur in Fällen verwendet werden, in denen es in einer Reihe mit anderen Mediensymbolen vergleichbarer Form und Größe gezeigt wird.



## Vermeiden von Fehlern

Verwenden Sie niemals in einer Kommunikation gleich welchen Typs das Apple Logo allein.



## Bannerwerbung

In der Marketing-Kommunikation und der Werbung muss das App Store Badge verwendet oder in Textform auf den App Store verwiesen werden.



## Vermeiden von Fehlern

Verwenden Sie in Ihrer Marketing-Kommunikation das App Store Symbol auch dann nicht, wenn der Platz beschränkt ist. Von Apple ist nur die auf dieser Seite beschriebene Verwendungsform des Symbols gestattet.

# Rechtliche Bestimmungen

## Bestimmungen von Apple

Die Display-Abbildungen Ihrer App sowie die iPhone, iPad oder iPod touch Produktbilder oder Fotos davon dürfen nicht in einer Art und Weise verwendet werden, die fälschlicherweise eine Verbindung zu Apple suggeriert oder u. U. den Geschäftswert, den Wert oder das Ansehen von iPhone, iPad, iPod touch oder Apple selbst mindern, schmälern oder beeinträchtigen könnte.

## Zustimmung seitens Apple

Alle Marketing- oder Werbematerialien in Print- oder Videoformaten, Materialien mit eigenen Fotos oder Videos von Apple Produkten sowie jegliche Materialien mit großer Außenwahrnehmung müssen vor Veröffentlichung oder Ausstrahlung bei Apple eingereicht und von Apple bewilligt werden. Entwürfe, Storyboards oder Rohfassungen von Kreativmaterialien sind (in der auf Seite 3 beschriebenen Weise) per E-Mail einzusenden. Eine Prüfung nicht endgültiger Materialien ist möglich, aber vor der Ausstrahlung oder Veröffentlichung müssen alle endgültigen Inhalte von Apple bewilligt werden. Rechnen Sie mit mindestens fünf bis sieben Werktagen, bis Sie eine Antwort erhalten.

Ihre Marketing- und Werbematerialien müssen den Stil Ihrer Firma widerspiegeln. Es ist Ihnen in keinem Fall gestattet, Apple Materialien zu kopieren oder zu imitieren.

## Marken und Copyright-Hinweise

In Materialien, die ausschließlich in den USA verteilt werden, muss jede Apple Marke mit dem entsprechenden Symbol (™, SM oder ®) gekennzeichnet werden, wenn sie zum ersten Mal im Fließtext erscheint. Beispiel:

iPhone®  
iPad®  
iPod touch®  
App Store<sup>SM</sup>

Laden Sie die Liste der Apple Marken unter [www.apple.com/legal/trademark/applemlist.html](http://www.apple.com/legal/trademark/applemlist.html), um sicherzustellen, dass Sie das richtige Markensymbol verwenden. Fügen Sie kein Symbol zu der von Apple bereitgestellten Grafik des App Store Badge hinzu.

Verwenden Sie in allen Regionen die folgenden Copyright-Hinweise und listen Sie alle in Ihren Texten verwendeten Apple Marken auf:

Apple, das Apple Logo, iPad, iPhone und iPod touch sind Marken der Apple Inc., die in den USA und weiteren Ländern eingetragen sind. App Store ist eine Dienstleistungsmarke der Apple Inc.

Nennen Sie nur die Marken, die in Ihren Materialien tatsächlich verwendet werden.

Fügen Sie den folgenden Hinweis hinzu, wenn Sie in Ihrer Kommunikation auf iTunes verweisen oder Bezug nehmen:

iTunes darf nur zum Kopieren von Materialien verwendet werden, sofern dies rechtlich zulässig ist oder vom Rechteinhaber gestattet wurde.  
Raubkopien sind illegal.

Orientieren Sie sich an den üblichen Praktiken für die Platzierung rechtlicher Hinweise in Werbung, z. B. mit zusätzlich erstellten Display-Abbildungen oder über interaktive Links zu rechtlichen Hinweisen.

Weitere Informationen zur Verwendung von Apple Marken finden Sie auf der Webseite mit den Richtlinien zur Verwendung von Apple Marken und Copyrights unter [www.apple.com/legal/trademark/guidelinesfor3rdparties.html](http://www.apple.com/legal/trademark/guidelinesfor3rdparties.html).

Mit Zustimmung von Apple kann eine Übersetzung von Impressum und Copyright-Hinweisen (nicht jedoch der Marken) in Materialien verwendet werden, die außerhalb der USA verteilt werden. Eine Apple Marke darf niemals übersetzt werden.

Wenden Sie sich bei weiteren rechtlichen Fragen an das Support-Team für das iOS Entwicklerprogramm unter <http://developer.apple.com/contact>.

## Laden von Grafiken

Vorbehaltlich Ihres Einverständnisses mit den Bedingungen der Lizenzvereinbarung für App Marketing Artwork ist es Ihnen gestattet, Grafiken, darunter die App Store Badges sowie Fotos von iPhone, iPad und iPod touch, für Ihre Marketing- und Werbezwecke zu laden.

Besuchen Sie den Bereich „Marketing Resources“ im App Store Resource Center unter <http://developer.apple.com/appstore/resources/marketing>.

© 2012 Apple Inc. Alle Rechte vorbehalten. Apple, das Apple Logo, iPad, iPhone, iPod, iPod touch, iTunes, das iTunes Logo, Mac und QuickTime sind Marken der Apple Inc., die in den USA und weiteren Ländern eingetragen sind. Multi-Touch ist eine Marke der Apple Inc. App Store ist eine Dienstleistungsmarke der Apple Inc. iOS ist eine Marke oder eine eingetragene Marke von Cisco, die in den USA und weiteren Ländern eingetragen ist und in Lizenz verwendet wird. Bei allen anderen in diesem Dokument erwähnten Produkt- und Firmennamen kann es sich um Marken der jeweiligen Unternehmen handeln.