

SWAROVSKI

RICHTLINIEN FÜR DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG DER SWAROVSKI® MARKEN

JUNI 2018

EINLEITUNG

Lieber Swarovski-Kunde,

Herzlichen Glückwunsch! Sie haben sich für Markenkristalle und vorwärtsintegrierte Produkte von Swarovski® entschieden. Wir freuen uns über Ihren Kauf und bieten Ihnen hiermit einen praktischen Leitfaden für die ordnungsgemäße Verwendung der Swarovski Marken in Ihrer Marketingkommunikation.

Swarovski ist die Premiummarke für feinstes, präzise geschliffenes Kristall seit 1895. Das Unternehmen ist auf der ganzen Welt bekannt für seine unübertroffene Innovationskraft und die Zusammenarbeit mit erstklassigen Designern und internationalen Marken in der Welt der Mode, des Schmucks, der Accessoires, des Innendesigns und der Beleuchtungsindustrie.

Mit seiner einzigartigen Vielfalt an Schliffen, Farben, Effekten, Formen und Größen bilden die innovativen Kristalle von Swarovski im bleifreien* Advanced Crystal Standard eine fantastische Quelle der Inspiration. Entstanden aus der Leidenschaft für höchste Detailpräzision, realisiert durch modernste Schleiftechnologie, sorgen sie auf jedem Produkt für Stil und Glamour.

*Kristallglas und alle anderen Materialien, die 0,009 % Blei oder weniger enthalten.

INHALT

1.0 DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG DER SWAROVSKI® MARKEN	5	2.0 ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR WIEDERVERKÄUFER (B2B)	25	3.0 ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR INGREDIENT KUNDEN (B2C)	29
1.1 „GOLDENE REGELN“	6	2.1 ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR KUNDEN VON WIEDERVERKÄUFERN	26	3.1 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI® ALS INGREDIENT BRAND	30
1.2 DIE 100 % REGEL	7	2.1.1 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI® BEIM WIEDERVERKAUF	26	3.2 DIE HERVORHEBUNG IHRES NAMENS UND/ODER IHRER MARKE	31
1.3 DIE VERWENDUNG DES LOGOS	8	2.1.2 DIE HERVORHEBUNG IHRES NAMENS UND/ODER IHRER MARKE	26	3.3 DIE GRUNDREGELN DER ORDNUNGSGEMÄSSEN VERWENDUNG	33
1.3.1 DAS SWAROVSKI INGREDIENT-BRAND-LOGO	8	2.1.3 DIE VERWENDUNG AUF VERPACKUNGEN	26	3.4 DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG IM TEXT	34
1.3.2 DIE SWAROVSKI LOGOS FÜR WIEDERVERKÄUFER	9	2.1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI IM TEXT	27	3.5 LOGO POSITIONIERUNG	35
1.3.3 DIE SWAROVSKI SCHWAN-LOGOS	10	2.1.5 DIE VERWENDUNG IM TEXT FÜR WIEDERVERKÄUFER	28	3.6 MINDESTABSTAND	36
1.3.4 ANDERE SWAROVSKI MARKEN UND LOGOS	11			3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE	39
1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI®	12			3.7.1 PRODUKT- UND VERPACKUNGSLÖSUNGEN	39
1.5 DIE VERWENDUNG DES „®“ SYMBOLS	17			3.7.2 PRODUKTKATALOG	40
1.6 DIE VERWENDUNG DER MARKE/DES FIRMENNAMENS VON SWAROVSKI®	18			3.7.3 POINT OF SALE	41
1.7 DIE NAMEN- UND MARKENINTEGRITÄT VON SWAROVSKI®	20			3.7.4 WEBSEITE DES VERTRAGSPARTNERS	42
1.8 DER „LOOK & FEEL“ VON SWAROVSKI	23			3.7.5 SOCIAL MEDIA	43
1.9 DIE VERANTWORTUNG FÜR PARTNER UND WIEDERVERKÄUFER	24			3.7.6 GOOGLE ADWORDS	47

EINLEITUNG

ZIEL

Ziel dieses Dokuments ist es, einen praktischen Leitfaden zur ordnungsgemäßen Verwendung der Marke Swarovski® in Ihrer Marketingkommunikation, wie beispielsweise in der Werbung, im Internet, in Marketing Kommunikation zu geben.

Unter der „Marke Swarovski“ verstehen wir das Wort Swarovski in jeder Schriftart und Größe, ob alleinstehend oder kombiniert mit anderen Elementen, im Text oder als Teil eines Logos.

Wir nehmen den Missbrauch der Swarovski Marken sehr ernst und halten die strenge Überwachung ihrer Verwendung in den Märkten für eine notwendige Maßnahme, um den Wert und das Image der Marke Swarovski im Sinne aller Akteure zu schützen. Dazu gehören auch Sie als Kunde. Durch die Einhaltung dieser Richtlinien helfen Sie, den Wert und das Image der Marke Swarovski zu bewahren und können selbst Nutzen daraus ziehen.

Da die Richtlinien regelmäßig aktualisiert werden, möchten wir Sie bitten, diese von Zeit zu Zeit auf unserer Webseite swarovski-professional.com zu prüfen.

ZIELGRUPPE

Diese Richtlinien gelten für die Verwendung der Swarovski® Marken für alle Kunden, die lose Kristalle und vorwärtsintegrierte Produkte von Swarovski® als Bestandteil in ihre eigenen Endprodukte integrieren oder lose Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte von Swarovski® weiterverkaufen. Dazu zählen auch direkte und indirekte Kunden (d. h. Kunden, die diese Produkte nicht direkt bei Swarovski, sondern über einen Wiederverkäufer erwerben).

Hinweis: Die in den hier angegebenen Beispielen genannten Unternehmen und Marken sind frei erfunden und beziehen sich nicht auf bestehende Unternehmen oder Marken. Jegliche Ähnlichkeiten mit bestehenden Unternehmen oder Marken sind rein zufällig.

ANDERE VEREINBARUNGEN

Bestehen zwischen Ihnen und Swarovski bereits andere Vereinbarungen zur Verwendung der Swarovski® Marken, beispielsweise Kauf-, Verkaufs-, Branding-, Logo oder Lizenzverträge – dann haben diese Vereinbarungen im Konfliktfall grundsätzlich Vorrang vor diesen Richtlinien.

FRAGEN & KONTAKTE

Bei Fragen zur ordnungsgemäßen Verwendung der Marken und Handelsmarken oder zum Branding-Programm von Swarovski wenden Sie sich bitte an Ihre lokale Ansprechperson bei Swarovski oder per E-Mail an sp.branding@swarovski.com

DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG DER SWAROVSKI® MARKEN

In diesem Dokument verstehen wir unter der „Marke Swarovski“ das Wort Swarovski in jeder Schriftart und Größe, ob alleinstehend oder kombiniert mit anderen Elementen, im Text oder als Teil eines Logos. Wie weiterhin in diesen Richtlinien festgelegt, dürfen Sie die Swarovski Marke ausschließlich als Referenz im Text verwenden. Die Verwendung des Logos ist Ihnen nur gestattet, wenn Sie eine separate Logo-Brandingvereinbarung mit Swarovski getroffen haben.

1.1 „GOLDENE REGELN“

01 DIE 100 % REGEL

- Verweisen Sie nur dann auf die Marke Swarovski, wenn Sie sich auf Swarovski Produkte oder Produkte, die zu 100 % mit Swarovski Markenkristallen bestückt sind, beziehen.

02 VERWENDUNG DES LOGOS

- Verwenden Sie das Schwan-Logo, Ingredient-Brand-Logo und jegliche anderen Swarovski Logos nur dann, wenn es Ihnen gemäß diesen Richtlinien gestattet ist oder Sie eine Logo-Vereinbarung unterzeichnet haben.

03 DIE HERVORHEBUNG IHRES NAMENS UND/ ODER IHRER MARKE

- Es muss klar kommuniziert werden, WER der Hersteller und/oder Vermarkter des Endprodukts ist. Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, dass es sich bei dem Produkt um ein Produkt von Swarovski handelt.
- Swarovski darf nicht die einzige sichtbare Marke auf der Internet-Seite oder der Verpackung usw. sein.
- Ihr Name oder Ihre Marke muss deutlich hervorgehoben und erkennbar sein.

04 VERWENDEN SIE SWAROVSKI NUR ALS INGREDIENT BRAND

- Bezeichnen Sie Ihr Produkt (z. B. Schmuck, Handtasche) mit Kristallen von Swarovski nicht als „Swarovski Schmuck“.
- Verwenden Sie Swarovski nicht in Überschriften, Bannern oder als Kategorie- oder Produktnamen.
- Verwenden Sie Formulierungen wie „verziert mit Kristallen von Swarovski®“, um Swarovski eindeutig als Kristallanbieter und nicht als Produkteigentümer zu identifizieren.

05 DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG DES WORTES SWAROVSKI

- Verwenden Sie das Wort Swarovski in derselben Schrift und Größe wie der umliegende Text. Verändern Sie das Wort Swarovski nicht. Andere Schreibweisen oder Abkürzungen sind nicht gestattet.

06 DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG DES „®“ SYMBOLS

- Verwenden Sie „®“ nach dem Wort Swarovski mindestens einmal auf jeder Seite, auf der Swarovski als Ingredient Brand oder Marke für lose Kristalle und vorwärtsintegrierte Produkte erwähnt wird.

07 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI ALS ADJEKTIV UND DES FIRMENNAMENS ALS NOMEN

- Marke: „... überzogen mit funkelnden Kristallen von Swarovski®.“
- Firmenname: „Swarovski ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Kristallen.“

08 DIE NAMENS- UND MARKENINTEGRITÄT VON SWAROVSKI®

- Es ist nicht gestattet, den Namen Swarovski in Logos, Firmennamen, Visitenkarten, Webseite-Namen, Domain-Namen oder Namen von Endprodukt-Kollektionen usw. zu integrieren.

09 DER „LOOK & FEEL“ VON SWAROVSKI

- Verwenden Sie keine Materialien mit Swarovski-Copyright, wie beispielsweise Visuals, Videos, Bilder, etc.

10 DIE VERANTWORTUNG FÜR PARTNER UND WIEDERVERKÄUFER

- Beim Verkauf Ihrer Produkte über Dritte haben Sie sicherzustellen, dass diese Produkte fair, ehrlich und nicht möglicherweise auf irreführende Weise vermarktet werden.

1.2 DIE 100 % REGEL

Der Verweis auf die Swarovski Marke ist nur zulässig, wenn Sie mit angemessenem Aufwand sichergestellt haben, dass es sich bei den Kristallen, die Sie weiterverkaufen oder in Ihren eigenen Produkten verwenden, tatsächlich zu 100% um Swarovski® Markenkristalle handelt.

Ausschließlich bei Einkäufen direkt von Swarovski ist gewährleistet, dass die gekauften Kristalle echte Produkte von Swarovski sind. Wenn Sie ihre Ware über andere Kanäle beziehen, sollten Sie mit allen erforderlichen Maßnahmen sicherstellen, dass die von Ihnen gekauften Produkte echte Swarovski® Markenkristalle sind. Beachten Sie, dass gefälschte und falsch gekennzeichnete Produkte im Handel sind. Wählen Sie Ihre Lieferanten sorgfältig aus und verlangen Sie Nachweise, dass es sich bei den Produkten um Swarovski® Markenprodukte handelt die vom Lieferanten von Swarovski bezogen wurden.

Die Marke Swarovski steht für eine bestimmte Auswahl von Premium-Kristallen und vorwärtsintegrierten Produkten, die von Swarovski unter der Marke Swarovski vermarktet werden. Ihre Verwendung darf nicht auf andere Waren oder Dienstleistungen ausgedehnt werden. Die Verwendung der Marke Swarovski in Bezug auf Produkte anderer Marken einschließlich solcher, die von Swarovski hergestellt oder vermarktet werden, wäre irreführend für Kunden und Verbraucher und schädlich für die Marke Swarovski.

Regel:

Stellen Sie sicher, dass es sich bei Ihren Kristallen zu 100 % um Markenkristalle von Swarovski® handelt.

Das Kennzeichen Swarovski darf insbesondere nicht in Bezug auf Produkte verwendet werden, die durch andere Unternehmen hergestellt und vermarktet werden, oder die von Swarovski unter einem anderen Kennzeichen als Swarovski vermarktet werden. Es sollte außerdem nicht in Verbindung mit End- und Halbfertigprodukten eingesetzt werden, wenn diese Produkte andere Kristalle, Edelsteine, Steine oder Komponenten enthalten, die von einem anderen Unternehmen hergestellt und vermarktet werden, oder von Swarovski unter einer anderen Marke als Swarovski vermarktet werden.

Jede Verwendung der Marke Swarovski in diesen Zusammenhängen könnte für die Kunden und Verbraucher irreführend sein und könnte für Sie zu einer Haftung aus Markenrechtsverletzung, irreführender Werbung und unlauterem Wettbewerb führen.

1.3 DIE VERWENDUNG DES LOGOS

Sofern diese Richtlinien nicht etwas anderes vorsehen, ist die Verwendung aller Swarovski Logos daran gebunden, dass Sie zuvor einen schriftlichen Logo-Vertrag von Swarovski unterzeichnen. Darüber hinaus dürfen einige Logos verwendet werden, andere jedoch nicht. Die Verwendung eines Swarovski Logos ohne unterschriebenen Logo-Vertrag von Swarovski wäre für die Kunden und Verbraucher irreführend und könnte für Sie zu einer Haftung aus Markenrechtsverletzung, irreführender Werbung und unlauterem Wettbewerb führen. Wenn Sie Interesse haben, ein Swarovski® Logo zu verwenden, schreiben Sie bitte ein E-Mail an Swarovski Professional Marketing: sp.branding@swarovski.com

1.3.1 DAS SWAROVSKI INGREDIENT-BRAND-LOGO

Die Verwendung des Ingredient-Brand-Logos ‚Crystals from Swarovski®‘ (s. Abbildung rechts) ist denjenigen vorbehalten, die einen schriftlichen Logo-Vertrag mit Swarovski abgeschlossen haben. Verwenden Sie dieses Logo nicht ohne einen unterschriebenen Logo-Vertrag von Swarovski.

Regel:

**Verwenden oder imitieren
Sie keine Swarovski® Logos.**



1.3 DIE VERWENDUNG DES LOGOS

1.3.2 DIE SWAROVSKI LOGOS FÜR WIEDERVERKÄUFER

Die Verwendung der Swarovski Logos für Wiederverkäufer (s. Abbildungen rechts) ist denjenigen vorbehalten, die einen schriftlichen Logo-Vertrag mit Swarovski abgeschlossen haben. Verwenden Sie diese Logos nicht ohne einen unterschriebenen Logo-Vertrag von Swarovski.



1.3 DIE VERWENDUNG DES LOGOS

1.3.3 DIE SWAROVSKI SCHWAN-LOGOS

Die Verwendung des Swarovski Schwan-Logos (s. Abbildungen rechts) oder von Variationen davon, ist ohne schriftliche Genehmigung von Swarovski **NICHT** gestattet. Die Swarovski Schwan-Logos sind ausschließlich zur Verwendung in Verbindung mit vom Swarovski Consumer Goods Business hergestellten und vermarkteten End- und Zwischenprodukten, einschließlich Swarovski Schmuck, Accessoires, Brillen, Beleuchtung, Figurinen und Wohnaccessoires vorgesehen sowie für Produkte aus der „Signatur-Kollektion“ (= Einzelhandelskollektion) oder maßgeschneiderten, vom Swarovski Headquarter gefertigten und genehmigten Lösungen gestattet.

Die Swarovski Schwan-Logos dürfen nie in Verbindung mit losen Markenkristallen von Swarovski® oder Endprodukten und/oder vorwärtsintegrierten Produkten die mit diesen hergestellt werden, bzw. die nicht von Swarovski hergestellt oder vermarktet wurden, verwendet werden, weil eine derartige Verwendung die Kunden und Verbraucher verwirren würde und hinsichtlich des Ursprungs der betroffenen Waren irreführen könnte, was für Sie zu einer Haftung aus Markenrechtsverletzungen, irreführender Werbung oder unlauterem Wettbewerb führen könnte.

Die Verwendung des Swarovski Schwan-Logos ist ausschließlich Swarovski und den unabhängigen, von Swarovski autorisierten Händlern und B2B Corporate Gift Kunden vorbehalten.



1.3 DIE VERWENDUNG DES LOGOS

1.3.4 ANDERE SWAROVSKI MARKEN UND LOGOS

Verwenden Sie keine sonstigen Swarovski Marken oder Logos einschließlich der Marken, die früher für das Swarovski-Premium-Kristallsortiment verwendet wurden. Die folgenden Marken (s. Abbildungen rechts) sind Beispiele für Marken, die aus dem Verkehr gezogen wurden oder in Verbindung mit anderen Produktlinien von Swarovski verwendet werden. Diese Logos oder Imitationen davon dürfen nicht verwendet werden.

SWAROVSKI ELEMENTS

CRYSTAL
LIZEN
SWAROVSKI ELEMENTS

Made with
CRYSTAL
LIZEN
SWAROVSKI ELEMENTS



Frühere Swarovski Marken und Logos

1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI®

Wenn Sie keinen der erwähnten schriftlichen Logo-Verträge abgeschlossen haben, können Sie dennoch die Swarovski® Marke verwenden, um in Ihren Marketing-Materialien einschließlich Werbung, Verpackungen und Verkaufsförderungsmaterialien auf Swarovski® Markenkristalle zu verweisen. Sofern diese Richtlinien nichts anderes vorsehen, muss die Verwendung allerdings auf Hinweise in Textform im Fließtext beschränkt bleiben und immer durch die Verwendung desselben Schrifttyps und derselben Schriftgröße ohne besondere Hervorhebung (z. B. kein Fett- oder Kursivdruck, keine Unterstreichung, abweichende Farbgebung oder Druck in Versalien) an den Stil des umgebenden Textes angepasst sein.

DIE HERVORHEBUNG IHRES NAMENS UND/ODER IHRER MARKE

Es muss klar kommuniziert werden, dass Sie der Hersteller und Vermarkter des Endprodukts sind. Es darf kein Potenzial für Verwechslungen oder das Missverständnis bestehen, dass das Produkt von Swarovski gefertigt, vermarktet, gesponsert oder empfohlen sein könnte. Der Verbraucher darf niemals zur Ansicht kommen, dass Ihr Produkt, das mit Kristallen von Swarovski® verziert ist, von Swarovski hergestellt oder genehmigt wurde. Mit dem Verweis auf Swarovski kommt ausschließlich zum Ausdruck, dass Kristalle von Swarovski® lediglich ein Bestandteil Ihres Produktes sind. Ihr Markenname muss deutlich hervorgehoben sein und Swarovski darf nicht die einzige sichtbare Marke in Ihrer On-/Offline-Kommunikation sein.

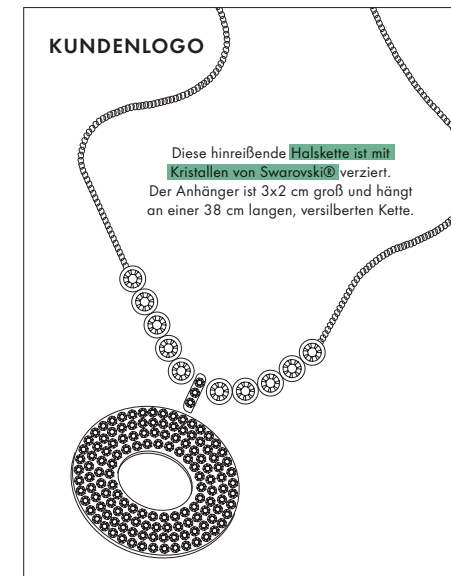
Regel:

Verweisen Sie auf die Marke Swarovski® ausschließlich als Textreferenz im Fließtext.

RICHTIG



Beispiel für die ordnungsgemäße Verwendung ohne Fließtext



Beispiel für den gestatteten Bezug auf Swarovski als Ingredient Brand

1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI®

SWAROVSKI ALS INGREDIENT BRAND

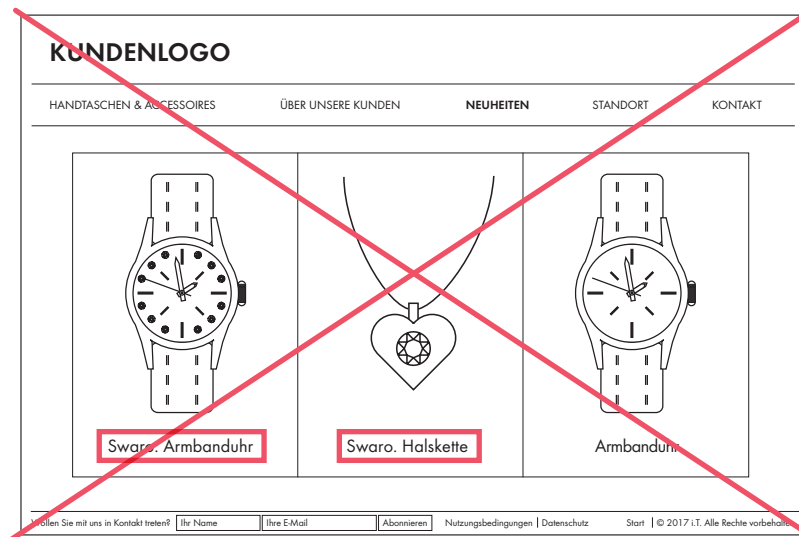
Beziehen Sie sich bei Ihrem mit Kristallen von Swarovski verzierten Produkt nicht auf ein „Swarovski Kristall“ oder „Swarovski“ Produkt. Swarovski darf nicht in Überschriften, Bannern oder als Kategorienname verwendet werden.

Weitere Beispiele finden Sie in Kapitel 3
(Zusätzliche Richtlinien für Ingredient Kunden)

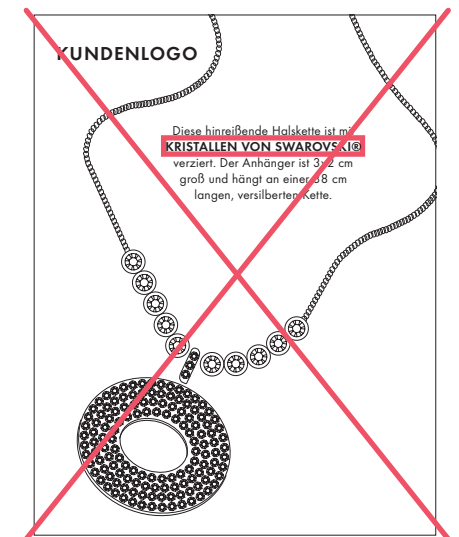
1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI®

Darüber hinaus darf die Swarovski Marke nicht modifiziert, verlängert oder abgekürzt werden. Verwenden Sie beispielsweise nicht Swaro oder Swarov alleinstehend oder in Kombination mit anderen Elementen.

FALSCH



Beispiel für einen nicht gestattete Textverweis: Swarovski wird abgekürzt und als Produktname verwendet

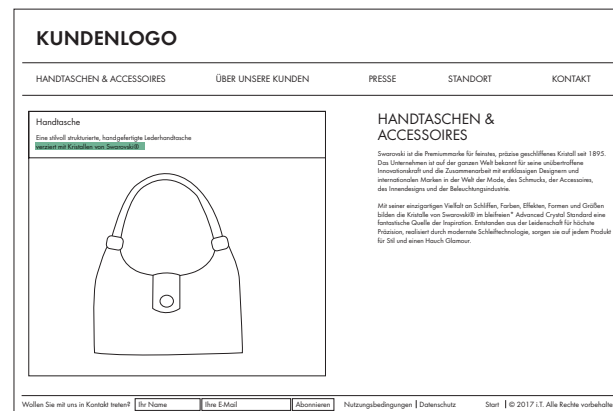


Beispiel für eine nicht gestattete Textreferenz: fett hervorgehoben und nicht an den umgebenden Fließtext angepasst

1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI®

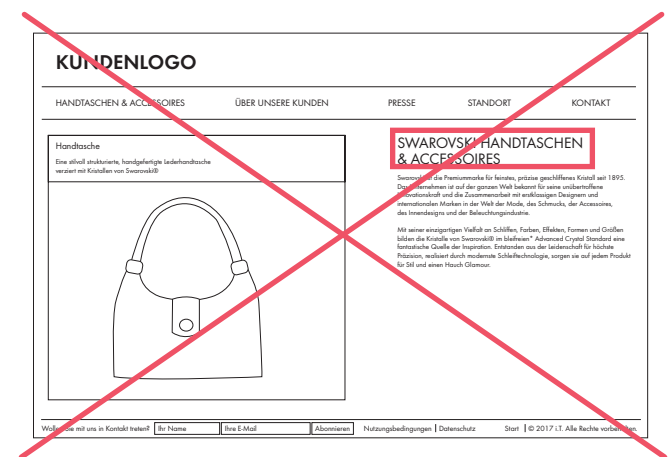
Verwenden Sie die Swarovski Marke nicht zu häufig:
Der Verweis auf Swarovski Markenkristalle sollte nur im Fließtext und im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Produkt das mit Swarovski Kristallen verziert ist erfolgen.

RICHTIG



Beispiel für den gestatteten Bezug auf Swarovski
als Ingredient Brand

FALSCH



Es ist Ihnen nicht gestattet, den Namen Swarovski in den
Produktamen zu integrieren

1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI®

ETIKETTEN & AUFKLEBER

Auf Etiketten und Aufklebern von Produkten/
Produktverpackungen darf die Swarovski® Marke nur gemäß
der Allgemeinen Markenrichtlinien verwendet werden:

- nur gemeinsam mit dem Kundenlogo
- nur als Textreferenz und an den Fließtext angepasst
(keine Fettschrift, nicht hervorgehoben, usw.)
- nicht zu nahe am Kundenlogo (Mindestabstand!)

Ausnahme für Etiketten:

Ist eine Platzierung auf derselben Seite nicht umsetzbar
(z. B. Mindestabstand nicht möglich), kann die Formulierung
„verziert mit Kristallen von Swarovski®“ auf der Rückseite
des Etiketts platziert werden, sofern die Allgemeinen
Markenrichtlinien eingehalten werden.

RICHTIG



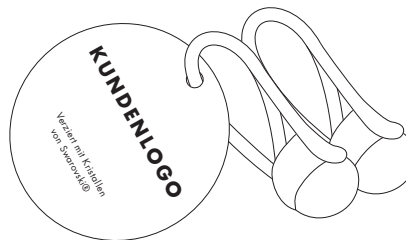
Ordnungsgemäße Verwendung,
Zeilenumbbruch, zentriert



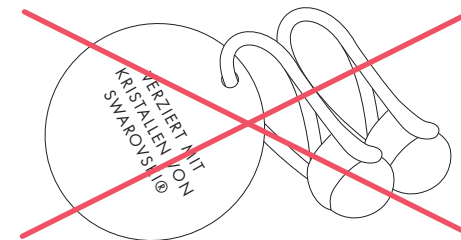
Ordnungsgemäße Verwendung,
Zeilenumbbruch, linksbündig



Ordnungsgemäße Verwendung,
Zeilenumbbruch, rechtsbündig



Beispiel für die gestattete Verwendung
der Swarovski Marke auf einem Etikett



Beispiel für die nicht gestattete Verwendung
der Swarovski Marke auf einem Etikett
(kein Kundenlogo sichtbar)

1.5 DIE VERWENDUNG DES „®“ SYMBOLS

Die Swarovski Marke ist eine weltweit eingetragene Marke der Swarovski AG. In allen Marketingmaterialien in denen Bezug auf die Swarovski Marke genommen wird, ist das Symbol für Handelsmarken ® sowie der folgende Marken-Hinweis aufzunehmen:

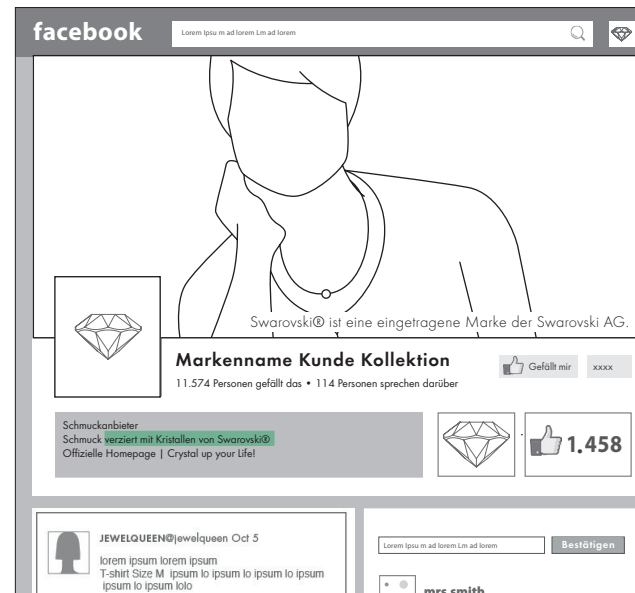
Swarovski® ist eine eingetragene Marke der Swarovski AG.

Das Symbol ® ist beim ersten oder auffälligsten Verweis auf die Marke Swarovski zu verwenden. Die Marke Swarovski muss nur einmal in jedem zusammenhängenden Dokument oder bei der Verwendung im Internet einmal auf jeder separaten Webseite mit dem Symbol ® gekennzeichnet werden. Der Marken-Hinweis sollte in einer gut lesbaren Schriftart am unteren Ende der Werbung, am Ende eines Dokumentes (z. B. letzte Seite oder Rückseite), als fester Hinweis oder Link am Ende einer Webseite oder an einer sonstigen, zum Layout passenden Stelle erscheinen, wobei der Hinweis leicht zugänglich, sichtbar und lesbar sein muss.

Regel:

Verweisen Sie mit den ordnungsgemäßen Symbolen und Fußnoten auf die Swarovski® Marke

RICHTIG



Beispiel für die ordnungsgemäße Verwendung des ® Symbols

1.6 DIE VERWENDUNG DER MARKE/DES FIRMENNAMENS VON SWAROVSKI®

DIE HANDELSMARKE

Die Handelsmarke ist ein Adjektiv und darf nur als solches verwendet werden. Verwenden Sie sie daher nicht als Nomen, im Plural oder im Genitiv. Verwenden Sie die Swarovski Marke stets vor oder hinter dem passenden Substantiv für das Produkt oder die Produktkategorie.

„Swarovski“ muss an den umgebenden Fließtext angepasst werden (keine Fettschrift oder Großbuchstaben, nicht hervorgehoben, usw.)

Regel:

Verwenden Sie die Swarovski Marke als Adjektiv und den Firmennamen als Nomen.

RICHTIG

- Unsere Handtaschen glänzen mit einer Fülle funkelnder Swarovski® Kristalle.
- Mit Swarovski® Beads können Sie Ihre individuellen Schmuckkreationen gestalten.
- Swarovski® Chatons und Flatbacks sind ideal für viele verschiedene Applikationen.
- Die funkelnden Kristalle von Swarovski® sind einfach unverwechselbar.

~~FALSCH~~

- ~~– Unsere Handtaschen glänzen mit funkelnden Swarovkis.~~
- ~~– Ein Swarovski lässt sich leicht aufnehmen.~~
- ~~– Das Funkeln eines Swarovkis ist einfach unverwechselbar.~~

1.6 DIE VERWENDUNG DER MARKE/DES FIRMENNAMENS VON SWAROVSKI®

Firmenname:

Beim Verweis auf die Firma Swarovski oder die Swarovski Firmengruppe ist es gestattet, Swarovski ohne das ® Symbol als Nomen zu verwenden, da das Wort in diesem Zusammenhang die Funktion eines Nomens erfüllt. „Swarovski“ muss an den umgebenden Fließtext angepasst werden (keine Fettschrift oder Großbuchstaben, nicht hervorgehoben, usw.)

Die Verwendung des Firmennamens:

- Swarovski ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Kristallen.
- Swarovski bietet seinen Geschäftspartnern eine breitgefächerte Service-Palette.
- Swarovski ist für seine konkurrenzlos hohe Innovationskraft und Perfektion berühmt.

1.7 DIE NAMEN- UND MARKENINTEGRITÄT VON SWAROVSKI®

Regel:

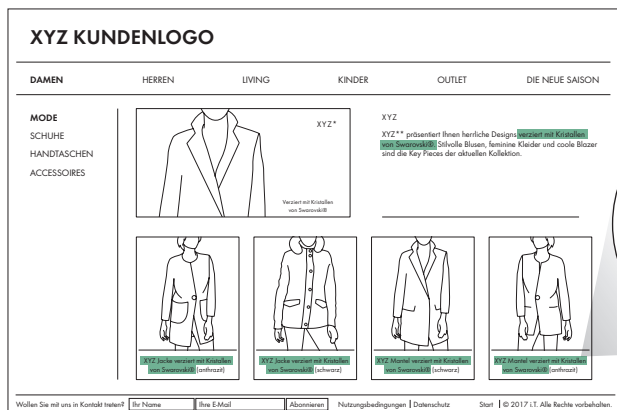
Bewahren Sie die Namen- und Markenintegrität von Swarovski®.

Integrieren Sie den Namen oder die Marke Swarovski oder jeden erkennbaren Bestandteil davon **NICHT** in Ihre eigene oder andere Marken, Logos, Handelsmarken oder Firmennamen.

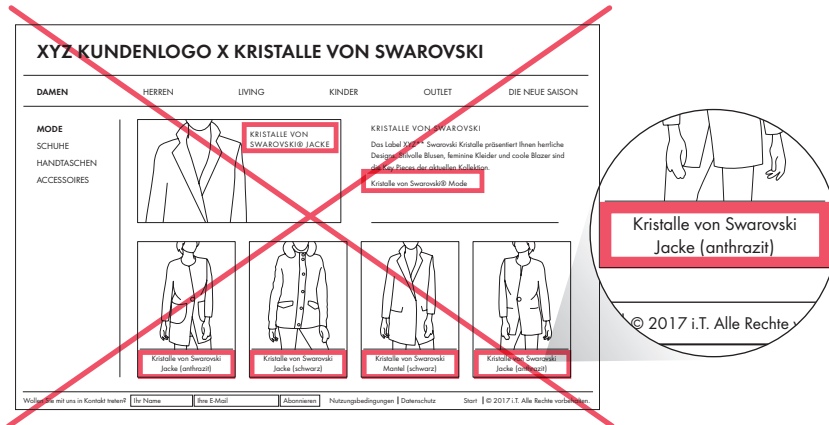
Kreieren Sie **KEINE** Begriffe oder Identifikatoren wie

- SwaroKristalle
- SwaroApp
- Swarovski von Diana
- Kristalle von Swarovski Jacke

RICHTIG



Firmenname und „verziert mit Kristallen von Swarovski“ sind deutlich voneinander getrennt



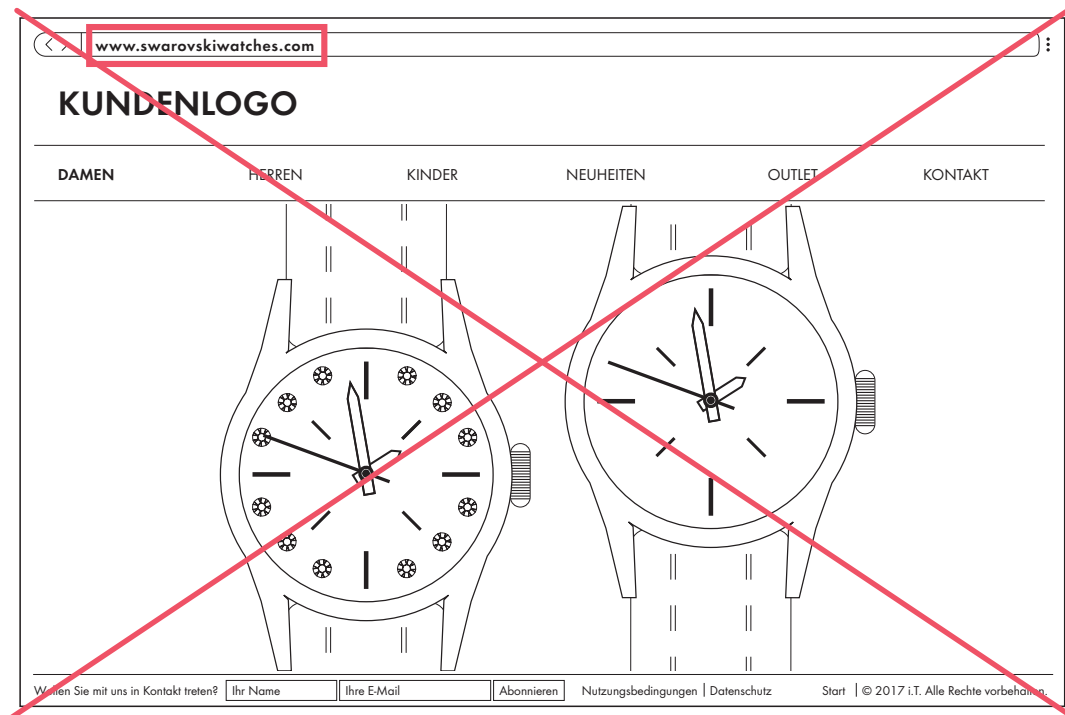
Integrieren Sie den Namen Swarovski nicht in Ihren eigenen Firmennamen

1.7 DIE NAMEN- UND MARKENINTEGRITÄT VON SWAROVSKI®

Verwenden Sie den Namen oder die Marke Swarovski oder jeden unverkennbaren Bestandteil davon **NICHT** in Namen für Domain-Namen, Online-Kontennamen, Benutzernamen in sozialen Medien, E-Mail-Adressen oder anderen Online-Kennungen.

~~www.swarovskiwatches.com~~
~~www.swarovskiadicted.com~~
~~www.crystalsfromswarovskijewelry.com~~

FALSCH

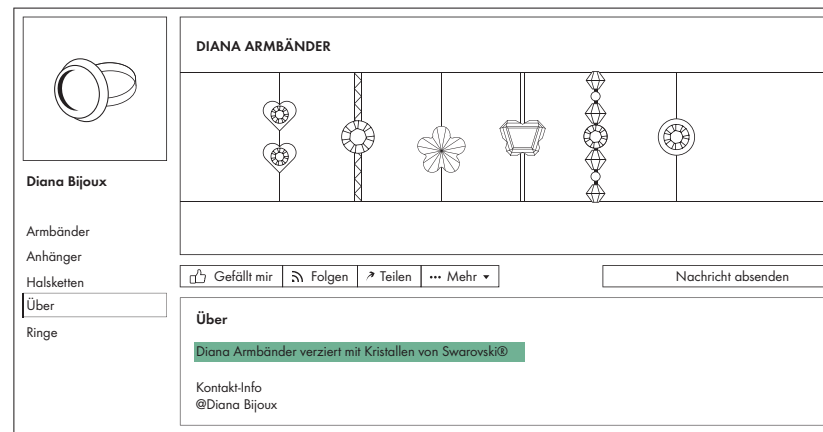


Verwenden Sie den Namen Swarovski nicht in Domain-Namen

1.7 DIE NAMEN- UND MARKENINTEGRITÄT VON SWAROVSKI®

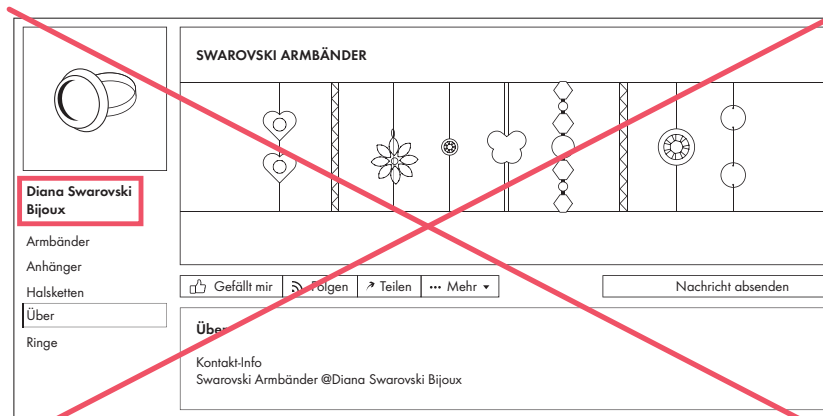
Verwenden Sie die Swarovski Marke **WEDER** allgemein **NOCH** als Kategorienamen oder als Marke, wenn Sie sich auf Produkte ohne Swarovski® Markenkristalle beziehen.

RICHTIG



„Verziert mit Kristallen von Swarovski®“ bezieht sich eindeutig auf die links gezeigten Diana Armbänder.

FALSCH



Beschreiben Sie Ihr Produkt nicht als Swarovski oder Kristalle von Swarovski Produkt. Es muss deutlich werden, dass Sie Hersteller und Vermarkter des Produktes sind.

1.8 DER „LOOK & FEEL“ VON SWAROVSKI

Verwenden Sie keine urheberrechtlich geschützten Materialien, die von Swarovski entwickelt wurden, sofern Sie dazu keine ausdrückliche schriftliche Genehmigung von einem Vertreter von Swarovski erhalten haben. Dazu gehören Swarovski Materialien für die Verkaufsförderung vor Ort (POS) und Anlehnungen an das Corporate Design von Swarovski einschließlich künstlerischer Darstellungen, Fotos, Grafiken, Schriftarten und sonstiger Designelemente, die auf den offiziellen Websites oder in Marketing- und Verkaufsförderungsmaterialien von Swarovski dargeboten werden.

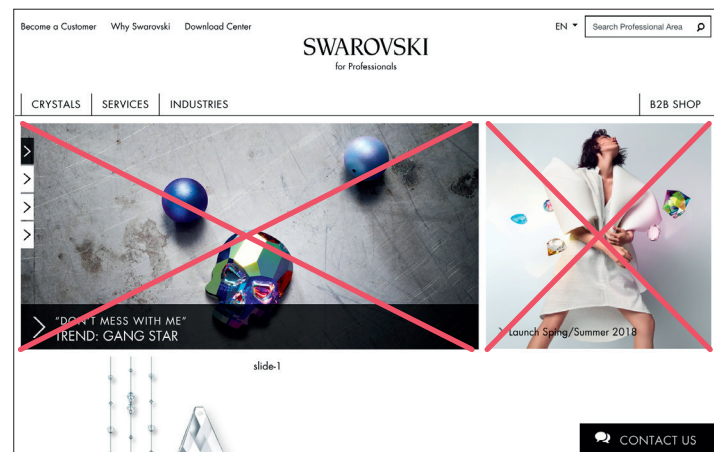
Die Verwendung von urheberrechtlich geschützten Materialien von Swarovski würde nicht nur gegen die gewerblichen Schutzrechte von Swarovski verstoßen, sondern könnte durch die Vorspiegelung einer Verbindung mit Swarovski für Kunden und Verbraucher irreführend sein und für Sie zu einer Haftung aus Marken- und Urheberrechtsverletzung, irreführender Werbung und unlauterem Wettbewerb führen.

Hat Swarovski Ihnen gestattet, bestimmtes urheberrechtlich geschütztes Material zu verwenden, darf dieses Material nur auf Ihrer eigenen Webseite oder für Ihre Social-Media-Auftritte, über die Sie vollständige Kontrolle haben, verwendet werden. Es ist nicht gestattet, Dritten das Recht zur Vervielfältigung, Speicherung, Verbreitung oder Bereitstellung für Downloads von urheberrechtlich geschützten Material (direkt oder indirekt, beispielsweise über die Annahme der Allgemeinen Geschäftsbedingungen in einem Markt) zu übertragen. Weiterhin ist es nur dann gestattet, das urheberrechtlich geschützte Material zu verändern (z. B. durch Hinzufügen Ihres Logos oder Wasserzeichens oder durch Verschmelzung mit anderen Bildern), wenn Ihnen hierfür die ausdrückliche Genehmigung von Swarovski vorliegt.

Regel:

Verwenden Sie kein urheberrechtlich geschütztes, Werbe- oder POS-Material von Swarovski oder den Swarovski „Look & Feel“.

FALSCH



Kopieren Sie den Swarovski „Look & Feel“ nicht,
z. B. von Swarovski Webseiten

1.9 DIE VERANTWORTUNG FÜR PARTNER UND WIEDERVERKÄUFER

Wenn Sie über Wiederverkäufer, auf Internet-Plattformen oder über sonstige Intermediäre Swarovski® Markenkristalle oder eigene Produkte mit Swarovski Bestandteilen verkaufen, sind Sie dafür verantwortlich, dass diese Produkte in fairer, ehrlicher und nicht potenziell irreführender Form vermarktet werden. Ansonsten könnten Sie (sowie Ihre Wiederverkäufer und Vermarktungspartner) möglicherweise wegen Markenrechtsverletzung, irreführender Werbung und unlauterem Wettbewerb haftbar gemacht werden.

Geben Sie Ihren Wiederverkäufern und Marketingpartnern deshalb ein Exemplar dieser Richtlinien, unterstützen und erinnern Sie sie stets daran, diese Richtlinien in die Praxis umzusetzen.

ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR WIEDERVERKÄUFER (B2B)

Wenn Sie echte Swarovski® Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte an andere Wiederverkäufer oder Kunden verkaufen, die Swarovski® Markenprodukte als Bestandteile in ihren eigenen End- oder Zwischenprodukten verwenden, sind Sie unabhängig davon, ob Sie Ihre Ware direkt von Swarovski beziehen, ein Wiederverkäufer und müssen die Zusatzrichtlinien für Kunden von Wiederverkäufern befolgen.

2.1 ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR KUNDEN VON WIEDERVERKÄUFERN

2.1.1 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI® BEIM WIEDERVERKAUF

Verwenden Sie ‚Swarovski‘ ausschließlich als Hinweis darauf, dass Sie Swarovski® Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte weiterverkaufen. „Verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nur als Ingredient Brand und/oder als Marke für Endprodukte verwendet werden.

Beim Verwenden der Marke Swarovski beim Wiederverkauf gilt der folgende wesentliche und fundamentale Grundsatz: Es muss eindeutig klargestellt sein, dass Sie ein Wiederverkäufer von Swarovski® Markenkristallen und/oder vorwärtsintegrierten Produkten sind und die Möglichkeit für Verwirrungen oder Irrtümer dahingehend, dass Sie ein verbundenes Unternehmen oder ein Handelsunternehmen von Swarovski sind bzw. dass Swarovski Ihre Wiederverkaufsleistungen abwickelt, sponsert oder empfiehlt, ist auszuschließen.

Darüber hinaus müssen Sie eindeutig klarstellen, dass Sie keine Swarovski® Endprodukte oder Endprodukte die Swarovski® Kristalle enthalten, anbieten.

2.1.2 IHRE MARKE/IHR NAME MUSS DEUTLICH HERVORTRETEN

Stellen Sie sicher, dass Ihr eigener Firmenname oder Ihre Marke in der Werbung für Ihren Wiederverkauf am deutlichsten hervortritt. Beziehen Sie sich auf die Swarovski® Marke nur als Marke für die von Ihnen weiterverkauften Produkte.

Im Einklang mit der Auflage, dass klarzustellen ist, dass Sie ein Wiederverkäufer von Swarovski® Markenkristallen sind, haben Sie sicherzustellen, dass Ihr eigener Name oder Ihre eigene Marke bei der Verkaufsförderung Ihrer Dienstleistungen und Ihres Geschäfts am stärksten hervorgehoben wird.

In Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien für Ihre Dienstleistungen und Ihr Geschäft darf die Marke Swarovski® niemals als einzige Marke erscheinen. Als Hinweis auf Ihr Verkaufsangebot und Ihre Dienstleistungen muss Ihre eigene Marke, Ihr Firmenname oder Ihr Logo am stärksten hervortreten.

2.1.3 DIE VERWENDUNG AUF VERPACKUNGEN

Verwenden Sie die Swarovski® Marke nur auf nicht-modifizierten Originalverpackungen.

Bei neu verpackten Swarovski Markenkristallen und/oder vorwärtsintegrierten Produkten (z. B. veränderte Mengen, Größen-, Schliff- und Farbmischungen oder der Verkauf von Swarovski Markenkristallen in Sets in Kombination mit nicht-Swarovski Produkten, z. B. Applikationswerkzeug) muss Ihre eigene Marke auf der Verpackung erscheinen. Es muss eindeutig kommuniziert werden, wer für die Verpackung und den Vertrieb des Produkts verantwortlich ist.

2.1 ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR KUNDEN VON WIEDERVERKÄUFERN

2.1.4 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI IM TEXT

Verwenden Sie die Swarovski® Marke hauptsächlich als Textverweis und das Swarovski Logo nur in begrenztem Maß und ausschließlich um darauf hinzuweisen, dass Sie echte, und nicht modifizierte Swarovski® Kristalle und vorwärtsintegrierte Produkte weiterverkaufen.

Haben Sie Interesse daran, Swarovski Branding Vertragspartner zu werden? Dann wenden Sie sich bitte an Ihren lokalen Ansprechpartner von Swarovski oder an sp.branding@swarovski.com.

Um gemäß den Bestimmungen dieser Richtlinie die hervorgehobene Stellung Ihrer eignen Marke in Ihren Marketing- und Verkaufsförderungsmaterialien sicherzustellen, darf der Hinweis auf die Swarovski Marke primär als Textverweis im Fließtext erfolgen, wie dies detaillierter in den Basisrichtlinien festgelegt ist. Die Verwendung der Marke Swarovski ist nur gestattet, wenn Sie eine Logo-Vereinbarung mit Swarovski unterzeichnet haben. Die Verwendung der Marke Swarovski in Überschriften oder an andere optisch herausragende Stellen ist zu begrenzen, um den Eindruck zu vermeiden, dass Sie einen Swarovski Handelsunternehmen sind oder Ihr Wiederverkaufsgeschäft an Swarovski gebunden ist oder von Swarovski gesponsert wird.

Sie dürfen das Swarovski Logo auf echten, nicht modifizierten Originalverpackungen und von Swarovski bereitgestellten POS-Tools verwenden.

2.1 ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR KUNDEN VON WIEDERVERKÄUFERN

2.1.5 DIE VERWENDUNG IM TEXT FÜR WIEDERVERKÄUFER

Wiederverkäufer dürfen die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ nicht verwenden.

Wie bereits oben ausgeführt, ist die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ ausschließlich Herstellern von Produkten vorbehalten, die Swarovski® Markenkristalle als Bestandteil ihrer Produkte verwenden. Das Ingredient-Brand-Logo darf von Wiederverkäufern loser Swarovski® Markenkristalle nicht verwendet werden, da es die die Kunden und Verbraucher irreführen könnte.

Haben Sie Interesse daran, Swarovski Vertragspartner zu werden? Dann wenden Sie sich bitte an Ihren lokalen Ansprechpartner von Swarovski oder an sp.branding@swarovski.com.

Wiederverkäufer von Swarovski Kristallen müssen die offiziellen Produkt-/Kategorienamen verwenden. Diese finden Sie unter swarovski-professional.com.



Beispiel für den gestatteten Bezug auf Swarovski in Texten für Wiederverkäufer

ZUSÄTZLICHE RICHTLINIEN FÜR INGREDIENT KUNDEN (B2C)

Wenn Sie echte Swarovski® Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte in Ihren eigenen End- oder Zwischenprodukten (z. B. Schmuck, Accessoires, Kleidung etc.) verwenden, sind Sie unabhängig davon, ob Sie Ihre Ware direkt von Swarovski beziehen, ein Ingredient-Kunde und müssen diese Zusatzrichtlinien für Ingredient-Kunden befolgen. Wenn Sie Produkte weiterverkaufen, die nicht von Swarovski hergestellt wurden, aber echte Swarovski® Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte enthalten, sind sie auch ein Ingredient-Kunde und müssen ebenso diese Zusatzrichtlinie für Ingredient-Kunden befolgen.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite:
swarovski-professional.com.

3.1 DIE VERWENDUNG DER MARKE SWAROVSKI® ALS INGREDIENT BRAND

Beim Verwenden der Marke Swarovski gilt der folgende wesentliche und fundamentale Grundsatz: Es muss absolut klar sein, dass die Swarovski® Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte nur als Bestandteil Ihrer eigenen Endprodukte (oder der von Ihnen weiterverkauften Endprodukte) verwendet werden.

Es muss eindeutig zu erkennen sein, wer der Hersteller und/oder Vermarkter der Endprodukte ist, und potenzielle Irrtümer oder Missverständnisse, dass diese Produkte von Swarovski hergestellt, vermarktet, gesponsert oder empfohlen werden, sind auszuschließen.

Bitte beachten Sie in diesem Zusammenhang, dass Swarovski End- und Halbfertigprodukte im Schmuckbereich sowie sonstige Waren unter der Marke Swarovski vermarktet. Demzufolge besteht die realistische Möglichkeit, dass Verbraucher annehmen könnten, Ihre Produkte (oder die von Ihnen weiterverkauften Produkte) würden von Swarovski hergestellt, vermarktet, gesponsert oder empfohlen, wenn Sie in Ihrer Werbung und sonstigen Marketing-Kommunikation nicht eindeutig klarmachen, dass Sie (oder Ihr Lieferant) der Hersteller und/oder Vermarkter Ihrer Produkte sind und Swarovski® Markenkristalle nur als Bestandteile verwendet werden.

Jegliche Verwendung der Marke Swarovski, die den Eindruck erwecken könnte, dass Ihr Produkt (oder das von Ihnen weiterverkaufte Produkt) von Swarovski hergestellt, vermarktet gesponsert oder empfohlen wird, könnte den Kunden und Verbrauchern gegenüber irreführend sein und für Sie zu einer Haftung aus Markenrechtsverletzung, irreführender Werbung und unlauterem Wettbewerb führen.

Weitere Informationen finden Sie in Kapitel 1.0 Die ordnungsgemäße Verwendung der Swarovski® Marken.

3.2 DIE HERVORHEBUNG IHRES NAMENS UND/ODER IHRER MARKE

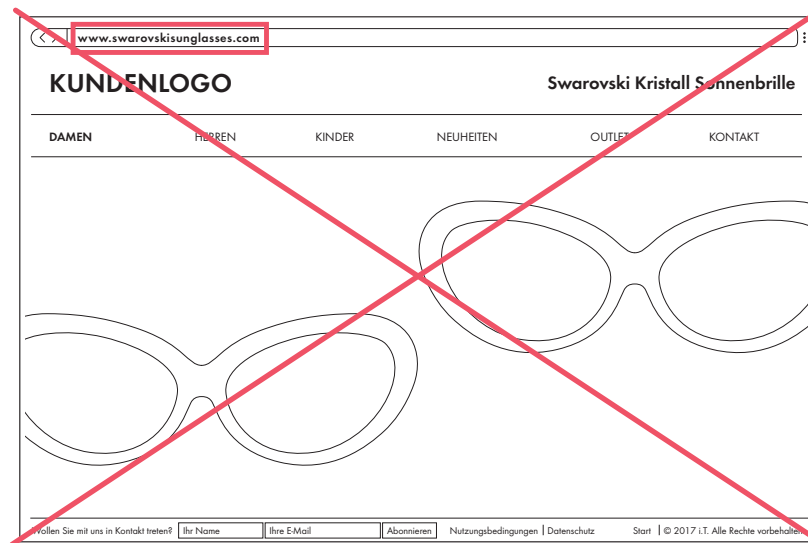
Im Einklang mit der Auflage, dass klarzustellen ist, dass Sie (oder Ihr Lieferant) der Hersteller und/oder Vermarkter des Endproduktes sind, müssen Sie sicherstellen, dass Ihr eigener Name oder Ihre Marke (oder der Name oder die Marke Ihres Lieferanten) bei der Verkaufsförderung dieser Produkte am stärksten hervorgehoben wird.

In allen Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien für Produkte, die Swarovski® Markenkristalle und/oder vorwärtsintegrierte Produkte enthalten, darf die Marke Swarovski® niemals als einzige Marke erscheinen. Als Verweis auf die Produkte müssen Ihre eigene Marke, Ihr eigener Name oder ihr Logo (oder Marke, Name oder Logo Ihres Lieferanten) am stärksten hervorgehoben werden, damit klar wird, dass Sie bzw. Ihr Lieferant (nicht Swarovski) der Schöpfer des Produktes sind. So darf Ihr Produkt niemals als „Swarovski Schmuck“ oder „Swarovski Kristall Sonnenbrille“ bezeichnet werden. Gleichermaßen dürfen Sie die Produkte niemals unter der Überschrift, dem Banner oder der Kategoriebezeichnung ‚Swarovski‘ präsentieren. Ihr Produkt (oder das Produkt Ihres Lieferanten) muss stets als Ihr eigenes Produkt (oder das Ihres Lieferanten) präsentiert werden und Swarovski darf nur im Zusammenhang mit Swarovski Komponenten als Bestandteile Ihres Produkts genannt werden. Beispiel:

„DIANA“ Pumps verziert mit Kristallen von Swarovski®

Um die hervorgehobene Stellung Ihrer eigenen Marke (oder derjenigen Ihres Lieferanten) in all Ihren Marketing- und Verkaufsförderungsmaterialien sicherzustellen, darf der Hinweis auf die Marke Swarovski nur als Textverweis im Fließtext erfolgen. Die Verwendung der Swarovski Marke in Überschriften oder optisch auffälligen Bereichen ist nicht gestattet.

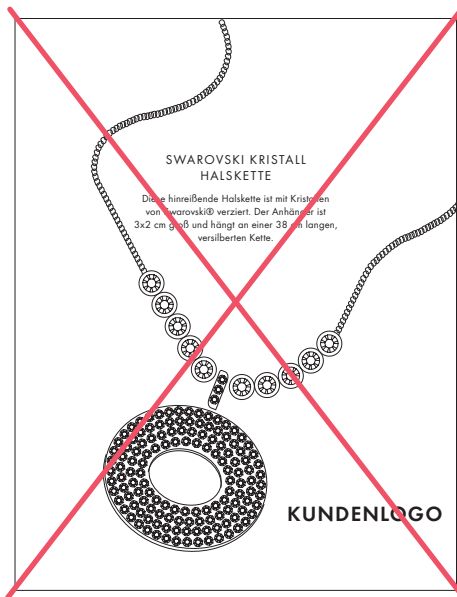
FALSCH



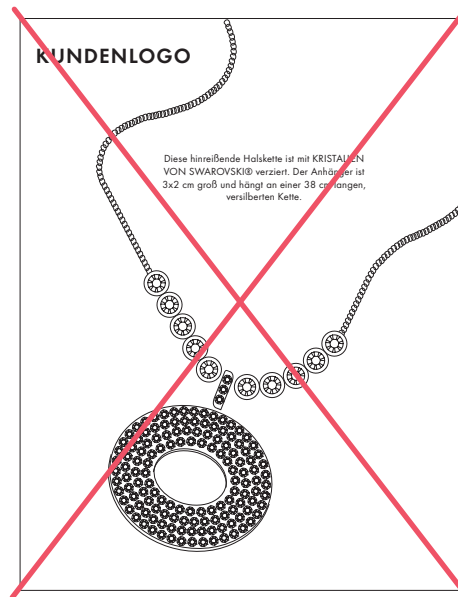
Verwenden Sie den Namen Swarovski nicht in Domain-Namen
Beziehen Sie sich nie auf das Produkt als „Swarovski Kristall Sonnenbrille“

3.2 DIE HERVORHEBUNG IHRES NAMENS UND/ODER IHRER MARKE

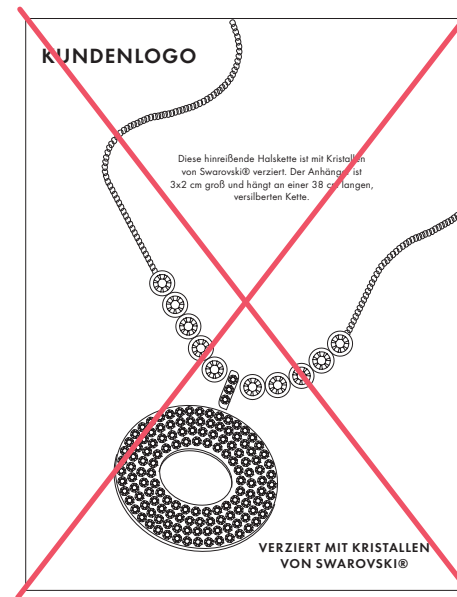
FALSCH



Verwenden Sie den Namen Swarovski nicht in Überschriften und/oder Produktnamen



Heben Sie den Namen Swarovski nicht hervor – er muss an den umgebenden Fließtext angepasst werden



Das Kundenlogo muss deutlicher hervortreten als die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“



Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nicht länger sein als das Kundenlogo

3.3 DIE GRUNDREGELN DER ORDNUNGSGEMÄSSEN VERWENDUNG

Die ordnungsgemäße Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nur in folgenden Fällen verwendet werden:

1. Im Zusammenhang mit einem Endprodukt, das mit 100 % Swarovski Markenkristallen verziert ist.

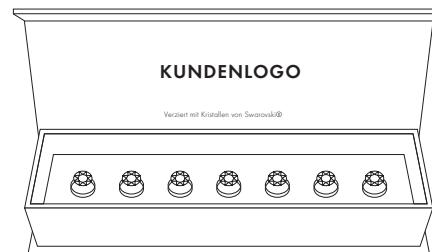
2. Gemeinsam mit dem Kundenlogo, jedoch zurückhaltender als dieses Logo. (Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nie allein verwendet werden.)

3. In derselben Frequenz wie das Kundenlogo. (Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nicht häufiger gezeigt werden als die Marke des Kunden.)

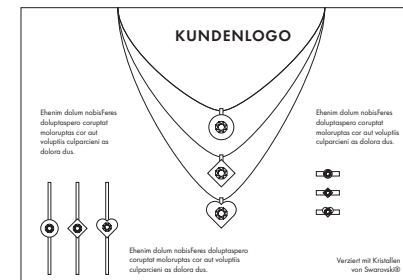
RICHTIG

Diese Sonnenbrille aus der Black-Kollektion ist mit Kristallen von Swarovski® verziert.

Beispiel mit Produktverweis



Beispiel mit Kundenlogo

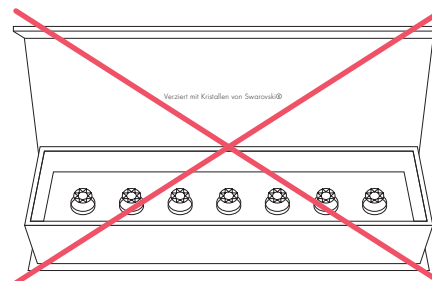


Beispiel: Produktkatalog des Kunden, in dem ausschließlich Produkte mit Kristallen von Swarovski® gezeigt werden (einmaliger Textverweis auf Swarovski)

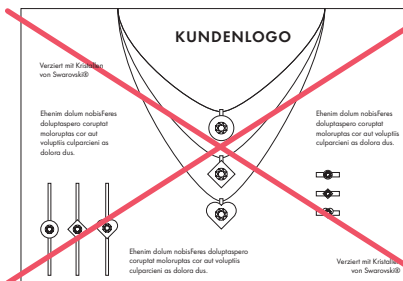
FALSCH

~~Kundenmarke xyz verziert mit Kristallen von Swarovski®~~

~~Beispiel ohne Produktverweis~~



Beispiel ohne Kundenlogo



Beispiel: Produktkatalog des Kunden, in dem ausschließlich Produkte mit Kristallen von Swarovski® gezeigt werden (mehrmaliger Textverweis auf Swarovski auf einer Seite)

3.4 DIE ORDNUNGSGEMÄSSE VERWENDUNG IM TEXT

Werden Produkte mit Kristallen von Swarovski® in einem geschriebenen oder gesprochenen Text erwähnt, dann in dieser Form:

„V/verziert mit Kristallen von Swarovski®“

- „Kristalle“ sollte immer im Plural stehen
- „Swarovski“ muss immer großgeschrieben werden
- Die Handelsmarke Swarovski muss mit einem ® Symbol versehen sein, jedoch nur einmal pro inhaltlich fortlaufendem Dokument, oder bei Onlineverwendung einmal pro separater Webpage
- Die Verwendung der Marke in Texten sollte an den bestehenden Text angepasst werden (gleiche Schrift, gleicher Schriftgrad, nicht hervorgehoben, z. B. durch Fettschrift oder Großbuchstaben)

RICHTIG

Alternativen (Beispiele):

Dieses Designstück...

...funkelt mit Swarovski® Kristallen.

...wurde veredelt mit Kristallen von Swarovski®.

...wurde veredelt mit Swarovski® Kristallen.

...wurde hergestellt mit Kristallen von Swarovski®.

...wurde hergestellt mit Swarovski® Kristallen.

...wurde geschmückt mit Kristallen von Swarovski®.

...wurde geschmückt mit Swarovski® Kristallen.

...wurde gefertigt mit Kristallen von Swarovski®.

...wurde gefertigt mit Swarovski® Kristallen.

...wurde gestaltet mit Kristallen von Swarovski®.

...wurde gestaltet mit Swarovski® Kristallen.

FALSCH

~~„In Partnerschaft mit Swarovski/Kristallen von Swarovski®/
Swarovski® Kristallen, usw.“~~

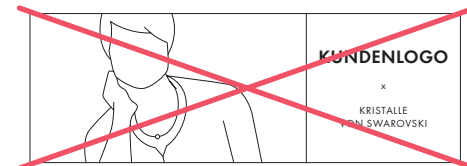
~~„In Kooperation mit Swarovski/Kristallen von Swarovski®/
Swarovski® Kristallen“~~

~~„Exklusiv gefertigt, design usw. von Swarovski®“~~

~~„design mit/gefertigt mit Kristallen von Swarovski®/
Swarovski® Kristallen“~~

~~„Swarovski für Kunde xyz“~~

~~„Marke/Kunde x Swarovski“~~



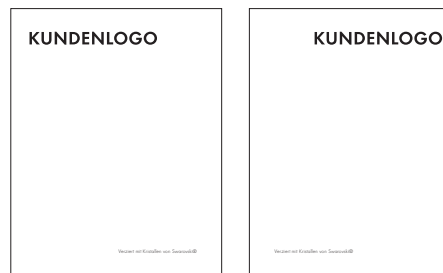
3.5 LOGO POSITIONIERUNG

Wann immer die Verwendung von Kristallen von Swarovski® in die Kundenkommunikation eingebunden werden soll, ist das visuelle Verhältnis zwischen Kundenlogo und der Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ zu beachten.

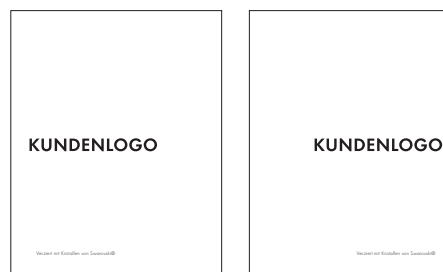
Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ sollte zur Anwendung kommen, wenn in Text oder Bild auf ein Produkt mit Kristallen von Swarovski® hingewiesen wird. Im Folgenden sind die wichtigsten Richtlinien zur Positionierung in Relation zum Kundenlogo dargestellt.

Achtung: Diese Richtlinien sind allgemeine Richtlinien und können in den meisten Kommunikationsaktivitäten angewendet werden. Weitere Informationen bei Situationen, die nicht genau in diesen Richtlinien definiert sind, erhalten Sie von Ihrer lokalen Ansprechperson bei Swarovski oder bei sp.branding@swarovski.com

BEVORZUGTE POSITIONIERUNG

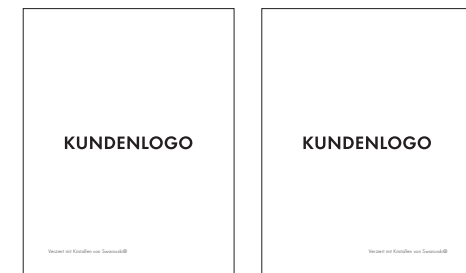


Befindet sich das Kundenlogo in der oberen Ecke, sollte die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ der gegenüberliegenden unteren Ecke platziert werden.

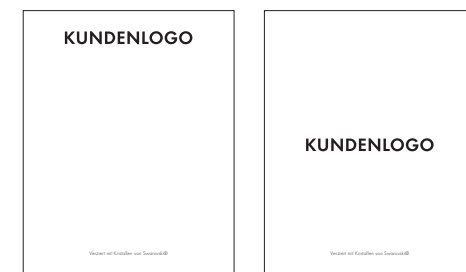


Ist das Kundenlogo links- oder rechtsbündig ausgerichtet und in der Seitenmitte platziert, sollte die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ an der unteren Linie und am Kundenlogo ausgerichtet werden.

ANDERE POSITIONIERUNGSMÖGLICHKEITEN



Wenn das Kundenlogo zentriert ist, kann die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ auch links oder rechts am unteren Rand ausgerichtet werden.



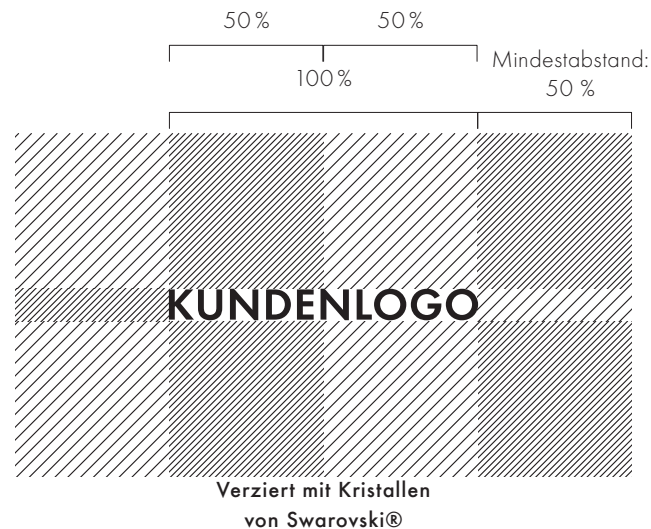
Wenn das Kundenlogo zentriert ist, kann die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ ebenfalls zentriert an der unteren Linie platziert werden.

3.6 MINDESTABSTAND

Wird die Formulierung **„verziert mit Kristallen von Swarovski®“** in Kombination mit dem Kundenlogo oder der Marke des Kunden verwendet, muss ein Mindestabstand zum Kundenlogo, den Seitenrändern und dem Produkt eingehalten werden.

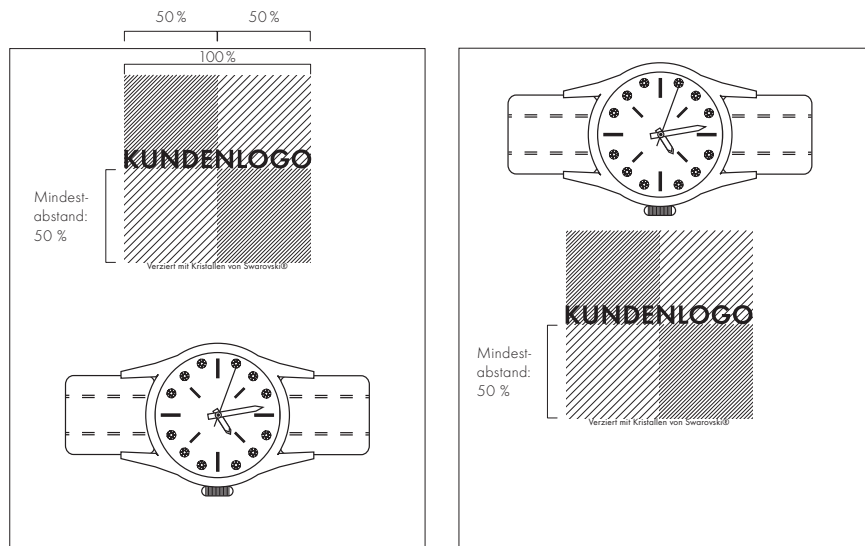
- Der Abstand muss auf jeder Seite mindestens 50 % der Größe des Kundenlogos betragen.
- Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nicht vor oder über dem Kundenlogo platziert werden.
- Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski“ darf nicht länger sein als das Kundenlogo.

Hinweis: Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nur in der gleichen Frequenz verwendet werden wie das Kundenlogo. Sie darf nicht mehrmals auf einer Seite erscheinen.



3.6 MINDESTABSTAND

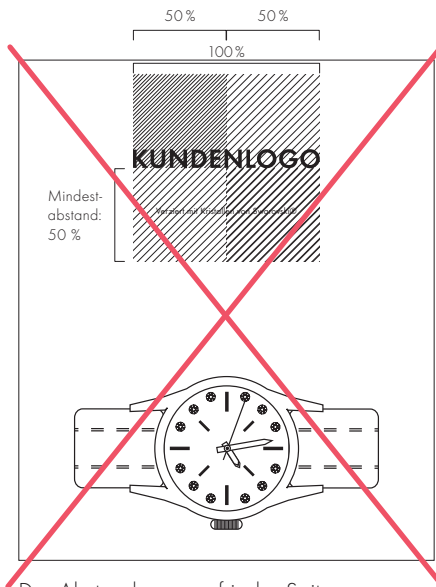
RICHTIG



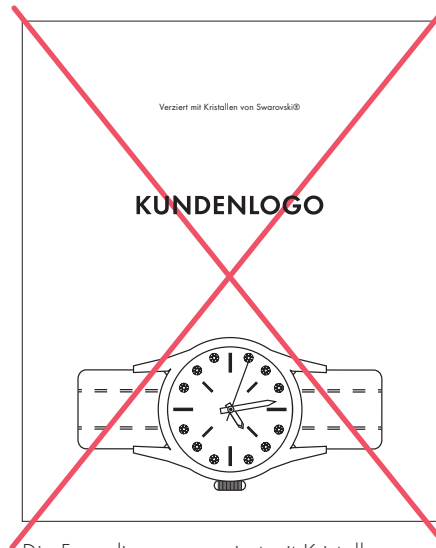
Der Abstand muss auf jeder Seite mindestens 50 % der Größe des Kundenlogos betragen.

3.6 MINDESTABSTAND

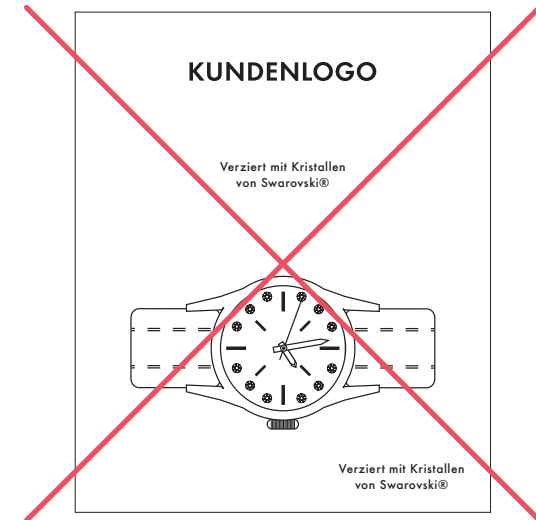
FALSCH



Der Abstand muss auf jeder Seite mindestens 50 % der Größe des Kundenlogos betragen.



Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nicht über dem Kundenlogo platziert werden.



Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nur in der gleichen Frequenz verwendet werden wie das Kundenlogo. Sie darf nicht mehrmals auf einer Seite erscheinen.

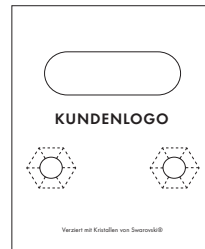
3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

3.7.1 PRODUKT- UND VERPACKUNGSLÖSUNGEN

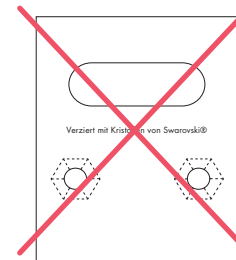
Beispiel Schmuckhalter:

Die richtige Verwendung der Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“

RICHTIG



FALSCH



Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nie ohne die Kundenmarke erscheinen, da dies den Eindruck erweckt, dass Swarovski das Produkt gefertigt hat.

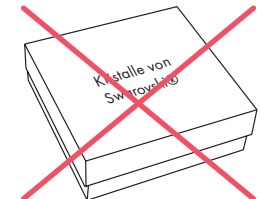
Beispiel Schmuckbox:



Die richtige Verwendung der Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“

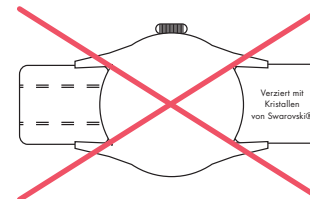


Das Swarovski Logo darf nicht verwendet werden. „x Swarovski/verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nicht verwendet werden.



Die Kundenmarke des Produkts muss deutlich sichtbar sein.

Beispiel Marke auf Produkt:

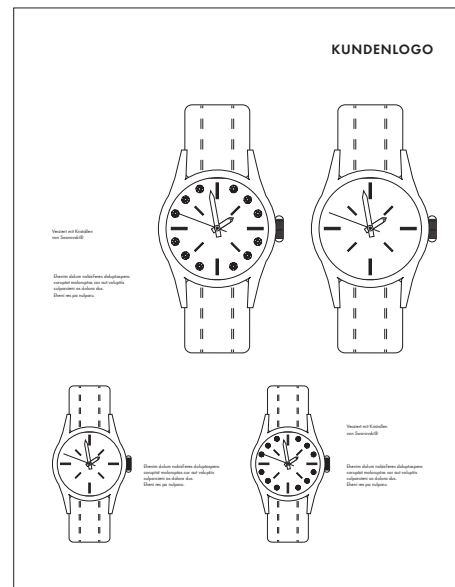


Es ist nicht gestattet, die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ oder jeglichen anderen Bezug auf Swarovski direkt auf dem Produkt zu platzieren.

3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

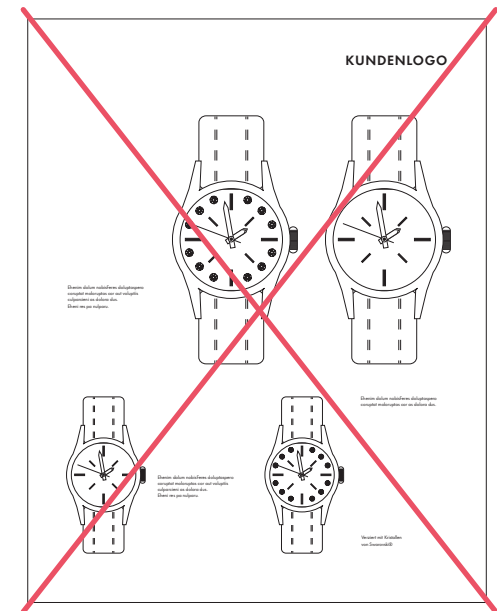
3.7.2 PRODUKTKATALOG

RICHTIG



Beispiel: Produktkatalog des Kunden,
Mischprodukte

FALSCH

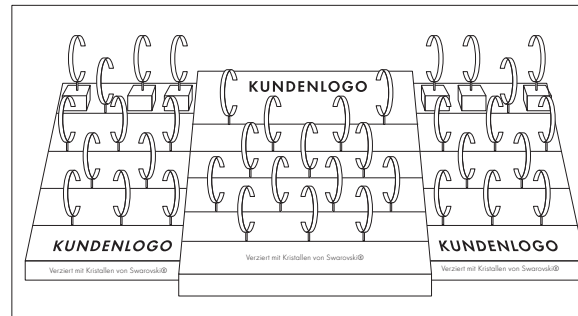


Beispiel: Produktkatalog des Kunden,
Mischprodukte. Die Formulierung „verziert mit
Kristallen von Swarovski®“ erscheint nicht
im Zusammenhang mit einem Produkt, das mit
Swarovski Kristallen verziert wurde.

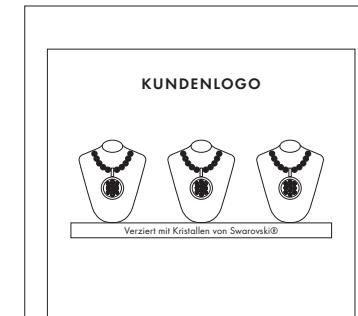
3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

3.7.3 POINT OF SALE

Beispiel Display:



Beispiel einer ordnungsgemäßen Verwendung der Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ auf einem Uhrendisplay: Die Branding Lösung muss leicht entfernbar sein (z. B. Aufkleber, entfernbares Displayteil, usw.).



Verwenden Sie „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ nur auf den POS-Tools, wenn Sie ausschließlich Produkte präsentieren, die mit Kristallen von Swarovski® verziert sind.

Beispiel Schaufenster Display:



Verwenden Sie „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ nur auf entfernbar Materialen (z. B. Displays), wenn sich die Formulierung auf konkrete Produkte bezieht, die in Ihrem Schaufenster ausgestellt werden.

3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

3.7.4 WEBSEITE DES VERTRAGSPARTNERS

Verwenden Sie „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ nur in Bezug auf ein konkretes Produkt auf Ihrer Webseite.

Als allgemeine Richtlinie ist zu beachten, dass das Kundenlogo prominent in Größe, Relation und Platzierung sein muss.

Hinweis: Name, Marke oder andere unverkennbare Elemente von Swarovski dürfen nicht in Domain-Namen, Online-Kontennamen, Benutzernamen in den sozialen Medien, E-Mail-Adressen oder anderen Online-Kennungen verwendet werden.



Beispiel: Produktpräsentation auf der Kundenwebseite

3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

3.7.5 SOCIAL MEDIA

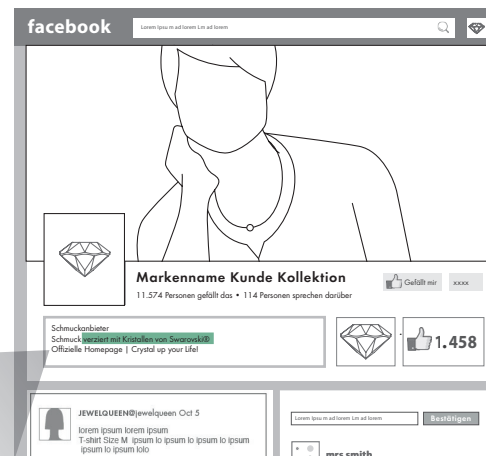
Überschriften und Taglines

Auf seiner Social-Media-Seite darf der Kunde nur das eigene Branding und die eigene Corporate Identity verwenden. Ein Bezug auf Swarovski ist weder im Titel, noch in der Adresse, dem Usernamen oder prominenten Überschriften gestattet.

In der Produktbeschreibung darf die Marke im Text („verziert mit Kristallen von Swarovski®“) verwendet werden.



RICHTIG



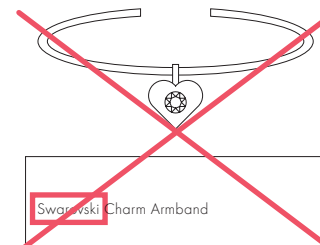
Beziehen Sie sich im Untertitel oder der Beschreibung auf Kristalle von Swarovski®



FALSCH

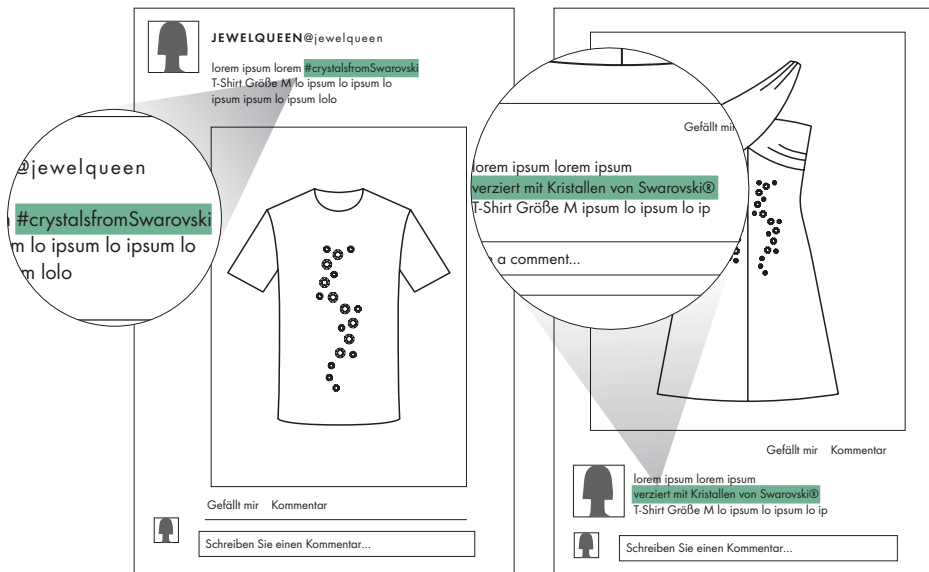


Beziehen Sie sich im Titel nicht auf Kristalle von Swarovski



3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

Der Hinweis, dass das gezeigte Produkt mit Kristallen von Swarovski® gefertigt wurde, darf nur im Untertitel oder der Produktbeschreibung enthalten sein.

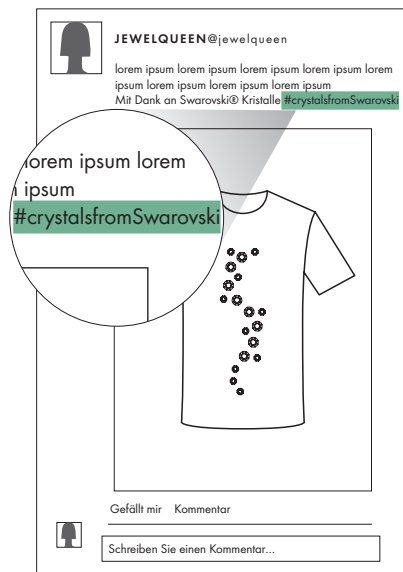


Fügen Sie ein Hashtag hinzu!

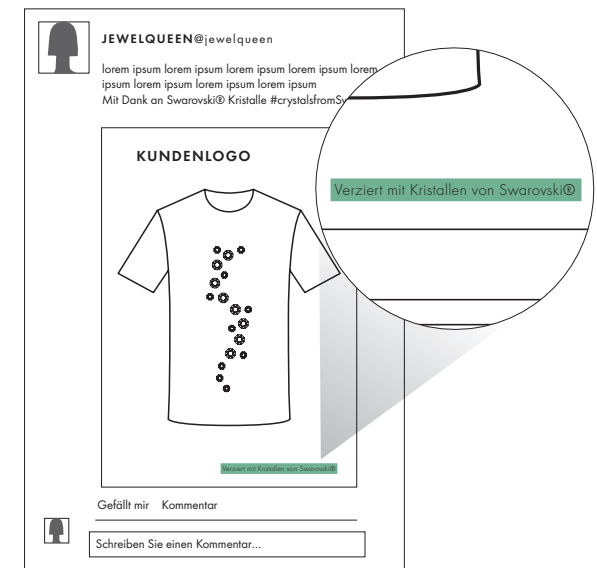
Verwenden Sie die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“

Handle/Tag/Hashtag

Gepostete Produkte, die mit Kristallen von Swarovski® verziert sind, müssen das Hashtag #crystalsfromSwarovski enthalten und/oder Swarovski taggen.



Gepostete Produkte, die mit Kristallen von Swarovski® verziert sind, müssen ein Handle/Tag/Hashtag enthalten!



Auf Bildern dürfen Kunden die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ nur zusammen mit dem Kundenlogo verwenden.

3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

Es ist streng verboten, Bilder von der Swarovski Webseite zu kopieren bzw. zu verwenden. Diese Bilder unterstehen dem Urheberrecht und anderen Gesetzgebungen. Wenn Sie Fotos/Abbildungen verwenden möchten, kontaktieren Sie bitte Ihre lokale Ansprechperson bei Swarovski.

Die Formulierung „verziert mit Kristallen von Swarovski®“ darf nicht im Profilbild verwendet werden. Es darf lediglich als Produkthinweis neben Produkten stehen, die zu 100 % mit Kristallen von Swarovski verziert sind.

3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

Swarovski taggen...



Facebook: facebook.com/swarovskicrystals
@swarovskicrystals und/oder
#crystalsfromSwarovski

Andere Social-Media-Plattformen:

Swarovski in der Produktbeschreibung
(als Textmarke) anführen.



Twitter: twitter.com/swarovski
@swarovski plus #crystalsfromSwarovski
(falls zu lang, das Bild mit @swarovski
taggen und #crystalsfromSwarovski im
Fließtext verwenden)

Wird die Partnerschaft erwähnt, muss
@swarovski/@swarovskicrystals im Fließtext
und das Hashtag #crystalsfromSwarovski im
Fließtext oder am Ende verwendet werden.



Snapchat: swarovskisnaps



Instagram: instagram.com/crystalsfromswarovski
@crystalsfromswarovski
#crystalsfromSwarovski



Pinterest: pinterest.com/swarovski
Swarovski anführen (und/oder das Hashtag
#crystalsfromSwarovski als Textmarke) in Ihre
Produktbeschreibung einfügen.



YouTube: youtube.com/swarovski
Swarovski in Ihrer Video-Beschreibung (als
Textmarke) anführen und uns im Tag-Bereich
(Swarovski crystals) taggen.

3.7 ANWENDUNGSBEISPIELE

3.7.6 GOOGLE ADWORDS

B2C-Webseiten für den Verkauf von Endprodukten, die mit Kristallen von Swarovski® verziert sind

Die Verwendung des Wortes „Swarovski“ sowie anderer, mit der Marke verbundener Stichwörter ist nur in Suchkampagnen gestattet. Die Verwendung des Wortes „Swarovski“ sowie anderer, mit der Marke verbundener Stichwörter als Teil des Anzeigentextes ist in den folgenden Bereichen nicht gestattet (wie in Google Adwords oder anderen Suchmaschinen beschrieben):

Überschrift1

Überschrift2

Pfad (URL)

Beschreibung

Anzeigenerweiterungen (Ad-Extensions)

Beispiel: Exklusive Einzelhändler-Webseite

RICHTIG

Online-Kristallschmuck – die schönsten Trendteile unter shopname.com
Anzeige www.shopname.com/crystals
Schmuck verziert mit Kristallen von Swarovski® für jeden Anlass, Stil und Look.

Verwenden Sie das Stichwort „Swarovski“ und andere, mit der Marke verbundene Stichwörter als Stichwörter für Suchkampagnen.

FALSCH

~~Online Swarovski Schmuck – die schönsten Trendteile unter shopname.com
Anzeige www.shopname.com/crystals
Swarovski Schmuck für jeden Anlass, Stil und Look. Holen Sie sich Ihr Key Piece~~

Verwenden Sie das Stichwort „Swarovski“ und andere, mit der Marke verbundene Stichwörter nicht im Werbetext.

IMPRESSUM

Swarovski behält sich das Recht vor, die Inhalte jederzeit zu überarbeiten.

© 2018/ D. Swarovski Distribution GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Veröffentlichung, Übertragung, Kopie oder sonstige Vervielfältigung von Inhalten oder Inhaltsteilen ist in jeder Form verboten, außer D. Swarovski Distribution GmbH stimmt vorher schriftlich zu.

D. Swarovski Distribution GmbH, Swarovskistraße 30, 6112 Wattens, Österreich

Managing Director: Markus Langes-Swarovski, Mag. Mathias Margreiter

Eingetragen im Handelsregister des Landesgerichts Innsbruck unter der Nummer FN 378791 x

UID-Nummer: ATU 67146625

Swarovski ist eine eingetragene Handelsmarke der Swarovski AG.