

BRAND GUIDELINES

2024



Inhalt

EINLEITUNG	01
DAS SIGNATUR-LOGO	02
DAS RESELLER-LOGO	03
DER MINDESTABSTAND ZUM LOGO	04
DIE TYPOGRAPHIE	05
DIE HAUPTFARBEN	06
ONLINE-VERWENDUNG DES LOGOS	07
SONSTIGE DIGITALE VERWENDUNG	08
STATIONÄRE UND OFFLINE-WERBUNG	09
VERTRIEBKANÄLE	10



EINLEITUNG

PUMA Workwear ist eine der weltweit führenden Marken für Arbeitskleidung und persönliche Schutzausrüstung (PSA) und ist offiziell durch PUMA lizenziert. Unsere Marke steht für erstklassige sportliche Arbeitskleidung, die sich durch hervorragende Ergonomie, Design und Funktionalität auszeichnet.

Wenn Sie als offizieller Fachhändler in Ihrem Vertriebsgebiet tätig sind, repräsentieren Sie auch PUMA Workwear als Marke.

Durch die Einhaltung unserer Richtlinien können Sie von der PUMA Workwear Identität profitieren und gleichzeitig zu deren Stärke und Bekanntheit beitragen.

Wir stellen Ihnen Werbematerial, Datenblätter, Produktnummern, Präsentationen, Produktvideos, Fotos und vieles mehr zur Verfügung. Ihr PUMA Workwear Ansprechpartner kann Ihnen mehr Informationen über unsere Marketing-Dienstleistungen sowie Merchandising geben.



PUMA  **WORKWEAR**

PUMA  **WORKWEAR**

DAS SIGNATUR-LOGO

Unser Signatur-Logo ist eine Kombination aus dem PUMA-Logo und dem Logotyp "Workwear". Unser Logo kann von allen offiziellen Fachhändlern, Großhändlern, Distributoren oder Partnern verwendet werden, die diese Richtlinien befolgen.

Verwenden Sie auf jeder Seite vorzugsweise nur eine Variante des Signatur-Logos. Außerdem sollten Sie immer eines der offiziellen PUMA Workwear Logos verwenden, wie sie auf dieser Seite abgebildet sind. Das PUMA Workwear Logo kann nur in Schwarz oder Weiß verwendet werden. Wenn Sie ein Signatur-Logo auf schwarzem oder farbigem Hintergrund platzieren, verwenden Sie eine komplett weiße Version des Logos, die sich von der Hintergrundfarbe abhebt.

Die Logos können von unserer Website pumaworkwear.de/downloads heruntergeladen werden.





PUMA  **WORKWEAR**
AUTHORIZED RESELLER

PUMA  **WORKWEAR**
AUTHORIZED RESELLER

DAS RESELLER-LOGO

Das Reseller-Logo kann in allen Ihren Marketing-Materialien verwendet und auf Ihrer Website hochgeladen werden.

Das Reseller-Logo vermittelt das Bild eines vertrauenswürdigen und ehrlichen Unternehmens. Unsere Reseller-Logos ermöglichen es unseren Partnern, ihre Beziehung zu PUMA Workwear genau und informativ darzustellen.

Platzieren Sie das Logo auf einer Hintergrundfarbe, die eine maximale Sichtbarkeit ermöglicht.

DER MINDESTABSTAND ZUM LOGO

Der Mindestabstand rund um jedes Signatur-Logo entspricht der Höhe des Buchstabens "P" im Logo. Für das runde Logo verwenden Sie bitte die Höhe des Buchstabens "W" als Bezugsgröße.

Für eine maximale Wirkung sollten Sie noch mehr Freiraum um unsere charakteristischen Logos herum einplanen.





DIE TYPOGRAPHIE

Die bevorzugte Schriftart für alle PUMA Workwear Werbemittel ist Poppins.

Die Kopfzeilen und Titel müssen in Versalien und in Fettdruck dargestellt werden. Der Text muss in schwarzer Farbe auf weißem oder hellem Hintergrund und in weißer Farbe auf schwarzem oder dunklem Hintergrund erscheinen.

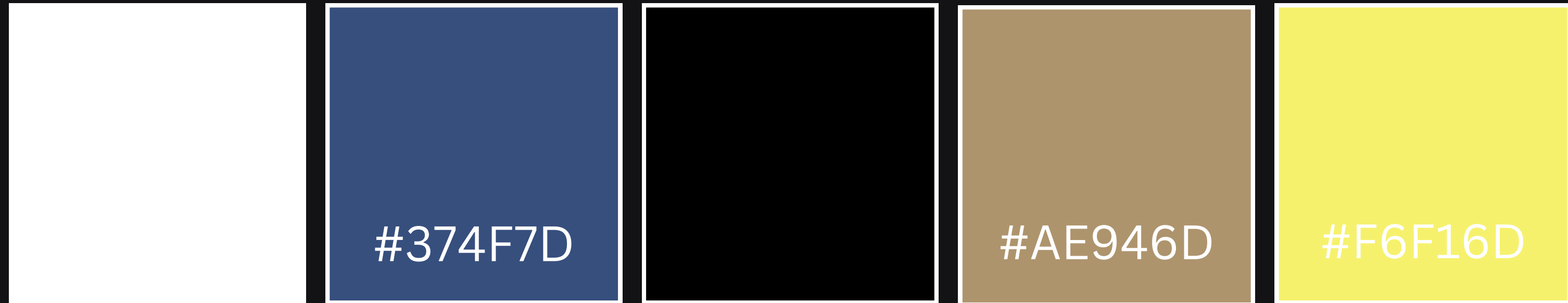
Aa

Font: Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

DIE HAUPTFARBEN



Unsere Hauptfarben bringen die einzigartige Persönlichkeit und die Werte unserer Marke zum Ausdruck. Sie signalisieren Stärke und Leistungsbereitschaft.

Die kräftigen und dynamischen Farben spiegeln den sportlichen und wettbewerbsorientierten Geist des Unternehmens wider. Mit Schwarz und Weiß werden Assoziationen zu Spitzenqualität und High-Tech geweckt. Blau steht für Zufriedenheit, Intuition und Freiheit. Die helle Sandfarbe vermittelt ein Gefühl von Frische und Harmonie.

ONLINE-VERWENDUNG DES PUMA WORKWEAR LOGOS

Ihre Website sollte einen eigenen Look and Feel haben und nicht die PUMA Workwear Website oder deren wesentliche Layouts kopieren.

Die PUMA Workwear Signatur-Logos dürfen im Header Ihrer Webseite platziert werden, jedoch darf das Logo niemals die Identität des Händlers hinsichtlich der Größe oder Platzierung überschatten. Das Signatur-Logo muss von der Identität des Händlers abgegrenzt werden. Das Logo muss den in diesen Richtlinien festgelegten Standards für Farbe, Größe, Mindestabstand und sonstige graphische Gestaltung entsprechen.

Weitere zu beachtende Punkte:

- Das Logo darf nicht auf einem optisch unübersichtlichen oder gemusterten Hintergrund erscheinen.
- Das Logo darf nicht transparent sein.
- Das Logo darf nicht gedreht oder mit Animationen versehen werden.
- Das Logo muss wie zuvor beschrieben mit einem angemessenen Mindestabstand versehen werden.



SONSTIGE DIGITALE VERWENDUNG

E-Mail-Signaturen

Wenn Sie das PUMA Workwear-Logo in Ihre E-Mail-Signatur einbinden möchten, muss es in der Reseller-Version erscheinen und den in diesen Richtlinien festgelegten Standards für Farbe, Größe, Mindestabstand und sonstige grafische Gestaltung entsprechen. Außerdem muss es kleiner als das Logo Ihres Unternehmens sein (maximal 2/3 der Größe des Unternehmenslogos).

Social Media

Ihre Social-Media-Kommunikationen müssen Ihr eigenes Unternehmen oder Geschäft repräsentieren, nicht PUMA Workwear. Wenn Sie das PUMA Workwear Logo in Ihren Social-Media-Beiträgen platzieren möchten, müssen Sie das PUMA Workwear Reseller-Logo verwenden.

Produkt- und Lifestylefotos

Alle Produkt- und Lifestylefotos, die für jegliche Art von digitaler Werbung verwendet werden, müssen aus der offiziellen Bilddatenbank von PUMA Workwear stammen. Ihr PUMA Workwear Ansprechpartner wird Ihnen eine umfangreiche Auswahl an Produkt- und Lifestylefotos zur Verfügung stellen.

Domains

Ihre Domain-Namen dürfen nicht die Markennamen "PUMA" oder "PUMA Workwear" enthalten.



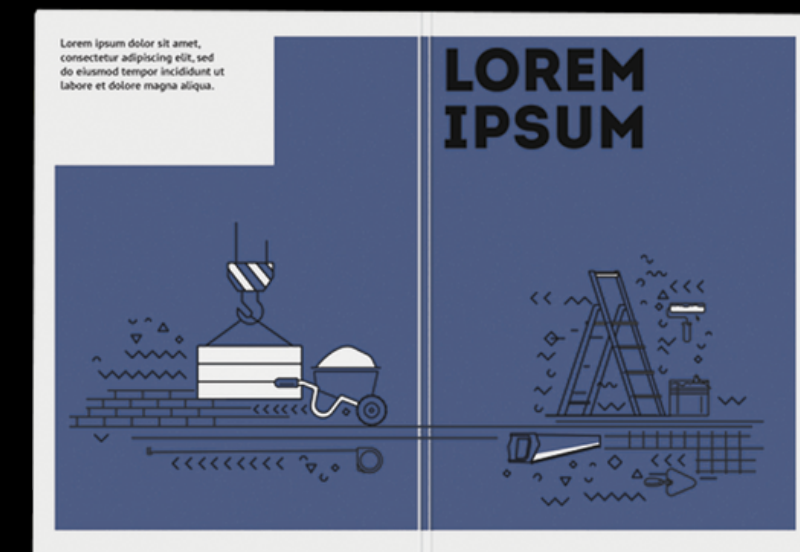
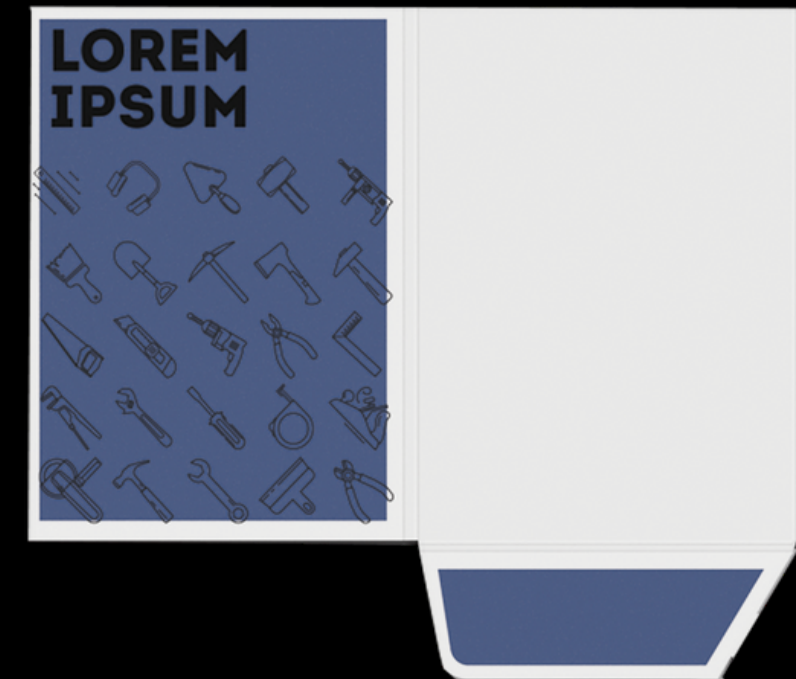
GESCHÄFTSDRUCKSACHEN UND OFFLINE-WERBUNG

Geschäftsdrucksachen

Das PUMA Workwear Logo darf auf Ihren Geschäftsdrucksachen, wie z. B. Briefköpfen, Visitenkarten und Broschüren erscheinen. Bei sämtlichen Geschäftsdrucksachen müssen Sie das PUMA Workwear Reseller-Logo verwenden, wobei es in Verbindung mit Ihrer Unternehmens- oder Geschäftsidentität stehen muss und diese nicht ersetzen darf. Beachten Sie außerdem die allgemeinen grafischen Standards in diesem Leitfaden.

Innen- und Außendekoration von Geschäften

Für weiteres Marketing- und Merchandising-Material wenden Sie sich bitte an Ihren Puma Workwear Ansprechpartner. Verwenden Sie nur offiziell freigegebenes Marketingmaterial in Ihrem Geschäft.



VERTRIEBSKANÄLE UND KUNDEN

Die Fachhändler und Distributoren von PUMA Workwear dürfen die Ware nur über solche Vertriebskanäle verkaufen, die von der Eliware Handelsgesellschaft mbH, Am Schürmannsgraben 6, 47441 Moers, genehmigt wurden. Dazu gehören der stationäre Groß- und Einzelhandel, der Verkauf über eigene Websites und Webshops sowie auf stationären Märkten und Messen.

Der Verkauf über Drittplattformen wie Amazon, eBay oder sonstige Online-Marktplätze ist ausdrücklich untersagt. Bei Verstoß gegen diese Klausel behält sich die Eliware Handelsgesellschaft mbH das Recht vor, den Vertrag fristlos zu kündigen und Schadensersatzansprüche geltend zu machen.

Die Fachhändler und Distributoren von PUMA Workwear verpflichten sich ausdrücklich dazu, keine Produkte an kritische Kundengruppen ohne vorherige schriftliche Genehmigung zu vertreiben. Dazu gehören Kundengruppen wie die Rüstungs- und Waffenindustrie, die Tabak- und Alkoholindustrie, politische Parteien, Schlachthöfe, die Industrie für Erwachsenenunterhaltung und Pornografie, oder Kunden, die gegen die Menschen- und Tierethik verstoßen oder Kriminalität und Korruption unterstützen. Ferner gehören dazu alle Kundengruppen, die aus rationaler Sicht das Image und den Ruf von PUMA und der Sportindustrie gefährden oder verletzen könnten.

VIELEN DANK

Wir bedanken uns dafür, dass Sie unsere Markenstandards
und Werte respektieren.

Und nun lassen Sie uns loslegen!

