

uhlsportgroup

uhlsport | **Kempa**

Brand

book

Brandbook

Last revised: September 2019



Zwei Marken

aus einer Hand

Inhalt

About the group	Seite 4
Designsprache	Seite 5
uhlsportgroup	Seite 6
uhlsport	Seite 12
Kempa	Seite 22
Logopakete	Seite 31
Kontakt	Seite 32

about the group

Kernwerte:

technology driven
design driven
storytelling

uhlsport und Kempa. Das sind wir, das ist die uhlsport group. Zwei Marken für die zwei Top-Sportarten in Deutschland. Zwei Marken, die vorangehen. Zwei Marken, die Athleten motivieren und besser machen. Wir sind die Anlaufstelle für alle Vereine, alle Mannschaften und alle Individualsportler aller sportlichen Disziplinen weltweit.

Wir forcieren den Fortschritt. Wir verfolgen eine klare Linie.
Wir wollen Geschichten schreiben, gestalten und realisieren.

Wir sind bereit für das, was kommt. Für die Zukunft, für neue Herausforderungen und Innovationen. Wir stellen uns dem Neuen. Verstecken ist keine Option. Vorangehen, sich etwas trauen, mutig sein – das ist unser Leitgedanke. Aus Mut entsteht Erfolg. Und wer erfolgreich bleiben möchte, muss sich aufeinander verlassen können. Wir werden niemanden enttäuschen. Wir motivieren und treiben zu Höchstleistungen an. Genau das ist unser Anspruch.



Design- sprache



uhlsportgroup

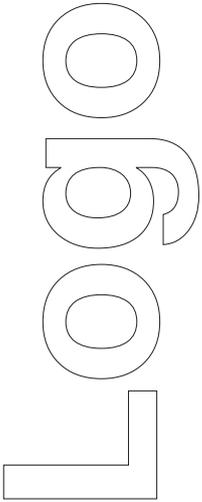


Brave.

Progressive.

Trustworthy.





Das Logo ist eines der wertvollsten Unternehmenswerte. Es fasst die grundlegenden Merkmale eines Unternehmens zusammen und ist für die Entwicklung einer Marke unerlässlich. Es ist das sichtbare Symbol, das alles repräsentiert, was wir sind. Es ist unser Gesicht nach außen, das Vertrauen schafft und alle unsere Bemühungen widerspiegelt. Unser Logo steht für unsere Kompetenz, unsere Werte, unsere Produkte und unsere Mitarbeiter.

Das Logo der uhlsport group basiert auf dem Logo unserer Ursprungsmarke uhlsport. Das angefügte Suffix unterstreicht unsere Einheit und fasst unsere Marken uhlsport, Kempa zusammen.

Nach dem gleichen Prinzip sind die einzelnen Logos der deutschen uhlsport GmbH und der französischen, spanischen und skandinavischen Tochtergesellschaften gestaltet.

Helvetica Neue 75 Bold

Helvetica Neue 35 Thin

uhlsportgroup

uhlsportGmbH

uhlsportIbérica

uhlsportFrance

uhlsportScandinavia

Wir verfolgen eine klare Linie – und zwar überall.
Auch bei unserer Schrift.

Standard Schriftart:

Helvetica neue

95 black: the quick brown fox jumps over the lazy dog

75 bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

55 roman: the quick brown fox jumps over the lazy dog

45 light: the quick brown fox jumps over the lazy dog

35 thin: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Alternative Schriftart:

Arial

Bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Regular: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Zitat Schriftart:

Adobe Garamond

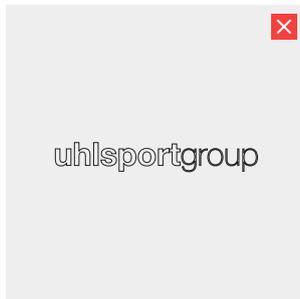
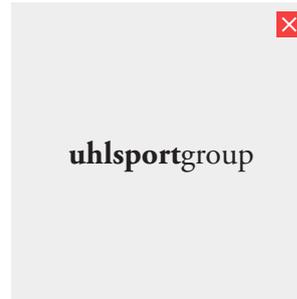
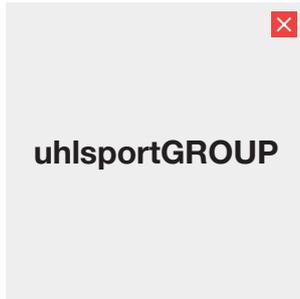
Regular: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Korrekte Nutzung des Logos:

Das Logo darf in keiner Weise verändert, ergänzt oder in Formen eingefügt werden. Es darf nur in der festgelegten Farbgebung verwendet werden.

Die folgenden Beispiele zeigen, wie es nicht aussehen darf:



Grid

Alle Dokumente, die uns als Organisation repräsentieren, sollen auf dem gleichen Raster aufbauen.

Wir verwenden ein Gitter von 12 Spalten mit je einem Rand von 20 Millimetern und einem Zwischenabstand von 4 Millimetern. Der Inhalt kann frei auf die 12 Spalten aufgeteilt und beliebig kombiniert werden.

Gängige Kombinationen sind:

2x6 Spalten

3x4 Spalten

4x3 Spalten

12 Spalten

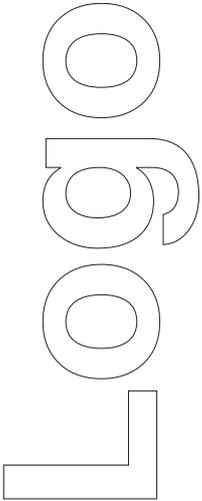
Gitter: 4 mm

uhlsport

**aim high.
be part of the best.**

#uhlsquad
#uhleague

uhlsport ist Goalkeeper-Profi und Teamsport-Experte, der **Allrounder** im Fußball. Alles, was auf dem Spielfeld und im Strafraum zählt, alles, was eine Mannschaft ausmacht, vereint die Marke: **Vertrauen, Mut** und der stetige Drang nach Verbesserung. Nicht nur mitspielen, sondern **zu den Besten gehören.**



uhlsport ist die älteste Marke unseres Portfolios. Das Logo wurde im Laufe der Jahre weiterentwickelt, aber das grundlegende Design blieb dabei nahezu unverändert. Denn seine Konsistenz macht ein Logo authentisch und unvergesslich.

Die uhlsport Identität besteht aus einem Primär- und einem Sekundär-Logo.

Die primäre Wortmarke kann genauso wie die sekundäre Bildmarke in der gesamten Kommunikation verwendet werden. Beide Logos bleiben dabei aber isoliert und dürfen nicht zusammengefügt werden.

Primär:

uhlsport

Sekundär:



Nutzung

Nutzung:

Bei der hohen Zahl an Verwendungsmöglichkeiten des Logos gibt es wichtige Punkte die zu berücksichtigen sind. Das Logo sollte in keiner Weise verändert werden und immer den festgelegten Vorgaben folgen.

Schutzraum:

Das uhlsport Logo sollte immer gut sichtbar sein. Wir halten das Logo mit einem Abstand von der Hälfte seiner x-Höhe von anderen visuellen Elementen getrennt. Wir nennen es den Schutzkasten, der möglichst in allen Situationen eingehalten werden sollte.



Farben

Die Kernfarbe des Primär- und Sekundärlogos von **uhlsport** ist 100% schwarz. Es dürfen nur autorisierte Logos verwendet werden. Jede andere Farbkombination ist unzulässig.

uhlsport ✓



uhlsport ✓



uhlsport ✗



Ausrichtung

Ausrichtung:

In den meisten Fällen ist das uhsport Logo rechtsbündig ausgerichtet. Die Position basiert auf der Höhe des Logos inklusive Schutzkasten und bewegt sich ausschließlich auf der Y-Achse.

Bei Dokumenten in DIN-Formaten muss die doppelte Logohöhe als Abstand zur oberen Kante verwendet werden. Bei anderen Formaten beträgt der Abstand mindestens eine Logohöhe.

Größe:

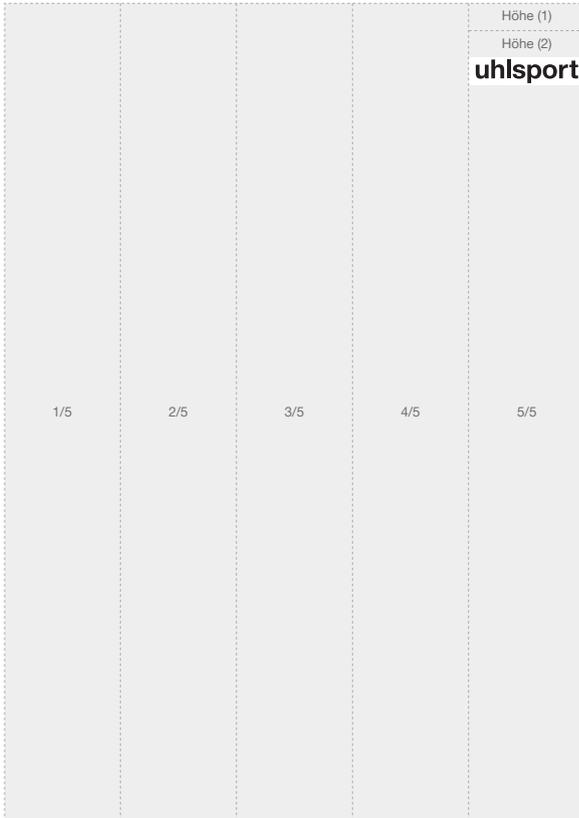
Bei DIN-Formaten beträgt die Breite des Logos 20% der kürzeren Dokumentgröße. Für Dokumente, die nicht im DIN-Format vorliegen ist keine Mindestgröße erforderlich.

Für den richtigen Einsatz bitte die Beispiele auf der nächsten Seite beachten.

**Dokument im
DIN-Format:**

Logogröße:
Breite von
20% der
kürzeren
Dokument-
größe

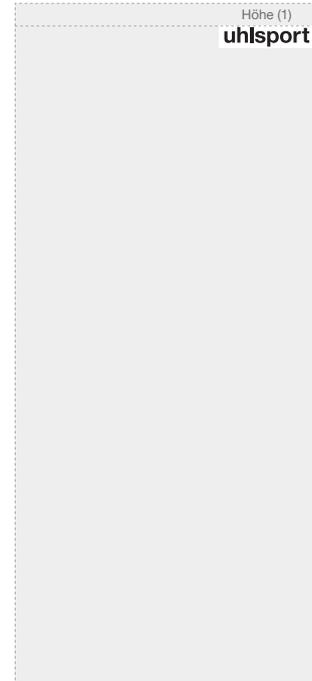
Position:
doppelte
Höhe des
Schutzraumes



**Dokument in
nicht-DIN-
Format:**

Logogröße:
variable Größe

Position:
Mindestab-
stand von einer
Logohöhe
inklusive
Schutzkasten
erforderlich



Eine Marke ist nur so stark wie ihr Auftritt.
Deshalb verwenden wir einheitliche Schriften.

Standard Schriftart:

Helvetica neue

95 black: the quick brown fox jumps over the lazy dog

75 bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

55 roman: the quick brown fox jumps over the lazy dog

45 light: the quick brown fox jumps over the lazy dog

35 thin: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Alternative Schriftart:

Arial

Bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Regular: the quick brown fox jumps over the lazy dog

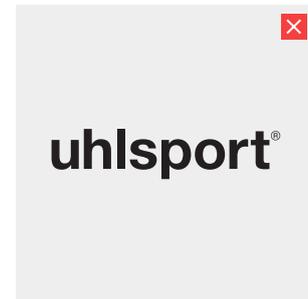
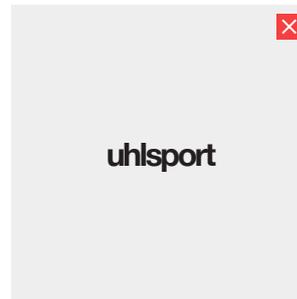
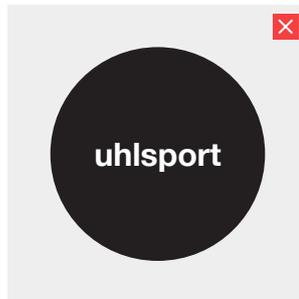
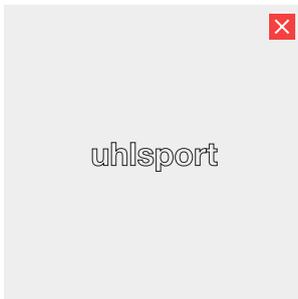
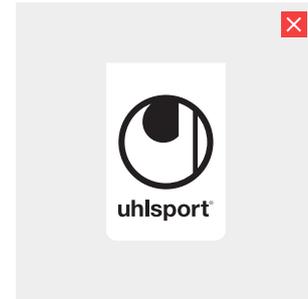
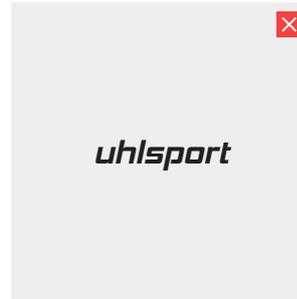
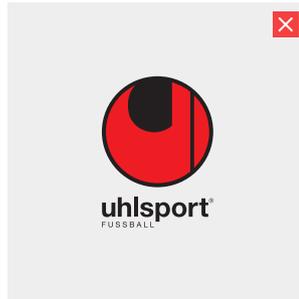
Schriftart für technologische Features:

HEMI HEAD

Korrekte Nutzung des Logos:

Das Logo darf in keiner Weise verändert, ergänzt oder in Formen eingefügt werden. Es darf nur in der festgelegten Farbgebung verwendet werden.

Die folgenden Beispiele zeigen, wie es nicht aussehen darf:

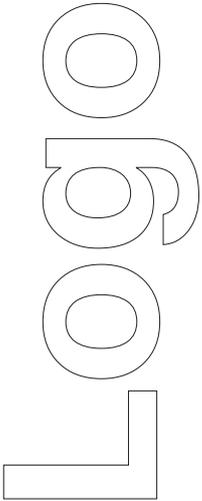


Kempa

Jung. Laut. Progressiv.

Kempa steht für Handball. Als Spielzug und als Marke. Die Sportart, die geprägt ist durch Agilität, Kraft, **Emotionen** und Gänsehautmomente. Genau für diese Momente stehen wir – im Handball, im **Teamsport**. Immer mit einem klaren Ziel vor Augen: besser werden und gewinnen. Denn wir sind **Siegesjäger**.

#Siegesjäger



Unser Logo ist unser Gesicht und damit auch unsere Identität. Kempa ist eine Sportmarke mit einem leidenschaftlichen Fokus auf Handball. Es steht für sich selbst. Ohne Schnörkel, eindeutig und direkt.

Die Kempa Identität besteht aus einem Primär- und einem Sekundär-Logo.

Die primäre Wortmarke kann genauso wie die sekundäre Bildmarke in der gesamten Kommunikation verwendet werden. Beide Logos bleiben dabei aber isoliert und dürfen nicht zusammengefügt werden.

Primär:



Sekundär:



Es gibt zwei Varianten des Logos. Sofern möglich, wird das Logo in der großen Box mit der unten ausgerichteten Schrift verwendet (1a). Auf mehrfarbigen Hintergründen wird es in seiner Reinform verwendet, bei schwarzem Hintergrund wird die Version mit weißer Kontur genutzt (1b).

In Sonderfällen sind zwei Ausnahmen zulässig. Ist es nicht möglich, das oben genannte Logo zu platzieren (z.B. bei animierten Werbebannern, auf Textilien etc.), muss die zweite Version in einer kleineren schwarzen Box verwendet werden (2a). Das Logo mit weißer Kontur wird auch hier für schwarze Hintergründe verwendet (2b).

Wenn keine dieser Varianten genutzt werden kann (z.B. bei Glastüren), kann der Kempa Schriftzug – positiv oder negativ – allein platziert werden.



1a



1b
auf schwarzem Hintergrund



2a



2b
auf schwarzem Hintergrund

Großes Logo (1):

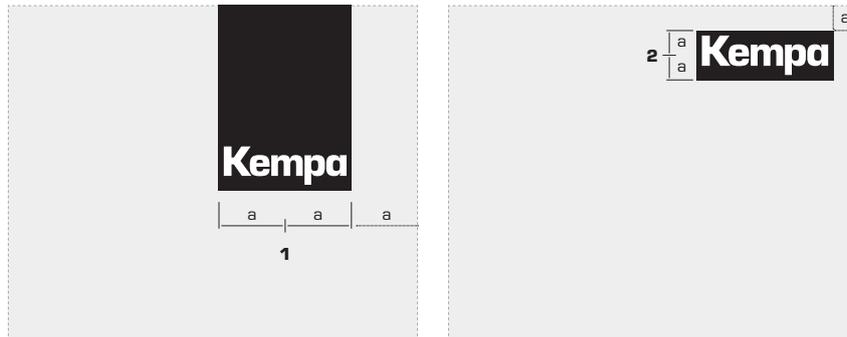
Das Logo befindet sich ausschließlich in der rechten oberen Ecke eines Dokuments. Der Abstand vom rechten Rand entspricht der halben breite des Logos.

Die Breite des Logos ergibt sich aus einem Sechstel der Breite, auf der das Logo platziert ist.

Kleines Logo (2):

Je nach Möglichkeit, wird das Logo auf der rechten oberen Ecke platziert. Die halbe Höhe des Logos entspricht dem Abstand am oberen und rechten Rand.

Die Breite des Logos ergibt sich ebenfalls aus dem Sechstel der Breite der Fläche, auf der das Logo platziert ist. Ausnahmen können beispielsweise animierte Werbebanner sein, bei denen die Abstände nicht eingehalten werden können. In solchen Fällen bitte direkt an die Abteilung Marketing/Grafik wenden.



Farben

Das Logo wird nur in einer Farbvariante verwendet: weiße Schrift auf schwarzem Hintergrund. Andere Farbkombinationen des Logos sind nicht erlaubt.

Die Imagefarbe von Kempa ist „Kempa blau“. Sie wird als Füll- und Signalfarbe verwendet. Anwendungsgebiete sind z.B. Verpackungen oder Print- und Webpublikationen. Im Textilbereich wird „Kempa blau“ auch als Farbe für Trikots oder Shirts verwendet.

Schwarz



Kempa blau

C 100 | M 34 | Y 0 | K 2
Pantone 3005 C



Typographie

Aa

Eine Marke ist nur so stark wie ihr Auftritt.
Deshalb verwenden wir einheitliche Schriften.

Standard Schriftart:

Kempastile

Bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Eurostile

Bold Condensed: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Condensed: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Alternative Schriftart:

Arial

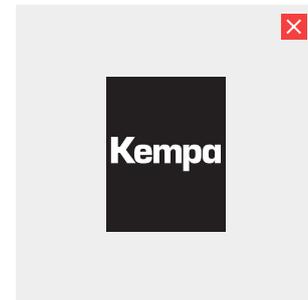
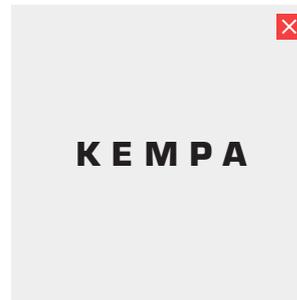
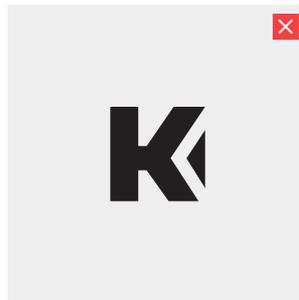
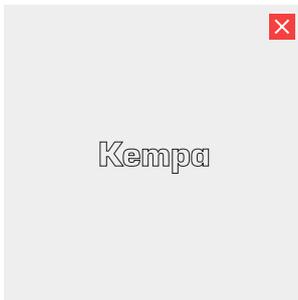
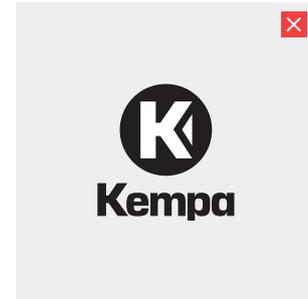
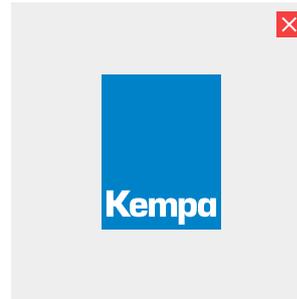
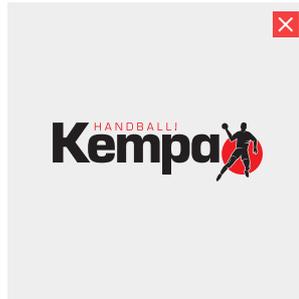
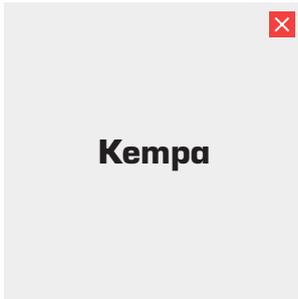
Bold: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Regular: the quick brown fox jumps over the lazy dog

Korrekte Nutzung des Logos:

Das Logo darf in keiner Weise verändert, ergänzt oder in Formen eingefügt werden. Es darf nur in der festgelegten Farbgebung verwendet werden.

Die folgenden Beispiele zeigen, wie es nicht aussehen darf:



Logopakete



Wir alle sind ein großes Team – mit den gleichen Zielen und großen Ambitionen. Deshalb gestalten wir unseren Weg gemeinsam und treten einheitlich auf.

Alle Logos unserer Marken stehen hier zum Download bereit:
uhlsport.group/brandbook

helpdesk.marketing@uhlsport.de
uhlsport.group

uhlsport GmbH

Klingenbachstraße 3
D-72336 Balingen-Engstlatt
Germany

www.uhlsport.group

