

Richtlinien für die ordnungsgemässe Verwendung der Swarovski® Marken für Käufer von Swarovski® Markenkristallen

Lieber Swarovski-Kunde

Vielen Dank für Ihren Kauf von Swarovski® Markenkristallen. Wir beglückwünschen Sie zu dieser Wahl und möchten Ihnen einen praktischen Leitfaden zur ordnungsgemässen Verwendung der Swarovski Marken in Ihrer Marketing-Kommunikation gegenüber Ihren Kunden zur Verfügung stellen.

Swarovski ist seit 1895 die führende Marke für feinsten Kristallverzierungen. Sie genießt Anerkennung für ihre innovative Exzellenz und die Zusammenarbeit mit erstklassigen Designern und Marken in den Bereichen der Mode, des Schmucks, der Accessoires, der Innenarchitektur und der Beleuchtungsindustrie rund um die Welt.

Die Swarovski Kristalle sind in einer riesigen Vielfalt von Farben, Effekten, Formen und Grössen verfügbar und bieten Designern dadurch eine phantastische Palette der Inspiration. Sie werden gemäss dem innovativen, bleifreien* Advanced-Crystal-Standard hergestellt. Jedes dieser Bestandteile ist das Resultat einer Passion für Details und Präzisionsschliff und verleiht dem Gegenstand, zu dessen Schmuck es eingesetzt wird, einen edlen Glanz.

Dementsprechend bitten wir Sie, in Ihrer Marketing Kommunikation diese Richtlinien bezüglich der Verwendung der Swarovski Marke zu befolgen. In diesen Richtlinien werden die folgenden Punkte geregelt:

- **Anwendung der Richtlinien:** Durch wen, wann und unter welchen Umständen sind diese Richtlinien zu befolgen?
- **Basisrichtlinien:** Richtlinien für alle Verwendungen der Swarovski Marke durch alle direkten und indirekten Kunden von Swarovski.
- **Zusatzrichtlinie für Ingredient-Kunden:** Anleitung zur Verwendung der Swarovski Marke als Ingredient Brand durch Kunden, die Swarovski® Markenkristalle in eigene End- oder Zwischenprodukte einarbeiten, sowie für Vertriebspartner derartiger Produkte.
- **Zusatzrichtlinie für Wiederverkäufer:** Anleitung zur Verwendung der Swarovski Handelsmarke durch Wiederverkäufer, die Swarovski® Markenkristalle kaufen, um sie weiter zu vertreiben und weiter zu verkaufen.

Swarovski nimmt jeden Missbrauch ihrer Marken sehr ernst. Wir überwachen den Gebrauch unserer Marken am Markt, um den Wert und das Image der Marke Swarovski für alle Anspruchsgruppen, zu denen auch Sie als unser Kunde gehören, zu schützen. Wir fordern Sie dazu auf, die Bewahrung des Werts und des Images der Marke Swarovski zu unterstützen, indem Sie diese Richtlinien befolgen.

Unsere Richtlinien werden regelmässig aktualisiert und wir bitten Sie daher, diese von Zeit zu Zeit auf Neuerungen zu überprüfen.

Fragen und Kontakt

Sollten Sie Fragen zur ordnungsgemässen Verwendung der Kennzeichen und Marken von Swarovski oder über ein Markenprogramm von Swarovski haben, wenden Sie sich bitte an:

Swarovski Professional Branding: sp.branding@swarovski.com

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

Anwendung dieser Richtlinien

Diese Richtlinien gelten für die Verwendung der Swarovski® Marken durch alle Käufer von losen Swarovski® Markenkristallen und verarbeiteten Produkten. Dazu gehören direkte und indirekte Käufer (die ihren Kauf nicht direkt bei Swarovski, sondern über einen Wiederverkäufer tätigen) und solche, die Produkte für den Weiterverkauf erwerben, sowie diejenigen, die sie als Bestandteil zur Verwendung in eigenen Endprodukten kaufen.

Diese Richtlinien gelten für alle Verwendungszwecke der Swarovski Marke, z. B. in der Werbung, im Internet, in Marketing-Unterlagen oder auf Verpackungen.

In Fällen, in denen ein Käufer von Swarovski® Markenkristallen andere Verträge wie Kauf-, Verkaufs-, Marken-, Logo- oder Lizenzverträge mit Swarovski abgeschlossen hat, die in Widerspruch zu den Bestimmungen dieser Richtlinien stehen, geniessen diese anderen Verträge in Bezug auf die widersprechenden Punkte Vorrang gegenüber diesen Richtlinien.

Basisrichtlinien

Im Folgenden findet sich eine Zusammenfassung der Basisrichtlinien. Durch Anklicken der jeweiligen Richtlinie gelangen Sie zu detaillierten Angaben und Beispielen für diese Richtlinie.

1. Verwenden Sie die Marke Swarovski® ausschliesslich als Hinweis auf Swarovski® Markenkristalle.
2. Stellen Sie sicher, dass es sich bei Ihren Kristallen zu 100 % um Swarovski® Markenprodukte handelt.
3. Verwenden Sie *keinerlei* Logos von Swarovski, sofern Sie keinen schriftlichen Logo-Vertrag unterschrieben haben oder diese Richtlinien etwas anderes vorsehen.
4. Verwenden Sie die Swarovski Marke ordnungsgemäss nur als Verweis in Textform in Fliesstexten.
5. Verwenden Sie die Swarovski Marke ordnungsgemäss als Adjektiv.
6. Kennzeichnen Sie die Swarovski Marke durch ordnungsgemässe Verwendung von Marken-Symbolen und Hinweisen.
7. Verwenden Sie den Swarovski Firmennamen als Nomen ohne Marken-Symbole.
8. Erhalten Sie die Integrität des Namens und des Kennzeichens Swarovski.
 - Verändern Sie den Namen oder das Kennzeichen Swarovski nicht und kürzen Sie es nicht ab.
 - Integrieren Sie den Namen oder das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente nicht in Ihre eigenen oder in sonstige Kennzeichen, Logos, Marken oder Firmennamen.
 - Verwenden Sie den Namen und das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente nicht in Internet-Domainnamen, Online-Account-Namen, Benutzernamen in sozialen Netzwerken, E-Mail-Adressen oder in sonstigen Identitätskennzeichen im Internet.
 - Verwenden Sie die Marke Swarovski nicht als generischen Produkthinweis oder als Kategoriebezeichnung für andere Produkte als solche der Marke Swarovski®.
9. Verwenden Sie keine urheberrechtlich geschützten Swarovski-Materialien, Verkaufsförderungsunterlagen oder Materialien für Verkaufsstellen oder sonstige Anlehnungen an das Corporate Design von Swarovski, sofern dies nicht ausdrücklich und in Schriftform von Swarovski genehmigt wurde.

10. Stellen Sie sicher, dass Ihre eigenen Vertriebs- und Marketing-Partner diese Richtlinien bei der Vermarktung und Verkaufsförderung von Swarovski® Markenkristallen und Ihren eigenen Produkten, die Swarovski® Markenkristalle enthalten, befolgen.

- 1. Verwenden Sie die Marke Swarovski® ausschliesslich als Hinweis auf Swarovski® Markenkristalle.**

Die Marke Swarovski steht für eine bestimmte Auswahl von Premium-Kristallen, 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 das Kennzeichen Swarovski.

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 verwendet werden, deren eingearbeitete Kristalle nicht zu 100 % Swarovski® Markenkristalle sind.

Jede Verwendung der Swarovski Marke 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.

- 2. Stellen Sie sicher, dass es sich bei Ihren Kristallen zu 100 % um Swarovski® Markenprodukte handelt.**

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.

- 3. Verwenden Sie keinerlei Swarovski® Logos, sofern Sie keinen schriftlichen Logo-Vertrag unterschrieben haben oder diese Richtlinien etwas anderes vorsehen.**

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. Ausserdem sind einige Logos für die Verwendung verfügbar, 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 daran Interesse haben, ein Swarovski® Logo zu verwenden, wenden Sie sich bitte unter der folgenden E-Mail-Adresse an das Swarovski Professional Marketing: sp.branding@swarovski.com

Das Swarovski Ingredient-Brand-Logo

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



Die Swarovski Logos für Wiederverkäufer

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



Das Swarovski Firmenlogo

Das Swarovski Firmenlogo (s. folgende Abbildung) darf nur von Wiederverkäufern echter, nicht modifizierter Swarovski® Markenkristalle in bestimmten beschränkten Zusammenhängen verwendet werden. Es darf nicht von Wiederverkäufern verwendet werden, wenn die Swarovski® Markenkristalle in beliebiger Form verändert oder modifiziert sind, oder als Bestandteil in den eigenen Endprodukten des Käufers verwendet werden.



Die Verwendung des hier abgebildeten Swarovski Firmenlogos ist für Wiederverkäufer von echten, nicht modifizierten Swarovski® Markenkristallen gemäss den Bedingungen der Zusatzrichtlinie für Wiederverkäufer erlaubt.

Die Swarovski Schwan-Logos

Die Verwendung des aktuellen oder ehemaligen Swarovski Schwan-Logos (s. Abbildungen unten) oder von Variationen davon, ist ohne schriftliche Genehmigung von Swarovski nicht gestattet. Die Swarovski Schwan-Logos sind ausschliesslich zur Verwendung in Verbindung mit von Swarovski hergestellten und vermarkteten End- und Zwischenprodukten einschliesslich Swarovski Schmuck, Accessoires, Brillen, Beleuchtung, Figuren und Wohndekorations-Produkten reserviert. Die Swarovski Schwan-Logos dürfen nie in Verbindung mit losen Swarovski® Markenkristallen oder mit diesen hergestellten Endprodukten verwendet werden, weil eine derartige Verwendung die Kunden und Verbraucher verwirren würde und hinsichtlich des Ursprungs der betroffenen Waren irreführend wäre, was für Sie zu einer Haftung aus Markenrechtsverletzung, irreführender Werbung oder unlauterem Wettbewerb führen könnte.



Die Verwendung der Swarovski Schwan-Logos ist ausschliesslich Swarovski und den unabhängigen, von Swarovski autorisierten Händlern vorbehalten.

Sonstige 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 unten) sind Beispiele für Marken, die aus dem Verkehr gezogen wurden oder in Verbindung mit anderen Swarovski Produktfamilien verwendet werden und nicht in Verbindung mit Swarovski® Markenkristallen verwendet werden dürfen, da eine derartige Verwendung für die Kunden und Verbrauchern irreführend wäre.

SWAROVSKI ELEMENTS

CRYSTAL
LIZETTY
SWAROVSKI ELEMENTS

MADE WITH
CRYSTAL
LIZETTY
SWAROVSKI ELEMENTS

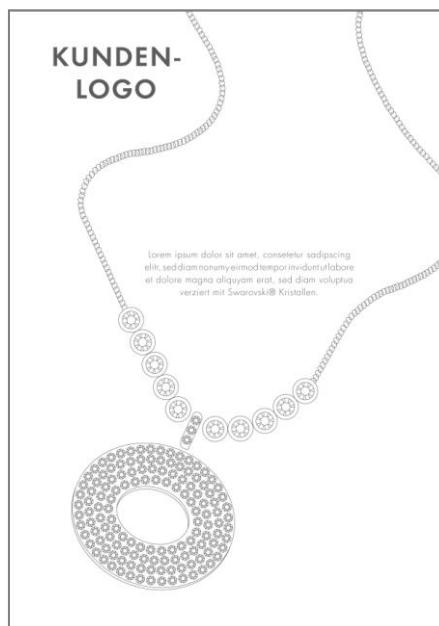
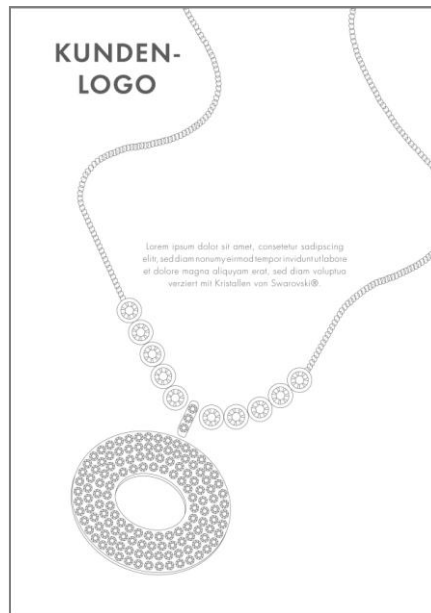
MADE WITH
SWAROVSKI
ELEMENTS

MADE WITH
SWAROVSKI
ELEMENTS

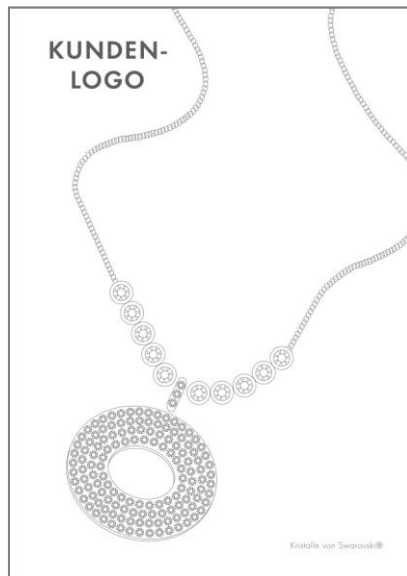
4. Verwenden Sie die Swarovski® Marke ordnungsgemäss nur als Verweis in Textform in Fliesstexten.

Wenn Sie keinen der oben 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.

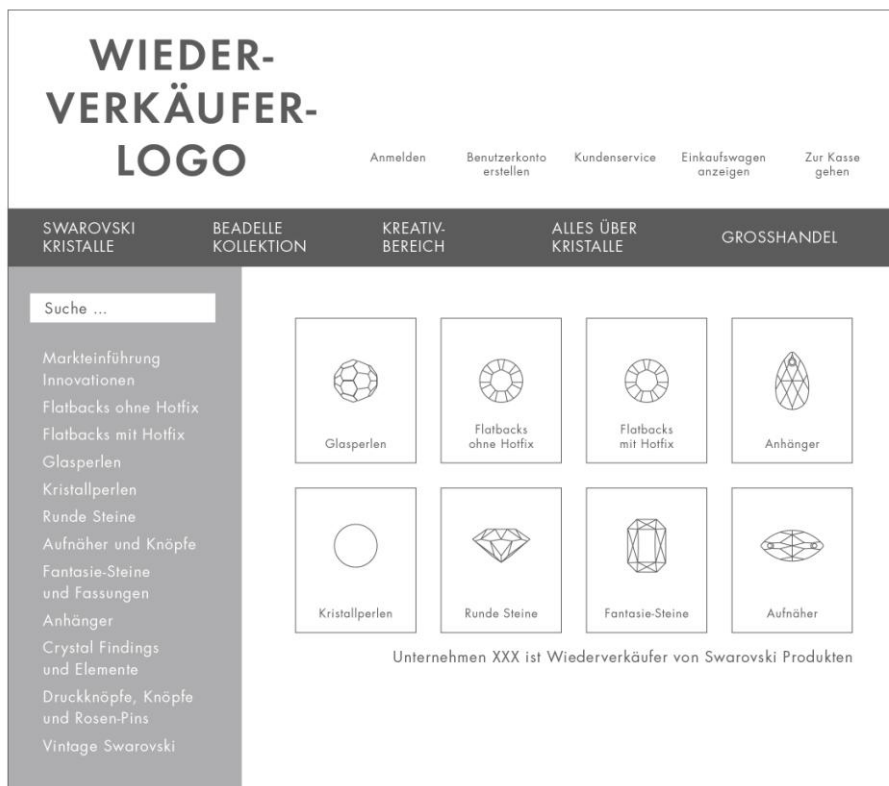
Beispiel für zulässige Textverweise auf Swarovski als Ingredient Brand*



Ohne Fliesstext:



Beispiel für einen zulässigen Textverweis auf Swarovski im Bereich von Wiederverkäufern*



* Die in diesen Beispielen angeführten Unternehmen und Marken sind fiktiv und nicht als Verweis auf reale Unternehmen oder Marken gedacht. Jede Ähnlichkeit mit realen Unternehmen oder Marken ist zufällig.

5. Verwenden Sie die Swarovski® Marke ordnungsgemäss als Adjektiv

Eine Marke übernimmt die Rolle eines Adjektivs und muss entsprechend verwendet werden. Verwenden Sie sie dementsprechend nicht als Nomen und verwenden Sie sie nicht im Plural oder possessiv. Verwenden Sie die Swarovski Marke immer als Adjektiv, gefolgt vom passenden generischen Nomen für das Produkt oder die Produktkategorie.

Richtige Verwendung: *Unsere Handtaschen sind grosszügig mit funkelnden Kristallen von Swarovski® / Swarovski® Kristallen verziert.
Mit Swarovski® Perlen können Sie Ihre eigenen persönlichen Schmuck-Kreationen entwerfen.
Swarovski® Chatons und Flatbacks können in einer Vielzahl von verschiedenen Arten verwendet werden.
Der Glanz der Kristalle von Swarovski® / Swarovski® Kristalle ist einzigartig.*

Falsche Verwendung: *Unsere Handtaschen sind grosszügig mit glitzernden Swarovskis verziert.
Einen Swarovski aufzunähen ist ganz einfach.
Der Glanz eines Swarovskis ist einzigartig.*

6. Kennzeichnen Sie die Swarovski Marke durch ordnungsgemässe Verwendung von Marken-Symbolen und Hinweisen.

Die Swarovski Marke ist eine weltweit eingetragene Marke der Swarovski AG. In allen Marketing-Materialien, 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 unter der Werbung, am Ende des Dokuments (z. B. letzte Seite oder Rückumschlag), 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.

7. Verwenden Sie den Swarovski Firmennamen als Nomen ohne Marken-Symbol.

Beim Verweis auf eine Swarovski Firma oder die Swarovski Firmengruppe insgesamt ist die Verwendung von Swarovski als Nomen akzeptabel und angemessen, weil es in diesen Fällen die Funktion eines Nomens erfüllt. Ausserdem ist bei der Verwendung von Swarovski als Firmenname kein ® erforderlich.

Verwendung als Marke:

*Unsere Handtaschen sind grosszügig mit glitzernden Swarovski® Kristallen verziert.
An der Brille von Diana befinden sich Kristalle von Swarovski®.
Mit Swarovski® Perlen können Sie Ihre eigenen persönlichen Schmuck Kreationen entwerfen.*

Verwendung als Firmenname:

*Swarovski ist der weltweit führende Hersteller von Premium-Kristallen.
Swarovski bietet seinen Geschäftspartnern eine Vielfalt von Dienstleistungen an.
Die Leidenschaft von Swarovski für Innovation und Exzellenz ist unübertroffen.*

8. Erhalten Sie die Integrität des Namens und des Kennzeichens Swarovski®.

- Nehmen Sie keine Modifikationen, Erweiterungen oder Abkürzungen des Namens und der Marke Swarovski vor. Verwenden Sie zum Beispiel nicht *Swaro* oder *Swarov* in isolierter Form oder in Verbindung mit anderen Elementen.
- Integrieren Sie den Namen oder das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente nicht in Ihre eigenen oder in sonstige Marken, Logos, Handelsmarken oder Firmennamen. Erfinden Sie zum Beispiel keine Begriffe oder Bezeichnungen wie beispielsweise *SwaroCrystals*, *SwaroApp* oder *Swarovski from Diana*.
- Verwenden Sie den Namen oder das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente nicht in Internet-Domainnamen, Online-Account-Namen, Benutzernamen in sozialen Netzwerken, E-Mail-Adressen oder sonstigen Identitätskennzeichen im Internet.
- Verwenden Sie die Swarovski Marke weder generisch noch als Kategoriebezeichnung oder Kennzeichen für andere Produkte als Swarovski® Markenkristalle.

9. Verwenden Sie keine urheberrechtlich geschützten Swarovski-Materialien, Verkaufsförderungsunterlagen oder Materialien für Verkaufsstellen oder sonstige Anlehnungen an das Corporate Design von Swarovski, sofern dies nicht ausdrücklich und in Schriftform von Swarovski genehmigt wurde.

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 Verkaufsförderungsunterlagen 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.

10. Stellen Sie sicher, dass Ihre eigenen Vertriebs- und Marketing-Partner diese Richtlinien bei der Vermarktung und Verkaufsförderung von Swarovski® Markenkristallen und Ihren eigenen Produkten mit Swarovski Bestandteilen befolgen.

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.

Stellen Sie dementsprechend Ihren Wiederverkäufern und Vermarktungspartnern eine Kopie dieser Richtlinien zur Verfügung und leiten Sie die erforderlichen Schritte für deren Befolgung ein.

Wenn Sie echte Swarovski® Markenkristalle 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 enthalten, sind sie auch ein **Ingredient-Kunde** und müssen ebenso diese Zusatzrichtlinie für Ingredient-Kunden befolgen.

11. Verwenden Sie die Marke Swarovski® ausschliesslich als Kennzeichen für die Bestandteile und nicht als Marke für das Endprodukt.

Beim Verwenden der Marke Swarovski gilt der folgende wesentliche und fundamentale Grundsatz: Es muss absolut klar sein, dass die Swarovski® Markenkristalle 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, gesponsort oder empfohlen werden, sind auszuschliessen.

Diesbezüglich ist unbedingt zu beachten, dass Swarovski fertigen und halbfertigen Schmuck und sonstige Waren unter der Swarovski Marke vermarktet. Dementsprechend 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, getragen 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.

12. Stellen Sie sicher, dass Ihr eigener Name oder Ihr Kennzeichen (oder der Name des Herstellers) bei der Verkaufsförderung des Produkts am stärksten hervorgehoben wird.

Im Einklang mit der Auflage, dass klarzustellen ist, dass Sie (oder Ihr Lieferant) der Hersteller und/oder Vermarkter des Endprodukts sind, haben Sie sicherzustellen, dass Ihr eigener Name oder Ihr Kennzeichen (oder der- bzw. dasjenige Ihres Lieferanten) bei der Verkaufsförderung dieser Produkte am stärksten hervorgehoben wird.

In allen Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien für Produkte, die Swarovski® Markenkristalle enthalten, darf die Swarovski® Marke niemals als einzige Marke erscheinen. Als Verweis auf die Produkte ist Ihre eigene Marke, Ihre Firma oder Ihr Logo (oder die- bzw. dasjenige Ihres Lieferanten) als am stärksten hervorgehobener Name oder am stärksten hervorgehobenes Kennzeichen zu verwenden, damit klar wird, dass Sie bzw. Ihr Lieferant (nicht Swarovski) der Schöpfer des Produkts sind.

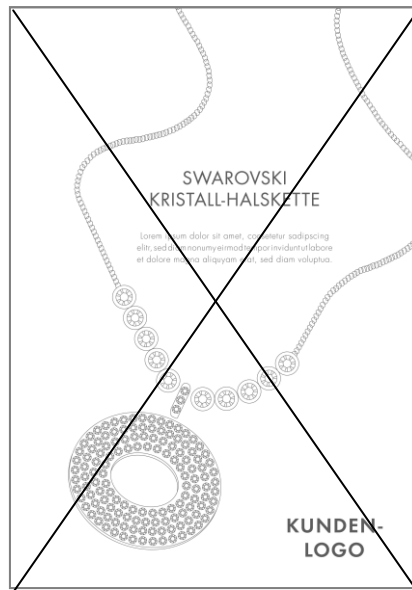
Sie dürfen zum Beispiel das Produkt niemals als „Swarovski Schmuck“ oder „Swarovski Sonnenbrille“ bezeichnen. Gleichermassen dürfen Sie die Produkte niemals unter der Überschrift, dem Banner oder der Kategoriebezeichnung „Swarovski“ präsentieren. Ihr Produkt (oder dasjenige Ihres Lieferanten) muss als Ihr eigenes (oder dasjenige Ihres Lieferanten) präsentiert werden und Swarovski darf nur in Bezug auf die Swarovski Bestandteile angeführt werden.

Beispiel: *DIANAS SCHMUCKSTÜCKE, verziert mit Kristallen von Swarovski®*

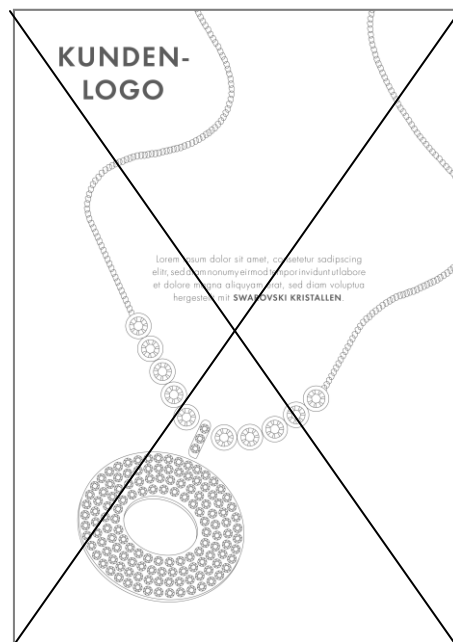
Um die hervorgehobene Stellung Ihrer eigenen Marke (oder derjenigen Ihres Lieferanten) in all Ihren Marketing- und Verkaufsförderungsmaterialien sicherzustellen, darf der Hinweis auf

die Marke Swarovski nur als Textverweis im Fließtext erfolgen, wie dies detaillierter in den Basisrichtlinien ausgeführt ist. Die Verwendung der Swarovski Marke in Überschriften oder an anderen optisch herausragenden Stellen muss vermieden werden.

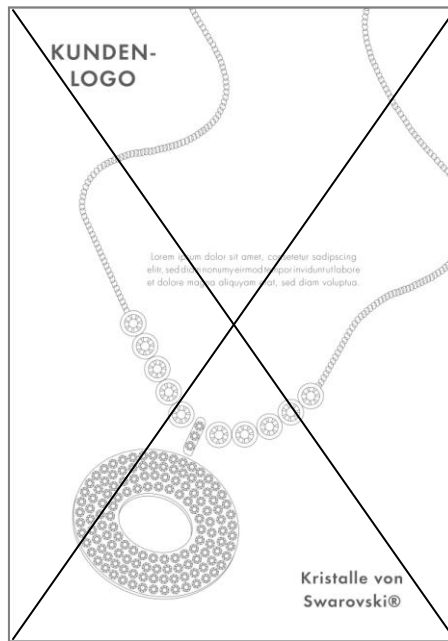
FALSCH



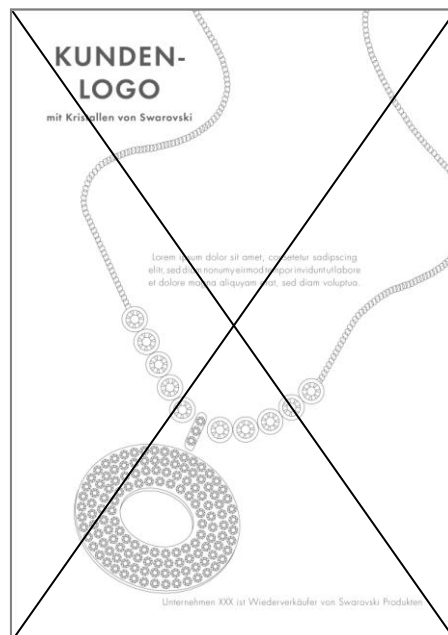
FALSCH



FALSCH



FALSCH



13. Befolgen Sie immer die Basisrichtlinien.

Durch Befolgen der oben dargelegten Basisrichtlinien lassen sich potenzielle Irrtümer hinsichtlich des Schöpfers oder der Förderung Ihres Produkts vermeiden. Wiederholende Zusammenfassung der Basisrichtlinien:

- Verwenden Sie die Marke Swarovski® ausschliesslich als Verweis auf Swarovski® Markenkristalle.
- Stellen Sie sicher, dass es sich bei Ihren Kristallen zu 100 % um Swarovski® Markenprodukte handelt.
- Verwenden Sie keinerlei Swarovski® Logo, sofern Sie keinen schriftlichen Logo-Vertrag unterschrieben haben und diese Richtlinien nicht ausdrücklich etwas anderes vorsehen.
- Verwenden Sie die Swarovski Marke nur ordnungsgemäss in reiner Textform in Fliesstexten.
- Verwenden Sie die Marke Swarovski als Adjektiv.
- Kennzeichnen Sie die Marke Swarovski durch ordnungsgemässe Verwendung von Marken-Symbolen und Hinweisen.
- Verwenden Sie den Swarovski Firmennamen als Nomen, ohne Marken-Symbol.
- Erhalten Sie die Integrität des Namens und der Marke Swarovski.
 - Verändern sie den Namen und das Kennzeichen Swarovski nicht und kürzen Sie diese nicht ab.
 - Integrieren Sie weder den Namen noch das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente in Ihre eigenen oder in sonstige Kennzeichen, Logos, Marken oder Firmennamen.
 - Verwenden Sie den Namen und das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente nicht in Internet-Domainnamen, Online-Accountnamen, Benutzernamen in sozialen Netzwerken, E-Mail-Adressen oder sonstigen Identitätskennzeichen im Internet.
 - Verwenden Sie die Swarovski Marke nicht als generischen Produktverweis oder als Kategoriebezeichnung für andere Produkte als solche der Marke Swarovski®.
- Verwenden Sie keine urheberrechtlich geschützten Materialien Verkaufsförderungsunterlagen oder Verkaufsstellen-Werbung von Swarovski oder sonstige Materialien im Corporate Design von Swarovski, sofern dies nicht ausdrücklich und in Schriftform von Swarovski genehmigt wurde.
- Stellen Sie sicher, dass Ihre eigenen Vertriebspartner und Marketing-Partner diese Richtlinien bei der Vermarktung und Verkaufsförderung von Swarovski® Markenkristallen und Ihren eigenen Produkten mit Swarovski Bestandteilen befolgen.

Zusatzrichtlinien für Wiederverkäufer

Wenn Sie echte Swarovski® Markenkristalle 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 diese Zusatzrichtlinie für Wiederverkäufer befolgen.

14. Verwenden Sie die Marke Swarovski® ausschliesslich als Hinweis darauf, dass Sie Swarovski® Markenkristalle verkaufen, und nicht als Ingredient Brand oder als Marke für Endprodukte.

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 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, sponsort oder empfiehlt, ist auszuschliessen.

Ausserdem ist klarzustellen, dass Sie keine Endprodukte der Marke Swarovski® oder Endprodukte die Swarovski® Markenkristalle als Bestandteile enthalten, anbieten.

15. Stellen Sie sicher, dass Ihr eigener Name oder Ihr Kennzeichen bei der Verkaufsförderung Ihrer Wiederverkaufsleistungen am stärksten hervorgehoben wird. Führen Sie die Swarovski® Marke ausschliesslich als Marke der von Ihnen wiederverkauften Produkte an.

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 ist Ihre eigenes Kennzeichen, Ihre Firma oder Ihr Logo als am stärksten hervorgehobener Name oder bzw. am stärksten hervorgehobenes Kennzeichen zu verwenden.

16. Verwenden Sie die Marke Swarovski vorwiegend als Textverweis und das Swarovski Firmenlogo nur in begrenztem Mass, um darauf hinzuweisen, dass Sie echte und nicht modifizierte Swarovski® Markenkristalle verkaufen.

Um gemäss den Bestimmungen dieser Richtlinie die hervorgehobene Stellung Ihrer eigenen 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 in Überschriften oder an anderen optisch herausragenden Stellen ist zu begrenzen, um den Eindruck zu vermeiden, dass Sie ein Swarovski Handelsunternehmen sind oder Ihr Wiederverkaufsgeschäft an Swarovski gebunden ist oder von Swarovski gesponsert wird.

Das Swarovski Firmenlogo (s. folgende Abbildung) darf von Wiederverkäufern echter, nicht modifizierter Swarovski® Markenkristalle in bestimmten beschränkten Zusammenhängen und nur unter den folgenden Bedingungen verwendet werden:

- Die Verwendung ist nur als Hinweis auf den Verkauf echter, nicht modifizierter Swarovski® Markenkristalle zulässig. Wiederverkäufer, deren Swarovski® Markenkristalle in beliebiger Form verändert oder modifiziert sind oder als Bestandteil in den eigenen Endprodukten des Käufers verwendet werden, dürfen das Swarovski Logo nicht verwenden.
- Grösse und Anordnung des Swarovski Logos müssen erheblich weniger hervorgehoben sein als die des eigenen Kennzeichens oder Firmenimages des Wiederverkäufers.
- Die Verwendung muss so erfolgen, dass sie für Verbraucher oder andere Kunden nicht irreführend ist.

Sollten Sie das Swarovski Logo im Einklang mit dieser Richtlinie verwenden wollen, wenden Sie sich an sp.branding@swarovski.com für Grafikrichtlinien und digitale Dateien, damit Sie das Logo ordnungsgemäss in Übereinstimmung mit den Standards für die visuelle Identität von Swarovski darstellen können.

17. Verwenden Sie nicht das Ingredient-Brand-Logo „Crystals from Swarovski®“.

Wie zuvor angeführt, ist die Verwendung des Ingredient-Brand-Logos „Crystals from Swarovski“ Herstellern von Produkten vorbehalten, die Swarovski® Markenkristalle als Bestandteile enthalten und die einen schriftlichen Logo-Vertrag mit Swarovski abgeschlossen haben. Das Ingredient-Brand-Logo darf nicht von Wiederverkäufern loser Swarovski® Markenkristalle verwendet werden, weil dies für die Kunden und Verbraucher irreführend sein könnte.

18. Befolgen Sie immer die Basisrichtlinien.

Durch konsequentes Befolgen der oben dargelegten Basisrichtlinien lassen sich potenzielle Irrtümer hinsichtlich des Schöpfers oder der Förderung der von Ihnen weiterverkauften Produkte vermeiden. Wiederholende Zusammenfassung der Basisrichtlinien:

- Die Swarovski® Marke ist ausschliesslich als Verweis auf 100 % Swarovski® Markenkristalle oder eine zu 100 % aus Swarovski® Markenkristallen und Swarovski® Markenedelsteinen und/oder künstlichen Swarovski® Markenedelsteinen bestehende Mischung zu verwenden.
- Stellen Sie sicher, dass es sich bei Ihren Kristallen, Edelsteinen und künstlichen Edelsteinen zu 100 % um Swarovski® Markenprodukte handelt.
- Verwenden Sie *keinerlei* Swarovski® Logos, sofern Sie keinen schriftlichen Logo-Vertrag unterschrieben haben und diese Richtlinien nicht ausdrücklich etwas anderes vorsehen.
- Verwenden Sie die Swarovski Marke ordnungsgemäss in reiner Textform in Fliesstexten.
- Verwenden Sie die Swarovski Marke ordnungsgemäss als Adjektiv.
- Kennzeichnen Sie die Swarovski Marke durch ordnungsgemässe Verwendung von Marken-Symbolen und Hinweisen.
- Verwenden Sie den Swarovski Firmennamen als Nomen, ohne Marken-Symbole.
- Erhalten Sie die Integrität des Namens und des Kennzeichens Swarovski.
 - Verändern sie den Namen und das Kennzeichen Swarovski nicht und kürzen Sie diese nicht ab.
 - Integrieren Sie weder den Namen noch das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente in Ihre eigenen oder sonstige Kennzeichen, Logos, Marken oder Firmennamen.
 - Verwenden Sie den Namen und das Kennzeichen Swarovski oder eines ihrer wiedererkennbaren Elemente nicht in Internet-Domainnamen, Online-Accountnamen, Benutzernamen in sozialen Netzwerken, E-Mail-Adressen oder sonstigen Identitätskennzeichen im Internet.
 - Verwenden Sie die Swarovski Marke nicht als generischen Produktverweis oder als Kategoriebezeichnung für andere Produkte als solche der Marke Swarovski®.
- Verwenden Sie keine urheberrechtlich geschützten Materialien, Verkaufsförderungsunterlagen oder Verkaufsstellen-Werbung von Swarovski oder sonstige Materialien im Corporate Design von Swarovski, sofern dies nicht ausdrücklich und in Schriftform von Swarovski genehmigt wurde.
- Stellen Sie sicher, dass Ihre eigenen Vertriebspartner und Marketing-Partner diese Richtlinien bei der Vermarktung und Verkaufsförderung von Swarovski® Markenkristallen und Ihren eigenen Produkten mit Swarovski Bestandteilen befolgen.