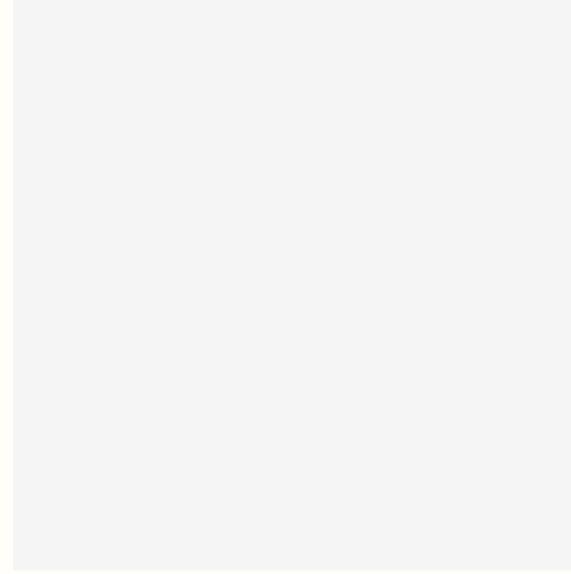
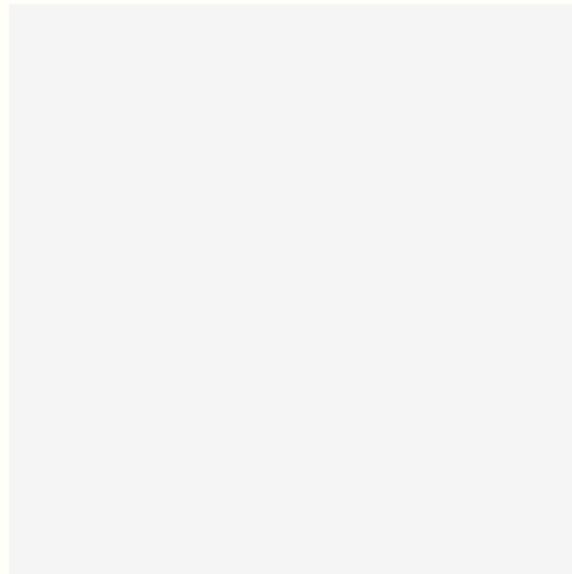
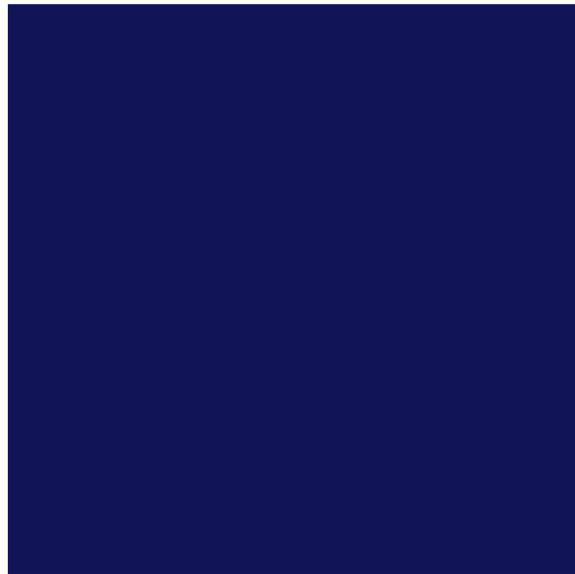




COPELAND



Copeland-Markenstandards: Europa

Leitfaden zur Markennutzung für Händler, Großhändler und Channel-Partner

Inhaltsverzeichnis

Das Unternehmen im Überblick_____	3
Copeland Markenfamilie_____	4
Marken im Umbruch_____	5
Rebranding-Leitlinien_____	6
Standards für die Markenverwendung_____	7
Marken in Ihrer Region_____	8
Verwenden der Copeland-Marke_____	9
Zu vermeidende Fehler_____	10
Verwenden der Copeland-Marke zusammen mit anderen Marken_____	11
Tipps für das Rebranding Ihres Marketingmaterials__	12
Verwenden der Verdant-Marke_____	13
Verwenden der Vilter-Marke_____	14
Verwenden der Cooper-Atkins-Marke_____	15
Informationsmaterialien und zusätzliche Informationen, die in Kürze veröffentlicht werden_____	16
Kontaktinformationen und hilfreiche Links_____	17

Der Zweck dieses Dokuments ist es, die Händler und Channel-Partner zu unterstützen, die ein Produkt oder eine Marke der Copeland-Familie vertreten oder vermarkten.

Es stellt Ihnen einen detaillierten Überblick über unsere Marken bereit, einschließlich derjenigen, die im Rahmen des Prozesses, eine eigenständige Organisation zu werden, umgewandelt werden.

Wenden Sie sich bitte an Ihren Copeland-Vertriebsmitarbeiter, wenn Sie Fragen zu den in diesem Dokument behandelten Themen haben.

Überblick über das Unternehmen

Im Juni 2023 trennte sich Copeland mit der Unterstützung von Blackstone Private Equity von Emerson und wurde als eigenständiges Unternehmen neu gegründet. Während wir mit großem Stolz auf unser über 100 Jahre altes Erbe als führendes Unternehmen im Bereich der HLKK-Technologie blicken, sind wir noch optimistischer, was die Zukunft und die „neue Copeland-Marke“ angeht, die wir gerade aufbauen.

Copeland setzt sich dafür ein, unsere Welt dadurch zu verbessern, dass wir unsere Ressourcen, unser Fachwissen und unsere Innovationskraft darauf konzentrieren, neue Lösungen zu entwickeln, die etwas bewirken. Wir helfen Privat-, Gewerbe- und Industriekunden, ihre Kohlenstoffemissionen zu reduzieren und die Energieeffizienz zu verbessern. Unsere Produkte reichen von Verdichterelektronik, Verflüssigungsanlagen und Steuerungen bis hin zu Thermostaten, Überwachungsdiensten und anderen Komponenten von HLKK-Systemen – allesamt sind bewährt und genießen das Vertrauen von einigen der weltweit führenden Marken.

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Zusammenfassung der Änderungen, die wir im Zuge der Neuausrichtung unseres Unternehmens und unseres Produktportfolios vornehmen.



UNSERE VISION

Gemeinsam schaffen wir nachhaltige Lösungen, die das Leben verbessern und den Planeten schützen, heute und für künftige Generationen.

Copeland Markenfamilie

Unsere Markenstrategie und unsere Markenfamilie entwickeln sich jetzt weiter, da Copeland der Firmenname und die Primärmarke ist. Infolgedessen werden alle Produkte im Zeitraum 2024 bis 2025 einer Markenveränderung unterzogen. Einige werden ein aktualisiertes Logo und einen anderen Look haben, während andere in Copeland umbenannt werden.

Diese Seite fasst die Marken zusammen, die von Copeland weiterhin vermarktet und verkauft werden, sowie die Rolle, die sie im Produktportfolio spielen.

Mit einer stärker konsolidierten und verbundenen Markenfamilie:

- wird unser Angebot vereinfacht und vereinheitlicht
- können Menschen, die nicht zu Copeland gehören, unsere Produkte leichter verstehen und sich besser mit ihnen zurechtfinden
- sind unsere Marketinginvestitionen effizienter und effektiver

Primärmarke

Copeland ist der weltweit führende Anbieter von nachhaltigen Klima lösungen. Unsere Produkte, unser Fachwissen und unsere Innovationen spielen eine wichtige Rolle bei der Verbesserung der Energieeffizienz und bei der Dekarbonisierung der Heizungs-, Kühlungs- und Kältetechnik für Privat-, Gewerbe- und Industriekunden weltweit.

Copeland spielt in unserem Portfolio eine Doppelrolle. Es ist die Unternehmensmarke und auch die Produktmarke für Verdichtung, Elektronik, Steuerung und Überwachung sowie für integrierte Lösungen.

Submarken

Die Produktmarken Sensi, Verdant, Vilter und White-Rodgers verfügen über eine ausgeprägte Verbindung zu den Käufern und Entscheidungsträgern auf ihren Märkten und werden sehr geschätzt. Durch die Ergänzung dieser Marken mit dem Zusatz „by Copeland“ werden sie für Zielgruppen verknüpft, die nicht wissen, dass es eine Verbindung gibt. Dies führt zu einer Übertragung des Markenwertes in beide Richtungen, was dazu beiträgt, sowohl die Marke Copeland als auch die Produktmarken zu stärken und den kumulativen Wert für das gesamte Unternehmen zu erhöhen.

sensi
by **COPELAND**

Smarte Thermostate für Wohngebäude und verschiedene Thermostatsteuerungen für Gewerbegebäude

sensi | hydro
by **COPELAND**

Ein Heimkomfortsystem, das ausschließlich in China verkauft wird

VERDANT
by **COPELAND**

Smarte Thermostate, die den Komfort und die Energieeinsparungen maximieren

VILTER
by **COPELAND**

Kompressoren und Systeme für anspruchsvolle industrielle Anwendungen

WHITE-RODGERS
by **COPELAND**

Thermostate, Ventile, Steuerungen und Systemschutzvorrichtungen für Heizungs-, Klimatisierungs- und Kältetechnik

Assoziierte Marke

Cooper-Atkins ist nach wie vor eine eigenständige Marke für das Temperaturmanagement in der Gastronomie, die bei den Käufern von Geräten ein hohes Ansehen genießt.

COOPER-ATKINS

COPELAND

Dies ist ein vollständiger Überblick über unsere Markenfamilie, allerdings sind nicht alle unsere Marken überall auf der Welt erhältlich. Auf Seite [8](#) finden Sie weitere Informationen über die Marken in Ihrer Region.

Marken im Umbruch

Aufgegebene Marken

Wir geben eine Reihe von Marken in unserem Portfolio auf. Die meisten von ihnen wechseln zur Marke Copeland, um unsere Kompressoren und Steuerungen sowie Elektronik, Software und Überwachungsprodukte unter einer einzigen Marke zu vereinheitlichen.

Unsere traditionellen Thermostate sind eine Ausnahme. Diese Produkte werden von Emerson zu White-Rodgers überführt.



Rebranding-Leitlinien

Jetzt ist es an der Zeit, Ihre Ausstellungsräume und Ihre Website nach Möglichkeiten zu durchsuchen, das alte Branding durch ein neues zu ersetzen.

Um unser Unternehmensbranding korrekt zu repräsentieren, müssen alle Materialien und Inhalte, die den Namen oder das Logo von Emerson enthalten, entfernt oder auf den Namen Copeland oder das neue Logo umgestellt werden. Darüber hinaus müssen Materialien und Inhalte, die alte oder stillgelegte Produktmarken enthalten, so umgestellt werden, dass sie die neue Marke und/oder das neue Logo zeigen. Auf Seite 8 erfahren Sie, welche Marken in Ihrer Region zum Einsatz kommen und wie Sie auf die Logo-Dateien zugreifen können.

Wir sind Ihnen dankbar, dass Sie uns helfen, diese Aktualisierungen so schnell wie möglich vorzunehmen, um Verwirrung bei den Kunden zu vermeiden.

Überlegen Sie sich, in welchen Bereichen, sowohl im Print- als auch im Digitalbereich, eine Aktualisierung erforderlich sein könnte. Nachfolgend finden Sie einige Beispiele:

- Websites
- Tischkarten
- Tresenmatten
- Plakate und Transparente
- Digitale Inhalte von Monitoren
- Fahrzeugaufkleber
- Print-Anzeigen
- Werbematerialien im Geschäft

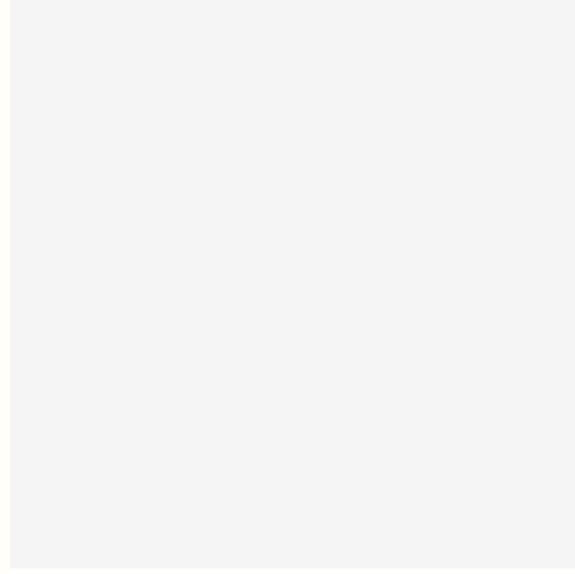
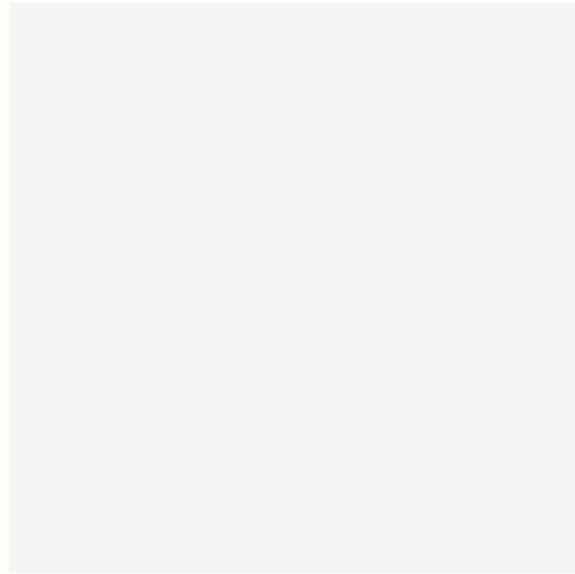
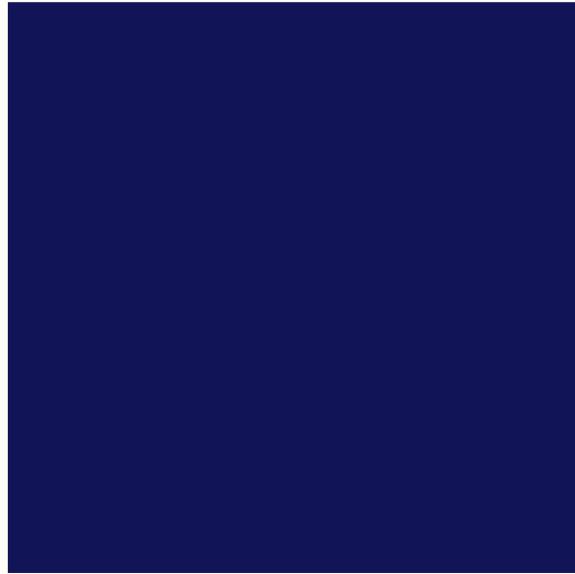
Ein guter erster Schritt besteht darin, die „einfachen“ Elemente wie Emerson Banner, Videoanzeigen, Flaggen und andere Aussteller in Geschäften zu beseitigen, deren Fehlen sicher nicht für Verwirrung sorgen wird.

OBSOLETE MARKENZEICHEN*

Die auf dieser Seite gezeigten Logos sind nicht mehr aktiv oder zur Verwendung zugelassen. Wenn Sie noch Material mit diesen Marken haben, entfernen oder aktualisieren Sie es, damit die Materialien unseren Markenstandards entsprechen.



*Nicht erschöpfende Darstellung



Standards für die Markennutzung

Marken in Ihrer Region

Vergewissern Sie sich, dass Sie alle für Ihr Unternehmen relevanten Produkte kennen und verstehen. Die Verwendungsstandards für die einzelnen Marken werden auf den folgenden Seiten beschrieben, und die Logo-Dateien können Sie unter <https://www.copeland.com/de-de/campaign/aftermarket> abrufen.

Diese Marken laufen aus und werden im Produktportfolio von Copeland nicht mehr vertreten sein:

- Alco
- CoreSense (und zugehörige Verdichterelektronik)
- Emerson
- ProAct

Europa

Die folgenden Marken und Produkte werden über Copeland in Europa verkauft:

COPELAND

- Kompressoren
- Antriebe
- Verflüssigungssätze
- Elektronik für Verdichter
- Regel-, Steuerungs- und Überwachungssysteme für Gebäude
- Steuerung von HLKK-Systemen
- Ventile, Regel-/Steuerungssysteme und Systemkomponenten
- Frachtlogger, Tracker und Überwachungseinrichtungen

VILTER
by **COPELAND**

- Industriekompressoren (Schrauben- und Kolbenkompressoren)
- Industriewärmepumpen

VERDANT
by **COPELAND**

- Energiemanagement-Lösungen

COOPER-ATKINS

- Temperaturmessgeräte
- Compliance-Lösungen
- Drahtlose Überwachungssysteme für den Lebensmittelbereich

Verwenden der Copeland-Marke

Durch Einhalten von Mindestabständen zum Markenzeichen wird dafür gesorgt, dass es immer klar und gut lesbar ist. In diesem Bereich dürfen sich keine anderen grafischen Elemente oder Wörter befinden. Der Abstand zum Copeland-Logo muss mindestens ebenso groß sein wie die Höhe des A (von oben nach unten) und seine Breite von links nach rechts. Mehr Abstand ist wünschenswert.

Die drei Farben der Primärmarke von Copeland sind Copeland Blau sowie Schwarz und Altweiß. Das Copeland-Logo darf nur in diesen Farben dargestellt werden. Die Werte wurden aufgenommen, um die Wiedergabe der Farben für digitale Bildschirme und für den Druck zu erleichtern. Bitte besuchen Sie <https://www.copeland.com/de-de/campaign/aftermarket>, um Logos und andere Assets herunterzuladen.

Mindestabstände



Copeland-Farbpalette

Altweiß	Copeland Blau	Schwarz
HEX #FFFEF5	HEX #0F3CFF	HEX #000000
RGB 255/254/245	RGB 15/60/255	RGB 0/0/0
PMS 9345 C 9345 U	PMS 2728 C 286 U	PMS BLACK 6 C BLACK 6 U
CMYK 0/0/3/0	CMYK 100/85/0/0	CMYK 0/0/0/100

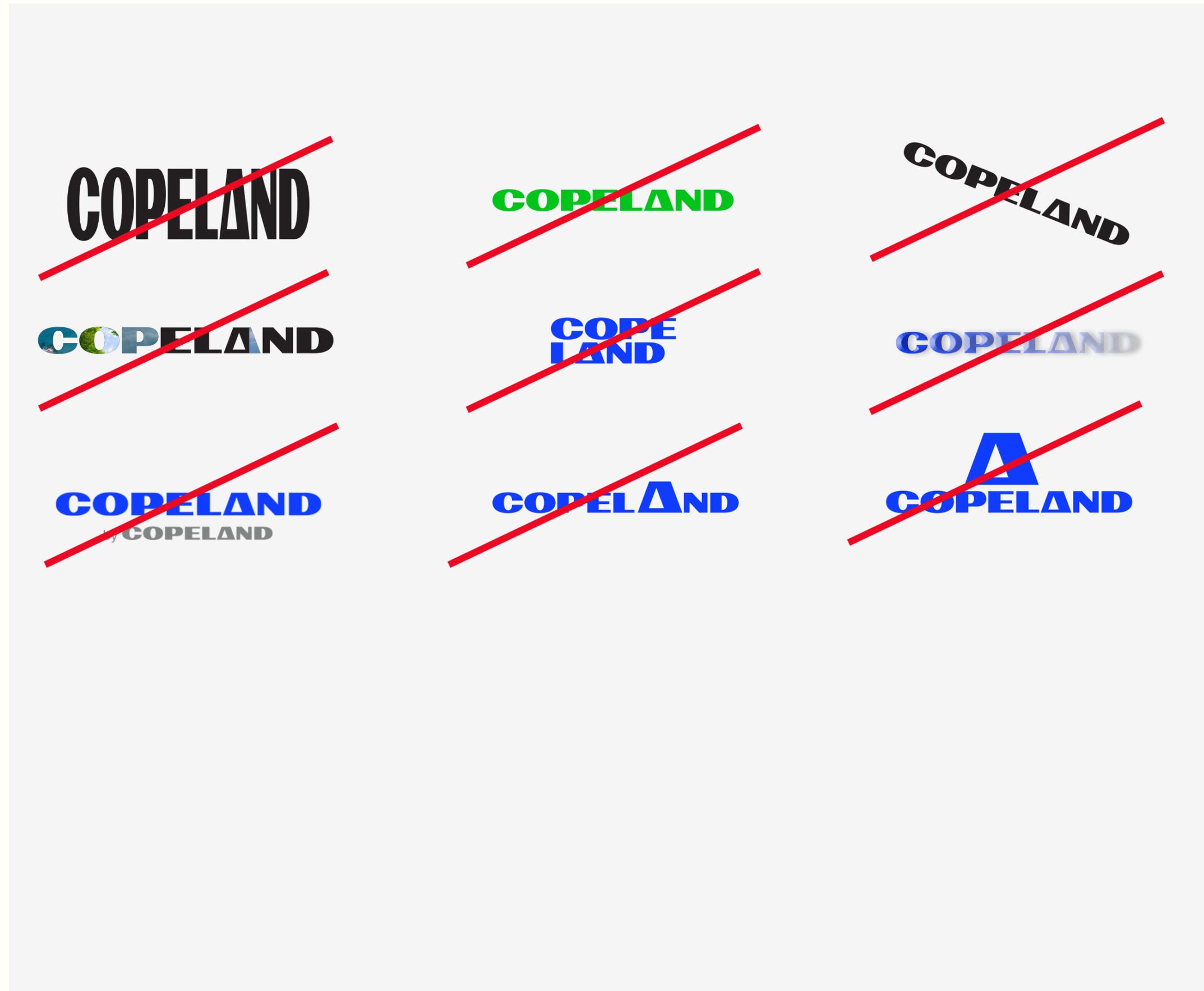
Zu vermeidende Fehler

Es ist wichtig, dass die Anwendung und das Erscheinungsbild des Logos einheitlich bleiben. Im Folgenden finden Sie einige Verbote, deren Nichtbeachtung zu häufigen Fehlern führt, die es zu vermeiden gilt:

1. Das Logo nicht dehnen.
2. Das Logo nicht in einer anderen Farbe außerhalb der Copeland-Farbpalette darstellen.
3. Das Logo nicht drehen.
4. Keine Bilder in das Logo einfügen.
5. Das Logo nicht auf zwei oder mehr Zeilen verteilen.
6. Keine Effekte auf das Logo anwenden.
7. Das Copeland-Logo nicht mit dem Zusatz „by Copeland“ versehen. Im Gegensatz zu unseren Submarken, die ausschließlich als Produktmarken dienen, ist die Marke Copeland auch als unsere Unternehmensmarke positioniert und darf niemals mit einer Linie darunter dargestellt werden, durch die sie als Submarke gekennzeichnet würde.

Das Delta-Symbol ist ein wichtiger Bestandteil des Copeland-Logos. Als Symbol des Wandels unterstreicht es die Transformation der Organisation zu einem weltweit führenden Unternehmen im Nachhaltigkeitsbereich. Das Delta darf nur gezielt eingesetzt werden; eine übermäßige Verwendung verwässert die Wirkung des Symbols. Im Folgenden finden Sie einige Verbote, deren Nichtbeachtung zu häufigen Fehlern führt, die es zu vermeiden gilt:

1. Das Delta-Symbol nicht als eigenes Markensymbol herausziehen.
2. Das Delta nicht größer als den Rest des Logos darstellen.
3. Das Delta nicht als Symbol mit der Wortmarke verbinden.



Verwenden der Copeland-Marke zusammen mit anderen Marken

Um eine klare Kommunikation mit unseren gemeinsamen Kunden zu gewährleisten, ist es wichtig, die korrekte Verwendung der Markenidentität Ihres Unternehmens und des Copeland-Logos in Layouts sicherzustellen, in denen beide in unmittelbarer Nähe erscheinen.

Das Logo Ihres Unternehmens muss immer größer als das Copeland-Logo dargestellt werden, wenn Sie Marketingmaterial erstellen, das Copeland oder unsere Produktmarken bewirbt.

Verwenden Sie das Copeland-Logo nicht für andere Zwecke als zum Bewerben der Copeland-Produkte, zu deren Vertretung Sie berechtigt sind. Beachten Sie außerdem die in diesem Dokument angegebenen Anforderungen an Abstand und Mindestgröße.

Wenn Sie Copeland-Produkte neben anderen von Ihnen vertriebenen Marken bewerben, achten Sie darauf, dass das Copeland-Logo mindestens genauso groß ist wie das der anderen Marken. Copeland darf größer als andere Marken dargestellt werden, aber niemals kleiner.

Wenn Sie Ihr Logo und das von Copeland zusammen verwenden, ist vorzugsweise die Darstellung nebeneinander zu verwenden, um Verwirrung über die Beziehung zwischen unseren Marken zu vermeiden. Verwenden Sie die alternative Anordnung übereinander nur dann, wenn Platz- oder Größenbeschränkungen dies erforderlich machen, und achten Sie auf die Einhaltung der Abstandsstandards ([Seite 9](#)).

Copeland und Ihr Firmenlogo

Nebeneinander (bevorzugt)



Korrekte Größe und Anordnung des Copeland-Logos und Ihrer Unternehmensmarke. Zwischen Ihrem Logo und dem Copeland-Logo ist ein Mindestabstand von zwei Breiten des Deltazeichens einzuhalten.

Übereinander (alternativ)



Wenn die Logos übereinander angeordnet werden müssen, muss eine Beschreibung der Beziehung beigefügt werden (z. B. „Vertriebspartner für Copeland“). Die Einhaltung des erforderlichen Abstands von einem Delta über der Beschreibung und rund um alle Seiten des Copeland-Logos herum gewährleistet, dass beide Logos sichtbar sind.

Copeland zusammen mit anderen Produkten oder Konkurrenzmarken



Wenn möglich sind lange Logos nicht länger als das Copeland-Logo.



Wenn möglich sind hohe Logos nicht mehr als doppelt so hoch wie das Copeland-Logo.

Tipps für das Rebranding Ihres Marketingmaterials

Beziehen Sie sich auf die Beispiele auf dieser Seite, wenn Sie das Rebranding bestehender Inhalte mit unseren neuen Logos durchführen. Die richtige Platzierung und Größe von Logos ist unabhängig davon wichtig, ob Sie das Branding auf Marketingmaterial aktualisieren, das von Ihrem Unternehmen erstellt wurde, oder auf von Copeland geliefertem Material für das Co-Branding.

Bedenken Sie Folgendes:

1. Übernehmen Sie keine Elemente der unverwechselbaren Copeland-Gestaltung in Ihr Marketingmaterial.
2. Versuchen Sie nicht, das Deltasymbol zu verwenden.
3. Die Beispiele auf der rechten Seite zeigen zwar Dokumente, aber die gleichen Regeln gelten auch für Werbematerialien, Beschilderung, Veranstaltungs-Branding und andere Formen von Marketing-Inhalten.

Händler-Marketinginhalte mit einer Produktmarke

Platzieren Sie das Copeland-Logo oder das entsprechende Sub-Logo an einer im Vergleich zu Ihrer Unternehmensmarke untergeordneten Stelle: unten auf der Seite, wenn sich Ihr Logo oben befindet, oder rechts neben Ihrem Logo, wenn die beiden Marken nebeneinander stehen. In jedem Fall muss Ihr Logo das größte auf der Seite sein.

IN STOCK
COPELAND COMPRESSORS

HERMATIC

- Dependable
- Cost - Effective
- Versatile

SCROLL

- Superior Efficiency
- Reliable
- Wide HorsePower Capacity Range

SEMI - HERMATIC

- Full Temperature Range Performance
- Premium Alternative

Download The Copeland Mobile App
 The Copeland Mobile app is designed to give you instant, on-the-go access to over 30 years of online product information.
 Scan with your smartphone or visit <https://apps.copeland.com/CopelandMobile/login>

Marketing-Inhalte für Co-Branding

Wenn Sie von Copeland zur Verfügung gestelltes Material für Co-Branding verwenden, suchen Sie den offensten Bereich, um dort Ihr Firmenlogo unterzubringen. Dieser Bereich befindet sich im Allgemeinen unten. Achten Sie auf einen ausreichenden Abstand zwischen Ihren Informationen und dem vorhandenen Branding auf dem Material.

Copeland ZP
large commercial scroll

Delivers greater energy efficiency and lower life-cycle cost in commercial air conditioners.

Offers distinct features and benefits that improve system efficiency and reliability.

Features and benefits

- Copeland qualified tandem and trio configuration for superior part load efficiency
- Copeland scroll axial and radial compliance for superior reliability
- Low sound and vibration
- Improved reliability with low oil circulation rates

EFFICIENT

- Superior industry efficiency
- Optimized for R410A application

RELIABLE

- Axial and radial compliance
- Low oil circulation rate
- Better liquid handling

QUIET

- Quiet operation with good sound quality

Beispiel mit mehr als einer Produktmarke

Wenn Sie für mehr als ein Produkt aus der Copeland-Markenfamilie werben, achten Sie darauf, dass Sie das Sub-Logo verwenden, die Größe beibehalten und die Produkte in alphabetischer Reihenfolge anordnen.

Tip: Der erste Buchstabe der einzelnen Logos sollte gleich groß sein.

Zum Beispiel sollte das „S“ in Sensi ebenso hoch wie das „W“ in White-Rodgers sein.

ENTER FOR A CHANCE TO
WIN A \$500
VISA GIFT CARD*

Only two weeks left to enter!

Take the Sensi Touch 2 Training before May 31st, and **score an entry*** into our \$500 Visa gift card sweepstakes.

Plus, you'll **earn an extra entry** for every extra White Rodgers course you complete. Visit, check out the Sensi Touch 2, and enter to win today!

Enroll in training, learn, and enter to win here

Informationsmaterialien und zusätzliche Informationen, die in Kürze veröffentlicht werden

Die Einführung unserer neuen Marke und aller begleitenden Leitlinien wird in den Jahren 2024 und 2025 eine ständige Aufgabe sein. Bitte beachten Sie, dass dieses Dokument der erste von drei Markenstandards ist, die wir für unsere Channel-Partner veröffentlichen werden.

Das Marketing von Copeland entwickelt neue Standards für die folgenden Punkte. Wir werden Sie informieren, sobald die entsprechenden Informationen und/oder Daten verfügbar sind.

Standards für Produktinformationen

Leitfaden für die Zuordnung von Kategorien und für die Benennung von Produkten zur Unterstützung der Anforderungen Ihrer Produktinformationsdatenbank für Web/E-Commerce

Voraussichtlich Herbst 2024

Rebranding der Produktbilder

Aktualisierte Bibliothek der Produktbilder in unserem neuen Branding

Voraussichtlich Herbst 2024

Standards für Filial- und Online-Marketing

Neue Designstandards und Vorlagen zur Unterstützung Ihres Copeland-Produktmarketings und Ihrer Werbeaktivitäten. Dazu gehören Ladenbeschilderung, Kioske, Tresen-, Regal- und Stirnseiten-Merchandising, Website-Banner und Inhalte der Landing Page, Inhalte für Digital-/Video-Monitore, Werbung, soziale Medien und die Anweisungen für andere lokale Marketingerfordernisse.

Voraussichtlich Frühjahr 2025

Kontaktinformationen und hilfreiche Links

Unsere Markenstandards sollen die am häufigsten gestellten Fragen beantworten und Bedürfnisse abdecken, geben aber nicht unbedingt in jeder Situation die richtige Antwort. Wenn bei Ihnen ein Spezialfall vorliegt oder wenn Sie eine Frage haben, die besondere Aufmerksamkeit erfordert, dann wenden Sie sich bitte an Ihre Vertriebsrepräsentanten, damit er oder sie Ihnen weiterhilft.

Weitere Informationen zu unserem Rebranding-Prozess finden Sie unter <https://www.copeland.com/de-de/brands>.

Sie können außerdem die Website <https://www.copeland.com/de-de/campaign/aftermarket> besuchen, um die neuesten Logo-Dateien und andere Materialien anzusehen und herunterzuladen.