



# CD

## MANUAL

## VORWORT: **AUF DEN ERSTEN BLICK GUT!**

Ein Corporate Design Manual ist wie das Regelwerk beim Sport oder wie der Plan auf einer Baustelle. Es legt die Regeln fest und definiert, wie das, was wir machen, auszusehen hat, welchen Raum es einnehmen darf und was wir alle beachten müssen, wenn wir als **REGUPOL** erfolgreich kommunizieren wollen. Da wir uns alle an die Vorgaben des Corporate Design Manual halten, wird es uns dabei helfen, unsere Ideen und Information einzigartig und wiedererkennbar zu kommunizieren. Eben von Grund auf gut.

Das vorliegende Manual ist nicht nur ein Regelwerk für die Form unserer Kommunikation in und von Berleburg aus. Es gilt zugleich auch für alle Tochtergesellschaften und sorgt so für einen weltweit einheitlichen Auftritt als starke Marke. Es drückt unseren Leistungsanspruch „von Grund auf gut“ in Form und Farbe aus und sorgt dafür, dass wir unverwechselbar und glaubwürdig wahrgenommen werden. Die Art und Weise unserer Kommunikation soll im Kundenbewusstsein nachhaltig verankert werden.

Das Ziel, weltweit als einheitliche Marke wahrgenommen zu werden und auf den ersten Blick unserem Anspruch als Qualitäts- und Serviceführer gerecht zu werden, können wir nur erreichen, wenn alle gemeinsam die Richtlinien dieses Manuals einhalten. Im Umgang mit allen Unternehmen der Gruppe soll man spüren, erleben und an der Kommunikation auch sehen können, was wir meinen, wenn wir sagen: Von Grund auf gut.

Das ist in Zukunft der Anspruch unserer Kommunikation als **REGUPOL**. Die richtige Form dafür ist verbindlich in diesem Dokument definiert. Natürlich wird es im Laufe der Zeit Änderungen, Anpassungen und Modernisierungen geben. Verantwortlich dafür ist unser Marketingteam, das Sie weltweit auf dem Laufenden halten wird.

**Damit wir gemeinsam das Beste am Markt erreichen.**



Weil nicht alles immer selbsterklärend ist, sind wir bei Fragen, Problemen und Anregungen zu unserem Corporate Design Manual selbstverständlich gerne für Sie da.

Euer Marketing-Team

# INHALT

<b>Unsere Vision &amp; Mission</b> .....	<b>05</b>	<b>07 Anwendungen</b> .....	<b>62 - 127</b>
<b>Unsere Markenwerte</b> .....	<b>07</b>	Geschäftsunterlagen, Briefpapier A4 .....	64
<b>01 Logo</b> .....	<b>08 - 17</b>	Geschäftsunterlagen, Briefpapier Letter .....	65
Unser Logo .....	10	Geschäftsunterlagen, Visitenkarte .....	66
Proportionen .....	11	E-Mail-Signatur .....	67
Schutzraum .....	12	Moodboard Geschäftsunterlagen .....	68-69
Farben .....	13	Titelseite Broschüre A4 .....	70
Anwendungen .....	14 - 15	Innenseite Broschüre A4 .....	71
Falschanwendungen .....	16	Titelseite Broschüren US-Letter .....	72
Sonderfälle .....	17	Innenseite Broschüre US-Letter .....	73
<b>02 Farben</b> .....	<b>18 - 23</b>	Titelseite Broschüre Din lang .....	74
Primärfarben .....	20 - 21	Innenseite Broschüre Din lang .....	75
Sekundärfarben .....	22 - 23	Moodboard Titelseiten Broschüren .....	76 - 77
<b>03 Typografie</b> .....	<b>24 - 29</b>	Moodboard Innenseiten Broschüren .....	78 - 81
Hausschrift .....	26	Rückseiten .....	82
Sekundärschrift .....	27	Moodboard Rückseiten Broschüren .....	83
Anwendungen .....	28	Anzeige A4 .....	84
<b>04 Sprache und Schreibweisen</b> .....	<b>30 - 35</b>	Anzeige US-Letter .....	85
Sprache .....	32	Moodboard Anzeigen .....	86 - 87
Schreibweisen .....	33	Moodboard Vision und Mission .....	88 - 89
Zertifizierungen C2C .....	34-35	Etiketten .....	90
<b>05 Designelemente</b> .....	<b>36 - 49</b>	Moodboard Etiketten .....	91
Infobox .....	38 - 39	Wandkalender .....	92
Falschanwendung .....	39	Beach Flags .....	93
Störer .....	40 - 41	Roll-Up Banner .....	94 - 97
Slogan .....	42 - 43	Mobiler Messestand .....	98 - 99
Diagramme .....	44 - 45	Leucht-Messestand .....	100 - 101
Icons & Piktogramme .....	46 - 47	Leuchtstelen .....	102 - 103
Tabellen .....	48 - 49	Kleidung Messeauftritt .....	104 - 107
<b>06 Bildwelt</b> .....	<b>50 - 61</b>	Kleidung Kreative Ansätze .....	108 - 113
Produktfotografie .....	52	Kleidung Gewerblich .....	114 - 117
Produktrenderings .....	53	Website .....	118 - 119
Anwendungsbilder .....	55 - 55	Social Media .....	120
Peoplefotografie .....	56 - 57	Präsentation Vertrieb .....	121
Environment, Architektur .....	58 - 59	Präsentation Unternehmen .....	122 - 123
Aufbaugrafiken .....	60 - 61	Presseinformation .....	124 - 125
		Fahrzeugbeschriftung .....	126 - 127
		Werbegeschenke .....	128 - 129

WIR GESTALTEN DIE WELT  
**NACHHALTIGER,  
 SICHERER UND  
 LEBENSWERTER.**



# UNSERE NEUE VISION UND MISSION

## BASIS EINER STARKEN MARKE REGUPOL

### UNSERE VISION:

**All unsere unternehmerischen Aktivitäten tragen dazu bei, die Welt nachhaltiger, sicherer und lebenswerter zu gestalten.**

Diese Vision ist unser Antrieb und beschreibt die Wirkung, die wir mit unserer Arbeit erzielen wollen – für unsere Kunden, Lieferanten, Gesellschaft, Umwelt und Zukunft.

### UNSERE MISSION:

**Wir suchen stetig innovative Lösungen, die unseren Planeten besser und sicherer machen – mit hervorragenden Produkten, einem exzellenten Service, fairen Partnerschaften sowie einem hoch motivierten Team.**

Die Mission macht deutlich, wie wir unsere Vision tagtäglich leben: durch unsere Produkte, unsere Arbeitsweise und unsere Zusammenarbeit – intern wie extern.



# UNSERE MARKENWERTE

Unser Markenmodell zeigt, wie unsere Marke funktioniert. Es hilft dabei, klarer zu sehen, wofür unsere Marke steht und woran wir uns orientieren müssen, um sie erlebbar zu machen.





# 01

## DAS LOGO

Ein gutes Logo spiegelt die Persönlichkeit einer Marke wider und übermitteln eine Botschaft an den Betrachter. Die Wahl der Schrift, die Farben, die Form – jedes Gestaltungselement sollte bewusst ausgewählt sein, um diese Botschaft zu transportieren. Ein gutes Logo sollte einprägsam, so einfach wie möglich und überall einsetzbar sein.

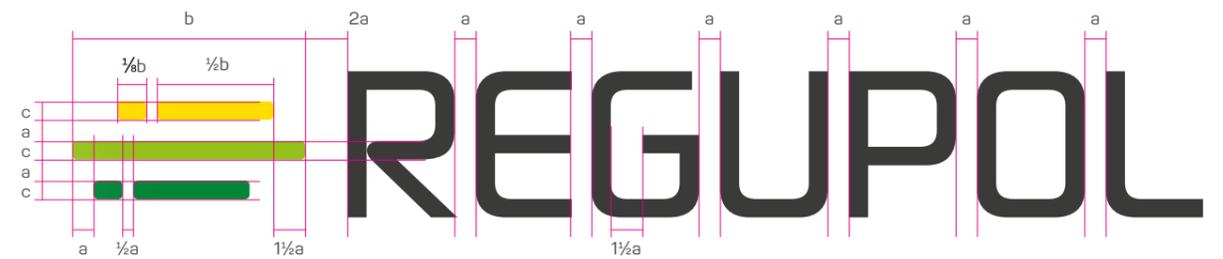
Ein gutes Logo sollte jedes Teammitglied stolz machen! **#TEAMREGUPOL**

# 01 LOGO

Das **REGUPOL**-Logo besteht aus einer Kombination von Bild- und Wortmarke, die in Form und Farbe genau definiert und unveränderbar ist. Proportionen und Verhältnismäßigkeiten des Logos dürfen nicht verändert werden.



# 01 LOGO PROPORTIONEN

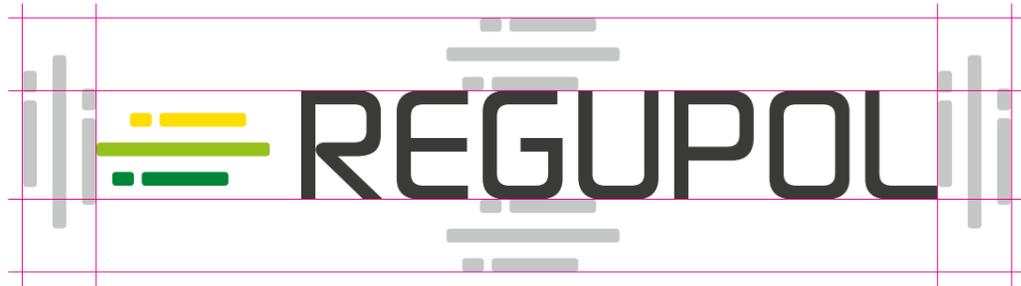


Schriftzug: Sol Pro Medium  
90% Schwarz

## 01 LOGO

# SCHUTZRAUM

Der Mindestfreiraum rings um das Logo ist wichtig für dessen Erkennbarkeit. Dieser Freiraum ringsum muss deshalb mindestens die Höhe der Bildmarke betragen. Innerhalb dieses Raumes dürfen keine anderen Wörter, Symbole oder Zeichnungen stehen. Das Logo steht immer allein – auch nicht in Kombination mit einem Claim.



## 01 LOGO

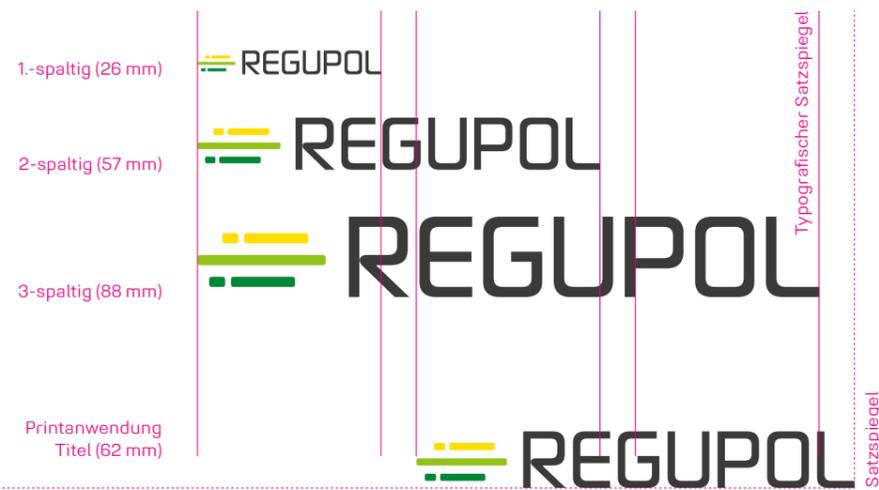
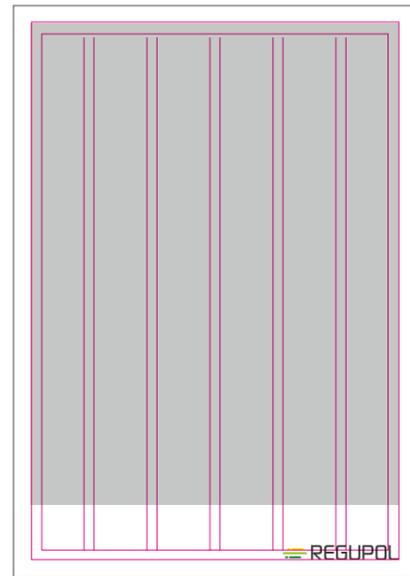
# FARBEN

Es muss immer die Farbvariante eingesetzt werden. In den Fällen, wo ein farbiger Einsatz nicht möglich ist, wird die Strichvariante verwendet. **Eine Zwei-, Drei- oder Graustufenvariante gibt es nicht!**



# 01 LOGO ANWENDUNGEN

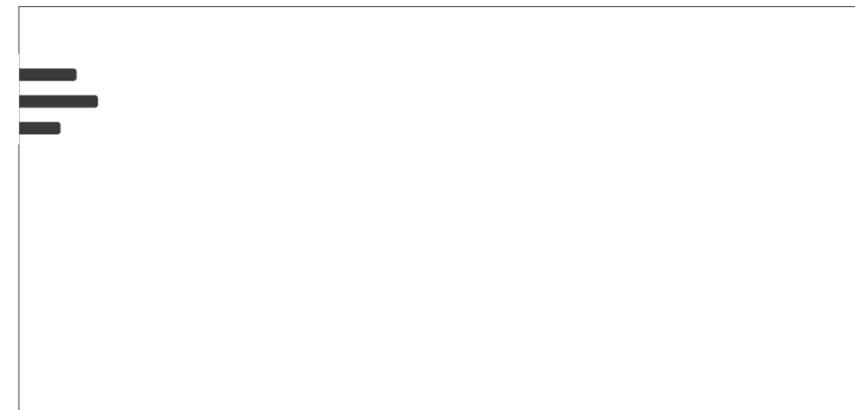
In Printanwendungen steht unser Logo immer rechtsseitig - oben oder unten - am Satzspiegel angeordnet. In anderen Medien kann die Darstellung abweichen. Bei gestürzten Anwendungen (Fahnen o.ä.) sollte das Bildzeichen fussbündig stehen.



REGUPOL

**Mindestgröße:** Wird das Logo ≤ 20 mm eingesetzt, muss die Strichvariante verwendet werden.

Die Bildmarke darf auch alleine stehen – ohne die Wortmarke **REGUPOL**. Des Weiteren darf sie auch angeschnitten werden (bspw. wenn sie am Seitenrand steht).



# 01 LOGO FALSCHANWENDUNGEN

vertauschte Farben in der Bildmarke



Positiv-Variante auf dunklem Untergründen schlecht sichtbar



2- farbige Variante nicht erlaubt



Es gibt keine Graustufenvariante



Logo steht immer allein



Die Wortmarke steht nicht allein



Bei gestürzten Anwendungen steht das Bildzeichen immer unten



Bei Anwendunge kleiner als 20 mm muss die Strichvariante verwendet werden

# 01 LOGO SONDERFÄLLE

### REGUPOL-Logo + Geschäftsbereich (für Händler – auf Anfrage)

Diese Logovarianten werden AUSSCHLIEßLICH für **REGUPOL**-Händler von **REGUPOL America** und **REGUPOL Australia** genutzt (nur auf Anfrage). Händler von **REGUPOL** können diese im Einzelfall und nach Rücksprache und Freigabe durch das Marketing nutzen.

Die Logovarianten werden nicht zu **REGUPOL**-Werbezwecken genutzt (d.h. nicht auf der Webseite, nicht auf den Social-Media-Kanälen, nicht in Printunterlagen usw.). Das Logo soll den Kolleginnen und Kollegen aus dem Vertrieb nicht zur Verfügung gestellt werden.





# 02

## FARBEN

Farben wecken Assoziationen –  
Farben sind Botschafter. Die grund-  
legende Farbgebung sollte daher  
zum Unternehmen sowie zu dessen  
Branding und Philosophie passen, um  
entsprechende Werbebotschaften  
effektiv übermitteln zu können.

# 02 FARBEN

## PRIMÄRFARBEN

Für die Wiedererkennbarkeit der Marke **Regupol** sind Farben und deren planvoller Einsatz von entscheidender Bedeutung. Dabei stehen primär die Farben des Logos im Mittelpunkt. Für eine wirkungsvollere Farbwahrnehmung empfehlen wir, die Primärfarben sparsam einzusetzen; bevorzugt in Kombinationen mit Weiß oder mit der monochromen Sekundärfarbpalette.

Je nach Anwendung wird zwischen Print-, Außen-, und Bildschirmanwendungen unterschieden.



REGUPOL Grau



REGUPOL Dunkelgrün



Euroskala  
0c 0m 0y 90k  
bei großen Flächen  
60c 50m 45y 65k

Sonderfarbe  
Pantone Black 7 C



ORACAL 751C  
720 Komatsu grey

RAL  
9004 Signalschwarz



RGB  
R58 G58 B58

Hexadezimal  
#3a3a3a



Euroskala  
100c 0m 100y 15k

Sonderfarbe  
Pantone 348 C



ORACAL 751C  
061 Green

RAL  
6029 Minzgrün



RGB  
R0 G129 B50

Hexadezimal  
#008132

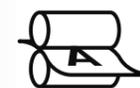
**Bitte beachten:**

Bei größeren Grauflächen werden für ein besseres Printergebnis folgende Werte genutzt:

Euroskala:  
60c 50m 45y 65k



REGUPOL Hellgrün



Euroskala  
50c 0m 100y 0k

Sonderfarbe  
Pantone 376C



ORACAL 751C  
064 Yellow Green

RAL  
6018 Gelbgrün



RGB  
R150 G190 B13

Hexadezimal  
#96be0d



REGUPOL Gelb



Euroskala  
0c 10m 100y 0k

Sonderfarbe  
Pantone 116 C



ORACAL 751C  
216 Traffic Yellow

RAL  
1021 Rapsgelb



RGB  
R255 G221 B0

Hexadezimal  
#ffdd00

# 02 FARBEN

## SEKUNDÄRFARBEN

Die Sekundärfarben gliedern und akzentuieren Themen und greifen unterstützend in die Farbgestaltung mit den Primärfarben ein.

Je nach Anwendung wird zwischen Print-, Außen-, und Bildschirmwendungen unterschieden.



REGUPOL Grau 60K



REGUPOL Grau 45K



Euroskala  
0c 0m 0y 60k  
  
Sonderfarbe  
Pantone 423 C



Euroskala  
0c 0m 0y 45k  
  
Sonderfarbe  
Pantone Cool Gray 6 C



ORACAL 751C  
076 Telegrey  
  
RAL  
7045 Telegrau 1



ORACAL 751C  
724 Ice grey  
  
RAL  
7038 Achatgrau



RGB  
R135 G135 B135  
  
Hexadezimal  
#868786



RGB  
R167 G167 B167  
  
Hexadezimal  
#a7a7a8

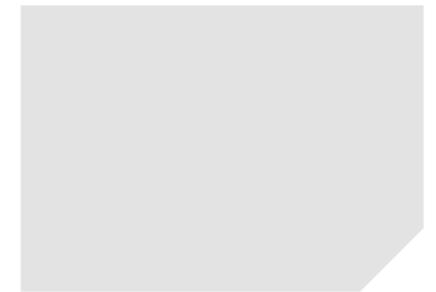
### Gut zu wissen:

Der Gebrauch von weiß ist eine Ausnahme und nur für Folierungen oder ähnlich angedacht.

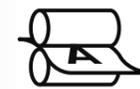
Für weiß nutzen wir die Oracal 010 White und bei RAL die 9003 Signalweiß.



REGUPOL Grau 30K



REGUPOL Grau 15K



Euroskala  
0c 0m 0y 30k  
  
Sonderfarbe  
Pantone Cool Gray 3 C



Euroskala  
0c 0m 0y 15k  
  
Sonderfarbe  
PANTONE Cool Gray 1 C



ORACAL 751C  
072 Light grey  
  
RAL  
7047 Telegrau 4



ORACAL  
751-109 Hull White  
  
RAL  
9016 Verkehrsweiß



RGB  
R197 G197 B197  
  
Hexadezimal  
#c5c6c6



RGB  
R227 G227 B227  
  
Hexadezimal  
#e2e3e3



# 03

## TYPOGRAFIE

Eine Unternehmenstypografie soll zur Unverwechselbarkeit eines Unternehmens oder einer Marke beitragen, über verschiedene Schriftschnitte und Ziffernvarianten verfügen und mehrere Sprachen unterstützen.

## 03 TYPOGRAFIE

# HAUSSCHRIFT

### Midpoint Pro

Die Hausschrift Midpoint Pro mit den Schriftschnitten Light, Regular und Bold wird sowohl für Überschriften als auch Fließtexte verwendet. Entworfen von Oleh Lishchuk. Unterstützt bis zu 82 Sprachen.

aA

#### Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789.,;:\_+--\*/=()%&€<>

aA

#### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789.,;:\_+--\*/=()%&€<>

aA

#### Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789.,;:\_+--\*/=()%&€<>

## 03 TYPOGRAFIE

# SEKUNDÄRSCHRIFT FÜR OFFICE-ANWENDUNGEN

### Calibri

In MS-Office-Programmen wird für offene Dokumente als Korrespondenzschrift die Calibri verwendet. Sie ist eine der gängigsten Schriftarten auf allen Systemen und garantiert somit ein stetiges Erscheinungsbild.

aA

#### Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789.,;:\_+--\*/=()%&€<>

aA

#### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789.,;:\_+--\*/=()%&€<>

aA

#### Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789.,;:\_+--\*/=()%&€<>

## 03 TYPOGRAFIE

# ANWENDUNGEN

### DAS BESTE WENN'S DRAUF ANKOMMT

Kleine und große Überschriften werden – wenn Textmenge und -aussage es zulassen – optisch versetzt im freien Zeilenfall angeordnet.

- Farbe: REGUPOL Grau
- Headlines werden in Versalien geschrieben.
- Kleine und große Headlines gehören immer zusammen
- Kleine Headline: Midpoint Light, 20–24 Punkt
- Große Headline: Midpoint Bold 30–36 Punkt
- Größenverhältnis untereinander: 2 zu 3.
- Die Zeilenabstände sind jeweils 4 Punkt größer als die Schriftgröße (Schriftgröße 24 Punkt > Zeilenabstand 28 Punkt)

Die Subheadline steht in 15 Punkt. Schriftschnitt: Midpoint Light. Zeilenabstand 18 Punkt. Vollautet lamus, eosania nos endenet, delenque pra co-rectatus ea volendebisit mosam

Subheadlines werden linksbündig entlang des Spaltenrasters angeordnet.

- Farbe: REGUPOL Grau
- Midpoint Light, 15 Punkt
- Zeilenabstand: 18 Punkt

**Die Copy Headline wird wie die normale Copy formatiert, steht allerdings in Bold.**

Die Copy steht in Midpoint Light, 9 Punkt, Zeilenabstand in 4,5 mm, ausgerichtet am Grundlinienraster. Die Copy steht linksbündig, Flattersatz und 2-, 4-, oder auch 6-spaltig laufend.

**Ni dolest eossinus, essimi, sin ommoluptam re simi, erunt.**

Ibusantem aborpore nestrum et incti odis si natis velis veliqui duntum que endigen dandam recupita ere venda quassedit aut aliquodit maio ius, omnimporae voluptiis nima et molores doluptatis es magni ullia aut dolupta quiasitam aut ommoluptam litiore voluptam, con rem ides, cumet est quid es atur, omnimuscius nost id quia vel ipsaestota consequi il ium senda

aut re venimet et volut que explab ilis dolupti bersperio, corepre necto essim harum fugiae porernatur atur aperorerunte et harciaepudi remquas quo vendisquatem harum aute mi, quis eius, odit, evendio nsequod icatibus ipiendebis dolliquas sinvel et fugit venda con pori de odi ut et rentiun ti-ossimus aut dunditat ullabo. Ulparum utat aut officias estemquas nulluptas abor abor aspel in rate cum fugitionsed eos asperiorrunt es sunt quas dolo.

**Ni dolest eossinus, essimi, sin ommoluptam re simi, erunt.**

Ibusantem aborpore nestrum et incti odis si natis velis veliqui duntum que endigen dandam recupita ere venda quassedit aut aliquodit maio ius, omnimporae voluptiis nima et molores doluptatis es magni ullia aut dolupta quiasitam aut ommoluptam litiore voluptam, con rem ides, cumet est quid es atur, omnimuscius nost id quia vel ipsaestota consequi il ium senda

aut re venimet et volut que explab ilis dolupti bersperio corepre necto, essim harum fugiae porernatur atur aperorerunte et harciaepudi remquas quo vendisquatem harum aute mi, quis eius, odit, evendio nsequod icatibus ipiendebis dolliquas sinvel et fugit venda con pori de odi ut et rentiun ti-ossimus aut dunditat ullabo. Ulparum utat aut officias estemquas nulluptas abor abor aspel in rate cum fugitionsed eos asperiorrunt es sunt quas dolo.

Die Copy wird am Grundlinienraster in 4,5 mm ausgerichtet.

Die Copy kann frei entlang des Spaltenrasters angeordnet werden

- Farbe: REGUPOL Grau
- Copy: Midpoint Light, 9 Punkt
- Copy Headline: Midpoint Bold 9 Punkt
- Die Zeilenabstände sind jeweils 4,5 mm (12,756 Punkt)



# 04

## SPRACHE UND SCHREIBWEISEN

Ein weiteres Ziel eines guten CD-Manuals ist die Festlegung einer einheitlichen Sprache sowie ein einheitlicher Sprachstil, einheitliche Formulierungen und Bezeichnungen.

## 04 SPRACHE

### Wir sprechen eine klare, einfache Sprache

**REGUPOL** will unseren Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern nahe sein. Umso wichtiger ist eine klare, leicht verständliche Sprache. Wir vermeiden lange Sätze und verschachtelte Satzkonstruktionen.

### Wir sprechen aktiv

**REGUPOL** ist ein dynamisches Unternehmen. Das drückt sich auch in unserer Sprache aus. Wann immer möglich verwenden wir statt der Passivform aktive Formulierungen. Das wirkt lebendiger, sympathischer und selbstsicherer.

### Jede Sprache transportiert auch eine Identität

**REGUPOL** ist ein international agierendes Unternehmen. Wir achten auf kulturelle Besonderheiten und drücken das in unserer Sprache aus. Deshalb vermeiden wir Anglizismen, die nicht länderübergreifend bekannt sind. Wortspiele und Redewendungen können benutzt werden, wenn in anderen Sprachen eine adäquate Übersetzung garantiert werden kann. Im Deutschen verwenden wir die Anrede „Sie“. In Social-Media-Kanälen verwenden wir die übliche Anrede „Du“ – im Business-Portal LinkedIn die Anrede „Sie“.

## 04 SPRACHE, BEISPIEL

### Unternehmensbeschreibung in Presseinformationen

**REGUPOL** wurde 1954 gegründet und verarbeitet wiedergewonnene und aufbereitete, hochwertige Kunststoffe. Daraus entstehen die Produkte. So ist **REGUPOL** einer der führenden Anbieter von Sportböden, Fallschutzböden, Antirutschmatten zur Ladungssicherung, Produkten zur Trittschalldämmung und Schwingungsisolierung sowie Schutz- und Trennlagen geworden. **REGUPOL** verfügt über mehr als 65 Jahre Erfahrung in diesen Marktsegmenten. In vielen Produktgruppen ist **REGUPOL** bereits Marktführer. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Bad Berleburg. **REGUPOL** beschäftigt weltweit ca. 750 Mitarbeiter, die durch ihr Fachwissen ihren Kunden passende Lösungen anbieten. Tochtergesellschaften sind: **REGUPOL America LLC**, **REGUPOL Australia Pty. Ltd.**, **REGUPOL Acoustics Middle East FZE**, **REGUPOL Schweiz AG**, **REGUPOL Zebra Athletics LLC** und **BSW Shanghai CO. LTD**. Im letzten Jahr erzielte **REGUPOL** einen Umsatz von 120 Millionen € und recycelte 90 Tausend Tonnen Elastomere.

## 04 SCHREIBWEISEN

### Produktnamen:

Produktnamen werden gefettet, und stehen immer in Verbindung mit der Marke **REGUPOL**.

Zum Beispiel:

**REGUPOL playfix FXG**  
**REGUPOL cargo tool GBS**  
**REGUPOL sound & drain**  
**REGUPOL comfort**

- Dabei steht **REGUPOL** immer in Versalien.
- **REGUPOL** wird nicht mit Bindestrich durchgekoppelt!
- Die Visualisierung des Registered-Zeichens „®“ entfällt.

Wird allgemein produktübergreifend gesprochen, werden folgende Begriffe verwendet:

**REGUPOL Antirutschmatten**  
**REGUPOL Fallschutzböden**

Eine weitere Ausführung des Produktnamens ist nicht erforderlich.

### E-Mail Anrede

In Mailings bevorzugen wir die folgende geschlechtsneutrale Anrede:

**Guten Tag Max Mustermann**  
**Guten Tag Erika Mustermann**

Die Begriffe „Herr“ oder „Frau“ entfallen.

### Adressen

Unsere Firmennamen werden in Adresszeilen wie folgt formatiert:

**REGUPOL Germany GmbH**  
**REGUPOL America LLC**  
**REGUPOL Australia Pty. Ltd.**  
**REGUPOL Acoustics Middle East FZE**  
**REGUPOL Schweiz AG**  
**REGUPOL Zebra Athletics LLC**  
**BSW Shanghai CO. LTD.**

### Zahlen

Zahlen werden wie folgt formatiert.

- Zahlen ab Eintausend werden in Tausendern mit Leerschritt abgesetzt  
**10 000 000**

- Zahlen im Fließtext bis einschl. **Zwölf** werden ausgeschrieben. Zahlen ab **13** in Form von Nummern.

### Datum

Eine Datumsangabe wird wie folgt formatiert:

**01.05.2020**

### Telefonnummern

Telefonnummern werden international einheitlich wie folgt formatiert:

phone +49 123 456-789  
mobile +49 123 456789

- Durchwahlen werden mit Bindestrich abgetrennt
- Faxnummern werden nicht mehr verwendet.

Unsere Firmennamen werden in Fließtexten wie folgt formatiert:

**REGUPOL**  
**REGUPOL America**  
**REGUPOL Australia**  
**REGUPOL Acoustics Middle East**  
**REGUPOL Schweiz**  
**REGUPOL Zebra Athletics**  
**BSW Shanghai**

# 04 ZERTIFIZIERUNGEN

## C2C | Cradle to Cradle Certified®

### Über Cradle to Cradle Certified®

Cradle to Cradle Certified® steht für eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft und legt fünf Kriterien für eine Zertifizierung zu Grunde: Materialgesundheit, Kreislauffähigkeit, (Einsatz) erneuerbarer Energien, ein verantwortungsvoller Umgang mit Wasser sowie soziale Gerechtigkeit.

65 Produkte von **REGUPOL** aus den Bereichen Akustik, Bautenschutz und Ladungssicherung haben das Bronze-Zertifikat erhalten.

### Darstellung der Zertifizierung

Die Darstellung und Verwendung des Logos und den dazugehörigen Texten sind von C2C genau vorgegeben. Die Richtlinien findet man hier: <https://c2ccertified.org/resource/cradle-to-cradle-certified-trademark-use-guidelines>

Bei Beschreibungen mit Produktbezug wird das Logo immer mit diesem Satz zusammen veröffentlicht: Cradle to Cradle Certified® ist eine eingetragene Marke des Cradle to Cradle Product Innovation Institute (C2CPII). Produktname ist gemäß Cradle to Cradle Certified® in Bronze-Level zertifiziert. Die Übersetzungen in englisch und französisch sind ebenfalls definiert und können beim Marketing erfragt werden.

### Freigabe von Veröffentlichungen

Sämtliche Veröffentlichungen von dem C2C-Logo und den Texten müssen von C2C genehmigt werden. Bitte beim Erstellen von neuen Dokumenten und Gegenständen immer Rücksprache mit der Marketing-Abteilung halten!

### Wichtig:

Nur nach Rücksprache mit dem Marketing und der Freigabe von C2C dürfen das Logo und der dazugehörige Satz veröffentlicht werden!

# 04 BEISPIELE

**REGUPOL**

**TECHNICAL DATA**  
**REGUPOL CARGO MAT 1000®**

Product description	
Product	REGUPOL cargo mat 1000® - anti-slip mat
Material	Elastomer compound made of synthetic rubber and Polyurethane
Delivery form	Rolls, sheets, cut-to-size formats on request
Thickness	8 mm
Bulk density*	approx. 950 kg/m <sup>3</sup>
Weight*	approx. 78 kg/m <sup>2</sup> at 8 mm thickness
Colour	black with yellow coloured particles
Application	Load securing for HGVs
Maximum load**	630 t/m <sup>2</sup> = 630 N/mm <sup>2</sup> at 8 mm thickness
Temperature resistance	-40 °C to +120 °C
Certifications	  Cradle to Cradle Certified® is a registered trademark of the Cradle to Cradle Product Innovation Institute. REGUPOL cargo mat 1000® is Cradle to Cradle Certified® at the Bronze level.

\* The weights indicated are subject to fluctuations of up to 5 %  
\*\* Based on DIN EN ISO 2386-2. Test sample size 60 x 60 mm

Physical properties	Norm	Result	Remarks
Elongation at break	DIN EN ISO 1738	minimum 60 %	
Tensile strength	DIN EN ISO 1738	minimum 0.60 N/mm <sup>2</sup>	
Resistance	In-house testing	UV light, sodium chloride, weak acids & alkaline solutions	Please note: swelling possible on contact with hydrocarbons such as oils, fuels, etc.
Coefficient of friction/ Value achieved	recommended by REGUPOL	0.6 µ	Due to the difficulty calculating external influences occurring in practice (moisture, dirty loading beds, etc.) REGUPOL recommends that calculations for load securing should be based on a kinetic friction coefficient of 0.6.
Coefficient of friction/ test value	VDI 2700, part 14 Fraunhofer Institute IML	0.84 µ	Measured value including 5 % safety value

Technical Data | REGUPOL CARGO MAT 1000® | Release 09.12.2024 | www.regupol.com 112

### Technische Daten und Produktinformationen:

Das Logo und der dazugehörige Satz werden nach Möglichkeit in die Tabelle eingefügt.

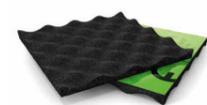
## KREISLAUFWIRTSCHAFT STATT WEGWERFWIRTSCHAFT



**REGUPOL**

**PRODUKTE AUS FOLGENDEN RANGES SIND ZERTIFIZIERT:**

**REGUPOL sound**



**REGUPOL sound and drain**



**REGUPOL comfort**



**REGUPOL vibration**





Cradle to Cradle Certified® ist eine eingetragene Marke des Cradle to Cradle Product Innovation Institute (C2CPII).

### Beispiel Leuchtstele:

Das Logo und der dazugehörige Satz



# 05

## DESIGNELEMENTE

Auch Designelemente sollten in Form, Farbe und Darstellungsart klar definiert werden. Auch hier gilt der Grundsatz: "Weniger ist mehr!".

# 05 DESIGNELEMENTE INFOBOX

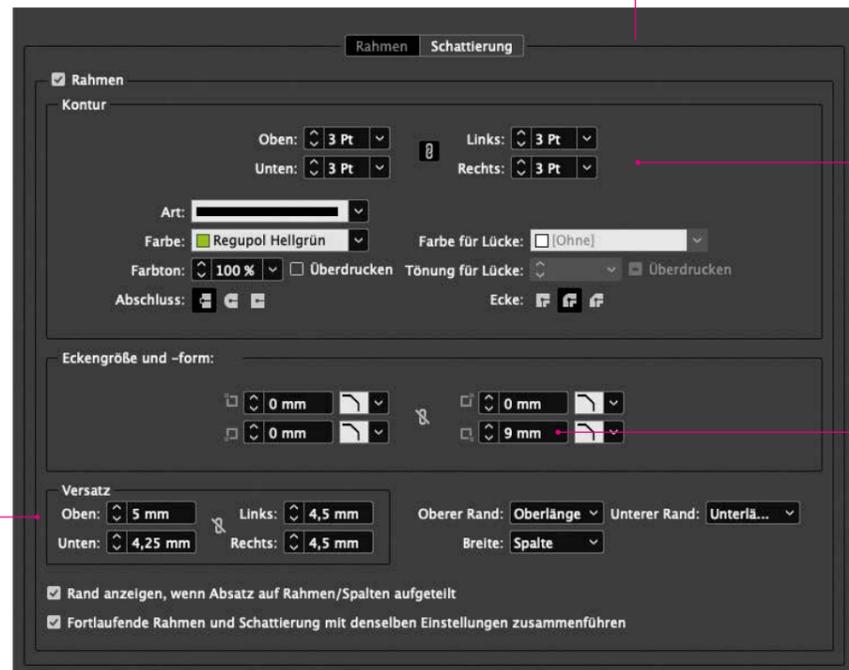
Kurze Hinweise und Informationen können in Infoboxen hervorgehoben werden. Sie bieten schnellere Orientierung in der Kommunikation wichtiger Inhalte. Sie können mit Headline oder geschlossen ohne Headline verwendet werden.

### Gut zu wissen:

Die Infobox kann auch als Absatzformat definiert werden. Die erforderlichen Parameter stehen in dem unten abgebildeten Screenshot. Das Headline-Textfeld erhält eine Füllung in Farbe des Hintergrundes und unterbricht den Infobox-Rahmen in ihrer Breite + 3mm.

- **Typo: Midpoint Pro, Light, 9 Punkt, Zeilenabstand 4,5 mm. Vertikale Ausrichtung: zentriert.**
- **Abstand zum Rahmen: oben/unten: 4,5 mm, links/rechts: 5 mm**

- **Infobox Headline: Midpoint Pro, Bold, 11 Punkt.** Die Headline erhält einen Grundlinienversatz von 3 pt und schließt mit der Gemeinen optisch am oberen Rand der Infobox ab. Das Textfeld wird in der Farbe des Hintergrunds gefüllt.

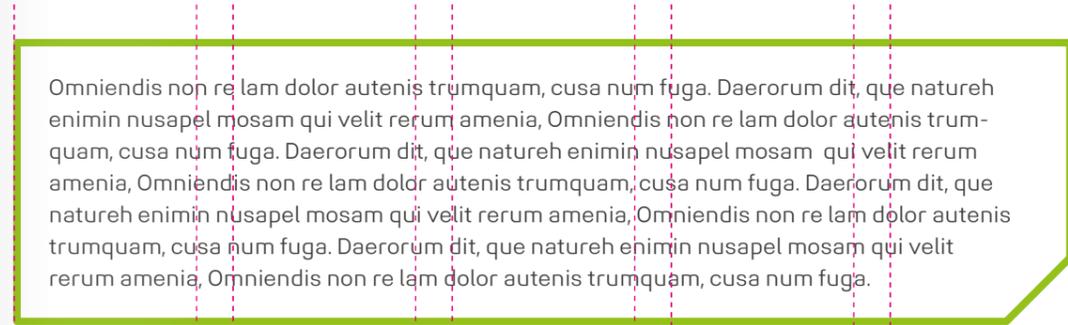


Kontur: 3 Punkt, Regupol Hellgrün, Ecken gerundet

Die Einstellung des Liniensatzes ist wichtig, damit die Linie – einschließlich ihrer Strichstärke – immer mit dem Grundlinienraster (4,5 mm) abschließt!

Eckenform: 45°-Winkel. Die Eckengröße wird in 4,5 mm-Schritten angegeben. (also 4,5 mm, 9 mm, 13,5 mm, usw.) Die abgeschrägte Ecke darf nie höher als ein Drittel der Infobox-Gesamthöhe sein.

# 05 DESIGNELEMENTE INFOBOX, BEISPIELE



### Gut zu wissen:

Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam qui velit rerum amenia, Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam qui velit rerum amenia, Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam qui velit rerum amenia, Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga.

Die Infobox wird entlang der Spalten angeordnet.

# FALSCHANWENDUNGEN

### Gut zu wissen:

Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam qui nusapel mosam enim nusalpel mosam

Textfeld der Headline zu breit!

### Gut zu wissen:

Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam qui nusapel mosam enim nusalpel mosam

Headline fehlt der Grundlinienversatz

### Gut zu wissen:

Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam

Infobox nicht im Grundlinienraster

### Gut zu wissen:

Omniendis non re lam dolor autenis trumquam, cusa num fuga. Daerorum dit, que natureh enim nusalpel mosam

Höhe der abgeschrägten Ecke im Verhältnis zur Gesamthöhe unproportional hoch!

# 05 DESIGNELEMENTE STÖRER

Ähnlich wie in den Infoboxen werden in Störern wichtige Hinweise und Informationen gehighlightet. Sie bieten schnellere Orientierung in der Kommunikation wichtiger Inhalte. Sie werden immer an einer Vertikalen aufgehängt und sind in den **REGUPOL** Primärfarben gefüllt.

Weil nicht alles immer selbsterklärend ist, sind wir bei Fragen, Problemen und Anregungen zu unserem Corporate Design Manual selbstverständlich gerne für Sie da.

Anna Knutas  
Marketing/Grafik  
phone +49 2751 803-256  
a.knutas@regupol.de

Ihr Vorteil:  
Itae nam ra pe dolupienia vero dolor alicipici nis etur, ipsam volorates erovidestem. Et eat-quatet.

Störer werden mit einer kleinen Ecke in Breite des Spaltenabstands entlang des Spaltenrasters aufgehängt.

Anordnung und Formatierung des Inhalts ist abhängig von der werblichen Aussage – sollte aber den formellen Grundsätzen dieses CDs entsprechen.

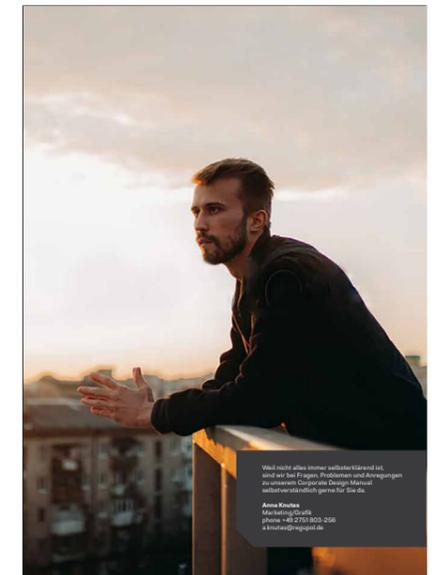
# 05 DESIGNELEMENTE STÖRER, BEISPIELE



Störer ausgerichtet am Satzspiegel



Störer ausgerichtet am typografischen Satzspiegel



Störer aus Seite herauslaufend bei vollflächigen Bildmotiven.

## 05 DESIGNELEMENTE

# LEITSPRUCH

**REGUPOL** hat hervorragende Produkte, beste Lösungen und ein Versprechen an den Kunden, das Vertrauen schafft. Vertrauen in das Produkt, in die Marke und in die Menschen, die für uns arbeiten.

Der Einsatz des Slogans ist nicht verpflichtend. Unser Slogan wird weder als Logozusatz verwendet noch als Markenclaim verstanden, sondern als ein Statement am Ende eines Textblocks das Vertrauen schafft und so selbstverständlich ist wie das Versprechen selbst: „Wir haben es im Griff!“

## We've got it covered!

## 05 DESIGNELEMENTE

# LEITSPRUCH, BEISPIEL

Wir wollen Kunden und ihre Bedürfnisse so gut verstehen, dass jegliche Leistung von Grund auf gut ist und die an uns gestellten Erwartungen übertroffen werden. Wir können nur dann eine sehr gute Leistung erbringen, wenn wir wirklich verstehen, was unsere Kunden benötigen und wie wir sie dabei unterstützen können, Ihre Ziele zu erreichen. Nur wenn uns das gelingt, kann unsere Arbeit das Gefühl vermitteln, die richtige Entscheidung getroffen zu haben.

Unsere zahlreichen Referenzen belegen unsere Leistung. So haben wir unsere Produkte im Burj Khalifa in Dubai, in der Elbphilharmonie in Hamburg oder im Olympiastadion in Berlin verlegt. **We've got it covered.**



Ebenso gradlinig sind unsere umfangreichen Ausbildungsangebote: Kaufmännische Berufe, duale Studiengänge, Industriemechanik für Maschinen- und Anlagenbau – wir setzen auf junge Menschen. Sie stehen für unsere Ausrichtung auf die Zukunft und ihr Erfolg und ihre Zufriedenheit macht uns stolz.

**We've got it covered.**

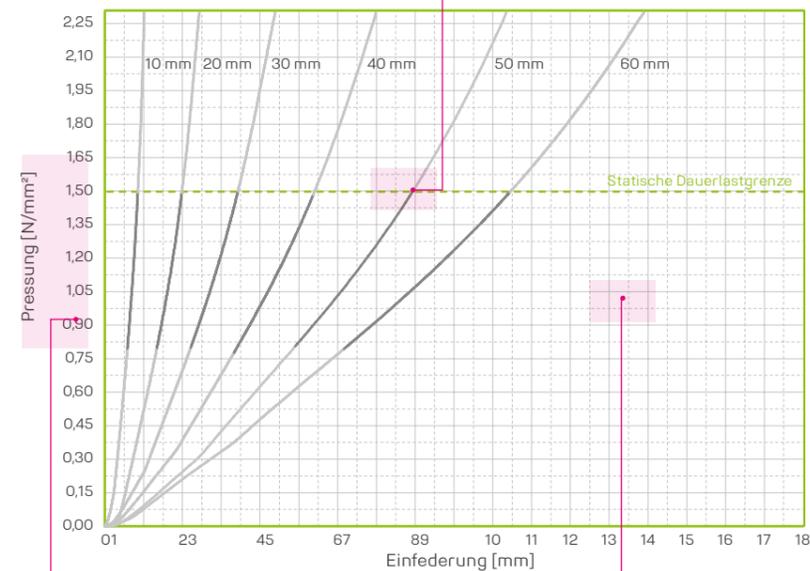


# 05 DESIGNELEMENTE DIAGRAMME

Aufgrund der Vielfältigkeit der unterschiedlichen technischen Themengebiete sowie deren Darstellungsarten kann in diesem Rahmen nicht jede Diagrammart genauer definiert werden. Gleichwohl gibt es Eigenschaften, die für alle Diagramme gelten wie folgt:

- Alle Diagramme sind im Flatdesign gestaltet. Keine Schatten. Keine Verläufe. Keine dritte Dimension.
- Diagrammtexte in Midpoint Pro, Light, 6-7 Punkt.
- Die Farbgestaltung bedient sich der Farben aus der Primärfarbpalette in Kombination mit Sekundärfarbpalette.
- Bevorzugt werden die Farben REGUPOL Hellgrün und REGUPOL Grau
- Rastereinteilungen werden in Abstufungen der Sekundärfarbpalette formatiert

**Linienstärken: 1 pt in REGUPOL Grau-Abstufungen**

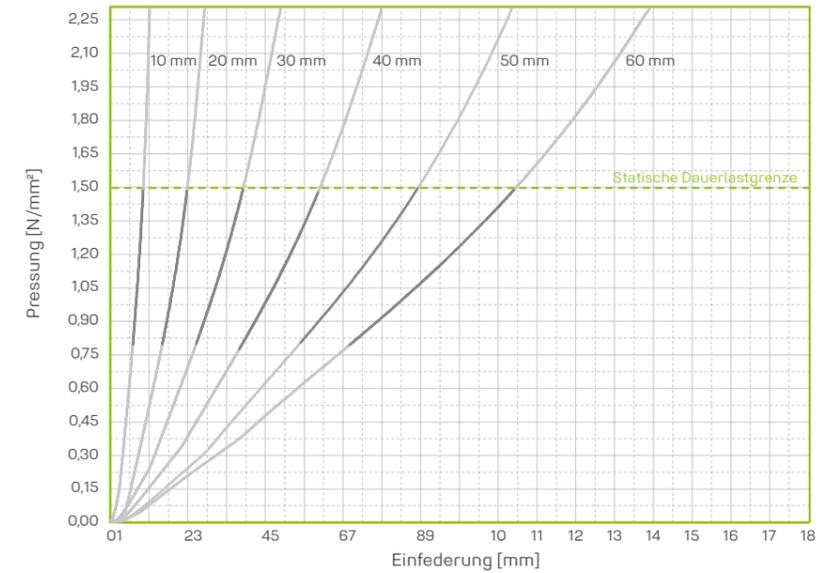


Prüfung der Einfeldung in Anlehnung an DIN EN 826 zwischen zwei ebenen Lastplatten. Darstellung der 3. Belastung. Be- und Entlastungsgeschwindigkeit 20 Sekunden, Prüfung bei Raumtemperatur. Probenmessung 200 x 200 mm.

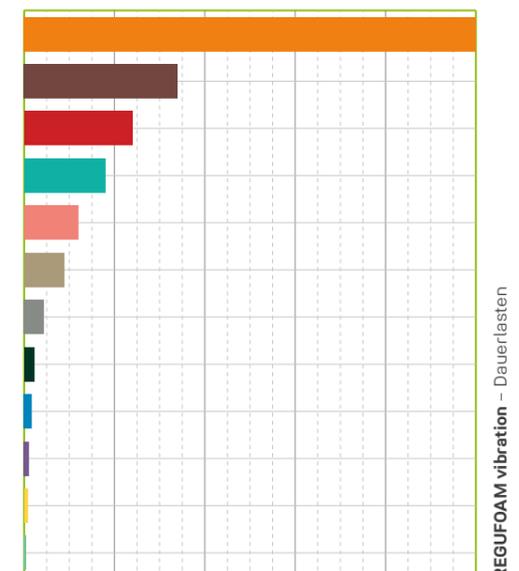
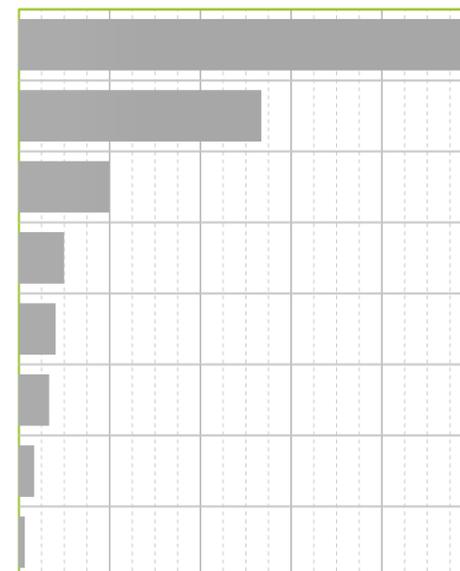
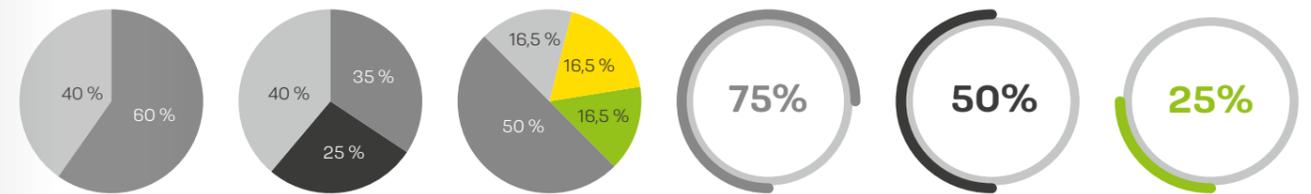
**Texte in REGUPOL Grau, 6-7 pt**

**Rastereinteilungen: 0,3 pt REGUPOL Grau 30K**

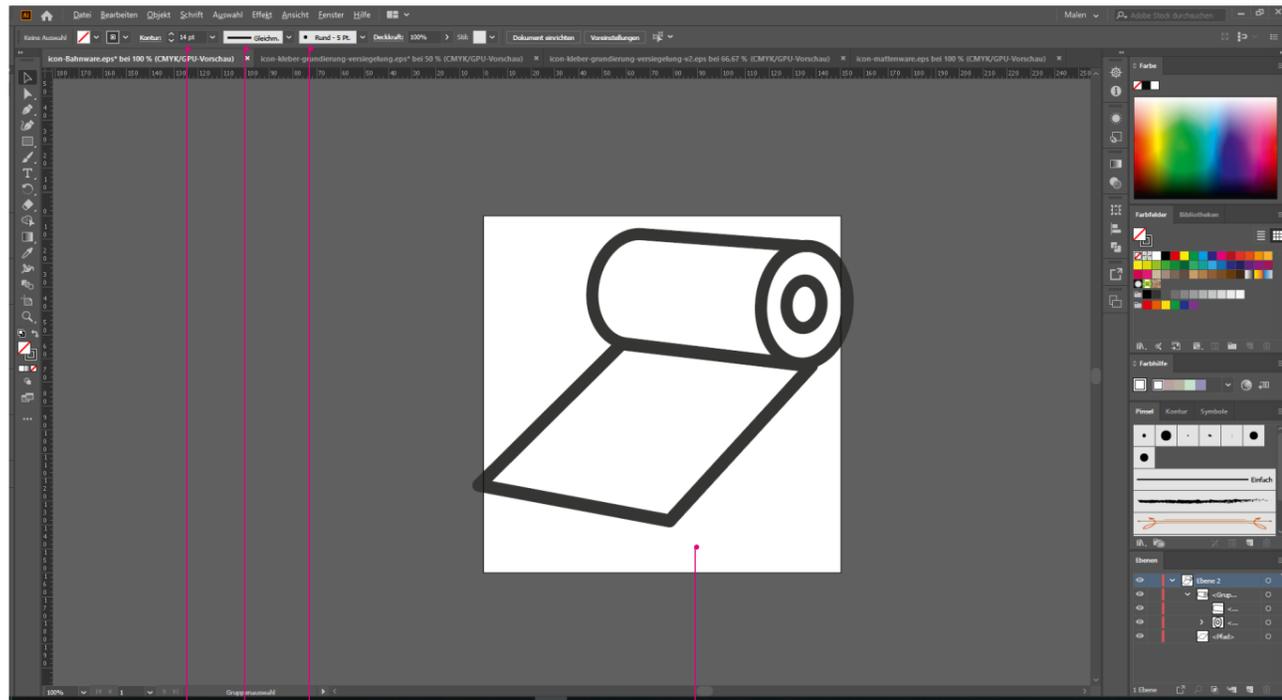
# 05 DESIGNELEMENTE DIAGRAMME, BEISPIELE



Prüfung der Einfeldung in Anlehnung an DIN EN 826 zwischen zwei ebenen Lastplatten. Darstellung der 3. Belastung. Be- und Entlastungsgeschwindigkeit 20 Sekunden, Prüfung bei Raumtemperatur. Probenmessung 200 x 200 mm.



# 05 DESIGNELEMENTE ICONS & PIKTOGRAMME



Einfach

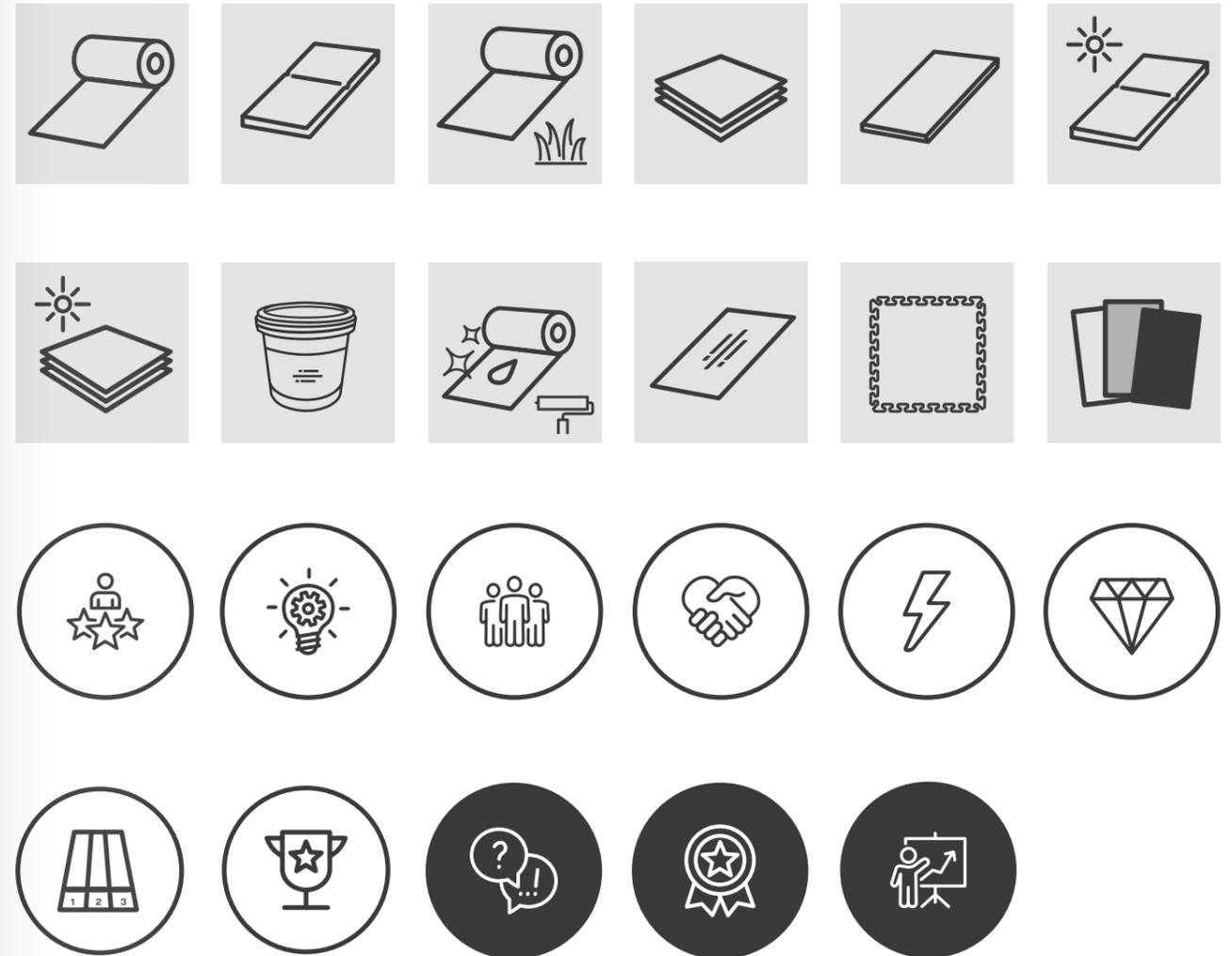
Zeichenfläche: 150 x150 mm

Gleichmäßig

Strichstärke: 14 oder 15 pt

Anwendungsbroschüre:  
26 x 27 mm (Grundlinienraster!) | 15 % K

# 05 DESIGNELEMENTE ICONS & PIKTOGRAMME, BEISPIELE



Die Icons können sowohl quadratisch als auch rund dargestellt werden. Farblicher Hintergrund sind die **REGUPOL** Primär- oder Sekundärfarben.

# 05 DESIGNELEMENTE TABELLEN

REGUPOL verwendet Tabellen in Produktinfos und Datenblättern. Aufgrund der Vielfaltigkeit der Produkte können Tabellen in ihren Erscheinungsformen stark variieren. Darum ist es um so wichtiger, gemeinsame Grundelemente genauer zu definieren.

- Die Größe einer Tabelle orientiert sich am Spaltenraster.
- Die Breite der Tabellenzellen sind abhängig vom Inhalt.
- Die Kopfzeile steht immer in Midpoint Pro, Bold, 9 Punkt; Zelleninhalt in Midpoint Pro, Light, 8 Punkt.
- Die Kopfzeile wird mit einer unterbrochenen 1 Punkt starken Linie in REGUPOL Hellgrün getrennt
- Tabellenzellen werden mit einer 0,3 Punkt starken horizontalen Linie in REGUPOL Grau 60k getrennt. Vertikal erfolgt eine Trennung in einer 3 mm starken Linie in Hintergrundfarbe
- Tabellenzellen sollen eine Zellenhöhe von "mindestens" 6 mm und einen Abstand von 2 mm im "Oberen und Unteren Zellenversatz" haben



- Die Kopfzeile ist in der Höhe "zentriert" ausgerichtet.
- Der Zelleinhalt ist in der Höhe "oben ausgerichtet".

**Kopfzeile:**

- Midpoint Pro, Bold, 9 Punkt
- Linie: 1 Punkt, REGUPOL Hellgrün, unterbrochen
- in der Höhe "zentriert" ausgerichtet

**Einzelne Zellen müssen sich nicht am Spaltenraster orientieren**

Materialeigenschaften	Norm	Ergebnis	Kommentar
Maximale Flächenlast		50 kN/m <sup>2</sup>	
Mittelwert dynamische Steifigkeit	DIN EN 29052-1	s't ≤ 21 MN/m <sup>3</sup>	
Zusammendrückbarkeit	DIN EN 12431	c ≤ 2,0 mm	
Druckfestigkeit Wärmedämmung		≥ 300 kPa	Verwendung von XPS oder Schaumglas mit entsprechender Druckfestigkeit wird empfohlen

**Tabellenzellen:**

- Midpoint Pro, Light, 8 Punkt
- Horizontale Linie: 0,3 Punkt, REGUPOL Grau 60k
- in der Höhe "oben ausgerichtet"

**Abschlusslinie:**

- 0,3 Punkt, REGUPOL Grau 60k, durchgehend

**Vertikale Line:**

- in Hintergrundfarbe, Stärke 3 mm

**Die Tabellenzellen sollen eine Zellenhöhe von "mindestens" 6 mm und einen Abstand von 2 mm im "Oberen und Unteren Zellenversatz" haben.**

# 05 DESIGNELEMENTE TABELLEN, BEISPIELE

## Akustische Funktion

Keramikfliesen 20 mm,  
lose verlegt auf Buzon Stelzlager,  
**REGUPOL sound and drain 22**, Betondecke 140 mm

## Norm

DIN EN ISO 10140-3  
DIN EN ISO 717-2

## Ergebnis

ΔLw 35 dB

## Kommentar

Geprüft durch Müller-BBM Bericht M133001/05

Materialeigenschaften	Norm	Ergebnis	Kommentar
Maximale Flächenlast		50 kN/m <sup>2</sup>	
Mittelwert dynamische Steifigkeit	DIN EN 29052-1	s't ≤ 21 MN/m <sup>3</sup>	
Zusammendrückbarkeit	DIN EN 12431	c ≤ 2,0 mm	
Druckfestigkeit Wärmedämmung		≥ 300 kPa	Verwendung von XPS oder Schaumglas mit entsprechender Druckfestigkeit wird empfohlen

Alterungsbeständigkeit	Norm	Ergebnis	Kommentar
Frost-/Tauwechsel Beständigkeit	EN 12091		
Witterungsbeständigkeit	EN 12224		
Hydrolysebeständigkeit	EN 12447		
Ozonbeständigkeit	EN 1844		
Wasserdampfdurchlässigkeit	DIN EN ISO 12572	Sd = 0,05 [m] μ = 3,1 [-]	Diffusionsäquivalente Luftschichtdicke, Diffusions-Widerstandszahl, Material ist diffusionsoffen
Wasserableitfähigkeit	DIN EN ISO 12958	2 kPa 10 kPa	0,144 l/ (m.s) 0,071 l/ (m.s)



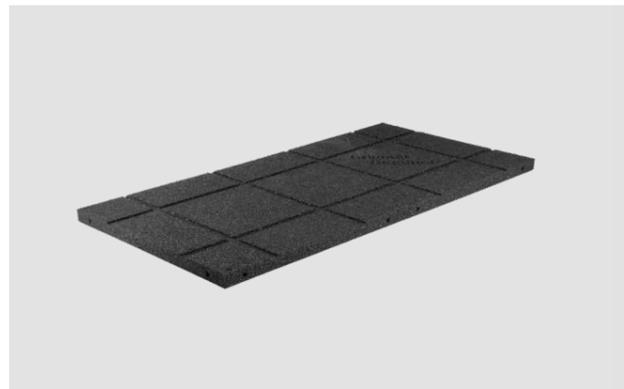
# 06

## BILDWELT

Bilder sprechen eine bestimmte Sprache und erwecken Emotionen beim Betrachter. Die wichtigsten Regeln sollten im CD-Manual festgehalten werden, damit ein einheitliches Stimmungsbild gezeigt wird.

## 06 BILDWELT PRODUKTFOTOGRAFIE

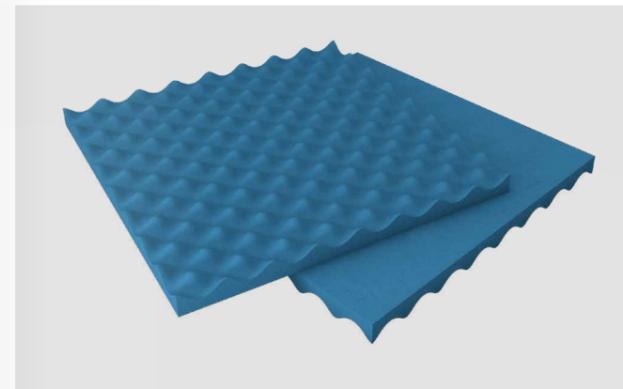
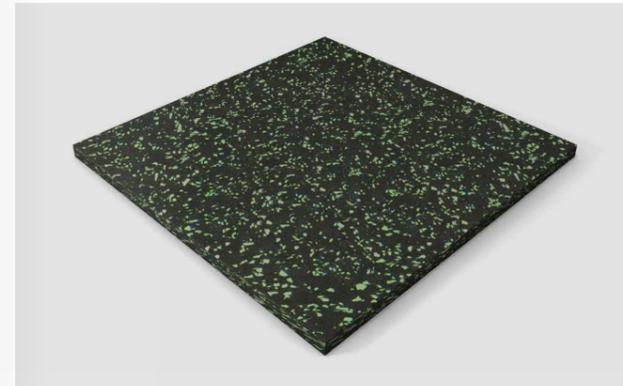
### Beispiele | Sport



Zu jedem **REGUPOL** Produkt sollte es ein Bild geben, welches das gesamte Produkt im 45° Winkel zeigt. Bei den Platten- oder Matten sollte zusätzlich noch die Rückseite fotografiert werden. Des Weiteren sollte es ein Detail geben, welches eine Ecke des Produktes frontal aus der Vogelperspektive zeigt.

## 06 BILDWELT PRODUKTTRENDERINGS

### Beispiele | Akustik



# 06 BILDWELT ANWENDUNGSBILDER

## Beispiele | Ladungssicherung



Anwendungsbilder sind wichtig, um dem Kunden das Produkt verständlich zu machen. Bei den Bildern sollte drauf geachtet werden, dass das Produkt (in diesem Fall die Antirutschmatten und die Gurtbandschoner) in einem einwandfreien Zustand gezeigt werden.

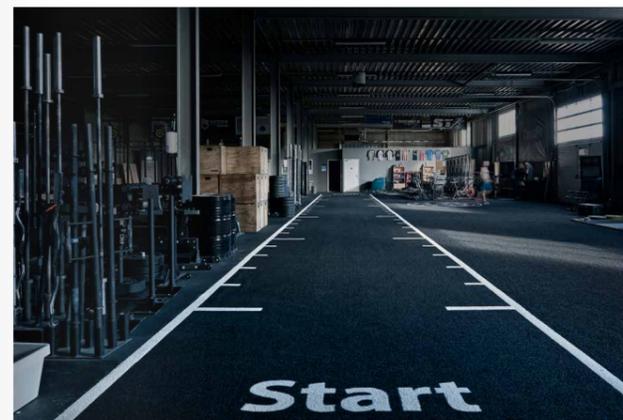
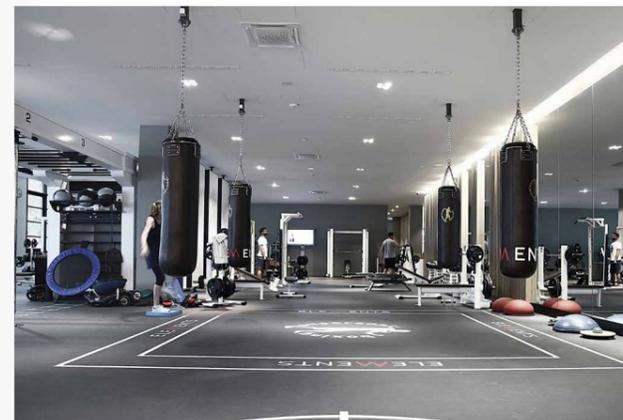


# 06 BILDWELT ANWENDUNGSBILDER

## Beispiele | Sport



Bei den Anwendungsbildern aus dem Sportbereich ist es wichtig, dass der Boden/die Laufbahn im einwandfreien Zustand gezeigt werden. Schmutz-flecken oder kaputte Stellen sind ein No-Go.



## 06 BILDWELT PEOPLEFOTOGRAFIE

### Beispiele | Sport



Menschen vermitteln Emotionen. Daher sind Fotos mit Personen besonders wichtig und sollten oft zum Einsatz kommen. Im Optimalfall ist nicht nur der Mensch, sondern auch das **REGUPOL** Produkt zu sehen. Die Menschen sollten freundlich und authentisch aussehen. Um zu zeigen, dass **REGUPOL** ein internationales Unternehmen ist, können auch gerne verschiedene Nationalitäten gezeigt

werden. Im Sportbereich sollte darauf geachtet werden, dass Frauen nicht zu freizügig abgebildet werden. Die Farbstimmung sollte modern und freundlich sein und die Farben nicht zu farbintensiv (eher gesättigte Farben).

## 06 BILDWELT PEOPLEFOTOGRAFIE

### Beispiele | Akustik



# 06 BILDWELT ENVIRONMENT ARCHITEKTUR

Beispiele | Akustik



© Matthias Kestel

# 06 BILDWELT ENVIRONMENT ARCHITEKTUR

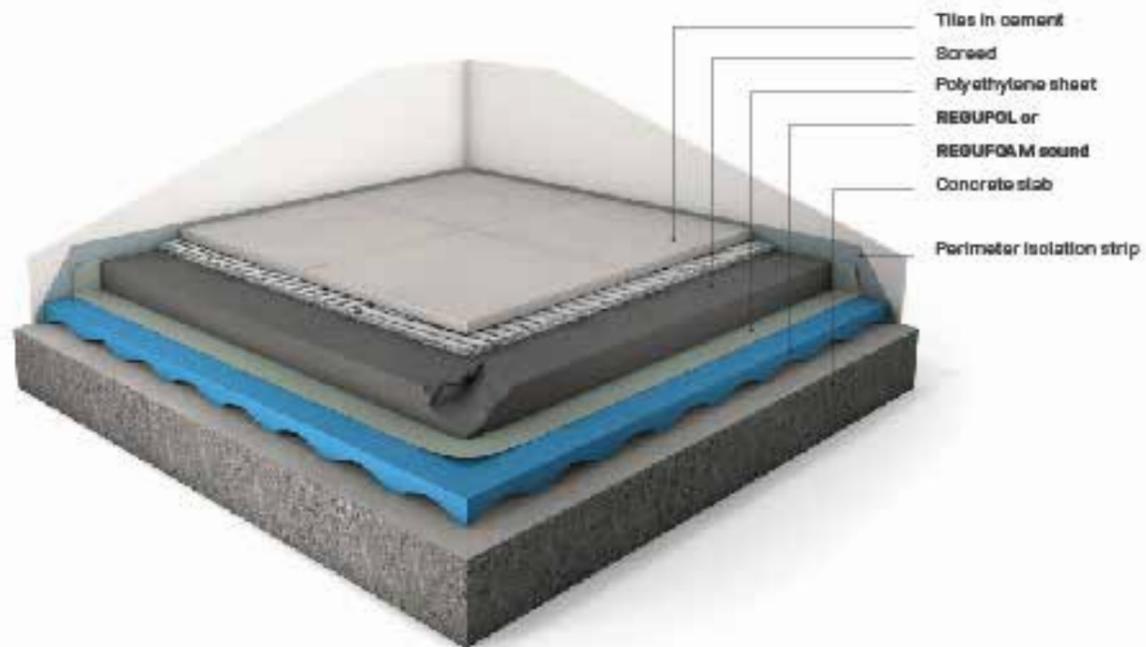
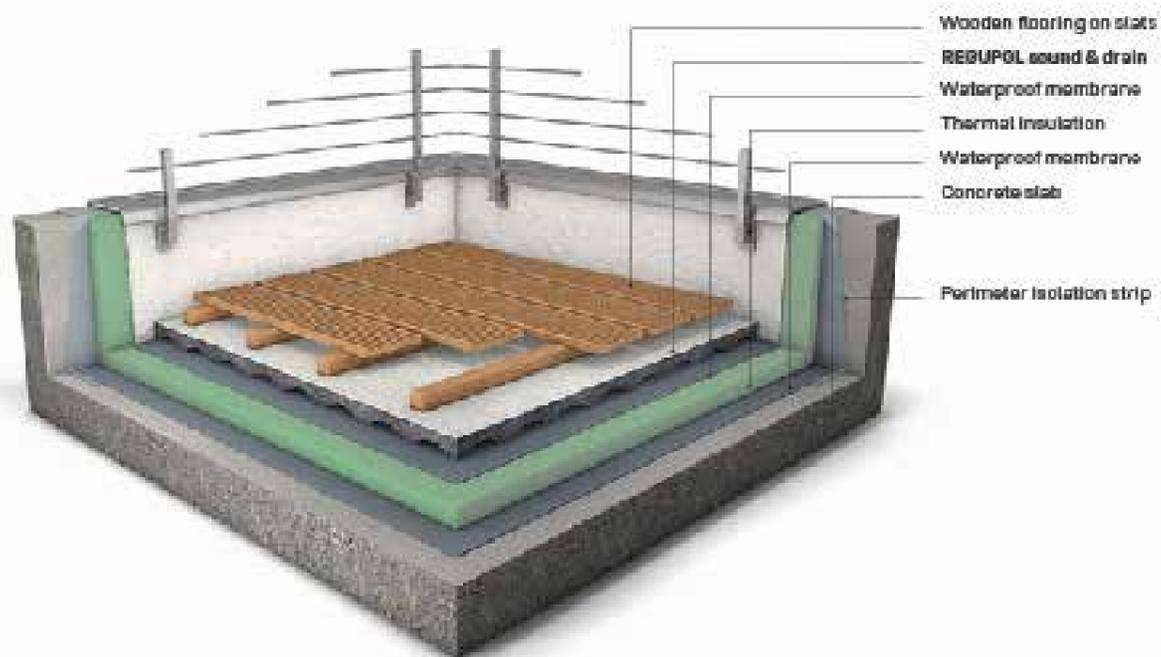


Bei der Architekturfotografie ist darauf zu achten, dass die Gebäudekomplexe wenn möglich in einer ruhigen Umgebung gezeigt werden (ohne viel Verkehr und viele Menschen).

Die Farbstimmung sollte modern und freundlich sein und die Farben nicht zu farbintensiv (eher gesättigte Farben).

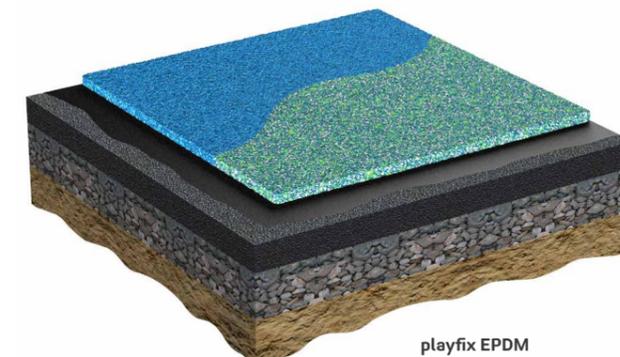
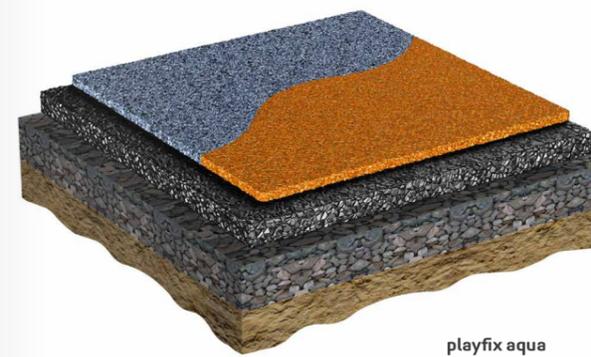
# 06 BILDWELT AUFBAUGRAFIKEN

Beispiele | Akustik



# 06 BILDWELT AUFBAUGRAFIKEN

Beispiele | Sport





**07**

**ANWENDUNGEN**

# 07 ANWENDUNGEN

## GESCHÄFTSUNTERLAGEN, BRIEFPAPIER A4

**Alle Briefe in Calibri**  
11 pt | 100 % schwarz  
Betreffzeile: bold

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 18 mm    Innen: 25 mm  
Unten: 13 mm    Außen: 25 mm

**Papiersorte:** 120 g

**Logo:** 50 mm breit

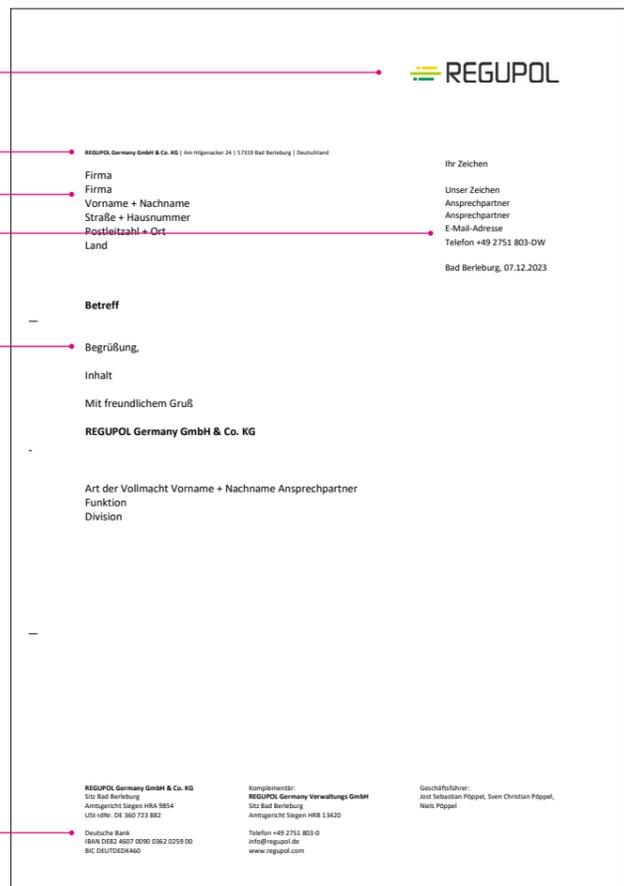
**Adresszeile:** 7 pt

**Anschrift:** 11 pt

**Firmenangaben:** 9 pt

**Text:** 11 pt

**Fußzeile:** 7 pt



# 07 ANWENDUNGEN

## GESCHÄFTSUNTERLAGEN, BRIEFPAPIER LETTER

**Alle Briefe in Midpoint Pro**  
9 pt | 100 % schwarz

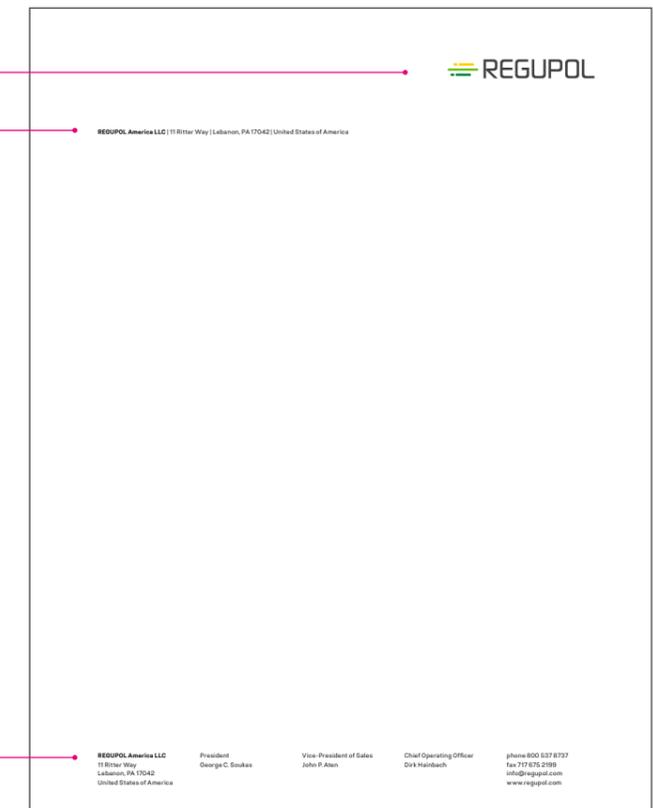
**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 17 mm    Innen: 23,5 mm  
Unten: 14 mm    Außen: 23,5 mm

**Papiersorte??**

**Logo:** 50 mm breit

**Adresszeile:** 6pt

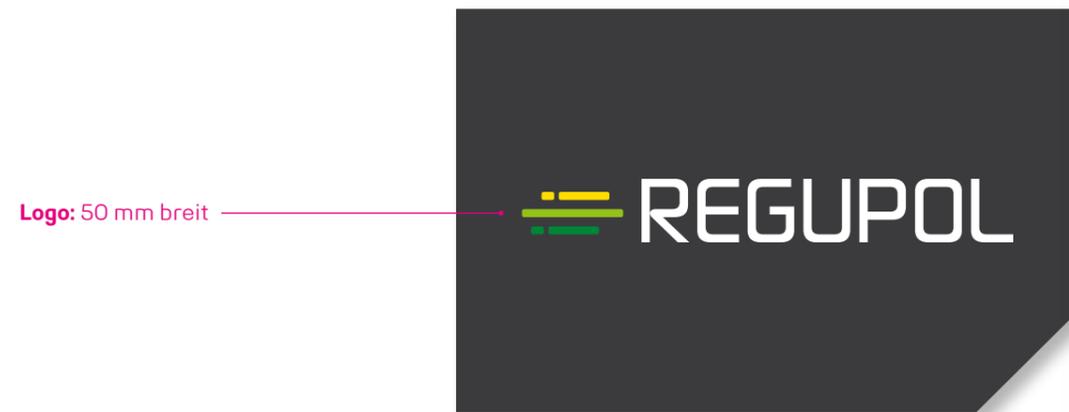
**Fußzeile:** 6 pt



# 07 ANWENDUNGEN GESCHÄFTSUNTER- LAGEN, VISITENKARTE

**Visitenkarten auf dunklem Karton:** Weißdruck  
390 g/m<sup>2</sup> Präsentationskarton schwarz  
Streifen in den **REGUPOL** Farben  
Midpoint Pro

Die Ecke ist abgeschnitten



**Name:** 13 pt | bold | Versalien | linksbündig

**Berufsbezeichnung/Division:**  
7 pt | light | linksbündig | ZA: 10 pt

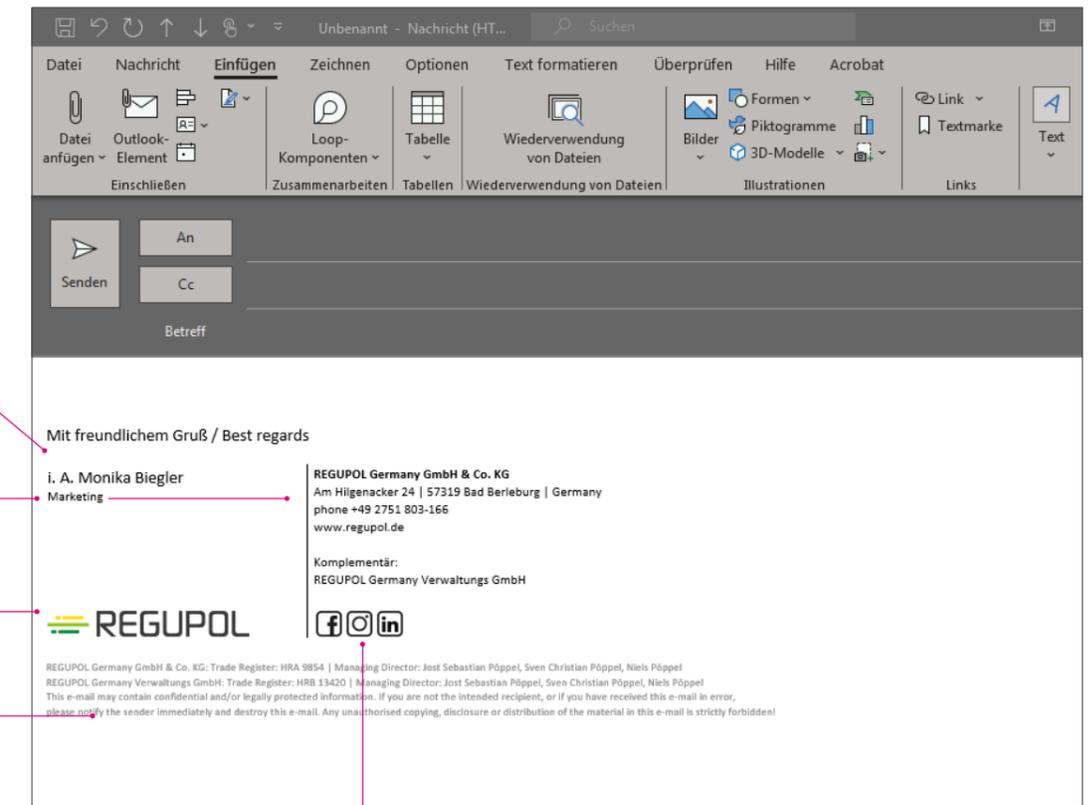
**Adresse:**  
7 pt | light | rechtsbündig | ZA: 10 pt

**Firmenbezeichnung:** REGUPOL Germany GmbH & Co. KG  
7 pt | bold | rechtsbündig



# 07 ANWENDUNGEN E-MAIL-SIGNATUR

**Alle Emails in Calibri**  
11 pt | 100 % schwarz



**Name:** 11 pt

**Adresse/Abteilung/Titel:**  
8,5 pt

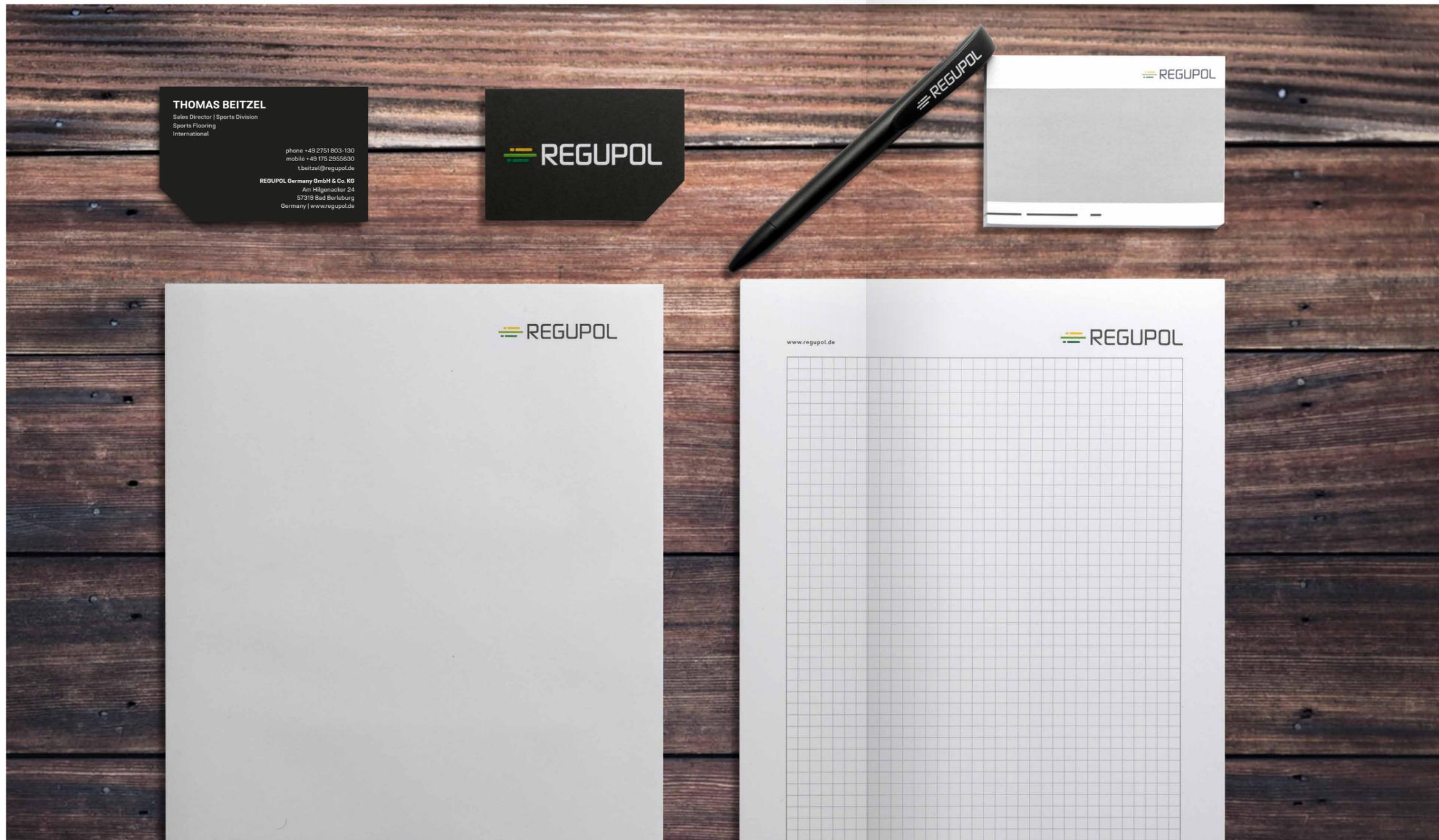
**Logo:**  
172 Px x 40 Px

**Klausel:**  
8,5 pt | Grau 60K

**Social Media Icons:**  
7,8 x 7,8 mm

## 07 ANWENDUNGEN

# GESCHÄFTSUNTERLAGEN, BEISPIELE



Die **REGUPOL** Geschäftsunterlagen repräsentieren das schlichte, klare Design des Unternehmens. Die Unterlagen sind entweder in weiß oder in dunkel gehalten und enthalten nur die wichtigsten Informationen - im besten Fall ist dies nur das Logo und die Webadresse.

Die Visitenkarten benötigen selbstverständlich weitere Angaben zur Person und zur Firma. Auch hier taucht die abgeschnittene Ecke als Gestaltungsmerkmal auf und sorgt für einen weiteren **REGUPOL** Wiedererkennungswert.

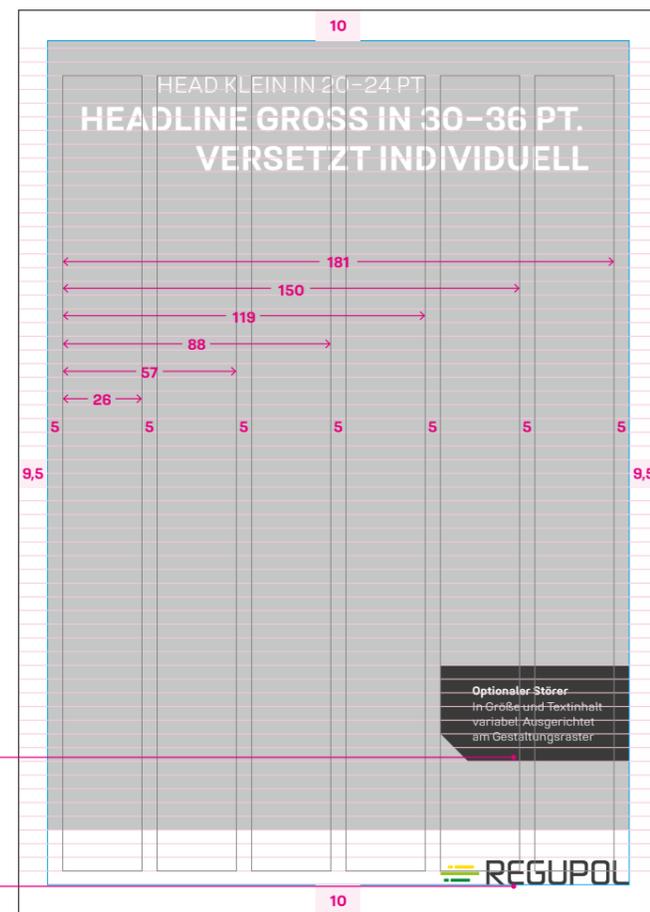
# 07 ANWENDUNGEN TITELSEITE A4

Alle Broschüren werden mit einem typografischen Grundlinienraster unterlegt.  
Anfang: 12,5 mm  
Relativ zur oberen Seitenkante  
Einteilung alle: **4,5 mm (12,756pt)**

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 10 mm      Innen: 9,5 mm  
Unten: 10 mm     Außen: 9,5 mm

**Einstellungen für den typografischen Satzspiegel:**

**Ränder:**  
Oben: 21,5 mm      Innen: 14,5 mm  
Unten: 14,5 mm    Außen: 14,5 mm  
**Spalten**  
Anzahl: 6            Abstand: 5 mm



Störer optional.

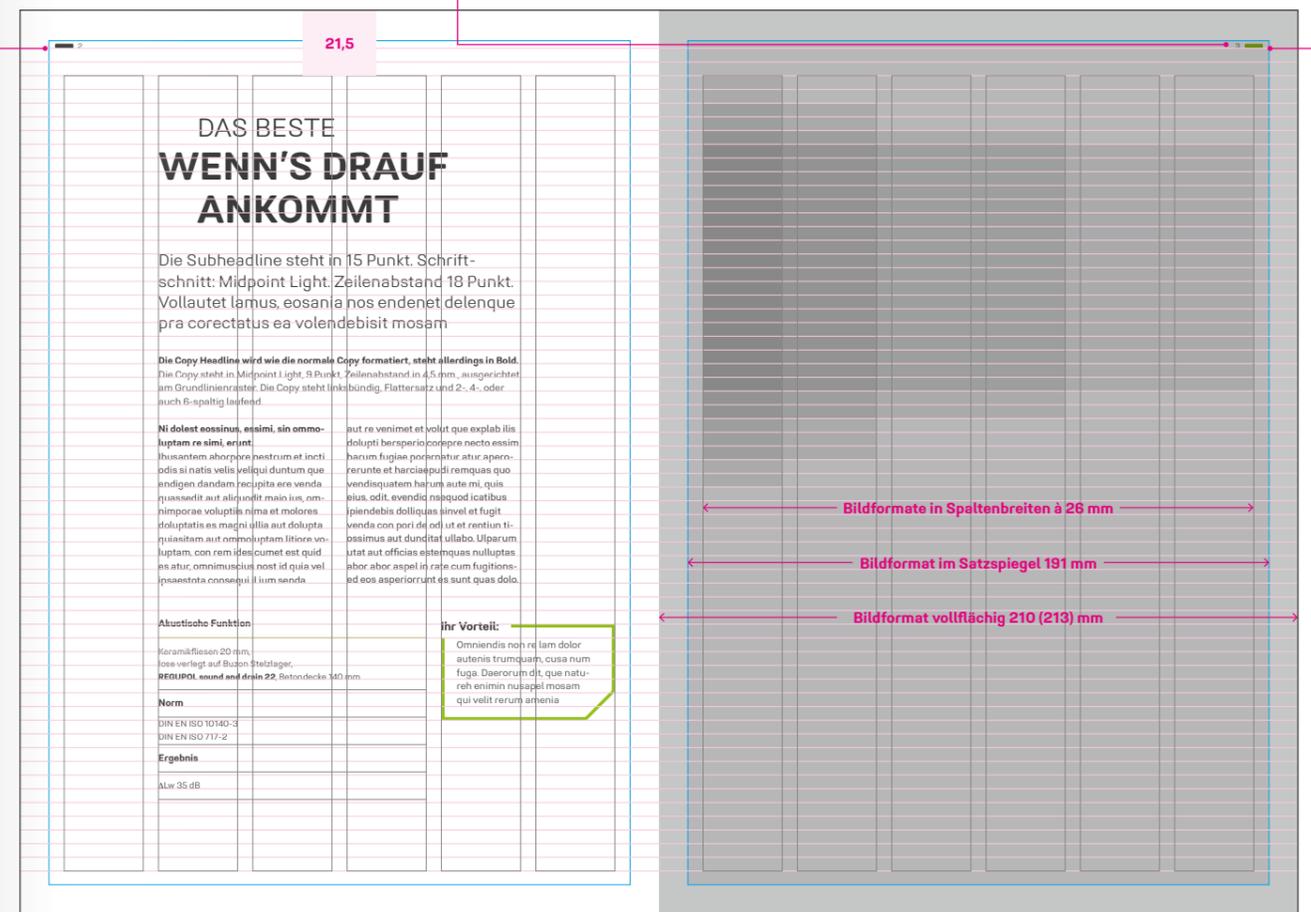
Logo, Breite: 62 mm

# 07 ANWENDUNGEN INNENSEITEN A4

**Seitenzahl links:**  
• Linie **REGUPOL** Grau 90K,  
6 mm x 1,5 mm, Rundung 0,4 mm  
x: 11,5 mm, y: 11 mm  
• Textrahmen: Höhe 3 mm  
Midpoint Pro, Light, 7 Punkt  
x: 19 mm, 10 mm

**Werden Bilder im Satzspiegel oder vollflächig eingesetzt, entfällt dort die Seitenzahl!**

**Seitenzahl rechts:**  
• Linie **REGUPOL** Hellgrün,  
6 mm x 1,5 mm, Rundung 0,4 mm  
x: 402,5 mm, y: 11 mm  
• Textrahmen: Höhe 3 mm  
Midpoint Pro, Light, 7 Punkt



# 07 ANWENDUNGEN TITELSEITE LETTER

Anlageformat:  
216 mm x 279,5 mm

Alle Broschüren werden mit einem typografischen Grundlinienraster unterlegt.  
Anfang: 22 mm  
Relativ zur oberen Seitenkante  
Einteilung alle: **4,5 mm (12,756pt)**

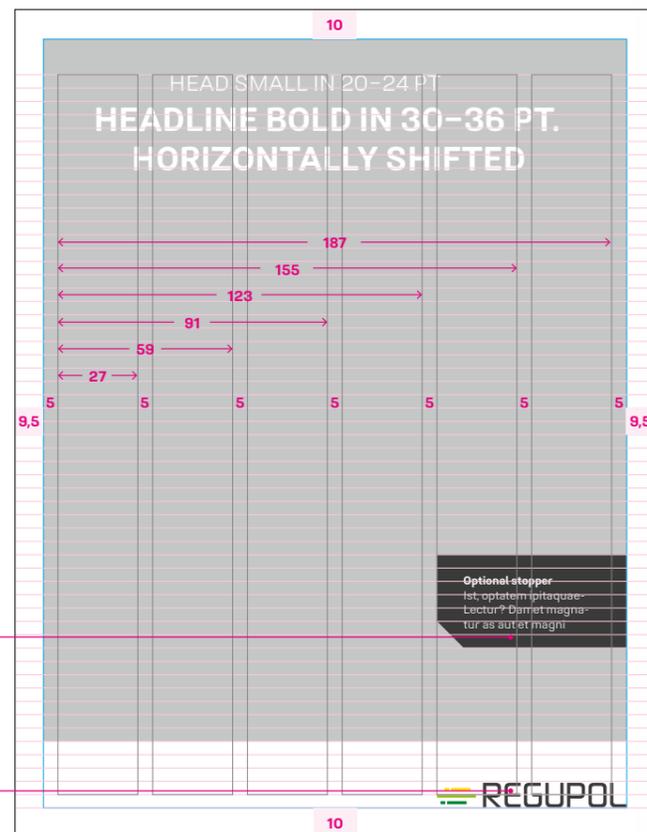
Einstellungen für den Satzspiegel:  
Oben: 10 mm    Innen: 9,5 mm  
Unten: 10 mm    Außen: 9,5 mm

Einstellungen für den typografischen Satzspiegel:

Ränder:  
Oben: 22 mm    Innen: 14,5 mm  
Unten: 14,5 mm    Außen: 14,5 mm  
Spalten  
Anzahl: 6    Abstand: 5 mm

Störer optional.

Logo, Breite: 64 mm

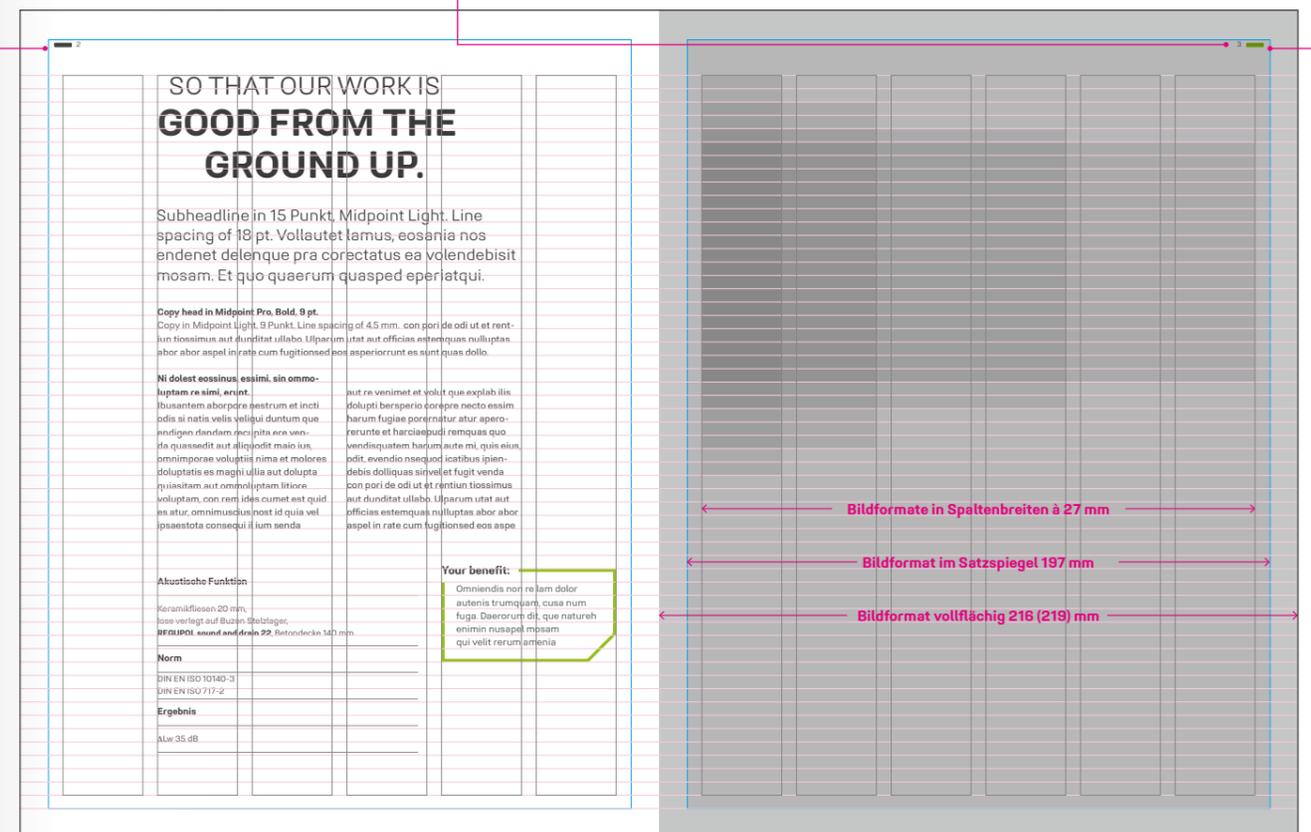


# 07 ANWENDUNGEN INNENSEITEN LETTER

Seitenzahl links:  
• Linie **REGUPOL** Grau 90K,  
6 mm x 1,5 mm, Rundung 0,4 mm  
x: 11,5 mm, y: 11 mm  
• Textrahmen: Höhe 3 mm  
Midpoint Pro, Light, 7 Punkt  
x: 19 mm, 10 mm

Werden Bilder im Satzspiegel oder vollflächig eingesetzt, entfällt dort die Seitenzahl!

Seitenzahl rechts:  
• Linie **REGUPOL** Hellgrün,  
6 mm x 1,5 mm, Rundung 0,4 mm  
x: 414,5 mm, y: 11 mm  
• Textrahmen: Höhe 3 mm  
Midpoint Pro, Light, 7 Punkt



# 07 ANWENDUNGEN

## TITELSEITE DIN lang

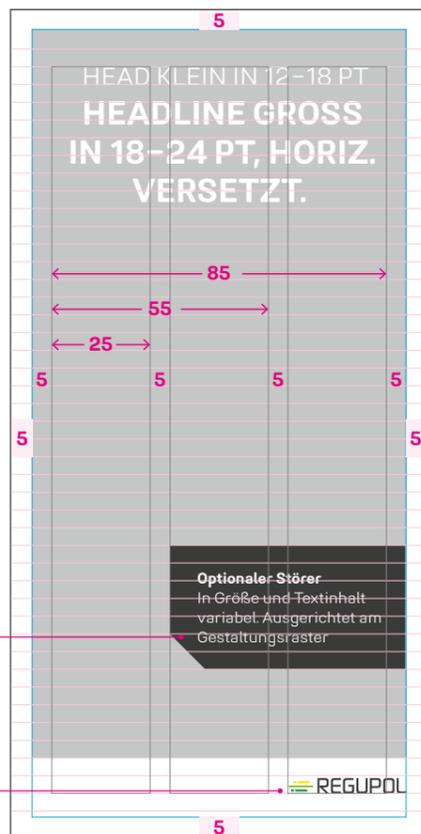
**Alle Broschüren werden mit einem typografischen Grundlinienraster unterlegt.**  
 Anfang: 10 mm  
 Relativ zur oberen Seitenkante  
 Einteilung alle: **4,5 mm (12,756pt)**

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
 Oben: 5 mm      Innen: 5 mm  
 Unten: 5 mm     Außen: 5 mm

**Einstellungen für den typografischen Satzspiegel:**

**Ränder:**  
 Oben: 14,5 mm    Innen: 10mm  
 Unten: 11 mm    Außen: 10 mm

**Spalten**  
 Anzahl: 3        Abstand: 5 mm



Störer optional.

Logo, Breite: 30 mm

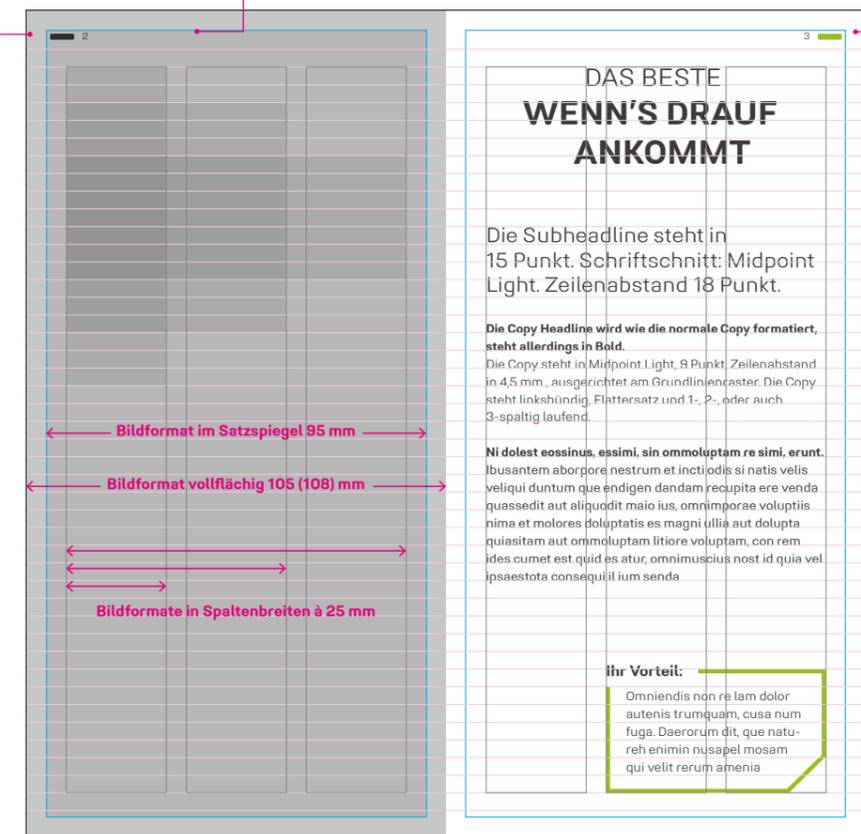
# 07 ANWENDUNGEN

## INNENSEITEN DIN lang

**Seitenzahl links:**  
 • Linie **REGUPOL** Grau 90K,  
 6 mm x 1,5 mm, Rundung 0,4 mm  
 x: 9 mm, y: 6mm  
 • Textrahmen: Höhe 3,2 mm  
 Midpoint Pro, Light, 7 Punkt  
 x: 14 mm, 5 mm

**Werden Bilder im Satzspiegel oder vollflächig eingesetzt, entfällt dort die Seitenzahl!**

**Seitenzahl rechts:**  
 • Linie **REGUPOL** Hellgrün,  
 6 mm x 1,5 mm, Rundung 0,4 mm  
 x: 198 mm, y: 6 mm  
 • Textrahmen: Höhe 3,2 mm  
 Midpoint Pro, Light, 7 Punkt



**Ihr Vorteil:**

Omniendis non re lam dolor  
 autenis trumquam, cusa num  
 fuga. Daerorum dit, que natu-  
 reh enimin nusapel mosam  
 qui velit rerum amenia

## 07 ANWENDUNGEN

# TITELSEITEN, BEISPIELE

Für alle Titelseiten gilt außerdem: Es wird ein großes aussagekräftiges Foto verwendet. Die Größe und die Platzierung des Fotos und des Logos ist fix. Die Platzierung der Überschrift ist frei wählbar, sollte aber im oberen Bereich des Bildes liegen. Um die Lesbarkeit zu erhöhen, darf ein dunkler oder heller Verlauf im oberen Bereich des Bildes

angelegt werden. Ebenfalls darf die Überschrift (aber nur wenn nötig) mit einem dezenten Schlagschatten versehen werden. Der Störer ist optional und in seiner Position und Farbe frei wählbar – ebenfalls die Größe des Textes (die allgemeinen Regeln des CD-Manual sollten aber eingehalten werden).



Titelseite Ladungssicherung

### Einstellungen für das Titelbild:

x-Wert: 9,5 mm      Breite: 191 mm  
y-Wert: 10 mm      Höhe: 259 mm



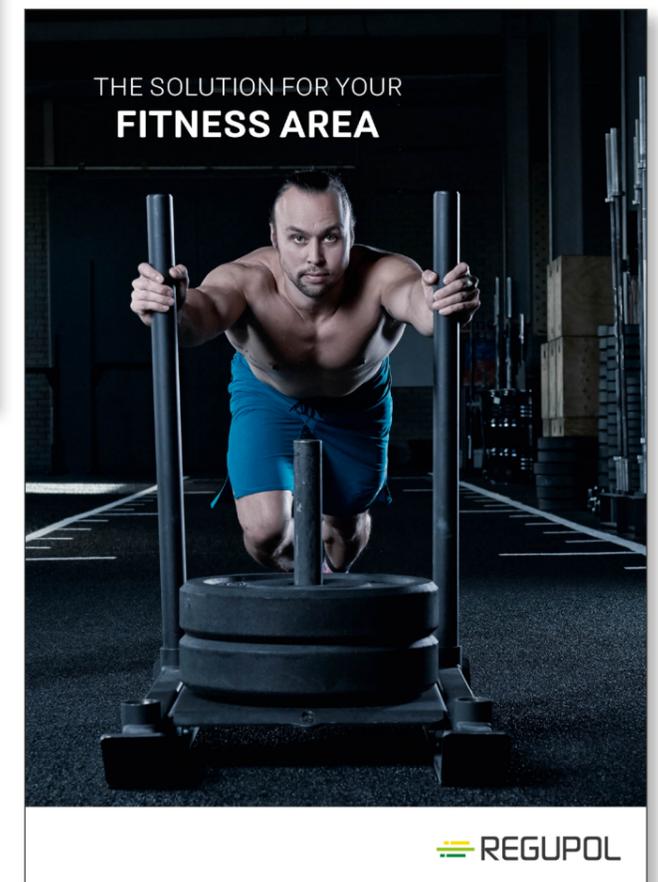
### Einstellungen für das Logo:

x-Wert: 138,5 mm      Breite: 62 mm  
y-Wert: 279 mm      Höhe: 8 mm

Titelseite Sport (Fitness)  
Alternative für REGUPOL America:  
Wenn das Bild vollflächig eingesetzt wird, entfällt der Störer.

### Titelseite Akustik (Mixed-Use Buildings):

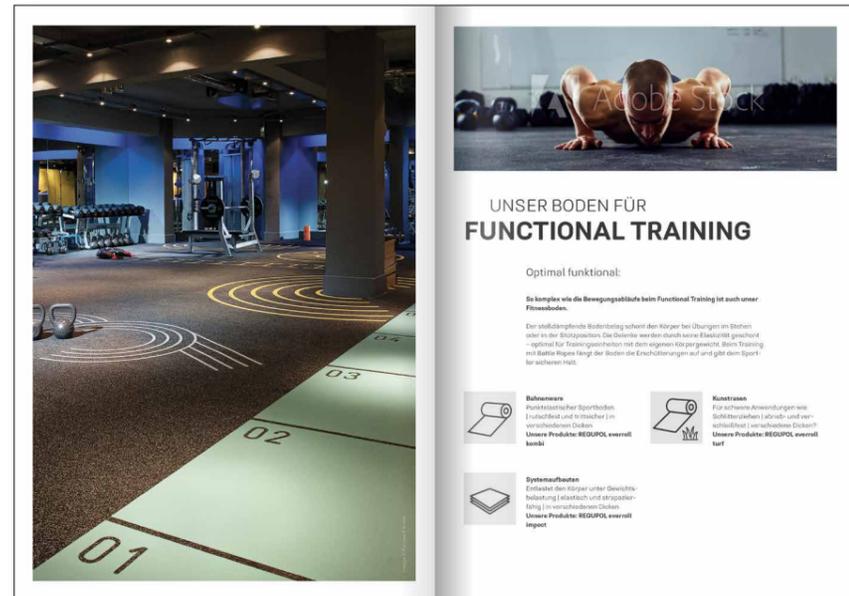
Der Störer ist optional und in Farbe, Position und Größe frei wählbar. Die graue Variante ist zu bevorzugen – grün ist nur in Ausnahmefällen zu wählen.



# 07 ANWENDUNGEN INNENSEITEN, BEISPIELE



**Inhaltsverzeichnis:** Linke Seite weiß – rechte Seite REGUPOL grau (90 K). Seitenzahlen stehen im Vordergrund. Kurze Einleitungstexte und eine kleine Auswahl an Fotos geben dem Leser einen Einblick in die Broschüre.



**Anwendungsbereich:** Ein Anwendungsbereich wird immer mit einem großen und evtl. noch zwei oder drei kleinen Fotos dargestellt. Eine große Überschrift sowie ein kurzer beschreibender Text geben eine Einführung in das Thema. Die passenden Produktbereiche werden in Form von Icons oder Rendings dargestellt.

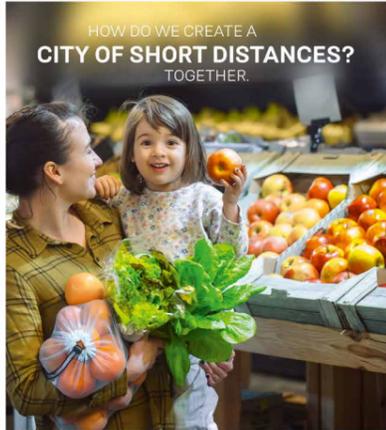


**Übersichtsseite Farben und Dekore:** Mithilfe von Icons wird eine Übersicht der verschiedenen Produktbereiche gezeigt. Auf den darauffolgenden Seiten werden die Farben und Dekore dieser Produktbereiche vorgestellt.



**Detailseite Farben & Dekore:** Die Farben & Dekore werden in Form von kleinen Quadraten dargestellt. Ein Dekor wird etwas verlängert gezeigt - dieses findet sich auf dem großen Foto in der Anwendung wieder.

# 07 ANWENDUNGEN INNENSEITEN, BEISPIELE



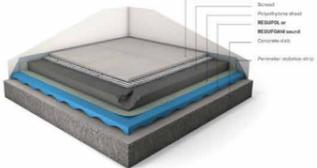
**HOW DO WE CREATE A CITY OF SHORT DISTANCES? TOGETHER.**

In highly populated neighborhoods and multi-use buildings, convenient access to goods and services is a major issue. This comes as the result of demographic change and the reduced mobility of certain groups.

Easy access to stores improves the quality of residents' lives considerably. However, it also requires improving the acoustic performance of buildings so that residential and commercial buildings can coexist peacefully. Especially when the delivery and loading of goods outside opening hours is concerned.

To effectively reduce low-frequency structure borne noise as well as noise being emitted by tricycles and bicycles, the experts at REGUPOL have developed REGUPOL and REGUPOL sound. These highly resilient sound insulation underlays can be used under heavy concrete slabs.

Our portfolio of solutions ensures reliable building design in the residential application. What is more, REGUPOL and REGUPOL sound are the right choice for a host of other applications including cinemas, theatres, libraries, workshops and vehicle accessible areas in factory buildings where particularly noisy activities need to be isolated from quiet spaces in residential and commercial buildings. Ask the acoustics experts.



This is correct sound insulation sheet REGUPOL or REGUPOL sound Concrete slab Acoustic insulation sheet

**Our tip:** All REGUPOL and REGUPOL sound impact insulation membranes are tested in Germany and certified throughout the EU - their quality is recognized worldwide.

**Anwendungsbereich:** Dieser Anwendungsbereich wird mit großen Fotos, kurzen Texten, einer Aufbau- und einer Produktrendering dargestellt. Die Überschrift muss nicht über dem Text stehen, sondern darf auch auf dem Bild platziert werden. Wenn noch Platz vorhanden ist, kann dieser durch eine Infobox gefüllt werden.



**HOW DO YOU BECOME MORE ENVIRONMENTALLY FRIENDLY? TOGETHER.**

In the 1950s, polystyrene foam was rare and very expensive. Instead of using all of the material produced, a considerable quantity was disposed. Our company was founded in 1954 to reprocess this wasted material into composite foam. Recycling is our DNA.

**How sustainable are REGUPOL products?**  
The circular economy works when recycled products compete directly with new products - we have been proving this for 60 years. REGUPOL products are typically made from 75% to 95% recycled materials, as an our goal to make However REGUPOL products are made from genuine raw materials.

**What standards and legal requirements does REGUPOL meet?**  
Our company has been fully ISO 9001 certified since 2007 and will remain so in addition, our products and materials comply with paragraph 45.9 No. 2 of the German draft bill on recycling management. The hope that the clearly formulated regulation will help make government action more sustainable.

**What is sustainable about our human resources policy?**  
All our staff in Germany are paid according to a chemical industry-wide collective agreement. We are a recognized provider of insulation solutions and attach particular importance training, which is why a large number of trainees undergo their training in-house.

**What is new?**  
We address a lot to do. We look forward to the continued development to our take-back policies for our products and reprocessing them. This will significantly extend the useful life of our products and consume far fewer natural resources. Accompany us.

**REGUPOL'S CO<sub>2</sub> balance sheet**  
In 2020, we partnered with the NRW Efficiency Agency to create a CO<sub>2</sub> footprint balance sheet, showing our total greenhouse gas emissions in CO<sub>2</sub> equivalents. We are on the right track. Find out more at [www.regupol.com](http://www.regupol.com)

**Nachhaltigkeit:** Auch diese Seite wird in jeder Anwendungsbroschüre am Ende zu finden sein. Eine leichtverständliche Grafik veranschaulicht den Prozess des Recyclings.



**HOW DO YOU ENSURE SOLUTIONS ARE SIMPLE AND SAFE? TOGETHER.**

REGUPOL has been in business for some 65 years and enjoys a worldwide reputation. As a customer, you want your supplier to provide you with the right solution backed by professional expertise. Creative, committed and highly motivated, our staff are here to do just that. As a result, our customers trust us - something that is attested to by our long-standing customer relationships.

Independent studies show that our staff - their expertise, professionalism and commitment - are one of the key reasons why our customers choose REGUPOL products. We are confident that our team can deliver the best solutions both today and tomorrow.

REGUPOL leads when it comes to quality and service. With every thought, every detail, we strive to make sure that REGUPOL is globally synonymous with great products and a wide range of different industries. Not to mention excellent results, trust and high quality in this regard, we see our self as a service and quality leader.

This aspiration is encapsulated in our brand proposition: "Good from the outset." We want customers to be sure they have chosen the right solution, regardless of what product they are working with. In fact, we strive to understand our customers and their needs in order to ensure that results are good from the outset and that our customers' expectations are exceeded. We can only perform well if we truly understand what our customers need and how we can help them achieve their goals. Only by doing this can our work make them feel they have made the right decision.

**Our customer references attest to our track record. We have installed our products in the Burj Khalifa in Dubai, in the Olympic venues in Hamburg and in the Olympic Stadium in Berlin.**



Ask the acoustics experts about the best solution for your project - +49 2761 800-0 [info@regupol.de](mailto:info@regupol.de) [www.regupol.com](http://www.regupol.com)

**Qualitäts- und Serviceführer:** Diese Seite wird es in jeder Anwendungsbroschüre geben. Sie wird am Ende platziert - darauf folgt lediglich eine Doppelseite zum Thema Nachhaltigkeit sowie eine Doppelseite zur Unternehmensbeschreibung.



**REGUPOL**

**HOW DO YOU GET TO THE TOP? TOGETHER.**

If you want to set the highest standards in construction, you will find a great partner in REGUPOL. In addition to our 65 year commitment to leadership, REGUPOL is the building material of choice for experts worldwide.

As a third-generation family business, REGUPOL currently employs 700 people at eleven locations. Our customers come from over 100 countries around the globe. For them, we recycle more than 90.000 tons of high-quality plastic every year into products that set standards.

Our brand ambassador Usain Bolt - the fastest man in the world - embodies our focus on performance through skill and will. Usain Bolt: "I love REGUPOL, running tracks. They are fast, they feel the same everywhere on the track and they have no joints."

Our extensive range of training courses is just as targeted. Comprising business relations, they release and retrain and plant engineering. The focus is very much on young people. They represent our future. We are proud of their success.

REGUPOL - We've got it covered.



**700** employees  
**11** locations worldwide  
**90.000** tons of high-quality plastic per year  
**132** countries with satisfied customers

**Unternehmensvorstellung:** In jeder Anwendungsbroschüre wird ganz zum Schluss das Unternehmen in Kürze vorgestellt. Die wichtigsten Zahlen und Fakten werden mit einem dunkelgrauen Kasten hinterlegt und somit hervorgehoben. Da Usain Bolt unser wichtigster Werbepartner ist und er weltweit bekannt ist, wird er hier abgebildet und mit einem Zitat erwähnt.

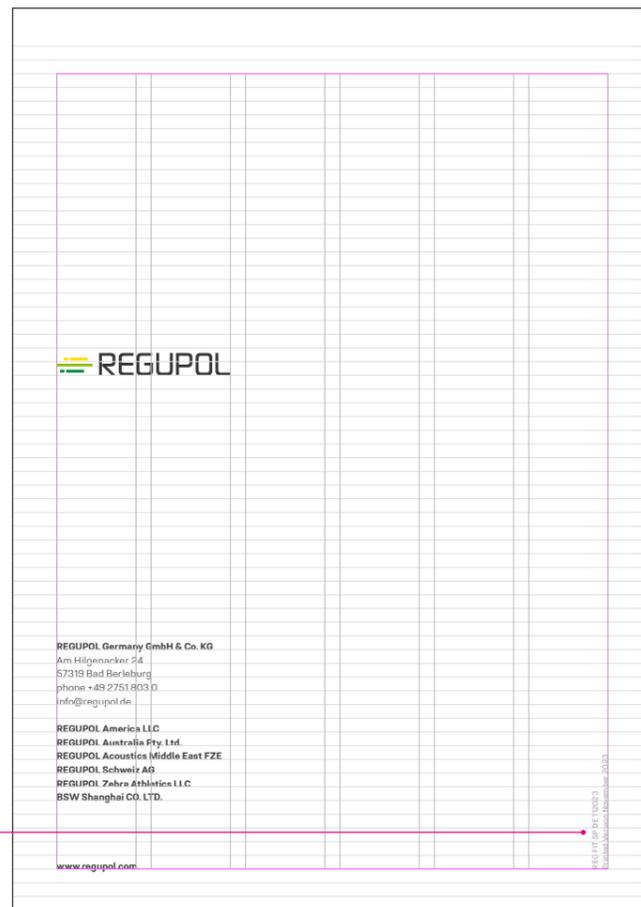
# 07 ANWENDUNGEN RÜCKSEITEN

Alle Rückseiten werden mit einem typografischen Grundlinienraster unterlegt.  
Anfang: 12,5 mm  
Relativ zur oberen Seitenkante  
Einteilung alle: 4,5 mm (12,756 pt)

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 10 mm      Innen: 9,5 mm  
Unten: 10 mm     Außen: 9,5 mm

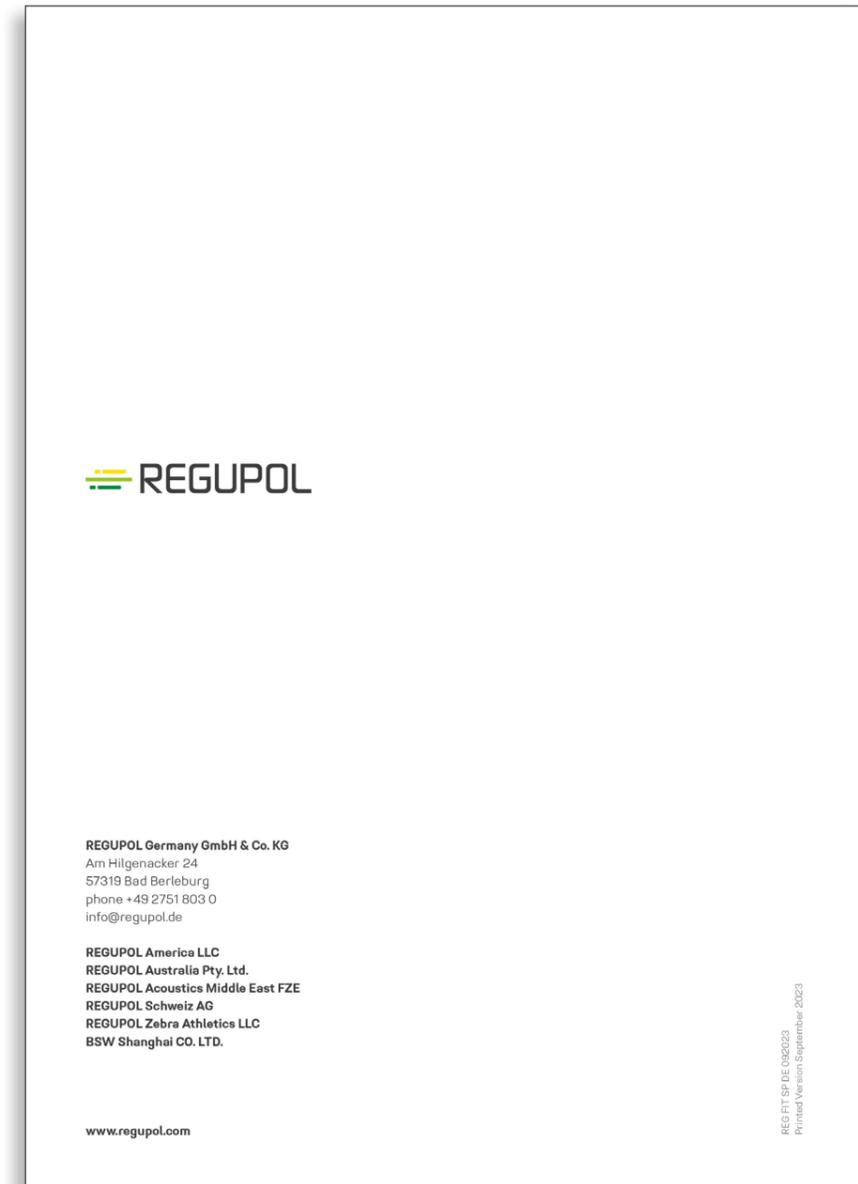
**Einstellungen für den typografischen Satzspiegel:**

**Ränder:**  
Oben: 21,5 mm    Innen: 14,5 mm  
Unten: 14,5 mm   Außen: 14,5 mm  
**Spalten**  
Anzahl: 6            Abstand: 5 mm



Drucknorm: senkrecht am rechten Seitenrand | 60 K Schriftgröße 7 pt ZA: 9,5 pt | Midpoint Pro Light

# 07 ANWENDUNGEN RÜCKSEITEN, BEISPIELE



# 07 ANWENDUNGEN ANZEIGEN A4

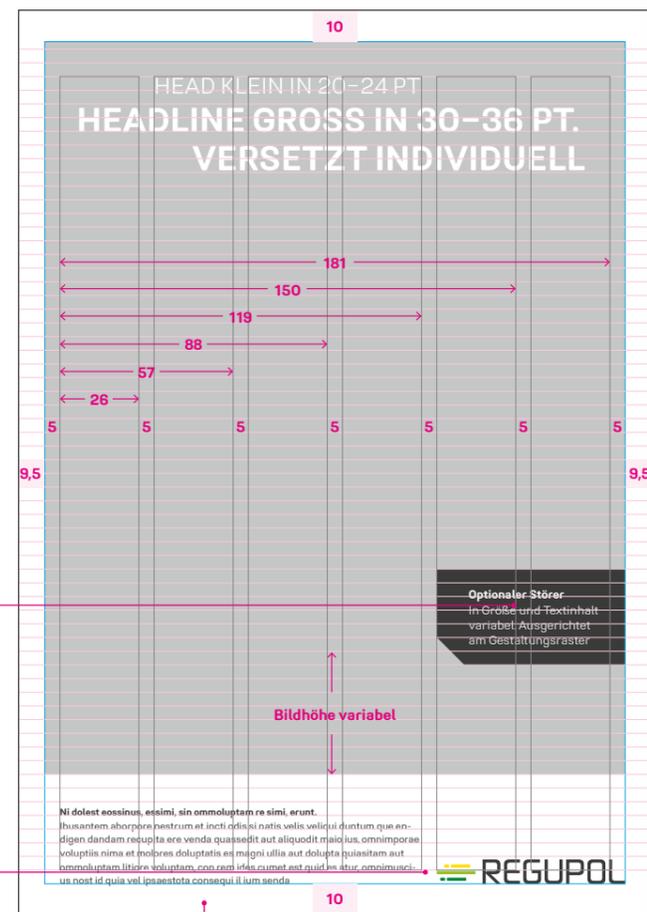
Schriftgrößen sind variabel, aber sollten den Grundregeln des Corporate Designs entsprechen.

Alle Anzeigen werden mit einem typografischen Grundlinienraster unterlegt.  
Anfang: 12,5 mm  
Relativ zur oberen Seitenkante  
Einteilung alle: 4,5 mm (12,756 pt)

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 10 mm      Innen: 9,5 mm  
Unten: 10 mm     Außen: 9,5 mm

**Einstellungen für den typografischen Satzspiegel:**

**Ränder:**  
Oben: 21,5 mm    Innen: 14,5 mm  
Unten: 14,5 mm   Außen: 14,5 mm  
**Spalten**  
Anzahl: 6        Abstand: 5 mm



Störer optional.

Logo, Breite: 62 mm

Der Text kann auch weiter nach oben gerückt werden, sodass die Webadresse in bold fußbündig mit dem Logo platziert werden kann.

# 07 ANWENDUNGEN ANZEIGEN LETTER

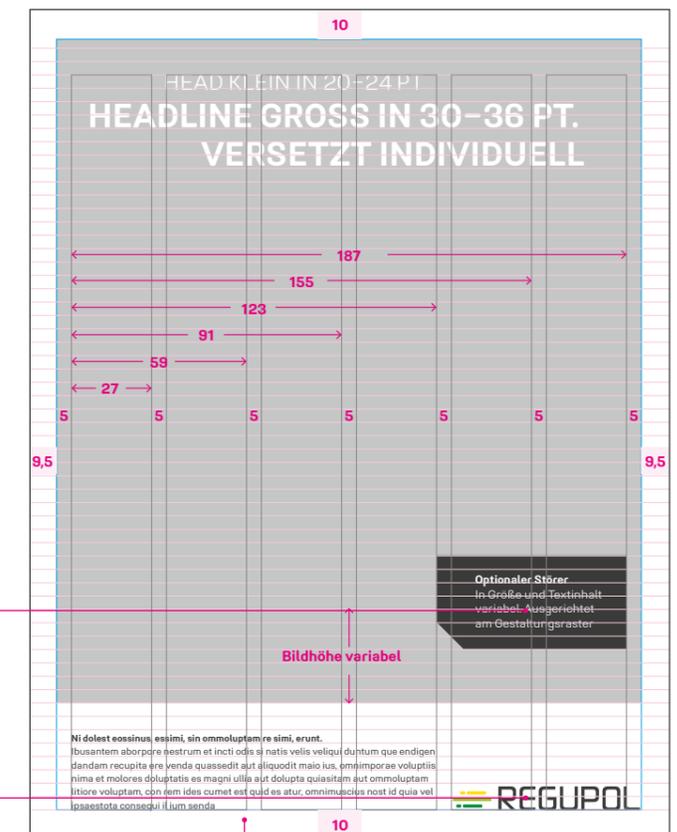
Anlageformat:  
216 mm x 279,5 mm

Alle Anzeigen werden mit einem typografischen Grundlinienraster unterlegt.  
Anfang: 22 mm  
Relativ zur oberen Seitenkante  
Einteilung alle: 4,5 mm (12,756pt)

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 10 mm      Innen: 9,5 mm  
Unten: 10 mm     Außen: 9,5 mm

**Einstellungen für den typografischen Satzspiegel:**

**Ränder:**  
Oben: 22 mm      Innen: 14,5 mm  
Unten: 14,5 mm   Außen: 14,5 mm  
**Spalten**  
Anzahl: 6        Abstand: 5 mm



Störer optional.

Logo, Breite: 64 mm

Der Text kann auch weiter nach oben gerückt werden, sodass die Webadresse in bold fußbündig mit dem Logo platziert werden kann.

# 07 ANWENDUNGEN ANZEIGEN, BEISPIELE



**OÙ LES MEILLEURS ATHLÈTES S'ENTRAÎNENT**

Tous les athlètes de Belgique et d'Europe connaissent la piste d'athlétisme indoor de LOUVAIN LA NEUVE (LLN). Ce complexe accueille des entraînements et des compétitions pour le sport de haut niveau. C'est pourquoi les entraîneurs et les exploitants du centre ont voulu des revêtements qui répondent à leurs exigences et soient à la hauteur des prouesses sportives attendues.

De couleur bleu-gris, la piste circulaire a été fabriquée et installée par les équipes **REGUPOL**, venant d'Allemagne. Pour la petite histoire, c'est sur le même revêtement de piste d'athlétisme **REGUPOL** qu'Usain Bolt a battu ses records du monde au stade olympique de Berlin et que les athlètes du monde entier améliorent leurs performances.

[www.regupol.com](http://www.regupol.com)



Sport | Laufbahnen

Die **REGUPOL** Anzeigen sollen große Fotos und möglichst wenig Text enthalten. Das Logo steht immer unten rechts – die Domain immer unten links oder (in schmalen Anzeigen) unter dem Text. Die Schriftgrößen in den Anzeigen sind frei wählbar, sollten sich aber an die Regeln des CDs halten. Auf den Bildern kann optional ein Störer angebracht werden.

Bei Bedarf kann eine Fußzeile mit sinnvollen Angaben über z.B. Firma, Telefon, E-Mail und Webadresse unten links platziert werden.



**WIE SCHAFFEN WIR NEUE LEBENSÄUERE? GEMEINSAM.**

**Effektive Baulandaktivierung**  
Der Zugriff auf Bauland wird bei zunehmender Flächenverknappung schwieriger und damit auch teurer.

Durch elastische Gebäudeelagerungen können zusätzliche Fläche nahe Schieneninfrastruktur nutzbar gemacht werden. Die bauaufsichtlich zugelassenen Baulager **REGUPOL** und **REGUFOAM vibration** bieten dafür technische sichere und wirtschaftliche Lösungen, wie beim Projekt Tassiloplatz in München.

Fragen Sie die Experten.  
[akustik@regupol.de](mailto:akustik@regupol.de)  
[www.regupol.com](http://www.regupol.com)



Akustik | Baulandaktivierung



**REGUPOL Fitnessböden: Extrem stark**

Sie suchen den passenden Sportboden für Ihr Fitnesscenter? Unsere Böden für **everroll range** liegen in zahlreichen Fitnessstudios auf der ganzen Welt. Dort sorgen sie für perfekte Trainingsbedingungen und optimale Trittschalldämmung. Zudem sind unsere Fitnessböden der **everroll range** ein echter Hingucker. Überzeugen Sie sich selbst von ihrer Leistung.

[www.regupol.com](http://www.regupol.com)



Sport | Fitness



**REGUPOL: Für den Fall der Fälle**

Unsere Fallschutzböden stehen schon immer für größtmögliche, geprüfte und zertifizierte Qualität. Für uns steht die Sicherheit an erster Stelle. Gerade, wenn es hoch hinausgeht. Wir schützen, was wichtig ist und machen Spielplätze **REGUPOL-SICHER** mit unseren Fallschutzböden. Außen und innen. Fugenlos oder als Platten.

[www.regupol.com](http://www.regupol.com)



REGUPOL BSW ist einer der Marktführer von Sportböden, Fallschutzböden, Antirutschmatten zur Ladungssicherung, Produkten zur Trittschalldämmung und Schwingungsisolierung sowie Schutz- und Trennlagen. Sie wollen in einem Familienunternehmen arbeiten, das international tätig ist? Dann sind Sie bei **REGUPOL** genau richtig. Machen Sie mit Ihrer Arbeit die Welt nachhaltiger, denn schon seit 1954 spielt Nachhaltigkeit für uns eine wichtige Rolle. Werden Sie Teil in unserem #TEAMREGUPOL.

**Ab sofort suchen wir einen**

**MITARBEITER FERTIGUNG/ PRODUKTION/ CHEMIE (M/W/D)**

**Das sind Aufgaben, denen Sie sich gerne stellen:**

- Wareneingangskontrolle von Rohmaterialien
- Herstellung von Polyurethan-Prepolymeren und Polyurethanschäumen
- Steuern und Überwachen der Produktionsprozesse
- Musterentnahme, qualitätssichernde chemische Prüfungen im Labor
- Mitarbeit bei der Fehleranalyse sowie der Weiterentwicklung und Optimierung der Betriebsabläufe

**Darauf dürfen wir uns freuen:**

- Abgeschlossene Ausbildung im chemischen Bereich
- Sicherer Umgang mit Gefahrstoffen
- Erfahrung als Maschinenbediener wünschenswert
- Sorgfalt, Zuverlässigkeit und Teamfähigkeit
- Grundlegende EDV-Kenntnisse

**Darauf können Sie sich freuen:**

- Betriebliche Altersvorsorge
- Familienfreundliches Unternehmen
- Gutes Miteinander
- Angemessenes Gehalt

**Kontakt:**  
REGUPOL BSW GmbH  
Lisa Sittler | Anika Allertach  
Am Hilgenacker 24 | 57319 Bad Berleburg  
☎ +49 2751 803-461

**Lernen Sie uns kennen:**  
f i n t

Id. Nr. 071 Aushang am 02.06.2023 entfernt am

Sport | Fallschutz



**REGUPOL**

**REGUPOL BSW GmbH**  
Lisa Sittler | Anika Allertach  
Am Hilgenacker 24 | 57319 Bad Berleburg  
☎ +49 2751 803-461

**Lernen Sie uns kennen:**  
f i n t

Stellenanzeige | Mitarbeiter Fertigung



**REGUPOL Trittschallschutz**

Dachterrassen werden immer häufiger zu beliebten Treffpunkten. Geschickt genutzt sind sie attraktiv für verschiedene moderne Nutzungskonzepte. Dabei ist der Trittschallschutz gem. DIN 4109 sorgfältig zu planen. Zum Beispiel mit **REGUPOL sound & drain**. Fragen Sie die Experten.

[akustik@regupol.de](mailto:akustik@regupol.de) | [www.regupol.com](http://www.regupol.com)



Akustik | Trittschallschutz

# 07 ANWENDUNGEN NEUE VISION, BEISPIELE

Im Rahmen der Entwicklung einer neuen Vision und Mission wurden verschiedene Marketing-Assets ergänzt und überarbeitet. Neben einer neuen Broschüre wurden auch Poster, Stelen, Outdoor-Banner sowie digitale Materialien neu erstellt bzw. aktualisiert.



Poster: DIN-Formate / verschiedene Varianten



Leuchtscheibe: 1 x 2 m



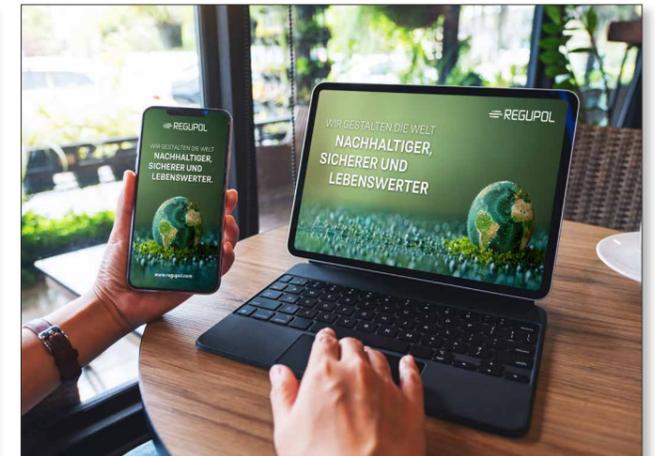
Broschüre



Outdoor-Banner



Bildschirmbild / Vorschaubild



Wallpaper und Hintergründe für Mobilgeräte und Desktops, verschiedene Varianten

In Print- und Digitalmedien kann (wie in den gezeigten Beispielen) eine gekürzte Formulierung der Vision verwendet werden. Dabei bleibt die inhaltliche Aussagekraft erhalten, während gleichzeitig eine ästhetisch ansprechende Darstellung ermöglicht wird.

# 07 ANWENDUNGEN ETIKETTEN

Etikett für Fässer der **REGUPOL** Kleber

**Kasten:** Größe variabel

**Beschreibung:**  
Bold | 14 pt

**Text:** Regular | 8 pt

**Text:** Light | 7 pt

**Text:** Light | 7 pt  
Ausgezeichnete Wörter Bold

**Rahmen:**  
0,5 pt

**Inhaltsangabe:**  
Bold | 12 pt

**Adresse:**  
Regular | 6,5 pt  
(Firmenname Bold)

<b>REGUPOL adhesive 40-201</b>	<b>REGUPOL adhesive 40-201</b>
<b>1K-PUR Kleb-Dichtstoff</b>	<b>1K-PUR Adhesive/Sealant</b>
<p><b>REGUPOL adhesive 40-201</b> ist ein hochwertiger, neutraler, elastischer einkomponentiger Fugen- und Konstruktionskleber auf Polyurethan-Basis. Die Aushärtung erfolgt durch Luftfeuchtigkeit. Innerhalb von 15 Minuten (Beginn der Hautbildung) die zu verklebenden Teile zusammenfügen. Die Untergründe müssen sauber, trocken, staub- und fettfrei sein.</p> <p>Verarbeitungstemperatur: +5°C bis +35°C Temperaturbeständigkeit: -30°C bis +90°C</p> <p>Reparatur: mit gleichem Material Reinigung: mit Waschbenzin sofort nach der Verwendung Farbe: schwarz Haltbarkeit: siehe Aufdruck</p> <p>Vor Verarbeitung Technisches Daten- sowie Sicherheitsdatenblatt beachten. Bei Personen, die bereits für Diisocyanate sensibilisiert sind, kann der Umgang mit diesem Produkt allergische Reaktionen auslösen. Bei Asthma, ekzematösen Hauterkrankungen oder Hautproblemen Kontakt, einschließlich Hautkontakt, mit dem Produkt vermeiden. Das Produkt nicht bei ungenügender Lüftung verwenden.</p>	<p><b>REGUPOL adhesive 40-201</b> is a high quality one component polyurethane sealant with high modulus for a wide range of sealing and bonding applications. Before gluing, the surface to be adhered must be clean, dry and free of dust and grease. The parts to be glued must be adhered within 15 minutes before adhesive skin forms.</p> <p>Application Temperature: +5°C to +35°C Temperature Resistance: -30°C to +90°C</p> <p>Repair: with the same material Clean up: to be done immediately after application with white spirit Colour: black Shelf life: see printing</p> <p>Please note the product and safety data sheet before usage. Persons already sensitised to diisocyanates may develop allergic reactions when using this product. Persons suffering from asthma, eczema or skin problems should avoid contact, including dermal contact, with this product.</p>
<p><b>Gefahr:</b> Kann bei Einatmen Allergie, asthmaartige Symptome oder Atembeschwerden verursachen. Ist ärztlicher Rat erforderlich, Verpackung oder Kennzeichnungsetikett bereithalten. Darf nicht in die Hände von Kindern gelangen. Atemschutz tragen. <b>BEI EINATMEN:</b> Die Person an die frische Luft bringen und für ungehinderte Atmung sorgen. <b>BEI SYMPTOMEN DER ATEMWEGE:</b> GIFTINFORMATIONSZENTRUM/ARZT anrufen. Inhalt/Behälter einer geeigneten Recycling- oder Entsorgungseinrichtung zuführen.</p> <p><b>Danger:</b> May cause allergy or asthma symptoms or breathing difficulties if inhaled. Avoid breathing mist/vapours/spray. Wear respiratory protection. <b>IF INHALED:</b> Remove person to fresh air and keep comfortable for breathing. <b>IF EXPERIENCING RESPIRATORY SYMPTOMS:</b> Call a POISON CENTER/DOCTOR. Dispose of contents/container to an appropriate recycling or disposal facility.</p>	
<p><b>Im Notfall   In case of emergency: +49 228 19240</b>      <b>UFI: EWNK-TKG1-P2KM-U7SD</b></p>	
<p><b>310ml e</b></p> <p>REGUPOL Germany GmbH &amp; Co. KG Am Hilgenacker 24   57319 Bad Berleburg   Germany Phone +49 2751 803-0   info@regupol.de   www.regupol.com</p>	
<p> <b>REGUPOL</b></p>	

**Kleber-Etiketten in Calibri**  
**Text schwarz: 100 K**

**Linke Hälfte: deutscher Text**  
**Rechte Hälfte: englischer Text**

**Größe: 153 x 195 mm**

**Symbol: 23 x 23 mm**

Regular | 6,5 pt

**Logo: 40 mm breit**

# 07 ANWENDUNGEN ETIKETTEN, BEISPIELE



Batch No. \_\_\_\_\_

Customer \_\_\_\_\_

REGUPOL order-no. \_\_\_\_\_

CMSDA order-no. \_\_\_\_\_

Material Type \_\_\_\_\_

Thickness \_\_\_\_\_ mm

Length \_\_\_\_\_ mtr.

Roll Width \_\_\_\_\_ cm

**The goods have been checked carefully. However, in case of complaints, please return this packing slip together with your concerns.**

Distributed by: CMS Danskin Acoustics  
Unit 2 Lyncastle Road | Warrington | Cheshire WA4 4SN | phone 01925 577711 | fax 01925 577733  
info@cmsdanskin.co.uk | www.cmsdanskin.co.uk

Manufactured by: REGUPOL Germany GmbH & Co. KG  
Am Hilgenacker 24 | 57319 Bad Berleburg | Germany | phone +49 2751 803-0 | info@regupol.de | www.regupol.com

Vordruck für Paletten

Adress-Aufkleber A6



**REGUPOL Germany GmbH & Co KG**  
Am Hilgenacker 24  
57319 Bad Berleburg (Germany)  
Tel. +49 2751 803-0  
Fax +49 2751 803-109  
info@regupol.de  
www.regupol.de

# REGUPOL sound 17

**EMISSIONS DANS L'AIR INTERIEUR**

**A+**

A+ B C

\*Information sur le niveau d'émission de substances volatiles dans l'air intérieur, présentant un risque de toxicité par inhalation, sur une échelle de classe allant de A+ (très faibles émissions) à C (fortes émissions).

European Technical Assessment

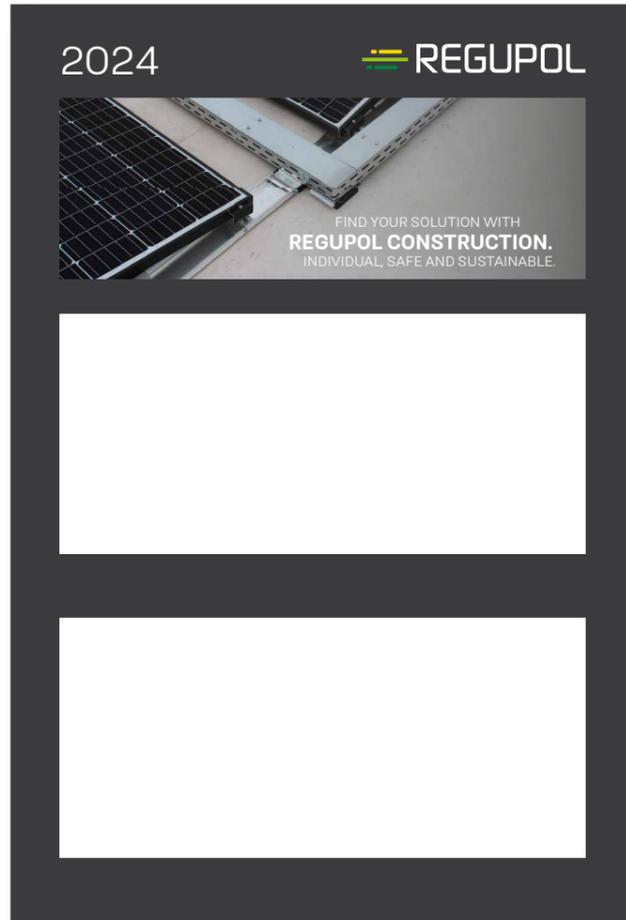
**CE**

REGUPOL Germany GmbH & Co. KG, 57319 Bad Berleburg  
2019  
ETA No.: ETA-19/0057  
d<sub>p</sub> > 17,0 mm  
c < 2,0 mm  
Nominal Size: 1,200 x 1,000 mm  
Reaction to fire: Class E-d2 acc. to EN 13501-1



Klischee  
Estrichdämmung

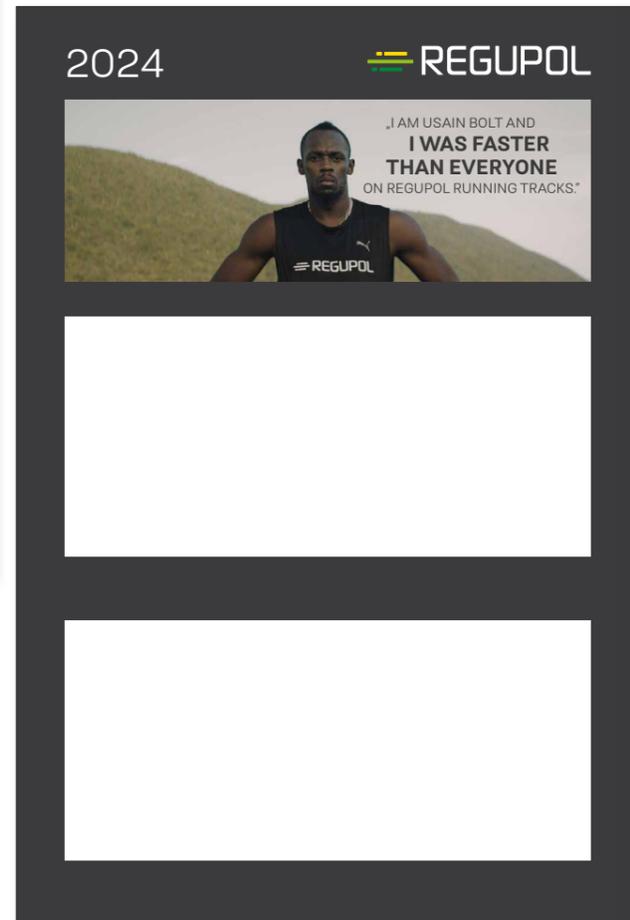
# 07 ANWENDUNGEN WANDKALENDER



Construction

Die **REGUPOL** Wandkalender sind schlicht mit grauem Hintergrund. Die Grundlage besteht aus einem Anwendungsbild und einem Leitsatz der entsprechenden Division.

((PRÜFEN: Im Bereich Sportbau sollte bei der Auswahl vorzugsweise auf ein Bild von Usain Bolt zurückgegriffen werden.))



Sportbau

# 07 ANWENDUNGEN BEACH-FLAGS BEISPIELE

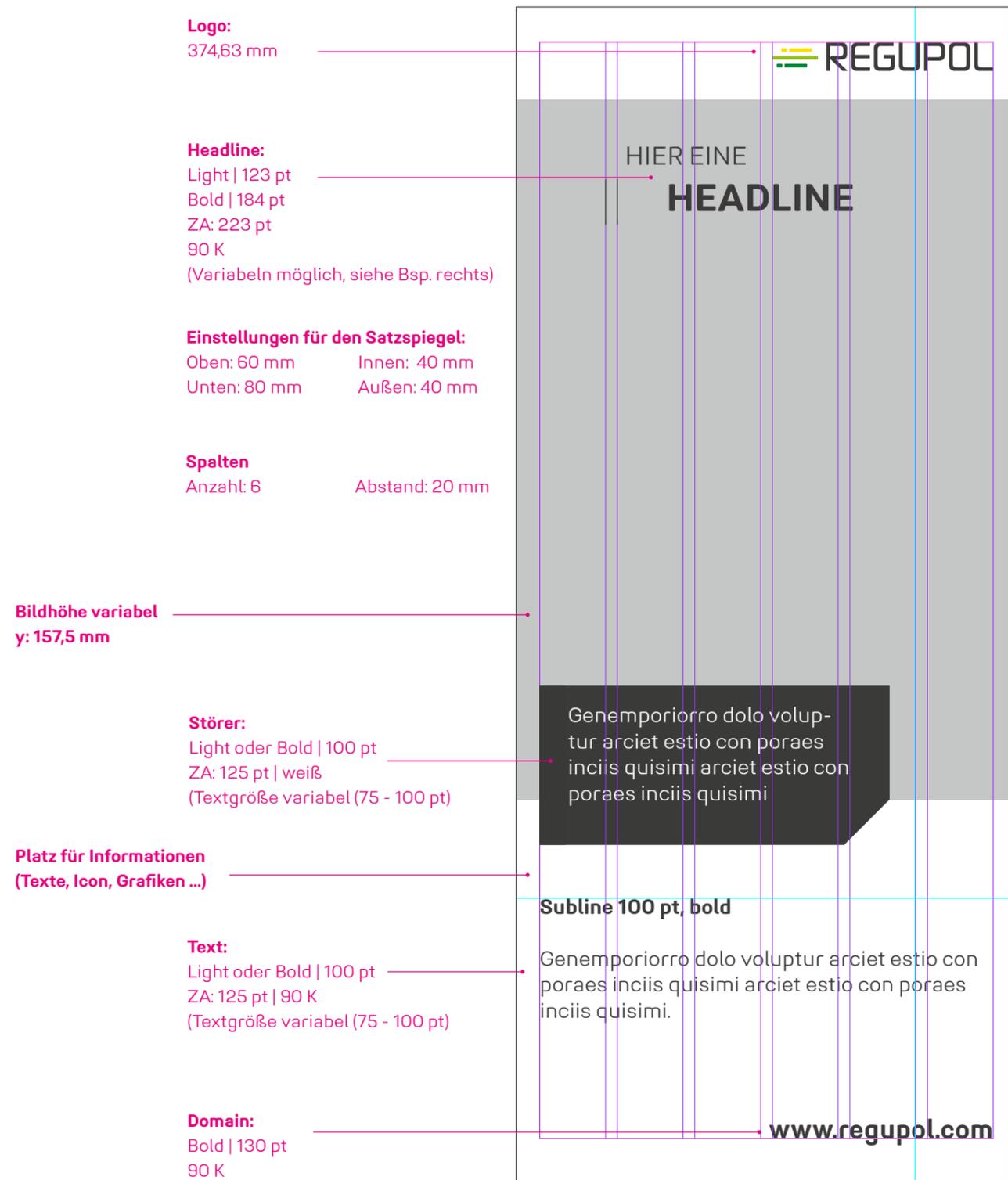


Fahne für Wittgensteiner Ausbildungsmesse  
90 K

**REGUPOL** Fahnen sind immer weiß oder dunkelgrau (90 K). Sie sollten lediglich mit dem Logo oder Schlagwörtern (Titel Produktgruppe o.Ä.) bedruckt werden. Es ist drauf zu achten, dass die Platzierung des Inhalts immer unten fußbündig steht und somit eine positive aufsteigende Wirkung enthält.

# 07 ANWENDUNGEN

## ROLL-UP-BANNER



REGUPOL Roll-Up-Banner sind in der Regel 850 x 2000 mm groß.

**Headline:**  
Bold | 184 pt  
Light | 123 pt  
ZA: 200 pt  
weiß

**REGUPOL**

**WE MAKE HORSES FEEL GOOD!**

„When I see how good my horses feel in their boxes, I know that in choosing REGUPOL equestrian flooring, I've made the right decision!“  
Nathalie zu Sayn-Wittgenstein-Berleburg

**REGUPOL equestrian flooring**

[www.regupol.com](http://www.regupol.com)

# 07 ANWENDUNGEN

## ROLL-UP-BANNER

### BEISPIELE



REGUPOL Roll-Up-Banner sind in der Regel 850 x 2000 mm groß. Das REGUPOL Logo steht immer oben rechts sowie die Webadresse unten rechts. Bilder erregen Aufmerksamkeit – lange Texte hingegen haben auf Roll-Up-Banner nichts zu suchen.

Sport | race Arts

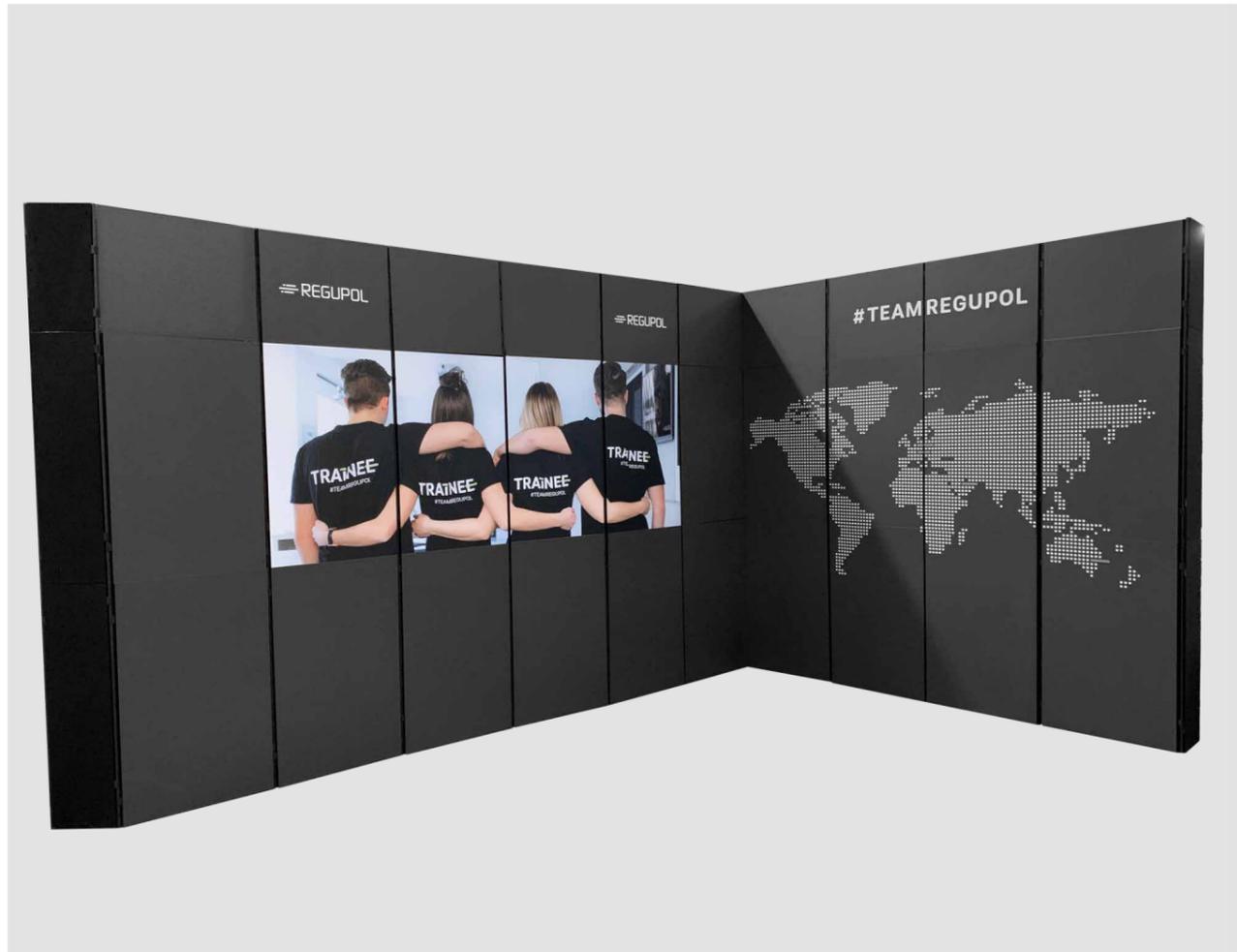


Sport | race Arts



Akustik | Handelsimmobilienkongress

# 07 ANWENDUNGEN MOBILER MESSESTAND



**REGUPOL** hat einen Messestand, der flexibel in Form und Größe gestaltet werden kann. Auf den folgenden Seiten sind Beispiele für die verschiedenen Produktbereiche (Allgemein, Ausbildung, Laufbahnen, Fallschutz & Parkour, Schießanlagen, Bautenschutz und Akustik) zu finden.

Falls die Vertriebskollegen den Messestand für eine Veranstaltung nutzen möchten, melden sie sich 6 Wochen vorher bei der Abteilung Marketing, sodass ein Entwurf ausgearbeitet werden kann.

## MOBILER MESSESTAND ALLGEMEIN\_1



Die Elemente sind alle flexibel und können in einer Höhe zwischen 2 Meter und 2,50 Meter aufgebaut werden. Die Breite und Tiefe des Standes ist variabel.  
Die Motive können über eine Kletttafelung variabel eingetauscht werden.

**Kosten Bedruckung ca. 3.880 € (36 Elemente)**

825 x 1000 mm = 140 €  
825 x 500 mm = 74 €  
250 x 1000 mm = 62 €  
250 x 500 mm = 44 €

## MOBILER MESSESTAND ALLGEMEIN\_2



Die Elemente sind alle flexibel und können in einer Höhe zwischen 2 Meter und 2,50 Meter aufgebaut werden. Die Breite und Tiefe des Standes ist variabel.  
Die Motive können über eine Kletttafelung variabel eingetauscht werden.

## MOBILER MESSESTAND FALLSCHUTZ & PARKOUR



Die Elemente sind alle flexibel und können in einer Höhe zwischen 2 Meter und 2,50 Meter aufgebaut werden. Die Breite und Tiefe des Standes ist variabel.  
Die Motive können über eine Kletttafelung variabel eingetauscht werden.

**Kosten Bedruckung ca. 1.680 € (12 Elemente)**

## MOBILER MESSESTAND SCHIESSANLAGEN



Die Elemente sind alle flexibel und können in einer Höhe zwischen 2 Meter und 2,50 Meter aufgebaut werden. Die Breite und Tiefe des Standes ist variabel.  
Die Motive können über eine Kletttafelung variabel eingetauscht werden.

**Kosten Bedruckung ca. 1.680 € (12 Elemente)**

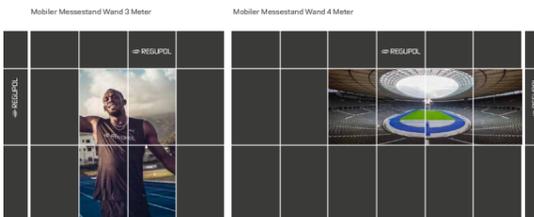
## MOBILER MESSESTAND BAUTENSCHUTZ



Die Elemente sind alle flexibel und können in einer Höhe zwischen 2 Meter und 2,50 Meter aufgebaut werden. Die Breite und Tiefe des Standes ist variabel.  
Die Motive können über eine Kletttafelung variabel eingetauscht werden.

**Kosten Bedruckung ca. 1.680 € (12 Elemente)**

## MOBILER MESSESTAND LAUFBAHNEN



Die Elemente sind alle flexibel und können in einer Höhe zwischen 2 Meter und 2,50 Meter aufgebaut werden. Die Breite und Tiefe des Standes ist variabel.  
Die Motive können über eine Kletttafelung variabel eingetauscht werden.

**Kosten Bedruckung ca. 1.828 € (14 Elemente)**

# 07 ANWENDUNGEN LEUCHT-MESSESTAND



In Zukunft ist drauf zu achten, dass die Platzierung des Logos möglichst einheitlich oben rechts erfolgt, damit es mit allen Teilen des Messeequipments ein harmonisches Bild ergibt.

Ausnahmen sind in Einzelfällen möglich.

**REGUPOL** hat zudem einen Leucht-Messestand, der ebenfalls flexibel in Form und Größe gestaltet werden kann. Hier sind Beispiele für verschiedenen Produktbereiche (Bautenschutz, Allgemein und Akustik) zu finden.

Falls die Vertriebskollegen den Messestand für eine Veranstaltung nutzen möchten, melden sie sich 6 Wochen vorher bei der Abteilung Marketing, sodass ein Entwurf ausgearbeitet werden kann.



# 07 ANWENDUNGEN LEUCHTSTELN



Bei den **REGUPOL** Leuchtstelen ist drauf zu achten, dass die Platzierung des Logos möglichst einheitlich oben rechts erfolgt, damit es ein harmonisches Bild ergibt.

Ausnahmen sind in Einzelfällen möglich.

**REGUPOL** hat 3 Leucht-Stelen, die ca. 1 x 2 m groß sind. Hier sind Beispiele für verschiedenen Produktbereiche (Bautenschutz, Allgemein und Akustik) zu finden.

Falls die Vertriebskollegen den Messestand für eine Veranstaltung nutzen möchten, melden sie sich 6 Wochen vorher bei der Abteilung Marketing, sodass ein Entwurf ausgearbeitet werden kann.

**Logo:**  
440 mm

**Headline, optional:**  
Light | 134 pt  
Bold | 194 pt  
ZA: 244 pt  
90 K

**Bildhöhe variabel**  
y: 250

**Einstellungen für den Satzspiegel:**  
Oben: 80 mm      Innen: 50 mm  
Unten: 80 mm     Außen: 50 mm

**Spalten**  
Anzahl: 6            Abstand: 20 mm

**Platz für Informationen**  
(Texte, Icon, Grafiken ...)

**Text:**  
Light oder Bold | 100 pt  
ZA: 125 pt | 90 K  
(Textgröße variabel (80 - 100 pt))

**Domain, optional:**  
Bold | 150 pt  
90 K

## 07 ANWENDUNGEN

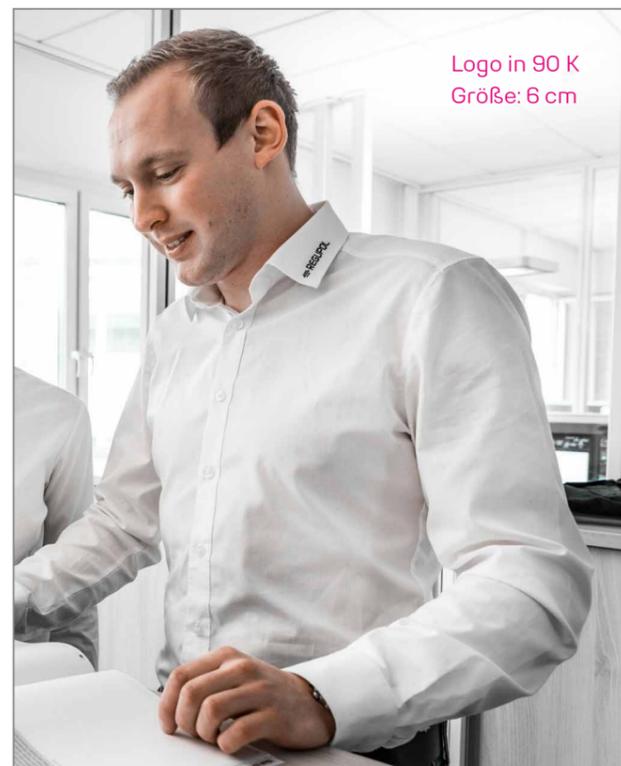
# KLEIDUNG

# MESSEAUFTTRITT

Es gibt zwei bzw. drei Kleidungskombinationsmöglichkeiten für Messen. Die erste Variante ist die "schicke Variante": Anzug, weißes Hemd (Logo- bedruckung am Kragen) und evtl. weiße Sneaker.

Die weißen Hemden werden von **REGUPOL** zur Verfügung gestellt und können in der **Abteilung Einkauf** bestellt und vorher anprobiert werden.

### Variante 1 – "schick" / Männer



Logo in 90 K  
Größe: 6 cm



Diese Ansicht dient lediglich als Vorschlag und ist im ähnlichen Stil zu tragen.

Die zweite Variante ist die sportliche Variante: Schwarzes Poloshirt (Logo- bedruckung am Ärmel, Streifen auf der Brust) und eine schwarze oder blaue Jeans.

Die Poloshirts werden von **REGUPOL** zur Verfügung gestellt und können in der **Abteilung Einkauf** bestellt und vorher anprobiert werden.

### Variante 2 – "sportlich" / Männer



Streifen in weiß auf der Brust  
Breite: 3 cm

Logo in weiß auf dem Ärmel  
Größe: 6 cm

## 07 ANWENDUNGEN

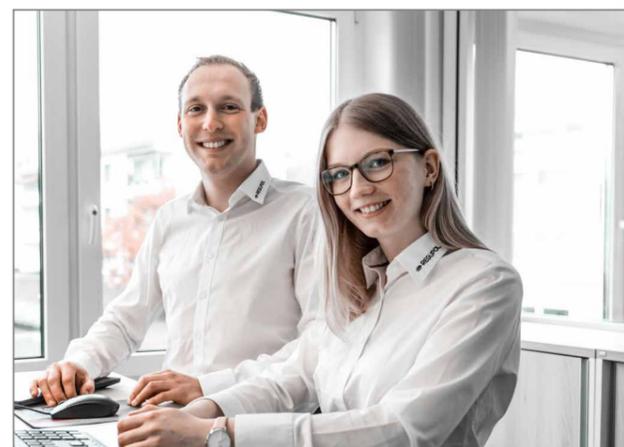
# KLEIDUNG

# MESSEAUFTTRITT

Auch für Frauen gibt es zwei Varianten. Die erste Variante ist die schicke Variante, bestehend aus Bluse, evtl. Blazer und Jeans.

Die weißen Blusen werden von **REGUPOL** zur Verfügung gestellt und können in der **Abteilung Einkauf** bestellt und vorher anprobiert werden.

### Variante 1 – "schick" / Frauen

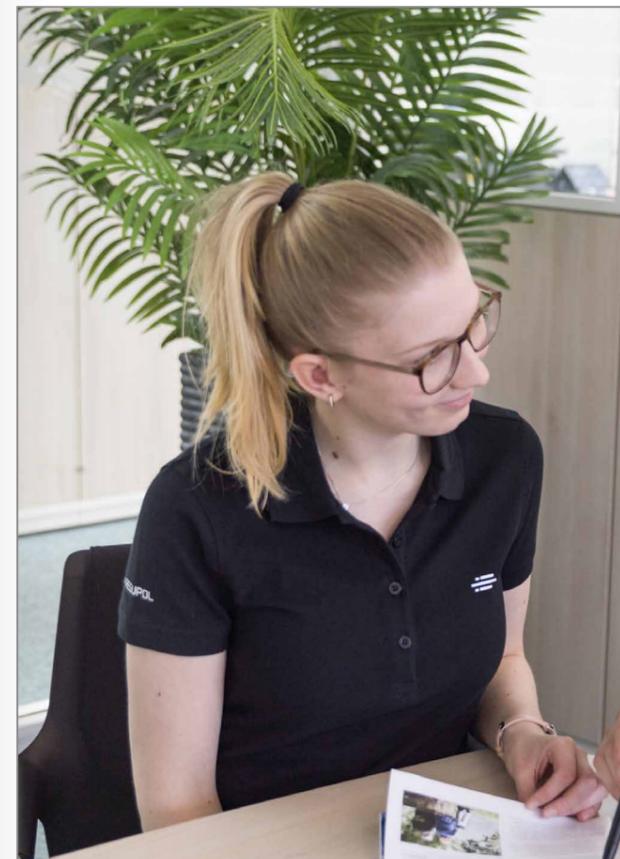


Diese Ansicht dient lediglich als Vorschlag und ist im ähnlichen Stil zu tragen.

Die zweite Variante ist die sportliche Variante: Schwarzes Poloshirt (Logo- bedruckung am Ärmel, Streifen auf der Brust) und eine schwarze oder blaue Jeans.

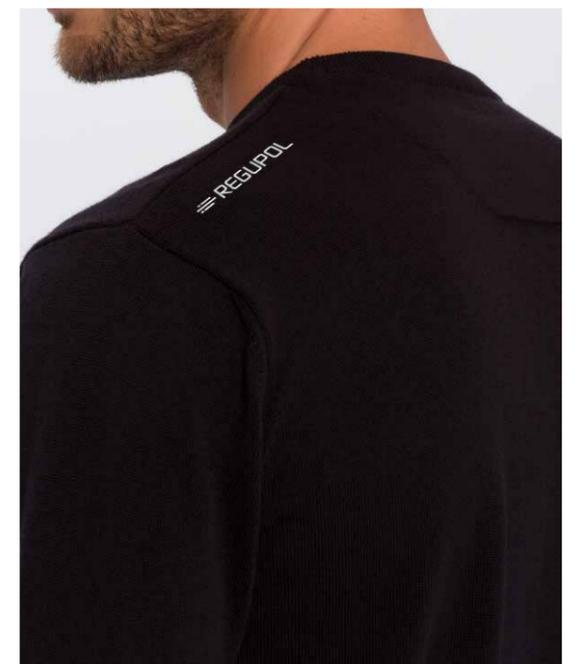
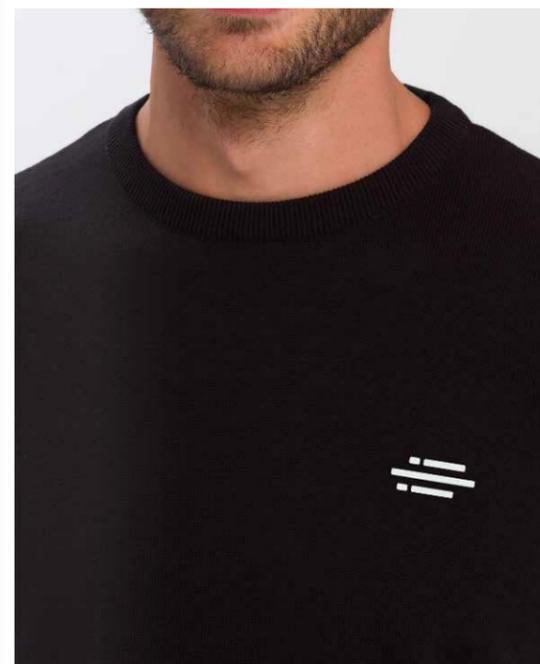
Die Poloshirts werden von **REGUPOL** zur Verfügung gestellt und können in der **Abteilung Einkauf** bestellt und vorher anprobiert werden.

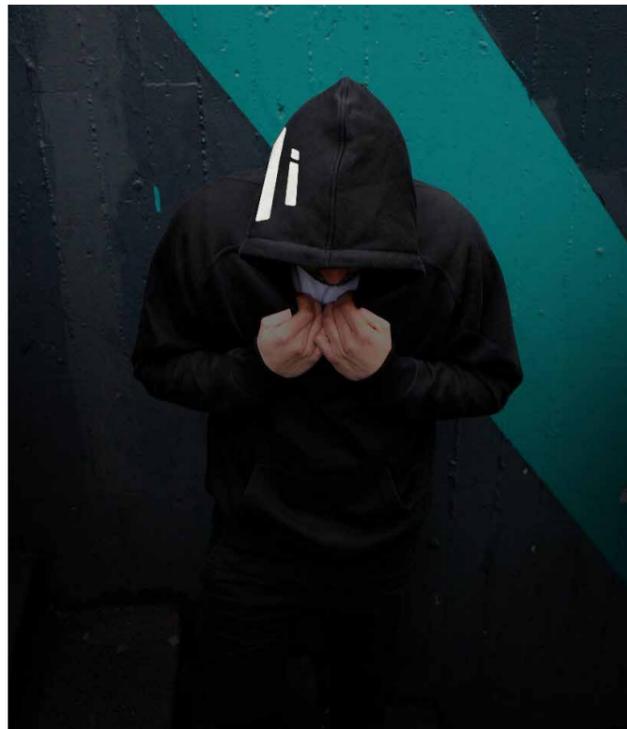
### Variante 2 – "sportlich" / Frauen



Diese Ansicht dient lediglich als Vorschlag und ist im ähnlichen Stil zu tragen.

# 07 ANWENDUNGEN KLEIDUNG KREATIVE IDEEN







# 07 ANWENDUNGEN KLEIDUNG GEWERBLICH

Die Kleidung der gewerblichen Mitarbeiter ist farblich kategorisiert. Die Schlosser und Elektriker sind komplett in blau. Die gewerblichen Mitarbeiter, die betrieblichen Vorgesetzten, die Meister und Fahrer sowie die Monteure haben alle schwarze Hosen – sie unterscheiden sich lediglich in der Farbe der Oberteile. Welche Farben den jeweiligen Mitarbeitern zugeordnet sind, wird auf den folgenden Seiten dargestellt.

Die Bedruckung ist immer in weiß und das Logo ca. 10 cm breit.

## SCHLOSSER, ELEKTRIKER



**Blau**  
(Druck: weißes Logo + Name)



Logo immer in weiß  
Größe: 10 cm

## GEWERBLICHE MITARBEITER



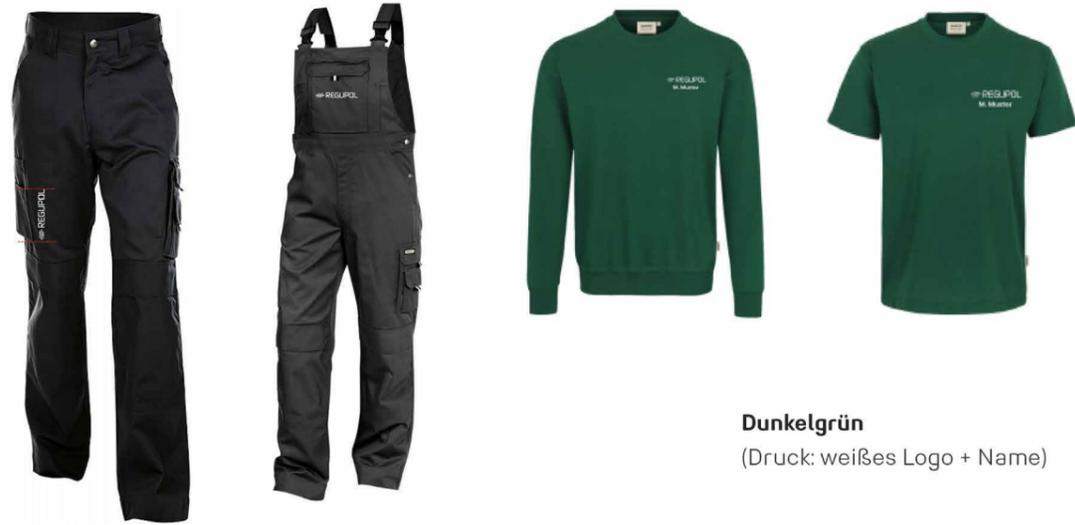
**Schwarz**  
(Druck: weißes Logo)

## BETRIEBLICHE VORGESETZTE



**Hellgrau**  
(Druck: weißes Logo + Name)

# MEISTER



**Dunkelgrün**  
(Druck: weißes Logo + Name)

# MONTEURE



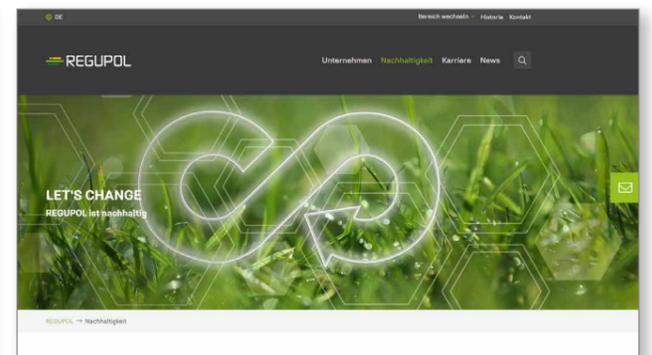
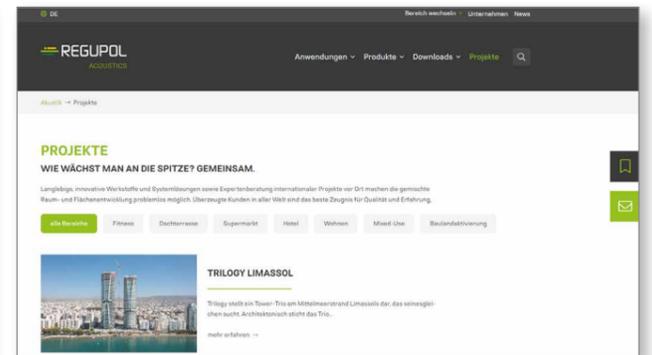
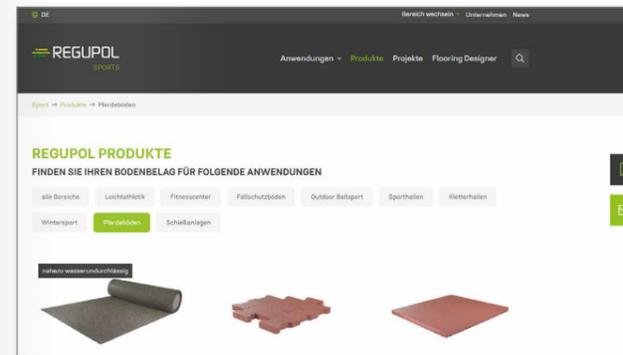
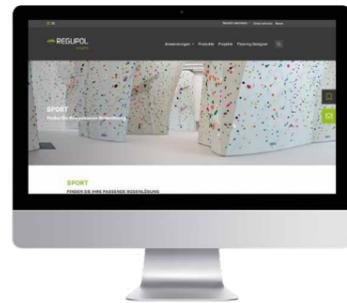
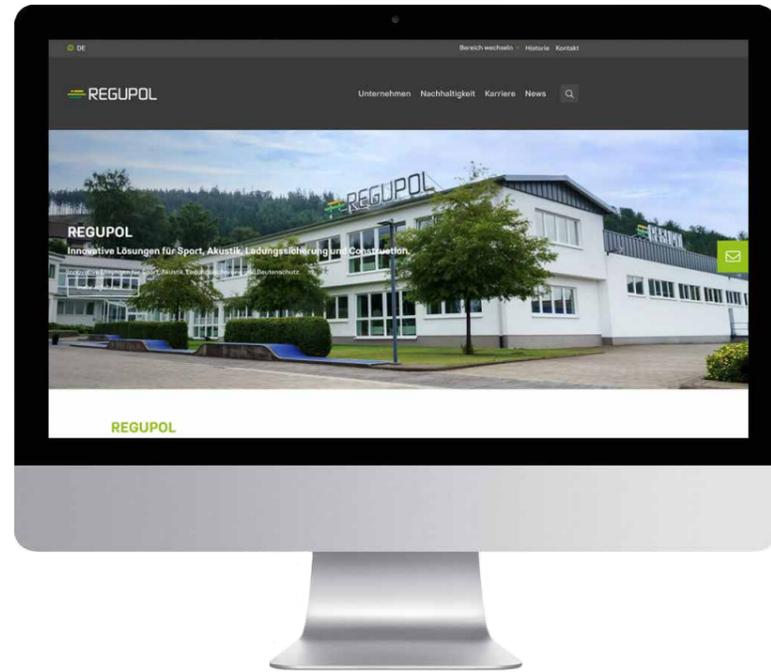
**Blau**  
(Druck: weißes Logo)

# FAHRER



**Dunkelgrau**  
(Druck: weißes Logo + Name)

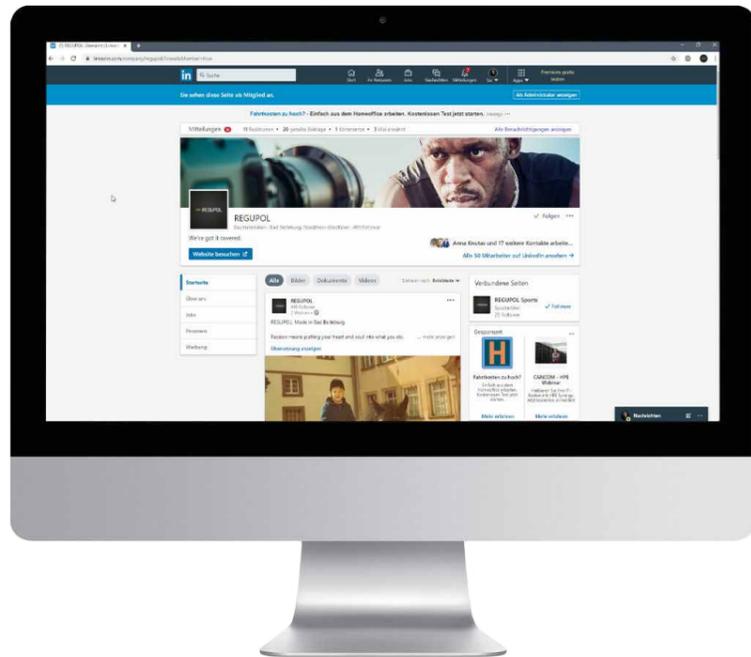
# 07 ANWENDUNGEN WEBSEITE, BEISPIELE



Die Unternehmenswebsite ist unter folgendem Link erreichbar: [www.regupol.com](http://www.regupol.com) – Hier sind allgemeine Informationen zum Unternehmen, die Unternehmensgeschichte, Karriere bei **REGUPOL**, News, Serviceleistungen usw. zu finden.

Von der Unternehmenswebsite gelangt man zu den unterschiedlichen Portalen Sport, Akustik, Bautenschutz und Ladungssicherung.

# 07 ANWENDUNGEN SOCIAL MEDIA



**Plattform LinkedIn**  
Das Profilbild ist fix. Das Titelbild kann und sollte im Laufe der Zeit immer mal wieder getauscht werden.



**Profilbild**  
Das negative REGUPOL Logo (weiß mit bunten Streifen) steht auf einem dunklen Quadrat oder einem dunklen Kreis.



**Mobile Version**

REGUPOL ist auf den folgenden Social Media Kanälen vertreten: LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, Xing

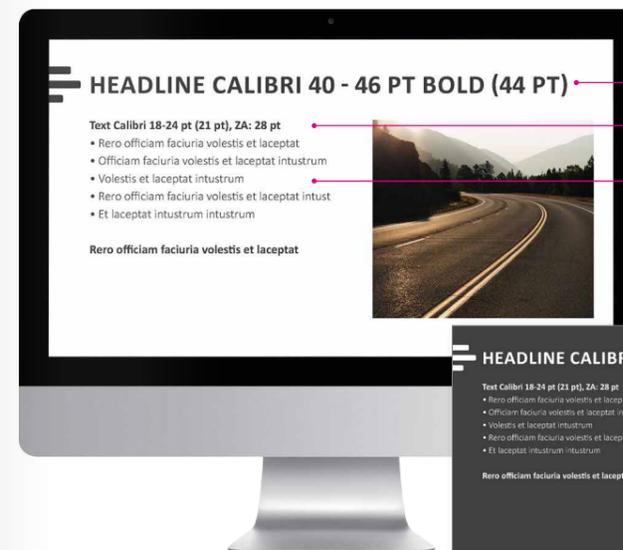
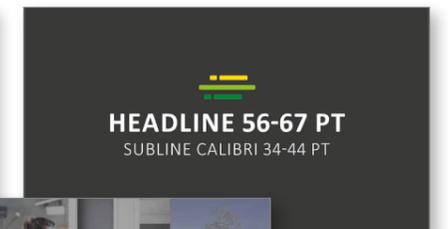
# 07 ANWENDUNGEN PRÄSENTATION VERTRIEB



Schriftart: Calibri | bold & light

Headline: 56-67 pt | bold

Subline: 34-44 pt | light



Headline: 40-46 pt (optimal: 44 pt) | bold

Subline: 18-24 pt (optimal: 21 pt) | ZA: 28 pt | bold

Fließtext: 34-44 pt | ZA: 28 pt | light



# 07 ANWENDUNGEN PRÄSENTATION UNTERNEHMEN

Für jeden Geschäftsbereich (Sport | Akustik | Ladungs-  
sicherung | Bautenschutz) gibt es eine Unternehmens-  
präsentation, die sich lediglich durch die Referenzprojekte  
unterscheidet. Diese Doppelseite bietet einen Einblick in  
die Präsentation.

Die Präsentationen stehen den Vertriebskollegen zur  
Verfügung und dürfen nur durch die Marketing-Abteilung  
verändert werden.



### HERZLICH WILLKOMMEN

REGUPOL ist definitiv ein Unternehmen mit Zukunft, denn nachhaltiges Wirtschaften bei bestmöglichem Schutz der Umwelt wird in Zukunft noch wichtiger als bislang.

Gemeinsam können wir die Welt ein bisschen besser machen.

„Herzlich Willkommen in unserem Unternehmen.“

Sebastian Pöppel,  
Niels Pöppel,  
Christian Pöppel  
CEOs

### REGUPOL WELTWEIT

REGUPOL Germany GmbH & Co. KG  
REGUPOL America LLC  
REGUPOL Australia Pty. Ltd.  
REGUPOL Acoustics Middle East FZE  
REGUPOL Schweiz AG  
REGUPOL Zebra Athletics LLC  
BSW Shanghai CO.LTD.

### ZAHLEN UND FAKTEN

85% Recyclingquote

60% Umsatz im Ausland

86% Mitarbeiterzufriedenheit

### WARUM REGUPOL?

- Mehr als 70 Jahre Erfahrung
- Professionelles Fachwissen & passende Lösungen
- Engagierte, kreative & motivierte Mitarbeiter
- Kunden vertrauen uns

### UNSERE PRODUKTBEREICHE

- Sport**  
Sportböden für eine herausragende Performance
- Ladungssicherung**  
Antrutschmatten zum sicheren Transport von Gütern
- Akustik**  
Produkte zur Trittschalldämmung und Schwingungsisolierung
- Bautenschutz**  
Schutz und Trennlagen für Flachdächer

### THE SHARD, LONDON

Eines der höchsten Gebäude Europas wurde mit unserer REGUPOL Estrichdämmung ausgestattet.

## REGUPOL

REGUPOL Germany GmbH & Co. KG | Am Hilgenacker 24 | 57319 Bad Berleburg  
phone +49 2751 803-0 | info@regupol.de | www.regupol.com

# 07 ANWENDUNGEN PRESSEINFORMATION

PRESSEINFORMATION



07.12.2023

Logo: 50 mm breit

Head: 17 pt | light | Versalien

Datum: 11 pt | light

Überschrift: 14 pt | Bold | Versalien

Text: 11 pt

Fußzeile | Anschrift: 7 pt

REGUPOL Germany GmbH & Co. KG | Am Hilgenacker 24 | 57319 Bad Berleburg | Germany | phone +49 2751 803-0 | info@regupol.de | www.regupol.com 2 | 2

Die Presseinformation ist in der Calibri geschrieben | Schwarz 100 K

Angaben der Zeichen | "Bitte beachten Sie" | Ansprechpartner: 9 pt | Bold

Unternehmenstext: 9 pt (Überschrift Bold)

## Unternehmenstext für Presseinformationen

Englische Unternehmensbeschreibung  
Dieser Text beschreibt das Unternehmen und steht abschließend unter jeder englischen Presseinformation.

**About REGUPOL Germany GmbH & Co. KG**  
**REGUPOL** is one of the world's leading processors of recycled elastomers. They are used to create high-performance sports and safety flooring, antislip mats for load securing, products for impact sound insulation and vibration isolation, well as protective and separating layers for use in construction projects. In many of these markets, **REGUPOL** is now among the leading suppliers - thanks to the expertise of the global team. Subsidiary companies are: **REGUPOL America LLC, REGUPOL Australia Pty. Ltd., REGUPOL Acoustics Middle East FZE, REGUPOL Schweiz AG, REGUPOL Zebra Athletics LLC and BSW Shanghai CO. LTD.** In the past year, **REGUPOL** achieved a turnover of more than € 140 million and recycled more than 90,000 tons of elastomers. **REGUPOL** is a winner of the NRW Environmental Business Award, the Efficiency Award NRW and received Cradle to Cradle Certified® at the bronze level for several products in the areas of acoustics, construction and load securing. Cradle to Cradle® Certified stands for a continuous and consistent circular economy. **REGUPOL** has made it its task to work continuously on developing solutions in the sense of a consistent circular economy. The company's goal is to shape a sustainable and successful future.

**Über REGUPOL Germany GmbH & Co. KG**  
**REGUPOL** zählt zu den weltweit führenden Verarbeitern von wiedergewonnenen Elastomeren. Daraus entstehen leistungsstarke Sportböden, Fallschutzböden, Antirutschmatten zur Ladungssicherung, Produkte zur Trittschalldämmung und Schwingungsisolierung sowie Schutz- und Trennlagen für Bauanwendungen. In vielen dieser Märkte gehört **REGUPOL** dank des Know-hows des weltweiten Teams heute zu den führenden Anbietern. Tochtergesellschaften sind: **REGUPOL America LLC, REGUPOL Australia Pty. Ltd., REGUPOL Acoustics Middle East FZE, REGUPOL Schweiz AG, REGUPOL Zebra Athletics LLC und BSW Shanghai CO. LTD.** Im vergangenen Jahr erzielte **REGUPOL** einen Umsatz von mehr als 140 Millionen € und recycelte mehr als 90.000 Tonnen Elastomere. **REGUPOL** ist Preisträger des Umweltwertschöpfungspreises NRW, des Energieeffizienzpreises NRW und erhielt für einige Produkte aus den Bereichen Akustik, Construction und Ladungssicherung das Cradle to Cradle Certified® Bronze-Zertifikat. Cradle to Cradle Certified® steht für eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft. **REGUPOL** hat es sich zur Aufgabe gemacht kontinuierlich daran zu arbeiten Lösungen im Sinne einer konsequenten Kreislaufwirtschaft zu entwickeln. Zukunft nachhaltig und erfolgreich gestalten, das ist Ziel des Unternehmens.

Deutsche Unternehmensbeschreibung  
Dieser Text beschreibt das Unternehmen und steht abschließend unter jeder deutschen Presseinformation.

# 07 ANWENDUNGEN FAHRZEUG- BESCHRIFTUNG

## Grüne LKW



Die **REGUPOL** LKW sind grün mit einer weißen Folierung.

Auf den seitlichen Planen ist groß das **REGUPOL** Logo und der Leitfaden "Von Grund auf gut" zu sehen – auf den Türen die Adresse. Frontal ist der Firmennamen zu lesen und auf der Hecktür das **REGUPOL** Logo, die Web-adresse und **#TEAMREGUPOL**.



**Frontfolierung:**  
**REGUPOL Germany**  
weiße Schrift auf grünem Grund  
90 mm hoch | 1216 mm breit

**Türfolierung:**  
**REGUPOL Germany**  
**57319 Bad Berleburg**  
**+49 2751 803-0**  
**www.regupol.com**  
weiße Schrift auf grünem Grund

**Heckfolierung:**  
**REGUPOL Logo & Domain**  
720 mm breit  
**#TEAMREGUPOL**  
993 mm breit

## Weißer Monteursbusse – Ford Transit L3H2 – Beispiel "Laufbahnen"

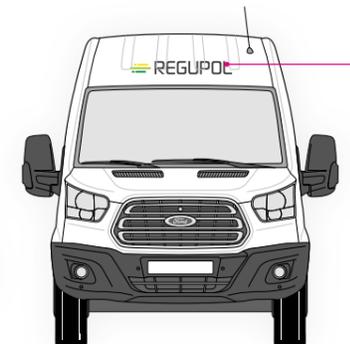


Die **REGUPOL** Monteursbusse sind weiß mit einer Teilfolierung. Auf den seitlichen Türen ist ein Bild mit einem leichten Verlauf zu sehen. Daneben steht der Schriftzug "Tracks for Champions" sowie das **REGUPOL** Logo. Auf dem Dach, auf der Front und auf dem dunklen Heck ist ebenfalls das **REGUPOL** Logo zu finden. Der Schriftzug "Tracks for Champions" wiederholt sich auf der Heckscheibe. Nach diesem Schema können weitere Monteursbusse themenbezogen foliert werden.

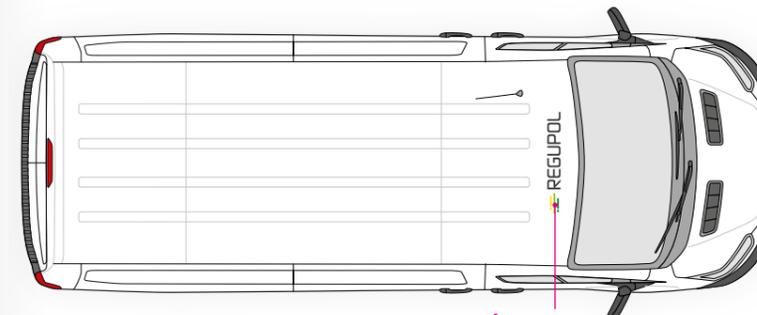


**Schriftzug**  
90 grau

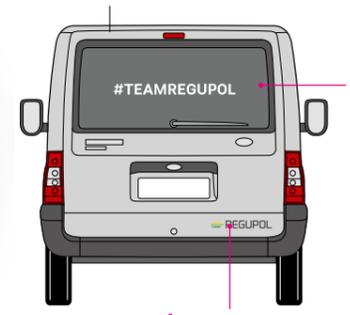
**Logo**  
bunt | 600 mm breit



**Logo**  
bunt  
750 mm breit



**Logo**  
bunt  
750 mm breit



**Schriftzug**  
weiß auf verdunkelten scheinenscheiben oder 90 grau auf blech

**Logo**  
weiß  
600 mm breit

# 07 ANWENDUNGEN WERBEGESCHENKE

**REGUPOL** Werbeartikel werden an Kunden, Händler, Vertreter und Interessenten verschenkt. Jugendliche – potenzielle Auszubildende – gehören zu den größten Abnehmern. **REGUPOL** Werbegeschenke werden bspw. auf Messen und Veranstaltungen ausgelegt.

**REGUPOL** setzt auf hochwertige, nachhaltige Werbeartikel. Grundsätzlich gilt: Lieber weniger hochwertige Artikel verteilen, als billige zu verschleudern, die direkt entsorgt werden.

Auch die Gestaltung soll hochwertig, klar und schlicht sein. Die meisten Werbeartikel sind schwarz, dunkelgrau oder weiß – in seltenen Fällen auch grün. Bedruckt werden die Werbemittel sehr sparsam. Folgende Elemente dürfen in der Gestaltung eingesetzt werden: Logo, Webadresse, **#TEAMREGUPOL** - in Ausnahmefällen bspw. die gestrichelte **REGUPOL** Weltkarte (siehe Brillenputztuch).

Eine Postanschrift sollte künftig nicht mehr abgebildet werden. In den meisten Fällen ist nur die Platzierung des Logos die beste Wahl und als Werbezweck vollkommen ausreichend.



**Taschenlampe**  
Grüne Taschenlampe mit weißem **REGUPOL** Logo.

**Thermobecher**  
Schwarzer Becher mit weißem **REGUPOL** Logo.



**Turnbeutel**  
Schwarzer Turnbeutel mit weißem **REGUPOL** Logo.



**Zimmermannbleistift**  
Schwarzer Stift mit weißem **REGUPOL** Logo und weißer Webadresse.

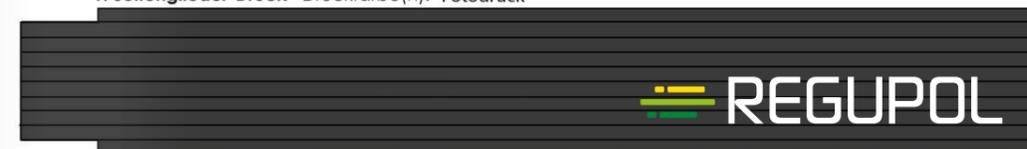


**Brillenputztuch**  
Dunkelgraues Tuch mit weißem Aufdruck: **REGUPOL** Weltkarte, **#TEAMREGUPOL** und **REGUPOL** Logo.

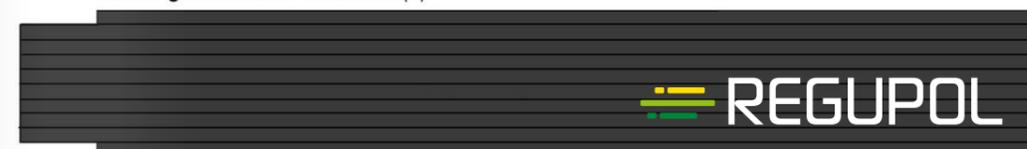


**Tasche**  
Schwarze Tasche mit großem **REGUPOL** Logo (weißer Schriftzug + farbige Streifen).

**1. Seitenglieder-Druck** Druckfarbe(n): Fotodruck



**2. Seitenglieder-Druck** Druckfarbe(n):



**Zollstock**  
Dunkegrauer Zollstock mit **REGUPOL** Logo (weißer Schriftzug + farbige Streifen).



## ÜBER REGUPOL

**REGUPOL** ist ein im Jahr 1954 gegründetes, weltweit agierendes Familienunternehmen mit dem Hauptsitz in Deutschland. In den vergangenen 70 Jahren ist das Unternehmen stetig gewachsen und wurde durch den Erwerb und die Gründung neuer Tochterunternehmen zunehmend internationalisiert. **REGUPOL** ist heute einer der weltweit führenden Anbieter von Sportböden, Fallschutzböden, Antirutschmatten zur Ladungssicherung, Produkten zur Trittschalldämmung und Schwingungsisolierung sowie von Schutz- und Trennlagen. Die hohe Innovationskraft der über 750 Mitarbeiter hat zu der Entwicklung von neuen Produkten, Produktionstechnologien und zum Aufbau von neuen Märkten geführt. Eine Vielzahl der Produkte von **REGUPOL** basieren dabei auf wiedergewonnenen und aufbereiteten polymeren Rohstoffen, wie z.B. SBR Gummi, Polyurethanschäumen oder EPDM. Der Anteil dieser Rohstoffe liegt bei den meisten **REGUPOL** Produkten zwischen 75 und 95 Prozent. Aus diesem Grund verarbeitet **REGUPOL** heute mehr als 90.000 Tonnen recycelte Elastomere pro Jahr und trägt damit in großem Maße zur nachhaltigen Nutzung wertvoller Ressourcen bei. Im Jahr 2019 erzielte die **REGUPOL** Gruppe einen Umsatz von mehr als 120 Millionen Euro bei einem Auslandsumsatz von ca. 60 %. Zu den Unternehmen der Gruppe zählen heute die **REGUPOL Holding GmbH, REGUPOL Germany GmbH & Co. KG, REGUPOL America LLC, REGUPOL Australia Pty. Ltd., REGUPOL Acoustics Middle East FZE, REGUPOL Schweiz AG, REGUPOL Zebra Athletics LLC und BSW Shanghai CO. LTD.**