

GERTRAUD GRUBER KOSMETIK
CORPORATE DESIGN
RICHTLINIEN
VERTRIEBSPARTNER



GERTRAUD
GRUBER

KOSMETIK KULTUR

GERTRAUD GRUBER KOSMETIK

CORPORATE DESIGN RICHTLINIEN · VERTRIEBSPARTNER

INHALT

01. DAS LOGO · GERTRAUD GRUBER KOSMETIK KULTUR

INFOTEXT & VERWENDUNG	04
ZULÄSSIGE ANWENDUNG & NEGATIVBEISPIELE	05
LOGO-GRÖßEN	06
SCHUTZZONE	07
PLATZIERUNG	08

02. DIE FARBWELT

MARKENFARBE · GERTRAUD GRUBER GRÜN	09
LINIENFARBEN	10

03. DIE TYPOGRAFIE

HAUSSCHRIFT	11
VERWENDUNG DER SCHRIFTEN	12
STANDARDS FÜR TEXTBAUSTEINE IM MARKETING	13

04. DIE GESTALTUNGSELEMENTE

WELLE	15
SIGNET	17

05. DIE BILDWELT

KEY VISUALS	19
BEHANDLUNGSBILDER	21
PACKSHOTS	23

06. ABBILDUNGEN FÜR WEB

BANNER, HEADER & KACHELN	24
MARKENBANNER	25
KATEGORIEBANNER	26
KATEGORIEKACHELN	27
PROMOBANNER	28
AKTIONSBANNER	29

07. VERARBEITUNGSRICHTLINIEN

PRINTPRODUKTE	30
PRODUKTTEXTE UND -FILME	31
SOCIAL MEDIA	32

08. WERBERICHTLINIEN

VORWORT

Das Corporate Design ist ein zentrales Element der Firmenidentität und prägt das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens. Es umfasst Regelungen zum Umgang mit dem Logo und definiert die Anwendung von Schriften, Farben und Bildern. Es richtet sich an die Mitarbeitenden, Vertriebspartner und Lieferanten von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK und dient als Leitfaden zur Anwendung der definierten Gestaltungselemente.

Das Ziel des neuen Corporate Designs liegt darin, einen harmonischen, und repräsentativen Auftritt zu gewährleisten. Durch die konsequente Anwendung tragen Sie zu einer hohen Wiedererkennbarkeit in der gesamten internen und externen Kommunikation von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK bei und stärken so den Markenauftritt und -charakter.

Die Vorgaben der folgenden Seiten sind für alle Anwender des Corporate Designs verbindlich. Bitte achten Sie darauf, Gestaltungen optisch ansprechend und konform zu den Richtlinien umzusetzen. Die Verwendung von Material, das nicht von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK zur Verfügung gestellt wurde, ist nicht zulässig.

Fragen zum Corporate Design von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK senden Sie bitte an:

Gertraud Gruber Kosmetik GmbH & Co. KG

Frau Anna-Maria Caria
Leitung Marketing
Südliche Hauptstraße 37
83700 Rottach-Egern

Telefon +49(0)8022 2798-86
ACaria@gruber-kosmetik.de
www.gertraudgruber.de

»DAS DESIGN GIBT UNS EINE EMOTIONALE HEIMAT.«

Gordon Wagener

01. DAS LOGO · GERTRAUD GRUBER KOSMETIK KULTUR INFOTEXT & VERWENDUNG

Die Wort-Bildmarke des Unternehmens verbindet Bodenständigkeit, Natur- und Heimatverbundenheit im Gleichklang mit Schönheit und innovativer Kosmetik auf charmante Art und Weise.

Die Rose – Symbol für Liebe, Leidenschaft und Klarheit – tront über dem Schriftzug „Gertraud Gruber“. Der Gründerin zu Ehren, die Anfang 2022 im Alter von 100 Jahren verstarb, wurde im Herzen der Rose ein Andenken in Form eines G's gesetzt.

Unterhalb der Wortmarke „Gertraud Gruber“, in elegant modernem Font Harmonia Sans Pro, wurde die Unterzeile „Kosmetik Kultur“ angefügt, die sowohl die Marketingbotschaft des Unternehmens unterstreicht, sowie die Abgrenzung zur Unternehmensschwester SCHÖNHEITSFARM GERTRAUD GRUBER gewährleistet.

Verwenden Sie das Logo ausschließlich in der hier abgebildeten Form. Die Veränderung oder Entfernung einzelner Bestandteile ist nicht zulässig. Für die richtige Verwendung sehen Sie gerne die folgende Seite.



GERTRAUD
GRUBER

KOSMETIK KULTUR

01. DAS LOGO · GERTRAUD GRUBER KOSMETIK KULTUR

ZULÄSSIGE ANWENDUNG & NEGATIVBEISPIELE

Die Wort-Bildmarke besteht aus der Rose, den Hauptzeilen „Gertraud Gruber“ und der Unterzeile „Kosmetik Kultur“. Eine Übersetzung der Unterzeile ist nicht angedacht. **Das Verändern von Proportionen, horizontaler Ausrichtung, Abständen, Strichstärken, Schriftarten, sowie das Weglassen von Elementen oder die Verwendung als Anschnitt sind nicht zulässig.**

Das Logo ist zwingend in der Farbe Pantone 625 U oder der entsprechenden Umrechnung in CMYK und RGB zu verwenden (siehe „Markenfarbe · Gertraud Gruber Grün“). Die Wort-Bildmarke wird stets mit 100% Deckkraft eingesetzt. **Die Verwendung von Transparenz, als Negativ, in Graustufen oder anderer Farbe ist nicht zulässig.**

Bei der Verwendung auf farbigen Hintergründen oder Bildmotiven ist auf einen ausreichend starken Kontrast zwischen Logo und Hintergrund zu achten.

KORREKT



VERWENDUNG UNZULÄSSIG



01. DAS LOGO · GERTRAUD GRUBER KOSMETIK KULTUR

LOGO-GRÖßEN

Bei der Verwendung des Logos ist auf eine **lesbare Größe zu achten**. In Webdarstellungen beträgt die minimale Gesamthöhe 150 px, für den Printbereich darf eine Höhe von 22 mm nicht unterschritten werden. Sollte dies in der angedachten Gestaltung nicht möglich sein, sprechen Sie sich bitte mit dem für Sie zuständigen Mitarbeiter bei GERTRAUD GRUBER KOSMETIK ab.

Das Logo wird immer auf der rechten Bildseite im unteren Bereich eingefügt. Für die genaue Platzierung achten Sie bitte auf den entsprechenden Schutzraum des Logos (siehe „Schutzzone“).

Sollte es in Ausnahmefällen aus Platzgründen nicht möglich sein, das Logo rechts unten einzufügen, kann dieses auch rechts oben platziert werden. Der definierte Schutzraum des Logos muss auch in diesem Fall eingehalten werden. Bitte achten Sie beim Einfügen des Logos auf einen ausreichenden Kontrast zum Hintergrund. Das Logo muss gut lesbar sein.

Bitte schicken Sie uns alle Materialien, in welchen die oben genannten Leitlinien nicht eingehalten werden können zur Freigabe.



GERTRAUD
GRUBER
KOSMETIK KULTUR



01. DAS LOGO · GERTRAUD GRUBER KOSMETIK KULTUR SCHUTZZONE

Als Schutzzone bezeichnet man den minimalen Abstand der Wort-Bildmarke zu benachbarten Gestaltungselementen oder z.B. dem (Seiten)-Rand um dem Logo. Dieser dient dazu, dem Logo ausreichend Freiraum und Ruhe zu schaffen. Zu den betroffenen Gestaltungselementen, zu welchen der Abstand eingehalten werden muss, zählen Texte, Welle, Signet, Produktabbildungen, Imagebilder, etc.

Der Mindestabstand nach oben definiert sich in der einfachen Höhe der Rosenblüte. Zu allen anderen Seiten wird dieser Abstand aus der dreifachen Breite vom „A“ gebildet.

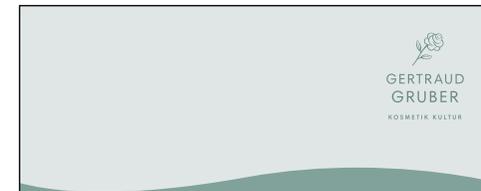
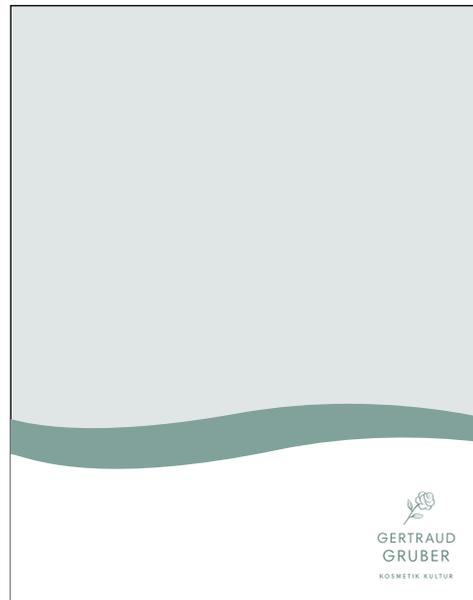


01. DAS LOGO · GERTRAUD GRUBER KOSMETIK KULTUR PLATZIERUNG

Bei Einsatz des Wellen-Elements (siehe „Welle“) erfolgt die Platzierung des Logos an der unteren rechten Ecke der Gestaltung. Dabei ist auf den entsprechenden Schutzraum um das Logo zu achten (siehe „Schutzzone“). Sollte es in Ausnahmefällen aus Platzgründen nicht möglich sein, das Logo rechts unten einzufügen, kann es stattdessen rechts oben platziert werden. Der definierte Schutzraum des Logos muss auch in diesem Fall eingehalten werden. Bitte achten Sie beim Einfügen des Logos auf einen ausreichenden Kontrast zum Hintergrund. Das Logo muss gut lesbar sein. (siehe „Zulässige Anwendung & Negativbeispiele“)

Falls die Wort-Bildmarke neben weiteren Firmen-Logos aufgeführt werden soll, achten Sie bitte auf ausreichend Abstand.

Bitte schicken Sie uns alle Daten, in welchen die oben genannten Leitlinien nicht eingehalten werden können vorab zur Freigabe zu.



02. DIE FARBWELT

MARKENFARBE · GERTRAUD GRUBER GRÜN

Die Markenfärbie prägt das gesamte Erscheinungsbild von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK. Logo, Signet sowie die charakteristische Welle werden (bei farbiger Darstellung) ausschließlich im „Gertraud Gruber Grün“ eingesetzt und ziehen sich durch die gesamte Markenkommunikation nach Innen und Außen.

Die GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Farbe ist die Pantone 625 U.

Verwendung der Markenfärbie in unterschiedlichen Farbräumen: Digitale Inhalte (z.B. Websites, Onlinebanner, Video-Standbilder, digitale Werbetafeln) werden stets mit Farbwerten in RGB oder HEXA (#) erstellt. Die größte Farbtreue für Druckprojekte bringt die Sonderfarbe Pantone mit sich; für den Druck ohne Sonderfarben verwenden Sie bitte die angegebenen CMYK Werte.

Eine Verwendung in anderen Transparenzabstufungen ist nicht gestattet.

MARKENFARBE

GERTRAUD GRUBER GRÜN

Pantone 625 U

CMYK 61 21 41 21

RGB 108 138 130

#6C8A82

ERGÄNZENDE MARKENFARBE

GERTRAUD GRUBER GRÜN 80% (transparent)

Pantone 625 U / 80% Deckkraft

CMYK 61 21 41 21 / 80% Deckkraft

RGB 108 138 130 / 80% Deckkraft

#6C8A82 / 80% Deckkraft

GERTRAUD GRUBER GRÜN 80% (deckend)

CMYK 49 17 33 17

RGB 161 181 174

A1B5AE

Pantone 627 U

CMYK 83 26 55 61

RGB 77 96 87

4D6057



02. DIE FARBWELT LINIENFARBEN

Ergänzend zur Markenfarbe umfasst die Farbwelt von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK eine Vielzahl sogenannter Linienfarben. Diese Farben werden stets passend zur beworbenen Produktlinie verwendet.

Eine linienübergreifende Verwendung sowie die Veränderung der definierten Farbwerte sind nicht gestattet.

AYURASAN®

Pantone 144 U
CMYK 0 47 100 0
RGB 243 140 60
F38C3C

ALPINE BALANCE®

Pantone 7732 U
CMYK 81 6 77 24
RGB 73 133 100
498564

AUGEN UND LIPPEN

Pantone 522 U
CMYK 23 40 0 0
RGB 188 159 198
BC9FC6

AMPULLEN UND SEREN

Pantone 228 U
CMYK 30 100 13 25
RGB 141 77 109
8D4D6D

AUTHENTIQUE

Pantone 875 C
CMYK 33 50 55 15
RGB 140 106 81
8C6A51

EXQUISIT

Pantone 871 C
CMYK 35 40 70 25
RGB 137 118 75
89764B

HYDRO WELLNESS

Pantone 7691 U
CMYK 93 44 4 16
RGB 70 114 152
467298

KÖRPERPFLEGE

Pantone 549 U
CMYK 65 19 12 7
RGB 104 153 174
6899AE

MEN XO

Pantone 7544 U
CMYK 39 23 15 6
RGB 154 165 175
9AA5AF

MASKEN UND PACKUNGEN

Pantone 7635 U
CMYK 3 84 28 5
RGB 205 98 125
CD627D

PFLEGEKLASSIKER

Pantone 576 U
CMYK 51 7 82 16
RGB 123 155 98
7B9B62

REINIGUNG

Pantone 283 U
CMYK 38 9 0 0
RGB 155 199 238
9BC7EE

SONNENPFLEGE

Pantone 7548 U
CMYK 0 9 100 0
RGB 255 201 21
FFC915

SPEZIALPFLEGE

Pantone 508 U
CMYK 4 45 8 1
RGB 223 156 174
DF9CAE

SYMPHONIE

Pantone 877 C
CMYK 45 35 35 12
RGB 141 144 147
8D9093

03. DIE TYPOGRAFIE HAUSSCHRIFT

Als Hausschrift verwendet GERTRAUD GRÜBER KOSMETIK den Font „Harmonia Sans Pro“ in den Schriftschnitten Regular, Semibold, Condensed und Semibold Condensed. Die Hausschrift trägt im Wesentlichen dazu bei, das Corporate Design auf sämtlichen Publikationen nach außen zu tragen.

Die Anforderungen an die Hausschrift des Unternehmens sind vielfältig: optimale Lesbarkeit in allen Schriftgrößen bei variierenden Textmengen, kontrastreiche und ausdrucksstarke Typografie für eine breite Range an Projekten von Kleinstverpackungen bis hin zu Messeständen.

Die ausbalancierte und harmonische Sans Serif-Schrift bringt mit ihren einheitlichen Strichstärken und ausgewogenen Proportionen dennoch einen gewissen Schwung und Moderne, der sich auch in den Werten von GERTRAUD GRÜBER KOSMETIK widerspiegelt.

Hinweis: Der Umgang und die Verwendung des Fonts bedürfen einer käuflichen Lizenz. Ist diese nicht vorhanden, wird die Hausschrift durch die bereits etablierte Systemschrift Arial ergänzt.



HEADLINES

Harmonia Sans Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Harmonia Sans Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

FLIEßTEXTE

Harmonia Sans Pro Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Harmonia Sans Pro Semibold Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

03. DIE TYPOGRAFIE

STANDARDS FÜR TEXTBAUSTEINE IM MARKETING

Dem Unternehmen ist eine transparente, authentische und wahrheitsgemäße Kommunikation den Kundinnen und Kunden gegenüber sehr wichtig.

Für Ihr Marketing wird daher gebeten, relevante Aussagen auf Richtigkeit zu überprüfen. Bei Unsicherheiten stehen die Ansprechpartner gerne zur Verfügung.

Die folgenden Beispiele in Grün bieten eine gute Übersicht über geeignete Wordings. Rot gekennzeichnete Beispiele dürfen nicht in Zusammenhang mit dem Marketing für GERTRAUD GUBER KOSMETIK Produkte verwendet werden.

GEEIGNET

NATURNAH

WIRKKOSMETIK

GANZHEITS-
KOSMETIK

SEIT 1955

BEHEIMATET
AM
TEGERNSEE

MADE IN
GERMANY

GANZHEIT-
LICHER
ANSATZ

3 SÄULEN:
ERNÄHRUNG,
BEWEGUNG
UND
KOSMETIK

VERWENDUNG UNZULÄSSIG

BIO-
KOSMETIK

NATUR-
KOSMETIK

APPARATIVE
KOSMETIK

PRODUZIERT
AM
TEGERNSEE

SCHÖNHEITS-
FARM
GERTRAUD
GRUBER

03. DIE TYPOGRAFIE

STANDARDS FÜR TEXTBAUSTEINE IM MARKETING

Beim Verweis auf die Marke GERTRAUD GRUBER und deren Produkte ist auf die richtige textuelle Darstellung zu achten.

1. **Schreibweise in Versalien** (Ausnahme: Webadressen, E-Mail-Adressen)
2. **Gleiche Schriftart, -schnitt, -größe und -farbe**, wie für umliegende Textinhalte
3. Kundinnen und Kunden werden im Zusammenhang mit der Marke **gesiezt**. (Ausnahme: Social Media)

ACHTUNG

Verwenden Sie den Namen von Frau Gertraud Gruber nicht als Synonym für die Marke GERTRAUD GRUBER. Ebenso ist die SCHÖNHEITSFARM GERTRAUD GRUBER begrifflich von ihrer Schwester GERTRAUD GRUBER KOSMETIK zu trennen.

KORREKT

Die Marke GERTRAUD GRUBER wurde von Frau Gertraud Gruber in Gmund am Tegernsee gegründet.

GERTRAUD GRUBER ist Ihr Partner in Sachen Schönheitspflege, Wohlergehen und Ganzheitskosmetik.

www.gertraud-gruber.de

VERWENDUNG UNZULÄSSIG

<p>Hier steht Gertraud Gruber Kosmetik in einem Beispieltext.</p>	<p>Hier steht gertraud gruber kosmetik in einem Beispieltext.</p>	<p>WWW.GERTRAUD-GRUBER.DE</p>
<p>Hier steht GERTRAUD GRUBER KOSMETIK in einem Beispieltext.</p>	<p>Hier steht GERTRAUD GRUBER KOSMETIK in einem Beispieltext.</p>	<p>GERTRAUD GRUBER KOSMETIK ist Dein Partner in Sachen Schönheitspflege.</p>
<p>Frau Gertraud Gruber</p> <p>≠</p> <p>GERTRAUD GRUBER KOSMETIK!</p>	<p>SCHÖNHEITSFARM GERTRAUD GRUBER</p> <p>≠</p> <p>GERTRAUD GRUBER KOSMETIK!</p>	

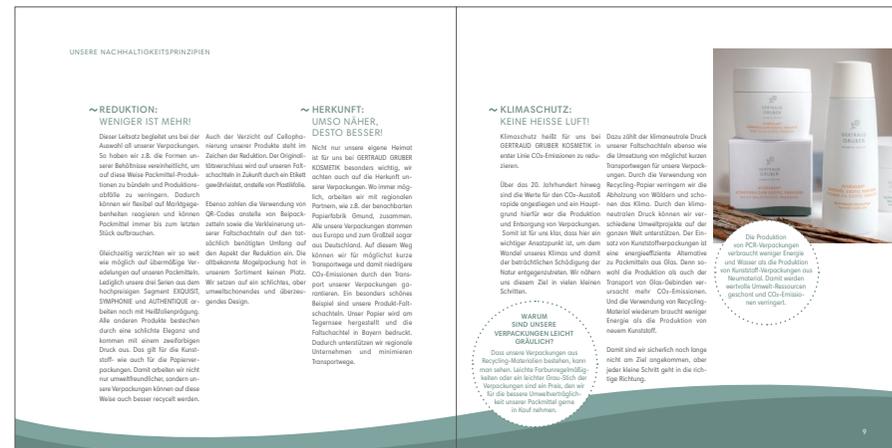
04. DIE GESTALTUNGSELEMENTE WELLE

Die Welle ist ein grafisches Element, das auf den Produktverpackungen sowie auf den Werbematerialien von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK die Heimatverbundenheit und Herkunft vom Tegernsee symbolisiert. Sie wird je nach Einsatzbereich in einer der drei unten aufgeführten Versionen verwendet:

- 1. Einfache Welle deckend**
Ausschließlich Verpackungsdesign
- 2. Einfache Welle transparent**
Banner Darstellungen auf Websites, Flyer, Anzeigen und Deckblätter von Broschüren. (downloadbar im Partnerbereich der GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Website)
- 3. Doppelläufige Welle**
Ausschließlich für die Innenseiten von Broschüren oder Magazinen



Beispiele „Einfache Welle transparent“, Anzeigenvorlagen



Beispiel „Doppelläufige Welle“, Innenseiten einer Broschüre

04. DIE GESTALTUNGSELEMENTE WELLE · VERWENDUNG

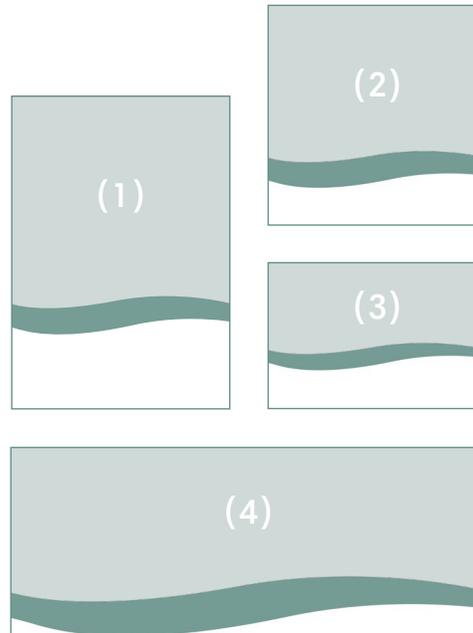
Das Gestaltungselement der Welle wird stets über die gesamte Breite des Designs eingesetzt. Die vorgegebenen Proportionen aus den Vorlagen dürfen dabei nicht verändert werden. Die Höhe/Dicke der Welle ergibt sich somit automatisch.

Für die Erstellung von Marketingmaterialien steht die Welle in vier Formaten zur Verfügung: hoch (1), quadratisch (2), quer (3) und quer extrem (4). Entsprechend des Designformats ist die passende Datei aus diesen Vorlagen einzubinden.

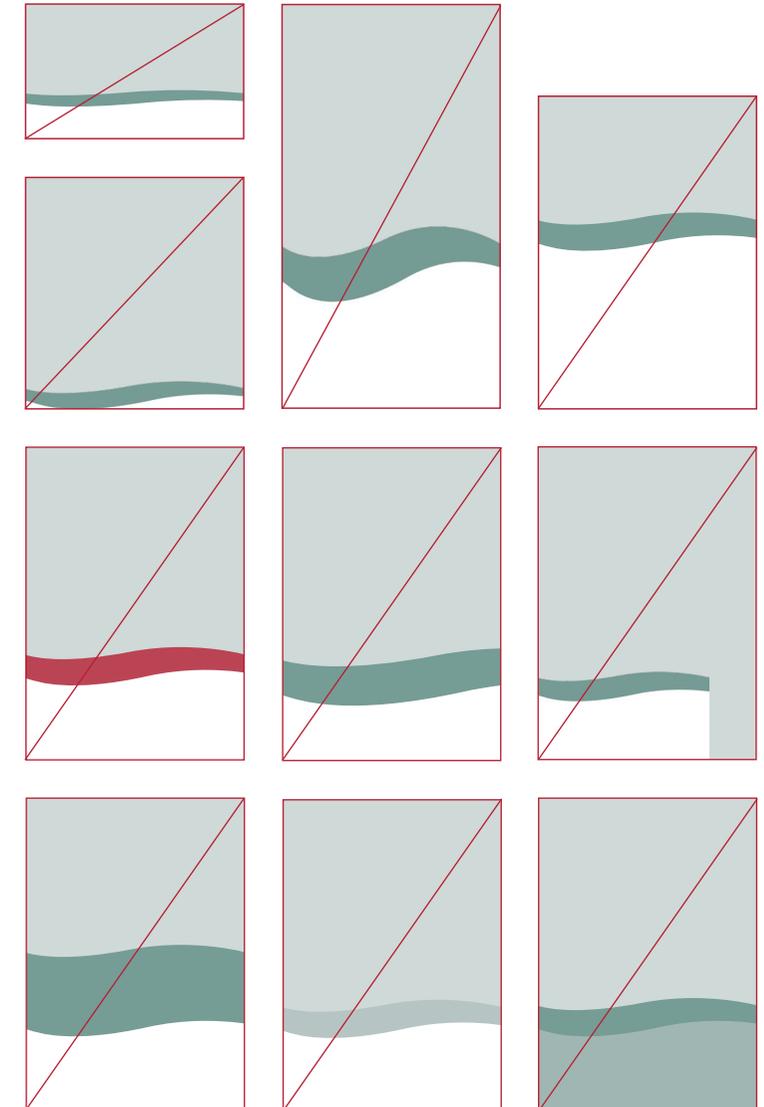
Um eine möglichst reibungslose Verwendung zu ermöglichen, stehen die Vorlagen nicht nur in unterschiedlichen Abmessungen, sondern auch in diversen Dateiformaten und Farbräumen zur Verfügung. Die Verwendung ist dem Anwendungsgebiet anzupassen.

Die Vorlagen wurden mit einer definierten Position der Welle im Format erstellt. Diese Proportionen der Welle im Design sollten nur in Ausnahmefällen/extremen Formaten verändert werden.

DOWNLOAD-VORLAGEN



VERWENDUNG UNZULÄSSIG



04. DIE GESTALTUNGSELEMENTE SIGNET

Das Signet ist ein grafisches Element, das bildlich die Herkunft von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK symbolisiert und auf die Tradition als Ganzheitskosmetik, gegründet 1955 am Tegernsee, verweist.

Dieses Symbol wird stets im Zusammenspiel mit der einfachen transparenten Welle verwendet. Die Platzierung ist dabei fest vorgegeben: **an der unteren Kante der transparenten Welle, nahe dem höchsten Punkt des Wellenverlaufs.**

Bei der Verwendung des Signets ist auf die Einhaltung der Mindestgröße zu achten. Diese variiert je nach Verwendung (Web/Print).



PRINT

Mindesthöhe
17,5mm

(= Logo ohne Unterzeile)



WEB

Mindesthöhe
120px

(= Logo ohne Unterzeile)

04. DIE GESTALTUNGSELEMENTE SIGNET · VERWENDUNG

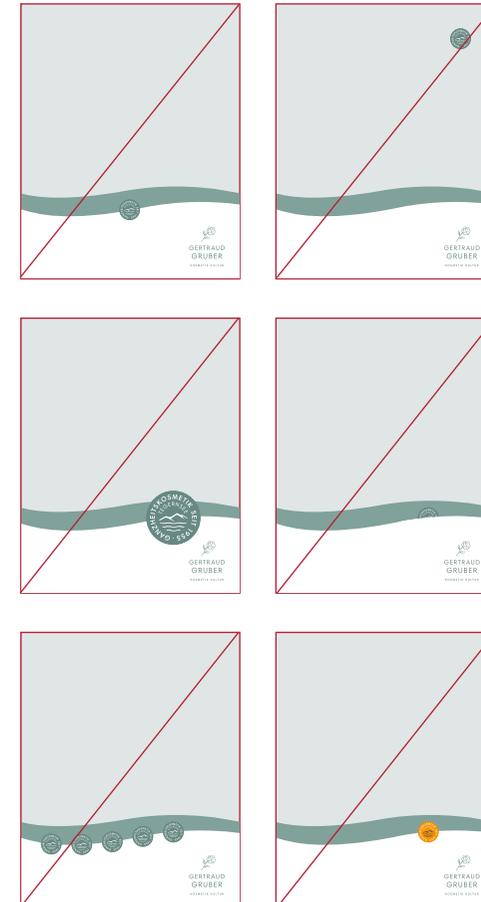
Kommt die Welle zum Einsatz, so ist das Signet entsprechend zu platzieren. Doppelungen, die Verwendung ohne Welle oder an einer anderen Position im Design sind nicht vorgesehen.

Das Signet sollte keine weiteren Designelemente verdecken oder selbst verdeckt werden. Desweiteren darf das Signet in keinsten Weise verändert werden.

DOWNLOAD-VORLAGEN



VERWENDUNG UNZULÄSSIG



05. DIE BILDWELT KEY VISUALS

Die Bildwelt von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK ist sonnig, authentisch und naturnah. Als Ambiente wird stets die direkte oder nahe Umgebung des Tegernsees verwendet, um den Heimatbezug der Marke zu transportieren. Die Models bebildern die Zielgruppen der unterschiedlichen Pflegelinien und wurden bewusst so gewählt, dass sich jede Frau angesprochen fühlen kann.

Die Bildmotive sind definierten Themen- und Pflegewelten zugeordnet und dürfen nicht beliebig getauscht werden.

Das Hauptbild (Abbildung 1), welches die Marke im Gesamten repräsentiert, wird von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK zum Download bereitgestellt. Als Ergänzung dient ein zweites Bild, das ebenfalls im Partnerbereich der Website heruntergeladen werden kann (Abbildung 2). Um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen, ist es notwendig, die Bilder in den entsprechenden Auflösungen und Farbräumen herunterzuladen.



Abbildung 1



Abbildung 2



05. DIE BILDWELT KEY VISUALS

Entsprechend der Designvorgaben werden Imagebilder von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK immer mit Logo, der einfachen transparenten Welle und dem Signet verwendet. Einzige Ausnahme bildet die Verwendung in mehrseitigen Broschüren oder Magazinen.

Beim Einsatz der Key Visuals sollten wenn möglich alle abgebildeten Personen sichtbar sein. Ist dies aus Platzgründen nicht möglich, muss darauf geachtet werden, mindestens zwei Personen im Sichtfeld zu erhalten. Besonders wichtig ist dabei, dass die Person der zu bewerbenden Altersgruppe im Fokus steht.

Beim Beschneiden des Bildmaterials sollten die Köpfe der Modelle möglichst nicht angeschnitten werden. Der Hintergrund / Die Landschaft nimmt ca. 2/3 der Bildfläche ein, um die Emotionalität des Bildes bestmöglich zu transportieren.

Zur Sicherstellung der korrekten Anwendung des Corporate Designs werden keine weiteren Imagebilder zum Download angeboten. Sollte ergänzendes Bildmaterial benötigt werden, steht ein Ansprechpartner von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK gerne zur Verfügung.

KORREKT



VERWENDUNG UNZULÄSSIG



05. DIE BILDWELT BEHANDLUNGSBILDER

Zusätzlich zu den Imagebildern, welche festen Pflegewelten oder anderen Themen zugeordnet sind, arbeitet GERTRAUD GRUBER KOSMETIK mit sogenannten Behandlungsbildern.

Die Lichtstimmung der Motive verbreitet ein entspanntes Wohlgefühl, welches dazu einlädt, sich selbst eine Behandlung zu gönnen. Die Bilder sind im Rahmen von Gesichts- und Körperbehandlungen der SCHÖNHEITSFARM GERTRAUD GRUBER entstanden. Um die Motive möglichst flexibel einsetzen zu können wurde jedoch darauf geachtet, den Hintergrund möglichst neutral zu gestalten. Die Behandlungsbilder sind in ihrer Verwendung freier und können thematisch passend eingesetzt werden.



05. DIE BILDWELT BEHANDLUNGSBILDER

Die Behandlungsbilder werden lediglich ergänzend zur Bildwelt von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK verwendet, um die Praxis der kosmetischen Behandlung bildlich zu verdeutlichen.

Sie sind nicht als Hauptmotive zugelassen, der Fokus liegt zwingend auf den Key Visuals und Produktabbildungen.

Behandlungsbilder dürfen nur in Verbindung mit Behandlungen und Behandlungsmethoden verwendet werden.

PHYTO PACKUNG



NATÜRLICH SCHÖN GEPFLEGT – MIT PFLANZEN-POWER

Natürliche Intensivpflege der besonderen Art

Tauchen Sie ein in eine natürliche Wellness-Oase: Individuell auf Ihren Hauttyp abgestimmt. Die hochwirksame PHYTO PACKUNG wirkt optimal durch die ausgewogene Kombination von Pflanzenextrakten, bekannt aus der Naturheilkunde, und natürlichen Aromen:

- PHYTO PACKUNG ANTIAGE strafft und lässt trockene, reife Haut geschmeidiger erscheinen
- PHYTO PACKUNG SENSITIVE beruhigt sichtbar empfindliche und gereizte Haut
- PHYTO PACKUNG CLEARING normalisiert die Talgproduktion und schafft ein klares Hautbild

NEUKUNDEN TRAINING

(ehemals Basis-Seminar)

Erste Schritte mit GERTRAUD GRUBER KOSMETIK zum Erfolg!
Nutzen Sie dieses 360°-Training, um mit GERTRAUD GRUBER KOSMETIK optimal durchzustarten!

Dauer: 4 1/2 Tage in Rottach-Egern am Tegernsee

Referentinnen: Torja Pl. Helmreich / Gabriele Dornberger

Inklusive Übernachtung, Frühstück, Verpflegung, zwei Abendessen sowie Seminarunterlagen und Teilnahmezertifikat.

- Exklusives Seminar für Institutsinhaber/-innen / Chefkosmetiker/-innen / SPA-Leitungen / Existenzgründer/-innen / Einsteiger- oder Wiedereinsteiger/-innen
- Teilnahme innerhalb des ersten Jahres nach Abschluss des Vertriebspartnervertrags

Termin 1: 24.01. – 28.01.2022	Termin 7: 18.07. – 22.07.2022
Termin 2: 07.02. – 11.02.2022	Termin 8: 22.08. – 26.08.2022
Termin 3: 21.03. – 25.03.2022	Termin 9: 19.09. – 23.09.2022
Termin 4: 25.04. – 29.04.2022	Termin 10: 24.10. – 28.10.2022
Termin 5: 16.05. – 20.05.2022	Termin 11: 21.11. – 25.11.2022
Termin 6: 29.06. – 03.07.2022	

Bitte entscheiden Sie sich für einen der oben aufgeführten Termine.

Anmeldeschluss: 4 Wochen vor Seminarbeginn - ANMELDUNG NUR ÜBER IHRE GEBIETSVERKAUFLÄDERIN MÖGLICH

EINSTEIGER




05. DIE BILDWELT PACKSHOTS

Das reduzierte moderne Packagingdesign der GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Produkte wird auf den Produktbildern in gut ausgeleuchtetem und cleanen Look eingefangen, der sich von Mitbewerbern abhebt. Die Bildmotive lassen sich dadurch gut zu Setbildern zusammenstellen oder mit Key Visuals kombinieren.

Die Skalierung im Bildformat wurde entsprechend eines definierten Rasters gewählt. Achtung, Packshots von gleichen Packmitteln passen proportional zusammen, Packshots verschiedener Packmittel müssen unter Umständen an die Größenverhältnisse im Original angeglichen werden.

Das Unternehmen stellt von allen Produkten Packshots für Web- und Printanwendungen zur Verfügung. Desweiteren gibt es von den Bildern Versionen mit und ohne Standschatten. Die Ergänzung eines eigenen Schattens ist nicht gestattet. Motive im Format PNG mit Schatten dürfen nicht auf farbigen Hintergründen verwendet werden.

KORREKT



VERWENDUNG UNZULÄSSIG



06. ABBILDUNGEN FÜR WEB BANNER, HEADER & KACHELN

Bei der Verwendung von Webbannern werden drei Arten unterschieden: Markenbanner, Kategoriebanner und Promobanner. Alle der genannten Arten von Webbannern/-kacheln bilden folgende Elemente ab:

1. einfache transparente Welle
2. Signet
3. Logo – GERTRAUD GRUBER KOSMETIK

Je nach Verwendung oder Einsatzgebiet werden diese Elemente durch Key Visuals und/oder Produktabbildungen ergänzt.

Für die genaue Handhabung der Key Visuals [bitte hier weiterlesen: „Key Visuals“](#).

Für die Handhabung von Produktbildern [bitte hier weiterlesen „Packshots“](#).

Für weitere Web-Darstellungen, die nicht durch die nachfolgenden folgenden Leitlinien abgedeckt werden, kontaktieren Sie bitte Ihren Ansprechpartner bei GERTRAUD GRUBER KOSMETIK.

06. ABBILDUNGEN FÜR WEB MARKENBANNER

Die Markenbanner des Unternehmens kommen überall dort zum Einsatz, wo die dargebrachten Inhalte die Marke GERTRAUD GRUBER KOSMETIK im Allgemeinen betreffen und setzen sich zusammen aus:

1. Key Visual (Hauptbild)
2. „SEIT GENERATIONEN ÜBERZEUGEND“
3. einfache transparente Welle
4. Logo – GERTRAUD GRUBER KOSMETIK
5. Signet
6. Optional: Produktabbildungen

Die Anordnung der Elemente ist nicht variabel, sie können nicht ersetzt oder verschoben werden. Die Position des Logos wird durch das Bannerformat bestimmt: Quadratische oder hochformatige Banner, Logo rechts unten; Querformatige Banner, Logo rechts oben.

Zum Download werden zwei Vorlagen-Dateien in definierten Formaten, sowie alle einzelnen Gestaltungselemente zur Verfügung gestellt. Sollten die vorgegebenen Formate nicht zur Anwendung passen, steht es Ihnen frei, eine Vorlage anhand der Einzelteile zu erstellen. **In diesem Fall bittet GERTRAUD GRUBER KOSMETIK um eine Zusendung zur Freigabe vor Veröffentlichung.**



06. ABBILDUNGEN FÜR WEB KATEGORIEBANNER

Der Kategoriebanner wird zur übergreifenden Bebilderung der Produktkategorien als sogenannter Header eingesetzt. Er besteht aus:

1. Kategorie – Key Visual
2. einfache transparente Welle
3. Signet
4. „SEIT GENERATIONEN ÜBERZEUGEND“
5. Logo – GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Logo

Die Anordnung der Elemente ist nicht variabel, sie können nicht ersetzt oder verschoben werden. Eine Abbildung von Produkten ist nicht vorgesehen. Die Position des Logos wird durch das Bannerformat bestimmt: Quadratische oder hochformatige Banner, Logo rechts unten; Querformatige Banner, Logo rechts oben.

Zum Download werden zwei Vorlagen-Dateien in definierten Formaten, sowie alle einzelnen Gestaltungselemente zur Verfügung gestellt. Sollten die vorgegebenen Formate nicht zur Anwendung passen, steht es Ihnen frei, eine Vorlage anhand der Einzelteile zu erstellen. **In diesem Fall bittet GERTRAUD GRUBER KOSMETIK um eine Zusendung zur Freigabe vor Veröffentlichung.**



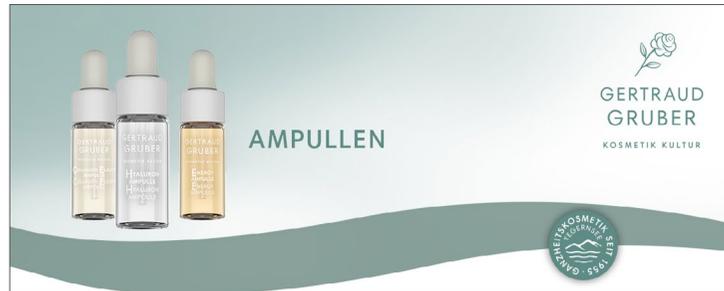
06. ABBILDUNGEN FÜR WEB KATEGORIEKACHELN

Zur Darstellung der Pflegekategorien von GERTRAUD GRÜBER KOSMETIK in Übersichtsseiten werden sogenannte Kategoriekacheln verwendet (z.B. „Authentique“, „Augen und Lippen“, „Reinigung“). Diese Kacheln setzen sich zusammen aus:

1. einfache transparente Welle
2. Signet
3. Logo – GERTRAUD GRÜBER KOSMETIK
4. Hintergrund mit Farbverlauf (Gruber-Grün)
5. Produktbilder der jeweiligen Kategorie
6. Name der Kategorie

Werbliche Texte sind nicht vorgesehen. Wird die Pflegekategorie oder Pflegewelt unterhalb des Banners genannt, ist eine Bezeichnung innerhalb der Kacheln nicht notwendig.

Die Kategoriekacheln (mit und ohne Bezeichnung), sowie sämtliche Einzelteile werden in zwei definierten Formaten zum Download zur Verfügung gestellt. Sollten die vorgegebenen Formate nicht zur Anwendung passen, steht es Ihnen frei, eine Vorlage anhand der Einzelteile zu erstellen. Es ist darauf zu achten, die neuen Daten stimmig zum Bestandsmaterial zu erstellen und die entsprechenden Produktabbildungen zu verwenden. GERTRAUD GRÜBER KOSMETIK bittet in diesem Fall um eine Zusendung zur Freigabe vor Veröffentlichung.



06. ABBILDUNGEN FÜR WEB PROMOBANNER

Promobanner können anstelle des Markenbanners sowie auf der Startseite eingespielt werden. Die Promobanner bestehen aus:

1. einfache transparenten Welle
2. Signet
3. Logo – GERTRAUD GRUBER KOSMETIK
4. Hintergrund mit Farbverlauf (Gruber-Grün)
5. Promotext

In Promobannern wird kein Key Visual eingesetzt. Der Platz oberhalb der Welle kann für individuelle Headlines, Werbesprüche oder Angebotstexte genutzt werden. Beim Einfügen von Werbetexten ist auf eine harmonische Farbgestaltung zu achten. Wenn möglich nutzen Sie die Schrift Harmonia Sans Pro oder alternativ den Font Arial.

Je nach Werbemaßnahme können Produktbilder im Banner eingefügt werden, präferiert wird links vor dem Text. Bei quadratischen oder hochformatigen Bannern sollten Produktbilder unterhalb der Welle im weißen Bereich platziert werden. Sie können in die Welle ragen, sollten jedoch nicht darüber hinaus ragen. Das Signet darf nicht verdeckt oder entfernt werden.

Sollten Produktdarstellungen auf der rechten Hälfte des Banners notwendig sein, ist zwingend auf ausreichend Abstand zum GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Logo und zum Signet zu achten.

Für die Promobanner werden keine Vorlagen, sondern lediglich Einzelteile zum Download zur Verfügung gestellt. **Die Position des Logos wird durch das Bannerformat bestimmt:** Quadratische oder hochformatige Banner, Logo rechts unten; Querformatige Banner, Logo rechts oben. Ein ausreichender Abstand des Logos zum Rand ist zwingend einzuhalten. Für Referenzen siehe Kapitel: „01. Das Logo · Gertraud Gruber Kosmetik Kultur“.

Es ist darauf zu achten, die neuen Daten stimmig zum Bestandsmaterial zu erstellen und die entsprechenden Produktabbildungen zu verwenden. **GERTRAUD GRUBER KOSMETIK bittet in diesem Fall um eine Zusendung zur Freigabe vor Veröffentlichung.**



06. ABBILDUNGEN FÜR WEB AKTIONSBANNER

Ähnlich zu der Funktion von Promobannern stellen wir Ihnen im Partnerbereich unserer Website unter „Marketing-Unterstützung“ verschiedene Webvorlagen zur Verfügung, die Sie gerne als Grundlage für Aktionsbanner auf Ihrer Website verwenden können. Die Vorlagen sind jeweils saisonal abgestimmt und präsentieren in ansprechendem Design neu eingeführte Produkte bzw. je nach Jahreszeit oder thematisch passende Produktkombinationen aus dem bestehenden GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Sortiment.

Die Vorlagen sind jeweils in einem Querformat zur Nutzung als Webbanner angelegt. Die Vorlagen sind in sich nicht veränderlich, d. h. die einzelnen Elemente können nicht angepasst oder verschoben werden. Solange keine Elemente aus der Vorlage verdeckt werden, können Sie gerne Ihr eigenes Logo oder einen kurzen Werbetext in die Vorlagen mit aufnehmen. Bitte achten Sie hierbei auf ein stimmiges Gesamtbild.

Die Vorlagen eignen sich nicht zur Verwendung im Printbereich.



07. VERARBEITUNGSRICHTLINIEN PRINTPRODUKTE

Für die Erstellung eigener Printprodukte verwenden Sie bitte folgende Vorlagenelemente, die wir Ihnen zum Download bereitstellen:

1. **Packshots mit Spiegelung** (Format jpg) – Bitte verwenden Sie ausschließlich Bilder in CMYK mit 300dpi Auflösung, um die gewünschte Bildqualität im Druck zu erreichen.
2. Das **Marken-Key Visual** mit der **Headline „SEIT GENERATIONEN ÜBERZEUGEND“**, jeweils mit 300dpi Auflösung in CMYK
3. Das **Kategorie-Key Visual** mit der **Headline „SEIT GENERATIONEN ÜBERZEUGEND“**, jeweils mit 300dpi Auflösung in CMYK
4. **GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Logo** und **Signet** jeweils mit 300dpi Auflösung in CMYK oder Sonderfarbe (je nach Anwendungsgebiet)
5. **Die einfache, transparente Welle:** Wählen Sie je nach dem gewünschten Format zwischen „hoch“, „quadratisch“, „quer“ oder „quer extrem“. Sollte Ihre Broschüre, Magazin etc. mehr als drei Seiten umfassen, kontaktieren Sie uns bitte, da hier eine Welle verwendet wird, die nicht zum Download angeboten wird.

6. Als **Stoffsammlung** zu den einzelnen Produkten oder den Werbematerialien können Infos aus der Website oder Broschüren von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK genutzt werden. Diese Texte dienen als grobe Vorlage und dürfen nicht im Original übernommen werden – Alternative Textbausteine stehen ebenso in unserem Partnerbereich (partner.gertraud-gruber.de) kostenlos zur Verfügung. Bitte achten Sie darauf, dass Ihre Aussagen mit den von uns bereitgestellten Materialien sowie der Marken-Philosophie im Einklang stehen.

Bei der Erstellung eigener Printmaterialien ist auf die richtige Farbgebung zu achten (siehe „Linienfarben“), desweiteren auf die Verwendung einer geeigneten Schriftart (siehe „Hausschrift“) und auf den richtigen Umgang mit dem GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Logo (siehe ab „Zulässige Anwendung & Negativbeispiele“).

Sollen einzelne Produkte oder Serien beworben werden, kontaktieren Sie bitte Ihren Ansprechpartner bei GERTRAUD GRUBER KOSMETIK. Dieser stellt Ihnen nach Absprache weiterführendes Bildmaterial sowie Anzeigen- und Flyervorlagen zur Verfügung, welche den entsprechenden Produkten oder Pflegewelten zugeordnet sind.

Werden Produktbilder in Ihrem Printmedium eingefügt werden, sind diese im Fall von quadratischen oder hochkantigen Formaten links unterhalb der Welle zu platzieren. Die Produktbilder dürfen in die transparente Welle hinein- aber nicht darüber hinausragen.

Werbe-/Informationstext wird zwischen Produktbildern und dem GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Logo angebracht. Bitte achten Sie darauf, dass Produktbilder und Key Visuals optisch nicht zueinander in Konkurrenz stehen oder Personen in den Key Visuals durch die Abbildung von Produkten verdeckt oder angeschnitten werden.

Die Verwendung des Adressblocks von GERTRAUD GRUBER KOSMETIK auf eigenen Printprodukten ist nicht gestattet. Sie als Absender müssen gut erkennbar sein. Sollten Sie ein eigenes Logo aufbringen wollen, so darf es nicht in Konkurrenz zum GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Logo stehen.

Beispiele möglicher Werbeanzeigen oder Flyer:



07. VERARBEITUNGSRICHTLINIEN PRODUKTTEXTE UND -FILME

Bitte achten Sie bei der Erstellung von Ihren Produkttexten darauf, nicht die Texte der GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Website 1:1 zu übernehmen. Es ist wichtig, dass Sie v.a. für die Inhalte Ihrer Website eigene Formulierungen finden, um nicht durch die Kontrollmechanismen von Suchmaschinen, wie z.B. Google, abgestraft zu werden, welche lediglich Textkopien in Sachen Sichtbarkeit benachteiligt. Als inhaltliche Vorlage stellen wir Ihnen Produktinformationen im Partnerbereich zur Verfügung. Bitte verwenden Sie diese als inhaltliche Ausgangsbasis zum Füllen Ihres Contents.

Selbiges Infomaterial dient auch als Grundlage für die Erstellung von Animationen oder Produktvideos. Die im Partnerbereich (partner.gertraud-gruber.de) vorhandenen Imagevideos der Marken GERTRAUD GRUBER KOSMETIK und GG naturell stehen Ihnen kostenlos zur freien Verfügung.

07. VERARBEITUNGSRICHTLINIEN

SOCIAL MEDIA

Für Ihren Werbeauftritt in den Sozialen Medien stellt das Unternehmen verschiedene Vorlagen im Partnerbereich zum Download zur Verfügung (partner.gertraud-gruber.de). Die Vorlagen sind saisonal abgestimmt und präsentieren in ansprechendem Design neu eingeführte Produkte bzw. je nach Jahreszeit oder thematisch passende Produktkombinationen aus dem bestehenden GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Produktsortiment.

Diese Vorlagen wurden in einem quadratischen Format angelegt, da dieses sich besonders gut dazu eignet, als Beitrag z.B. auf Instagram oder Facebook veröffentlicht zu werden. Die Vorlagen im Hochformat verwendet man zur Erstellung sogenannter „Stories“ auf Instagram.

Die Elemente innerhalb der Vorlagen können nicht abgeändert werden. Es kann jedoch teilweise ein eigenes Logo integriert werden. Bitte achten Sie hier auf einen stimmigen Gesamteindruck. Die Elemente in der Vorlage sollten durch ein hinzugefügtes Logo nicht abgedeckt werden. In den länglichen Vorlagen ist jeweils ein kleiner Freiraum zur individuellen Befüllung mit Text vorgesehen.

Die Vorlagen sind speziell zur Verwendung in den Sozialen Medien angelegt. Format und Bildauflösung sind für diese Verwendung optimiert. Nach Absprache können die Vorlagen auch auf Ihrer Website zum Einsatz kommen. Für den Druck sind die Bilder aufgrund ihrer weboptimierten Auflösung nicht geeignet.

GERTRAUD GRUBER KOSMETIK ist in den Sozialen Medien sehr aktiv. Sie finden uns auf Facebook, Youtube, Instagram und Pinterest. Sie sind herzlich dazu eingeladen, unsere Posts, Stories und alle weiteren Beiträge auf Ihrem Account zu teilen bzw. diese weiterzuleiten. Sollten diesbezüglich Rückfragen bestehen, melden Sie sich gerne bei Ihrer Außendienstmitarbeiterin.

08. WERBERICHTLINIEN

Bitte legen Sie GERTRAUD GRUBER KOSMETIK alle selbst erstellten Marketing- und Werbematerialien, die inhaltlich oder bildliche Rückschlüsse auf GERTRAUD GRUBER KOSMETIK geben und die von unseren Standardabbildungen und Vorlagen abweichen, zur Überprüfung vor.

Als GERTRAUD GRUBER KOSMETIK Fachkosmetiker/-in oder anderweitige/-r Vertriebspartner/-in wenden Sie sich bitte an Ihren Ansprechpartner bei GERTRAUD GRUBER KOSMETIK oder die für Sie zuständige Außendienst-Mitarbeiterin.

Bei Bedarf können wir weitere Markenrichtlinien zur Verfügung stellen und Genehmigungen erteilen.