



Version 1.0 (IV.20)

**Brand-Design-Manual**

Institut  
**AllergoSan**

## Das Logo

Die drei Gestaltungselemente aus typografischen Elementen und Ellipsenform harmonisieren sich zu einer prägnanten Wort-Bild-Marke.



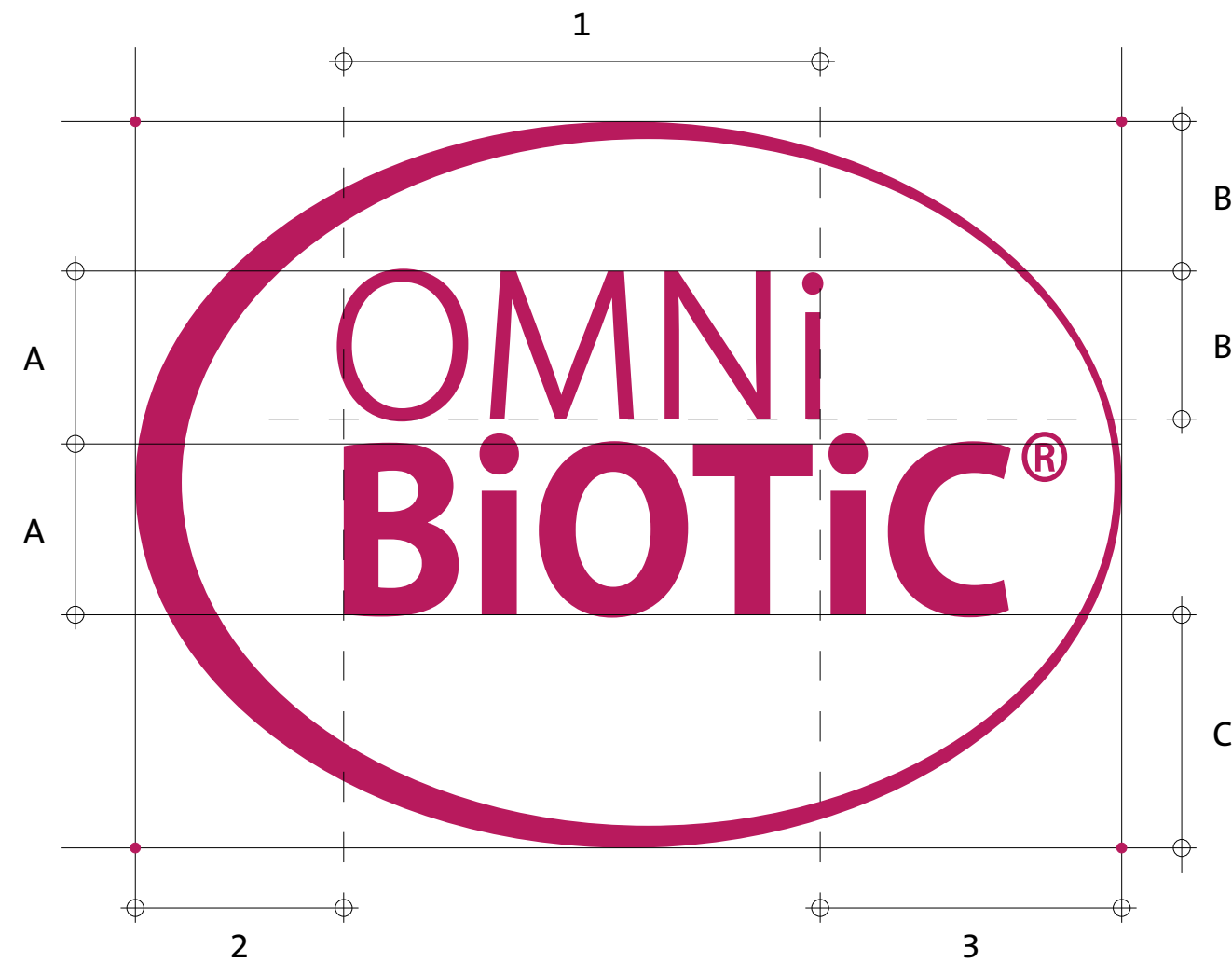
### Der Name OMNi-BiOTiC®

Das lateinische Präfix „**OMNi**“ bedeutet „ganz, jeder, alles“ und betont den ganzheitlichen Gedanken hinter der Probiotika-Marke. Denn der Darm und die Darmflora sind der Dreh- und Angelpunkt unserer Gesundheit.

Das Wort „**BiOTiC**“ steht für die wunderbaren Lebewesen in unserem Darm (altgriechisch bios = „Leben“) und unterstreicht den enormen Stellenwert des Mikrobioms für uns Menschen.

## Das Logo

Die Ausrichtung der Elemente der Wort-Bild-Marke.



### Das OMNi-BiOTiC®-Logo

Der Raster verdeutlicht, wie die drei Elemente der Wort-Bild-Marke sowohl horizontal (1 » 2 » 3) als auch vertikal (A » B » C) zueinander ausgerichtet sind.

Diese Ausrichtung spiegelt sich in allen Produkt-Marken des Institut AllergoSan wider und gewährleistet die sichtbare Verbindung zwischen den Marken.

## Das Logo

Die Varianten und Einsatzmöglichkeiten des OMNi-BiOTiC®-Logos auf unterschiedlichen Hintergründen.

### Das Basislogo in 4C / Hausfarbe (A)

Das Logo ist vorrangig in der definierten „Hausfarbe“ mit weißem Hintergrund zu verwenden. Sofern das Umfeld des Logos eine Schattierung verlangt, kann diese gesetzt werden (vgl. C und D), sie ist jedoch nicht zwingend erforderlich.

### Das Basislogo in 1C / Schwarz (B)

In Unterlagen, die in Schwarz (und ggf. mit Grauschattierungen / 1C) erstellt werden, wird das Logo in schwarz mit weißem Hintergrund verwendet, eine Schattierung ist hier nicht vorgesehen.

### Logo-Variante mit dunklem Schatten auf weißer Fläche oder dunklem Hintergrund (C)

Sofern der Hintergrund (weiß, helle Farbtöne) oder das Umfeld des Logos eine Schattierung verlangen, kann ein dezenter dunkler Schatten gesetzt werden. Dabei ist zu beachten, dass der Schatten ausschließlich die Ellipse umspielt, und nicht den Markennamen.

### Logo-Variante auf dunklem Grund mit hellem Schein auf dunklem Hintergrund (D)

Sofern der Hintergrund (dunkel, Bildhintergrund) oder das Umfeld des Logos eine Schattierung verlangen, kann auch ein dezenter heller Schein gesetzt werden. Dabei ist zu beachten, dass der Schatten ausschließlich die Ellipse umspielt, und nicht den Markennamen.

### Invertierte Logo-Variante auf dunklem Hintergrund (E)

In seltenen Fällen, z. B. bei Hintergründen in der Hausfarbe oder dunkelfärbigen Hintergründen, hebt sich das Basislogo davon nicht ausreichend ab. In diesem Fall kann das Logo in invertierter Farbgebung verwendet werden. Auch hier können Schatten oder Schein um die Ellipse herum gesetzt werden, um das Logo hervorzuheben.



A ✓



B ✓



C ✓



D ✓

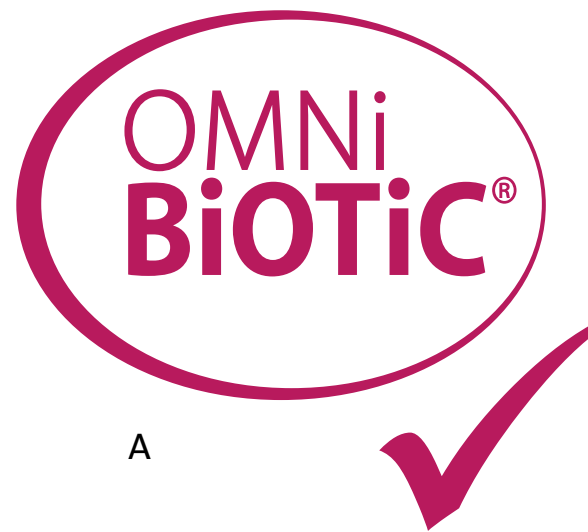


E ✓



## Das Logo

Unzulässige Varianten  
des OMNi-BiOTiC®-Logos anhand  
von Beispielen.



**Das korrekte Basislogo in 4C (A)**

**Unzulässige Skalierung der (Schrift)-Elemente des Logos (B)**

Das Verhältnis zwischen den drei Elementen der Wort-Bild-Marke darf nicht unproportional verändert werden.

**Unzulässiges proportionales Skalieren / Verzerren des Logos (C)**

Das Verhältnis zwischen den drei Elementen der Wort-Bild-Marke darf nicht proportional verändert werden.

**Unzulässiges Ändern des Fonts (= der Schrift) des Logos (D)**

Das Logo ist ausschließlich mit der zur Logo-Gestaltung verwendeten Schriftart einzusetzen. Die Typografie darf nicht geändert werden.

**Unzulässiger Kontrast des Logos zum Hintergrund (E)**

Die Fläche der Ellipse ist stets mit weißer Hintergrundfarbe gefüllt (bzw. bei invertierter Verwendung des Logos mit der „Hausfarbe“).

**Unzulässiges Ändern der Ellipsen-Form des Logos (F)**

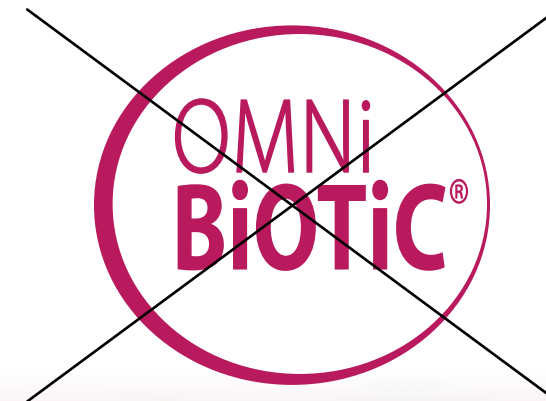
Die bewusst gewählten verschiedenen Strichstärken der Ellipse sind stets beizubehalten.

**Unzulässiges Ändern der definierten CD-Farben (G)**

Das Logo in 4C darf ausschließlich in den definierten Farben verwendet werden (oder bei Unterlagen in 1C in entsprechend angepasster Farbe; Details siehe » Unternehmensfarbe » Seite 10)



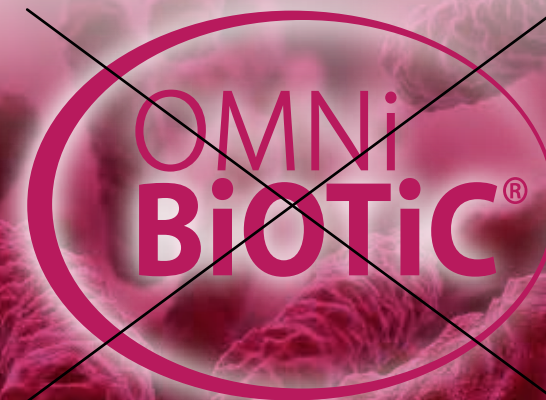
B



C



D



E



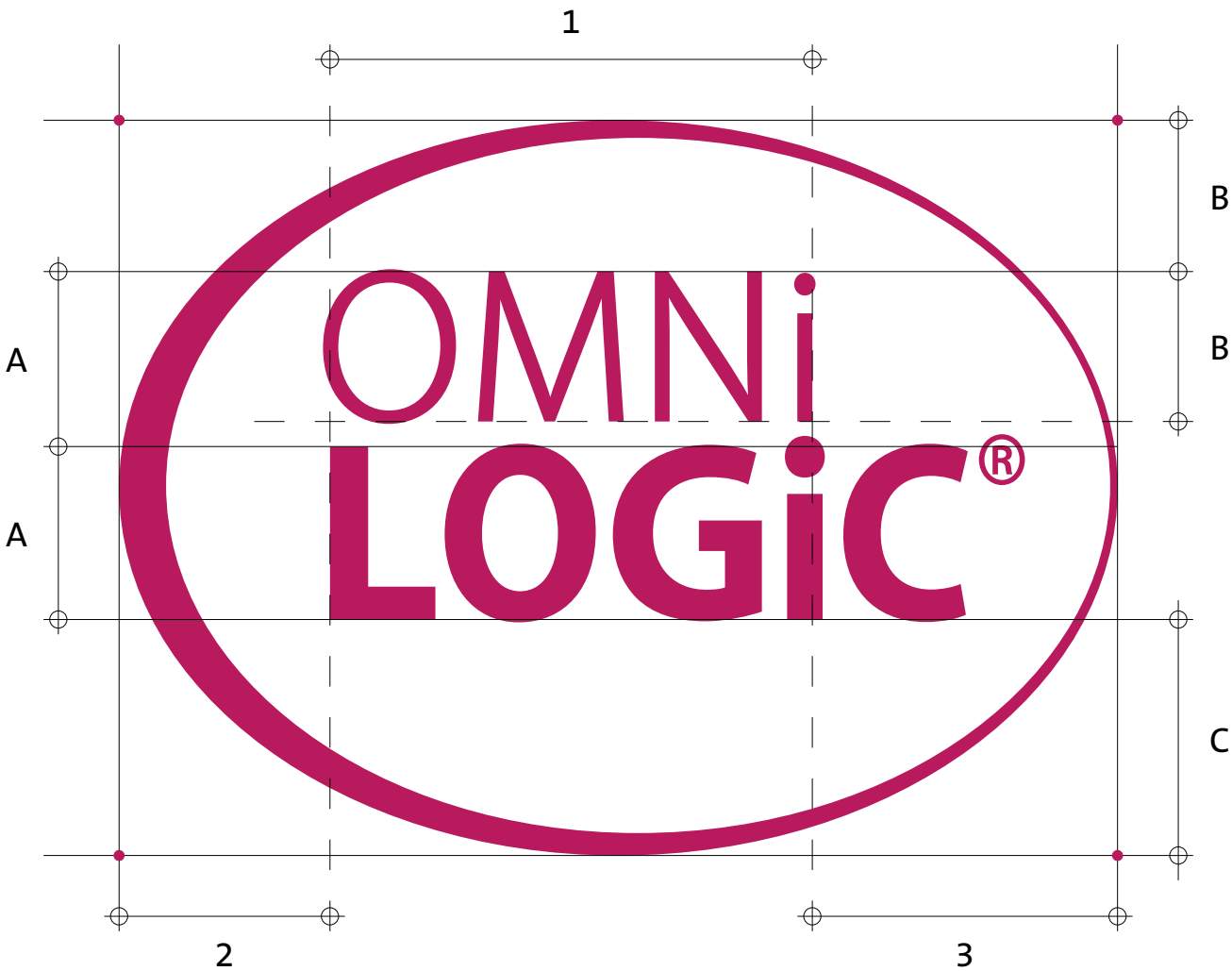
F



G

# Das Logo OMNi-LOGiC®

Abwandlung aus der Wort-Bild-Marke  
OMNi-BiOTiC®.



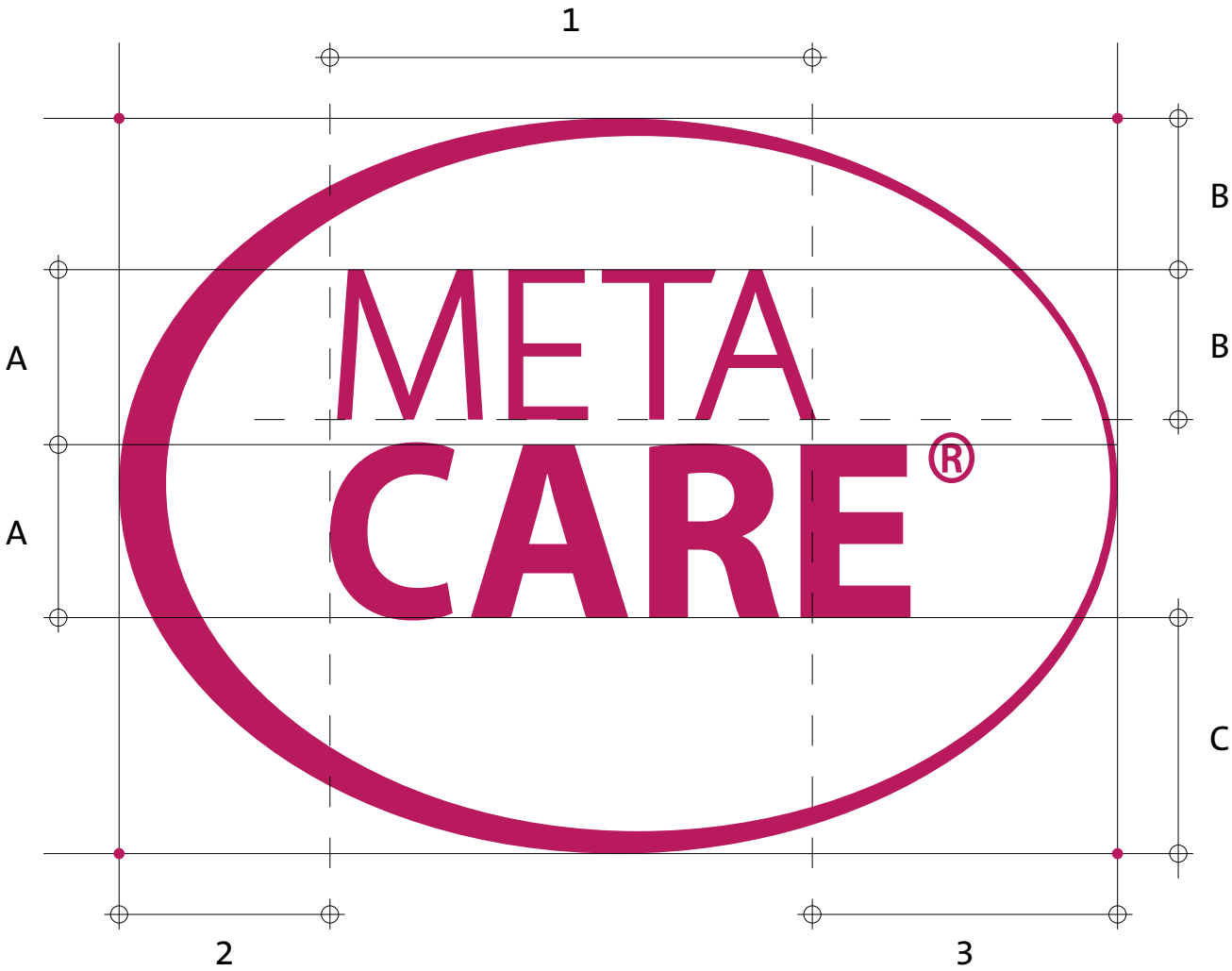
## Das OMNi-LOGiC®-Logo

Die Wort-Bild-Marke OMNi-LOGiC®, welche die Präbiotika des Unternehmens umfasst, ist den gleichen Ausrichtungen folgend aufgebaut, wie die Lead-Brand OMNi-BiOTiC®.

Dies gewährleistet die sichtbare Verbindung zwischen den Marken des Institut AllergoSan.

# Das Logo META-CARE®

Abwandlung aus der Wort-Bild-Marke  
OMNi-BiOTiC®.



## Das META-CARE®-Logo

Die Wort-Bild-Marke META-CARE®, welche die innovativen Pflanzen- und Vitalstoffkombinationen des Unternehmens umfasst, ist den gleichen Ausrichtungen folgend aufgebaut, wie die Lead-Brand OMNi-BiOTiC®.

Dies gewährleistet die sichtbare Verbindung zwischen den Marken des Institut AllergoSan.

# Die Logo-Größen

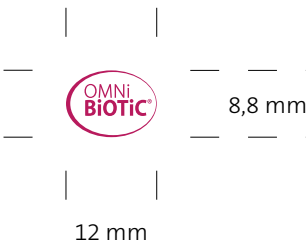
Darstellung der Wort-Bild-Marken zueinander, einheitlich kombinierter Einsatz der Logos nebeneinander und kleinste zulässige Umsetzungsgrößen.



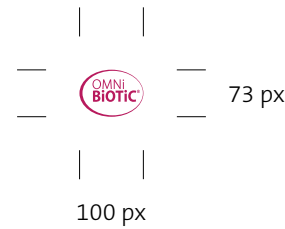
**Darstellung der Wort-Bild-Marken zueinander**  
Die drei Wort-Bild-Marken gleichen sich in ihrem Aufbau, sodass bei paralleler Darstellung mehrerer Marken deren Zusammengehörigkeit eindeutig erkennbar ist. Bei gleichzeitiger Verwendung mehrerer Markenlogos kann ein Logo in der Größe hervorgehoben werden, jedoch sollten nicht mehr als zwei verschiedene Logogrößen in einem Sichtfeld verwendet werden.

**Umsetzungsgrößen**  
Bei der Wahl der Logogröße ist die Lesbarkeit des Schriftzuges zu gewährleisten.

Kleinste Größe  
**PRINT**  
in Millimeter



Kleinste Größe  
**DIGITAL**  
in Pixel





## Die Logo-/Brand-Schreibweisen

OMNi-BiOTiC®, OMNi-LOGiC® und META-CARE® sind registrierte Marken und stets mit dem ®-Hinweis zu versehen.



OMNi-BiOTiC®

Versalien      Bindestrich      „kleines“ i      Registered Trade Mark

OMNi-LOGiC®

Versalien      Bindestrich      „kleines“ i      Registered Trade Mark

META-CARE®

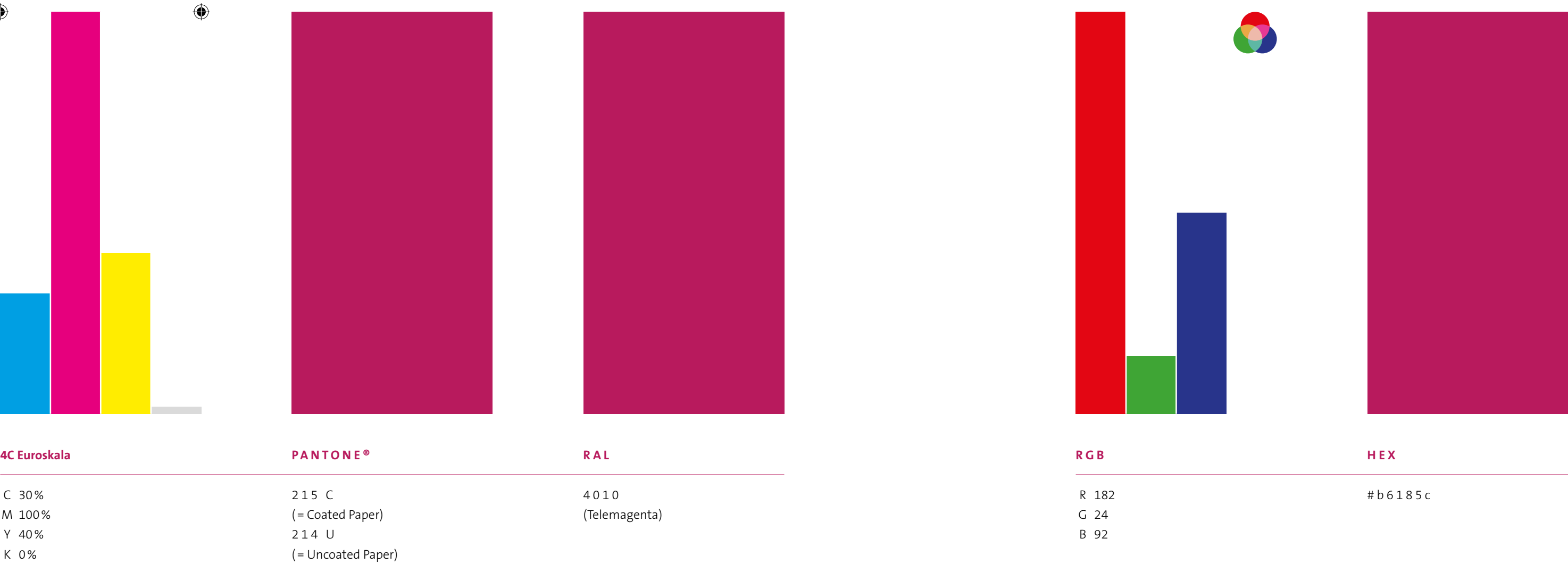
Versalien      Bindestrich      Registered Trade Mark

### Die Schreibweise in allen Werbemitteln und Online

Die Schreibweise der Marken erfolgt in allen Texten in Versalien (GROSSBUCHSTABEN) mit Ausnahme des „kleinen“ i und einem **Bindestrich** (-) zwischen den Worten.

# Farbdefinitionen

Die „Hausfarbe“ des Institut AllergoSan.



## Die Hausfarbe in gedruckter Reproduktion

Ein kräftiges „Dunkel-Magenta“ ist seit Beginn der Unternehmensgeschichte charakteristisch für das Institut AllergoSan und dessen Marken.

Für die gedruckte Reproduktion sind die oben genannten Farben zu verwenden, wobei durch entsprechende Korrespondenz mit den jeweiligen Druckereien ein durchgängiges Farbbild zu gewährleisten ist.

## Die Hausfarbe in digitaler Darstellung im Web und auf Screens

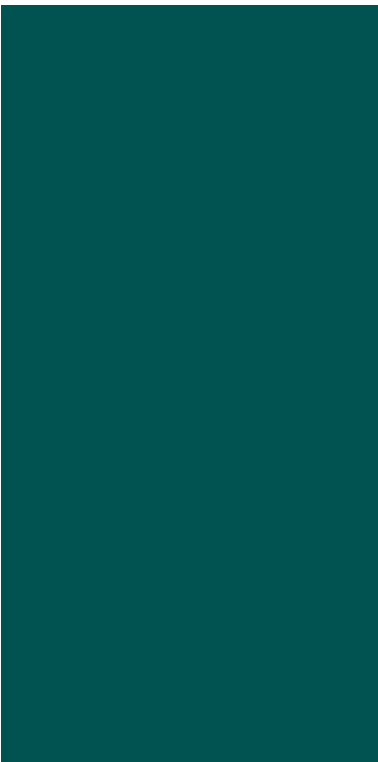
Für die digitalen Darstellungen sind die oben genannten Farbwerten einzuhalten.

# Sekundärfarben und Farbwelten

Gezielter Einsatz von Sekundärfarben als Ergänzung zur Hausfarbe des Institut AllergoSan.



4C Euroskala	R G B
C 0 %	R 232
M 45 %	G 160
Y 100 %	B 51
K 0 %	
	HEX
	#e8a033



4C Euroskala	R G B
C 100 %	R 0
M 0 %	G 81
Y 48 %	B 80
K 60 %	
	HEX
	#005150



4C Euroskala	R G B
C 30 %	R 124
M 100 %	G 32
Y 40 %	B 68
K 35 %	
	HEX
	#7c2044



4C Euroskala	R G B
C 0 %	R 218
M 76 %	G 103
Y 17 %	B 140
K 0 %	
	HEX
	#da678c



## FARBWELTEN / VERLÄUFE

### Die Sekundärfarben

Als Kontrastelemente zur Hauptfarbe können die oben genannten Sekundärfarben verwendet werden, wobei darauf zu achten ist, dass die Hausfarbe immer überwiegt.

Der Grünton ist ausschließlich in Kombination mit OMNi-BiOTiC® und OMNi-LOGiC® zu verwenden, der Gelbton ausschließlich in Kombination mit META-CARE®.

### Farbverläufe

Sofern für ein Element (Print oder Web) von optischem Vorteil, können Farbverläufe gezielt eingesetzt werden: Dabei können sowohl Verläufe von CMYK 30-100-40-35 nach CMYK 0-76-17-0 eingesetzt werden, als auch die Hausfarbe mit einem weichen Verlauf zu Weiß.

Gängige Schriftschnitte der **TheSans**-Schriftfamilie.

TheSans • Light Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Semi Light Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Plain Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Semi Bold Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Bold Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Extra Bold Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Semi Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Plain Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Semi Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans • Extra Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ÄÖÜabcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü  
àáâéêèß12345678  
90.,:!?&%#§€£\$¥  
\"(+)/[]^\*=

TheSans Font-Family

Die TheSans-Schriftfamilie entstammt der Schriftsippe der Thesis (TheSans, TheSerif, TheMix und TheAntiqua) und wurde ab 1994 von dem Niederländer Lucas de Groot entwickelt.  
In Werbemitteln des Institut AllergoSan kommen die verschiedenen Schriftschnitte sowohl in Regular als auch in Italic zum Einsatz.  
Die Auswahl der Schriftstärke ist stets hinsichtlich Lesbarkeit und Betonung einzelner Worte/Passagen zu wählen (siehe Folgeseite).



Das Schriftbild und der Layout-Raster anhand eines Beispiels einer Doppelseite einer **Kundeninformation** im **Format A5**.

Headline: TheSans • Bold Regular • 18,84 pt

Initiale über 2 Spalten: TheSans • Light Regular • 8,5 pt

Kapitelbeginn: TheSans • Bold Regular • 8,5 pt

Absatz: eine Leerzeile

Fließtext: TheSans • Light Regular • 8,5 pt

Infoblock: TheSans • Bold Regular • 8,5 pt

Pagina: TheSans • Light Regular • 7 pt

Kundeninformation A5

Zweispaltiges Grundlayout, Grundlinienraster: Beginn 12,7 pt Einteilung / Abstände: alle 12 pt Formatierung auf Blocksatz, letzte Zeile linksbündig

8

61

6

61

12

12

61

8

6,7

6

# Sport für Darm und Immunsystem

Unsere Darmflora wird nicht nur über die Ernährung oder Probiotika günstig beeinflusst, auch Bewegung hat große Bedeutung für unser Mikrobiom: Sportliche Betätigung verbessert die Qualität und Menge unserer nützlichen Darmbewohner. Darüber hinaus unterstützt Sport unser Immunsystem: Bewegung stimuliert die Produktion von Antikörpern und kann verschiedenste entzündungshemmende Enzyme im Darm vermehren.

Mehrmaliges Training pro Woche stärkt die Immunabwehr – ständige, übermäßige Leistungsanforderung, egal ob privat oder im Job, kann jedoch einen gegenteiligen Effekt haben. Das Ergebnis ist eine deutlich erhöhte Anfälligkeit von Sportlern und Leistungsträgern im Beruf, und zwar für alle Arten von Erkältungen sowie Verdauungsbeschwerden, und mit zunehmendem Alter auch für Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Zudem wirkt sich das „Zuviel“ auch auf unser Gehirn aus: Depressive Verstimmungen aber auch Konzentrationsprobleme treten auf.

## Leistungsdruck und „löchriger Darm“

Viele Sportler, aber auch Manager, Piloten, Ärzte usw., spüren vor allem in Zeiten intensiver (Doppel-)Belastung und speziell unter psychischem Druck körperliche Beschwerden.

Auslöser dafür ist häufig ein „Leaky Gut“ – zu Deutsch „löchriger Darm“. Dies bedeutet, dass durch körperliche oder psychische Belastung die dreifache Barriere der Darmschleimhaut durchlässig wird. Schädliche Keime, toxische Substanzen (wie Emulgatoren und Farbstoffe aus der Nahrung) aber auch Allergieträger können somit ungehindert ins Blut oder in die Lymphbahnen eindringen und lösen Entzündungen an der Schleimhaut aus, bzw. öffnen Tür und Tor für gesundheitliche Schäden.

Dadurch reduziert sich die Anzahl unserer wichtigen Darmbakterien.

Gesunde Darmbarriere

Geschädigte Darmbarriere

Schädliche Keime  
Gute Bakterien  
Schleimschicht (Mucus)  
Tight Junctions  
Zellen der Darmschleimhaut  
Blutkreislauf

Zwischentitel: TheSans • Semibold Regular • 11 pt

Bildsujet: Textumfließend

## Darm in Not

Eine der wichtigsten Ursachen für ein „Leaky Gut“ bei sportlich Aktiven ist, dass das Blut während körperlicher Belastung vermehrt in die Arme und Beine und zum Herz strömt, und der Verdauungsapparat in Folge minderdurchblutet bleibt. Das führt zur Dehydration, also zur „Austrocknung“ des Darms, vor allem wenn beim Sport zu wenig getrunken wird. In Folge kommt es zu einer mangelhaften Nährstoffversorgung, zu Entzündungen und zum Absterben der lebenswichtigen Darmflora.

Das wirkt sich auch auf Ihre Leistungsfähigkeit aus, denn eigentlich ist der Darm ein wahrer „Turbo-Booster“: Wussten Sie, dass ein gesunder Darm rund 25% Ihrer Energie liefert? Diese Power stammt vom so genannten „Butyrat“, einer kurzkettigen Fettsäure, die aber nur produziert werden kann, wenn ausreichend Darmbakterien vorhanden sind.

## Immunsystem k. o.

Auch das Immunsystem leidet unter zu hoher Belastung – nach wiederholten intensiven Trainingseinheiten kann sich die Immunfunktion verschlechtern, und der Körper ist bis zu 48 Stunden nach der Belastung anfälliger für Infekte. Besonders häufig treten bei Sportlern Infekte der oberen Atemwege, also z.B. eine klassische Erkältung, auf.

Bei intensiver Belastung empfehlen Mediziner daher die Einnahme medizinisch relevanter Probiotika mit besonders hoher Anzahl an spezifisch ausgewählten Darmbakterien.



# Bakterienstämme und Buttons / Icons

Die in OMNi-BiOTiC® enthaltenen Bakterienstämme sind stets wie folgt darzustellen:

*Lactobacillus acidophilus* W55

Bakterienstamm  
(kursiv)

Spezifikation  
(regular)



Anschauungsbeispiel  
auf Packungssachets



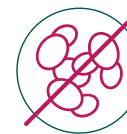
VEGAN



GLUTENFREI



LACTOSEFREI



HEFEFREI



GENTECHNIKFREI



VEGETARISCH

## Hinweis-Icons

Zur Unterstreichung der hohen Qualität der Produkte und deren Eigenschaften werden die obenstehenden Elemente einheitlich auf Pack- und in Werbemitteln verwendet.



Kampagnen- und Bildsujets

Das Grundlayout von Produktsujets



Logo • Links oben

Endlich...  
Die innovative Lösung  
bei Jucken und Brennen

OMNi-BiOTiC® FLORA plus+:  
Einfach trinken zum Diätmanagement  
bei einer gestörten Vaginalflora.

Headline:

Erste Zeile ausgerichtet an Ober- oder Unterkante des Logofonts

Kampagnen- / Bildsujet  
mit spielerischem Element der „AllergoSan“-Schleife

Produkt Packshot  
in 3D-Darstellung mit Boden

Institut AllergoSan

Domain



Logo • Links oben

Ein tierisch gutes  
Bauchgefühl

OMNi-BiOTiC® CAT & DOG:  
Stabilisiert die Darmflora  
Ihres Haustieres.

Institut AllergoSan

Domain



## Bildsprache

Im Mittelpunkt der OMNi-BiOTiC®-Bildsprache steht der Mensch. Die Bilder sprechen emotional an und bringen das Selbstverständnis der Marke OMNi-BiOTiC® zum Ausdruck. Sie sind fokussiert und aussagekräftig. Auf formaler Ebene wird bewusst mit Lichtstimmungen gearbeitet. Interessante Aus- und Anschnitte setzen die Bildinhalte ins richtige Format.



### Emotionale Bildsprache

Mit unseren Bildern wollen wir die Nähe zum Leben und zum Menschen vermitteln und unsere Kunden in Ihrer Situation gezielt ansprechen. Tiefenschärfe und Panoramaformate treten in den Hintergrund. OMNi-BiOTiC® zeigt einen gelassenen Umgang mit der Hektik unserer Zeit und inszeniert in den Bildwelt das „omni-biotische Lebensgefühl“.

### Stilmittel sind hier:

- Perspektiven auf Augenhöhe
- Keine Tiefenschärfe
- Warme Farbtöne
- Keine monochromatischen Farben
- Moderne Kleidung
- Keine unruhigen Strukturen







**OMNi BiOTiC®**

# Scheidenflora OK?

**OMNi-BiOTiC® FLORA plus+**  
baut die zerstörte Scheidenflora wieder auf.

**Einfach trinken!**

Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke (bilanzierte Diät)  
Zum Diätmanagement bei einer gestörten Vaginalflora (Dysbiose), wie sie u. a. bei bakterieller Vaginose auftritt.

**HORMONFREI**  
**EINFACHE ORALE EINNAHME**

Wissenschaftlich geprüft

[www.omni-biotic.com](http://www.omni-biotic.com)

**Jetzt in Ihrer Apotheke holen!**



**OMNi BiOTiC®**

# Schenken Sie ein tierisch gutes Bauchgefühl!

**OMNi-BiOTiC® QUALITÄT**

**OMNi BiOTiC® CAT&DOG**  
e 60g

Probiotisches Ergänzungsfuttermittel für Katzen und Hunde

Wissenschaftlich geprüft

[www.omni-biotic.com](http://www.omni-biotic.com)

**Jetzt in Ihrer Apotheke oder bei Ihrem Tierarzt!**



## Digitale Ansichten

Im Digitalbereich werden einerseits der Bildsprachenzugang und andererseits die inhaltliche Ausprägung der Marken in Online-Präsenzen verlängert, sodass die Zielgruppen in jedem Kanal das idente Markenerlebnis erfahren können.



### Digitaler Content & Design

Grafische Elemente werden je nach Ausprägung des digitalen Kanals eingesetzt. Eine einheitliche Struktur der Navigationselemente, der Contents und der Interfaces ermöglicht ein vergleichbares Markenerlebnis in unterschiedlichen digitalen Kanälen.

## Downloadcenter

Unser Online-Service: Unter **[www.omni-biotic.com/service/download](http://www.omni-biotic.com/service/download)** finden Sie die Logoformate sowie Beispiele von Videofilmen etc. zum Download, um tiefer in die OMNi-BiOTiC® Markenwelt eintauchen zu können.

