

ALISSA GEHRIG BUSINESS CONSULTING  
**BRAND GUIDELINES**



# DIE ESSENZ DER MARKE ALISSA GEHRIG

Zwei Seiten prägen die Marke von Alissa Gehrig:  
eine klare, strategische Business-Ausrichtung und eine ruhige, persönliche  
und transformationsorientierte Arbeitsweise.

Einerseits steht Alissa für Struktur, Skalierung und unternehmerische Klarheit.  
Ihre Arbeit ist ergebnisorientiert, strategisch und auf nachhaltiges Wachstum  
ausgerichtet.

Andererseits prägen persönliche Entwicklung, Sensibilität und innere  
Transformation ihre Arbeitsweise. Themen wie Inner Work, weibliche  
Selbstverwirklichung und persönliche Entwicklung sind Teil ihrer Haltung  
und Persönlichkeit – und spiegeln sich dadurch auch in ihrer Marke wider.

Diese beiden Seiten stehen nicht im Widerspruch, sondern ergänzen sich.  
Aus dieser Verbindung entstand das Corporate Design **Soulful Authority**,  
eine visuelle Übersetzung von strategischer Klarheit und ruhiger, persönlicher  
Stärke.

Die Marke folgt einer klaren Struktur, die Professionalität und Souveränität  
vermittelt. Gleichzeitig sorgt eine ruhige, warme und feminine Gestaltung  
des Corporate Designs für eine „soulful“ Atmosphäre.

So entsteht eine klare Markenführung auf zwei Ebenen:  
eine strukturierte Business-Basis und eine weichere, persönliche Tonalität.

Die Struktur bleibt klar und professionell.  
Die Atmosphäre bleibt ruhig, warm und soulful.

**Corporate Design: Soulful Authority.**



# INHALT

LOGO **4**

LOGOVARIANTEN **5**

SCHUTZRAUM **5**

MONOGRAMM **6**

MONOGRAM PATTERN **7**

FARBEN **8**

TYPOGRAFIE **10**

BILDWELT **12**

ANWENDUNGSBEISPIELE **14**



# LOGO

Das Logo ist das zentrale visuelle Element der Marke **Alisa Gehring Business Consulting**. Die folgenden Varianten definieren den korrekten Einsatz innerhalb des Corporate Designs Soulful Authority.



## LOGO POSITIV

Das Logo wird auf hellen oder weißen Hintergründen eingesetzt.



## LOGO NEGATIV

Das Negativlogo wird ausschließlich auf der Farbe Graphite Taupe eingesetzt.



## LOGO EINFARBIG

Das einfarbige Logo wird ausschließlich in den definierten Markenfarben dargestellt.



## LOGO AUF FARBFLÄCHEN

Auf dunklen Farbflächen wird das Logo ausschließlich in Weiß dargestellt. Die Farbflächen entsprechen den definierten Markenfarben.

# LOGOVARIANTEN

## PRIMÄRE LOGOVARIANTE (VERTIKAL)

Die vertikale Logovariante wird bevorzugt eingesetzt, wenn ausreichend Platz in der Höhe vorhanden ist. Das Monogramm steht oberhalb der Wortmarke und erzeugt eine ruhige, klare Markenwirkung.

## SEKUNDÄRE LOGOVARIANTE (HORIZONTAL)

Die horizontale Logovariante wird verwendet, wenn weniger vertikaler Raum zur Verfügung steht. Das Monogramm wird links neben der Wortmarke platziert. Diese Variante eignet sich besonders für: Website-Header, Präsentationen, schmale Layouts.

# SCHUTZRAUM

Damit das Logo stets klar erkennbar bleibt, wird ein definierter Schutzraum um das Logo eingehalten. Der Schutzraum ergibt sich aus der kombinierten Höhe der Wortmarke „Alissa Gehrig“ und der Subline „Business Consulting“. Diese definierte Maßeinheit bildet den Mindestabstand zu allen Seiten.

Innerhalb dieses Schutzraums dürfen keine weiteren grafischen Elemente, Texte oder Bilder platziert werden. Der Schutzraum sorgt für eine ruhige und klare Markenwirkung sowie eine konsistente Anwendung des Logos in allen Medien.



# MONOGRAMM

Das Monogramm „AG“ ist ein zentrales Gestaltungselement der Marke **Alissa Gehrig Business Consulting** und Bestandteil des Corporate Designs **Soulful Authority**. Es kann flexibel in in den definierten Farbvarianten und Darstellungsformen eingesetzt werden und unterstützt den Wiedererkennungswert der Marke.



## MONOGRAMM CHAMPAGNERGOLD

Das Monogramm in Champagnergold wird gezielt und sparsam eingesetzt, um eine hochwertige und edle Markenwirkung zu erzielen.



## MONOGRAMM STONE BEIGE (50 %)

Stone Beige ist Teil der definierten Markenfarben und wird in 50 % für dezente Hintergrund- und Flächenelemente eingesetzt.



## OUTLINE STONE BEIGE (50 %)

Das Monogramm kann als Outline in 50 % Stone Beige für reduzierte grafische Anwendungen verwendet werden.



## MONOGRAMM WEISS

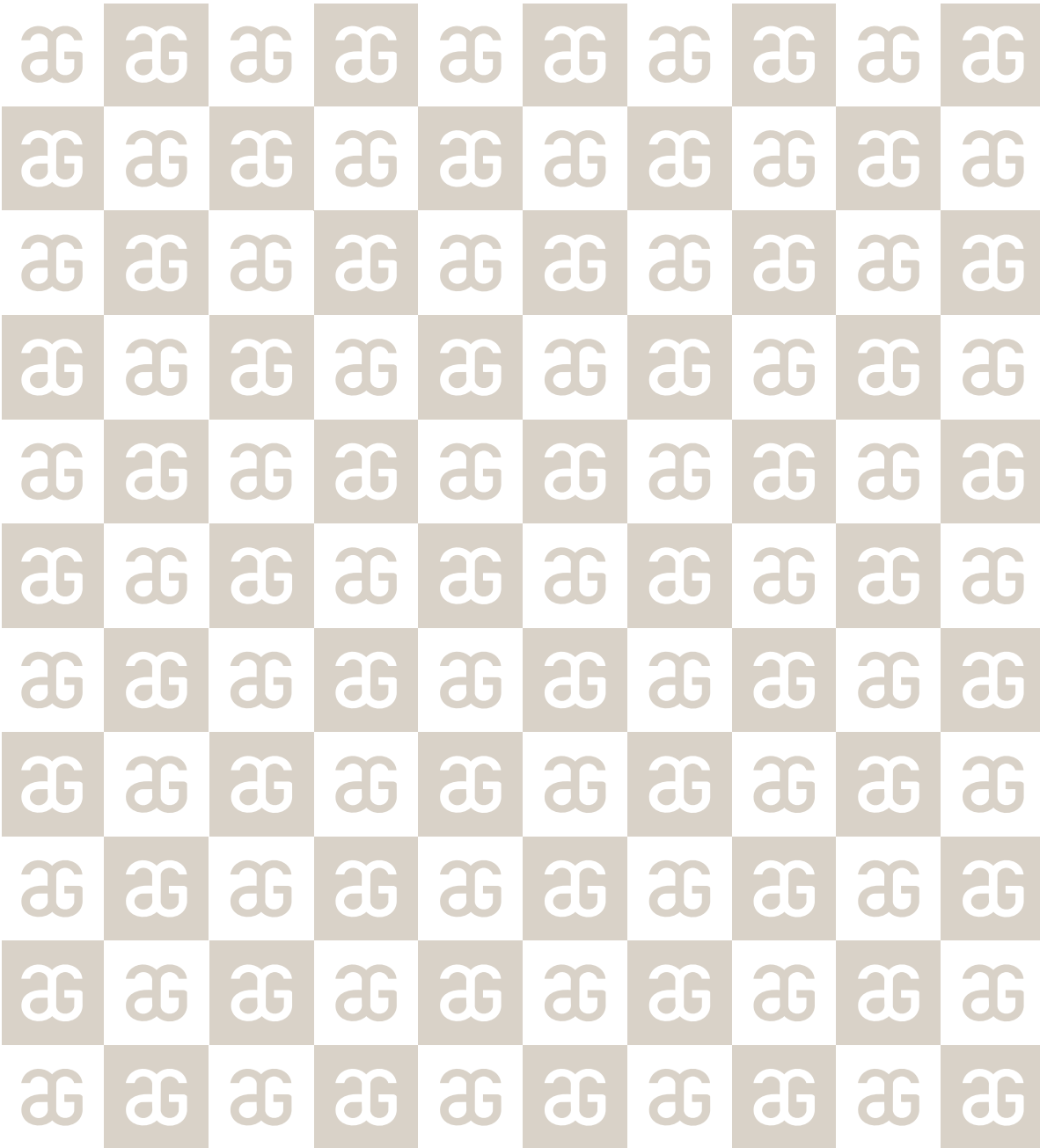
Das Monogramm in Weiß wird auf dunklen Markenfarben eingesetzt.

# MONOGRAMM-PATTERN

**Das Monogramm kann als wiederkehrendes Pattern eingesetzt werden.**

Die Darstellung erfolgt in 50 % Stone Beige, sowohl als vollflächige Variante als auch als Outline. Das Pattern dient als dezentes Gestaltungselement im Hintergrund und unterstützt eine ruhige, hochwertige Markenwirkung.

Es eignet sich insbesondere für Hintergründe, Printprodukte, Präsentationen oder grafische Flächen im Corporate Design. **Es sind ausschließlich die bereitgestellten Pattern-Varianten zu verwenden.**



# FARBEN

**Die Farbwelt von Soulful Authority basiert auf warmen Naturtönen und gezielten Akzentfarben.**

Die ruhige, hochwertige Farbpalette unterstützt eine souveräne, feminine und zeitlose Markenwirkung.

## PRIMÄRFARBEN

Die Primärfarben bilden die Grundlage der visuellen Identität.

Sie werden bevorzugt für Hintergründe, Flächen und grundlegende Layouts eingesetzt.



### PURE WHITE

Eine ruhige Basis, auf der sich die Marke klar und reduziert entfalten kann.

**CMYK** 0 0 0 0

**RGB** 255 255 255

**HEX** #ffffff



### GRAPHITE TAUPE

Ein dunkler, erdiger Neutralton, der Stabilität und visuelle Tiefe verleiht.

**CMYK** 49 44 50 33

**RGB** 115 107 97

**HEX** #736b61



### STONE BEIGE

Ein warmer Naturton, der Eleganz und Zurückhaltung verbindet.

**CMYK** 0 10 20 40

**RGB** 184 173 160

**HEX** #b0a495

**Pantone** 7530 C



80 %

50 %

20 %

Der Farbton kann auch in reduzierter Form, beispielsweise in 50 %, für dezente Gestaltungselemente verwendet werden.

## AKZENTFARBEN

Die Akzentfarben werden gezielt und sparsam eingesetzt, um Highlights zu setzen und wichtige Inhalte hervorzuheben.

### CHAMPAGNE GOLD

Ein warmer Goldton, der hochwertige Akzente setzt und die Premiumwirkung der Marke unterstützt. Der Verlauf besteht aus drei definierten Farbstops und ist ausschließlich in dieser festgelegten Form anzuwenden.

Position 25 %	<b>Gold Light</b> CMYK 7 15 63 0   RGB 243 213 116   HEX #f3d574
Position 60 %	<b>Gold Mid</b> CMYK 16 26 71 6   RGB 213 179 90   HEX #d5b35a
Position 100 %	<b>Gold Dark</b> CMYK 24 39 75 13   RGB 185 144 76   HEX #b9904c



### DEEP TEAL

Ein ruhiger Grünton, der Vertrauen, Entwicklung und strategische Klarheit vermittelt.

CMYK 84 31 52 32  
RGB 18 103 100  
HEX #126764  
Pantone 7717 C

### HIGHLIGHTFARBE

**Der mittlere Ton des Champagnergold-Verlaufs wird als Highlightfarbe eingesetzt.**

Er dient zur Hervorhebung von Texten, Markierungen oder grafischen Elementen und unterstützt eine warme, hochwertige Markenwirkung.



### GOLD MID

Ein warmer Goldton für dezente, hochwertige Hervorhebungen.

CMYK 16 26 71 6  
RGB 213 179 90  
HEX #d5b35a

# TYPOGRAPHIE

Die Typografie von Soulful Authority verbindet Klarheit mit Eleganz. **Die Kombination aus Bebas Neue für Headlines und Inter für Fließtexte sorgt für eine moderne, ruhige und hochwertige Markenwirkung.**

## HEADLINES

### **Bebas Neue (über Google Fonts verfügbar)**

Bebas Neue wird für Headlines, Statements und Hervorhebungen eingesetzt. Die Schrift sorgt für eine klare, souveräne und prägnante Markenwirkung.

### **Zulässige Schriftschnitte:**

BEBAS NEUE BOOK  
**BEBAS NEUE REGULAR**

### **Einsatzempfehlung:**

#### **Book**

Für große Headlines mit ruhiger, eleganter Wirkung

#### **Regular**

Für prägnante Headlines, Statements und Hervorhebungen  
(z. B. Cover-Titel oder Key-Statements)

### **Zeilenabstand Headlines**

Headlines werden mit reduziertem Zeilenabstand gesetzt. Empfohlen wird ein Zeilenabstand von 80–90 % der Schriftgröße, um eine kompakte und hochwertige Wirkung zu erzielen.

Beispiel: Schriftgröße 35 pt | Zeilenabstand 28–32 pt



## FLIESSTEXT

### **INTER (über Google Fonts verfügbar)**

Die Schrift Inter wird für Fließtexte, Unterzeilen und längere Inhalte eingesetzt. Sie sorgt für eine ruhige, gut lesbare und moderne Darstellung und unterstützt die klare, hochwertige Markenwirkung von Soulful Authority.

#### **Zulässige Schriftschnitte:**

Inter Light: Standard für Print Fließtexte (Broschüren, Visitenkarten etc.)

Inter Regular: Standard für Online Fließtexte (Homepage, Social Media)

Inter Medium: Für Zwischenüberschriften oder dezente Hervorhebungen

Inter SemiBold: Für Subheadlines oder stärkere Hervorhebungen

Inter Bold: Für kurze Hervorhebungen oder wichtige Informationen

#### **Zeilenabstand Fließtext:**

Der Zeilenabstand im Fließtext wird großzügig gesetzt, um eine gute Lesbarkeit zu gewährleisten. Empfohlen wird ein Zeilenabstand von 130–150 % der Schriftgröße.

#### **Beispiel: Schriftgröße 11 pt | Zeilenabstand 14–16 pt**

Das sorgt für eine ruhige, hochwertige und gut lesbare Textwirkung.

## TEXTFARBEN

Für eine konsistente Markenwirkung werden primär folgende Textfarben verwendet:

**Graphite Taupe – Standardfarbe für Fließtexte**

**Gold Mid – für dezente Highlights und Akzente**

Schwarze sollte vermieden werden, um den ruhigen Gesamtauftritt zu erhalten.

SOULFUL  
AUTHORITY

Dieses Corporate Design bildet die Grundlage für einen klaren, konsistenten und hochwertigen Außenauftritt. Eine konsequente Anwendung stärkt die Markenwirkung und sorgt für Wiedererkennung.

**So entsteht langfristig ein stimmiges und professionelles Gesamtbild.**

# BILDERWELT

Die Bildwelt von Soulful Authority vermittelt Ruhe, Klarheit und persönliche Stärke.  
Die Motive wirken hochwertig, reduziert und authentisch.

**Der Fokus liegt auf einer natürlichen, souveränen Ausstrahlung statt auf inszenierter Business-Ästhetik.**

Die Bildsprache unterstützt die Markenwerte:

- Ruhe
- Souveränität
- Klarheit
- persönliche Entwicklung
- feminine Stärke

## MOTIVE

Die Bildwelt zeigt:

- authentische Portraits
- ruhige Business-Situationen
- natürliche Details
- reduzierte Interieurs

Die Motive wirken:

- natürlich
- ruhig
- hochwertig
- unaufgeregt

Vermeiden:

- gestellte Business-Stockbilder
- hektische Situationen
- starke Kontraste
- zu bunte Farbwelten

## LICHT & STIMMUNG

- weiches, natürliches Licht
- keine harten Schatten
- natürliche Details
- ruhige, warme Atmosphäre



Die Bilder sollen eine entspannte, souveräne Wirkung erzeugen.

## BILDKOMPOSITION

- viel Weißraum
- ruhige Bildausschnitte
- reduzierte Bildinhalte
- klare Bildführung



Die Bildwelt wirkt bewusst minimalistisch und hochwertig.



# ANWENDUNGSBEISPIELE





ALISSA GEHRIG BUSINESS CONSULTING  
**BRAND GUIDELINES**



Entwickelt von  
**Graphic.On.Point.**

hello@graphic-onpoint.de  
www.graphic-onpoint.de

März 2026