



NEW BRANDING
OPTION 01



DESIGN BY  ALWA
marketing



1. Grundgedanke

Gemeinsame Genesungsreise: Professionelle Begleitung durch die Praxis – Eigenverantwortung und aktive Mitarbeit des Patienten.

Kernaussage: „Wir begleiten Sie auf diesem Weg, aber gehen müssen Sie selbst.“

2. Zentrales Bildelement: die Wirbelsäule

Die schwarze Kreisform in der Mitte symbolisiert den Fokus-Punkt bzw. den Ort des Schmerzes.

Oben und unten daran angeordnet: eine Reihe stilisierter Wirbel (in Form von Ovalen), die sich zur Mitte hin verbreitern.

- Zunehmende Breite steht für wachsende Flexibilität und wiedergewonnene Stabilität.
- Der vertikale Fluss vermittelt harmonische Bewegung und funktionale Ausrichtung.

3. Farbverlauf

Schrift „PHYSIO“ in tiefem Grün → Schrift „VIO“ in hellem Mint-Grün

• Dunkel → Hell spiegelt den Weg von Schmerz/Schwäche hin zu Vitalität und Leichtigkeit wider.

Harmonischer Zweiton-Effekt unterstreicht Gesundheitsaspekt und sorgt für einen klaren, freundlichen Look.

4. Typografie

Moderne, seriflose (Sans-Serif) Schrift

„PHYSIO“ in Großbuchstaben für Kraft und Zuverlässigkeit

„VIO“ in gleicher Schriftfamilie, jedoch leichter gesetzt, um Balance zwischen Professionalität und Offenheit zu schaffen

5. Botschaft & USP

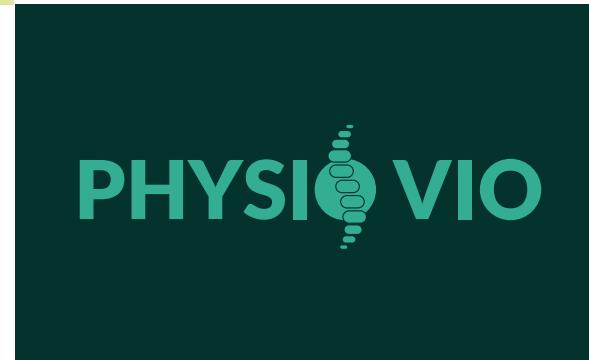
Klare Abgrenzung von gängigen Strichmännchen-Icons – stattdessen ein medizinisch präziser, leicht verständlicher Symbolcharakter

Verbindet fachliche Kompetenz mit menschlicher Wärme
Kommuniziert partnerschaftliche Begleitung und fördert die Eigeninitiative des Patienten

PHYSIO VIO



PHYSIO VIO



PHYSIO VIO

PHYSIO VIO



PHYSIO  **VIO**



PHYSIOTHERAPY



PHYSIOVIO

