

# GIPFELGLÜCK

Corporate Design



# Inhalt

Über uns	3
Zielgruppe	4
Markenerlebnis	5
Wettbewerbsanalyse	6
Icon-Idee	7
Logoaufbau	8
Markenfarben	14
Mindestgröße	19
Schriftart	20
Anwendungsregeln	21
Bildsprache	23
Mockups	27



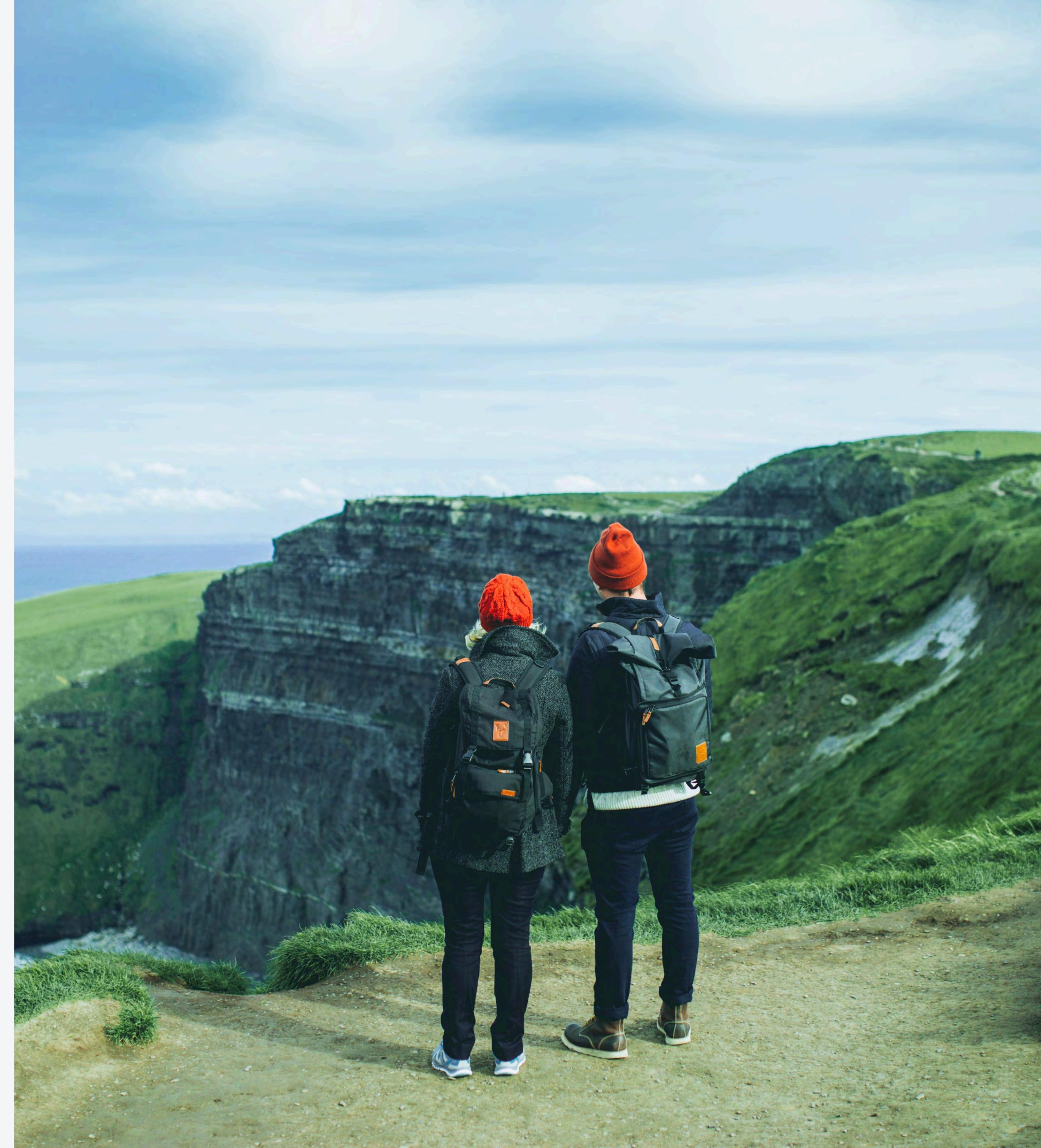
# Über uns

**GIPFELGLÜCK** ist eine moderne Outdoor-Marke für hochwertige Bekleidung und Ausrüstung im Wander- und Bergsport. Der Name verbindet zwei zentrale Elemente: den Gipfel als Ziel und Herausforderung – und das Glücksgefühl, das man beim Erreichen erlebt.

Das Design basiert auf menschlicher Nähe und Gemeinschaft. Das stilisierte „Ü“ zeigt zwei einander zugewandte Personen und steht für Unterstützung, Teamgeist und das gemeinsame Erreichen von Zielen.

**GIPFELGLÜCK** verkörpert Naturverbundenheit, Abenteuer, Klarheit und die Freude am eigenen Weg.

Unsere Marke richtet sich an Menschen, die bewusst, respektvoll und mit Leidenschaft in den Bergen unterwegs sind.



# Zielgruppe

<b>Alter:</b>	20–50
<b>Geschlecht:</b>	Sportlich aktive Menschen
<b>Demografie:</b>	Europe
<b>Familienstand:</b>	Freundesgruppen
<b>Persönlichkeit:</b>	Abenteuerlustig, naturverbunden
<b>Markenpräferenzen:</b>	Patagonia, Fjällräven, Mammut, Salewa



## Markenerlebnis & Emotionen

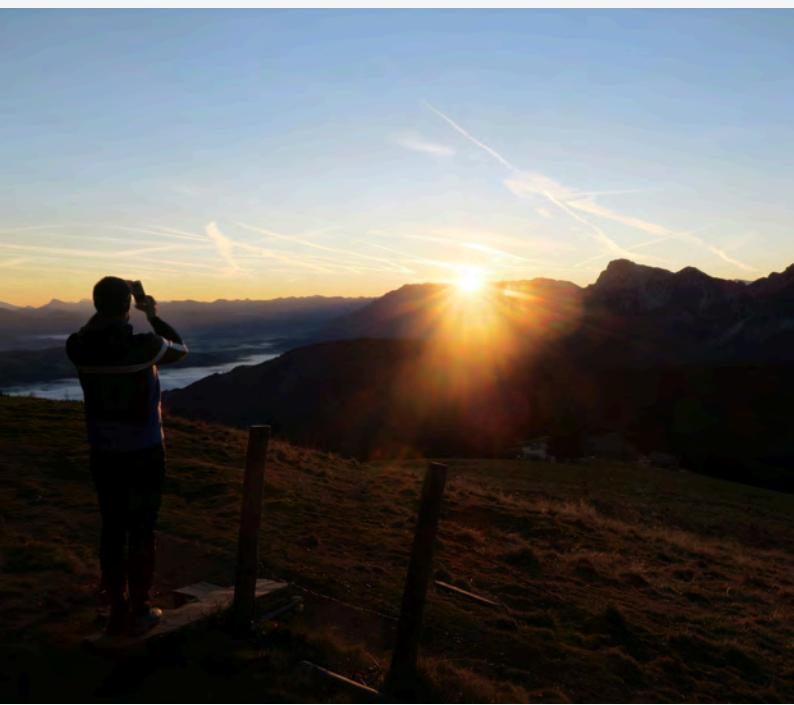
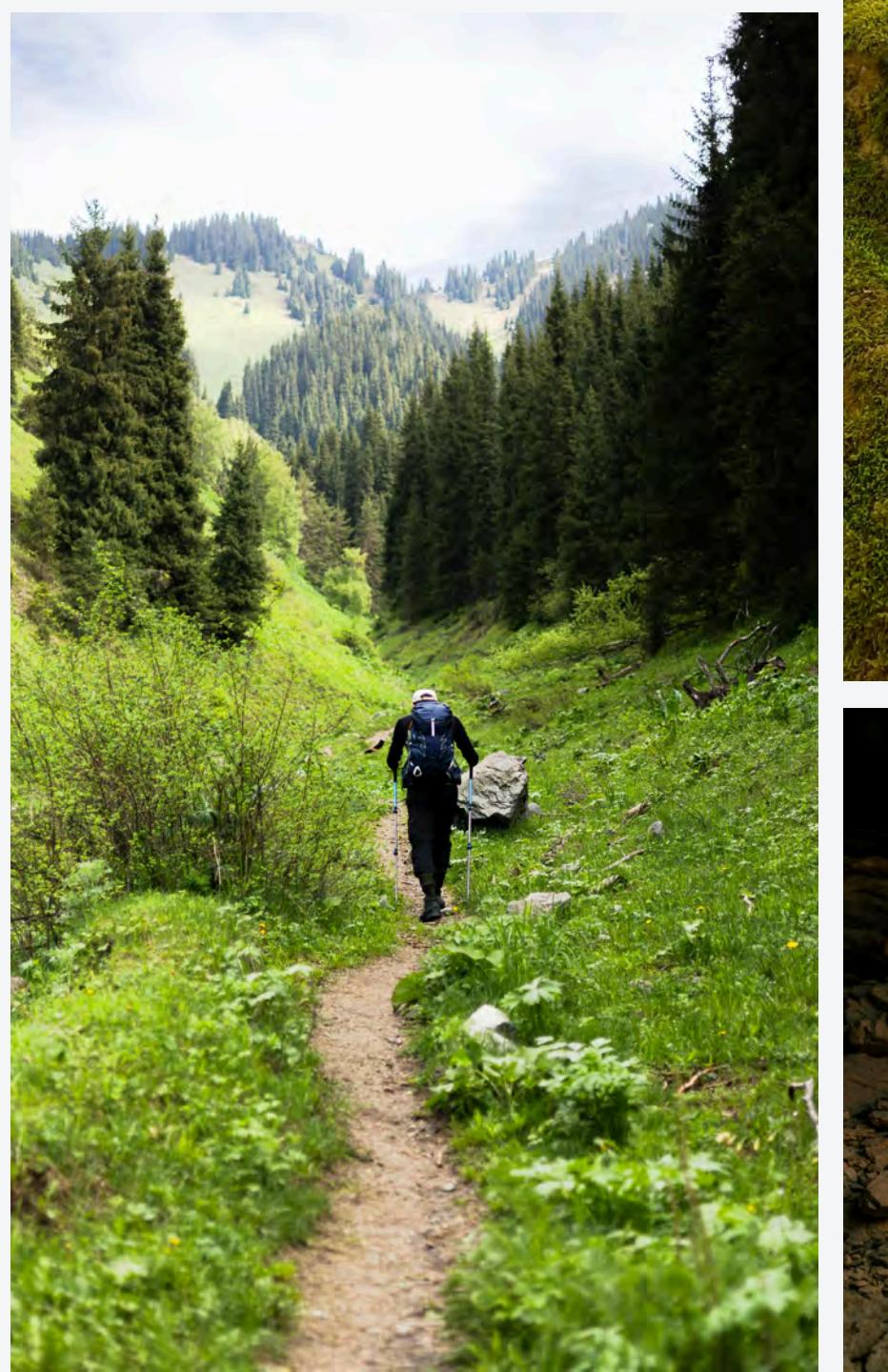
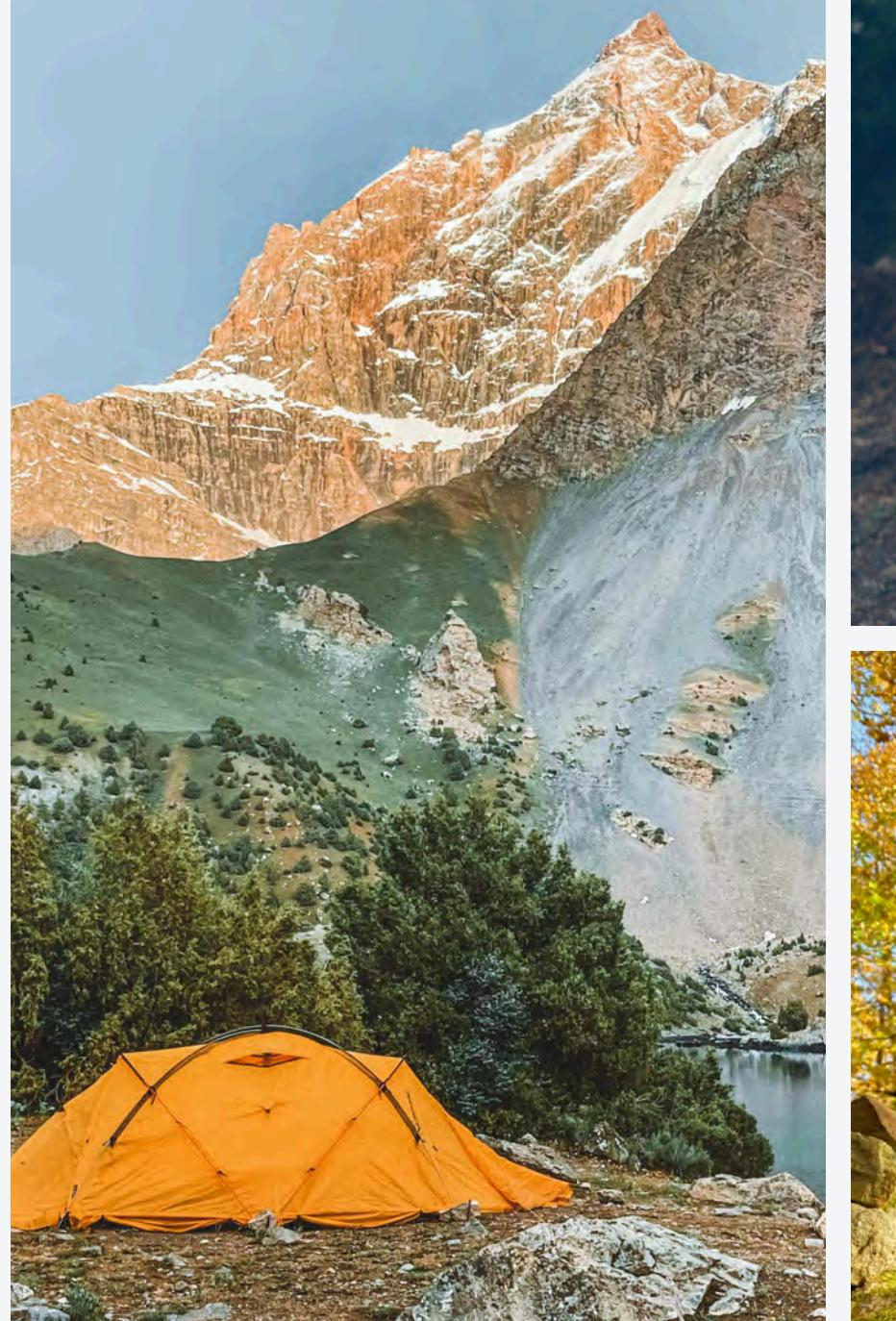
**Balance:** Abstand vom Alltag, mentale Erholung, körperliche Aktivität.

**Zusammenhalt:** - „Wir schaffen das gemeinsam.“

**Naturglück:** Stille, Weite und Schönheit der Landschaft.

Das Corporate Design von **GIPFELGLÜCK** spricht die Sinne durch klare Linien, natürliche Farben und eine einladende, warme Bildsprache an.

Es vermittelt ein Gefühl von Freiheit, Gemeinschaft und Abenteuer und macht die Welt des Bergsports zu einem inspirierenden Erlebnis – bewusst, naturverbunden und voller Freude.

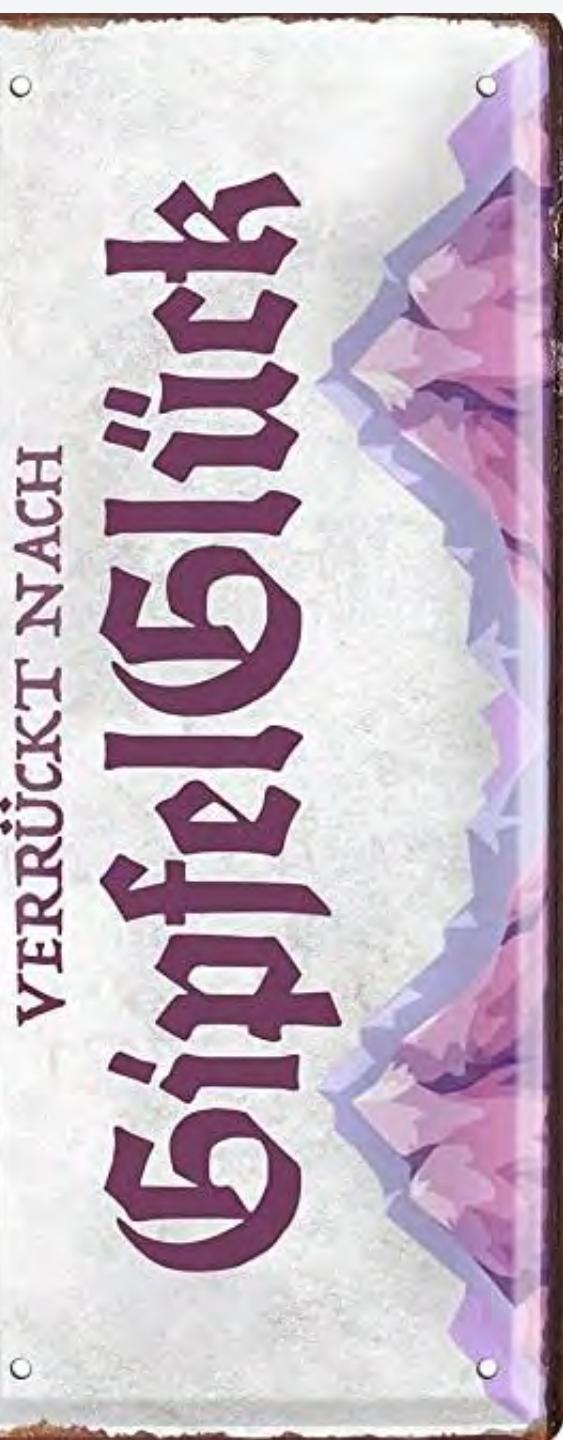
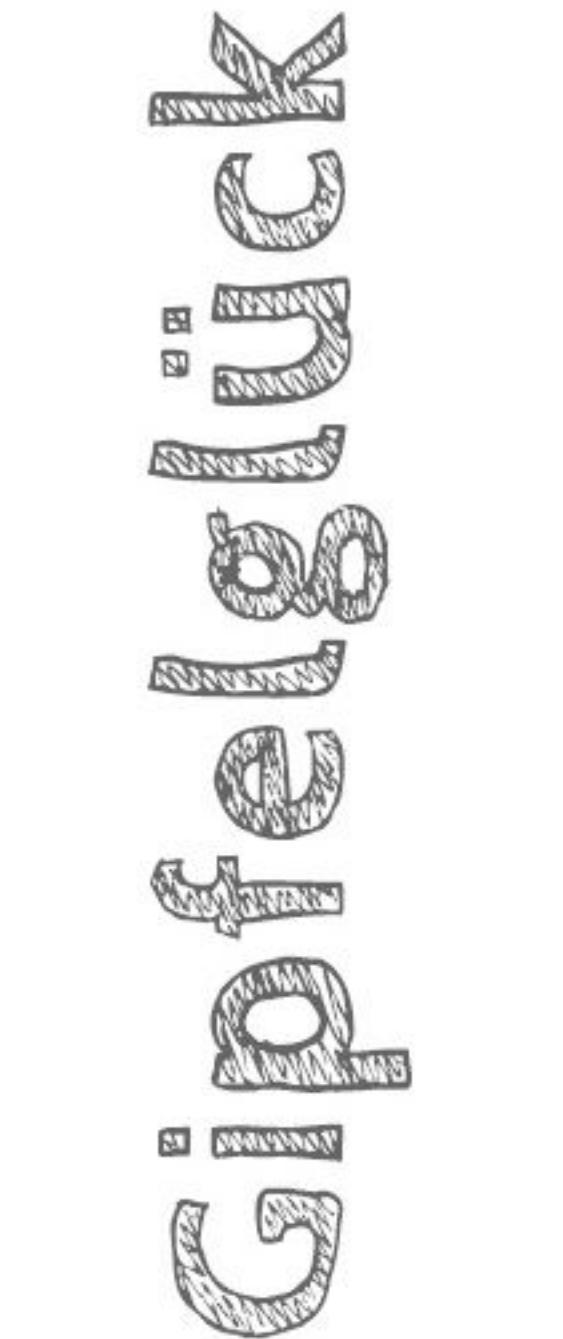


## Wettbewerbsanalyse

Beim Vergleich mit typischen Outdoor-Marken wird deutlich:  
Viele Marken setzen auf technische Logos, Berglinien oder Tiermotive.  
**GIPFELGLÜCK** verfolgt einen anderen Ansatz:

- Das prägnante grüne „Ü“ ist einzigartig und emotional aufgeladen.
- Die zwei Personen im Logo kommunizieren Gemeinschaft statt Ego-Leistung.
- Fokus auf Glück, Teamgeist und Naturerlebnis, nicht nur technische Performance.

Damit hebt sich **GIPFELGLÜCK** klar im Outdoor-Markt ab.

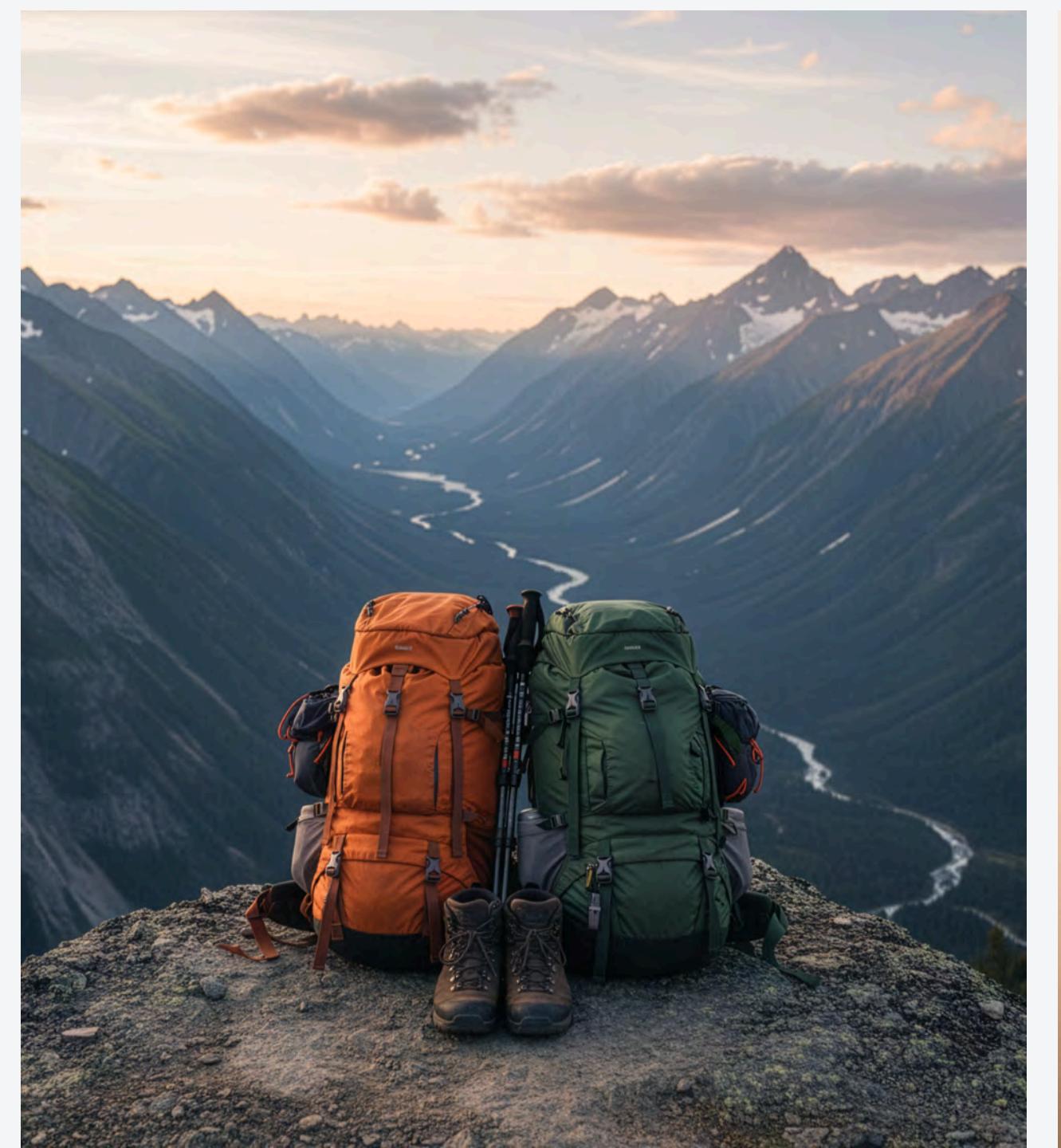
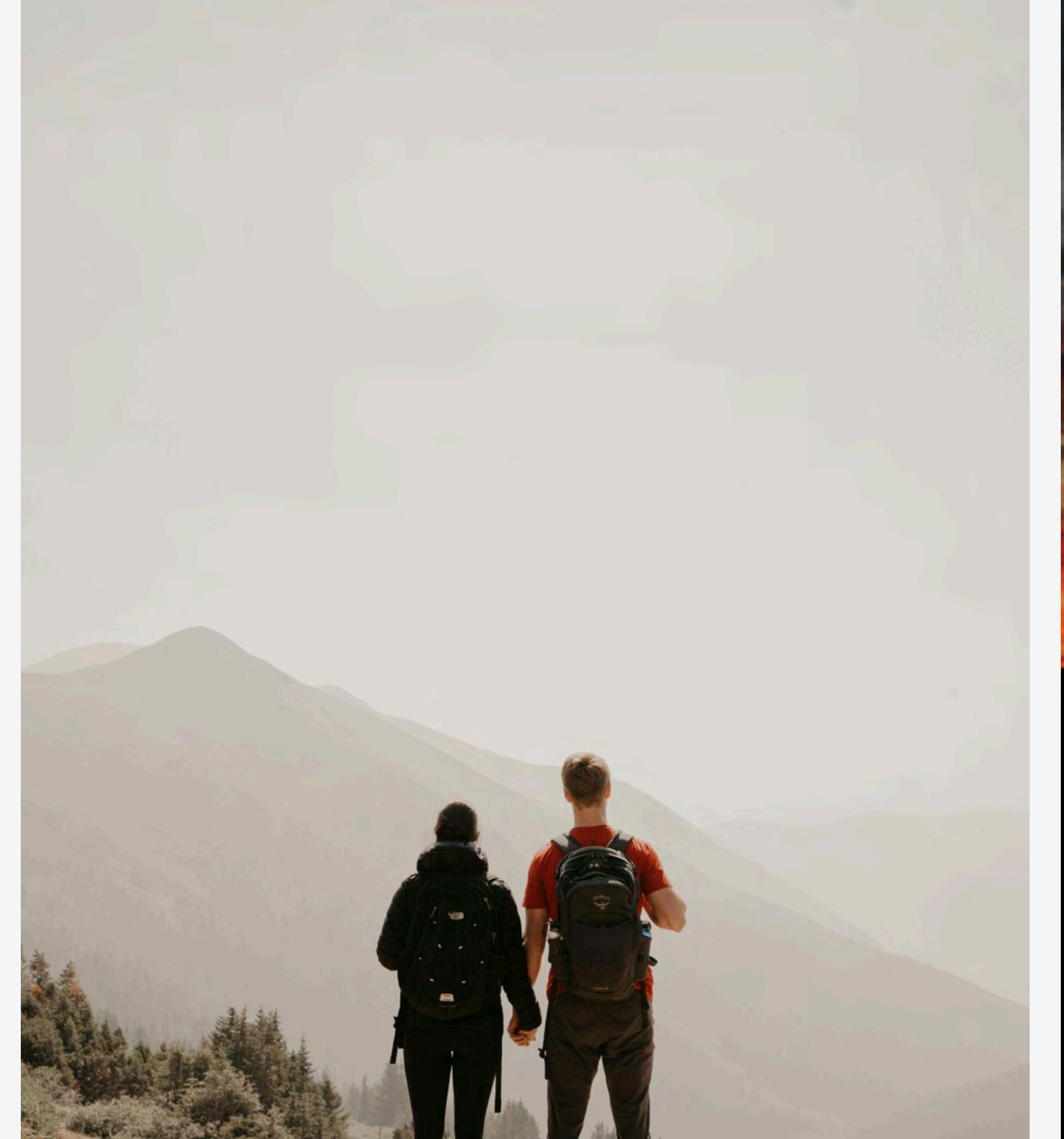


## Icon-Idee

Das stilisierte „Ü“ in GIPFELGLÜCK zeigt zwei einander zugewandte Personen. Es symbolisiert Zusammenhalt, Teamwork und Gemeinschaft beim Wandern und Bergsteigen.

Die Wortmarke ist bewusst in zwei Teile gegliedert: „GIPFEL“ oben, „GLÜCK“ darunter. Diese Anordnung spiegelt die Markenbotschaft perfekt wider: Der Gipfel als Ziel und Herausforderung steht über dem Glücksgefühl, das man beim Erreichen erlebt.

So wird visuell klar: Das Abenteuer führt zur Freude – eine zentrale Erfahrung für alle Bergsportler.

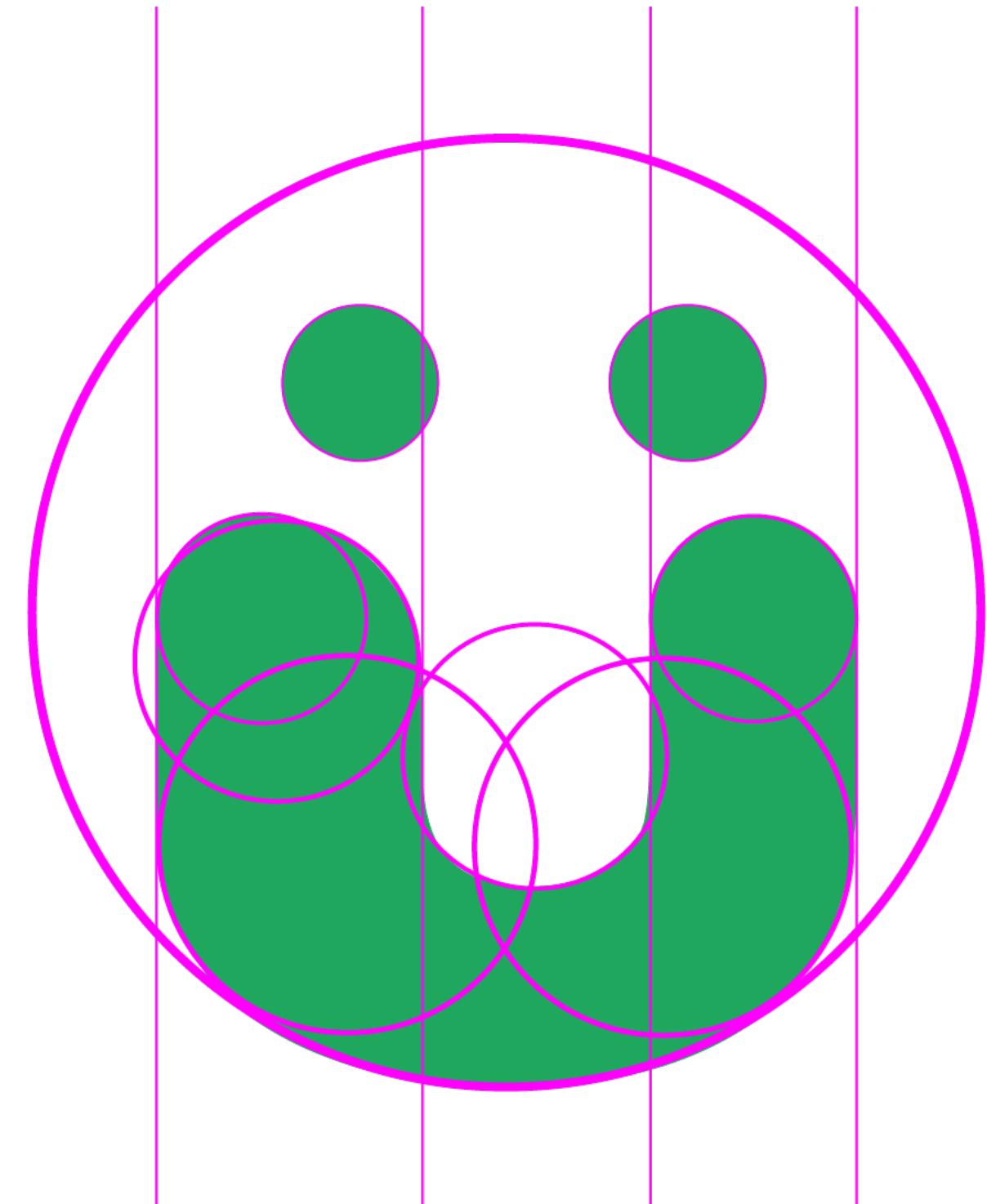


## Logoaufbau

GIPFEL  
Glück

The logo consists of two lines of text. The top line contains the word "GIPFEL" in a bold, black, sans-serif font. The bottom line contains the word "Glück" in a similar bold, black font. The letter "U" in "Glück" is colored green. Red dots are placed at various points on the letters: the top of the first 'G', the top of the second 'G', the top of the 'I', the top of the 'P', the top of the 'F', the top of the 'E', the top of the 'L', the bottom of the first 'G', the bottom of the second 'G', the top of the 'U', the top of the 'C', and the bottom of the 'K'. A red circle groups the three dots on the 'I'.

## Logoaufbau



## Logoaufbau

GIPFELGlück

## Horizontale Version

Die horizontale Version kombiniert die Bildmarke – das stilisierte „Ü“ mit den einander zugewandten Personen – mit der Wortmarke **GIPFELGLÜCK** in klarer, moderner Typografie.

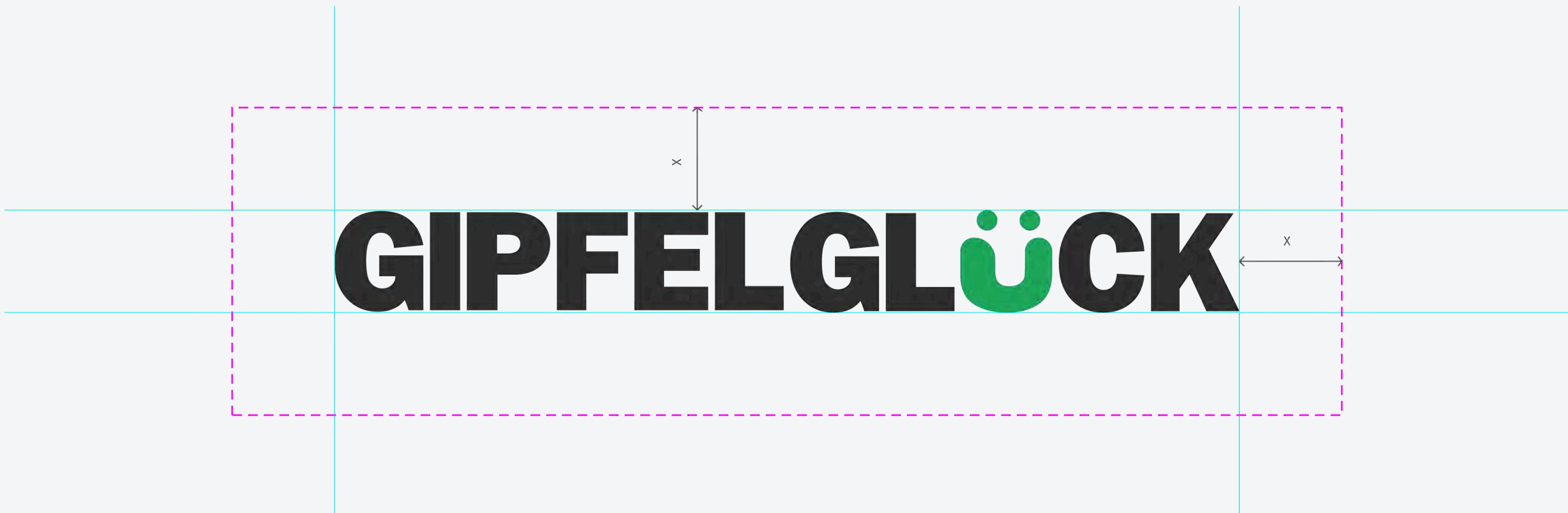
Sie eignet sich besonders für Anwendungen mit breitem Format, wie z.B. Briefbögen, Website-Header oder Präsentationen.

Die horizontale Logovariante wirkt stabil, einladend und naturverbunden und spiegelt den Charakter der Marke wider – abenteuerlustig, gemeinschaftlich und inspirierend.

**GIPFEL GLÜCK**

## Schutzraum

Der Schutzraum entspricht der Höhe der Bildmarke (X).  
Dieser Abstand muss rund um das Logo eingehalten werden.



## Kompakte Version

Das stilisierte „Ü“ wird als markantes Gestaltungselement in Überschriften, Kampagnen und Key-Visuals eingesetzt – jedoch nicht im Fließtext. Sein gezielter Einsatz, z. B. in Wortspielen, stärkt die Markenidentität und erhöht den Wiedererkennungswert.

- Icons
- App-Symbol
- Buttons, Patches
- Markierungen auf Kleidung
- kleine Sticker
- Social-Media-Profilesymbole

Es bildet den Kern der Markenidentität in minimalster Form.



## Markenfarben

### Primärkombination der Farben

Die Primärkombination vereint das ikonische „Ü“ – mit den zwei einander zugewandten Personen – mit der klar strukturierten Wortmarke. So entsteht ein starkes, harmonisches und sofort wiedererkennbares Logo, das die Werte der Marke unmittelbar transportiert.

Diese Hauptversion bildet das zentrale visuelle Element der Markenidentität von GIPFELGLÜCK und stellt sicher, dass Erscheinungsbild und Symbolkraft in allen Anwendungen konsistent, prägnant und zuverlässig wirken.

GIPFEL  
Glück

## Markenfarben

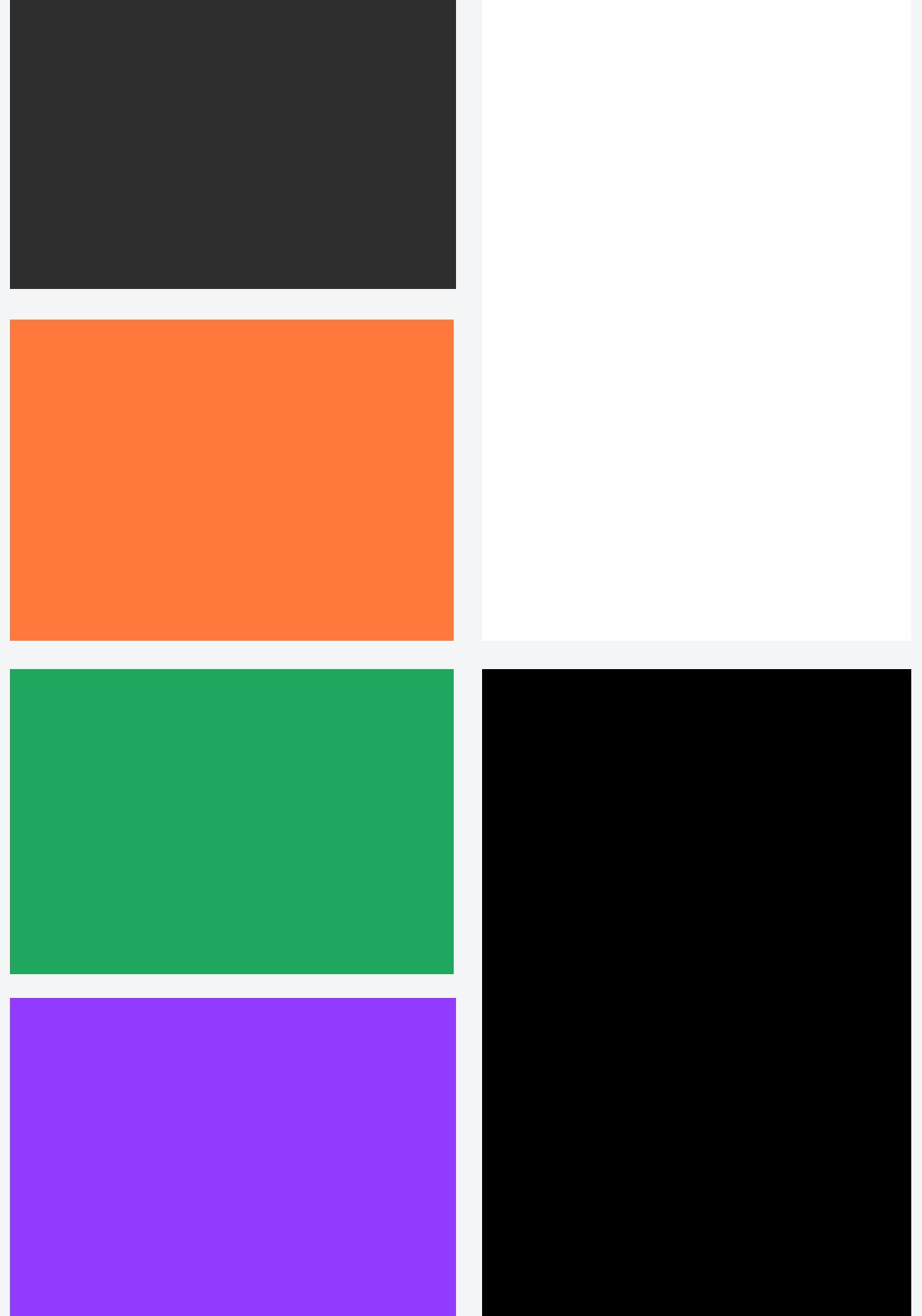
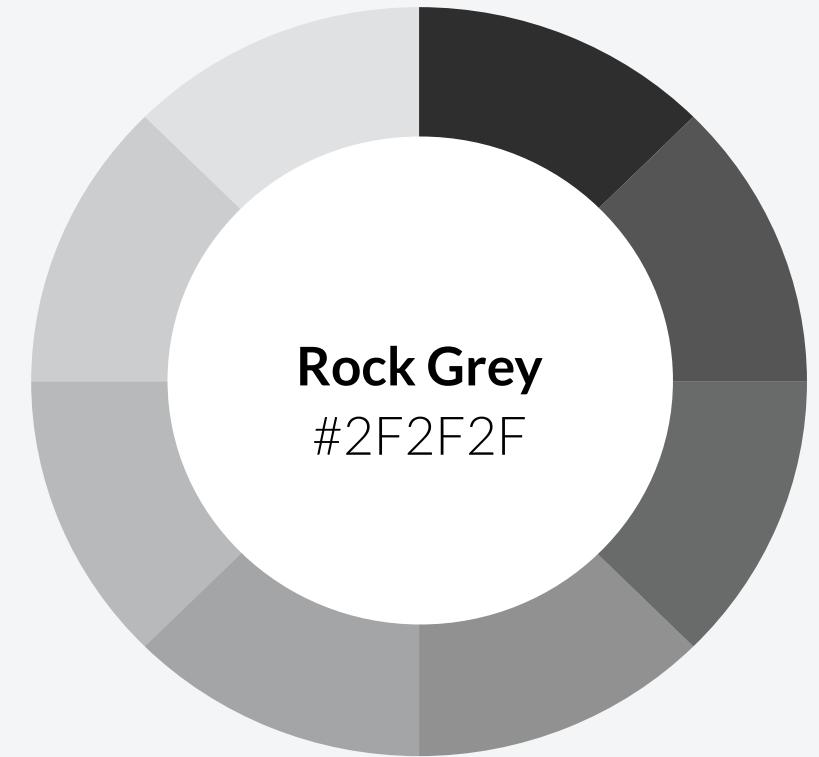
### 1. Rock Grey – für die Wortmarke

Verwendungszweck: Primäre Schriftfarbe für „GIPFELGLÜCK“ und weitere Textelemente im Branding.

RGB: 47, 47, 47

CMYK: 69, 63, 62, 58

HEX: #2F2F2F



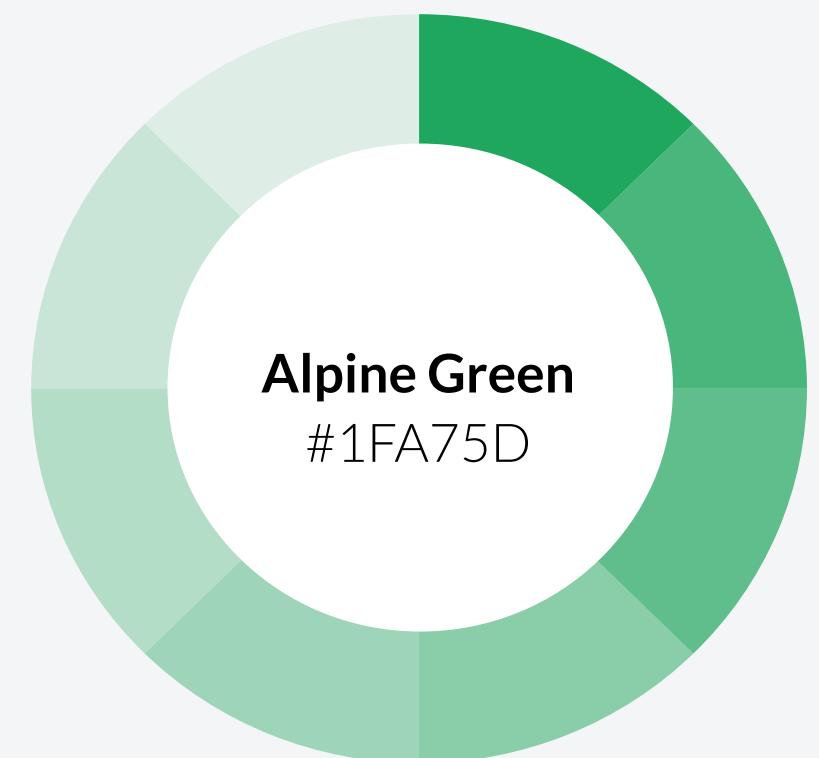
### 2. Alpine Green – für das ikonische „Ü“

Verwendungszweck: Hauptfarbe für die Bildmarke. Wird für das stilisierte „Ü“ genutzt, das zwei einander zugewandte Personen darstellt. Die Farbe transportiert die emotionale Botschaft der Marke.

RGB: 31, 167, 93

CMYK: 72, 0, 59, 0

HEX: #1FA75D



## Zusätzliche Farben

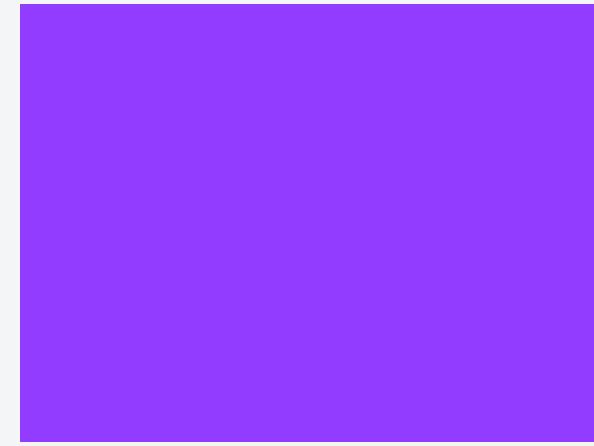
### 1. Mountain Violet – Komplementärfarbe zu Alpine Green

Verwendungszweck: Für starke Kontraste, Infografiken, Hervorhebungen oder visuelle Spannung; ideal für moderne UI-Elemente und Spot-Highlights.

RGB: 145, 61, 255

CMYK: 55, 82, 0, 0

HEX: #913DFF



### 2. Summit Orange – Akzentfarbe

Verwendungszweck: Zur Hervorhebung einzelner grafischer Elemente, Icons oder Illustrationen; erzeugt Wärme, Energie und Outdoor-Charakter.

RGB: 255, 122, 61

CMYK: 0, 66, 82, 0

HEX: #FF7A3D



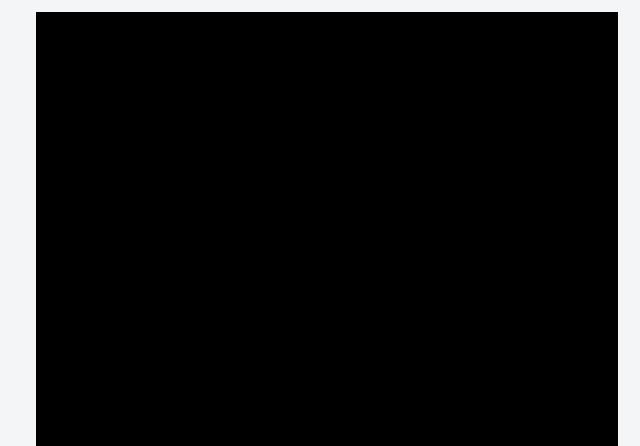
### 3. Schwarz – für Dokumentation und neutrale Textelemente

Verwendungszweck: Standardfarbe für Fließtext in Dokumenten, klare Lesbarkeit, neutrale Typografie.

RGB: 0, 0, 0

CMYK: 0, 0, 0, 100

HEX: #000000



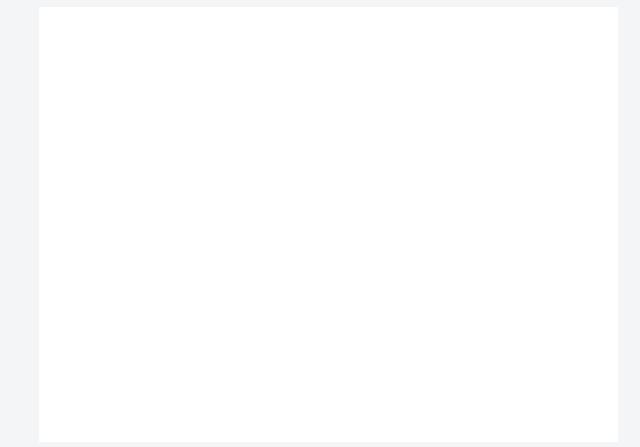
### 4. Weiß – Hintergrundfarbe

Verwendungszweck: Grundfarbe für Layouts, sorgt für Ruhe, Klarheit und optimalen Kontrast.

RGB: 255, 255, 255

CMYK: 0, 0, 0, 0

HEX: #FFFFFF



## Markenfarben

### Monochrome Farbe

Für Anwendungen, in denen das Logo oder einzelne Elemente einfarbig dargestellt werden müssen, nutzt **GIPFELGLÜCK** eine monochrome Version in Rock Grey oder Schwarz.

Die reduzierte Darstellung erhält die Formkraft des ikonischen „Ü“ und sorgt dafür, dass das Logo auch ohne Farbe klar, flexibel und zuverlässig funktioniert. So bleibt die Wiedererkennbarkeit der Marke in allen Medien – ob Print, Digital oder auf Ausrüstung – jederzeit professionell und konsistent.

**GIPFEL  
Glück**

**GIPFEL  
Glück**

GIPFEL  
Glück

GIPFEL  
Glück

## Mindestgröße

Die Mindestgröße legt fest, wie klein das Logo oder die Wortmarke eingesetzt werden darf, ohne an Lesbarkeit oder Wiedererkennbarkeit zu verlieren.

- Die Bildmarke, die Wortmarke sowie die kompakten Varianten dürfen nicht so stark verkleinert werden, dass die Formen des stilisierten „Ü“ oder die Typografie unklar werden.
- Bei sehr kleinen Anwendungen (z. B. Icons, Stempel, digitale Buttons) sollte geprüft werden, ob die beiden stilisierten Personen im „Ü“ weiterhin klar erkennbar bleiben.
- Zudem müssen die Farbkontraste ausreichend stark sein, damit das Logo auch in kleiner Größe deutlich, sauber und unverfälscht erscheint.

So bleibt die Markenidentität von **GIPFELGLÜCK** in jeder Größe klar, authentisch und konsistent.

	Digital	Print
	16X16 px	7X7 mm
	16X19 px	17X52 mm
	30X62 px	37X33 mm
	117X56 px	70X30 mm
	128X40 px	90X25 mm

# Schriftart

Haupt - Bebas Neue Pro

Überschriften  
Schlüsselbegriffe  
Aufdrucke auf Kleidung  
Kollektionsnamen  
UI-Navigation  
Werbeplakate

Bebas Neue Pro bold

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**!?( )@&\$\|/%#";:{ }+=-\_<>~`\***

Bebas Neue Pro medium

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!?( )@&\$\|/%#";:{ }+=-\_<>~`\*

Sekundär - Lato

Texte  
Beschreibungen  
Anleitungen  
Kataloge und Website  
Unterpunkte

Lato bold

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**!?( )@&\$\|/%#";:{ }+=-\_<>~`\***

Lato medium

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**!?( )@&\$\|/%#";:{ }+=-\_<>~`\***

## Anwendungsregeln – Do's

Verwenden Sie Markenfarben.

- Verwenden Sie kontrastreiche Kombinationen.
- Verwenden Sie ein weißes Logo auf dunklem Hintergrund.
- Verwenden Sie ein schwarzes Logo auf hellem Hintergrund.
- Verwenden Sie unscharfe Hintergrundbilder für bessere Lesbarkeit.
- Verwenden Sie das Logo mit Primärfarbenkombination nur auf weißem Hintergrund.



## Anwendungsregeln – Don'ts

Verwenden Sie kein schwarzes Logo auf bunten Hintergründen.

- Verwenden Sie kein schwarzes Logo auf bunten Bildern.
- Verwenden Sie keine falschen Kombinationen von Markenfarben.
- Verwenden Sie kein weißes Logo auf ungleichmäßigen Hintergründen.
- Verwenden Sie keine Farben, die nicht zum visuellen Stil der Marke passen.
- Verringern Sie nicht die Größe des Logos, drehen oder spiegeln Sie es nicht.



## Bildsprache

### Photography

Die Fotografie zeigt echte Menschen in authentischen Outdoor-Situationen. Porträts wirken natürlich, ungezwungen und nahbar. Emotionen wie Konzentration, Freude, Anstrengung oder Ruhe stehen im Mittelpunkt.

Die Personen tragen funktionale Ausrüstung und sind sichtbar mit der Natur verbunden. Das Licht ist weich, oft morgens oder abends, um Atmosphäre und Tiefe zu erzeugen.



# Bildsprache

## Charakteristika der Bildsprache

Die Bildsprache ist ruhig, klar und naturverbunden. Sie setzt auf echte Landschaften, reale Momente und spürbare Authentizität. Gedämpfte Naturfarben bilden die Basis, ergänzt durch Akzente in Alpine Green.

Die Kompositionen sind reduziert und lenken den Blick auf das Wesentliche: Menschen, Ausrüstung oder Landschaft. Dramatisches Licht, Nebel oder Gegenlicht verleihen den Bildern Tiefe und schaffen eine emotionale Verbindung zum Bergsport.



# Bildsprache

## Architektur

Die gezeigte Architektur orientiert sich an alpinen Formen und Materialien. Zu sehen sind Bergstationen, Schutzhütten und minimalistische Konstruktionen aus Holz, Stein und Metall.

Die Gebäude fügen sich harmonisch in die Landschaft ein und symbolisieren Sicherheit, Orientierung und Halt. Sie stehen für Ankommen, Schutz und die Verbindung zwischen Mensch und Natur.

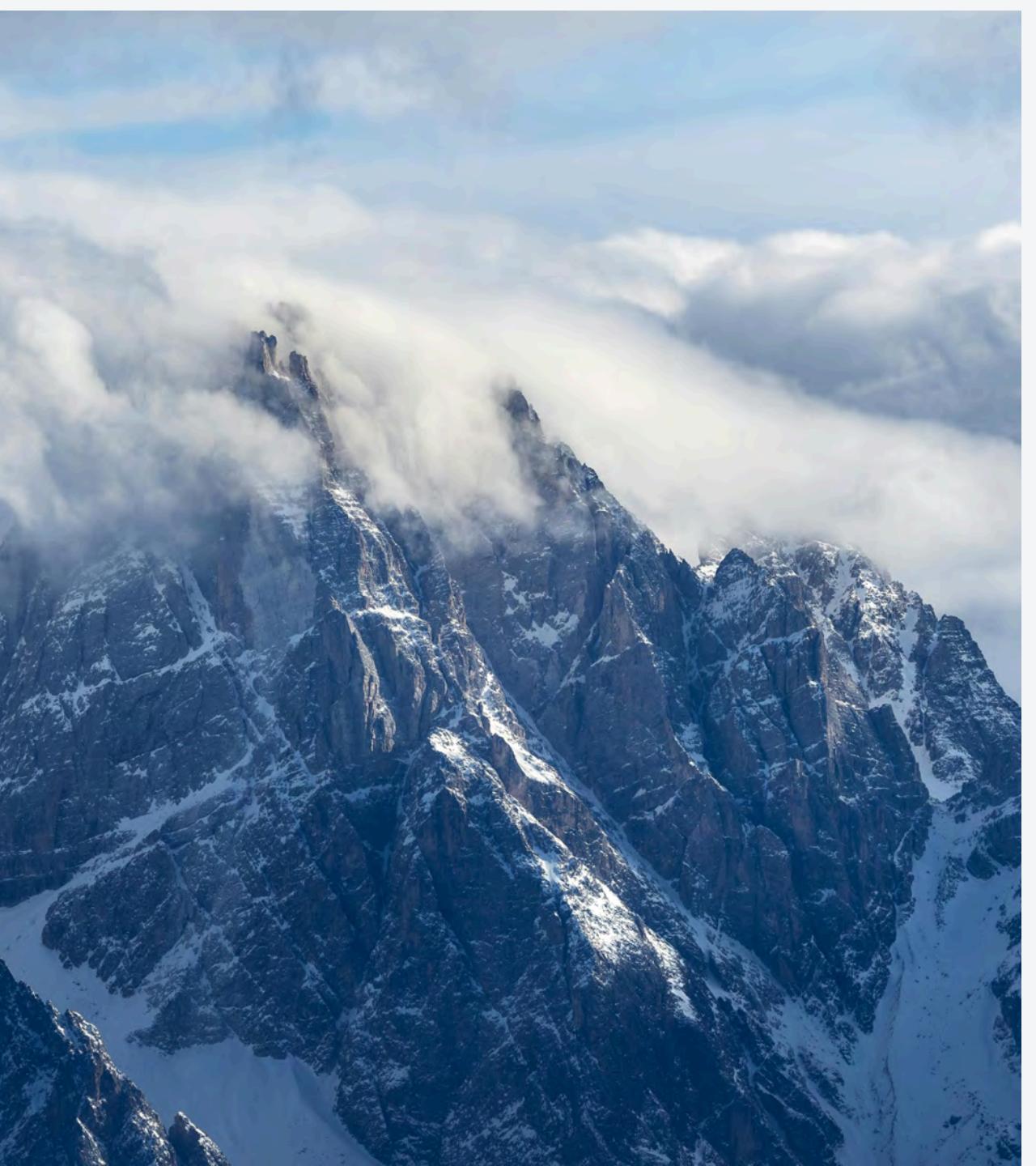


# Bildsprache

## Natur

Die Naturaufnahmen zeigen die Vielfalt und Ruhe der Bergwelt: Felsen, Wälder, Gipfel, Täler, Weite und Stille.

Das Wetter ist vielfältig – Sonne, Nebel, Wolken, Morgendämmerung. Die Landschaft wirkt unverfälscht und kraftvoll. Die Bilder vermitteln Freiheit, Höhe, Klarheit und das Gefühl, Teil der Natur zu sein. Jede Aufnahme lädt dazu ein, tief durchzuatmen und den Moment bewusst zu erleben.





# Dein Abenteuer beginnt hier!

Outdoor-Verleih & Verkauf

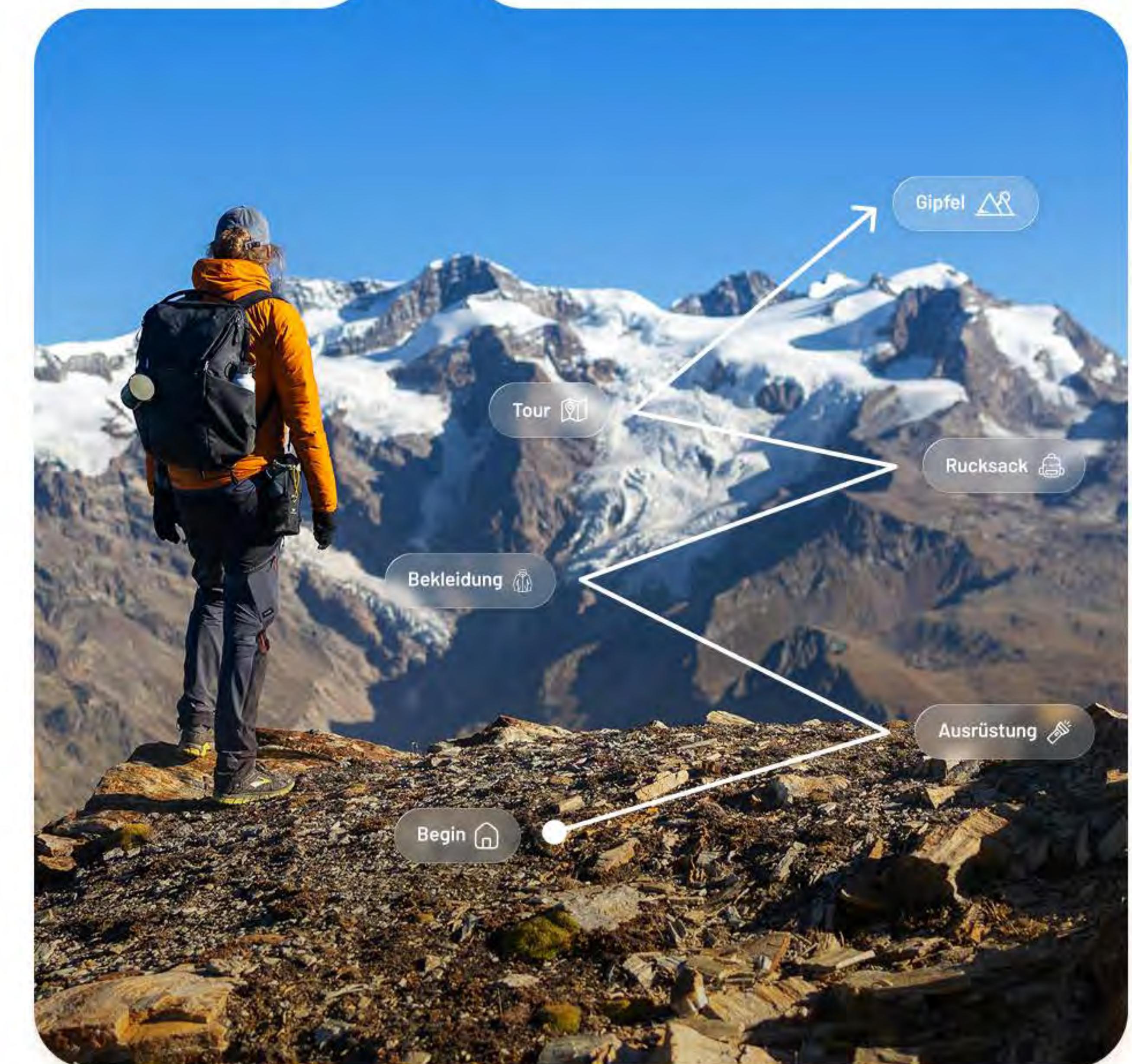
Entdecke hochwertige Ausrüstung für deine Touren – flexibel, zuverlässig und bereit für jedes Abenteuer.

23K+

Europäische Kunden



Jetzt ausrüsten ↗





**GIPFEL  
GLÜCK**

**GIPFELGLÜCK**

H = Höhe des Logos

DIN A1  
H:143

DIN A5  
H:36

**GIPFEL  
GLÜCK**

DIN A6  
H:25

**GIPFELGLÜCK**

DIN A2  
H:101

**GIPFEL  
GLÜCK**

DIN A7  
H:18

**GIPFEL  
GLÜCK**

DIN A3  
H:71

DIN A4  
H:50

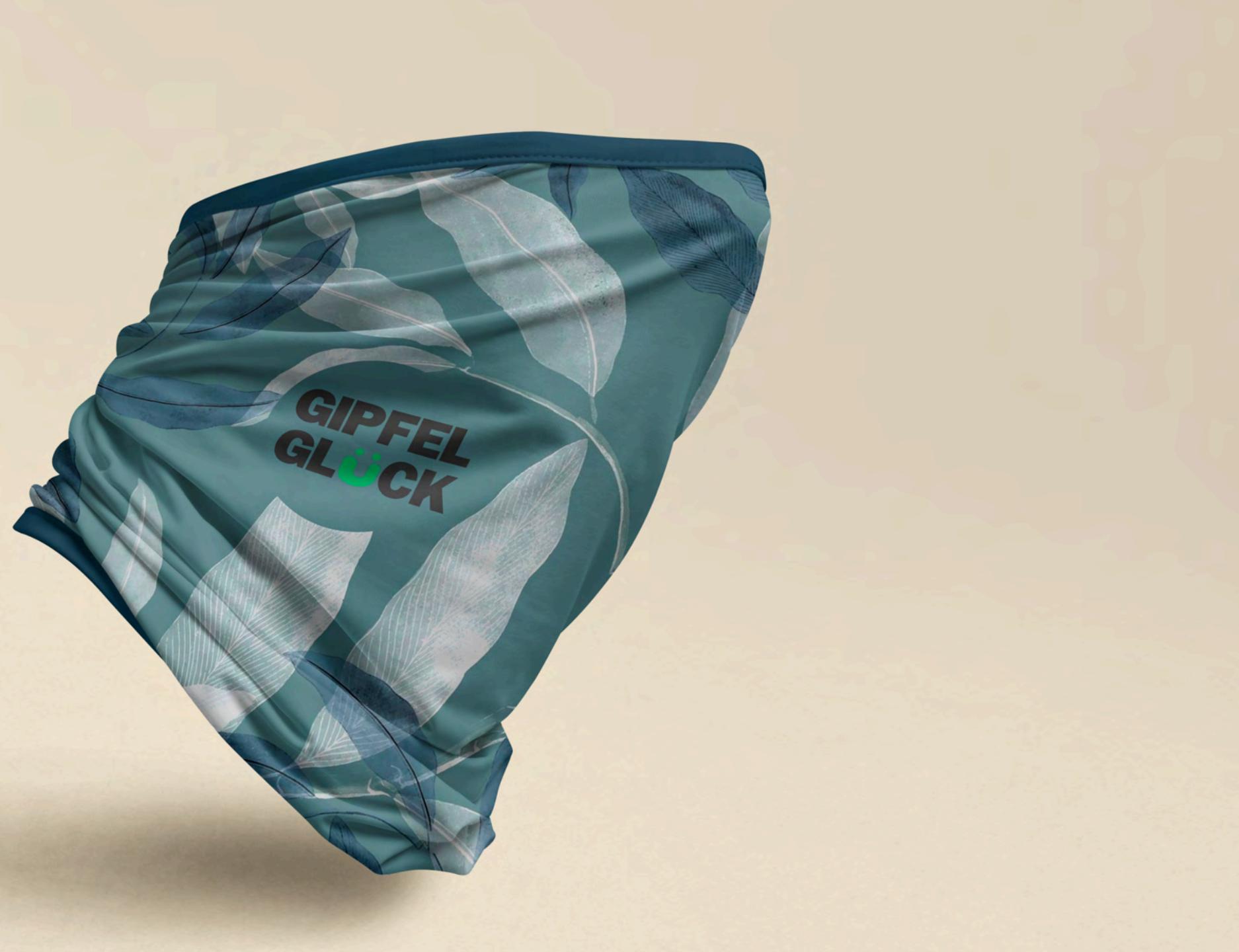
# GIPFEL GLÜCK

[WWW.GIPFELGLUECK.DE](http://WWW.GIPFELGLUECK.DE)  
[INFO@GIPFELGLUECK.DE](mailto:INFO@GIPFELGLUECK.DE)



OUTDOOR-BEKLEIDUNG & AUSRÜSTUNG FÜR WANDERN UND BERGSPORT











GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



GIPFEL  
GLÜCK



# GIPFELGLÜCK

Corporate Design

