younity | Brand Guidelines

Version 2.0 · November 2026

empowering you

Logo, Farben, Typografie, Bildwelt, Gestaltungselemente, Icons, UI, Tonalität und Anwendungen. Für alle, die für younity gestalten oder schreiben.



younity GmbH · Muttenz, Schweiz

Gültig für alle Kanäle: digital, Print, Events, Social Media

Inhalt

Der Guide beschreibt, wie younity aussieht und klingt. Er gilt für alle, die für younity gestalten oder schreiben, intern wie extern.

01 **Marke** 04
Nordstern, Mission, Persönlichkeit

02 **Logo** 08
Wortmarke, Bildmarke, Schutzraum, Regeln

03 **Farben** 16
Palette, Verlauf, Verhältnis, Kontrast

04 **Typografie** 22
DM Sans, Skala, Signatur, Satzregeln

09 **Tonalität** 47
So sprechen und schreiben wir

11 **Checkliste & Downloads** 56
Marken-Check, Dateien, Kontakt

05 **Bildwelt** 28
Fotos, Porträts, Illustrationen

06 **Gestaltungselemente** 34
Kreis, Formenfamilie, Orbit

07 **Icons** 38
Brand-Icons und UI-Icons

08 **UI & Web** 41
Komponenten, Raster, Design Tokens

10 **Anwendungen** 50
Web, Social, Video, Print, E-Mail, Folien

Auf einen Blick

Die Grundregeln in Kurzform. Details und Begründungen folgen in den Kapiteln.

younity

Logo

Wortmarke im Verlauf auf Weiss. Bildmarke für Avatare und Wasserzeichen. Nie kombinieren.



Farben

Space Blue trägt, Deep Pink setzt Akzente. Viel Weiss und helle Flächen schaffen Ruhe.

Aa

Schrift

DM Sans für alles. Headlines Bold mit enger Laufweite, Fliesstext Regular.

Ein Wort in Pink

Signatur

Ein Schlüsselwort in Pink, höchstens einmal pro Format. Keine Versalien.



Form

Der Kreis aus unserer Bildmarke. Daraus entstehen Bogen, Pille und Halbkreis.

Wir duzen.

Ton

Wir schreiben herzlich und konkret und machen keine Heilversprechen.

younity

Marke

01

Wofür younity steht, warum es uns gibt und wie wir auf Menschen wirken wollen.

Unser Claim

empowering you

Der Claim spricht jeden Menschen direkt an. Er wird klein geschrieben wie unser Name, ohne Punkt und in einer Zeile. Er steht für sich, nicht als feste Einheit mit dem Logo.



Vision

Empowering people to be fulfilled.

Menschen dazu befähigen, ein erfülltes Leben zu führen. Wir tun es mit Liebe und Leidenschaft.



Mission

Mit Liebe und Leidenschaft schaffen wir wertvolle Erfahrungen, ermöglichen den Zugang zu den inspirierendsten Mentoren und teilen ihre Weisheit.

Wir ermöglichen Menschen, sich mit ihrem höheren Selbst zu verbinden und ihr volles Potenzial zu entfalten.



Das younity Team

Wir sind nicht die Mentoren. Wir sind die Bühne.

younity verwandelt die Weisheit der inspirierendsten Mentoren in Erlebnisse, die Menschen kaufen, besuchen und leben können: Online-Programme, Masterclasses, Ausbildungen, Online-Summits, Live-Events und Communities.

In 14 Sprachen und in über 70 Ländern. Mit Sitz in Muttenz, Schweiz.

187+
Programme

91+
Mentoren

3 Mio.
Menschen in der Community

70+
Länder

Zahlen: Stand November 2026. Vor Verwendung aktuell prüfen.

Markenpersönlichkeit

Drei Eigenschaften aus dem ersten Guide von 2024. Sie gelten für alle Kanäle.

bewusst

Wir handeln achtsam und mit Haltung. Mentoren, Inhalte und Worte wählen wir mit Sorgfalt.

befähigend

Jeder Inhalt soll Menschen einen konkreten nächsten Schritt ermöglichen.

wertvoll

Wir machen lieber weniger und dafür gründlich. Was wir anbieten, soll lange nachwirken.

Wir sind

- herzlich
- klar
- ermutigend
- nahbar
- hochwertig
- verbindend

Wir sind nicht

- ~~abgehoben~~
- ~~verklärt esoterisch~~
- ~~laut~~
- ~~belehrend~~
- ~~beliebig~~

younity

Logo

02

Unser wichtigstes Erkennungszeichen. Es besteht aus zwei eigenständigen Zeichen: der Wortmarke und der Bildmarke.

Wortmarke und Bildmarke

Die Wortmarke ist eine reduzierte, geometrische Schrift. Die Bildmarke ist das Initial y, umschlossen von einem Kreis, mit dem die Unterlänge verbunden ist.

younity

Wortmarke · Hauptlogo
Erste Wahl für alle Absender: Website, Dokumente, Plakate, Präsentationen.



Bildmarke · Signet
Für kleine Flächen und dort, wo younity bereits als Absender klar ist.

Wichtig: Wortmarke und Bildmarke stehen immer für sich. Sie werden nicht nebeneinander zu einem gemeinsamen Logo kombiniert, auch nicht in Kopfzeilen oder Signaturen.

Farbvarianten

Der Verlauf ist unser Hauptlogo. Die einfarbigen Varianten kommen zum Einsatz, wenn Hintergrund oder Technik den Verlauf nicht zulassen.

younity

Verlauf
Hauptlogo auf Weiss und sehr hellen, ruhigen Flächen.

younity

Space Blue
Auf hellen Flächen, wenn kein Verlauf möglich ist.

younity

Weiss
Auf Space Blue, Pink, dunklen Flächen und Fotos.

younity

Deep Pink
Als Akzent auf Weiss, hellen Flächen oder Schwarz.

younity

Schwarz
Nur für Einfarbdruck, Stempel, Gravur oder sehr unruhige helle Flächen.

Dateiformate: SVG für Web, Office und Druck (verlustfrei skalierbar). PNG mit transparentem Hintergrund für Tools ohne SVG-Unterstützung. Logos nie aus Screenshots oder JPGs mit Hintergrund verwenden.

Schutzraum und Mindestgrösse

Der Schutzraum hält andere Elemente auf Abstand. Er wächst mit dem Logo und wird deshalb relativ definiert, nicht in Pixeln.



Wortmarke: x = halbe Höhe des Buchstabens „o“
Das entspricht rund 9 % der Logobreite.



Bildmarke: x = ¼ des Kreisdurchmessers
Gilt rundum, auch zum Formatrand.

younity

Wortmarke
min. 80 px breit digital
min. 20 mm breit im Druck

Bildmarke
min. 24 px digital
min. 6 mm im Druck

Favicon
16 px als einzige Ausnahme,
nur als App-Icon-Variante

Bildmarke

Die Bildmarke steht dort, wo wenig Platz ist oder die Marke bereits bekannt ist: Profilbild, App-Icon, Favicon, Wasserzeichen in Social Media und auf Präsentationsfolien.



Verlauf
Standard auf Weiss



Space Blue
Helle Flächen



Deep Pink
Akzent auf hell



Weiss
Dunkle Flächen, Fotos



Weiss auf Pink
Aktionsflächen



App-Icon
Avatar, Favicon



Profilbild: App-Icon-Variante, kreisrund, auf allen Social-Kanälen identisch.



Wasserzeichen: in Posts und Thumbnails oben rechts oder oben links, rund 8 % der Formatbreite.



Folien: auf hellen Inhaltsfolien oben rechts. Titel- und Kapitelfolien tragen die Wortmarke.

Logo auf Hintergründen

Faustregel: Verlauf auf Weiss, Weiss auf dunkel. Auf Fotos steht das Logo immer in einem ruhigen Bildbereich.

younity

Weiss
Verlauf

younity

Light Blue
Verlauf oder Space Blue

younity

Light Pink
Space Blue

younity

Space Blue
Weiss

younity

Deep Pink
Weiss

younity

Schwarz
Deep Pink oder Weiss



Dunkles Foto
Weiss im ruhigen Bereich



Helles Foto
Schwarz oder Space Blue

Falsche Anwendungen

Das Logo wird immer aus den Originaldateien verwendet. Es wird nicht nachgebaut, verändert oder mit Effekten versehen.

younity

Nicht verzerren
Proportionen immer beibehalten.

younity

Nicht drehen
Das Logo steht immer gerade.

younity

Keine Effekte
Kein Schatten, Glow oder 3D.

younity

Keine Kontur
Nur gefüllte Originalformen.

younity

Kein Verlauf auf dunkel
Hier gehört die weisse Variante hin.

younity

Kein Pink auf Space Blue
Zu wenig Kontrast.

younity

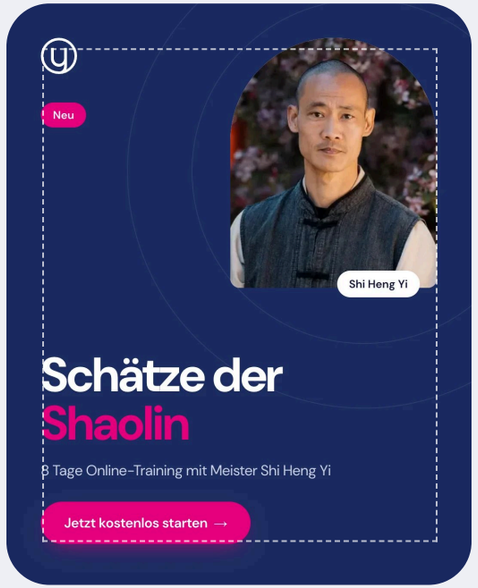
Nicht umfärben
Nur die fünf freigegebenen Varianten.

younity

Nicht kombinieren
Bild- und Wortmarke stehen getrennt.

Platzierung und Co-Branding

younity ist die Bühne. Auf unseren Formaten stehen die Mentoren und ihre Inhalte im Fokus, das Logo signiert als Absender.



Gestrichelt: Randabstand 7,5 % der Formatbreite, bei 1080 px also 80 px. Die Bildmarke sitzt oben links im Rand.

- **Immer in einer Ecke.** Bevorzugt oben links (Wortmarke) oder oben rechts (Bildmarke als Wasserzeichen).
- **Grösse:** Wortmarke rund ¼ der Formatbreite, Bildmarke rund 8 %.
- **Pro Format ein Logo.** Nicht oben und unten wiederholen.
- **Nie im Bildfokus**, nie über Gesichtern oder Text.

Co-Branding mit Partnern

younity | Partnerlogo

- Gleiche optische Grösse, getrennt durch eine feine Linie (1 px, Border-Farbe).
- Abstand zwischen den Logos: mindestens 2 × Schutzraum.
- Mentorennamen setzen wir in DM Sans. Eigene Logos von Mentoren nur, wenn sie offiziell freigegeben sind.

younity

Farben

03

Zwei Markenfarben, dazu helle Flächen und eine kleine Palette für digitale Zustände.

Primärfarben

Im Druck mit Sonderfarben gelten die Pantone-Werte, im Vierfarbdruck die CMYK-Werte. CMYK vor jedem Auftrag mit einem Proof prüfen.

Space Blue

Trägt die Marke: dunkle Flächen, Headlines, Navigation, Footer, Formen.

HEX	RGB
#1D2E64	29 / 46 / 100
Pantone	**CMYK**
288 C	100 / 87 / 31 / 19

Deep Pink

Unser Highlight: Buttons, Links, Schlüsselwörter, Badges.

HEX	RGB
#E5007D	229 / 0 / 125
Pantone	**CMYK**
226 C	1 / 97 / 4 / 0

Weiss

Raum und Ruhe. Die häufigste Fläche.

HEX	RGB
#FFFFFF	255 / 255 / 255
Pantone	**CMYK**
Papierweiss	0 / 0 / 0 / 0

Flächenfarben und digitale Palette

Light Blue und Light Pink sind die Bühne für Porträts und Inhalte. Die erweiterte Palette nutzen wir nur digital, für Zustände und Text.

Light Blue

Ruhige Flächen, Karten, Porträts. Bisher auch „Light Grey“ genannt.

HEX	RGB	CMYK ≈
#EEEFF4	238 / 239 / 244	2 / 2 / 0 / 4

Light Pink

Warme Flächen, Porträts, Themen rund um Herz und Beziehung.

HEX	RGB	CMYK ≈
#FCE7F2	252 / 231 / 242	0 / 8 / 4 / 1

Off-White

Sehr leichte Flächen, Formularbereiche, E-Mail-Hintergrund.

HEX	RGB	Einsatz
#F5F6F9	245 / 246 / 249	nur digital

Digitale Erweiterung · nur für Bildschirm, nicht für Druck

Navy 800
#18265A
Tiefe in Blauflächen

Night
#0F1838
Footer, Overlays

Pink Hover
#C8006D
Hover, gedrückt

On Dark
#CFD4E6
Sekundärtext auf Blau

Ink
#16193A
Text auf hell

Muted
#595F78
Sekundärtext

Border
#D5D8E3
Linien, Rahmen

Verlauf

Der Verlauf von Space Blue zu Deep Pink ist Teil unseres Logos. Damit er besonders bleibt, setzen wir ihn sonst nur an einer Stelle ein: als schmale Leiste.



Space Blue
0 %

Mittelpunkt
50 %

Deep Pink
95 %

Linear · 90° (von links nach rechts) · CSS: `linear-gradient(90deg, #1D2E64 0%, #E5007D 95%)`

Erlaubt

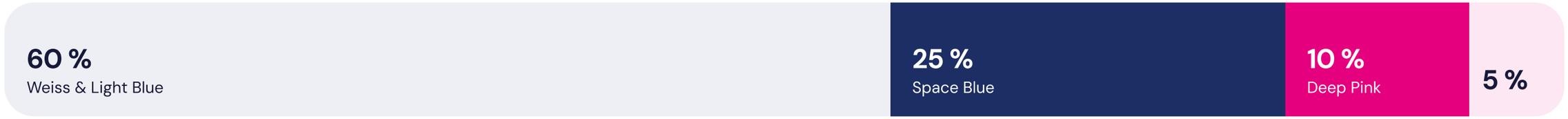
- **Wortmarke, Bildmarke und App-Icon**
- **Verlaufsleiste** am unteren Rand von Präsentationen und Dokumenten, höchstens 1 % der Formathöhe

Nicht erlaubt

- Als Hintergrund von Flächen, Karten oder Buttons
- In Schrift, Icons oder Formen. Für Fotos gibt es das Farb-Overlay (Kapitel Bildwelt)

Farbverhältnis und Kombinationen

Weiss und helle Flächen überwiegen, Space Blue gibt Struktur, Pink bleibt selten.



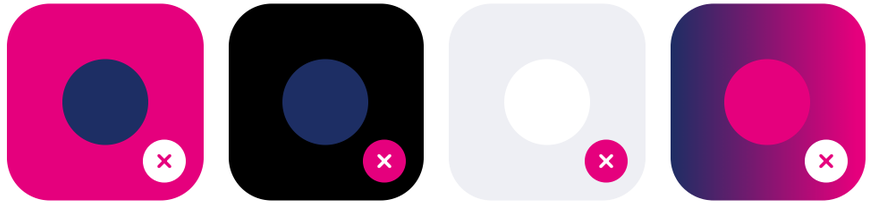
Richtwert über eine Kampagne oder Website gesehen. Einzelne Formate (z. B. ein Event-Plakat in Space Blue) dürfen abweichen.

So kombinieren wir



Auf Space Blue: Pink als Fläche immer, als Schrift nur in Headlines ab 32 px.

Das vermeiden wir



Zu wenig Kontrast, trübe Paarungen oder der Verlauf als Fläche.

Kontrast und Barrierefreiheit

Wir halten WCAG 2.2 Stufe AA ein: mindestens 4,5 : 1 für Text, 3 : 1 für grosse Schrift ab 24 px (oder 19 px Bold) und für Bedienelemente. Einzige bewusste Ausnahme: das pinke Schlüsselwort in grossen Headlines auf Space Blue.

Aa	Ink auf Weiss Fliesstext, Headlines	17,0 : 1	Alle Grössen
Aa	Space Blue auf Weiss Headlines, Zahlen	12,9 : 1	Alle Grössen
Aa	Weiss auf Space Blue Text auf dunklen Flächen	12,9 : 1	Alle Grössen
Aa	Muted auf Weiss Sekundärtext	6,3 : 1	Alle Grössen
Aa	Deep Pink auf Weiss Links, Schlüsselwörter	4,5 : 1	Alle Grössen
Aa	Weiss auf Deep Pink Buttons, Badges	4,5 : 1	Alle Grössen

Aa	Deep Pink auf Light Blue grosse Schrift, Akzente	4,0 : 1	Nur gross
Aa	Deep Pink auf Light Pink grosse Akzente	3,9 : 1	Nur gross
Aa	On Dark auf Space Blue Sekundärtext auf dunklen Flächen	8,7 : 1	Alle Grössen
Aa	Space Blue auf Light Blue Text auf Karten und Flächen	11,2 : 1	Alle Grössen
Aa	Deep Pink auf Space Blue nur Headlines ab 32 px, bewusst unter AA	2,8 : 1	Ab 32 px
Aa	Space Blue auf Deep Pink nie für Text verwenden	2,8 : 1	Nicht erlaubt

younity

Typografie

04

Eine Schrift für alles: DM Sans. Dazu Schnitte, Skala, Satzregeln und das pinke Schlüsselwort.



DM Sans

Geometrische Grotesk mit geringem Kontrast, kostenlos unter der SIL Open Font License. Erhältlich über Google Fonts, auf der Website selbst gehostet.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz Ää Öö Üü
& ? ! „ “ € % @ ( ) · → +

Light 300 | Regular 400 | Medium 500 | **Semibold 600** | **Bold 700**

Fallback: Arial, Helvetica, sans-serif. In Office-Vorlagen DM Sans installieren. Wo das nicht möglich ist (z. B. E-Mail-Programme), greift Arial.

Schriftschnitte

Fünf Schnitte mit festen Aufgaben. Mehr braucht es nicht.

Bold 700 Laufweite -2 % bis -3 %	Headlines, Statistiken, Preise, Hervorhebungen im Fliesstext	**Für dein erfülltes Leben**
Semibold 600 Laufweite 0 bis +1 %	Buttons, Kartentitel, Navigation, Labels	**Jetzt kostenlos starten →**
Medium 500 Laufweite 0	Namen, Untertitel, Metazeilen	Shi Heng Yi · Shaolin-Meister
Regular 400 Laufweite 0	Fliesstext, Leads, Beschreibungen	Online-Programme, Masterclasses und Live-Events.
Light 300 nur ab 64 px	Grosse Kapitelnummern und einzelne Display-Wörter, nie für Text	01 02 03

Typo-Skala

Werte für Desktop. Mobil verkleinern wir Display bis H2 auf rund 70 %: H1 36 px, H2 28 px, Fliesstext 16 px.

Display	56 / 60 · Bold · -3 %	Wie möchtest du wachsen?
H1	48 / 54 · Bold · -3 %	Die besten Mentoren
H2	40 / 46 · Bold · -2 %	Gerade neu bei younity
H3	22 / 28 · Semibold · -2 %	Schätze der Shaolin: das komplette 21-Tage-Programm
H4	20 / 28 · Semibold	Wie kann ich bei younity dabei sein?
Lead	20 / 31 · Regular	Vier Wege, ein Ziel: ein erfülltes Leben.
Body	17 / 28 · Regular	Video-Teachings, Live-Coachings und eine Community, die denselben Weg geht wie du.
Small	15 / 23 · Regular	Ein paar Tage raus aus dem Alltag, mitten hinein in die Transformation.
XS	13 / 19 · Regular	Deine Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.
Meta	14 / 20 · Medium	Online-Kurs · Shi Heng Yi · 21 Tage

Das pinke Schlüsselwort

Unser typografisches Erkennungszeichen stammt aus dem ersten Guide: ein Wort in Pink. Es wirkt nur, solange es selten bleibt.

Die Bühne für die **inspirierendsten** Lehrer unserer Zeit

Auf hellem Grund
Ein Wort in Deep Pink

Das spirituelle **Festival** in Europa

Infos und Tickets

Auf Space Blue
Ein Wort gross in Deep Pink, kleine Schrift bleibt weiss

Ein Wort

Das emotionale Kernwort einer Aussage, nie ein ganzer Satz. Gleicher Schnitt, nur die Farbe wechselt. Auf Space Blue ebenfalls Deep Pink, aber nur in Headlines ab 32 px.

Selten

Höchstens einmal pro Format oder Bildschirm, in der wichtigsten Headline. Zwischenüberschriften und Seitentitel bleiben einfarbig.

Keine Versalien

Keine Zeilen in Grossbuchstaben über Headlines. Kategorien stehen als Metazeile in normaler Schreibweise: „Online-Kurs · 21 Tage“.

Satzregeln

- **Linksbündig.** Zentriert nur für kurze Headlines und Calls-to-Action (max. drei Zeilen).
- **Zeilenlänge** höchstens 680 px, rund 60 bis 75 Zeichen.
- **Keine Versalien.** Auch Badges, Labels und Kategorien stehen in normaler Schreibweise.
- **Zeilenabstand:** Headlines 1,0 bis 1,15, Fliesstext 1,6.
- **Laufweite:** Headlines -2 % bis -3 %, Fliesstext unverändert.
- **Zeichen:** deutsche Anführungszeichen „so“, Apostroph ’, Bis-Strich ohne Leerzeichen (10–12 Uhr), Preise mit Leerzeichen (199 €).

Don’ts



Keine Schatten



Keine Kontur



Nicht verzerren



Kein Verlauf in Schrift



Keine Versalien



Nicht mehrere Farben

younity

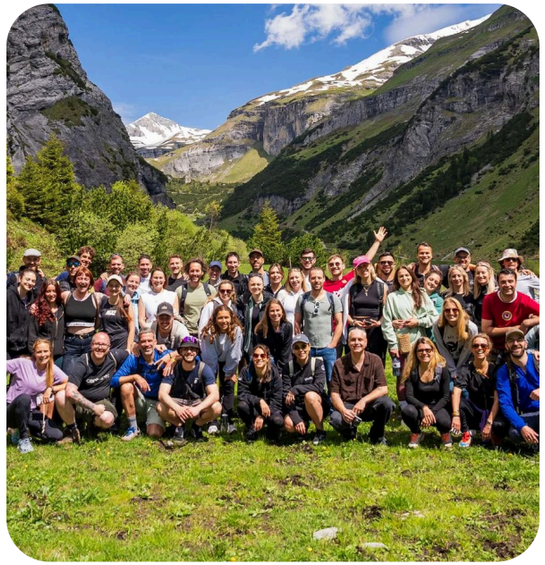
Bildwelt

05

Porträts, Events, Community und Natur. Dazu Bildformen, Farb-Overlay und Illustrationen.

Bildsprache

Vier Motivgruppen, auf die wir uns konzentrieren.



Echte Momente

Echte Menschen und echte Emotionen. Gemeinschaft, die man spürt.



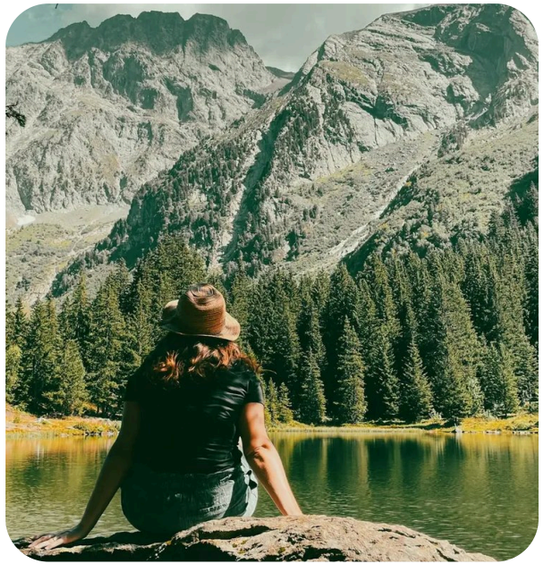
Nahbare Mentoren

Blickkontakt, warmes Licht, ruhiger Hintergrund.



Energie der Bühne

Verbindung zwischen Bühne und Publikum, Licht und Bewegung.

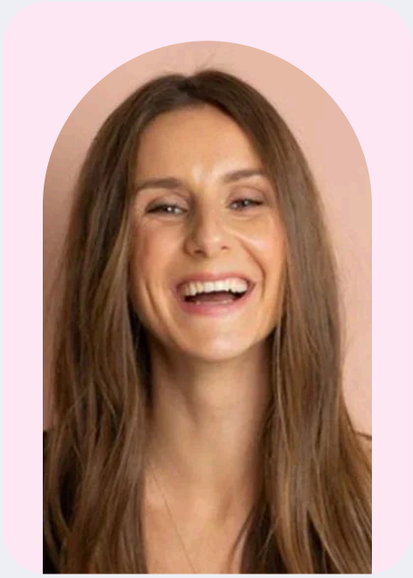


Licht und Weite

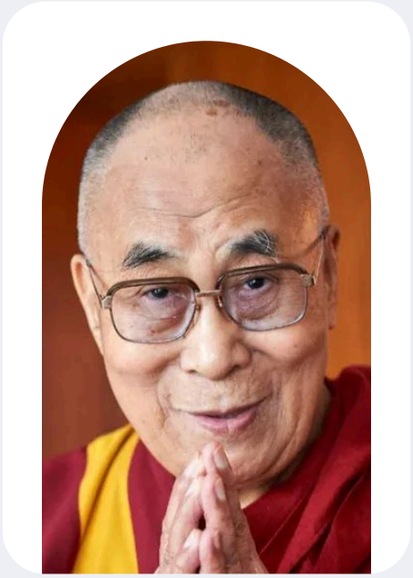
Natur, Himmel und Wasser: Räume zum Durchatmen und Ankommen.

Mentoren-Porträts

Porträts sind unser wichtigstes Bildmotiv. Sie stehen auf Light Blue, Light Pink oder Weiss und werden im Bogen oder Kreis angeschnitten.








Joe Dispenza


Anita Moorjani


Bruce Lipton


Gregg Braden


Eva-Maria Zurhorst

- **Ausschnitt:** Kopf und Schultern, frontal oder leicht seitlich, Blick in die Kamera.
- **Ausdruck:** freundlich, offen, präsent. Keine gestellten Posen.
- **Hintergrund:** hell und ruhig oder freigestellt auf Light Blue bzw. Light Pink.
- **Qualität:** mindestens 1080 px an der kurzen Seite, für Druck 300 dpi in Endgrösse.
- **Rechte:** nur freigegebene Fotos der Mentoren. Keine KI-generierten oder veränderten Gesichter.
- **Namen** stehen als weisse Pille auf dem Bild oder als Avatar-Chip daneben.

Motivwelten

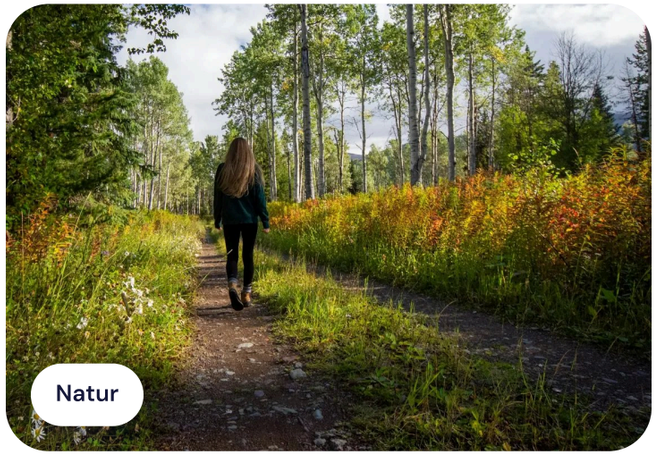
Neben den Porträts erzählen drei Motivwelten von younity: die Kraft der Live-Events, die Wärme der Community und die Weite der Natur.











Bildbehandlung

Bilder werden in unsere Formenfamilie gesetzt. Grosse Hintergrundbilder mit Text erhalten das Farb-Overlay.

Bildformen







Kreis für Avatare · **Bogen** für Porträtkarten · **Rechteck mit 24 px Radius** für Fotos.

Bearbeitung

- Natürliche Farben, eher warm und hell. Keine Vintage-Filter oder starken Looks.
- Kein Text über Gesichtern oder unruhigen Bildbereichen.
- Keine Stockfoto-Klischees wie Lotusblüten auf Steinen oder gestellte Business-Lächeln.

Farb-Overlay



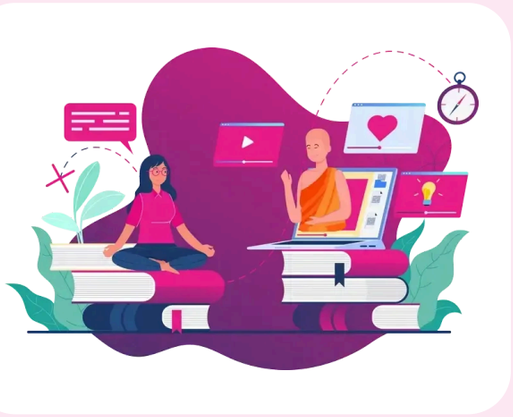


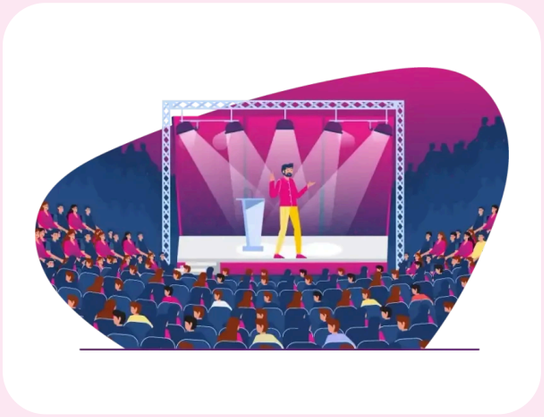
Einsatz	Breite Hintergrundbilder, auf denen Text steht
Verlauf	Deep Pink oben → Space Blue unten, ca. 170°
Deckkraft	60 bis 80 %, Füllmethode Multiplizieren
Text darauf	immer Weiss, Kontrast prüfen

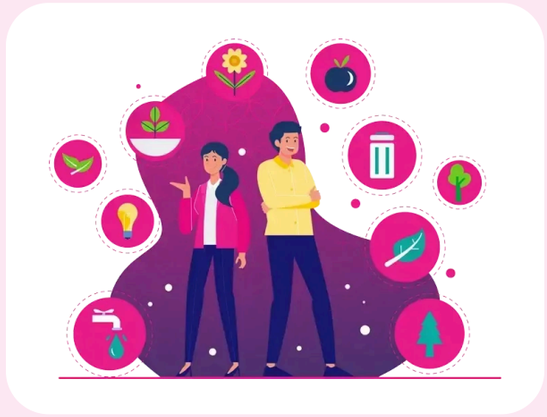
Das Overlay ist ein Werkzeug für Fotos und nicht der Logo-Verlauf. Es wird nie auf Porträts angewendet.

Illustrationen

Unsere Illustrationen erklären Angebote, Abläufe und Werte. Sie sind flach, freundlich und in unserer Palette gehalten.









Stil

Flache Formen ohne Konturen, Figuren mit Pink- und Blautönen, eine organische Fläche in Pink bis Violett als Bühne.

Einsatz

Angebotskategorien, Onboarding, Nachhaltigkeit, Erklärgrafiken, leere Zustände in Apps.

Grenzen

Nie als Ersatz für Mentorenfotos. Keine fremden Illustrationsstile mischen. Neue Motive im bestehenden Stil beauftragen.

younity

Gestaltungselemente

06

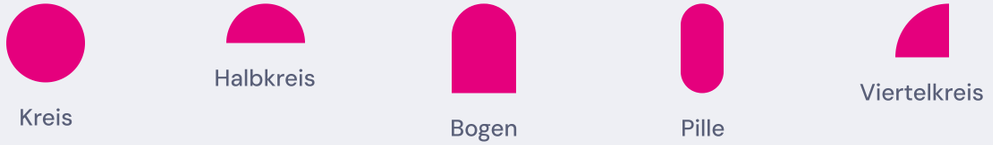
Der Kreis aus unserer Bildmarke ist der Ursprung aller Formen,
die wir verwenden.



Der Kreis

Der Kreis steht für Einheit, für das Vollkommene und das All-Eine. Als Linie ohne Anfang und Ende steht er für Unendlichkeit und Wiederkehr, als Ring für Schutz und Verbundenheit.

Er stammt direkt aus unserer Bildmarke. Aus ihm entsteht eine kleine Formenfamilie, die wir als Bildmaske, Fläche oder Akzent einsetzen.



Formen im Einsatz

Drei Einsatzarten. Pro Format reicht in der Regel eine davon.



Orbit

younity in der Mitte, die Mentoren kreisen darum. Für Hero-Bereiche, Titel und Events. Ringe 1 bis 2 px in Weiss mit 8 bis 12 % Deckkraft.



Bildmaske

Bogen und Kreis rahmen Porträts und Fotos. Sie geben Bildern Wärme und verbinden sie mit der Bildmarke.

187+

Programme

Akzent

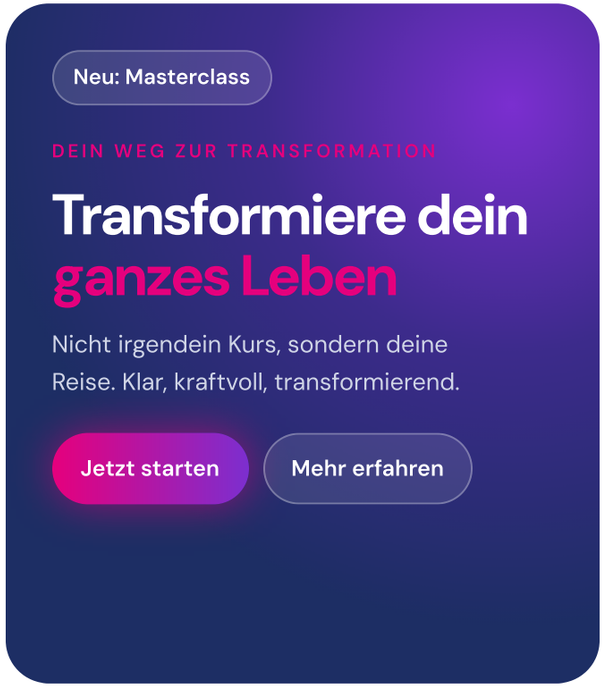
Angeschnittene Formen am Rand und die pinke Akzentlinie über Zahlen und Namen. Höchstens zwei Formen pro Format.

Formen in Space Blue, Deep Pink, Light Blue, Light Pink oder Weiss. Ohne Verlauf, ohne Schatten und ohne Kontur, mit Ausnahme der Orbit-Ringe.

Baukasten-Muster vermeiden

Viele Websites und Posts, die mit Vorlagen oder KI-Tools entstehen, sehen gleich aus. Diese Muster machen younity austauschbar. Wir setzen sie nicht ein.

- **Versal-Zeilen über jeder Headline,** klein, pink, mit weiter Laufweite
- **Pillen-Badge über der Hero-Headline** wie „Neu: …“
- **Leuchtende Glows,** Glas-Effekte und Verläufe als Hintergrund
- **Pink in jeder Headline** statt einmal an der wichtigsten Stelle
- **Kleine pinke Schrift auf Space Blue,** etwa in Labels oder Fliesstext
- **Drei gleiche Icon-Karten** als Standard-Abschnitt
- **Emojis und Funkel-Symbole** als Icons
- **KI-generierte Menschen** und austauschbare Stockfotos
- **Floskeln:** „nicht X, sondern Y“, Dreierketten, Wortspiele in jedem Titel



Baukasten
Badge, Versal-Zeile, Glow, zwei pinke Stellen, Floskel, zwei gleichwertige Buttons



younity
Eine klare Aussage, ein pinkes Wort, ein Button, eigene Form

younity

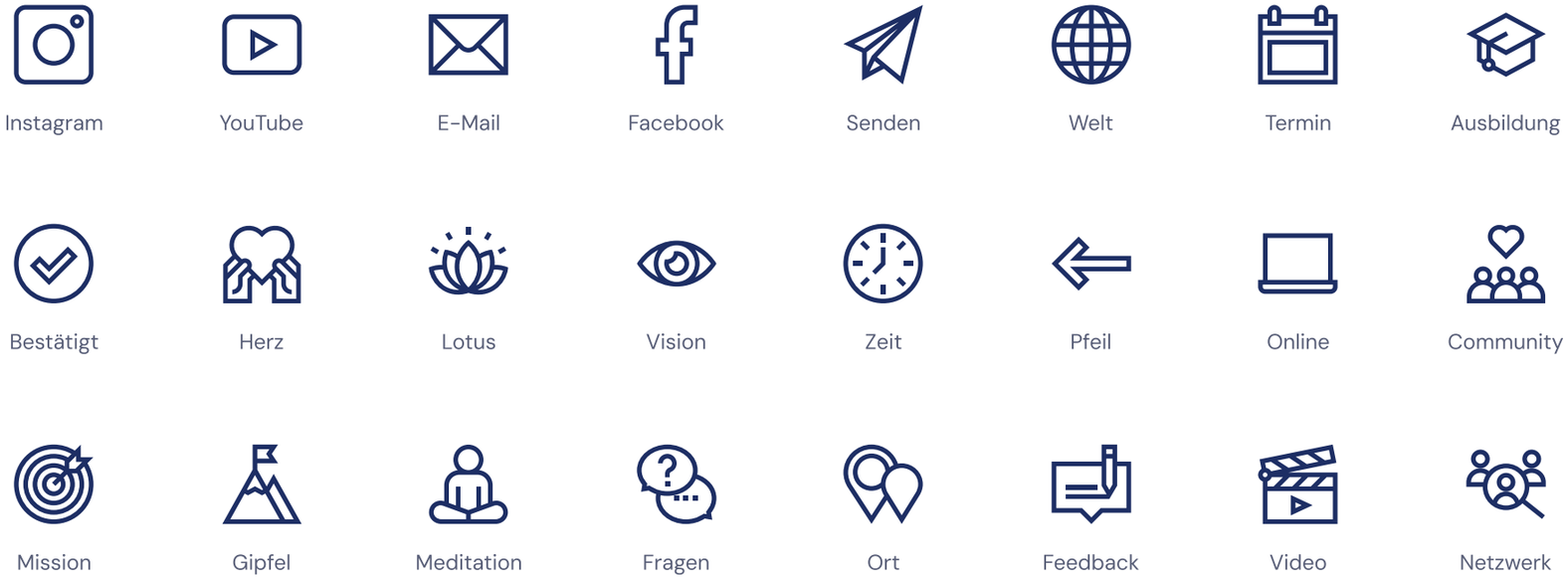
Icons

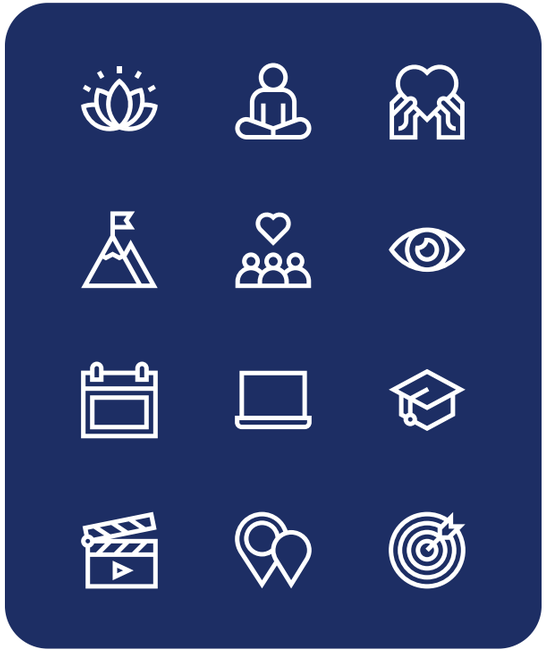
07

Brand-Icons für Inhalte, UI-Icons für die Bedienung.

Brand-Icons

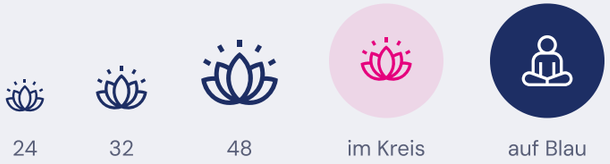
Monolinear, mit einheitlicher Strichstärke. Für Vorteile, Programminhalte, Präsentationen, Print und Social Media.





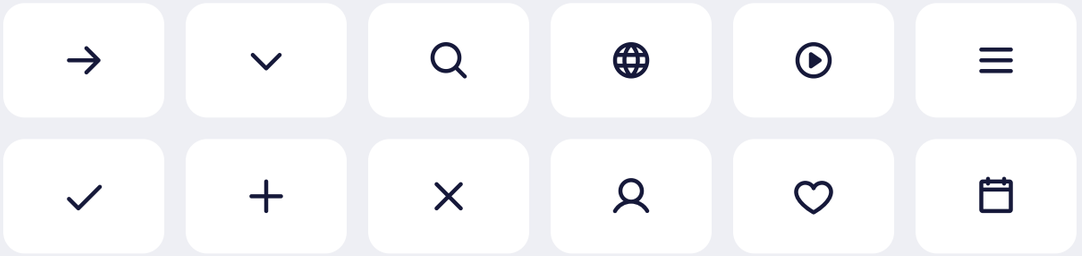
Regeln für Brand-Icons

- **Farbe:** Space Blue, Ink oder Weiss. Pink nur für interaktive Elemente oder einen einzelnen Akzent.
- **Grösse:** mindestens 24 px, ideal 32 bis 48 px. Icons einer Reihe immer gleich gross.
- **Im Kreis:** Icon in Deep Pink auf Pink Soft (10 % Pink), wenn es klickbar ist.
- **Nicht verändern:** nicht füllen, nicht verzerren, keine Icons aus anderen Sets mischen.



UI-Icons

Auf der Website und in digitalen Produkten nutzen wir Phosphor Icons im Stil Bold. Sie sind für Benutzeroberflächen optimiert, frei lizenziert (MIT) und decken alle Bedienfunktionen ab.



Grössen 16, 20 und 24 px. Farbe übernimmt die Textfarbe (currentColor). Quelle: phosphoricons.com

younity

UI & Web

08

Komponenten, Abstände und Tokens für Website und digitale Produkte. Pink kennzeichnet, was klickbar ist.

Buttons und Links

Pro Bereich gibt es genau einen Primary Button. Buttons sind immer pillenförmig und tragen ein Verb.

Primary

Starte deine Reise

Hover

Höhe	52 px · klein 44 px
Innenabstand	15 × 36 px · klein 10 × 22 px
Schrift	15 px Semibold, Weiss
Fläche	Deep Pink · Hover #C8006D
Schatten	Pink, 24 px weich

Secondary & Link

Alle Mentoren entdecken

Mehr dazu →

→

Ausgebucht

Secondary	Weiss, 1 px Rahmen, Space Blue
Link	15 px Semibold, Pink, mit Pfeil
Icon-Button	44 px, Pink Soft, Pfeil in Pink

Auf Space Blue

Infos und Tickets

Programm ansehen

Primary	unverändert Deep Pink (Fläche)
Schrift	Weiss oder #CFD4E6, Pink nur in Headlines ab 32 px
Secondary	transparent, Rahmen Weiss 45 %
Fokus	4 px Ring in Pink Soft

Beschriftung

Kurz und aktiv, mit Verb: „Jetzt kostenlos starten“, „Infos und Tickets“. Nicht: „Hier klicken“, „Absenden“.

Hierarchie

Primary für die Hauptaktion, Secondary für Alternativen, Link für weiterführende Inhalte.

Bewegung

Hover hebt den Button um 1 px an. Übergänge 240 ms, Easing cubic-bezier(.16, 1, .3, 1).

Formulare, Badges und Chips

Formularfelder sind pillenförmig wie Buttons. Badges und Chips helfen beim Orientieren, ohne zu überladen.

Vor- und Nachna

E-Mail

Kostenlos starten

Ich akzeptiere die Datenschutzbestimmungen und möchte den younity Newsletter erhalten.

Wie kann ich bei younity dabei sein?

Eingabefeld	52 px hoch, Weiss, Rahmen #D5D8E3, Fokus in Pink
Checkbox	20 px, rund, aktiv in Deep Pink
Akkordeon	20 px Semibold, 24 px Radius, Plus-Icon im Kreis

Badges

Neu -40 % Live Kostenlos

Metazeile und Bewertung

Online-Kurs · 21 Tage Live-Event · Basel

Namen und Mentoren-Chips

Shi Heng Yi Bruce Lipton Marianne Williamson

Badge	12 px Semibold, normale Schreibweise, Pille, max. ein Badge pro Karte
Namens-Pille	Weiss auf Bild, 12,5 px Semibold, weicher Schatten
Sterne	Deep Pink, nur echte Bewertungen zeigen

Karten

Karten haben 24 px Radius, einen feinen Rahmen statt harter Schatten und folgen immer derselben Reihenfolge.



Event · Basel

Progressive Retreat in Basel

Ein Retreat für deine neue Zukunft.

statt ~~799 €~~
599 €

Online-Programme

Lerne von den Besten, wann und wo du willst

Video-Teachings, Live-Coachings und eine Community.



Kostenlos

Trainings & Masterclasses

Ohne Risiko reinschnuppern.

★ ★ ★ ★ ★

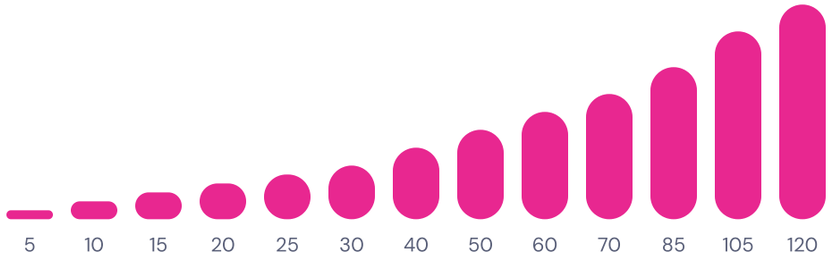
„Ich habe mich selbst sehr weiterentwickelt.“

Produktkarte: Bild mit Badge und Namens-Pille → Metazeile → Titel (H3) → Kurztext → Fusszeile mit Pfeil und Preis. Preise und Inhalte in diesem Beispiel sind Muster.

Raster, Abstände und Radien

Alle Abstände folgen einem 5er-Raster. Es gibt zwei Radien plus die Pille und zwei Schatten.

Abstände



Container	1160 px · breit 1320 px · schmal 760 px
Seitenrand	24 px mobil
Textbreite	max. 680 px
Sektionen	105 bis 120 px Abstand (Desktop)
Nach Headline	48 px · vor Call-to-Action 64 px

Radien

12 px
Kleine Elemente unter 100 px: Thumbnails, Icon-Kacheln, Farbfelder

24 px
Alles Flächige: Karten, Fotos, Kacheln, Akkordeon

Pille
Alles Klickbare: Buttons, Felder, Badges, Chips

Schatten

Karte · weich, bläulich

Button · Pink

Design Tokens

Alle Werte dieses Guides gibt es als CSS-Variablen. Sie lassen sich direkt in Website und Apps einbinden.

- **tokens.css** mit Farben, Typografie, Radien, Schatten, Abständen
- **DM Sans** selbst gehostet als WOFF2, ohne Abruf bei Google
- **Präfix** --yn- für alle Variablen

```css
/* younity Design Tokens 2.0 (Auszug) */
:root {
  --yn-space-blue: #1D2E64;
  --yn-deep-pink: #E5007D;
  --yn-light-blue: #EEEFF4;
  --yn-light-pink: #FCE7F2;
  --yn-pink-hover: #C8006D;
  --yn-text-on-dark-muted: #CFD4E6;
  --yn-ink: #16193A;
  --yn-gradient-brand: linear-gradient(90deg, #1D2E64 0%, #E5007D 95%);

  --yn-font: "DM Sans", Arial, Helvetica, sans-serif;
  --yn-fs-h1: 48px;  --yn-lh-h1: 54px;
  --yn-fs-body: 17px; --yn-lh-body: 28px;
  --yn-tracking-tight: -0.02em;

  --yn-radius-sm: 12px;
  --yn-radius-lg: 24px;
  --yn-radius-pill: 999px;
  --yn-shadow-button: 0 10px 24px -10px rgba(229,0,125,.55);
  --yn-ease: cubic-bezier(0.16, 1, 0.3, 1);
}
```

younity

Tonalität

09

Wir duzen, schreiben konkret und versprechen nichts, was wir nicht halten können.

So schreiben wir

Vier Prinzipien, jeweils mit einem Beispiel.

Persönlich

Wir duzen und sprechen jede Person direkt an.

So

Starte deine Reise.

Nicht so

Starten Sie Ihre persönliche Transformationsreise.

Warm

Wir zeigen Gefühl und bleiben dabei geerdet.

So

Finde zurück zu deiner inneren Ruhe.

Nicht so

Tauche ein in die unendliche Glückseligkeit des Universums!

Klar

Wir nennen Fakten und verzichten auf Fachjargon.

So

8 Tage, kostenlos, in deinem Tempo.

Nicht so

Ein multidimensionales Erlebnis auf allen Ebenen.

Ehrlich

Keine Heilversprechen, keine falsche Dringlichkeit.

So

Viele Teilnehmende erleben mehr Gelassenheit.

Nicht so

Heilt deine Ängste in 7 Tagen. Nur heute!!!

Schreibweisen

- **younity schreiben wir immer klein**, auch am Satzanfang und in Überschriften. Nie Younity, YOUNITY oder YOUnity.
- **Du-Form** in allen Kanälen an unsere Community. In formeller Geschäftskorrespondenz kann gesiezt werden.
- **Schweizer Rechtschreibung** mit ss statt ß: grosse, weiss, Strasse.
- **Ziffern** in Headlines, Buttons, Badges und Fakten: 8 Tage, 3 Mio., 70+ Länder.
- **Emojis** sparsam und nur in Social Media und E-Mail-Betreffzeilen, höchstens eines pro Satz.
- **Calls-to-Action** beginnen mit einem Verb: Starte, Entdecke, Sichere dir.

Wording

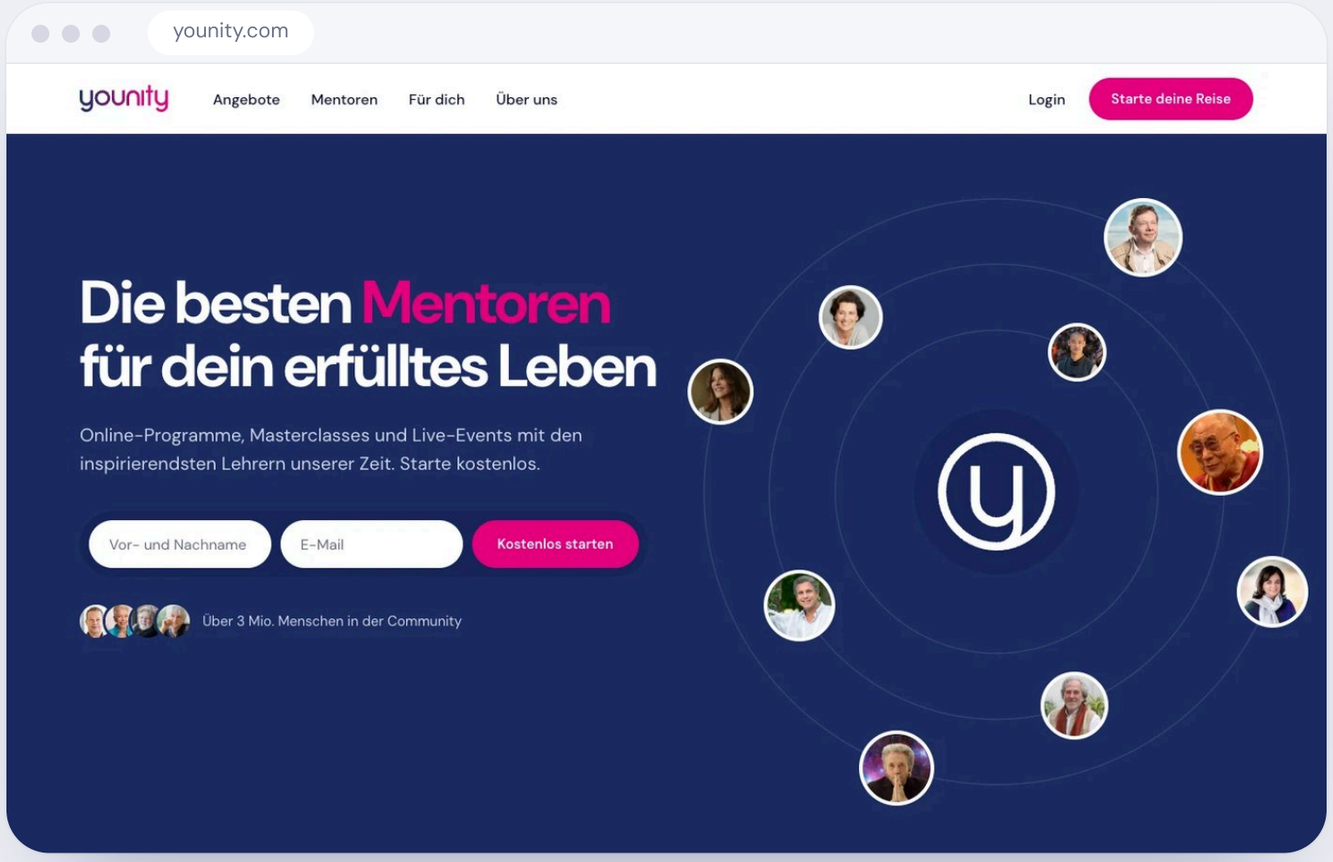
Wir sagen	Statt
Mentorinnen und Mentoren	Gurus, Coaches, Speaker
Online-Programm, Online-Kurs	Produkt, Content, Paket
Community, Teilnehmende	Kunden, User, Zielgruppe
Reise, Weg, Wachstum	Optimierung, Hack, Upgrade
erfülltes Leben	perfektes Leben, Erfolg um jeden Preis
kostenlos	gratis, umsonst
Live-Event, Festival	Seminarveranstaltung

younity

Anwendungen

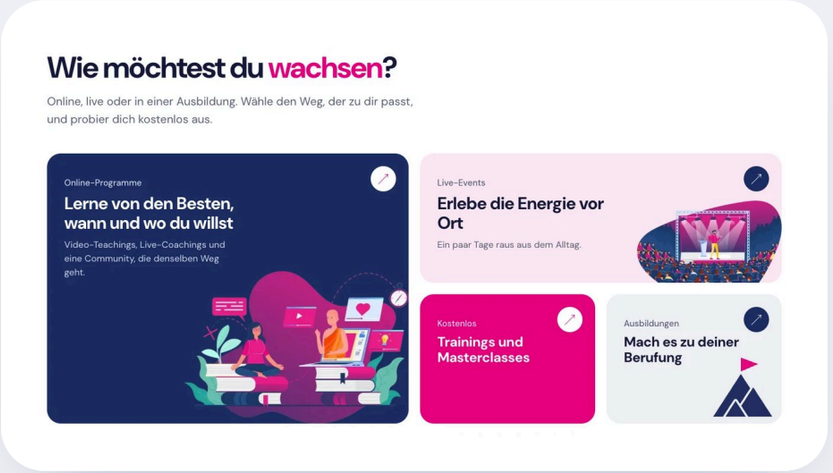
10

Beispiele für Website, Social Media, Video, Print, E-Mail und Präsentationen.



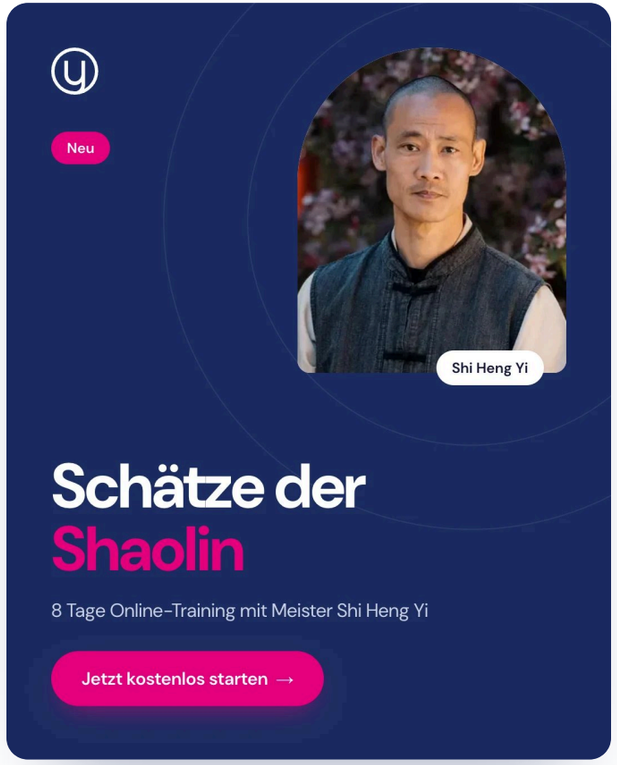
Website

Hero in Space Blue mit Orbit, eine Headline mit einem pinken Wort, ein klarer Call-to-Action, Karten mit 24 px Radius und viel Weissraum.



Social Media

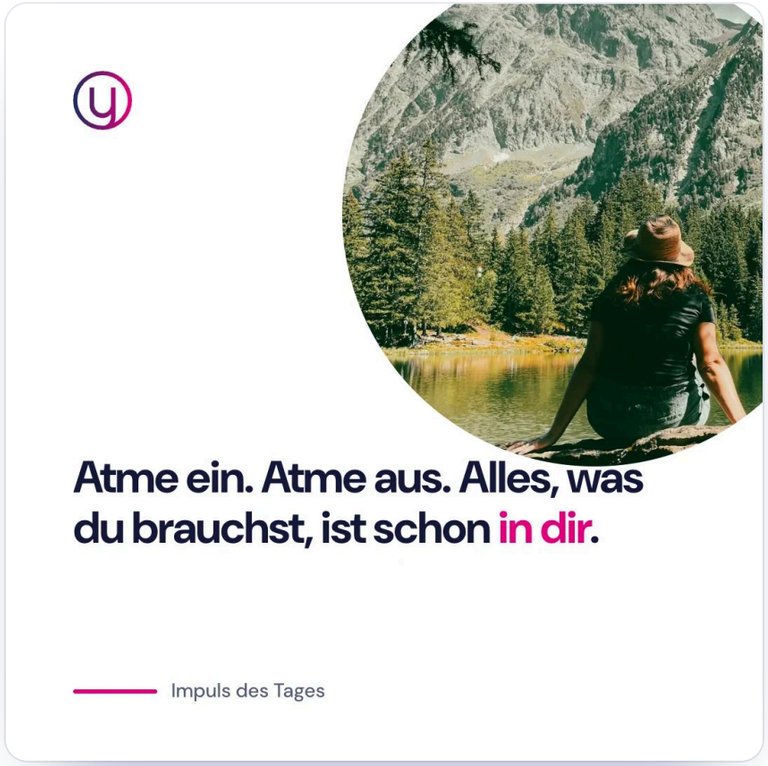
Eine Botschaft pro Post, höchstens ein Call-to-Action. Die Bildmarke sitzt als Wasserzeichen in einer oberen Ecke.



Ankündigung · 1080 × 1350 · Space Blue, Porträt im Bogen



Community-Stimme · 1080 × 1080 · echte Bewertung



Impuls · 1080 × 1080 · Foto im Kreis angeschnitten

Story und YouTube



Story / Reel-Cover · 1080 × 1920



YouTube-Thumbnail · 1280 × 720

- **Story:** oben 250 px und unten 340 px frei lassen. Dort liegen Profil und Bedienelemente.
- **Thumbnail:** Gesicht gross, höchstens fünf Wörter, ein Schlüsselwort in Deep Pink.



Plakat · A2 hoch

Plakat und Event

Ein Plakat hat zwei Sekunden. Space Blue als Fläche, der Orbit mit Mentoren und eine grosse Headline machen es sofort zu younity.

Aufbau

- Wortmarke weiss oben links
- Bildwelt im Kreis, Mentoren im Orbit
- Headline, ein Satz, Call-to-Action

Druckdaten

- Pantone 288 C und 226 C oder CMYK, Werte aus Kapitel 03
- Bilder 300 dpi in Endgrösse
- 3 mm Beschnitt, Proof vor Freigabe

Gleiche Prinzipien gelten für Roll-ups, Bühnenrückwände, Tickets und Badges: viel Space Blue, wenig Text, ein Schlüsselwort in Pink.

younity

Im Browser ansehen



Finde zurück zu deiner inneren Ruhe

Hallo Anna, in unserem neuen Online-Programm zeigen dir sieben Mentoren, wie du Stress im Alltag loslässt. Kostenlos und in deinem Tempo.

Jetzt kostenlos starten

younity

younity GmbH · Hagnaustrasse 27 · CH-4132 Muttenz
Du erhältst diese E-Mail, weil du dich angemeldet hast. Abmelden

Newsletter · 600 px breit

E-Mail und Präsentation





- **E-Mail:** 600 px breit, Wortmarke oben links, ein Hauptbild, eine Headline, ein Button. Schrift-Fallback Arial.
- Absender, Adresse und Abmeldelink stehen immer im Footer.
- **Folien:** 16:9, DM Sans, Verlaufsleiste unten. Titel- und Kapitelfolien in Space Blue mit Wortmarke.
- Inhaltsfolien weiss, Bildmarke oben rechts, ein Gedanke pro Folie.

Marken-Check

Zehn Fragen vor jeder Veröffentlichung.

- [ ] Richtiges Logo für den Hintergrund, Schutzraum eingehalten?
  Kapitel 02
- [ ] Wortmarke und Bildmarke getrennt, Logo aus Originaldatei?
  Kapitel 02
- [ ] Nur Farben aus der Palette, Pink sparsam als Akzent?
  Kapitel 03
- [ ] Verlauf nur im Logo oder in der Verlaufsleiste, keine Glow-Effekte?
  Kapitel 03 und 06
- [ ] Kontrast geprüft, Pink auf Space Blue nur in Headlines ab 32 px?
  Kapitel 03
- [ ] DM Sans, Headline Bold, Pink höchstens einmal, keine Versalien?
  Kapitel 04
- [ ] Echte, hochwertige Bilder, Mentorenfotos freigegeben?
  Kapitel 05
- [ ] Ein klarer Call-to-Action mit Verb?
  Kapitel 08
- [ ] Du-Form, warm und klar, keine Heilversprechen?
  Kapitel 09
- [ ] younity klein geschrieben, Rechtschreibung mit ss geprüft?
  Kapitel 09

Downloads und Kontakt

Logo-Paket — ZIP
Wortmarke und Bildmarke in allen Varianten, SVG und PNG

Brand-Icons — ZIP
24 Icons als SVG

Design Tokens — CSS
CSS-Variablen inklusive Schrifteinbindung

DM Sans — Link
Schrift zum Installieren über Google Fonts

Brand Guidelines — PDF
Dieser Guide als PDF

Brand Guidelines (English) — PDF
Englische Fassung als PDF

Alle Dateien liegen in der Online-Version dieses Guides zum Download bereit.

Fragen zur Marke?

Dieser Guide hat eine klare Verantwortung.
Brand Owner: *Name eintragen*
Allgemeiner Kontakt: hello@younity.team

Wer eine Regel bewusst bricht, entscheidet das und informiert den Brand Owner. Neue Fälle fliessen in die nächste Version ein.

Versionen

1.0	2024 · Grundlagen zu Logo, Typografie, Icons, Farben und ersten Anwendungen (Entwurf)
2.0	November 2026 · Vollständig überarbeitet. Neu: Bildwelt, Gestaltungselemente, UI & Web, Tonalität, Checkliste, Design Tokens. Keine Versalien mehr, Pink nur noch selten

empowering you

younity GmbH · Hagnaustrasse 27 · CH-4132 Muttenz · younity.com