

kybun | **Joya**



Your Health Partner
kybun Joya Brand Book



Dürfen wir uns vorstellen?

Wir sind Karl III und Karl IV, Vater und Sohn, Gründer der Gesundheitsschuhproduzenten kybun und Joya. Unsere Motivation kybun Joya zu gründen war und ist, den Kundinnen und Kunden in ihrer Nähe eine kompetente, medizinische Anlaufstelle gegen Schmerzen am Bewegungsapparat bis ins hohe Alter zu ermöglichen.

Bereits über zwei Millionen Menschen vertrauen auf unser medizinisches Know-how und unsere medizinische Kompetenz rund um den Bewegungsapparat des Menschen. Uns erreichen täglich Berichte von Kunden, die nun wieder schmerzfrei gehen und neue Lebensqualität genießen können. Therapieren statt operieren!

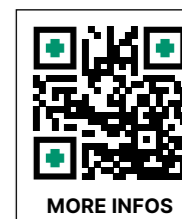
Unsere Kunden lernen die kybun Joya Therapie in Vorträgen und Sprechstunden kennen. Die **drei zentralen Elemente** der **kybun Joya Therapie** sind die **Produkte** von kybun und Joya, die **Lösung von Faszien-Verklebungen** und das **Muskellängentraining**.

May we introduce ourselves?

We are Karl III and Karl IV, father and son, founders of the health shoe manufacturers kybun and Joya. Our motivation for founding kybun Joya was and is to provide customers in their area with a competent, medical point of contact against pain in the musculoskeletal system up to old age.

Already more than two million people trust in our medical know-how and our medical competence around the human musculoskeletal system. Every day, we receive reports from customers who can walk again painlessly, enjoying a new quality of life. Walk away from surgery!

Our customers learn about the kybun Joya Therapy in lectures and consultations. The **three central elements** of the **kybun Joya Therapy** are the **kybun and Joya products**, the **release of fascia adhesions** and the **muscle length training**.



MORE INFOS



Karl Müller III and Karl Müller IV

Inhalt

- 6 Die Marken kybun und Joya**
- 8 Vision / Konzept**
- 10 kybun Joya Therapie**
Der Ursprung | Drei zentrale Elemente
- 13 Wortwahl**
- 14 Markenlogo**
Hauptlogo | Abstand für freistehende Positionen
Don'ts | Positionierung Print | Positionierung Videos
- 22 Farben / Schrift**
- 24 Bildsprache**
Auswahl | Bilder in Anwendung
- 30 kybun Joya Shop**
- 32 Kommunikation**
Website | Welcomeflow | Visitenkarte
Empfehlungskarte | Freundesrabatt | E-Mail | Brief
Arbeitskleidung | Autobeschriftung

Content

- 6 The kybun and Joya brands**
- 8 Vision / Concept**
- 10 kybun Joya Therapy**
The origin | Three central elements
- 13 Wording**
- 14 Brand logo**
Main logo | Distance for free-standing positions
Don'ts | Positioning print | Positioning videos
- 22 Colors | Font**
- 24 Visual language**
Selection | Use of images
- 30 kybun Joya Shop**
- 32 Communication**
Website | Welcomeflow | Business card
Recommendation card | Friends discount | E-mail | Letter
Work clothing | Car graphics



Shop-Beispiel | Shop example

«Beweglich und schmerzfrei – ein Leben lang».

2007 gründete Karl Müller, zusammen mit Markus Bartholet, die Firma kybun AG. Der weltweit einzigartige Luftkissen-Schuh ist ein Bestandteil des Bewegungskonzeptes, zu dem auch die elastisch-federnde Matte und die exzellenten Laufbänder gehören. Weltweit zählen Millionen von Kunden – so auch Persönlichkeiten aus Sport, Kultur und Politik – auf die große Schweizer Gesundheits-Errungenschaft. Ein engagiertes Team am Hauptsitz und am Produktionsstandort in der Schweiz entwickeln die Lösungen laufend so weiter, dass die Kundinnen und Kunden sowie Partner mit Spitzenprodukten von kybun bedient werden.



Urs Koller, CEO & Karl Müller, VRP/COB

«Mobile and pain-free for life».

Karl Müller founded the company «kybun AG» together with Markus Bartholet in 2007. The worldwide unique air-cushion shoe is a component of the movement concept, which also includes the elastic-springy mat and the excellent treadmills. Millions of customers worldwide - including personalities from the worlds of sport, culture and politics - count on the great Swiss health achievement. A dedicated team at the headquarters and the production site in Switzerland continuously develop the solutions, so that customers and partners are provided with top kybun products.

Das macht kybun einzigartig:

- Einzigartige Gesundheitslösungen: Schuhe, Matten, Laufbänder uvm.
- Schweizer Qualität mit Produktion in Sennwald SG (CH)
- Beratungsexcellence bei Gesundheitsproblemen mit Doktor kybun

kybun's uniqueness:

- Unique health solutions: shoes, mats, treadmills and much more
- Swiss quality with production in Sennwald SG (CH)
- Consulting excellence for health problems with Doctor kybun



«Dein Rücken freut sich».

Die Schweizer Jungunternehmer Karl Müller und Claudio Minder gründeten im Jahr 2008 die Marke Joya. Inzwischen ist das Unternehmen in über 40 Ländern vertreten und über 2 Millionen Joya Schuhe sind in Umlauf. Joya gehört mittlerweile zu den führenden Komfort-Schuh-Herstellern weltweit, beschäftigt rund 85 Mitarbeiter und betreibt eine eigene Sohlenproduktion in Busan/Südkorea. Am Schweizer Hauptsitz ist zudem die Vertriebssteuerung, das Controlling und das Marketing aller Märkte beheimatet.



Claudio Minder, CEO & Karl Müller

«Bliss for your back».

Young Swiss entrepreneurs Karl Müller and Claudio Minder founded the «Joya» brand in 2008. The company is now represented in over 40 countries and over 2 million Joya shoes are in circulation. Joya is now one of the world's leading comfort shoe manufacturers, employs around 85 people and operates its own sole production facility in Busan, South Korea. The Swiss headquarters is also home to sales management, controlling and marketing for all markets.

Das macht Joya einzigartig:

- Alle 5 verschiedenen Sohlentechnologien sind AGR zertifiziert
- Handgefertigt in Busan (Südkorea)
- Erprobtes Joya Event- und Werbekonzept

Joya's uniqueness:

- All five different sole technologies are AGR certified
- Handmade in Busan (South Korea)
- Proven Joya event and advertising concept



Vision | Vision

Wir glauben, dass der menschliche Bewegungsapparat so konstruiert ist, dass er bis ins hohe Alter sportlich aktiv und gesund bleiben kann und dass Pflegeheime nur in seltenen Fällen aufgesucht werden müssen. Wir sind überzeugt, dass geläufige Bewegungsbeschwerden, an denen mindestens 1/3 aller Menschen ab 65 regelmäßig leiden, dank gesunder Bewegung im Alltag und durch Begleitung geschulter kybun Joya Gesundheitsberater in den meisten Fällen nachhaltig vermieden werden können.

- Therapieren statt operieren bei über 50 medizinischen Diagnosen
- Kostenlos erlebbare Therapiemethoden in den kybun Joya Shops
- Individuelle Einzelberatung zu spezifischen medizinischen Fragen (Anliegen)

We believe that the human musculoskeletal system is designed to remain athletically active and healthy up to old age and in need of nursing homes only in rare cases. We are convinced that common musculoskeletal complaints, from which at least 1/3 of all people over 65 regularly suffer from, can be avoided in most cases by exercising healthily every day and the accompaniment of trained kybun Joya health advisors along the way.

- Therapy instead of surgery for over 50 medical diagnoses
- Therapy methods that can be experienced free of charge in the kybun Joya Shops
- Individual one-on-one consultation on specific medical questions (issues)



Konzept | Concept

Kompetente Gesundheitsberatung

- Individuelle Lösungen rund um Beschwerden am Bewegungsapparat.
- kybun Joya Kunden mit komplexen Beschwerden profitieren von der Kooperation mit medizinischen Fachleuten.

Persönliches Gesundheitsnetzwerk

- Die kybun Joya Shops pflegen eine enge Zusammenarbeit mit regionalen medizinischen Fachleuten (Physiotherapeuten etc.), welche ihren Patienten die kybun Joya Shops empfehlen.

Sprechstunden und Infovorträge

- kybun Joya Shops bieten ihren Kunden regelmäßig Sprechstunden mit Experten an.
- kybun Joya Shops bieten Infovorträge zum Thema Gesundheit an, um Neukunden zu gewinnen.

Kundenerlebnis

- In den kybun Joya Shops haben die Kunden die Möglichkeit, die Wirkungsweise unserer Therapiemethode am eigenen Körper zu erleben und unsere Produkte zu mieten.

Competent health consultation

- Individual solutions for all musculoskeletal complaints.
- kybun Joya customers with complex complaints benefit from the cooperation with medical experts.

Personal health network

- The kybun Joya stores maintain a close cooperation with regional medical experts (physiotherapists, etc.), who recommend the kybun Joya Shops to their patients.

Consultation hours and information lectures

- kybun Joya Shops regularly offer their customers consultation hours with experts.
- kybun Joya Shops offer information lectures regarding several health topics to attract new customers.

Customer experience

- Customers have the opportunity to experience the effectiveness of our therapy method on their own body and to rent our products in the kybun Joya shops.



kybun Joya Therapie | kybun Joya therapy

Der Ursprung | The origin



Die kybun Joya Therapie hat Ihren Ursprung in den Reisfeldern Südkoreas.

Das Gehen in Reisfeldern ist weich-elastisch-federnd – genau dieses einzigartige Gehgefühl holt kybun Joya in unseren Alltag. Das bedeutet, dass unsere harten und flachen Kunstböden in weich-elastisch-federnde Reisfeldböden verwandelt werden. So wird der ganze Körper ganz von allein trainiert – ohne Übungen und ohne Zeitaufwand! Nicht selten können Menschen mit Gehbeschwerden im Alter dank der kybun Joya Therapie Operationen vermeiden und wieder schmerzfrei gehen.

The kybun Joya therapy has its origin in the paddy fields of South Korea.

Walking in paddy fields feels soft-elastic-springy – kybun Joya brings exactly this unique walking feeling into our everyday life. This means that our hard and flat artificial floors are transformed into soft-elastic-springy paddy field floors. This way, the whole body is exercised all by itself – without spending long hours on exercises! Thanks to the kybun Joya therapy, it is not uncommon for older people with walking problems to avoid surgery and walk painlessly again.

Karl Müller III entdeckt 1979 das Reisfeldgefühl.
Karl Müller III discovered the paddy field feeling in 1979.



Drei zentrale Elemente | Three central elements

Die drei zentralen Elemente der kybun Joya Therapie sind die **Produkte** von kybun und Joya, die **Lösung von Faszien-Verklebungen** und das **Muskellängentraining**.

Trampolineffekt der kybun und Joya Produkte

- kybun und Joya sind die weltweit einzigen Schuhhersteller, die auf Sohlen mit Trampolineffekt setzen. Genau diese Trampolinbewegung ist die Urbewegung des Menschen und regt die Muskel-Faszienketten an, sich wechselseitig anzuspannen und zu entspannen.

Lösung von Faszien-Verklebungen

- Die kybun Joya Therapie besteht zudem aus einem Fundus aus speziellen Übungen und Methoden zum manuellen Lösen von Faszien-Verklebungen. Diese werden durch ausgebildete kybun Joya Gesundheitsberater in Off- und Online-Kursen sowie Sprechstunden und Vorträgen vermittelt.

Muskellängentraining

- Unser Körper braucht nicht nur eine Kräftigung der Muskulatur, sondern auch die Steigerung von Flexibilität und Länge. Mit dem sogenannten Muskellängentraining kommen Sie diesen Zielen näher. Sie wirken typischen Beschwerden, wie Schmerzen im Fuß-, Knie- Hüft- und Rückenbereich, effektiv entgegen.

The **three central elements** of the kybun Joya therapy are the kybun and Joya **products**, the **release of fascial adhesions** and **muscle length training**.

Trampoline effect of kybun and Joya products

- kybun and Joya are the only shoe manufacturers in the world that use soles with a trampoline effect. This trampoline movement is the original movement of humanity and stimulates the muscle-fascia-chains to alternately tense and relax.

Dissolving fascia adhesions

- The kybun Joya therapy also consists of a fundus of special exercises and methods for the manual release of fascia adhesions. These are taught by trained kybun Joya health advisors in off- and online courses, as well as consultations and lectures.

Muscle length training

- Our body needs not only a strengthening of the muscles, but also the increase of flexibility and length. With the so-called muscle length training, you come closer to these goals. You effectively counteract typical complaints such as pain in the foot, knee, hip and back area.



Wortwahl | Wording

Ein Corporate Wording ist eine weitreichende Entscheidung, genauso wie ein neues Logo oder eine neue Hausfarbe. Sie sollte über lange Zeit gültig sein, laufend überprüft und angepasst (Sprache unterliegt dem Wandel) und konsequent in allen Kommunikationsmitteln angewendet werden. Jede Person, die für die Marke oder das Unternehmen arbeitet, sollte sie vor Augen haben und den Nutzen einer einheitlichen Ausdrucksweise kennen.

Corporate wording is a far-reaching decision, just like a new logo or a new corporate color. It should be valid over a long period of time, constantly reviewed and adapted (language is subject to change) and consistently applied in all means of communication. Every person working for the brand or the company should have it in mind and know the benefits of a consistent way of expression.

Trampolineeffekt
 Trampoline effect
 soft-elastic-springy
 weich-elastisch-federnd
 Sprechstunde
 consultations
 Health consultation
 Gesundheitsberatung
therapieren
 walk away
statt operieren
 from surgery
 kybun Joya products
 kybun Joya Produkte
Faszientherapie
 Fascial therapy
 kybun Joya
Therapiemethode
 Therapy
 Muskellängentraining
 Muscle length training

Markenlogo | Brand logo

Hauptlogo | Main logo

Das Markenlogo von kybun Joya ist eine Zusammensetzung aus den registrierten Logos der Firmen kybun und Joya. **Es dürfen nur folgende Varianten verwendet werden:**

The kybun Joya brand logo is a composite of the registered logos of kybun and Joya. **Only the following variants are to be used:**

Markenlogo 2-farbig
Brand logo 2 colors

kybun | Joya

Markenlogo 1-farbig
Brand logo 1 color

kybun | Joya

Markenlogo Hochformat 2-farbig
Brand logo upright format 2 colors

kybun
Joya

Markenlogo Hochformat 1-farbig
Brand logo upright format 1 color

kybun
Joya

Zusätzlich zum Markenlogo von kybun Joya gibt es ein Icon mit Claim. Dieses darf nur im Zusammenhang mit dem Markenlogo benutzt werden. Das Icon darf nicht ohne Claim benutzt werden.

In addition to the kybun Joya brand logo, there is an icon with claim. This may only be used in conjunction with the brand logo. The icon is not to be used without the claim.

Markenlogo mit Icon und Claim
Brand logo with icon and claim

kybun | Joya 

Icon mit Claim
Icon with claim



Markenlogo mit Shop-Standort

Diese Version wird zur Bewerbung eines spezifischen Shops genutzt. Der Name setzt sich zusammen aus Ort und Quartier. Beispiel: **New York-Central Station**

Nach Absprache kann auf die Quartierbezeichnung verzichtet werden.

Brand logo with store location

This version is used to promote a specific store. The name is composed of location and neighborhood.

Example: **New York-Central Station**

After consultation, the neighborhood name can be omitted.

kybun | Joya

Arbon-Hamel

kybun | Joya

Bern-Spitalgasse

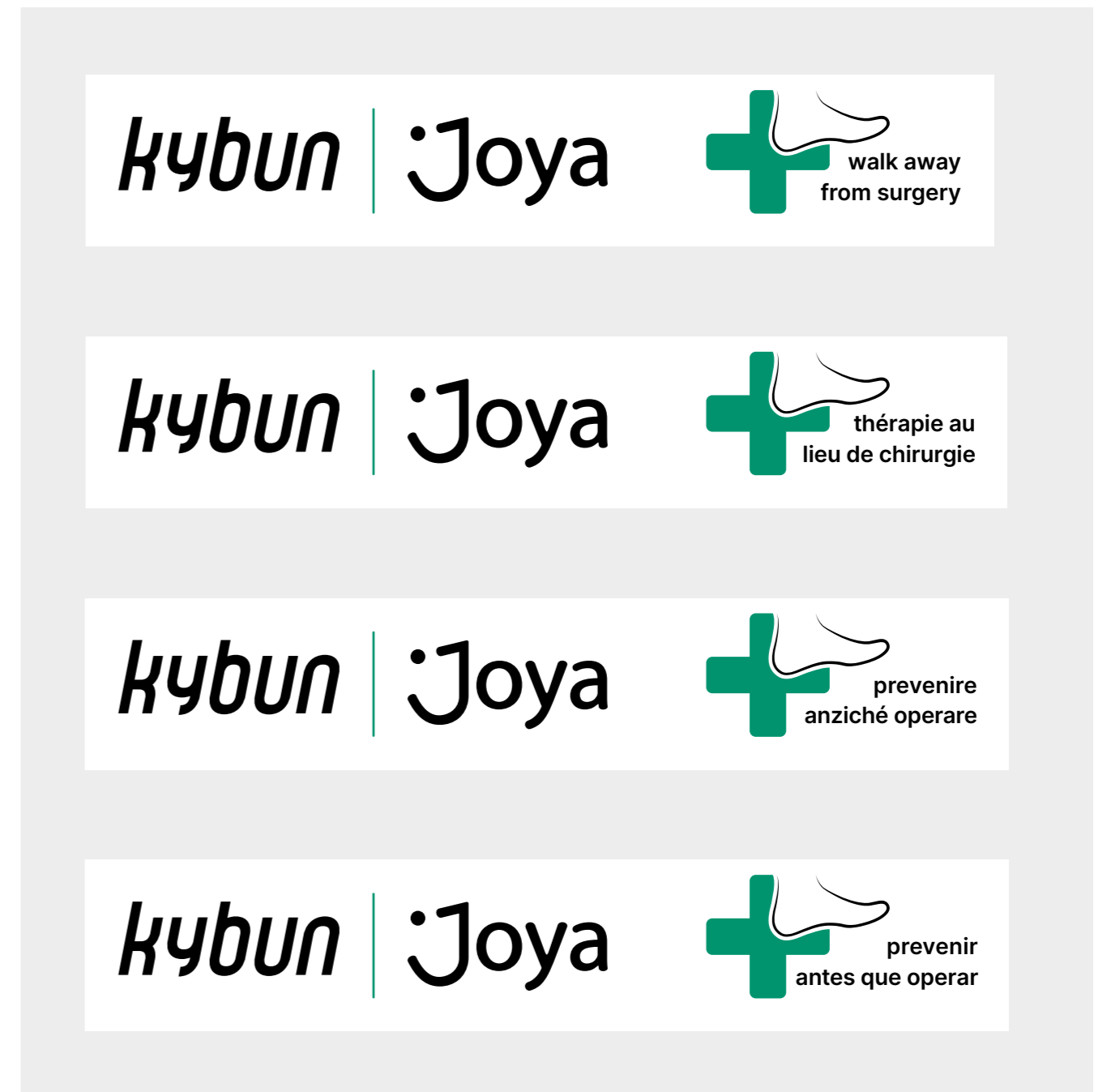
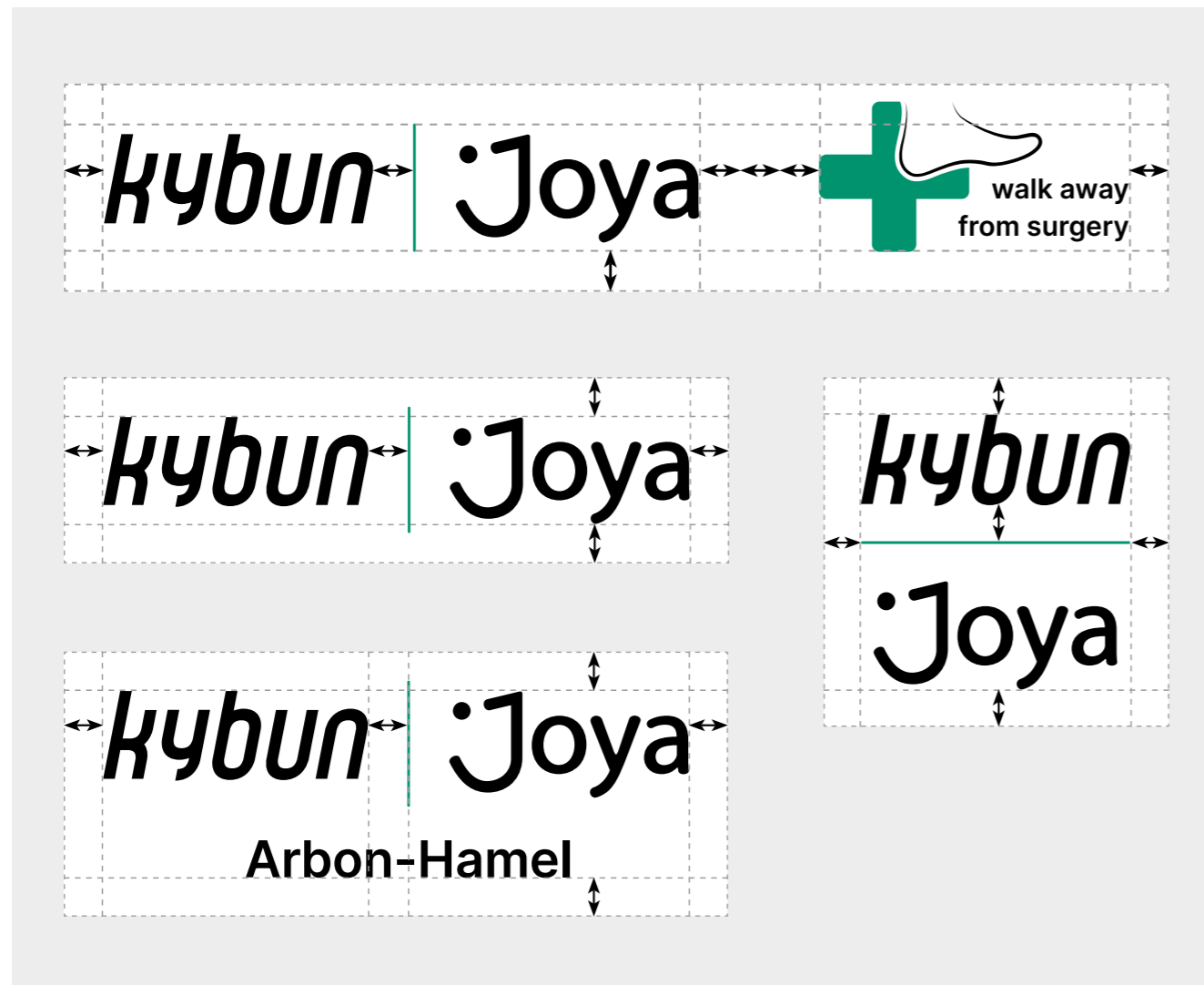
kybun | Joya

Zug-Metalli

Abstand für freistehende Positionen | Distance for freestanding positions

Damit sich die Marke kybun Joya wirklich von anderen abheben kann, ist ein definierter Bereich erforderlich, in dem keine anderen Elemente (z. B. andere Logos) platziert werden dürfen. Dieser Rand entspricht dem Abstand zwischen dem Buchstaben «n» und der Trennlinie zwischen kybun und Joya. In keinem Fall dürfen die Logos unverhältnismäßig skaliert oder in irgendeiner Weise verzerrt werden.

In order for the kybun Joya brand to really stand out, a defined area is required, in which no other elements (e.g. other logos) may be placed. This margin corresponds to the distance between the letter «n» and the dividing line between kybun and Joya. In no case may the logos be disproportionately scaled or distorted in any way.



Don'ts

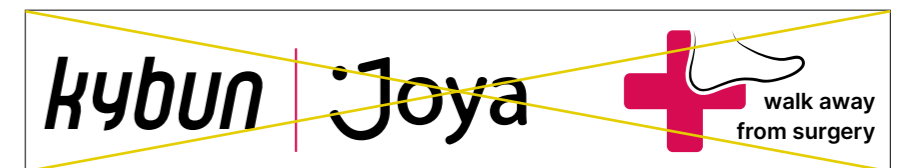
Wir pflegen einen gemeinsamen, stilvollen und professionellen Auftritt. Um das zu gewährleisten, ist es wichtig, gewisse Einschränkungen bei der Darstellung des Logos und der Wortmarke zu berücksichtigen.

We maintain a common, stylish and professional appearance. To ensure this, it is important to consider certain limitations when displaying the logo and wordmark.

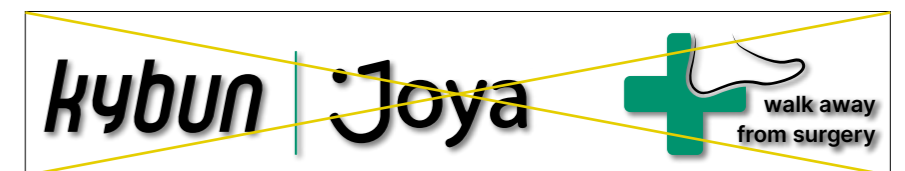
Nachfolgend einige Negativ-Beispiele:

Below some negative examples:

Keine anderen Farben
No other colors



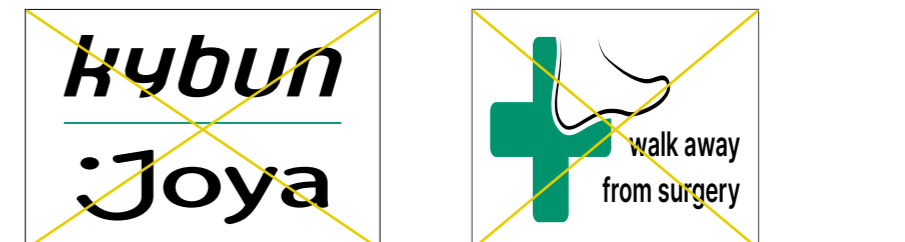
Keine Schatten
No shades



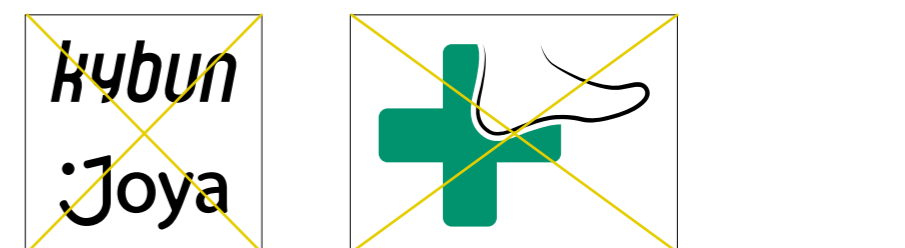
Keine Negativversion
No negative version



Keine Verzerrung
No distortion



Kein Löschen von Elementen
No deletion of elements



Positionierung Print | Positioning print

Wichtige Informationen zur Verwendung des Logos im Printbereich:

- 1 Das kybun Joya Markenlogo muss oben rechts positioniert sein.
- 2 Das kybun Joya Markenlogo und das Icon mit Claim müssen auf weißem Hintergrund platziert sein.
- 3 Die Sprechblase fokussiert den Blick, sie darf keine Textelemente enthalten.
- 4 Der Pfeil der Sprechblase zeigt auf die Aussage.

Dies stellt sicher, dass das gesamte Logo immer sichtbar ist und nicht durch andere Elemente am POS oder bei anderweitiger Verwendung im öffentlichen Raum (Kundenstopper, Schaufenster) teilweise oder vollständig verdeckt werden kann.

Important information on the use of the logo in print:

- 1 The kybun Joya brand logo must be positioned at the top right.
- 2 The kybun Joya brand logo and icon with claim must be placed on a white background.
- 3 The speech bubble focuses the view, it must not contain any text elements.
- 4 The arrow of the speech bubble points to the statement.

This ensures that the entire logo is always visible and cannot be partially or completely obscured by other elements at the POS or when used otherwise in public spaces (customer stoppers, shop windows).

**So nicht:
No-Gos:**



Positionierung Videos | Positioning videos



Wichtige Informationen zur Verwendung des Logos in Videos:

- 1 Markenlogo Hochformat oben rechts und auf weißem Hintergrund
- 2 Bauchbinde Name: Hintergrund grün mit 85% Deckkraft, Name weiß
- 3 Bauchbinde Funktion: Hintergrund weiß mit 85% Deckkraft, Text grün
- 4 Bauchbinde Untertitel: Hintergrund weiß mit 85% Deckkraft, Text grün

Important information regarding the use of the logo in videos:

- 1 Brand logo upright format top right and on white background
- 2 Chyron name: background green with 85% opacity, name white
- 3 Chyron function: background white with 85% opacity, text green
- 4 Chyron subtitle: background white with 85% opacity, text green



Beispiel Kampagnen-Video von Pascal Zuberbühler
Example campaign video of Pascal Zuberbühler

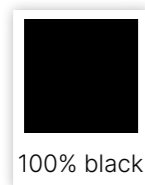
Farben | Colors

Die Corporate Identity und das Corporate Design verleihen einem Unternehmen einen unverkennbaren Auftritt, transportieren dessen Werte und schaffen ein in sich stimmiges Erscheinungsbild. Dazu gehört auch die Definition der Farben. Die von kybun Joya genutzten Grundfarben werden hier als CMYK, Pantone und RGB definiert.

Wir haben uns für die Farbe Grün entschieden, weil sie mit Gesundheit, Stabilität, Wachstum, Erneuerung, Natur, Regeneration sowie mit dem Leben an sich assoziiert wird. Darauf baut auch das Konzept von kybun Joya auf, denn schließlich wollen wir unseren Kunden ein gesünderes und komfortableres Leben bieten.

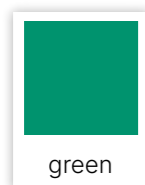
Corporate identity and corporate design give a company an unmistakable appearance, convey its values and create a coherent image. This also includes the definition of colors. The basic colors used by kybun Joya are defined here as CMYK, Pantone and RGB.

We chose the color green because it is associated with health, stability, growth, renewal, nature, regeneration, and life itself. The concept of kybun Joya is also based on this, because we want to offer our customers a healthier and more comfortable life.



CMYK: 0, 0, 0, 100
Pantone: Black 6 C
RGB: 0, 0, 0

kybun Joya Logo
Fließtext | Body text



CMYK: 85, 15, 68, 2
Pantone: 7724 C
RGB: 0, 147, 110

kybun Joya Logo
Icon Kreuz | Icon cross
Headlines/Titel | Headlines/title
Gestaltungselemente | Design elements



CMYK: 0, 0, 0, 0
Pantone: -
RGB: 255, 255, 255

Box hinter Logo | Box behind logo

Schrift | Font

Die Schrift «Inter» von Rasmus Andersson finden Sie kostenlos zum Download auf: fonts.google.com Sie enthält neun verschiedene Schriftschnitte von Thin bis Black. kybun Joya benutzt für die Gestaltung aber nur die folgenden 4 Varianten:

The font «Inter» by Rasmus Andersson free to download can be found via: fonts.google.com It contains nine different font styles from Thin to Bold. However, kybun Joya only uses the following 4 variants for the design:

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ &

Inter Bold
Headlines/Titel | Headlines/title

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ &

Inter SemiBold
Icon Claim | Icon claim

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ &

Inter Medium
Untertitel | Subtitle
Text-Highlights | Text highlights

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ! ? @ &

Inter Light
Fließtext | Body text

Inter Bold → **kybun Joya Corporate Design**

Nim eum in porporectio ero enimus assum si vere venem que vellectur si at.Re a eatinciis eat aut volorerum vellacc uptiorepe quiam qui opta conesequis **exercim illuptatio**. Optur autectem eume cum harchil igendan tionseque

Inter Light → **Inter Medium**

Bildsprache | Visual language

Auswahl | Selection

Bilder können ein Unternehmen stärken und von Wettbewerbern abheben. Das funktioniert auch bei kleinen Unternehmen – aber nur, wenn die Fotos richtig gewählt sind. Beliebigkeit oder eine Ästhetik, die nicht zum Unternehmen oder seiner Zielgruppe passt, machen die Wirkung von vornherein zunichte.

3 wichtige Regeln beim Einsatz von Bildern:

- Die Bilder müssen so stark sein, dass sie die Aufmerksamkeit des Betrachters fesseln.
- Die Bilder müssen dem Image des Unternehmens und der Branche entsprechen.
- Die Bilder müssen auf die Gefühle und Erwartungen der Kunden ausgerichtet sein.

Geschichte | History



Beratung | Consultation



Images can strengthen a company and set it apart from competitors. This also works for small companies – but only if the photos are chosen correctly. Randomness or an aesthetic that does not fit the company or its target group ruin the effect from the start.

3 important rules when using images:

- The images must be strong enough to capture the viewer's attention.
- The images must correspond to the image of the company and the business.
- The images must be focused on the feelings and expectations of the customers.

Medizin | Medical



Actions | Surveys



Kampagnen | Campaigns



Bilder in Anwendung | Use of images

Ein Key Visual ist ein Leitmotiv, ein grundlegendes visuelles Bild, das die Philosophie einer Marke/eines Unternehmens zum Ausdruck bringt. Es definiert das langfristige visuelle Erscheinungsbild einer Marke/eines Unternehmens (z. B. Michelin-Mann).

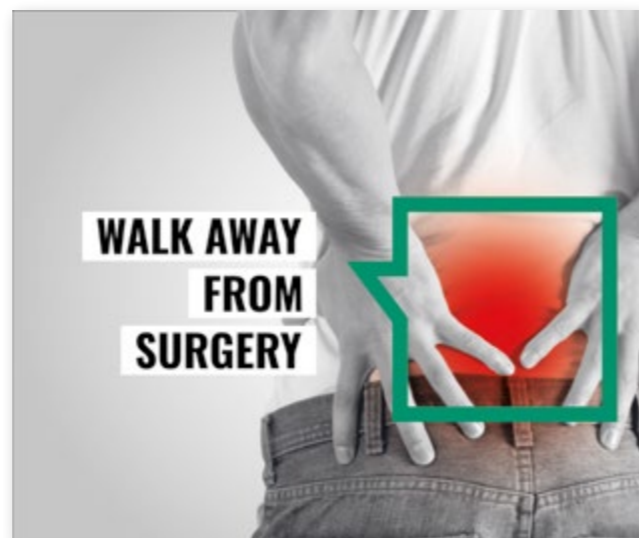
In Kampagnen wird ein Key Visual verwendet, um den Wiedererkennungswert der Werbung zu erhöhen. Sehr oft schafft das Key Visual eine stärkere Assoziation mit der Marke als das Logo selbst. Ein Beispiel ist die lila Kuh des Schokoladenherstellers Milka.

Das visuelle Motiv symbolisiert die Marke, d. h. das Produkt ist somit ein integraler Bestandteil der gesamten Werbekampagne. Es dient als zentraler Anreiz für den Werbeanspruch und stellt sicher, dass der Anspruch einprägsam bleibt.

A key visual is a key note, a basic visual image that expresses the philosophy of a brand/company. It defines the long-term visual image of a brand/company (e.g. Michelin man).

A key visual in campaigns is used to increase the recognition value of the advertisement. Very often, the key visual creates a stronger association with the brand than the logo itself. One example is the purple cow of the chocolate manufacturer Milka.

The visual theme represents the brand, i.e. the product is thus an integral part of the overall advertising campaign. It serves as the central stimulus for the advertising claim and ensures that the claim remains memorable.



Die kybun Joya Bildsprache am Point of Sale ist limitiert auf 3 Elemente. Zusätzlich können kybun oder Joya Marketingmaterialien benutzt werden.

- 1 Reisfeldbild auf Spannrahmen mit Mattenbahn
Optimal: Spannrahmen hinterleuchtet, 4 m breit, mit Mattenbahn grün (Mattenbahnmass 196 cm x 46 cm x 6 cm/4 cm/2 cm)
- 2 kybun Joya Poster im Kundenstopperformat
Optimal: abwechselnd Sprechstunden, Outlet, Kampagnen, Testimonial
- 3 Indikationstafeln A3
Optimal: in den Schaufenstern präsentiert, um spezifische Themen anzusprechen

The kybun Joya visual language at the point of sale is limited to 3 elements. kybun or Joya marketing materials can be used additionally.

- 1 Paddy field picture on tenter frame with mat track
Ideal: tenter frame backlit, 4 m wide, with mat track green (mat track size 196 cm x 46 cm x 6 cm/4 cm/2 cm)
- 2 kybun Joya poster in customer stopper format
Ideal: alternating consultation hours, outlet, campaigns, testimonial
- 3 Indication boards A3
Ideal: presented in the shop windows to address specific topics

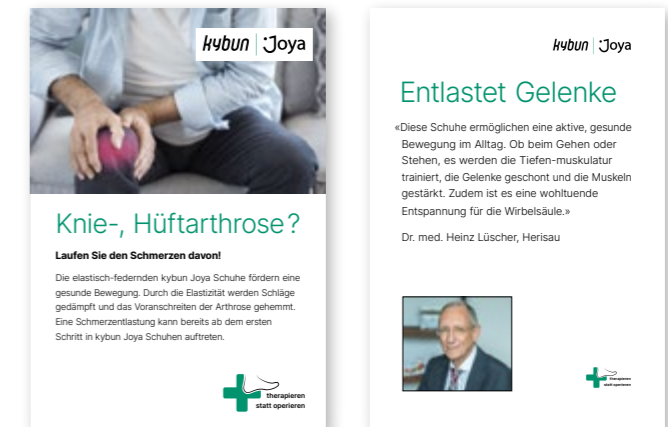
Reisfeldbild auf Spannrahmen | Paddy field picture on tenter frame



Bilder in Anwendung | Use of images

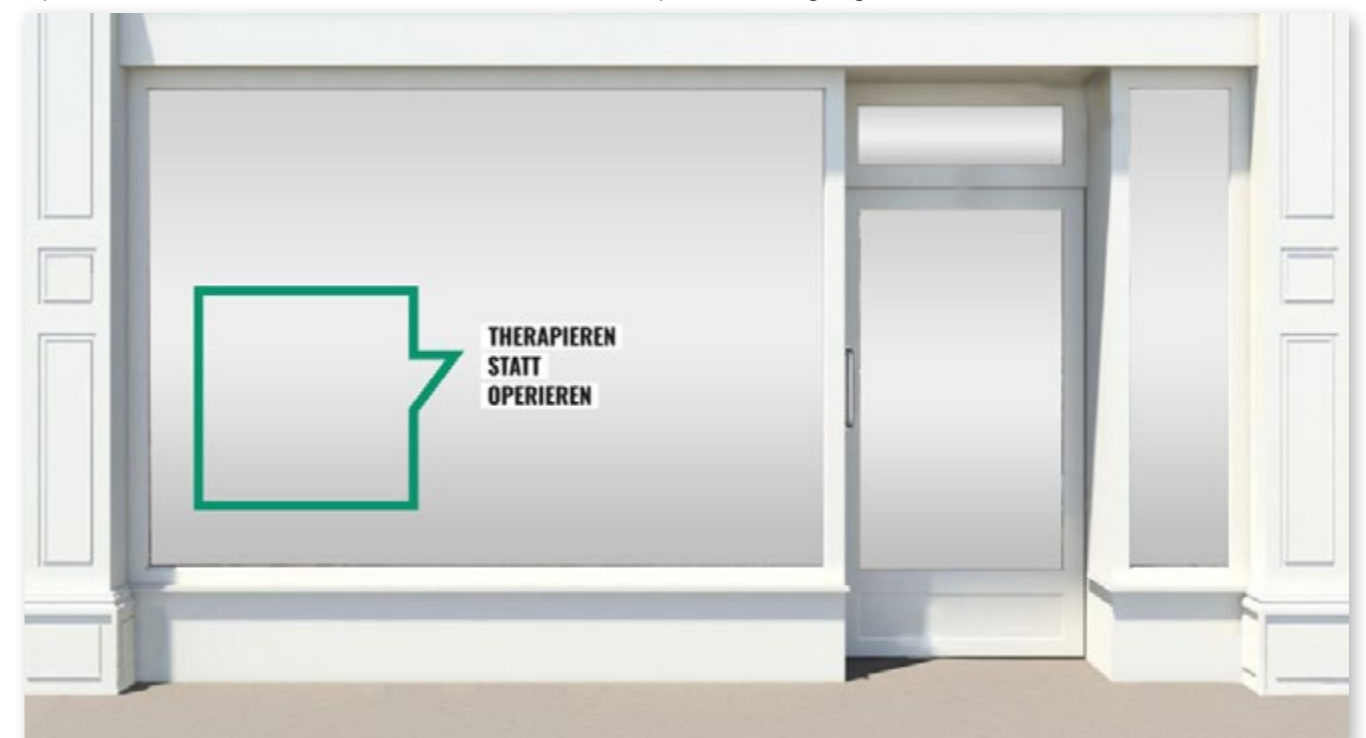


Indikationstafeln A3 | Indication boards A3



Sprechblase mit Claim kann auch für die Schaufensterbeschriftung verwendet werden
Speech bubble with claim can also be used for shop window signage

Kundenstopper A1 | Customer stopper A1



kybun Joya Shop

Auch im Verkauf wird eine einheitliche Gestaltung der Flächen zunehmend wichtig. Mit einer dezenten, modern gestalteten Verkaufseinrichtung wollen wir eine angenehme und stilvolle Umgebung schaffen, in der die Kunden gern einkaufen und wiederkommen. Die Gestaltung der Räumlichkeiten sollte passend auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sein. Denn nur wenn Sie die Verbraucher überzeugen und emotional an Ihr Geschäftslokal – als Umfeld für die Lieblingsprodukte – binden, können Sie auf Dauer bestehen und Ihren Laden erfolgreich führen.

A uniform design of sales areas is becoming increasingly important. We want to create a pleasant and stylish environment with a discreet, modernly designed sales interior, in which customers will be happy to shop and return. The design of the premises should be suitably tailored to the respective target group. Because only if you convince consumers and bind them emotionally to your store – as an environment for their favorite products – you will be able to survive successfully in the long run.



1 Prober-Schuh Cabinet
B 800 × H 1'990 × T 570 mm
 Trial shoe cabinet
W 800 × H 1'990 × D 570 mm

3 Ultimate Toning Roll
B 930 × H 150 × T 195 mm
W 930 × H 150 × D 195 mm



2 Fußdruck-Messtation
B 800 × H 1'990 × T 570 mm
Foot pressure measurement station
W 800 × H 1'990 × D 570 mm



Weitere Informationen und Shopelemente
 Further information and store elements

Kommunikation | Communication

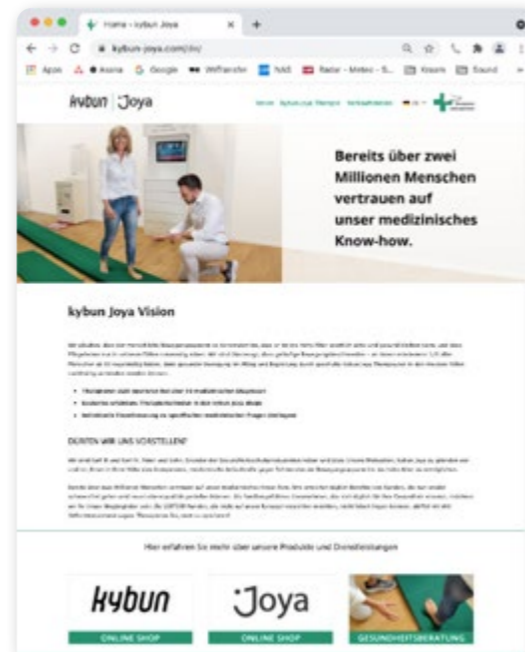
Website

Die Website fungiert als elektronische Visitenkarte eines Unternehmens. Mit einem ansprechenden Design und einer übersichtlichen Gestaltung haben wir es uns zum Ziel gesetzt, dass unsere Kunden sofort finden, was sie suchen.

Unsere Homepage wird regelmäßig aktualisiert und bietet eine Vielzahl von interessanten Informationen wie z. B.: Was verbirgt sich hinter der kybun Joya Therapie, bei welchen Schmerzen unterstützen unsere Produkte und an wen können sie sich bei Fragen wenden.

The website acts as a company's electronic business card. With an appealing design and a clear layout, we have made it our goal to ensure that our customers immediately find what they are looking for.

Our homepage is updated regularly and offers a variety of interesting information, i.e. the origin of the kybun Joya therapy, what kind of pain do our products help with and who to contact if you have any questions.



Ihre Verkaufsstelle

Wir bieten jedem kybun Joya Shop Partner eine eigene Standortseite auf der offiziellen kybun Joya Website an. Wir empfehlen Ihnen die Nutzung von Google myBusiness, damit die Öffnungszeiten und Ihre Kontaktdaten dem Kunden aktuell angezeigt werden.

Your shop

We offer each kybun Joya Shop partner their own location page on the official kybun Joya website. We recommend the use of Google myBusiness, so that the opening hours and your contact details are displayed up-to-date to the customer.



Welcomeflow

Der kybun Joya Welcomeflow wird wenige Stunden nach dem Erstkauf elektronisch zugestellt. Diese limitierte Serie von 4 E-Mails dient dazu, den Kunden alle Informationen, News und Highlights rund um kybun Joya näher zu bringen, kleine Aufmerksamkeiten unsererseits inklusive.

kybun Joya Shop Partner haben die Möglichkeit, diesen Welcomeflow 1:1 zu übernehmen oder auf ihren Standort anzupassen.

Im Anschluss kann sich der Kunde für den kybun und/oder den Joya Newsletter anmelden. kybun Joya bietet keinen weiteren Newsletter an.

The kybun Joya Welcomeflow is sent out electronically a few hours after the initial purchase. This limited series of 4 e-mails is designed to provide customers with all information, news and highlights about kybun Joya, including little reminders from us.

kybun Joya Shop partner have the possibility to adapt this Welcomeflow 1:1 or to adapt country-wise.

Afterwards, the customer can sign up for the kybun and/or Joya newsletter. kybun Joya does not offer any other newsletter.




Tipp:
Fördern Sie gute Google-Bewertungen um Vertrauen zu schaffen!

Tip:
Promote good Google ratings to build up trust!

Visiten- und Empfehlungskarte | Business and recommendation card

Visitenkarte | Business card

kybun | Joya 

kybun Joya Center Arbon – Hamel
 Stickereistrasse 4, 9320 Arbon
 Tel. +41 (0)71 440 00 55
 arbon@kybun-joya.swiss
 www.kybun-joya.swiss

Vorderseite | Front page

Ihre Gesundheitsberatung

Name _____

Datum _____ Zeit _____

Öffnungszeiten
 Di – Fr: 10.00 - 12.30, 13.30 - 18.30
 Sa: 10.00 - 16.00

Rückseite | Back page

Empfehlungskarte | Recommendation card

kybun Joya Center Arbon – Hamel
 Stickereistrasse 4, 9320 Arbon
 Tel. +41 (0)71 440 00 55
 arbon@kybun-joya.swiss
 www.kybun-joya.swiss

Öffnungszeiten
 Di – Fr: 10.00 - 12.30, 13.30 - 18.30
 Sa: 10.00 - 16.00

kybun | Joya 

**Empfehlung zur
 GESUNDHEITSBERATUNG**

Aussenseite | Exterior

Bemerkung:

Bei Abgabe dieser Empfehlung erhalten Sie beim Kauf eines kybun- oder Joya-Produktes ein kleines Geschenk.

Innenseite | Interior

Freundesrabatt | Friends discount

Freundesrabatt | Friends discount

kybun | Joya 

**THERAPIEREN
 STATT
 OPERIEREN**

20% Freundesrabatt

Aussenseite | Exterior

Überreicht von: _____

www.kybun-joya.swiss
Rabatt nur gültig auf nicht reduzierte kybun Joya Produkte.

Einlösbar in folgenden Shops:

- **kybun Joya Center Arbon-Hamel**
 Stickereistrasse 4 | 9320 Arbon | Tel: 071 440 00 55
- **kybun Joya Shop St. Gallen-Bahnhof**
 Merkurstrasse 1 | 9000 St. Gallen | Tel: 071 722 50 00
- **kybun Joya Shop Zug-Metalli**
 Industriestrasse 15b | 6300 Zug | Tel: 041 710 13 52
- **kybun world**
 Simon Frick-Str. 3 | 9466 Sennwald | Tel: 071 454 65 55

Innenseite | Interior



E-Mail und Brief | E-mail and letter

Brief Word-Vorlage | Letter Word template



Schriftart für E-Mail und Brief: Calibri

Calibri ist eine gängige PC-Schriftart und auf fast allen Computern als Standard inbegriffen. Diese Schriftart kann beispielsweise für Presstexte, Newsletter-Ausdrucke, Mailings, E-Mails, PowerPoint-Präsentationen usw. verwendet werden.

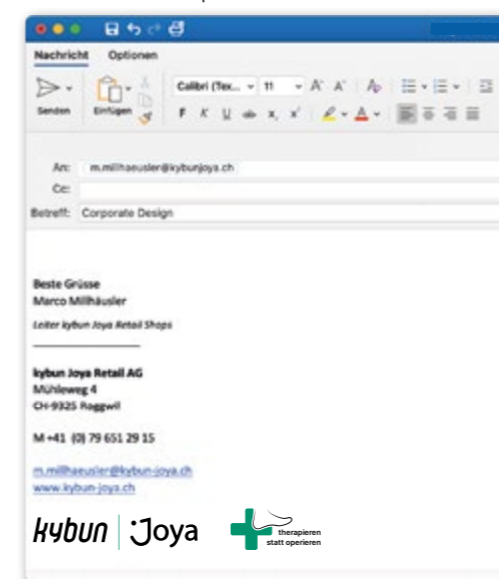
Font for e-mail and letter: Calibri

Calibri is a common PC font and is included as standard on almost all computers. This font can be used for press releases, newsletter printouts, mailings, e-mails, PowerPoint presentations, etc.

Wichtige Elemente sind:

Name / Position / Anschrift / E-Mail-Adresse
 Website: www.kybun-joya.swiss
 Markenlogo mit Icon und Claim

E-Mail Footer | E-mail footer



E-Mail-Adresse:

Jeder kybun Joya Shop Partner erhält eine eigene @kybun-joya.swiss Adresse.
 Die Mailadresse setzt sich wie folgt zusammen:
standort@kybun-joya.swiss

Important elements are:

Name / position / address / e-mail address
 Website: www.kybun-joya.swiss
 Brand logo with icon and claim

E-mail address:

Each kybun Joya Shop partner will receive his/her own @kybun-joya.swiss address.
 The mail address is composed as follows:
location@kybun-joya.swiss

Hinweis zum Firmennamen:

Die geschützten Markennamen kybun und Joya sind **nicht** in Ihrem Firmennamen zu verwenden.

Note on the company name:

The protected brand names kybun and Joya are not to be used in your company name.

Arbeitskleidung | Work clothes

Das Personal in den kybun Joya Shops erscheint in gepflegter, unifarbener Kleidung. Es dürfen keine Bedruckungen oder andere Markenlogos erkennbar sein. Während der Arbeit werden kybun oder Joya Schuhe getragen.

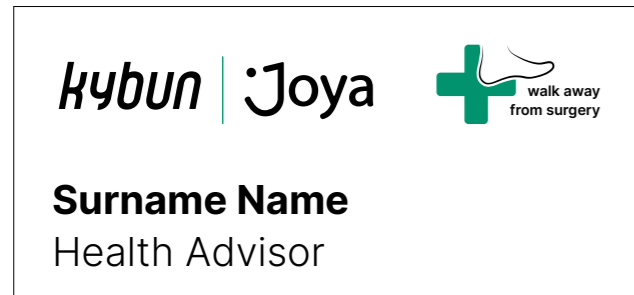
Zudem tragen alle Mitarbeiter ein Namensschild mit Vorname, Name und der Bezeichnung «Gesundheitsberater/-in».

The personnel in the kybun Joya Shops appear in neat, plain-colored clothing. No printing or other brand logos may be visible. During work, kybun or Joya shoes are to be worn.

In addition, all employees wear a name tag with their first name, last name and the designation «Health Advisor».



Namensschild | Name tag

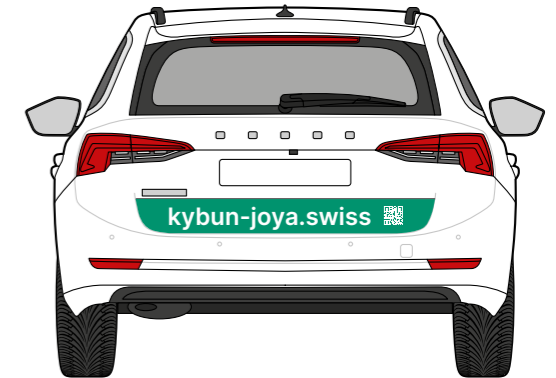


Autobeschriftung | Car graphics

Wir empfehlen mittelgroße Autos, um einen ernsthaften und seriösen Eindruck zu erwecken.

Folgende Richtlinien sind zu beachten:

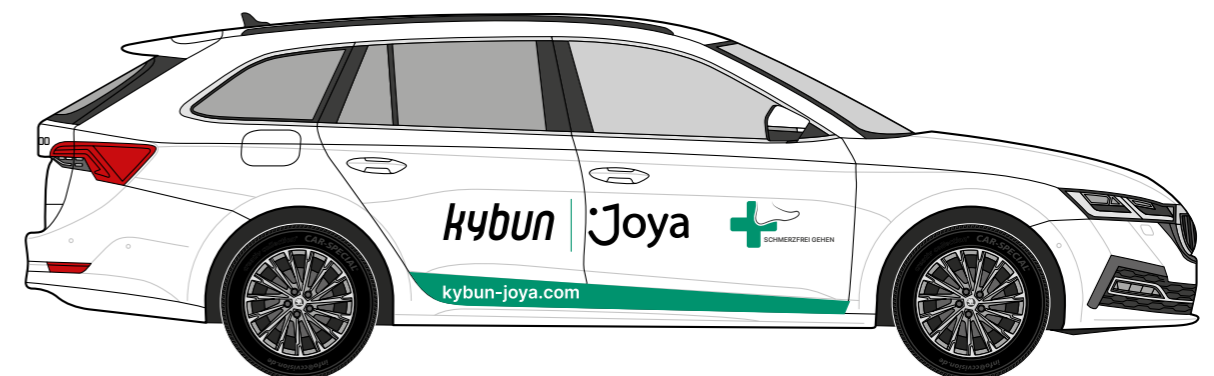
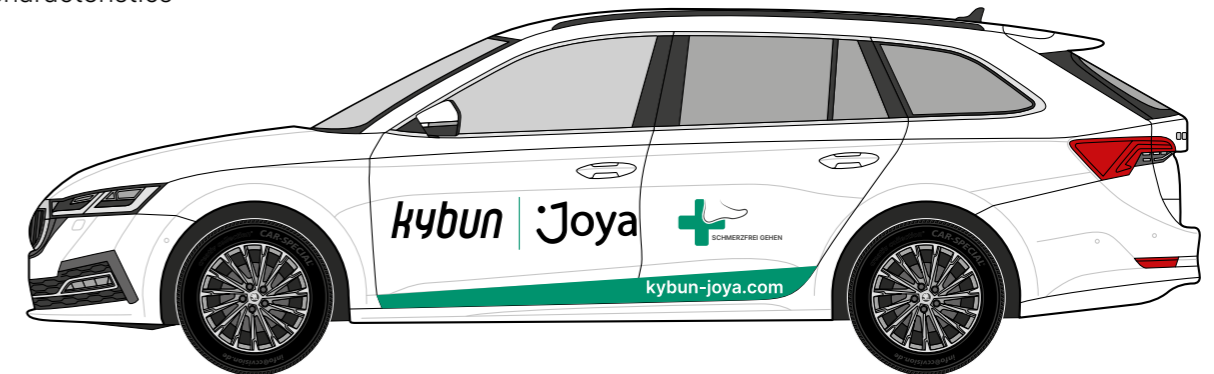
- Die Grundfarbe des Fahrzeugs ist weiß
- kybun Joya Website mit QR-Code auf grünem Hintergrund
- Verwendung von kybun Joya Logo mit Icon und Claim nach Fahrzeugeigenschaften



We recommend medium sized cars to make a serious and respectable impression.

The following guidelines should be considered:

- The basic color of the car is white
- kybun Joya website with QR code on a green background
- Use of kybun Joya logo with icon and claim, according to vehicle characteristics





**WALK AWAY
FROM
SURGERY**

10.2021

