



BRANDING CHECKLISTE

Was ist Branding und wie
unterstützt es dich?



INHALT:

#1 Branding

#2 Fragen Branding

#3 Branddesign

#4 Fragen Branddesign

#5 Checkliste

”

Eine **Marke** besteht aus **Erwartungen, Erinnerungen, Geschichten und Beziehungen**, die zusammengenommen dafür sorgen, dass ein Kunde bestimmte Produkte oder Dienstleistungen **anderen bevorzugt.** “

Seth Godin, Marketing- und Leadership-Experte

A young woman with dark hair and glasses is smiling broadly, wearing a white crew-neck sweater and dark jeans. She stands in front of a wall covered in vibrant, multi-colored graffiti. The image has a dark, semi-transparent overlay.

Was gehört denn alles zum
Branding?

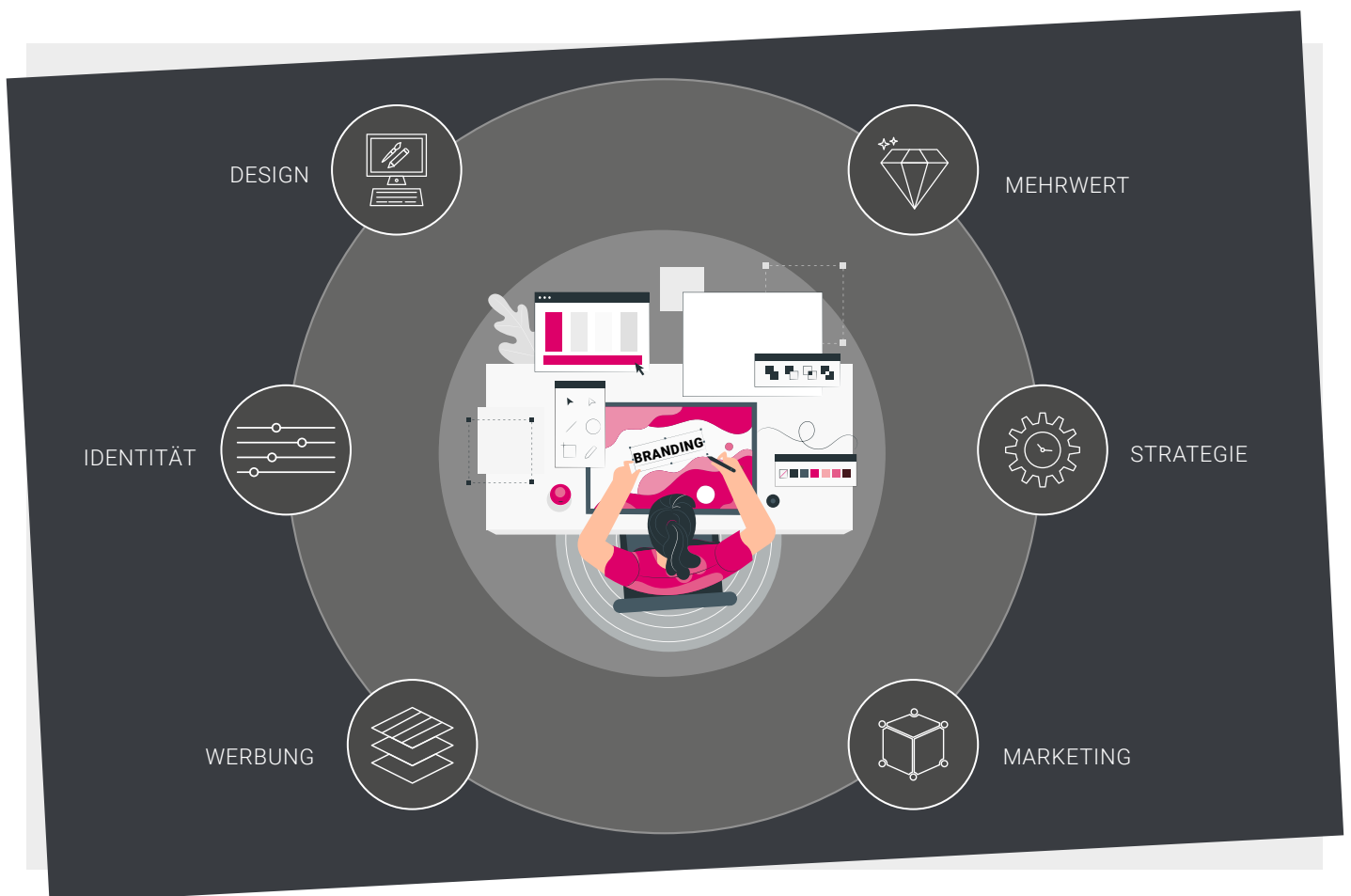
BRANDING:

» Alles was dazu beiträgt,
DEINE MARKE zu formen.«

ÜBERSICHT:

Grundsätzlich ist Branding, Teil jedes Unternehmens und jedes Selbständigen. Ob du es nun bewusst für dich verwendest – oder unbewusst zulässt, dass Menschen bestimmte Dinge mit dir und deiner Marke in Verbindung bringen.

Sei smart – nutze Branding für dich und werde unverwechselbar.



BRANDING | BEREICHE TEIL I

01 IDENTITÄT:

Es gibt einen Unterschied zwischen Personen- und Unternehmens-/Produktmarken. **Die Identität deiner Marke kannst du selbst sein (Personal Brand), dein Unternehmen (Corporate Brand) oder eben dein Produkt.** Ohne definierte Identität, keine Marke – hier spielen verschiedene Dinge mit, z. B. deine ganz persönliche Story, Erfahrungen und Werte. Für alle Brands gilt: Authentizität ist das A und O, um deine Zielgruppe wirklich zu flashen.



02 DESIGN:

Das Branddesign übersetzt deine Marke in eine Sprache, die deine Zielgruppe versteht. Es visualisiert deine Vision, Ziele, Werte und alles, wofür deine Marke steht. Dein Branddesign greift also alle Eigenschaften deiner Brand zusammen und drückt sie sichtbar aus. *Was alles zu deinem Branddesign gehört, findest du im nächsten Kapitel.*



03 MEHRWERT:

Welchen Nutzen gibst du durch dein Angebot? Was hast du, dein Unternehmen oder dein Produkt zu bieten? Dies ist ein essentieller Punkt, wenn du dein Angebot bei deiner Zielgruppe anpreisen möchtest – **nur wenn schnell und einfach zu erkennen ist, welchen Mehrwert du lieferst, wirst du zum MOST WANTED.**



BRANDING | BEREICHE TEIL II

04 STRATEGIE:

Ohne Strategie, keine messbaren Erfolge. Was ist das Ziel, dass du mit deinen Maßnahmen verfolgst? Frage dich bei der Umsetzung immer: **Was ist das übergeordnete Ziel dahinter?** Es macht schon einen Unterschied, ob du informieren, verkaufen, Reichweite erhöhen oder mehr Bekanntheit zum Ziel gesetzt hast.



05 MARKETING:

Welche Marketing-Kanäle sind relevant für deine Zielgruppe? Wo sind eure Berührungspunkte, die so genannten TOUCHPOINTS? Wenn deine Wunschkunden nicht z. B. auf LinkedIn sind, dann ist das nicht der richtige Marketing-Kanal für deine Marke. Genauso sieht es mit Print-Produkten aus: Brauchen deine Kunden etwas, dass sie in den Händen halten können? Oder trifft ihr euch ausschließlich online?



06 WERBUNG:

Ist es sinnvoll Werbeanzeigen zu schalten? Auch hier gilt: Wo ist deine Zielgruppe unterwegs? Schaut sie regelmäßig in den sozialen Netzwerken vorbei oder sind Google-Anzeigen die bessere Alternative? Sind sie so gar nicht regelmäßig online unterwegs, gibt es Möglichkeiten wie Plakatwerbung, 18/1, Anzeigen in Magazinen oder Zeitungen. Auch hier gilt: Was ist das Ziel der Werbemaßnahme?





Fragen:

Um dich mit dem Thema Branding näher beschäftigen zu können, habe ich dir hier Fragen zu den einzelnen Elementen vorbereitet.

BRANDING I | FRAGEN FÜR DICH

01 IDENTITÄT:

Um es dir nicht unnötig kompliziert zu machen, bleiben wir im Bereich Personal Branding. Möchtest du eine Unternehmens- oder Produktmarke aufbauen, können die Fragen leicht variieren – deine persönliche Geschichte, die des Unternehmens oder Produktes, stehen aber immer im Mittelpunkt.

Wer bist du? Was hat dich zu dem/der gemacht, der/die du heute bist?
Welche Erfahrungen hast du gemacht? Deine Geschichte ist so einzigartig, niemand ist wie du – was können andere deshalb **nur von dir** lernen?



02 DESIGN:

Kennst du deine Werte? Weißt du was deine Stärken sind? Was zeichnet dich und deine Fähigkeiten aus? Welche Eigenschaften möchtest du dabei in den Vordergrund stellen? Bist du ein kühler oder herzlicher Mensch? Redest du gerne und viel, oder bist du eher ein stiller Beobachter?

Wenn es dir schwerfällt, dich selbst zu reflektieren – frage 5 bis 10 deiner engsten Menschen: „Was sind meine Stärken?“, „Welche Eigenschaften machen mich aus?“ etc.



03 MEHRWERT:

Ohne Mehrwert, keine Selbständigkeit, kein Unternehmen, keine Marke. Welchen Nutzen stiftest du mit dem was du tust? Was ist der Kern, die Essenz, die Menschen bei dir finden, um ein Problem zu lösen?



BRANDING II | FRAGEN FÜR DICH

04 STRATEGIE:

Welches Ziel verfolgst du? Mit deiner Marke? Mit deinem Unternehmen? Mit deinem Produkt? Welche Ziele stecken hinter deinen einzelnen Maßnahmen (Marketing, Werbung, etc.)? Natürlich ist es wundervoll, wenn du eine gute Intuition hast oder dich in Leichtigkeit, dem „was kommt“ hingibst – aber ohne Strategie (Ziel) kommst du nicht da an, wo du hinwillst.

Was ist das Ziel? Wie kann ich es erreichen? Womit kann ich es schaffen?



05 MARKETING:


Wo treffst du deine Kunden? Was brauchen sie/interessiert sie an dieser Stelle? Sind sie online unterwegs? Wo? Sind sie offline unterwegs? Wo? Wie kannst du dort auffallen? Bitte schaue auch, was dir Spaß macht und du gut kannst.



06 WERBUNG:

Im Grunde sind es dieselben Fragen wie im Bereich Marketing – allerdings kommt hier das Budget dazu. Welche Werbeinstrumente machen wirklich Sinn für deine Marke? Wo kannst du deine Kunden wirklich antreffen und abholen?





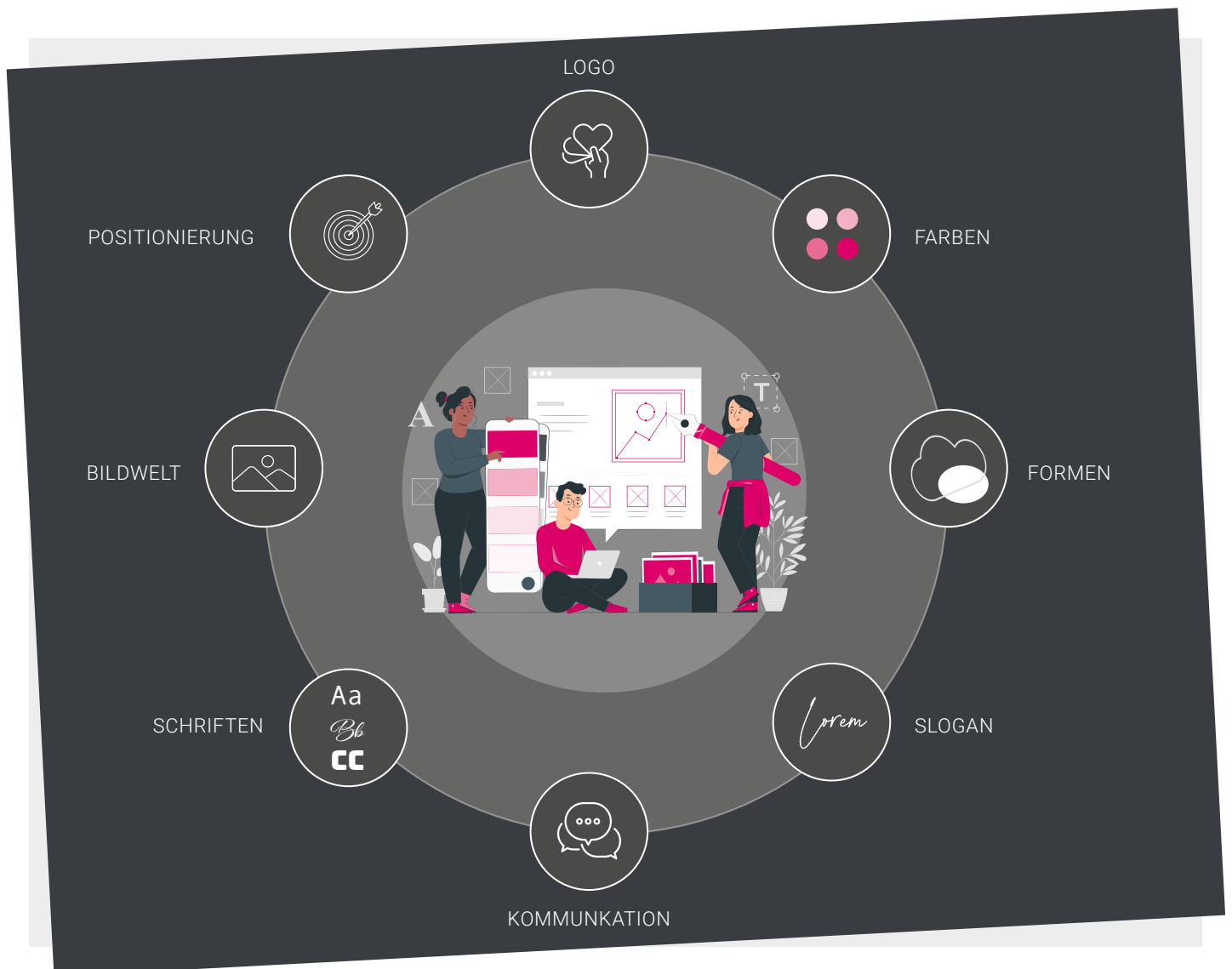
Und was gehört zum
Branddesign?

BRANDDESIGN:

» **Design** ist die Kunst, auf den Kopf zu zielen und **das Herz zu treffen.** «

ÜBERSICHT:

Branddesign ist die Übersetzung deiner Markenidentität in ein visuelles Erscheinungsbild. Es hilft dir, dich von deinen Mitbewerbern optisch abzusetzen, ist Leitfaden und dein ganz individueller Fingerabdruck. Ein einheitliches Branddesign baut Vertrauen auf, unterstützt dich bei der Sichtbarkeit und hilft dir, bei den richtigen Menschen im Gedächtnis zu bleiben.





BRANDDESIGN | ELEMENTE TEIL I

01 LOGO:

Du kennst sicher den Satz: „**Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.**“ – Dieser Satz macht deutlich, wie wichtig dein Logo für dich und dein Unternehmen ist. Es ist wie ein Siegel, ein Versprechen, Sicherheit, die du deinen Kunden gibst, wenn sie dich im Web suchen oder deinen Flyer mitnehmen. Es spiegelt dich und dein Unternehmen wider, hat einen Wiedererkennungseffekt und weckt – wenn es wirklich gut gemacht ist – Neugier und Interesse bei deiner Zielgruppe.



02 FARBEN:

Deine Brandingfarben sollten mit Bedacht gewählt sein. Die Farbpsychologie ist ein großes Feld voller Möglichkeiten, um bei deinen Kunden gleich die richtigen Assoziationen und Gefühle auszulösen. Ein sattes Grün, hat eine völlig andere Wirkung, als ein zartes rosé. Seine Lieblingsfarbe zu wählen, ist nicht die Lösung – zu beachten sind unter anderem auch deine Ziele, die Zielgruppe und was du anbietest.



03 FORMEN:

Auch Formen haben eine psychologische Wirkung. So nehmen wir runde Dinge als vollkommen, rein und dynamisch wahr – eckige Formen, als stark, statisch oder hart. Außerdem kommt hinzu, ob Formen gefüllt oder nur als Linie eingesetzt werden.



04 SLOGAN:

Was ist deine Kern-Message? Ein Slogan – wenn er stark und einprägsam ist – wird neben deinem Logo – fest mit deiner Marke verankert und als Versprechen gespeichert. Die Kraft eines Slogans sollte nicht unterschätzt werden.



BRANDDESIGN | ELEMENTE TEIL II

05 KOMMUNIKATION:

Auch die Kommunikation gehört zu deinem Branddesign – ob auf Landingpages, Social Media oder im persönlichen Gespräch. Deine Art der Kommunikation ist einzigartig und gibt dir und deinem Unternehmen einen Charakter, den du nicht unterschätzen darfst. Sei dir bewusst darüber, wie deine Marke über die Kommunikation auf die Menschen wirken soll – welche „Sprache“ sprechen deine Kunden?



06 SCHRIFTEN:

Schriften sind ein wunderbares Stilmittel, um verschiedene Assoziationen auszulösen: Moderne, Klarheit, Flexibilität, Leichtigkeit, Extrovertiertheit, Schlichtheit, u. s. w. – schau dir dazu doch einmal unterschiedliche Schriften deiner Lieblings-Brands an und prüfe selbst, welche Eigenschaften du mit ihnen verbindest.



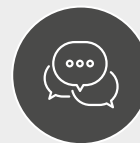
07 BILDWELT:

Nicht umsonst bieten Fotografen/Fotografinnen inzwischen Brand-Shootings an. **Deine Bildwelt spiegelt die Welt deiner Marke wider:** Beeinflusst wird dieser Eindruck durch Filter, Farben, Lichtstimmung, Kleidung oder Dekoelemente. Ein cleaner Bildstil wirkt natürlich anders, als ein Retrostil, Schwarz-Weiß-Bilder oder der beliebte Boho-Look.



08 POSITIONIERUNG:

Dein Angebot und wen du damit erreichen willst, gehören zur soliden Basis für deine Marke und damit für dein Branddesign. **Nur wenn du klar und sicher weißt, was du anbietest und wer es nutzen soll, fällt es dir leicht zu verkaufen und Fans zu generieren.** Und genau das ist es doch, was wir wollen: Echte Fans, die ohne zu zögern kaufen und uns treu bleiben.





Fragen:

Um dich deinem Branddesign weiter anzunähern, habe ich dir auch hierzu einige Fragen zusammengestellt.



BRANDDESIGN I | FRAGEN FÜR DICH

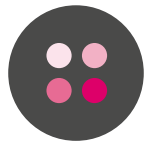
01 LOGO:

Soll es eine reine Wortmarke sein? Siehst du dich und deine Marke als Icon-Schrift-Kombi? Soll das Logo einen bestimmten Wert ausdrücken? Möchtest du deine Dienstleistung in den Vordergrund stellen? Deinen Kunden? Dich selbst?



02 FARBEN:

Bist du ein kühler Typ? Soll Herzlichkeit und Wärme ausgedrückt werden? Frische oder Nachhaltigkeit? Soll die Marke edel, modern oder traditionell überkommen?



03 FORMEN:

Geschlossene oder offene Form? Weite, Enge oder Geborgenheit? Zusammenspiel, Flexibilität oder sogar Gegensätzlichkeit?



04 SLOGAN:

Welches Versprechen gibts du deinen Kunden? Was darf er/sie jederzeit von dir erwarten?



BRANDESIGN II | FRAGEN FÜR DICH

05 KOMMUNIKATION:

Wie sprichst du mit deinen Kunden? Wie sprichst du mit Mitarbeitern, Freelancern, deinen Kooperationspartnern? Siezen, Duzen – sind du und dein Unternehmen eher locker unterwegs oder braucht deine Zielgruppe eine förmliche Ansprache, um sich gut aufgehoben zu fühlen?



06 SCHRIFTEN:

Soll deine Marke verspielt wirken? Oder lieber clean und minimalistisch? Hier ist nicht nur die Schrift im Logo gemeint, sondern auch in deinen verschiedenen Medien. Überlege, welche Eigenschaften du darstellen möchtest.



07 BILDWELT:

Welche Lichtstimmung passt zu meiner Marke? Welche Farben verwendet meine Brand? Klassischer Bildstil? Dokumentarisch? Ausgefallen? Kontrastreich oder weich? Unschärfe oder harte Kanten?



08 POSITIONIERUNG:

Was bietest du an? Was machst du anders als die anderen? Für wen machst du es (hier so genau wie möglich sein – ALLE ist KEINE Zielgruppe)? Hast du eine besondere Fähigkeit oder Ausbildung? Hast du Erfahrungen gemacht, die sonst nur wenige Menschen gemacht haben?



A photograph of a person's feet wearing black and white sneakers, with a wooden skateboard resting on the floor. The scene is set against a dark, gradient background. A small pink and white diamond-shaped icon is positioned above the text.

Wer es kurz und knackig mag

Die Checkliste

CHECKLISTE BRANDING:

- IDENTITÄT** | Wie bist du bis hierher gekommen? Wie bist du zu dem/der geworden, der/die du heute bist?
- DESIGN** | Wertesystem? Stärken, Fähigkeiten, Eigenschaften?
- MEHRWERT** | Welchen Nutzen stiftest du mit deinem Angebot?
- STRATEGIE** | Welche(s) Ziel(e) verfolgst du?
- MARKETING** | Wo triffst du deine Zielgruppe? Welche Infos brauchen sie?
- WERBUNG** | Wo triffst du deine Zielgruppe? Welche Medien sind sinnvoll?

CHECKLISTE BRANDESIGN:

- LOGO** | Wortmarke? Kombination Wort/Bild? Wer steht im Mittelpunkt?
- FARBEN** | Was für ein Typ bist du? Welche Assoziationen sollen erfolgen?
- FORMEN** | Geschlossene oder offene Formen? Eigenschaften?
- SLOGAN** | Welches Versprechen gibst du deinem Kunden?
- KOMMUNIKATION** | Wie sprichst du mit Kunden/Partnern? Siezen? Duzen?
- SCHRIFTEN** | Wie soll die Marke wirken: Verspielt? Minimalistisch?
- BILDWELT** | Welche Stimmung sollen Bilder rüberbringen? Emotionen?
- POSITIONIERUNG** | Was bietes du an? Für wen? Was ist anders?





Bock auf gemeinsame Sache?

Let's Talk

SARAH VON WYL | Brand Identity & Brand Design

Anfragen

yesss@sarahvonwyl.de

Kennenlerngespräch vereinbaren

[calendly](#)



[sarahvonwyl](#)



[Sarah von Wyl](#)



[Sarah von Wyl](#)