

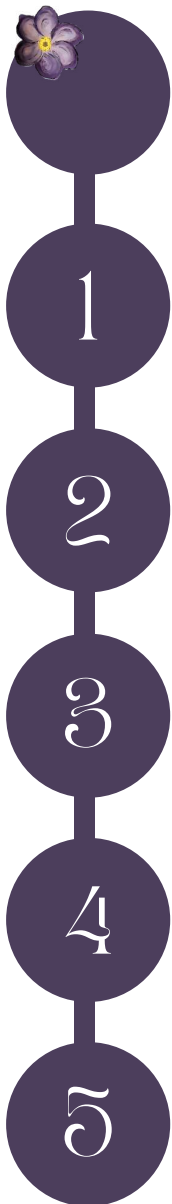


# Marken-Design-Checkliste

Erfahre, wie du dich mit deinen Unternehmensdesigns **authentisch** zeigst und dadurch **Wiedererkennungswert** und **Kundenbindung** aufbaust.

**konsistent**  
**SICHTBAR**

# Wegweiser



Einleitung & Hallo

1 Was ist Brand-Design

2 Wertekommunikation & Klarheit

3 Deine Designlinie & Tooltips

4 Check-Up: Die 6 K des Brand-Design

5 Mein Vergiss-mein-nicht für dich & mögliche nächste Schritte

# Hallo erstmal

Wenn du hier gelandet bist, möchtest du die Wirkung auf deine Kunden vermutlich nicht (mehr) dem Zufall überlassen.

Du willst endlich **konstante und klare Botschaften übermitteln** und diese in visuell ansprechenden Designs präsentieren, die **im Einklang mit deinen Werten und Idealen stehen**.

Spitze! Denn die folgenden Seiten sind speziell für Menschen wie dich konzipiert. Herzblut-UnternehmerInnen, die ihre WunschkundInnen durch ihre visuelle Außendarstellung authentisch und wirkungsvoll erreichen möchten.

Nachfolgend findest du einen Überblick und zahlreiche Check-ups, um **gezielt an deinem authentischen Außenauftritt** zu feilen und deine Marketingmaßnahmen entsprechend auszurichten.



Ich bin Marion. Kärntnerin mit Leib und Seele, bekennende Optimistin, Dancing-Queen und Manifestorin mit ausgeprägtem Gerechtigkeitssinn.

Mit rund 20 Jahren Berufserfahrung im Marketing, begleite ich Selbstständige dabei ihre unabhängige, zeitsparende und kosteneffiziente Marketing-Basis zu kreieren oder auszubauen.

Denn Angebote und Produkte die Mehr-Wert bringen, sollen gesehen, wahrgenommen und gebucht werden:

Unabhängig, NachhaLLtig, Regional & Online!

# Brand-Design ist

**... mehr als ein Logo, eine Website oder Social-Media-Vorlagen!** Es geht über das bloße Erscheinungsbild hinaus und bezieht sich auch auf die Art und Weise, wie deine Mission oder dein Unternehmen in verschiedenen Marketing- und Kommunikations-Kanälen präsentiert wird.

Zur Entwicklung der visuellen Unternehmensdesignlinie konzentriert sich Brand-Design also auch darauf, eine **emotionale Verbindung zu deinen Wunschkunden herzustellen** und deine (Personen-)Marke authentisch zu zeigen.

## **Zusammenfassend:**

Ein gelungenes Brand-Design ist die Übersetzung deines Ich's, deiner Vision und Unternehmenskultur in ein visuelles Erscheinungsbild. Dieses vermittelt Werte, Persönlichkeit, Vorlieben und Assoziationen, die du deinen Kunden vermitteln möchtest!

**Die nächsten Seiten unterstützen dich dabei eine erste Basis zu erstellen oder die vorhandene auszubauen!**

Dein Branding ist für deine Marketing-Aktivitäten, wie ein bequemes kleines Schwarzes oder anders gesagt: Eine Krawatte, die dich nicht einengt.

**Ein Business-Outfit also, mit dem du dich rundum wohlfühlst.**



**Leg es dir zurecht!**



## Wertekommunikation & Business-Klarheit

Deine **Werte**, dein **Warum**, das **Wissen** um deine **Qualitäten** und um deine Zielgruppe ...

Summasummarum: die Klarheit über das, was du mit deinem visuellen Außenauftritt aussagen willst ... all das (und mehr) bildet die Basis für einen starken Marketingauftritt und deinen visuellen Außenauftritt.

**Halte auf den nächsten Seiten deine Gedanken dazu fest und**

**Hör einfach mal  
in dich rein ...**

Wie auch immer deine Antworten ausfallen:

Die Fragen sind so aufgebaut, dass du bei der Beantwortung spüren wirst, ob deine gedankliche oder bereits umgesetzte Marken-Ausrichtung zu dir passend ist.



# Das macht mich aus

**Nicht nachdenken -  
erstmal nur so viele markieren wie du möchtest ;-)**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Respekt              | <input type="checkbox"/> Abenteuer             | <input type="checkbox"/> Enthusiasmus         |
| <input type="checkbox"/> Erfolg               | <input type="checkbox"/> Macht                 | <input type="checkbox"/> Partnerschaft        |
| <input type="checkbox"/> Erfüllung            | <input type="checkbox"/> Vertrauen             | <input type="checkbox"/> Innovation           |
| <input type="checkbox"/> Achtsamkeit          | <input type="checkbox"/> Handschlagqualität    | <input type="checkbox"/> Neugierde            |
| <input type="checkbox"/> Engagement           | <input type="checkbox"/> Lernbereitschaft      | <input type="checkbox"/> Unabhängigkeit       |
| <input type="checkbox"/> Struktur             | <input type="checkbox"/> Nachhaltigkeit        | <input type="checkbox"/> Mut                  |
| <input type="checkbox"/> Glaubwürdigkeit      | <input type="checkbox"/> Gemeinschaft          | <input type="checkbox"/> Qualität             |
| <input type="checkbox"/> Zufriedenheit        | <input type="checkbox"/> Ordnung / Struktur    | <input type="checkbox"/> Loyalität            |
| <input type="checkbox"/> Anerkennung          | <input type="checkbox"/> Verantwortung         | <input type="checkbox"/> Kompetenz            |
| <input type="checkbox"/> Gesundheit           | <input type="checkbox"/> Optimismus            | <input type="checkbox"/> Tradition            |
| <input type="checkbox"/> Selbstständigkeit    | <input type="checkbox"/> Wertschätzung         | <input type="checkbox"/> Fortschritt          |
| <input type="checkbox"/> Beziehung            | <input type="checkbox"/> Toleranz              | <input type="checkbox"/> Besitz               |
| <input type="checkbox"/> Pflichtgefühl        | <input type="checkbox"/> Lösungsorientiertheit | <input type="checkbox"/> Gestaltungswille     |
| <input type="checkbox"/> Spiritualität        | <input type="checkbox"/> Intuition             | <input type="checkbox"/> Solidarität          |
| <input type="checkbox"/> Dankbarkeit          | <input type="checkbox"/> Humor                 | <input type="checkbox"/> Lebendigkeit         |
| <input type="checkbox"/> Lebensqualität       | <input type="checkbox"/> Familie               | <input type="checkbox"/> Sicherheit           |
| <input type="checkbox"/> Freiheit             | <input type="checkbox"/> Berufung              | <input type="checkbox"/> Gerechtigkeit        |
| <input type="checkbox"/> Begeisterung         | <input type="checkbox"/> Gelassenheit          | <input type="checkbox"/> Hilfsbereitschaft    |
| <input type="checkbox"/> <input type="text"/> | <input type="checkbox"/> <input type="text"/>  | <input type="checkbox"/> <input type="text"/> |

Notiere hier deine 5 persönlichen Kernwerte

**Überlege nun, ob diese persönlichen Kernwerte auch in der beruflichen Kommunikation nach Außen relevant sind.**

Beispiel: Nehmen wir an, du hast bei den wichtigsten persönlichen Kernwerten vermerkt, dass dir Respekt, Ehrlichkeit, Treue, Anerkennung und Abenteuer am wichtigsten sind. Beruflich arbeitest du aber beispielsweise mit traumatisierten Jugendlichen.

Dann werden vielleicht andere Werte, die du ebenfalls angekreuzt hast (wie z.B. Sicherheit, Vertrauen, Freiheit, ...) besser geeignet sein, um sie im Außen zu kommunizieren.

- Yep, meine persönlichen Kernwerte passen auch zu meinen unternehmerischen Zielen und Absichten und dürfen sich in meiner Markenkommunikation widerspiegeln. .

**Für mein Unternehmen und meine Kunden** sind folgende 5 Kernwerte relevant:



# Klarheit im Innen

**1) Ich bin ...**

**2) Meine berufliche Mission ist ...**

**3) Ich biete meinen KundInnen ... (Angebot/ Nutzen):**



# Klarheit im Innen

## 5) Das sind meine bisherigen Kunden:

Bei der nachfolgenden Frage stelle dir mal intensiv vor, mit welcher Art von Mensch du am besten kannst. Mit wem arbeitest du am liebsten zusammen? Dann überprüfe gedanklich, ob du diesen Kreis schon ansprichst oder du das Gefühl hast, die falschen Menschen anzuziehen.

## 6) Meine bestehenden KundInnen sind bereits die Art von Menschen mit denen ich wirklich gerne arbeite

Ja

Najaaa, eigentlich würde ich viel lieber mit ... arbeiten:

# Klarheit im Innen

## 7) Das erwarten meine Wunschkunden von mir:

## 8) Das vermittle ich meiner Zielgruppe mit meinem derzeitigen Marketingauftritt

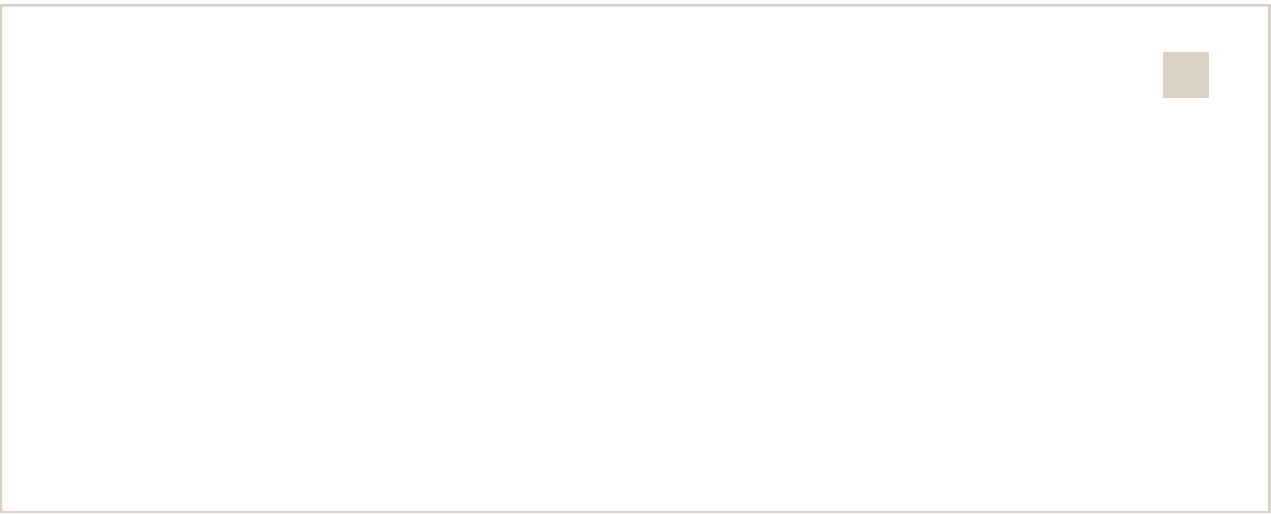
(bspw. Ruhe, Seriosität, Kompetenz, Expertise, Offenheit, Leichtigkeit, ...):

Yep - das stimmt mit dem, was meine Wunschkunden von mir erwarten, überein

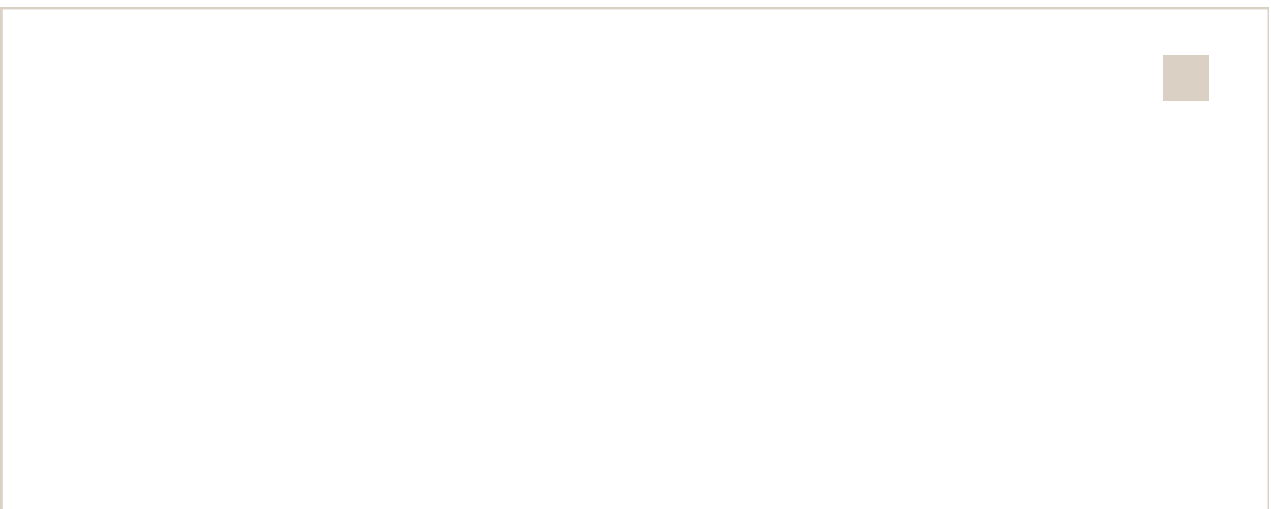
Najaaa, mir fällt gerade auf, dass ich darüber nochmal nachdenken sollte ...

# Klarheit im Innen

**9) Das sind meine Mitbewerber und das gefällt mir / gefällt mir nicht an ihren Marketingaktivitäten:**



**10) So kann / will ich mich von meinen Mitbewerbern abheben:**



# Dein Fazit

**11) Meine (Wunsch-)Zielgruppe, die Werte die ich vermitteln möchte und das, was mich von anderen unterscheidet, sind bereits in meinem Branding berücksichtigt oder sollte zukünftig berücksichtigt werden:**

- Ja, mir ist nun einiges klarer und ich kann mit dem (re)designen meines Brandings loslegen
- Ich glaub, da muss ich weiter drüber nachdenken oder brauche jemanden, der mit mir da noch mal drauf schaut.



Notizenparkplatz

Nachdem du dir nun noch mal vor Augen geführt hast, wen du mit deinem Angebot wirklich ansprechen möchtest (Klarheit im Innen) kannst du dich bereit machen für den nächsten Schritt:

## Deine Designlinie - mit persönlichem Fingerabdruck & Sichtbarkeit im Außen



Auf den nächsten Seiten kommen wir nun zum **Check-up deiner Beständigkeit in deinem visuellen Unternehmens-Erscheinungsbild.**

# Einige Grunddesigns

	Hab ich	Will ich (neu)
Logo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visuelle Elemente & stimmiges Bildmaterial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wirkungsvolle Farblinie (Farbpsychologie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Assoziation, Emotionstransfer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schriftarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Brandboard, um den roten Faden zu behalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visitenkarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Briefpapier & E-Mail-Signatur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flyer oder Inseratvorlage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Etiketten, Kuverte, Notizblöcke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social-Media-Beitragsvorlagen, Banner, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CI-Konforme Website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Newsletter-Banner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Präsentations-Vorlagen wie Workbooks, Whitepaper, Leadmagneten (Freebies), Präsentationen, Handouts, ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

# Deine Designlinie

**Dein Marketingauftritt kommt von Innen, lebt im Außen aber von Konsistenz, gezielter Ausrichtung und harmonischer Darstellung.**

**Schau mal was der Stand der Dinge hinsichtlich deiner Grunddesigns bei dir ist:**

	Ja	Nein
Verwendest du deine Grund-Designs bereits regelmäßig und sind sie aufeinander abgestimmt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schaut alles irgendwie anders aus?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stimmt die Ausrichtung in Hinblick auf deine WunschkundInnen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hast du Vorlagen, die du einfach an deine Bedürfnisse und Gegebenheiten anpassen kannst ohne dafür permanent jemanden externen beauftragen zu müssen?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# Dein Fazit

**Beantworte folgende Frage:** Erreiche ich mit meiner Corporate Identity eine konstante visuelle Wahrnehmung meiner Unternehmensmission und schaffe dadurch Wiedererkennungswert und nachhaltige Sichtbarkeit?

- Ja, das geht schon in die richtige Richtung
- Nein, ich glaub da muss ich nochmal ran



Notizenparkplatz



# Du weißt jetzt was dir fehlt, aber nicht wo du anfangen sollst?

Dann nutze meinen "Gut-und-schnell-zu-Ergebnissen"-Kurs zum Thema "Die Wirkung von Farben und wie du sie für dein Marketing nutzen kannst".

Anhand von 48 Seiten Inputs, Praktischem und Fertigem zum Gleich-Hernehmen erhältst du hiermit deine erste Basis,  
**um Wiedererkennungswert zu erzeugen und eine Markenpräsenz zu schaffen in der du dich wohlfühlst & deine Wunschkunden sich von dir angesprochen fühlen.**

Tipps und Farblinien für barrierefreies Branddesign

Inputs zum Zeit, Geld und Nerven sparen

Videos, Arbeitsblätter, Vorlagen

2 Brandboard Vorlagen

Fertiges zum Gleich-Hernehmen

Tooltips und Schritt-für-Schritt Anleitungen

**Farbexpress**

**Die Wirkung von FARBEN**  
für dein MARKETING NUTZEN!

Farbexpresskurs mit **BONUS**

- 28 Fertige Farblinien
- Inputs zum barrierefreien Branddesign
- Farbensockbrief
- Tool-Tipps
- Brandboard-Vorlage

**Dein Farb-Express Fahrplan**

1. EINFÜHRUNG & EMPFEHLUNG  
Anerkennung-Bildung von Dem, Geld und Nervensparen
2. FERTIGE FARBLINIEN  
Gut-und-schnell-zu-Ergebnissen oder nutze sie als Anlehnung
3. PRAKTISCHE TIPPS  
Gedachte deine stimmung Farbtöne und setz dich und dein Unternehmen damit in Szene
4. BARRIEREFREIES DESIGNEN  
Bonus: Barauf-schreib-2-richtigen
5. BRANDBOARD & NEXT STEPS  
Inputs und ein besonderer Bonus zur Erstellung deiner persönlichen Marken-Schutzkarte  
Bonus: Brandboard Vorlagen
6. STARBEN

BEISPIELSEITEN

[Hol dir den Farb-Express](#)

Als NutzerIn dieser Brand-Design-Checkliste **sparrst du** mit dem Gutscheincode: "WIRKUNGHOCH10" **10,- Euro**

# Tooltips

Folgende Tools können dir zudem dabei helfen, deine Wunschdesignlinie weiter auszubauen:

**Canva** ist eine benutzerfreundliche **Online-Design- und Grafikplattform**, die sich gut für die Erstellung von Marketingmaterialien und allen möglichen Designs eignet.

Wenn es darum geht, Ideen zu generieren, befrag doch mal unseren KI-Freund **ChatGPT**. Du wirst überrascht darüber sein, wie inspirierend seine Inputs sein können.

Auf **Freefaces** findest du eine kleine, aber feine Übersicht an **Schriftarten**, die du kostenlos nutzen kannst (Achte aber besser trotzdem immer auf die Lizenz!).

Du brauchst **Bilder, Vektorgrafiken, Illustrationen**, ... Dann schau dir mal **Depositphotos**\* an. Dort findest du alles was du diesbezüglich brauchst.

\*Affiliate-Link

**Tipp: Halte deine Basisschriftarten, Farben und Visuals in einem **Brandboard** fest.**

## Die 6 K des Brand-Design

Bei der Kreierung deiner Marke ICH, geht es also darum, einen **einzigartigen Außenauftritt zu gestalten, der nicht nur ästhetisch, sondern auch authentisch ist.**

**Denn: Marketing ohne Inhalt ist nur Dekoration.**

Dein Branding sollte somit nicht nur "hübsch" aussehen, sondern einen individuellen Ausdruck deiner Persönlichkeit, Qualitäten und deiner Werte beinhalten.

So können deine Marketingmaßnahmen nicht nur designtechnisch wirken, sondern auch eine **emotionale Verbindung zu deiner WUNSCH-Zielgruppe herstellen!**



Auf der nächsten Seite findest du eine kleine Checkliste, welche dir dabei hilft deine Marke (weiter) zu optimieren.

# 6 K des Brand-Design

## Checkliste

- **Kommunikation:** Durch mein Brand-Design vermittele ich meine Mission und meine Werte.
- **Klarheit:** Die Botschaften meiner Designlinie sind nicht nur visuell ansprechend, sondern auch auf meine (Wunsch-)Zielgruppe ausgerichtet.
- **Konzept:** Mein Designkonzept folgt einer bestimmten Systematik und ist erweiterungs- und anpassungsfähig. Die Designs sind dabei einheitlich und harmonisch.
- **Konsistenz:** Mein Designkonzept steht im Einklang mit meiner Markenidentität. Durch meine besondere Art und Weise zeige ich, was in meinem Angebot und mir steckt.
- **Kontinuität:** Mit der regelmäßigen Anwendung meines Brand-Designs folge ich einem roten Faden und kann dadurch Wiedererkennungswert aufbauen.
- **Kontext:** Ich kann meine visuellen Darstellungen sowohl bei regionalen Kampagnen als auch online flexibel einsetzen, um so einen Bezug zwischen meiner Mission, meiner Zielgruppe und mir herzustellen.

# Mein persönliches Vergiss-Mein-Nicht für dich

**... Fühlst du dich wohl  
mit deinem  
Marketing, fühlen  
sich deine  
WunschkundInnen  
auch zu dir  
hingezogen!**



Spürst du nach der Beantwortung der Fragen, dass du auf dem richtigen Weg bist? Großartig, das freut mich für dich!

**Falls du jedoch das Gefühl hast, dass deine "Marke Ich" einen frischen Anstoß oder grundlegende Starthilfe braucht ...  
Du aber keine Lust mehr darauf hast, allein herumzudoktern, begleite ich dich gerne auf dem Weg zur anziehenden "Marke Ich".**

Such dir hier einfach einen passenden Termin für ein unverbindliches Kennenlerngespräch aus:

[Hier geht´s zur Helpline](#)

Herzliche Grüße,

*Marion*



Marketingkomplizin für Brand,  
Design und Webdienstleistungen  
[www.marketingkomplizin.at](http://www.marketingkomplizin.at)



# Rechtliches

Urheberrechtshinweis

© Copyright 08/2024 Marion Zdesar  
Alle Rechte vorbehalten.

Haftungshinweis:

Die Inhalte dieses Dokuments wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Die Autorin übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der Inhalte. Für Schäden, die direkt oder indirekt durch das Anwenden der Inhalte, Tipps und Aufgaben entstanden sind, kann die Autorin nicht zur Verantwortung oder Haftung gezogen werden.

Für die Inhalte von genannten Internetseiten sind ausschließlich die Betreiber der jeweiligen Internetseiten verantwortlich.