

## Ist Ihr Markenauftritt up to date?

### BRANDING

**Was macht ein guter Unternehmensauftritt für ein KMU aus?  
Ein Überblick über Branding und den wichtigsten Bausteinen.**

#### INHALT

1. Was ist Branding? .....	2
2. Die 5 Bausteine eines erfolgreichen Brandings .....	2
3. Brand Design Elemente .....	2
4. Designprozess .....	3
5. Medien online und offline .....	4
6. Mach den Check, Branding .....	5
7. Mach den Check, «Meine Webseite» .....	5

KMU brauchen  
ein klares Profil für die  
richtige Wahrnehmung  
im Markt.

Ein starker Auftritt  
schafft Aufmerksamkeit,  
selbst mit kleinem  
Budget.

## 1. WAS IST BRANDING?

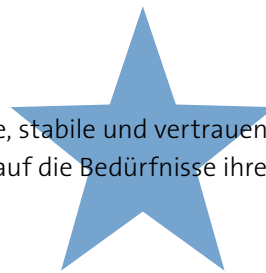
Als Branding wird der gezielte, aktive Aufbau einer Marke bezeichnet. Dies hat zum Ziel, dass sich die Brand durch ihr Alleinstellungsmerkmal (USP) zum Aushängeschild des Unternehmens entwickelt, vom Kunden mit bestimmten Gefühlen und Botschaften assoziiert wird sowie lange im Gedächtnis bleibt.

## 2. DIE 5 BAUSTEINE EINES ERFOLGREICHEN BRANDINGS



### Welches ist mein Fixstern? Oder das grosse Vorbild.

Der Begriff „Fixstern“ im Branding beschreibt eine starke, stabile und vertrauenswürdige Marke oder Unternehmen, die sich auf ihre Stärken konzentriert und sich auf die Bedürfnisse ihrer Kunden konzentriert.



## 3. BRAND DESIGN ELEMENTE

Brand Design Elemente helfen dabei, eine starke Markenidentität zu schaffen und die Marke von anderen zu unterscheiden.

**Naming, Claim** (z.B. Nike: Just do it.)

Recherche, Markenschutz, Markenrecht, National [www.ige.ch](http://www.ige.ch), Domainregistration, whois

**Logo** – Bild- Wortmarke

Schriftzug mit- oder ohne Bildelement

**Farbwelt**

Farbharmonie, Farben für Print- und Onlinemedien

**Typografie**

Schriften, Linien und der typografische Raum (Weissraum). Online-/ und offline-Anwendungen

**Bildwelt**

Mehrere Bilder, die visuell zusammenpassen stärken die Inhalte des Brands

**Gestaltungselemente**

Grafisches Element oder Bild, das die visuelle Identität stärkt und Wiedererkennbarkeit erhöht

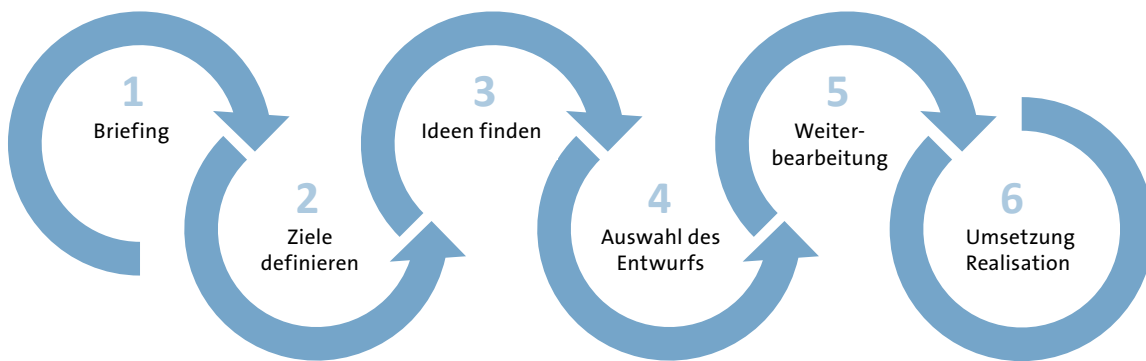
## Layoutprinzip

Verbindung aller Brand Design Elemente zu einem flexibeln visuellen Auftritt

## Brandbook

In einem Brand Book werden die Vision und die Werte des Unternehmens festgehalten. Der Kunden-Nutzen des Unternehmens/Produktes wird erklärt. Die Brand Design Elemente wie Logo, Farben, Schrift und Bild werden dargestellt.

## 4. DESIGNPROZESS



### 1. Briefing und Recherche

- Ist-Analyse
- Dokumentation von Informationen, Zielsetzungen, Zielgruppe
- Arbeitsablaufes, Zeit- und Kostenaufwand
- Feedback Kunde

### 2. Ideenfindung

- Konzepte und Ideen anhand von Skizzen, Moodboards und Wireframes
- Ausarbeitung der Entwürfe
- Feedback Kunde

### 3. Entwurf und Gestaltung

- Abklärungen, Überarbeitung der Entwürfe
- Beschaffen von Bildmaterial und anderen Unterlagen
- Feedback Kunde

### 4. Realisation

- Finale Dateien erstellen
- Abnahme der Kommunikationsmittel durch den Kunden
- Unterstützung bei der Implementierung
- Feedback

Attraktivität steigert die Bekanntheit und stärkt das Vertrauen.

Glaubwürdigkeit gewinnt Vertrauen.

## 5. MEDIEN ONLINE UND OFFLINE

Um seine Marketingziele zu erreichen, wird durch gezielt eingesetzte Medien die Bekanntheit des Unternehmens gesteigert und mit den Kunden interagiert.

**Corporate Design** – Marke, Sichtbarkeit des Unternehmens

Logodesign

Briefschaften

Leitsysteme, Signaletik

Gebäude-/ Fahrzeugbeschriftung

**Digitale Medien** – grosse Reichweite, schnelle Aktualisierung, günstig

Soziale Medien, Podcast,

Webseiten, Newsletter, Mobile App, Blog

Display-Anzeigen

**Corporate Communications** – Information und Kundenbindung

Informations-/Imagebroschüren

Verkaufsunterlagen, Packaging, POS-Massnahmen

Inserate, Plakate

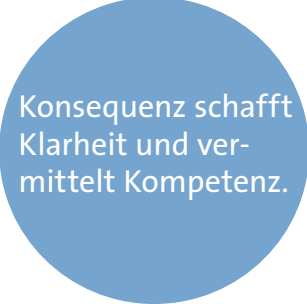
Mailings, Flyer

**Editorial Design** – Information und Kundenbindung

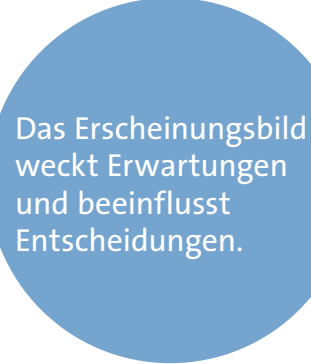
Geschäftsberichte, Online oder Print

Magazindesign, Online oder Print

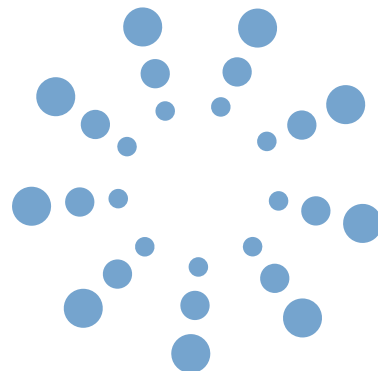
**Events, Messe, Give-Aways**



Konsequenz schafft Klarheit und vermittelt Kompetenz.



Das Erscheinungsbild weckt Erwartungen und beeinflusst Entscheidungen.




## 6. MACH DEN CHECK, BRANDING

### Klare Ziele

- Meine Zielsetzungen sind klar formuliert
- Ich weiß genau, was ich mit meiner Website erreichen möchte

### Branding, Corporate Design

- Ich habe ein Corporate Design, das mein Unternehmen bestens repräsentiert.
- Meine Website verwendet Farben, Schriften, Formen und Designelemente, die zu meinem Unternehmen passen.
- Mein Logo ist passend und ich kann mich voll und ganz damit identifizieren.
- Die visuelle Gestaltung meiner Website ist ansprechend und strahlt Vertrauenswürdigkeit aus, um meinen Weg in die Sichtbarkeit online zu unterstützen.
- Wenn Personen mein Unternehmen repräsentieren, sind auf meiner Website authentische und professionelle Fotos und Videos platziert.
- Mein Branding wird nicht nur für die Website, sondern auch für alle Kommunikationsmedien wie Dokumente, Präsentationen, Flyer, Videomaterialien und Social-Media-Posts verwendet.



Erfolg sucht den direkten Weg zum Kunden.

## 7. MACH DEN CHECK, «MEINE WEBSEITE»

### Fokussiert auf die Zielgruppe, Übersichtlich und benutzerfreundlich

- Meine Website ist auf meine Zielgruppe zugeschnitten und berücksichtigt ihre Probleme, Herausforderungen und Bedürfnisse.
- Meine Kommunikation auf der Website ist an meine Zielgruppe angepasst und umfasst kompakte und ansprechende Texte, die auf ihre Bedürfnisse eingehen.
- Meine Website hat eine einfache und klare Struktur
- die Navigation auf meiner Website ist intuitiv und einfach
- Meine Website ist übersichtlich und leicht verständlich für neue Besucher.
- Buttons und Verlinkungen sind optisch klar ersichtlich und haben eine einheitliche Linie, die sich durch alle Seiten zieht.
- Meine Website wurde im Responsive Design umgesetzt und ist auf Endgeräte optimiert (Desktop PC, Smartphone, Tablet)