

# Branding Checkliste

## Checkliste: Branding

Diese Checkliste hilft dir dabei, eine klare, konsistente und wiedererkennbare Markenidentität aufzubauen.

### 1. Markenstrategie & Positionierung

*Ist klar definiert, wofür deine Marke steht und welche Richtung sie verfolgt?*

- Markenziel definiert:** Ist klar festgelegt, was mit der Marke erreicht werden soll?  
Beispiel: Premium-Positionierung im Markt
- Markenwerte definiert:** Sind die grundlegenden Werte der Marke klar beschrieben?  
Beispiel: Innovation, Vertrauen, Qualität
- Positionierung klar:** Ist eindeutig definiert, wie sich die Marke vom Wettbewerb abhebt?  
Beispiel: Spezialisierung auf kleine und mittelständische Unternehmen
- Markenversprechen formuliert:** Ist klar, welchen Nutzen Kunden erwarten können?  
Beispiel: „Schnelle und transparente Marketinglösungen“

### 2. Zielgruppe & Markenverständnis

*Ist klar definiert, wen deine Marke anspricht und wie diese Zielgruppe tickt?*

- Zielgruppe definiert:** Ist klar beschrieben, wer angesprochen werden soll?  
Beispiel: Mittelständische Unternehmen im B2B Bereich
- Bedürfnisse verstanden:** Sind die Probleme und Erwartungen der Zielgruppe bekannt?  
Beispiel: Wunsch nach professioneller Außenwirkung
- Kundenpersona erstellt:** Gibt es konkrete Zielgruppenprofile?  
Beispiel: Marketingleiterin in einem 50-Personen-Unternehmen
- Kaufmotive analysiert:** Ist klar, warum Kunden sich für deine Marke entscheiden?  
Beispiel: Vertrauen und nachweisbare Ergebnisse

### 3. Markenauftritt & Design

*Ist das visuelle Erscheinungsbild der Marke klar definiert und einheitlich?*

- Corporate Design definiert:** Gibt es feste Designrichtlinien?  
Beispiel: Farbpalette, Typografie und Logo-Nutzung
- Logo konsistent genutzt:** Wird das Logo überall einheitlich eingesetzt?  
Beispiel: Website, Social Media und Präsentationen
- Visuelle Elemente definiert:** Sind wiedererkennbare Gestaltungselemente vorhanden?  
Beispiel: Icons, Bildstil und Grafiken
- Design dokumentiert:** Gibt es ein Styleguide oder Brand Manual?  
Beispiel: PDF mit allen Designregeln

#### 4. Tonalität & Kommunikation

*Ist klar definiert, wie deine Marke spricht und kommuniziert?*

- Markensprache definiert:** Ist die Tonalität eindeutig festgelegt?  
Beispiel: Professionell, aber verständlich und nahbar
- Wording einheitlich:** Werden überall gleiche Begriffe und Formulierungen genutzt?  
Beispiel: „Kunde“ statt wechselnder Begriffe wie „User“ oder „Nutzer“
- Kommunikationsstil definiert:** Ist klar, wie Inhalte formuliert werden?  
Beispiel: Informativ statt werblich-aggressiv
- Tonality dokumentiert:** Gibt es klare Richtlinien zur Sprache?  
Beispiel: Brand Voice Guidelines

#### 5. Konsistenz & Wiedererkennung

*Ist die Marke über alle Kanäle hinweg einheitlich und wiedererkennbar?*

- Markenauftritt einheitlich:** Ist das Branding überall konsistent?  
Beispiel: Website, Social Media und Präsentationen wirken gleich
- Wiedererkennungswert gegeben:** Ist die Marke sofort identifizierbar?  
Beispiel: Gleiche Farben und Bildsprache in allen Kanälen
- Kanäle abgestimmt:** Sind alle Kommunikationskanäle aufeinander abgestimmt?  
Beispiel: LinkedIn und Website folgen der gleichen Designlinie
- Regelmäßige Prüfung:** Wird die Marken-Konsistenz regelmäßig überprüft?  
Beispiel: Audit der Social Media Profile

---

**Disclaimer:** Diese Checkliste dient ausschließlich als allgemeiner Leitfaden und stellt keine rechtliche Beratung oder eine professionelle technische Prüfung dar. Sie ersetzt weder eine individuelle fachliche Bewertung noch eine detaillierte Analyse durch qualifizierte Experten. Es wird empfohlen, bei Bedarf eine vertiefte Prüfung sowie Unterstützung durch entsprechende Fachleute in Anspruch zu nehmen.