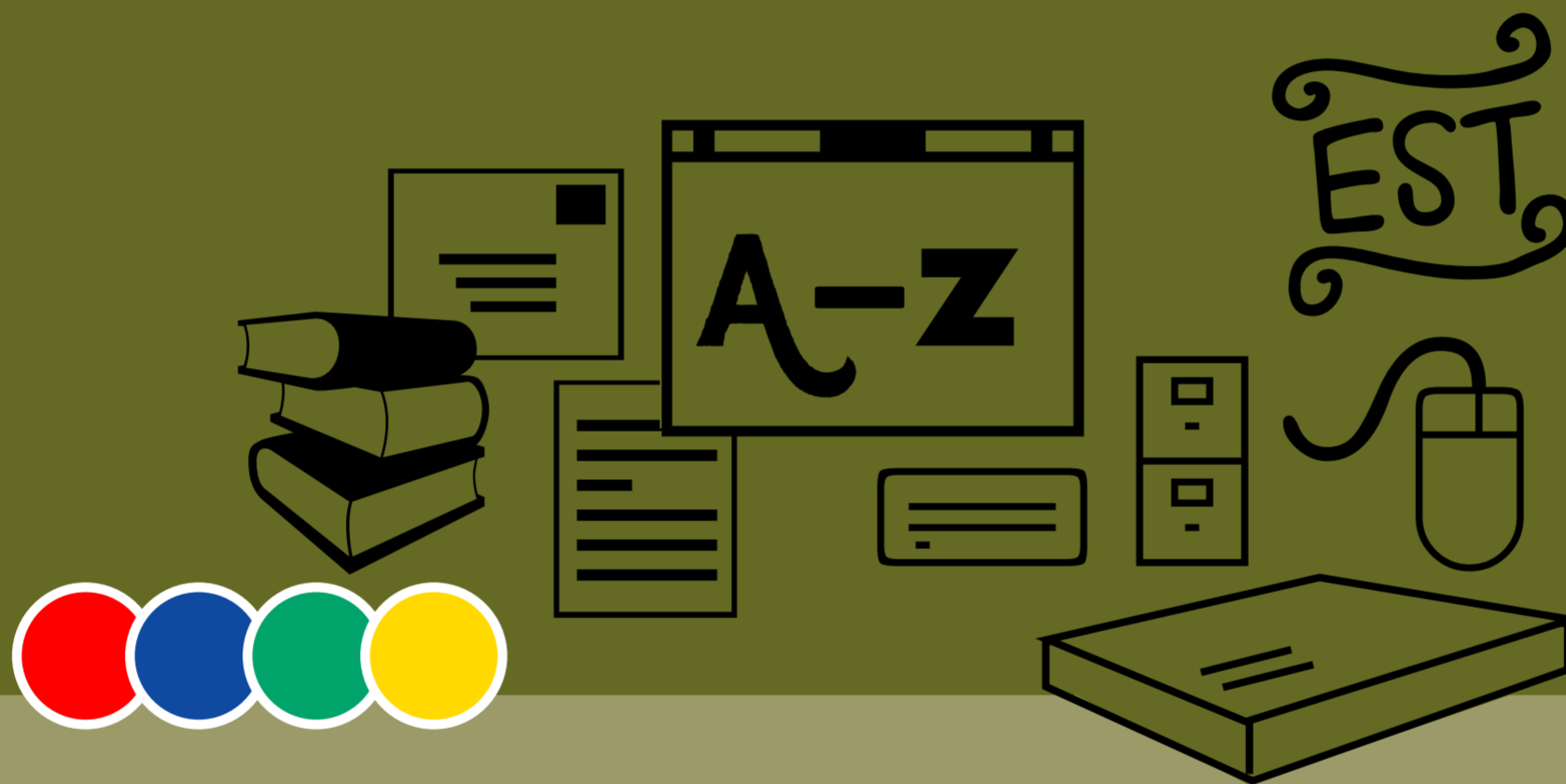
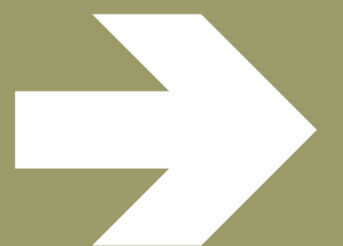




Das Marke und Medien 1x1.

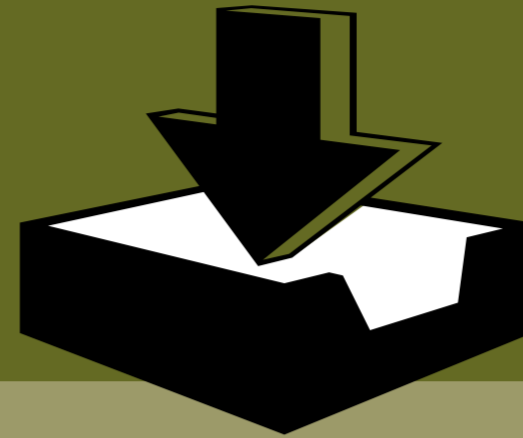


Infos über Branding, Corporate Design,
Medien, sowie gute Gründe für Print!





Der Inhalt:



1.0	Marken-Check	3
2.0	Was ist Corporate Identity	6
3.0	Und was Corporate Design.....	8
	3.1 Farben	10
	3.2 Typografie	12
	3.3 Logodesign.....	15
4.0	Übersicht der Kommunikationsmedien	23
5.0	12 gute Gründe für Print	28



1.0



Mach den Marken-Check:





Prüfe deine Marke:

1

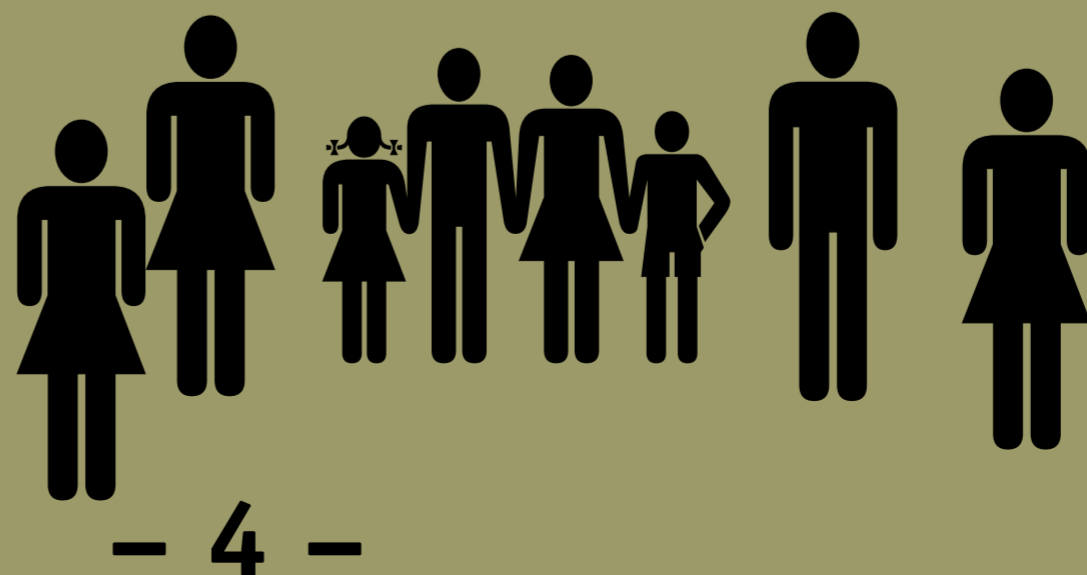
■ Steht deine Positionierung?

Wofür brennst du? Was macht dich aus?

Dein Wieso, Weshalb und Warum ist der Kern deines Unternehmens, dein Antrieb – das was dich ausmacht.

■ Kennst du deine Zielgruppe?

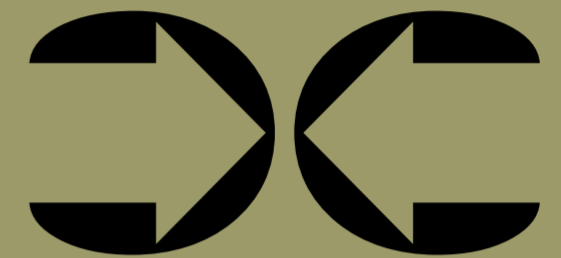
Mit wem willst du arbeiten, wen willst du ansprechen bzw. an wen verkaufen?





Checke außerdem:

- **Kennst du deine Konkurrenz?**



Wer tummelt sich noch so in deinem Bereich?

Was machen die, wie treten sie auf?

Vielleicht sind Kooperationen möglich.

- **Hast du deine Schwächen, Stärken, Chancen und Risiken analysiert?**



Nur wenn du weißt was gut läuft

und was nicht, kannst du dich

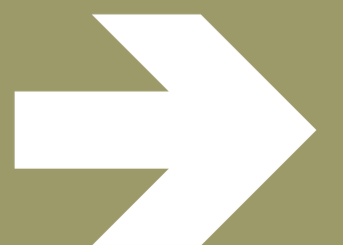
verbessern und weiterentwickeln!



2.0



Was ist Corporate Identity?



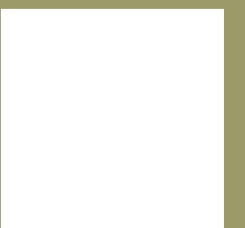
Die Corporate Identity (CI):



- **CI ist deine gesamte Marken-Identität: Philosophie, Erscheinungsbild, Handeln, Auftreten, Sprache, Kommunikation.**



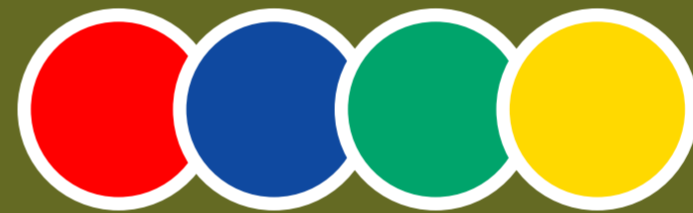
- > **Deine eigene Corporate Identity (Unternehmens Identität) ergibt sich aus deinen persönliche Werten und deinem Warum.**
- > **Deine CI sorgt für Wiedererkennung, Einheitlichkeit und Eigenständigkeit.**
- > **Nur mit einer passgenauen Corporate Identity kannst du eine starke Marke werden!**



3.0

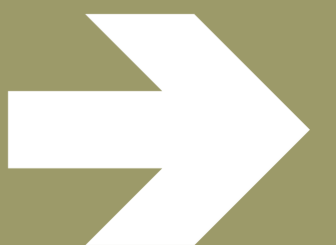


A - Z



EST

**Und was ist
Corporate Design?**



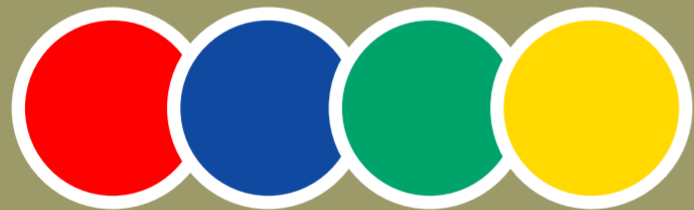
Das Corporate



Design (CD):

- Corporate Design (CD) ist das Erscheinungsbild deiner Marke.

Dazu gehören Farben, Typografie, Logo, Stil, Bildsprache und Gestaltungsgrundsätze



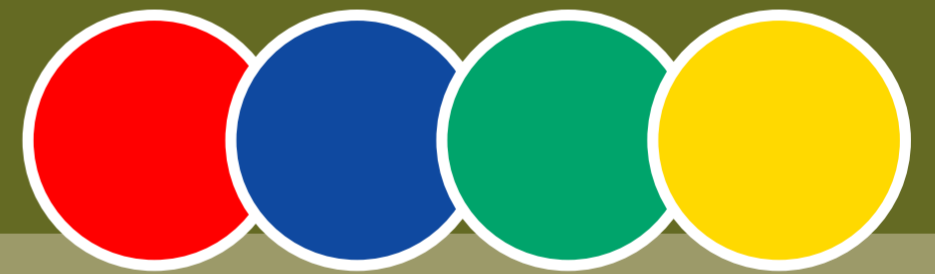
A - z

EST

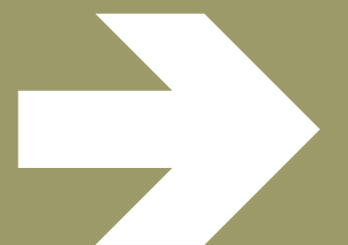
- > Zum Corporate Design deiner Marke gehört mehr als nur ein hübsches Logo!



3.1



Corporate Design – deine Farben:



Corporate Design



– über Farben:

- Farbe ist mehr als bunt:

Farben haben eine besondere Bedeutung und Wirkung. Mehr dazu:

<https://www.designerinaction.de/design-wissen/bedeutung-farben/>

–> Farbe schafft Wiedererkennbarkeit



Corporate Design

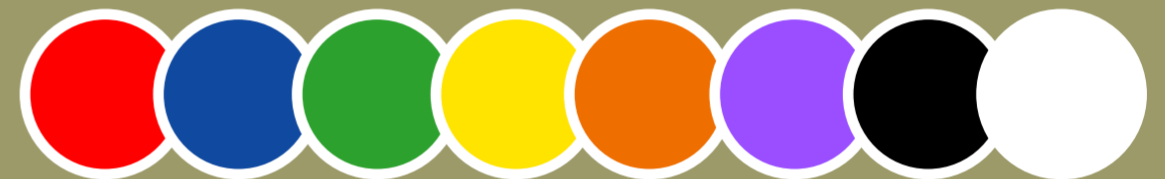


– Farbnuancen:

- Die Nuancen von Farben machen den Unterschied:

Reine Farben:

direkt, laut, klar und einfach



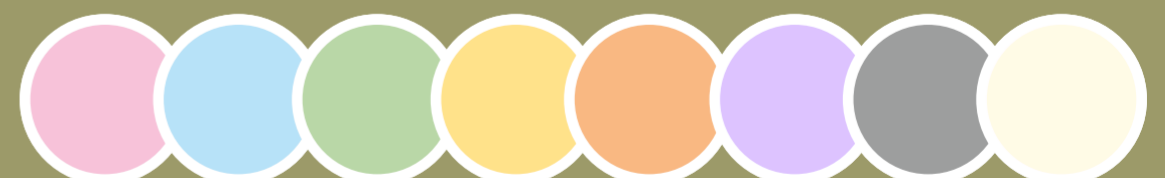
Gebrochene Farben:

indirekt, ruhig, ernsthaft und komplex



Aufgehellte Farben:

indirekt, leise, leicht und sanft



3.2



A – Z

**Corporate Design –
die Typografie:**



Einsatz von Typografie:



- Die Wahl der Schrift für deinen Markenauftritt spielt eine wichtige Rolle.

Schrift vermittelt nicht nur Infos, sie hat eine bestimmte Wirkung und ist Mittel zur Gestaltung.

Wirkung

Wirkung

Wirkung

Wirkung



Typografie – Schriftarten:



- Unterschieden wird im Wesentlichen zwischen drei Schriftgattungen:
 - **Serifenschriften** – haben Striche (Füßchen) an den einzelnen Buchstaben.
Bei einer **Egyptienne** sind diese Serifen extra betont.
 - **Serifenlose** Schriften – auch als Grotesk oder Sans bezeichnet, sind einfacher und ohne Serifen.
 - *Schreibschriften* – auch als Script, Deko oder Hands bezeichnet, basieren auf originären Handschriften.
- > Eine harmonische Kombination von Schriften erfordert typografisches Know-how.



Typografie – Hausschriften:



- Viele große Marken lassen sich eine eigene Schrift (=Hausschrift)entwerfen:

Einprägsam, individuell, maßgeschneidert,
wiedererkennbar, aber auch sehr teuer und
zeitintensiv!

Mercedes-Benz

Calvin Klein

NIVEA

Heineken

Coca-Cola



Typografie – die Schriftschnitte:



■ Einige Schriftfamilien verfügen über verschiedene Schriftschnitte, dies sind Variationen der Stärke, Laufweite und Lage der Schrift:

- Regular, Book (normal)
- **Bold (fett)**
- Condensed (schmal, narrow)
- *Italic (kursiv)*
- Light (leicht, dünn)
- **Semibold (halbfett)**
- **Black (Extrabreit)**



Typografie – der Textsatz:



- **Linksbündig**
entspricht unserem allgemeinen Leseverständnis.
 - **Rechtsbündig**
bitte nur bei Überschriften, Bildunterschriften oder als bewusstes Element.
 - **Mittelachse, zentrierter Satz**
für lange Texte ungeeignet, da das Auge die Zeilenanfänge „suchen“ muss.
 - **Blocksatz (normal oder erzwungen)**
für große Textmengen, korrekte Umbrüche sind wichtig.
- Durchdacht gewählte Absätze und Umbrüche sorgen für guten Textfluss und Lesbarkeit!**



3.3



EST

**Corporate Design –
das Logodesign ...**

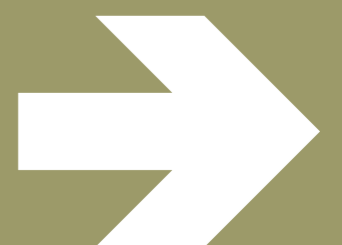


Anforderungen an dein Logo:



■ Dein Logo sollte:



- **erkennbar und merkfähig sein**
- **auch klein gut lesbar, vektorbasiert sein**
- **auch in Schwarz/Weiss nutzbar sein**
- **wenig Sonder-Farben (Kostenfrage) enthalten**
- **zur Branche passen**
- **sich vom Wettbewerb abheben**
- **langfristig einsetzbar sein**

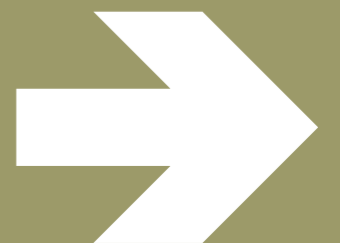


Dein Logo – der Designauftrag:



- Erst wenn Identität, Positionierung, Farben und Typo klar sind, steht das Logo-Design an. Es gibt drei Möglichkeiten:

1. DIY – kannst du machen,  reparierst du auch dein Auto selbst?
2. billig online kaufen – nicht maßgeschneidert, nicht individuell, oft nicht mal professionell!
3. DesignerIn beauftragen – Profiarbeit für dein Business zahlt sich aus! 



Dein Logo – der Designprozess:



- Wenn du mich mit dem Logodesign beauftragst, starten wir gemeinsam mit meiner Checkliste.
- Professionelle Arbeit kostet Geld, ist aber nicht umsonst! Mit meinem Logo-Paket erlebst du keine Überraschungen.
- Dein Logo ist mehr als nur eine hübsche Gestaltung, es bietet einen Mehrwert und ist dein Aushängeschild!



Daten und Fakten, beachte bitte:



- Dein Logo benötigst du in verschiedenen Dateiformaten (für Office, Web und Druck).
- Auch eine s/w-Version ist sinnvoll.
- Dein Logo solltest du auch als Vektordatei (eps-Datei) haben, nur dann kann es ohne Qualitätsverlust skaliert und gedruckt werden.



Dein Logo –

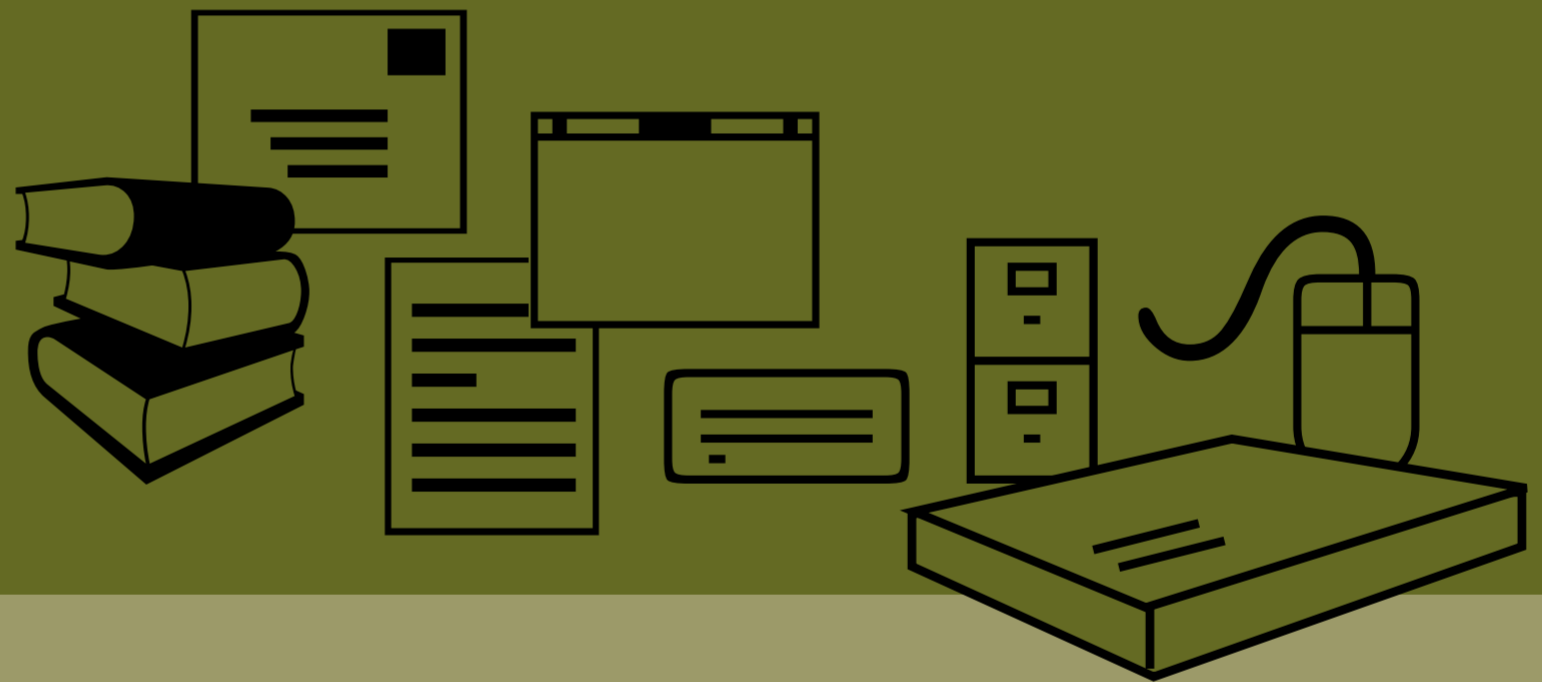


außerdem wichtig:

- Das Honorar für ein Logodesign setzt sich aus Konzeption, Gestaltungskosten und Nutzungsrechten zusammen.
- Das Urheberrecht bleibt beim Designer.
- Logodesign unterliegt als schöpferisch-kreative Leistung dem reduzierten Mehrwertsteuersatz von 7 %.



4.0



Die Welt der Kommunikations- medien.



Zu jeder Marke gehören Medien:



- Dein Branding und Logo stehen, aber jetzt kommst du nicht so recht weiter? Du weißt nicht, was du brauchst, damit deine Marke erfolgreich auftritt?
- Benötigst du einen Flyer – und wenn ja, was für einen? Oder besser ein ansprechend gestaltetes PDF? Wie und wo kannst du dein Logo gut einsetzen? Welche Kommunikationsmedien machen für dein Business Sinn?

-> Mit meinem Marken-Check helfe ich dir weiter!



Alle Medien



auf einen Blick:

■ Printmedien – alles (auf Papier) Gedruckte:



Flyer, Anzeigen, Broschüren, Kataloge, Postkarten, Beilagen, Mailings, Postwurfsendungen, Plakate, Gutscheine, Treuekarten, Planen

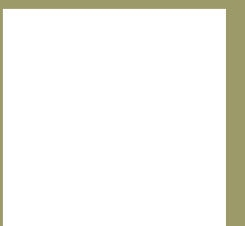
■ Online-Medien – virtuelle Welten:

Social Media-Präsenzen, Banner, Social Media Ads, Blogs, Lives & Reels, Newsletter, E-Mail-Marketing, Videos

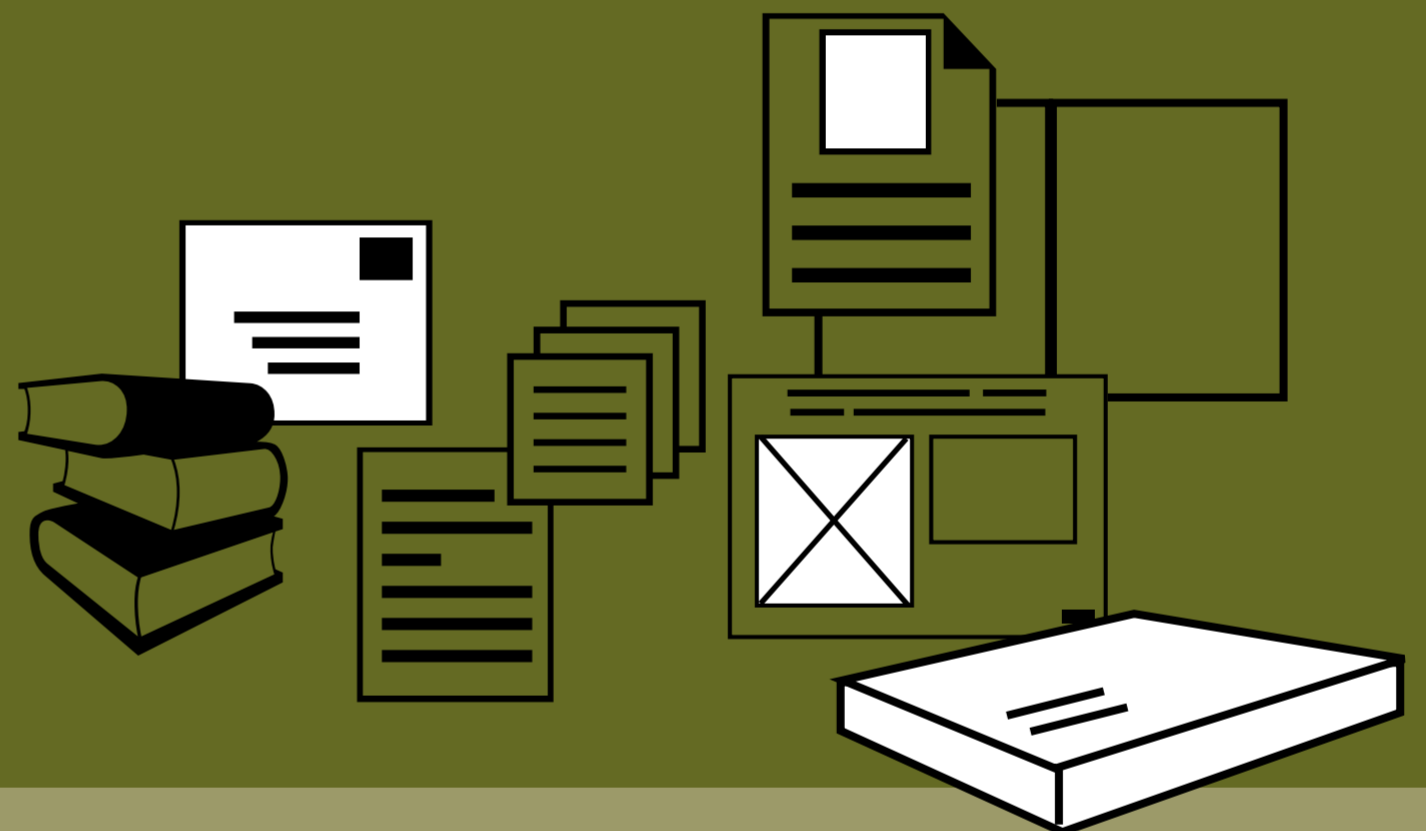
■ Sonstige Medien:



Werbeschilder, Verkehrsmittelwerbung, Fahrzeugbe-
klebungen, Messestände, Podcasts, TV-/ Funk-Spot,
Aufkleber, Werbegeschenke & Give-aways



4.0



Print lebt!
12 gute Gründe ...





Print lebt!

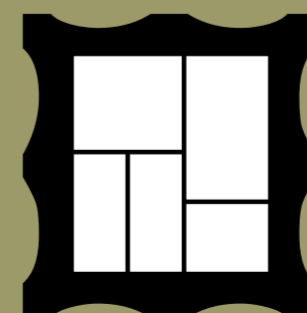
■ Das ist mein Warum, meine Leidenschaft, dafür gibt es viele Gründe. Print:

① spricht alle Sinne an 

② hat eine hohe Glaubwürdigkeit

③ erreicht auch passive Zielgruppen

④ funktioniert ohne Keywords



5-8 gute Gründe



für Print:

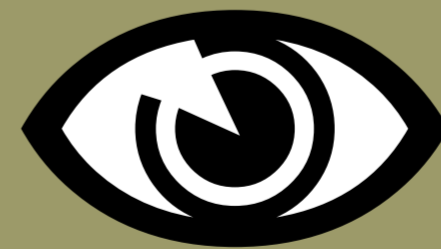
⑤ hat ein gutes Kosten-/Nutzen-Verhältnis

⑥ hat eine hohe Reichweite



⑦ „dupliated content“ schadet nicht und
Googlerankings spielen keine Rolle

⑧ hat eine gute Lesbarkeit, ist augenfreundlich



9-12 weitere



Gründe für Print:

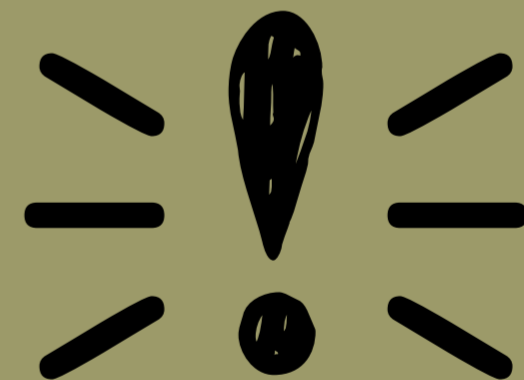
9 funktioniert offline und sammelt keine Daten

10 erreicht auch Fachpublikum



11 nachhaltige Produktion ist möglich

12 hat eine hohe Aufmerksamkeit





So, nun leg los!

- Für Beratung, Analyse, Konzeption, Auswahl der geeigneten Medien bis hin zu Umsetzung, Reinzeichnung und der Produktionsabwicklung bin ich deine Ansprechpartnerin:

Alexandra Drews – Grafikdesign · Werbung
www.drews.info

E-Mail: ad@drews.info

Mobil: 0179/11 55 421

Die Urheberrechte dieses Handouts liegen bei Alexandra Drews,
Kopie und/oder Weitergabe auch in Auszügen bedarf meiner Zustimmung.

