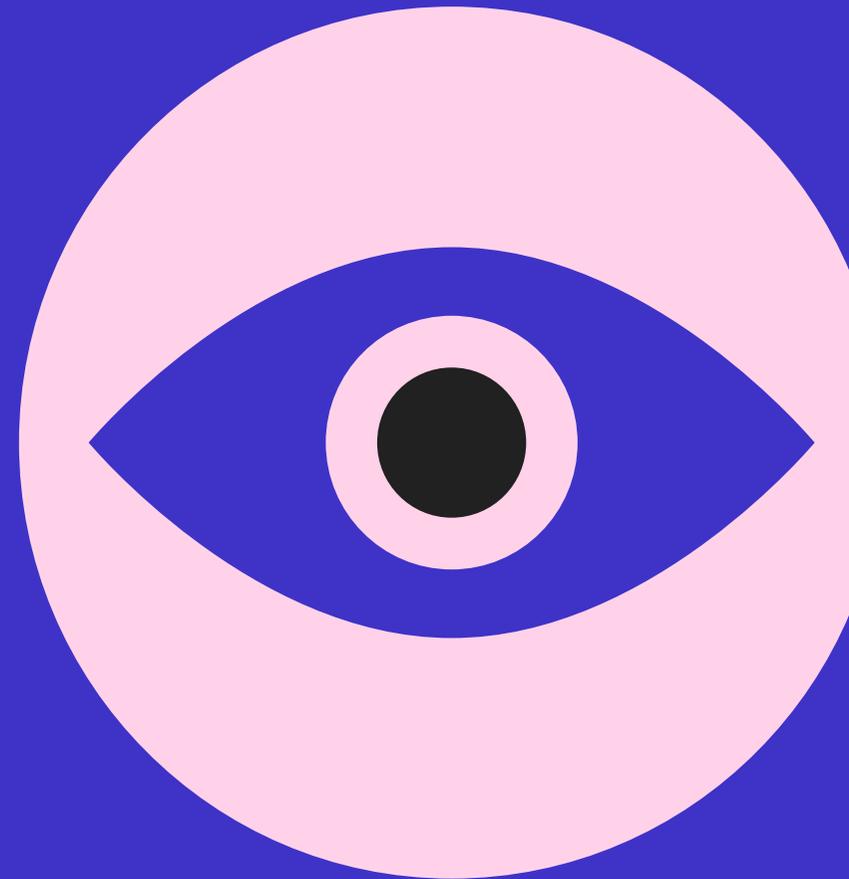


AUF TUCHFÜHLUNG

# Brand Guide

Ein Schritt-für-Schritt-Guide zu einem Design,  
das wirklich zu deinem Brand passt.



# First things first.

Wer bist du? Was bietest du an? Für wen und wie?  
In diesem kurzen Guide gehst du diesen und weiteren Fragen auf den Grund um die notwendigen Grundsteine zu legen, auf der deine professionelle Identität aufbaut.

Nimm dir also Zeit und Ruhe zur Beantwortung – so viel wie du dazu brauchst. Später kann dir dieser Guide eine große Hilfe sein, deinem Projekt in allen Entscheidungen treu zu bleiben, und nicht im Berufsalltag die Richtung zu verlieren.

Los geht's!

*Beantworte die Fragen schriftlich – entweder direkt digital in diesem PDF oder gerne auch klassisch mit Stift auf Papier. Du kannst dir das Workbook dazu ausdrucken.*

# Inhalt

TEIL I – ABOUT

Du und dein Unternehmen

TEIL II – NICHE

Deine Zielgruppe

TEIL III – VIBE

Werte & Persönlichkeit



soft

BRAND GUIDE

X

TEIL I – ABOUT

# ABOOT

Du und dein Unternehmen



**1.1** Wer bist du und was bietest du an?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1.2** Warum tust du, was du tust? (*Motivation*)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1.3** Was ist deine Mission?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**1.4** Was ist dein Ziel? (*Vision*)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

soft

BRAND GUIDE

X

TEIL II - NICHE

# NICHE

Deine Zielgruppe



**2.1 Wer ist dein/e ideale/r Kunde/Kundin?**

*(Alter, Geschlecht, Beruf, Wohnort, Hobbies, sonstige Eigenschaften)*

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**2.2 Welches Problem löst du (oder dein Produkt) für sie?**

---

---

---

---

---

---

---

**2.3 Wo verbringen sie ihre Freizeit?**

---

---

---

**2.4 Wie sieht ein Tag in ihrem Leben aus?**

---

---

---

---

---

---

---

**2.5 Welche Webseite/Zeitung/Magazin lesen sie?**

---

---

2.6 Welches ist ihr bevorzugter Kommunikationskanal (privat und beruflich)?

---

---

---

2.7 Welcher inspirierender Person folgen sie?

---

---

---

2.8 Welches sind ihre Lieblingsmarken?

---

---

---

2.9 Welche sozialen Netzwerke nutzen sie, zu welchem Zweck und wie oft?

---

---

---

---

2.10 Welche Faktoren berücksichtigen sie, bevor sie einen Kauf tätigen?

---

---

---

---

2.11 Was ist ihr größtes Problem im Moment, das deine Dienstleistung/dein Produkt für sie löst?

---

---

---

soft

BRAND GUIDE

X

TEIL III – VIBE



# W VIBE

Werte & Persönlichkeit



ehrl  
ich  
zuverl  
ssig  
respektvoll  
tolerant  
mitf  
hlend  
gerecht  
mutig  
geduldig  
bescheiden  
dankbar  
optimistisch  
kreativ  
neugierig  
leidenschaftlich  
diszipliniert  
fleißig  
zielstrebig  
organisiert  
pünktlich  
höflich

loyal  
großzügig  
humorvoll  
intelligent  
weise  
offen  
unabhängig  
authentisch  
resilient  
selbstbewusst  
empathisch  
vertrauensvoll  
großzügig  
verständnisvoll  
unterstützend  
fürsorglich  
inspirierend  
innovativ  
anpassungsfähig  
friedfertig

solidarisch  
umweltbewusst  
nachhaltig  
demokratisch  
gebildet  
gläubig  
hoffnungsvoll  
lieb  
evoll  
friedlich  
besonnen  
charmant  
durchsetzungsstark  
empfindsam  
entschlossen  
flexibel  
gesellig  
hartnäckig  
idealistisch  
introvertiert  
klug

kompetent  
konservativ  
liberal  
loyal  
methodisch  
mitf  
hlend  
moderat  
nachsichtig  
optimistisch  
pragmatisch  
prinzipientreu  
rational  
realitätsbezogen  
rebellisch  
romantisch  
skeptisch  
spontan  
stur  
sympathisch  
talentiert

tolerant  
traditionell  
unkonventionell  
verbissen  
verantwortungsbewusst  
visionär  
wahrheitsliebend  
warmherzig  
weitblickend  
widersprüchlich  
willensstark  
zartbesaitet  
zufrieden  
zielstrebig  
zuhörend  
zusammenarbeitend  
zuvorkommend  
zweckorientiert  
abenteuerlustig  
selbstkritisch

### 3.3 Alter

*Wenn deine Marke ein Alter hätte, welches wäre es? (Kann auch eine Altersspanne sein)*

---

---

### 3.4 Gefühl

*Welche Gefühle soll dein Unternehmen bei deinen Kunden auslösen? Du kannst dich auch hier vom Wertechart inspirieren lassen.*

---

---

### 3.5 Wortbank

*Finde Wörter und Sätze, für die du von deinem Publikum in Erinnerung behalten werden möchtest. Finde 3 Wörter, 3 Sätze und 2 Hashtags. Das Ziel ist es, Konsistenz in deine Botschaft zu bringen und sicherzustellen, dass sie immer treffend ist.*

#### 3 Wörter:

---

---

---

#### 2 Sätze:

---

---

---

---

#### 2 Hashtags:

# \_\_\_\_\_

# \_\_\_\_\_

### 3.6. Tagline (Marken-Einzeiler)

*Das Ziel der Tagline ist es, dem Publikum einen Hinweis auf die Marke und das, was wir für sie tun können, zu geben, während wir dennoch etwas Geheimnisvolles bewahren.*

*Bsp. „Nachhaltige Innovation für eine bessere Zukunft.“*

---

---

---

### 3.7 Positionierungsaussage

Die Positionierungsaussage ist die gesamte Markenstrategie, zusammengefasst in wenigen Sätzen. Das Ziel ist es, etwas Kurzes, aber Kraftvolles zu haben, das dich immer daran erinnert, wofür du stehst, wen wir bedienen und was uns für unsere idealen Kunden besonders macht.

#### 3.7.1 Idealer Kunde

Bsp.: „Unser idealer Kunde ist ein umweltbewusster Verbraucher, der Wert auf Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation legt.“

---

---

---

---

---

#### 3.7.2. Marktdefinition (Deine Nische)

Bsp.: „Wir bedienen den Markt für nachhaltige und innovative Verbrauchsgüter, die das Leben der Menschen verbessern und gleichzeitig die Umwelt schonen.“

---

---

---

---

---

---

---

#### 3.7.3 Versprechen

Bsp.: „Wir versprechen, unseren Kunden hochwertige, vertrauenswürdige und umweltfreundliche Produkte zu liefern, die durch fortschrittliche Technologie und kreatives Design inspirieren.“

---

---

---

---

#### 3.7.4 Reasons to believe

Bsp.: „- Unsere Produkte sind nachweislich umweltfreundlich und nachhaltig.  
- Wir haben zahlreiche Auszeichnungen für Innovation und Qualität erhalten  
- Unser Engagement für exzellenten Kundenservice und Transparenz hat das Vertrauen und die Zufriedenheit unserer Kunden gestärkt“

---

---

---

---

---

---

---

# Lass uns der Welt zeigen, wie faustdick du es hinter den Ohrchen hast!

Wir steigen tiefer mit dir ein! Im Soft Creative Club erarbeiten wir ein Design, das wirklich zu deinem Projekt passt. Und in einem persönlichen Branding-Shooting bringen wir seine wahre Essenz zum Vorschein.

[BUCHE DEIN KOSTENLOSES ERSTGESPRÄCH](#)

Mach mit, beim fluffigsten Club aller Zeiten und vernetze dich mit anderen Unternehmerinnen. Der Soft Creative Club ist ein Safe Space für softe Gründerinnen.

Folge uns auf Instagram  
[@softcreativeclub](#)

