



WEBBEARSOLUTIONS

BRANDING- FRAGEBOGEN

Fragen, die Ihrer Marke Charakter geben.

WILLKOMMEN

Bevor wir gestalten, wollen wir verstehen.

Dieser Fragebogen hilft mir dabei, ein Branding zu entwickeln, das wirklich zu Ihnen und Ihrem Unternehmen passt – statt austauschbar zu wirken. Nehmen Sie sich gerne etwas Zeit: Je ehrlicher und ausführlicher Ihre Antworten sind, desto zielgerichteter wird das Ergebnis. Es gibt kein Richtig oder Falsch. Wo eine Mehrfachauswahl möglich ist, ist dies vermerkt – bei „Sonstige“ ergänzen Sie einfach frei.

Unternehmen / Marke

Ansprechpartner:in

E-Mail

Telefon

Website (falls vorhanden)

Datum

01

Unternehmensübersicht

Damit ich weiß, wofür Ihre Marke steht und welche Atmosphäre sie vermitteln soll.

Was sind Mission und Kernwerte Ihres Unternehmens – wofür stehen Sie, und was möchten Sie bei anderen bewirken?

Welche Produkte oder Dienstleistungen bieten Sie konkret an?

Wer ist Ihre Zielgruppe bzw. Ihr idealer Kunde? Beschreiben Sie kurz, wen Sie erreichen möchten.

01 · UNTERNEHMENSÜBERSICHT (FORTSETZUNG)

Welchen Herausforderungen steht Ihre Marke aktuell gegenüber (z. B. geringe Bekanntheit, fehlendes Vertrauen, austauschbares Auftreten)?

02

Zielgruppe & Botschaft

Je genauer wir Ihre Kund:innen kennen, desto treffsicherer wird die Gestaltung.

Wer sind Ihre Hauptkunden? Altersgruppe (Mehrfachauswahl möglich)

☐ 18–24 ☐ 25–34 ☐ 35–44 ☐ 45–54 ☐ 55+

Interessen Ihrer Hauptkunden (Mehrfachauswahl möglich)

☐ Technologie ☐ Mode ☐ Gesundheit & Wohlbefinden ☐ Finanzen ☐ Reisen

☐ Sonstige:

Verhalten Ihrer Hauptkunden (Mehrfachauswahl möglich)

☐ Online-Shopper ☐ Lokale Kunden ☐ B2B-Kunden ☐ Abonnementbasiert

☐ Sonstige:

Welches Problem löst Ihre Marke für diese Menschen – und warum sollten sie sich gerade für Sie entscheiden?

Welche Kernbotschaft soll Ihre Zielgruppe sofort von Ihrer Marke mitnehmen?

02 · ZIELGRUPPE & BOTSCHAFT (FORTSETZUNG)

Welchen Tonfall sollte Ihre Marke haben?

☐ Formell ☐ Freundlich ☐ Autoritativ ☐ Spielerisch ☐ Witzig

☐ Inspirierend ☐ Sonstige:

Welche Art von Erfahrung möchten Sie Ihren Kunden bieten?

☐ Luxus & Exklusivität ☐ Unterhaltsam & zugänglich ☐ Vertrauenswürdig & professionell

☐ Auffällig & aufmerksamkeitsstark ☐ Minimalistisch & modern ☐ Warm & nostalgisch

☐ Sonstige:

03

Markenidentität & Persönlichkeit

Diese Wortwahl gibt die kreative Richtung für das gesamte Design vor.

Welche Wörter beschreiben die Persönlichkeit Ihrer Marke am besten?

Bitte wählen Sie idealerweise genau drei Begriffe aus.

☐ Vertrauenswürdig ☐ Innovativ ☐ Freundlich ☐ Anspruchsvoll ☐ Verspielt

☐ Professionell ☐ Kreativ ☐ Umweltfreundlich ☐ Mutig

☐ Sonstige:

Welche Gefühle soll Ihre Marke bei Menschen auslösen, wenn sie ihr begegnen?

04

Visuelle Identität

Farbe, Schrift und Logo – hier wird die Markenpersönlichkeit sichtbar.

Besitzen Sie bereits einen Marken-Styleguide (Farben, Schrift, Logo-Regeln)?

☐ Ja – ich sende ihn im Anschluss zu ☐ Nein

04 · VISUELLE IDENTITÄT (FORTSETZUNG)

Gibt es Farben, Schriftarten oder visuelle Elemente, die Sie unbedingt verwenden oder bewusst vermeiden möchten?

Haben Sie bereits ein Logo oder benötigen Sie ein neues?

- ☐ Bestehendes Logo bleibt ☐ Bestehendes Logo überarbeiten ☐ Neues Logo gewünscht

Welche Art von Logo bevorzugen Sie?

- ☐ Nur Text (Wortmarke) ☐ Text & Grafik (Kombinationsmarke) ☐ Nur Grafik (Bildmarke)

- ☐ Ich bin offen für einen Vorschlag

Soll das Logo bestimmte Symbole oder Bildideen enthalten?

Welche Stile passen zu Ihrer Marke?

- ☐ Minimalistisch ☐ Klar & reduziert ☐ Retro ☐ Abstrakt ☐ Handgezeichnet

- ☐ Verspielt ☐ Sonstige:

Welche Farben sollen mit Ihrer Marke assoziiert werden? (Bitte konkret benennen, gerne mit Hexcode)

Gibt es Farben, die vermieden werden sollten?

Welchen Schriftcharakter bevorzugen Sie?

- ☐ Modern ☐ Klassisch-traditionell ☐ Verspielt ☐ Elegant

- ☐ Sonstige:

04 · VISUELLE IDENTITÄT (FORTSETZUNG)

Welchen visuellen Bildstil bevorzugen Sie?

☐ Fotografie ☐ Illustration ☐ Abstrakte Visualisierungen

☐ Sonstige:

Gibt es bestimmte Themen, Motive oder eine Ästhetik (z. B. Vintage, naturnah, verspielt), die Sie einbeziehen möchten?

05

Wettbewerb & Inspiration

So finden wir heraus, wie sich Ihre Marke sichtbar abheben kann.

Wer sind Ihre drei wichtigsten Mitbewerber? (Name und, wenn möglich, Website)

Was hebt Ihre Marke von diesen Mitbewerbern ab?

Gibt es Marken – auch außerhalb Ihrer Branche – deren Auftritt Sie inspiriert? Was genau gefällt Ihnen daran?

06

Einsatz, Marketing & Projektrahmen

Zum Schluss die praktischen Eckdaten, damit das Branding überall funktioniert.

Wo wird Ihre Marke überall eingesetzt? (Mehrfachauswahl möglich)

- ☐ Webseite ☐ Soziale Medien ☐ Verpackung ☐ Waren / Merchandise
- ☐ Druckmaterialien ☐ Beschilderung & Räume ☐ Apps & digitale Plattformen
- ☐ Sonstige:

Gibt es bestimmte Kommunikationsstile, die Sie ausprobieren möchten (z. B. Storytelling, Wortspiele, sachlich-informativ)?

Gibt es gestalterische Einschränkungen oder Anforderungen an Barrierefreiheit, die von Anfang an berücksichtigt werden müssen?

Bis wann soll das neue Branding stehen – gibt es einen festen Termin oder Anlass (z. B. Launch, Messe, Relaunch)?

Wer entscheidet final über das Design bzw. ist an der Freigabe beteiligt?