

1. WER SIND WIR? VERSTEHEN

ALLGEMEIN

SUBSTANZWERTE

Werte, die gelebt werden, aber für die gesamte Branche gelten

DIFFERENZIIATOREN

Werte, die gelebt werden, aber in der Branche nicht selbstverständlich sind

KERNWERTE (WHO)

Werte, die das Unternehmen einzigartig machen

BESONDERS

2. WOFÜR STEHEN WIR (EIN)? PLANEN

WIR

KERNWERTE (WHO)

Werte, die das Unternehmen einzigartig machen

RELEVANZ (HOW)

1. ZIELGRUPPE – Für wen?

2. WETTBEWERBER – Im Vergleich zu anderen?

IHR

MISSION (WHY)

Für welches höhere gesellschaftliche, soziale und politische Ziel stehen wir?

GESELLSCHAFT

3. WIE STELLEN WIR UNS DAR? GESTALTEN

IDEE

MISSION (WHY)

KREATIVE LEITIDEE

TONALITÄT

ELEMENTE

Sprache Typografie Usability
Farben Bildstil Logo
Service Materialität
Motion Klang
etc.

DESIGN

4. WIE KOMMUNIZIEREN WIR? UMSETZEN

DESIGN

ELEMENTE

Sprache Typografie Usability Farben Bildstil Logo
Service Materialität Motion Klang etc.

CORPORATE IDENTITY

Erscheinungsbild Verhalten Kommunikation

MARKENIMAGE

WAHRNEHMUNG