

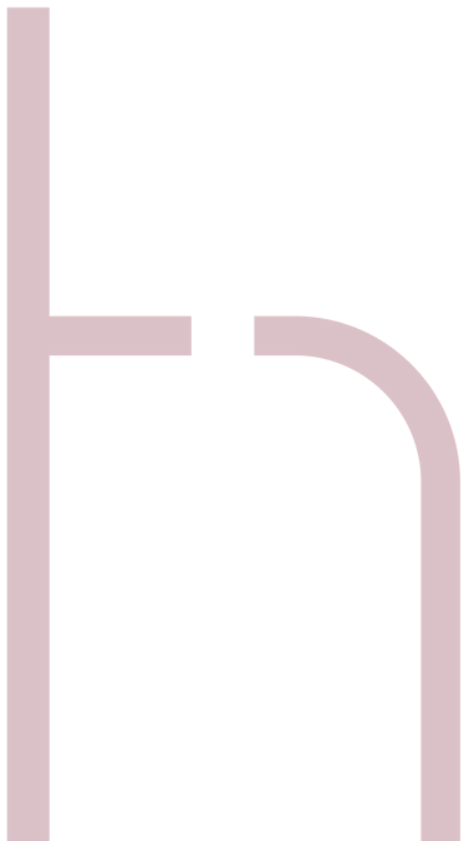
Noch nicht sicher, wo *deine Marke* steht?

Der Marken-Konsistenz-Check

Finde heraus, warum Konsistenz der erste Schritt zu
einer Marke ist, der man vertraut.

Inhalt

Warum Konsistenz der erste Schritt ist	3
Was dich ein fehlendes System wirklich kostet?	
Der Zeitfresser-Check	4
Der Marken-Check	4
Was deine Antworten bedeuten	5
4 Ansatzpunkte zum sofortigen Umsetzen	6
Erste Umsetzung in Canva	7
3 Wege zu deinem System	8
	9



Warum *Konsistenz* der erste Schritt ist?

Stell dir eine Person vor, die dir jedes Mal anders begegnet. Mal förmlich, mal locker, mal im Anzug, mal im Jogginganzug, mal per Handschlag, mal mit einer Umarmung. Du magst sie vielleicht sogar, aber du vertraust ihr nicht so richtig. Nicht, weil sie unsympathisch wäre. Sondern weil du nie weißt, wer dir morgen gegenübersteht. Genau das ist deine Marke für deine Zielgruppe.

Jede Berührung - ein Beitrag, deine Website, ein Angebot, eine E-Mail - ist ein weiteres Treffen. Wirkt jedes davon anders, fängt dein Gegenüber innerlich wieder bei null an. Bewusst bemerkt das kaum jemand. Das Gefühl bleibt trotzdem: irgendwie unsicher, irgendwie nicht ganz greifbar.

Und ein unsicheres Gefühl bucht niemand.

Und jetzt kommt noch etwas dazu!

Früher war das schon schwer genug. Heute kann jede und jeder in Sekunden ein Logo generieren, einen Text schreiben lassen, ein Bild erzeugen. Das Internet füllt sich mit Angeboten, die alle teilweise gleich aussehen, gleich klingen, gleich glatt wirken. Deine Zielgruppe scrollt daran vorbei, ohne sie überhaupt bewusst wahrzunehmen.

KI kann dir Bausteine liefern, einen Text, ein Bild, eine Vorlage. Was sie dir nicht liefern kann, ist das, worauf es eigentlich ankommt: **eine Identität, die man wiedererkennt, der man vertraut, an die man sich erinnert.**

Genau deshalb entscheidet heute nicht mehr, ob du präsent bist, sondern ob man dich von allen anderen unterscheiden kann.

Vertrauen entsteht in Sekunden. Deine Marke entscheidet, ob du es bekommst.

Aber Vertrauen ist nicht der einzige Preis, den ein fehlendes System kostet. Der andere ist unsichtbarer und trifft dich jede Woche aufs Neue.

Was dich ein *fehlendes System* wirklich kostet?

Es ist selten die große Idee, die fehlt. Es sind die vielen kleinen Entscheidungen dazwischen: Welche Farbe nehme ich für diesen Post? Welche Schriftgröße? Passt das Bild überhaupt? War das nicht schon der dritte Blauton diese Woche? Jede einzelne Frage dauert für sich nur eine Minute. Nur sind es eben nie nur eine.

Ohne System wird aus „schnell mal einen Beitrag machen“ schnell eine Dreiviertelstunde in der eigentlich nur dieselben Grundsatzfragen immer wieder neu verhandelt werden. Bei drei Beiträgen pro Woche sind das schnell fünf, sechs Stunden im Monat.

Zeit, die nicht in dein Unternehmen fließt, sondern ins Rad neu erfinden.

Das Tückische daran: Es fühlt sich nicht nach einem Problem an. Es fühlt sich nach ganz normalem Arbeitsalltag an. Bis man einmal nachrechnet.

Der *Zeitfresser-Check*

ENTSCHEIDUNGEN: Entscheide ich bei jedem neuen Beitrag von Neuem, welche Farben und Schriften ich nehme?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

SUCHEN: Suche ich regelmäßig nach alten Dateien oder Vorlagen, weil ich nicht mehr weiß, wo die letzte Version liegt?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

LEERE VORLAGE: Sitze ich öfter vor einer leeren Vorlage, als mir lieb ist?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

ÜBERARBEITEN: Überarbeite ich Beiträge mehrfach, weil sie „irgendwie nicht passen“ ohne genau sagen zu können, woran es liegt?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

ZEITAUFWAND: Brauche ich für „mal eben einen Post“ in Wahrheit oft eine Stunde oder mehr?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

VORGEHEN: Entscheide ich von Fall zu Fall, statt einem festen Vorgehen zu folgen?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

Je öfter du hier mit Ja geantwortet hast, desto mehr Zeit verschenkst du gerade an fehlende Entscheidungen, nicht an fehlendes Talent oder fehlende Ideen.

Der *Marken-Check*

Und jetzt zur zweiten Standortbestimmung: zur Konsistenz selbst.

Beantworte jede Frage ehrlich: nicht wie es sein soll, sondern wie es heute wirklich ist.

LOGO: Nutze ich überall die gleiche Version meines Logos. Nicht mal diese, mal jene Variante? Mal eine alte, mal die neuere...

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

FARBEN: Könnte ich auf Anhieb sagen, welche drei bis fünf Farben meine Marke ausmachen?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

SCHRIFT: Nutze ich auf all meinen Kanälen und allen Drucksorten die gleichen ein bis zwei Schriftarten?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

SPRACHE: Klinge ich auf Instagram genauso wie auf meiner Website und in meinen E-Mails?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

BILDSPRACHE: Sehen meine Fotos und Grafiken aus, als würden sie zusammengehören?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

ANGEBOT: Ist auf den ersten Blick klar, was ich anbiete und für wen?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

WIEDERERKENNUNG: Würde jemand einen meiner Beiträge erkennen, auch ohne meinen Namen zu sehen?

☐ Ja ☐ Teilweise ☐ Nein

Was deine *Antworten* bedeuten?

ÜBERWIEGEND JA

Schön – dein Fundament trägt bereits. Was man an dieser Stelle oft selbst nicht mehr sieht, sind die feinen Brüche, die einem als Außenstehende sofort auffallen, weil man sie nicht jeden Tag vor Augen hat. Genau diese kleinen Brüche sind es aber oft, die im Gedächtnis bleiben – im Guten wie im Schlechten.

GEMISCHT

Der mit Abstand häufigste Fall. Ein paar Bausteine stimmen, andere laufen noch nebenher – und genau diese Mischung löst bei deiner Zielgruppe ein unbewusstes „irgendwie passt das nicht ganz“ aus. Welche Stellschraube am meisten bringt, lässt sich von außen meist in wenigen Minuten erkennen.

ÜBERWIEGEND NEIN

Kein Grund zur Sorge – im Gegenteil: Du hast gerade ehrlich hingeschaut, das tun die wenigsten. Es bedeutet nur, dass gerade viel Vertrauen liegen bleibt, das eigentlich dir gehören würde. Die gute Nachricht: Das lässt sich ändern, meistens schneller, als man denkt.



4 Ansatzpunkte zur sofortigen Umsetzung:

1. LEG DEINE HAUPTFARBEN FEST

Wähle drei bis fünf Farben, die ab sofort überall auftauchen. Auf der Website, in Beiträgen, in Angeboten. Schreib dir die genauen Farbcodes auf. Allein dieser eine Schritt sorgt für spürbar mehr visuelle Einheit.

2. LEG SCHRIFTEN FEST

Wähle zwei bis drei Schriften, die du ab sofort einheitlich verwendest. Auf der Website, in Beiträgen, in Angeboten. Du benötigst eine Schriftart für Überschriften und eine für Fließtext. Eine kannst du bei Bedarf noch als Schmuckschrift für besondere Highlights auswählen. Achte dabei darauf, dass die Schriften in allen Programmen mit denen du arbeitest verfügbar sind.

3. BRING DEINE SPRACHE AUF EINEN NENNER

Notiere drei Wörter, die beschreiben, wie deine Marke klingen soll.

Zum Beispiel „direkt, warm, unaufgeregt“. Halte deinen letzten Instagram-Post und deine Website-Texte daneben: Passen sie zu diesen drei Wörtern?

4. MACH DEN RASTER-TEST

Leg deine letzten neun Social-Media-Beiträge nebeneinander, zum Beispiel als Raster in deinem Profil. Wirken sie wie aus einer Hand – oder wie neun verschiedene Unternehmen?

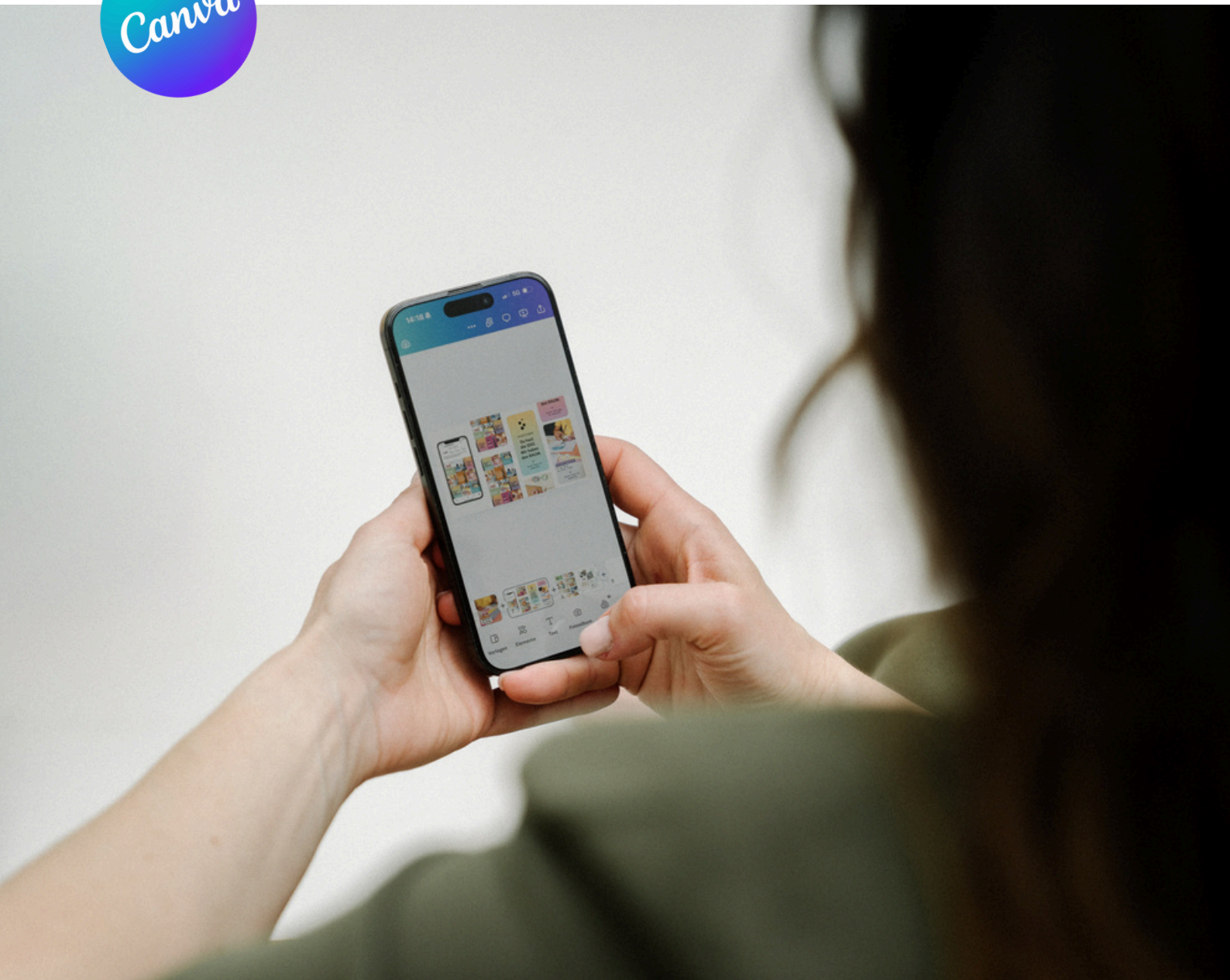
Diese vier Punkte bringen dich einen echten Schritt weiter. Was sie nicht ersetzen: den Blick von außen, der sieht, was man selbst nicht mehr sieht, weil man mittendrin steckt.

Erste *Umsetzung* in *Canva*

Canva bietet mit dem Markenkit eine einfache Möglichkeit, deine Farben, Schriften, Logo & Co an einem Ort zu speichern. Jede neue Vorlage greift dann automatisch darauf zu, statt dass du bei jedem Design von vorn beginnst.

- Markenkit anlegen und deine drei bis fünf Hauptfarben hinterlegen
- Deine ein bis zwei Schriftarten als Standard festlegen (Headlines, Fließtext)
- Dein Logo in den gängigen Varianten hochladen (für hellen und dunklen Hintergrund)
- Baue dir Markenvorlagen für einen schnelleren Workflow

Das schafft die technische Grundlage. Welche Farbe, welche Schrift und welcher Ton wirklich zu dir und deiner Zielgruppe passen, das ist die Entscheidung, die eigentlich den Unterschied macht.



Und *jetzt*?

Du hast dir gerade mehr Klarheit über deine Marke verschafft als die meisten, die sich nie die Zeit dafür nehmen. Das ist schon etwas wert. Und trotzdem erst der Anfang. Denn genau hier stecken die meisten fest: Eine Checkliste kann man ausfüllen. Aber man kann sich selbst nicht dabei zusehen, wie man auf andere wirkt. Der Blick von innen reicht dafür nicht. Dafür braucht es jemanden, der von außen hinschaut und die Muster erkennt, die für dich längst zur Gewohnheit geworden sind.

Drei Wege zu deinem System

Je nachdem, wo du gerade stehst, gibt es unterschiedliche Wege dorthin. Keiner davon ist „besser“ als der andere, nur unterschiedlich, je nachdem, was du gerade brauchst.

Markensystem von Grund auf

Für alle, die heute ohne klares System starten. Als Neugründung oder weil sich der bisherige Auftritt über die Jahre einfach so entwickelt hat. Wir bauen gemeinsam ein Markensystem, das von Anfang an stimmig ist: Logo, Farben, Typografie, Sprache – alles aus einem Guss.

Markensystem für alles, was schon da ist

Für alle, die schon etwas haben – ein Logo, eine Website, Social-Media-Kanäle – aber das Gefühl, dass es nicht wirklich zusammenpasst. Wir ordnen, was schon da ist, ergänzen, was fehlt, und bringen alles in ein System, das ab sofort konsistent bleibt.

Die Begleitung

Für alle, die ihr Branding lieber selbst in die Hand nehmen möchten, mit Canva und KI als Werkzeuge, aber nicht allein. Über mehrere Monate begleite ich dich dabei, dein eigenes System selbst zu erstellen, gebe Feedback und Sorge dafür, dass am Ende wirklich ein stimmiges Ganzes steht.

Welcher Weg zu dir passt, klären wir am einfachsten gemeinsam. In einem unverbindlichen Erstgespräch schauen wir gemeinsam auf deine Marke – nicht mit einer generischen Checkliste, sondern mit dem geübten Blick von 20 Jahren Erfahrung. Du bekommst eine ehrliche Einschätzung, wo du wirklich stehst und die klarsten nächsten Schritte für dich persönlich.

Die Marken, die heute im Gedächtnis bleiben, sind nicht die lautesten. Es sind die, denen man vom ersten Moment an vertraut.

Vertrauen entsteht in Sekunden. Deine Marke entscheidet, ob du es bekommst.

