

WIE WERTORIENTIERT IST IHR MARKENDESIGN?

DER IDEENHAUS-TEST ZU WIRTSCHAFTLICHKEIT UND PRÄGNANZ IHRES ERSCHEINUNGSBILDS

1 SINNVOLL?

WISSEN SIE, WAS DIE KERNWERTE – DIE TALENTE – IHRER MARKE IN WORT UND BILD BEDEUTEN?

JA

NEIN

2 PRÄGNANT?

VERFÜGEN SIE – ZUSÄTZLICH ZU IHREM LOGO – ÜBER ANDERE, PRÄGNANTE DESIGN-ELEMENTE, DIE JEDE MASSNAHME IM SINNE IHRER MARKE KENNZEICHNEN?

JA

NEIN

3 KOMPAKT?

KÖNNEN SIE DIE WICHTIGSTEN STIL- BZW. DESIGNELEMENTE IHRER MARKE KURZ UND KNAPP BESCHREIBEN?

JA

NEIN

4 KONSEQUENT?

LEITEN SICH DIE ELEMENTE IHRES MARKENDESIGNS KONSEQUENT AUS DEN WERTEN IHRER MARKE AB?

JA

NEIN

5 LOGISCH?

KÖNNEN SIE IHR ERSCHEINUNGSBILD JEDERZEIT UND FÜR ALLE NACHVOLLZIEHBAR „NACH INNEN VERKAUFEN“ UND Z. B. SOWOHL MITARBEITERN ALS AUCH DEM VORSTAND ERKLÄREN?

JA

NEIN

6 BEGEISTERND?

VERFÜGEN SIE ÜBER EIN MARKENDESIGN, DAS SIE AUFGRUND SEINER ZWINGENDEN LOGIK, ABER AUCH DURCH ÜBERRASCHENDE PROBLEMLÖSUNGEN BEGEISTERT?

JA

NEIN

7 EFFIZIENT?

IST IHR ERSCHEINUNGSBILD SO SCHLÜSSIG, DASS ES AUFGRUND SCHNELLER WIEDERERKENNBARKEIT UND BESTECHENDER SYSTEMATIK ZU ERHÖHTER EFFIZIENZ IHRER MARKETING-AUSGABEN FÜHRT?

JA

NEIN

8 WERTSTEIGERND?

SIND SIE DER MEINUNG, DASS IHR MARKENDESIGN DIE ATTRAKTIVITÄT IHRER MARKE – UND SOMIT DEN UNTERNEHMENSWERT – STEIGERT?

JA

NEIN

MEHR ALS 6 „JA“

Glückwunsch! Sie haben alles richtig gemacht. Ihr Markendesign lässt sich als absolut wertorientiert bezeichnen.

4–6 „JA“

Ihr Markendesign bewegt sich schon in die richtige Richtung, was die Wertorientierung anbetrifft. Aber hier und da sind Optimierungen möglich, um die Effizienz Ihrer Markenführung zu erhöhen. Vielleicht kann Sie das Ideenhaus dabei unterstützen.

0–4 „JA“

Ihr Markendesign sollte die spezifischen Werte Ihrer Marke schlüssiger erlebbar machen. Mehr Konsequenz, Prägnanz und Attraktivität sind nötig, um den Wert Ihrer Marke zu erhöhen. Nehmen Sie doch einmal Kontakt zum Ideenhaus auf.

