

1. WAS SOLL IM ZUGE DES DESIGN PROZESSES GESTALTET WERDEN?

Marke Buch
 Produkt: _____ Sonstiges:
 Produktkategorie, -linie

2. AUF WELCHEM STRATEGISCHEN KONTEXT BASIERT DAS DESIGN?

Die Marke ist:

Die Marke wendet sich an:

Marken, die zum Wettbewerb gehören sind:

3. MARKENIDENTITÄT

Die Marke zeichnet sich durch folgende Werte aus:

Der Markenkern ist:

USP der Marke sind:

Der Purpose der Marke ist:

Die Mission der Marke ist:

Die Marken-Persönlichkeit lässt sich wie folgt einfangen:

freundlich	_____	autoritär
progressiv	_____	konservativ
verspielt	_____	klar
humorvoll	_____	ernst
auffällig	_____	dezent
corporate	_____	casual
etabliert	_____	jung
Nische	_____	Masse

4. WELCHE ASSOZIATIONEN SOLLEN SUGGERIERT WERDEN?

Gibt es einen Fokus auf bestimmte Merkmale? (z.B. z.B. natürlich, recyclebar, robust)

6. GIBT ES WEITERE ANMERKUNGEN ODER BEDINGUNGEN, DIE FÜR DAS DESIGN RELEVANT SIND?**5. FÜR WELCHE ANWENDUNGEN WIRD DAS BRAND DESIGN EINGESETZT?**

(z.B. Verpackung, Poster, Logo, App etc.)?