

# Quick – Takeaways

## Bewertungskriterien für die Schlüsselbildentwürfe

- Ist die **Positionierung der Marke** innerhalb von 2 Sekunden Betrachtungszeit wahrnehmbar?
- Ist das Schlüsselbild **eigenständig**; ist die Verwechslung mit anderen Marken ausgeschlossen?
- Ist das Schlüsselbild **aufmerksamkeitsstark** und prägnant und kann es gut erinnert werden?
- Erreicht das Schlüsselbild die Zielgruppe auch noch in **mehreren Jahren**?
- Ist das Schlüsselbild **veränderbar**? Ist es in verschiedenen Medien **einsetzbar**?
- Ist das Schlüsselbild in verschiedenen Märkten und **Kulturkreisen** einsetzbar?

Trifft voll zu					Trifft überhaupt nicht zu	
5	4	3	2	1		

Gesamtbewertung:

Vorschlag ist geeignet

Vorschlag ist ungeeignet



# Quick – Takeaways

Wie gut ist Ihre Markenidentität im Unternehmen implementiert?

Die Markenidentität ist im Unternehmen klar dokumentiert.	ja	nein
Die Markenidentität bringt Denken, Fühlen und Handeln der Marke zum Ausdruck.	ja	nein
Die Markenidentität ist für Dritte einfach verständlich.	ja	nein
Die Markenidentität kann ich einfach erklären.	ja	nein
Die Merkmale der Markenidentität ergeben ein klares Bild.	ja	nein
Die Markenidentität besteht schon seit Jahren.	ja	nein
Wenn die Markenidentität geändert wird, dann nur in Nuancen.	ja	nein
Mit jedem neuen Chef wechselt die Markenidentität.	nein	ja
Die Markenidentität wird von den Mitarbeitern gelebt.	ja	nein
Die Markenidentität findet bei der täglichen Arbeit Berücksichtigung.	ja	nein

10 Punkte = Identitätschampion

