

Branding Check

12 Fragen, die sich jede Marke stellen sollte.



Einleitung

Gutes Branding ist kein Luxus.

Es ist die Grundlage für Vertrauen, Sichtbarkeit und Wachstum.

Dieser Branding Check hilft dir dabei, den aktuellen Status deiner Marke einzuschätzen.

Ehrlich. Klar. Unkompliziert.

Für jede Frage kannst du ankreuzen, ob sie auf deine Marke **zutrifft**, **nicht zutrifft** oder ob du dir **unsicher** bist.

Wenn du am Ende bei mehreren Punkten ein „Ich bin unsicher“ stehen hast, ist das ein guter Moment für einen frischen Blick von außen.

Punktesystem

Lies jede Frage in Ruhe durch. Nutze die drei Auswahlmöglichkeiten und notiere dir ggf. Anmerkungen, wenn dir etwas auffällt. Im Anschluss kannst du deine Punkte auswerten und schauen, wo deine Marke steht.

Die Tabelle auf Seite 7 hilft dir dabei.

Antwort	Punkte
Trifft zu	= 1 Punkt
Trifft nicht zu	= 0 Punkte
Ich bin unsicher	= 0 Punkte

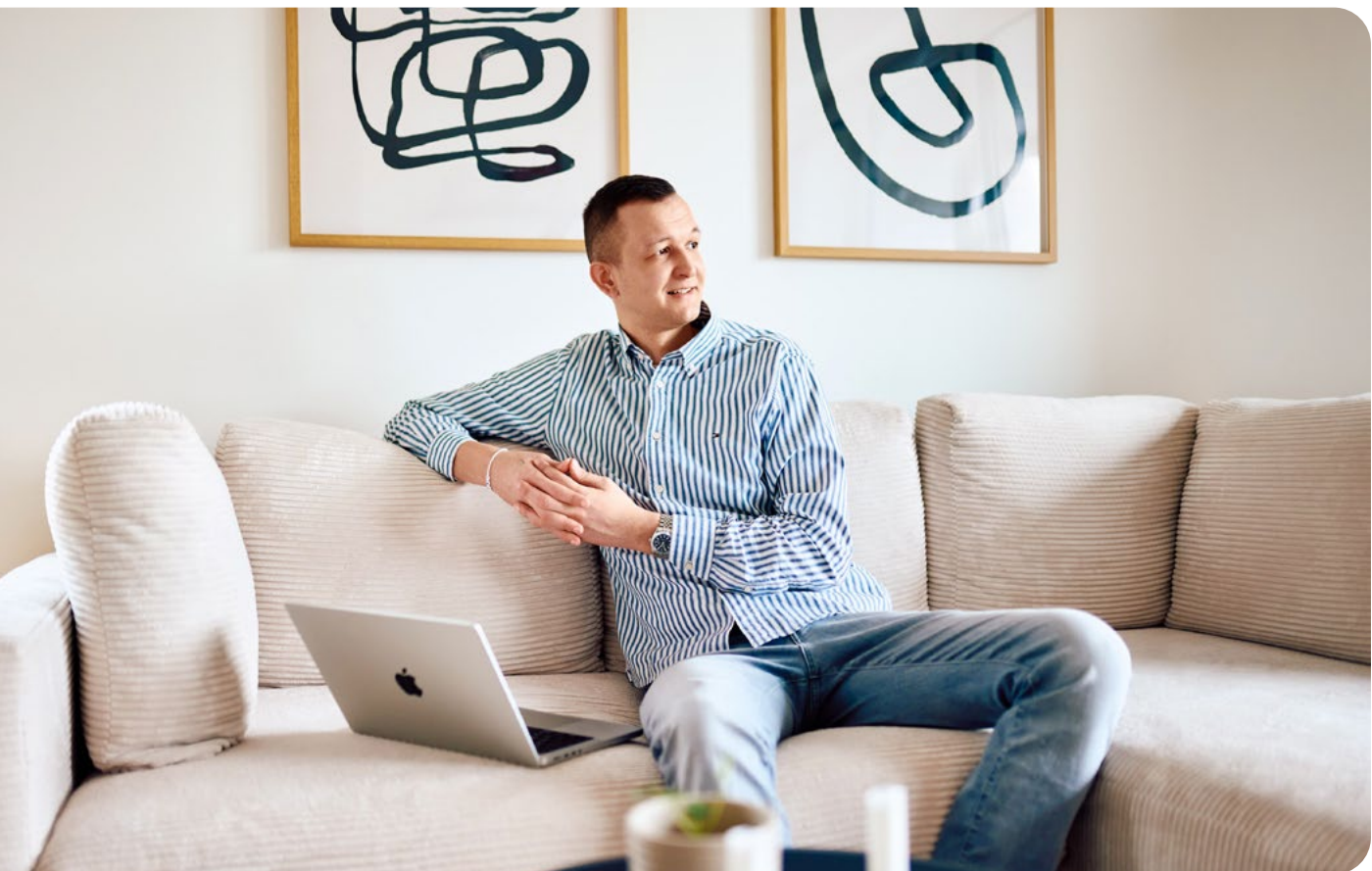
Meine Geschichte

Mein Name ist Lukas Zischke, ich bin Gründer und Creative Director von zischke.studio® – einem unabhängigen Branding- und Designstudio.

Ich glaube daran, dass starke Marken Klarheit brauchen. Nach innen und außen. Erst wenn Strategie, Design und Kommunikation zusammenpassen, entsteht mehr als nur ein schöner Auftritt: Es entsteht Vertrauen, Wirkung und langfristiger Erfolg.

Meine Mission ist es, das maximale Potenzial aus jeder Marke herauszuholen.

[Lies die ganze Geschichte hier](#)



1 Weißt du genau, wofür deine Marke steht und kann dein Umfeld das genauso erklären?

Eine Marke braucht ein klares Fundament: Was ist unser Kern? Wofür stehen wir?

Wenn du das selbst nicht klar benennen kannst oder dein Umfeld unterschiedliche Antworten geben würde, entsteht Unklarheit.

Das Ergebnis: geringere Wiedererkennbarkeit, schwache Positionierung, fehlende Identifikation bei Mitarbeitenden und Kunden.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

2 Hast du eine klare Vorstellung deiner Zielgruppe und sprichst du sie gezielt an?

Branding ist kein Selbstzweck. Es soll die richtigen Menschen ansprechen.

Wenn du deine Zielgruppe nicht genau kennst, kommunizierst du oft zu allgemein oder an den falschen vorbei.

Das kann bedeuten: viel Aufwand, aber wenig Wirkung. Gute Marken sprechen gezielt. Und klar.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

3 Ist deine visuelle Markenwelt einheitlich und das über alle Kanäle hinweg?

Visuelle Konsistenz sorgt für Wiedererkennung und Vertrauen.

Wenn Farben, Typo oder Stil auf der Website anders wirken als auf Social Media oder Print, verwässert deine Marke.

Ein einheitliches Design zieht sich durch alles, sichtbar und subtil. Es wirkt professionell, stabil und glaubwürdig.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

4 Vermitteln dein Logo, deine Farben und deine Typografie das, was du als Marke verkörpern willst?

Gutes Design ist kein Selbstzweck. Es ist Übersetzer deiner Markenwerte. Wenn dein Logo nicht zu deiner Positionierung passt oder die Farben ungewollt etwas anderes kommunizieren, wirkt deine Marke schnell beliebig.

Deine Gestaltung sollte unterbewusst transportieren, wofür du stehst und so Vertrauen schaffen.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

5 Gibt es ein zentrales Markenversprechen und ist es spürbar in allem, was du tust?

Ein klares Markenversprechen ist wie ein roter Faden: Es verbindet deine Vision mit deiner Leistung.

Wenn dieses Versprechen fehlt oder nicht sichtbar wird, verlieren Kunden schnell das Vertrauen oder verstehen nicht, warum sie gerade dich wählen sollten.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

6 Nutzen alle Mitarbeitenden dieselbe Sprache und Tonalität in der Kommunikation?

Sprache ist Markenführung. Und sie prägt, wie man dich wahrnimmt.

Wenn jeder Mitarbeitende unterschiedlich kommuniziert – mal locker, mal förmlich, mal gar nicht – verwässert das deine Marke. Eine klare, einheitliche Tonalität schafft Wiedererkennbarkeit, Vertrauen und ein stimmiges Gesamtbild.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

7 Wirken deine Social Media, Webseite, Print- und Werbematerialien wie aus einem Guss?

Inkonsistente Gestaltung ist wie ein Puzzle mit Teilen aus verschiedenen Sets.

Wenn dein Markenauftritt nicht als Einheit wirkt, entsteht kein professioneller Eindruck – sondern Irritation.

Ein stimmiger Gesamtauftritt wirkt souverän, durchdacht und vertrauenswürdig.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

8 Spiegelt dein aktueller Markenauftritt eure Entwicklung und euer Selbstverständnis wider?

Unternehmen entwickeln sich weiter, aber das Branding oft nicht.

Wenn deine Marke nicht mehr zu dem passt, was du heute tust oder wofür du stehst, wirkt sie schnell veraltet oder beliebig.

Ein Rebranding kann helfen, die neue Ausrichtung sichtbar zu machen und Klarheit nach außen zu schaffen.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

9 Ist deine Marke zukunftsfähig aufgestellt? Oder wirkt sie „von gestern“?

Branding muss mit der Zeit gehen, ohne beliebig zu werden.

Wenn dein Design, deine Sprache oder dein Auftreten aus einer anderen Ära stammen, verlierst du Relevanz.

Zukunftsfähige Marken wirken modern, glaubwürdig und auf der Höhe der Zeit.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

10 Nutzt du Branding aktiv als Werkzeug oder passiert vieles eher „aus dem Bauch“?

Markenführung braucht Klarheit, nicht nur Intuition. Wenn du Branding nicht strategisch einsetzt, sondern impulsiv oder unbewusst, entstehen Inkonsistenzen, blinde Flecken und Potenzialverluste.

Gutes Branding ist wie ein Kompass: Es hilft dir, dich klar und effizient auszurichten.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

11 Sind deine Markenwerte schriftlich definiert und bekannt im Team?

Markenwerte sind mehr als schöne Worte. Sie beeinflussen Kultur, Kommunikation und Entscheidungen. Wenn sie nicht definiert oder nur „für die Website“ gedacht sind, bleiben sie wirkungslos.

Gelebte Werte stärken das Team und machen Marken authentisch und glaubwürdig.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

12 Wird deine Marke heute noch genauso verstanden wie zu Beginn oder hat sich etwas verschoben?

Marken verändern sich – oder sie werden überholt.

Wenn dein Markt, dein Angebot oder dein Umfeld sich verändert haben, solltest du überprüfen, ob deine Marke noch zu dir passt.

Manchmal reicht eine Optimierung. Manchmal braucht es einen echten Neustart.

☐ Trifft zu ☐ Trifft nicht zu ☐ Ich bin unsicher

Auswertung

Hast du alle Fragen so gut es geht beantwortet? Stark!

Wie im Vorfeld beschrieben, erhältst du für jede Antwort mit „**Trifft zu**“ einen Punkt und für jedes „**Trifft nicht zu**“ und „**Ich bin unsicher**“ keinen Punkt.

Zähle nun deine Punkte zusammen.

Meine Punktzahl: _____

10-12 Punkte

Stark!

Du hast dein Branding klar im Griff. Deine Marke scheint gut positioniert, durchdacht und konsistent zu sein.

Kleiner Tipp: Auch starke Marken profitieren von externem Input, vor allem bei neuen Phasen wie Wachstum, Skalierung oder Repositionierung.

7-9 Punkte

Solide, aber mit Luft nach oben.

Dein Branding steht auf einem guten Fundament, aber einige Bereiche verdienen mehr Aufmerksamkeit.

Vielleicht gibt es Themen, die bisher „nebenbei“ laufen, obwohl sie strategisch wichtig wären.

Genau da liegt oft großes Potenzial.

0-6 Punkte

Zeit für einen klaren Blick von außen.

Wenn viele Punkte unklar oder negativ bewertet wurden, fehlt deiner Marke vermutlich Fokus, Konsistenz oder ein strategischer Rahmen. Keine Sorge, das ist kein Weltuntergang, sondern die perfekte Gelegenheit, dein Branding gezielt zu verbessern.

Und jetzt?

Hast du bei mehr als 3 Fragen mit „Ich weiß es nicht“ geantwortet oder insgesamt unter 9 Punkte, dann lass uns gerne sprechen. Natürlich ganz unverbindlich.

Ich biete dir ein kostenloses Gespräch an, in dem wir deine Marke (und deine Checkliste) gemeinsam reflektieren und mögliche nächste Schritte finden.

Kostenloses Erstgespräch buchen

Schreibe mir eine E-Mail

Ich freue mich, von dir zu hören!



Lukas Zischke

Founder & Creative Director

zischke.studio®

Eine Marke von Lukas Zischke e. K.
Kiesekampweg 12, 48157 Münster

Tel.: +49 (0) 251 23 98 85 57
WhatsApp: +49 (0) 175 5846425
Mail: hello@zischke.studio

