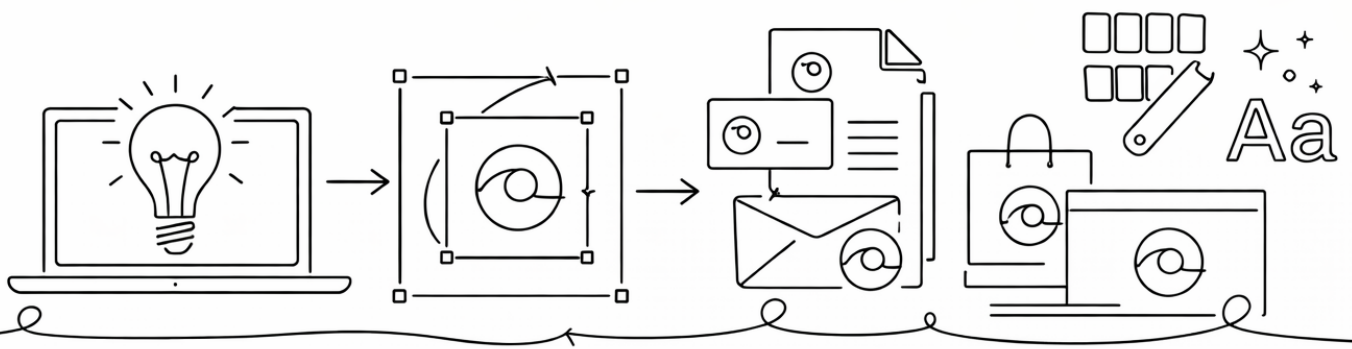




05.D1

CHECKLISTE

MARKENDESIGN-ELEMENTE



Lesezeit:	4 Minuten
Niveau:	Basiswissen
Ziel:	Die wichtigsten Designelemente eines vollständigen Markendesigns erfassen und für das eigene Unternehmen einordnen
Veröffentlicht:	05/2026
Aktualisiert:	-

Hinweise zur Verwendung

Nur zur eigenen Verwendung. Nutzung auf eigene Verantwortung. Ersetzt keine Fachberatung. Aktualität beachten.
Ausführliche Nutzungshinweise: wildvariety.de/nutzungsrechte-downloads/.



MARKENDESIGN IST KEINE FRAGE DES BUDGETS, SONDERN EINE FRAGE DER WIRKUNG.

Diese Checkliste zeigt, welche Designelemente zu einem vollständigen Markendesign gehören und was davon für Ihr Unternehmen relevant ist. Gehen Sie die Liste durch, um sich Klarheit zu verschaffen.

Inhalt

1. Basiselemente.....	3
2. Weitere Elemente	3
3. Logovarianten	4
4. Detaillierte Farbpalette.....	4
5. Schriftensystem	4
6. Geschäftsausstattung	5
7. Digitale Anwendungen	5
8. Regeln für den Druck	5
9. Designregeln festlegen	6
10. Dokumentation: Markendesign-Handbuch.....	6
11. Die drei häufigsten Fehler	6



1. **BASISELEMENTE**

☐ Zum Logo gehören:

- Primäres Logo (Hauptversion)
- Alternative Logoverversionen, etwa für dunkle Hintergründe
- Favicon (kleines Icon für Browser-Fenster)

☐ Zu den Farben gehören:

- Primärfarbe, Ihre Hauptfarbe
- Sekundärfarbe, eine ergänzende Farbe
- Akzentfarbe, für Highlights und Handlungsaufrufe über Buttons
- Schwarz-Weiß-Varianten definieren

☐ Zu den Schriften gehören:

- Überschriften-Schrift
- Fließtext-Schrift
- Auszeichnungen, etwa fett oder kursiv

💡 **Tipp:** Logo, Farben und Schriften bilden das Minimum für ein vollständiges Markendesign – alles Weitere baut darauf auf.

2. **WEITERE ELEMENTE**

☐ Legen Sie die Bildsprache fest:

- Fotostil definieren, etwa hell oder dunkel, warm oder kalt, gestellt oder echt
- Bildbearbeitung festlegen, etwa Filter, Kontrast, Sättigung
- Icon-Stil wählen, etwa Line, Solid, Flat oder 3D

☐ Legen Sie Formen und Elemente fest:

- Buttons, abgerundet oder eckig
- Rahmen und Linien, Stärke und Stil
- Grafische Elemente, etwa Muster oder Illustrationen



☐ **Legen Sie die Tonalität fest:**

- Formell oder locker
- Sie oder Du
- Fachsprache oder einfache Sprache

 **Definition:** Tonalität beschreibt, wie Sie kommunizieren, nicht nur was. Sie ist fester Bestandteil eines vollständigen Markendesigns.

3. LOGO VARIANTEN

☐ **Zu den Logovarianten gehören:**

- Vollversion (Logo plus Schriftzug)
- Kurzversion (nur Logo)
- Schwarz-Weiß-Version
- Negativ-Version, für dunkle Hintergründe
- Mindestgröße definieren, etwa „nicht kleiner als 30 mm“
- Schutzraum definieren, der Abstand um das Logo herum

 **Wichtig:** Ihr Logo wird in vielen Größen und auf vielen Hintergründen verwendet. Sie benötigen entsprechend mehrere Varianten.

4. DETAILLIERTE FARBPALETTE

☐ **Halten Sie für jede Farbe Folgendes fest:**

- Primärfarbe, Sekundärfarbe, Akzentfarbe
- Für jede Farbe: HEX-Code, RGB-Wert, CMYK-Wert, Pantone-Wert

 **Tipp:** Notieren Sie alle Farbwerte. HEX für das Web, RGB für Bildschirme, CMYK für den Druck.

5. SCHRIFTENSYSTEM

☐ **Legen Sie das Schriftensystem fest:**

- Schriftarten festlegen, für Fließtext und Überschriften



- Schriftschnitte festlegen, etwa Bold oder SemiBold
- Schriftgrößen definieren, für Fließtext, H1, H2, H3 und weitere
- Zeilenhöhen vorgeben

📌 **Merke:** Maximal zwei bis drei Schriftarten reichen aus. Mehr wirkt unruhig.

6. **GESCHÄFTSAUSSTATTUNG**

☐ Zur Geschäftsausstattung gehören:

- Visitenkartendesign
- Briefpapierdesign
- E-Mail-Signatur
- Rechnungsvorlage
- Präsentationsvorlage, etwa für PowerPoint
- Textdokumentvorlage, etwa für Angebote, Konzepte oder Anschreiben

7. **DIGITALE ANWENDUNGEN**

☐ Zu den digitalen Anwendungen gehören:

- Website-Design
- Social-Media-Vorlagen, für Posts und Stories
- Newsletter-Vorlagen
- PDF-Vorlagen, etwa für Dokumente oder E-Books
- Hintergrund für Online-Termine

8. **REGELN FÜR DEN DRUCK**

☐ Zu den gedruckten Materialien gehören:

- Flyerdesign
- Broschürendesign
- Roll-Up/Bannerdesign
- Verpackungsdesign (falls relevant)
- Fahrzeugbeschriftung (falls relevant)



9. DESIGNREGELN FESTLEGEN

☐ Folgendes sollte zuverlässig funktionieren:

- Logo auf weißem oder hellem Hintergrund anzeigen
- Überschriften in der Primärfarbe setzen, Kontrast beachten
- Handlungsaufforderungen konsequent in der Akzentfarbe
- Bilder mit einheitlicher Kontrastverstärkung

☐ Folgendes sollte vermieden werden:

- Logo verzerren oder drehen
- Farben außerhalb der definierten Palette verwenden
- Schriften wechseln oder wahllos kombinieren
- Logo auf unruhigen Hintergründen platzieren

 **Tipp:** Je klarer die Regeln, desto konsistenter der Auftritt – auf jeder Plattform, in jedem Format.

10. DOKUMENTATION: MARKENDESIGN-HANDBUCH

☐ Ein Markendesign-Handbuch enthält mindestens:

- Logo-Varianten, alle als Datei
- Farben mit ihren HEX-, RGB-, CMYK- und Pantone-Werten
- Schriften: Namen, Größen, Verwendung
- Anwendungsbeispiele, richtig und falsch
- Vorlagen, etwa Visitenkarte oder Briefpapier

 **Praxisbeispiel:** Ein vollständiges Markenhandbuch umfasst 10 bis 30 Seiten und dokumentiert alle Designentscheidungen so präzise, dass externe Designer damit selbstständig arbeiten können.

11. DIE DREI HÄUFIGSTEN FEHLER

- **Zu viele Farben** – drei bis fünf Farben reichen. Mehr erzeugt Unruhe statt Wiedererkennung.
- **Zu viele Schriftarten** – zwei Schriften genügen, eine für Überschriften, eine für Fließtext.



- **Keine Dokumentation** – ohne Markenhandbuch verwendet jeder die Elemente anders. Das Ergebnis ist ein inkonsistenter Auftritt nach außen.

Ein vollständiges Markendesign schafft Wiedererkennung und Vertrauen. **Sie möchten Ihr Markendesign nicht selbst entwickeln? Ich entwickle es für Sie.**

→ [Projektanfrage stellen](#)

→ [Fragen stellen](#)