

Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

# 5 Schritte zum Branding



In den folgenden fünf Schritten wandeln Sie Ihr Forschungsthema in eine Marke um. Dabei helfen Ihnen diese allgemeinen Hinweise:

**Erkennen Sie das Potenzial Ihres Themas:** Ob Tarte, Blechkuchen oder Muffin – Ihr Forschungsthema ist der Teig, die Grundzutat Ihres Markentörtchens. Die Zubereitungsart steht für Ihre Methoden, die Form für das Storytelling. Unterschätzen Sie diese nicht! Auch wenn der Teig noch roh ist, trägt er bereits den Geschmack Ihrer zukünftigen Marke in sich. Es gibt kein „Nein“ – jede Zutat zählt.

**Assoziation kennt keine Grenzen:** Streusel, Toppings, Glasuren – lassen Sie Ihrer Vorstellungskraft freien Lauf. Welche Farben, Begriffe, Gefühle, Geräusche oder Gerüche passen zu Ihrem Thema? Assoziation ist nicht nur ein Werkzeug, sondern Ihre innere Haltung beim Kreieren Ihres Markentörtchens.

**Improvisieren, Imaginieren, Iterieren:** Stellen Sie sich vor, Ihre Marke wäre schon fertig gebacken und servierbereit: Wie klingt sie? Wie bewegt sie sich? Was sagt sie? Improvisationsübungen helfen Ihnen dabei, den Geschmack und Stil Ihrer Marke spielerisch zu entdecken. Sehen Sie Ihr Törtchen durch die Welt laufen – was macht es einzigartig?

**Iteration ist entscheidend:** Übung macht den Meister. Backen Sie mehrere Törtchen. Testen Sie verschiedene Kombinationen, verwerfen, verbessern und verändern Sie. Eine starke Marke entsteht selten im ersten Anlauf. Iteration ist der Prozess, der aus einer Idee ein Meisterwerk formt.

**Analysieren und entscheiden:** Finden Sie heraus, was bei allen Testläufen konstant bleibt – das unverwechselbare Aroma Ihrer Marke. Daraus entwickeln Sie eine klare Kernbotschaft, ein visuelles Erscheinungsbild, einen Namen oder Slogan. Am Ende servieren Sie kein beliebiges Törtchen – sondern IHRES.

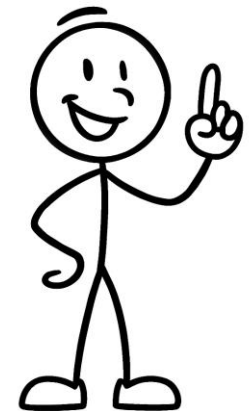
Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

# Schritt 1 - Werte

Zeit: ca. 25 Minuten

Identität und Values (Werte)

- 1) Schreiben Sie alle Werte und Themen auf, die Ihnen in den Sinn kommen, wenn Sie an Ihr Forschungsthema denken (10 Min. ).
  - Einfacher ist es oftmals erst die Schlagworte des Themas zu nehmen und dann Werte dazuzuschreiben.
- 2) Clustern Sie Ihre Werte (5 Min.).
- 3) Highlighten Sie, was Ihnen wichtig erscheint (5 Min.).
- 4) Sprechen Sie mit anderen drüber. Stimmt Ihre Wahrnehmung? (5 Min.)



Wenn es schwerfällt:  
Hier ist eine Liste an Werten

Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Schritt 2 – Wirkung

Zeit: ca. 15 Minuten

Schreiben Sie die drei Kernwerte Ihrer Forschung auf und finden Sie passende Farben dazu

- 1) Hierfür helfen Tabellen zu Farbpsychologie: Setzen Sie einen Punkt neben die jeweiligen Werte
- 2) Vervollständigen Sie den Satz:
  - Mein Forschungsthema soll folgendermaßen auf mein Publikum wirken....
  - Wenn man an mein Forschungsthema denkt, sollen folgende Gefühle entstehen...
- 3) Überprüfen Sie in der zweiten Tabelle, welche übergeordnete Farbe sowohl den Wert als auch die Wirkung trifft.
- 4) Es ist okay, wenn auch persönliche Farbpräferenzen hineinspielen.



Hier gibt es eine Farbtabelle mit Branding-Beispielen

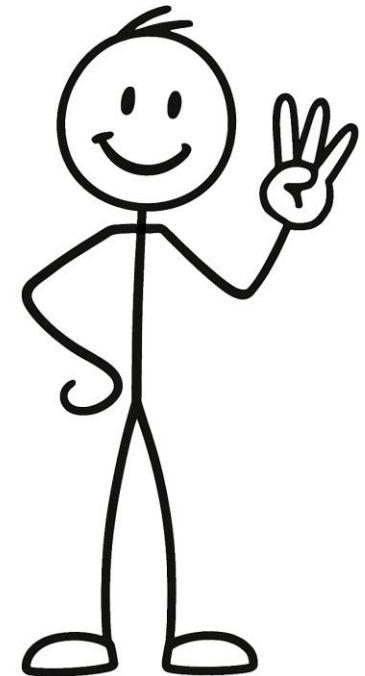
Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Schritt 3 – „Moodboard“

Zeit: ca. 30 Minuten  
ggf. auch länger

Jetzt, wo die Farbe steht, wird es Zeit, ein Moodboard zu erstellen:

- 1) Sammeln Sie in Bilder-Such-Seiten auf Basis Ihrer Werte und Stichwörter Bilder, die Sie in Vorträgen zum Thema nutzen würden.
- 2) Was repräsentiert Ihre Forschung? Was ist das wiederkehrende Motiv? Was fühlen Sie beim Betrachten dieser Bilder?

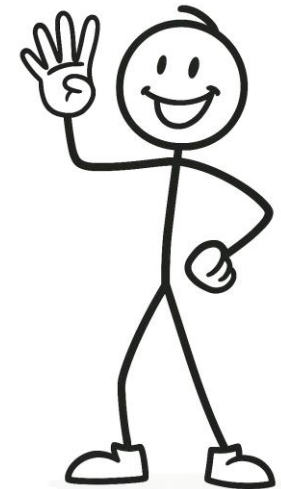


Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Schritt 4 – Konkrete Farben finden

Zeit: ca. 15 Minuten

- 1) Füttern Sie Ihre Lieblingsbilder aus dem Moodboard mit dem [Adobe Color Picker Tool](#), um verschiedene Farben zu extrahieren.
- 2) Machen Sie das mehrmals und wählen Sie eine passende Basisfarbe aus.
- 3) Notieren Sie Ihre gewählten Farbcodes. Es ist in der Regel eine # mit einer 5-stelligen Buchstaben- und Zahlenkombination.

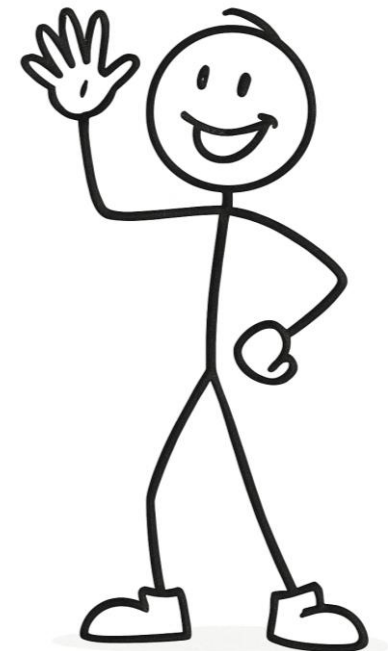


Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Schritt 5 - Kernfarben

Zeit: ca. 15 Minuten

- 1) Erstellen Sie eine Farbpalette mit <https://coolors.co/>
  - 2) Wählen Sie Primär- und Sekundärfarben aus und notieren Sie den Farbcode
- Primärfarben: Die Primärfarbe des **Brandings** sollte eher ein dunkler Farbton sein (verwendet im Text „In Anlehnung an“). Diese Farbe dient zur:
    - Markierung von Schlüsselbegriffen oder Einleitungstexten,
    - Wiedererkennung und Identifikation des Forschungsbrandings,
    - Visualisierung von Seriosität und Wissenschaftlichkeit, da gedeckte Blautöne häufig im akademischen Kontext verwendet werden.
  - Sekundärfarben: Sekundärfarben kommen im gezeigten Ausschnitt nicht explizit sichtbar vor, sind beim **Branding** aber oft für folgende Zwecke vorgesehen:
    - Akzentuierung (z. B. Hervorheben bestimmter Inhalte, **Call-to-Actions**),
    - Visuelle Differenzierung von Inhaltstypen (Infoboxen, Tabellen, Diagramme),
    - Ergänzung zur Primärfarbe, um ein harmonisches und dennoch vielseitiges Farbschema zu gewährleisten.

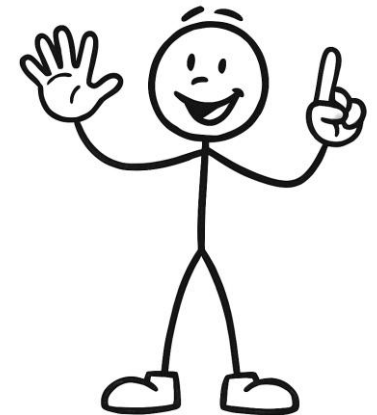


Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Schritt 6 – Logo

Zeit: ca. 30 Minuten

- 1) Erstellen Sie ein Logo für das Forschungsbranding mithilfe von bspw. [tailorbrands.com](https://www.tailorbrands.com), [visme.com](https://www.visme.com) oder einem anderen KI-Logo-Generator.
- 2) Erstellen Sie verschiedene Versionen Ihres Logos mittels Kernmotiven, Farben und Hashtags.

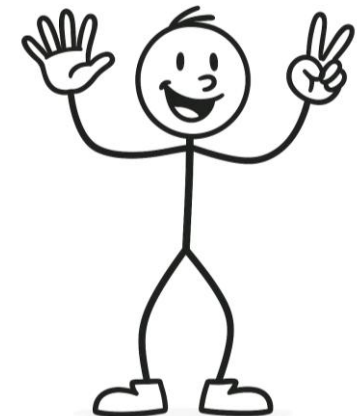
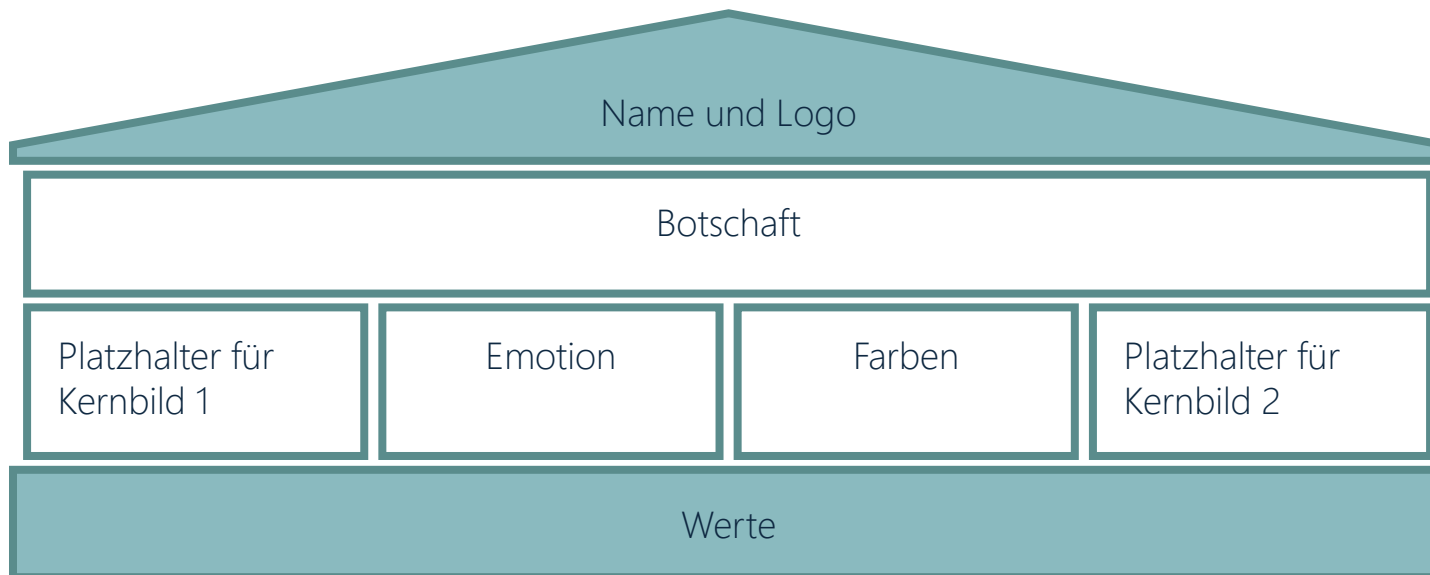


Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

# Schritt 7 – Führen Sie alles zusammen

Zeit: ca. 15 Minuten

Füllen Sie die folgende Tabelle für die Festlegung Ihres Brandings aus.



Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Wertetabelle

- Authentizität
- Leistung
- Abenteuer
- Autorität
- Autonomie
- Balance
- Schönheit
- Mut
- Mitgefühl
- Herausforderung
- Bürgersinn
- Gemeinschaft
- Kompetenz
- Beitrag
- Kreativität
- Neugier
- Entschlossenheit
- Gerechtigkeit
- Glaube
- Ruhm
- Freundschaften
- Spaß
- Wachstum
- Glück
- Ehrlichkeit
- Humor
- Einfluss
- Innere Harmonie
- Freundlichkeit
- Wissen
- Führung
- Lernen
- Liebe
- Loyalität
- Sinnvolle Arbeit
- Offenheit
- Optimismus
- Frieden
- Vergnügen
- Gelassenheit
- Popularität
- Anerkennung
- Religion
- Ruf
- Respekt
- Verantwortung
- Sicherheit
- Selbstachtung
- Dienst
- Spiritualität
- Stabilität
- Erfolg
- Status
- Vertrauenswürdigkeit
- Wohlstand
- Weisheit

Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

# Farbtabelle

GRÜN	
beruhigend	unreif
harmonisch	heilend
natürlich	frisch
entspannend	ruhig
erholsam	lebendig
positiv	gelassen

unterstützt nachhaltige, naturbezogene Ausrichtung

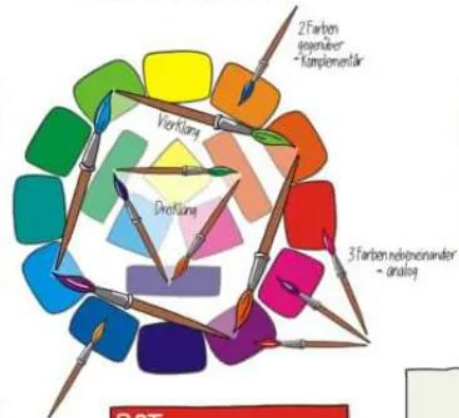
BLAU	
friedlich	beständig
zuverlässig	sachlich
treu	vertrauensvoll
serios	zurückhaltend
langweilig	weit
unpersönlich	Kühl

wird gerne im Business genutzt, weil sie Sicherheit vermittelt

VIOLETT	
magisch	außergewöhnlich
originell	selbstbewusst
Kreativ	unnatürlich
Künstlich	unnahbar
unsicher	fantasievoll
eitel	regenerierend

spricht eher Frauen an und wirkt geheimnisvoll, esoterisch

## Die Wirkung von Farben



GELB	
hell	optimistisch
leuchtend	neidisch
strahlend	Kommunikativ
fröhlich	aufdringlich
heiter	leicht
offen	giftig

nutzen, um Dinge hervorzuheben

ORANGE	
neugierig	lebensfreudig
fröhlich	aufdringlich
auffhellend	unserios
belebend	jung
freundlich	optimistisch
warm	Kreativ

spricht junges, lebendiges Publikum an

BRAUN	
authentisch	bodenständig
altmodisch	geborgen
schmutzig	naturverbunden
freundlich	langweilig
natürlich	zurückgezogen
organisch	zuverlässig

schafft angenehme Atmosphäre

WEISS	
neutral	schlicht
freundlich	leer
unschuldig	hell
sauber	steril
gleichgültig	bescheiden
rein	kalt

lässt andere Farben wirken

SCHWARZ	
unbunt	einsam
düster	distanziert
dominant	Klassisch
traurig	Kraftvoll
elegant	formal
sachlich	neutral

wirkt je nach Kombination mit anderen Farben

GRAU	
zurückhaltend	trist
formal	langweilig
emotionslos	Konventionell
nüchtern	unpersönlich
vorsichtig	edel
professionell	unauffällig

der Kontrast zu anderen Farben ist weicher

Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

# Farbtabelle

GRAU	WEIß	PINK	LILA	BLAU	TÜRKIS
praktisch, konservativ, edel, sachlich, neutral, puristisch, Autorität	rein, unschuldig, hell, leer, raffiniert, wahrhaftig Ruhe, Klarheit, Trauer, Vollkommenheit	feminin, modisch, kreativ, Gesundheit, Schönheit, Verstärker für positive Gefühle	mystisch, königlich, frigide, Spiritualität, Weisheit, Intelligenz, Kultiviertheit, Reichtum, Erfolg	königlich, glaubwürdig, beruhigend, objektiv, Sicherheit, Würde, Frieden, Ruhe, Himmel, Wasser,	freundlich, ausgeglichen, Kreativität, Harmonie, Klarheit, Offenheit
SCHWARZ	BRAUN	ROT	ORANGE	GELB	GRÜN
klassisch, ernst, kühn, edel, düster, unverwechselbar, Angst, Wohlstand, Eleganz, Erfolg, Sexualität	bodenständig, subtil, Natur, Erde, Sicherheit, Stabilität, Reichtum	Emotion, Appetit, Leidenschaft, Liebe, Stärke, Aggressivität, Energie	fröhlich, herzlich, positiv, Wärme, Enthusiasmus, Warnung, Spaß, Aufregung	motiviert, fröhlich, energetisch, optimistisch, Wärme, Stimulation, Kommunikation	Gesundheit, Natur, Wachstum, Umwelt, Frische, Stille, Nachhaltigkeit, Geld, Leben, Glück

Von Forschung zu Branding in 5 Schritten

## Quellen

Die Unterlagen entstanden in Anlehnung an:

- [Kanalname]. "How To Build Brand Identity | Guide from A to Z." YouTube video, [Länge des Videos]. [Datum der Veröffentlichung]. <https://www.youtube.com/watch?v=LkaogdQ00S0>.
- Segel, E., & Heer, J. (2010). Narrative Visualization: Telling Stories with Data. IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics, 16 (6), 1139–1148.

Liste an Werten:

- <https://jamesclear.com/core-values>
- <https://scottjeffrey.com/core-values-list/>

Liste an Farben und Wirkung:

- Blattwerkstatt. (n.d.). Wirkung von Farben – geleitet von Gefühlen und Erinnerungen. <https://blattwerkstatt.eu/blog/infos/wirkung-von-farben-geleitet-von-gefuehlen-und-erinnerungen/>
- Marketing Corner. (n.d.). Farbpsychologie im Marketing. <https://marketingcorner.de/farbpsychologie-im-marketing>

Links zu Logo Generatoren:

- tailorbrands.com
- visme.com

