# Agentur für Markenschärfung

# Corporate Design und Identität für Hochschulen.

# Sie suchen Informationen über

- o die Erstellung eines Styleguides
- die Gestaltung von Vorlagen oder Prototypen einzelner Medien wie z.B. Flyer, Broschüren, Plakate. Publikationen. Präsentationen
- den Relaunch der Marke
- die Leitbildentwicklung
- die Umsetzung der Kampagne einer Organisationseinheit
- die Entwicklung von Angeboten oder Produkten für Studierende z.B. zu den Themen Chancengleichheit, Diversity, ...
- die Konzeption und Umsetzung des Hochschulmagazins

Dann lesen Sie weiter.

## Markenschärfung Unser Ansatz für

Ihre Hochschule!

Planen Sie momentan Maßnahmen für Ihre Kommunikation?
Die folgendenden Seiten geben Ihnen Sicherheit, dass Sie Ihre eigentlichen Ziele im Blick behalten.

# Der Prozess der Markenschärfung Ihrer Hochschule:

Diese Schritte gehen wir gemeinsam.



1. Strategie

Analyse und Workshops 2. Design

Designentwicklung & Erstellung von Prototypen

#### 3. Gelebte Marke

Geschäftsaustattung & Print

Webseite & Online

interne & externe Kommunikation

Wir begleiten Sie in allen
Phasen Ihres Relaunchs
bis zur finalen Umsetzung aller
Medien und darüber hinaus.
Dieser Prozess kann einige
Monate bis zu über einem
Jahr in Anspruch nehmen.
Wir werden uns also sicher sehr gut kennenlernen.

#### 0. Pitch

Gemeinsam in die öffentliche Ausschreibung

Die Ausschreibungsphase bietet eine besondere Möglichkeit sich mit Ihnen als Organisation auseinanderzusetzen. Dazu analysieren wir alle bereits vorhanden Medien und die Strukturen Ihrer Hochschule und suchen identitätsstiftende Bilder und Geschichten. Oft ist erst nach dem Pitch

tatsächlich klar, welche Rahmenbedigungen für das Projekt bestehen. Wir sehen diese Phase als Chance, Sie auf dem Weg zu sinnvollen Lösungen und einer geschärften Marke zu begleiten. Diese Zeit nehmen wir uns gerne. Im Pitch entsteht also eine greifbare Vision für die Arbeit.

#### 1. Strategie

Das macht Sie besonders

Nach dem Pitch ist geklärt, wohin die Reise in etwa gehen soll. Jetzt ist es wichtig, die Arbeitsergebnisse zu prüfen und die Identität Ihrer Organisation festzuschreiben. MitarbeiterInnen und Studierende werden befragt. So wird, basierend auf einem gemeinsamen Verständnis der Aufgabe und schlüssigen Kriterien, eine solide Informationsbasis für das weitere Vorgehen geschaffen. In Workshops werden grundsätzliche Fragen zu Leitbild, Außenwirkung, Wettbewerb, Zielgruppe und Alleinstellung geklärt. Dazu nutzen wir unseren Ansatz der Markenschärfung, der es ermöglicht, dass Sie ein authentisches Bild der Innen- und Außensichten auf Ihre Hochschule gewinnen. Wir finden mit Hilfe verschiedener Methoden gemeinsam heraus, was Ihre Organisation einzigartig macht. Dies garantiert eine exakt auf Sie zugeschnittene Hochschulmarke.

#### 2. Designentwicklung

Prägnant und unverwechselbar

Nun beginnt die eigentliche Umsetzungsarbeit. Wir entwickeln auf Basis der Gestaltungsideen aus dem Pitch ein medienübergreifendes Design und bringen damit Werte und Leitbild visuell in Form. Die gestalteten Medien haben ein Konzept, das klar kommuniziert und einen Gesamteindruck schafft, der Ihre Institution zielgruppengerecht positioniert.

#### 3. Lebendige Marke

Implementierung, Beratung und Umsetzung der Medien

Dann erfolgt die Adaption auf die einzelnen Medien. Hierbei gilt: Jedes gute Design folgt Regeln. Damit alle Nutzer eines Designs nach dem Relaunch einfach, kostengünstig und fehlerfrei mit dem neuen Erscheinungsbild arbeiten können, helfen die Bereitstellung von Vorlagen und ein Styleguide, der die Nutzung des Corporate Designs erklärt. Während und nach dem Launch des neuen CDs lassen wir Sie nicht allein und helfen Ihnen, allen Mitarbeitern und Beteiligten die Marke näherzubringen und den Wandel zu einem klaren, serviceorientierten Außenauftritt von Innen heraus zu vollziehen. Das können Mitarbeiterbefragungen, Newsletter, Schulungen oder Mitarbeiterveranstaltungen zum Relaunch sein. Und danach? Egal welches Medium oder welche Kampagne, wir helfen bei allen Projekten, die jetzt kommen.

Als proaktive Berater lassen wir Sie auch mit der Fortführung Ihrer Marke nicht allein und können alle Aufgaben umsetzen, die Ihr Hochschul-Marketing bereit hält: Konzeption von Social-Media-Aktivitäten, Studierenden-Begrüßungs-Pakete oder Messeauftritte sind nur wenige Beispiele.

Agentur für Markenschaerfung Markenschärfung für Hochschulen Seite 3

**Checkliste für einen Markenrelaunch:** 

#### Behalten Sie Ihre Ziele im Auge!

Sie bereiten einen Relaunch vor? Dann helfen Ihnen diese Fragen bei der Formulierung von präzisen Ausschreibungsunterlagen.



Welche Ziele sollen durch die Umsetzung des Relaunchs in erster Linie erreicht werden?

- Kostensenkung
- Prozesse vereinfachen
- Vereinheitlichung und Prägnanz des Außenauftritts
- Verantwortlichkeiten für die Umsetzung von Medien klären
- Marke/Identität stärken
- Werbung (Studierende, Wirtschaft Drittmittel, Kooperationen)





**Perfekt!** Wenn Sie das schon geklärt haben, machen Sie weiter!

Die Antworten auf folgende Fragen machen Ihre Ausschreibungsunterlagen für uns und andere Agenturen zum perfekten Pitchbriefing.

#### Strategie

Kennen alle MitarbeiterInnen Zweck, Werte und Ziele der Hochschule?

Wie ist die Organisation aufgebaut und wer trägt die Verantwortung über die Entwicklung/Kontrolle/Beobachtung der Identität/Marke und Kultur?

Soll es im Vorfeld ggfs. Maßnahmen zu Klärung von Leitbild, Identität etc. geben?

Wie viele Standorte/Organisationseinheiten gibt es? Gelten für alle OEs die gleichen Regeln? Welche Ausnahmen gibt es und warum?

Auf welche Weise sollen die Mitarbeiter in den Prozess integriert werden?

Wie soll die Akzeptanz der Maßnahme gewährleistet werden? Gibt es bekannte Hürden oder Vorurteile, auf die eingegangen werden sollte?

#### Design

Wird die jetzige Gestaltung als zeitgemäß/passend/zukunftsfähig empfunden und soll sie als Basis für die Erarbeitung des Markenrelaunches dienen?

Welche Gestaltungselemente werden als identitätsstiftend empfunden?

Gibt es bestehende Regeln, wie mit der Gestaltung umgegangen wird? Werden diese Regeln mündlich oder schriftlich weitergegeben? Wie sieht der Prozess zur Erstellung eines Mediums derzeit aus?

Gibt es Organisationseinheiten, die eigenständig funktionieren und nicht in den übergreifenden Gestaltungsrichtlinien erfasst/verregelt werden sollen?

#### Lebendige Hochschulmarke

Soll die Umsetzung von Medien/Maßnahmen zentral oder dezentral realisiert werden?

Welchen Kenntnisstand für die Umsetzung von Medien bringen die Mitarbeiter mit? Kann mit Schulungen (z.B. Bildsprache/Fotgrafie, Indesign/Office, Styleguide) eine Grundlage für die eigene Umsetzung von Medien geschaffen werden?

Welche Medien und Maßnahmen gibt es derzeit und welche sind in Zukunft geplant (gern stellen wir unsere Checkliste zur Verfügung)



Alles klar?

Wir freuen uns natürlich über eine Einladung zum Pitch!

Agentur für Markenschaerfung Markenschärfung für Hochschulen

#### **Relaunch:**

Hochschule Hannover mehr Selbstvertrauen für den Standort

Zwei Jahre dauerte der Prozess vom Briefing bis zur lebendigen Marke: Die Hochschule Hannover tritt seit einigen Jahren mit einem neuen Logo und verändertem Corporate Design auf.

Starkes Zeichen: Das aufmerksamkeitsstarke "H" ziert seit dem Relaunch jedes Medium der Hochschule Hannover und dient als starke optische Klammer und Orientierung innerhalb der verschiedenen Standorte. Trotz großer Freiheiten für die einzelnen Organisationseinheiten in der Gestaltung bleibt der Absender klar erkennbar.







#### Einfach und klar:

Der Schwerpunkt lag in diesem Projekt auf der Schaffung eines vielfältigen, aber klaren Gestaltungsprinzips. Die Antwort darauf ist ist die starke Klammer des Hs, unter der (beinahe) alles erlaubt ist.

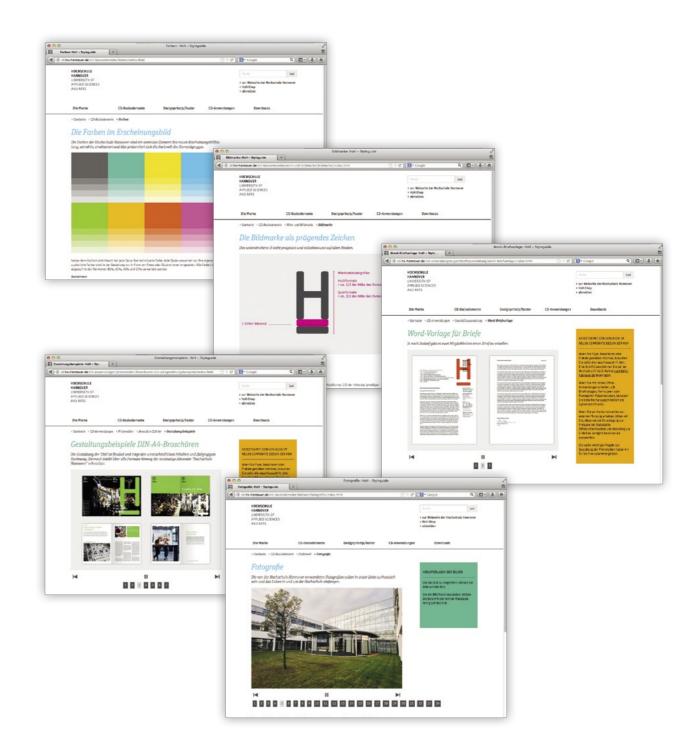
Making-of: Wichtig für die Akzeptanz durch die Mitarbeiter sind neben der engen Zusammenarbeit mit einem kleineren Steuerkreis die begleitenden Implementierungsmaßnahmen. Befragungen, Schulungen und Informationsveranstaltungen klären auf und beantworten die wichtigsten Fragen sofort, geben Halt und schaffen Vertrauen in die Marke.

#### **Online-Styleguide:**

Ein effizientes Werkzeug für klare Markenführung und Kostenersparnis



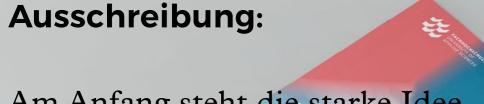
Einen Online-Styleguide gleich mit zu planen ist eine nicht zu unterschätzende Kosten- und Ressourcen-Ersparnis. Er ist das perfekte Instrument, um das neue Corporate Design kostengünstig und ohne viel Aufwand zur Verfügung zu stellen. Downloadbare Vorlagen und alle Regeln des neuen Designs werden übersichtlich für alle Nutzer zugänglich gemacht.



Alle Informationen im Online-Styleguide sind – mit dem entsprechenden Passwort – jederzeit und weltweit abrufbar.

Das entlastet die Verantwortlichen für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Das System kann dazu dienen, Informationen zur Marke, Positionierung und Leitbild aufzuzeigen, Vorlagen für alle Nutzer zum Download bereitzustellen, oder auch Standardabläufe – zum Beispiel für die Bestellung neuer Visitenkarten – zu vereinfachen.

Das macht viele Aufgaben einfacher und jeder Mitarbeiter weiß sofort, wo er alle Informationen rund um Marke und Corporate Design findet. Darüber hinaus ist die Aktualität durch einen hochschuleigenen Redakteur immer gesichert: Alle Vorlagen sind immer auf dem neuesten Stand. Das erleichtert nicht nur das Arbeiten, sondern gibt Sicherheit in der Außenkommunikation.



Am Anfang steht die starke Idee Aufwind für die FH Kiel

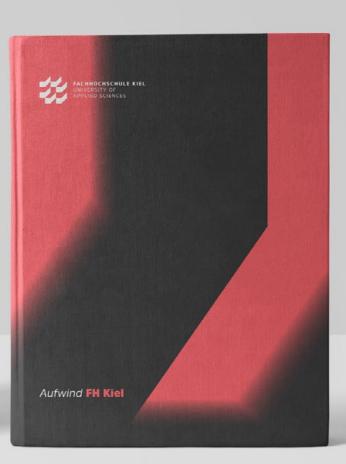


Regelmäßig werden wir zu Ausschreibungen/Pitches eingeladen, in denen es darum geht, mit Idee und Kostenkalkulation zu überzeugen. Je genauer Sie also Ihre teilnehmende Agentur briefen, um so passender wird Ihnen der Entwurf auf den leib geschneidert. Selten ist der Entwurf in Stein gemeißelt, denn nach der Agenturauswahl startet meist die eigentliche Workshop-Arbeit. Im Beispiel

der FH Kiel war die gebriefte Aufgabe den bestehenden Claim "Aufwind" unter beibehaltung des alten Logos als starkes Designsystem zu übersetzen.

Die Checkliste am Anfang dieses Mini-Guides hilft Ihnen, wichtige Fragen im Vorfeld zu beantworten.







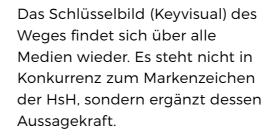
#### Stark und Freiraum gebend:

Der Aufwind ist komplett Medien- und Kampagnenübergreifend durchdacht.











#### Einzelmaßnahme:

#### Eigenständige Kampagne innerhalb von Designrichtlinien.

Für die zentralen Einrichtung "Soziale Öffnung" wurde innerhalb des Hochschuldesigns die eigene Botschaft gestalterisch umgesetzt. Ziel war, die Hochschule Hannover bei der Bekanntmachung dieses speziellen Service-, Beratungs- und Lehrangebots zu unterstützen sowie die übergreifende Vernetzung innerhalb der HsH zu fördern.



# Soziale Öffnung

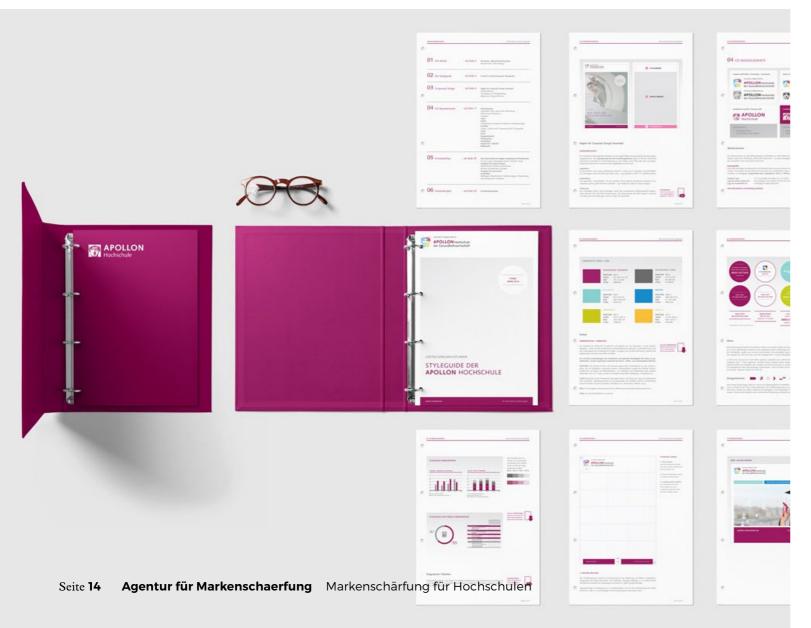
Barrierefreie Hochschule **Diversity Policies** 

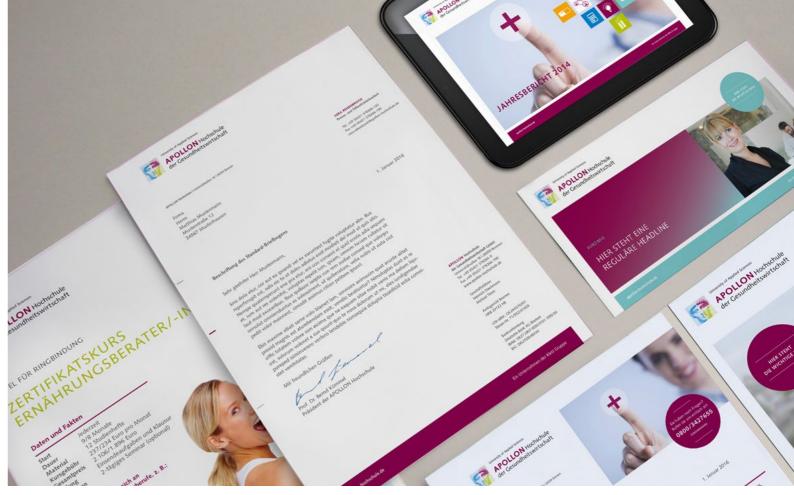
**Familienservice** 

#### **Facelift:**

# Apollon Hochschule — Design als starkes Verkaufsinstrument

Das Design dient der Online-Hochschule als starkes Instrument in der Vermarktung der Studiengänge. Die Weiterbildungsangebote richten sich klassischerweise überwiegend an eine weibliche Zielgruppe!







Styleguide - der Ordnung halber: Alle Informationen zum neuen Design, sind im CI-Guide zusammengefasst und stehen Mitarbeitern sowie Medienpartnern immer zur Verfügung. So ist die Marke über alle Medien verbal und visuell einheitlich wahrnehmbar.



### Eine Agentur, viele kreative Köpfe, zwei Standorte

Wir sind viele und ganz verschieden, aber wir ergänzen uns. Wir hinterfragen, sind aber immer ehrlich und direkt, wir möchten uns nicht verstellen und leben dafür, dass unsere Projekte allen Beteiligten Spaß machen und Erfolg bringen.

Das Agenturnetzwerk schaut mittlerweile auf mehr als 10 Jahre erfolgreiche Projektarbeit zurück, in der wir uns darauf spezialisiert haben, Marken visuell und verbal wahrnehmbar zu machen.

Durch die Lage der beiden Büros in hannoverschen bzw. heidelberger Kreativzentren bündeln wir Marken-, Design- und Textkompetenz sowie Event-, Marketing- und Online-Spezialwissen unter einem Dach.



Mehr unter: markenschaerfung.de/team/

### Ihr Ansprechpartner in Heidelberg

#### **Anne Zilles**

Dipl.-Des. (FH) T 06221.647 94 26 zilles@markenschaerfung.de



# Büro Heidelberg Kaiserstraße 30 69115 Heidelberg, Germany heidelberg@markenschaerfung.de

### Ihr Ansprechpartner in Hannover

#### **Andrea Lüders**

Dipl.-Des. (FH)
T 0511.22078345
lueders@markenschaerfung.de



**Büro Hannover**Karmarschstraße 50
30159 Hannover, Germany
hannover@markenschaerfung.de

#### **Einige Referenzen**

Hochschule Hannover
Apollon Hochschule
Hannover Impuls
Stiftung Niedersachsen
Verlag Spektrum der Wissenschaft
u-institut Bremen
Ideenlotsen Bremen/Berlin ...

#### Auszeichnungen

Nominierung German Design Award
IF communication design Design-Award
Deutscher Preis für Wirtschaftskommunikation
Nominierung Corporate Design Preis
Output.
DDC Gute Gestaltung 09. Bronze
Lucky Strike Junior Designer Award

Wir würden Sie gern kennenlernen und gemeinsam schauen, was Ihre Marke voran bringt. Im Gespräch klären wir alle Fragen und gehen individuell auf Ihre Wünsche und Bedenken ein.

#### Klingt gut? Na, dann los:

/

Agentur für

Markenschärfung

Ihr Ansprechpartner
Hannover

Andrea Lüders

T 0511.22078345

<u>lueders@markenschaerfung.de</u>

Karmarschstraße 50

30159 Hannover

Ihr Ansprechpartner

Heidelberg

**Anne Zilles** 

T 06221.6479426

zilles@markenschaerfung.de

Kaiserstraße 30

69115 Heidelberg