



VIVIANE ERB

Dokumentation

INHALTE BRANDING BRAENDLE AG

Viviane Erb
Weinsteig 2
8200 Schaffhausen



BRAENDLE
Brandschutz

EINLEITUNG

Diese Dokumentation beschreibt detailliert den Erstellungsprozess aller Branding-Inhalten der Braendle AG von Viviane Erb. Dies ist kein offizielles Dokument der Braendle AG.

INHALTSVERZEICHNIS

SEITE 04	SEITE 08	SEITE 13	SEITE 15	SEITE 17
Logoerstellung	Markenbildung	Farben	Website	Bilder
SEITE 24	SEITE 26	SEITE 30	SEITE 33	SEITE 35
Newsletter	Couverts & Briefschaften	Visitenkarten	Flyer	Social

LOGOERSTELLUNG

Im ersten Meeting betreffend das Logo brachte die Braendle AG bereits sehr konkrete Vorschläge mit. Die Bildmarke sollte eine rote Flamme sein, passend zum Thema Brandschutz. Viele Skizzen später stellte ich die besten Vorschläge vor. Jedoch war nichts dabei, was ihren Vorstellungen entsprach.

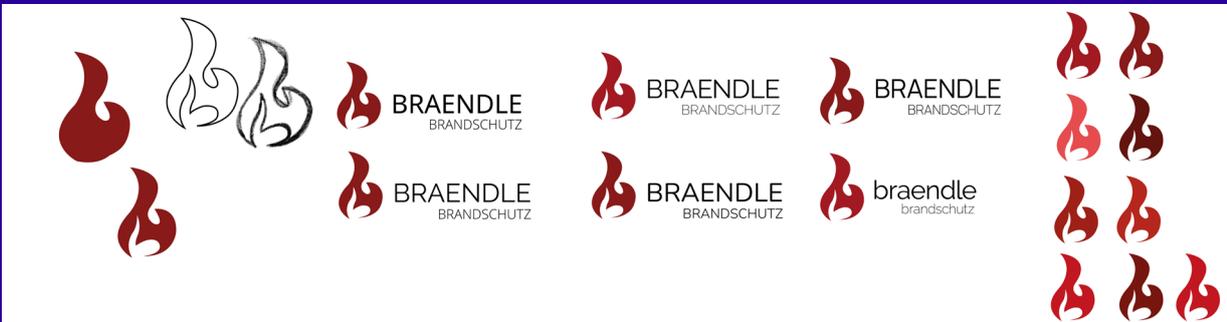
Bei meinen Verbesserungsnachfragen stellte sich eine allgemeine Unsicherheit betreffend die Ausrichtung der Firma heraus. Ich bot ihnen an, gemeinsam einen Markenbildungsworkshop durchzuführen (siehe Markenbildung).

Die Logoerstellung war von diesem Zeitpunkt an viel einfacher. Ich skizzierte diverse Logos aus und favorisierte schlussendlich fünf Logos, welche ich den Inhaber*innen zeigte. Zur Freude meinerseits verliebten sich gleich alle in einen Vorschlag. Diesen arbeitete ich aus und das Logo der Braendle AG war geboren.

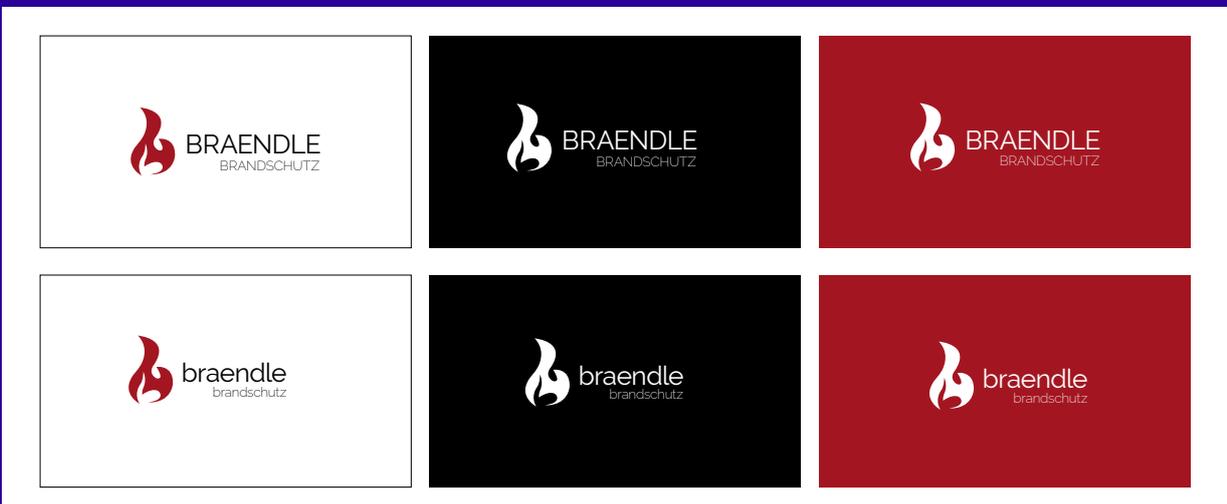
A large, stylized white number '01' is centered on a dark blue background. The '0' is a simple, rounded shape, and the '1' is a vertical bar with a small horizontal top bar. The background features a large, light blue circle and a dark blue square on the right side.



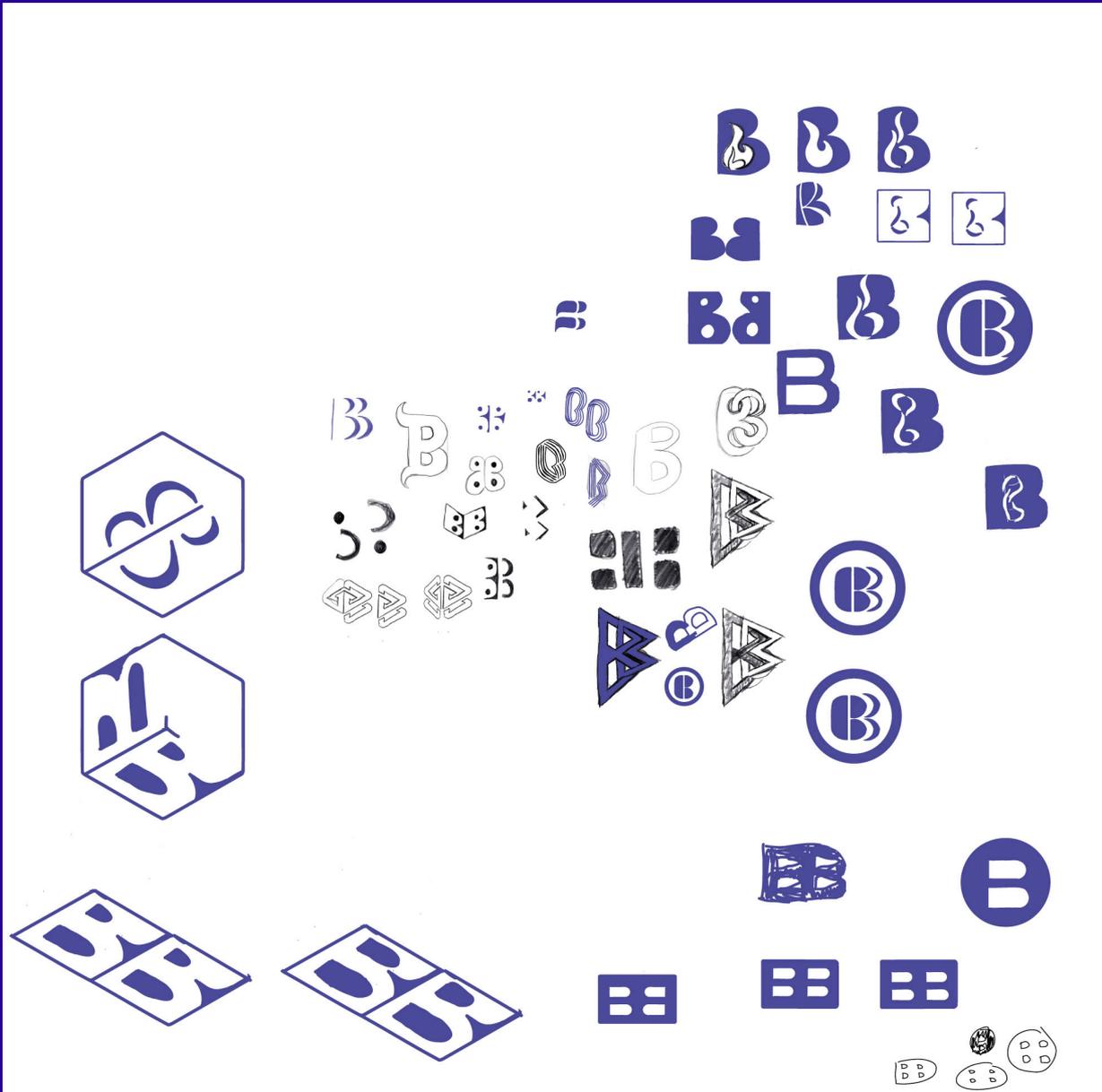
Logofriedhof



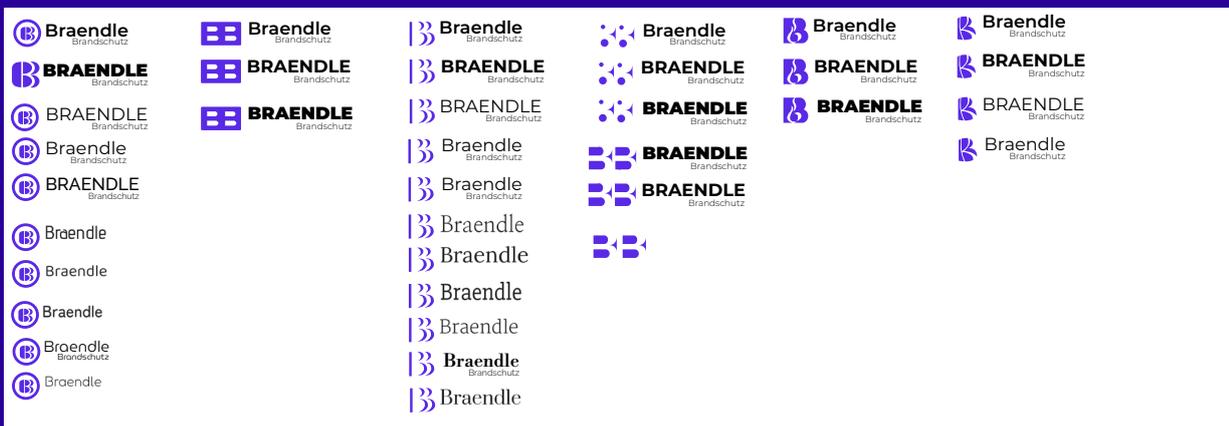
Logoausarbeitung



Logovarianten



Logofriedhof v2



Logoausarbeitungen



Logovarianten



Definitives Logo

MARKENBILDUNG

Um die Marke «Braendle Brandschutz» fassbarer zu machen, führte ich mit der Braendle AG einen Workshop zur Markenbildung durch. Dafür bereitete ich einige Arbeits- und Merkblätter vor. Ich informierte sie über die verschiedenen Archetypen und wir fanden gemeinsam heraus, welche zentralen Werte die Firma verkörpert. Nach einem kurzen Input über die unterschiedlichen Logotypen klärte ich die unterschiedlichen Schrift- sowie Farbvorlieben der vier Gründer*innen ab. Nach sehr vielen Diskussionen, zwei Päckchen Salzstangen und einem Döner standen schliesslich die Grundpfeiler der Marke.

02



FÜR WELCHE WERTE STEHT DEINE MARKE?

Mit dieser Vorlage definierst du, welche Attribute dich und deine Marke am besten beschreiben.

Markiere zunächst einfach alle Worte, die passen. Wähle dann die Top-5 der Begriffe aus, die dir am meisten bedeuten. Diese Begriffe sind deine Markenwerte und du kannst dich an diesen orientieren, wenn du dein Leitbild konzipierst, an deinem Logo arbeitest oder an anderen Marketingmaterialien.

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Abenteuerlustig | <input type="checkbox"/> Hochwertig | <input type="checkbox"/> Unaufgeregt |
| <input type="checkbox"/> Achtsam | <input type="checkbox"/> Hübsch | <input type="checkbox"/> Unterhaltsam |
| <input type="checkbox"/> Akkurat | <input type="checkbox"/> Intelligent | <input type="checkbox"/> Verantwortlich |
| <input type="checkbox"/> Anders | <input type="checkbox"/> Integrativ | <input type="checkbox"/> Verantwortun |
| <input type="checkbox"/> Anmutig | <input type="checkbox"/> Kinderfreundlich | <input type="checkbox"/> gsbewusst |
| <input type="checkbox"/> Aufregend | <input type="checkbox"/> Klassisch | <input type="checkbox"/> Verlässlich |
| <input type="checkbox"/> Aufrichtig | <input type="checkbox"/> Konsequenz | <input type="checkbox"/> Wagemutig |
| <input type="checkbox"/> Aufwendig | <input type="checkbox"/> Kontrolliert | <input type="checkbox"/> Wissen |
| <input type="checkbox"/> Ausgeglichen | <input type="checkbox"/> Kreativ | <input type="checkbox"/> Zielgerichtet |
| <input type="checkbox"/> Bedeutungsvoll | <input type="checkbox"/> Kühl | <input type="checkbox"/> Zielstrebig |
| <input type="checkbox"/> Bequem | <input type="checkbox"/> Langlebig | <input type="checkbox"/> Zugehörig |
| <input type="checkbox"/> Bescheiden | <input type="checkbox"/> Leidenschaftlich | <input type="checkbox"/> Zuverlässig |
| <input type="checkbox"/> Diskret | <input type="checkbox"/> Lernbereit | |
| <input type="checkbox"/> Diszipliniert | <input type="checkbox"/> Liebevoll | |
| <input type="checkbox"/> Dynamisch | <input type="checkbox"/> Loyalität | |
| <input type="checkbox"/> Effizient | <input type="checkbox"/> Mitfühlend | |
| <input type="checkbox"/> Ehrgeizig | <input type="checkbox"/> Modern | |
| <input type="checkbox"/> Ehrlich | <input type="checkbox"/> Mutig | |
| <input type="checkbox"/> Einfach | <input type="checkbox"/> Neu | |
| <input type="checkbox"/> Einfallsreich | <input type="checkbox"/> Neugierig | |
| <input type="checkbox"/> Einfühlsam | <input type="checkbox"/> Offen | |
| <input type="checkbox"/> Exklusiv | <input type="checkbox"/> Positiv | |
| <input type="checkbox"/> Fair | <input type="checkbox"/> Präzise | |
| <input type="checkbox"/> Familiär | <input type="checkbox"/> Preiswert | |
| <input type="checkbox"/> Familienfreundlich | <input type="checkbox"/> Professionell | |
| <input type="checkbox"/> Fest | <input type="checkbox"/> Reif | |
| <input type="checkbox"/> Fleißig | <input type="checkbox"/> Respektvoll | |
| <input type="checkbox"/> Flexibel | <input type="checkbox"/> Ruhig | |
| <input type="checkbox"/> Fokussiert | <input type="checkbox"/> Schlagkräftig | |
| <input type="checkbox"/> Frech | <input type="checkbox"/> Schnell | |
| <input type="checkbox"/> Freundlich | <input type="checkbox"/> Schön | |
| <input type="checkbox"/> Friedlich | <input type="checkbox"/> Selbstlos | |
| <input type="checkbox"/> Fröhlich | <input type="checkbox"/> Speziell | |
| <input type="checkbox"/> Führungsqualitäten | <input type="checkbox"/> Spielerisch | |
| <input type="checkbox"/> Glückliche | <input type="checkbox"/> Spontan | |
| <input type="checkbox"/> Großzügig | <input type="checkbox"/> Stabil | |
| <input type="checkbox"/> Hilfreich | <input type="checkbox"/> Stark | |

WELCHER ARCHETYP IST DEINE MARKE?

Archetypen sind Urbilder, die seit Generationen mit ähnlichen Emotionen und Assoziationen verknüpft sind. So wird „der Held“ beispielsweise als willensstark, selbstbewusst und hilfsbereit empfunden. Marken können sich dieses Phänomen zunutze machen, indem sie mit den richtigen Archetypen zentrale Aspekte des Unternehmens hervorheben sowie die emotionale Markenwahrnehmung stärken.



WELCHE LOGOTYPEN GIBT ES?

Wortmarke

Uber *Coca-Cola* Google SUBWAY TIFFANY & Co.

Wort-Bildmarke

Abstrakte Logos

Maskottchen

Buchstaben-Logos

Emblem

WELCHE SCHRIFTARTEN GIBT ES?

Serifenschriften

Playfair Display

Libre-Baskerville

Georgia

Times New Roman

Frank Ruhl Libre

Antic Didone

Gilda Display

- Fromal
- Traditionell
- Zuverlässig
- Anspruchsvoll
- Klassisch
- Seriös
- Verbindlich

Serifenlose Schriften

Montserrat

Lato

Open Sans

Arial

Archivo

Didact Gothic

Hind Madurai

- Modern
- Sauber
- Stabil
- Übersichtlich
- Minimalistisch
- Geschliffen
- Effizient

Slab-Serif Schriften

Sanchez Slab

Abril Fatface

Shrikhand

Bevan

Calistoga

Goblin One

Orelega One

- Zuversichtlich
- Zuverlässig
- Freundlich
- Solide
- Unverwüstlich
- Sportlich
- Stark

WELCHE FARBE PASST ZUR MARKE?

Farben vermitteln die Persönlichkeit deiner Marke.

Auch wenn die Farbwirkung ein komplexes Thema ist, existieren doch gewisse Muster in der Wahrnehmung der Farbe. Studien zeigen, dass Konsumenten schnell merken, ob die Farbe zu der Marke passt. Sie prüfen intuitiv, inwieweit Farbe, Inhalte und Aussagen der Marke miteinander harmonieren. Je stimmiger das Gesamtbild der Marke, desto authentischer ist ihre Wirkung auf den Betrachter.

COLOR EMOTION GUIDE

The infographic is a circular collage of brand logos categorized by color and emotion. The categories and their associated emotions are:

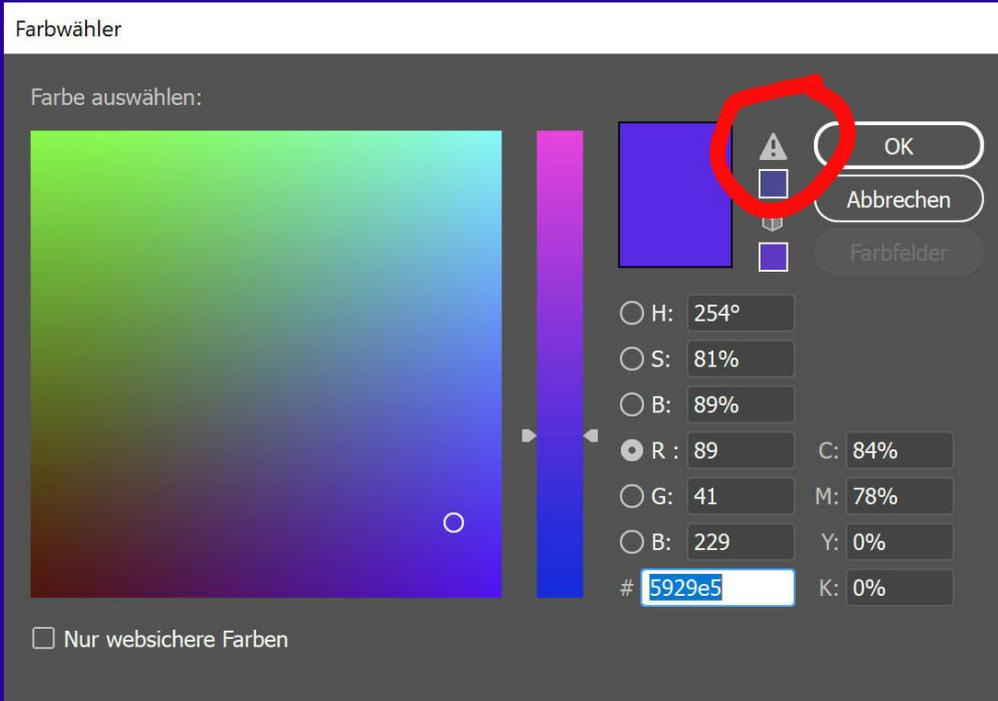
- Yellow:** Optimism, Clarity, Warmth. Brands include Nikon, UPS, Benetton, NBC, Google.
- Orange:** Friendly, Cheerful, Confidence. Brands include Nickelodeon, Hooters, Amazon, IMDB, National Geographic Channel, Cat, Sprint, Diversity.
- Red:** Excitement, Youthful, Bold. Brands include Kellogg's, Nintendo, Kmart, Oracle, Payless, Pennzoil, Subway, eBay.
- Purple:** Creative, Imaginative, Wise. Brands include Syfy, Morister, Coca-Cola, CNN, Virgin, Exxon, Shell, IKEA.
- Blue:** Trust, Dependable, Strength. Brands include Dell, JPMorgan, Lowe's, HP, Intel, Nike, Facebook, IBM, Walmart, Oral-B, Puma, Vimeo, Taco Bell, Avis, Shutterfly, McDonald's.
- Green:** Peaceful, Growth, Health. Brands include Whole Foods, Avon, Planet Fitness, Oreo, Welch's, Frito Lay, Hertz, Goodyear, Sun.
- Grey:** Balance, Neutral, Calm. Brands include Mercedes, Apple, CN, Tropicana, Spotify, HESS, Starbucks, HP, LYNX, Lays, Canon, Aflac, E, Dairi Queen, Avis, Shutterfly, McDonald's.

At the bottom of the infographic is a row of icons: Yin-Yang, Peace symbol, Fist, Lightbulb, Lightning bolt, Smile, and Thumbs up.

FARBEN

Nachdem ich die Briefvorlagen ausgearbeitet hatte, kam die Braendle AG auf mich zu, da beim Druck des Logos Farbunstimmigkeiten auftraten. Da die Logofarbe einen sehr hohen Blauanteil besitzt, wurde dieses beim Druck statt violett blau gedruckt. Nach einigen Testdrucken auf verschiedensten Druckern und Rücksprache mit einem Grafiker wurde klar, dass es sich bei der ausgesuchten Farbe nur um eine RGB-Farbe handelte, welche im Druck nicht reproduzierbar ist. Die Braendle AG wollte sich nicht für eine neue Farbe entscheiden, deshalb musste ausschliesslich für die Produktion der Printprodukte eine Pantone-Farbe ausgewählt werden. Ich begab mich deshalb auf die Suche nach einem Pantone-Farbfächer, welchen ich für ein Farbmeeting mit der Braendle AG ausleihen konnte. Die vier Gründer*innen konnten sich durch den physischen Fächer schnell für eine Farbe entscheiden.

03



Farbproblem in Illustrator



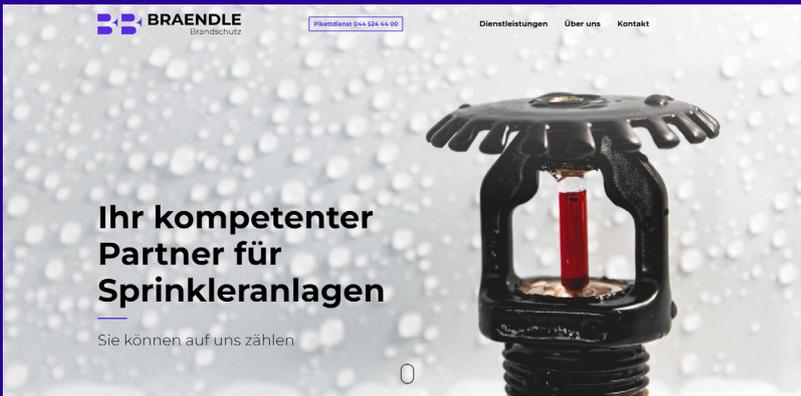
Auserwählte Pantone-Farbe

WEBSITE

Kaum war das Logo erschaffen, begannen auch schon die Design-Meetings mit dem Webentwickler. In einem Meeting mit der Braendle AG wurde klar, dass diese nicht viele Vorstellungen betreffend des Webdesigns hatten, zeigten uns jedoch einige Websites, welche sie gut fanden. Somit hatte ich viel kreativen Freiraum. Die Zusammenarbeit mit dem Webentwickler funktionierte sehr gut und ich konnte meine kreativen Ideen einbringen. Beispielsweise eignete sich das Logo sehr gut, um als Pattern verwendet zu werden. Viele Meetings später stand die Website der Braendle AG.

www.braendle-brandschutz.ch

The page features a large, stylized graphic in the bottom half. It consists of the numbers '04' in a bold, white, sans-serif font. The '0' is partially enclosed by a large, light blue circular shape on the left. The '4' is positioned to the right of the '0'. The background is a solid dark blue, with a large, light blue abstract shape on the right side that resembles a stylized '4' or a large number '4'.



Ihr kompetenter Partner für Sprinkleranlagen

Sie können auf uns zählen

Braendle AG

Ein Familienunternehmen mit Zukunft

Die Firma Braendle AG mit Sitz in Illnau-Effretikon wurde im Jahr 2022 gegründet. Wir sind im technischen Brandschutz tätig und können Ihnen alle Dienstleistungen rund um Sprinkleranlagen anbieten. Jedes Geschäftsleitungsmitglied ist ein Experte auf seinem eigenen Fachgebiet. Somit können wir hohes Fachwissen in jedem Bereich unserer Unternehmensbereiche garantieren.

Die Aktien sind auf die vier Gründungsmitglieder aufgeteilt und somit in Besitz zweier Familien. Dies schafft Stabilität, Vertrauen und Transparenz. Als Familienunternehmen haben wir eine starke Kultur, welche das Hauptaugenmerk auf die bestmögliche Gestaltung der Zukunft legt.

[Mehr über die Braendle AG](#)

Wir bieten Ihnen alle Dienstleistungen rund um Ihre Sprinkleranlage an



Beratung



Schutzkonzept



Projektierung



Errichtung / Ausführung



Wartung / 10-Jahreskontrolle



Generalüberholung



Pikettendienst

Warum Braendle Brandschutz?



Jung und Dynamisch

Wir sind ein junges und dynamisches Team, welches Ihnen innovative Lösungen anbieten kann. Mit frischem Wind in der Branche schaffen wir Veränderungen und bringen Leidenschaft, Hingabe und das Bestreben nach bester Dienstleistung mit hinein.



Familiär

Wir sind ein familiäres und eingespieltes Team, welches gemeinsame Werte vertritt. Mit unserem erhöhten Engagement und unserer Leistungsbereitschaft möchten wir Ihr Vertrauen gewinnen. Verantwortungsbewusstsein gewährleisten und eine gewissenhafte Zusammenarbeit anstreben.



Effektiv und Effizient

Durch unsere effektive und effiziente Arbeitsweise können wir Ihnen höchste wirtschaftliche Lösungen anbieten. Dadurch können wir hohe Qualität und Termintreue garantieren und sorgen somit für beste Kundenzufriedenheit.



Braendle AG
im Langhag II
8527 Illnau-Effretikon
info@braendle-brandschutz.ch
044 824 44 00

Dienstleistungen
Über uns
Kontakt

Impressum
Datenschutzerklärung



BILDER

Damit die Website live gehen konnte, wurden noch diverse Fotos benötigt. Einerseits benötigten sie Produktfotos für den Header der Site und zum anderen Portraitfotos für die «Über uns»-Site.

The background features large, stylized numbers in shades of blue and purple. A large '05' is on the left, and a large '15' is on the right, both partially obscured by the text and other elements.

05

PORTRAIT- UND TEAMFOTOS

In einem Meeting mit der Braendle AG entschieden wir uns, die Fotos nicht im Studio, sondern draussen in der natürlichen Umgebung zu erstellen. Ich begab mich deshalb auf die Suche nach einem Fotospot in Schaffhausen, welcher einen professionellen Hintergrund bietet und organisierte die Kamera eines Freundes, welche eine hohe Tiefenschärfe erzeugen konnte. Um der Braendle AG eine Auswahl an verschiedenen Fotostilen zu geben, erstellte ich einige Testbilder. Nach der Bearbeitung stellte ich in einer Sitzung meine Vorschläge vor und machte den Termin für das Porträt- und Teamfotoshooting ab. Das Shooting verlief einwandfrei, obschon alle Gründer*innen anfangs etwas schüchtern vor der Kamera standen. Ebenfalls bedurfte es einiges an Überzeugungskraft, um die Personen davon zu überzeugen, dass ein Lächeln von Nöten ist, damit die Kundschaft das Unternehmen sympathisch findet. Nachdem ich alle Fotos geschossen hatte, suchte ich die besten heraus und machte mich an die Bearbeitung. Anschliessend stellte ich der Braendle AG die verschiedenen Serien der Porträt- sowie Gruppenbilder zur Verfügung. Ich bearbeitete die ausgewählten Bilder und stellte diese im richtigen Format dem Webentwickler zur Verfügung.



Testfotos Portrait



Testfotos Teamfotos



28.08.2022



© Viviane Erb

Fotoshooting Braendle AG

Portraitfotoset v1



Fotoshooting Braendle AG

28.08.2022

© Viviane Erb

Portraitfotoset v2



Fotoshooting Braendle AG

28.08.2022

© Viviane Erb

Portraitfotoset v3



Definitive Portraitfotos



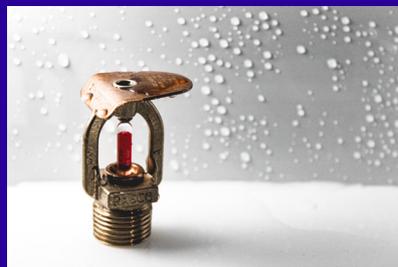
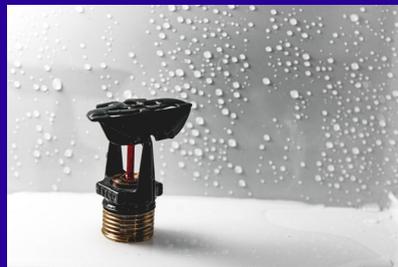
Definitive Teamfotos

PRODUKTFOTOS

Die Braendle AG stellte mir einige Sprinkler zur Verfügung, welche ich für die Produktfotografie benötigte. Da ich mich noch nie mit der Produktfotografie auseinandergesetzt hatte, machte ich mich auf die Suche nach Tipps und Tricks zur Erstellung. Ich lernte, dass ein guter Hintergrund das A und O der Produktfotografie ist und brainstormte, wie ich die Sprinkler gut in Szene setzen konnte. Mit Taschenlampe, Giesskanne, Sprinkler und Kamera bewaffnet erstellte ich auf dem Balkon die Produktfotos. Nach einiger Bearbeitung waren die professionellen Produktfotos geboren.



Behind the Scenes



Definitive Produktfotos

NEWSLETTER

Als Nächstes kam die Braendle AG mit dem Wunsch auf mich zu, einen Newsletter zu gestalten, welcher die Kundschaft auf die neue Firma aufmerksam machen sollte. Da ich noch nie einen Newsletter erstellt hatte, machte ich mich zuerst im Internet über die verschiedenen Tools und Standards schlau. Nach einigen Nachforschungen entschied ich mich, den Newsletter mit dem Tool «Sendinblue» zu gestalten. Folgend war der Newsletter nach einigen Verbesserungsschleifen und Testsendungen bereit. Für den Versand gab ich einem Inhaber eine Schulung im Tool und machte ihn mit den verschiedenen Auswertungsmöglichkeiten vertraut.

06



Wir sind Ihr Experte für Sprinkleranlagen

Liebe Frau Erb

Mit unserer Firma «Braendle AG» sind wir seit Anfang Juli in der Brandschutzbranche tätig.

[Zur Website](#)

Wir können alle Dienstleistungen rund um Ihre Sprinkleranlage anbieten:



Beratung



Schutzkonzept



Projektierung



Errichtung / Ausführung



Generalüberholung



Wartung / 10-Jahreskontrolle



Pikettdienst



Wir sind ein junges, familiäres und engagiertes Team, welches über ein fundiertes Fachwissen und Berufserfahrung im Bereich Sprinkleranlagen verfügt.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Zögern Sie nicht: uns zu kontaktieren.

Wir freuen uns darauf Sie persönlich kennenzulernen.

[Website besuchen](#)

Braendle AG
Im Langhag 11
8307 Illnau-Effretikon
info@braendle-brandschutz.ch

[Datenschutzerklärung](#)
[Impressum](#)
[Abmelden](#)

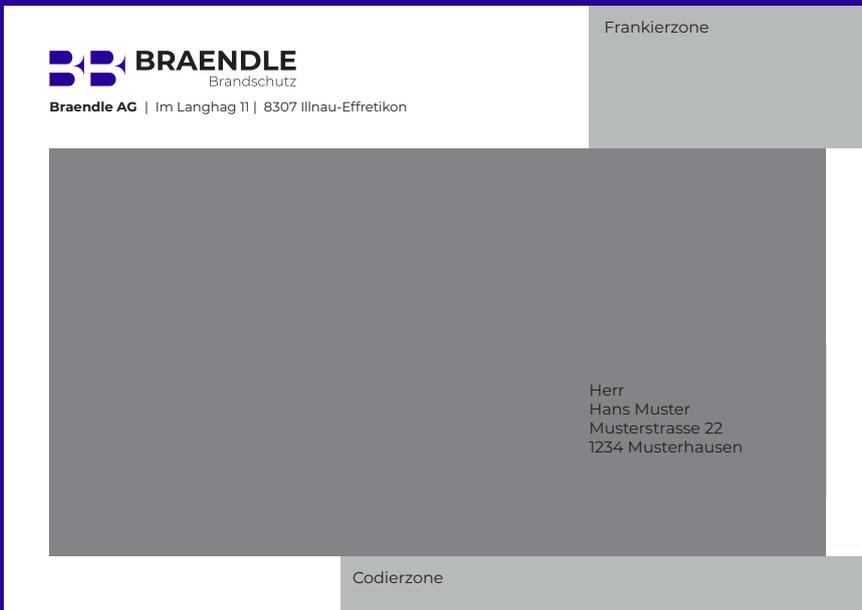
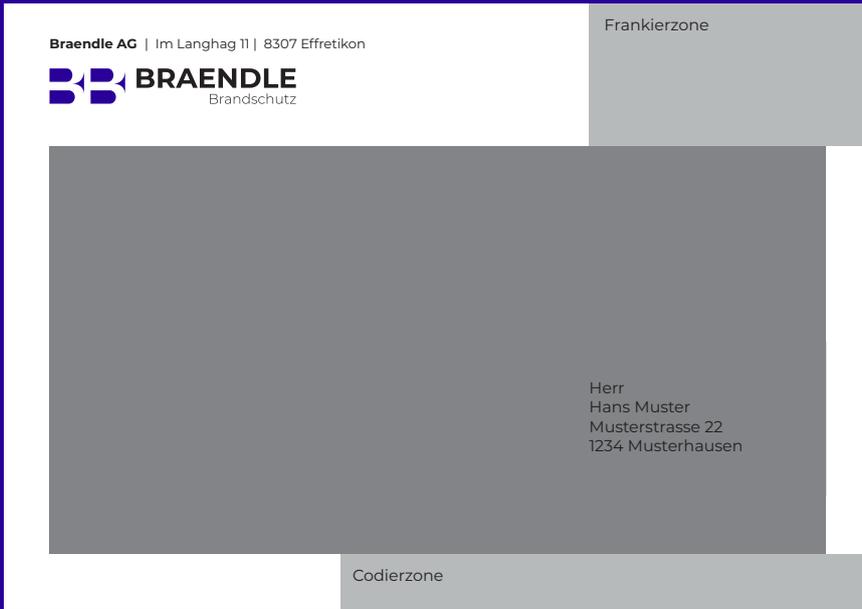
Soziale Medien



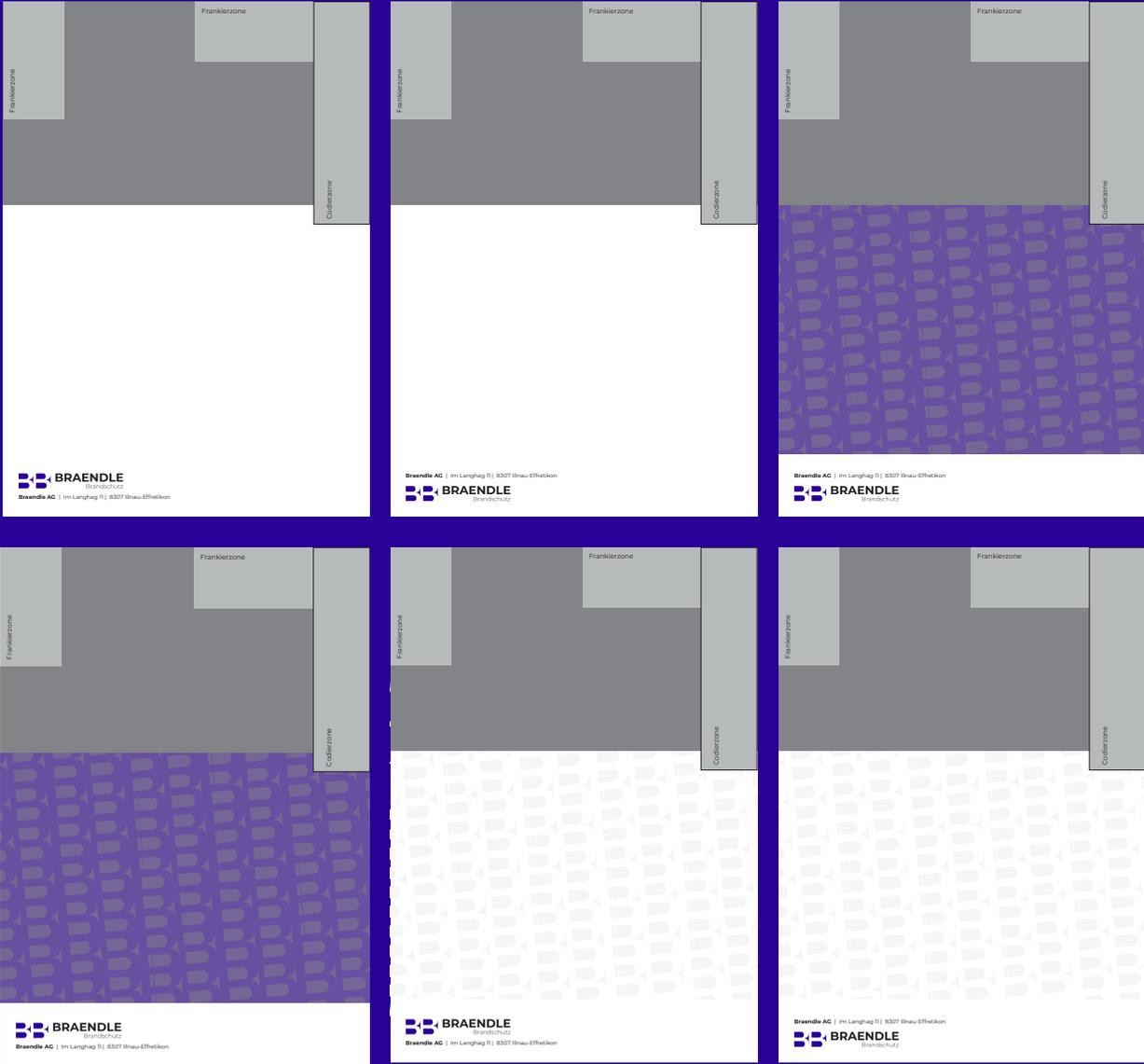
COUVERTS & BRIEFSCHAFTEN

Damit die Braendle AG auch administrativ mit hochwertigen Produkten ausgestattet ist, benötigten sie verschiedenste Briefschaften. In einem Meeting gaben Sie mir den Auftrag, zwei Couverts (C4 und C5) sowie zwei unterschiedliche Briefpapiere zu gestalten. Nach einiger Inspiration und dem Durchhackern durch die Richtlinien der Briefgestaltung der schweizerischen Post, erstellte ich zu jedem Typ unterschiedliche Ausführungen. In einem nächsten Meeting präsentierte ich ihnen diese und sie entschieden sich für eine Variante. Nach einem erneuten Feinschliff waren die Daten bereit für den Druck.

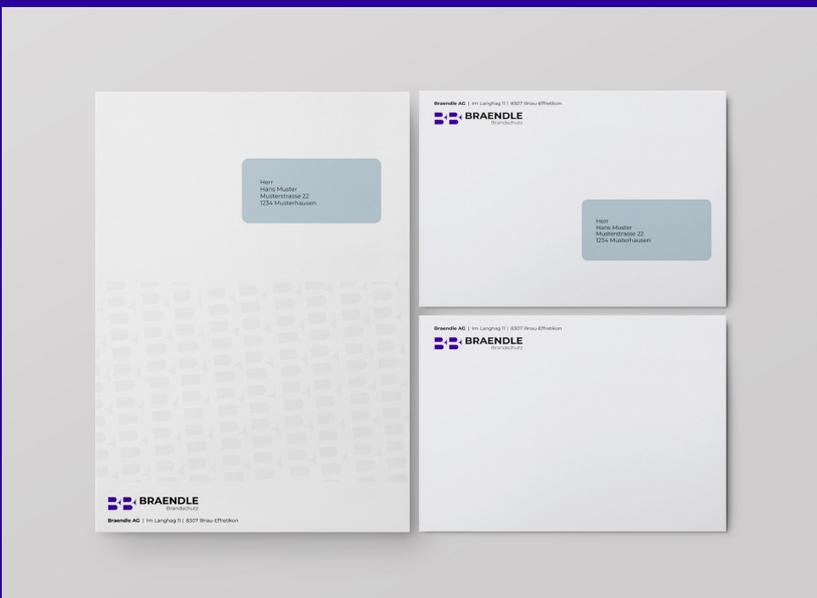
07



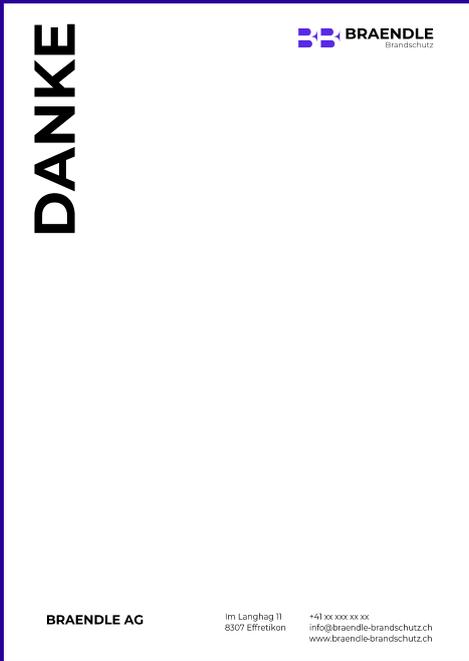
Couvertvarianten C5



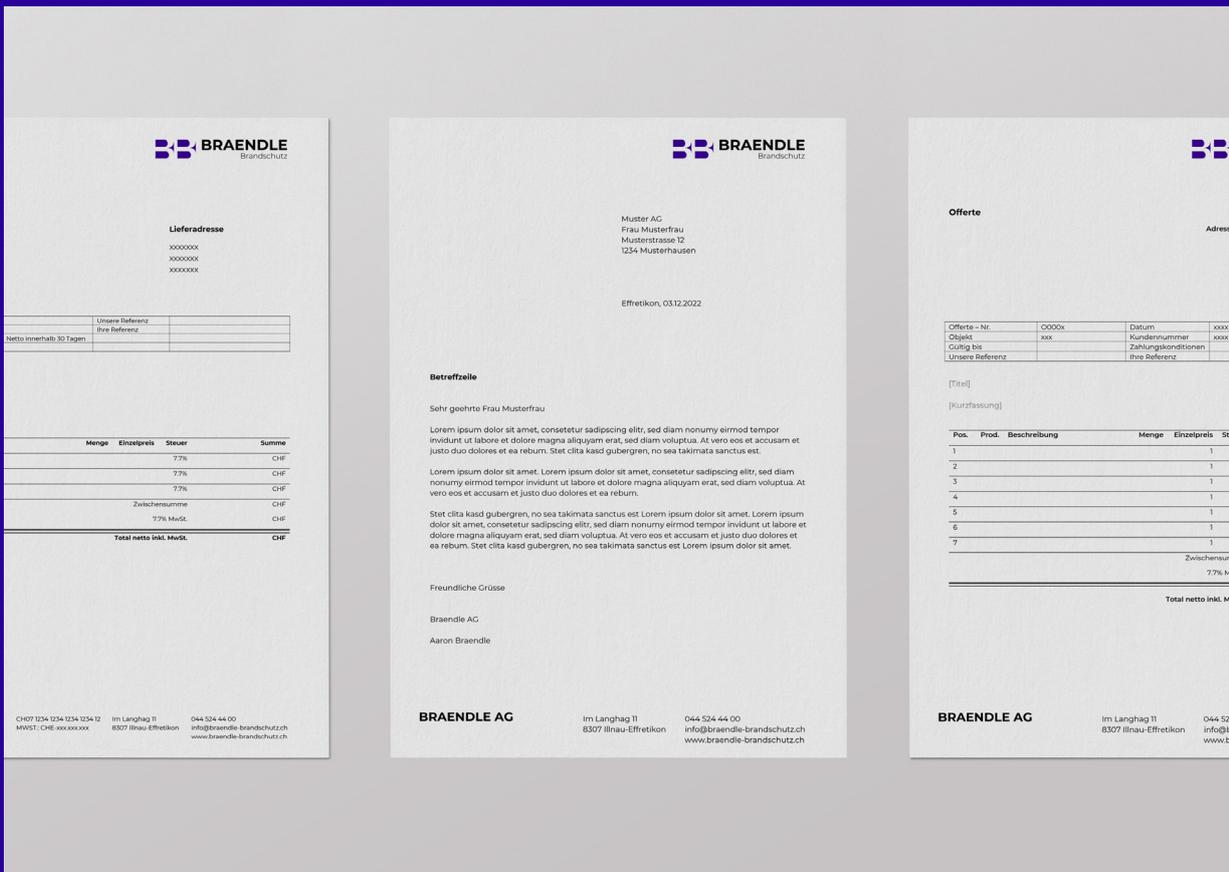
Couvertvarianten C4



Definitive Couverts



Briefvorlagen Varianten



Definitive Briefvorlagen

VISITENKARTEN

Die Visitenkarten sind ein wichtiger Bestandteil für die Gründer*innen der Braendle AG, da sie oft persönlich mit ihren Kontakten und ihrer potenziellen Kundschaft in Kontakt treten. Daher war es wichtig, dass die Visitenkarte ansprechend gestaltet ist und ins Auge sticht. Ich arbeitete daher sieben Varianten aus und zeigte meine Vorschläge der Braendle AG. Dadurch konnten sie sich einfach für eine Ausführung entscheiden. Nachdem das Gut zum Druck von ihrer Seite aus gegeben wurde, sendete ich die Daten der Druckerei zu. Diese kontaktierte mich einige Zeit später, da die Farben nicht in Volltonfarben dargestellt wurden. Nach der Farbanpassung sendete ich zur Sicherheit die Visitenkarten erneut der Braendle AG zu, welche mir kommunizierte, dass es eine Änderung der Telefonnummer gab. Somit musste ich alle Visitenkarten überarbeiten und nochmals neu exportieren.

08



Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- 078 740 69 54
- 044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
- braendle-brandschutz.ch

Braendle AG | Im Langhag 11 | 8307 Effretikon

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- Braendle AG
Im Langhag 11
8307 Effretikon
- 078 740 69 54
- 044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
- braendle-brandschutz.ch

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- 078 740 69 54
- 044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
- braendle-brandschutz.ch
- Braendle AG, Im Langhag 11, 8307 Effretikon

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- 078 740 69 54
- 044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
- braendle-brandschutz.ch
- Braendle AG, Im Langhag 11, 8307 Effretikon

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- 078 740 69 54
- 044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
- braendle-brandschutz.ch
- Braendle AG, Im Langhag 11, 8307 Effretikon



Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- Braendle AG
Im Langhag 11
8307 Effretikon
- 078 740 69 54
044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
braendle-brandschutz.ch

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- 078 740 69 54
- 044 524 44 008
- a.braendle@braendle-brandschutz.ch
- braendle-brandschutz.ch

Braendle AG | Im Langhag 11 | 8307 Effretikon

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

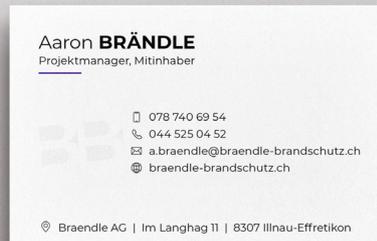
- Braendle AG
Im Langhag 11
8307 Effretikon
- M: 078 740 69 54
T: 044 524 44 00
- E: a.braendle@braendle-brandschutz.ch
W: braendle-brandschutz.ch

Aaron BRÄNDLE

Projektmanager, Mitinhaber

- M: 078 740 69 54
T: 044 524 44 008
- E: a.braendle@braendle-brandschutz.ch
W: braendle-brandschutz.ch

Braendle AG, Im Langhag 11, 8070 Effretikon

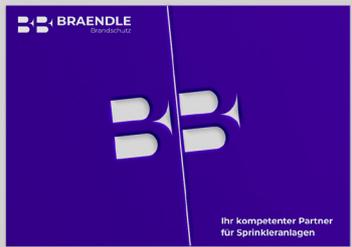


Definitive Visitenkarten

FLYER

Der Flyer hatte, wie auch der Newsletter zum Ziel, potenzielle Kund*innen über die Neugründung zu informieren. Der Flyer sollte nicht 0815 sein, sondern die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Es war auch wichtig die Werte der Firma zu transportieren. Das heisst, dass dieser sehr hochwertig und einzigartig sein sollte. Die Braendle AG kam mit der Idee einer Stanzung auf mich zu und ich überlegte mir, wie ich die definierten Elemente des Branding gut in den Flyer integrieren konnte. Es entstand ein Flyer mit Altarfalz und einer Stanzung in Form des BB-Logos. Im Inneren sind die vier Portraits der Gründer*innen ersichtlich, damit die Kundschaft direkt angesprochen wird. Ebenfalls werden die Interessentinnen und Interessenten mit den persönlichen Zitaten überzeugt. Auf den äusseren Klappen sind ein Bild sowie die Leistungen der Braendle AG ersichtlich. Den kompletten Text des Flyers habe ich selbst verfasst. Damit der Flyer gegenüber anderer Werbung auffällt, ist dieser komplett in Violett gehalten.

A large, bold, white number '09' is centered in the lower half of the page. The background is a deep purple with large, abstract, rounded shapes in a lighter shade of purple, creating a layered, organic feel.



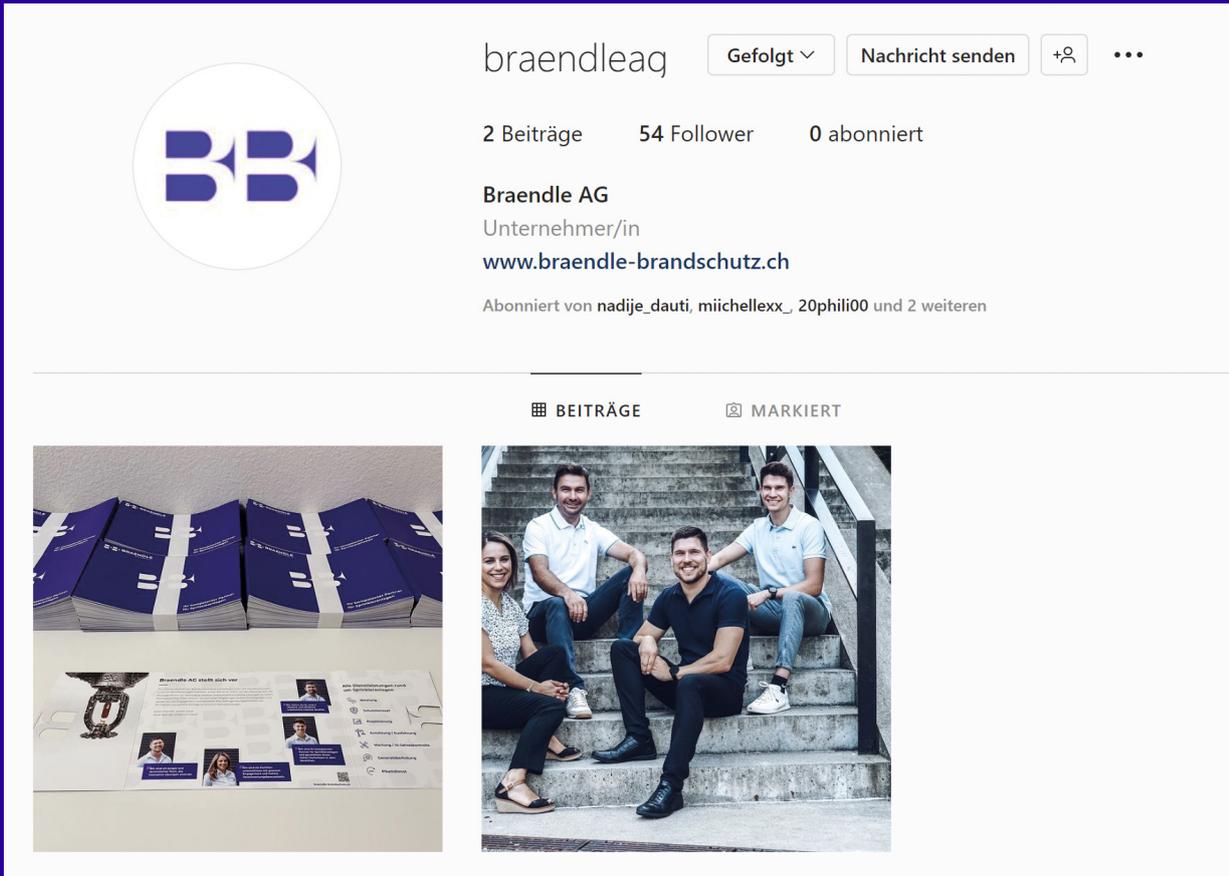
Definitiver Flyer

SOCIAL

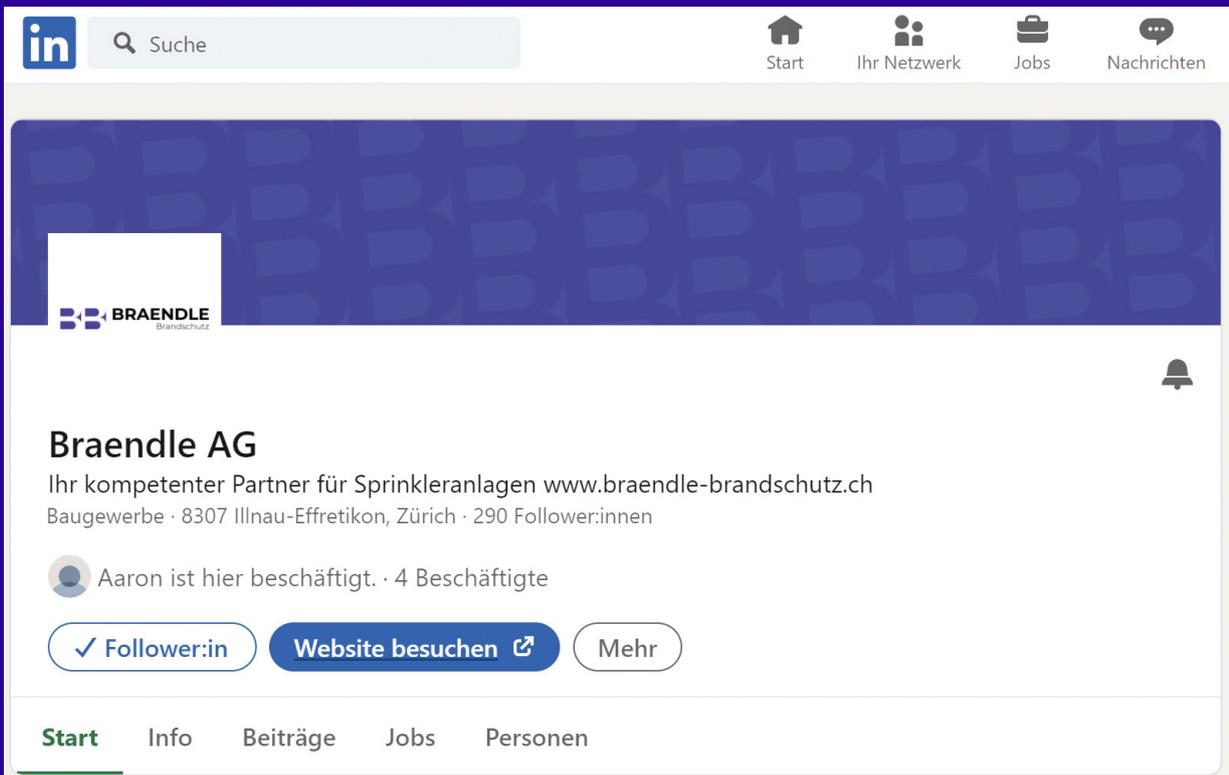
Um Brandawareness zu schaffen, ist die Braendle AG auch auf den sozialen Medien vertreten. Die Gründer*innen fragten mich auch betreffend Social Media um Rat. Ich erklärte ihnen, wie der Algorithmus von Instagram funktioniert, dass die Netzwerke unterschiedliche Post-Texte verlangen und weshalb die Verwendung von Hashtags so wichtig ist. Zudem habe ich die Logos sowie Profilhintergründe für die Auftritte in den verschiedenen Netzwerken aufbereitet.

A large, stylized graphic of the number '100' in white, set against a blue background. The '1' is a simple vertical bar, the '0' is a thick, rounded shape, and the second '0' is a large, hollow circle. The graphic is positioned in the lower half of the page, partially overlapping the text area.

100



Instagram-Auftritt



LinkedIn-Auftritt