



YOUR BRAND YOUR STYLE

Das Workbook zu
deinem Markenstil

WWW.KOLIBRIDESIGN.AT

IMPRESSUM:

@ Tamara Juric - KolibriDesign 2024.

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der Autorin unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

KONTAKT:

hallo@kolibridesign.at

HAFTUNGSAUSSCHLUSS:

Der Inhalt dieses Workbooks wurde mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Gewissen erstellt. Dennoch übernehme ich keine Gewähr für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der bereitgestellten Seiten und Inhalte. Der Inhalt des Workbooks repräsentiert die persönliche Erfahrung und Meinung der Autorin. Es wird keine Garantie für Erfolg übernommen. Die Autorin übernimmt daher keine Verantwortung für das Nicht-Erreichen der im Workbook beschriebenen Ziele.

ALOHA

Ich bin Tamara, Brand- und Webdesignerin, leise Selbstständige und dein Design-Buddy für 2024. Das Jahr wo Du endlich wie ein selbstbewusster Kolibri aus dem Business-Dschungel herausstichst.



Mein Ziel ist es, Selbstständige dabei zu unterstützen, mithilfe von individuellem Brand Design und strategischem Webdesign, online sichtbar(er) zu werden.

Dabei ist der erste Schritt - der noch vor Logo- und Webdesign kommt - den eigenen Markenstil herauszufinden, der zu 100% zum eigenen Business passt und Wunsch-Kunden anspricht.

Du kannst es kaum erwarten?

Dann lass uns loslegen! Auf dein selbstbewusstes 2024!

Tammy

„DESIGN IS THE SILENT AMBASSADOR OF YOUR BRAND“

Paul Rand

Um als Business oder als Selbstständige*r wahrgenommen zu werden, brauchst Du vor allem eines: **einen klaren Markenstil**. Und damit meine ich kein Logo! **Lass mich dir eines sagen**: Wenn Du ein Online-Business hast, brauchst Du für den Anfang gar kein Logo! Darum brauchst Du dich erst kümmern, wenn Du deinen ersten Kundestamm aufgebaut hast und deine Zielgruppe in- und auswendig kennst.

EIN LOGO IST KEIN MARKENSTIL

Es geht darum, mit deinem Markenstil durchgängig zu zeigen, **wer Du bist und wofür Du stehst** – auf deiner Website, in den sozialen Medien, einfach überall. Ein einheitlicher Look und eine klare Botschaft bauen Vertrauen auf und machen dich für deine Zielgruppe erkennbar.

Kurz gesagt: **Dein Markenstil ist deine Visitenkarte im Netz**. Mach dir klar, was Du damit ausdrücken willst, und zieh es durch. So wirst du als Business ernst genommen und kannst deine Traumkunden anziehen.

Mein Workbook zeigt dir wie Du Schritt für Schritt zu deinem eigenen Markenstil findest. Dafür müssen wir zuerst grundlegende Antworten, die dein Business betreffen beantworten: Was sind deine Ziele, die Du mit deinem Business erreichen möchtest? Wer ist deine Zielgruppe? Wen möchtest Du erreichen und helfen? Was sind deine Werte, die du vertrittst und wie ist deine Business-Persönlichkeit?

Hab keine Angst dich festzulegen! Wir verändern uns alle und entwickeln uns weiter. Darum ist es ganz normal, wenn sich im Laufe der Zeit dein Warum und deine Werte ändern. Demnach kannst auch deinen Markenstil deiner Weiterentwicklung anpassen.

Ich wünsche dir viel Spaß!

INHALT

| | |
|--|----|
| Einführung | 1 |
| #1 - Dein Business - deine Ziele | 2 |
| #2 - Deine Identität & Werte | 3 |
| #3 - Deine Traumkunden | 4 |
| #4 - Deine Konkurrenz | 5 |
| Finde deinen Markenstil | 6 |
| #5 - Markenästhetik | 7 |
| #6.0 - Dein Farbstil | 8 |
| #6.1 - Exkurs: Farbpsychologie | 9 |
| #6.2 - Deine Farbpalette | 11 |
| #7.0 - Schriftarten & Schriftstile | 12 |
| #7.1 - Schriftarten & Schriftstile | 13 |
| #8 - Dein Bildstil & Grafiken | 14 |
| Checkliste | 15 |
| Geschafft! - So geht's weiter | 16 |

EINFÜHRUNG

Bevor es los geht...

...möchte ich dir eine kurze Einführung geben. Eines vorweg: Das Workbook ist wirklich ein Workbook. Das heißt es wird auf jeden Fall 1 - 2 Stunden, oder vielleicht auch mehr, dauern, bist du alles durchgearbeitet hast.

Das [Video](#) dient als Zusatz. Dort gehe ich mit dir genau alle einzelnen Schritte parallel zum Workbook durch. Außerdem gebe ich Zusatzinformationen, die dir behilflich sein könnten. Darum macht es auf jeden Fall Sinn, dass Du dir ebenfalls das Video dazu anschaust. Ich habe versucht, es so kurz und knackig und so informativ wie möglich zu halten. :D

Außerdem habe ich für dich eine [Canva-Vorlage](#) vorbereitet, die Du mit deinem eigenen Markenstil befüllen sollst. Das Markenstil-Sheet soll dir als Grundlage/Vorlage für alle weiteren Designs dienen. **Schluss mit stundenlanger Herum-Wurschtleri, weil Du dich nicht für ein Design entscheiden kannst! ;-)**

ZUM VIDEO

ZUR CANVA-VORLAGE

Lass uns loslegen!



#1

Dein Business - deine Ziele

Wie ist der Name deines Business?

Egal ob Du als Personenmarke oder als Business auftrittst, trage hier den Namen ein.

Hast Du einen Slogan? Wenn ja, dann trage ihn gerne hier ein:

Wenn dich jemand danach fragt, was Du in deinem Business machst, was antwortest Du?

Beschreibe dein Business in einem kurzen und knappen Satz.

Was möchtest Du in den nächsten 2 Jahren erreichen?

Nenne 3 deiner top Ziele.

#2

Deine Identität & Werte

Welche Eigenschaften passen zu dir und deinem Business?

Wähle aus, welche Adjektive Dich und dein Business am besten beschreiben.

| | | | | | | |
|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|
| KLASSISCH | <input type="radio"/> | MODERN |
| MINIMALISTISCH | <input type="radio"/> | EXTRAVAGANT |
| FEMININ | <input type="radio"/> | MASKULIN |
| KÜNSTERLISCH | <input type="radio"/> | EINFACH |
| VERSPIELT | <input type="radio"/> | SERIÖS |
| ZUGÄNGLICH | <input type="radio"/> | LUXURIÖS |
| ZURÜCKHALTEND | <input type="radio"/> | MUTIG |
| FORMELL | <input type="radio"/> | PERSÖNLICH |

Was sind deine Top 3 Werte, die Du als Business oder Personenmarke vermitteln möchtest?

Um dir die Frage zu erleichtern, kann ich dir zum Beispiel diesen online Werte-Test empfehlen. Du musst dich aber nicht zwingend daran halten. [Zum online Werte-Test.](#)

#3

Deine Traumkunden

In diesem Abschnitt definierst Du deine Zielgruppe. Je genauer Du deine Traumkunden kennst, desto besser weißt Du, wie Du sie erreichen kannst und durch welches Design sie sich besonders angesprochen fühlen.

Versuche daher so konkret wie möglich die Fragen zu beantworten. Dir fällt es schwer deine Zielgruppe genau zu beschreiben? Dann mach eine Recherche! Wer folgt dir auf Social Media? Wer folgt deiner Konkurrenz? Welche Kunden hattest Du bereits? Wenn Du noch ganz am Anfang stehst, ist es sogar etwas leichter: Versuche deine Wunschzielgruppe zu beschreiben. Mit welchen Menschen willst Du am liebsten zusammenarbeiten?

Wer ist deine Zielgruppe?

Wen genau, möchtest Du mit deinem Business unterstützen? Versuche dabei so konkret wie möglich zu sein. Welches Geschlecht hat deine Zielgruppe? Wie alt ist sie? In welcher Branche sind sie tätig? Was sind ihre Probleme und Sorgen? Wo leben sie? Wie viel verdienen sie? In welchem Lebensabschnitt befindet sie sich aktuell?

#4

Deine Konkurrenz

Wie deine Zielgruppe, solltest Du auch deine Konkurrenz genau kennen. Ein gesunder Vergleich kann dir dabei helfen, deine Ziele und Vision im Blick zu behalten.

Dabei geht es nicht darum, Dich & dein Business schlecht zu machen.

Im Gegenteil. Finde heraus was deine Konkurrenz besonders gut macht, vor allem hinsichtlich Design und nutze dies als Inspiration. Aber schreibe dir ebenfalls auf, was dir gar nicht an der Konkurrenz gefällt und was Du auf jeden Fall anders bei deinem visuellen Auftritt machen willst.

Wer gehört zu deiner Konkurrenz?

Schreibe hier für dich als Übersicht gerne Webadressen oder Social Media Accounts auf.

Was gefällt Dir am Design der Konkurrenz besonders gut?

Schreibe hier alles auf, was Dir auffällt. Sind es die Farben? Die Schriften? Besondere grafische Elemente, oder das Gesamt-Design?

Was gefällt Dir gar nicht? Was würdest Du anders machen?

FINDE DEINEN MARKENSTIL

Endlich ist es soweit, wir begeben uns auf die Suche nach deinem Markenstil. Die zuvor beantworteten Fragen solltest Du trotzdem im Hinterkopf behalten. Dein Stil soll nämlich zu deinem Business, deinen Werten und deiner Zielgruppe passen.

#5

Markenästhetik

Um deinen Markenstil zu finden, kann es dir helfen herauszufinden, welche (Personen-)Marken unabhängig von der Branche dich hinsichtlich Design besonders ansprechen.

Marken/Stile die dir gefallen

Schreibe hier Marken/Businesses auf, die dir optisch besonders gut gefallen. Ganz egal, welcher Branche sie angehören.

Das mag ich

Schreibe hier auf, welcher Design-Stil dir gut gefällt. Du kannst bekannte (Personen)Marken als Beispiel nennen, aber zB. auch deine Konkurrenz, wie du es einen Schritt weiter oben bereits getan hast.

Zusatzaufgabe: Erstelle ein Pinterest-Board und fülle es mit Branding/Design-Pins, die dich ansprechen.

Das mag ich nicht

Schreibe hier auf, was dir gar nicht gefällt und was du dir auf keinen Fall für dein Branding vorstellen kannst.

#6.0

Dein Farbstil

Die Auswahl einer geeigneten Farbpalette für deinen Markenstil ist äußerst wichtig. Warum? Weil jede Farbe ein bestimmtes Gefühl verursacht und dadurch das Verhalten von deiner Zielgruppe beeinflussen kann.

Bevor ich dir die Wirkung von Farben im Marketing näher bringe, möchte ich, dass Du ankreuzt welche Farbrichtung dir, unabhängig von ihrer Wirkung, gefällt.

Sei ehrlich zu dir selbst und schau noch nicht nach, welche Bedeutung die einzelnen Farben haben.

Farbtöne *Du kannst mehrere ankreuzen*

- | | | | | | | | |
|--------------------------|----------|--------------------------|----------|--------------------------|------------------|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | ROTTÖNE | <input type="checkbox"/> | GRÜNTÖNE | <input type="checkbox"/> | BRAUN/BEIGE-TÖNE | <input type="checkbox"/> | ORANGETÖNE |
| <input type="checkbox"/> | BLAUTÖNE | <input type="checkbox"/> | GELBTÖNE | <input type="checkbox"/> | ROSA/PINK-TÖNE | <input type="checkbox"/> | VIOLETTTÖNE |
| <input type="checkbox"/> | SCHWARZ | <input type="checkbox"/> | WEISS | <input type="checkbox"/> | GRAUTÖNE | | |

Farbstile *Du kannst mehrere ankreuzen*

- | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> | WEICHE/PASTELLIGE FARBEN | <input type="checkbox"/> | KRÄFTIGE FARBEN | <input type="checkbox"/> | NEON FARBEN |
| <input type="checkbox"/> | ERDIGE FARBEN | <input type="checkbox"/> | METALLIC FARBEN | <input type="checkbox"/> | ANDERE: |
-

Auf der nächsten Seite findest Du die Farben mit ihrer positiven und negativen Eigenschaften. Das ist nur einmal ein grober Überblick. Denn die Farbwirkung lässt sich immer abschwächen, indem man unterschiedliche Farben miteinander kombiniert, sie vermischt, oder den Farbton verstärkt oder verringert.

#6.1

Exkurs: Farbpsychologie



Positiv

- Aufmerksamkeit erregend
- Leidenschaftlich und energiegeladen
- Aktivierend
- Kraftvoll und dynamisch

Negativ

- Aggressiv oder bedrohlich
- Kann eine gewisse Unruhe auslösen
- Gefahr oder Vorsicht
- Überladenheit kann abschreckend wirken



Positiv

- Vertrauen und Zuverlässigkeit
- Beruhigend und entspannend
- Gefühl von Freiheit
- Professionalität und Kompetenz

Negativ

- Kühle Distanz
- Konservativität, zu traditionell
- Emotionslos
- Erregt keine Aufmerksamkeit



Positiv

- Natürlichkeit und Umweltbewusstsein
- Harmonie und Ausgleich
- Wachstum und Vitalität
- Geld und Wohlstand

Negativ

- Langeweile oder Gleichgültigkeit
- Neid oder Eifersucht
- Übersättigung oder Klischee
- Unreife oder Unerfahrenheit



Positiv

- Positivität und Optimismus
- Kreativität und Innovation
- Jugendlichkeit und Energie
- Aufmerksamkeitserregend

Negativ

- Reizüberflutung
- Unsicherheit
- Vorsicht oder Gefahr
- Übermäßige Helligkeit wird als unangenehm empfunden



Positiv

- Energie und Begeisterung
- Kreativität und Innovation
- Kommunikation und Geselligkeit
- Optimismus und Positivität

Negativ

- Überforderung
- Aggressivität
- Unsicherheit
- Wenig seriös oder ernsthaft



Positiv

- Kreativ und künstlerisch
- Luxus und Eleganz
- Spiritualität und Mystik
- Individualität und Originalität

Negativ

- Künstlichkeit oder Übertriebenheit
- Unnahbar und unpersönlich
- Verlust von Ernsthaftigkeit oder Autorität
- Zwiespältig



Positiv

- Eleganz und Raffinesse
- Zeitlosigkeit und Klassik
- Autorität und Stärke
- Neutralität und Vielseitigkeit

Negativ

- Trauer oder Negativität
- Härte oder Distanz
- Düster oder einsam
- Eintönig oder monoton



Positiv

- Natürlichkeit und Erdverbundenheit
- Stabilität und Verlässlichkeit
- Warmheit und Gemütlichkeit
- Zeitlosigkeit und Beständigkeit

Negativ

- Langweilig und unattraktiv
- Schwere oder trist
- Schmutzig
- Fällt nicht auf



Positiv

- Weiblichkeit und Romantik
- Jugendlichkeit und Verspieltheit
- Aufmerksamkeitserregend
- Positivität und Lebensfreude

Negativ

- Klischeehaftigkeit
- Geringere Ernsthaftigkeit
- Geschlechtsspezifische Konnotation
- Unreif



Positiv

- Neutralität und Eleganz
- Seriosität und Professionalität
- Vielseitig, lässt sich gut kombinieren
- Zeitlosigkeit und Beständigkeit

Negativ

- Langeweile oder Eintönigkeit
- Emotionslosigkeit oder Kühle
- Unauffälligkeit
- Altbacken



Positiv

- Reinheit und Sauberkeit
- Einfachheit und Minimalismus
- Neutralität und Universalität
- Zeitlosigkeit und Klassik

Negativ

- Kühle oder Kälte
- Mangelnde Individualität
- Steril und leer
- Gleichgültig

#6.2

Deine Farbpalette

Für das Zusammenstellen einer passenden Farbpalette für dein Business, habe ich einen ganz ausführlichen Blog-Beitrag geschrieben, den ich dir sehr ans Herz lege zu lesen. Du findest ihn [hier](#).

Nach meinem Blog-Artikel weißt Du ganz genau, welche Farben zu deinem Business passen, aus wie viele Farben deine Farbpalette bestehen soll und für welches Farbschemata Du dich entscheiden sollst.

Farbschemata im Überblick

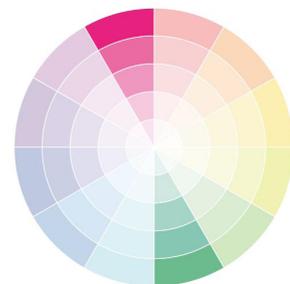
analog



monochrom



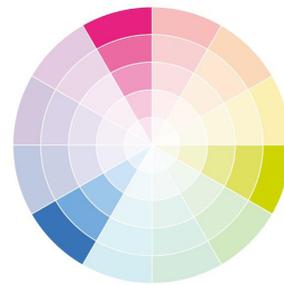
komplementär



split-komplementär



triadisch



Farbpalette Checkliste:

- Hast Du mindestens 2 und maximal 6 Farben gewählt?
- Hast Du ein passendes Farbschemata gewählt?
- Hast Du 1 - 2 Farben gewählt, die deine Hauptfarben darstellen sollen?
- Passen die Farben zu deinem Business?
- Passen die Farben zu deinen Werten?
- Passen die Farben zu deiner Zielgruppe?

Du konntest alles abhaken? Dann darfst Du jetzt dein Markenstil-Sheet von [Canva](#) befüllen!



#7.0

Schriften

Die Auswahl der richtigen Schriften spielt, wie die Auswahl der Farbe, eine wichtige Rolle bei deinem Markenstil, da sie maßgeblich zur visuellen Identität und Wahrnehmung deines Business/ deiner (Personen-)Marke beitragen.

Verschiedene Schriftarten können unterschiedliche Emotionen und Botschaften vermitteln, und die richtige Kombination kann die gewünschte Wirkung verstärken.

Bei der Vielzahl an unterschiedlichen Schriftarten kann man jedoch schnell den Überblick verlieren. Darum habe ich 4 Kriterien für dich, woran Du dich bei der Auswahl der Schriftart für deinen Markenstil (und auch zukünftiges Logo) orientieren kannst:

- ist die Schrift leserlich?
- passt die Schrift zu meiner (Business-)Persönlichkeit?
- passt die Schrift zu meiner Wunsch-Zielgruppe?
- du hast maximal 2 -3 unterschiedliche Schriftarten gewählt?

Schriftkategorien und deren Wirkung

SERIF: Hat kleine „Füße“ und unterschiedliche Strichstärken. Der Schriftstil vermittelt Tradition, Eleganz und Glaubwürdigkeit, ideal für formelle Anwendungen und Inhalte, die Autorität und Beständigkeit ausstrahlen sollen.

SANS SERIF: Diese Schrift hat eine gleichmäßige Strichstärke und keine „Füße“. Der Schriftstil wirkt modern, sauber und zugänglich, ideal für minimalistisches Design und klare visuelle Kommunikation.

SLAB SERIF: Wirkt robust, vertrauenswürdig und professionell, mit einem Hauch von Nostalgie und Autorität, ideal für markante Überschriften und seriöse Markenkommunikation.

ROUNDED: Die Schrift zeichnet sich durch ihre sanften, abgerundeten Ecken und Enden aus, was ihr ein weiches und freundliches Erscheinungsbild verleiht. Wirkt modern, informell, ist gut lesbar und vielseitig einsetzbar.

DISPLAY: Diese Schrift ist auffällig und vielseitig, entworfen, um Aufmerksamkeit zu erregen und in großen Größen verwendet zu werden, ideal für Titel, Plakate und visuelle Statements, die herausstechen sollen.

#7.1

Schriften

A sample of a cursive font showing the letters 'Aa' in a highly decorative, flowing script.

Script: Diese Schrift wirkt persönlich und elegant, ideal für expressive und künstlerische Anwendungen, die Individualität und eine handgeschriebene Ästhetik vermitteln sollen. Passt zu Hochzeitsplaner, Beauty, Mode, Personal Brands usw.

A sample of a condensed font showing the letters 'Aa' in a very narrow, tall, and compact style.

CONDENSED: Diese Schrift wirkt platzsparend und effizient, ideal für Kontexte, die eine hohe Informationsdichte erfordern, ohne dabei an Lesbarkeit zu verlieren. Passt zu Marken im Bereich Technik, Fitness, Lifestyle oder Abenteuer.

A sample of a wide font showing the letters 'Aa' in a very broad, short, and heavy style.

WIDE: Diese Schrift wirkt kraftvoll und stabil, ideal für Marken, die Autorität und Vertrauen vermitteln möchten, wie Finanzinstitutionen, Technologieunternehmen und Automobilhersteller, die Wert auf Stärke und Zuverlässigkeit legen.

Schriften, die zusammenpassen

Serif & Sans Serif

Display & Sans Serif

Condensed & Sans Serif

Slab-Serif & Sans Serif

Script & Serif/Sans Serif

Wide & Sans Serif

Rounded & Sans Serif

Tip: Du kannst dich auch nur für eine einzige Schriftart entscheiden und diese stilistisch abändern (kursiv, fettgedruckt, Kleinbuchstaben, Großbuchstaben)



Wähle deine Schriften

Nachdem Du eine ungefähre Ahnung davon hast, welche Schrift, wie wirkt und welche Kombinationen möglich sind, hast Du nun die Aufgabe auf [Google Fonts](#) zu gehen und dir passende Schriften auszusuchen. (Das sind alles lizenzfreie Schriften, die Du auch kommerziell nutzen darfst. Das ist bei Canva nicht immer der Fall).

Schreibe hier den Namen deiner gewählten Schriften auf:



Importiere, bei Bedarf, die Schriften in [Canva](#) und befülle deine Markenstil-Sheet-Vorlage damit!

#8

Dein Bildstil & Grafiken

Neben Farbpalette und Schriften, gehört auch der Bildstil zu einem ganzheitlichen Markenstil. Ein klarer visueller Stil durch Fotos und grafischen Elementen bzw. Illustrationen, hilft nicht nur dabei, zu zeigen, wofür deine Marke steht, sondern macht sie auch unverwechselbar und leicht wiedererkennbar. Außerdem hilft dieser dabei Aufmerksamkeit zu erregen. Denn Bilder werden von unserem Auge schneller wahrgenommen, als Texte.

Welcher Bildstil und welche grafischen Elemente passen zu deinem Business? Das finden wir jetzt heraus!

Was assoziiert Du mit deinem Business, deinen Werten und deiner Persönlichkeit?

Beispiele: Natur, Meer, bestimmte Blumen, Früchte, Tiere, Federn, Graffiti, Himmel, Sonnenuntergang, Berge. Das kann ganz individuell sein. Es soll etwas sein, dass zu dir passt und auch deine Wunsch-Zielgruppe ansprechen soll.

Welcher Stil bei Fotos/Bildern gefällt dir?

Kreuze an, was für dich in Frage kommt:

schwarz-weiß



verspielt/romantisch



clean/minimalistisch



knallig/auffällig



emotional



Welcher Stil bei Grafiken/Illustrationen gefällt dir?

Kreuze an, was für dich in Frage kommt:

zarte Linien-Illustr.



farbige 2-D-Grafiken



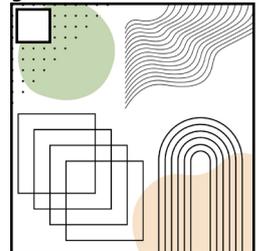
auffällige 3D-Grafiken



detailliertere 2D-Illustr.



grafische Elemente



Suche nun nach passenden Grafiken und Fotos auf [Canva](https://www.canva.com) und befülle deine Markenstil-Sheet-Vorlage damit!

CHECKLISTE

Kannst Du alles abhaken?

Du kennst jetzt die Werte & Ziele deines Business und weißt genau, welche Traumkunden Du ansprechen möchtest.

Du kennst die Wirkung hinter deiner einzelnen Farben aus der Farbpalette.

Deine Farbpalette stimmt mit deinen Werten und mit dem was Du deinen Traumkunden vermitteln möchtest überein.

Du hast dich für maximal 2 - 3 unterschiedliche Schriftarten entschieden, deren Stil zusammenpasst.

Deine Schriften stimmen mit dem was Du als Business vermitteln möchtest überein.

Du hast dich für einen Bildstil und grafische Elemente entschieden, die zusammen perfekt harmonisieren und deinen Markenstil ganz individuell machen.

Du hast deine [Markenstil-Sheet-Vorlage](#) auf Canva mit deinem neuen Markenstil befüllt.

Du hast deinen neuen Markenstil in der Instagram-Story geteilt und @kolibridesign.at markiert, dafür erhältst Du ein ehrliches Feedback von mir ;-)

GESCHAFFT!

Wie geht's weiter?

Du hast deinen eigenen Markenstil zusammengestellt! Juhuu! **Das darfst Du ruhig feiern!** Ich weiß nämlich aus Erfahrung, dass das gar nicht so einfach ist. Vor allem wenn es das eigene Business betrifft.

Du bist dir noch ein wenig unsicher mit dem Ergebnis? Als kleinen **Bonus** hast Du die Möglichkeit ein ehrliches **Feedback von mir** zu bekommen. Du brauchst nur dein Markenstil-Sheet von Canva in der Instagram-Story teilen und mich mit **@kolibridesign.at** markieren. Danach melde ich mich bei dir im DM-Postfach mit meinem ehrlichen Feedback.

Das Markenstil-Sheet soll dir dabei helfen, einheitliche Grafiken zB. für Instagram, oder für deine Website zu erstellen. Es dient quasi als Grundlage für alle weiteren visuellen Darstellungen für dein Business.

Falls Du jetzt Lust bekommen hast, noch einen Schritt weiter zu gehen und nun **ein professionelles Logo wünscht**, das perfekt zu deinem neuen Markenstil passt, dann kann ich dir folgende Angebote anbieten:



DEIN TRAUM-LOGO



DEIN GESICHT ALS LOGO

Du möchtest lieber ganz schnell mit deiner eigenen Website online sichtbar werden? Perfekt! Mit diesem Workbook hast Du einen großen Teil der Arbeit bereits erledigt. In nur einem Tag erstellen wir gemeinsam deinen wunderschönen Webauftritt. Mehr darüber erfährst Du [hier](#). Gerne kannst Du jederzeit ein kostenloses Erstgespräch zum Kennenlernen buchen.

WEBSITE IN EINEM TAG ERSTELLEN - ALLE INFOS

