

#30 Rebranding: Design folgt Identität

Ich sag's mal gleich vorweg: Wenn dein Außenauftritt nicht mehr zu dir passt, dann braucht es nicht nur ein neues Logo, sondern du brauchst Klarheit, Orientierung und den Mut, genau hinzuschauen.

Die drei Schlüssel zum erfolgreichen Rebranding

Ein Rebranding ist nicht nur ein neues Logo oder schicke neue Farben und eine fancy Schrift – es ist ein strategischer Prozess, der innen beginnt, nicht außen. Und das ist der Grund, warum er so oft unterschätzt wird.

Es sind drei Dinge, die es wirklich braucht:

Erstens: Zeit und Raum zum Denken

Rebranding ist kein Quick Fix. Es braucht Workshops, Gespräche, Reflexion. Warum? Weil es nicht um Kosmetik geht, sondern um die Substanz. Du musst verstehen, wer du heute bist, was du verkörperst und wohin du willst mit deinem Business. Und dafür braucht es vor allem Zeit zum Denken.

Zweitens: Interne Ressourcen

Du brauchst Menschen, die mitziehen: Führung, Marketing, Team. Alle, die an der Kommunikation beteiligt sind, müssen mit im Boot sein. Denn Rebranding ist kein Designerprozess, sondern ein Unternehmenprojekt.

Die Inhalte müssen aus dem Unternehmen selbst kommen, nicht von einer Agentur. Es passiert so oft, dass man einfach das Marketing beauftragt und die Unternehmensführung gar nicht wirklich dabei ist. Sie entscheidet dann nur, was ihr gefällt und was nicht. Aber es geht um so viel mehr als einfach nur Gefallen.

Drittens: Den Mut, Dinge loszulassen

Ein gutes Rebranding heißt nicht „alles neu“, sondern „bewusst anders“. Das bedeutet, es braucht Mut, alte Zöpfe abzuschneiden und nicht alles mitzuschleppen, nur weil es immer so war. Nur wenn klar ist, was bleiben darf und was gehen muss, wird dein neuer Auftritt auch stimmig.

Wichtig ist auch hier zu prüfen: Was muss gehen und was darf bleiben? Nicht einfach per se mal ein neues Logo machen. Vielleicht brauchst du nur ein kleines Facelift, aber vielleicht brauchst du auch ein komplettes Rebranding.

Rebranding als Identitätsprozess

Wenn du also gerade spürst, dass dein Unternehmensauftritt nicht mehr zu dem passt, was dein Unternehmen heute ist, dann ist ein Rebranding vielleicht genau richtig. Aber sei dir bewusst: Es ist kein reines Designprojekt, sondern ein Identitätsprozess. Und das braucht vor allem eines – deine volle Aufmerksamkeit.

Wenn du dir das jetzt überlegst und denkst, das wäre ein spannendes Thema, hör doch mal in Folge 19 rein. Da gehe ich noch genauer auf das Thema ein. Oder melde dich gern bei mir, entweder per E-Mail oder über LinkedIn. Die Kontaktdaten findest du in den Show Notes.

Ich freue mich, wenn du bei der nächsten Folge wieder dabei bist und auch über ein Abo, ein Like oder eine Weiterempfehlung. Danke fürs Zuhören!