

BRAND' YOUR WORKBOOK

ON! LET'S GET
THIS

WARUM SOLLTE ICH MEIN WORKBOOK BRANDEN?

Dein Workbook ist die ideale Gelegenheit, um aus deiner Kundin* eine Wiederholerin und Empfehlerin zu machen. Sie hat dich kennengelernt und damit eine Erwartungshaltung aufgebaut. Es ist wichtig, dass du ihr jetzt ein durchgehend gleiches Markenerlebnis (Brand Experience) bietest. Konsistenz erzeugt Vertrauen. Lerne sie dich energiegeladener und positiver kennen und finde in deinem Workbook graue Einzeiler, so wird sie enttäuscht sein. Sie wird das Workbook vielleicht bearbeiten, aber am Ende nicht Ausschau halten, was du sonst noch im Angebot hast. Fatal! Andersum bedeutet das aber auch, dass du sie durch eine professionelle und durchdachte Gestaltung zu einer Wiederkäuferin und Empfehlerin machen kannst.

WIE SOLLTE ICH MEIN WORKBOOK BRANDEN?

Damit dein Workbook eine verlängerte Brand Experience darstellt, gestalte es so, wie deine Kundin es von dir gewohnt ist: mit deinen Bildern, deinen Farben, deinen Schriften, ggf. deinem Logo und deinem ganz eigenen persönlichen Stil.

Aber Vorsicht, es handelt sich in erster Linie um eine bezahlte Arbeitsunterlage und nicht um einen Werbeauftritt für deine Person. Deine Marke darf sich also etwas weniger vordergründig zeigen. Die beste Möglichkeit dafür sind deine Brandfarben und -schriften. Beide eignen sich darüber hinaus perfekt, um dein Workbook noch lese- und anwenderfreundlicher zu gestalten! Win-win.



* Aus Gründen der Lesefreundlichkeit nutze ich hier das Femininum. Selbstverständlich sind auch männliche und nicht-binäre Geschlechter damit gemeint.

BRAND' YOUR WORKBOOK

LET'S GET
THIS ON!

FIRST OF ALL: KEIN WILDER AKTIONISMUS! KONZEPT IST KING.

Erstell zuerst den Inhalt und überleg dir dann, wie du ihn sinnvoll strukturierst. Verschaff dir als erstes einen Überblick über alle Elemente, die sich vom Haupttext abheben sollen:

Überschriften

Zitate / wörtliche Rede

Grafiken / Diagramme

Zwischenüberschriften

Infokästen

weiterführende Infos / Links

Intros

Tabellen

...

Jetzt nimmst du dir deine Farbpalette* zur Hand und gehst deine Liste durch:

Wie viele Überschriftenklassifikationen brauche ich?

Habe ich nur große Überschriften (1. Ordnung) oder auch auflockernde Zwischenüberschriften? (2. und 3. Ordnung) Nimm die kräftigste Farbe für die Hauptüberschriften. Mach die Schriftart mindestens doppelt so groß, wie deinen Haupttext. Die Zwischenüberschriften können etwas kleiner und weniger kräftig sein in der Farbgestaltung. Die kleinste Zwischenüberschrift sollte mindestens die Schriftgröße deines Haupttextes haben und sich durch die Farbe oder die Schriftstärke noch als Überschrift bemerkbar machen.

Benötige ich Infokästen?

Falls ja, braucht es mehrere Arten von Infokästen? Besonders wichtige und normal wichtige? Nimm deine stärkste Farbe als Hintergrund für die wichtigste Info und als Umrandung für die zweitwichtigste Info. Durch den Einsatz der gleichen Farbe zeigst du, dass es sich um ähnliche Elemente handelt. Achte bei Platzierungen von heller Schrift auf farbigem Grund darauf, dass die Schrift nicht zu dünn ist.



* Ich fokussiere mich bei diesen Tipps auf das Branding mit Farbe. Sehr wichtig – gerade in Lehrunterlagen – sind auch deine Schriften. Das ist ein Thema für sich, nur soviel: nutz die klarsten / leserlichsten / druckerfreundlichsten Schriften aus deinem Repertoire! Im Zweifel max. zwei Stück: eine für Headlines und eine für Texte.

2

BRAND' YOUR WORKBOOK

ON! LET'S GET
THIS

Gibt es Infos, die deinen Stoff ergänzen, aber nicht ganz so relevant sind?

Unterlege sie in einer sehr hellen Farbspalte. Sorge unbedingt dafür, dass ausreichend Kontrast besteht. Gerade für den Druck ist das wichtig.

Gibt es im Vorfeld der Aufgaben jeweils eine Erläuterung / Einleitung von dir?

Der perfekte Platz, um ein kleines Porträt von dir zu platzieren. Der Betrachter weiß, dass du ihn anleitest. Er verinnerlicht dein Gesicht und fühlt sich gut aufgehoben.

... und so weiter, bis alle Punkte eine zugewiesene Farbe haben. Mach den Test: Druck dir dein Workbook aus und schau, wo deine Augen zuerst landen. Ist das so korrekt? Farbe führt! Je knalliger und flächiger, desto eher schauen wir hin.

TIPPS ZUM ABSCHLUSS

Du möchtest dein Workbook möglichst druckerfreundlich gestalten?

Dann verzichte weitestgehend auf Bilder und nutze stattdessen ein Titelbild und/oder eine vollflächig farbige Rückseite, z. B. mit Kontaktdaten oder Call-to-Action. Dein Kunde kann sich dann einfach nur den Aufgabenteil ausdrucken (gib ihm das unbedingt als Tipp mit).

Du hast zu wenige Farben zur Verfügung für deine Zwecke?

Dann hast du u. a. diese beiden Möglichkeiten: **1.** Du kannst Tonwertabstufungen deiner Hauptfarbe nutzen (heller oder dunkler - nutz dafür Onlinetools, wie ColorHexa – [hier erklärt](#)). **2.** Du kannst dir für dein Workbook (oder auch darüber hinaus) weitere Farben zulegen. Achte dann darauf, dass deine Hauptfarben dominant bleiben und weiterhin den Ersteindruck bilden.

HAPPY BRANDING!



Solltest du weitere Fragen dazu haben, wie du am besten deine Unterlagen brandest, wie du die passenden Farben für deine Marke zusammenstellst oder worauf man bei der Schriftauswahl achten sollte, dann melde dich gerne bei mir.

3