



Startpunkt Workshop:

Markenbildung und Positionierung

Ads & Heads

KERN die Kreativagentur | Oldenburg (Oldb)

Februar 2026

K STADTMARKETING Von der Kleinstadt zum Hot Spot: Bei Wanderern und Naturgenießern ist das Eifelstädtchen Hillesheim längst ein etablierter Urlaubstipp. Nun soll die vor Ort bereits gelebte Krimi-Identität in eine wirksame Markenkommunikation integriert werden. Lesen Sie auf S. 2, wie Hillesheim zur Krimistadt Deutschlands wird, ohne die Bewohner vor Ort aus dem Blick zu verlieren!

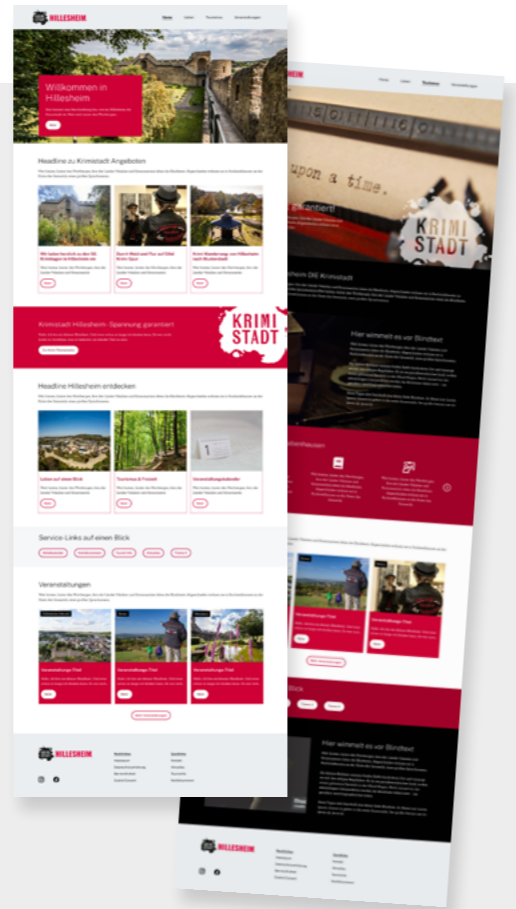
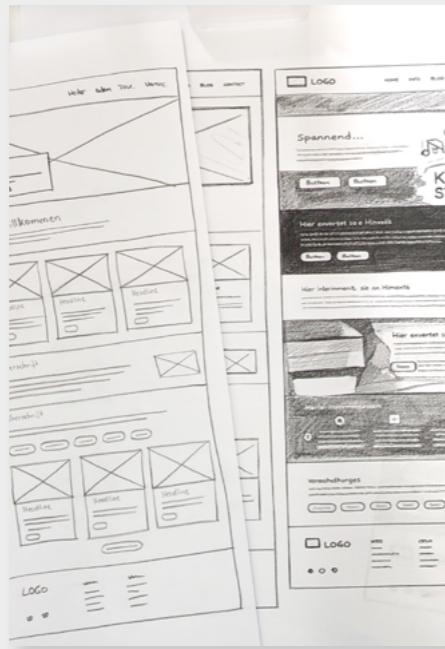


K ARBEITGEBERMARKE Medizinische Sachlichkeit trifft auf die bunte Welt der Kinder: Der Bundesverband der Kinderzahnärzt:innen setzt nun auch in den sozialen Medien neue Standards im Markenprofil und wurde bestens aufgestellt für das Social Recruiting auf Instagram, LinkedIn und Facebook. Wie Employer Branding mit uns branchenübergreifend gelingt, erfahren Sie auf S. 3.



K SOME-MARKENBILDUNG Gewusst wie: Unsere Social-Media-Workshops machen das In-House-Marketingteam unserer Kund:innen sofort handlungsfähig und zeigen, wie wirkungsvolle Profile in den sozialen Medien aufgebaut werden. Wir beraten Sie gern und stellen ein individuelles Angebot für Sie zusammen. Alle Infos finden Sie auf unserer Website.





Vom Workshop zum Card Sorting, vom Wireframe zur Frontend-Navigation: Die Hillesheimer Krimi-Marke nimmt im digitalen Raum bereits Gestalt an.

Hillesheim hält die Nase in den Wind: auf der Spur nach der Krimi-Marke

MARKENENTWICKLUNG Wanderbegeisterten Eifel-Touristen ist die hübsche Kleinstadt längst vertraut – doch neben der schönen Natur gibt es dort eine Besonderheit, die andernorts ihresgleichen sucht: den Hillesheimer Krimi. Vor Ort ist er im Krimicafé, auf dem Krimi-Wanderweg und im Krimi-Museum längst gelebte Identität. Überregional wurde davon bislang nur leise erzählt. Die Mission im Stadtmarketing: Das vorhandene Profil schärfen und in eine moderne Markenkommunikation mit touristischer Relevanz übersetzen, die zugleich den Bewohner:innen der Stadt gerecht wird.

In einem Markenworkshop brachten wir 15 Akteure aus Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung und Gewerbe zusammen an einen Tisch, um ein gemeinsames Bild vom Ist-Zustand zu entwickeln, Perspektiven abzugleichen und eine tragfähige Zielvorstellung zu formulieren. Zwischen Analyse und Ideensprint wurde in freundschaftlicher Atmosphä-

re sortiert, geschärft, verworfen und neu gedacht, diskutiert und viel gemeinsam gelacht. Strukturierte Gruppenformate und offene Diskussionen machten sichtbar, wo sichhaltungen decken und wo es noch Klarheit erfordert. Der Krimi-Aspekt erwies sich dabei nicht bloß als touristisches Motiv, sondern wurde zum identitätsstiftenden Ankerpunkt.

Der Prozess führte zu einem besseren gegenseitigen Verständnis und schließlich zu einer gemeinsamen Haltung, die von allen Beteiligten getragen werden konnte. Die im Workshop entwickelten Entscheidungen bilden nun das Fundament für die nächsten Etappen im Markenbildungsprozess: die strategische Positionierung in einem mehrstufigen Kommunikationskonzept, die Entwicklung des visuellen Erscheinungsbilds und der Aufbau angepasster digitaler Kommunikationswege. Fazit: Beweisaufnahme abgeschlossen, Strategie steht, Umsetzung in Arbeit. Fortsetzung folgt – wir werden berichten!



Die Zielgruppe wird unter die Lupe genommen.

Workshop: Personas und ihre Eigenschaften

Mehr zum Thema „Stadtmarketing“



Zwischen Sachlichkeit und menschlicher Wärme

SOCIAL MEDIA Auch in den Unternehmensprofilen auf LinkedIn, Instagram und Facebook vermittelt die neue Markenkommunikation des BuKiZ nun farblich zwischen der Zahnmedizin und der zugewandten Behandlung von Kindern und Jugendlichen.

2025 stellte der Logo Relaunch die Weichen für eine ganzheitliche Modernisierung der Markenkommunikation des Bundesverbands der Kinderzahnärzt:innen (BuKiZ). Das neue Erscheinungsbild mit seiner freundlichen Bild-

sprache in Kombination mit zeitgemäßer Typografie wird in den sozialen Medien durch den Einsatz von maßgeschneiderten Templates und Designelementen sichergestellt. Die Vorlagen für die Social Media Content-Entwicklung greifen das Kommunikationskonzept des BuKiZ konsequent auf. Sie bringen die Postings zukünftig in die richtige Form und sorgen für Wiedererkennbarkeit, Struktur und Effizienz in der redaktionellen Arbeit. So kann der Bundesverband in den sozialen Plattformen künftig professionell kommunizieren. Für

die nächste Etappe der Markenentwicklung im Bereich Social Recruiting und Employer Branding – auch als Service-Leistung für die BuKiZ-Mitglieder – ist der Verband somit optimal aufgestellt.



Marke in Reihe

LOGO-ENTWICKLUNG Volle Fahrt voraus: Mit seinen drei frisch gegründeten Tochterunternehmen setzt Kapitän und Inhaber Stephan Müller zukünftig Kurs auf Personenschiffahrt, maritimes Schadens- und Projektmanagement sowie den Vertrieb von Zuchtfischen und Aquaristik-Bedarf. Wir entwickelten drei neue Bildmarken, die optisch zum bestehenden Dachmarkenlogo Bezug nehmen. Die drei neuen Marken können problemlos für sich stehen, wirken aber auch in Reihe zusammenhängend und „typisch Custos“.



Print in Serie

KATALOG Für den Straßenmaschinenhersteller Dynapac gestalteten wir die Neuauflage des Ersatzteilkatalogs. Nach dem markanten Baustellen-Orange im letzten Jahr setzt die aktuelle Ausgabe auf ein leuchtendes Neongrün. Die wahre Arbeit steckt allerdings im Inneren, d.h. in neuen Preis- und Produktlisten, aktualisiertem Content, optimierten Grafiken und einem Layout-Upgrade. Das Highlight im Druck: Spezielle Farbpigmente mit außergewöhnlicher Leuchtkraft sorgen für einen Umschlag mit besonders langlebiger Signalwirkung.



Gold in flüssig

PRODUKTETIKETT Passend zur Wintersaison gestalteten wir für den Verkehrsverein Wildeshausen das neue Etikett des Butterscotch-Likörs „Heidegold“. Das Design erzählt Geschichten von der Heimat. Angelehnt an das Etikett des „Brunnentropfchens“ greift das neue Verpackungsdesign für den „Heidegold“-Likör die charakteristische Bildsprache auf. Ein warmer Burgunderton verleiht dem Etikett Eleganz und Tiefe, während das stilistisch reduzierte Bild der malerischen Heide den Likör in seiner norddeutschen Heimat verortet.



SoMe-Workshops

Konzept und Umsetzung: In unseren modular aufgebauten Schulungen vermitteln wir von den konzeptionellen Grundlagen über die redaktionelle Planung bis hin zur visuellen Gestaltung alle Kompetenzen, die Sie für Ihren Unternehmensauftritt benötigen. Verständlich, praxisnah & passgenau. Mehr Informationen unter:





Markenklarheit entsteht im Dialog

K **Kennen Sie diesen Schmerz?** Glasklar kommunizieren Sie Ihr Produkt und Ihre Dienstleistung. Sie wissen genau, warum Ihre Kundschaft bei Ihnen kaufen sollte. Und doch bleibt der Bekanntheitsgrad Ihres Unternehmens und der Umsatz hinter Ihren Erwartungen zurück.

Ihr Marketing verschenkt Umsatzpotenzial, wenn Ihre Außendarstellung eine Frage unbeantwortet lässt: Passt Ihre Marke wirklich zum Produkt, zu Ihren Unternehmenswerten und zur Zielgruppe der tatsächlichen und potenziellen Kund:innen? Hier hilft der geschulte Blick von außen!

Viele Anfragen beginnen konkret: eine neue Logowelt für das Tochterunternehmen, oder eine Website, die endlich wieder performen soll. In der Auftragsanbahnung zeigt sich jedoch häufig, wie unscharf die strategische Basis der Marke ist, wenn Botschaften, Haltung und Positionierung nicht sauber ineinandergreifen. Unser „Power Move“ an diesem Punkt ist ein KERN-Workshop zur Markenpositionierung.

In dialogischen Formaten schärfen wir den Dreiklang aus Zielgruppe, Unternehmensprofil und Produktwelt. Wir stellen die wichtigen Fragen und finden gemeinsam mit Ihnen die richtigen Antworten. Die Ergebnisse fließen direkt in Konzepte und Kreativprozesse ein und stärken Ihre Positionierung. So wird Ihre Marke zum Kompass für alle weiteren Entscheidungen der Marketingkommunikation. Denn wer die richtige Botschaft über die richtigen Kanäle an die richtigen Menschen bringt, wird sichtbar – und relevant!

Kurz gesagt: In Bezug auf Workshops ist Reden Gold. Deshalb zeigen wir Ihnen heute Beispiele für Projekte, in denen der Startschuss mit einem Workshop fiel.

Herzliche Grüße,

Ihre Anne Brackhahn

Was wir für Ihre Kommunikation tun können

- Strategische Beratung
- Marken- und Positionierungs-Workshops
- Kommunikationskonzepte
- Markenentwicklung
- Kampagnenentwicklung und -umsetzung
- Social-Media-Strategie & -Konzept
- Contentstrategie und -entwicklung
- Arbeitgeber-Marketing
- Office-Umsetzungen

Unser Profil

- Full-Service
- Crossmedial: online & offline
- B2B und B2C
- Thematisch breit aufgestellt
- Strategisch & lösungsorientiert, konzept- und umsetzungsstark

So erreichen Sie uns

Escherweg 1
26121 Oldenburg
Telefon 04 41 – 2 17 17 55

info@kern-kreativ.de

www.kern-kreativagentur.de