



MARKENIDENTITÄT – DIE DNA DEINES UNTERNEHMENS

Posted on 27. Oktober 2025

Markenidentität – Die DNA deines Unternehmens

Einleitung

Für Gründerinnen und Gründer ist die Marke weit mehr als ein Logo oder ein Firmenname. Sie ist das Fundament, auf dem langfristiger Unternehmenserfolg aufbaut. Die Markenidentität beschreibt die einzigartigen und stabilen Merkmale, die eine Marke unverwechselbar machen. Sie ist damit das „innere Selbstbild“ der Marke – und zugleich der Ausgangspunkt für jede Markenstrategie.

Was ist Markenidentität?

Die Markenidentität umfasst Vision, Werte, Kompetenzen, das Nutzenversprechen und die Persönlichkeit einer Marke. Sie entsteht aus der Kombination von interner Selbstreflexion und der Wahrnehmung durch die Zielgruppe. Nur wenn beide Seiten – das Selbstbild und das Fremdbild – im Einklang stehen, kann eine authentische Marke entstehen.

Brand Identity



Foto von [Freepik](#)

Warum ist Markenidentität wichtig für Gründer?

- Sie schafft Orientierung für alle Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen.
- Sie sorgt für Differenzierung im Wettbewerb.
- Sie vermittelt Glaubwürdigkeit und Vertrauen bei den Kund:innen.
- Sie erleichtert die Entwicklung eines klaren Markenimages im Markt.

Das Markenrad von Esch: ein praktisches Modell

Ein einfaches, praxisnahes Werkzeug zur Analyse der Markenidentität ist das **Markenrad von Esch**. Es besteht aus drei Dimensionen:

1. **Sachinformationen:** zentrale Markeneigenschaften und der funktionale sowie psychosoziale Nutzen.
2. **Emotionaler Einfluss:** Markentonalität, Kommunikationsstil, Design und Erlebnisse.
3. **Markenkompetenz:** die Kernaussage, die das „Warum“ der Marke klar macht.

Dieses Modell hilft besonders Kleinstunternehmen, die eigenen Werte und Nutzenversprechen sichtbar zu machen und strategisch zu nutzen.

Fazit

Die Markenidentität ist die DNA eines Unternehmens. Sie ist die Basis für eine erfolgreiche



Positionierung und für die Gestaltung eines starken Markenimages. Wer als Gründer:in frühzeitig seine Identität klar definiert, legt den Grundstein für nachhaltigen Markenerfolg.

Geschrieben von Mónica Valcárcel

Quelle: Seminararbeit von Holger Ehram

Beitragsbild von [Freepik](#)