**BRANDKURZE BEISPIELVORLAGE**

MARKENPROFIL

|  |  |
| --- | --- |
| Wie heißt Ihre Organisation?  | Positive Ladung  |
| Warum heißt es so?  | Unsere Kunden für Elektrofahrzeuge (EV) erhalten eine "positive Ladung" durch die Nutzung unserer Ladestationen.  |
| Wer sind Sie als Organisation?  | Wir sind ein EV-Ladeanbieter, dessen Hauptziel es ist, unser Produkt an mehr Standorten als jeder andere EV-Ladeanbieter einzuführen. |
| Was ist der Zweck Ihrer Organisation?  | Unser Ziel ist es, der weltweit größte EV-Ladeanbieter zu sein und die Umweltauswirkungen von Autos mit fossilen Brennstoffen durch unsere Dienstleistungen zu reduzieren. |
| Was machen Sie als Unternehmen?  | Wir bieten EV-Ladestationen an mehreren Standorten in den USA und Kanada an.  |
| Wer sind Ihre Kunden?  | EV-Fahrer  |
| Wo befinden sich Ihre Kunden?  | Unsere Kunden befinden sich in den gesamten Vereinigten Staaten, wobei die überwiegende Mehrheit im Bundesstaat Kalifornien ansässig ist.  |
| Wie möchten Sie auf dem Markt wahrgenommen werden?  | Wir wollen als Hauptanbieter von EV-Ladestationen und als sozial- und umweltbewusstes Unternehmen wahrgenommen werden, das versucht, einen positiven Unterschied in der Welt zu machen.  |
| Was ist die Persönlichkeit Ihres Unternehmens?  | In unserem Unternehmen dreht sich alles darum, hart zu arbeiten und hart zu spielen und gleichzeitig eine lockere Atmosphäre zu bewahren. Wir glauben fest an das Prinzip des gegenseitigen Respekts und wir lieben es, wenn unsere Kunden erfolgreich sind.  |
| Wer sind Ihre Konkurrenten?  | Unsere Wettbewerber sind die drei führenden Anbieter von EV-Ladevorgängen in den USA.  |
| Was unterscheidet Sie von Ihren Mitbewerbern?  | Unsere EV-Ladestationen sind kostengünstiger, einfacher zu installieren und umweltfreundlicher als die Stationen unserer Mitbewerber.  |
| Was macht Sie besser als Ihre Mitbewerber? | Unsere EV-Ladestationen sind leicht verfügbar, einfacher zu installieren und umweltfreundlicher als die der Konkurrenz. |

MARKENZIEL

|  |  |
| --- | --- |
| Was erhoffen Sie sich von Ihrer Marke?  | Wir wollen ein bekannter Name werden, einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben und den Umsatz steigern. |
| Was ist das primäre Image, das Ihre Marke vermitteln soll?  | Wir wollen ein Gefühl von Sicherheit, Zuverlässigkeit und Umweltverträglichkeit vermitteln. |
| Wie kann Ihre Marke Ihnen helfen, Ihre Ziele zu erreichen?  | Wir möchten, dass unsere Marke ein Gefühl von Vertrauen und Umweltverantwortung vermittelt und es uns wiederum ermöglicht, die Anzahl der Ladestationen in den USA zu erhöhen.  |
| Wie kann Ihre Marke Ihnen helfen, Ihre Mitbewerber zu übertreffen? | Wir wollen die bekannteste und zuverlässigste Marke auf dem Markt werden: die erste Wahl für Ladelösungen für Elektrofahrzeuge.  |
| Wer ist Ihre "Zielgruppe"?  | Unsere Zielgruppe besteht aus bestehenden und potenziellen EV-Nutzern/-Fahrern.  |
| Wie kann Ihr Branding Ihrer Meinung nach dazu beitragen, die Angebote Ihres Unternehmens zu stärken?  | Unser Branding wird Vertrauen und Gemeinschaft vermitteln.  |

MARKENNAME

|  |  |
| --- | --- |
| MARKENNAME | POSITIVE LADUNG |
| NAME DES KUNDENKONTAKTS | Jane Wendell |
| TELEFON | 555-123-4567 |
| E-MAIL | jane@positivecharge.com |
| POSTANSCHRIFT | 7898 59. Straße, Ste 30298011, Bothell, USA |

|  |  |
| --- | --- |
| VERFASSER | DATUM |
| Martha Elch | 10/24/2026 |

|  |
| --- |
| **ZWECK | Why*?*** |
| Wir wollen die Welt verändern - zum Besseren. Wir wollen das weltweit führende kostenlose EV-Ladenetzwerk sein.Wenn Sie an so vielen Standorten wie möglich völlig kostenlose Ladestationen für Elektrofahrzeuge haben, werden Sie zu folgenden Ergebnissen führen: sauberere Luft ermöglichen; den CO₂-Fußabdruck zu senken; Senkung der Kosten für das Fahren in Gemeinden; dienen als Modell für andere Formen des sauberen Transports; und helfen Gemeinden, die Ziele des Klimawandels zu erreichen. |
| **OPPORTUNITY | *Ultimative Wirkung?*** |
| Die EV-Ladestationen des Kunden bieten eine Antwort auf die relative Knappheit solcher Stationen. Mit einer Zunahme von EV-Ladestationen werden EV-Fahrer / -Benutzer mehr Lademöglichkeiten haben. Die Verbreitung von EV-Ladestationen wird auch Nicht-EV-Nutzer / -Fahrer dazu verleiten, auf EV-Fahrzeuge umzusteigen, was die folgenden Vorteile schafft: sauberere Luft ermöglichen; den CO₂-Fußabdruck zu senken; Senkung der Kosten für das Fahren in Gemeinden; dienen als Modell für andere Formen des sauberen Transports; und helfen Gemeinden, die Ziele des Klimawandels zu erreichen. |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| ZIELGRUPPE |
| **MARKENZIEL | *Wen spricht die Marke an?*** |
| Die Marke sollte sowohl umweltbewusste Fahrer und Nichtfahrer als auch jeden ansprechen, der den Komfort wünscht, den der EV-Markt zu bieten hat.  |

|  |
| --- |
| EINSTELLUNG |
| **MARKENTON | *Welche Eigenschaften versuchen wir zu vermitteln?*** |
| Es sollte ein Gefühl von Freundlichkeit, Zuverlässigkeit, Umweltverträglichkeit und Proaktivität sowie Zugänglichkeit vermitteln. |
| **MARKENPERSÖNLICHKEIT | *Welche Eigenschaften definieren die Marke?*** |
| Vertrauenswürdigkeit, Zuverlässigkeit, soziales, wirtschaftliches und ökologisches Bewusstsein, Zugänglichkeit und Freundlichkeit definieren die Marke. |
|  |  |  |
| NACHRICHT |
| **DAS | ZUM MITNEHMEN *Was ist die Schlüsselidee, an die man sich erinnern sollte?*** |
| Positive Charge möchte, dass Sie uns helfen, die Welt zu verändern - zum Besseren.  |
| **SLOGAN | *vorbereitete Texte, Schlüsselwörter oder Themen*** |
| "Helfen Sie uns, die Welt positiv zu verändern - ein Volt nach dem anderen." |
|  |  |  |
| AUßERDEM |
| ***Fügen Sie alle zusätzlichen kritischen Informationen hinzu.*** |
| In erster Linie möchten wir, dass sich unser Publikum / unsere Kunden daran erinnern, dass völlig kostenlose EV-Ladestationen an so vielen Standorten wie möglich die folgenden Ergebnisse erzielen: sauberere Luft ermöglichen; den CO₂-Fußabdruck zu senken; Senkung der Kosten für das Fahren in Gemeinden; dienen als Modell für andere Formen des sauberen Transports; und helfen Gemeinden, die Ziele des Klimawandels zu erreichen. |
|  |  |  |
| KOMMENTARE UND GENEHMIGUNG |
| **KOMMENTARE** |
| Bereit , dem Kunden zu präsentieren. Lassen Sie das Produkt nach Zustimmung des Kunden eine Branding-Roadmap für die Entwicklung erstellen. |
| **DATUM** | **UNTERSCHRIFT** |
|   |   |

**VERZICHTSERKLÄRUNG**

Alle Artikel, Vorlagen oder Informationen, die von Smartsheet auf der Website bereitgestellt werden, dienen nur als Referenz. Obwohl wir uns bemühen, die Informationen auf dem neuesten Stand und korrekt zu halten, geben wir keine Zusicherungen oder Gewährleistungen jeglicher Art, weder ausdrücklich noch stillschweigend, über die Vollständigkeit, Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Eignung oder Verfügbarkeit in Bezug auf die Website oder die auf der Website enthaltenen Informationen, Artikel, Vorlagen oder zugehörigen Grafiken. Jegliches Vertrauen, das Sie auf solche Informationen setzen, erfolgt daher ausschließlich auf Ihr eigenes Risiko.