



Power Point Präsentationen

Training I HAUFE Akademie

**Stefanie
Fröhner**

Agenda



1. TECHNIK

Einstellungen,
Shortcuts &
Funktionen
(die nicht jeder
kennt)

Folienmaster



2. STORYBOARD

Entwerfen
wie die Profis



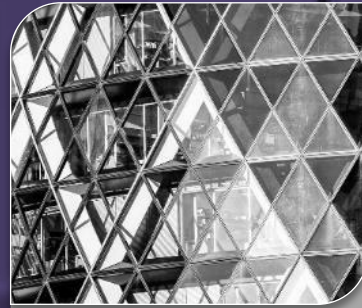
3. DESIGN

Designgesetze,
Designprozess



4. VISUALS

Formen, Bilder,
Piktogramme



5. SMART ART

Vorlagen nutzen



6. MOVE IT

Animationen &
Übergänge

Shortcuts

Befehl		Tastenkürzel
Dummy-Text erzeugen	=	Im Textfeld „=lorem()“-Enter (oder „=rand()“-Enter)
Text in Spalten	=	Ribbon „Start“ + Button 
Standardform festlegen	=	Form formatieren + Rechtsklick: Als Standardform
Duplizieren	=	STRG-D
Letzten Befehl rückgängig machen	=	STRG-Z
Letzten Befehl wiederholen	=	STRG-Y
Neue Folie einfügen	=	STRG-M
(Ent-) Gruppieren mehrerer Elemente	=	Markieren + STRG-SHIFT-G STRG-SHIFT-H
Auswahlbereich einblenden	=	ALT-F10
Proportional skalieren	=	Gedrückte SHIFT-Taste + Maus ziehen
Führungslinien anzeigen und ausblenden	=	ALT-F9
Formen drehen	=	ALT + Pfeiltasten
Zoom	=	STRG + Maus-Rädchen
Bildschirmpräsentation starten	=	F5
Schwarzer / weißer Bildschirm während Präs.	=	Präsentationsansicht + B (oder + W)

Agenda



1. TECHNIK

Einstellungen,
Shortcuts & Funktionen
(die nicht jeder kennt)

FOLIENMASTER



2. STORYBOARD

Entwerfen
wie die Profis



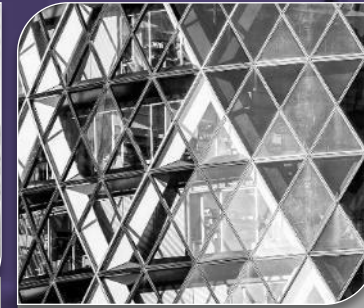
3. DESIGN

Designgesetze,
Designprozess



4. VISUALS

Formen, Bilder,
Piktogramme



5. SMART ART

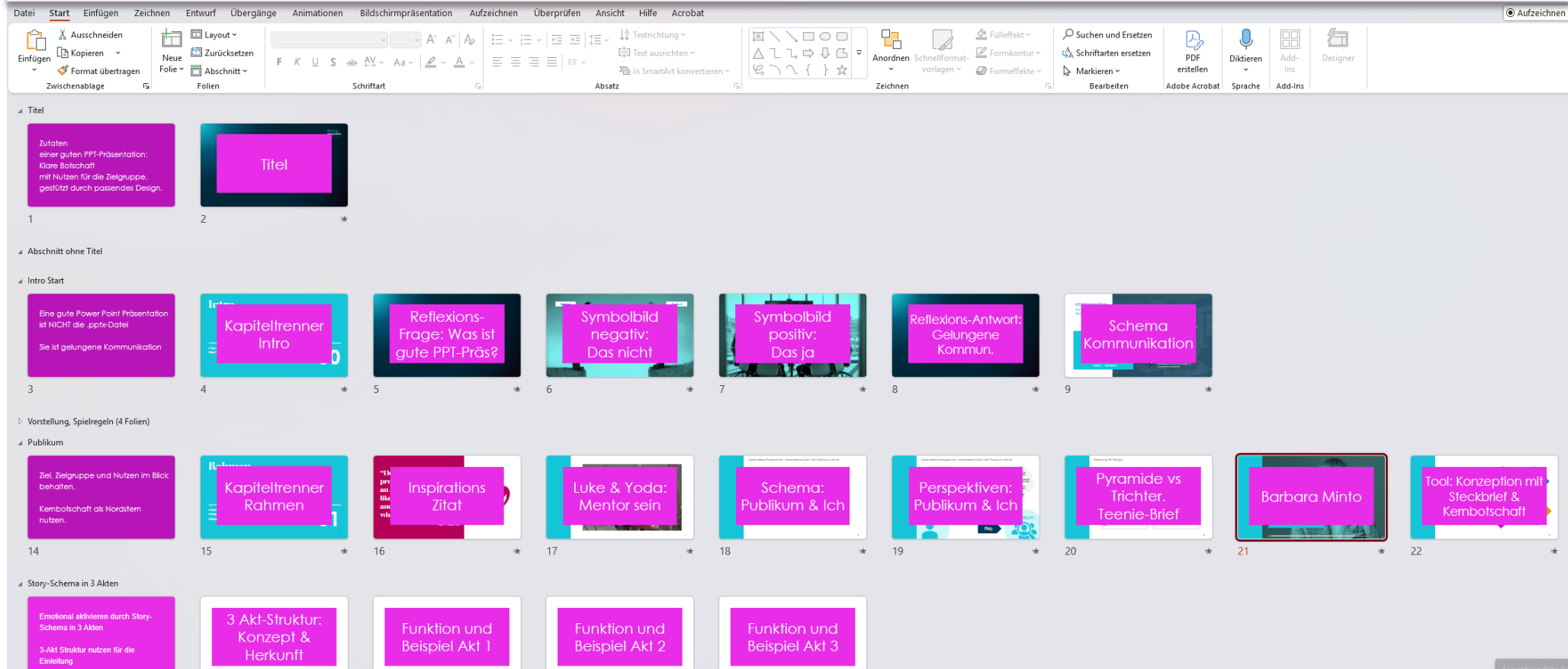
Vorlagen nutzen



6. MOVE IT

Animationen &
Übergänge

Storyboarding: Grober Entwurf der Aussagen und des Ablaufs in der „Foliensortierung“.
Zeit sparen durch Planung, Platzhalter anlegen, Feedback einholen.
Ziel: Botschaften auf den Punkt bringen, Gliederung optimieren, nur die Slides ausarbeiten, die wirklich gebraucht werden.



Agenda



1. TECHNIK

Einstellungen,
Shortcuts & Funktionen
(die nicht jeder kennt)

FOLIENMASTER



2. STORYBOARD

Entwerfen
wie die Profis



3. DESIGN

Designgesetze,
Designprozess



4. VISUALS

Formen, Bilder,
Piktogramme



5. SMART ART

Vorlagen nutzen

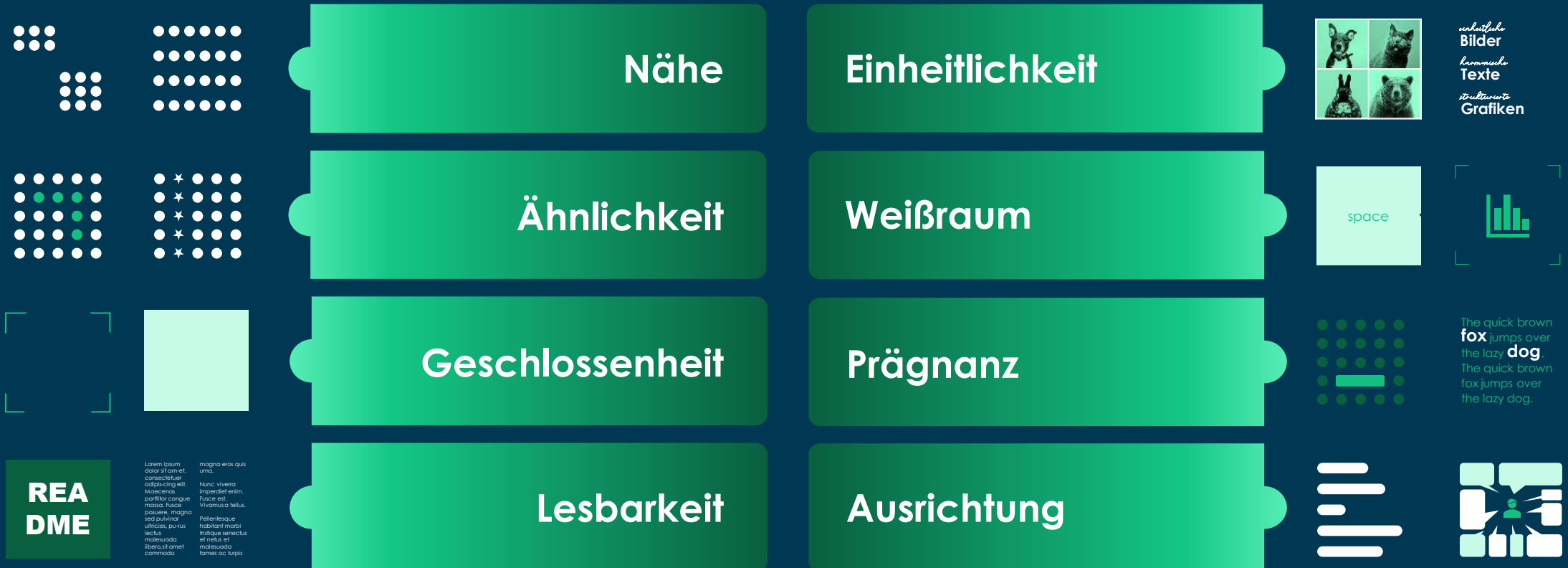


6. MOVE IT

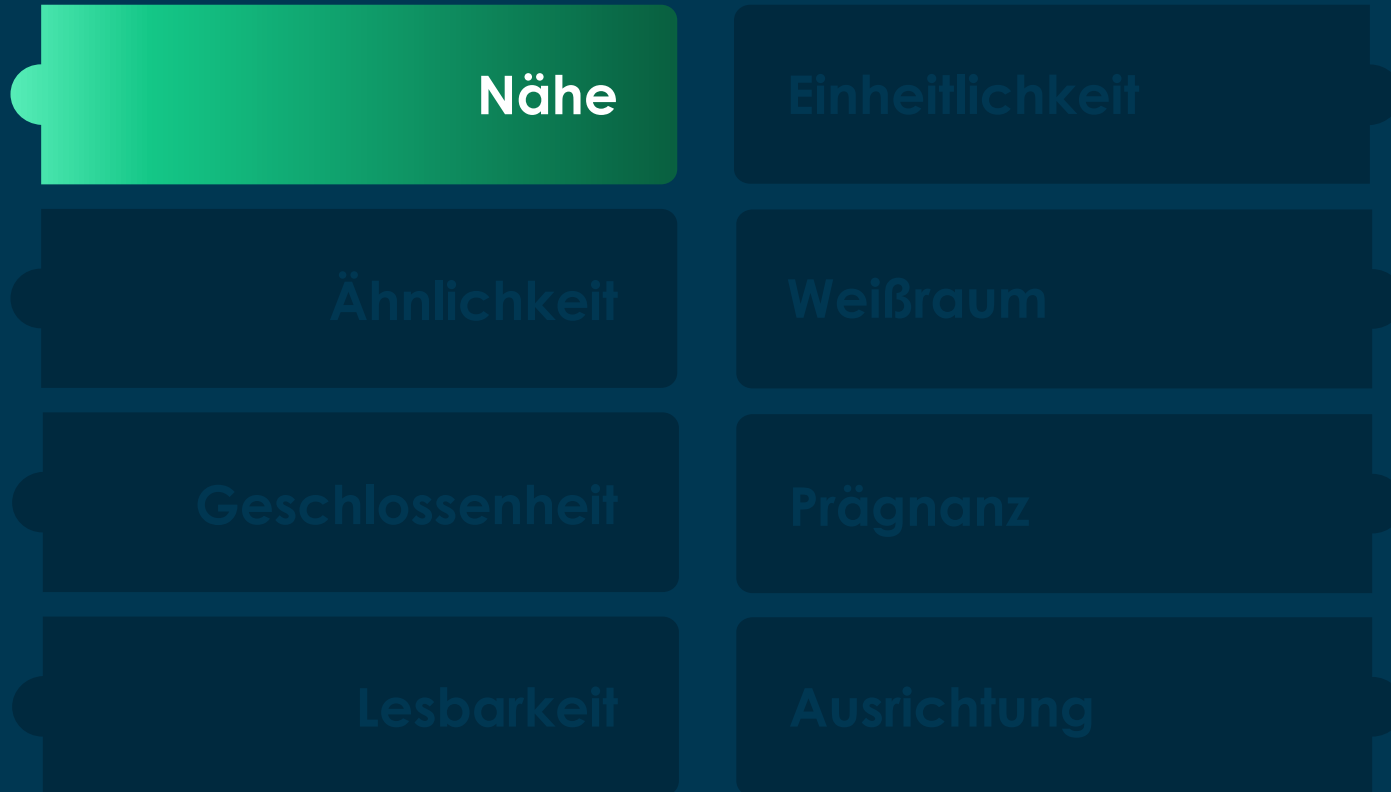
Animationen &
Übergänge

	IHRE BOTSCHAFT	
	...zu transportieren ist der Zweck Ihres Power Point Designs	

Wahrnehmung ist keine Geschmackssache

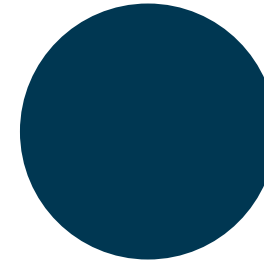
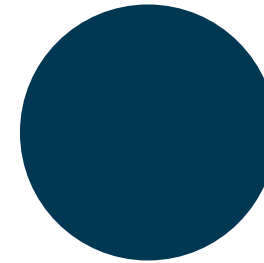
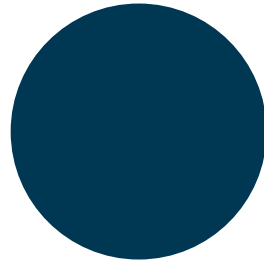
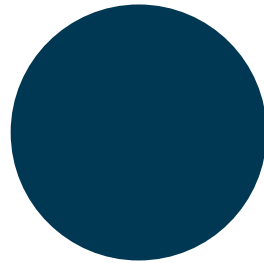


Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



Gesetz der Nähe

4-Spalten



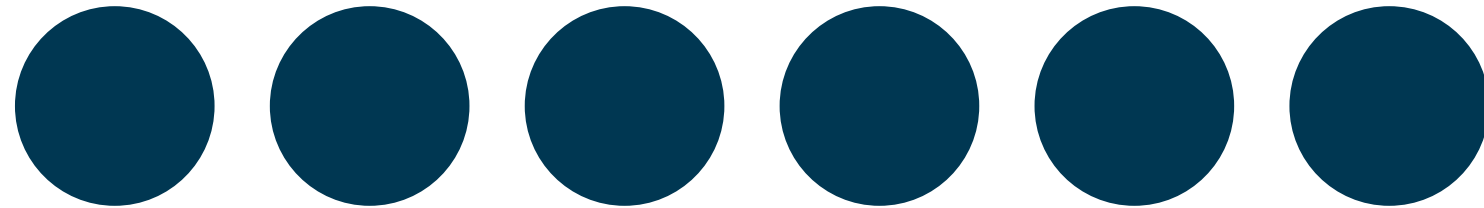
Gesetz der Nähe (& der Einheitlichkeit)

4 KPI-Felder



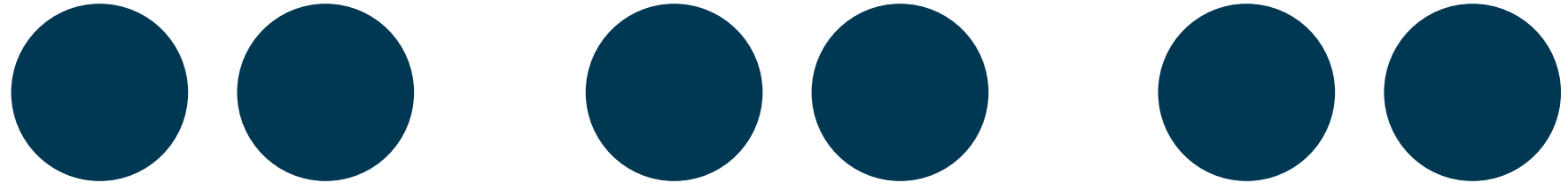
Gesetz der Nähe

Eine Gruppe



Gesetz der Nähe

Drei Gruppen

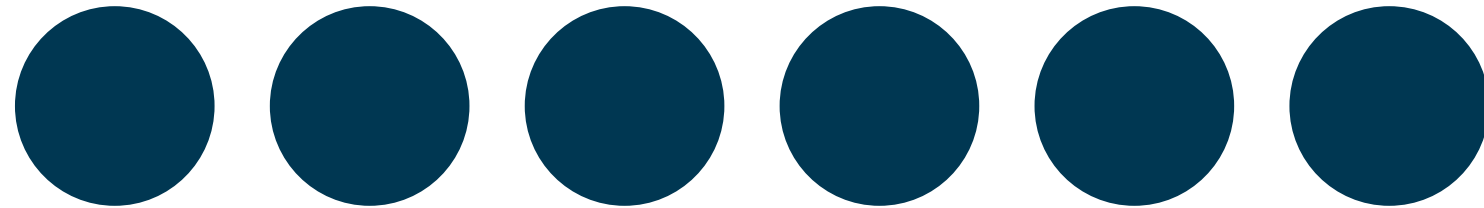


Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



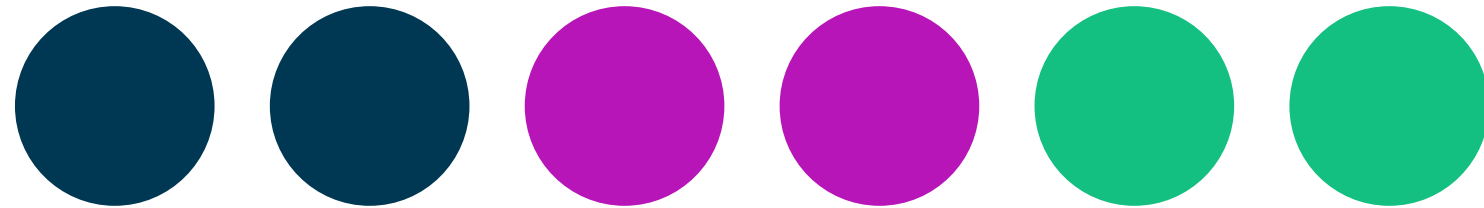
Gesetz der Ähnlichkeit

Eine Gruppe



Gesetz der Ähnlichkeit

Drei Gruppen



Gesetz der Ähnlichkeit

Drei Gruppen



Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



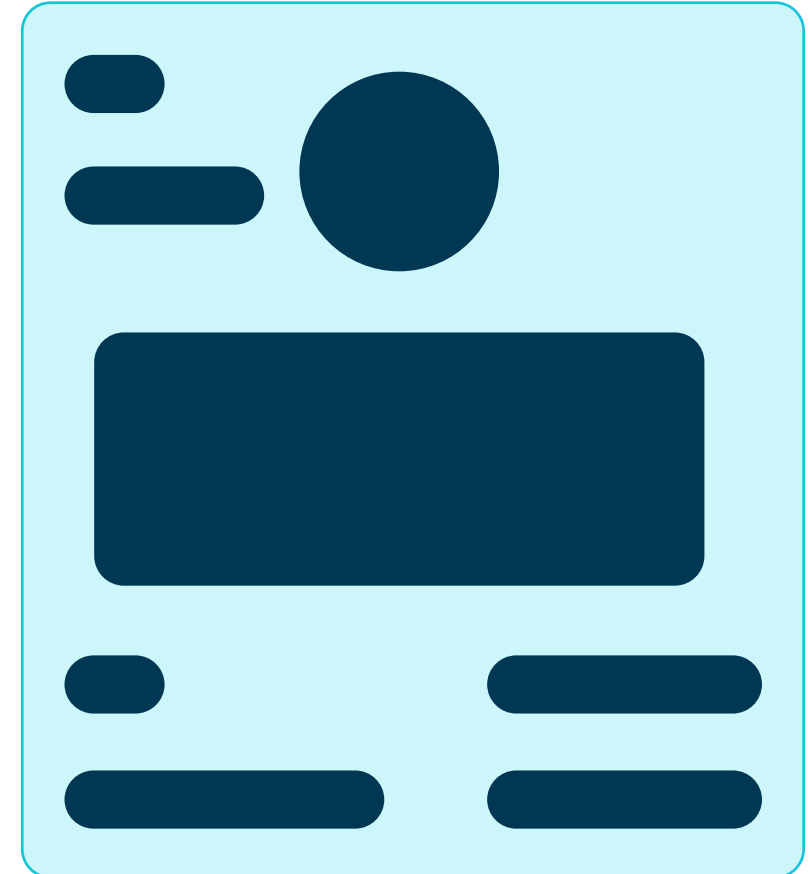
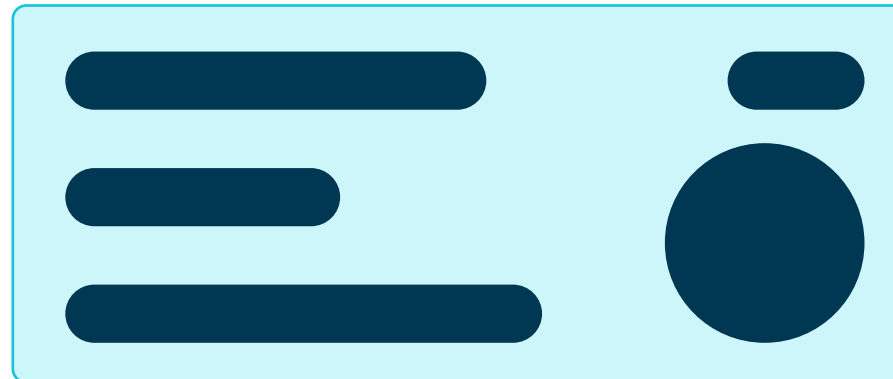
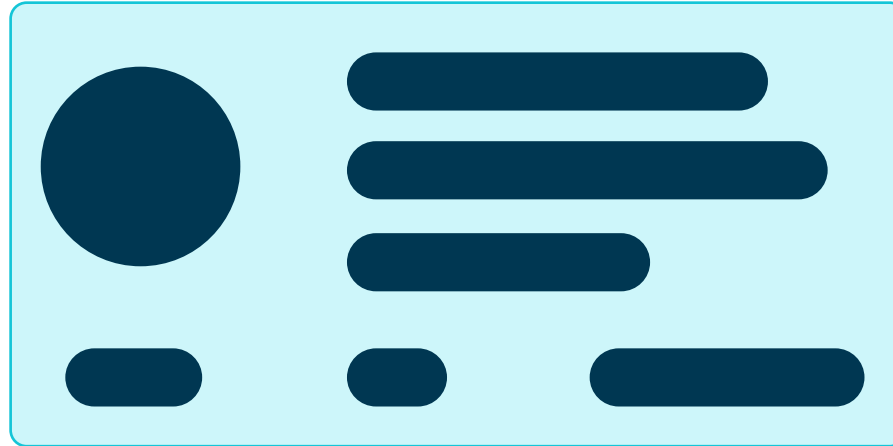
Gesetz der Geschlossenheit

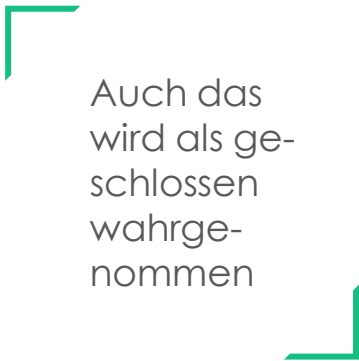
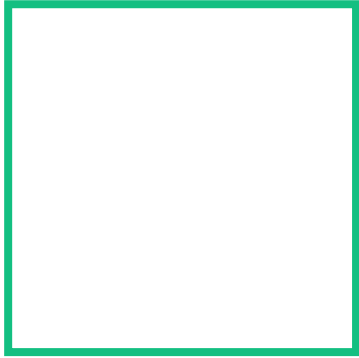
Chaos



Gesetz der Geschlossenheit

Ordnung





Auch das
wird als ge-
schlossen
wahrgе-
nommen



Trend:
Flächen



Trend:
Subtiles
Design

Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



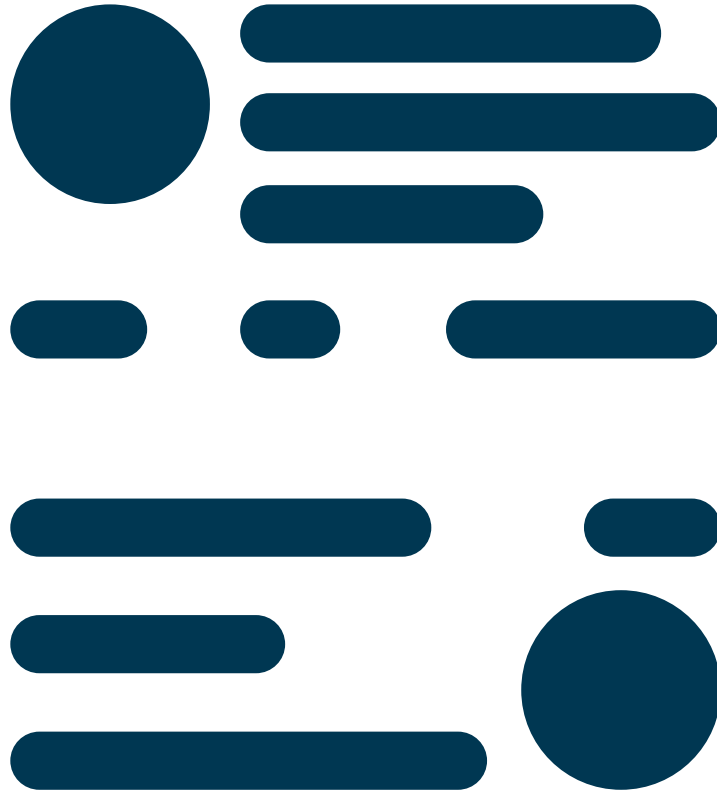
Gesetz der Ausrichtung

Chaos



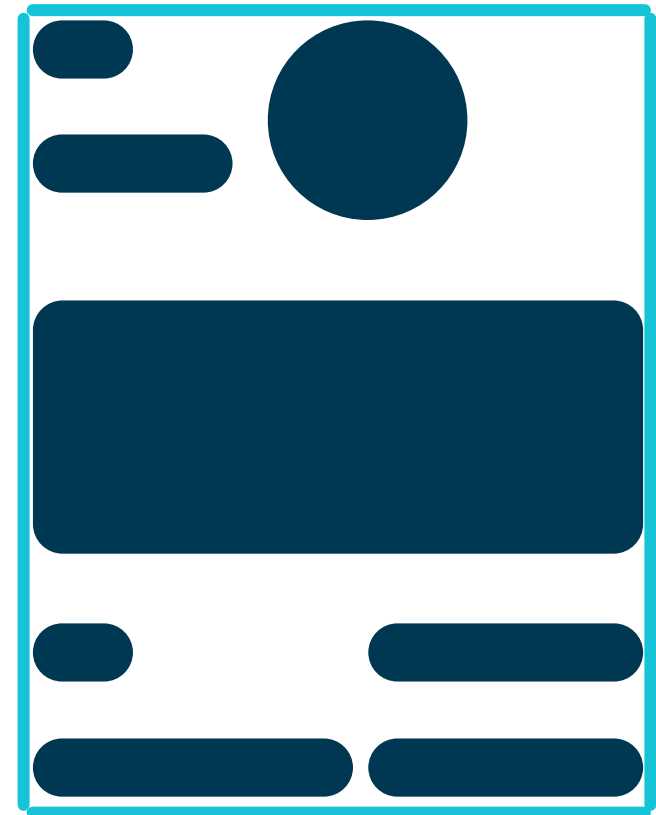
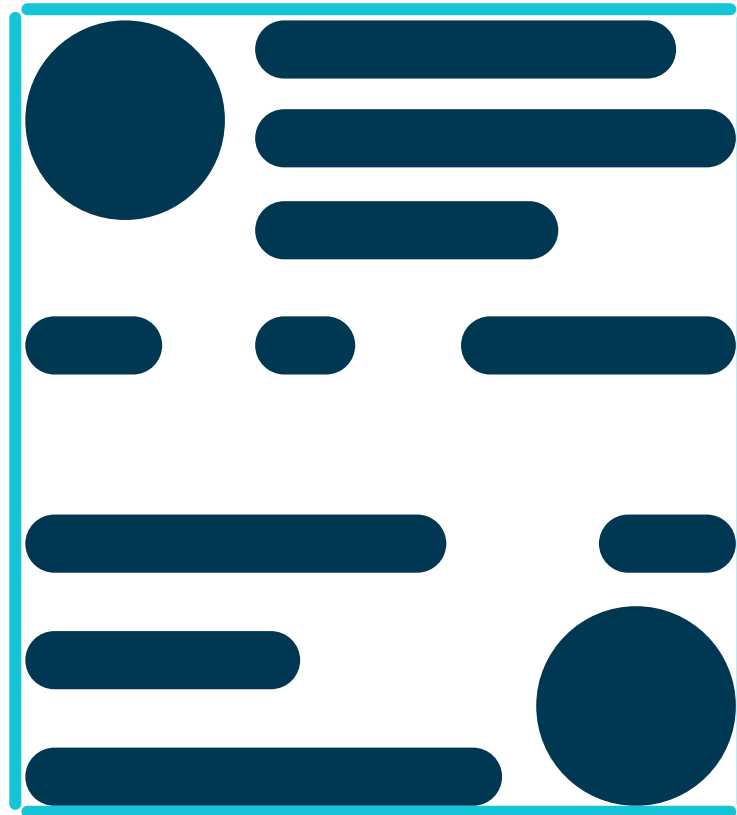
Gesetz der Ausrichtung

Ordnung

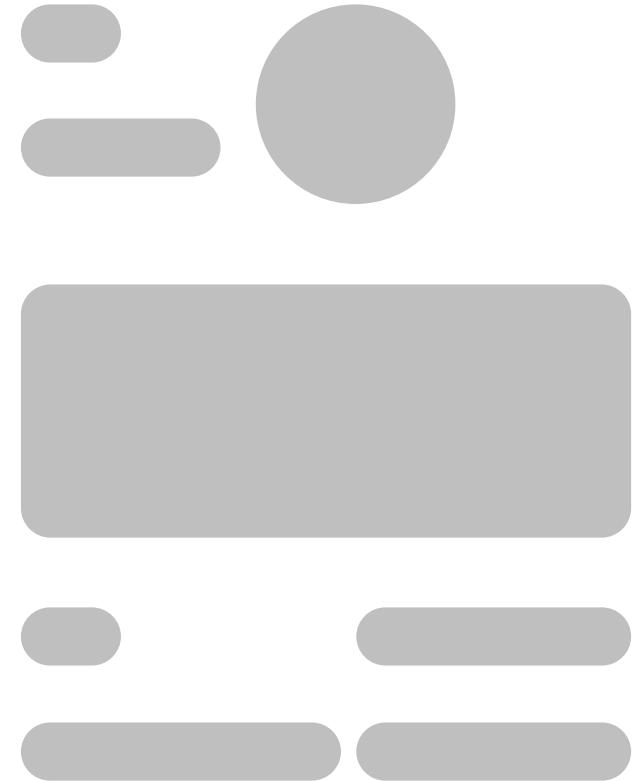
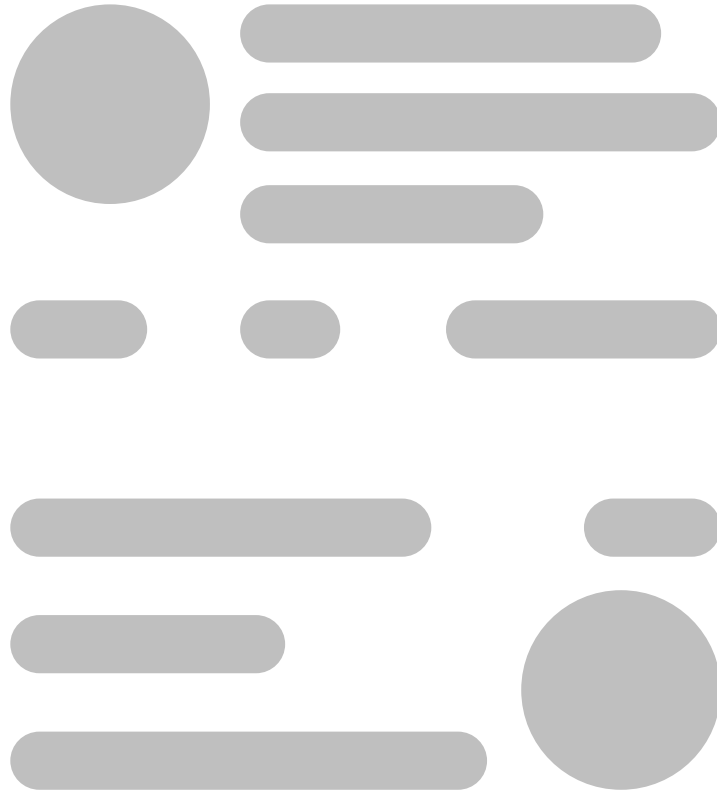


Gesetz der Ausrichtung

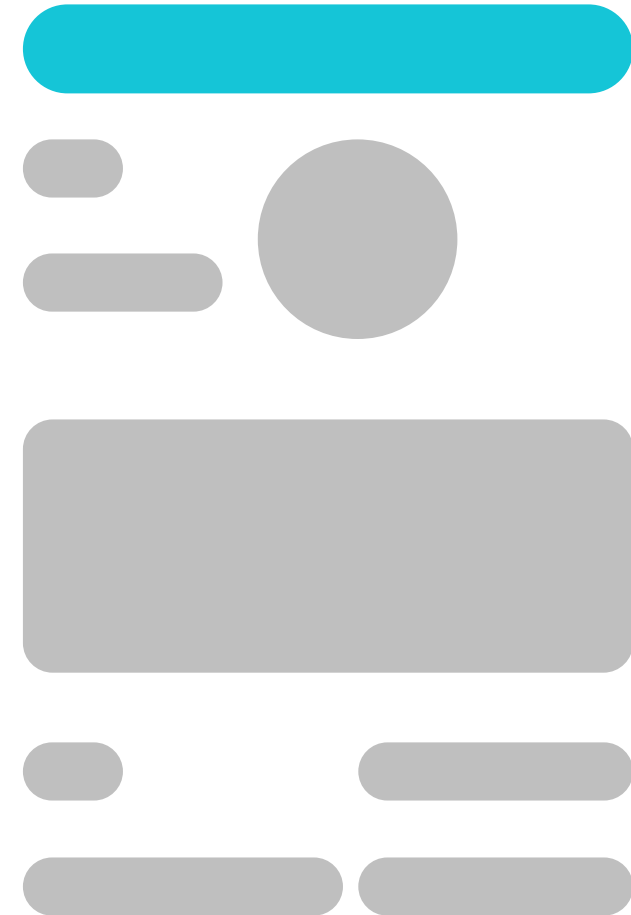
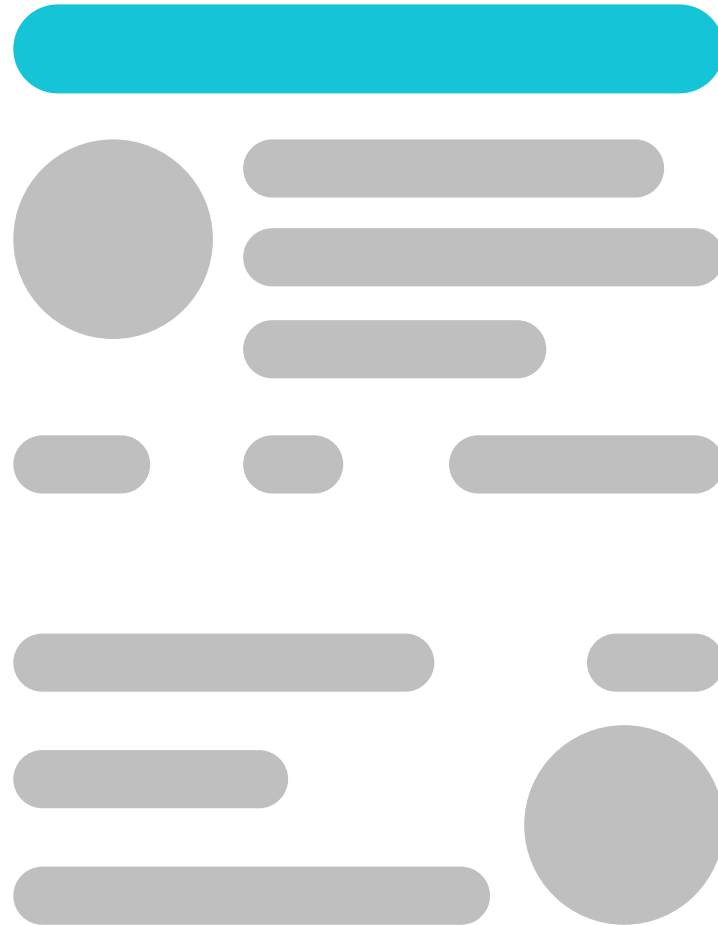
Ordnung



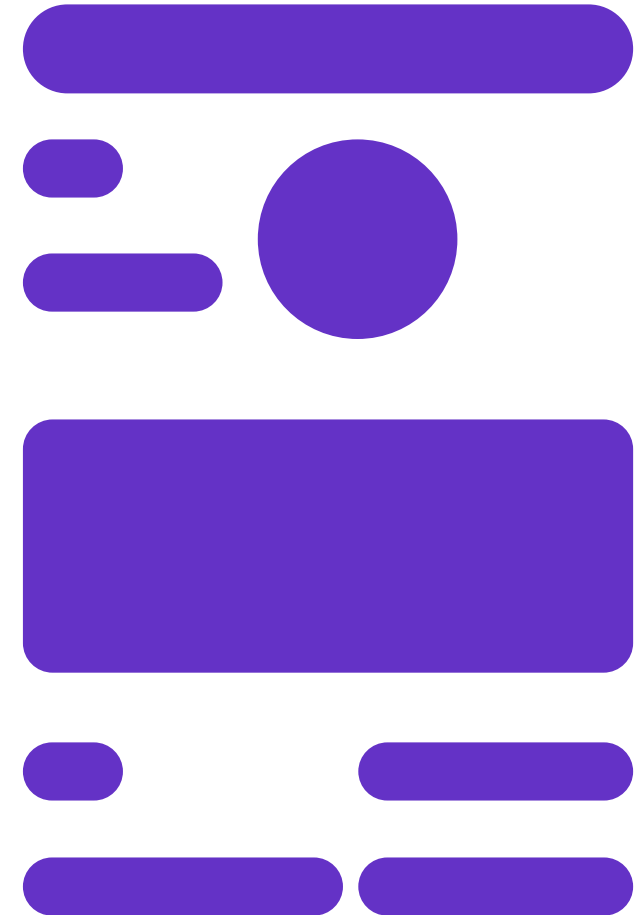
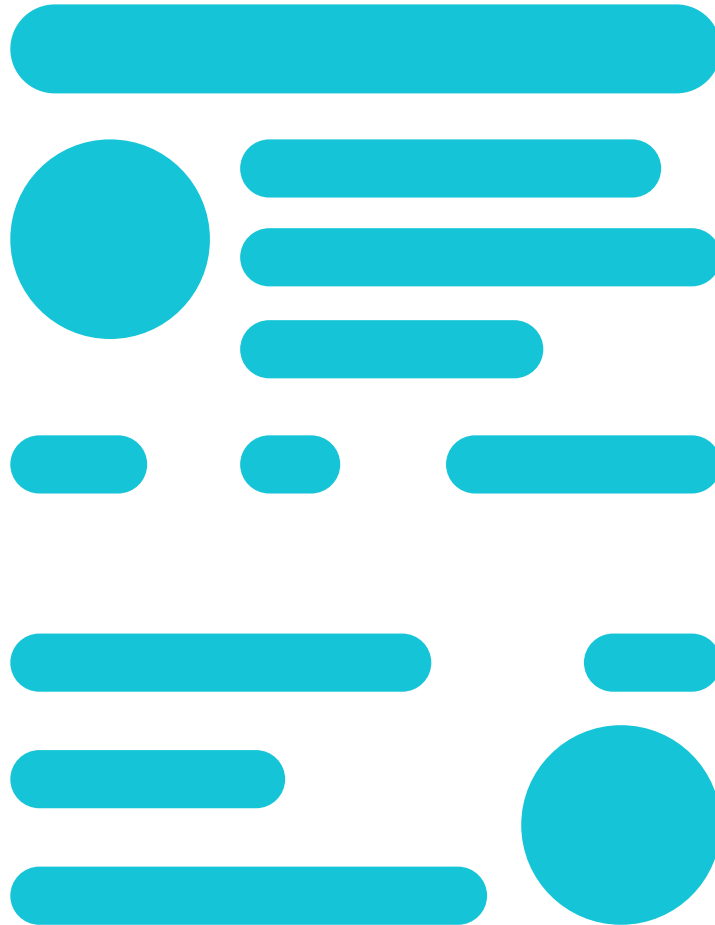
Gesetz der Ausrichtung & Gesetz der Ähnlichkeit Ordnung



Gesetz der Ausrichtung & Gesetz der Ähnlichkeit Ordnung



Gesetz der Ausrichtung & Gesetz der Ähnlichkeit Ordnung



Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



**REA
DME**

Lorem ipsum
 dolor sit am-et,
 consectetur
 adipiscing elit.
 Maecenas
 porttitor congue
 massa. Fusce
 posuere, magna
 sed pulvinar
 ultricies, purus
 lectus.
 malesuada
 libero ut orci
 commodo.

magna eros quis
 urna.
 Nunc viverra
 imperdiet enim.
 Fusce est.
 Vivamus a tellus.
 Pellentesque
 habitant morbi
 tristique senectus
 et natus et
 malesuada
 fames ac turpis

The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.

The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

Fox



- brown
- quick
- jumps over lazy dog



Dog



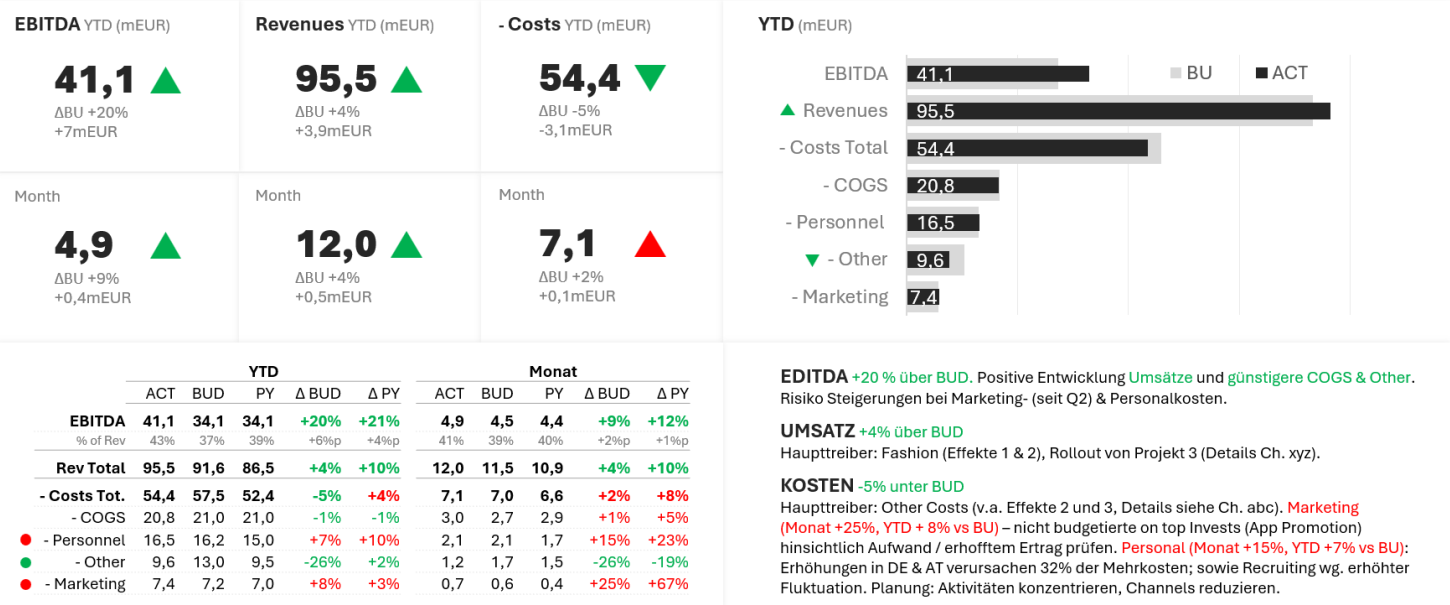
- lazy
- gets jumped over

Financials Überblick Monat & YTD: Aufgrund konstant erhöhter Umsätze liegt das Ergebnis über Budget

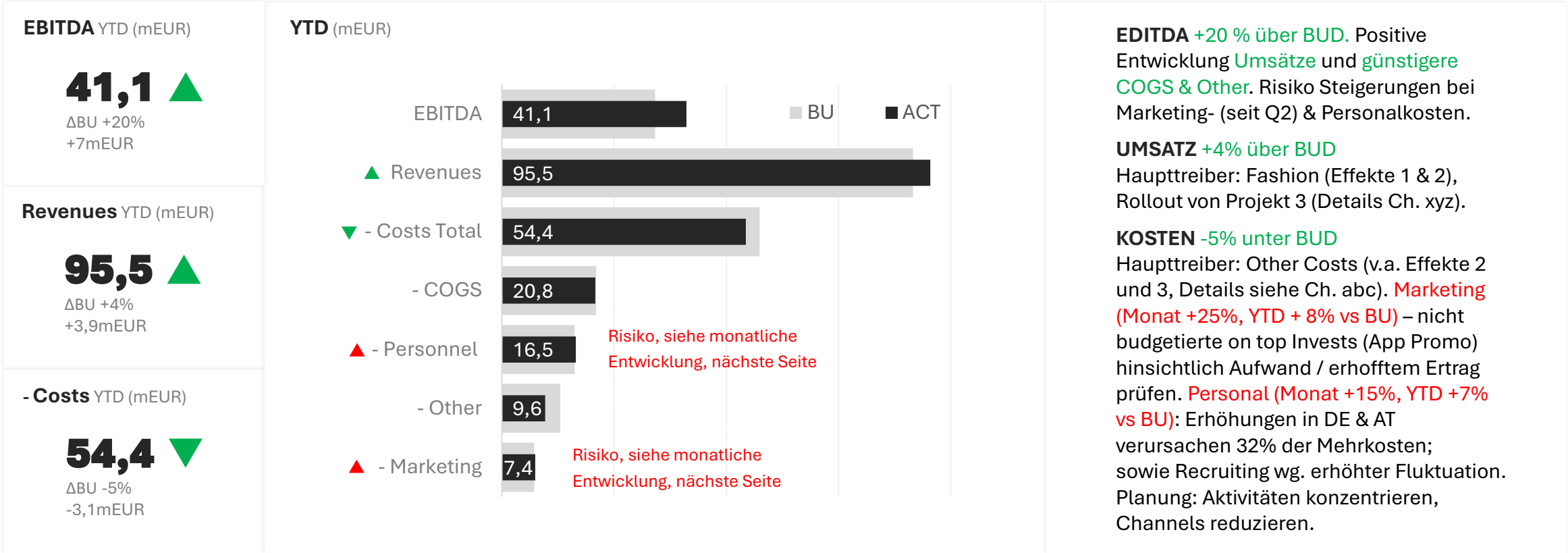
Financials Überblick		Monat					YTD				
		ACT	BUD	PY	Δ BUD	Δ PY	ACT	BUD	PY	Δ BUD	Δ PY
Umsatz	Total IAS 18	12,0	11,5	10,9	4%	10%	95,5	91,6	86,5	4%	10%
	External IAS 18	11,4	11,1	10,6	3%						
	% of Revenue Total	94%	96%	96%							
	IC IAS 18	0,6	0,4	0,4	50%						
	% of Revenue Total	6%	4%	4%							
Kosten	COGS	-3,0	-2,7	-2,9	-14%						
	Marketing	-0,7	-0,6	-0,4	-25%						
	Personnel	-2,1	-2,1	-1,7	-2%						
	Other OPEX	-1,2	-1,7	-1,5	26%						
Ergebnis	EBITDA IAS 18	4,9	4,5	4,4	9%						
	% of Revenue Total	41%	39%	40%							
CAPE	CAPEX IAS 18	-0,3	-0,6	-0,6	56%						

UMSATZ
External Revenue über Bud, größtenteils aufgrund von Fashion (Effekt 1, Effekt 2).

Overview: EBITDA + 20% über BUD. Treiber: Umsätze & Other Costs; Risiko: Ungeplante Marketingkosten & Personaleffekte (u.a. Fluktuation)



Overview: EBITDA + 20% über BUD. Treiber: Umsätze & Other Costs; Risiko: Marketing- & Personalkosten (Details siehe nächste Seite)...



...ungeplante Marketingkosten für die App-Promotion und Personaleffekte wie Fluktuation (höhere Recruiting-Aufwände) steigern Kosten

	YTD					Monat					KOMMENTAR
	ACT	BUD	PY	Δ BUD	Δ PY	ACT	BUD	PY	Δ BUD	Δ PY	
EBITDA	41,1	34,1	34,1	+20%	+21%	4,9	4,5	4,4	+9%	+12%	Details und Informationen, die das Verständnis der Zahlen erhöhen und die Fragen beantworten, die sich durch die Aussagen der vorhergehenden Seite ergeben haben. Vor allem: Monatliche Effekte in den geflaggtten Kostenarten Marketing und Personal. Erklärungen, Action-Plan, etc. ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed
% of Rev	43%	37%	39%	+6%p	+4%p	41%	39%	40%	+2%p	+1%p	
Rev Total	95,5	91,6	86,5	+4%	+10%	12,0	11,5	10,9	+4%	+10%	
- Costs Tot.	54,4	57,5	52,4	-5%	+4%	7,1	7,0	6,6	+2%	+8%	
- COGS	20,8	21,0	21,0	-1%	-1%	3,0	2,7	2,9	+1%	+5%	
- Personnel	16,5	16,2	15,0	+7%	+10%	2,1	2,1	1,7	+15%	+23%	
- Other	9,6	13,0	9,5	-26%	+2%	1,2	1,7	1,5	-26%	-19%	
- Marketing	7,4	7,2	7,0	+8%	+3%	0,7	0,6	0,4	+25%	+67%	

Zeilenlängen

- Lange Zeilen (16:9-Format!) vermeiden
- Spalten-Design nutzen
- 5-7 Wörter pro Zeile

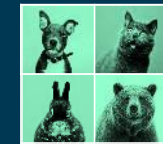
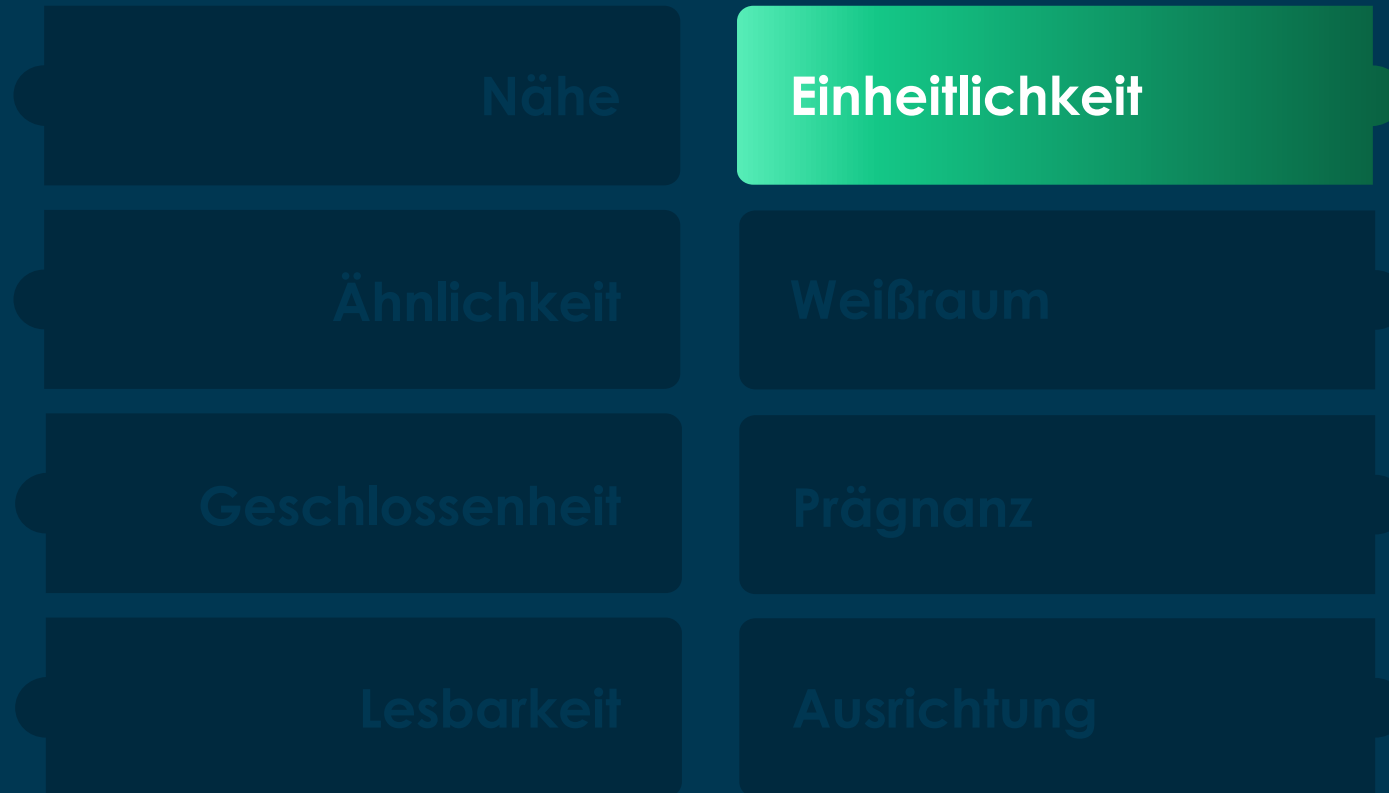
Schrift

- Fließtext: Serifen
- Diagramme, Schaubilder, kurze Bullets: Non-Serifen
- Schriftgröße der Situation anpassen
- Max 3 Schriftgrößen pro Slide

Kontrast

- Kontrast zwischen Schrift und Hintergrund optimieren
- Augen schonen: Sehr dunkles Grau statt hartem Schwarz

Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



unklassifizierte
Bilder
klassifizierte
Text
strukturierte
Grafiken

Management Summary

1

Partnerschaft

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum

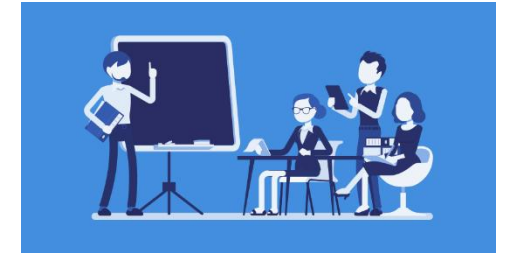
→ Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.



2

Training

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum



3

Herausforderung

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum. Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,



4

Erfolg

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.
→ Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.



Management Summary

1

Partnerschaft

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum

→ Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.



2

Training

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum



3

Herausforderung

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum. Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,



4

Erfolg

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.

→ Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.



Management Summary

1

Partnerschaft

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum
→ Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.



2

Training

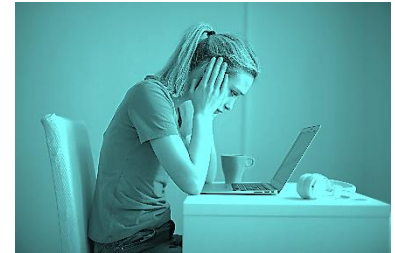
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum



3

Herausforderung

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,
Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum. Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum,



4

Erfolg

Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum, Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.
→ Lorem ipsum, lorem ipsum, Lorem ipsum.





Bilder

- Bildwelt
- Farbwelt
- Belichtung
- Auflösung / Größe
- Ausschnitte
- Perspektive
- Proportionen

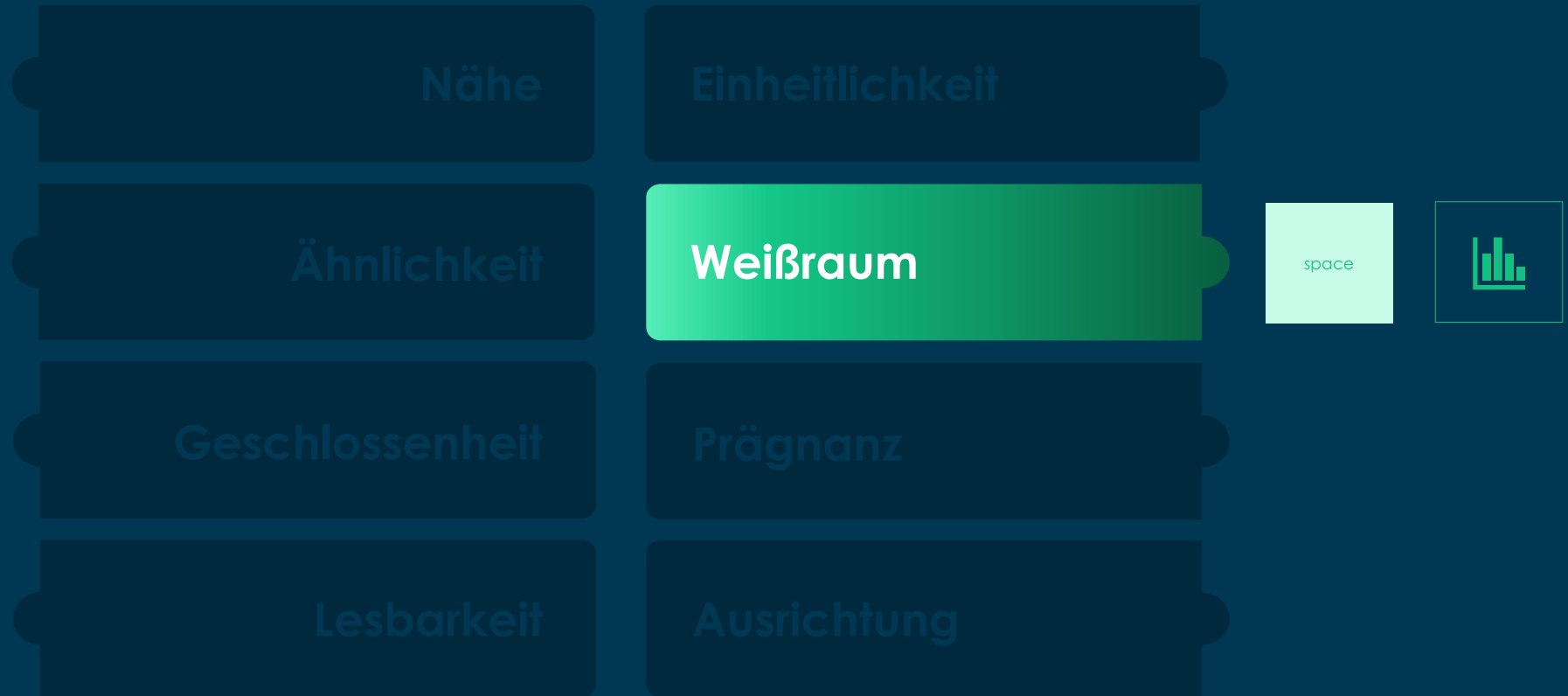
Texte

- Ausrichtung
- Sprachliche Einheitlichkeit
- Textlänge
- Zeilenanzahl
- Schrift (Art, Größe, Farbe, Stil, Schnitt)

Grafiken

- Design-Stil
- Farbwelt, Tonalität
- Proportionen
- Vergleichbarkeit bei Diagrammen
- Zahlenformate

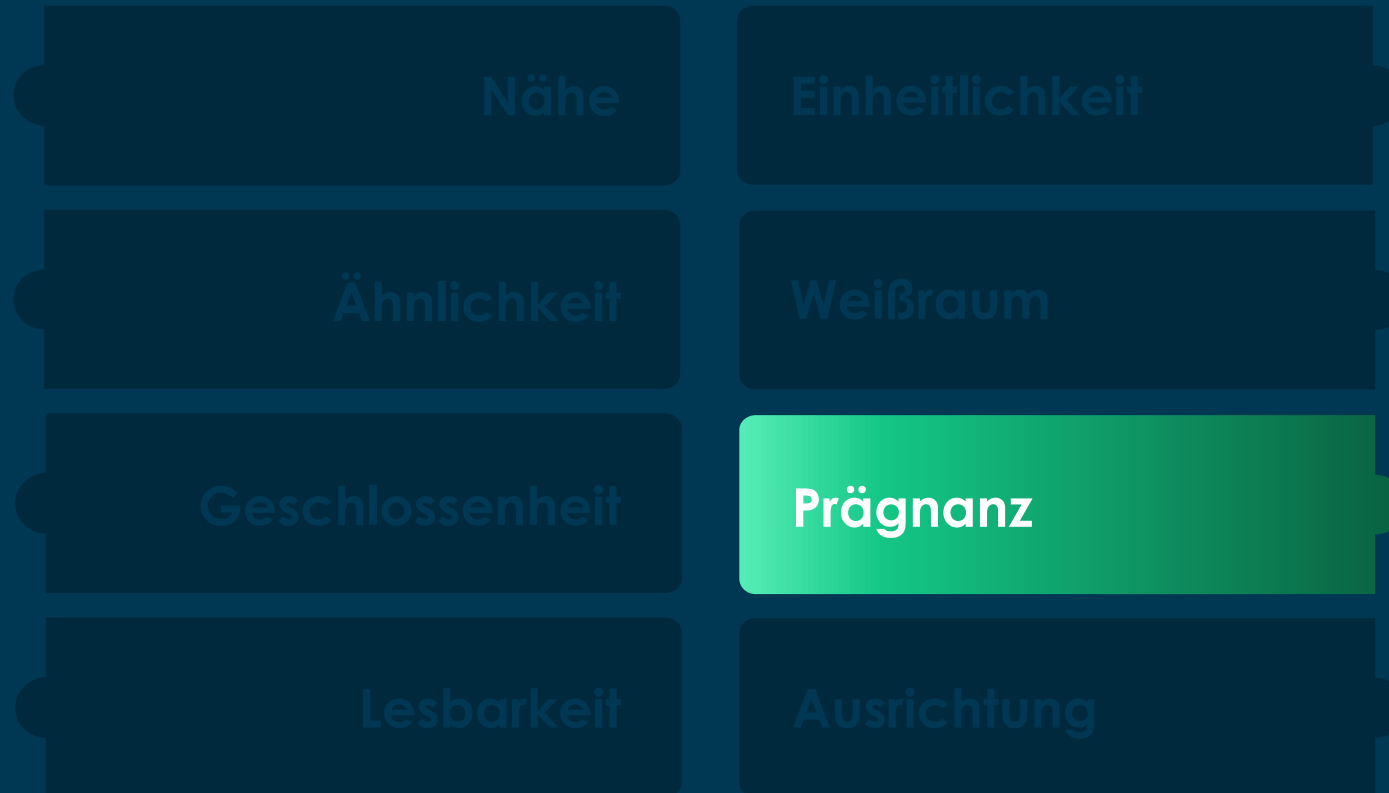
Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



**Weißraum lässt
Ihre Botschaft wirken.
Nur weil Sie den Platz
haben, müssen Sie
ihn nicht füllen.**

Weißraum lässt
Ihre Botschaft wirken.
Nur weil Sie den Platz haben,
müssen Sie ihn nicht füllen.

Wahrnehmung ist keine Geschmackssache



The quick brown
fox jumps over
the lazy **dog**.
The quick brown
fox jumps over
the lazy dog.

**Der Inhalt sollte sich prägnant
vom Hintergrund abheben.**

**Der Inhalt sollte sich prägnant
vom Hintergrund abheben.**

**Der Inhalt sollte sich prägnant
vom Hintergrund abheben.**

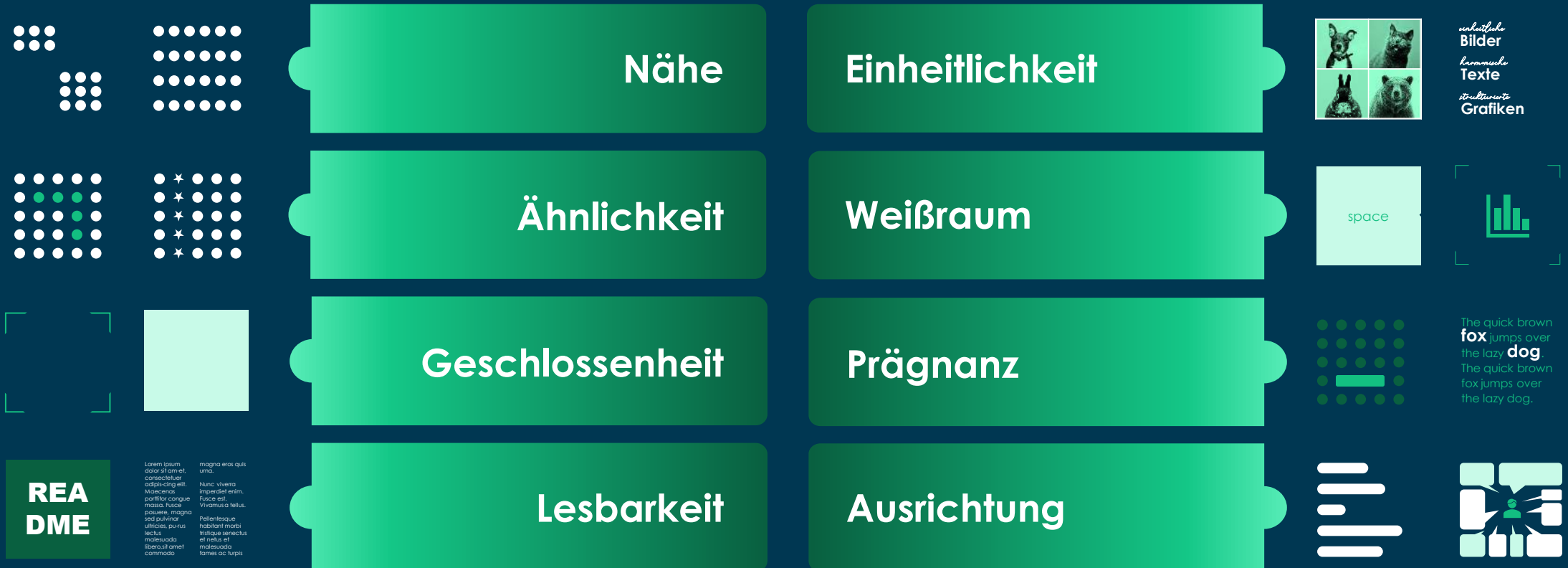
**Der Inhalt sollte sich prägnant
vom Hintergrund abheben.**

**Der Inhalt sollte sich prägnant
vom Hintergrund abheben.**

Der **Inhalt** sollte sich **prägnant**
vom Hintergrund abheben.

Der **Inhalt** sollte sich **prägnant**
vom Hintergrund abheben.

Wahrnehmung ist keine Geschmackssache

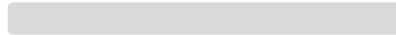
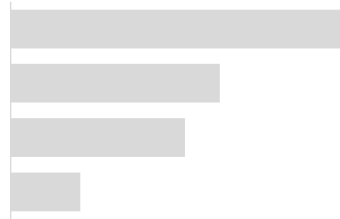




DESIGN- PROZESS

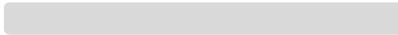
IHRE BOTSCHAFT

Subtitel



Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit.
Maecenas porttitor congue
massa. Fusce posuere, magna
sed pulvinar ultricies, purus lectus

Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.



1. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing...
2. Maecenas porttitor congue
massa. Fusce
3. posuere, magna sed...

p. 10

IHRE BOTSCHAFT

Subtitel



Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
2. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.
3. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus.
4. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et magna eros quis urna.
5. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et magna eros quis urna.

p. 10

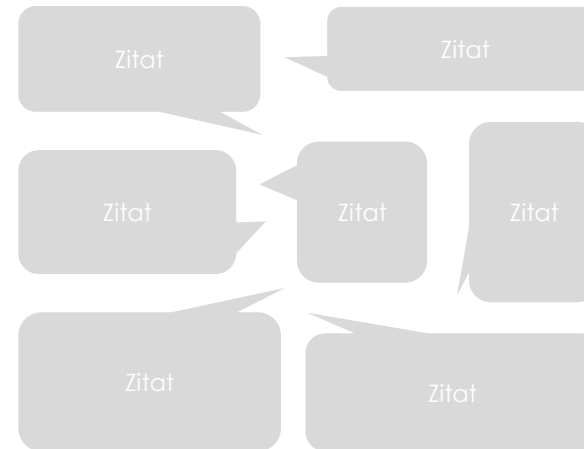
IHRE BOTSCHAFT

Subtitel

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
2. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.
3. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est.
4. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est.



Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.



p. 10

IHRE BOTSCHAFT

Subtitel



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit. amet commodo magna ...



Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.

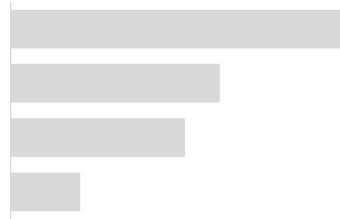


abc	abc	abc	xyz	xyz
123	123	123	123	123
456	456	456	456	456
789	789	789	789	789
123	123	123	123	123
456	456	456	456	456
789	789	789	789	789
123	123	123	123	123

p. 10

IHRE BOTSCHAFT

Subtitel



Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit.
Maecenas porttitor congue
massa. Fusce posuere, magna
sed pulvinar ultricies, purus lectus

Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.



1. Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing...
2. Maecenas porttitor congue
massa. Fusce
3. posuere, magna sed...

p. 10

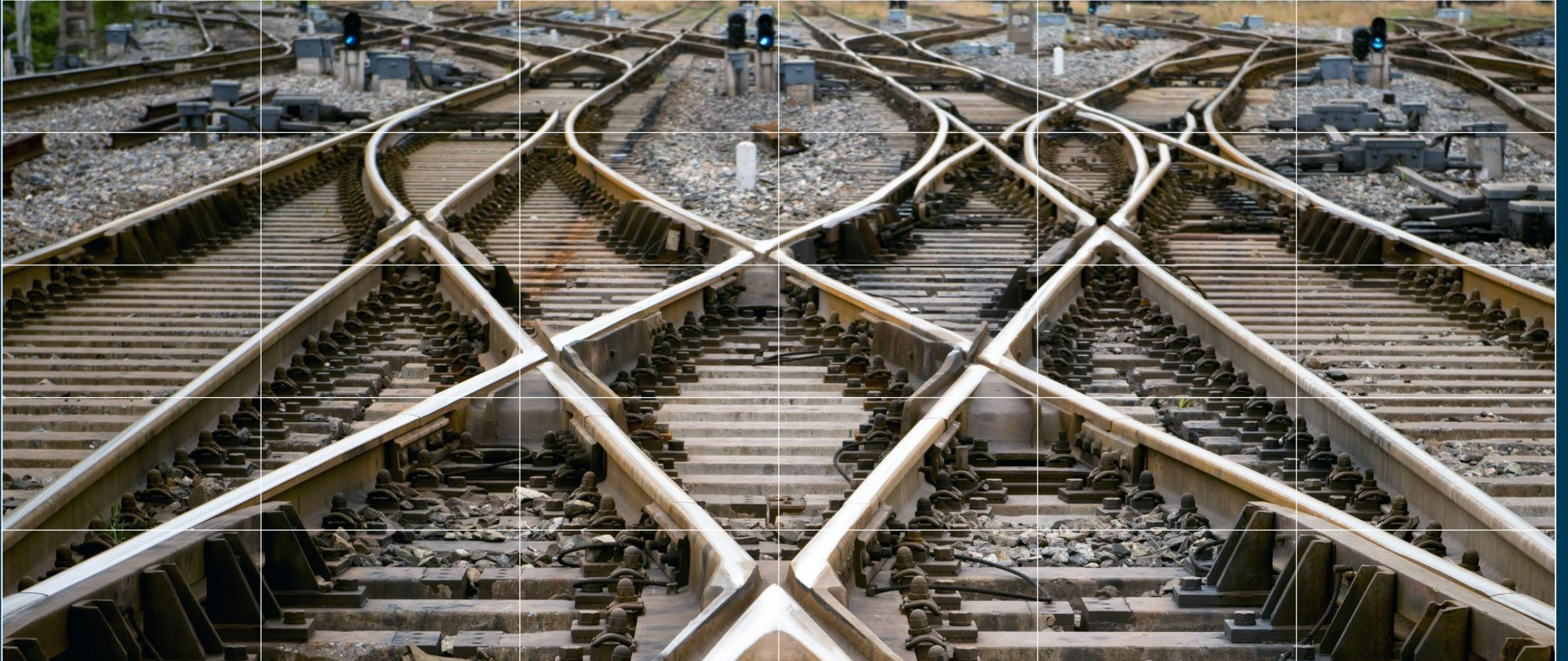
Go & No Go Areas beachten

Go & No Go Areas beachten



Raster-Methode einsetzen

Raster-Methode einsetzen



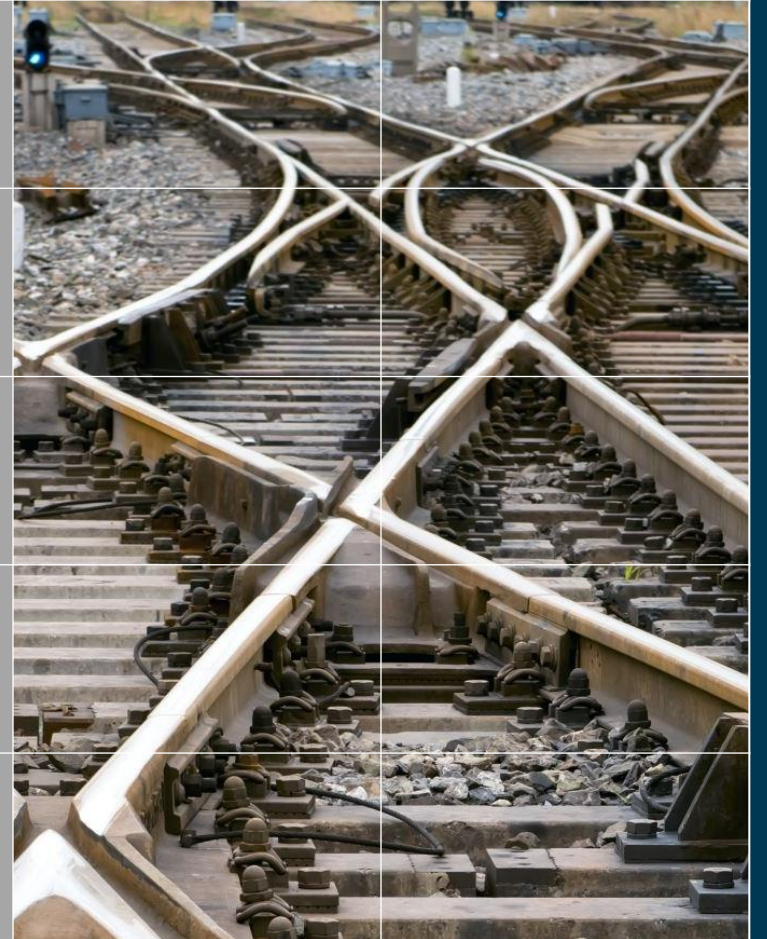
Raster-Methode einsetzen

Studiensteckbrief

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus.

Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Proin pharetra nonummy pede. Mauris et orci.

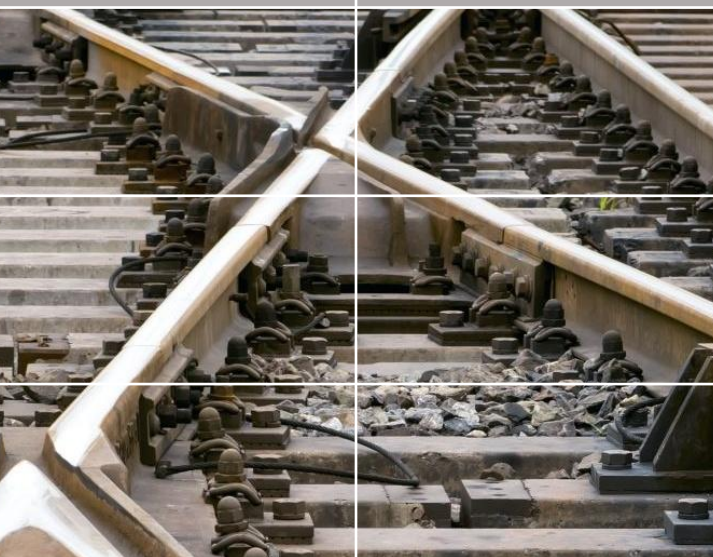


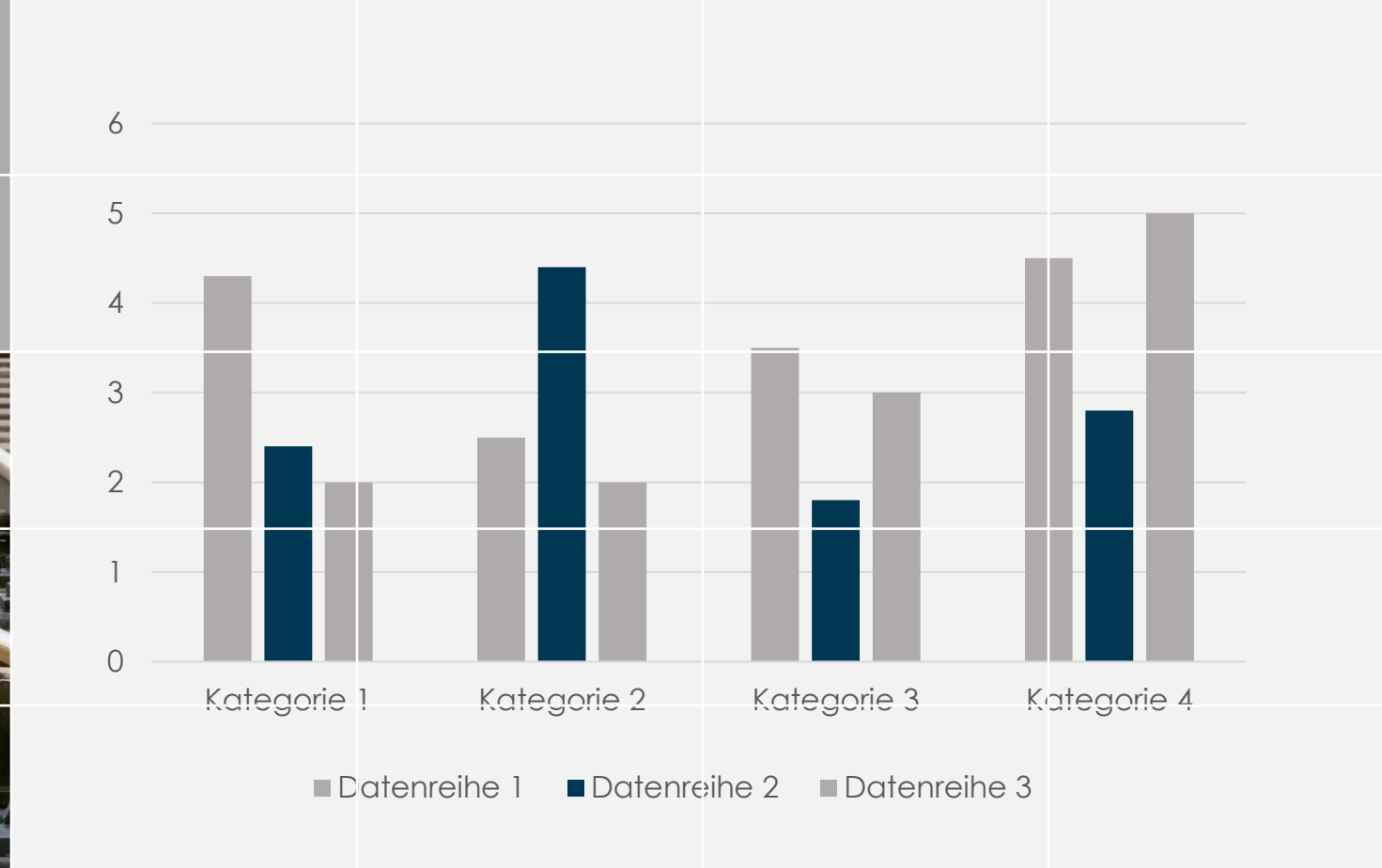
Raster-Methode einsetzen

Kommentar zum Diagramm

Lesebeispiel Lesebeispiel Lesebeispiel Lesebeispiel

- Fact 1
- Fact 2
- Fact 3
- Fact4





Kategorie	Datenreihe 1	Datenreihe 2	Datenreihe 3
Kategorie 1	4.3	2.4	2.0
Kategorie 2	2.5	4.4	2.0
Kategorie 3	3.5	1.8	3.0
Kategorie 4	4.5	2.8	5.0

Raster-Methode einsetzen

Key Facts

Hier stehen die wichtigsten Facts, die Ihr Empfänger braucht, um die Botschaft auf diesem Slide zu verstehen.

- Lorem ipsum dolor
- sit amet, consectetur adipiscing elit.
- Maecenas porttitor congue massa.
- Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies,
- purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna



Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur.

Egestas. Proin pharetra
nonummy pede. Mauris
et orci.

Proin pharetra
nonummy pede.
Mauris et orci.

Pellentesque
habitant morbi
tristique senectus
et netus et

Nunc viverra
imperdiet enim.
Fusce est. Vivamus
a tellus.

Maecenas porttitor
congue massa. Fusce
posuere, magna sed
pulvinar ultricies.

IHRE BOTSCHAFT

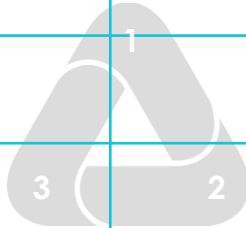
Subtitel

Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.

p. 10

IHRE BOTSCHAFT

Subtitel

									
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus				1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing... 2. Maecenas porttitor congue massa. Fusce 3. posuere, magna sed...					

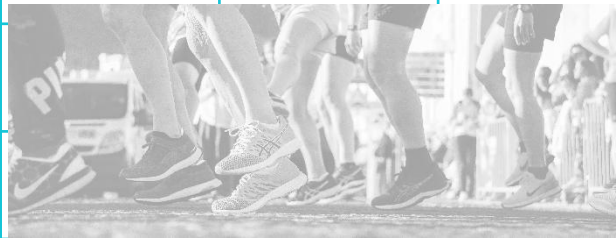
Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.

p. 10

IHRE BOTSCHAFT

Subtitel

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
2. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.
3. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est.
4. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est.



Zitat

Zitat

Zitat

Zitat

Zitat

Zitat

Zitat

Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.

p. 10

IHRE BOTSCHAFT

Subtitel

		abc	abc	abc	xyz	xyz
		123	123	123	123	123
		456	456	456	456	456
		789	789	789	789	789
		123	123	123	123	123
		456	456	456	456	456
		789	789	789	789	789
		123	123	123	123	123

Quellenangaben, Methode, Fragestellung, etc.

p. 10

Design-Empfehlungen für Produkt-Variante A

Strategische Empfehlungen für MARKE

- Den Teilnehmern gefällt die **deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D**. Sie sprechen eine klare Empfehlung aus, die eindeutige Abgrenzung der Variante A von den anderen Varianten auch in Zukunft beizubehalten. Diese Differenzierung ist nach Einschätzung der Teilnehmer ein Teil der Design-DNA der MARKE und ein Kauf-Grund für die Produktvariante A.
- Die wichtigsten Design-Komponenten von Produktvariante A sind die **moderne Farbgebung, sowie die Nutzung von hochwertigen Materialien** wie Echtholz und gebürsteter Edelstahl. Die Produkt-Variante A erhält v.a. auch deshalb eine so positive Bewertung, weil sie sich durch diese Eigenschaften abgrenzt.
- Die Teilnehmer sehen kein Problem darin, **veraltete Funktionalitäten zu verändern**, unter der Voraussetzung, dass die moderne Farbgebung und die hochwertigen Materialien im Großen und Ganzen erhalten bleiben. Viele Teilnehmer befürchten, dass aus Kostengründen auf ein klares, hochwertiges Design in Zukunft verzichtet wird.
- MARKE sollte sich trauen, weiter eine **moderne und hochwertige Designsprache** bei der Produktvariante A zu verfolgen. Dazu gehört nach Einschätzung der Teilnehmer auch, sich von alten Design-Komponenten, die keine Funktion mehr erfüllen, zu verabschieden. Den eigenen Design-Weg zu verfolgen, wird als mutig erlebt und dient der Identifikation der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Botschaft

Nähe

Einheitlichkeit

Ähnlichkeit

Weißraum

Geschlossenheit

Prägnanz

Lesbarkeit

Ausrichtung

Summary

Design-Empfehlungen für Produkt-Variante A

Strategische Empfehlungen für MARKE

- Den Teilnehmern gefällt die **deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D**. Sie sprechen eine klare Empfehlung aus, die eindeutige Abgrenzung der Variante A von den anderen Varianten auch in Zukunft beizubehalten. Diese Differenzierung ist nach Einschätzung der Teilnehmer ein Teil der Design-DNA der MARKE und ein Kauf-Grund für die Produktvariante A.
- Die wichtigsten Design-Komponenten von Produktvariante A sind die **moderne Farbgebung, sowie die Nutzung von hochwertigen Materialien** wie Echtholz und gebürsteter Edelstahl. Die Produkt-Variante A erhält v.a. auch deshalb eine so positive Bewertung, weil sie sich durch diese Eigenschaften abgrenzt.
- Die Teilnehmer sehen kein Problem darin, **veraltete Funktionalitäten zu verändern**, unter der Voraussetzung, dass die moderne Farbgebung und die hochwertigen Materialien im Großen und Ganzen erhalten bleiben. Viele Teilnehmer befürchten, dass aus Kostengründen auf ein klares, hochwertiges Design in Zukunft verzichtet wird.
- MARKE sollte sich trauen, weiter eine **moderne und hochwertige Designsprache** bei der Produktvariante A zu verfolgen. Dazu gehört nach Einschätzung der Teilnehmer auch, sich von alten Design-Komponenten, die keine Funktion mehr erfüllen, zu verabschieden. Den eigenen Design-Weg zu verfolgen, wird als mutig erlebt und dient der Identifikation der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Botschaft

Nähe

Einheitlichkeit

Ähnlichkeit

Weißraum

Geschlossenheit

Prägnanz

Lesbarkeit

Ausrichtung

Summary

Design-Empfehlungen für Produkt-Variante A

Strategische Empfehlungen für MARKE

- Den Teilnehmern gefällt die **deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D**. Sie sprechen eine klare Empfehlung aus, die eindeutige Abgrenzung der Variante A von den anderen Varianten auch in Zukunft beizubehalten. Diese Differenzierung ist nach Einschätzung der Teilnehmer ein Teil der Design-DNA der MARKE und ein Kauf-Grund für die Produktvariante A.
- Die wichtigsten Design-Komponenten von Produktvariante A sind die **moderne Farbgebung, sowie die Nutzung von hochwertigen Materialien** wie Echtholz und gebürsteter Edelstahl. Die Produkt-Variante A erhält v.a. auch deshalb eine so positive Bewertung, weil sie sich durch diese Eigenschaften abgrenzt.
- Die Teilnehmer sehen kein Problem darin, **veraltete Funktionalitäten zu verändern**, unter der Voraussetzung, dass die moderne Farbgebung und die hochwertigen Materialien im Großen und Ganzen erhalten bleiben. Viele Teilnehmer befürchten, dass aus Kostengründen auf ein klares, hochwertiges Design in Zukunft verzichtet wird.
- MARKE sollte sich trauen, weiter eine **moderne und hochwertige Designsprache** bei der Produktvariante A zu verfolgen. Dazu gehört nach Einschätzung der Teilnehmer auch, sich von alten Design-Komponenten, die keine Funktion mehr erfüllen, zu verabschieden. Den eigenen Design-Weg zu verfolgen, wird als mutig erlebt und dient der Identifikation der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Differenziertes Design beibehalten, v.a. klare Farben und hochwertige Materialien

Summary

Design-Empfehlungen für Produkt-Variante A

Strategische Empfehlungen für MARKE

Strategische Design-Empfehlungen für Produktvariante A

- Den Teilnehmern gefällt die **deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D**. Sie sprechen eine klare Empfehlung aus, die eindeutige Abgrenzung der Variante A von den anderen Varianten auch in Zukunft beizubehalten. Diese **Differenzierung** ist nach Einschätzung der Teilnehmer ein Teil der Design-DNA der MARKE und ein Kauf-Grund für die Produktvariante A.
- Die wichtigsten Design-Komponenten vom Produktvariante A sind die **moderne Farbgebung, sowie die Nutzung von hochwertigen Materialien** wie Echtholz und gebürsteter Edelstahl. Die Produkt-Variante A erhält v.a. auch deshalb eine so positive Bewertung, weil sie sich durch diese Eigenschaften abgrenzt.
- Die Teilnehmer sehen kein Problem darin, **veraltete Funktionalitäten zu verändern**, unter der **Voraussetzung**, dass die moderne Farbgebung und die hochwertigen Materialien im Großen und Ganzen erhalten bleiben. Viele Teilnehmer befürchten, dass aus Kostengründen auf ein klares, hochwertiges Design in Zukunft verzichtet wird.
- MARKE sollte sich trauen, weiter eine **moderne und hochwertige Designsprache** bei der Produktvariante A zu verfolgen. Dazu gehört nach Einschätzung der Teilnehmer auch, sich von alten Design-Komponenten, die keine Funktion mehr erfüllen, zu verabschieden. Den **eigenen Design-Weg** zu verfolgen, wird als **mutig** erlebt und dient der **Identifikation** der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Summary

Design-Empfehlungen für Produkt-Variante A

Strategische Empfehlungen für MARKE

- Den Teilnehmern gefällt die **deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D**. Sie sprechen eine klare Empfehlung aus, die eindeutige Abgrenzung der Variante A von den anderen Varianten auch in Zukunft beizubehalten. Diese Differenzierung ist nach Einschätzung der Teilnehmer ein Teil der Design-DNA der MARKE und ein Kauf-Grund für die Produktvariante A.
- Die wichtigsten Design-Komponenten vom Produktvariante A sind die **moderne Farbgebung, sowie die Nutzung von hochwertigen Materialien** wie Echtholz und gebürsteter Edelstahl. Die Produkt-Variante A erhält v.a. auch deshalb eine so positive Bewertung, weil sie sich durch diese Eigenschaften abgrenzt.
- Die Teilnehmer sehen kein Problem darin, **veraltete Funktionalitäten zu verändern**, unter der Voraussetzung, dass die moderne Farbgebung und die hochwertigen Materialien im Großen und Ganzen erhalten bleiben. Viele Teilnehmer befürchten, dass aus Kostengründen auf ein klares, hochwertiges Design in Zukunft verzichtet wird.
- MARKE sollte sich trauen, weiter eine **moderne und hochwertige Designsprache** bei der Produktvariante A zu verfolgen. Dazu gehört nach Einschätzung der Teilnehmer auch, sich von alten Design-Komponenten, die keine Funktion mehr erfüllen, zu verabschieden. Den eigenen Design-Weg zu verfolgen, wird als mutig erlebt und dient der Identifikation der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.

„Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique

Differenziertes Design beibehalten, v.a. klare Farben und hochwertige Materialien

Strategische Design-Empfehlungen für Produktvariante A

Summary

Differenziertes Design beibehalten, v.a. klare Farben und hochwertige Materialien

Strategische Design-Empfehlungen für Produktvariante A

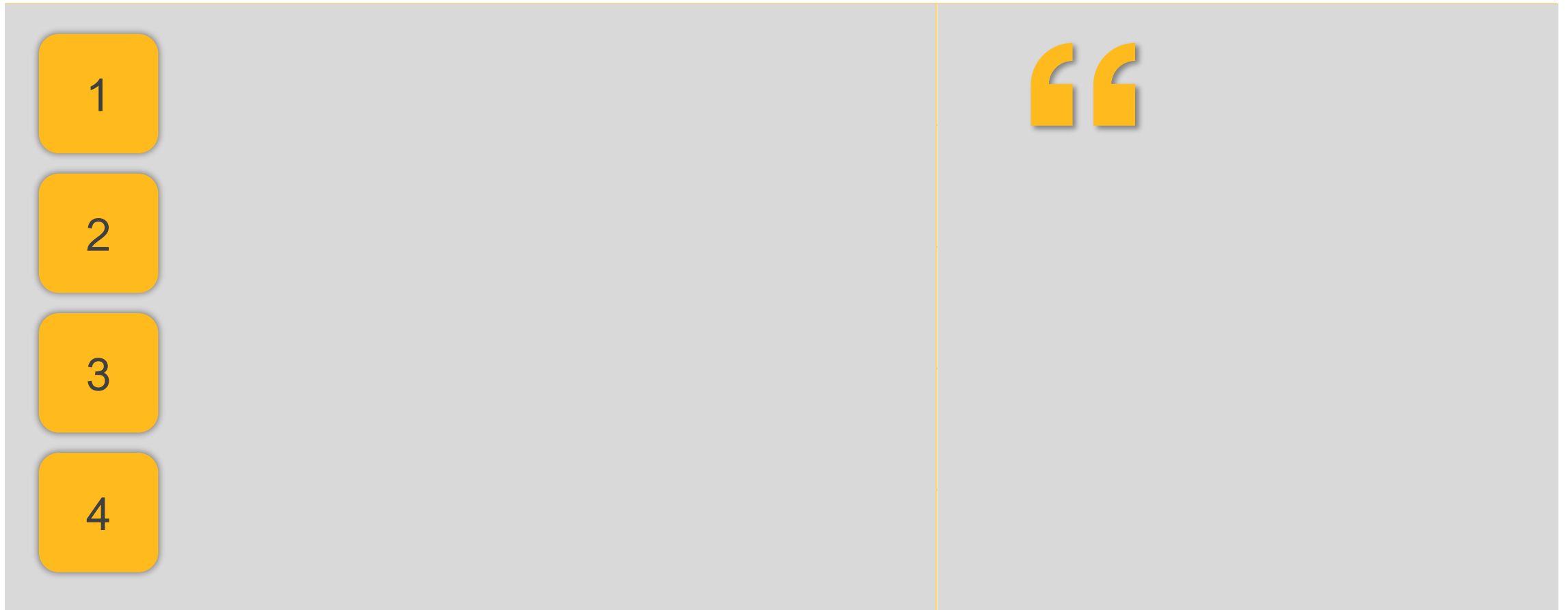


Rationale Seite

Emotionale Seite

Differenziertes Design beibehalten, v.a. klare Farben und hochwertige Materialien

Strategische Design-Empfehlungen für Produktvariante A



Differenziertes Design beibehalten, v.a. klare Farben und hochwertige Materialien

Strategische Design-Empfehlungen für Produktvariante A

1	Deutliche Differenzierung	• Deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D gefällt. • Differenzierung ist Teil der Design-DNA der MARKE und Kauf-Grund für Produktvariante A.		
2	Moderne Farben Hochwertige Materialien	Die wichtigsten Design-Komponenten: • moderne Farbgebung • hochwertige Materialien (Echtholz, gebürsteter Edelstahl).		Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.“
3	Neue Funktionalitäten ABER bisheriges Design	• Veraltete Funktionalitäten verändern: Ja,... • ...aber: Farben & Materialien bleiben erhalten. • Befürchtung: Einbußen bei Design wg. Kosten.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Lorem ipsum dolor sit amet,	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et
4	Mut: Grundlage für Identifikation	• Festhalten an Designsprache von Produktvariante A wirkt mutig. • Design dient der Identifikation der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim.

Differenziertes Design beibehalten, v.a. klare Farben und hochwertige Materialien

Strategische Design-Empfehlungen für Produktvariante A

1	Deutliche Differenzierung	• Deutliche Abgrenzung der Variante A von den Produktvarianten B, C und D gefällt. • Differenzierung ist Teil der Design-DNA der MARKE und Kauf-Grund für Produktvariante A.
2	Moderne Farben Hochwertige Materialien	Die wichtigsten Design-Komponenten: • moderne Farbgebung • hochwertige Materialien (Echtholz, gebürsteter Edelstahl).
3	Neue Funktionalitäten ABER bisheriges Design	• Veraltete Funktionalitäten verändern: Ja,... • ...aber: Farben & Materialien bleiben erhalten. • Befürchtung: Einbußen bei Design wg. Kosten.
4	Mut: Grundlage für Identifikation	• Festhalten an Designsprache von Produktvariante A wirkt mutig. • Design dient der Identifikation der „Fans“ von MARKE mit den Produktvariante A.

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna. Nunc viverra imperdiet enim. Fusce est. Vivamus a tellus. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et