



# WE BRAND YOUR IDENTITY

DIETRICH **iD**

image- & markenberater

Wir machen Unternehmen **bekannt**,  
Mitarbeiter **selbstbewusst**  
und geben Marken eine **Haltung**.

# In 3 Schritten zu Ihrer Marke



# CASE STUDY

Markenprozess Pierre-Van-Hauwe-Musikschule Inning  
Vorher | Ausgangssituation und Anliegen

„Ein neuer Marktauftritt  
soll uns zukunftsfähig machen.“

The screenshot shows the homepage of the Pierre-Van-Hauwe-Musikschule Inning website. The header features a red hand-drawn logo of a hand with a red dot above it, followed by the school's name in a dark red serif font: **PIERRE-VAN-HAUWE-MUSIKSCHULE INNING**. Below the name is the tagline *Musik spielen, erleben, lernen* in a colorful, lowercase font. The main content area is divided into three sections: a left sidebar with a yellow background and a list of navigation links, a central video player showing three children playing drums and singing, and a right sidebar with a yellow background containing 'Aktuelles' and 'Termine' sections. The navigation links in the left sidebar are: Startseite, Über uns, Unterrichtsangebote, Unterrichtsgebühren, An- und Abmeldung, Allgemeine Bestimmungen, Kollegium, Verein, Kontakt, Downloads, Partner + Links, and Impressum. The right sidebar includes a circular logo for 'VEREIN PIERRE-VAN-HAUWE-MUSIKSCHULE INNING' and a 'Mitglied im' section with a small image of a membership card.

# SCHRITT 1

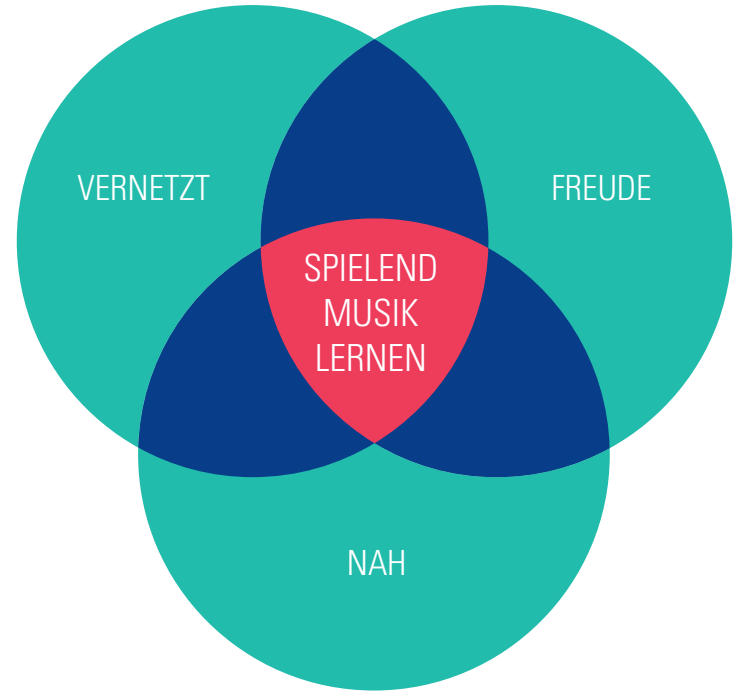
## MARKENSTRATEGIE

Der neue Markenkern „**Spielend Musik lernen**“ positioniert die ehemalige Pierre van Hauwe Musikschule neu.

Aufbauend auf der Grundidee des Musikpädagogen Pierre van Hauwe wird das spielerische Konzept der musikalischen Früherziehung durch den neuen Markenauftritt deutlich.

Dabei ist der **Markenkern** „Spielend Musik lernen“ die Leitidee und fokussiert sich im Markenclaim „Spielend lernen“.

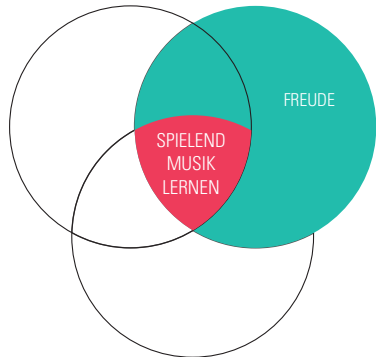
Die **Markenwerte** „nah“, „vernetzt“ und „Freude“ bestimmen die Tonalität von Text, Bildsprache, Farbigkeit und Layouttypik.



## SCHRITT 2

### MARKENDESIGN

S P I E L E N D  
L E R N E N D  
MUSIKSCHULE  
INNING



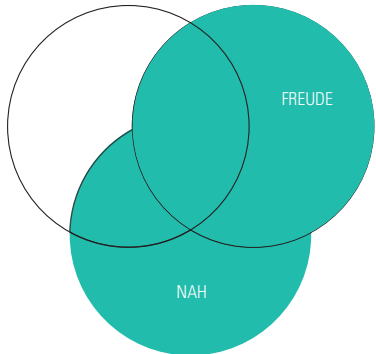
#### MARKENZEICHEN UND FARBWELT

---

Das farbige Xylophon als neues ikonographisches Markenzeichen der Musikschule Inning leitet sich klar aus den Markenkern „spielend Musik lernen“ ab und betont durch seine Farbigkeit den Markenwert „Freude“ in besonderer Weise. Darüber hinaus ist es auch meist eines der ersten Instrumente mit denen Kinder die Welt der Musik und Töne erforschen und erfahren.

## SCHRITT 2

### MARKENDESIGN

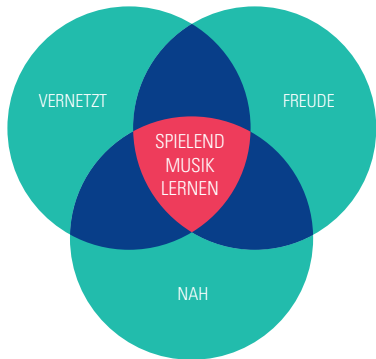


#### BILDWELT

Nähe --> Close up | Der Markenwert nah kommt besonders in der Bildwelt bzw. den authentischen Momentaufnahmen zum Ausdruck. „Freude ins Gesicht geschrieben“ – Spaß beim Lernen des Instruments

# SCHRITT 3

## KOMMUNIKATION



### DIGITAL UND PRINT

In der Kommunikation trägt der neue visuelle Markenauftritt durch das Zusammenspiel von Farb- und Bildwelt, sowie durch die gestalterischen Elementen die Leitidee „Spielend Musik lernen“. Für alle Kommunikationsmittel wird jetzt ein einheitlicher, wiedererkennbarer Gesamtauftritt generiert, der sich innerhalb des Wettbewerbs auch zukünftig behaupten kann.



Ist Ihr **Markenauftritt** fit für die Zukunft?  
Gibt eine klare **Markenstrategie** den Ton für Ihre Kommunikation an?

Kommen Sie gerne auf uns zu und wir werfen gemeinsam  
einen ersten Blick auf Ihre Marke.



[www.dietrichid.com/kontaktformular/](http://www.dietrichid.com/kontaktformular/)

T +49 89 5527 188 0  
E [kontakt@dietrichid.com](mailto:kontakt@dietrichid.com)