



- Analyse, Bestandsaufnahme, Recherche, Vergleiche, Mitbewerber
- Image, Firmenphilosophie, -historie, Selbstverständnis
- Kerngeschäft, Produkte, Dienstleistungen
- Besonderheiten, Engagement außerhalb des Kerngeschäfts
- Zielgruppe(n) ermitteln (B2B, B2C)
- Information vs. Unterhaltung
- geeignetes Medium/Format finden: Informationen über das Unternehmen (Image-/Firmenbroschüre); allgemeine Informationen zu einem Thema (Faltblatt, Broschüre, Zeitschrift etc.); aktuelle Informationen (Flyer, Messeinformation etc.); Produkt- bzw. Dienstleistungs-Informationen (Katalog, Broschüre)
- Format, Umfang, Auflage klären
- Inhalte priorisieren und auf Seiten verteilen (Seitenaufteilung)

- bestehendes Corporate Design beachten bzw. erstellen/erweitern
- Firmenlogo, Hausfarben, Schriften
- erwünschte Wirkung definieren: dynamisch/statisch, modern/klassisch, spaßig/solide, romantisch/sachlich, laut/leise, warm/kalt, jung/alt, vielfältig/einfach, natürlich/technisch, preisgünstig/hochwertig
- Ästhetik der Bilder, Bildwelt
- besteht ein Bildarchiv oder ist ein Foto-Shooting sinnvoll?
- Illustrationen, Icons, Grafiken erstellen
- ggf. verschiedene Farben für Themenfelder, Rubriken definieren

- Inhalte zusammentragen bzw. überarbeiten (im Idealfall liegen die Inhalte schon während der Gestaltung vor)
- Liegen alle Dateien (Bilder, Logos) in Druckqualität vor?
- Textumfang/Zeichenzahl beachten
- Infografiken, Tabellen etc. aufbereiten bzw. erstellen
- Fehlerkorrektur, Lektorat

- Detail-Typographie (Laufweite, Zeilenabstand, Umbrüche)
- Fotos für CMYK und 300 dpi aufbereiten (Auflösung kann je nach Medium variieren)
- Fotos evtl. retuschieren, bearbeiten
- evtl. Beschnittzugabe anlegen
- Papiersorte (gestrichen/ungestrichen) und Papierstärke (Grammatur) festlegen
- evtl. Veredelung und Besonderheiten klären (Prägung, Lack)
- Dateiübergabe mit Druckerei klären
- finale Freigabe durch den Kunden