MARKENKONSISTENZ DER MARKE BAIERSBRON DURCH KONSEQUNTE CODIERUNG

MARKENKERN	INHALTE	Themen	Bildsprache	Sprache
GENUSS	Sterneküche	Köche	Leidenschaft, Sensibilität, Empathie	Schmeckende, genussreiche Adjektive „sahnig süße Versuchung“
		Speisen	schmecken, duften, Liebe zum Detail	duftende Adjektive „von Kräuterduft erfüllter Nasenkitzel“
		Atmosphäre	weiches warmes Licht, Emotion	„ins sanft getauchte Goldtöne eines wundervollen Abendlichts“
	Wellness	Berührung	Haut, Sanftheit, Zartheit	streichelnde Adjektive „wohlig heilsame Kräfte“
		Entspannung	Mimik, Haltung, Blicke	altruistische Adjektive „gedankenverloren“, „innewohnend“
		Rekreation	Lächeln, Körperhaltung	
	Zeit/Muße	Verweilen	Unvergleichliche Vesperpausen	enthusiastische Adjektive „der beste Schluck ist der erste“
		Dialoge	Zwiegespräch	altruistische Adjektive „lauschend“, „horchend“
		Vertiefung	Nahaufnahmen	Detailierende Sprache Adjektive „im Kleinen entdeckst Du das Große“
	Kontemplation	Träumen	weiches Licht, Augen geschlossen	„Gedanken schweifen“, „wenn Denken zu Empfindung wird“
		Philosophieren	Tele, Gestik	„Wenn Deine Welt zum Genussraum wird“
		Welt vergessen	Tele, alt. Weitwinkel, weite Landschaft	„träume Deine Träume, hier kannst zu Visionen haben“
	Balance	Stimmung	positive Einsamkeit	
		Harmonie	Umarmung	
	Mythos	Raritäten	Nahaufnahmen, Weichzeichner	
		Wunder	dto.	
NATUR	Nationalpark	Weite	„Canada“, Horizonte	
		Wildheit	Felsen, Borke, Wald, Flechten	
		Ursprünglichkeit	Natur „befühlen“	
	Wandern	Naturbegegnung	Natur befühlen und Faszination	
		Entdeckung	Stücke in Gruppe zeigen	
		Atmung	Freiheit, Weite, Himmel, klarer Blick	
	Landschaft	Weite	Ausblicke, Horizonte	
		Harmonie vs. Wilderness	Spaziergang bis Klettern	
	Flora/Fauna	Licht	keine Schlagschatten, lebendiger Himmel	
	Klima	Vielfalt	„Wiesenstück“	
		Details	Makro	
		Kräuter	Makro, in Hand	
	Jahreszeiten	Licht	Früh morgens/abends, nicht mittags	
		Himmel	lebendig, blau/weiß	

© GRUPPE DREI® GmbH, 2014