



Bachelorarbeit

Aufbau einer erfolgreichen Selbstständigkeit
in der Hochzeitspapeterie auf der
Verkaufsplattform Etsy



Wintersemester 24/25

TH OWL

Lizenz: CC BY(4.0)



Abschlussarbeit zur Erlangung des akademischen Grades
Bachelor of Arts

© 2025 Victoria Madeja

Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe
Fachbereich Medienproduktion
Bielefelder Str. 66
32756 Detmold

Erstprüfer: Prof. Dr. rer. nat. Guido Falkemeier

Abgabedatum: 28.02.2025

Gender-Hinweis: Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Bachelorarbeit das generische Maskulinum verwendet. Die verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich, sofern nicht anders kenntlich gemacht auf alle Geschlechter.

1. Einleitung	4
2. Begriffe / Grundlagen	7
2.1 Corporate Identity	8
2.1.1 Communication	9
2.1.2 Behaviour	10
2.1.3 Design	11
2.2 Hochzeitspapeterie	12
3. Das Unternehmen	13
3.1 Unternehmensziel	14
3.2 Mitbewerber	15
3.3 Zielgruppe	24
3.4 Verkaufsplattform	26
3.5 Corporate Design Unternehmen	27
3.5.1 Farbwahl	29
3.5.2 Typographie	31
3.5.3 Logo	32
3.5.4 Banner	35
4. Produkte	36
4.1 Eigener Stil und Kollektion	39
4.2 Produkte in Zukunft	56
5. Fazit	57
Abbildungsverzeichnis	
Literaturverzeichnis	

1. Einleitung

Forschungsthema

In den letzten 10 Jahren stieg der Umsatz der E-Commerce Plattform Etsy von 195 Millionen US-Dollar (2014) auf 2.808 Millionen US-Dollar (2024).¹ Im Jahr 2024 gab es bei Etsy über 91 Millionen Käufer, über 6 Millionen aktive Verkäufer und über 100 Millionen Produkte, die zum Verkauf stehen.² Die Anzahl an potenziellen Kunden ist dementsprechend groß. Doch gleichzeitig ist auch die Konkurrenz bei Etsy groß. Doch wie ist es möglich sich mit dem eigenen Hobby einen eigenen erfolgreichen Shop auf der Plattform aufzubauen? Etsy ist vor allem auf handgemachte und kreative Produkte ausgelegt.³ Zudem können Verkäufer auch digitale Dateien, wie zum Beispiel Designs zum Herunterladen anbieten. Dies bietet Grafikdesignern die Möglichkeit eigene Designs bei Etsy zum Einstieg als digitale Dateien zu verkaufen. Der Fokus dieser Arbeit soll dabei auf den Bereich der Hochzeitspapeterie gelegt werden. Dabei handelt es sich um die Einladungen, Menükarten, Namensschilder und Weiteres, was an Papeterie für Hochzeiten benötigt wird.

Die Konkurrenzsituation bei Etsy ist groß und die Möglichkeiten sich mit kostenlosen Designvorlagen oder KI-Designs eigene Designs zu erstellen, steigen stetig. Das macht es im Bereich Grafikdesign schwieriger einen guten Start in die eigene Selbstständigkeit zu finden.

Zielsetzung und Motivation

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es aufzuzeigen, wie die Grundlagen für eine erfolgreiche Selbstständigkeit in der Hochzeitspapeterie auf der Verkaufsplattform Etsy geplant werden kann. Dafür sollen alle relevanten Schritte und Bereiche, die es vor der Eröffnung eines Etsy-Shops braucht, herausgearbeitet werden. Ziel ist es eine Übersicht über die aktuelle Konkurrenzsituation zu schaffen, die Arten von Produkten in der Hochzeitspapeterie vorzustellen und eine passende Zielgruppe zu erarbeiten. Es soll zudem eine ansprechende Corporate Identity für lebenslang designs erarbeitet und eine erste Produkt-Kollektion erstellt werden. Die Motivation für die Bachelorarbeit ist, dass ich meine eigene Selbstständigkeit erfolgreich starten kann. Es sollen alle theoretischen und praktischen Grundlagen zur Eröffnung des Etsy-Shops erarbeitet und umgesetzt werden.

¹ Statista (2025). Umsatz von Etsy weltweit in den Jahren 2012 bis 2024. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151149/umfrage/online-umsatz-von-etsy-inc/>

² Etsy (2025). Etsy Q4 2024 Financial Results. Abgerufen am 27.02.2025 von https://s22.q4cdn.com/941741262/files/doc_financials/2024/q4/For-website-Q4-2024-Earnings-Presentation.pdf

³ Vgl. Finnigan, Hedwig (2024). Erfolgreich verkaufen auf Etsy. Deutschland: tredition Verlag. S. 6

Forschungsstand

Zu dem spezifischen Thema wie eine erfolgreiche Selbstständigkeit in der Hochzeitspapeterie-Branche auf der Plattform Etsy geplant werden kann, gibt es derzeit keine Forschung. Wenn das Thema etwas breiter aufgefasst wird, gibt es einiges an Literatur zu den Themen Aufbau einer Selbstständigkeit, Corporate Identity bei einer Unternehmensgründung und Grafikdesign. Der Bereich der Hochzeitspapeterie ist weitgehend unerforscht. Es gibt Statistiken wieviel Hochzeitspaare für Papeterie ausgegeben haben, sowie über die Nutzung und den Umsatz von Etsy. Die Plattform weddyplace.com stellt jedes Jahr eine große Hochzeitsstudie als Online-Umfrage zur Verfügung. In der Studie für das Jahr 2024 hat sich ergeben, dass die Mehrheit mit 55,9% der Hochzeitspaare weniger als 250€ für Hochzeitspapeterie ausgegeben haben.⁴ Diese Studie und viele weitere legen die Grundlage für die Analyse der Zielgruppe. Theoretische Grundlage für die Forschung werden daher vor allem Statistiken zu dem Thema, eine Markt- und Zielgruppenanalyse sein und die vorhandene Literatur soll ausgewertet werden.

Fragestellung

Aus der Problemstellung leitet sich folgende Frage ab: Wie kann man die Grundlagen für einen erfolgreichen Online Shop im Bereich der Hochzeitspapeterie auf der Verkaufsplattform Etsy legen?

Dabei stellen sich die folgenden Unterfragen:

Welchen Auftritt sollte man als Kleinunternehmen haben, um möglichst ansprechend für potenzielle Kunden zu sein?

Welche Art von Produkten sollten angeboten werden, um möglichst viele Käufe zu erzielen?

Was ist die Zielgruppe für „lebenlang designs“ und welches Budget hat diese?

⁴ Weddyplace. Die große Hochzeitsstudie 2024. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.weddyplace.com/de/hochzeitsstudie/2024>

Methode und geplantes Vorgehen

Das Ziel der Forschung ist es herauszufinden, mit welcher Unternehmensstrategie man auf der Plattform Etsy effektiv und erfolgreich ist. Dabei kommt vor allem zusammenfassendes Arbeiten als Methode für meine Bachelorarbeit in Frage. Denn ein Kleingewerbe, eine Selbstständigkeit generell oder einen Online-Shop zu erstellen ist nichts Neues. Es gibt Quellen an Informationen durch Bücher, Artikel, Internetbeiträge und Statistiken, um zum Ergebnis zu gelangen. Mit vorhandenen Daten kann die Zielgruppe definiert werden und die Produkte anhand dessen angepasst werden.

Quellen untersuchendes Vorgehen kommt nur bedingt in Frage. Es macht Sinn andere Etsy Shop Profile sowie Produkte anderer Anbieter zu sammeln, beschreiben, analysieren und interpretieren.

Empirisches Vorgehen kommt für die Bachelorarbeit nur zu einem Teil in Frage. Es wäre zu aufwendig und zeitintensiv als Experiment mehrere Etsy Shops und verschiedene Produkte zu erstellen und durch Beobachtung zu analysieren, welche am erfolgreichsten sind. Ein angewandtes Vorgehen soll nicht durchgeführt werden, da eine Kampagne, um etwas zu verändern nicht das Ziel ist. Zudem soll nicht erst alles erstellt und dann reflektiert werden, sondern das Branding, der Shop und die Produkte sollen durch durchdachtes Vorgehen erstellt werden.

Theoretisches oder philosophisches Vorgehen kommt für die Bachelorarbeit nicht in Frage, da es keinen Bezug zu Philosophie, Ethik, Glaubensrichtungen und Phänomenen gibt, sowie nach Auswirkungen nicht geforscht wird.

Das Ziel der Bachelorarbeit soll in mehreren Schritten erarbeitet werden. Zunächst soll eine aktuelle Analyse der Plattform Etsy durchgeführt werden mit Fokus auf Hochzeitspapeterie. Dabei soll die Konkurrenz analysiert werden und herausgearbeitet werden, wie diese ihre Shops aufbauen, welche Arten von Produkten diese anbieten und wie die Preisstruktur aussieht. Zudem sollen aktuelle Unternehmensberichte und Statistiken der Plattform Etsy betrachtet werden. Im nächsten Schritt soll eine Zielgruppe passende Zielgruppe festgelegt werden.

2. Begriffe/ Grundlagen

Affinity Designer:

Ein Programm für digitale Bearbeitung, Erstellung von Logos, Grafiken und Illustrationen.

Affinity Publisher:

Ein Programm für die Erstellung von Print-Produkten und Dokumenten.

Canva:

Kostenloses Grafik-Programm zum Erstellen von Design-Vorlagen, sowie Nutzung von Vorlagen für beispielsweise Printprodukte, Posts für Social Media, mit Fotos oder Videos, für Logos, Dokumente, Infografiken und Präsentationen. Unbegrenzt sind die Inhalte mit einem monatlichem Abo.

DIY

Abkürzung für "do-it-yourself" und gilt für selbstgemachte Dinge wie Möbel, Dekoration, Kleidung, Bastelarbeiten, Schmuck und andere Gegenstände. Personen fertigen diese selber an, anstatt zu kaufen oder erstellen zu lassen, aus preislichen Gründen oder wegen spezifischen Vorstellungen.

E-Commerce:

Abgekürzt von "Electronic Commerce", bedeutet auf Deutsch Online Marktplatz oder elektronischer Handel, also der Kauf und Verkauf von Artikeln im Internet.

Etsy

Website mit einem virtuellen Marktplatz, wo großteils handgefertigte Produkte angeboten werden, digitale Designs zum sofortigen Herunterladen, sowie Vintage-Artikel.

Kollektion:

Eine Auswahl an mehreren Produkten in einem Stil und einheitlichem Design.

Save-the-Date:

Auf Deutsch "sicher das Datum". Es ist eine digitale oder gedruckte Karte, wo ein verlobtes Paar das Datum für ihre Hochzeit bekannt gibt, damit die Gäste sich dieses frühstmöglich eintragen und freihalten können schon vor der richtigen Einladung.

Serifenschrift:

Ein Stil von Schriftarten mit Endstrichen, also kleinen Linien an den Enden des Buchstabens.

Social-Media

Im Deutschen bedeutet es "Soziale Medien", welches ein virtuelles Netzwerk im Internet ist zum Teilen von Ideen, Bildern, Videos, Informationen und zur Kommunikation genutzt wird.

Typographie:

Ist die Gestaltung von Schriften in digitalen und gedruckten Medien, mit der Anpassung von Größe, Abstand, um ein gewünschtes Ergebnis für Lesbarkeit und Ästhetik zu erzielen.

Vintage:

Englisch und steht für altmodisch und klassisch, bezieht sich auf unter anderem auf Kleidung, Schmuck, Dekoration, Designs oder Stil aus einer vergangenen Zeit.



2.1 Corporate Identity

“Corporate Identity bezeichnet die Persönlichkeit und den Charakter eines Unternehmens”⁵. Corporate Identity wird oft mit Corporate Design verwechselt. Jedoch beinhaltet die CI neben dem Corporate Design auch das Verhalten (Behaviour), die Kommunikation (Communication) und Kultur (Culture).⁶ „Corporate Identity (CI) stellt also die Absicht eines Unternehmens oder einer Institution dar, nach innen und nach außen als geschlossene Einheit aufzutreten“⁷. Im Falle eines Etsy-Shops entscheidet die CI als erster Eindruck, ob der Shop auf Interessenten stimmig und ansprechend wirkt und beeinflusst somit die Kaufentscheidung. Denn bei einer passenden CI hat diese „positive Effekte auf die Kundengewinnung, [und] die Kundenbindung“⁸. Zudem sorgt es dafür, dass sich das Unternehmen von den Mitbewerbern abhebt und einzigartig ist.⁹

Im Mittelpunkt bei der Ausarbeitung der CI steht immer der (potenzielle) Kunde. Dafür ist es entscheidend, genau zu wissen welches die Zielgruppe für das Unternehmen ist. Denn so lässt sich in dem Fall analysieren welche Erwartungen und Vorstellungen Kunden von einem ansprechenden Etsy-Shop haben. Anhand dessen lässt sich die CI optimieren, um die Zielgruppe als gesamtes Unternehmen passend anzusprechen.¹⁰ Somit kann die „hohe Übereinstimmung von Kundenerwartung und Versprechen an die Kunden“¹¹ im Fokus der CI-Ausarbeitung liegen.

⁵ Finanzchef24. Corporate Identity für Selbstständige und Kleinunternehmer. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.finanzchef24.de/wissen/marketing-wachstum/corporate-identity>

⁶ Helder. Was ist Corporate Design?. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://helder.design/corporate-design/>

⁷ Bühler, Schlaich, Dominik (2019). Medienmarketing. Berlin: Springer Verlag. S.39

⁸ Finanzchef24. Abgerufen am 27.02.2025.

⁹ Vgl. Finanzchef24. Abgerufen am 27.02.2025.

¹⁰ Vgl. Keite, Lothar (2019). Corporate Identity im digitalen Zeitalter. Freiburg: Haufe-Lexware Verlag. S. 146

¹¹ Keite(2019). S. 146

2.1.1 Communication

Die Corporate Communication „beschreibt [...] die Art und Weise, wie [...] als Unternehmen, Kleinunternehmer oder Selbstständiger intern und extern“¹² kommuniziert wird. In dem Fall eines Etsy-Shops zeigt sich dies dabei, wie schnell auf Anfragen reagiert wird, wie fachkundig und vertrauenswürdig Antworten sind und in welcher Art und Weise man mit Interessenten und Kunden schreibt und spricht. Die „Unternehmenskultur [...] bestimmt, welche Werte, Einstellungen und Normen [...] [für das] Unternehmen wichtig sind“¹³.

Wichtig ist, dass sich die Corporate Communication in allen Bereichen des Unternehmens widerspiegelt.¹⁴ Wenn ein Etsy Shop in der Beschreibung zu Produkten oder auf Social-Media die Interessenten siezt, aber bei direkten Kundenkontakt duzt, führt dies zu einer uneinheitlichen Kommunikation. Es wirkt auch unstimmig, wenn die Produktbeschreibungen bei Etsy sehr informativ und fachlich korrekt sind, aber bei direkten Kundenanfragen keine kompetenten Antworten gegeben werden können.

Die Unternehmenskommunikation nach außen hat das „Ziel die jeweiligen Zielgruppen rechtzeitig mit allen entscheidungsrelevanten Informationen zu versorgen. Die Informationen müssen für den Empfänger verständlich sein und sie sollen die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in das Unternehmen stärken“¹⁵. Für einen Etsy-Shop mit digitalen Designvorlagen kann dies bedeuten in der Produktbeschreibung und auf den Social-Media Kanälen aufzuzeigen, welche Kosten durch den Druck Zuhause oder in einer Druckerei im Gegensatz zur Konkurrenz gespart werden können. Diese Informationen können für die Kaufentscheidung des Kunden entscheidend sein. Das Ziel der Unternehmenskommunikation ist, dass Kunden langanhaltend Positives mit der Marke verbinden und ein einfaches und sicheres Einkaufserlebnis haben.¹⁶

¹² Finanzchef24. Corporate Identity für Selbstständige und Kleinunternehmer. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.finanzchef24.de/wissen/marketing-wachstum/corporate-identity>

¹³ Finanzchef24. Abgerufen am 27.02.2025.

¹⁴ Vgl. Finanzchef24. Abgerufen am 27.02.2025.

¹⁵ Kiessling, Waldemar und Babel, Florian (2016). Corporate Identity: Strategie Nachhaltiger Unternehmensführung. Regensburg: Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG. 4. Auflage. S. 82

¹⁶ Vgl. Keite, Lothar (2019). Corporate Identity im digitalen Zeitalter. Freiburg: Haufe-Lexware Verlag. S. 67

2.1.2 Behaviour

Das Corporate Behaviour bezeichnet das „Verhalten gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern“¹⁷. Es wird das Ziel verfolgt, dass Kunden fair behandelt, „ernst genommen, richtig beraten [...] werden, Vertrauen ins Unternehmen und dessen Produkte [...] gewinnen [und] auch langfristig mit Unterstützung (Support) rechnen können“¹⁸.

Mit dem Behaviour soll eine Bindung zum Kunden aufgebaut werden. Es bietet zudem die Möglichkeit sich auch als kleines Unternehmen bereits von der eigenen Konkurrenz abzugrenzen und positiv hervorstechen.¹⁹ Der Kunde nimmt es direkt positiv wahr, wenn ein Etsy-Shop schnell im Chat antwortet, immer freundlich und kompetent wirkt und auf die Bedürfnisse des Kunden eingeht. Gerade wenn bei der Konkurrenz lange auf eine Antwort gewartet werden muss, kann eine schnelle Antwort die gesamte Kaufentscheidung positiv beeinflussen.

¹⁷ Finanzchef24. Corporate Identity für Selbstständige und Kleinunternehmer. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.finanzchef24.de/wissen/marketing-wachstum/corporate-identity>

¹⁸ Bühler, Schlaich, Dominik (2019). Medienmarketing. Berlin: Springer Verlag. S.41

¹⁹ Vgl. Finanzchef24. Abgerufen am 27.02.2025.

2.1.3 Design

Das Corporate Design bezeichnet das einheitliche Erscheinungsbild eines Unternehmens.²⁰ Dies soll zu den Leitwerten des Unternehmens passen und unverwechselbar sein. Das CD setzt sich aus Grafik-, Produkt-, Web-, und bei manchen Architektur-Design zusammen.²¹ Im Genaueren gehören zu den Elementen eines Corporate Designs das Logo, die Typografie, Farben, Bildsprache, Positionierung und Layout.²² „Ziel eines definierten Corporate Designs ist ein visuell konsistenter Auftritt, der die Besonderheiten des Unternehmens vermittelt und es dadurch vom Wettbewerb differenziert“²³.

Das Corporate Design eines Unternehmens ist das erste, was sofort von potenziellen Kunden wahrgenommen wird.²⁴ Entscheidend ist dies gerade bei der Unternehmensgründung. Denn im Gegensatz zu etablierten Unternehmen, hat ein neu gegründetes Unternehmen keine Möglichkeit sich durch positive Bewertungen und Erfahrungen von Kunden zu beweisen. Daher ist es umso relevanter, dass der gesamte visuelle Auftritt positiv auffällt und Vertrauen beim potenziellen Kunden erweckt.²⁵ Das Vertrauen beim Kunden steigt durch Wiedererkennbarkeit und Einheitlichkeit im Stil.²⁶ „Grafische Elemente können neben reinen Fotos und dem Logo eine Schlüsselfunktion für die Wiedererkennbarkeit der Marke einnehmen“²⁷.

“Mit einem klaren, konsistenten Corporate Design kann sich eine Marke im Bewusstsein von Menschen verankern und dadurch auch Vorteile für das Unternehmen gegenüber Mitbewerbern erlangen“²⁸.

²⁰ Vgl. Finanzchef24. Corporate Identity für Selbstständige und Kleinunternehmer. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.finanzchef24.de/wissen/marketing-wachstum/corporate-identity>

²¹ Vgl. Keite, Lothar (2019). Corporate Identity im digitalen Zeitalter. Freiburg: Haufe-Lexware Verlag. S. 102

²² Vgl. Helder. Was ist Corporate Design?. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://helder.design/corporate-design/>

²³ Helder. Abgerufen am 27.02.2025.

²⁴ Vgl. Keite(2019). S. 101

²⁵ Vgl. Helder. Abgerufen am 27.02.2025.

²⁶ Vgl. Keite(2019). S. 282

²⁷ Berger, Desiree (2023).Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 233

²⁸ Berger(2023).S. 51

2.2 Hochzeitspapeterie

Bei der Hochzeitspapeterie handelt es sich um Papierwaren vor, während und kurz nach der Hochzeit. Auch Aufdrucke auf anderen Materialien wie Holz und Stoff können dazu gehören.

Mit der Hochzeitspapeterie werden wichtige Informationen vermittelt, mögliche Fragen geklärt, aber auch der Stil der Hochzeit mit den passenden Designs unterstrichen. Mit einer besonderen Einladung bekommen die Gäste Vorfreude und schon eine Vorstellung von der Hochzeit. Wie die Blumen und die Dekoration, hat auch die Papeterie eine Wirkung auf die Atmosphäre der Trauung und Feier.

Beispiele

Vor der Hochzeit versenden Paare eine Save-the-Date Karte. In dieser Karte wird das Hochzeitsdatum mitgeteilt, damit die Gäste sich dieses freihalten können. Danach gibt es noch eine offizielle Einladungskarte mit weiteren Informationen zur Hochzeit wie Ort der Trauung und Feier.

Am Tag der Hochzeit ist es sehr individuell und von der Art der Hochzeit und dem Brautpaar abhängig. Jedoch haben die meisten Hochzeiten, die mit mehr als 30 Gästen feiern, den Großteil der folgenden Papeterie: Programmheft oder Kirchenheft, Karten für das Ehegelübde, Anhänger/ Banderolen für Taschentücher, Willkommensschild, Wegweiser, Programmschild für den Ablauf des Tages, ein Schild für die Sitzordnung.

Oftmals gibt es für jeden Tisch eine Karte mit der jeweiligen Tischnummer, sowie einer Platzkarte mit dem Namen des Gastes. In der Regel überlegen sich Paare in der Planung die Sitzordnung genau, sodass möglichst alle zufrieden sind und sich Gäste nicht mehrmals umsetzen müssen. Auf den Tischen können auch Menükarten stehen oder was es beim Buffet geben wird, sowie Getränkekarten. Auch mit Schildern für die Reservierungen eines Platzes bei der Trauung möchte das Paar sich um Dinge, die ihnen wichtig sind, im Vorfeld kümmern.

Nach der Hochzeit versenden die meisten eine Dankeskarte mit einem abgebildeten Bild des Brautpaares von den Fotos des Fotografen. Bei der Dankeskarte bedankt sich das Paar bei den Gästen, dass sie dabei waren, für die Glückwünsche, Karten und Geschenke. Mit der Hochzeitspapeterie werden wichtige Informationen vermittelt, mögliche Fragen geklärt, aber auch der Stil der Hochzeit unterstrichen, wenn das Design dazu passt.

3. Das Unternehmen

Auf der E-Commerce Seite Etsy sollen digitale Vorlagen für Hochzeitspapeterie angeboten werden. Innerhalb dieser Arbeit sollen alle Vorkehrungen getroffen werden, damit das Unternehmen und der Etsy-Shop in Zukunft eröffnet werden können.

Zunächst soll sich auf einen aussagekräftigen und passenden Unternehmensnamen festgelegt werden. Zunächst kamen Namen wie “precious moments designs” oder “eternal love designs” in Frage. Bei Etsy ist es wichtig einen Namen zu haben, der aussagt, was man verkauft. Schnell wurde klar, dass sich der Shop auf den deutschsprachigen Raum beziehen soll, weswegen ein deutscher Name festgelegt wurde.

Das Kleinunternehmen trägt den Namen lebenslang designs. Denn das besondere an einer Hochzeit ist, dass sich zwei Menschen für ein Leben miteinander entscheiden und sich die Treue bis an das Lebensende versprechen. Hiermit wird auf Hochzeiten hingedeutet und auf die Emotionalität hinter der Vorbereitung auf den Tag der Hochzeit.

Die Zielgruppe sind vor allem deutsche Hochzeitspaare. Deswegen haben die Designs deutsche Texte, sowie das Auftreten auf anderen Seiten und Kanälen wird auf deutsch stattfinden. Damit können Käufer die Informationen und Ideen wie sie ihre Produkte ausdrucken können besser anwenden, da es für das eigene Land ausgerichtet sind. Beispielsweise können Links, die zu Webseiten von Druckereien führen, welche die jeweilige Größe preisgünstig anbieten, hilfreich sein. Für die Produktbeschreibung, die kulturellen Bräuche an Hochzeiten und den Kundenkontakt ist es vorteilhaft sich auf eine Sprache festzulegen. Somit kann sich bei den einzelnen Designs mehr darauf konzentriert werden, was gerade bei Hochzeiten in Deutschland im Trend ist und an Papeterie gebraucht wird.

3.1 Unternehmensziel

Das Ziel des Unternehmens ist, ein erfolgreiches Kleingewerbe aufzubauen. Es sollen in Abständen neue Kollektionen oder auch zu jeder Kollektion ein neues Produkt dazu kommen. Die Auswahl an Kollektionen soll soweit ausgeweitet werden, sodass potenzielle Käufer Auswahl und Möglichkeiten haben, wie sie ihre Hochzeit mit der Papeterie gestalten wollen. Die Shop Besucher sollen für ihre Hochzeit passende Designs finden, die in ihr Budget passen.

Der Shop soll einen klar erkennbaren Fokus auf Hochzeiten haben. Es soll dem Besucher direkt vermittelt werden, dass sich die Person hinter den Designs viele Gedanken gemacht hat, wie individuell eine Hochzeit aussehen kann und mögliche Wünsche und Hinweise bieten kann.

Durch einen Blog auf einer externen Webseite könnten Personen hilfreiche Ratschläge und Ideen gewinnen, wie sie mit den Vorlagen budgetfreundlich ihre Papeterie drucken können oder mit welchem Papier sie ihr gewünschtes Ergebnis erzielen können. Auch über Social Media soll zu Kunden eine Verbindung aufgebaut werden, wo möglicherweise Bilder von der Papeterie an echten Hochzeiten gezeigt werden. Außerdem würde es Inhalte über Hochzeiten, Papeterie, DIY-Ideen und mehr geben wodurch Käufer oder potenzielle Käufer Inspirationen bekommen und damit auch Gründe zu folgen und interagieren.

Ein weiteres Ziel ist es eine hohe Kundenzufriedenheit und nutzerfreundliche Produkte zu bieten. Der Weg vom Kauf bis zum fertigen Produkt soll möglichst einfach und unkompliziert verlaufen und stetig kontrolliert werden. Es soll für die Käufer möglich sein alles von Zuhause aus oder durch eine Druckerei drucken zu lassen. Das alles soll zu einem fairen Preis und mit individuellen Gestaltungsmöglichkeiten angeboten werden.

3.2 Mitbewerber

Die Konkurrenz in der Hochzeitspapeterie ist groß und vielseitig. In der heutigen Zeit gibt es viele verschiedene Möglichkeiten die Papeterie für die eigene Hochzeit selbst zu gestalten oder gestalten zu lassen. Auf der E-Commerce Plattform Etsy gibt es viele unterschiedliche Shops und damit auch unterschiedliche Möglichkeiten. Von digitalen Designvorlagen über fertig gedruckte Produkte gibt es viel Auswahl. Es gibt große Online-Shops wie zum Beispiel www.kartenmacherei.de. Dort kann man sich Designs aussuchen, die Texte online anpassen und muss diese dann über Kartenmacherei drucken lassen. Somit muss sich das Brautpaar um keine weiteren Aufgaben kümmern. Für Brautpaare, die gerne selbst mit Vorlagen gestalten wollen, gibt es die App Canva. Dort kann man aus Vorlagen eigene Designs erstellen oder von Grund auf selbst designen. Um den nachfolgenden Druck muss sich das Brautpaar selbst kümmern. Im nachfolgenden werden die drei Konkurrenzplattformen genauer hinsichtlich der Möglichkeiten, Preise und Aufbau der Shops vorgestellt.

Etsy

Im Folgenden werden Etsy-Shops gelistet, die aus Deutschland kommen und digitale Vorlagen für Hochzeitspapeterie anbieten. Es gibt ein breites Angebot auf verschiedenen Plattformen und Seiten für Einladungen. Die Auswahl betrifft Shops, die mindestens vier verschiedene Produkte für Hochzeitspapeterie anbieten.

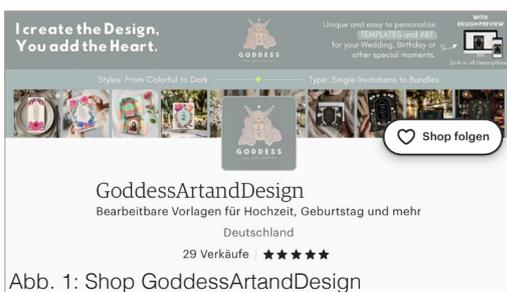


Abb. 1: Shop GoddessArtandDesign

GoddessArtandDesign²⁹ hat Vorlagen auf Englisch für hauptsächlich Einladungen im Gotik-Stil, aber auch bunte blumige Designs. Es lässt sich daher kein einheitliches visuelles Gesamtbild erkennen, da die Designs von dunkel und düster bis hell und farbenfroh reichen.

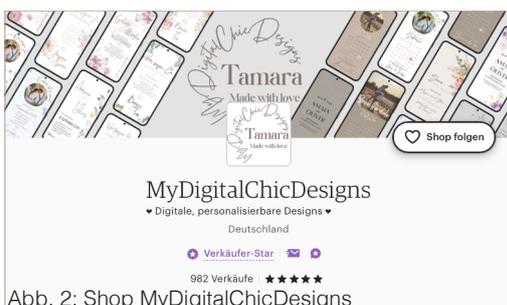


Abb. 2: Shop MyDigitalChicDesigns

MyDigitalChicDesigns³⁰ hat hauptsächlich digitale Save-the-Date und Einladungsdesigns, die über das Handy versendet werden. Der visuelle Gesamtauftritt wirkt sehr einheitlich und stimmig. Die geschwungene Schrift im Logo findet sich auch in geschwungenen Schriften bei den Designs wieder. Die Grundfarbe des Shops Beige ist in verschiedenen Helligkeitsstufen auch in den Designs vorhanden, wodurch alles einheitlich wirkt.

²⁹ Etsy. GoddessArtandDesign. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/GoddessArtandDesign>

³⁰ Etsy. MyDigitalChicDesigns. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/MyDigitalChicDesigns>



Abb. 3: Shop SlowdownartDesign

SlowdownartDesign³¹ hat digitale Vorlagen für Hochzeiten, und andere Anlässe. Es gibt die Möglichkeit Papeterie-Produkte selbst inhaltlich anzupassen, zu drucken, anzufertigen und versenden zu lassen. Es handelt sich vor allem um elegante und minimalistische Designs, was sich auch im gesamten Auftritt stimmig widerspiegelt.



Abb. 4: Shop RosaBlattwerk

RosaBlattwerk³² hat digitale Designs für Spiele, Gästebuchkarten, Traurkunden für freie Trauungen und Vorlagen für Hochzeitszeitungen. Es lässt sich ein klares Gesamtkonzept erkennen mit einer Kombination aus eleganter und geschwungener Schrift und Pflanzen-/Blumenelementen.

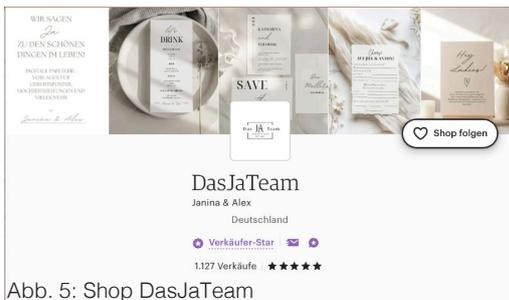


Abb. 5: Shop DasJaTeam

DasJaTeam³³ hat hauptsächlich Hochzeitspapeterie-Vorlagen mit verschiedenen Kollektionen. Die Designs sind sehr einheitlich und stimmig. Die Papeterie ist sehr schlicht gehalten mit hauptsächlich Weiß, Beige und Grün. Die sehr bunten Kinder-Geburtstags-einladungen stören das einheitliche Gesamtbild.

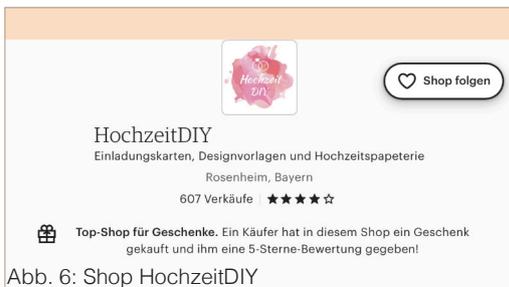


Abb. 6: Shop HochzeitDIY

HochzeitDIY³⁴ hat neben vier Kollektionen für Hochzeitspapeterie-Vorlagen viele weitere Produkte für Junggesellenabschiede und Weiteres. Der Shop wirkt sehr uneinheitlich durch die sehr unterschiedlichen Designs und Farben.

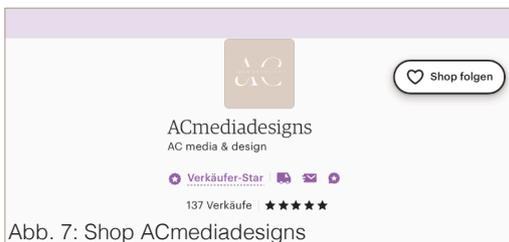


Abb. 7: Shop ACmediadesigns

ACmediadesigns³⁵ hat eine Kollektion für Hochzeitspapeterie und bietet Poster für Kinderzimmer und Einladungen für Geburtstage an. Durch die großen Unterschiede zwischen Artikeln für Hochzeiten und für Kinder, wirkt alles sehr uneinheitlich. Die schlichten eleganten Hochzeitsdesigns und sehr farbenfrohen Designs für Kinder ergeben ein unstimmiges Gesamtbild.

³¹ Etsy. SlowdownartDesign. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/SlowdownartDesign>

³² Etsy. RosaBlattwerk. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/RosaBlattwerk>

³³ Etsy. DasJaTeam. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/DasJaTeam>

³⁴ Etsy. HochzeitDIY. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/HochzeitDIY>

³⁵ Etsy. AC media & design. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/ACmediadesigns>



Abb. 8: Shop WOOFstudioDE

WOOFstudioDE³⁶ hat neben Designs für Hochzeiten auch einige Designs für andere Anlässe. Viele Designs sind einheitlich und zum Teil an Zeitungen von früher angelehnt. Das Gesamtbild wird immer wieder durch sehr bunte ausgefallene Designs unterbrochen.



Abb. 9: Shop weddykrams

Weddykrams³⁷ hat Designs für Hinweisschilder, Vorlagen für Planung, Spiele und digitale Save-the-Date Designs. Alles sieht sehr einheitlich und stimmig im Gesamtkonzept aus. Das Logo lässt deutlich erkennen, dass es um Hochzeiten geht und die Logofarben finden sich in Bemerkungen auf den Titelbildern der Produkte wieder.



Abb. 10: Shop FourthSeptemberShop

FourthSeptemberShop³⁸ hat Vorlagen für digitale Einladungen, Hinweisschilder und andere Anlässe. Die Designs haben geschwungene und schlichte Schriften und alles wirkt harmonisch. Auch die Designs für Kindergeburtstage und Taufen passen durch die zwar bunten, aber eher schlichten Pastellfarben gut zum Gesamtbild.



Abb. 11: Shop Pixelklee

PixelKlee³⁹ hat digitale Vorlagen für hauptsächlich Hochzeiten, Hinweisschilder und andere Schilder wie "Unsere Hochzeitsfakten" und "Handyfreie Trauung".

³⁶ Etsy. WOOFstudioDE. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/WOOFstudioDE>

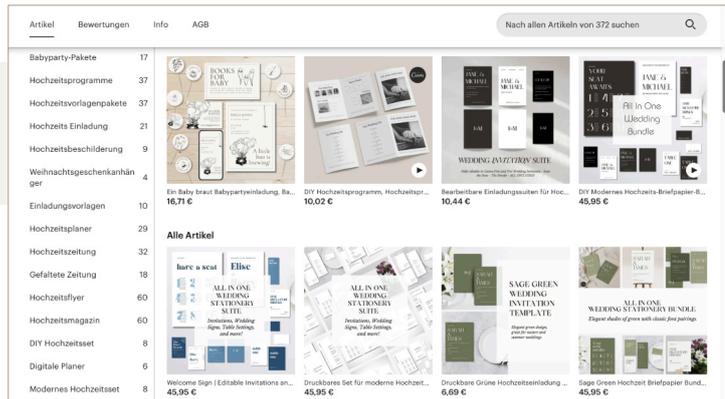
³⁷ Etsy. Weddykrams. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/weddykrams>

³⁸ Etsy. FourthSeptemberShop. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/FourthSeptemberShop>

³⁹ Etsy. PixelKlee. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/Pixelklee>



Abb. 12: Shop JellybeenDigitals



Jelly Been Digitals⁴⁰ ist ein Etsy Shop aus Kanada, welcher Design Vorlagen für Hochzeiten sowie Baby-Shower Feiern, und Hochzeitsplaner anbietet. Die Designs sind oftmals schlicht, modern, einige haben einen Zeitung-Stil. Es wird so gut wie alles an Papeterie abgedeckt. Das zum Großteil in schwarz gehaltene Logo hebt sich stark von der Konkurrenz in der Hochzeitsbranche ab. Die Logofarbe findet sich auch in den Designs wieder. Dies sorgt für einen sehr starken Wiedererkennungswert und lässt den Shop und die Designs einzigartig wirken. Das gesamte Corporate Design ist sehr stimmig, weil dieselbe Farbpalette und ähnliche Schriftarten verwendet werden.

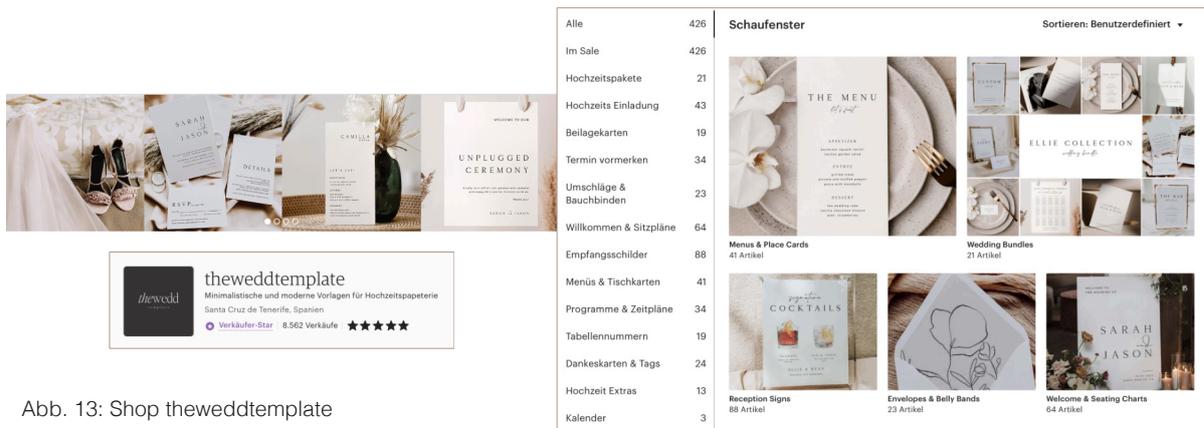


Abb. 13: Shop theweddtemplate

The wedd template⁴¹ ist ein Etsy Shop aus Spanien mit einem Verkäufer-Star Abzeichen. Mit mehr als 8,5 Tausend Verkäufen, sowie Bewertungen bei 4,8. Die Texte und Produkte sind für Kunden weltweit ausgerichtet bzw. im englischsprachigen Raum. Das Logo ist minimalistisch, weiß auf schwarz mit einer edlen Serifenschrift. Der Banner ist eine Slide-Show mit jeweils 4 Bildern pro Banner und wechselt alle vier Sekunden. Somit werden insgesamt viele Bilder gezeigt, aber durch die Aufteilung auf mehrere Banner ist es trotzdem übersichtlich. Die Verkäuferin fokussiert sich auf Hochzeitspapeterie mit Kollektionen, welche nach Frauennamen benannt werden. Die Designs sind minimalistisch und elegant. Hauptsächlich ist nur Schrift zu sehen. Das Gesamtbild des Shops wirkt sehr harmonisch und einheitlich.

⁴⁰ Etsy. JellyBeenDigitals. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/jellybeendigitals>

⁴¹ Etsy. Weddtemplate. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/theweddtemplate>

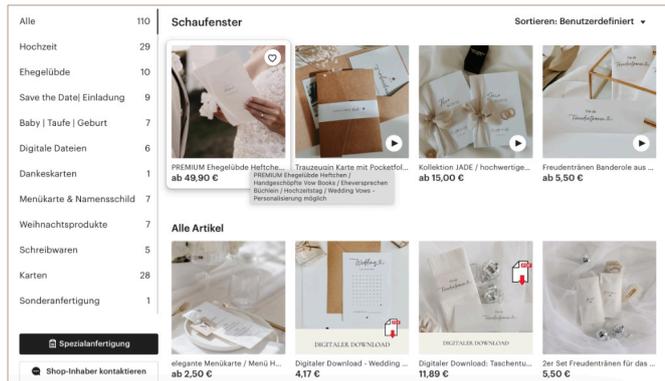


Abb. 14: Shop SlowdownartDesign

SlowdownartDesign⁴² ist ein deutscher Etsy-Shop mit einer guten Bewertungsquote von 4,8. Das Logo ist schlicht, bestehend aus einer Schreibschrift und Druckschrift in Kapitälchen. Es wird auf ein elegantes und zeitloses Design wertgelegt. Digitale Dateien werden zum Teil angeboten, wo die Paare sich die Produkte in Canva personalisieren lassen können. Aber die meisten Produkte sind zum Personalisieren. Ob es nur die Namen und das Datum ist oder das gesamte Menü. Denn dieser Shop fügt diese Namen in das gewünschte Design ein, druckt und fertigt diese Produkte an, bis sie schließlich zum Käufer versendet werden.

Der Shop hat ein klares Gesamtkonzept, welches sich in einem einheitlichen Stil bei Logo, Typographie, Farben und Produkten zeigt. Interessenten können direkt erkennen, welche Art von Stil die Produkte haben und können dann durch die vielen weiteren Produkte in dem ähnlichen Stil schauen.

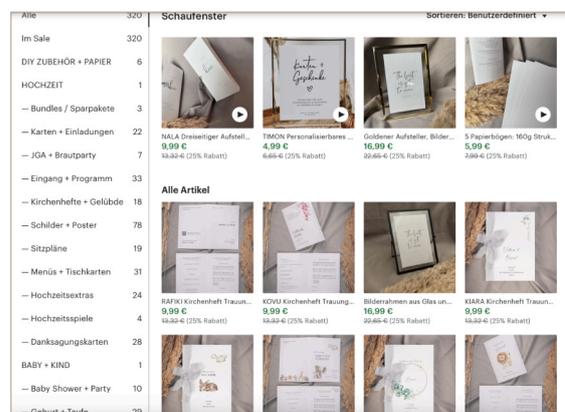


Abb. 15: Shop EVELESTE

Der Shop EVELESTE⁴³ kommt aus Deutschland, bietet eine breite Spanne an Hochzeitspapeterie und für andere Anlässe an. Der Stil ist modern, elegant und dabei schlicht, sodass es modern wirkt. Die Verkäuferin sagt selbst, dass es minimalistisch digitale Vorlagen sind. Das Logo passt zu dieser Beschreibung. Der Banner besteht aus fünf Produktfotos. Auch bei diesem Shop findet man wenig oder kaum Elemente. Es wird hauptsächlich mit der Schrift und Anordnung gearbeitet.

⁴² Etsy. SlowdownartDesign. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/SlowdownartDesign>

⁴³ Etsy. Eveleste. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/EVELESTE>

Bei der Analyse wurde deutlich, dass es einige Shops gibt, welche digitale Vorlagen für mehrere Anlässe anbieten, aber damit nicht die breite Spanne an Hochzeitspapeterie abdecken. Somit können viele Shops nicht die verschiedenen Möglichkeiten bieten, die sich Paare für ihre Hochzeit wünschen könnten. Ein einheitliches Design bei allen Papierwaren an der Hochzeit ist ideal, damit Paare ihre gesamte Hochzeit in einem einheitlichen Stil gestalten können.

Zudem hat nicht jeder Shop ein einheitliches Corporate Design. Logo und Produkte passen nicht immer zusammen und die Logofarben finden sich teilweise im Rest des Shops nicht wieder. Als Interessent kann der Shop somit sehr unübersichtlich wirken und es wird nicht klar, auf was sich das Unternehmen konzentriert. Bei den positiven Beispielen lässt sich ein stimmiges Gesamtkonzept, welches sich sowohl in dem Logo, der Farbwahl, der Typographie als auch in den Produkten wiedererkennen. Alles macht einen sehr harmonischen Eindruck. Diese Shops konzentrieren sich meistens auf eine Nische, wie z.B. minimalistische Hochzeitspapeterie-Designs, um einen Wiedererkennungswert und ein stimmiges Gesamtkonzept zu erreichen.

Canva⁴⁴:

Wenn man bei Canva nach Vorlagen für Hochzeitspapeterie schaut, findet jeder bestimmt ein ansprechendes Design. Die Vorlagen werden von Grafikdesignern erstellt, es gibt eine große Auswahl und verschiedene Stile. Wenn einer Person jedoch die Einladungskarte gefällt, wird es schwierig weitere Produkte in dem gleichen Stil zu finden. Denn bei den meisten Profilen gibt es scheinbar unendlich viele Designs, jedoch nicht in der Kategorie Hochzeit, sondern für ganz andere Anlässe.

Viele Designer erstellen auch Designs für Hochzeiten, aber haben auf dem Profil Designs für ganz andere Anlässe. Wenn es nicht in einer Kollektion gebündelt wird, dann werden Hochzeitspaare nicht ständig durch die erstellten Produkte gehen, um herauszufinden, ob es von diesem Stil mehr Produkte gibt bzw. ob es alle gewünschten Produkte in diesem Stil gibt.

Wenn ein Profil gefunden wurde, welches z.B. 2 Kollektionen für Papeterie hat, fehlen einige Artikel wie z.B. Poster, die viele Paare aufstellen bei der Torte, Gästebuch oder Menü/Büffetkarten. Canva kann eine günstige Lösung sein für Paare, die wenig Papeterie brauchen oder wünschen. Um alle gewünschten Vorlagen, Elemente und Schriften nutzen zu können braucht man bei Canva ein Monatsabo für den Preis von 12€.

Kartenmacherei⁴⁵:

Bei der Webseite von Kartenmacherei hat man eine Übersicht über die verschiedenen Stile. Es gibt Besonderheiten bei Papier, wie es geschnitten ist oder z.B. Goldprägungen zur Auswahl, denn man personalisiert das Produkt auf der Seite und es wird für einen gedruckt, angefertigt und versendet. Für 25 Einladungskarten zahlt man 117,25€. Für simplere klappbare Karten mit Goldfolierung würde man 81,25€ zzgl. Versand zahlen.

⁴⁴ Canva. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.canva.com>

⁴⁵ Kartenmacherei. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.kartenmacherei.de>

Bei der Druckerei onlineprinters.de zahlt man für 25 Karten zur Einladung z.B., 4-seitig bedruckt und mit 300g/m² Bilderdruckpapier 34,30€. Für 25 Karten, die nicht aufgemacht werden, beidseitig bedruckt sind, zahlt man 18,62€. Mit Goldfolienprägung sind es 21,88€ für 25 2-seitige Karten und 33,28€ für die 4-seitigen. Somit sind die Preise für Karten bei Kartenmacherei teurer, als wenn man die Designs bei einem Etsy-Shop kauft, anpasst und bei einer Druckerei drucken lässt. Hochzeitspaare müssten nicht auf eine Folienprägung oder Eckenrundung verzichten. Trotzdem sind die Möglichkeiten bei onlineprinters.de begrenzt. Eine Blindprägung, Büttenrand, wellig geschnittene Seiten o.Ä. kann die Druckerei nicht anbieten.

Bei Kartenmacherei gibt es eine Auswahl an Produkten für jede Kollektion bzw. Serie. Es gibt auch Produkte, die nur durch spezielle Druckverfahren erstellt werden können, wie Sticker, Gästebücher, Hochzeitskerzen, Gastgeschenkboxen. Außerdem können Paare Wachssiegel, Briefumschläge bedruckt oder unbedruckt und Empfängeraufkleber dort kaufen.

Hochzeitspaare entscheiden bei jeder Sache was ihnen wichtig ist und wofür sie es sinnvoll finden mehr Geld auszugeben und Budget aufzubrengen.

Auch wenn Anbieter ansprechende Designs für jeden anbieten, werden sich einige gegen diese entscheiden, da es viele Hochzeiten gibt, die Papeteriedesigns von diesen Seiten gekauft haben.

Bei der Seite kann man nicht auf die Kollektion klicken, um die restlichen Produkte in dem Stil zu finden. Manche Produkte haben keine richtige Kollektion, von der es alle anderen Artikel auch gibt.

Preise

Produkt	Kartenmacherei	Anzahl	Etsy-Shop	Druckerei	Anzahl
Save-the-Date Karten	34,50 - 54,90€	15	4 - 6€	18,62€	25
Hochzeitseinladungen	99 - 132,30€	30	6 - 9€	49,96	100
Briefumschläge	24,90€	30	4 - 6 €	Ab 15€	30
Flyer Trauung oder	126,40€ bis	80	7€ bis	37,46€ bis	100
Kirchenhefte	140,80€	40	9,99€	45,30€	50
Willkommensschild	18,46 - 19,46€	1	6,99 - 10€	Ab 10€	1
Sitzplan	19 - 20€	1	6,99 - 10€	Ab 10€	1
Namenskarten	65,60 - 70,40€	80	4 - 6 €	48,13€	80
Tischnummierungen	32 - 43,20€	10	5 - 8 €	16,02€	10
Summe	419,86 - 506,66€		43,98 - 64,99€	205,19 - 213,03€	

Summe Etsy-Shop und Druckerei zusammen: 249,17€ - 278,02€

In der oben aufgeführten Tabelle sind alle Designprodukte, die die meisten Brautpaare für ihre Hochzeit brauchen. Auf Taschentuchbanderolen, Sachen für Gastgeschenke und auf Menükarten wurde verzichtet. Bei der jeweiligen Anzahl handelt es sich um grobe Schätzungen bei einer durchschnittlichen Hochzeit. Diese kann sehr variieren, da die Kirchenhefte bei einigen Hochzeiten zu zweit geteilt werden, bei anderen wiederum jeder eins hat. Zudem variieren die Gästezahlen von Hochzeit zu Hochzeit, da manche Gäste zur Trauung erscheinen, aber nicht zur Feier sowie umgekehrt.

Preise für die digitalen Produkte bei Etsy beziehen sich auf Artikel und Shops, die eine ähnliche Zielgruppe haben. Außerdem wurde berechnet wie viel es kosten würde die grundlegenden Papierwaren in einer Druckerei drucken zu lassen. Wenn wenige davon zuhause gedruckt werden, kann es Kosten ersparen, wovon weitere Papeterie gekauft und gedruckt werden kann. Die Druckkosten variieren von Druckerei zu Druckerei. In dem Beispiel wurde die Druckerei www.onlineprinters.de für die Kostenberechnung verwendet.

Die Preise von Kartenmacherei sind die offiziellen von der Website. Bei dem ähnlichen Anbieter sendmoments befinden sich die Preise im gleichen Bereich.

Insgesamt lässt sich erkennen, dass Brautpaare fast die Hälfte des Preises bei Kauf von Designs bei Etsy und Druck in einer Online-Druckerei im Gegensatz zu bekannten Plattformen wie Kartenmacherei zahlen würden. Wenn sich das Brautpaar bei einigen Designs auch noch dazu entscheidet diese selbst zuhause zu drucken, sind die Ersparnisse deutlich höher. Bei den Einladungen könnte sich das Paar um die 90% des Preises von Kartenmacherei ersparen, wenn diese zuhause gedruckt werden würden. Alle Ersparnisse bedeuten auf der anderen Seite für das Brautpaar mehr Arbeitsaufwand, da sie das Papier selbst beschaffen und das Falten der Karten selbst übernehmen müssten. Zudem hängt der Unterschied der Druckqualität im Gegensatz zu Kartenmacherei von der Qualität des eigenen Druckers ab.

Bei der Papierauswahl wiederum hat das Brautpaar bei Anbietern wie Kartenmacherei eine sehr begrenzte Auswahl. Als Erstauswahl nehmen sie mattes Feinpapier. Das Papier bei der Druckerei ist das matte 300mg/m² Bilderdruckpapier. Jedoch haben Paare die Möglichkeit bei den digitalen Produkten manche davon selbst zu drucken, sich für ein bestimmtes Papier zu entscheiden und bei jedem Produkt individuell zu entscheiden was ihnen wichtig ist und wo sie das Geld sparen oder investieren wollen.

Insgesamt können Paare individueller entscheiden, was sie alles haben möchten, zahlen weniger als bei den bekannten Anbietern und haben noch mehr Produkte zur Auswahl, wenn es ein Etsy-Shop ist, der von jeder Kollektion eine große Auswahl an Designs anbietet. Besondere Produkte, wie die Hinweisschilder, die viele in einem Fotorahmen aufstellen, beispielsweise beim Geschenketisch, beim Gästebuch oder der Torte mit Informationen für die Gäste fehlen bei den Anbietern, sind aber in vielen Etsy Shops vorhanden.

Abschließend lässt sich feststellen, dass sich die meisten Etsy-Shops auf Brautpaare mit weniger Budget konzentrieren. Die Brautpaare haben den Vorteil eine große Auswahl an Designs von verschiedenen Shops zu haben und individuelle Entscheidungen beim Papier und dem Drucken treffen zu können. Die Konkurrenz besteht somit mehr zu anderen Etsy-Shops als zu großen Plattformen wie Kartenmacherei, da die generelle Zielgruppenausrichtung unterschiedlich ist.

3.3 Zielgruppe

Die Zielgruppe eines Unternehmens ist entscheidend für die Corporate Identity und die Auswahl der Produkte. Menschen aus der passenden Zielgruppe „weisen [...] aus Sicht des betreffenden Unternehmens die Gemeinsamkeit auf, dass sie entweder einen konkreten oder einen potenziellen Bedarf an dem betreffenden Produkt oder der Dienstleistung haben“⁴⁶. Laut Bühler hilft es sich Fragen über die Wünsche, Intentionen, Probleme, den Antrieb, die Entscheidungsfindung, die Ziele und das Kaufverhalten des Kunden zu stellen, um eine passende Zielgruppe zu erstellen.⁴⁷ Zudem ist es entscheidend, was einem Kunden bei einem Produkt am wichtigsten ist: „der Preis, die Qualität, das Design oder die Funktionalität“⁴⁸.

Der Etsy-Shop richtet sich hauptsächlich an Hochzeitspaare, die kein großes Budget für die Papeterie eingeplant haben. Die Plattform weddyplace.com stellt jedes Jahr eine große Hochzeitsstudie als Online-Umfrage zur Verfügung. In der Studie für das Jahr 2024 hat sich ergeben, dass die Mehrheit mit 55,9% der Hochzeitspaare weniger als 250€ für Hochzeitspapeterie ausgegeben haben. 27,5% haben zwischen 251€ und 500€ gezahlt.⁴⁹ Wie zuvor errechnet würden die Kosten für die Produkte eines Etsy Shops zusammen mit den Druckereikosten um die 249€-278€ liegen. Dies würde ziemlich genau den Kosten entsprechen, die die Mehrheit der Hochzeitspaare ausgegeben haben. Zudem können diese Kosten auch noch deutlich unter die 250€ fallen, wenn die Brautpaare einiges Zuhause drucken.

Die Zielgruppe sollen zudem Brautpaare sein, denen ein einheitliches Design in allen Bereichen der Hochzeit wichtig ist. Vor allem Paare, die eine Freie Trauung oder eine kirchliche Trauung haben, sollen angesprochen werden. Standesamtliche Hochzeiten im kleinen Kreis benötigen meistens keine Sitzordnung, Kirchenhefte, Flyer mit dem Ablauf des Tages. Die gewünschte Zielgruppe soll sich einen romantischen Stil, der etwas vintage wirkt, aber dennoch modern ist wünschen. Sie gehören zu denen, die sich ebenfalls Farbtöne wie Blush, Nude, Beige und Weiß (Zart- oder Altrosa, Beigetöne) wünschen. Diese Farbtöne sind derzeit bei vielen Brautpaaren sehr gefragt.⁵⁰

⁴⁶ Bühler, Schlaich, Dominik (2019). Medienmarketing. Berlin: Springer Verlag. S.14

⁴⁷ Vgl. Bühler, Schlaich, Dominik (2019). S.16

⁴⁸ Bühler, Schlaich, Dominik (2019). S.16

⁴⁹ Weddyplace. Die große Hochzeitsstudie 2024. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.weddyplace.com/de/hochzeitsstudie/2024>

⁵⁰ Papierdirekt. Hochzeitstrends & Papeterie. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.blog.papierdirekt.de/hochzeitstrends-papeterien-2024/>

Die angesprochene zukünftige Braut möchte also so viel es geht bei der Hochzeitspapeterie selbst machen. Alle Hochzeitsdienstleister sind dafür da, dass das Brautpaar oder manche Gäste die Sachen nicht machen müssen und es hochwertig ist. Die meisten werden keine großen Vorkenntnisse im Grafikdesign haben. Dafür eignet sich der Mittelweg, dass sie für ein Design bezahlen, welches nicht individuell für sie angefertigt wurde. Mit weiteren Tipps und Ideen kann durch DIY die Papeterie aufgebessert werden mit z.B. einem Seidenband, Siegelwachs für einen Stempel, Trockenblumen oder mit einem ausgestanzten Herz.

Es wird sich auf deutschsprachige Paare beschränkt, da es ansonsten zu umfangreich wäre alles auf deutsch und englisch zu schreiben. Es soll zu den Produkten Informationen geben, wo sie die Sachen am besten Drucken können oder mit welchem Preis sie rechnen könnten. Das müsste dann auch für viele weitere Länder nachgeschaut werden. Es könnte trotzdem jemand beispielsweise aus den USA die Designs kaufen und Kundenkontakt über den Etsy Chat, wenn nötig, wäre kein Problem.

3.4 Verkaufsplattform

Die E-Commerce Plattform Etsy fokussiert sich auf „handgefertigte, Vintage-Artikel und ausgefallene Fabrikate“⁵¹. Das Unternehmen wurde im Jahr 2005 gegründet und „hat sich rasch zu einer beliebten Anlaufstelle für kreative Unternehmer und Kunsthandwerker entwickelt“⁵².

In den letzten 10 Jahren stieg der Umsatz der E-Commerce Plattform von 195 Millionen US-Dollar(2014) auf 2.808 Millionen US-Dollar(2024).⁵³ Im Jahr 2024 gab es bei Etsy über 91 Millionen Käufer, über 6 Millionen aktive Verkäufer und über 100 Millionen Produkte, die zum Verkauf stehen.⁵⁴ Die Verkäufer betreiben ihre Shops zu 97% von zuhause aus. Die größte Anzahl (30%) der Etsy-Besucher sind Personen im Alter zwischen 25 und 34.⁵⁵ Die Kategorie „Paper & Party Supplies“ zu der auch die Hochzeitspapeterie zählt, gehört mit 6% bei den Etsy Kategorien zu den Top 6 der am meisten repräsentierten Kategorien.⁵⁶ Zudem sind zwei Drittel der Etsy-Nutzer Frauen.⁵⁷

Auf Etsy können Verkäufer ihre Produkte anbieten ohne eine eigene Webseite aufzubauen mit einer Shop-Funktion. „Etsy ist in zahlreiche Kategorien unterteilt, die es Käufern erleichtern, genau das zu finden, wonach sie suchen. Diese reichen von Schmucksachen über Kleidung und Accessoires bis hin zu Kunstwerken, Wohnaccessoires und sogar digitalen Downloads“⁵⁸. Unter anderem sind Druckvorlagen wie beispielsweise Einladungskarten als digitale Produkte sehr beliebt, denn Käufer bekommen die Möglichkeit von Zuhause aus kreative Projekte umzusetzen.⁵⁹ „Käufer, die Etsy nutzen, sind häufig auf der Suche nach einzigartigen, individuell gestalteten Artikeln, die sie nicht in herkömmlichen Geschäften finden können“⁶⁰.

Etsy passt aufgrund der oben genannten Daten gut zu der zuvor beschriebenen Zielgruppe und bietet einen einfachen Einstieg für die Gründung eines Online-Shops.

⁵¹ Finnigan, Hedwig (2024). Erfolgreich verkaufen auf Etsy. Deutschland: tredition Verlag. S. 6

⁵² Finnigan(2024). S. 6.

⁵³ Statista (2025). Umsatz von Etsy weltweit in den Jahren 2012 bis 2024. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151149/umfrage/online-umsatz-von-etsy-inc/>

⁵⁴ Etsy (2025). Etsy Q4 2024 Financial Results. Abgerufen am 27.02.2025 von https://s22.q4cdn.com/941741262/files/doc_financials/2024/q4/For-website-Q4-2024-Earnings-Presentation.pdf

⁵⁵ Etsy (2025). Etsy Q4 2024 Financial Results. Abgerufen am 27.02.2025.

⁵⁶ Etsy (2025). Etsy Q4 2024 Financial Results. Abgerufen am 27.02.2025.

⁵⁷ Vgl.Finnigan(2024). S. 14.

⁵⁸ Finnigan(2024). S. 6.

⁵⁹ Vgl.Finnigan(2024). S. 333.

⁶⁰ Finnigan(2024). S. 10.

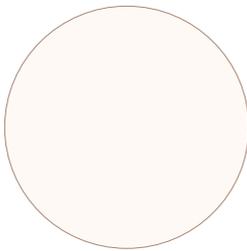
3.5 Corporate Design Unternehmen

„Konsistenz spielt bei der Wahrnehmung eines Unternehmens eine maßgebliche Rolle - durch fehlende Konsistenz im Corporate Design auf den unterschiedlichen Kommunikationskanälen kann der Eindruck entstehen, dass man es mit völlig unterschiedlichen Unternehmen zu tun hat“⁶¹.

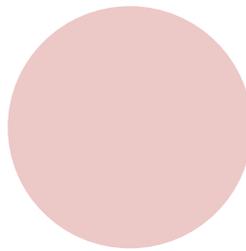
Für das Corporate Design des Kleinunternehmens als Etsy-Shop werden ein Logo, ein Shop-Banner, die zwei Schriften und drei Farben erstellt. Die Schriften und Farben finden sich bei den Produktfotos wieder, wenn es Textelemente mit Informationen gibt. Jede einzelne Kollektion der Papeterie hat ihr eigenes Corporate Design, da es Schriften, Farben und gestalterische Elemente gibt, die von Produkt zu Produkt variieren und sich dabei wiederfinden.

Das Corporate Design des Kleinunternehmens beschränkt sich hauptsächlich auf die Online-Präsenz, auf den Etsy-Shop mit einem Logo, Banner und einem dazu passenden Stil in den Produktfotos. Wenn es ausgebaut wird, dann auch bei der Webseite und Social-Media-Kanälen.

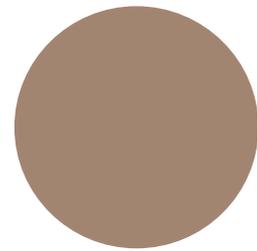
⁶¹ Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 270



#FFFBF7



#EAC8C8



#977861

Cyristesy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Alice
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



3.5.1 Farbwahl

Die Farbgestaltung spielt eine essenzielle Rolle für das Auftreten eines Unternehmens. Laut Berger transportieren Farben „Emotionen und lösen Assoziationen aus“.⁶² Zudem können „Farben und ihre Bedeutung [...] ausschlaggebend sein, wenn es darum geht, eine Kaufentscheidung zu treffen“⁶³. In der Hochzeitsplanung entscheiden sich Paare beim Stil der gesamten Hochzeit für eine Nische, einen Trend und damit eine Farbpalette. Mit den Farben bei der Papeterie sollen diejenigen angesprochen werden, die sich ähnliche Farben bei der Deko oder Papeterie wünschen. Der Stil der Kollektionen soll zum Corporate Design des Unternehmens passen, um die gewollte Zielgruppe anzusprechen.

Zudem spielen „Farben eine essenzielle Rolle bei der Wiedererkennbarkeit einer Marke“.⁶⁴ Es ist daher notwendig sowohl im Corporate Design als auch bei den Design-Produkten eine einheitliche und wiedererkennbare Farbpalette zu verwenden. Die Brautpaare können somit schnell erkennen, ob der Stil zu ihnen passt, und erkennen diesen bei erneutem Anschauen direkt wieder.

Braun und Beige werden sich häufiger in Kollektionen wiederfinden. Somit fiel die Entscheidung auf Braun als Hauptfarbe. Der Farbe Braun werden Charaktereigenschaften wie „stabil, [...] beruhigend, [...], warm, Natur, Behaglichkeit“⁶⁵ und weitere zugewiesen. Zudem ist Braun ein sehr dunkler Farbton, der einen starken Kontrast zu den oft hellen Farben bei Hochzeiten bietet. Zudem bietet der Farbton eine warme Alternative zu der Farbe Schwarz und passt somit zur gesamten Farbpalette des Shops.

Die Farbe Beige wird als weitere Farbe verwendet. Bei Hochzeiten sind „sehr zarte und schlichte Farbtöne, wie Blush, Nude, Beige und Weiß“⁶⁶ sehr gefragt. Beige bietet als schlichter Farbton die Möglichkeit sich gut mit anderen Farbtönen kombinieren zu lassen und passt sehr gut in den Stil des zukünftigen Etsy-Shops.

⁶² Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 196

⁶³ Berger, (2023). S. 196

⁶⁴ Berger(2023).S. 46

⁶⁵ Hamann, Sabine (2007). Logodesign. Bonn: mitp-Verlag. 2. Auflage. S.169

⁶⁶ Papierdirekt. Hochzeitstrends & Papeterie. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.blog.papierdirekt.de/hochzeitstrends-papeterien-2024/>

Braun und Beige sollen mit der Farbe Rosa komplettiert werden. Dieser Farbe werden Charaktereigenschaften wie „zart, [...], süß, süßlich, zart duftend, [...] fein, mild, [...] Frühlingsblüten“⁶⁷ und weitere zugeschrieben. Zudem werden dem Pastellton Rosa „Adjektive wie freundlich oder sanft zugeordnet“⁶⁸ Rosa findet sich bei vielen Hochzeiten in der Deko, dem Hochzeitskleid, Brautjungfernkleidern, Schmuck und bei den Blumen wieder. Außerdem ergänzt das Rosa das blumige Logo, welches hauptsächlich Braun ist. Um das passende Rosa zu finden, wurden auf dem Logo mit verschiedenen Rosatönen das “LD” gezeichnet oder Kreisflächen platziert.

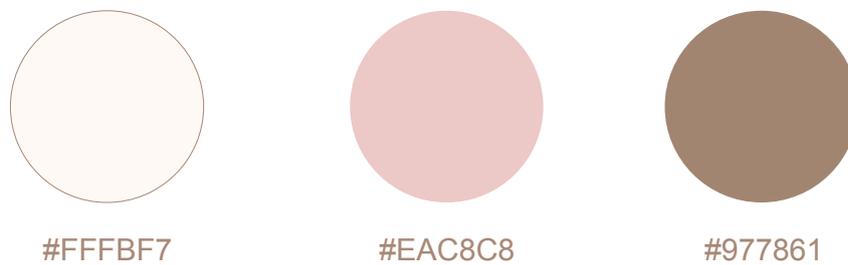


Abb. 17: lebenslang designs Corporate Colour

⁶⁷ Hamann, Sabine (2007). Logodesign. Bonn: mitp-Verlag. 2. Auflage. S.169

⁶⁸ Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 203

3.5.2 Typographie

Laut Berger muss die Schrift „den Charakter des Unternehmens transportieren“⁶⁹. Daher wurde sich bei einer der Hauptschriften auf eine geschwungene Schrift festgelegt. Diese „vermitteln oft ein Gefühl von Wärme, Nostalgie und Persönlichkeit.“⁷⁰ Außerdem erinnern sie passend zu Hochzeiten an „handgeschriebene Briefe und verleihen Designs eine menschliche Note“⁷¹. Zudem bieten geschwungene Schriften einen guten Kontrast zu gut lesbaren und schlichten Schriften für Texte. Hand- und Schreibschriften sind die häufigste Wahl bei Einladungs- und Grußkarten.⁷² Sie sind „sehr dekorativ und bringen Dynamik ins Design“⁷³.

Es wurde sich daher für Gistesy entschieden. Die Schriftart wird im Logo verwendet, wenn der Name zu sehen ist wie z.B. im Banner. Bei Social-Media Beiträgen mit Text kann diese Schrift als Überschrift gut zur Geltung kommen.

Schriften, die zusammen verwendet werden, sollten sich gut voneinander unterscheiden und nicht zu ähnlich sein.⁷⁴ Trotz dessen sollten sie „gleichzeitig eine ähnliche Struktur aufweisen“⁷⁵.

Als weitere Schrift wurde sich deswegen auf die Schriftart „Alice“ festgelegt. Diese wird für Texte genutzt, z.B. Textfelder bei den Produktfotos und bei Social Media Beiträgen, wenn ein Bild mit Text geteilt wird.



Abb. 18: Typographie Gistesy und Alice

⁶⁹ Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 155

⁷⁰ Druckterminal. Geschwungene Schriftarten: Was macht sie so besonders? Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.druckterminal.de/blog/details/geschwungene-schriftarten-was-macht-sie-so-besonders>

⁷¹ Druckterminal. Abgerufen am 27.02.2025.

⁷² Viaprinto. Typografie. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.viaprinto.de/blog/typografie-2/>

⁷³ Viaprinto. Abgerufen am 27.02.2025.

⁷⁴ Vgl. Onlineprinters. Schrift mischen. Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.onlineprinters.de/magazin/schrift-mischen/>

⁷⁵ Onlineprinters. Abgerufen am 27.02.2025.

3.5.3 Logo

Laut Berger funktionieren Logos „wie ein Schlüssel zu Emotionen, zu Vorstellungen und Wünschen“⁷⁶. Ein Logo ist sehr aussagekräftig für ein Kleinunternehmen.

Jedoch sollte man bedenken, dass bei Etsy die potenziellen Käufer das Logo erst sehen, wenn sie auf das Profil des Verkäufers gehen. Es werden den Leuten Produkte vorgeschlagen, statt Profile. Jedoch macht es einen guten, harmonischen Eindruck, wenn das Profil mit Logo, Banner, Beschreibung und weiteren Produkten stimmig und einheitlich ist.

Jedes Logo auf Etsy wird als ein quadratisches Bild angezeigt. Der Platz lässt sich am besten füllen mit einem Logo welches eine ähnliche Breite und Länge hat. Ein Logo, bei dem die Bild-Marke vor der Wort-Marke steht, würde sehr klein auf dem Bild aussehen.

Über die Erstellung:

Für das Logo wurden zuerst Skizzen gemacht mit Formen und Elementen, die zu dem Kleingewerbe passen würden. Es sollte Blumen im Logo geben für die gewünschte Wirkung und Ansprache der gewünschten Zielgruppe.

Ein halber Blumenkranz, der von der Schrift, dem Namen des Logos geschlossen wird wurde ausgewählt.

Zum einen sind solche Blumenkränze bei der Hochzeitsdeko verbreitet und beliebt, außerdem passt ein blumiges Design zum Stil der Kollektionen.



Abb. 19: Logo Skizzen

⁷⁶ Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 124

Die verschiedenen Blumen wurden skizziert, gemalt und auf einem Kreis angeordnet.

Gezeichnet wurde in Procreate auf dem iPad. Von Anfang an musste die Farbe feststehen, da man diese im Programm nicht ändern kann. Es sei denn man erstellt eine Vektorgrafik daraus. Jede Blume oder zusammengehörende Blumen wurden auf einzelnen Ebenen gezeichnet, um Freiraum für Änderungen zu haben.



Abb. 20: Logo Blumen Skizzen

Im Laufe der Gestaltung wurden manche Elemente neu gezeichnet oder anders angeordnet, da im kreativen Prozess die Idee kam, wie es noch harmonischer aussehen kann.

Die zwei Blumen haben den Platz gewechselt, damit der Blumenkranz wie ein Halbmond gleichmäßig verteilt ist und gegenüber der Schrift am meisten Breite hat.



Abb. 21: Logo 1. Version



Abb. 22: Logo finale Version

Die Schrift wurde auf einen Kreis gezogen, welcher ähnlich groß wie der der Blumen ist und den Kreis schließen soll. In der Mitte gibt es die Initialen des Shops "LD". Bei der Hochzeitspapeterie gibt es oft die Initialen des Brautpaares wie ein Logo und dies kann damit verbunden werden. Wenn das Logo nur sehr klein oder wie eine Wassermarke verwendet werden soll, können die zwei Buchstaben dafür benutzt werden.

Sie wurden zuerst nur gemalt in einer edlen Schreibschrift und danach als Vektordatei erstellt, indem die Pfade in Affinity Designer nachgezogen wurden.



Abb. 23: Logo Initialen Prozess

Zur Form:

Bei dem Logo wurde sich für eine Kreis-Form entschieden. "Der Kreis ist als in sich geschlossene Form eng verbunden mit dem Ausdruck von Verlässlichkeit, Stärke, Freiheit und dem Gefühl von Zusammengehörigkeit und positiven Emotionen. Eine runde Formensprache ist deshalb für Unternehmen geeignet, die sich auf Emotionen und die Nähe zu Kundinnen und Kunden berufen"⁷⁷. Da eine Hochzeit eine Zeremonie im vertrauten Kreis ist und es über Gefühle des Brautpaares zueinander geht, passt die vertraute Wirkung des Kreises zum Logo. Laut Hamann findet sich die Kreisform auch in den Eheringen des Brautpaares wieder, welche für ein Symbol der Treue gelten und ein Symbol für die Endlosigkeit sind.⁷⁸ Diese Endlosigkeit passt zum Heiraten, da sich Paare für die Ewigkeit die Treue versprechen. Welches gleichgesetzt werden kann mit "für ein Leben lang". Dies passt wiederum zum Unternehmensnamen *lebenlang designs*.

Auch wenn es untypisch ist für ein Logo viele Elemente zu beinhalten, wurde sich für ein Logo mit mehreren Blumen und Pflanzen entschieden. Mit den Blumen wird ausgesagt welcher Stil dieser Shop für die verschiedenen Kollektionen hat. Vor Allem detaillierte Designs spiegeln einen Vintage Charakter wider und sollen für die Zielgruppe insgesamt ansprechend wirken.

Im Kontrast zu den minimalistischen Stilen, welche schwarz auf weiß haben, gibt es bei dem Logo hauptsächlich ein warmes Braun und ein Zartrosa. Die Wirkung und Bedeutung der Farben wurden unter Farbe näher beschrieben.



Abb. 24: Logo Endergebnis

⁷⁷ Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das Umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk-Verlag. 1. Auflage. S. 259

⁷⁸ Vgl. Hamann, Sabine (2007). Logodesign. Bonn: mitp-Verlag. 2. Auflage. S.84

3.5.4 Banner

Die Maße für einen Etsy Banner betragen 1600px x 400px. Es wurde in Canva erstellt, um die Schriften des Corporate Design dort auch zu verwenden. Der Hintergrund, die Schrift und das "LD" sind in den Farben des Corporate Designs. Die Deckkraft von "LD" wurde von 100 auf 45 runtergestellt, um weniger Kontrast zu haben, da es ein großgezogenes Objekt ist. Die blumigen Objekte in den gegenüberliegenden Ecken sind vom Logo. Bei dem Banner wurden gezielt wenige Elemente, Blumen oder Pflanzen verwendet, da dies im Logo reichlich zu finden ist und so besser zu Geltung kommen kann.

Bei der Webversion befindet sich das Logo unter dem Banner und bedeckt es nicht. Bei der vertikalen Tablet-Version sieht man das Logo zur Hälfte in der Mitte des Banners, wo es einen Teil bedeckt.

Bei der mobilen Version liegt das Logo zur Hälfte auf dem Banner auf der linken Seite.

Das erstellte Logo würde somit die Schrift auf dem Banner nicht verdecken. Bei der mobilen Version würde man das "LD" trotzdem erkennen, da das "L" höher liegt. Der Banner jedoch kann jederzeit getauscht werden. Es könnten Produktfotos zu sehen sein in Zukunft, sowie Aktionen und Rabatte.

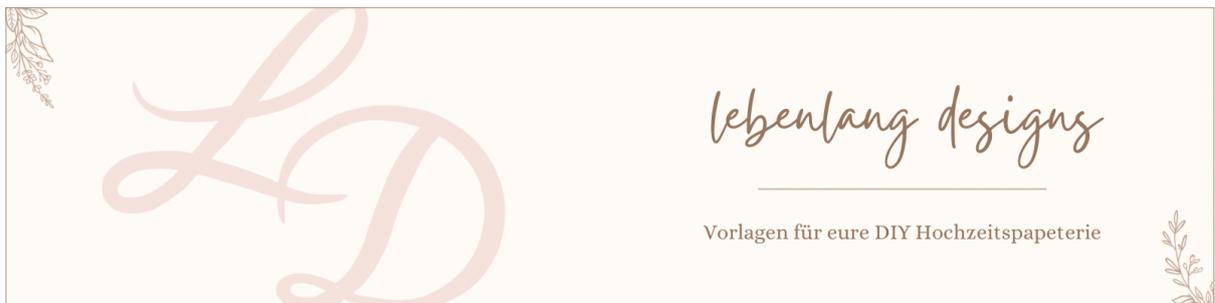


Abb. 25: Banner Etsy-Shop

4. Produkte

„Anstatt breite, überfüllte Kategorien zu bedienen, konzentrieren sich erfolgreiche Verkäufer auf kleinere, zielgerichtete Märkte, in denen die Konkurrenz geringer ist und die Nachfrage spezifisch erfüllt wird“⁷⁹.

Das Kleinunternehmen soll im Etsy-Shop eine breite Auswahl an Produkten innerhalb einer Kollektion haben. Die Produkte des Shops sollen die Individualitäten von Hochzeiten widerspiegeln und eine Alternative zu den oft verwendeten Designs von großen Online-Shops bieten. Zudem sollen Brautpaare die Möglichkeit haben alles Wichtige an Papeterie aus einer einzelnen Kollektion zu bekommen und somit einen einheitlichen Stil für die Hochzeit zu haben.

Eine Kollektion mit einem einheitlichen Stil soll folgende Produkte beinhalten:

Design für Save-the-Date Karten oder zum digitalen Versenden in Bildschirmgröße eines Smartphones, eine Einladung zweiseitig oder vierseitig als klappbare Karte, ein Willkommensschild horizontal und vertikal, ein Kirchenheft, Hefte für die Versprechen/ das Ehegelübde, Flyer als Programm-Willkommenskarte für Trauungen, Freudentränenbanderole für Taschentücher, Stuhlanhänger für Reservierungen, Tagesablaufschild, Hinweisschilder in DIN A4 Größe (Notfallkorb, Gästebuch, Karten und Geschenke, Gastgeschenke, Hochzeitstorte, Fotobox, Candy Bar, in liebevoller Erinnerung für verstorbene Familienmitglieder).

Außerdem Vorlagen für eine Sitzordnungstafel, Tischnummerierungen, Namensschilder, Buffetkarte, Kärtchen für die einzelne Gerichte und ggf. Allergene, eine Menükarte und Getränkekarte. Zu guter Letzt gibt es die Dankeskarte.

Bei den meisten Hochzeiten der Zielgruppe gibt es Willkommensschilder, jedoch hat nicht jede Hochzeit ein Tagesablaufschild. Denn es gibt die Option den Ablauf des Tages im Flyer bei der Trauung zu haben, in der Einladungskarte oder sogar bei Fächern (abgerundete doppelseitige Karte mit einem Holzstiel). Da es aber Paare gibt, die den Ablauf bei ihrer Hochzeit lieber auf einem separaten Schild haben wollen, sollte dieses nicht fehlen.

Den Flyer gibt es oft bei freien Trauungen. Meistens reicht eine zweiseitige Karte in Größe einer Menü- oder Buffetkarte (10cm x 21cm). Bei kirchlichen Trauungen hingegen sieht man oft Kirchenhefte, die mehr Platz brauchen, da sie z.B. Liedtexte enthalten.

⁷⁹Finnigan, Hedwig (2024). Erfolgreich verkaufen auf Etsy. Deutschland: tredition Verlag. S. 32

Die Produktbeschreibung bei den Artikeln könnte wie folgt aussehen:

BITTE BEACHTEN - dies ist ein digitaler Download / eine digitale Datei. Es wird kein physisches Produkt versendet. Direkt nach dem Kauf bekommst du einen Link und kannst mit der Bearbeitung in Canva beginnen.

So geht's:

- Lege dir einen (kostenlosen) Account bei Canva an, wenn du noch keinen hast.
- Mit dem Link im PDF hast du Zugang zu der Datei.
- Klicke auf "Download here" und du kannst mit der Personalisierung starten!
- Canva speichert dein Design automatisch. Wenn du fertig bist, exportiere es als PDF, JPG oder PNG.

©Copyright bei lebenslang designs: Die Dateien sind ausschließlich für den persönlichen Gebrauch nutzbar. Es ist keine kommerzielle Nutzung oder Weiterverkauf / Weitergabe der digitalen Dateien erlaubt. Mit dem Kauf dieses Artikels stimmst du diesen Bedingungen zu.

Der Kauf beinhaltet: (Beispiel)

Digitale Vorlage für Buffetkärtchen in zwei Größen:

3,5cm x 7cm

7cm x 7cm als Zeltfalt

Digitale Produkte sind von der Rückgabe und Umtausch ausgeschlossen.

Farben können je nach Bildschirmeinstellung variieren.

Bei Fragen oder Problemen kannst du mir gerne jederzeit schreiben.

Die Produkte können im Menü des Shops wie folgt aufgeteilt werden:

Save-the-Date

Einladungskarten

Trauung

Schilder

Unser Tag

Tischordnung

Buffet/ Menü/ Getränke

Bundles/ Sparpakete

Dankeskarten

Kollektion A

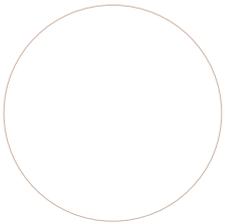
Kollektion B

Kollektion C

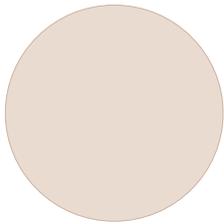
Diese Menü-Aufteilung sorgt dafür, dass Interessenten sich leicht zu den passenden Produkten navigieren können. Jeder Menüpunkt ist klar verständlich und der Kunde weiß direkt, unter welchen Punkt er nach den für ihn passenden Designs schauen muss. Da der gesamte Shop sich nur auf Hochzeiten konzentriert, vereinfacht es das Menü. Es braucht keine weiteren Unterpunkte für andere Anlässe, die Interessenten verwirren könnten.

4.1 Eigener Stil und Kollektion

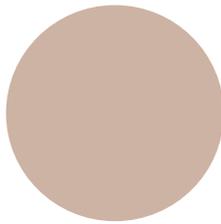
Coffee Botanicals



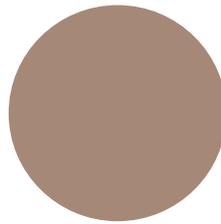
#FFFFFF



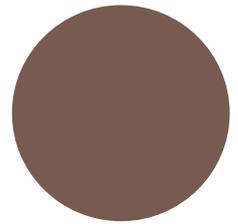
#E8DCD3



#CCB3A3



#A58877



#66493D

Meow Script

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Radley

A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Durch das Corporate Design soll vermittelt werden, welche Stilrichtung die Kollektionen als Gemeinsamkeit haben könnten. Die blumigen Elementen im Logo, die warmen Farben und der Vintage Stil soll auch eine Grundlage für die erste Kollektion bilden, damit alles einheitlich und harmonisch zusammenpasst.

Ideensammlung/ Erstellung des Stils der Kollektion:

Zuerst wurden Designs gesammelt, die für den eigenen Stil ansprechend wirken. Hierbei wurde schnell klar, dass ein filigraner und zeichnerischer Stil am besten für die erste Kollektion passt.

Die Grundlage für die Kollektion soll die Einladungskarte werden. Diese ist meistens eine der ersten Produkte, die ein Brautpaar versendet. Anhand der Einladungskarte können sich dann die weiteren Produkte der Kollektion orientieren. Zudem steht mit der Einladung schon fest in welchem Stil die Hochzeit gehalten werden soll. Durch die Karte bekommen die Gäste einen ersten Eindruck wie der Stil und die Art der Hochzeit im Ganzen aussehen könnte.

Um eine eigene Einladungskarte zu erstellen, wurden Skizzen mit verschiedenen Ideen erstellt. Der Fokus des Betrachters soll auf dem Text der Einladungskarte liegen, weswegen die grafischen Verzierungselemente einen Rahmen, um den Text legen sollen. Somit steigert sich der Fokus auf den Inhalt der Karte und die Pflanzen und Blumen lockern die Karte auf.

Die Pflanzenelemente wurden aufgrund der vielseitigen Möglichkeiten in Procreate gezeichnet. Um eine bestmögliche Qualität sicherzustellen, wurden die Pflanzen in Affinity Designer getracet. Damit ist es möglich, alles in einer ausreichend großen Datei abzuspeichern.



Abb. 27: Skizzen Einladung



Abb. 28: Skizzen Elemente



Abb. 29: braune Elemente

Einladung: Erstellung

Die Vorlage für die Einladung wurde in Affinity Publisher erstellt. Damit die Hochzeitspaare in der Bearbeitung und Anpassung der Einladungskarte die besten Möglichkeiten haben, wurde die Schrift in Canva erstellt. Die Käufer haben deswegen die Möglichkeit das Design in Canva zu bearbeiten und können selbst die Schriftart, Schriftgröße und den Textinhalt frei anpassen.

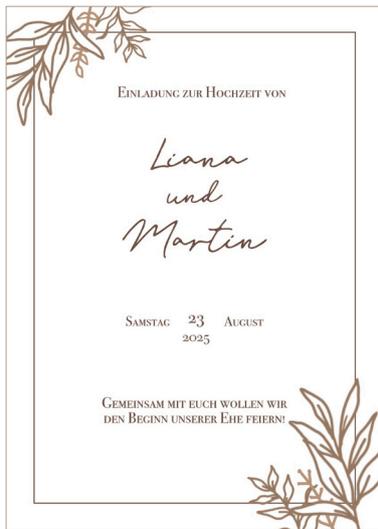


Abb. 30: Einladung mit Skizze



Abb. 31: Einladung mit beige Elementen



Abb. 32: Einladung in Canva geladen

In Canva wurde eine Schrift für die Kollektion ausgewählt, damit Käufer diese auch verwenden können. Für die Namen des Brautpaares wurden verschiedene Schreibschriften ausprobiert und sich für eine entschieden. Die geschwungene Schreibschrift wirkt romantisch und hebt sich von der weiteren Schrift ab. Die Namen des Brautpaares stechen dadurch direkt ins Auge. Für den Text wurde somit eine schlichere Serifenschrift ausgewählt. So wie bei dem eigenen Logo, wurde darauf geachtet, dass die Schriften miteinander harmonisieren und einen ähnlichen Wechselschnitt haben.

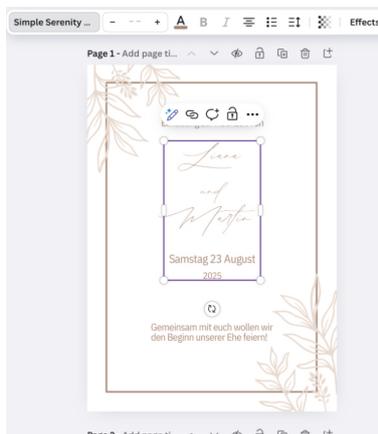


Abb. 33: Schrift in Canva Prozess 1

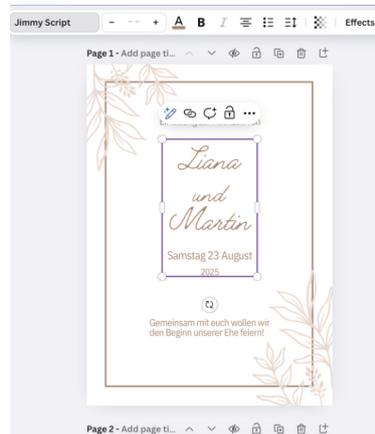


Abb. 34: Schrift in Canva Prozess 2

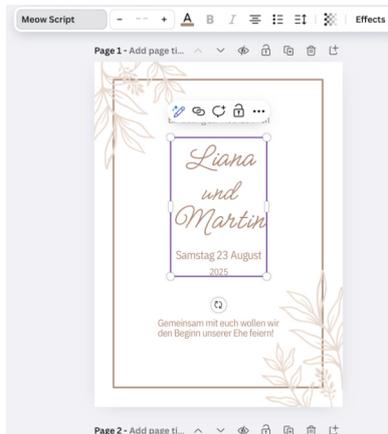


Abb. 35: 1. Schrift in Canva ausgewählt

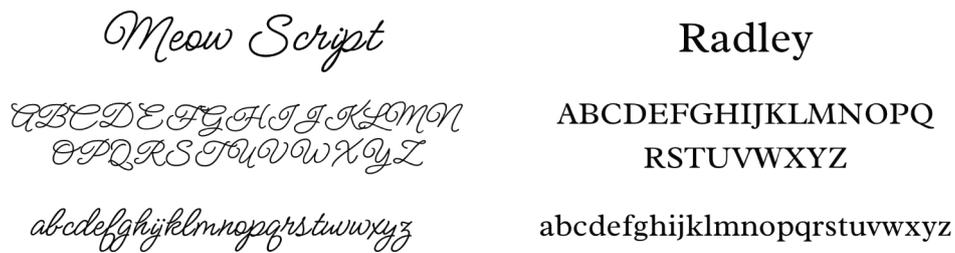


Abb. 36: zwei Schriften der Kollektion

In Canva können Käufer ein weiteres Textfeld erstellen oder löschen, sowie den Abstand der Textfelder zueinander verändern. Gestalterische Elemente können verschoben oder entfernt werden. Auch die Farbe könnte geändert werden. Es ist möglich, dass zu dem Beige und Braun das Paar eine Farbe aus der Deko oder den Blumen der Hochzeit als Akzent hinzufügen kann wie z.B. Salbeigrün, Alt- oder Zartrosa und mit dieser Farbe manche Überschriften oder das Herzelement färbt.

Beispieltextfelder sind essenziell für eine Vorlage, da sich Käufer das Endergebnis besser vorstellen können. Zudem müssen sie sich einige Sätze nicht überlegen und nicht selbst schreiben. Die Anordnung der Überschriften, sowie Texten ist Teil der Gestaltung. Es soll so konzipiert sein, dass die meisten nur den Inhalt der Textfelder ändern müssen.

Die Blumen- und Pflanzenelemente wurden in einem Beigetönen gespeichert und auch die Schrift bekam eine hellere Brauntöne als am Anfang. Ein schwarz-weißer Kontrast würde zu einem minimalistischen modernen Stil passen. Die Brauntöne sorgen für einen geringeren Kontrast und Braun, sowie Beige gehören zu den warmen Farben.



Abb. 37: Elemente in Beige

Der **Blumenhintergrund** wurde erstellt, indem zu den Pflanzenelementen ein beigefarbener Hintergrund hinzugefügt wurde. Durch eine Verringerung der Deckkraft der Pflanzen wirken diese dezenter und harmonischer. Wichtig ist, dass sich das Design gut als Hintergrund nutzen lässt und dafür muss es sich dezent in Designs einfügen. Der Blumenhintergrund ist durch die selbst gezeichneten Elemente einzigartig und hebt sich von anderen Designs ab. Zudem findet er sich in mehreren Produkten der Kollektion wieder, was den Wiedererkennungswert und die Einheitlichkeit der gesamten Papeterie unterstützt.



Abb. 38: Blumen und Pflanzen Hintergrund

Bei der Einladungskarte gibt es verschiedene Varianten, bei denen das Brautpaar selbst entscheiden kann, ob sie eine zweiseitige oder eine Klappkarte machen wollen. Der Blumenhintergrund wurde hier als Rahmung für die Schrift genutzt. Dies sorgt dafür, dass der Fokus auf dem Text liegt. Die Karte hebt sich durch den einzigartigen Blumenhintergrund von anderen Designs der Konkurrenz ab.



Abb. 39: Einladung zweiseitig Vorderseite



Abb. 40: Einladung zweiseitig Rückseite



Abb. 41: Einladung klappbar Vorderseite



Abb. 42: Einladung klappbar Rückseite



Abb. 43: Einladung klappbar Innenseite



Abb. 44: Prozess Innenseite



Abb. 45: Prozess Innenseite mit Hintergrund



Danach wurde die **Save the Date Karte** in Canva erstellt. Hierbei wurde auf ein schlichtes und einzigartiges Design geachtet. Zudem Zeitpunkt des Verschicken der Karte, hat das Brautpaar meistens noch keine genauen Informationen zu ihrer Hochzeit. Im Fokus der Karte steht das Hochzeitsdatum, welches hier mit einem Herz als Zeichen der Liebe markiert wurde. Die Überschrift und die Namen des Brautpaares stechen wieder durch die geschwungene Schrift der Kollektion hervor. Eine große Bildfläche sorgt für Abwechslung in der Kollektion. Zudem sorgen die schlichten grafischen Elemente dafür, dass ein besonderes Bild hervorgehoben wird und das Design zu einem sehr persönlichen und einzigartigen wird.



Abb. 46: digitales Save-the-Date



Abb. 47: Save-the-Date Karte vorne



Abb. 48: Save-the-Date Karte hinten

Als nächstes kommt das **Willkommensschild**. Dieses wurde sehr schlicht gehalten, damit das Brautpaar die Möglichkeit hat das Bild durch echte Blumen zu dekorieren. Das Design soll daher nur die Grundlage für eine individuelle Erweiterung des Brautpaares sein. Willkommensschilder können in Bilderrahmen, auf Staffeleien, mit Blumengestecken geschmückt und vielen weiteren Möglichkeiten dekoriert werden.



Abb. 49: Willkommensschild vertikal



Abb. 50: Willkommensschild horizontal

Das Schild für den **Tagesablauf** wurde passend zum Willkommensschild schlicht und einheitlich gestaltet. Es wiederholen sich die Elemente, die Schrift und der Hintergrund. Die Elemente sind diesmal an den Seiten. Das sorgt für Abwechslung, aber behält den Wiedererkennungswert des Corporate Designs.



Abb. 51: Tagesablauf Schild

Die **Dankeskarte** hebt sich durch die Hochzeitsfotos von dem Rest der Kollektion ab. Hierbei sollen die wunderschönen Eindrücke der Hochzeit im Fokus stehen. Zudem wird die Dankeskarte oft genutzt, um auch den Zugang zu den Fotos mit den Gästen zu teilen. Fotos rufen erneut die ganzen Emotionen des Tages hervor, weswegen diese großflächig angeordnet wurden und nur durch dezente grafische Elemente ergänzt wurden. Der Text auf der Rückseite ist wieder durch einen Blumenrahmen in den Fokus gerückt. Die meistens als letzte verschickte Karte spiegelt somit die meistens als erste versendete Karte die Einladungskarte wider und bildet den umfassenden Rahmen der gesamten Kollektion.



Abb. 52: Dankeskarte vorne



Abb. 53: Dankeskarte hinten

Das **Kirchenheft** ist wiederum sehr schlicht gehalten. Es soll alles Wichtige an Texten, Liedtexten und der Ablauf gut erkennbar sein. Deswegen wurden nur ein paar Blumenelemente zur Auflockerung des Designs genutzt. Zudem bietet das Kirchenheft durch die 6-seitige Anordnung genügend Platz um alles wichtige an Informationen unterzubringen. Das Brautpaar kann ganz individuell anpassen, was noch hinzugefügt werden muss.



Abb. 54: Kirchenheft vorne



Abb. 55: Kirchenheft hinten

Beim **Flyer für die Trauung** gibt es ebenfalls ein Vorworts-Text, Ablauf der Trauung, die Namen der Lieder sowie beteiligten Personen, ein Dankestext und "In liebevoller Erinnerung" an die verstorbenen Familienmitglieder, die an dem Tag nicht Teil sein können.

Es wurden zwei Versionen erstellt, wo bei der anderen Vorlage auch der Ablauf des Tages, bzw. der Feier aufgelistet wird. Dafür wurden die Namen der wichtigen Personen nach vorne verschoben neben den Ablauf der Trauung. Auch hier kann aber noch nach Wunsch verschoben werden. Das Design ist ebenfalls schlicht gehalten und mit den wiederkehrenden Pflanzelementen verziert.



Abb. 56: Flyer Version 1 Vorderseite



Abb. 57: Flyer Version 1 Rückseite



Abb. 58: Flyer Version 2 Vorderseite



Abb. 59: Flyer Version 2 Rückseite

Die **Taschentuchbänderolen** haben das Format 12cm x 4cm. Diese Maße sollten für die klassischen Taschentücher in hochkant Rechteckform passen, da beim Zusammenkleben sich das Papier überlappen soll oder darf. Taschentücher sind normalerweise schlicht und weiß. Deswegen bekam diese Vorlage den blumigen Hintergrund um ein wenig Kontrast zu verleihen. Das Design, bei dem sich in der Ecke oder am Rand die Elemente befinden, soll nicht bei jedem Produkt gleich zu sehen zu sein, um kreative Abwechslung innerhalb des Stils zu bieten.



Abb. 60: Freudentränen Bänderole

Die **Hefte für die Versprechen** sind entweder ein Umschlag für die richtigen Texte oder werden geöffnet wie eine Karte und beinhalten den Text auf der Innenseite oder auf den Innenseiten. Es wurde schlicht gehalten. Ein Element und der Text "ihr Versprechen" und "sein Versprechen" wurde auf die zwei Schriften aufgeteilt. Am unteren Rand kann sich das Datum befinden. Die Rückseite hat die Namen des Paares am unteren Rand mit einem kleinen Pflanzelement. Durch das helle Beige und Braun ist das Design kontrastarm und edel.



Abb. 61: Versprechen Heft für sie



Abb. 62: Versprechen Heft für ihn

Danach folgte die Tischordnung. Beim Schild "**Finde deinen Platz**" wurde wie beim Willkommensschild die Maße 42cm x 60cm verwendet und eine horizontale sowie vertikale Version erstellt. Da manchmal die größeren Schilder auf eine Staffelei kommen und mit Blumen dekoriert werden, macht es Sinn die Schilder schlicht zu halten mit wenig gestalterischen Elementen. Somit gibt es zwei Pflanzensträuße in den oberen Ecken beim horizontalen Design. Beim vertikalem sind diese unten angeordnet, da es dort mehr Platz gibt. Diese können auch verschoben werden, je nachdem wie viele Tische und somit wie viel Text es gibt.

Diese können auch verschoben werden, je nachdem wie viele Tische und somit wie viel Text es gibt. Die Zahlen wurden ausgeschrieben, da diese in der Schreibschrift nicht gut zu erkennen sind. Bei 10 Tischen mit jeweils 8 Namen würde dies 80 Gäste bedeuten, was in den Rahmen der Gästeanzahl der Zielgruppe fällt. Es wurden sich hier keine Namen ausgedacht, damit man beim Bearbeiten sehen kann, welche Namen schon eingefügt worden sind und welche nur Platzhaltertext sind.



Abb. 63: Sitzplan Schild horizontal



Abb. 64: Sitzplan Schild vertikal

Die **Tischnummerierungen** haben die Zahlen der Serifenschrift im unteren Drittel der Karte. Die Tischnummerierungen haben meistens eine DIN A5 Größe und werden in passende Bilderrahmen/ durchsichtige Halter reingelegt oder haben einen Holz-Fuß. Der dunklere Brauntönen wurde diesmal verwendet und das helle beige bei den Pflanzen geben ein wenig mehr Kontrast. Die Zahlen sollten von Weitem gut zu erkennen sein, wenn Gäste nach ihrem Tisch suchen. Es wurden die Zahlen 1-12 erstellt. Damit vor dem Kauf in den Produktfotos auch gesehen werden kann, wie die verschiedenen Karten mit den Zahlen aussehen. Trotzdem wird beim Kauf der Canva Link sowie die Karten als PNG freigegeben.



Abb. 65: Tisch 1



Abb. 66: Tisch 2



Abb. 67: Tisch 3

Die **Namenskarten** für den Sitzplatz der Gäste bringen etwas Abwechslung in die Gestaltung, da es wieder den blumigen Hintergrund gibt. Die Transparenz wurde noch etwas runtergesetzt und der Name hat einen Branton. Erst nach dem Ausdrucken wurde der Hintergrund größer gezogen, um die Blumen besser erkennen zu können. Der Nachname hat einen dunkleren Branton, denn auch hier sollten die Namen beim Vorbeigehen zu erkennen sein. Die Karte gibt es als 3,5cm x 7cm Karte zum Hinlegen auf den Tisch oder Teller und ein Format in 7cm x 7cm um es als Zeltfalt aufstellen zu können. Außerdem gibt es einen weiteren Wiedererkennungswert und Ähnlichkeit durch die Taschentuchbanderole. Am Tisch selbst jedoch wird alles in einem Stil an Papeterie gehalten, ohne gleich zu sein nur in einem anderen Format oder anderem Text.



Abb. 68: Namenskarte



Abb. 69: Namenskarte Zeltfalt

Die **Hinweisschilder** in DIN A4 Größe für das Audio-Gästebuch, Polaroid-Gästebuch, die Fotobox, die Hochzeitstorte, in liebevoller Erinnerung, für das Notfallkorbchen, die Bar wurden teils zuerst als Projekt erstellt und nach und nach fertig gestellt. Wenn es sinnvoll erschien, dann wurde eine weitere Version des Designs erstellt. Die Fotobox z.B. wird nicht immer für Fotos fürs Gästebuch genutzt. Oder es gibt ein Schild "die Bar" und die "Getränke Karte" mit dem gleichen Inhalt. Für verstorbene Familienmitglieder gibt es ein weiteres Design, welches in Kombination mit einer Kerze aufgestellt werden können.



Abb. 70: Schild Hochzeitstorte

Abb. 71: Schild in liebevoller Erinnerung

Abb. 72: Schild Diese Kerze

<p><i>Fotobox</i></p> <p>Accessoires aussuchen posen & lächeln Foto machen Seite aussuchen Foto einkleben Wünsche hinterlassen</p> 	<p><i>Fotobox</i></p> <p>Nehmt euch gerne ein Accessoire und macht paar witzige Fotos für uns!</p> 	<p><i>Audio Gästebuch</i></p> <p>Bitte hinterlasst uns eine Nachricht.</p> <p>Hörer abnehmen Bandansage abwarten Nachricht nach dem Signalton hinterlassen Hörer wieder auflegen</p> <p><i>Danke</i></p>  
<p><i>Polaroid Gästebuch</i></p> <p>Foto knipsen Foto einkleben Wünsche reinschreiben</p> 	<p><i>Notfallkörbchen</i></p> <p>nehmt gerne, was ihr braucht!</p>  	<p><i>Gastgeschenke</i></p> <p>Schön, dass ihr da seid, bedient euch gerne</p> 
<p><i>die Bar</i></p> <p><i>Bier</i> Bitburger Pils vom Fass Veltins Pils</p> <p><i>Wein</i> Rosé Rotwein Pinot Noir Weißer Burgunder Chardonnay</p> <p><i>Cocktails</i> Caipirinha, Gin Tonic Aperol Spritz, Hugo Spritz</p> <p><i>Alkoholfreies</i> Cola/ Fanta/ Sprite Bitburger alkoholfrei Schweppes Tonic Water/ Wild Berry Mineralwasser classic/ medium/ still</p> 	<p><i>Getränke Karte</i></p> <p><i>Alkoholfreies</i> Mineralwasser classic/ medium/ still Schweppes Tonic Water/ Wild Berry Bitburger alkoholfrei Cola/ Fanta/ Sprite</p> <p><i>Bier</i> Bitburger Pils vom Fass Veltins Pils</p> <p><i>Wein</i> Rosé Rotwein Pinot Noir Weißer Burgunder Chardonnay</p> <p><i>Cocktails</i> Caipirinha, Gin Tonic Aperol Spritz, Hugo Spritz</p> 	<p><i>Candy Bar</i></p> <p><i>love is sweet</i> Bitte bedient euch!</p> 

Abb. 73-81: Hinweisschilder

Als letzte Vorlage wurde das **Buffetkärtchen** erstellt in den Maßen 7cm x 7cm. Es wird in der Mitte gefalzt und kann auf den Tisch, wo es das Buffet gibt, hingestellt werden. Im geschlossenen Format hat es also die Maße 3,5cm x 7cm.

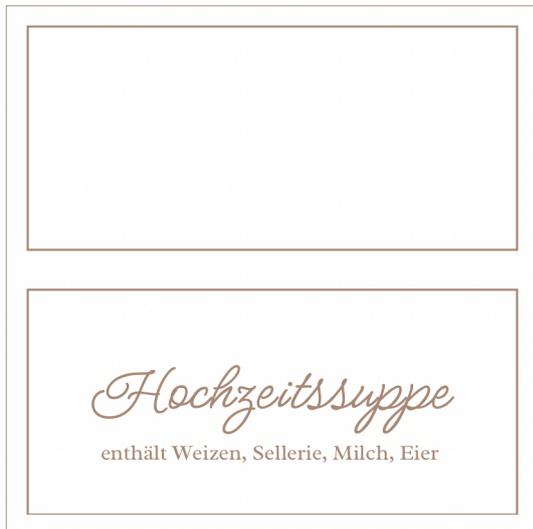


Abb. 82: Buffetkärtchen

4.2 Produkte in Zukunft

In Zukunft werden immer mehr Kollektionen dazukommen. Diese sollen sich voneinander abheben, aber trotzdem in einer gleichen/ähnlichen Stilrichtung bleiben. Das soll dafür sorgen, dass der Shop einheitlich aussieht und Besucher genau wissen, was sie zu erwarten haben. Außerdem können verschiedene Poster erstellt werden, die an Hochzeiten zu Deko-Zwecken aufgestellt werden können oder für zuhause sind und an die Hochzeit erinnern.

Bei den Etsy-Shops, die sich ebenfalls hauptsächlich auf Hochzeitspapeterie fokussieren, haben einige eine kleine Unterkategorie, wo sie auch digitale Vorlagen für Baby-Partys, Geburtsankündigung, Kindergeburtstage, Baby- und Kinderzimmerposter und Ähnliches anbieten. Da man als Dienstleister in der Hochzeitsbranche keine Stammkunden haben kann, ist dies eine Möglichkeit weitere Produkte zu verkaufen an Paare, die Kinder bekommen und vorher die Hochzeitspapeterie Vorlagen gekauft haben. Denn der Designstil für diese Anlässe könnte ähnlich bleiben.

Eine weitere Möglichkeit wäre eine „Willst du meine Trauzeugin sein?“- Karte. Diese und weitere spezielle Produkte könnten das Angebot des Shops in Zukunft noch ergänzen. Je nach Erfolg dieser Produkte, würde es mehr Designs in dieser Richtung geben.

Abschließend lässt sich sagen, dass die Art der zusätzlichen Produkte davon abhängen, was erfolgreich ist. In Zukunft lassen sich dann auch Sparpakete und Weiteres gestalten. Die erste Kollektion bietet dem Kleinunternehmen die perfekte Übersicht, welche Produkte gekauft werden und beliebt sind. Zudem sind alle wichtigen Hochzeitspapeterie-Elemente vorhanden und potenzielle Kunden haben direkt eine große Auswahl und einheitliche Papeterie für ihre Hochzeit. Somit steht die Grundlage für zukünftige Produkterweiterungen des Etsy-Shops.

5. Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war aufzuzeigen, wie die Grundlagen für einen erfolgreichen Etsy-Shop gelegt werden können. Aus diesem Grund wurde eine Literaturrecherche zu den Themen Corporate Identity, einen erfolgreichen Etsy-Shop erstellen, Unternehmensgründung und -marketing durchgeführt. Im Anschluss wurde eine Konkurrenzanalyse durchgeführt. Auf Basis dieser zwei Ergebnisse wurde eine unverwechselbare Corporate Identity geschaffen, die sich von der Konkurrenz abhebt und einen hohen Wiedererkennungswert hat. Zudem wurde eine umfangreiche Hochzeitspapeterie-Kollektion für das Unternehmen lebenslang designs erstellt. Die Kollektion deckt den Großteil der wichtigen Bereiche einer Hochzeit ab und bietet Hochzeitspaaren die Möglichkeit ihre gesamte Hochzeitspapeterie einheitlich und ansprechend zu gestalten.

Zusammenfassend lässt sich dabei als Ergebnis nennen, dass ein einheitliches und stimmiges Auftreten in der Außen- und Innendarstellung eines Unternehmens großen Einfluss auf die Kaufentscheidung eines Interessenten hat. Es ist essenziell auf der visuellen Ebene ein ansprechendes Corporate Design zu haben, welches sich durch das gesamte Unternehmen zieht. Dies ist vor allem bei einer Neugründung eines Unternehmens der erste Eindruck, der hinterlassen wird und beeinflusst die Kaufentscheidung. Die Forschungsfrage wie die Grundlagen für einen erfolgreichen Etsy Shop in der Hochzeitspapeterie gelegt werden können, lässt sich daher wie folgt beantworten: Es braucht einen stimmigen visuellen Gesamtauftritt, eine gute Kundenkommunikation und eine ansprechende und zielgerichtete Produktauswahl. Wenn diese Punkte schon bei der Neugründung zutreffen, kann sich ein Unternehmen einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz verschaffen.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Shop GoddessArtandDesign

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/GoddessArtandDesign>

Abb. 2: Shop MyDigitalChicDesigns

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/MyDigitalChicDesigns>

Abb. 3: Shop SlowdownartDesign

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/SlowdownartDesign>

Abb. 4: Shop RosaBlattwerk

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/RosaBlattwerk>

Abb. 5: Shop DasJaTeam

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/DasJaTeam>

Abb. 6: Shop HochzeitDIY

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/HochzeitDIY>

Abb. 7: Shop ACmediadesigns

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/ACmediadesigns>

Abb. 8: Shop WOOFstudioDE

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/WOOFstudioDE>

Abb. 9: Shop weddykrams

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/weddykrams>

Abb. 10: Shop FourthSeptemberShop

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/FourthSeptemberShop>

Abb. 11: Shop Pixelklee

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/Pixelklee>

Abb. 12: Shop JellybeenDigitals

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/de/shop/jellybeendigitals>

Abb. 13: Shop theweddtemplate

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/theweddtemplate>

Abb. 14: Shop SlowdownartDesign

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/SlowdownartDesign>

Abb. 15: Shop EVELESTE

Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.etsy.com/shop/EVELESTE>

Abb. 16: lebenslang designs Corproate Design

Eigene Darstellung

Abb. 17: lebenslang designs Coporate Colour

Eigene Darstellung

Abb. 18: Typographie Gistesy und Alice

Eigene Darstellung

Abb. 19: Logo Skizzen

Eigene Darstellung

Abb. 20: Logo Blumen Skizzen

Eigene Darstellung

Abb. 21: Logo 1. Version

Eigene Darstellung

Abb. 22: Logo finale Version

Eigene Darstellung

Abb. 23: Logo Italien Prozess

Eigene Darstellung

Abb. 24: Logo Endergebnis

Eigene Darstellung

Abb. 25: Banner Etsy-Shop

Eigene Darstellung

Abb. 26. Corporate Design Kollektion

Eigene darstellung

Abb. 27: Skizzen Einladung, Abb. 28: Skizzen Elemente und Abb. 29: braune Elemente

Eigene Darstellung

Abb. 30: Einladung mit Skizze, Abb. 31: Einladung mit beige Elementen und Abb. 32: Einladung in Canva geladen

Eigene Darstellung

Abb. 33: Schrift in Canva Prozess 1, Abb. 34: Schrift in Canva Prozess 2 und Abb. 35: 1. Schrift in Canva ausgewählt

Eigene Darstellung

Abb. 36: zwei Schriften der Kollektion

Eigene Darstellung

Abb. 37: Elemente in Beige

Eigene Darstellung

Abb. 38: Blumen und Pflanzen Hintergrund

Eigene Darstellung

Abb. 39: Einladung zweiseitig Vorderseite und Abb. 40: Einladung zweiseitig Rückseite

Eigene Darstellung

Abb. 41: Einladung klappbar Vorderseite und Abb. 42: Einladung klappbar Rückseite

Eigene Darstellung

Abb. 43: Einladung klappbar Innenseite

Eigene Darstellung

Abb. 44: Prozess Innenseite und Abb. 45: Prozess Innenseite mit Hintergrund

Eigene Darstellung

Abb. 46: digitales Save-the-Date, Abb. 47: Save-the-Date Karte vorne und Abb. 48: Save-the-Date karte hinten

Eigene Darstellung

Abb. 49: Willkommensschild vertikal, Abb. 50: Willkommensschild horizontal und Abb. 51: Tagesablauf Schild

Eigene Darstellung

Abb. 52: Dankeskarte vorne und Abb. 53: Dankeskarte hinten

Eigene Darstellung

Abb. 54: Kirchenheft vorne und Abb. 55: Kirchenheft hinten

Eigene Darstellung

Abb. 56: Flyer Version 1 Vorderseite und Abb. 57: Flyer Version Rückseite

Eigene Darstellung

Abb. 58: Flyer Version 2 Vorderseite und Abb. 59: Flyer Version 2 Rückseite

Eigene Darstellung

Abb. 60: Freudentränen Banderole

Eigene Darstellung

Abb. 61: Versprechen Heft für sie und Abb. 62: Versprechen Heft für ihn

Eigene Darstellung

Abb. 63: Sitzplan Schild horizontal und Abb. 64: Sitzplan Schild vertikal
Eigene Darstellung

Abb. 65: Tisch 1, Abb. 66: Tisch 2 und Abb. 67: Tisch 3
Eigene Darstellung

Abb. 68: Namenskarte und Abb. 69: Namenskarte Zeltfalz
Eigene Darstellung

Abb. 70: Schild Hochzeitstorte, Abb. 71: Schild in liebevoller Erinnerung und Abb. 72: Schild Diese Kerze
Eigene Darstellung

Abb. 73-81: Hinweisschilder
Eigene Darstellung

Abb. 82: Buffetkärtchen
Eigene Darstellung

Literaturverzeichnis

Berger, Desiree (2023). Corporate Design: Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk Verlag.

Bühler, Peter; Schlaich, Patrick; Sinner, Dominik (2019). Medienmarketing. Heidelberg: Springer Verlag.

Druckterminal (o.J.). Geschwungene Schriftarten: Was macht sie so besonders? [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.druckterminal.de/blog/details/geschwungene-schriftarten-was-macht-sie-so-besonders>

Etsy (2025). Etsy Q4 2024 Financial Results. [online] Abgerufen am 27.02.2025 von https://s22.q4cdn.com/941741262/files/doc_financials/2024/q4/For-website-Q4-2024-Earnings-Presentation.pdf

Finanzchef24 (o.J.). Corporate Identity für Selbstständige und Kleinunternehmer. [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.finanzchef24.de/wissen/marketing-wachstum/corporate-identity>

Finnigan, Hedwig (2024). Erfolgreich verkaufen auf Etsy. Deutschland: tredition Verlag.

Hamann, Sabine (2007). Logodesign. Bonn: mitp-Verlag. 2. Auflage.

Heimann, Monika und Schütz, Michael (2017). Wie Design wirkt. Bonn: Rheinwerk Verlag.

Helder (o.J.). Was ist Corporate Design? [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://helder.design/corporate-design/>

Keite, Lothar(2019). Corporate Identity im digitalen Zeitalter. Freiburg: Haufe-Lexware Verlag.

Kiessing, Waldemar und Babel, Florian (2016). Corporate Identity: Strategie Nachhaltiger Unternehmensführung. Ravensburg: Walhall und Praetoria Verlag. 4. Auflage.

Onlineprinters (o.J.). Schrift mischen. [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.onlineprinters.de/magazin/schrift-mischen/>

Papierdirekt (2024). Hochzeitstrends & Papeterie. [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.blog.papierdirekt.de/hochzeitstrends-papeterien-2024/>

Statista (2025). Umsatz von Etsy weltweit in den Jahren 2012 bis 2024. [online] Abgerufen am 27.02. 2025 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151149/umfrage/online-umsatz-von-etsy-inc/>

Viaprinto (o.J.) Typographie 2. [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.viaprinto.de/blog/typografie-2/>

Weddyplace (2025). Die große Hochzeitsstudie 2024. [online] Abgerufen am 27.02.2025 von <https://www.weddyplace.com/de/hochzeitsstudie/2024>

Weinberger, Anja (2010): Corporate Identity - Großer Auftritt für kleine Unternehmen. München: Stiebler Verlag.

Eidesstattliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe, dass ich sie zuvor an keiner anderen Hochschule und in keinem anderen Studiengang als Prüfungsleistung eingereicht habe und dass ich keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Alle Stellen der Arbeit, die wörtlich oder aus anderweitigen fremden Äußerungen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht.

Bielefeld, 28.02.2025

Ort, Datum

Victoria Madeja

Unterschrift