

WHITEPAPER Physisches Branding: Wenn Räume sprechen lernen

Wie Familienunternehmen ihre Geschichte sichtbar machen und Zukunft gestalten

Warum dieses Whitepaper?

Die Unternehmensübergabe ist geschafft. Ein neues Kapitel beginnt. Viele junge Unternehmerinnen und Unternehmer der nächsten Generation stehen nun an einem Punkt, an dem Vergangenheit und Zukunft sich die Hand reichen sollen. Die Eltern haben etwas aufgebaut – mit viel Herzblut, harter Arbeit und einem tiefen Verständnis für das, was zählt. Nun liegt es an der nächsten Generation, diesen Weg weiterzugehen und dabei neue Impulse zu setzen.

Ich habe dieses Whitepaper geschrieben, weil ich selbst gesehen habe, wie kraftvoll es ist, wenn ein Unternehmen beginnt, seine eigene Geschichte zu erzählen – nicht nur in Worten, sondern in Räumen. Weil ich weiß, wie emotional, mutig und manchmal auch überwältigend dieser Prozess sein kann. Und weil ich zutiefst daran glaube, dass jede Marke, die mit Liebe geführt wird, es verdient, auch sichtbar geliebt zu werden.

Was ist physisches Branding wirklich?

In einer Welt, die immer digitaler wird, wächst gleichzeitig der Wunsch nach Echtem. Nach Materialien, Räumen und Momenten, die spürbar sind. Physisches Branding ist genau das: Es bringt die Identität eines Unternehmens in den Raum – durch Haptik, Atmosphäre, Architektur und Gestaltung.



Ein Empfang, der Vertrauen ausstrahlt.



Ein Messestand, der Emotionen weckt.



Ein Showroom, der nicht nur Produkte zeigt, sondern auch Werte.

All das sind Beispiele für physisches Branding. Und gleichzeitig sind es Bühnen, auf denen sich die Seele eines Unternehmens zeigen kann.

Warum Familienunternehmen besonders profitieren

Familienunternehmen tragen eine Geschichte in sich, die oft über Generationen gewachsen ist. Diese Geschichte ist ein Schatz – voller Werte, Erfahrungen und Haltung. Doch oft bleibt sie unsichtbar. Oder sie wird so erzählt, wie es immer war.

Die nächste Generation hat jetzt die Chance, diese Geschichte neu zu erzählen. In einem Raum, der Altes ehrt und gleichzeitig zeigt, wo es hingehen soll. Physisches Branding wird so zur sichtbaren Verbindung – zwischen Herz und Strategie, zwischen Ursprung und Vision.

Was mich immer wieder berührt: Wenn ich mit der neuen Generation arbeite und diese Mischung aus Respekt und Aufbruch spüre. Dieses „Wir wollen nicht alles anders machen – aber wir wollen es auf unsere Art erzählen.“ Genau da beginnt meine Arbeit.

Storytelling in Räumen – wenn Wände zu Erzählern werden

Ein Kunde tritt ein. Noch bevor ein Wort gesprochen wird, entsteht ein Gefühl. Wärme. Vertrauen. Respekt. Vielleicht Neugier. Genau hier beginnt gutes Storytelling – nicht mit Sprache, sondern mit Raum.

Historische Elemente

Ein altes Familienfoto, modern inszeniert.

Lokale Materialien

Materialien aus der Region, die bewusst gewählt wurden.

Typografische Akzente

Zitate aus der Firmengeschichte, typografisch in Szene gesetzt.

Jeder Raum, jede Fläche kann erzählen. Wenn die Story klar ist, wird sie überall spürbar. Dabei geht es nicht nur um die Vergangenheit. Auch die Vision der neuen Generation kann in diesen Geschichten Platz finden: Nachhaltigkeit, Innovation, neue Wege der Zusammenarbeit.

Storytelling im physischen Raum macht Haltung sichtbar – und lädt andere ein, Teil dieser Geschichte zu werden.

So entsteht physisches Branding mit Tiefe

Die Identität spüren

Was macht das Unternehmen aus? Welche Werte tragen durch jede Generation? Was bleibt – egal, wie sich Produkte, Teams oder Märkte verändern?

Berührungspunkte gestalten

Überall dort, wo Menschen mit dem Unternehmen in Kontakt kommen, entstehen Chancen für Eindruck und Verbindung. Der erste Eindruck zählt – und der zweite bleibt.

Atmosphäre schaffen

Mit Farben, Licht, Materialien, Möbeln, Düften. Alles trägt zur Wirkung bei. Und alles kann gezielt eingesetzt werden, um Emotionen zu wecken.

Menschen einbeziehen

Mitarbeitende, Partner, Familienmitglieder – wer die Räume mitträgt, trägt auch die Marke. Physisches Branding funktioniert, wenn es gelebt wird.



Projektbeispiel: Böllinghaus Steel – Willkommen zu Hause

Früher war alles weiß. Weiß, glatt, glänzend. Ein klassischer Messestand, wie man ihn in der Stahlbranche kennt – reduziert, steril, professionell. Doch Böllinghaus Steel wollte mehr. 2024 war es Zeit für einen Auftritt mit Haltung. Für einen Stand, der nicht mehr nur überzeugt, sondern berührt.

Gemeinsam haben wir etwas völlig Neues erschaffen: ein Zuhause auf Zeit – mitten in Halle 12 in Düsseldorf. Der neue Stand erzählte Geschichten. Von 135 Jahren Unternehmensgeschichte. Von einem alten Stahlwerk in Remscheid. Von portugiesischer Kultur, die das Team von Böllinghaus täglich lebt.

Statt steriler Perfektion gab es Holz, Struktur, Wärme. Statt Hochglanzpolitur ein „Kaffee-Haus“-Charakter zum Ankommen und Verweilen. Es war ein mutiger Schritt – und er wurde belohnt: Besucher blieben stehen, fotografierten, kamen ins Gespräch. Der Stand war nicht nur ein Hingucker, sondern ein Gefühl. Ein Statement. Eine Einladung, das Unternehmen neu kennenzulernen.

Die Details machten den Unterschied:

- Azulejos mit Profilformen als Bodenmuster
- Ein Fenster, das den Blick ins Werk freigab
- Historische Werbeanzeigen mit der hauseigenen Sympathiefigur „Baja Penemu“
- Kunstobjekte im Regal, die Geschichten über Material und Menschen erzählten

Und das Schönste: Der Stand war nachhaltig gebaut, modular gedacht – und so konzipiert, dass er auf kleineren Messen wiederverwendet werden kann. Böllinghaus hat sich sichtbar gemacht – mit einer Haltung, die verbindet: Zwischen Vergangenheit und Zukunft. Zwischen Mensch und Marke. Zwischen Stahl und Seele.

VISUELLES STANDKONZEPT



Das Headquarter in Hilden bei Düsseldorf mit der unverkennbaren roten Backstein Fassade



Kaffee-Haus mit warmen und gemütlichen Ambiente



portugiesische Kultur, welche die Mitarbeitenden von Böllinghaus Steel tagtäglich leben

BÖLLINGHAUS STEEL DAMALS, HEUTE UND MORGEN



Discover New Dimensions



Bar mit 135 Jahre Logo



Baja Penemu Regal

Der Messestand: Feels like home



Die Zukunft sichtbar machen



Die nächste Generation hat die Chance, das Erbe des Unternehmens neu zu denken – ohne es zu verleugnen. Durch physisches Branding entsteht kein Bruch, sondern eine Entwicklung. Eine Weitererzählung.

Wer Räume schafft, die spürbar machen, wofür ein Unternehmen steht, schafft Vertrauen. Wer Haltung zeigt, inspiriert. Und wer Emotionen weckt, bleibt im Kopf.

Über uns: BrandQueen

Wir glauben an ehrliches Branding. An den Wert von Geschichte. An den Mut zur Zukunft. Und daran, dass sich all das sichtbar machen lässt – mit Herz, Strategie und Handwerk.

Ich bin Rebecca – Gründerin von BrandQueen – und ich liebe es, mit Menschen zu arbeiten, die etwas mit Herz aufbauen. Ich habe über die Jahre viele Familienunternehmen begleitet, habe zugehört, gefragt, mitgedacht. Und ich weiß: Jedes Unternehmen verdient einen Auftritt, der genauso einzigartig ist wie seine Geschichte.



Du willst wissen, wie das für dein Unternehmen aussehen könnte?

Melde dich für ein kostenloses Strategiegespräch.



+49 2173 2643130

info@brandqueen.de

oder direkt bei **LinkedIn** vernetzen.