



## Corporate Identity

ein klares Bild für Ihre Kunden

**Corporate Identity** ist die Persönlichkeit eines Unternehmens. In Parallele zur Ich-Identität einer Person wird die Corporate Identity als schlüssiger Zusammenhang von Erscheinung, Taten und Worten (Verhalten!) eines Unternehmens gesehen.

Spezieller ausgedrückt: Der schlüssige Zusammenhang von Unternehmenserscheinungsbild (Corporate Design), Unternehmensverhalten (Corporate Behaviour) und der Unternehmenskommunikation (Corporate Communication) als manifestiertes, wahrnehmbares Selbstverständnis des Unternehmens.

Die Corporate Identity versucht das Unternehmen in seiner Gesamtheit zu begreifen, ihre Identität zu beschreiben und zu gestalten. Corporate Identity definiert und integriert Aspekte der Unternehmenskultur (Corporate Culture), des Verhaltens von Unternehmen und Mitarbeitern (Corporate Behaviour), der internen und externen Kommunikation (Corporate Communications), der visuellen Identität (Corporate Design) und führt schließlich zur Markenführung (Corporate Branding) und leistet so einen wesentlichen Beitrag zur

- Vermittlung der Leistungsfähigkeit und des Selbstverständnisses Ihres Unternehmens,
- Erhöhung des Wiedererkennungswertes Ihres Unternehmens und zur Schaffung einer wirkungsvollen Marktpräsenz,
- Stärkung der Identifikation der relevanten Zielgruppen mit Ihrem Unternehmen.

Dabei hat dieses Erscheinungsbild seine Wirkung nach Innen und nach Außen:

- Ihre Mitarbeiter identifizieren sich mit Ihrem Unternehmen. Es entsteht ein Wir-Gefühl: Ihre Mitarbeiter nutzen ganz selbstverständlich Ihre Produkte, nicht die der Mitbewerber.
- Ihr Unternehmen wird nach außen einheitlich präsentiert. Dazu gehören operativ die Geschäftsausstattung mit Logo, Farbgebung, Schriftbild und Layoutvorgaben (Corporate Design) sowie eine strategisch als geschlossen wahrnehmbare Kommunikationspolitik, mit der die anderen Elemente des Marketing-Mix den Marktteilnehmern zugänglich gemacht werden.

Die kommunizierte Zusammengehörigkeit (Corporate Behaviour), die im Zusammenhang mit den anderen Bestandteilen der Corporate Identity eine schlüssige und widerspruchsfreie Ausrichtung der Verhaltensweisen einer Organisation nach innen und außen beschreibt, führt zu einer eindeutigen und unverwechselbaren Marktpräsenz.

Ist die Corporate Identity Ihres Unternehmens stimmig, erscheint Ihr Unternehmen glaubwürdiger.

### **Corporate Design** stärkt Ihren Marktauftritt

In Zeiten der multimedialen Reizüberflutung ist der erste Eindruck wichtiger denn je. Durch ansprechende Gestaltung Ihrer Werbemittel und Geschäftsdrucksachen können gezielt Emotionen und Erinnerungen beim Betrachter geweckt werden, welche ihn neugierig machen sollen und bei ihm dabei Wünsche und Interessen aktivieren.

Im gleichen Moment ist es aber genauso wichtig, dass Ihre Botschaften und Informationen in prägnanter Form aufgenommen und verstanden werden. Der Gestaltungsprozess sollte deshalb eine ausgewogene Mischung aus Design und emotionaler Ansprache sein. Die beste gestalterische Aufmachung hilft nichts, wenn am Ende die Kernaussage verloren geht oder der Betrachter mit der Informationsaufnahme überfordert ist.

Stechen Sie aus der Menge heraus, grenzen Sie sich vom Wettbewerb nachhaltig ab und bleiben Sie im Gedächtnis.

Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir ein zielgruppenorientiertes und unverwechselbares Erscheinungsbild Ihres Unternehmens – angefangen von der Logoentwicklung über die einheitliche Gestaltung Ihrer Geschäftsausstattung bis hin zur multimedialen Webpräsentation.

**Wir unterstützen Sie in allen Fragen der visuellen Kommunikation und sorgen dafür, Ihren Unternehmensauftritt von Beginn an ins rechte Licht zu setzen.**

**Zögern Sie nicht, uns anzurufen, lassen Sie sich unverbindlich beraten. Wir helfen Ihnen gerne.**

Auf den nächsten Seiten finden Sie eine Checkliste zum Corporate Design.



## Elemente eines Corporate Design

Überprüfen Sie Ihren Unternehmensauftritt. Die Elemente sind nach einzelnen Bereichen und nach Wichtigkeit geordnet.

### Geschäftsausstattung

- Visitenkarten**  
Visitenkarten sollten im Standardformat 55 x 85 mm vorliegen. Alle Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt sollten personalisierte Visitenkarten besitzen.
- Briefpapier**  
Das Briefpapier sollte der DIN 676 entsprechen und eine erste und ggf. eine zweite Seite aufweisen. Die notwendigen Pflichtangaben für Unternehmen sollten in den Vorlagen enthalten sein. Personalisierte Briefbögen bzw. entsprechende Vorlagen zum Eindrucken sollten für alle Mitarbeiter mit Korrespondenzaufgaben vorliegen.
- Interner Standardbogen**  
Auf internen Schreiben sind oft andere Angaben wie auf dem Standard-Briefbogen nötig/erwünscht - hier schafft eine extra Vorlage Abhilfe.
- Faxdeckblatt**  
Trotz E-Mail ist das Fax noch nicht aus der Geschäftswelt verschwunden. Ein Deckblatt für Faxmitteilungen sollte zur Verfügung stehen.
- Standardpapier**  
Für Memos, Auflistungen oder Stellungnahmen - alles was im Unternehmen geschrieben wird, sollte auf einem Papier ausgegeben werden, das dem Corporate Design entspricht. Für das Standardpapier empfiehlt sich aus Effizienzgründen eine sehr sparsame Gestaltung, ggf. kann auch eine mehrseitige Vorlage verwendet werden.
- Formulare**  
Viele Formulare erleichtern die tägliche Arbeit: Rechnungsvordrucke, Lieferscheine, Auftragsbestätigungen, und Angebote sind nur die gängigsten. Auch Stundenzettel, Bestellformulare, Aufmaßbücher oder Wartungsprotokolle sollten im Corporate Design erstellt sein.
- Notizblock**  
Auch der Notizblock ist ein Element des Erscheinungsbildes - und das nicht nur wenn er als Werbegeschenk dient.
- Kurznotizen**  
Um Telefonate, Besprechungen oder wichtige Dinge zu protokollieren eignen sich Kurznotizen. Sie enthalten die wichtigsten Daten als Formular und ein oder mehrere Freitext-Felder.
- Empfehlungskarten**  
Empfehlungskarten haben meist das Format DIN lang bzw. DIN A5 und werden Standardsendungen beigelegt.
- Grußkarten**  
Alle Jahre wieder zu Weihnachten werden Unmengen Grußkarten verschickt – ein unglaubliches Werbepotenzial. Aber auch Geburtstage, Jubiläen und Firmeneröffnungen sind Anlässe für eine Grußkarte.
- Urkunden, Zertifikate, Zeugnisse**
- Ordner**
- Mappen**
- Etiketten**
- Cover und Label für CD-ROMs**  
CD-ROMs werden sehr häufig als Datenträger benutzt. Zu einem umfassenden Erscheinungsbild gehört ein Label (Aufklebbar oder auf die CD gedruckt) und ein Cover als Einleger in eine feste Hülle oder ein bedrucktes Softcase aus starkem Papier.
- Kuverts**
- Absenderbogen/Paketaufkleber**  
Nicht immer lohnt es sich alle Sorten von Umschlägen nach dem Corporate Design zu bedrucken, Aufkleber können hier eine günstige Alternative sein.
- Freistempler**  
Auch der Stempel der Postdienstleister kann i.d.R. individuell gestaltet werden.
- Stempel**

### Kleidung

- Namensschild**
- Berufsbeleidung**  
Hierzu zählt Arbeitskleidung (Arbeitshose, Arbeitskittel) und die persönliche Schutzausrüstung (Helm, Sicherheitsschuhe, Handschuhe).
- Sonstige Bekleidung**  
Alle übrige Bekleidung die im Unternehmen getragen wird: Hemden, Jacketts, Blusen, Blazer, ...
- Accessoires**  
Krawatten, Halstücher, Westen, Schals, Krawattennadeln, ...



## Werbung/Publicationen

- Flyer**
- Broschüren**
- Plakate**
- Anzeigen**  
Vorlagen sollten sowohl für Verkaufsanzeigen, Imageanzeigen als auch für Stellenanzeigen vorhanden sein.
- Kundenzeitschrift**
- Präsentationsmappen**  
Einlegemappen sind vielfach verwendbar, zur Präsentation bei Kunden, Lieferanten oder für Presseinformationen.
- Pressemeldung**
- Messe-/Infostand**
- Sonderwerbemittel**  
Hierunter fallen alle Werbemittel insbesondere für den Point-of-Sale. Beispielsweise Kundenstopper, Preisschilder, Bautafeln.
- Merchandising**  
Fanartikel sollten ebenso in das Erscheinungsbild eingegliedert sein. Es ist ratsam darauf zu achten, dass sie nicht mit der offiziellen Bekleidung der Mitarbeiter verwechselt werden kann.
- Werbegeschenke**  
Beispielsweise: Kugelschreiber, Blöcke, Kalender, Feuerzeuge, Krawattennadeln, Flaschenöffner, Visitenkartenetuis, ...

## Elektronische Medien

- Favicon**  
Bezeichnet ein kleines Icon, das in vielen Browsern vor der Internetadresse der jeweiligen Seite und in den Favoriten / Lesezeichen angezeigt wird.
- Website**  
Bei der Gestaltung der Website sollten auch Erweiterungen und neue Internetmodelle bedacht werden - beispielsweise Blogs, Online-Shops, Communitys, Foren.
- E-Mail**
- Newsletter**
- Bildschirmschoner**
- VCF-Adresskarte**  
VCF-Adresskarten sind elektronische Visitenkarten - hier sollte zumindest das Logo eingebunden sein.
- Werbepbanner**  
Werbepbanner sind die Anzeigen des Internets.

- Präsentation**  
Präsentationen haben sich in vielen Geschäftsbereichen durchgesetzt - eine entsprechende Vorlage verhindert gestalterischen Wildwuchs und spart Zeit bei der Erstellung von Präsentationen.
- Präsentations-CDs**  
Interaktive CDs für Produkt- und/oder Firmenpräsentationen sollten äußerlich wie inhaltlich ein Bestandteil des Erscheinungsbildes sein.

## Gebäude / Fahrzeuge

- Gebäude**  
Mögliche Gestaltungsmöglichkeiten sind Farbakzente, Fassaden, Beschilderung, Außenanlagen, Leuchtreklame.
- Inneneinrichtung**  
Neben Mobiliar auch die Gestaltung von Wänden, Türen, Fenstern, Böden. Nicht zu vergessen Tür- und Hinweisschilder, Wegweiser.
- Fahnen, Flaggen**
- Maschinen / Werkzeuge / Betriebsausstattung**  
**Fahrzeuggestaltung**  
Einfache Beschriftung oder aufwendigeres Gesamtdesign. Zu beachten sind die unterschiedlichen Fahrzeugtypen: Vom Kleinwagen über Limousinen, Kombis bis hin zu Transportern und LKWs - auch Anhänger sollten bedacht werden.

## Verkauf

- Technische Dokumentation**  
Zu den Technischen Dokumentationen zählen unter anderem Bedienungsanleitungen, Sicherheitsunterweisungen oder auch Technische Datenblätter.
- Verkaufsunterlagen**
- Prospekte**
- Kataloge**
- Preislisten**
- AGB**

Wir unterstützen Sie in allen Fragen der visuellen Kommunikation und sorgen dafür, Ihren Unternehmensauftritt von Beginn an ins rechte Licht zu setzen.

Zögern Sie nicht, uns anzurufen, lassen Sie sich unverbindlich beraten.

Wir helfen Ihnen gerne.