

Im Spannungsfeld Grafik & Konzept

Was kann ein gutes
Corporate Design
für Sie tun?

Das Corporate Design!

Warum wird das so hoch gehandelt und was bringt das meinem Unternehmen?

Drehen wir die Frage mal beispielhaft um.

- Woran erkennen wir Nike?
- Woran erkennen wir Coca Cola?
- Woran erkennen wir Mercedes, McDonald's, Apple?

Sofort fallen Ihnen hierbei Symbole, Farben und Schriften ein. Wenn Coca Cola plötzlich findet, Gelb alleine wäre doch viel schöner – würde die gelbe Cola ebenso lecker schmecken?

Würde Nikes Marketing glauben, der Swoosh habe ausgedient und sei sich satt gesehen, könnte eine andere Form bei den Käufern und Fans ankommen und angenommen werden?

Wenn Mercedes' Agentur die Schrift „revolutioniert“, ist es dann noch Mercedes?

Nein, es wird dann kein CocaCola, Mercedes oder Nike mehr sein! Die über Jahre und Jahrzehnte gelernten visuellen Merkmale prägen das Unternehmen. Würde Mercedes eine „modernere“ Schrift wählen, würden sie in einen Pool mit Opel, Fiat und VW fallen und in der Masse der Gesichtslosen untergehen. Viele Jahre Markenmanagement würden mit Füßen getreten.

**Corporate Design ist das Gesicht,
das Unternehmen ihren individuellen
Charakter verleiht.**

Die Checkliste. Was gibt's, was braucht's

Was ist die Unternehmensgeschichte?

Wie kam es zu der Gründung, wann, warum und mit wem?

Welche Werte, Visionen verfolgt das Unternehmen?

Welches aktuelle Erscheinungsbild eines beliebigen Unternehmens am Markt gefällt Ihnen gut und warum (Apple, DFB etc)?

Die Checkliste. Was gibt's, was braucht's

Mit welcher Emotion verbinden Sie Ihr Vorhaben?

**Wer sind die aktuellen Mitbewerber und mit welchen
Attributen positionieren sie sich im Markt?** (Firmenname, Website)

Welche Attribute erhält Ihre Unternehmung?

	2	1	0	1	2	
dynamisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	statisch
modern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	klassisch
romantisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	sachlich
laut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	leise
warm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	kalt
jung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	alt
spaßig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	solide
vielfältig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	einfach
natürlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	technisch
hochwertig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	preisgünstig

**Welche 3 Alleinstellungsmerkmale heben Ihre Unternehmung
vom Wettbewerb ab und woran erkennen das die Kunden?**

Die Checkliste. Was gibt's, was braucht's

Welche Prioritäten muss das neue Erscheinungsbild erfüllen?

Wo sind die Kunden räumlich angesiedelt?

- regional
 - deutschlandweit
 - europaweit
 - weltweit
-

Welche Medien beabsichtigen Sie zu nutzen?

Welchen Wert versprechen Sie sich von Ihrem neuen Erscheinungsbild?

Das Corporate Design!

Was bringt das meinem Unternehmen?

Viele Unternehmen könnten von ihrem Knowhow in der Champions-League spielen und kleben in der Kreisklasse. In der Unterklasse verhaftet zu bleiben bedeutet das, was mal funktioniert hat, zum Status zu erklären. Die Geschmäcker ändern sich, der Markt ändert sich, die Anforderungen ändern sich. In einem bewegten Markt wie aktuell heißt es, flexibel zu agieren und neue Wege zu finden.

Das Design ist eine wesentliche Komponente dazu. Design trennt die Spreu vom Weizen. Wer Discount will, bekommt Discount-Preise. Das was im Angebot erworben wurde, stellt für alle Parteien einen geringen Wert dar. Wer Oberklasse sucht, findet in der Oberklasse Waren, die für alle Parteien einen hohen Wert darstellen.

Finden Sie mit diesen 4 kurzen Statements selbst heraus, ob Ihr aktuelles Design Ihre Leistung herabwürdigt.

1. Haben Sie in der Startphase das Logo selber entworfen? Über die Zeit ist Ihr Unternehmen gewachsen und hat sich am Markt etabliert. Während das Logo ist in der Startphase stehengeblieben ist.
2. Ihre Kernzielgruppe sind Performer, optimistisch dominante Unternehmenslenker. Meistens kommen Anfragen von pessimistischen Balance-Typen, die jammernd den Preis drücken wollen.

Das Corporate Design!

Was bringt das meinem Unternehmen?

3. Die Bilder auf der Website sind wirklich gut. Das Logo auch. Ein Profi war am Werk. Die Werbung ist perfekt auf Konsum-Materialisten zugeschnitten. Das beworbene Produkt ist für mutig voranschreitende moderne Performer konzipiert worden.

4. Die Visitenkarten schnell selber gemacht. Der Internetauftritt vom Nachbarn, die Flyer von der Werbeagentur nebenan und die Produktbeschreibung vom Meister. Muss schnell gehen. Wer denkt da noch an Design?

Fazit: Vision und Zielgruppe stimmen nicht überein. Mit einem Design, das Wunschzielgruppe, Unternehmensvision und Leistung verbindet, signalisiert das Unternehmen den Wert, den es für den Markt darstellt.

Checkliste

Selbsteinschätzung zum Erfolg des Corporate Designs

- das bestehende Design soll analysiert werden ob es übernommen
- Der Webauftritt, alle Drucksachen, das gesamte Erscheinungsbild wirkt wie aus einem Guss
- Alle Elemente des Erscheinungsbildes können dem Unternehmen zugeordnet werden
- Das Corporate Design transportiert die wichtigsten Eigenschaften und Werte des Unternehmens. Farben, Formen und Schriften sind stimmig mit dem Image des Unternehmens.
- Das Corporate Design wirkt zeitlos – und unterliegt keinem Trend
- Das Corporate Design funktioniert auf jedem Werbemittel
- Die vorgegebenen Templates mit ihren Schriften, Farben und Attributen werden konsequent genutzt

Kontakt

Nehmen Sie einfach Kontakt auf
unter 02104-8335668.

Ich freue mich auf einen spannenden
und inspirierenden ersten Austausch.

Herzliche Grüße

Wencke Börding

Im Spannungsfeld Grafik & Konzept

Wencke Börding
Am Altenbruch 39
40822 Mettmann

Telefon: 02104-8335668
e-Mail: mail@im-spannungsfeld.de
www: im-spannungsfeld.de
fb: [@ImSpannungsfeld](https://www.facebook.com/ImSpannungsfeld)