

GRUNDLAGEN DES CORPORATE DESIGNS



Einleitung

Die Informationsflut unserer modernen Gesellschaft nimmt ständig zu. Deshalb ist es besonders wichtig, sich mit einem einheitlichen visuellen Erscheinungsbild (Corporate Design) zu positionieren und vom Wettbewerb abzuheben. Dabei sollte dieses Erscheinungsbild vor allem eines auszeichnen:

Nicht nur Ihre Produkte, sondern auch Ihr Unternehmen und Ihre Leistungsfähigkeit sollten präsentiert werden. Egal, ob Visitenkarte, Fahrzeugbeschriftung oder Internetauftritt: Ihr Kunde muß sofort erkennen können, um welches Unternehmen es sich handelt, also ein in sich stimmiges, gleichartiges Bild vorfinden.

Einleitung

Deshalb sollte das Corporate Design (CD), also das in sich stimmige und geschlossene Erscheinungsbild, eine wichtige Grundlage Ihrer Werbung sein. Kernelement ist hier sicherlich das Firmensignet, üblicherweise als „Logo“ bezeichnet. Denken Sie an Unternehmen wie Mercedes oder ARAL, die mit ihren unverwechselbaren Firmenlogos auf jeder Eigenwerbung vertreten sind. Der Vorteil liegt auf der Hand: Werbung und Öffentlichkeitsarbeit wird erst durch Wiederholung effektiv! Ein klar erkennbares, prägnantes Firmenlogo zeigt dem Betrachter schnell und unmißverständlich die Identität des jeweiligen Unternehmens auf.

Logogestaltung

Zwei Dinge sind bei Ihrer Logogestaltung besonders wichtig:

1. Die Einfachheit - je einfacher ein Logo erscheint, desto klarer und schneller wird es für Ihre Kunden erkennbar. Das Logo sollte Symbolcharakter haben. Vermeiden Sie also stark verspielte und verzierte Formen (sofern Sie nicht branchenabhängig mit historischen Motiven arbeiten wollen wie z.B. innerhalb eines „Burg-hotels“ oder bestimmte Modetrends beachten müssen). Trotzdem kann Ihr Logo individuell und unverwechselbar bleiben. Denken Sie nur an Logo's verschiedener Großunternehmen wie z.B. der Deutschen Bank, die klar, abstrakt und doch individuell sind.

Logogestaltung

2. Ihr Firmenlogo sollte Ihre Leistungen, Ihr Unternehmen oder Ihre besonderen Fähigkeiten widerspiegeln. Natürlich gibt es viele schöne Zeichen, aber entscheiden Sie sich für ein Signet, bei dem der Kunde sofort etwas über Ihr Unternehmen erfährt. Wenn Sie im Dienstleistungsbereich tätig sind und Ihre Tätigkeit optisch nur schwer darzustellen ist, dann besinnen Sie sich einfach auf Ihre Stärken und versuchen Sie diese darzustellen. Ihr Logo kann Ihr individuelles Erkennungszeichen sein und dem Kunden bereits im Vorfeld etwas positives über Ihr Unternehmen vermitteln

Firmenfarbe

Innerhalb Ihres Corporate Designs sollten Sie sich für eine spezielle Firmenfarbe entscheiden, die Sie als Schmuckfarbe in viele Bereiche Ihres Unternehmens umsetzen können. Diese Farbe hilft Ihnen, alle Geschäftsunterlagen unverwechselbar auf Ihre „Firmenidentität“ zu trimmen. Denken Sie nur an Firmen wie „Wüstenrot“ oder die Dresdner Bank („Mit dem grünen Band der Sympathie“). Jedes größere Unternehmen hat diese Firmenfarbe und nutzt sie für ihre Zwecke. Achten Sie möglichst bei der Farbauswahl darauf, daß der Ton nicht nur zu Ihrem persönlichen Geschmack, sondern auch zu Ihrer Branche und Ihren Kunden paßt. So könnte natürlich ein Produzent von Kinderspielzeug gerne auf kräftige,

Firmenfarbe

knallbunte Farben zurückgreifen, während - nehmen wir einen extremes Beispiel - ein Bestattungsinstitut eher mit gedeckten, zurückhaltenden Farben arbeiten wird. Im Rahmen Ihrer Druckunterlagen können Sie zwischen den sogenannten „HKS“ Tönen wählen. Das sind 86 unterschiedliche, normierte Farben, die Sie in jeder Druckerei vorfinden. So haben Sie die Gewißheit, auch beim Neudruck in zwei Jahren die gleichen Farben „vorzufinden“. Falls Ihnen die „HKS“ Palette nicht ausreicht, können Sie auf die in den USA häufiger benutzte „Pantone“-Farben zurückgreifen. Diese haben eine deutlich größere Palette an Farben, müssen von den Druckereien allerdings meist neu bestellt werden.

Die Umsetzung des CD's

Sie haben Ihr Firmenlogo und Ihre Firmenfarbe bereits gefunden? - Dann können Sie jetzt alles daran setzen, diese Zeichen zu „veröffentlichen“! Selbstverständlich sollte es ab sofort alle Visitenkarten, Geschäftsbögen, Webseiten, Hinweisschilder, aber auch Lieferfahrzeuge und vieles mehr zieren. Dabei muß hier Ihr Corporate Design nicht stehenbleiben! Teilweise gehen Großfirmen dazu über, selbst ihre Firmenarchitektur nach diesen Grundlagen zu gestalten. So werden Grundrisse nach Firmenlogos geplant und Fassaden mit der Firmenfarbe gestrichen. Soweit brauchen Sie sicherlich nicht zu gehen, aber vielleicht können Sie mit Ihrer Firmenfarbe besondere Akzente in Ihrer Firma setzen.

Die Umsetzung des CD's

Denken Sie nur an Teppichböden, an Geschirr oder an die Polster- auflagen Ihrer Drehstühle. Je weiter Sie Ihr Unternehmen so gestalten, desto einheitlicher und damit auch unverwechselbarer wird das Bild.

Vielleicht wird Ihnen jetzt das eine oder andere etwas übertrieben vorkommen, aber denken Sie daran: Je klarer und eindeutiger Ihr Unternehmen auch optisch nach außen auftritt, umso leichter prägt sich dieses Bild auch bei Ihren Kunden ein.

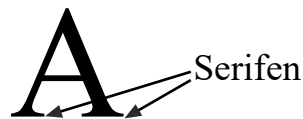
Schriftauswahl

In Zeiten des Computers sind die Möglichkeiten der Schriftauswahl schier unübersehbar geworden. Gerade aus diesem Grund sollten Sie sich für ein oder zwei Schriftarten entscheiden, die Ihr Unternehmen auszeichnen und die Sie konsequent einsetzen können, um ein einheitliches Firmenbild zu erzeugen. Dabei sollten Sie bei der Schriftauswahl unabhängig vom eigenen Geschmack stets überlegen, ob der Schrifttyp zu Ihrem Unternehmen paßt. So wird sich das alteingesessene Bankhaus eher für eine konservative, klassische Schriftform entscheiden, während der Jungunternehmer aus dem Internetbereich wahrscheinlich eine besonders moderne und neue Schrift wählt.

Schriftauswahl

Bei der großen Anzahl an Schriften können Sie zwei Unterscheidungsmerkmale nutzen:

1. Die Antiqua Schriften, die sich durch die sogenannten Serifen auszeichnen.



2. Die Grotesk Schriften, die keine Serifen haben



Darüberhinaus gibt es unzählige Mischformen und neue, digital entwickelte Schriften. Lassen Sie sich bei Ihrer Suche auf jeden Fall vom Profi beraten.

Und zum Schluss...

Vielleicht haben Sie noch die ein oder andere Frage....

Rufen Sie mich unter 0228 - 4797325 an oder vereinbaren Sie ein unverbindliches Erstgespräch. Ich freue mich auf Ihre Nachricht!

Ihr

Meinolph Engels

Über Meinolph Engels

Meinolph Engels ist Gründer von Engels Marketing und als Unternehmensberater speziell für kleine und mittelständische Firmen in den Bereichen Marketing, Werbung und Organisation tätig.

Neben seiner Beratertätigkeit gibt er Seminare im Bereich Werbung und Kommunikation, hält Vorträge und schreibt als Fachautor für verschiedene Zeitschriften. Darüberhinaus ist er Dozent für visuelle Kommunikation in Bonn.