

Was ist was: Corporate Identity – Corporate Design – Medienanwendungen

Corporate Identity – Die Unternehmensidentität

Unternehmen und Organisationen werden in der Öffentlichkeit wie Personen wahrgenommen und mit menschlichen Eigenschaften versehen. Die dabei entstehende individuelle ‚Persönlichkeit‘ wird durch unterschiedliche Merkmale geprägt: Erscheinungsbild, Verhalten, Kommunikation, Leistungen und Erfolge, Bekanntheit und Beliebtheit.

Häufig kommt es dabei zu einer Vermischung dieser Eigenschaften, die in der Regel aber von der Öffentlichkeit als Ganzes betrachtet werden. Die Summe dieser wahrgenommenen Merkmale wird als Unternehmensidentität bzw. Corporate Identity (CI) bezeichnet. Die CI steht permanent im Dialog mit den Zielen und dem Selbstverständnis des Unternehmens. Wir sprechen im Folgenden vereinfacht von Unternehmen, meinen jedoch genauso Institutionen und Organisationen.

Die Unternehmensidentität ist gewollt oder ungewollt immer vorhanden und wahrnehmbar. Sie kann sich selbst überlassen werden, oder mittels strategischer Planung gezielt gestärkt werden.

Da alle Unternehmensaktivitäten mittelbar oder unmittelbar die eigene Identität beeinflussen, ist die gezielte Steuerung und Ausprägung der oben genannten Merkmale von zentraler Bedeutung. Im Idealfall schafft die Corporate Identity so den Rahmen für alle Aktivitäten des Unternehmens – wie ein roter Faden.

Corporate Design – Das Erscheinungsbild

Das Corporate Design (CD) übersetzt die Unternehmensidentität in ein visuell wahrnehmbares Erscheinungsbild. Die Corporate Identity wird so prägnant sichtbar und erlebbar.

Das Erscheinungsbild steht im Einklang mit dem CI, schafft Vertrauen, gibt Orientierung und Halt. Es erhöht die Glaubwürdigkeit und Unverwechselbarkeit und vermittelt die Botschaft(en) des Unternehmens an die Zielgruppen.

Bei der Entwicklung eines Corporate Designs werden die identitätsbildenden, visuellen Merkmale und Konstanten festgelegt und die Variablen definiert, durch die das CD lebendig und individuell wird. Hierzu gehören u.a.: Name, Logo, Farbfamilie, Schriftfamilie, Gestaltungselemente

Das CD dient als Basis für die Medienanwendungen, die das Marketing oder die öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten der Unternehmen und Institutionen unterstützen.

Mediananwendungen

Ist das Corporate Design in den wesentlichen Grundzügen definiert, können die Kommunikationskanäle durch diverse integrierte Medienanwendungen gespeist werden.

Die Notwendigkeit der Maßnahmen hängt von der zuvor definierten Kommunikationsstrategie ab und orientiert sich an den Strukturen des Unternehmens und seinen Zielgruppen. Folgende typische Anwendungen kommen zum Einsatz: Geschäftspapiere, Broschüren, Websites, Werbematerialien, Newsletter, uvm.