

Chancen kann man nutzen.  
Oder ungenutzt verstreichen lassen.

## Corporate Design

## **Der Mensch nimmt heute 2 Prozent aller Informationen auf. 98 Prozent nicht mehr.**

In einer Welt, die immer kurzlebiger, komplexer und informationslastiger wird, steigt die selektive Wahrnehmung. Wer als Unternehmen, Marke, Produkt oder Leistung gesehen werden will, muss sich klar zu erkennen geben.

Jeder von uns gibt ein Bild von sich ab. Die Frage ist nur: Wie bewusst stellen wir uns dieser Tatsache und nutzen Sie zu unserem Vorteil?

Die Welt wurde nicht an einem Tag erschaffen. Genauso ist es nicht es nicht möglich, sich als Unternehmen von einem Tag auf den anderen ein einheitliches Auftreten zu verpassen. Ganz abgesehen davon, das dies auch nicht glaubwürdig ist.

Der erste Schritt zu einem einheitlichen Auftreten und klaren Kommunizieren ist die Erkenntnis, dass dies von zentraler Bedeutung ist, um langfristig den Erfolg zu sichern.

## **Die Wirkung von Corporate Design ist unbestritten. Aber nur, wenn das Potential richtig genutzt wird.**

Es ist erst möglich, nach aussen einheitlich aufzutreten, wann das innere Bild, das Eigenverständnis eines Unternehmens klar und bewusst ist. Ein Corporate Design, das nicht aus einer Corporate Identity heraus entsteht, macht keinen Sinn. Das wäre ein Schloss auf Sand gebaut.

In der Regel bringt ein auslösendes Moment, die Diskussion um Corporate Identity und Corporate Design in Gang – ein neuer Firmenprospekt, die Kampagne zur Lancierung einer Produktneuheit, ein Firmenzusammenschluss usw. Und in diesen Momenten lohnt es sich, eine Denkpause einzulegen. Nicht um zu pausieren, sondern um sich als Unternehmen über seine Werte, Ziele und Grundhaltungen, seine Kultur und seine Identität klar zu werden. Die wird nämlich täglich gelebt – aber selten bewusst.

Die Identität ist das Selbstverständnis eines Unternehmens. Eine Firmenidentität entsteht aus der Beziehung zwischen innen und aussen. Sie zeigt sich im Denken, Handeln und Leiten eines Unternehmens. Corporate Identity ist ein Prozess, bei dem es gilt, die Identität eines Unternehmens zu erkennen, zu gestalten, zu verwirklichen und zu prüfen.

## **Erfolg ist keine Frage der Unternehmensgrösse. Corporate Design auch nicht.**

Paradebeispiele von Corporate Designs, die Unternehmen oder Marken weltweit erfolgreich etabliert haben, gibt es zahlreich. Wer kennt sie nicht: den Mercedes-Stern, das Apple-Zeichen und den Coca-Cola-Schriftzug. Skeptiker weisen zurecht darauf hin, dass nicht jedes Unternehmen ein internationaler Konzern ist und jede Marke weltweite Berühmtheit erlangen muss. Aber: Das Prinzip guter Kommunikation bleibt immer das gleiche. Ohne ein einheitliches Erscheinungsbild verliert jeder Auftritt an Kraft.

Corporate Design erfüllt keinen Selbstzweck, sondern bietet konkreten Nutzen: Die wichtigsten Vorteile von bewusst eingesetztem Corporate Design liegen im Vertrauensgewinn und in der Identifikation sowohl der Unternehmenskunden als auch der Mitarbeiter durch die Präsentation eines klaren Profils am Markt. Abläufe werden vereinfacht, was zudem ökonomischen Nutzen bringt.

Der Begriff Corporate Design wird irrtümlicherweise immer wieder auf das Logo und die Geschäftsdrucksachen reduziert. Dabei setzt sich die visuelle Identität einer Firma aus weiteren zentralen Elementen zusammen wie zum Beispiel Schriftbild, Bildersprache, Farbwelt, Raster, Formate usw. Erst das Zusammenspiel aller dieser Einzelteile erschafft ein einheitliches und unverkennbares Erscheinungsbild.

## **Corporate Design ist ein Prozess. Lebendig wie Unternehmen, Marken und Produkte.**

Das Corporate Design ist geboren und das Manual liegt druckfrisch vor. Gratulation! Damit ist ein wichtiger Schritt in einem anspruchsvollen Prozess getan. Der fängt bei der Erarbeitung der Corporate Identity an und hört eigentlich nie ganz auf. Denn: So wie sich das Unternehmen verändert, gilt es auch das Corporate Design zu überprüfen und anzupassen. Ein Erscheinungsbild muss dauerhaft sein, darf aber nicht zu einer fixen Grösse erstarren.

Bei der Realisation von Kommunikationsmitteln wird das Manual konkret umgesetzt – und damit auch interpretiert. Was auf der theoretischen Gestaltungsebene klar und eindeutig definiert scheint, wirft in der Anwendung häufig zahlreiche Fragen auf. Die Praxis zeigt, dass gerade hier zahlreiche Mängel auftauchen. Das Ergebnis: Anstelle eines einheitlichen Auftritts entsteht ein unklares Gebilde an individuellen Einzellösungen.

Die Implementierung eines neuen Corporate Designs ist anspruchsvoll und braucht Spezialisten, die mit der Problematik vertraut sind.

Versteht man die Entwicklung eines Corporate Designs als Prozess, lassen sich die häufigsten Fehler, wie sie zum Beispiel in der Phase der Implementierung entstehen, vermeiden. Das Vorgehen ist klar definiert und in überschaubare Schritte unterteilt:

- 1. Formulierung einer Corporate Identity Strategie**
- 2. Untersuchung des Ist-Zustandes**
- 3. Entwicklung des Corporate Designs**
- 4. Ausarbeitung des Corporate Designs und des Manuals**
- 5. Implementierung Gestaltung und Produktion von Kommunikationsmitteln**
- 6. Audit Erfolgskontrolle und Vergleich von Ist- und Soll-Situation**

## **20 Jahre Kommunikation mit Kernkompetenz Corporate Design. Da weiss eine Agentur, worauf es ankommt.**

Die Entwicklung eines Corporate Designs verlangt Fingerspitzengefühl. Hier sind Macher und gute Zuhörer mit ganzheitlicher Denkweise gefragt. Brotbeck Corporate Design begleitet seit 20 Jahren Kunden ganz unterschiedlicher Grösse und aus den verschiedensten Tätigkeitsbereichen im komplexen Corporate-Design-Prozess. Die Agentur greift dabei auf vielseitige Kompetenzen in der Firmenkommunikation und Erfahrung in der Kernkompetenz Corporate Design zurück.

Ein motiviertes Team von Kommunikationsspezialisten und Gestaltern engagiert sich für eine offene und enge Zusammenarbeit mit den Kunden. Projektspezifisch werden Partner aus dem umfangreichen Netzwerk von Brotbeck Corporate Design beigezogen. Das Resultat: Effizientes Vorgehen und funktionelle, eigenständige sowie kreative Lösungen.

## **Koordinaten**

BCD | Brotbeck Corporate Design AG  
Falkenstrasse 17  
2502 Biel/Bienne  
Telefon: 032 345 14 81  
[welcome@brotbeck.ch](mailto:welcome@brotbeck.ch)  
[www.brotbeck.ch](http://www.brotbeck.ch)