

BCD | Brotbeck Corporate Design AG Medienbericht/Reportage.

Corporate Design (CI/CD) – Luxus oder nice to have?

BCD | Brotbeck Corporate Design AG

Verbandsmitglied SGD, Swiss Graphic Designers
Wirtschaftskammer WIBS Biel-Seeland
Handels- und Industrieverein des Kantons Bern HIV
www.brotbeck.ch

Ein Corporate Design ist nicht teuer – keins dagegen schon

«Corporate Design» ist heute in aller Munde. Darüber, was es genau ist und was nicht, herrschen zuweilen diffuse Vorstellungen. Roland Brotbeck, Geschäftsführer und Grafiker der Brotbeck Corporate Design AG Biel, kennt dessen Bedeutung genau. Und vor allem dessen Wichtigkeit, selbst für kleine Unternehmen (KMUs).

Ein Corporate Design (CD) ist das visuelle Erscheinungsbild einer Unternehmung. Es besteht aus den Elementen: Schlüsselbildern, Farben, Flächen und Schriften. Das CD definiert gestalterische Vorgaben für die unterschiedlichsten Kommunikationsmittel. Von der Visitenkarte zum Inserat, von der Fahrzeugbeschriftung zum Messeauftritt. Ziel des CDs ist ein einheitlicher, eigenständiger Firmenauftritt.

Corporate Design = Logo?

Das Logo ist nur ein Element des CDs. Es ist zwar in vielen Fällen das wichtigste Erkennungszeichen einer Firma, aber nicht immer. Die Post zum Beispiel erkennt man eher am „Post-Gelb“ als an ihrem Logo. Alle Elemente (Bildwelt, Farben, Formen, Schriftbild, Logo) können zum entscheidenden Merkmal einer Marke werden. Aber schliesslich geht es darum, einem Unternehmen ein ganzes Kleid zu schneidern, nicht nur ein Accessoire.

Corporate Design = Werbung?

Das CD hat nichts mit Werbung im engeren Sinne zu tun. Viel eher schafft es die Grundlage für die Werbe- und Kommunikationsagenturen, die innerhalb der CD-Vorgaben gestalten. Heute läuft die gesamte Unternehmenskommunikation über Werbe- und Kommunikationsagenturen – also auch das CD. Die Trennung zwischen Werbung und CD wird selten gemacht, dabei braucht es gerade für die wichtigen Grundlagen einen Spezialisten. Agenturen, die sich ausschliesslich auf CD konzentrieren, sind rar; die BCD | Brotbeck Corporate Design AG ist der Spezialist im Espace Mittelland.

Kein Luxus

Ein CD ist zu teuer und aufwändig, das brauchen nur Grossfirmen und Konzerne. So die Meinung von vielen Kommunikationsverantwortlichen, vor allem in KMUs. Das Gegenteil ist der Fall: Je kleiner das Marketingbudget, desto wichtiger ist ein einprägsames Erscheinungsbild. Der Nutzen? Einzigartigkeit, Wiedererkennung, Profilierung. Ein seriöses CD zahlt sich nicht nur wegen des Imagegewinns aus. Es spart langfristig viel Zeit, Geld und Nerven. Denn sind die Leitlinien einmal definiert, gibt es weniger Diskussionen und gestalterische Ad-hoc-Übungen. «Ohne Vorgaben verkommt ein Firmenauftritt oft

zu einem Flickwerk», meint Roland Brotbeck, «es werden unzählige verschiedene visuelle Botschaften fabriziert». Im besten Falle verwirrt das die Kunden, im schlechtesten geht das gesichts- und profillose Unternehmen in der Informationsflut unter.

Kein Korsett

Ein gutes CD lässt Freiraum für Kreativität, praktische Lösungen und schrittweise Erweiterungen oder Anpassungen, ohne in Beliebigkeit abzugleiten. So wie sich eine Firma verändert, muss sich auch das Erscheinungsbild stets weiterentwickeln. Das verlangt eine sorgfältige und kontinuierliche Pflege des CDs. Die Schweizerische Post ist dafür ein gutes Beispiel: Ihr Erscheinungsbild verändert sich laufend, für Aussenstehende fast unmerklich, weil das Post-CD eine solid realisierte Basis hat.

Die Welt nicht neu erfinden

Am Anfang eines CD-Projektes steht oft die Erkenntnis, dass die Kommunikationsmittel keine Linie haben. So auch bei der bfu (Beratungsstelle für Unfallverhütung), die ihr CD-Projekt nach einer Agenteurevaluation an die Brotbeck Corporate Design AG vergeben hat. In den vielen unterschiedlichen Kommunikationsmitteln und Kampagnen ging die bfu als Absenderin völlig unter. Gefragt ist also nicht eine Kampagnenidee gegen Alkohol am Steuer, sondern ein visuelles Konzept, das der Marke bfu Kraft und Erkennbarkeit gibt. «Wir machen zuerst eine Bestandesaufnahme und Analyse des vorhandenen Materials», sagt Roland Brotbeck zum Vorgehen. «Da zeigt sich sehr schnell, wo die Probleme liegen, und was man weiterziehen kann. Alles über den Haufen zu werfen, ist in den wenigsten Fällen nötig. Denn schliesslich haben Gestaltungselemente ihre Geschichte und sind schon in den Köpfen der Betrachter verankert.» Brotbeck schlägt seinen Kunden zum Beispiel nur dann ein neues Logo vor, wenn das alte ganz offensichtlich nicht mehr passt. Sei es, weil sich das Unternehmen neu positionieren will, oder weil das Logo dem Spirit der Firma nicht mehr entspricht.

Das richtige Gespür

Im engen Dialog mit dem Kunden erspürt Brotbeck die Ausrichtung einer Firma und übersetzt sie in die visuelle Sprache. «Dazu müssen wir zum Teil brachliegendes Inszenierungspotenzial finden», meint Brotbeck, «das ist das Schwierigste und Spannendste an unserer Arbeit.» Spannend wird es auch für den Kunden: Wenn das Brotbeck-Team die neuen Vorschläge präsentiert. In der Regel sind es zwei verschiedene Basiskonzepte mit zehn Anwendungen. Dann wird ausgewählt, Änderungen besprochen und Details ausgearbeitet, bis der Kunde schliesslich ein Handbuch mit den relevanten Definitionen vor sich hat. Das sogenannte CD-Manual (CD-Net). In den 22 Jahren ist es noch nie vorgekommen, dass das Brotbeck-Team nach der ersten Präsentation noch einmal von vorne hätte beginnen müssen, weil sich der Kunde überhaupt nicht mit den Vorschlägen identifizieren konnte. Das ist die Stärke der Brotbeck Corporate Design AG: Dem Kunden genau das Erscheinungsbild zu geben, das er schon immer wollte, aber nicht in Worte fassen konnte.

Der CD-Spezialist im Espace Mittelland

Die BCD | Brotbeck Corporate Design AG ist im Espace Mittelland der Spezialist für Corporate Design (CI/CD) und Branding. Roland Brotbeck hat seine Agentur vor 22 Jahren gegründet. Mit seinem Team und Netzwerkpartner betreut er Kunden wie die Post oder Skyguide, ist aber genauso der ideale Partner für KMUs aus der Region.

Koordinaten

BCD | Brotbeck Corporate Design AG
Falkenstrasse 17
2502 Biel-Bienne
Telefon 032 345 14 81
roland.brotbeck@brotbeck.ch
www.brotbeck.ch