

Atelier Beinert | Berlin

www.beinert.net

📄 Corporate Design. Eine Checkliste für Designer und Auftraggeber von Wolfgang Beinert.

📄 www.beinert.net/corporate-design

🕒 2.2017

- > Wesentlicher Bestandteil einer erfolgreichen Corporate Identity Strategie ist das Corporate Design (CD). Corporate Design ist die Summe aller visuellen Informationen und Kommunikationen eines Unternehmens oder einer Organisation.

NUTZEN EINES CORPORATE DESIGNS

1. Das Corporate Design ist Voraussetzung für jegliche Form erfolgreicher Unternehmenskommunikation.
2. Das Corporate Design visualisiert Kultur, Wertvorstellungen, Unternehmensziele und Marktkompetenz.
3. Das Corporate Design profiliert bei den Mitarbeitern und in der Öffentlichkeit [Mitbewerber, Endkunden, Lieferanten usw.].
4. Das Corporate Design ist heute die einzige Möglichkeit, sich in der Flut von Werbung und Informationen am Markt durchzusetzen.
5. Das Corporate Design signalisiert Kontinuität der Unternehmenskommunikation. Dies schafft Glaubwürdigkeit und Vertrauen.
6. Das gut gestaltete und organisierte Corporate Design setzt Synergieeffekte frei, erzeugt einen hohen Wiedererkennungswert einzelner Kommunikationsmaßnahmen.

7. Erhöht den Bekanntheitsgrad und spart Kosten.
8. Ein gut gestaltetes Corporate Design ist wesentlicher Erfolgsbestimmungsfaktor eines vorteilhaften und somit ideell und merkantil gewinnbringenden Images.
9. Ein gut gestaltetes Corporate Design motiviert die Mitarbeiter und steigert die Anerkennung und Sympathie [innerhalb und außerhalb].
10. Ein gut gestaltetes und organisiertes Corporate Design dient letztendlich dem Image, der Absatzförderung und somit der Erreichung der Unternehmensziele.

>

VORGEHENSWEISE

Analyse

Der erste Schritt besteht in der Analyse des Status quo. Die Analyse sollte nachfolgende Punkte berücksichtigen, um somit die Vorleistungen für die Erstellung eines genauen Briefings zu erbringen:

1. die historische Entwicklung des Unternehmens,
2. die Philosophie, die Werte und die Ethik des Unternehmens,
3. die organisatorische und juristische Struktur des Unternehmens,
4. das bestehende Image des Unternehmens,
5. die Marktposition des Unternehmens,
6. die Marktposition der Mitbewerber des Unternehmens,
7. die Marktkompetenz des Unternehmens,
8. die Einstellung der Mitarbeiter zum Unternehmen,
9. die Einstellung der Geschäftspartner und der Öffentlichkeit zum Unternehmen,
10. das visuelle Erscheinungsbild des Unternehmens bis heute,

11. die kommunikativen Verhaltensweisen des Unternehmens und
12. die Designorganisation und die Designkapazitäten des Unternehmens.
13. Briefing
14. Das Briefing basiert auf den Erkenntnissen und Ergebnissen der Analyse. Oftmals zeigt erst eine genaue Analyse, dass zwischen der Unternehmensphilosophie und dem bestehenden Erscheinungsbild eine große Diskrepanz herrscht. Das Briefing muss daher eine klare und abgegrenzte Aufgabenstellung beinhalten. Die generelle Zielsetzung sollte deshalb darauf hinauslaufen, das CD an die gewünschte Zielvorstellung anzupassen.

Konzeptionsphase

In der Konzeptionsphase werden Designelemente überarbeitet bzw. neu entwickelt und in ihren verschiedenen Anordnungen und Zuordnungen überprüft.

Entwicklungsphase

Auf Basis von verabschiedeten Designelementen und ihren Zuordnungen wird ein geschlossenes Gestaltungskonzept entwickelt. Hier wird besonders das Zusammenwirken der Designelemente hinsichtlich der verschiedenen Informationsmittel aufgezeigt.

Dokumentationsphase

In der Dokumentationsphase werden sämtliche Regeln und Richtlinien bezogen auf den Umgang mit Informationsmitteln in einem Handbuch bzw. digitalen Styleguide festgehalten. Alle Identitätselemente und Anwendungsspezifikationen sollten dargestellt sein und genaue Hinweise für den Einsatz liefern.

Einführungsphase

Information und Motivation spielen bei der Einführung eine große Rolle. Wesentlich ist, dass alle Mitarbeiter über Ziele und Inhalte einer Corporate Identity informiert werden. Die betroffenen Mitarbeiter sollten rechtzeitig in das Projekt einbezogen werden. Die Einführung eines kompletten neuen CDs kann bei großen Unternehmen mehrere Jahre in Anspruch nehmen. Oftmals wird man bei der Einführung eines neuen CD vom Gesichtspunkt der Kostenneutralität ausgehen, d.h., erst bei Neubestellung von Informationsmitteln werden die Richtlinien angewendet. Alle Mitarbeiter die Informationsmittel entwickeln, müssen im Umgang mit dem Gestaltungshandbuch geschult werden.

Kontrollphase

Es empfiehlt sich, in regelmäßigen Zeitabständen das Corporate Design auf seine Realisierung zu überprüfen.

PRIORITÄTEN UND ZEITRÄUME

Prioritäten

Da die Vorarbeiten für ein CD und dessen Implementierung einige Zeit in Anspruch nehmen, können natürlich aktuell benötigte Medien nicht vernachlässigt werden. Diese sollten unabhängig und analog einer CD-Entwicklung bestmöglich gestaltet und produziert werden. Insbesondere im konzeptionellen Bereich kann eine optimale Vorarbeit geleistet werden.

Zeiträume

Analyse- und Briefing-Phase

Konzeptions-, Entwicklungs- und Dokumentationsphase

Produktion ausgewählter CD-Komponenten

Einführungsphase

APPLIKATIONEN EINES CORPORATE DESIGNS

Ein visuelles Erscheinungsbild kann u.a. nachfolgenden Applikationen umfassen:

Hauptgeschäftspapiere

Adressaufkleber für Pakete und Versandhüllen

Beilagenkarte »Mit freundlicher Empfehlung«

Briefumschlag DIN Langhülle mit Fenster

Freistempler

> Gesprächsnotiz [Block]

Hauptgeschäftsbogen

Interner Standardbogen für Memos, interne Rundschreiben, EDV-Dokumente, White Papers

Präsentationsmappe für Angebote, Informationen und Dossiers

Stempel

Telebrief (falls Fax noch vorhanden)

Versandhülle für Din A 4

Visitenkarten

Zweitblatt [universal einsetzbar]

Hauptgeschäftspapiere der Filialen und Niederlassungen

Freistempler

Hauptgeschäftsbogen

Stempel

Visitenkarten

Vorstandspapiere

Briefumschlag Din Langhülle ohne Fenster

Private Vorstandsbögen

Visitenkarten

Vorstandsbogen

Zweitblatt

Dokumente

Geschäftsbedingungen

Siegel bzw. Dokumentenstempel

Urkunden

> Verträge

Vordrucke für den Geschäftsverkehr [Schecks, Analoge Überweisungsaufträge usw.]

Verpackungen

Geschenkpapier

Kartons für Postversand und Archivierung

Klebeband

Ordner

Ordnerücken

Packpapier

Präsentationsmappe für Ergebnisberichte

Präsentationsmappe für Verträge

Tragetaschen

Verpackungen und Gebrauchsanweisungen

Vorsatz für Booklets [z.B. für Klebe- oder Spiralbindungen]

Presseservice

Blog im World Wide Web

CD-, DVD- und USB-Stick-Aufkleber [für digitalisierte Redaktionsbeiträge, die per Post verschickt werden]

Downloads

Kurzmitteilung für Schnellversand »Mit freundlichen Empfehlungen«

Manuskriptenblatt

Fotoaufkleber [Bildcopy für Rückseite]

> Newsletter

Präsentationsmappe für Pressemailings [Text-, Grafik- und Bildversand]

Presseservicebogen

Sozial Media

Website

Publikationen Print

Drucksachen für den Gästeservice

Einladungen [z.B. Vertreterversammlung, Erfahrungsaustausch, Seminare, Tagungen]

Geschäftsbericht [Quartal und Jahr]

Gutachten

Jubiläumsschriften

Kurzinfo der Personalabteilung [Mitarbeiterakquisition]

Kurzinfo für Mengenversand

Monatliches Datenblatt

Produktprospekte

Programme [z.B. Vertreterversammlung, Erfahrungsaustausch, Seminare, Tagungen]

Selbstdarstellung [Imagebroschüre]

Studien

Unternehmenschronik

Weihnachtskarte

Architektur

Architekturkonzept

Farbcodierung

Gebäudekennzeichnung und -beschriftung

Innenraumgestaltung und Milieukonzept

> Orientierungssystem

Schaufenster und Auslagen

Digitale Medien

Anwendungen für Smart-Phone/Tablet/Smart-TV [Apps]

Blog

E-Mail

Interfaces für Benutzeroberflächen

Intranet

Newsletter

Social Media Networks

Telebrief via PC

TV/Film

Website

Anzeigen analog und digital

Aktionsanzeigen

Anzeigen für Verkaufsförderungsaktionen

Bilanzanzeigen

Imageanzeigen
Personalanzeigen
Produktanzeigen
Web Banner

Sonstige Medien

Außendienstfahrzeuge
Ausstellungssystem [z.B. Infostand für Messen, Tagungen, Gästeservice, Flughafen]
> Dekorationsmittel [z.B. Fahnen, VKV-Material]
Kleidung
Lieferfahrzeuge
Werbegeschenke [z.B. Wandkalender]

Unternehmenskommunikation außerhalb des Unternehmens

Anzeigen
Ausschreibung von Wettbewerben extern
Außendienstmitarbeiter
Bereitstellung von Informationsmaterial für Endkunden [z.B. Finanzierungsleitfaden]
Bereitstellung von Lehrmitteln [intern und Öffentlichkeit]
Besucher- und Gästebetreuung
Beteiligungen an Vorträgen, Seminaren, Aktionen, Fachmessen und Veranstaltungen
Gebäude- und Fahrzeugbeschriftung
Geschäftsdrucksachen
Innendienstmitarbeiter
Mitarbeiterakquisition
Presseservice
Redaktionelle Beiträge für Fach- und Verbundzeitschriften

Tag der offenen Türe

Telefon

TV/Film

Veranstaltung von Seminaren, Vorträgen extern

Veranstaltungen [z.B. Erfahrungsaustausch, Jubiläum]

Vorstands-PR

Website [Corporate Webspaces inkl. Landingpages und Downloadcenter]

Wirtschaftswissenschaftliche Veröffentlichungen

>

Unternehmenskommunikation innerhalb des Unternehmens

Allgemein nutzbare Clubräume und Einrichtungen

Aus- und Weiterbildung

Betriebsausflug

Betriebsrat

Betriebsversammlungen

Bibliothek und Archiv

Bildungseinrichtungen

Diverse betriebliche Veranstaltungen

Intranet

Jubiläumsveranstaltungen

Kantine

Mitarbeiterzeitschrift

Netzwerk für die Mitarbeiter und deren Angehörige

Personistenbetreuung

Schwarzes Brett

Sportveranstaltungen

Tag der offenen Türe für Angehörige der Mitarbeiter

Tagungs- und Schulungsräume und deren Ausstattung
Verabschiedung von Mitarbeitern
Website
Weihnachtsfeier

WEITERFÜHRENDE FACHINFORMATION

Einen umfangreichen Fachaufsatz über Ursprung, Geschichte und Definition des Corporate Designs finden Sie im Typolexikon unter www.typolexikon.de/corporate-design

>

ADRESSE UND ANSPRECHPARTNER

Atelier Beinert | Berlin
Wolfgang Beinert
Kadiner Straße 20 A
10243 Berlin
Deutschland

Telefon +49 (0)30 28 875 890
office@beinert.net

 vCard unter www.beinert.net/beinert.vcf