

[TE  O] DESIGN
STUDIO

CORPORATE IDENTITY

...sich und sein eigenes Unternehmen kennenlernen!

In Anlehnung an das Buch von Annja Weinberger

Wie profitieren kleine Unternehmen von bewusst gesteuerter Corporate Identity?

Mit einer stimmigen Corporate Identity können Sie:

- begeistert sein vom eigenen Unternehmen.
- andere von Ihrem Unternehmen begeistern.
- sich und Ihr Angebot bekannter machen.
- neue Kunden gewinnen.
- bestehende Kunden an sich binden.
- Ihre Mitarbeiter motivieren, mit Ihnen an einem Strang zu ziehen.
- ein nachhaltig gutes Image aufbauen.
- sich ehrgeizige Unternehmensziele setzen und diese erreichen.

Was ist und was kann Corporate Identity?

- CI steht für die Einzigartigkeit Ihres Unternehmens.
- CI steht für den Gesamteindruck. (Sie und Ihre Mitarbeiter)
- CI steht für Ihr Angebot, Ihr Verhalten, Ihr äußeres Erscheinungsbild.
- CI steht für Ihre gesamte Kommunikation. (Intern wie Extern)

„Corporate“ steht für „gesamt, vereint, Zusammenschluss“.

„Identity“ steht für „Identität, Persönlichkeit, Selbstverständnis“.

Corporate Identity Instrumente:

- Corporate Design
- Corporate Behaviour
- Corporate Communications

*Mit **Corporate Design** kann ich meine Werte mit Hilfe von Farben, Formen, Schriften und Bildern deutlich machen.

*Mit **Corporate Behaviour** kann ich durch mein Verhalten zeigen, wofür mein Unternehmen verlässlich steht.

*Mit **Corporate Communications** kann ich mit Hilfe von Worten und Aktionen ausdrücken was mein Unternehmen ausmacht.

Chancen und Gefahren:

Chancen von bewusst gestalteter Corporate Identity:

- Sie lernen sich, Ihre persönlichen Werte und ggf. die Ihrer Mitarbeiter besser kennen.
- Sie können sich voller Energie auf gemeinsame Werte ausrichten.
- Sie haben das „große Bild“ im Blick und handeln ganzheitlich.

Gefahren von vernachlässigter Corporate Identity:

- Sie wissen nicht, was Sie wollen, und strahlen das auch aus.
- Sie agieren widersprüchlich und irritieren andere damit.
- Sie tun zu wenig für Ihre Außendarstellung und werden unsichtbar.

Corporate Design:

Wesentliche Elemente des Corporate Designs:

- Logo (Wort-Bild-Marke bzw. Bildmarke)
- Farben
- Formen
- Typografie (Schriften)
- Kommunikationsdesign (sämtliche gedruckten und digitalen Materialien)
- Industriedesign (Verpackungen)
- Images (bewegte und unbewegte Bilder)
- Architektur (Außen- und Innenarchitektur)
- Kleidung (Berufskleidung, Uniformen, Messemode)
- CD-Manual (Gestaltungshandbuch / Richtlinien)

Logo-Qualitätskriterien:

- Skalierbarkeit
- Fern-, Kontrastwirkung
- Positiv-, Negativumsetzung
- Eignung für unterschiedliche Einsatzbereiche (Prägung, Animation, 3D etc.)
- Informationsgehalt (Welche Branche / Produkt?)
- Zielgruppenansprache
- Langlebigkeit
- Aktualität
- Internationalität
- Imagekonformität (Logo spiegelt die Unternehmensidentität wieder).
- Eyecatcher (ungewöhnliche und prägnante Darstellung).

Die VIVA-Formel:

Das eigene Unternehmen wird stimmig und widerspruchsfrei geführt und dargestellt.

V = Vision

I = Identität

V = Verhalten

A = Außenauftritt

Vision: Was wollen Sie mit Ihrem Unternehmen in die Welt bringen?

Identität: Welche Werte leiten mich / uns?

Verhalten: Wie will ich / wollen wir agieren?

Außenauftritt: Wie soll ich / sollen wir auftreten und das Unternehmen nach Außen darstellen?

Das Image:

Wenn Sie sich mit Corporate Identity auseinandersetzen, betrachten wir auch hier drei verschiedene Perspektiven.

- **Selbstbild**
- **Zielbild**
- **Fremdbild**
- Was ist Ihnen und Ihren Mitarbeitern wichtig?
- Wo wollen Sie hin? Wie wollen Sie auftreten?
- Was denken andere über Ihr Unternehmen?

Das Leitbild:

- soll Sie und Ihre Mitarbeiter mitreißen und motivieren.
- gibt Orientierung und dient als eine Art Richtschnur für Ihr Verhalten.
- stärkt das Wir-Gefühl.
- schärft Ihr Profil nach Innen und Außen.

Das Leitbild in drei Abschnitten:

- Vision und Werte.
- Leitsätze (Genaue Verhaltensstatements: Rechnungen / Mahnungen / Kunden / Akquise / Lieferanten etc.).
- Motto (Nach einem treffenden Motto oder Slogan für Ihre Unternehmensidentität suchen).

Vision und Werte (oder: warum gibt es Ihr Unternehmen überhaupt?)

- Welchen Beitrag wollen Sie in der Welt leisten?
- Was treibt Sie an?
- Was möchten Sie verändern / verbessern?
- Welchen Sinn hat Ihr Unternehmen?
- Welchen Nutzen wollen Sie liefern?

Werte ermitteln:

- Was ist Ihnen wichtig?
- Welche Prioritäten wollen Sie setzen?
- Worauf kommt es Ihnen im Unternehmensalltag an?

Werte:

Engagement

Ehrlichkeit

Einfluss

Fairness

Freude

Freundlichkeit

Führung

Gelassenheit

Gerechtigkeit

Humor

Integrität

Kompetenz

Mitgefühl

Optimismus

Qualität

Sorgfalt

Spiritualität

Termintreue

Verbindlichkeit

Zuverlässigkeit

Hingabe

Verantwortungsbewusstsein

Interne / Externe Kommunikation:

Intern:

- Ihr Leitbild
- Mitarbeitergespräche
- Ausflüge / Feste
- Briefe / Mails an Mitarbeiter
- Geschenke für Mitarbeiter
- Internes Magazin
- Intranet
- Arbeitsabläufe festlegen
- Soziale und fachliche Angebote für Mitarbeiter
- Auszeichnungen (Mitarbeiter des Monats...etc.)
- Interne Projekte (Qualitätszirkel etc.)

Extern:

- Website
- Kurzprofil
- E-Mail-Signatur
- E-Book
- Blog
- Empfehlungen / Kooperationen
- Mitgliedschaften in Verbänden / Netzwerken
- Gedruckte Medien: Broschüren, Flyer etc.
- Digitale Medien: PDF-Profil, Powerpoint-Präsentation
- Netzwerke (XING, Facebook, Qype etc.)
- Direkte Kommunikation (Werbebriefe, Mailings)
- Veranstaltungen / Vorträge / Vorträge halten
- Telefonakquise
- Messen
- Kostenangebote
- Newsletter
- Verkaufsgespräche
- Audio- / Videoportraits
- Kundenmagazin (online/gedruckt)
- Werbung (online/offline)

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

www.texo-design.com

