



Warum benötigt auch eine kleine Firma
oder ein Einzelunternehmer eine starke
Corporate Identity?

oder

Warum ist gutes Corporate Design für jedes
Unternehmen – egal welcher Größe –
wichtig?

Eine kurze Abhandlung zum obigen Thema
(5 Seiten ohne Deckblatt und Impressum)
als kostenloses PDF zum Download

Barbara Brubacher





Ihre Botschaft nach außen – die Corporate Identity

Wer sind wir, was machen wir und wie machen wir es? Die Antworten auf diese Fragen sind, vereinfacht gesagt, Ihre Corporate Identity (CI). **Die Corporate Identity (CI) ist Ihre Botschaft nach außen. Sie kennzeichnet Ihr Unternehmen, unterscheidet es von anderen Firmen/Marken und macht es unverwechselbar.** Branchenriesen wie Audi, Coca-Cola oder Microsoft haben die Vorteile eines stimmigen Marken- und Selbstauftritts schon lange erkannt. Aber nicht nur die Großen und Global Player sollten sich um ihr Erscheinungsbild nach außen kümmern, sondern gerade auch Selbstständige und kleine Firmen profitieren davon.

Der wichtigste Baustein für Ihren Firmenerfolg

„Eine zweite Chance, Ihren ersten Eindruck zu machen, werden Sie nicht bekommen“, meint der Schweizer Mediencoach Oliver Schröder über den Sinn und Nutzen einer gelungenen CI für Unternehmen. **Ihre ganz eigene, unverwechselbare Unternehmensidentität zu entwickeln, aufzubauen und bewusst zu steuern, ist deshalb ein sehr wichtiger, wenn nicht sogar der wichtigste Baustein für Ihren Firmenerfolg.** Egal ob Sie nun ein kleiner Handwerksbetrieb, ein Ladengeschäft, eine Anwalts- oder Steuerberaterkanzlei oder ein Unternehmen mit zehn, 50 oder 250 Beschäftigten sind.

Corporate Identity früher und heute

Wussten Sie eigentlich, dass die Ursprünge der Corporate Identity (CI) den Wappen der Fürsten und Städte, den Uniformen der Armeen, den Exlibris der Buchbesitzer entstammen? Auch der Begriff des Brandings hat frühe Wurzeln. **Dies alles waren Identitätszeichen – immer verbunden mit inhaltlichen Aussagen.** Mithilfe von Losungen in den Wappen wurde damals ein gemeinsamer Geist und eine einheitliche Zielorientierung signalisiert. Exlibris dienten zur Kennzeichnung des eigenen Buchbesitzes. Und das wichtige Marketing-Instrument des Brandings lässt sich auf den Einbrand eines Symbols in ein Tier zurückführen, um den Züchter zu dokumentieren.

Barbara Brubacher





Heute haben Logo, Unternehmensclaim und Branding diese Rollen übernommen. Unter Unternehmensclaim wird in der Werbebranche ein Satz oder ein Teilsatz verstanden, der auch Bestandteil des Logos oder des Markenzeichens sein kann. Branding bedeutet, einer Marke durch Marketingmaßnahmen zu einem gewünschten Image zu verhelfen.

Wieso ist es so wichtig, eine gute Corporate Identity zu haben?

Nehmen Sie einen nachlässig gestalteten, gesichtslosen und wenig gepflegten bzw. schon lange nicht mehr aktualisierten Web-Auftritt. Gerne auch noch mit schwieriger Navigation. Oder stellen wir uns ein Logo vor, das nicht stimmig ist, zu kompliziert oder zu abgehoben und nicht zum Briefpapier oder zum gesamten sonstigen Außenauftritt passt.

Das alles sind Beispiele, die Ihren Kunden Nachlässigkeit, Zeitmangel oder sogar Gleichgültigkeit gegenüber Ihrer Firma signalisieren.

Wie wirkt eine gute Corporate Identity?

Mit einer klaren und prägnanten, in sich stimmigen Corporate Identity (CI)

- machen Sie sich und Ihre Dienstleistungen bekannter, bauen ein nachhaltig gutes Image auf.
- finden Sie leichter neue und für Ihr Geschäft/Unternehmen passende Kunden.
- können Sie Kunden stärker an sich binden und signalisieren, dass Ihnen ihr Geschäft am Herzen liegt.

Dadurch werden auch Ihre Mitarbeiter dazu motiviert, mit Ihnen an einem Strang zu ziehen und gehen mit Stolz an die Erfüllung Ihrer Unternehmensziele heran – genauso wie Sie selbst.





Die PR-Beraterin Anja Weinberger ist überzeugt: „Inhaber, die es sich wert sind, sich mit Corporate Identity zu beschäftigen, werten ihr gesamtes Unternehmen auf.“

Eine gut geplante und optimal umgesetzte CI-Strategie ist daher eine wertvolle Investition in die Zukunft.

Was gehört zur CI?

Die Corporate Identity Ihres Unternehmens setzt sich aus mehreren Elementen zusammen:

- Corporate Design
- Corporate Communication
- Corporate Behaviour

Was ist Corporate Design (CD)?

Unter Corporate Design versteht man Ihren visuellen Auftritt nach außen:

- Dazu gehören das Logo mit Unternehmensclaim, die Firmenfarbe und eine Hausschrift.
- Unter Umständen auch Kleidungsempfehlungen, eine eigene Firmenkleidung oder nach Ihrer CI ausgerichtete Uniformen.
- Die optische Gestaltung Ihres Büro oder Geschäfts.

Ein gutes Corporate Design ist mit wenigen Elementen erkennbar, leicht verständlich, einfach in der Umsetzung und muss auf die verschiedenen Medien (Online, Print, Textil, Einrichtung) anwendbar sein. Was vor allem zählt, ist seine Langfristigkeit/Konsistenz, obwohl es natürlich trotzdem in großen Zeiträumen dem aktuellen Geschmack angepasst werden muss. Aufgrund der immer größer werdenden Globalisierung und der Sichtbarkeit auch kleiner regionaler Unternehmen im World Wide Web wird seine internationale Funktionalität immer wichtiger.





Erst die Summe ergibt das Ganze:

Corporate Communication und Corporate Behaviour

Doch nicht nur allein durch Ihr Logo oder Ihre Homepage entsteht Ihre Wirkung auf andere, sondern vielmehr durch eine Summe dieser und vieler weiterer Botschaften, die Sie ständig aussenden.

Neben Corporate Design sind auch die Corporate Communication und das Corporate Behaviour – also Ihre Firmenkommunikation und Ihr Firmenverhalten – deshalb zentrale Elemente Ihres perfekten Auftritts. Beide richten sich sowohl nach außen als auch nach innen.

Sie sind für die Außenwirkung des Unternehmens, seine Wahrnehmung bei Kunden und Lieferanten sowie die interne Kommunikation und das Verhalten von Chef und Mitarbeitern und Mitarbeitern untereinander von größter Bedeutung. Durch das dazugehörige Mission Statement – eine prägnante Zusammenfassung, die Ihr Unternehmen und Ihre Unternehmensleistungen beschreibt – verdeutlichen Sie Ihre Botschaft an Interne wie Externe.

Warum braucht gerade ein kleines Unternehmen eine prägnante CI?

- Durch eine stimmige CI signalisieren Sie, dass Ihr Unternehmen – egal wie klein es auch sein mag – etabliert ist und vermitteln Kunden den Eindruck von Stabilität und Beständigkeit.
- Der Wiedererkennungswert Ihres Unternehmens steigt – Sie können sich leichter in Erinnerung bringen, gegenüber Mitbewerbern herausstechen und sich von der Masse abheben.
- Eine gute CI erhöht Ihre Glaubwürdigkeit, lässt Sie größer aussehen und kann dazu beitragen, das eigene Engagement glaubwürdig zu vermitteln.
- Mit der CI können Sie außerdem gemeinsame und verbindliche Werte für Chef und Angestellte festlegen und damit eine klare Linie vorgeben.

Die CI ist nicht zuletzt deshalb so wichtig, da man auch außerhalb der reinen Wertschöpfung einen geldwertfreien Ankerpunkt braucht.





Ihre ganz persönliche CI

Ihre ganz persönliche CI stellt Ihre Werte, Zielvorstellungen, Firmen-Philosophie dar. Sie hilft Ihnen dabei, alle wertvollen Botschaften – nach innen wie nach außen – bewusst zu machen und gezielter zu steuern.

Übrigens: Auch Sie selbst sind als Chef oder Firmeninhaber CI. Durch Ihr Verhalten im Umgang mit Kunden und Mitarbeitern können Sie Ihre Außenwirkung maßgeblich beeinflussen – im positiven oder negativen Sinne: Wie zuverlässig Sie beispielsweise auf Mitarbeiteranliegen eingehen, Kundenanliegen oder -anrufe beantworten und Ihre Rechnungen bezahlen, oder wie Sie sich kleiden und wie Sie Besucher empfangen.

Ihr Weg zur perfekten CI - wir helfen Ihnen gerne!

Lassen Sie sich von uns beraten. Für eine stimmige und wirklich gut umgesetzte CI sollten Sie sich Fachleute ins Boot holen. Ihre erste (oder auch aufgefrischte/modernisierte) CI werden wir für Sie maßschneidern.

Damit sie

1. perfekt passt.
2. toll aussieht.
3. die idealen Kunden anspricht und an Sie bindet.

Denn der erste Eindruck, den ein Kunde erhält, beeinflusst seine Kaufentscheidung nachhaltig. Zusammen mit Ihnen erarbeiten wir Ihre CI, die ganz Ihren Überzeugungen, Ihrer Firmenphilosophie und Ihrem gewünschten Bild nach außen entspricht.

Eine CI, die die nächsten Jahre bestehen soll, müssen Sie voll und ganz vertreten können. Und da Sie eben diese Werte Ihrem Umfeld vermitteln wollen, auch andauernd und langfristig wiederholen.

Barbara Brubacher





Gabriele Mohl
Max-Bruch-Str. 16
82166 Gräfelfing

Telefon: 089 / 89 86 06 08
Telefax: 03222 / 371 37 22
Mobil: 0171 / 36 166 72
Internet: www.mohl.eu
E-Mail: gabriele@mohl.eu

Barbara Brubacher
Mediaagentur die optimierer
Rosenstr. 6
82061 Neuried

Telefon: 089 / 893 09 687
Mobil: 0151 42 339 142
Internet: <http://www.dieoptimierer-neuried.de>
E-Mail: info@dieoptimierer.net

Barbara Brubacher

