

CORPORATE DESIGN WARUM

CORPORATE DESIGN BEDEUTUNG

Das Corporate Design (Unternehmens-Erscheinungsbild, kurz CD) ist ein elementarer Bestandteil Ihrer Corporate Identity (Ihrer Identität als Unternehmen, CI). Das CD bestimmt den visuellen Auftritt Ihres Unternehmens. Es spiegelt Ihre Persönlichkeit und Wert wieder und sorgt für eine klare Positionierung. Ich empfehle Ihnen, alle wichtigen gestalterischen Beschlüsse in einem Corporate Design Manual (Handbuch) festzuhalten.

WAS GEHÖRT ALLES ZUM CORPORATE DESIGN?

Logo // Claim // Farben // Typografie // Gestaltungselemente // Bildsprache // Papierauswahl etc.

WO FINDET ES SEINE ANWENDUNG?

Print.

Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Werbe- und Präsentationsmittel:

Visitenkarten, Katalogkleber, Etiketten, Stempel, Namensschilder, Briefvorlagen, Briefumschläge, Blöcke, Geschäftsdokumente, Mappen, Anzeigen, Einladungskarten, Unternehmenspräsentationen, Produkt-Broschüren, Verkaufsunterlagen, Flyer, Plakate, Fahnen, Displaymaterialien, Give Aways, Kundengeschenke etc.

Digital.

Tipp: Viele Printumsetzungen lassen sich leicht umgewandelt auch prima digital verwenden.

E-Mail Signatur, Website, Blog, Social Media, Google MyBusiness, Profilbilder, Beiträge, Newsletter, E-Books, White Papers, interaktive PDFs, Präsentationen, online Werbemittel (Banner etc.)

Signaletik und Aussendarstellung Firma

Welchen Eindruck machen Sie auf Ihre Besucher aber auch Mitarbeiter und Lieferanten?

Firmenschild, Beschilderung, Gebäudekennzeichnung, Wegweisung, Branding Firmenwagen etc.

CHECKLISTE: WIE DURCHDACHT, STRINGENT UND PASSEND IST IHR CORPORATE DESIGN?

LOGO

- Kommt Ihr Logo gut zur Geltung?
- Ist es ausdrucksstark?
- Ist es einzigartig?
- Oder ähnlich wie das der Konkurrenz?
- Ist es perfekt auf Ihr Geschäft abgestimmt?
- Ist es vielseitig einsetzbar? (Funktioniert es gross und klein? In Farbe und in Graustufen?)
- Kann ein Element daraus als eigenes Gestaltungselement verwendet werden?
- Oder haben Sie ein spezielles Icon / Favicon kreiert?
- Erhält es auf Ihren Kommunikationsmitteln genügend Platz?
- Haben Sie klare Abstände definiert?
- Wird es immer gleich gesetzt?
- Oder erscheint es mal oben mal unten mal links mal rechts auf ihren Kommunikationsmitteln?
- Falls keine klare Positionierung definiert ist, wirken Ihre Briefpapiere, Flyer, E-Mail Signatur, PowerPoint Präsentation, Website usw. dann wie aus einem Guss?

CLAIM

GESTALTUNGSELEMENTE WIE FORMEN ABER AUCH FARBEN, POSITIONIERUNGEN ETC.

- Sind die zu verwendenden Gestaltungselemente wie Icons, Linien, Verläufe, asymmetrische Flächen klar definiert?
- Sind sie wohl überlegt und konsequent umgesetzt?
- Haben Sie eine klare Linie in Ihrer Farbwahl die auch der besseren Orientierung hilft?
- Sind die Corporate Design Farben festgehalten?
- Sind Ihre Farbverläufe definiert und immer gleich oder passend anders (aber bewusst) eingesetzt?

BILDSPRACHE

- Sind Ihre verwendeten Bilder gut aufbereitet oder blass, dunkel und unscharf?
- Verwenden Sie eigene oder Stockfotos?
- Verwenden Sie pro Produkt / Kategorie jeweils ein Schlüsselbild stringent über alle Kanäle?

