

Unternehmenserscheinung

Das Äußere zählt doch - Corporate Design macht Einzigartig



Um mit einem professionellen Auftritt zu überzeugen ist ein einprägsames Corporate Design unerlässlich - sich dafür an eine Werbeagentur zu wenden hat viele Vorteile

Wenn sich Anbieter neben Anbieter reiht, bestimmt der Wiedererkennungswert einer Marke über die Kaufentscheidungen der Konsumenten. Ein

aussagekräftiges Corporate Design schenkt Produkten und Dienstleistungen ein Gesicht und steigert die Rekognitionsquoten.

Aus dem Einkauf im Supermarkt ist eine Wissenschaft geworden. Während früher schnell ins Regal gegriffen wurde, erfordert die Auswahl des richtigen Brotaufstrichs heute kognitive Höchstleistungen. Himbeere oder Kirsche? Großes oder kleines Glas? Vor dem ersten Biss ins Marmeladenbrötchen muss eine Vielzahl an Entscheidungen getroffen werden. Hat sich der Kunde schließlich auf eine Variante festgelegt, wird die Entschlussfreudigkeit weiter auf die Probe gestellt: Das gewünschte Produkt wird von zehn Herstellern angeboten. Die Zeit verrinnt, die Laune sinkt. Konsumentenpsychologen wissen: Solche Entscheidungssituationen sind der Albtraum jedes Käufers.

Unternehmen mit eindeutigem Profil sind hier klar im Vorteil. Zeit und Nerven sind kostbar für den Kunden; die Einbeziehung aller Alternativen in die Entscheidungsfindung würde den Lebensmitteleinkauf zu einer tagesfüllenden Aufgabe werden lassen. Darum wird der Käufer spontan genau die Marke wählen, die ihm am Point of Sale besonders vertraut erscheint.

Was aber überzeugt im entscheidenden Moment? Wenn Märkte gesättigt sind, wirken Anbieter von Produkten und Dienstleistungen auf den Verbraucher homogen und austauschbar. Der Wiedererkennungswert wird zum ausschlaggebenden Faktor in der Kosten-Nutzen-Rechnung der Konsumenten.

Ein innovatives Corporate Design verschafft Wettbewerbsvorteile

Das Corporate Design einer Firma wandelt sich so vom einstigen Sahnehäubchen zum elementaren Fundament umsatzstarker Unternehmen. "Besonders Existenzgründer und junge Selbstständige unterschätzen häufig die Relevanz einer gut gewählten und kontinuierlich umgesetzten Unternehmenserscheinung", sagt Thomas Tornatzky, geschäftsführender Gesellschafter der Adverti - Agentur für Direktmarketing GmbH (<http://www.adverti.de>), in der

er als Gründungscoach bereits über einhundert Neugründungen zum Erfolg verholfen hat.

Die Erfahrung zeigt: Nicht selten setzen Firmeneigentümer auf eine clevere Geschäftsidee oder ihr handwerkliches Können, verlieren aber den Blick für die Wahrnehmung ihrer Zielgruppe. Die Entwicklung eines individuellen Firmendesigns befähigt Anbieter, den Kunden und potentiellen Neukunden eine Orientierungshilfe im Produkt-Dschungel zu ihren Gunsten zu verschaffen.

Corporate Design - das Herzstück der Unternehmenskultur

Unter Corporate Design verstehen Marketingstrategen das visuelle Erscheinungsbild einer Marke oder eines Produkts. Über sogenannte Werbekonstanten, wie etwa Logo, firmeneigene Schriftarten oder Produktverpackungen wird dem Konsumenten die Identifikation eines Unternehmens ermöglicht. Verbraucher erkennen auf einen Blick, um welchen Anbieter es sich handelt, Unternehmen profitieren durch erhöhte Wiedererkennungswerte und gesteigertes Markenvertrauen.

Ein einprägsames Corporate Design lässt die Marke oder das Produkt zu einem guten Bekannten, im Idealfall sogar zum Freund des Kunden werden. Oft reicht nach einiger Zeit schon der erste Ton eines Jingles damit die Konsumenten die Werbemaßnahme mit dem richtigen Unternehmen assoziieren. Eine Chance, die viele Firmen nicht ausreichend nutzen.

Vorsicht bei der Wahl des Designs

Als Wiedererkennungsmerkmal kann nur fungieren, was sich vorher als beständig erwiesen hat. Bei der Wahl des Corporate Designs ist daher Vorsicht geboten, denn einmal etabliert, kann es nur schwer wieder geändert werden. "Zeit- und Geldmangel verleiten Firmengründer häufig zu schnellen Entscheidungen, wenn es um den Entschluss für ein Firmendesign geht", sagt Tornatzky. Der Marketingmanager und Experte für Corporate-Design-Entwicklung warnt: "Das Erscheinungsbild muss dauerhaft sein. Eine plötzliche Änderung des Logos wirft Fragen auf und schreckt Kunden ab". Angehende Geschäftsführer sollten sich vor dem Druck des ersten Briefpapiers genau überlegen, wie sie ihr Unternehmen für die nächsten Jahre aussehen lassen möchten.

Konsequente Umsetzung ist das A und O

Ebenso wichtig wie die Weitsichtigkeit bei der Entwicklung des Designs ist die einheitliche und konsequente Umsetzung des gewählten Unternehmensauftritts. "Unregelmäßigkeiten fallen dem Kunden sofort auf und lösen Irritation aus", warnt Thomas Tornatzky, der selbst schon zahlreichen Unternehmen ein wiedererkennbares Image verliehen hat. "Stellen Sie sich vor, das pinke Telekom-Logo aus der Werbung wäre in der Filiale auf einmal grün. Ihre erste Frage wäre: Bin ich hier überhaupt richtig?" Nur wenn die Werbekonstanten auch wirklich konstant gehalten werden, kann eine Unternehmenserscheinung marketingwirksam sein.

Professionelle Hilfe lohnt sich

Große Firmen zeigen wie es geht. Die Telekom verfügt tatsächlich über eines der ausdrucksstärksten Corporate Designs im deutschsprachigen Raum. Die pinke Farbe und der einprägsame Jingle sind wohl die bekanntesten Elemente der Unternehmenserscheinung des Telekommunikations-Unternehmens. Häufig verkennen kleinere oder frisch gegründete Firmen, wie viel Aufwand die Kreation derartig starker Identifikatoren bedeutet und versuchen ihr Corporate Design selbst zu konzipieren. Das kann auch durchaus funktionieren, viel häufiger ist es aber der Fall, dass sich junge Unternehmer mit zu viel Eigeninitiative keinen Gefallen tun.

Werbeagenturen können professionelle Hilfestellung bei der Corporate-Design-Entwicklung leisten. "Existenzgründer scheuen sich häufig vor zu hohen Kosten, dabei sind viele Agenturen sogar auf die Betreuung junger Selbstständiger spezialisiert", sagt Thomas Tornatzky. In seiner Agentur, die auch auf die Beratung und Unterstützung von Existenzgründern spezialisiert ist, beginnt jede Kundenbetreuung bei der Entwicklung des Corporate Designs, denn bevor eine Geschäftsidee der Öffentlichkeit präsentiert werden kann, sollte zunächst sichergestellt werden, dass sie auch öffentlichkeitswirksam gestaltet ist.

Fragen rund um das Thema Corporate Design können erfahrene sowie junge Unternehmer gerne an den Marketingexperten und Agenturchef Thomas Tornatzky senden.

[Unternehmenserscheinung](#) [Werbekonstanten](#) [Telekom-Logo](#) [Produkt-Dschungel](#) [Konsumenten Briefpapiers](#) [Wiedererkennungswerte](#) [Brotaufstrichs](#) [Firmendesigns](#) [Entschlussfreudigkeit](#)

[adverti GmbH](#)

Die Adverti- Agentur für Direktmarketing GmbH ist eine inhabergeführte Werbeagentur mit Sitz in der Medienstadt Köln. Die von Daniel Baar und Thomas Tornatzky gegründete Agentur für Direktmarketing kann auf eine langjährige Erfahrung im Bereich der Unternehmenskommunikation zurückblicken.

Kontakt

- Ansprechpartner: Mathis Horlacher
- E-Mail: horlacher@adverti.de
- Telefon: 022180006195

Adresse

- adverti GmbH

- Eupener Str 139
- 50933 Köln
- Nordrhein-Westfalen, Deutschland,

50.9401086, 6.8851369

Web

- [adverti GmbH](#)