

Corporate Identity

Corporate Identity beschreibt das Selbstverständnis, Identität und die Persönlichkeit eines Unternehmens oder einer Institution mit dem Ziel, nach innen und außen als geschlossene Einheit aufzutreten.

Corporate Identity wird in **3 Säulen** aufgeteilt die nach **innen** (Unternehmen, Arbeitnehmer etc.) und nach **außen** (Zielgruppe, Kunde etc.) wirken:

1. Corporate Design (Erscheinungsbild)

nach außen: Printmedien, Internet, Geschäftsausstattung, Fahrzeuge, Produkte
nach innen : Drucksachen, Intranet, Schulungen Dienst-/Arbeitskleidung, Büro

2. Corporate Communication (Kommunikation)

nach außen: Werbemaßnahmen, Public Relations (PR), Merchandising, Sponsoring, Aktionen
nach innen : Versammlungen, Feste, Magazin, Newsletter, E-Mail

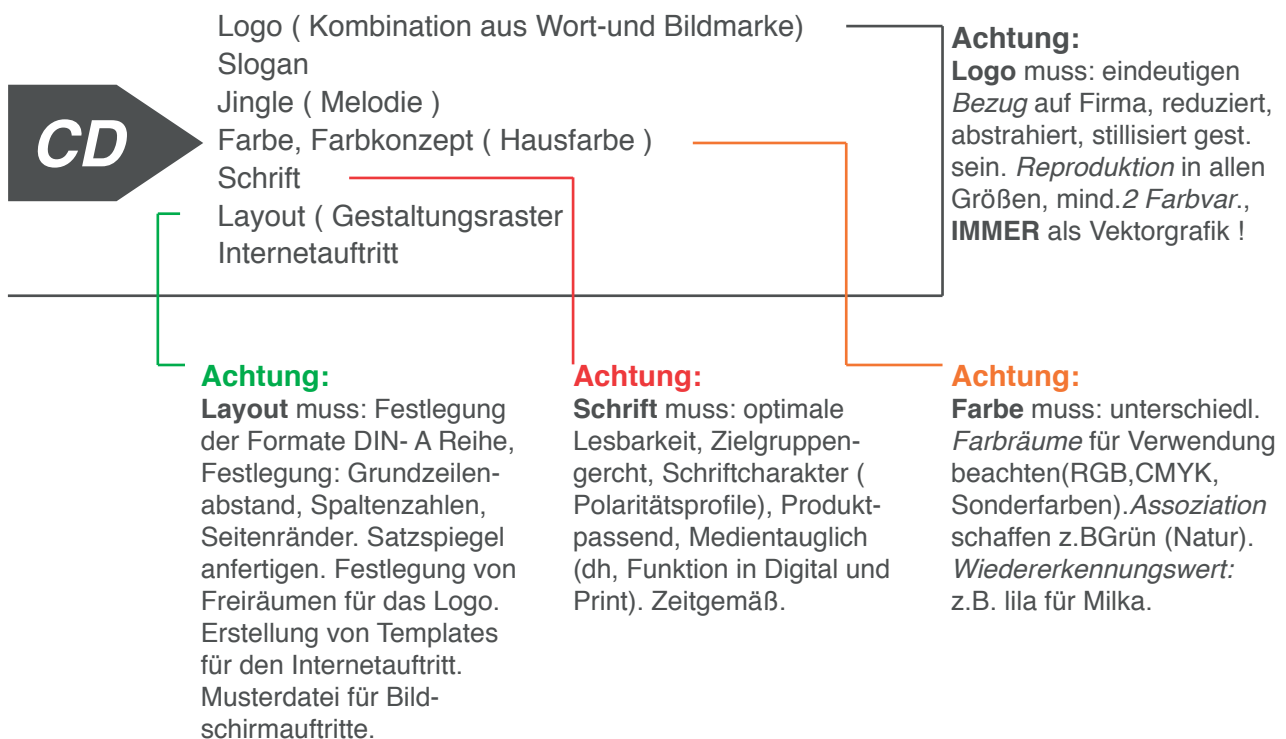
3. Corporate Behaviour (Verhalten gegenüber:)

nach außen: Kunden, Lieferanten, Aktionären, Geschäftspartnern, Wettbewerbern
nach innen : Personalführung, Umgangsformen, Konfliktmanagement, Motivation, Leistungsanreize

Leitbild zur Corporate Identity

- Wie sehen wir uns ? (Selbstbild)
- Wie werden wir gesehen ? (Fremdbild)
- Welche Ziele verfolgen wir ?
- Welche Erwartungen werden an uns gestellt?
- Wie können wir besser sein ?

Corporate Design sorgt für die Einmaligkeit des Unternehmens. **Wichtigste Komponenten:**



Styleguide (Regelwerk für ein CI Konzept)

Umsetzung der Mitarbeiter in der
Instituion

Styleguide

Formulierung für den Laien
verständlich ohne Verlust
der Kernaussage

schlägt die Brücke zwischen
Erscheinungsbild (Corporate Design),
Kommunikation (Corporate Communication)
und Verhalten (Corporate Behaviour).

Notizen: