

deutsch | english



Was genau ist Corporate Identity (CI)? Welchen Nutzen hat es, ein CI zu entwickeln?

Nun nehmen Sie sich selbst als Beispiel

Sie sind ein Mann oder eine Frau, haben z. B. blaue Augen, sind RechtshänderIn und sprechen Deutsch. Das alles trägt zu Ihrer eigenen Identität bei. So würden andere Sie beschreiben. So würden Sie von anderen wiedererkannt werden.

Auch Ihr Unternehmen soll eine Identität haben und sich in einem immer enger werdenden Markt positionieren und einen solchen Wiedererkennungswert erreichen.

Das Logo ist ein Teil des CI. Es ist allerdings nicht das Logo alleine, dass ein CI ausmacht. Vielmehr ist es die Art und Weise, wie und wo Sie Ihr Logo darstellen. Auf dem Briefpapier, auf Umschlägen, Visitenkarten, Internetauftritten etc. Farbe, Schriftart und Stil runden das Bild ab und helfen mit, dass die Marke immer wieder sofort erkannt wird.

Ein Beispiel einer funktionierenden Corporate Identity

Ohne Ihnen den Markennamen zu sagen, werden bis zu 90 % von Ihnen sofort wissen, wovon gesprochen wird, wenn Sie folgende Stichworte erhalten: Getränk, Dose, blau/silber, enthält Taurin, Stier.

Nur mit einem funktionierendem CI lässt sich eine solche Wiedererkennung erreichen. Die Dose ist niemals gelb oder grün. Ganz im Gegenteil, das Silber und das Blau sind genauestens definiert und festgelegt. Die Anordnung der Farben genau vorgegeben. Jede Dose sieht gleich aus. Es gibt keine Unterschiede.

EVENT:
Gelungener Branchentreff beim „Salzburger Holzevent 2009“

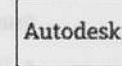
Rund 350 geladene Gäste waren am Eröffnungstag der Bauen+Wohnen unter dem Motto „Holz - regionale ...“

NEUE MEDIEN: Sperrer Industrieverpackungen ist online



Für die Sperrer Industrieverpackungen GmbH aus Alnring (D) wurde eine Website auf höchstem Niveau ...

EVENT: Mehrwert für Auftraggeber Autodesk



Für das Kick-Off-Meeting von Autodesk stellt Basic eine einzigartige Anmelde- und ...

[> alle Basic News](#)

