

Projektbeispiele und Fallstudien

- System LightLight – Ganzheitliche Aufbauarbeit
- Willy-Brandt Stiftung – Relaunch mit Branding für Stiftung, Berlin und Lübeck
- Codeon GmbH – Das Kreisel-Signet als Sympathieträger
- Landesdenkmalamt Berlin – Corporate-Design gerechter Auftritte der Behörde
- Tautes Heim – Corporate Design, Website und PR aus einem Guss
- Event-photo.biz – Chance für Spezialisten und Nischenanbieter
- DKO Architekten Berlin – Reduzierter Auftritt plus Systemintegration

Fragen und Antworten

- Was ist Corporate Identity?
- Welche Bausteine gehören zur Corporate Identity?
- Was bedeutet Corporate Design?
- Welche Gestaltungselemente definiert das Corporate Design?
- Welche Medien werden durch das Corporate Design harmonisiert?
- Checkliste für Maßnahmen im Bereich Corporate Identity und Design

Büroprofil und Kontaktdaten

- Leistungsübersicht im Bereich Corporate Identity
- Rechtsnachweis
- Auszeichnungen und Designpreise (Auswahl)

Was ist Corporate Identity?

Nachhaltige Präsenz am Markt entsteht durch Herausarbeiten und Vermitteln von Identität: Corporate Identity bringt die verschiedenen Bereiche unternehmerischen Handelns zur Deckung und sorgt durch Kontinuität und einen stimmigen Auftritt ihrer Komponenten untereinander für Wertsteigerung von Unternehmen und deren Marken. Steht in der Kommunikation eher die Marke im Vordergrund (wie etwa bei Produkten im Supermarktregal), spricht man entsprechend von Brand Identity. Sie kann mehr oder minder losgelöst vom Auftritt des herstellenden Unternehmens betrachtet werden. Beiden Aufgabenfeldern gemein ist jedoch die vielschichtige Verwendung des aus der Psychologie entlehnten Begriffs der Identität ...

Welche Bausteine gehören zur Corporate Identity?

Gerade von Seiten der Designer und Agenturen wird der Identitätsbegriff gerne eher schwammig, zum »CI/CD« verkürzt, benutzt. Richtig ist, dass zur »Corporate Identity« eigentlich neben dem »Corporate Design«, dem visuellen Erscheinungsbild, auch zwei weitere, für den Gesamterfolg relevante, von den meisten Anbietern aber nicht kompetent mit zu betreuende Elemente gehören: Baustein Nr. 2, das »Corporate Behaviour«, kennzeichnet das konkret erfahrbare Verhalten eines Unternehmens, also zum Beispiel den Umgang mit Kunden, Mitarbeitern und Konkurrenten oder seine Entwicklungs-, Produkt- und Preispolitik. Baustein Nr. 3, die »Corporate Communication«, meint Informationen, die das Unternehmen selbst über sich verbreitet. Die am Besten kooperativ zu bewältigende Gesamtaufgabe besteht nun darin, diese drei Bausteine langfristig in Einklang zu bringen. Gelingt dies, wirkt ein Unternehmen auch nach außen glaub- und vertrauenswürdig. Hier unterscheiden sich die Wirkmechanismen des Geschäftslebens übrigens nicht von unserer allgemeinen Lebenserfahrung und psychologischen Intuition – oder würden Sie jemand vertrauen, dessen Schilderung seiner Person, sowohl Ihrem Vorwissen als auch seinem äußerlichen Auftritt komplett widerspricht?

Was bedeutet Corporate Design?

Corporate Design meint das äußerlich, meistens in erster Linie visuell wahrzunehmende Erscheinungsbild. Das prominenteste Element eines Erscheinungsbilds ist in der Regel das Firmenzeichen, oder »Logo«, eines Unternehmens. Ein Corporate Design beschränkt sich jedoch nicht auf dieses Einzelelement, sondern sorgt dank von einer bewussten und wiederkehrenden Verwendung einer Vielzahl von Gestaltungsbausteinen für optimale Wiedererkennung quer durch alle die Medien, mit denen sich Unternehmen und Institutionen öffentlich präsentieren. Angesichts der potentiell nach oben hin offenen Menge an Ausdrucksformen und Werbemedien, lohnt es sich dabei auch bereits für kleinere Unternehmen, solche »typischen« Gestaltungselemente planungssicher in Form von Manuals oder sog. Styleguides fest zu halten, so dass alle Beteiligten darauf einfach zurück greifen können. Dies vermeidet den häufigen Fehler, dass später von weniger Marketing-erfahrenen Dienstleistern oder nicht richtig informierten Mitarbeitern, optisch fremde Gestaltungselemente hinzugefügt werden und so den Gesamtauftritt verwässern. Ein typisches Beispiel ist die nachträglich von der IT-Abteilung entwickelte Website, die zwar gut funktioniert, aber keinen Bezug zu Briefbogen, Drucksachen-, Produkt- oder Fassadengestaltung hat: Aufgewendete Energie und Finanzmittel verpuffen, weil zwischen den einzelnen Medien im Marketing-Mix kein Zusammenhalt oder hinreichender Wiedererkennungswert mehr gegeben ist.

Welche Gestaltungselemente definiert das Corporate Design?

- Firmen- und Unternehmenszeichen
- Marken- und Produktlogos
- Schriften und Typografie
- Layoutraster und Formate
- Farben und Farbkombinationen
- Typische Bildwelten und -elemente, z.B. Fotostile, Icons und Symbole
- Typische Audio- und Textmerkmale (etwa die Erkennungsmelodie der Telekom)
- Anwendungsspezifische Übersetzung aller Parameter für verschiedene Medien
- Anwendungsspezifische Übersetzung aller Parameter in EDV-/Redaktionssystem-Vorlagen

Welche Medien werden durch das Corporate Design harmonisiert?

- Geschäftspapiere (etwa Briefbogen, Visitenkarten, Formulare)
- Kommunikationsunterlagen (etwa Broschüren, Kataloge, Jahresberichte)
- Werbemittel (etwa Anzeigen, Plakate, Mailings, Newsletter)
- Digitale Medien (etwa Website, Infoterminals, EDV-Kommunikation, Softwareoberflächen)
- Präsentationen im Raum (etwa Messestände, Empfangsbereiche, Gebäudebeschilderung)

Checkliste für Maßnahmen im Bereich Corporate Identity und Design

- Vermittelt das Unternehmen für Außenstehende ein einheitliches und positives Bild?
- Wird das Unternehmen auch intern, etwa durch Mitarbeiter, so gesehen und eingeschätzt?
- Entspricht die bestehende Corporate Identity bereits den Idealvorstellungen?
- Wenn nicht, wo liegen Probleme oder Widersprüche, die behoben werden sollten?
- Wird das Unternehmen Bedürfnissen, Wünschen und Erwartungen der Zielgruppe gerecht?
- Werden alle wichtigen Unternehmens- und Produktvorteile gut kommuniziert?
- Können alle Elemente des Corporate Design leicht als zusammengehörig identifiziert werden?
- Können alle Elemente des Corporate Design eindeutig dem Unternehmen zugeordnet werden?
- Gibt es, sofern sinnvoll, eine Beziehung zwischen Firmen- und Markenidentität?
- Haben alle Elemente des Corporate oder Brand Design ein einheitlich hohes Niveau?
- Heben sich das Unternehmen und dessen Produkte ausreichend vom Wettbewerb ab?
- Ist das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens, für Außenstehende klar genug definiert?
- Ist die Art der sprachlichen Darstellung, soweit vorhanden, verständlich und korrekt?
- Ist die Art der visuellen Darstellung, soweit vorhanden, verständlich und korrekt?
- Ist der Mix einzelner Maßnahmen des Marketings gut und effektiv koordiniert?
- Werden Synergiepotentiale zwischen einzelnen Medien ausreichend genutzt?
- Wissen alle Beteiligten, wie das Unternehmen sich definiert und darstellt?
- Wissen alle Beteiligten, wie Corporate Identity-relevante Botschaften gestaltet sein sollen?
- Wissen alle Beteiligten, wo, wie und durch wenn sie ggf. Informationen beziehen können?
- Kann bei der Gestaltung neuer Medien auf »typische« Elemente zurückgegriffen werden?
- Kann der interne Informations- und Arbeitsfluß, etwa durch EDV-Vorlagen optimiert werden?



System LightLight – Ganzheitliche Aufbauhilfe bei Marketing und Branding

Vor dem Aufbruch ins Studium und die eigene Selbstständigkeit half der Gründer von buschfeld.com, Ben Buschfeld, mit beim Aufbau eines am Markt reüssierenden klein-mittelständischen Unternehmens und seiner Beleuchtungssystemprodukte. In dieser Zeit entwickelte er die noch heute gültige Marken- und Produktidentität und kümmerte sich um alle Belange des öffentlichen und werblichen Auftritts, wie etwa der Gestaltung von Geschäftspapieren, Prospekten und Anleitungen aller Art, der Anfertigung technischer Illustrationen und Montageunterlagen, der textlichen Gestaltung von Broschüren- und Pressetexten oder der Planung von Messepräsentationen u.a. in Hannover, Frankfurt, Köln, Mailand und New York. Auch heute übernehmen wir auf Basis unserer Kenntnis aller relevante Belange des Marketings die Betreuung ausgewählter Designaufgaben, wie etwa Gestaltung und Realisation von Katalogbausteinen oder die gesamte Planung und Umsetzung der mehrfach prämierten, Datenbank-gestützten Website www.lightlight.de

Kunde: Buschfeld Design GmbH, Beleuchtungssysteme, Köln

Aufgabe: Logo-, Brand- und Corporate Design-Entwicklung, Werbeunterlagen, Geschäftspapiere, Messestände

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation



Codeon GmbH – Das Kreisel-Signet als Sympathieträger

Gemeinsam mit Partner Markus Erbach Identity Consultant, entstanden die sorgfältig aus der Firmenphilosophie heraus entwickelten Drucksachen und Website des Dortmunder IT-Unternehmens codeon: Nachdem in einzelnen Workshops die Grundlagen von Corporate Identity und Unternehmensstrategie gemeinsam mit dem Klienten erarbeitet wurden, entstand zuerst das Kreisel-Signet als Sinnbild aller Unternehmenscharakteristika. Im nächsten Schritt wurden dann alle Parameter des Corporate Design genau definiert, auf deren Basis buschfeld.com anschließend das umfangreiche Set an Geschäftspapieren und Werbemitteln produzierte. Die Website wurde anhand von Dateivorlagen umgesetzt und wird mittlerweile vom Kunden eigenständig und mit einem selbst entwickelten Redaktionssystem gepflegt.

Kunde: Codeon GmbH, Software & Network Solutions, Dortmund

Aufgabe: Corporate Design-Entwicklung, Geschäftspapiere

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation

Partner: mit Markus Erbach, Identity Consultant



Landesdenkmalamt Berlin – Corporate-Design gerechter Auftritt der Behörde

Im Auftrag des Landesdenkmalamts und der Berliner Senatsverwaltung für Stadtentwicklung erstellt buschfeld.com regelmäßig verschiedene Drucksachen, Ausstellungs- und Informationsunterlagen. Hierzu zählen zum Beispiel großformatige Ausstellungstafeln, die entsprechend der Designrichtlinien des Berliner Senats gestaltet wurden, mehrsprachige Publikationen oder auch Informationstafeln für den öffentlichen Stadtraum – etwa am Berliner Literaturcafé, der Jägerstraße oder am Hausvogteiplatz. Als Experten für Kunst-, Kultur- und Architekturgeschichte sind wir zudem gut im Thema und haben für die allgemeine Informationsbroschüre neben Grafik- und Lithoarbeiten auch die textliche Gestaltung beigesteuert. Darüber hinaus übernehmen wir in der Regel die kompletten Produktionsabwicklung inklusive der Reinzeichnung und Bildbearbeitung sowie der Begleitung und Überwachung von Ausschreibung und Produktion.

Kunde: Landesdenkmalamt / Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin
 Aufgabe: Grafische Betreuung verschiedener Publikations- und Ausstellungsprojekte
 Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation



Event-photo.biz – Chance für Spezialisten und Nischenanbieter

Ein häufiger Irrglaube besteht in der Annahme, Corporate Design wäre nur etwas für größere Unternehmen. Das Gegenteil ist richtig: Auch und gerade kleine Anbieter, wie etwa selbstständige Kreative, Berater oder Vertreter der Freien Berufe können sich über ein professionelles gestaltetes und inhaltlich-formal zum Unternehmensangebot passendes Corporate Design innerhalb eines schwierigen Marktumfeldes behaupten, ihre Professionalität unterstreichen oder eine besondere Spezialisierung kommunizieren. Ein solcher Fall sind die Fotografen von eventphoto.biz, die sich auf die fotojournalistische Dokumentation von privatwirtschaftlichen sowie öffentlichen Events spezialisiert hat und neben der Fotografie mit einem schnellen, digitalen und wauf die Erfordernisse der Pressearbeit abgestimmten Service punktet.

Kunde: event-photo.biz, Berlin/Potsdam

Aufgabe: Logo- und Corporate Design-Entwicklung, Geschäftspapiere, Werbeunterlagen, Website

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation

dko architekten

**DKO Architekten Berlin – Reduzierter Auftritt plus Systemintegration**

Passend zu der klaren und einfachen Formensprache der Entwürfe und Bauten des Berliner Architekturbüros arbeitet auch deren Erscheinungsbild mit wenigen, dafür aber bewusst und markant eingesetzten Mitteln. Die Kennfarbe der bestehenden Website wurde als Farbbalken und Foto-Optik aufgegriffen und durch eine stringente, reduzierte aber klassische Typografie ergänzt. Sie beschränkt sich nicht nur auf die diversen Vordrucke für die Geschäftskorrespondenz und Projektdokumentation, sondern regelt auch deren konsistente Beschriftung. Zu diesem Zweck wurden gemeinsam zunächst Muster-Dateien entwickelt und so im Netzwerk bereit gestellt, dass sie von allen Büromitgliedern einfach verwendet und angepasst werden können. In einem weiteren Schritt wurde Ende 2008 die Website angepasst und mit einem Redaktionssystem ausgestattet, welches es den Architekten erlaubt, aus den für die Website eingepflegten Projekten automatisch die für die Branche so wichtigen PDF-Referenzmappen druckfertig zu erstellen.

Kunde: DKO Architekten, Berlin

Aufgabe: Logo- und Corporate Design-Entwicklung, Geschäftspapiere, Website, Redaktionssystem

Leistung: Konzept, Gestaltung und Realisation

Büroprofil und Kontaktdaten

buschfeld.com - graphic and interface design ist ein auf die Gestaltung und medienübergreifende Umsetzung von Erscheinungsbildern von Firmen und Institutionen spezialisiertes Berliner Designbüro. Unsere Arbeiten wurden mehrfach international prämiert. Für Fragen oder konkrete Einschätzung einzelner Projekte stehen wir gerne zur Verfügung.

Sie erreichen uns in der Friedrichstr. 235 in 10969 Berlin telefonisch unter +49 (0)30·25 92 29 63 sowie per E-Mail unter mail@buschfeld.com.

Zahlreiche Informationen, Referenzen sowie weitere Arbeitsproben finden Sie auf unserer Website – www.buschfeld.com

Leistungsspektrum im Bereich Corporate Identity

- Kostenlose Erstberatung
- Bestands- und Konkurrenzanalysen
- Corporate und Brand Identity-Konzepte
- Logo-, Zeichen- und Signetentwurf
- Marketingberatung, Businessplan- und Textentwicklung
- Design und Produktion von Geschäftspapieren
- Gestaltung von Kommunikations- und Werbeunterlagen
- Realisation aller Druck-, Digital- und Werbemedien
- Manual- und Styleguide-Entwicklung
- Workshops, Schulungen und Coachings

Rechtsnachweis

Alle angegebenen Informationen und Projektabbildungen sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung anderweitig veröffentlicht oder verwertet werden.

Auszeichnungen und Designpreise (Auswahl)



buschfeld.com
 graphic and interface design
 friedrichstr. 235 · 10969 berlin
 telefon +49 (0)30·25 92 29 63
 telefax +49 (0)30·25 92 29 65
 e-mail mail@buschfeld.com
 internet www.buschfeld.com