

Ratgeber:
Corporate Design

**Ihre Markenpersönlichkeit
im Redesign**



Was hat Udo Lindenberg mit VW, BMW, Google und Apple gemeinsam?



Eine Markenpersönlichkeit! Markenpersönlichkeit heißt: Identität einer Marke, eines Unternehmens, eines Produktes, eines Künstlers, einer Stadt.

Es geht um Inhalte (CI) und um die äußere Erscheinung (CD = Corporate Design).

CD ist somit die gestalterische Umsetzung der Corporate Identity und wirkt für das Unternehmen nach innen und nach außen.

Doch, was macht sie aus und wie wird sie entwickelt? Entscheidend bei der Entwicklung und Umsetzung sind: Kontinuität, Konsequenz und Kreativität. Das gilt für die Inhalte genauso wie für das Design.

Ein Corporate Design besteht daher aus:

Marke, Hausschrift / Hausfarbe, Bildwelt und grafischen Elementen. Weiterhin beschreibt es die Kommunikationsmittel (Logo, Geschäftsausstattung, Werbemittel, usw.).

Markenpersönlichkeit im Redesign

1. Einfaches Redesign

Überarbeitung des Logos und des äußeren Erscheinungsbildes in Form, Farbe und Typographie entsprechend der Zielsetzung der CI

Ihr Erscheinungsbild ist deutlich in die Jahre gekommen und entspricht nicht mehr dem Zeitgeist? Dann sollten Sie Ihr vorhandenes Erscheinungsbild überarbeiten lassen. Anpassungen werden an der Bildmarke ebenso wie an der Wortmarke, d.h. an der Schrift und der typografischen Anordnung, vorgenommen. Der Duktus der Marke bleibt allerdings erhalten.

Sehr vorsichtig geschehen gestalterische Eingriffe in der Größe oder der Farbversion. Klar ist erkennbar: Es ist dasselbe Logo, aber anders. Über dreizehn Mal hat die Marke Volkswagen seine Außenerscheinung z.B. aus Imagegründen angepasst. Aktuell erscheint die Marke wieder im klassischen flachen Design wie aus dem Jahr 1967.

2. Erweitertes Redesign

Neugestaltung und Aktualisierung des Logos und des äußeren Erscheinungsbildes – oft bei einer bereits bestehenden Corporate Design

In Schritt des erweiterten Redesign geht es um einen bewusst neuen Auftritt. Für Laien ist klar erkennbar, dass sich Ihr Unternehmen nach außen optisch verändert hat. Ihr Logo aus Wort-Bildmarke wird inhaltlich komplett überarbeitet und bekommt einen neuen Look. Diesen Schritt wagte 2016 die Marke instagram. Sie stellte komplett von der klassischen Retromarke in Kameraoptik auf pink-lila mit weißer Symbolik um.

3. Neuentwicklung des Designs (totale Redesign)

Erstgestaltung eines kompletten Erscheinungsbildes – möglichst auf Basis einer Corporate Identity

Sie sind ein neugegründetes Unternehmen und suchen nach einer gestalterischen Umsetzung für Ihr Logo ohne irgendwelche Vorgängerversionen. Ihr Logo wird neu konzipiert! Eventuell wird der Name parallel gestaltet. Die Corporate Identity, also die Vorstellung wie Sie sich selbst sehen, ist entscheidend für die visuelle Umsetzung Ihrer Marke.

Quelle: H.R. Becker und Anika Vössing - Marketing Kommunikation - Lernen, Verstehen, Planen, Handeln; Corporate Design, novum press (Bruckmann)

Denken Sie über ein neues Erscheinungsbild nach oder möchten Sie Ihre bestehende Erscheinung überarbeiten? Melden Sie sich gerne bei markenmission!

Ihr Kontakt zur Beratung
kontakt@markenmission.de
+49 172 844 79 25