



IdentitätDesignKommunikationSystem

STRATEGISCHE BERATUNG / CORPORATE IDENTITY / MARKENENTWICKLUNG / NAMENSENTWICKLUNG / IMPLEMENTIERUNG
CORPORATE DESIGN / MARKENDESIGN / CORPORATE PHOTOGRAPHY / LOGOTYPES / DESIGN MANUALS / CORPORATE SIGNAGE /
INFORMATIONSDSIGN / SCREENDESIGN / VERPACKUNGSDESIGN / AUSSTELLUNGS- UND INTERIORDSIGN
CORPORATE COMMUNICATION / CORPORATE WEBSITES / UNTERNEHMENSLITERATUR / GESCHÄFTSBERICHTE / IMAGEWERBUNG
DATENBANKEN / PORTALE / CMS / ECOMMERCE-, ECRM-ANWENDUNGEN / INTRANETS / EXTRANETS

Corporate Design!?

MARKTPositionierung und wirtschaftlich effiziente Kommunikation durch Corporate Design

Vortrag im Rahmen des 58. Mittelstandsforums der IHK, Bochum

Niels Klamma, Berater für strategische Kommunikation

Stephan Rütt, Dipl. Kommunikationsdesigner

Herwig Niggemann, Geschäftsführer Niggemann Food Frischemarkt GmbH

Fragen

- Was ist Corporate Design?
- Wozu dient Corporate Design?
- Für welche Unternehmen macht Corporate Design Sinn?
- Welche praxisrelevanten Vorteile bietet Corporate Design dem Unternehmen?
- Ist Corporate Design mehr als nur „theoretische“ Spielerei?
- Gibt es einen wirtschaftlichen Nutzen?
- Corporate Design. Aber wie?

Ein Beispiel

Was unterscheidet die verschiedenen Mineralölgesellschaften?



Noch ein Beispiel

Was unterscheidet die beiden großen Cola- und Softdrinkproduzenten?



Marktpositionierung

Arbeitsthesen ...

- Unabhängig von der Branche ist das Erscheinungsbild eines Unternehmens ein zentraler Faktor für die Positionierung am Markt
- Für die Marktpositionierung ist Kommunikation deshalb gleichberechtigt zu Faktoren wie der Preisgestaltung oder den Produktionsbedingungen
- Je austauschbarer ein Produkt / eine Dienstleistung ist, desto bedeutender wird das Erscheinungsbild als Faktor für die Marktpositionierung

Das Bild im Kopf des Kunden

Der visuelle Auftritt des Unternehmens



Das Verhalten des Unternehmens

Die Erfahrungswerte der Öffentlichkeit

EXPERIENCES

Die Sprache des Unternehmens

Das Erscheinungsbild des Unternehmens in der Öffentlichkeit



Interbrand: Annual Ranking of 100 of the Best Global Brands 2003

Coca-Cola, Microsoft und IBM sind die wertvollsten Marken des Jahres 2003, ermittelte die Markenberatung Interbrand gemeinsam mit der Zeitschrift 'Business Week'.

Die wertvollsten Markennamen im einzelnen

Rang	Brand	2003 Markenwert (in Mio. Dollar)	Änderung gegenüber 2002 in Prozent	2002 Markenwert (in Mio. Dollar)	Herkunftsland
1	Coca-Cola	70,453	1	69,637	USA
2	Microsoft	65,174	2	64,091	USA
3	IBM	51,767	1	51,188	USA
4	GE	42,340	2	41,311	USA
5	Intel	31,112	1	30,861	Finnland
6	Nokia	29,440	-2	29,970	USA
7	Disney	28,036	-4	29,256	USA
8	McDonalds	24,699	-6	26,375	USA
9	Marlboro	22,183	-8	24,151	USA
10	Mercedes	21,371	2	21,010	Deutschland
35	SAP	7,714	14	6,775	Deutschland
39	Canon	7,192	7	6,721	Japan
		7,097	-3	7,347	USA
			-2	7,194	USA
				7,209	Deutschland

Unternehmen
 Hornbach holt zur neuen Kampagne aus
 Marriott baut Luxus-Marke in Europa auf

Mehr Informationen bei Media & Marketing

Aktuelle Studien

Agentur-Ranking
 Die Umsatzdaten der 200 größten deutschen Werbeagenturen

ADC-Gewinner 2003

Alle 162 Gold-, Silber- und Bronze-Awards des deutschen Art Directors Club

Besuchen Sie
 emar.de
 kontakt@emediaundmarketing

Corporate Design: Niggemann Food Frischemarkt

Beispiele der Unternehmenskommunikation vor der Überarbeitung

Weihnachten
gültig vom 09.-31. Dezember

Niggemann

Imbiss Aktion
gültig vom 31. März-05. April 2003

Pommes frites
frisch, 7mm & 10mm Schnitt, Niggemann,
10kg Karton, Art-Nr.: 401, 4011 € 1,82
0,59

Bratwurst
Die echte Niggemann 5000
gebrüht, Box 100g, 10x110g,
Art-Nr.: 5, 5002, 5004 € 1,42
3,99

Blockfett
100% rein pflanzlich, 10kg Karton
Art-Nr.: 415
7,99

**Coca-Cola,
Fanta, Sprite**
0,33 Liter Dose
Art-Nr.: 965, 962, 965, 9612
0,25⁵

Niggemann
Food Frischemarkt

6. Dezember 2002
Nikolaus
Wir laden Sie ein!
Nikolaus-Party von 6.30 bis 20.00 Uhr.

Gänsebrust
getrocknet, Polen,
1500g Stückgewicht
Art-Nr.: 3140, 12
6,69

Hirschkeule
getrocknet, Neuseeland,
mit Knochen
Art-Nr.: 2320, 1
2,99

Schweinelachse
frisch, Deutschland,
ohne Kette, ca. 4kg
Art-Nr.: 592
3,99

Prosecco
0,75 Liter Flasche, DOC,
Markis La Marca
Art-Nr.: 913
4,49

Niggemann

Corporate Design: Niggemann Food Frischemarkt

Schrift, Farbe, Bildsprache und Grafik ohne marktpositionierende Wirkung



Imbiss Aktion
gültig vom 31. März-05. April 2003

Pommes frites
frisch, 7mm & 13mm Schnitt, Niggemann,
10kg Karton Art-Nr.: 401, 401 € 1kg
0,59

Bratwurst
Die echte Niggemann 5000
gebrüht, Box 100g, 10x110g,
Art-Nr.: 5, 5002, 5004 € 1kg
3,99

Blockfett
100% rein pflanzlich, 10kg Karton
Art-Nr.: 415
7,99

**Coca-Cola,
Fanta, Sprite**
0,33 Liter Dose
Art-Nr.: 961, 962, 965, 9612
0,25⁵

The advertisement has a green background. It features a central image of a fork holding a piece of food. The text is in a bold, sans-serif font. Prices are highlighted in large, bold numbers.

6. Dezember 2002
Nikolaus
Wir laden Sie ein!
Nikolaus-Party von 6.30 bis 20.00 Uhr.

Gänsebrust
getrocknet, Polen,
1500g Stückgewicht
Art-Nr.: 3140, 12
6,69

Hirschkeule
getrocknet, Neuseeland,
mit Knochen
Art-Nr.: 2320, 1
2,99

Schweinelachse
frisch, Deutschland,
ohne Kette, ca. 4kg
Art-Nr.: 592
3,99

Prosecco
0,75 Liter Flasche, DOC,
Marche La Marca
Art-Nr.: 913
4,49

The advertisement has a green background with a white Santa Claus figurine on the left. The text is in a bold, sans-serif font. Prices are highlighted in large, bold numbers.

Corporate Design: Leistungsspektrum

- Corporate Design visualisiert die zentrale Kompetenz des Unternehmens
- Eindeutige Positionierung im Marktumfeld und Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern
- Höherer Wiedererkennbarkeit für die Öffentlichkeit durch Kontinuität in der Kommunikation
- Bessere Identifikationsmöglichkeiten für die Mitarbeiter
- Langfristig höherer Marktwert
- Unabhängigkeit von Personal und Dienstleistern
- Wirtschaftlich effiziente Erstellung der Unternehmenskommunikation durch Standardisierung

Corporate Design: Zum Beispiel Standardisierung

Erstellung der Unternehmenskommunikation **mit** / ohne Corporate Design



Corporate Design: Phasen der Entwicklung

1. Briefing
2. Recherche
3. Analyse „Ist-Zustand“
4. Strategie
5. Konzeption / Entwurf
6. Auswahl und Korrekturen
7. Dokumentation / Styleguide
8. Implementierung

Corporate Design: Grundsätzliche Bestandteile

1. Signet
2. Farbe
3. Schrift
4. Designelemente
5. Grafikstil
6. Bildsprache
7. Gestaltungsraster
8. Materialien

Corporate Design: Implementierung (Beispiele)

1. Geschäftsausstattung
2. Anzeigen
3. Broschüren
4. Digitale Medien
5. Verkaufsförderung
6. Messe
7. Verpackungen / Etiketten
8. Formulare
9. Interne Kommunikation
10. Bekleidung
11. Fahrzeuge
12. Architektur
13. Info- und Leitsystem

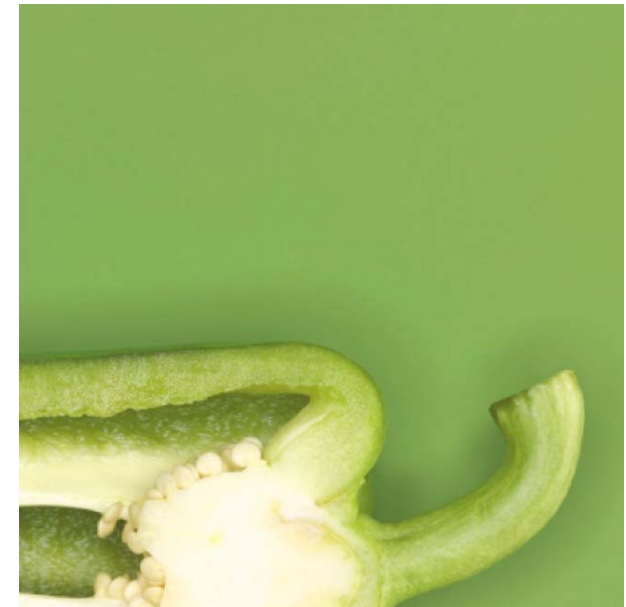
Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Grundelemente des neuen Corporate Designs (1)



Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Grundelemente des neuen Corporate Designs (2)



Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Beispiele der neuen Unternehmenskommunikation (1)



02/04

Sitemap Impressum

aktuelle
formationen
Food
Frischemarkt

Das
Unternehmen

Kundenbetreuung
und Service

Kontakt
und Dialog



Frischer kann keiner.

Kunden-Login

User



Niggemann
Food Frischemarkt GmbH
Spelcherstr. 6-8
44809 Bochum
Tel. 0234-9037-00

Willkommen bei Niggemann

Der Food Frischemarkt in Bochum lädt Sie ein.

Voll mit Informationen, Nachrichten und Wissenswertem: die Internetseiten des Niggemann Food Frischemarktes. Machen Sie sich ein "Bild" von Niggemann! Hier können Sie den Food-Frischemarkt ausführlich erkunden. Sie doch einfach durch

Ich möchte Kunde werden...
Hier direkt zur Anforderung eines Kundenausweises für den Einkauf bei Niggemann
KundenCard....

Für Niggemann-Kunden ist der Login-Bereich reserviert. Dort gibt es weitere Informationen, z.B. über die aktuellen Aktionen und Sonderangebote. Klicken Sie auf "Anmelden", dann können Sie sich selbst für den Kundenbereich registrieren.
Anmelden...



id, Marktplatz
gibt's bei



← Nicht nur für Fischwe Phil-
Fischlieb, Fische im Garten, Edel-
und Raucherfische, Schalen- und
Krustentiere. Natürlich erhalten Sie
sämtliche Fischsorten auch kleinen-
fertig portioniert oder filiert.



→ Eiskalt und frisch:
Tiefgekühlte Fertigprodukte, Finger-
food, Gemüse, Fisch, keine Torten
u. v. m. Überwiegend auf über 400 m°



← Mit wegen alle Käse
Der Abkennensortiment verhält sich
wie das Produkt selbst. Es lebt, reift
und entwickelt sich ständig. Wir
haben eine Vielzahl internationaler
Käsespezialitäten für Sie bereit,
z. B. allein 140 Sorten aus Frankreich.

→ immer noch immer abwaschen
die können Sie durch die Fischab-
waschung vermeiden. Nicht immer über-
sicht nur alle 20 bis 30 Sekunden über
ausreichend mit der Duschwasser-
um die Hygiene zu gewährleisten. Die zum
Zusatzstoffe zum Salzgehalt
sind, Zitrusöl, Jod, etc. zu



← Topqualität mit Herkunftsgarantie.
Niggemann setzt auf die Rückver-
folgbarkeit der Schlachttiere. Aus
diesem Grund bietet Niggemann
im gesamten Frischfleischbereich
„Schwein-Kalb-Rind“ hauptsächlich
deutsche und argentinische Ware
an! Wer's gern exotisch mag, be-
kommt auch Springbockkeulen-
und -rücken, Krokodilschwänze und
Känguruteilstücke.



← Jung, knackig, frisch.
Neben heimischen Erzeugnissen
bezieht Niggemann mehrmals
wöchentlich frisches, vor Ort
geworfenes Obst und Gemüse aus
aller Welt. Die Niggemann-
Spezialisten im Gemüsemarkt
bieten Ihnen gerne Neupaketen
zur Verkostung an.



→ Da macht Niggemann keine
vor: vom Brathähnchen bis zum
Straußenteufel, von der Flügelle
bis zum Fasan. Schließlich ist
Niggemann mit Geflügel
geworden. Lamm
Variationen
kühlt



Willkommen bei Niggemann. Ihrem Food Frischemarkt.

Frische und einwandfreie Qualität sind die entscheidenden Maßstäbe, wenn es um Lebensmittel für die Gastronomie geht. Frische und einwandfreie Qualität sind deshalb Tag für Tag das Thema bei Niggemann. Seit über 50 Jahren kaufen hier die Profis der Gastronomie- und Imbissbranche. Mit ca. 200 Mitarbeitern steht Niggemann für Sie im Food Frischemarkt in Bochum bereit, und 14 LKWs liefern ins gesamte Rhein-Ruhr-Gebiet.

Von einfachen Pommes und Currywurst bis hin zu Elsässer Trüffeln oder exotischem Kugelfisch – Niggemann kann die besten Lieferanten weltweit und kauft dort für Sie ein. Der Paris-Express holt zweimal die Woche frische Salate, Edelfleisch und ausgesuchte Feinkost direkt aus Europas Frischezentrum, dem Großmarkt in Paris-Rungis. So kaufen Sie dienstags und donnerstags ab 17.00 Uhr Ware bei Niggemann ein, die zum Teil keine 24 Stunden vorher geerntet worden ist.

Auf über 5.000 m² finden Sie in 10 übersichtlichen Fachabteilungen alles, was Sie für Ihre Gäste und Kunden benötigen. Von der einfachen Imbissgabel über alle erdenklichen Lebensmittel bis hin zu den ausgefallensten Zutaten für Sterne Köchen. Käse erhalten Sie bei Niggemann zum Beispiel in über 140 Sorten. Allein aus Frankreich, versteht sich.



Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Dokumentation / Styleguide des neuen Corporate Designs (1)



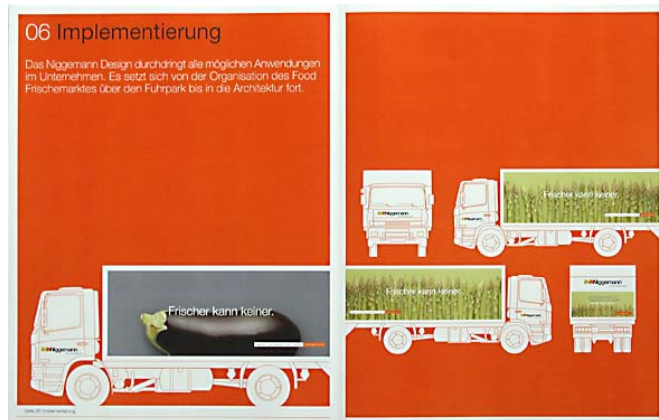
Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Dokumentation / Styleguide des neuen Corporate Designs (2)



Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Dokumentation / Styleguide des neuen Corporate Designs (3)



Die Praxis: Niggemann Food Frischemarkt

Schrift, Farbe, Bildsprache und Grafik mit marktpositionierender Wirkung



Corporate Design: Projektorganisation

- Klärung der Zuständigkeit
- Partnersuche
- Zeitplanung
- Budgetplanung

Corporate Design: Hinweise, Tipps, Adressen, Kontakt

- Agentursuche Verzeichnis Deutscher Werbeagenturen www.vdwa.de
- Verbände ADC Art Directors Club Deutschland www.adc.de
 Deutscher Design Club www.ddc.de
- Fachzeitschriften Werben und Verkaufen www.wuv.de
 Horizont www.horizont.net
- Buchtipp Corporate Identity, Roland U. Bickmann
 DVA Verlag, ISBN 3-421-05631-5

 CI als Erfolgsfaktor im 21. Jahrhundert, Heinz Kroehl
 Vahlen München, ISBN 3-8006-2485-0
- Kontakt Amt 1 Niels Klamma, Altes Amtshaus, Brückstraße 33, 44787 Bochum,
 T 0234.96297-26, F 0234.96297-27, E klamma@amt1.de www.amt1.de