

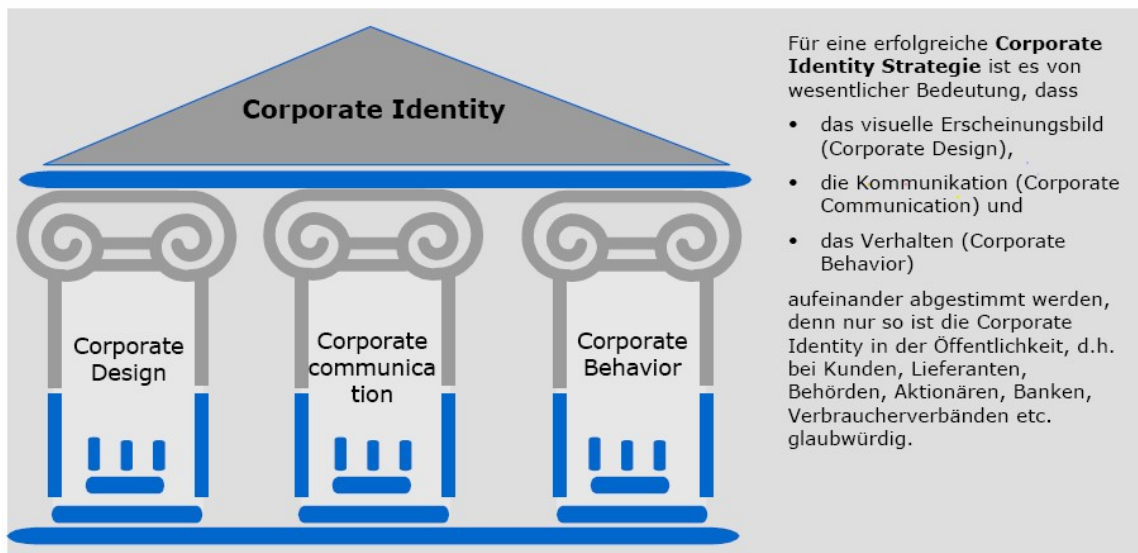
Corporate Identity

Das Selbstbild des Unternehmens

"Die grösste Gefahr im Leben - die Gefahr, die eigene Identität zu verlieren - geht unter Umständen völlig unbemerkt an uns vorüber, während wir jeden anderen Verlust - den eines Armes, eines Beines oder eines Zehn-Franken-Scheines - sofort bemerken. "

Corporate Identity ist nicht nur die konsequente Umsetzung eines einheitlichen visuellen Erscheinungsbild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit, sondern auch die Umsetzung einer dem entsprechenden einheitlichen Kommunikation sowie das darauf abgestimmte Verhalten der Mitarbeiter eines Unternehmens.

Corporate Identity



Eine Corporate Identity Strategie kann aus unterschiedlichen Überlegungen heraus für ein Unternehmen sinnvoll sein:

- Ist das **Erscheinungsbild** eines Unternehmens in der Öffentlichkeit verschwommen,
- sind die **angebotenen Produkte** oder Dienstleistungen austauschbar, die Konsumenten kritischer
- oder ist das Unternehmen einem zunehmende **Konkurrenzdruck** ausgesetzt,

kann das "Erschaffen" einer einzigartigen, unverwechselbaren Unternehmensidentität **Orientierung und Sicherheit** bieten. Diese Identität sollte dann aber prägnant sein und konsequent umgesetzt werden. Sie sollte visualisierbar, kommunizierbar und am Verhalten der Mitarbeiter wieder erkennbar sein.

Unter Corporate Identity (CI) versteht man die Identität, mit der sich eine Unternehmung präsentiert und beinhaltet die strategisch geplante und operativ eingesetzte **Selbstdarstellung und Verhaltensweise** eines Unternehmens sowohl nach innen und nach aussen.

Während die Corporate Identity das Selbstbild eines Unternehmens bezeichnet, d.h. das vom Unternehmen gezielt geplante und gesteuerte "Bild" in der Öffentlichkeit, versteht man unter **Corporate Image**, das **Fremdbild** eines Unternehmens, d.h. das von der Öffentlichkeit letztlich wahrgenommene "Bild".

Zusammenfassung

Die Corporate Identity ist eine **unverwechselbare Unternehmensidentität**. Im Rahmen der Corporate Identity-Politik wird versucht, dieses Bild in der Öffentlichkeit mit Maßnahmen zu erreichen, die sich auf das Corporate Design, die Corporate Communications und das Corporate Behaviour beziehen.

Folgende Ziele können mit durchgängiger Corporate Identity erreicht werden:

- Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Schaffen von Motivationsanreizen
- Herausstellen der Unternehmens-Stärken
- Die Akzeptanz als unverwechselbare Unternehmenspersönlichkeit am Markt kann erreicht werden
- Bewirken einer erkennbaren Marktprofilierung

Quelle

4managers.de