

Corporate Design (CD) hat eine eindeutige Definition
im Gesamtbild (CI = Corporate Identity) eines Unternehmens.

Es bildet die Gesamtheit der Gestaltungselemente, die das optische Erscheinungsbild und den Firmenstil eines Wirtschaftsunternehmens prägen.

Dieses Erscheinungsbild stellt im weitesten Sinne einen wesentlichen Kommunikationsfaktor dar.

Das CD gestaltet den visuellen Auftritt in Übereinstimmung mit der Corporate Identity eines Unternehmens. Die optimale Geschlossenheit wird erreicht durch die Einheit von

- Markendesign
- Produktdesign
- Grafik-Design
- Architektur-Design

Was bringt Corporate Design (CD) einem Unternehmen?

CD ist die Voraussetzung für jegliche Form erfolgreicher Unternehmenskommunikation.

CD visualisiert Kultur, Wertvorstellungen, Unternehmensziele und Marktkompetenz.

CD profiliert bei Mitarbeitern und in der Öffentlichkeit.

CD ist heute die einzige Möglichkeit, sich in der Flut von Werbung und Informationen am Markt durchzusetzen.

CD signalisiert Kontinuität der Unternehmenskommunikation.
Dies schafft Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

Gutes CD setzt Synergieeffekte frei, erzeugt einen hohen Wiedererkennungswert verschiedener Kommunikationsmaßnahmen, erhöht den Bekanntheitsgrad, erspart Kosten.

Gutes CD ist ein wesentlicher Erfolgsbestimmungsfaktor für ein vorteilhaftes und somit ideell und merkantil Gewinn bringendes Image.

Gutes CD motiviert Mitarbeiter, steigert allgemein Anerkennung und Sympathie.

Gutes CD dient dem Image, der Absatzförderung und somit der Erleichterung der Unternehmensziele!