

# Der Corporate Design Planer

Ertl / Storm

2023

ISBN 978-3-8006-7072-7

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei  
[beck-shop.de](https://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://beck-shop.de) steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

[beck-shop.de](https://beck-shop.de) hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird [beck-shop.de](https://beck-shop.de) für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

---



**INHALT**

<b>ÜBER DIE AUTORINNEN</b> .....	<b>4</b>
<b>VORWORT</b> .....	<b>10</b>
<b>DIESES BUCH</b> .....	<b>14</b>

## **TEIL I – ANALYSE**

<b>THE BIG FIVE</b> .....	<b>18</b>
---------------------------	-----------

5×5 Fragen, die Ihre Firmenziele beschreiben

<b>1. WAS WIRD ANGEBOTEN?</b> .....	<b>22</b>
-------------------------------------	-----------

Welches Produkt oder welche Dienstleistung bieten Sie genau an?

<b>2. WER IST IHRE ZIELGRUPPE / ZIELPERSON?</b> .....	<b>24</b>
---	-----------

Wen sprechen Sie wirklich mit Ihrem Angebot an?

<b>3. GIBT ES EINE VISION FÜR DIE ZUKUNFT?</b> .....	<b>26</b>
--	-----------

Ist Ihr Angebot ausbaufähig oder möchten Sie es sogar verändern?

<b>4. WIE BEGEGNEN SIE IHRER ZIELGRUPPE?</b> .....	<b>28</b>
--	-----------

Wie sprechen Sie Ihre Zielgruppe idealerweise an?

<b>5. WAHL DER KOMMUNIKATIONS-KANÄLE</b> .....	<b>30</b>
--	-----------

Für welche Richtung und für wieviele Kanäle wollen Sie sich entscheiden?

---

---

<b>FAZIT – DAFÜR STEHT UNSER UNTERNEHMEN .....</b>	<b>32</b>
Notieren Sie 2 – 5 Sätze.	
<b>WAS IST CORPORATE DESIGN? .....</b>	<b>34</b>
Gibt es bereits ein Corporate Design, das die Firma adäquat darstellt?	
<b>LOGO .....</b>	<b>40</b>
<b>SCHRIFT .....</b>	<b>44</b>
<b>FARBE .....</b>	<b>48</b>
<b>BILDSTIL .....</b>	<b>52</b>
<b>BESTANDSAUFNAHME .....</b>	<b>56</b>
Welche Marketing-, PR- oder Werbemaßnahmen werden zu diesem Zeitpunkt bereits umgesetzt?	
<b>CHECKLISTE .....</b>	<b>70</b>

---

## TEIL II – UMSETZUNG

### DER DESIGNPROZESS ..... 74

Über passende Kreativpartner, klare Briefings,  
kreative Entwürfe und Präsentationen mit Ergebnis

1. ERSTKONTAKT ZUM KREATIVPARTNER .....	78
2. BRIEFING .....	80
3. HONORARVEREINBARUNG .....	82
4. ENTWURF.....	84
5. PRÄSENTATION .....	86
6. DER DESIGNCHECK .....	88
7. FEEDBACK .....	100
8. FERTIGSTELLUNG .....	102
9. PRODUKTION .....	104
10. PROJEKTABSCHLUSS .....	106

### BRIEFINGBOGEN ..... 111

---

<b>FAQ</b> .....	<b>112</b>
<b>GLOSSAR</b> .....	<b>117</b>
<b>NACHWORT</b> .....	<b>120</b>
<b>KONTAKT</b> .....	<b>122</b>
<b>DANKSAGUNG</b> .....	<b>124</b>

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

# 4

## WIE BEGEGNEN SIE IHRER ZIELGRUPPE?

*Wie sprechen Sie Ihre Zielgruppe idealerweise an?*

beck-shop.de

- 4.1 Wo überall (online Webportale oder offline Messen) treffen Sie Ihre Zielgruppe?
- 4.2 Wie sieht Ihr Kundenportfolio aus: Haben Sie Stammkunden, saisonale Kunden oder stets Neukunden?
- 4.3 Welchen Jargon verstehen Ihre Zielpersonen?
- 4.4 Wie oft und zu welchen Gelegenheiten kommunizieren Sie persönlich mit Mitgliedern Ihrer Zielgruppe?
- 4.5 Erhalten Sie konkretes Feedback von Ihrer Zielgruppe?



# IN 10 SCHRITTEN ZUM FERTIGEN DESIGN:



**DESIGNCHECK**  
*Wie beurteilt man Designideen, logisch und zielorientiert?*

**FEEDBACK**  
*Kreativpartner und Kunde stimmen sich über evtl. Korrekturen ab.*

**FERTIGSTELLUNG**  
*Vorbereitung des Endprodukts für die Produktion*

**PRODUKTION**  
*Die Medien werden beim jeweiligen Dienstleister hergestellt.*

**PROJEKTABSCHLUSS**  
*Die Designs werden veröffentlicht.*





## 6) DER DESIGNCHECK

*Wie beurteilt man Designideen logisch und zielorientiert?*

Über ein Design zu sprechen kann schwierig sein und es besteht immer die Gefahr, dass man in Geschmacklichkeiten abdriftet.

Der Designcheck stellt Ihnen Kriterien vor, nach denen Sie Designentwürfe beurteilen können – als Grundlage für ein ziel führendes und konstruktives Gespräch über das Design mit Ihrem Kreativpartner.

Diese Kriterien können Sie sowohl bei einem Logo als auch bei den Medien eines Corporate Designs anwenden.



### **Kurzanleitung zum Designcheck:**

- Lesen Sie auf den folgenden Seiten die Kriterien des Designchecks
- Betrachten Sie den Entwurf – also das Design – des Kreativpartners und stellen Sie sich folgende Frage zu jedem der sieben Kriterien:

### **IST DAS DESIGN ...?**