



Corporate Design als wichtiger Faktor für die Positionierung

Das so genannte Corporate Design (CD) repräsentiert ein Unternehmen auf allen Informations- und Werbekanälen über alle Medien. Dabei muss es positive Werte vermitteln und Vertrauen aufbauen. Ein einheitliches, positives und erinnerungswürdiges Erscheinungsbild erzeugt dabei beim Betrachter völlig andere Erwartungen als ein „verstaubtes“ und im schlimmsten Fall austauschbares Design. Doch wie präsentiert sich ein Maklerunternehmen richtig? Auf jeden Fall ist dazu weit mehr nötig, als nur eine ausgefallene Schrift zu verwenden, auffallende Farben zu wählen oder ein prägnantes Zeichen zu platzieren. Die Anforderungen an ein modernes Unternehmenserscheinungsbild sind ebenso vielschichtig wie individuell.

Denn von seinem Corporate Design werden ganz automatisch Rückschlüsse bezüglich der Angebote und Leistungen gezogen. Auch wenn natürlich die Gestaltung nicht die Qualität der Leistung selbst ersetzt, durch ein stimmiges Erscheinungsbild visualisiert der Makler seine Kompetenzen und die seines Unternehmens. Damit baut er ein Image auf, das direkt und auch indirekt auf seine Dienstleistung einzahlt.

Im direkten Marktumfeld kann sich das Maklerunternehmen durch sein visuelles Profil eindeutig von anderen Marktteilnehmern abgrenzen. Indem der Makler einen von seinen Mitbewerbern unterscheidbaren, eigenständigen Auftritt pflegt, setzt er sich mit seinem Unternehmen nicht nur ab, sondern findet erst dadurch auf vergleichbar professionellem Niveau – sozusagen auf Augenhöhe – seinen Platz neben anderen Anbietern in seinem regionalen Umfeld.

Neben der Qualität seiner Dienstleistung und natürlich auch der angebotenen Produkte nebst Konditionen ist somit das Corporate Design ein wichtiger Faktor für die Positionierung des Maklers. Denn ganz besonders bei sehr ähnlichen oder sogar austauschbaren Produkten, wie es nun mal im Bereich Versicherungen der Fall ist, hat das Kommunikationsbild – die Makler-Marke – eine eminent wichtige Bedeutung für die Marktentwicklung. Hinzu kommt, dass heute auch ein Makler bzw. seine „Makler-Marke“ im Internet sehr schnell mit Wettbewerbern verglichen werden kann.

Bekanntlich ist es in Zeiten stetig wechselnder Märkte, zunehmenden Wettbewerbs und rasant verändernder Technologien für Marken unabdingbar, sich mit einem prägnanten und einheitlichen Erscheinungsbild zu positionieren. Denn nur wenn Marken sich einzigartig präsentieren, werden sie auch wahrgenommen. Das Corporate Design als Ausgangspunkt für ein überzeugendes

Unternehmensprofil dient somit als Werkzeug zur Markenpositionierung. Und dabei ist die Größe des Unternehmens nicht ausschlaggebend.

Doch welche Faktoren treten vordergründig für ein erfolgreiches Erscheinungsbild ein? Nach welchen Kriterien ist es zu bewerten? Was ist zu beachten? Eines ist klar: Ein Logo allein ist noch kein Corporate Design. Vielmehr müssen alle Elemente, neben dem Signet auch Farben, Schriften, Formen, Materialien sowie gegebenenfalls auch ein Claim einem klar definierten Gestaltungsraster folgen und vor allem durchgängig sein. Werden diese Grundregeln befolgt, unterstreicht der gesamte Unternehmensauftritt das „Gesicht“ des Maklerunternehmens und gibt ihm ein eigenes Profil. Nur so kann eine eigene, wenn auch kleine und feine Marke entstehen.

Bild: © alphaspirit / fotolia.com

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4943667/corporate-design-als-wichtiger-faktor-fuer-die-positionierung/>