

Corporate Image, Corporate Identity und Reputation

Dr. Carmen Mateo Gallego
SoSe 2022



Corporate Identity: Definition

Die Corporate Identity (kurz: CI) ist die Gesamtheit der Merkmale, die ein Unternehmen kennzeichnet und es von anderen Unternehmen unterscheidet. Es geht also um eine konsistente Darstellung des Unternehmens gegenüber der Öffentlichkeit und den MitarbeiterInnen.



Alle Unternehmensaktivitäten müssen abgestimmt und in Einklang mit der CI gebracht werden. Dies umfasst neben den visuellen Elementen des Unternehmens, dessen Verhalten und Kommunikation.

Corporate Identity: Bestandteile

Die CI wird meist in drei grundlegende Teilbereiche zusammengefasst, welche auch als "3 Säulen der Corporate Identity" bezeichnet werden:

	Corporate Design	Corporate Communication	Corporate Behaviour
	Erscheinungsbild	Kommunikation	Verhalten
extern	Produkte Print Briefbögen Visitenkarten	Richtlinien Marketing Öffentlichkeitsarbeit Social Media	Partner Lieferanten Wettbewerber Kunden
intern	Büroaustattung Intranet Kleidung	E-Mails Meetings Newsletter	Umgang Motivation Führung

Quelle: <https://keyperformance.de/corporate-identity>

Carmen Mateo Gallego

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Design
Corporate Behaviour
Corporate Communication

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Design

Der schwedische Konzern hat sich mit Gelb und Blau auf zwei konkrete Farben für das Corporate Design festgelegt. Diese finden sich in der Kleidung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, der Gestaltung der Filialen und dem Firmenlogo wieder.

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Behaviour

Im Hinblick auf Corporate Behaviour lässt sich feststellen, dass IKEA's Preispolitik günstig ausfällt. Die breite Produktpalette ist für jedermann erschwinglich und auf Familien ausgerichtet. Die Nutzung von verschiedenen Werbemitteln trägt einen wesentlichen Anteil zur Reichweitenmaximierung bei.

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Communication

IKEA greift nämlich bei Werbespots, Bannern und verwendeten Slogans auf das Du zurück, zum Beispiel bei dem oft zitierten Spruch „Wohnst Du noch oder lebst Du schon?“ oder kleinen, vermeintlich unauffälligen Details wie „bei Deinem IKEA“. Das Unternehmen nutzt sämtliche Werbemittel über die verschiedensten Werbekanäle.

Carmen Mateo Gallego

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Design
Corporate Behaviour
Corporate Communication

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Design

Das Corporate Design ist stark beeinflusst durch die Farbwahl: Rot, Gelb. Das Logo besteht aus einem gebogenen großen goldenen “M”, auf weißem, grünem oder rotem Hintergrund. Zudem wird besonders Aufmerksamkeit auf die einheitliche Gestaltung der Werbemittel, Filialeinrichtung und Mitarbeiterkleidung gelegt.

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Behaviour

Beim Corporate Behaviour stellt man fest, dass McDonald's großen Wert auf ein familienfreundliches Image legt. Sie bieten das "Happy Meal" an und haben bei den meisten Filialen einen gesonderten Spielplatzbereich für Kinder. Weiterhin besitzt McDonald's das Maskottchen Ronald McDonald, welcher für zusätzlichen Wiedererkennungswert sorgt.

Corporate Identity: Beispiele



Corporate Communication

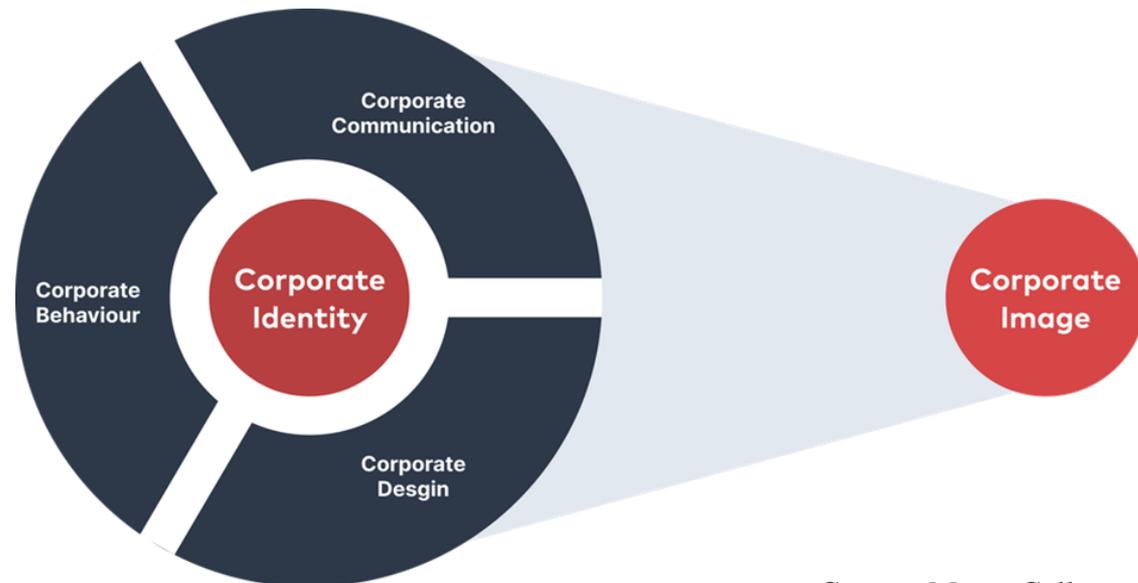
Die Corporate Communication von McDonald's erstreckt sich über verschiedene Medienkanäle. Die Fastfood-Kette schaltet Werbung im Netz, im Radio und im Fernsehen. Es nutzt auch die Printmedien, zum Beispiel für die Verbreitung von Aktionsangeboten. McDonald's verwendet auch den bekannten Slogan “Ich liebe es”, welcher direkt im Kopf hängen bleibt.

Carmen Mateo Gallego

Corporate Identity vs. Corporate Image

Unterschied zwischen Corporate Identity und Corporate Image

Unternehmen werden immer als Ganzes wahrgenommen. Aussehen, Kommunikation und Verhalten stehen somit in direktem Zusammenhang und sollten immer als Einheit verstanden werden. **Das Corporate Identity stellt die Innensicht eines Unternehmens dar. Das Fremdbild, also die Wahrnehmung des Unternehmen von Außen wird als Corporate Image bezeichnet.**



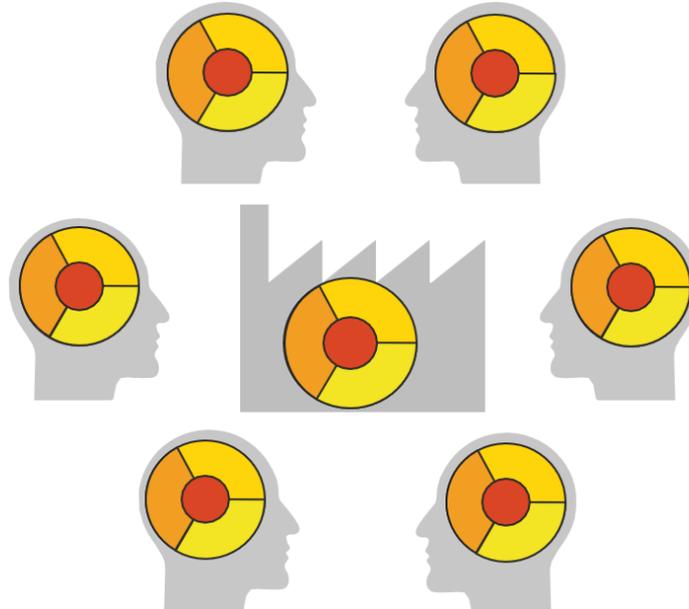
Carmen Mateo Gallego

Quelle: <https://keyperformance.de/corporate-identity>

Reputation

„Unternehmensreputation ist die kollektive Wahrnehmung und Bewertung eines Unternehmens auf bestimmten Attributen, die aus dem öffentlichen und persönlichen Austausch individueller Images von einem Unternehmen resultiert“, (Einwiller 2014, S. 380)

Die Reputation ist die Gesamtheit der Images bei den verschiedenen individuellen Stakeholdern von einem Unternehmen. Eine starke Unternehmensreputation entsteht über einen gewissen Zeitraum hinweg durch ein widerspruchsfreies sowie konsistentes Handeln des Unternehmens



Quelle: <https://keyperformance.de/corporate-identity>

Carmen Mateo Gallego

Gruppenaktivität:

The Secret behind the Coca-Cola Marketing Strategy

Coca-Cola ist eine der angesehensten Marken der Welt. Das hat die Firma durch die originellen, innovativen Kommunikationskampagnen geschafft.

Teil 1:

Schauen Sie sich bitte das YouTube-Video [The Secret Behind Coca-Cola Marketing Strategy](#) an. Dieses Video bietet einen Überblick über die erfolgreichsten Kampagnen der Coca-Cola Company und bietet einen guten Überblick über die Kundenkommunikation der Firma.

Gruppenaktivität:

The Secret behind the Coca-Cola Marketing Strategy

Teil 2:

1. Ein Unternehmen (Produkt & Identität) bekommt ein Image (auf Ebene des Individuums). Über einen gewissen Zeitraum hinweg entsteht dann eine Reputation als Erwartung auf kollektiver Ebene in den Medien. Gibt es ein gutes Zusammenspiel zwischen Corporate Identity, Corporate Image und Reputation der Coca-Cola Company? Was denken Sie? Warum? Begründen Sie Ihre Aussagen.

Gruppenaktivität:

The Secret behind the Coca-Cola Marketing Strategy

Teil 2:

2. Bei der Imagebildung über Unternehmen lassen sich nach Bitnner- Fessler & Häferlinger (2018) vier Faktoren unterscheiden (Siehe Seite 5 im Text). Wie hat sich, Ihrer Meinung nach, das Image der Coca-Cola Company im Laufe der Zeit so erfolgreich gebildet und etabliert? Welche dieser vier Faktoren hat die wichtigste Rolle gespielt? Begründen Sie Ihre Antwort. Wenn nötig, suchen Sie externe Quellen.

Gruppenaktivität:

The Secret behind the Coca-Cola Marketing Strategy

Teil 3:

Diskussion, Fragen und Anregungen