

CI : ein Begriff im Test : Wirz Identity hat gefragt und gestaunt : Corporate Identity bedeutet für jeden etwas anderes

Autor(en): **Settele, Christoph**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **10 (1997)**

Heft 11

PDF erstellt am: **19.04.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-120669>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

5001 **Aarau**, Strebel AG für Form und Funktion, Tel. 062/824 08 80.
 4123 **Allschwil**, Goffredo Lörtscher AG, Tel. 061/302 90 00.
 5400 **Baden**, WB Projekt Bahnhofstrasse 20, Tel. 056/221 18 88.
 4007 **Basel**, Alinea, Zähringerstrasse 14, Tel. 061/690 97 97.
 4010 **Basel**, Büro Furrer AG, Tel. 061/272 86 86.
 4018 **Basel**, Möbel Rösch AG, Tel. 061/366 33 33.
 4010 **Basel**, Wohnbedarf AG, Tel. 061/295 90 90.
 3123 **Belp**, Probst+Eggimann AG, Tel. 031/819 55 85.
 3011 **Bern**, Intraform, Tel. 031/312 06 06.
 2500 **Biel**, Raum-Design K.H.N., Tel. 032/323 33 93.
 8306 **Brütisellen**, Zingg-Lamprecht AG, Tel. 01/834 13 13.
 7000 **Chur**, Abitare M. Hürlimann AG, Tel. 081/252 65 68.
 7007 **Chur**, Eugenio fürs Büro, Tel. 081/257 06 16.
 7000 **Chur**, Linea R 54, Tel. 081/252 94 77.
 7000 **Chur**, Möbel Stocker AG, Tel. 081/353 44 44.
 8272 **Ermatingen**, Sedila AG, Tel. 071/664 26 36.
 8501 **Frauenfeld**, Mobilias, Tel. 052/728 06 88.
 8750 **Glarus**, Büro Zweifel & Co. AG, Tel. 055/640 50 40.
 8152 **Glatbrugg**, Rüegg-Nägeli AG, Tel. 01/809 21 11.
 6285 **Hitzkirch**, Wohn-Center Räber AG, Tel. 041/917 22 72.
 6014 **Littau**, Lötscher Bürocenter AG, Tel. 041/250 01 11.
 6000 **Luzern**, Buchwalder-Linder AG, Tel. 041/410 25 51.
 6002 **Luzern**, H+B, Helfenstein+Bucher, Tel. 041/210 12 63.
 3280 **Murten**, Mobilarte, Tel. 026/670 57 66.
 4132 **Muttenz**, Hersberger AG, Tel. 061/461 33 77.
 3172 **Niederwangen**, Büro Keller AG, Tel. 031/980 44 44.
 4600 **Olten**, Inside Creativ Design Norbert Jud, Tel. 062/212 21 75.
 FL-9494 **Schaan**, Thöny Innenausbau AG, Tel. 075/237 41 41.
 4500 **Solothurn**, Colombo bei Mobilia, Tel. 032/621 47 39.
 9001 **St. Gallen**, Markwalder + Co. AG, Tel. 071/228 59 31.
 9014 **St. Gallen**, Studach Intérieur AG, Tel. 071/278 88 08.
 8800 **Thalwil**, Struktura AG, Tel. 01/723 10 10.
 8401 **Winterthur**, Büro Schoch AG, Tel. 052/212 24 25.
 8400 **Winterthur**, Krämer fürs Objekt, Tel. 052/212 88 66.
 8400 **Winterthur**, Scherrer Wohn- & Bürodiesign, Tel. 052/212 29 41.
 8702 **Zollikon**, Mobilana Ufficio, Tel. 01/396 66 66.
 6301 **Zug**, Bruno Wickart AG, Tel. 041/741 53 53.
 6301 **Zug**, Büro AG, Tel. 041/761 60 33.
 8010 **Zürich**, Büro Furrer AG, Tel. 01/439 49 49.
 8008 **Zürich**, Colombo Mobili AG, Tel. 01/422 22 22.
 8003 **Zürich**, Nonplusultra, Alexander Balass, Tel. 01/451 33 55.
 8032 **Zürich**, Reymond Büromöbel AG, Tel. 01/261 32 45.
 8001 **Zürich**, WB Projekt AG, Tel. 01/215 95 95.
 8000 **Zürich**, Zingg-Lamprecht AG, Tel. 01/362 36 52.

CI – ein Begriff im Test

«Nur zehn Prozent greifen auf externe Berater zurück? Das darf doch nicht wahr sein.» Daniel Zehntner, erfahrener Corporate Identity-Berater bei der Designagentur Eclat war erstaunt, als er von den Ergebnissen der Untersuchung hörte. Was ist geschehen? Die Designagentur Wirz Identity hat bei 400 Unternehmen mit mehr als hundert Mitarbeitern in der Schweiz und Deutschland nachgeforscht, was sie unter Corporate Identity (CI) verstehen und welche Bedeutung sie ihr zumessen. Die Auswertung der von der Publitest durchgeführten Untersuchung birgt einige Überraschungen:

1. Es besteht keine Übereinstimmung darüber, was unter CI zu verstehen ist.
2. Die Firmen erarbeiten zwar Leitbilder, setzen sie aber höchst selten konsequent um.
3. Externe Berater werden erstaunlich selten angeheuert.
4. Produkte, die im Verbund mit dem Unternehmen auftreten oder mit diesem identisch sind, haben die besten Chancen auf dem Markt.

Was heisst Corporate Identity?

Profis dozieren praktisch unisono, CI sei die Einheit von Corporate Design, Corporate Communication und Corporate Behaviour. Unter Corporate Design verstehen sie das Erscheinungsbild, das Produkte-, Verpackungs- und Ausstellungsdesign; mit Corporate Communication meinen sie Werbung, Verkaufsförderung, interne Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und als Corporate Behaviour bezeichnen sie die Art und Weise, wie sich die Mitarbeiter nach innen und gegen aussen aufführen. Diese Definition von CI hat jedoch ein Problem: Niemand glaubt sie. In Deutschland teilen nur gerade ein Prozent der Befragten diese Auffassung von CI, in der Schweiz immerhin vier Prozent. Der kleinste gemeinsame Nenner: Die meisten Unternehmen gewichten das einheitliche Erscheinungsbild und das Auftreten nach aussen als wichtigsten Bestandteil der Corporate Identity.

Corporate Identity ist wichtig

Die Untersuchung besagt, dass 37 Prozent der Befragten der CI mittlere, 55 Prozent grosse Bedeutung zumessen. Da aber die Befragten ganz unterschiedliche Vorstellung darüber haben, was eine CI ist, sagen die Resultate wenig aus. Deutlichere Zahlen findet man hingegen zur CI-Beratung: Nur zehn Prozent der Unternehmen greifen regelmässig auf externe Berater zurück, 57 Prozent gelegentlich. Vor allem Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern lösen das CI-Problem mit einem eigenen Kommunikationsberater oder einer internen Arbeitsgruppe. Vollerorts fehlt demnach der Blick von aussen. Für Daniel Zehntner ist das keine brauchbare Lösung: «Leitbilder ohne Beratung von aussen kann man schlicht und einfach nicht machen.»

Profilierung im Markt

Die Profilierung im Markt wird am besten erreicht, wenn das Produkt mit dem Unternehmen identisch ist, oder wenn die Zugehörigkeit des Produkts zum Unternehmen klar kommuniziert wird: zum Beispiel Blue Window von Swisscom oder Taft von Schwarzkopf. Die Unternehmen mit der besten CI sind gemäss der Umfrage Coca Cola, McDonald's und BMW – Firmen, die auf ein konsequentes Markenmanagement setzen. Interpretiert man die Zahlen, so zeigt sich, dass eine gut bewertete CI nicht linear mit der Grösse des Werbebudgets, dem wichtigsten Teil der Corporate Communication, zusammenhängt. Denn die Migros hat in der Schweiz das grösste Werbebudget, taucht aber erst an sechster Stelle auf. Coop und Telecom, mit den zweit- und drittgrössten Budgets, sind nicht einmal genannt. Warum dem so ist, und was genau eine CI erfolgreich macht, darüber gibt die Studie keine Auskunft.

Christoph Settele

Der Schweizerische CI-Barometer kostet 90 Franken und kann bestellt werden bei: Wirz Identity, Uetlibergstrasse 132, 8045 Zürich, Telefon 01/457 52 52