

CORPORATE BRANDING – FÜR EINE STARKE MARKE



Veröffentlicht am 13. Dezember 2018 von Karishma

„Hast Du mal ein Tempo?“, „Wir brauchen noch Pampers!“ - wenn Deine Marke in den allgemeinen Sprachgebrauch aufgenommen und von allen wiedererkannt wird, kannst Du stolz auf Dein Corporate Branding sein. Was genau das ist, erfährst Du hier.

Rote Weihnachtstrucks, braunes koffeinhaltiges Erfrischungsgetränk und geschwungene weiße Schrift auf rotem Hintergrund – wer ist wohl gemeint? Dass Du direkt an Coca Cola denken musst, ist dem erfolgreichen **Corporate Branding** des amerikanischen Getränke-Herstellers zu verdanken. Was genau Corporate Branding ist und warum es so wichtig für Dein Marketing ist, erfährst Du hier.

WAS IST CORPORATE BRANDING?

Corporate Brand - zu dt. **Unternehmensmarke** – stellt dar, wer Du bist, was Du tust und warum. Sie transportiert diese Botschaften **einheitlich** an die Öffentlichkeit. Andere Bezeichnungen für Corporate Brand sind beispielsweise Dachmarke, Firmenmarke, Herstellermarke, Konzernmarke, Absendermarke oder Anbietermarke. **Corporate Branding** stellt dabei die **Entwicklung und Entstehung** einer starken Unternehmensmarke dar. Es ist die Weiterentwicklung des Begriffs **Corporate Identity**, welcher die Persönlichkeit und Identität des Unternehmens bezeichnet. Dazu [später](#) mehr. Corporate Branding umfasst die einheitliche Gestaltung **jeglicher Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen** wie Firmenname, Logo, Design, Service, Werbung, Produktverpackung und -vermarktung, Geschäftsausstattung wie Visitenkarten sowie Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter – Stichwort: **Employer Branding**.

Ziel von Corporate Branding ist, das gesamte Unternehmen als Brand **nachhaltig** in die Köpfe von Kunden, Interessenten, Mitarbeitern und anderen Stakeholdern zu verankern und auf dem jeweiligen Markt zu etablieren. Dabei spielen Erkenntnisse aus dem **Neuromarketing** eine wichtige Rolle, denn Psychologen und Hirnforscher stellten fest, dass beispielsweise Markennamen am

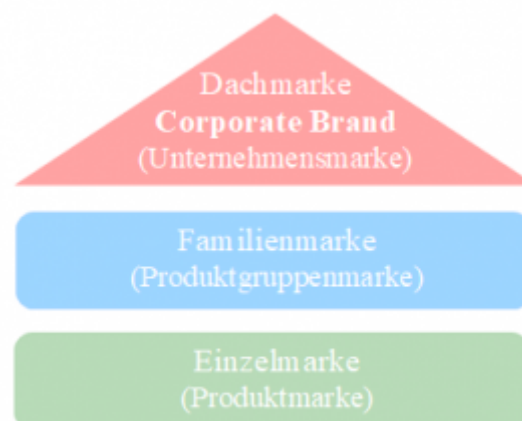
schnellsten und langfristigen im Gedächtnis bleiben, wenn sie direkt am Anfang eines Werbespots sowie kontinuierlich und wiederkehrend in der Werbung gezeigt werden.

Wenn es einen Aspekt gibt, der wirklich wichtig ist, um eine starke Corporate Brand zu entwickeln und zu festigen, dann ist es **Beständigkeit**. Und genau das schafft Corporate Branding. **Corporate Design** und **Logo** dienen crossmedial der einheitlichen Visualisierung der Corporate Brand über vielseitige on- und offline Marketing-Kanäle wie Social Media, Print, Messe, etc.

Corporate Branding unterstützt die Abgrenzung von der Konkurrenz. Vor allem bei der aktuell herrschenden Austauschbarkeit der Produkte ist die Unternehmensmarke ein **entscheidender Wettbewerbsvorteil**. Nehmen wir an, Du stehst vor dem Regal in einem Supermarkt und suchst eine Bodylotion. Du nimmst zwei heraus und erinnerst Dich, dass Du kürzlich einen starken Werbespot oder beim Scrollen durch Instagram und Facebook interessante Posts der einen Marke gesehen hast. Mit der anderen Marke kannst Du nichts assoziieren. Für welche entscheidest Du Dich?

HOUSE OF BRANDS

Unternehmen und Produkte müssen nicht zwingend den gleichen Namen tragen, wie etwa bei Google. Vielmehr können Corporate Brand (z.B. Unilever) und die unterschiedlichen Marken – also die untergeordneten **Familien- und Einzelmarken** (in diesem Beispiel Dove, Coral, AXE, Langnese, etc.) - **unabhängig** voneinander agieren. Diese übergeordneten Corporate Brands (bzw. Dachmarken) werden als „**Houses of Brands**“ bezeichnet – sie führen somit mehrere Marken unter sich und der Konsument kann keinen Zusammenhang zwischen ihnen und ihren Marken erkennen.



Übersicht der Marken: Von Corporate Brand zur Einzelmarke

ENDORSED BRAND

Wird die Corporate Brand mit ihren Marken verbunden, dient sie als **Reassurance** (zu dt. Rückversicherung, Bestätigung) bzw. **Endorser** (zu dt. Bestärker), um die Authentizität der jeweiligen Marke zu **unterstützen**. Im Vordergrund steht weiterhin die Familien- bzw. Einzelmarke, welche von der Kompetenz und vom guten Ansehen der Corporate Brand profitiert. Vor allem die Einführung und der Aufbau einer neuen Marke wird durch die **Endorsed Brand** und ihrem Image erleichtert.

WARUM CORPORATE BRANDING WICHTIG IST

Wir haben bereits angeschnitten, dass es in Zeiten der Marktsättigung und des Angebotsüberschusses nicht mehr ausreicht, lediglich eine Corporate Identity zu definieren und kommunizieren. Um sich von der Konkurrenz und den austauschbaren Produkten **abzuheben**, wird die Unternehmensmarke bzw. Corporate Brand immer wichtiger. Mit dem Aufkommen und stetig wachsenden Interesse an sozialen und ökologischen Themen wie Nachhaltigkeit, Klimaschutz, Arbeitsbedingungen oder bewusster Lifestyle achten bestimmte Zielgruppen mittlerweile nicht nur auf das Produkt selbst, sondern auch auf das Unternehmen und dessen Philosophie. Corporate Branding transportiert die Brand und ihre Absichten an die Öffentlichkeit, schafft **Vertrauen** und bildet sowohl für die internen als auch externen Anspruchsgruppen – wie Kunden, Interessenten, Lieferanten, Mitarbeiter, etc. – einen **Mehrwert**. Ein einheitliches Design und Logo genügen nicht mehr für die Identifikation mit der Unternehmensmarke und für die erfolgreiche Vermarktung.

Corporate Branding spielt nicht nur für Start-Ups eine wichtige Rolle, sondern auch für bereits bekannte Unternehmen. Professionelles **Rebranding** ermöglicht der Unternehmensmarke, ihr eingestaubtes Image aufzufrischen und neue Zielgruppen zu erschließen sowie den Wiedererkennungswert zu steigern.

CORPORATE IDENTITY, CORPORATE DESIGN & CORPORATE BRANDING

Es wurde viel von Corporate Identity und Corporate Design im Zusammenhang mit Marketing und Corporate Branding gesprochen, doch was genau bedeuten diese Begriffe? Schauen wir uns dazu einmal die Definitionen an:

CORPORATE IDENTITY

Corporate Identity, kurz **CI**, bezeichnet im strategischen Management und in der Unternehmenskommunikation die **Identität** und das Selbstbild des Unternehmens. Die Idee dahinter ist, dass Unternehmen ebenso wie Personen eine **Persönlichkeit** haben, welche von Außenstehenden wahrgenommen wird und sich von anderen unterscheidet. Die Corporate Identity trägt diese **einheitlich** und wiedererkennbar von Unternehmenslogo und -kommunikation über die Webseite bis zu den Betriebsräumen an die Öffentlichkeit.

CORPORATE DESIGN

Corporate Design (CD) ist ein wichtiger Teil der Corporate Identity und **visualisiert** die Identität des Unternehmens. Es bezeichnet die **unverwechselbare Gestaltung** von Firmenlogo, Arbeitskleidung, Printprodukten, Geschäftsausstattung und Webseite. Das Corporate Design zieht sich wie ein roter Faden durch die Außenpräsentation des Unternehmens. Dabei werden Schriftart und Firmenfarben konstant verwendet, sodass die Marke nach außen und nach innen als Einheit gesehen wird.

Corporate Branding umfasst somit Corporate Identity und Corporate Design und bezeichnet alle Marketing-Maßnahmen, die ergriffen werden, um die Unternehmensmarke und deren Vision und Mission nachhaltig in den Köpfen zu verankern. Corporate Identity und Corporate Design dienen der visuellen Darstellung Deiner Marke und spiegeln das Versprechen wider, welches Du Deinen Kunden bietest.

BEISPIELE ERFOLGREICHER UNTERNEHMENSMARKEN

Wenn Dein Produkt in den allgemeinen Sprachgebrauch mit aufgenommen wird und den eigentlichen Begriff des Gegenstandes ersetzt, verdankst Du das Deinem gelungenem Corporate Branding. Das beste Beispiel dafür ist: **Tempo**. Läuft Deine Nase, fragst Du nicht nach einem Papiertaschentuch, sondern nach einem Tempo. Gleiches gilt auch bei **Zewa** und **Pampers**: Zewa stellt Küchenrollen nicht nur her, sondern es ist im täglichen Sprachgebrauch eine Küchenrolle. Genauso wie Windeln Pampers heißen. Corporate Branding wird so gestaltet, dass die Brand und das Produkt bzw. der Gegenstand als eins gesehen und untrennbar miteinander verbunden werden. **Apple** beispielsweise hat sich auch zu einer starken Corporate Brand entwickelt: Mit einem einzigartigen Logo, schlichtem, aber hochwertigen Design, welches sich von der Website bis zur Werbung zieht, strahlt Apple Qualität aus und überzeugt mit klaren Statements und zukunftsweisenden Produkten von seiner Innovation und Technologie. **Nivea** ist ebenfalls eine

präsente Brand und das seit vielen Generationen: Ob Großeltern, Eltern, Geschwister, Freunde – jeder erkennt diesen unverwechselbaren Nivea-Geruch. Seit 1925 verwendet Nivea den markanten Blauton bei allen Produktverpackungen, auf der Website und in der Werbung.

CORPORATE BRANDING – FAZIT

Kunden und Interessenten wählen Marken nicht nur aufgrund ihrer Produkte aus, sondern mittlerweile auch vor allem wegen ihrer **Markenidentität** und ihrer Botschaften. Es ist wichtig geworden, Deiner Zielgruppe zu zeigen, was hinter Deinem Unternehmen steckt. Von Logo und Produktverpackung über Service und Webseite bis zur Werbung und Arbeitsbedingungen - mit **einheitlichem Design** und **Kommunikation** transportierst Du Deine Botschaft nach außen und sorgst für **Wiedererkennungswert**. Corporate Branding hilft Dir, Dein Markenimage aufzubauen und Dich **nachhaltig** in die Köpfe Deiner Zielgruppe zu verankern. So verbinden Kunden Deinen Firmennamen mit Deinem Image oder sogar mit einem einzelnen Produkt. Die **Einführung von neuen Produkten** profitiert von Deinem starken Branding. Allerdings ist hier zu beachten, dass das neue Produkt auch zu Deiner Brand passen sollte, da es sonst negative Auswirkungen auf Dein Image haben kann. Das Schlüsselwort für erfolgreiches Corporate Branding ist **Beständigkeit**. Kontinuierlich und einheitlich solltest Du Deine Marke **auf allen Marketing- und Kommunikationskanälen** präsentieren, sodass sich Dein Unternehmen bewusst als auch unbewusst in das Gedächtnis Deiner Zielgruppe schleicht. Hast Du das geschafft, wird Deine Marke von Deinen Kunden wiedererkannt, zum Beispiel beim ersten Ton Deines Jingles oder an dem kennzeichnenden Geruch, Deinem Logo, dem Aufbau Deiner Werbespots oder der Gestaltung Deiner Stores. Einheitlichkeit und Unverwechselbarkeit **wecken Erinnerungen** und machen Dein Unternehmen zu einer starken Corporate Brand.

Du möchtest mehr zu dem Thema Corporate Branding erfahren oder hast noch Fragen? Dann melde Dich bei uns. Unsere Online Marketing-Spezialisten helfen Dir gerne weiter.

[Kontakt aufnehmen](#)