



**Herzlich Willkommen!**

**KALIBER42 Corporate Identity**

Luxus oder Notwendigkeit?

**KALIBER42**  
WERBEAGENTUR





## Stellenwert von Identität

- Globalisierung > Homogenisierung
- Masse statt Klasse :-(
- Reizüberflutung
- Selbstschutz: Selektive Wahrnehmung

**Identität als Halt und Sinnstifter,  
als positives Erlebnis: Ruhepol**

KALIBER42  
WERBEAGENTUR





## Identität nach aussen

- schafft Profil
- Unterscheidung
- Imagebildung
- erzeugt Vertrauen und Loyalität
- macht neugierig

**Identität wird IMMER positiv  
wahrgenommen**



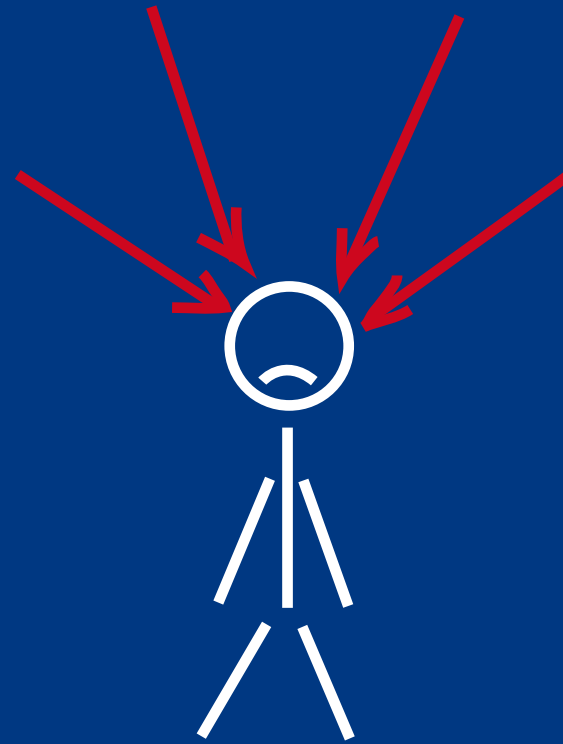
## Identität nach innen

- motiviert
- schafft Wir-Gefühl
- „Wir sind hier.“
- „Wir können was.“
- „Wir sind besser.“

## Identität macht stark

**KALIBER42**  
WERBEAGENTUR





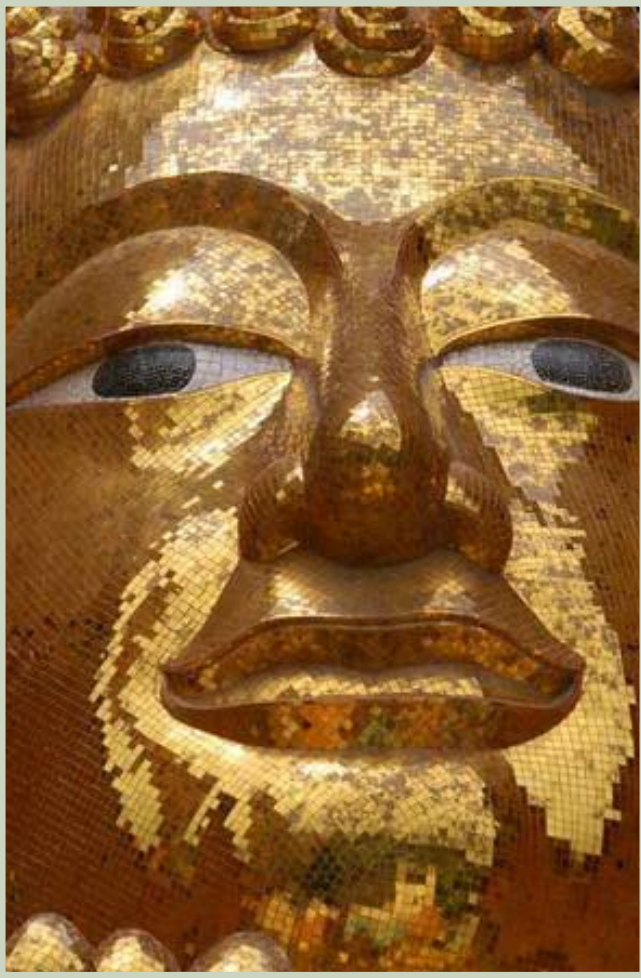
## Negativbeispiele

- „Gesagt-Bekommen“, erzwungenes Auswendig-Lernen
- Fehlendes Verständnis
- Fehlendes Gefühl

**Erzwungene „Identität“ schafft Frust**

KALIBER42  
WERBEAGENTUR

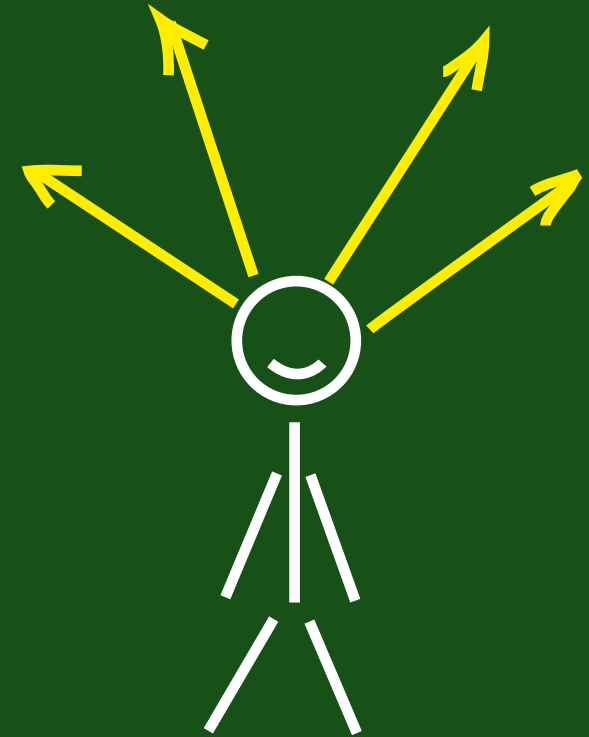




## Richtig

- Bewusst-Werden
- Fühlen
- Denken
- Sagen
- Zeigen

**Erlebte Identität  
schafft Freiheit.**



KALIBER42  
WERBEAGENTUR





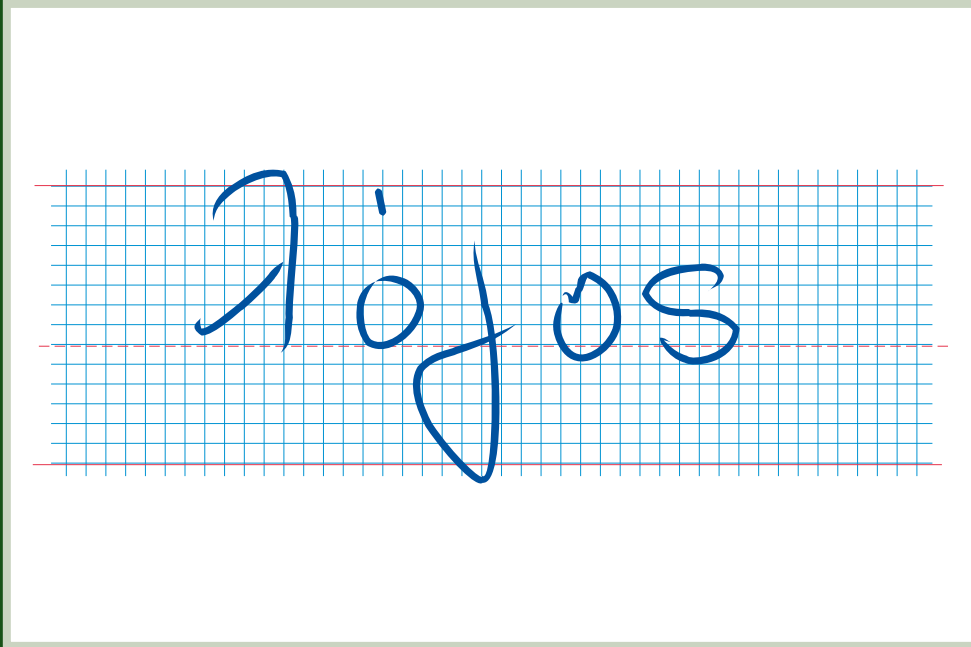
## Der erste Eindruck zählt

- Visuelle Welt verlangt Zeichen

> **Erste Maßnahme:  
Ein Zeichen setzen!**

KALIBER42  
WERBEAGENTUR





## Das Logo

[Das Wort „logos“ wurzelt in der griechischen Sprache.

Gleichbedeutend u.a. mit „Wort“ und auch „Verstand“!]

- markiert Anspruch („Marke“!)
- zeigt Selbstverständnis
- schafft Identität

**Unverwechselbares  
Zeichen,  
Symbol für Versprechen  
dem**

KALIBER42  
WERBEAGENTUR



## Beispiele zum Anfassen

- Logos als unverzichtbarer Bestandteil der Kommunikation: Marken
- Qualitätsversprechen
- Orientierungshilfe

**Logos schaffen Werte, die bleiben**



# Exkurs: Logos leben!

- Behutsame Modifizierungen zeigen, dass die Marke (und das Versprechen!) mit der Zeit geht und wandlungsfähig ist ohne an Qualität zu verlieren
- Vertrauen wird langfristig aufrecht erhalten
- Treue Kunden sind die besten Kunden
  - Neukundengewinnung ist um ein Vielfaches teurer!

Exkurs Ende



KALIBER42  
WERBEAGENTUR



## „Über's Briefpapier hinaus“

- Logo nicht Selbstzweck, sondern Identitäts-Stifter
- > alle Unternehmensbereiche sollen „infiziert“ werden
- Bsp. Fuhrpark, Geschäftsausstattung, Präsentationsräume etc.
  - >> alle Kunden-Kontaktpunkte

**Ergebnis: Bild , „Image“**

KALIBER42  
WERBEAGENTUR





## Agieren statt reagieren

- Images verselbständigen sich
- Auch wer nichts sagt, sagt etwas
- Bewusstsein schaffen
- Werte pflegen und leben
- Marke/Logo mit Leben füllen: Vision, Mission)

**Profil zeigen, denn Profil gewinnt!**

KALIBER42  
WERBEAGENTUR





**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**KALIBER42**

**KALIBER42**  
WERBEAGENTUR

