

Corporate Identity

(CI, Unternehmenspersönlichkeit)

Übergeordneter Begriff der das allgemeine Erscheinen eines Unternehmens bestimmt - innerhalb und nach außen. Teilaspekte hiervon sind Corporate Behavior, Corporate Communications, Corporate Design, Packaging Design, Web Design etc.

Bezeichnung für das Selbstverständnis bzw. die Identität eines Unternehmens, die bestimmt wird durch das Verhalten der Unternehmung (*Firmenstil*, nach innen vor allem durch die jeweilige Unternehmenskultur geprägt), das Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit (*Image*, *Firmengesicht*, Corporate Design) und die Kommunikation des Unternehmens.

Corporate Communications

(CC, Unternehmenskommunikation)

Art und Grundregeln der Kommunikation eines Unternehmens.

Corporate Behavior

(CB, Unternehmensverhalten)

Athmosphäre und soziale Regeln im Umgang miteinander.

Corporate Design

(CD, Unternehmenserscheinungsbild)

Design, Visualisierung und zusammenhängende Implementierung der CI-Merkmale.

die Gestaltung des Erscheinungsbildes eines Unternehmens zur Unterstützung der Corporate Identity. Ziel ist es, ein einheitliches Bild mit einem hohen Wiedererkennungswert des Unternehmens an die Öffentlichkeit zu vermitteln.

Gestaltungsmittel sind zum Beispiel Firmenzeichen (Logos), Typografie, bestimmte firmentypische Farben, spezielle Produktgestaltung u. a.

Corporate Brochure

(Imagebroschüre)

Allgemeine Selbstdarstellung in einem mehrseitigen Booklet oder Ordner.