

PR und Öffentlichkeitsarbeit

Medienkompetenz
in 50 x 2 Minuten

heragon

© 2009 Heragon Verlag GmbH
1. Auflage 2009

Sofortwissen kompakt: PR und Öffentlichkeitsarbeit
Medienkompetenz in 50 x 2 Minuten
ISBN 978-3-941574-10-6

Printed in Germany

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Heragon Verlag GmbH
Postfach 1702
D-79017 Freiburg
Internet: www.heragon.de
E-Mail: info@heragon.de

Erschienen
in der Reihe
„Sofortwissen
kompakt“

Corporate Design

Corporate Design, kurz CD, nennt man das visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens. CD ist ein Teil der Corporate Identity, der Unternehmenspersönlichkeit.

Wer professionelle PR betreiben will, sollte Wert auf ein professionelles Corporate Design legen. Worauf sollten Sie beim CD in der Praxis achten?

PR und Öffentlichkeitsarbeit | www.heragon.com

Corporate Design

Mit dem Corporate Design geben Sie Ihrem Unternehmen ein unverwechselbares Erscheinungsbild, das all Ihren Produkten und Publikationen ein wiedererkennbares „Gesicht“ gibt.

- › Ziel sollte stets der maximale Wiedererkennungseffekt sein.
- › Einmal gewählte Farben, Schriften, Logos und Gestaltungsraaster sollten auf all Ihren externen sowie internen Kommunikationsmitteln verwendet werden.
- › Die einzelnen Elemente Ihres CD werden in einem Corporate-Design-Handbuch festgelegt. Dieses können Sie Ihren Mitarbeitern, Partnern und Dienstleistern zur Verfügung stellen.

Achtung: Auch auf Ihrer Internetseite definiert das Corporate Design die Persönlichkeit Ihres Unternehmens.

Das Intranet

Das Intranet ist ein im Gegensatz zum Internet nicht öffentliches Rechnernetzwerk. Zugang haben nur dafür legitimierte Benutzer.

Optimal eingerichtet und angewendet, kann das Intranet ein hervorragendes Instrument für die interne Unternehmens- oder Verbandskommunikation sein. Ideal bei weit verstreuten Firmenzweigen oder Home-Office-Mitarbeitern.

PR und Öffentlichkeitsarbeit | www.heragon.com

Das Intranet

- › **Schaffen Sie Transparenz:**
Veröffentlichen Sie hier alle nicht vertraulichen Tagesordnungen, Protokolle, Ausschreibungen, Beschlüsse, Unternehmensstrukturen, Unternehmensziele, Termine und Unternehmensstrategien.
- › **Stellen Sie Ressourcen zur Verfügung:**
Veröffentlichen Sie im Intranet Telefonlisten, Anwesenheitslisten, Formularvorlagen, Betriebsvereinbarungen oder Urlaubsanträge.
- › **Erlauben Sie Raum für die Interessen und Hobbys Ihrer Mitarbeiter:**
Geburtslisten, Glückwünsche, Fotos von Betriebsausflügen, Urlaubstipps, Wohnungsbörse.

Das Logo

Ein gutes Logo ist wichtig. Im Erscheinungsbild Ihres Unternehmens ist es das zentrale Element. Es sollte das herausragende Identifikationsmerkmal sein.

Lassen Sie das Logo von Profis entwerfen und treffen Sie eine sorgfältige Wahl. Schließlich soll Sie das Logo lange begleiten.

PR und Öffentlichkeitsarbeit | www.heragon.com

Das Logo

Ein Logo kann aus der Wortmarke (also aus mehreren Buchstaben oder Wörtern), einer Bildmarke (also aus einem Bild oder einem grafischen Element) oder einer Wort-Bildmarke, also einer Kombination aus beidem, bestehen. Das Logo ist das Herzstück Ihres Corporate Designs.

Damit es die gewünschte identitätsstiftende Funktion entfaltet, sollte es folgende Eigenschaften haben:

- › Es erweckt Aufmerksamkeit und hat Signalwirkung.
- › Es ist prägnant und hat Erinnerungswert.
- › Es soll zukunftsorientiert sein.
- › Es stellt einen Bezug zum Unternehmen dar.

Das Pressegespräch

Im Gegensatz zur Pressekonferenz, zu der Sie möglichst viele Teilnehmer einladen, ist ein Pressegespräch eine exklusive und intime Veranstaltung im kleinen Kreis.

Was ist das Ziel eines Pressegesprächs, wann setzen Sie es ein und wen laden Sie ein?

PR und Öffentlichkeitsarbeit | www.heragon.com