



Wenn Ihr Image wackelt!

Corporate Identity ist nur die halbe Wahrheit.

Wenn Unternehmen stolz verkünden, dass ihre Werbe- und Kommunikationsunterlagen nach einer einheitlichen Corporate Identity ablaufen, dann wissen Sie bei näherer Rückfrage oft nicht zu sagen, welche konkreten Image-Ziele sich denn dahinter verbergen.

Dazu sei kurz erläutert, dass die Wirkung einer Corporate Identity nach außen gerichtet zu einem Zielimage in den Köpfen der Kunden und Zielgruppen beitragen soll. Dieses Image einer Marke setzt sich aus verschiedenen Faktoren, wie Aussagen von Verwendern, eigene Erfahrungen, Werbung, etc. zusammen. Ein gutes Image hilft Kaufhemmungen abzubauen und Skepsis zu überwinden. Apple zum Beispiel hat neben dem angebissenen Paradies-Apfel, der für Lust und Wissen, Hoffnung und Anarchie steht, von Beginn an die „Einfache Bedienung“ als eine Komponente des Image Fächers hervorgehoben. Mit diesem Image ist man jetzt in der Lage, auch im Unterhaltungsmarkt mit iPod und iPhone zu überzeugen.

Deutsche Designer tendieren oft dazu, Identität nach eigenem Gusto zu erzeugen, ohne dabei das daraus resultierende Image nachzufragen. Das heißt, man grenzt das Unternehmen vom Markt ab, anstelle es in den Markt zu integrieren. Dabei ist Corporate Identity erst in zweiter Linie eine Aufgabe von Designern. In erster Linie sind die Marken-Strategen gefordert, die den Markenkern bestimmen, eine Positionierung festlegen, die Nomenklatur der verbalen Identität bestimmen, etc., um daraus dann überhaupt erst die Kommunikationsattribute, d. h. die Vorgaben für die visuelle Gestaltung bestimmen zu können.

Apple Kunden waren z. B. von Beginn an überzeugte Anhänger der Marke, weil die Marke ein Ausdruck Ihrer eigenen Persönlichkeit war. Die Marke war wie für sie gemacht und die Produkte entsprachen ihren Vorstellungen und Wünschen. Auch die neuen Apple Produkte entsprechen der Philosophie von Wissen, Lust, Hoffnung und Anarchie. Nach wie vor werden sie veredelt mit dem Positionierungsmerkmal „einfache Bedienung.“

Die Faszination Marke funktioniert heute wie eh und je. Es fehlt jedoch immer mehr an Köpfen, die dieses Prinzip kennen und umsetzen können.



Gratis Web Check

Gesamteindruck, Positionierung, Leitidee
„Der Mut, der zu sein, der man ist“

In der Internet-Kommunikation werden Unternehmen ebenso als „Persönlichkeiten“ wahrgenommen, wie in der übrigen Kommunikation. In Sekundenschnelle entscheidet der geübte Internet-Surfer für sich, ob es sich beim Anbieter der Seite um einen Krauter, Spieler, Angeber, Antikladen oder interessanten Anbieter handelt. Wie so oft im Leben, entscheidet der „erste Eindruck“, der im Internet von einer ganzheitlichen Identität geprägt ist. Dabei spielen Technik, Design, Inhalt und Navigation ebenso eine Rolle wie das Identitätskonzept und das Kommunikationskonzept, das insgesamt vorliegt oder vorliegen sollte.

Das gilt übrigens nicht nur für große Markenfirmen, sondern das gilt für jeden Bäckermeister oder für jedes Dienstleistungsbüro genauso. Das Image, das heißt der Eindruck, den der Besucher aufgrund der Webseite vom Unternehmen bekommt und das Bild, das er daraus für sich ableitet, kann in eine völlig falsche Richtung führen, wenn kein klarer Plan über das Kommunikations- und Imageziel der Seite vorliegt.

Wir sagen Ihnen, ob Sie mit Ihrer Webseite richtig liegen. Sprechen Sie mit uns über Ihr Unternehmen oder Ihre Marke und senden sie uns Beispiele von dem, was Sie an Kunden und Interessenten schicken. Daraus entwickeln wir ein erstes Portfolio, das ausreicht für einen gratis Web Check.



Soziale Phänomene 2007

Wenn man andere Menschen dazu verleiten will, etwas Bestimmtes zu tun, dann braucht man Sozialtechniken. Wer erinnert sich nicht in Mark Twains Tom Sawyer an die Stelle wo Huck den Zaun streichen muss und dabei soviel Vergnügen zeigt, dass alle anderen Kinder auch einmal streichen wollen. Auf diese Art bekommt er dann den Zaun gestrichen und erhält selbst noch Geld dafür.

Wir sind heute umgeben von Sozialtechniken. Das reicht von einfachen Wortmanipulationen wie „Mehrwert-Steuer“ statt „Umsatzsteuer“ oder „Verteidigungsministerium“ anstelle von „Kriegsministerium“ bis hin zu massiven Manipulationen von Nachrichten. So wurde zum Beispiel der Eintritt der Amerikaner in den ersten Golfkrieg durch gezielte Falschmeldungen provoziert.

Gibt es auch gutartige Sozialtechniken? Klar, alles was Kraft hat, kann gut oder böse sein. Da fällt das Beispiel vom Alten Indianer ein, der den Kindern erzählt, dass jeder in seinem Kopf zwei Wölfe beherbergt, einen Guten und einen Bösen. Auf die Frage, wer am Ende gewinnt sagt er: Der, den Du nährst!

Sozialtechniken setzen immer auf sozialem Verhalten auf, das man bei Menschen beobachten oder erforschen kann. In kritischen Situationen, so haben Wissenschaftler herausgefunden, ist die Bindung innerhalb von Familien wesentlich höher, als zwischen nur befreundeten Personen. Das heißt, der Altruismus, die Selbstlosigkeit, ist bei Menschen ohne Familienbande immer seltener zu finden.

Es wurde auch festgestellt, dass in Ländern und Gegenden, in denen nur wenige Kinder aufwachsen, diese Kinder noch einmal weniger Kinder bekommen. In Brasilien, auch auf dem Lande, haben die täglichen Fernseh-Familien, die tatsächlichen Familien ersetzt. Die Bewohner diskutieren nicht mehr das „wahre Leben“ sondern die Ersatzfamilien.

Warum das interessant ist, fragen Sie? Nun, weil wir hier in Deutschland von dem brasilianischen Beispiel nicht so weit entfernt sind und je nachdem, was Sie verkaufen, müssen Sie inzwischen darüber nachdenken, was die virtuellen Fernseh-Familienmitglieder wohl von Ihrem Produkt halten.



IWECO's Frühjahrs-Press-Paket

Mit konstanter PR-Arbeit bringen wir Sie schneller voran!

„Und die einen sind im Dunkeln und die andern sind im Licht, und man siehet die im Lichte, die im Dunkeln sieht man nicht“ – heißt es in Berthold Brecht's Dreigroschenoper.

Unternehmen machen einen Fehler, wenn sie denken, sie stünden im Licht, nur weil sie zum Beispiel im Internet vertreten sind und hin und wieder ein Mailing machen. Ein ganz besonderes Licht wirft die Berichterstattung in der Fach- und Wirtschaftspresse. Hier, bei den so genannten Meinungsführern, werden Sieger und Verlierer gemacht. Wer die Presse nicht ernst nimmt, wird ausgeklammert und findet nicht statt.

Deshalb ist regelmäßige PR-Arbeit für heutige Unternehmen, egal welcher Größe, unverzichtbar geworden. Je nach Thema und Bedeutung werden die Presseverteiler kleiner oder größer gehalten und die Anzahl der Mitteilungen über das Jahr auf mehr oder weniger begrenzt. Nur wenn man jedes Blatt und jede Mitteilung ernst nimmt, hinterher telefoniert und entsprechendes Zusatzmaterial bereitstellt, hat die Sache Aussicht auf Erfolg.

Anders als übliche PR-Agenturen, die man „füttern“ muss, damit sie etwas „ausspucken“, liefert die Iweco eigene und selbst erarbeitete Texte. Das hat nicht nur den Vorteil von geringer Belastung im jeweiligen Unternehmen, sondern es produziert auch echte Knüller: Dinge die man selbst schon nicht mehr wahrnimmt, werden von Außenstehenden wahrgenommen und bewertet. „Unternehmen wissen oft nicht, wie gut sie sind!“, sagt Iweco Text- & PR-Chef Dieter Metzger.

Wer regelmäßige PR zu einem Sonderpaketpreis kennen lernen möchte, der kann jetzt bei der Iweco das Frühjahrs-Press-Paket buchen. Das Paket enthält drei Pressemeldungen mit zugehörigem PR-Foto und Material, sowie das entsprechende Mailing und den Kontakt zu den gewünschten Presseverlagen. Der Preis liegt bei 2900,- Euro. Die exakten Leistungen werden mit jedem Kunden individuell festgelegt.



Manager in Klausur

Ab Januar 2007 bietet die Iweco Unternehmen die Möglichkeit, Klausurtagungen in einem Kloster durchzuführen.

Die Tagungen finden jeweils von Sonntag- auf Montagmittag statt. Sie dienen der inneren Einkehr und Besinnung ebenso wie dem Gemeinschaftssinn und den jeweiligen unternehmensspezifischen Themen.

Die Teilnehmer erleben im klösterlichen Rahmen ein Programm, das von spiritueller Erbauung bis zu leiblichen und seelischen Genüssen reicht. Von morgendlicher Körperertüchtigung bis zum „menschlichen“ Umgang mit seinen Mitmenschen bekommt der Manager hier wertvolle Lebenshilfe für Beruf und Freizeit. Das besondere Umfeld und die direkte Betreuung durch Professoren und Priester des Klosters sorgen für eine nachhaltige Verankerung der jeweiligen Materie.

Das Management findet hier Anregungen für die Umsetzung von Mitarbeiter- und Kundenfokussierung im Unternehmen. Als Marketing-Themen stehen dabei auch der interne/externe Aufbau von Markenimage durch Verhalten und Kommunikation auf dem Plan.

Da die Zahl der Termine pro Jahr durch den Ablauf im Kloster sehr eingeschränkt ist, bitten wir um frühzeitige Anfragen.



Promotion Events 2007

Machen Sie aus Ihren wichtigsten Events eine echte Show

Markenerlebnisse stehen vor allen anderen Markeneindrücken an oberster Stelle der Wirksamkeit, wenn es um Image und Verkaufserfolge geht. Entsprechend nehmen Events eine immer bedeutsamere Rolle innerhalb der Kommunikation ein.

Ganz gleich, ob Messen oder Verkaufsveranstaltungen, ob Open House oder eine Produktshow in Ihren Räumen – was zählt ist das Programm: Von Live-Musik und Starauftritten über Prominente bis zum Catering. Heute heißt es, über „Motivbündelungen“ das Interesse und die Aufmerksamkeit der Zielgruppen zu finden.

Verlassen Sie sich nicht auf Ihre guten Produkte und darauf, dass Kunden Qualität immer noch zu schätzen wissen. Der heutige Käufer, auch im Business-Bereich, ist erlebnisorientiert und will mehr als einen Grund dafür sehen, warum er zu Ihnen kommen sollte.

Mit unserem Full-Service Paket für Ihre Promotion-Events sorgen wir dafür, dass der Laden voll, die Show perfekt und der Erfolg maximal wird – nehmen Sie uns beim Wort!



GIGA Sticks - Nano Preise

Die großen Sticks fürs kleine Geld, das gibt es besonders nach den Feiertagen im Januar.

Treffen Sie jetzt Ihre Disposition und vereinbaren Sie mit uns einen gewünschten Liefertermin, dann können Sie sich die supergünstigen Preise für die GIGA-Sticks sichern.

Cosilogic bietet hier den perfekten Service. Schicken Sie uns ihr Logo und sagen Sie uns, welchen Stick Sie bevorzugen und Sie erhalten postwendend per Mail ein Foto vom bedruckten Stick.

Giga-Sticks entsprechend dem USB 2.0 „Regular“- oder „HighSpeed“-Standard werden von uns vor Versand noch einmal überprüft.

Siehe auch www.gigasticks.de