

Hübsch ist nicht alles

Corporate Designs müssen sehr viel mehr können, als nur gut aussehen, erklären Jürgen Tarbauer und Lukas Novak von der Agentur Omnes im Interview.

Von Gianna Schöneich

WIEN. Corporate Designs, die Erscheinungsbilder einzelner Unternehmen, prasseln tagtäglich auf uns ein, seien es Bilder, Schriften oder das Logo eines Unternehmens. Zwar ist das Corporate Design wichtiger Bestandteil der Corporate Identity dennoch geschehen häufig Fehler, wie Jürgen Tarbauer und Lukas Novak von der Werbeagentur Omnes im Interview mit medianet erklären.

medianet: Herr Tarbauer, Herr Novak, was kann bei einem Corporate Design denn alles schiefgehen?

Lukas Novak: Ein Corporate Design ist wie ein Gericht, eine Speise. Sie muss nicht nur schmecken (gut aussehen), sondern auch satt machen (funktionieren!). Und das in all ihren Anwendungsbereichen. Daraus folgt natürlich, dass es flexibel in seiner Anwendung ist, sich also anpasst, wenn nötig. Dabei bleibt es aber seinem Stil treu, und der/die Kundin erkennt es in jedem Kontext sofort wieder.

Jürgen Tarbauer: Nur weil ein Logo hübsch ist, heißt das nicht, dass es funktioniert.

Novak: Genau, um in der Koch-Analogie zu bleiben: Ein Logo ist der Ofen eines Corporate Designs. Sein Herz. Sein wichtigstes Element. Mit ihm steht und fällt ein gutes CD. Ist es einwandfrei umgesetzt, läuft der Rest wie von allein. Ist es schlecht umgesetzt, ist es schwer, ein gutes Corporate Design zu schaffen.

medianet: Was also muss ein gutes Corporate Design haben?

Tarbauer: Es muss verkaufen, Emotionen wecken, alle Werte, die ein Unternehmen besitzt, transportieren. Ein Corporate Design ist sehr viel mehr als ein Logo – deswegen kann ein Gra-



Team

Lukas Novak, Kreation, gemeinsam mit Jürgen Tarbauer, Geschäftsführer der Agentur Omnes.

fiker allein das nicht stemmen. Es braucht eine Agentur, die verschiedenste Bereiche mitdenkt und sich mit Aspekten wie der Farbsprache und Wirkung auskennt. Wenn nur ein Grafiker am Werk ist, ist es eine sehr halberzige Geschichte.

Wir arbeiten gern umfassend und ganzheitlich mit den Unternehmen an ihrer gesamten Corporate Identity, wenn dies gewünscht ist. Wir beschäftigen uns dann mit Fragen wie, ist das Unternehmen in seinem Verhalten und Auftreten eine runde Sache? Sind Mitarbeiter und Führungskräfte auf einer Linie, was die Sicht des Unternehmens betrifft?

Letztlich geht es heutzutage stark in die Richtung *integrierter Kommunikation*, also darum, dem Endkunden mit Respekt zu begegnen. Im Zeitalter von User-Bewertungen ist Qualität mehr gefragt denn je, daher ist es uns auch so wichtig, *nachhaltig*

”

Für uns als Agentur ist es selbstverständlich, die Bedürfnisse und Anforderungen des Kunden zu kennen.

Jürgen Tarbauer
Omnes

“

mit Unternehmen zu arbeiten. Sprich, nicht nur zu schauen, wie können wir gute Quartalszahlen herbeizaubern, sondern ein Unternehmen auf einen langfristig erfolgreichen Weg bringen.

medianet: Wie erarbeitet Omnes also ein Corporate Design?

Tarbauer: Wir investieren viele Stunden nur, um den Kunden, sein Unternehmen, seine Marke