

# C wie Corporate Identity: Wie will ich ankommen? Das Gründer-ABC

***Heute geht es um nicht weniger als die Seele Ihres Betriebs, um die Identität Ihres Unternehmens. Etwas bedeutungsschwanger ausgedrückt, aber es bringt die Wichtigkeit am besten auf den Punkt. Wer der CI in der Konzeptphase nicht ausreichend Aufmerksamkeit schenkt, sollte sich nicht wundern, wenn er später nicht genügend Aufmerksamkeit von potenziellen Gästen bekommt oder an seiner Zielgruppe vorbei kommuniziert.***

## **Womit soll ich anfangen?**

Viele Gastro-Gründer haben schon eine konkrete Vorstellung darüber, welche Speisen und Getränke angeboten werden sollen. Aber Vorsicht: So wird der zweite vor dem ersten Schritt gemacht. Denn für die Außenwahrnehmung Ihres Unternehmens ist die Beantwortung folgender Fragen oft genauso wichtig.

- Wie kamen Sie auf die Idee, sich selbständig zu machen?
- Was ist Ihr Hauptantrieb / Ihre Leidenschaft für die Gründung?
- Was werden die Besonderheiten Ihres Unternehmens sein?
- Welches „Problem“ Ihrer künftigen Gäste werden Sie lösen, welchen Wunsch erfüllen?
- Wollen Sie eher eine Nische oder den größeren Markt bedienen?
- Was macht Ihr Unternehmen interessant und sympathisch?
- Wird es faire Arbeitsbedingungen und eine nachhaltige Produktion geben?

Ihre Gäste wird interessieren, in welchem sozialem Umfeld Sie tätig sein werden. Und für Sie ist es die Chance, sich in einem – im wahrsten Sinne des Wortes – „gesättigten“ Markt von Ihren Mitbewerbern zu unterscheiden. Sie bestimmen somit, wie Sie bei Ihren Gästen ankommen wollen.

## **Wie mache ich meine CI sichtbar?**

Ein wichtiger Teil Ihrer CI ist das, was die Gäste meist als erstes von einem Unternehmen wahrnehmen, nämlich das Corporate Design (CD). In einem CD-Handbuch sollte alles festgelegt sein, was den Betrieb nach außen zeigt. Das beginnt mit der Auswahl der Schriftart, Farben, Formen, Gestaltungselemente und somit Ihrem Logo. Und mündet in der Ausgestaltung der gesamten Kommunikation, von Printmedien wie Flyern und Plakaten bis hin zur Nutzung digitaler Medien wie Webseite, Facebook und Instagram. Mit Ihrem Corporate Design muss es Ihnen gelingen, eine Marke zu werden. Warum das so wichtig ist und wie Sie es schaffen können, erfahren Sie in wenigen Monaten beim Buchstaben M wie Marke.

Wem die kreative Ader zur Entwicklung seines Logos oder gar des gesamten CDs fehlt, der sollte sich unbedingt professionelle Unterstützung suchen. Um die Kosten nicht ins Uferlose

zu treiben und schnell zu dem gewünschten Ergebnis zu kommen, ist es enorm wichtig, dass das Briefing-Gespräch mit dem Kreativen so konkret wie nur irgend möglich ist.

Eine gute Vorbereitung bietet dieser [Leitfaden zur Logoentwicklung](#).

***Nächstes Mal: D wie Durststrecke – nur die Ruhe bewahren***

*Das Gastro-Gründer-ABC auf nomyblog begleitet Sie vierzehntägig mit den wichtigsten Themen von A bis Z. Der Autor **Ralf Klümper** war bis 2017 selbst zehn Jahre Gastronom in Essen („Die Insel“). Seine Praxiserfahrung vermittelt er seitdem als [Gastronomie- und Gründerberater](#). Er schreibt für Gastro-Blogs und Fachpublikationen.*