Studie von Ruhrmann Design: Wenn Design zum Kostenfaktor wird

24.10.2026, 18:58 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *RuhrmannDesign*



Delitzsch, 24.10.2026 – Ein schönes Logo reicht längst nicht aus: Wer sein Corporate Design im Alltag nicht fest verankert, zahlt einen hohen Preis in Form von Zeitverlust, Reibungsverlusten und verringertem Markenwert. Zu diesem Ergebnis kommt das neue Whitepaper „Versteckte Kosten und Probleme im Corporate Design“ der Delitzsch-Agentur Ruhrmann Design, für das 211 Unternehmen, Kommunen und Institutionen ab 20 Mitarbeitenden befragt wurden.

Die repräsentativen Einblicke machen deutlich, dass Designfehler im operativen Alltag spürbar ins Geld gehen.

Die zentralen Studienergebnisse im Überblick

Korrekturschleifen als Top-Kostentreiber: ca. 61 Prozent der befragten Organisationen nennen aufwendige Korrekturschleifen durch unklare Vorgaben als häufigste Quelle versteckter Kosten.

Zeitverlust durch Eigenlösungen: Mehr als jede zweite Organisation (52 Prozent) kämpft mit Produktivitätsverlusten, weil Mitarbeitende ohne Design-Know-how eigene Lösungen basteln.

Repräsentationsschäden: 71 Prozent der Befragten sehen einen klaren Verlust an Professionalität im Außenauftritt, wenn das Design inkonsistent ist, und 64 Prozent beklagen eine geringere Wiedererkennung.

Organisationsstruktur mit Lücken: Zwar sagen 77 Prozent, dass ein funktionierendes Designsystem die Effizienz steigert, doch die Praxis sieht oft anders aus: Lediglich 21 Prozent empfinden die Handhabung im Alltag als „sehr einfach“, und 43 Prozent arbeiten nach wie vor mit statischen PDF-Manuals, die schnell veralten.

Vom „visuellen Chaos“ zur Effizienzstrategie

„Die Zahlen zeigen schwarz auf weiß, dass Design kein reines Ästhetik-Thema ist, sondern ein harten wirtschaftlichen Faktor darstellt“, erklärt Christoph Ruhrmann, Inhaber von Ruhrmann Design. „Wenn Vorlagen fehlen, Zuständigkeiten unklar sind oder starre PDFs den Workflow blockieren, kostet das im Arbeitsalltag unnötig Zeit und Budget.“

Das Whitepaper richtet sich gezielt an Geschäftsführer, Marketingverantwortliche sowie Kommunen und Institutionen (die in der Studie mit 22 Prozent vertreten sind). Neben der detaillierten Auswertung liefert die Publikation fünf praxisnahe Handlungsempfehlungen – von der Umstellung auf dynamische, webbasierte Design-Plattformen über klare

interne Zuständigkeiten bis hin zu systematischen Schulungen und regelmäßigen Audits.

Das vollständige Whitepaper steht ab sofort unter folgendem Link zum kostenfreien Download zur Verfügung:https://www.ruhrmanndesign.de/corporate-design-whitepaper/

Ruhrmann Design

Eisenbahnstrasse 17 b
04509 Delitzsch
Deutschland

ChristophRuhrmann

034202-342030

christoph@ruhrmanndesign.de

www.ruhrmanndesign.de

Portrait

Ruhrmann Design ist eine Agentur für Webdesign, Corporate Design und Markenentwicklung mit Sitz in Delitzsch, Sachsen. Der Schwerpunkt liegt auf Branding- und Digitalprojekten für den Mittelstand sowie auf kommunalen und regionalen Kommunikationsvorhaben im Raum Leipzig/Nordsachsen. Ruhrmann Design begleitet seine Kunden von der strategischen Konzeption über Corporate Identity und Print bis zur technischen Umsetzung.

News-ID: 1328017 • Views: 69 (Stand: 22.11.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/1328017/Studie-von-Ruhrmann-Design-Wenn-Design-zum-Kostenfaktor-wird.html