

Design als Merkmal begreiflich machen

24.09.2010, 11:26 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Rebel-Management-Training*

Presseagentur: *Rebel-Management-Training*



Andreas Helge (Designbüro formspiel) zeigt konkrete Beispiele und macht Design greifbar.

Andreas Helge (Designbüro formspiel) spricht anlässlich der 24. connect4benefit-Veranstaltung am 23. September 2010 im CISA über Markenkontakte, sinnvolle Investitionen, Schriftarten und warum ein gelungenes Design auf Dauer den Unterschied macht. Die Eintrittsgelder der Gäste gehen in voller Höhe als Spende an Montessori für Kinder e.V. in Augsburg.

Informationsfluss

Der Mensch der heutigen Gesellschaft muss jeden Tag ca. 10000 Informationen verarbeiten, davon fallen allein 3000 auf sogenannte „Markenkontakte“. Man steht auf, geht ins Bad, schaltet das Licht des Aliberts an, putzt sich mit einer Oral B Zahnbürste und einer Blendamed Zahnpasta die Zähne, benutzt das Fa-Duschgel, fixiert die Haare mit Taft-Haarspray, trinkt den Melitta Kaffee mit Weihenstephaner Milch – usw. usw.

Von diesen rund 3000 Markenkontakten, mit denen man täglich konfrontiert wird, werden allerdings nur 52 bewusst wahrgenommen. Will man sich von den Mitbewerbern auf dem Markt unterscheiden, so muss man sich auch Gedanken über das Design der eigenen Marke machen, so Andreas Helge, Inhaber des Designbüros formspiel (www.formspiel.de).

Vieles läuft unterbewusst

Viele kleine und mittelständische Unternehmen sind nach wie vor der Meinung, sie könnten sich professionelles Design nicht leisten und sparen, bzw. versuchen, die Markeninformationen selbst zu transportieren. Dann passen häufig die gewählten Schriftarten nicht zur Intention und der Aufbau der Marke weißt keinerlei Stringenz auf. „Nicht so schlimm“ – mag man sich hierbei denken, doch dabei vergisst man, dass vieles unterbewusst abläuft. Andreas Helge untermauerte diese Behauptung mit zahlreichen Beispielen und Zitaten, die bewiesen, dass sich im günstigsten Fall „nur“ ein ungutes Gefühl einstellt, wenn dem Adressat des Markenkontakts kein stimmiges Bild vermittelt wird. Doch auch dieses „nur“ unguete Gefühl trägt schon dazu bei, das nächste Mal einen anderen Dienstleister zu wählen.

Warum sich Design auch für kleine und mittelständische Unternehmen auszahlt

An vielen konkreten Beispielen, die Design im Sinne der Vortragsüberschrift greifbar machten, erläuterte Andreas Helge, welche Möglichkeiten bestehen und wie man ein durchgängiges Markendesign auch für kleine und mittelständische Unternehmen Schritt für Schritt realisieren kann, um sich dauerhaft von der Masse abzuheben.

Hilf mir, es selbst zu tun

Oftmals trüge ein stringentes äußeres Erscheinungsbild dazu bei, dass man sich mit mehr Selbstvertrauen auf dem Markt platzieren kann, was in sich schon einen Mehrwert darstellt. Der Kunde ist im Prozess gefragt, wenn ein authentisches Bild entstehen soll und darf auch mitarbeiten, wenn es beispielsweise darum geht, Kosten der Herstellung zu sparen. „Hilf mir, es selbst zu tun“ – gilt also auch bei der Erstellung eines Markendesigns, ist vor allem aber der Leitspruch von Maria Montessori, Begründerin der gleichnamigen pädagogischen Richtung.

Montessoris Philosophie und deren Weiterleben und Umsetzung bei Montessori für Kinder, Augsburg e.V. wurde von Karen Dumler, Ressort Öffentlichkeitsarbeit, eindrucksvoll vorgestellt. Bevor Frau Dumler die Spende für das Montessori Haus entgegennahm, erzählte sie vom derzeitigen Stand der Umbauarbeiten des Montessori-Kinderhauses in Augsburg, von der Zielsetzung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Umgang mit Kindern, der Zusammenarbeit mit der Montessori-Schule und von der Einbindung der Eltern und Kinder in die täglichen Prozesse.

Die Gäste, diesmal von Rebel-Management-Training und auch vom BDS Schwaben unter der Leitung von Nicole Schwab, eingeladen worden waren, zeigten sich überzeugt. Wie immer rundeten die Beantwortung von Fragen und der Austausch über Vortrag, soziale Organisation und die eigene Arbeit den Abend ab.

Portrait

Rebel-Management-Training.de ist eine Unternehmensberatung für den Außenauftritt von Unternehmen und Einzelpersonen. Das Portfolio umfasst die IST-Analyse, die Optimierung und Verbesserung des Außenauftritts in allen Bereichen (Print und Web, Kommunikation und persönliches Auftreten). Es werden Zielstrategien für Unternehmen und Einzelpersonen entwickelt, Soft Skills für Mitarbeiter und Führungskräfte geschult, Führungsqualifikationen ausgebaut.

Portfolio

- Unternehmenspräsentation:

Bedeutung von PR und Corporate Identity. Analyse und Optimierung.

- Textberatung und –gestaltung für Print und Web

(Unternehmensbroschüren, Webseiten, Pressemitteilungen, Newsletter, Mailings)

- Bewegte Bilder: Image- und Werbefilme für Unternehmen
- Corporate Behaviour: der positive Wiedererkennungswert Ihres Unternehmens (Teambuilding, Personalauswahl und -optimierung, Kundenbindung, Führungskräfte-Training)
- Persönliches Auftreten: Image, Rhetorik, Sprache und Körpersprache, Stil und Kleidung
- Souveränitätstraining: Coaching für Bewerbung, Pressekonferenz, Präsentation, Rede und Messeauftritt, Selbstwahrnehmung und Fremdeinschätzung
- Innere Voraussetzungen und Körpersprache: Gesundheits- und Fitnessmanagement für Unternehmen und Einzelpersonen

• Firmengeschichte/CV– Rebel-Management-Training.de/ rebel-fashion.de, Nadine Rebel

- Studium der Soziologie, Psychologie und Pädagogik der Geschäftsinhaberin Nadine Rebel
- Februar 2000: Gründung der Unternehmensberatung Rebel-Management-Training
- 2000 Ausbildung zur Fitnesstrainerin mit laufenden Weiterbildungen (Group Fitness, Personal Fitness)
- 2001 Weiterbildung für den Erwachsenenbereich
- 2001 - heute Trainerin im Fitnessbereich (Gruppenfitness, Personal Fitness Training)
- 2002 Beginn der Beratungstätigkeit für Unternehmen - Unternehmensberatung Rebel-Management-Training
- 2005 Beginn der Dozententätigkeit an der TU München (Führungsfundamente)
- 2005 Beginn der Dozententätigkeit an der Universität Passau (Kommunikation in Teams, dauerhafter Teamerfolg)
- 2005 - 02/2008 Autorin und Herausgeberin des Themenbriefs Mitarbeiterführung, Forum Verlag Herkert, Merching
- 2006 Gründung der Benefiz-Initiative Connect4Benefit.com
- 2007 - Februar Veröffentlichung des Buches Fit for work für Frauen
- 2007 - September Veröffentlichung des Buches Work-Life-Balance für freche Frauen
- 2008 Aufnahme ins Who is who der Bundesrepublik Deutschland
- 2009 Erweiterung des Tätigkeitsgebiets um den Bereich rebel-fashion.de (Design, Beratung, Konfektion)
- 2010 Frühjahr: Hörbuch Fit for work für Frauen erscheint

Referenzen, Tätigkeitsgebiete, Veröffentlichungen: www.rebel-management-training.de

Kreationen und Informationen zu rebel-fashion: www.rebel-fashion.de

Informationen zur Benefiz-Initiative Connect4Benefit: www.connect4benefit.com

News-ID: 469215 • Views: 177 (Stand: 17.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/469215/Design-als-Merkmal-begreiflich-machen.html>