

corporate design / corporate identity

auch im Dt. üblich; manchmal auch in der Kurzform: CD bzw. CI; von dem engl. Adjektiv *corporate* = zu einer großen Firma gehörig; davon abgeleitet das Substantiv *corporate* = *corporate company*

Unternehmensdesign, das in der gleichartigen Gestaltung aller Produkte und Verpackungen sowie im äußeren Erscheinungsbild eines Unternehmens seinen Ausdruck sucht. Es soll die Geschlossenheit der Unternehmensidentität als Basis von Produktqualität und wirtschaftlichem Erfolg nach innen wie nach außen vermitteln. Im Bereich des Films kann etwa auf die langjährig erfolgreichen Bemühungen der Disney Corp., über den Weg von Corporate Design eine entsprechende Identität des Unternehmens (*corporate identity*) zu vermitteln, verwiesen werden.

Literatur: Hendra, Tony: The world according to Disney. In: *Design culture. An anthology of writing from the AIGA journal of graphic design*. Ed. by Steven Heller and Marie Finamore. New York: Allworth Press / American Institute of Graphic Arts 1997, S. 239-244.

Referenzen

[corporate audio](#); [Fliege](#); [ID](#); [Jingle](#); [Station-Voice](#)

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/c:corporatedesigncorporateidentity-2797>

Last update: **2012/01/19 00:31**

