

Whitepaper

Versteckte Kosten und Probleme im Corporate Design

Erkenntnisse aus einer Umfrage unter 211 Unternehmen und Institutionen

Einleitung

Corporate Design umfasst alle visuellen Elemente, die ein Unternehmen nach außen repräsentieren. Es beeinflusst die Wahrnehmung, Effizienz und Außenwirkung eines Unternehmens – oft unterschätzt, selten systematisch gepflegt.

Unsere Umfrage mit über 200 Unternehmen und Institutionen zeigt, wo in der Praxis konkrete Probleme liegen und welche versteckten Kosten dabei entstehen.

Zusammensetzung der Befragten

Die Umfrage wurde unter 211 Organisationen durchgeführt.

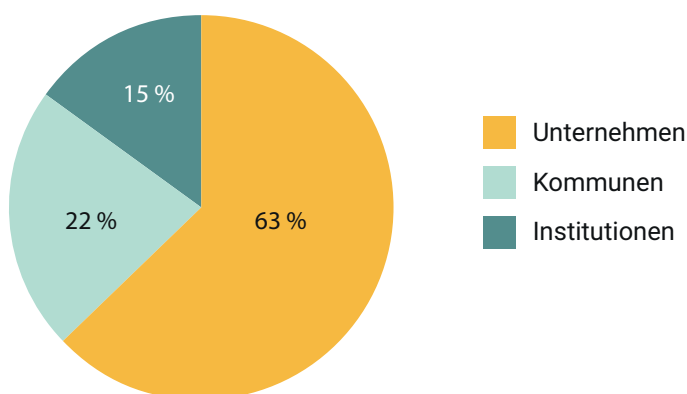
Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitenden wurden dabei ausgeklammert.

Verteilung nach Organisationstyp:

63 % Unternehmen (ab 20 Mitarbeitenden)

22 % Kommunen / Städte

15 % Institutionen (z. B. Kammern, Hochschulen, Verbände)



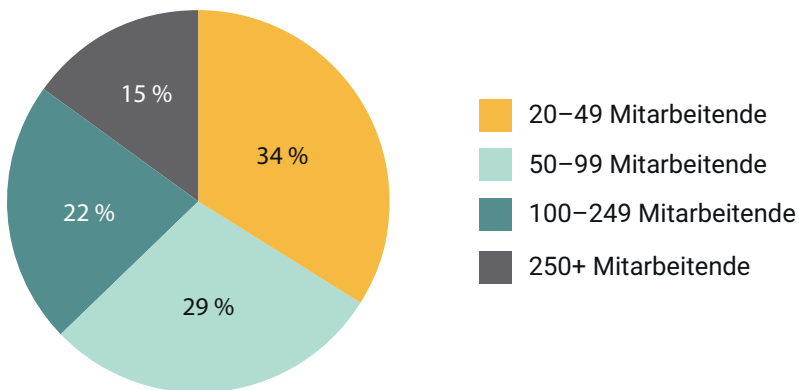
Unternehmen nach Mitarbeiterzahl

20–49 Mitarbeitende: 34 % (ca. 45)

50–99 Mitarbeitende: 29 % (ca. 39)

100–249 Mitarbeitende: 22 % (ca. 29)

250+ Mitarbeitende: 15 % (ca. 20)



Unternehmen nach Branche:

Industrie & Produktion: 22 % (ca. 29)

IT / Technologie: 18 % (ca. 24)

Dienstleistungen (B2B): 16 % (ca. 21)

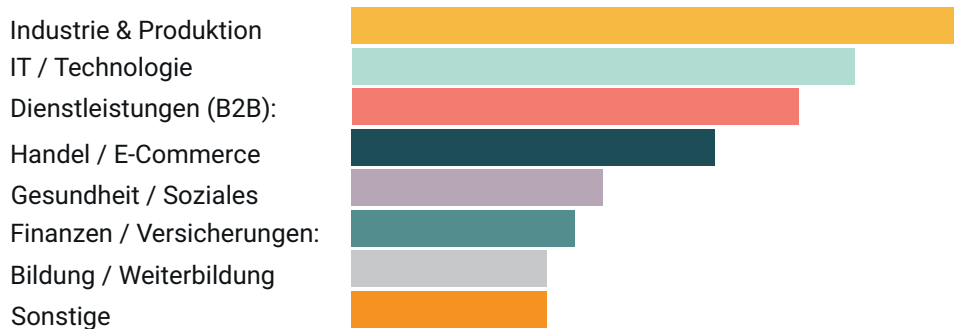
Handel / E-Commerce: 13 % (ca. 17)

Gesundheit / Soziales: 9 % (ca. 12)

Finanzen / Versicherungen: 8 % (ca. 11)

Bildung / Weiterbildung: 7 % (ca. 9)

Sonstige: 7 % (ca. 9)



Die größten Herausforderungen im Umgang mit Corporate Design

Die Teilnehmenden wurden gefragt, wo im Alltag die größten Schwierigkeiten bei der Umsetzung ihres Corporate Designs liegen – also nicht beim Look selbst, sondern bei dessen praktischer Anwendung über verschiedene Kanäle und Teams hinweg.

Viele Unternehmen scheitern nicht am Design selbst, sondern an dessen konsistenter Umsetzung:

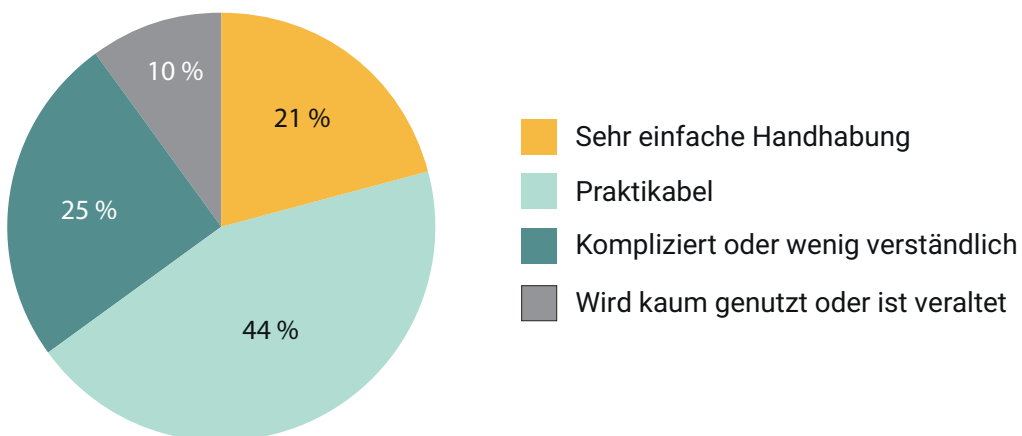
69 %: Uneinheitliche Gestaltung über verschiedene Touchpoints hinweg

56 %: Fehlendes Verständnis bei Mitarbeitenden oder Dienstleistern

43 %: Mangelhafte Umsetzung trotz vorhandener Richtlinien

37 %: Veralterte oder unpraktische Templates und Systeme

25 %: Kein definierter Prozess oder Ansprechpartner für CD-Fragen



Diese Zahlen zeigen: Ein gutes Designsystem allein reicht nicht. Die organisatorische Verankerung ist entscheidend.

Potenzial von Designsystemen

Ein funktionierendes CD-System kann weit mehr leisten als nur „gut auszusehen“

Abgefragt wurde, welchen Mehrwert ein funktionierendes CD-System tatsächlich bringen kann – jenseits von Ästhetik. Im Fokus: Effizienz, Verständlichkeit und strategischer Nutzen.

77 %: Höhere Effizienz in der Umsetzung

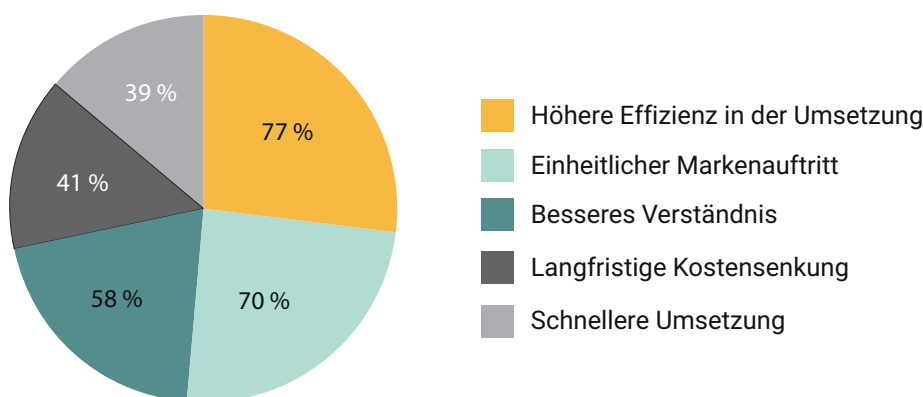
70 %: Einheitlicher Markenauftritt

58 %: Besseres Verständnis bei allen Beteiligten

41 %: Langfristige Kostensenkung

39 %: Schnellere Umsetzung von Kampagnen oder Produkten

Mehrfachnennungen möglich



Fazit: Ein starkes Corporate Design-System zahlt direkt auf Effizienz, Klarheit und strategische Ziele ein. Es sorgt für reibungslosere Abläufe, schafft einheitliche Markensbilder und fördert das Verständnis bei allen Beteiligten. Gleichzeitig ermöglicht es schnellere Prozesse und reduziert langfristig die Kosten. Kurz: Ein gutes CD-System arbeitet mit – nicht nur fürs Auge, sondern fürs gesamte Unternehmen.

Wie gut funktioniert das Arbeiten mit dem Designsystem intern?

Ein CD-Manual oder Designsystem soll Mitarbeitenden eigentlich die Arbeit erleichtern – tut es das auch?

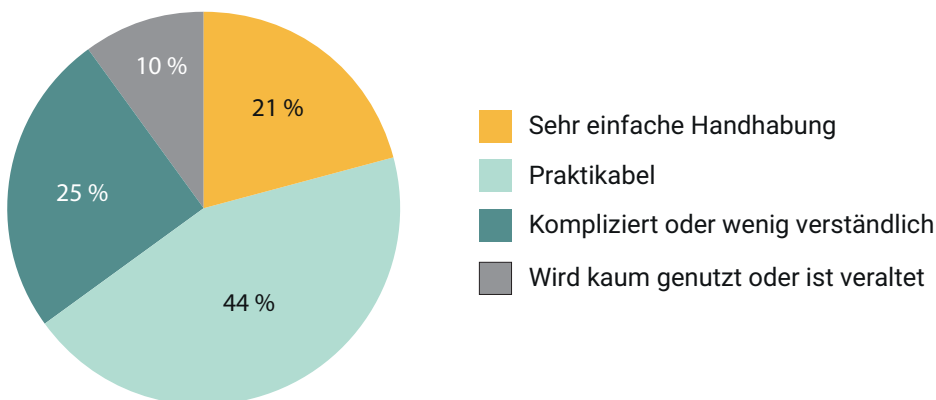
Abgefragt wurde, welchen Mehrwert ein funktionierendes CD-System tatsächlich bringen kann – jenseits von Ästhetik. Im Fokus: Effizienz, Verständlichkeit und strategischer Nutzen.

21 %: Sehr einfache Handhabung, gute Akzeptanz im Alltag

44 %: Im Großen und Ganzen praktikabel, mit kleineren Hürden

25 %: Kompliziert oder wenig verständlich, Nutzung dadurch eingeschränkt

10 %: Wird kaum genutzt oder ist veraltet



Fazit: Ein Designsystem kann den Arbeitsalltag deutlich erleichtern – tut es aber nicht immer. Während ein Teil der Mitarbeitenden gut damit arbeitet, zeigen die Ergebnisse auch: In vielen Fällen gibt es Hürden in der Anwendung. Komplexität, mangelnde Verständlichkeit oder fehlende Aktualität schränken den Nutzen ein. Ein Designsystem entfaltet seinen vollen Wert nur dann, wenn es klar, zugänglich und praxisnah gestaltet ist.

In welcher Form liegt das Designsystem vor?

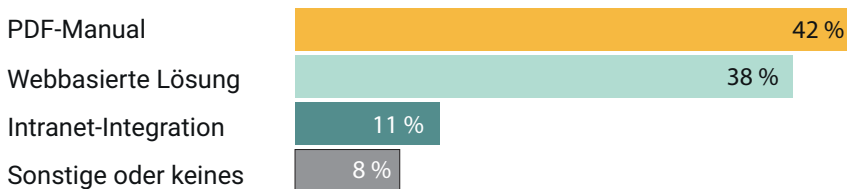
Ob ein Corporate Design lebt, hängt auch vom Format ab – nicht jede Lösung ist zeitgemäß oder praktikabel. Diese Frage untersuchte die technischen Formate, in denen das Corporate Design dokumentiert ist – vom klassischen PDF bis zur webbasierten Plattform.

43 %: PDF-Manual (statisch, meist als Download verfügbar)

38 %: Webbasierte Lösung oder Plattform (z. B. Frontify, Zeroheight, Brandfolder)

11 %: Intranet-Integration (z. B. via SharePoint)

8 %: Sonstige oder keine klare Struktur



Wer ist intern für das Corporate Design verantwortlich?

Gefragt wurde, wie das Thema Corporate Design organisatorisch verankert ist – ob es klare Zuständigkeiten gibt oder ob Entscheidungen diffus oder extern getroffen werden.

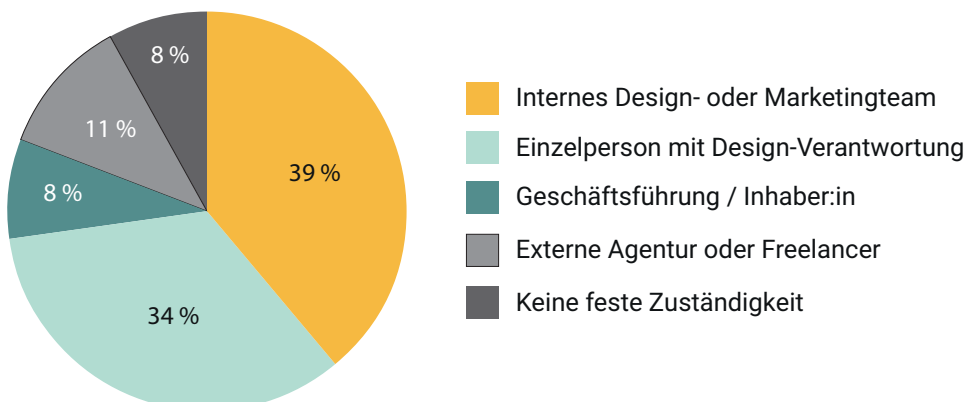
39 %: Internes Design- oder Marketingteam

34 %: Einzelperson mit Design-Verantwortung

8 %: Geschäftsführung / Inhaber:in

11 %: Externe Agentur oder Freelancer

8 %: Keine feste Zuständigkeit

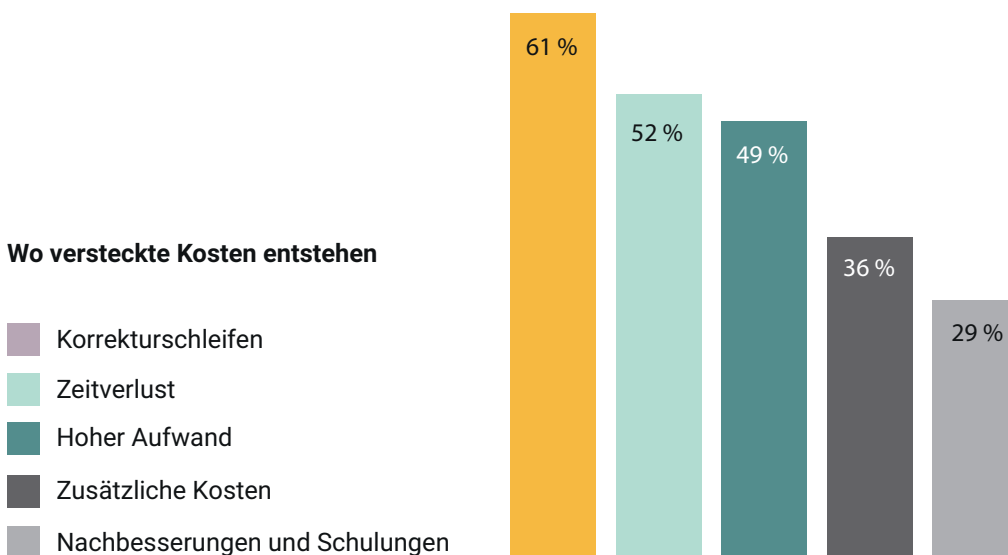


Wo versteckte Kosten entstehen

Corporate Design verursacht laufende Kosten – doch nicht immer sind diese auf den ersten Blick sichtbar. Hier ging es um die versteckten Aufwände, die im Tagesgeschäft rund ums Design entstehen – etwa durch Missverständnisse, Improvisationen oder unnötige Zusatzschleifen in der Umsetzung.

Die häufigsten versteckten Aufwandsquellen:

- 61 %: Korrekturschleifen durch unklare Vorgaben
- 52 %: Zeitverlust durch Eigenlösungen ohne Design-Know-how
- 49 %: Hoher Aufwand für neue Medienformate (z. B. Social Media)
- 36 %: Zusätzliche Kosten bei Veranstaltungen, Messen, Partnerauftritten
- 29 %: Nachbesserungen und Schulungen in Teams



Fazit: Ein Corporate Design-System entfaltet nur dann sein volles Potenzial, wenn es technisch, organisatorisch und operativ durchdacht ist. Viele Unternehmen setzen noch auf statische PDF-Manuals – ein Format, das heutigen Anforderungen oft nicht mehr gerecht wird. Zeitgemäße, webbasierte Lösungen bleiben die Ausnahme. Auch intern fehlt es häufig an klaren Zuständigkeiten – sei es durch diffuse Verantwortlichkeiten oder das Auslagern an Externe. Die Folge: versteckte Kosten im Alltag, etwa durch unnötige Korrekturschleifen, Zeitverluste und Mehraufwand bei neuen Formaten. Wer diese Stolpersteine beseitigt, spart nicht nur Geld, sondern schafft eine solide Basis für konsistentes Markenwachstum.

Auswirkungen auf Marke und Wirkung

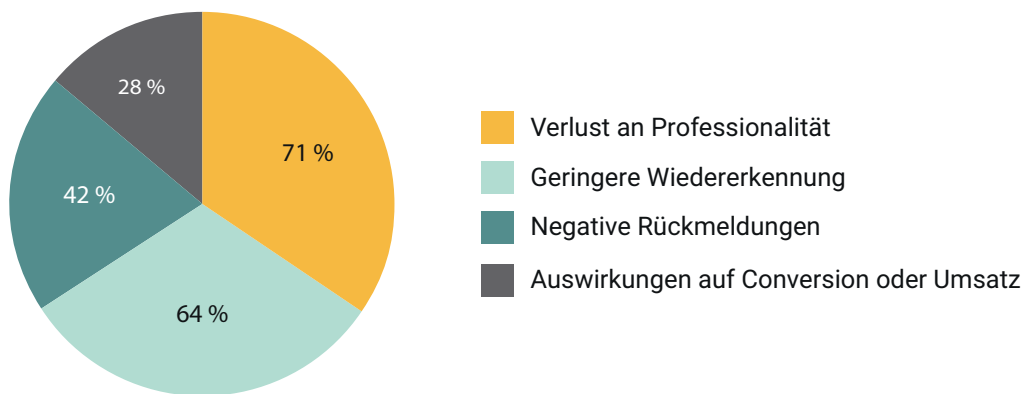
Diese Frage zielte auf die konkreten Folgen inkonsistenter Gestaltung ab. Die Unternehmen sollten einschätzen, wie stark sich Designprobleme auf Markenbild, Wiedererkennung und geschäftliche Kennzahlen auswirken.

71 %: Verlust an Professionalität im Außenauftritt

64 %: Geringere Wiedererkennung der Marke

42 %: Negative Rückmeldungen von Kunden oder Partnern

28 %: Spürbare Auswirkungen auf Conversion oder Umsatz



Werden Mitarbeitende im Umgang mit dem Designsystem geschult?

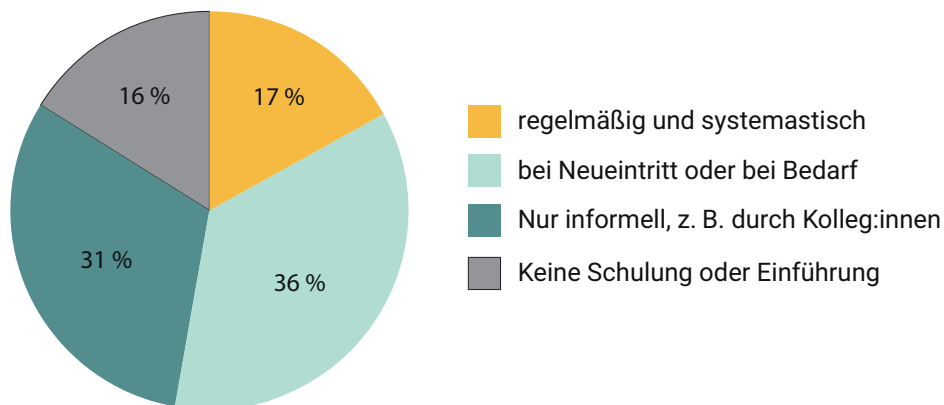
Hier stand im Mittelpunkt, ob und wie Unternehmen ihr Team im Umgang mit dem Designsystem unterstützen – von regelmäßigen Schulungen bis hin zu völliger Abwesenheit von Einführungen.

17 %: Ja, regelmäßig und systematisch

36 %: Ja, bei Neueintritt oder bei Bedarf

31 %: Nur informell, z. B. durch Kolleg:innen

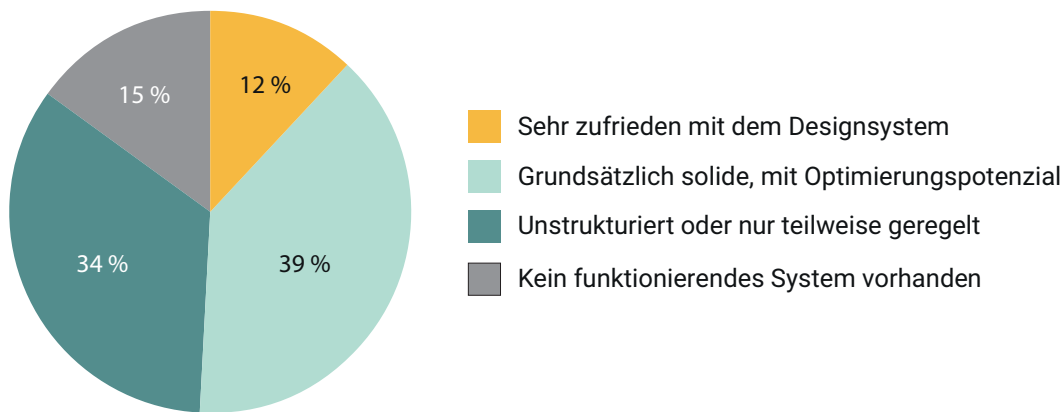
16 %: Keine Schulung oder Einführung



Selbsteinschätzung: Wo Unternehmen aktuell stehen

Zum Abschluss sollten sich die Befragten selbst einordnen: Wie zufrieden sind sie mit ihrem aktuellen Designsystem – und wie gut ist es wirklich implementiert?

- 12 %: Sehr zufrieden mit dem eigenen Designsystem
- 39 %: Grundsätzlich solide, aber mit Optimierungspotenzial
- 34 %: Unstrukturiert oder nur teilweise geregelt
- 15 %: Kein funktionierendes System vorhanden



Fazit: Design braucht Strukturen

Gutes Corporate Design ist kein Selbstläufer. Es braucht klare Prozesse, Zuständigkeiten und kontinuierliche Pflege. Die Zahlen zeigen deutlich: Unternehmen zahlen für Designfehler nicht nur mit Geld, sondern auch mit Markenwert, Vertrauen und Effizienz.

Handlungsempfehlungen

So vermeiden Sie die häufigsten Design-Probleme

Die Umfrage zeigt, wo es klemmt. Hier sind fünf konkrete Empfehlungen aus der Praxis, wie Sie diese Schwachstellen beheben – und Ihr Designsystem in einen echten Effizienztreiber verwandeln:

1. PDF allein reicht nicht: Setzen Sie auf eine dynamische, digitale Lösung

Ein statisches PDF-Manual ist schnell veraltet und unpraktisch im Alltag und ab einer bestimmten Organisationsgröße ein echter Bremsklotz in Ihrer Kommunikation.

Investieren Sie in eine digitale, dynamische Plattform wie Frontify, Zeroheight oder eine maßgeschneiderte Weblösung. Diese ermöglicht eine einfache und zentrale Pflege der Designrichtlinien, schnelle Updates und den Zugriff jederzeit und überall – auch mobil. Achten Sie auf eine intuitive Benutzerführung, damit Mitarbeitende und Dienstleister das System problemlos nutzen können. So stellen Sie sicher, dass Ihr Corporate Design lebendig bleibt und tatsächlich angewendet wird.

2. Klare Zuständigkeit schaffen

Bestimmen Sie eine klar definierte Verantwortlichkeit für das Corporate Design – idealerweise ein kleines, interdisziplinäres Team oder eine einzelne Person mit ausreichender Entscheidungskompetenz. Sorgen Sie dafür, dass diese Rolle formal anerkannt und in der Organisationsstruktur verankert ist. Kommunizieren Sie diese Zuständigkeit transparent im Unternehmen, damit alle wissen, an wen sie sich bei Fragen oder Freigaben wenden können. So vermeiden Sie Reibungsverluste, beschleunigen Entscheidungsprozesse und sorgen für ein einheitliches Vorgehen bei der Umsetzung und Weiterentwicklung des Designs.

3. Regelmäßige Schulungen einplanen

Ob Onboarding neuer Mitarbeitender oder Updates im Designsystem: Schulen Sie Ihre Teams systematisch und verbindlich. Entwickeln Sie dafür einen festen Schulungsplan, der Pflichttermine und Refresher beinhaltet. Nutzen Sie praxisnahe Workshops, in denen die Anwendung des Corporate Designs anhand konkreter Beispiele geübt wird. Gerade Mitarbeitenden ohne Designhintergrund erleichtert das den Zugang und sorgt für mehr Sicherheit im Umgang mit Templates, Tools und Richtlinien. Dokumentieren Sie die Schulungen, um Lücken zu erkennen und kontinuierlich zu verbessern. So sichern Sie nicht nur Konsistenz, sondern stärken auch die Akzeptanz und das Verantwortungsbewusstsein im Unternehmen.

4. Templates und Toolkits bereitstellen

Richten Sie zentral gepflegte Vorlagen für alle gängigen Anwendungen ein – von Präsentationen über Social-Media-Posts bis hin zu E-Mail-Signaturen und Eventmaterialien. Achten Sie darauf, dass diese Templates regelmäßig aktualisiert und leicht zugänglich sind, idealerweise über Ihre Designplattform oder ein

gemeinsames Laufwerk. So reduzieren Sie zeitraubende Korrekturschleifen, weil Mitarbeitende und externe Partner direkt auf geprüfte und einheitliche Materialien zurückgreifen. Gleichzeitig stärken Sie die Markenkonsistenz über alle Kommunikationskanäle hinweg.

5. Das System regelmäßig auditieren

Was vor zwei Jahren gut funktioniert hat, ist heute oft veraltet. Überprüfen Sie Ihr Designsystem mindestens einmal jährlich auf Aktualität, Verständlichkeit und Nutzerfreundlichkeit. Nutzen Sie idealerweise auch externe Experten für einen unvoreingenommenen Blick von außen. So stellen Sie sicher, dass das System den aktuellen Anforderungen entspricht und dauerhaft wirksam bleibt.

Weiterführende Unterstützung

Corporate Design ist ein komplexes Thema, das weit über die Gestaltung hinausgeht. Wenn Sie die Herausforderungen in Ihrem Unternehmen systematisch angehen und nachhaltige Lösungen entwickeln möchten, stehe ich Ihnen gerne als erfahrener Partner zur Seite. Ob Beratung, Workshops oder individuelle Konzepte – sprechen Sie mich an, um gemeinsam Ihr Design auf das nächste Level zu heben.

RUHRMANN DESIGN

Brand Design • Corporate Design • Webdesign

christoph@ruhrmannndesign.de

01578-5303439

034202-342030

030 23009688

www.ruhrmannndesign.de

Calendly:

