

Checkliste: Schritt für Schritt zur Corporate Language

Eine klar definierte Corporate Language verschafft Ihrer Marke eine unverwechselbare Stimme – auf allen Kanälen und in allen Märkten. Mit dieser Checkliste gewinnen Sie einen schnellen Überblick über die wichtigsten Schritte: vom Ist-Zustand zum Erfolg.

1. Status quo erfassen

- **Marken-Sprachprofil prüfen:** Gibt es bereits eine definierte Tonalität, Wortwahl oder Guidelines?
- **Kanäle und Inhalte analysieren:** Welche Texte und Medien nutzen Sie (Website, Social Media, interne Kommunikation)?
- **Mehrsprachigkeit klären:** In welchen Sprachen kommunizieren Sie heute und künftig?

2. Vorbereitungsphase schärfen

- **Zielgruppe analysieren:** Welche Stakeholder sollen die Corporate Language anwenden (Marketing, HR, Customer Service, Tech)? Wo unterscheiden sich ihre Anforderungen?
- **Markenwerte sprachlich übersetzen:** Wie lassen sich die zentralen Markenwerte in konkrete sprachliche Leitlinien überführen? (Beispiel: «innovativ» = aktive Verben, kurze Sätze, klare Handlungsaufforderungen.)
- **Wettbewerbsvergleich:** Wie kommunizieren die Mitbewerbende? Wo ergeben sich Chancen zur sprachlichen Differenzierung?

3. Leitlinien definieren

- **Tonalität festlegen:** Legen Sie fest, wie Ihre Marke klingen soll – z. B. freundlich, sachlich, seriös oder locker.
- **Wortwahl und Schlüsselwörter:** Welche zentralen Begriffe spiegeln Ihren Markenwert wider?
- **Dos & Don'ts bestimmen:** Welche Formulierungen, Begriffe oder Stilmittel sollen vermieden werden? Welche aktiv Verwendung finden?
- **Struktur und Format festlegen:** Entscheiden Sie, ob Sie ein einfaches Dokument, einen Styleguide oder eine Datenbank verwenden möchten.

4. Konsistenz sichern

- **Regelwerk implementieren:** Stellen Sie sicher, dass die Leitlinien allen Mitarbeitenden und Dienstleistenden zugänglich sind.
- **Schulung und Sensibilisierung:** Planen Sie eine Einführung oder Schulung für interne Kommunikation, Marketing und Übersetzung.
- **Prozesse etablieren:** Wer ist verantwortlich für Pflege, Freigabe und Anpassung der Markensprache?
- **Monitoring und Feedback:** Legen Sie fest, wie Sie den Einsatz der Sprache überprüfen und Feedback sammeln (z. B. Style-Audits, User-Feedbacks).

5. Skalierung und Pflege

- **Mehrsprachige Umsetzung planen:** Wie werden Ihre Texte in andere Sprachen übertragen, ohne dass dabei der Markenkern verloren geht?
- **Aktualisierung terminieren:** Wann werden Leitlinien überprüft und angepasst (z. B. bei Markenrelaunch, neuem Markteintritt)?
- **Technische Unterstützung prüfen:** Gibt es Tools oder Datenbanken für Glossare, Übersetzungen oder Styleguides?
- **Versionierung und Change Management:** Wie werden neue Regeln kommuniziert? Wie stellt das Unternehmen sicher, dass alle stets mit der aktuellen Version arbeiten?
- **Erfolg messen:** Welche Kennzahlen zeigen Wirkung (z. B. Markenwiedererkennung, Feedback von Kundinnen/Kunden, Effizienzmessungen)?

6. Quick Wins für den unmittelbaren Start

- **Pilotprojekt auswählen:** Wählen Sie einen Kanal oder ein Produkt für einen schnellen Testlauf. Zeigen Sie mit dem Projekt auf, was Corporate Language bewirken kann.
- **Leitbegriffe dokumentieren:** Starten Sie mit einer kleinen Liste von 5–10 Schlüsselbegriffen.
- **Beispielsätze einführen:** Vorher–nachher-Beispiele helfen oft mehr als lange Guidelines.
- **Kommunikation starten:** Informieren Sie das Team über den neuen Ansatz und motivieren Sie zur Anwendung.

Sie haben nun die wichtigsten Schritte im Blick – von der Analyse über die Definition bis zur Umsetzung und Überprüfung. Beginnen Sie bewusst und systematisch, dann entfaltet Ihre Corporate Language Wirkung und stärkt Ihre Marke auf allen Ebenen.

Lassen Sie uns darüber sprechen, wie unsere Corporate Language Services Sie dabei unterstützen, Ihre Kommunikationsziele zu erreichen. Gemeinsam bringen wir Ihre Unternehmenskommunikation auf das nächste Level.

Nadia Gaille
Head of Apostroph Switzerland

+41 44 265 40 30
sales@apostrophgroup.ch