


# Textgestaltung einer Imagebroschüre

ICP AG, Hamburg

ICP

ESSENTIAL 1



**EINFACHHEIT BESINNING**


- Spezialisierte Projektleiter und Produktmanager
- Individuelle Kunden-Lösungen
- Schnelligkeit und Flexibilität
- Konzentration auf Kernkompetenzen

**KONZENTRATION**

Marktforschung? Zielgruppen-Cluster? Motivationsseminare?  
Es gibt viele Wege zum Kunden. Wir hören einfach zu:

Als Kunde erwarten Sie zu Recht prompte Abwicklung, Zuverlässigkeit, Verbindlichkeit in den Absprachen und Qualität zu einem angemessenen Preis. Wir werden Sie in dieser Erwartung nicht enttäuschen, denn als gute Zuhörer und pragmatische Umsetzer verfolgen wir bei ICP eine sehr einfache Strategie: Wir konzentrieren uns auf das, was wir am besten können - individuelle Lösungen für den elektronischen Zahlungsverkehr.


Dabei betonen wir uns ganz bewusst auf das Wesentliche: Qualität in unserer Arbeit, in den Ergebnissen und in der Zusammenarbeit. Und ganz nebenbei praktizieren wir auch das, was anderswo Kundenorientierung heißt.



Volker Neel, Vorstandsvorsitzender ICP AG

ICP


ESSENTIAL 2



**VERTRAUEN ORIENTIERUNG**

- Fundamentale Branchenkenntnis
- Über 100 Millionen Transaktionen per anno
- 99,99% garantierte Verfügbarkeit des Rechenzentrums
- Nachgewiesene Qualitätsführerschaft in der Terminaltechnologie
- Marktführerschaft in der Mineralwirtschaft

**ERFAHRUNG**



Über 25 Jahre im Business? Da sollte man sich langsam auskennen...  
Vor allem, wenn man die wichtigsten Entwicklungen in Gang gebracht hat:

Von uns stammen die ersten EFTPOS- und ec-cash-Kartenterminals in Deutschland und in der Schweiz. Wir haben in der Mineralwirtschaft Pionierarbeit geleistet. Wir haben für Banken und Handel mit Speziallösungen Zeichen gesetzt. Wir haben die virtuelle Welt mit dem sichersten und schnellsten e-Paymentssystem versorgt.

ICP hat die maßgeblichen Etappen in der Entwicklung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs entscheidend mitgeprägt. Genau das werden wir auch in Zukunft tun. Und mit einer Sicherheit, die nur aus langjähriger Erfahrung erwächst, können wir unseren Kunden in den bewegten Märkten von heute vor allen Dingen eines bieten: Orientierung.

**VERTRAUEN ORIENTIERUNG**

- Fundamentale Branchenkenntnis
- Über 100 Millionen Transaktionen per anno

**ERFAHRUNG**



Über 25 Jahre im Business...

Über 25 Jahre im Business? Da sollte man sich langsam auskennen...  
Vor allem, wenn man die wichtigsten Entwicklungen in Gang gebracht hat:

Die Textgestaltung gibt den Bildaussagen eine Richtung: nummerierte Essentials, Begriffsterzette und Headlines.

---

## Kommunikation für Fortgeschrittene

### Projektbeschreibung

Als Gesamtdienstleister im Bereich der Zahlungssysteme wird ICP von diversen Einzeldienstleistern angegriffen. Neben der Vermittlung wichtiger Sachinformationen hat die Imagebroschüre die Aufgabe, davon zu überzeugen, dass ein ICP-Kunde von der gesamten Wertschöpfungskette profitiert. Die fundierte Erfahrung des Unternehmens wird den unzureichenden Einzeldienstleistungen gegenübergestellt.

Das Wording erfüllt hier eine doppelte Funktion: die Stärkung der Unternehmenskultur durch die Identifikation mit den wichtigen Unternehmenswerten. Diese waren zuvor niemals formuliert worden. Zudem dokumentiert das Wording die Überlegenheit des Unternehmens gegenüber dem Mitbewerber.

### Umsetzung

Das strategische Konzept setzt bei der Kundenerwartung an, dass es bei der angebotenen Dienstleistung um harte Fakten geht, die vergleichbar wären. Ohne dass er es realisiert, sind für den Kunden nach Auffassung der ICP AG tatsächlich aber die weichen Faktoren der Dienstleistung ausschlaggebend. Wir zeigen im Text und in metaphorischen Bildern ein klares Gerüst von Soft Skills, die das Unternehmen kennzeichnen.

Auf drei Ebenen verdeutlichen wir, dass der Kundennutzen in der Arbeitsweise von ICP liegt. (1) Die Nummerierung der Essentials zeigt, dass man den Unternehmenswerten einen Rang zuordnet und sie als Ehrencodex befolgt. (2) Die Begriffsterzette stellen eine logische Kette dar: Wer VERTRAUEN und ORIENTIERUNG bietet, muss ERFAHRUNG mitbringen. (3) Die philosophische Tonalität wird durch die herausfordernden Headlines geerdet. Die Aussagen vermitteln Souveränität, Insiderkenntnis und Standfestigkeit.



#### **PERSPEKTIVE LICHT**

---

#### **WISSEN**

Warum sollte ein Unternehmen wie ICP stolz darauf sein, Fehler zu machen? Zum Beispiel, weil man entdeckt, wie produktiv das sein kann.

#### **HALTUNG RÜCKGRAT**

---

#### **CHARAKTER**

Es gibt Firmen, die sind schlank: durch Outsourcing, Zukaufen und Delegieren. Und es gibt Firmen, die sind schlank und machen trotzdem alles selbst. So wie ICP.

Links: Bei der Recherche von Stockfotos wurden verschiedene Kriterien wie Farbigkeit, Natursymbolik und grafische Einsetzbarkeit beachtet.

Rechts: Beispiele für das Zusammenspiel von Begriffsterzeten und Headlines. Die Aussagen zeigen, dass die viel beschworene Regel der Vermeidung negativer Begriffe (z.B. »Fehler«) nicht greift.

