

Corporate Design

Das Erscheinungsbild «durchziehen»

Man hat keine zweite Chance, einen guten ersten Eindruck zu machen. So sagt es ein Bonmot. Das Erscheinungsbild ist das Kleid des Unternehmens. Und wer würde in Lumpen auftreten?

■ **RALF TURTSCHI** Corporate Design (CD) wird oft gleichgesetzt mit Corporate Identity (CI). CI ist ein Prozess, der die gesamte Kommunikation gegen innen und aussen kontrolliert, also auch Betriebsklima, Sprache, Bekleidungs Vorschriften oder die Duftnote am Empfang beinhaltet. CD ist die visuelle Ausprägung davon. Im engeren Sinn wird auch vom visuellen Erscheinungsbild gesprochen. Darunter fallen das Logo, die Beschriftung, die Geschäftsausstattung, Printprodukte und Kommunikationsmassnahmen, die auf dem Bildschirm wahrgenommen werden wie Website, PowerPoint-Präsentationen oder Screenwerbung am Verkaufspunkt.

Ich möchte anhand eines Beispiels die einzelnen Komponenten des Erscheinungsbildes aufzeigen. Die Polke, Ziege, von Moos AG, kurz PZM, ist ein grösseres Ingenieurbüro für Gebäudetechnik in Zürich. Heizung, Warm- und Kaltwasser, Lüftung, Klima, Kältetechnik, Sanitärtechnik sind einige Stichworte zum Leistungsbereich von PZM. Weitere Infos sind auf der Website www.pzm.ch zu erfahren.

Agenturtschi erhielt den Zuschlag, das Erscheinungsbild zu reformieren. Der Anforderungskatalog umfasste unter anderem das Redesign des Logos mit einem neuen Bildzeichen, den Einsatz einer neuen Schrift sowie den Wunsch nach nüchterner Schlichtheit und der Farbe Schwarz. Regina König und Masus Meier (Webdesign) entwarfen das Corporate Design und setzten es in die Praxis um.

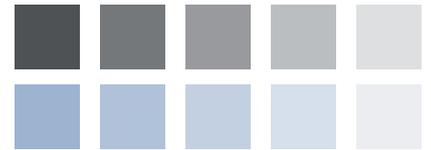
Die hier vorgestellten Arbeiten sollen aufzeigen, welche Probleme dabei auftreten, ein Design bei einem Unternehmen «durchzuziehen». Es geht dabei ja nicht nur um den Druck, sondern um verschiedene Produktionssysteme, Farbmodelle oder Betrachtungsweisen. Die absolute Einheit gibt es nicht. Designer tun jedoch gut daran, sich frühzeitig von den jeweiligen Produzenten beraten zu lassen, um die Daten richtig aufzubereiten oder die richtigen Materialien und Farben zu bestimmen. ■

PZM pzm
PZM pzm
PZM pzm

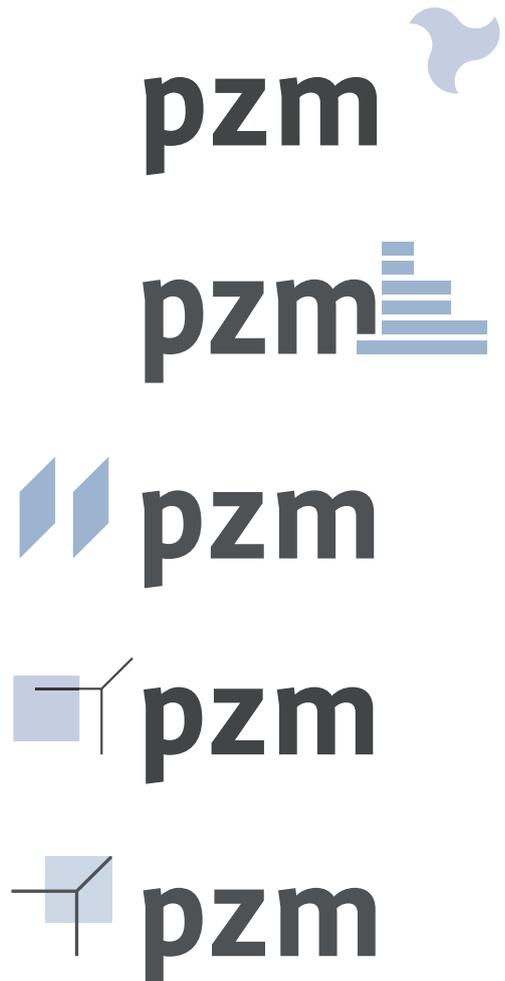
Bei der Schriftwahl stellt sich die Anmutung nur bei den gesuchten drei Buchstaben PZM, die entweder klein oder gross geschrieben werden können. Es zeigen sich erhebliche Unterschiede.



Die Skizzen zeigen die Möglichkeiten, ein Signet zu gestalten. Alles, was sich im Innenraum einer Gebäudehülle zuträgt, ist das Thema des Kunden.



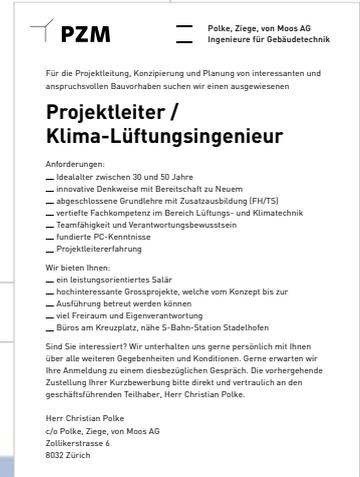
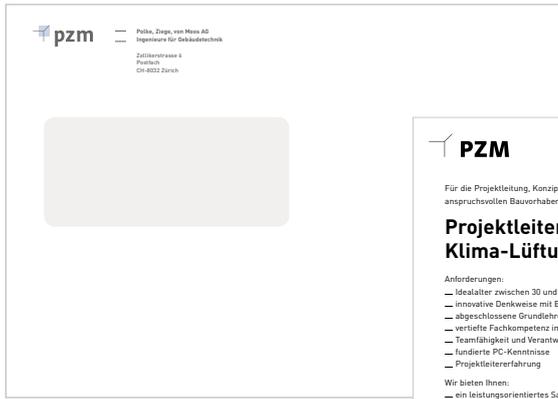
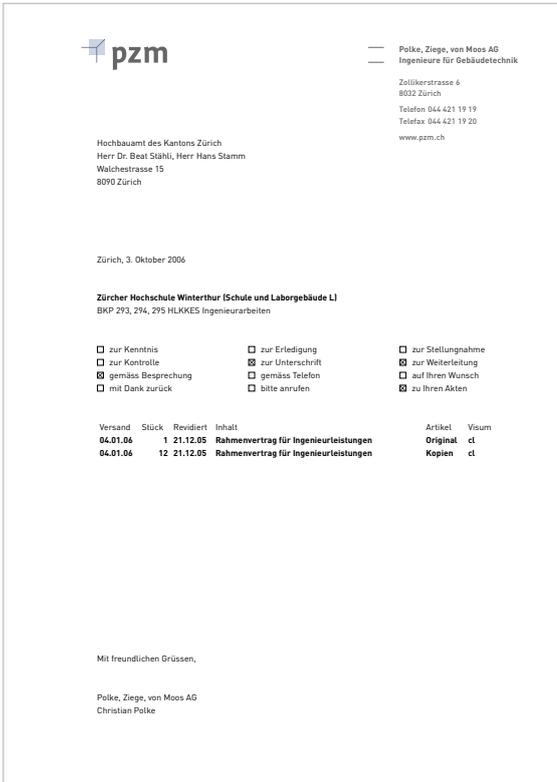
Die gewählte Farbe muss in allen möglichen Farbmodellen umgesetzt werden: RGB, CMYK, Pantone, RAL oder mit Scotchcal-Folien. Die einheitliche Farbe im ganzen Unternehmen ist ein Wunschtraum fern von der Realität. Lösungen müssen ganz pragmatisch immer neu gesucht werden.



Die Kombination von Schriftzug, Farbe und Signet benötigt ein gutes Auge. Es entstehen viele Möglichkeiten, die dem Kunden den Entscheid oftmals nicht einfach machen.

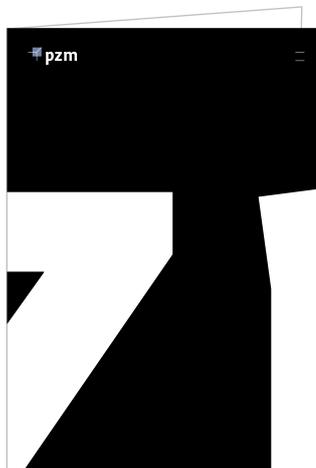
PZM POLKE • ZIEGE • VON MOOS AG
INGENIEURE FÜR GEBÄUDETECHNIK

Das alte Logo aus der Arial mit Zusatzzeilen, die in der Farbe und im Aussehen variierten, da sie selbst gesetzt wurden.



Zusammen mit dem Logo wird die Geschäftsausstattung gestaltet. Dabei werden verschiedene Schriften vorgeschlagen und in der Anwendung gezeigt. Die Wahl fällt auf die DIN-Schrift, sie ähnelt einer Schablonenschrift, die früher in den Planzeichnungen verwendet wurde.

Gebäudetechnik



Die Dokumentationsmappe besteht aus 4 Seiten A4. Die Idee ist, das Logo in Fragmenten und gross anzudeuten. Dabei entstehen unterschiedliche Mappen.



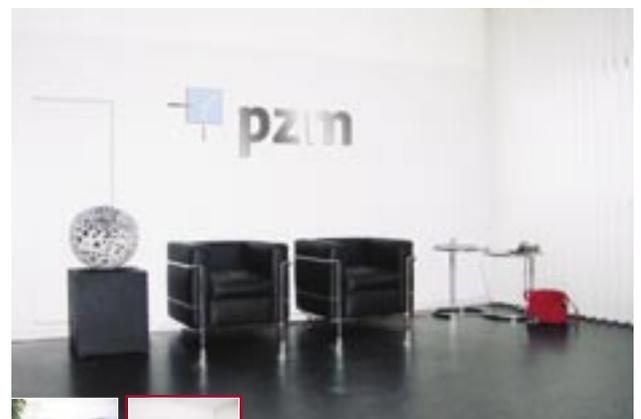
Die Autobeschriftung ist heikel, weil die feinen Linien leicht von jedem Eisschaber oder von der Waschanlage verletzt werden könnten. Auf der Scheibe des Wagens wird die Beschriftung deshalb von innen her angebracht. PZM ist mit der Folie Scotchcal Silver realisiert.



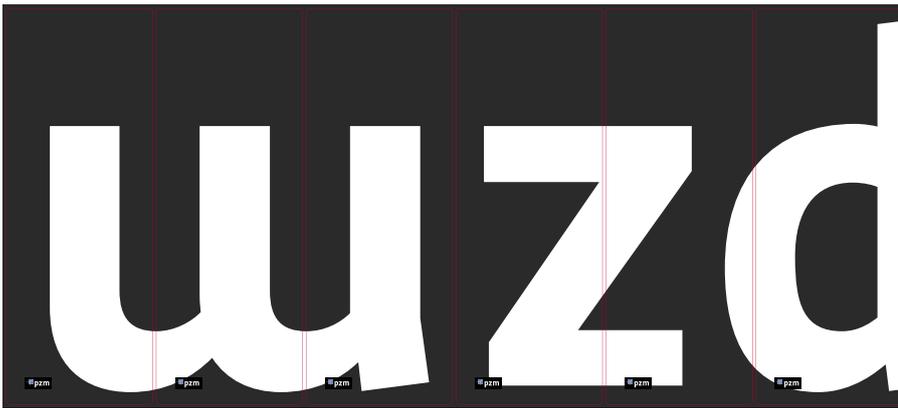
Auf Baustellen ist es üblich, dass die beteiligten Unternehmen am Gerüst ihre Reklametafeln anbringen. Die «Tafel» besteht aus einer Blache, die flexibel und mehrfach verwendbar ist. Man könnte sie im Siebdruck oder digital bedrucken. Der für diese Blache beschrittene Weg: Schwarzes Blachenmaterial zeigt weniger weisse Bruchstellen. Die Schrift wurde aus Scotchcal-Folien geschnitten und aufgeklebt.



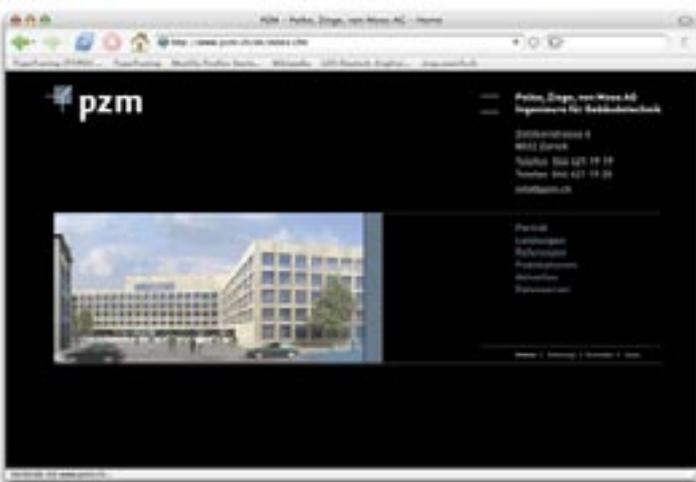
Die Beschriftung über dem Eingang besteht aus einer Lichtreklame, das eingesetzte Blau existiert in diesem Bereich nicht. Das Quadrat im Logo muss speziell eingefärbt werden. Im Schaufenster und an der Tür werden Logo und Schrift von der Innenseite her angebracht.



Im Empfangsraum wird das Logo aus Metall ausgefräst und an die Wand geklebt. Die Oberfläche der Buchstaben ist glänzend.



Als Geschenk sollen praktische, wetterfeste und stabile Umhängetaschen angefertigt werden. Das Logo wird auf verschiedene Zuschnitte aufgeteilt, es wird digital auf Blachenmaterial gedruckt. Die Taschen in sechs Motiven werden in der Schweiz von Hand genäht und ausgeliefert. Der Sticker mit dem Logo in Kunststoff gefertigt und aufgeklebt. Die Tasche ist ein garantierter Hingucker.



Oben eine Folie für PowerPoint, unten die Website. Die Farbe Schwarz als Hintergrund dominiert, Blau und Weiss setzen die Kontraste. Auf Schwarz kommen farbige Bilder besonders schön zur Geltung.



Weitere Gadgets wie dieser USB-Stick sind im Entwurf vorhanden. Dabei kommen immer wieder neue Produktionsverfahren zur Anwendung. Adobe Illustrator entpuppt sich als das gute Pferd im Stall, dank seiner Fähigkeit, Daten als .eps lesbar an alle möglichen Lieferanten weiterzugeben.