MARKEN- UND DESIGNSTRATEGIEN FÜR INDUSTRIEDESIGNER

EIN FORMAT VON

PROF. DR. ALEX BUCK UND PROF. FRANK ZEBNER

HEATING UP THE BRAND

PROJEKT (VORLESUNGSVERZEICHNIS)

Viessmann macht mehr als nur Heizkessel. Die ganze Bandbreite von Wärme- und Energie-technologie wird abgedeckt: vom wandhängenden Brennwertgerät über Biogastechnologie zu Blockheizkraftwerken - also von 1,5 bis 150.000 kW!

Die Marke Viessmann steht für eine konsequente Branding- und Corporate-Design-Strategie: Wort-marke, grafischer Gesamt-auftritt sowie Produktgestaltung fügen sich in vorbildlicher Weise zusammen. In der Farbe Orange bündelt sich der gesamte Gestaltungsauftritt der Marke Viessmann.

Viessmann unter Berücksichtigung marken-spezifischer Spielräume. Die Annäherungen an diese Problematik können sowohl deduktiv (also von theoretischen und allgemeinen Aussagen zu speziellen Einzelereignissen) als auch induktiv (vom Detail zum Ganzen) sein. Dabei sind gleichzeitig funktionale Aspekte (praktische Funktionen, produktsprachliche Funktion) und marken- bzw. imageorientierte Betrachtungen (Corporate Design, Corporate Identity, Markenpersönlichkeit) zu erörtern.

Die Projektarbeit umfasst sowohl die Recherche und den Entwurf zu einem Einzelthema, als auch die Anfertigung eines Referates zum Beispiel zum Thema Corporate Design. Exkursionen zur Entwicklungsabteilung und

HEATING UP THE BRAND

PROJEKT (VORLESUNGSVERZEICHNIS)

zur Fertigung von Viessmann komplettieren
den Umfang.

Das Projekt wird fachlich und prozessual
begleitet vom Designer und Markenberater Dr.
Alex Buck, Geschäftsführer der Peter
Schmidt Group in Frankfurt.

HEATING UP THE BRAND
TEILNEHMER

Valentina Dedi

Sabine Fuß

Sarah Langerfeldt

Vanessa Ramster

Julian Schwarze

Steven Kaufmann

Miriam Schmitt

Julia Liedtke

Positionierung der Marke

Designsprache und ikonografische Prägnanz

Reduzierung auf das Wesentliche.

Formale Identität dank Kontinuität.

Innovationskraft und technischen Vorsprung.

Konsequenz in der Linienführung.

Klare Aufteilung: Korpus und Regelung.
Klare Einteiligkeit und Kontrapunkt.

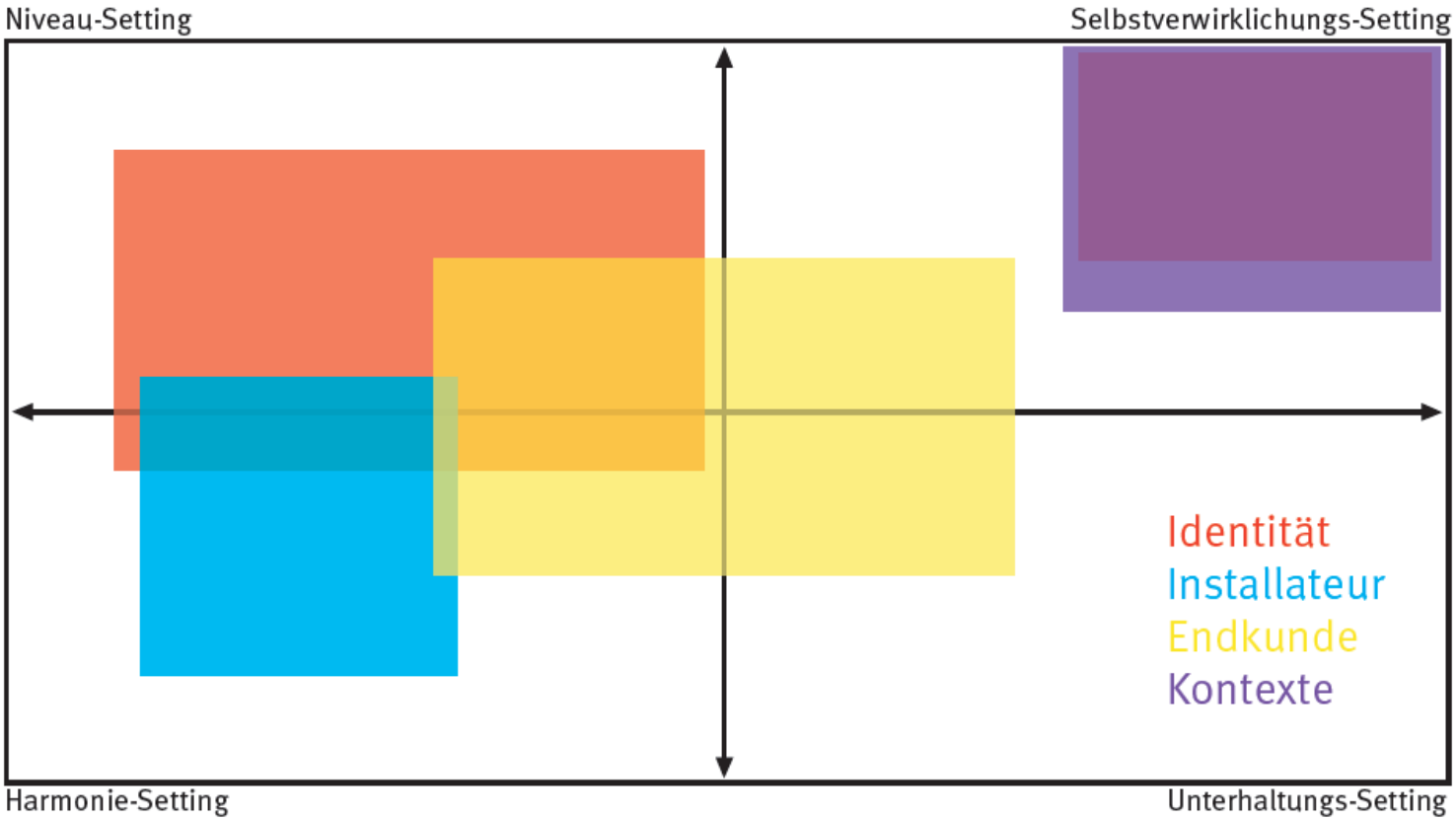
Unterscheidung der einzelnen Produktkategorien.

Innovation, Effizienz und Qualität in individuellen Systemen.

Broschüre Viessmann: Visuell, Corporate Design, Seite: 98.

Metafazit

Bipolare Positionierung



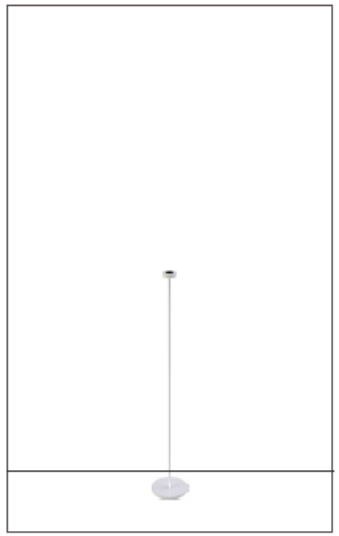
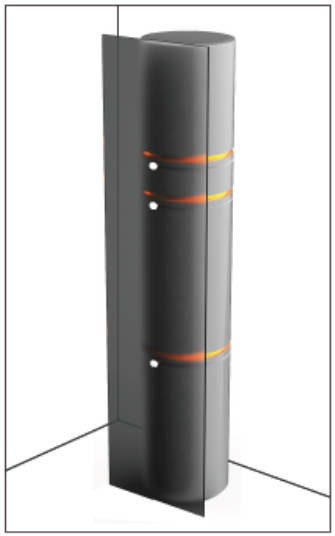
nach Positionierungs-Modell der Peter Schmidt Group

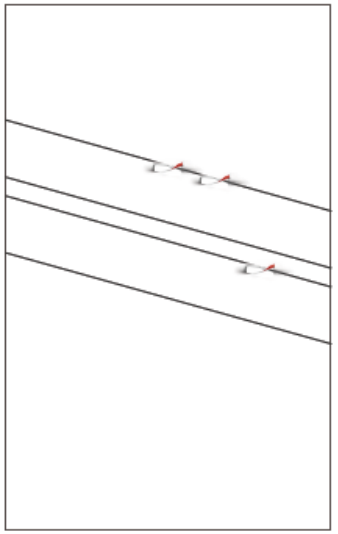
Metafazit

Das erkannte Spannungsfeld der Marke Viessmann zwischen den Werten *Innovation* und *Tradition* ist unsere Grundlage für den Entwurfsprozess.

AUSGEWÄHLTE ARBEITEN

VALENTINA DEDI / SABINE FUß /SARAH LANGERFELDT / VANESSA RAMSTER / JULIAN SCHWARZE / STEVEN KAUFMANN / MIRIAM SCHMITT / JULIA LIEDTKE



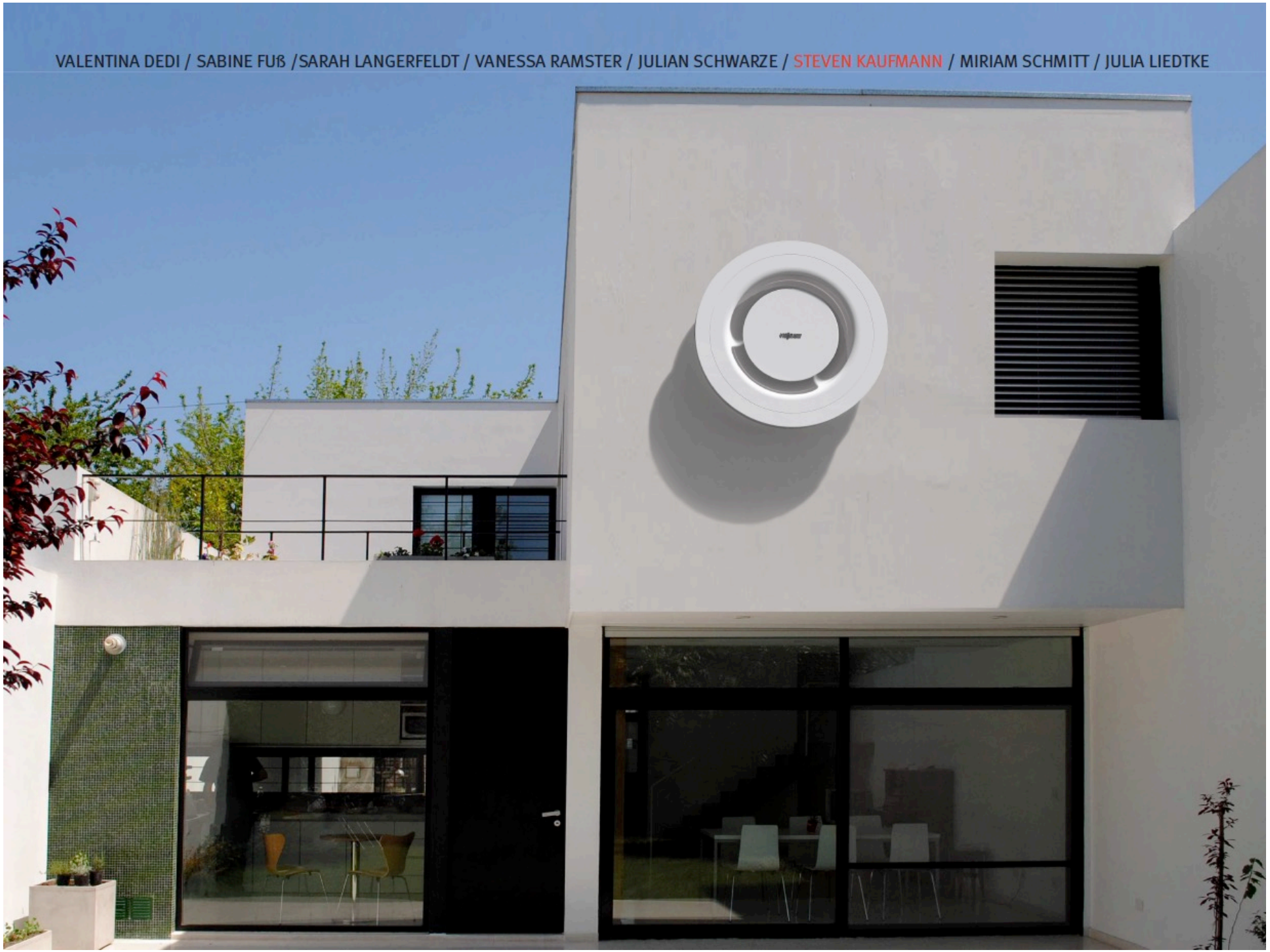
http://www.schornstein4you.de/Images/clemytopgiullawenge.jpg

VALENTINA DEDI / SABINE FUß /SARAH LANGERFELDT / VANESSA RAMSTER / JULIAN SCHWARZE / STEVEN KAUFMANN / MIRIAM SCHMITT / JULIA LIEDTKE

http://www.lifepr.de/attachment/231709/2010_15_CAPAROL+duckek+Bremen+Weser+Tower+0525_2_4.jpg

VALENTINA DEDI / SABINE FUß /SARAH LANGERFELDT / VANESSA R[illegible]MSTER / **JULIAN SCHWARZE /** STEVEN KAUFMANN / MIRIAM SCHMITT / JULIA LIEDTKE

http://www.interiordesignmagz.com/?attachment_id=2346


VALENTINA DEDI / SABINE FUß /SARAH LANGERFELDT / VANESSA RAMSTER / JULIAN SCHWARZE / STEVEN KAUFMANN / MIRIAM SCHMITT / JULIA LIEDTKE

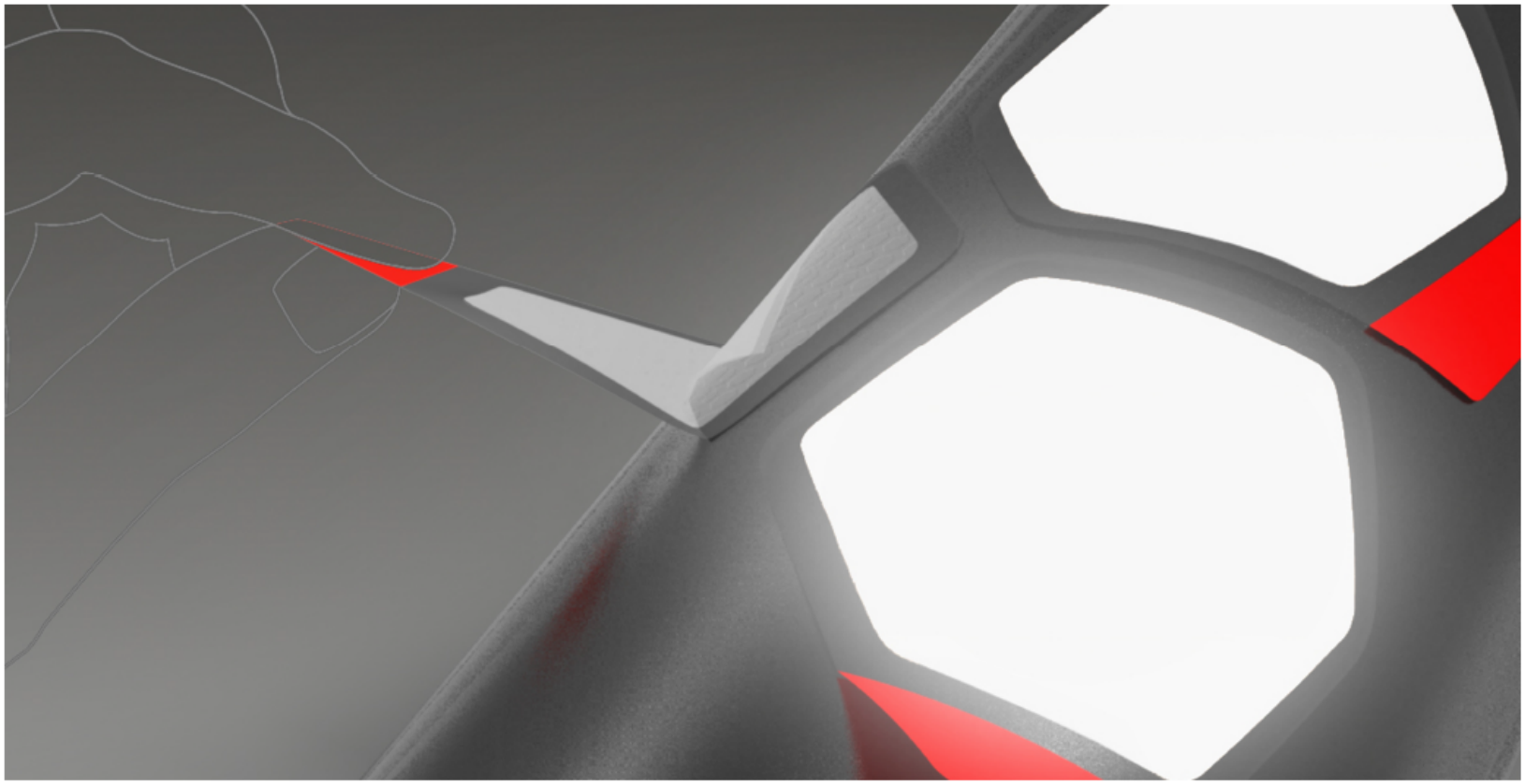
VALENTINA DEDI / SABINE FUß / SARAH LANGERFELDT / VANESSA RAMSTER / JULIAN SCHWARZE / STEVEN KAUFMANN / MIRIAM SCHMITT / JULIA LIEDTKE

http://www.designshuffle.com/blog/files/2012/01/4-Rome-Contemporary-Bathroom-Design-By-Carola-Vannini-Architecture.jpg

VALENTINA DEDI / SABINE FUß /SARAH LANGERFELDT / VANESSA RAMSTER / JULIAN SCHWARZE / STEVEN KAUFMANN / MIRIAM SCHMITT / JULIA LIEDTKE

Vitolight

Adhäsionsfolie



ENDE