

MARKEN- UND DESIGNSTRATEGIEN FÜR INDUSTRIEDESIGNER

EIN FORMAT VON

PROF. DR. ALEX BUCK UND PROF. FRANK ZEBNER

ZEICHENSPRACHE

PROJEKT (VORLESUNGSVERZEICHNIS)

Im Rahmen eines realitätsnahen Projektes soll die Integration einer Markenpositionierung in das Produktdesign geübt werden. Die Produktgestaltung repräsentiert dabei die qualitativen und strategischen Zielsetzung des Unternehmens. Das bedeutet, dass die praktischen und produktsprachlichen Funktionen in der Gestaltung (Design) sowohl die ideellen als auch die kommerziellen Aspekte einer Firmenidentität verkörpern bzw. vereinen (Corporate Design).

Nach einer Recherche und Analyse von vorbildlichen Designprojekten (Apple, Audi, Braun, Kärcher, Hilti o.ä.) sowie der Designstrategie der Firma Wöhner werden die

Parameter einer zielgerichteten Gestaltungsarbeit für den „Fall Wöhner“ zusammengefasst. Am Beispiel dieses Herstellers für Elektrotechnik und Energieverteilung sollen Gestaltungsexperimente zu alternativen Formprogrammen für eine (fiktive) Neu-definition des „Produktdesign als Corporate Design“ führen.

Primär sind produktsprachliche Aspekte zu diskutieren und eine Gestalt zu entwerfen: Symbol-, Anzeichenfunktion und Formalästhetik. Insbesondere Formmerkmale und Wirkungen werden eine hervorgehobene Rolle spielen. Am Ende des Entwurfes und der Entwicklung steht die Zusammenfassung eines Designalphabets für ein (modellhaftes) Leitprodukt.

ZEICHENSPRACHE

TEILNEHMER

Rafael Berti

Natalia Echeverri

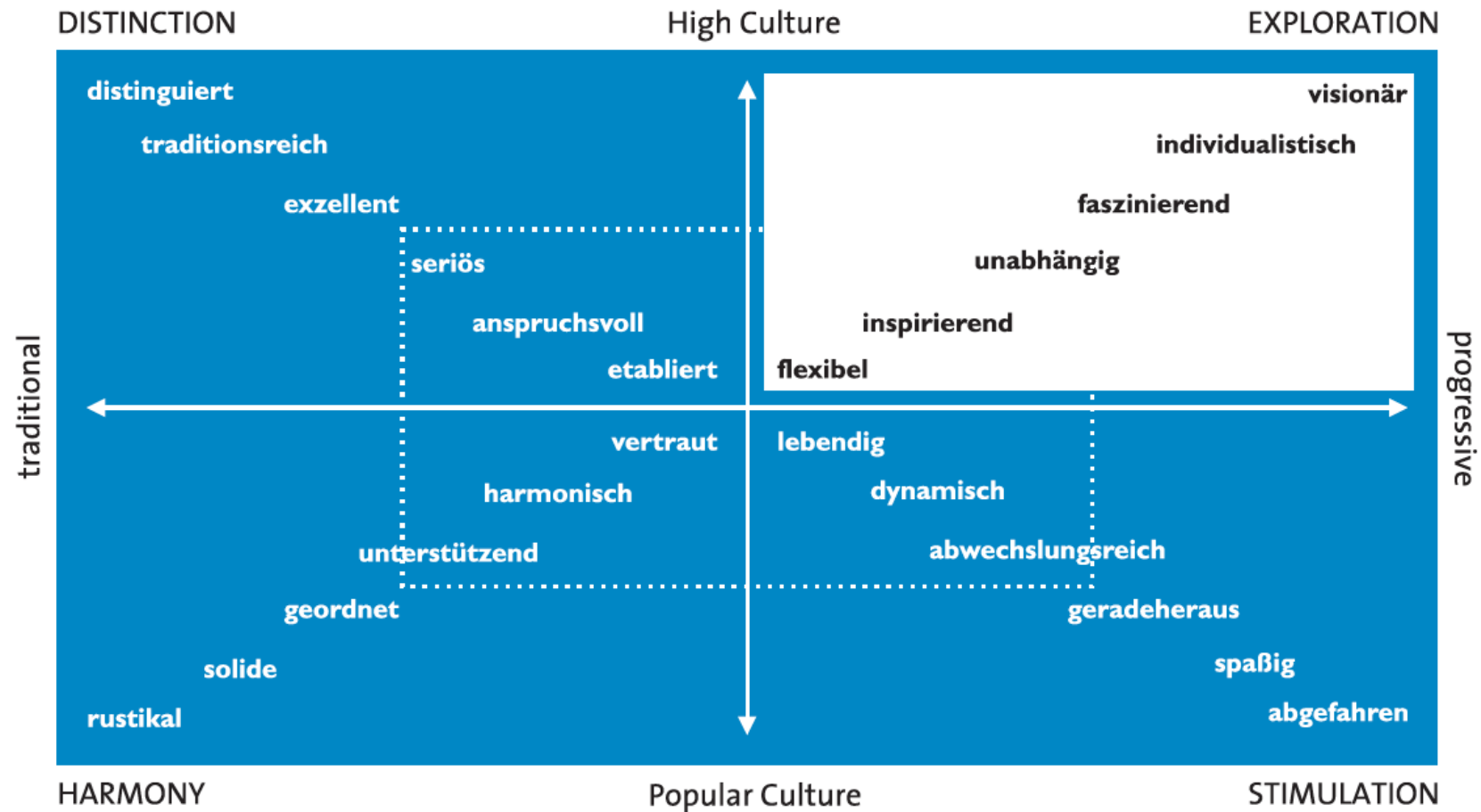
Lea Rochna

Ayoub Saaif

Fenglin Zhang

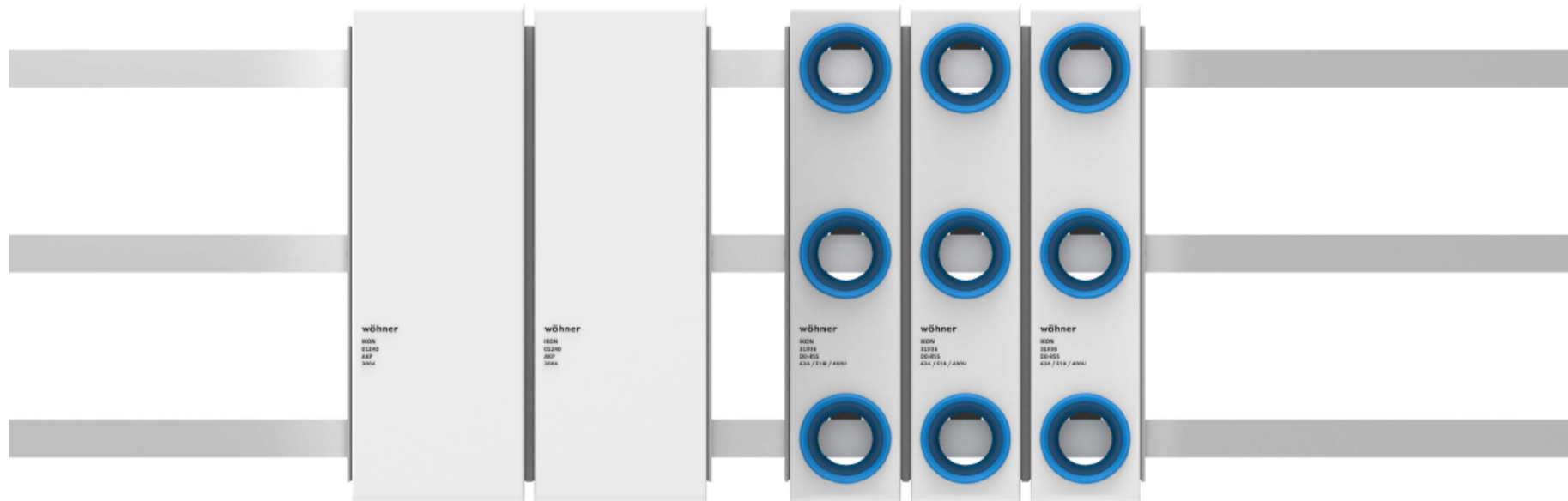
AUSGEWÄHLTE ARBEITEN

Positionierungsmodell



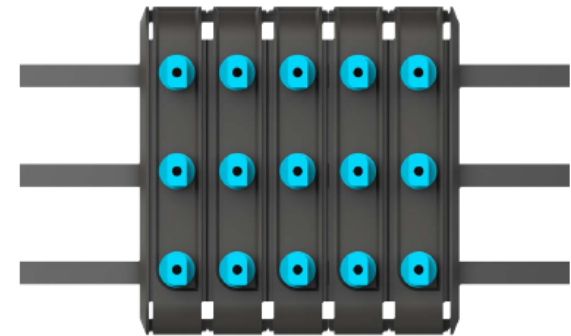
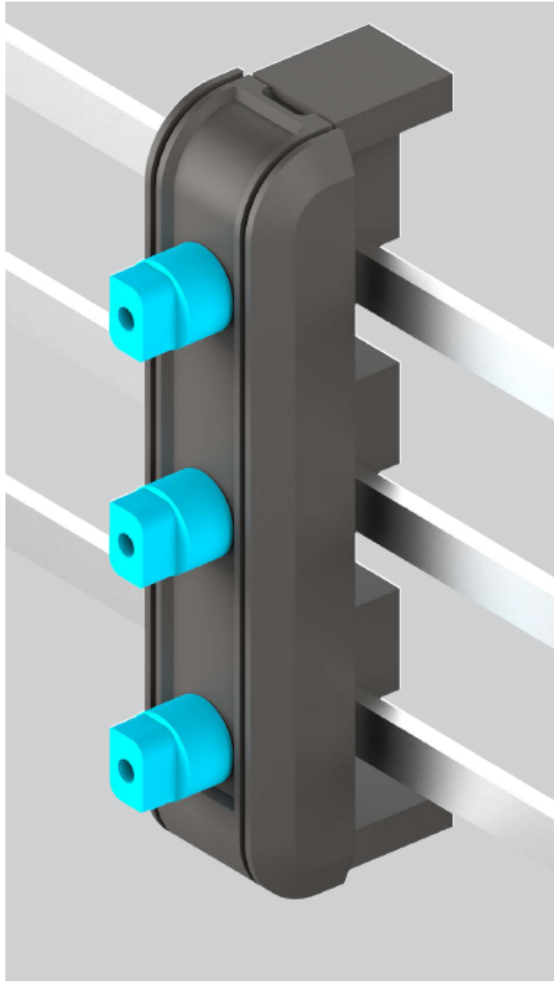
Modularität

Rafael Rico Berti



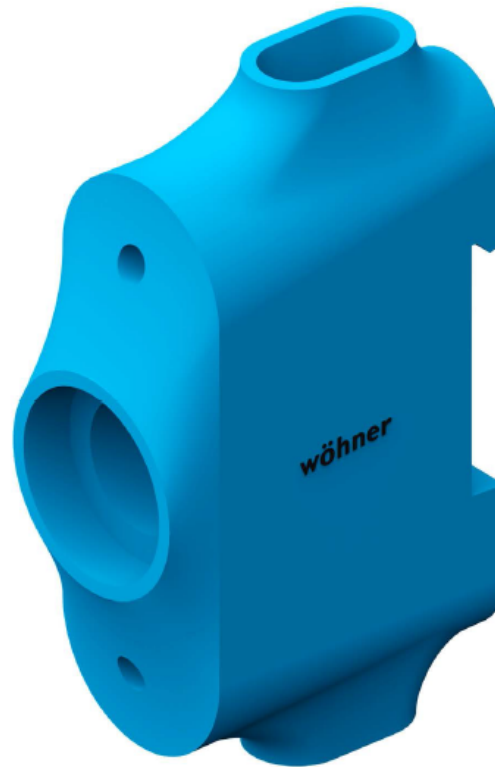
Produkt W-31935

Ayoub Saaif



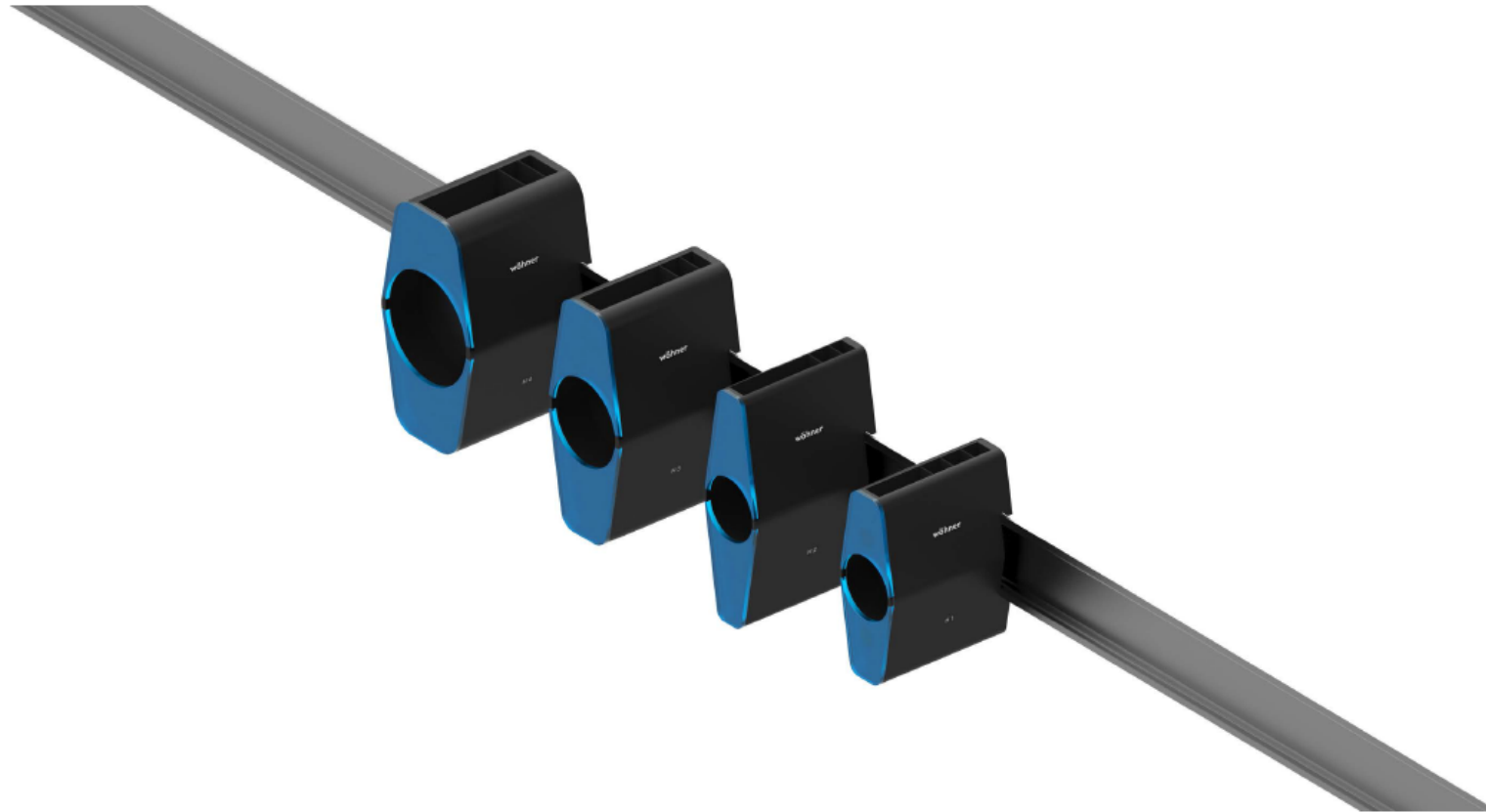
Wöhner IIII

Natalia Echeverri Pinto



Produktfamilie

Fenglin Zhang



ENDE

