Eric C. Martienssen

Gestaltungslinien und laterales Denken

Punkt, Punkt, Komma, Strich; auch das ist eine Linie. Und nicht unbedingt eine kindliche. Im Gegenteil. Nur von solchen eindeutigen Signalen können wir lernen, wie eine erfolgreiche Werbelinie auszusehen hat. Und damit sind wir bereits mitten im Thema.

Legen wir die Betonung zunächst einmal auf Design. Das rohe, ungestaltete Bild enthält noch keine Zielgruppen-Information. Es ist Aufgabe des Designs, die Botschaft herauszustellen.

Aus Gründen der Wahrung von Verlagsrechten wird dieser Artikel nur auszugsweise wiedergegeben....

Die bloße Form (Flasche), die Wortmarke und die Farbgebung reichen aus, auch dem flüchtigen Betrachter die Coca-Cola-Botschaft zu übermitteln.

Industriegüter können mit solch einer Anhäufung von Vorteilen in der Regel nicht rechnen. Aber der Industrie ist es unbenommen, in ihrem Markt eine genauso konsequente Linie aufzubauen.

Hier beginnt unsere Aufgabe. Gemeinsam mit dem Auftraggeber werden Angebot, Produkte und Leistungen analysiert. Unter Berücksichtigung von Gegebenheiten (CI) und erklärten Zielen soll dem ‚Produkt' zu einem eigenständigen Auftritt verholfen wer-

Aus Gründen der Wahrung von Verlagsrechten wird

dabei keine Grenzen gesetzt. Nur wer es schafft, seinen Standort zu verändern, wird die Dinge aus einer anderen

Eric C. Martienssen

Jahrgang 1959, berät die Kunden der KB KOCH & BECKER Computer-Graphic Art GmbH, Düsseldorf, und ist Geschäftsführer-Vertrieb im verbundenen Unternehmen, Lichtsatzstudio Koch GmbH, Köln.
Sein werbefachliches Studium schloß er 1982 in Dortmund ab. Danach führte ihn sein Faible für Investgüter- und Institutionelle Werbung in entsprechend ausgerichtete Agenturen zunächst nach Köln, dann New York, Düsseldorf und Bonn, bevor er Anfang 1987 zu KB wechselte. Mitglied im Marketing-Club Düsseldorf.

Perspektive sehen. Und das führt zu Lösungen."

Den Standort zu verändern bedeutet, nicht zu erstarren. Heißt offen zu sein auch für neue Möglichkeiten der Darstellung und Informationsübermitt-

Aus Gründen der Wahrung von Verlagsrechten wird dieser Artikel nur auszugsweise wiedergegeben

Das einzelne Bild indes kann weder diese Anmutung noch den Liniengedanken begründen oder transportieren. Genausowenig wie Punkt, Punkt, Komma, Strich die ganze Fantasie des Kindes beschreibt, aber konkreter Teil dieser Fantasie ist.

Konkreter Teil einer Linie im Kommunikations-Design ist das einzelne Bild, welches eine spezifische Aussage punktgenau illustrieren muß. (lat. illu-

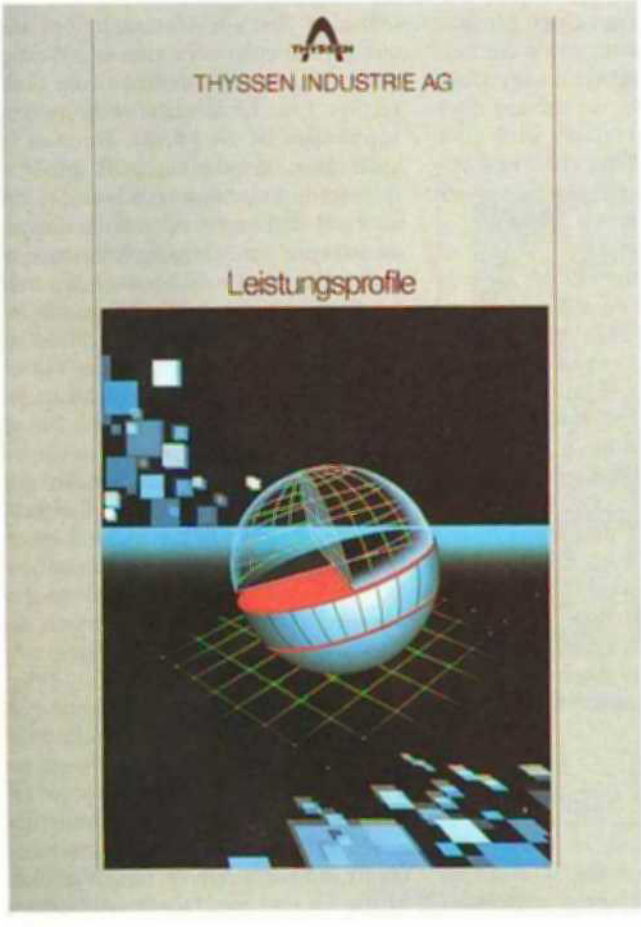
Aus Gründen der Wahrung von Verlagsrechten wird dieser Artikel nur auszugsweise wiedergegeben.... Aus Gründen der Wahrung von Verlags-

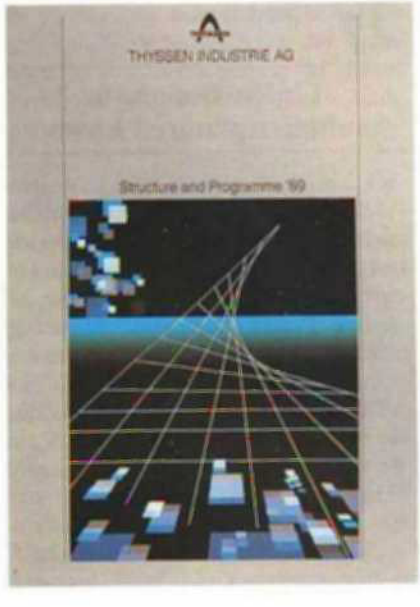
Der Erfolg der Gestaltungslinie besteht also darin, die Information und konkrete Aussage des einzelnen Bildes optimal mit der Vorstellungswelt in der Redundanz zu verbinden und diese Einheit konsequent zu penetrieren.

Seite 39
...*Alfred Wewers*, Leiter Öffentlichkeitsarbeit THYSSEN INDUSTRIE AG:
„Thyssen Industrie ist als diversifizierter Anbieter von Investitionsgütern ...

und verbundenen Dienstleistungen ein bedeutendes Mitglied der Thyssen-Gruppe, das sich ergebnisverantwortlich auf seinen Märkten zu behaupten hat. In bezug auf werbliche Konzepte und Aktionen gelten für alle Gesellschaften der Gruppe die gleichen Richtlinien. Der Vorteil eines einheitlichen Erscheinungsbildes: Jedes einzelne Thyssen-Unternehmen profitiert auch von der Reputation der gesamten Gruppe. Allerdings haben wir immer Wert darauf gelegt, daß gestalterische Spielräume erhalten bleiben müssen, um der Individualität von unternehmerischen Aktivitäten Rechnung zu tragen. Im Falle Thyssen Industrie heißt das vorrangig, anspruchsvolle, moderne Technik mit ansprechender Optik begreifbar zu machen. Hierbei kam es uns darauf an, einen Designpartner zu finden, der unsere Ideen versteht und in kooperativer Zusammenarbeit wirkungsvoll umzusetzen weiß."

Die Ergebnisse werden hier auszugsweise aus den Einsatzfeldern Print, Dia-AV und Messe-Performance dokumentiert. Jeder Mensch ist kreativ. Doch ist ihm oft zu eigen, daß seine Gedanken sich in bewährten Bahnen bewegen und selten die sichere Basis aus Erfahrungen verlassen. Das laterale Denken will diese Denk-Barrieren abbauen und zeigt Wege, Bewährtes mit Neuem zu verbinden. □





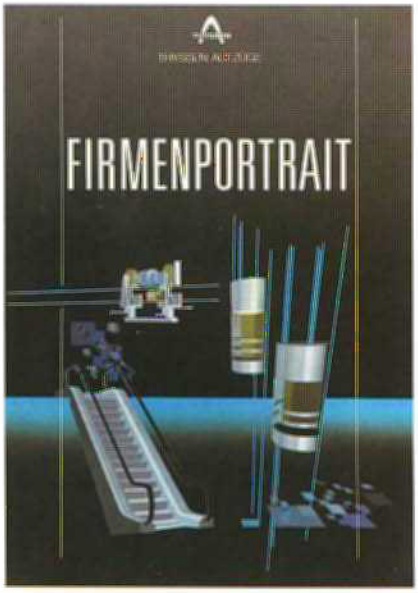
In the Beginning: Grundsteinlegung für das Sub-Design durch gestalterische Umsetzung des Druckschriften-Titels „Leistungsprofile", zehn weiterer Themen als Zwischentitel und einer Gesamtdarstellung der THYSSEN INDUSTRIE AG mit ihren Tochtergesellschaften am Schluß der Druckschrift. Insbesondere der Fond trägt die Gestaltungslinie. Die nicht greifbaren, fast latenten Rauten und Quadrate symbolisieren den Fortschritt und die Flexibilität in eine freie, nicht konkretisierte Zukunft. Zusammen mit dem Horizont sind diese Symbole Garant dafür, das Motiv durch Modifikation und Neuanordnung den Anforderungen wechselnder Präsentationstechniken und Formate anpassen zu können. Die Motive selbst haben den bewußt technischen Touch nicht zuletzt durch die Möglich-

keiten in der Computergrafik, u. a. harte, stufige Verläufe durch den Gestalter brillant umsetzbar zu machen, um eben „harte Technik" zu unterstreichen. Weiche Verläufe im Fond und in einzelnen Bildsegmenten schaffen den emotionalen Ausgleich, ohne den auch die Industriewerbung nicht auskommt. Als Vorlage für die Lithographie wurden die Bilder hochaufgelöst auf 8 × 10 inch-Dia ausgegeben.

Das verabschiedete Sub-Design ist Grundlage für weitere Titel-Sujets.

Auf dem Fundus der THYSSEN INDUSTRIE AG bauen Dia-Unternehmenspräsentationen der THYSSEN AG auf, erweitert um Motive aus anderen Konzernbereichen. Die bestehenden Motive werden dafür in das für diese Präsentation gegebene Format des 35 mm-Kleinbild-Dia umgebaut und die Konstanten/Headlines etc. nach Erfordernissen eingefügt. Die Präsentation zeigt die so entstandenen Themenbilder zur Illustration eines Produkt- oder Dienstleistungsbereichs.

Diese Themenbilder ergänzen die Businessgrafiken in koalierender Gestaltung.

Thema Präsentation: Ein Blick ins Foyer der THYSSEN INDUSTRIE AG in Essen zeigt, daß Großdias, großzügige Raumverhältnisse vorausgesetzt, ihre Wirkung auch hier nicht verfehlen. Grundlage ist wiederum ein hochaufgelöstes Dia 8 × 10 inch, wie auch für die Messe-Wandtafel der THYSSEN AUFZÜGE GMBH, einem Tochterunternehmen. Bei diesem Bild wurde noch ein Segment, die Elektrohängebahn, oben links eingefügt und der Bildausschnitt verändert.

Die Gestaltung wurde auch für das Firmenportrait der THYSSEN AUFZÜGE GMBH sowie internationale Anzeigen adaptiert.