

Wortbildmarke

Dokumentation

1 Einleitung

Das Manual - Worum geht es?

Das alte Erscheinungsbild des Studentenwerks Düsseldorf wurde zugunsten einer langfristig angelegten, neuen Gestaltung abgelöst.

Dieses Manual gibt Aufschluss über die Entwicklung und Verwendbarkeit der neu entwickelten Wort-Bild-Marke des Studentenwerks Düsseldorf. Es dient dazu, Aufbau und Herleitung des Logos zu verstehen und seinen Einsatz in unterschiedlichen medialen Konfigurationen zu veranschaulichen.

2 Identität

Was ist das Studentenwerk Düsseldorf?

Das Studentenwerk Düsseldorf ist eine Anstalt des öffentlichen Rechts. Als modernes Dienstleistungsunternehmen mit langer Tradition engagiert es sich für die Belange der Studierenden wie Wohnen, Essen, Studienfinanzierung, Kinderbetreuung und Internationales. Zudem bietet es Service- und Beratungsleistungen an.

Mit der durch die aktuelle Hochschulreform vollzogenen Umgestaltung des Vertragsverhältnisses zwischen den Hochschulen und den Studierenden ändert sich auch das Verhältnis zwischen den Studierenden und dem Studentenwerk. Das neue Design reflektiert diese Entwicklung und übersetzt sie in ein angemessenes visuelles Format, welches in der Lage ist, das Studentenwerk Düsseldorf für die Öffentlichkeit und spezielle Zielgruppen auf prägnante Weise identifizierbar zu machen und ein positives und zeitgemäßes Image zu vermitteln.

Es geht also bei der Entwicklung des neuen Designs nicht um laterale Ästhetisierung, sondern um Vermittlung zwischen einer sich im Wandlungsprozess befindlichen Substanz des Studentenwerks und der Wahrnehmbarkeit der Personengruppen, für die es tätig ist. Denken, Werte und Philosophie des Unternehmens müssen durch die neu geschaffenen Kommunikationsmittel angemessen und anspruchsvoll in Szene gesetzt werden.

Letztlich sind es die Mitarbeiter des Studentenwerks, die diese Philosophie in ihrem Arbeitsalltag transportieren müssen. Aus diesem Grund richtet sich dieses Manual besonders an sie.

3 Markenzeichen

Wie stellt sich das Studentenwerk Düsseldorf dar?

Die Wortbildmarke ist die abstrahierte Kurzform des visuellen Erscheinungsbildes und kommt demzufolge an erster Stelle bei der Entwicklung des neuen Corporate Designs.

Sie ist die abstrakte Kurzform des gesamten visuellen Erscheinungsbildes. Es vermittelt auf prägnante Weise die Beziehung zwischen der Unternehmenssubstanz, den inneren Werten, dem Leistungspotential und deren zeichenhafte Repräsentanz im Äußeren. Sie veranschaulicht den Geist und die Philosophie des Unternehmens. Sie ermöglicht Wiedererkennbarkeit und Memorierbarkeit.

Studentenwerk
Düsseldorf

Studentenwerk
Düsseldorf

Studentenwerk
Düsseldorf

3.1 Wortmarke

Die verwendete Schrift Frutiger verfügt über ein ausgesprochen ausgewogenes Schriftbild, sie ist vielfältig einsetzbar, nüchtern und zeitlos und eignet sich von daher hervorragend, die Werte des Studentenwerks Düsseldorf zu transportieren: Sachlichkeit, Modernität, Offenheit und Reduktion auf das Wesentliche.

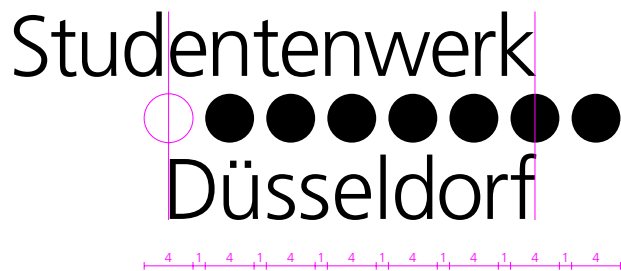
Die einzelnen Zeichen folgen in ihrer Formgebung der Syntax, die es dem Betrachter ermöglicht, auf seine vorhandenen Erfahrungswerte zurückzugreifen und so durch bereits bekannte Identifikationsmuster die Worte auf Anhieb lesen zu können.

Die Wortmarke ist manuell hinsichtlich der Abstände der einzelnen Zeichen zueinander ausgeglichen. Somit kann die Wortmarke nicht aus der Schrift Frutiger „nachgebaut“ werden, statt dessen ist stets das Originallogo zu verwenden.

Zur Auszeichnung in einem Fließtext wird nie die verkleinerte Wortbildmarke, sondern der Schriftzug Studentenwerk Düsseldorf verwendet.

Abbildungen

1. Wortmarke in Frutiger, nicht ausgeglichen
2. Wortmarke in Frutiger, nicht ausgeglichen in Magenta und ausgeglichen in Schwarz
3. Originalwortmarke



3.2 Bildmarke

Die „schriftgewordene“ Bezeichnung stellt die Grundlage eines Signets dar, die erst sekundär durch optisch verstärkende Zusatzkomponenten ergänzt wird.

Die Verwendung einer Grundform –dem Kreis– erzielt Prägnanz, deren Eindringlichkeit durch Wiederholung als Signet verstärkt wird.

Die sieben Kreise stehen für die sieben Bereiche des Studentenwerk Düsseldorf.

Diese Erklärung befindet sich auf einem hohem Abstraktionsniveau und erlaubt dem Rezipienten ein variables aber keinesfalls beliebiges Maß an Bedeutungszuweisung.

Die Stanze der Kreise, also die Kombination von Lichtdurchlässigkeit und haptischer Erfahrbarkeit des Papiers in der gedruckten Kommunikation eröffnet zusätzliche kombinatorische und stochastische Wahrnehmungsdimensionen.

Abbildungen

1. Konstruktion der Bildmarke
2. Original Wortbildmarke

3.3 Formate

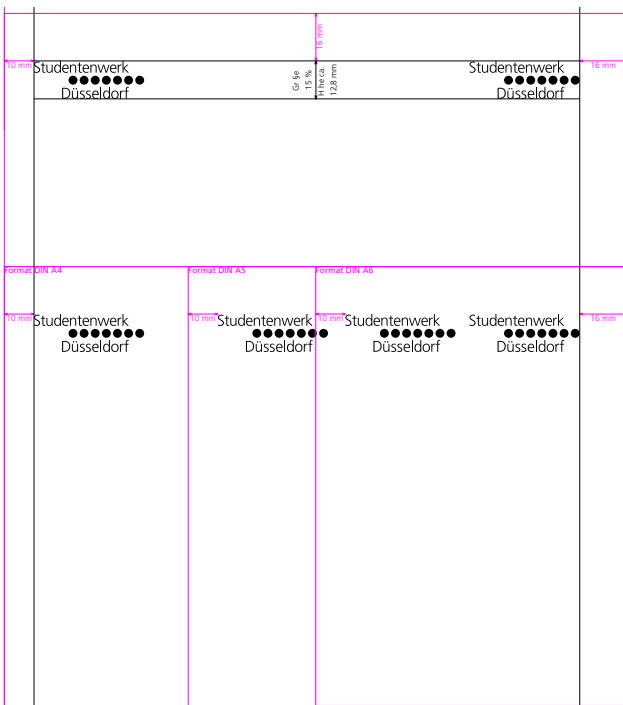
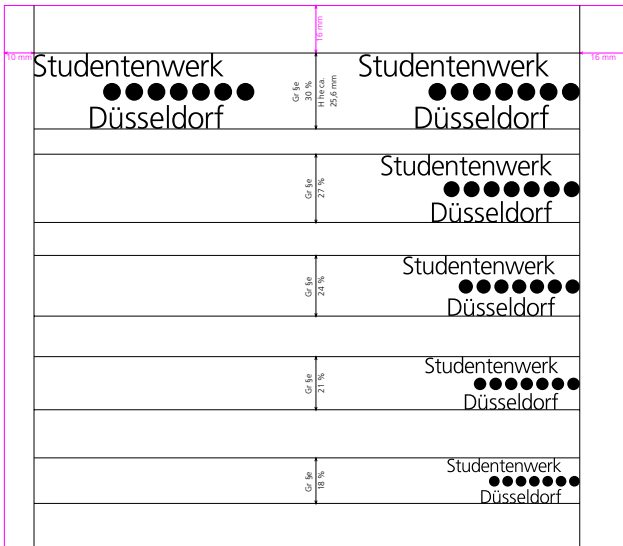
Jede Einzelform ist in ihrem Aussehen auch auf die anderen Elemente innerhalb der Wortbildmarke abgestimmt. So verweisen die Zeichen jenseits ihrer individuellen Physis auf die anderen Elemente und damit auf die Relevanz der Gestalt.

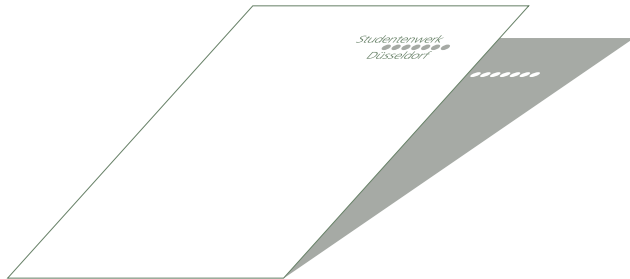
Durch den Umbruch ergibt sich –insbesondere durch die Zusatzkomponente der Kreise– eine ebenso markante wie auch kompakte Form mit hohem Wiedererkennungswert, die sich formal problemlos in alle Medien einfügt.

Die Wortbildmarke steht –sofern möglich– stets im gleichen Abstand zu der rechten bzw. linken und oberen Kante.

Abbildungen

1. Verschiedene Größen der Wortbildmarke
2. Formate, in denen die Wortbildmarke steht





HKS 92 oder CMYK 10.0.10.50

Studentenwerk
Düsseldorf

Studentenwerk
Düsseldorf

3.4 Farben

Darstellung in allen Medien

In der gedruckten Kommunikation wird die Bildmarke stets in der gestanzten Form eingesetzt. Die Darstellung der Stanze erfolgt während der Arbeit am Bildschirm in einem helleren Grau, ist jedoch stets als Sonderfarbe definiert.

Die verwendete Farbe Grau für die Wortmarke wirkt sanft, aber dennoch sachlich. Für den Druck der Wortmarke kommt ein Ton aus dem in jeder Druckerei innerhalb Deutschlands vorliegenden HKS-Sortiment zum Einsatz.

Für die Umsetzung in auf Vierfarbdruck basierten Ausgabemedien wird dieser Farbton in die CMYK-Euro-skala umgerechnet.

Abbildungen

1. gestanzte Bildmarke
2. Farbe der gedruckten Wortmarke
3. Datei:
[STW_positiv_HKS92_Stanze.eps]
4. Datei:
[STW_positiv_CMYK_Stanze.eps]



3.4 Farben

s/w-Darstellung

Für Medien, die keinerlei Stanze zulassen, steht eine Variante in Graustufen zur Verfügung, die die Farbigkeit der Wortbildmarke wiedergibt.

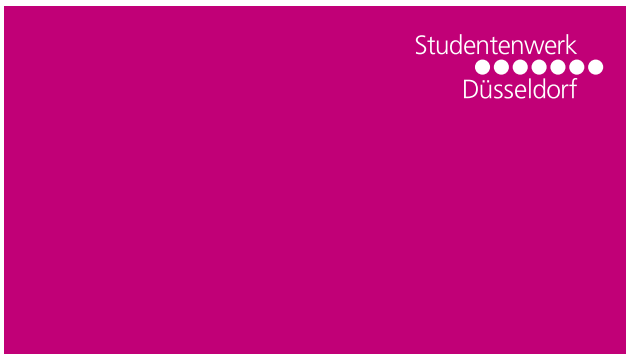
Diese Version findet ebenfalls Verwendung in Medien, die keinerlei farbige Darstellung zulassen, wie beispielsweise Tageszeitungen.

Sind bei der Darstellung auch keinerlei Graustufen möglich, wird das Logo monochrom in Vollfläche Schwarz abgebildet, wie beispielsweise bei Stempeln.

Abbildungen

1. Datei:
[STW_positiv_Graustufen.eps]
[STW_positiv_Graustufen.png]

2. Datei:
[STW_positiv_Bitmap.eps]
[STW_positiv_Bitmap.png]



3.4 Farben

Negativdarstellung

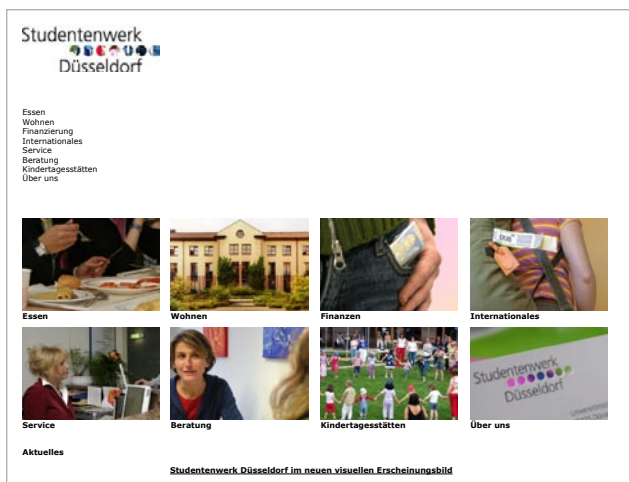
Falls der Einsatz auf dunklem oder unruhigem Untergrund nötig ist, steht eine Version mit weißer statt grauer Wortmarke zur Verfügung.

Dabei wird die Bildmarke in der Regel gestanzt. Die Darstellung der Stanze erfolgt während der Arbeit am Bildschirm in einem helleren Grau, ist jedoch als Sonderfarbe definiert.

Falls die Produktionsmethode keinerlei Möglichkeit zur Stanze bietet, so wird die Wortbildmarke ausschließlich negativ Weiß auf einem Foto oder einer Farbfläche platziert.

Abbildungen

1. Datei (ohne Foto):
[STW_negativ_Stanze.eps]
2. Datei (ohne Farbfläche):
[STW_negativ.eps]
[STW_negativ.png]



3.4 Farben

Darstellung im Internet

Für die Darstellung im Internetauftritt des Studentenwerks Düsseldorf kommt eine spezielle Version zum Einsatz.

Die sieben Kreise werden aus den fotografischen Hauptmotiven der einzelnen Schwerpunktthemen (Essen, Wohnen, Finanzierung, Internationales, Service, Beratung, Kindertagesstätten) generiert.

Die Darstellung der Wortbildmarke im Internet ist nicht festgeschrieben, sie ist variabel und ändert sich entsprechend der verwendeten Fotos auf den Themenschwerpunktseiten.

Beim Austausch der Fotos ist auf eine lebendige, leuchtende und kontrastreiche Kombination zu achten.

Abbildungen

1. Wortbildmarke für die Darstellung im Internet
2. Startseite mit Wortbildmarke

4 Impressum

Herausgeber

Studentenwerk Düsseldorf
Gebäude 21.12
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf

Redaktion

Dipl.-Kff. Kerstin Münzer
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel. 0211 81-13314
Fax 0211 81-11399
muenzer@studentenwerk-duesseldorf.de
www.studentenwerk-duesseldorf.de

Konzeption

Asmus Knowledge Systems GmbH

Prof. Dr. phil. Stefan Asmus
Dipl. Des. Heike Bohländer
Svenja Richter

Nützenbergerstraße 9
42115 Wuppertal

www.asmus.de