



Wie läuft ein Projekt ab?

SO WIRD EIN SCHUH DRAUS.

Obwohl alle meine Kunden und Projekte verschieden sind, nähere ich mich jedem Projekt durch folgende entscheidende Entwicklungsstufen:

- 1. Definition*
- 2. Recherche und Analyse*
- 3. Konzept (Idee)*
- 4. Designentwicklung*
- 5. Umsetzung*
- 6. Bewertung*

Diese Schritte helfen, dass Gestalter und Kunden regelmäßig Kontakt halten und jede Seite auf das Projekt konstruktiv einwirken kann. Sie erleichtern außerdem Gesprächstermine (Roter Faden) – ein wichtiger Teil des kreativen Prozesses – und führen zu messbar wirksamen Ergebnissen. Das Beispiel auf den nächsten Seiten zeigt Ihnen den Prozessverlauf eines neuen Corporate Designs.

FORMGUT.
DESIGNBÜRO

WWW.FORMGUT.DE

01 Definition.

Ein gutes Briefing fokussiert das Problem, lebendig und bildhaft.

Ein erstes persönliches Gespräch bildet die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir lernen uns kennen, Sie schildern mir Ihr Anliegen und ich höre Ihnen zu. Auf Basis Ihres schriftlichen Briefings und unseres Gesprächs erhalten Sie von mir daraufhin eine kurze Analyse und ein kreatives Re-Briefing. Unverbindlich und kostenfrei.

Konkret: Erstgespräch, Ihr Briefing, Kurz-Analyse, kreatives Re-Briefing, Angebot und Zeitplan

02 Recherche und Analyse.

Ich lerne Ihr Geschäft kennen.

Wenn Sie sich für eine Zusammenarbeit mit mir entscheiden, kann der kreative Prozess beginnen. Am Anfang steht eine gründliche Recherche von Informationen über die Problemstellung (weiche und harte Fakten). Ich lerne das Geschäftsfeld, die Struktur und Ihre Produkte kennen. Dazu gehört auch, dass man sich mit den Mitarbeitern und dem Wettbewerb auseinandersetzt. Hier befasse ich mich auch mit der Strategie und der Vision – sofern eine vorhanden ist.

Die Vielzahl von Ergebnissen wird „destilliert“ – in einem ständigen Prozess von strukturieren, verwerfen und auswählen. Am Ende liegt ein solides Ergebnis vor. Interviews und Workshops sind eine sinnvolle Ergänzung, denn sie bieten systematische Informationen über Menschen und deren Einstellungen, Meinungen, Wissen und Verhaltensweisen.

Konkret: Recherche, Analyse, bei Bedarf Interviews und Workshops

03 Konzept (Idee).

Was treibt Sie an? Was ist die Geschichte Ihres Unternehmens?

In dieser Phase gilt es, querzudenken und eine starke Idee zu finden. Der vermeintlich sichere Griff nach der immer gleichen Werbebotschaft muss gelockert werden. Hier entscheidet sich ebenso das Selbstverständnis des Unternehmens als auch die Positionierung am Markt.

In einer ersten Präsentation werden richtungsweisende Ideen herausgearbeitet, um dann den weiteren Gestaltungs- und Strategieprozess zu verfeinern. Ein erstes Moodboard (Collage) zeigt Stimmungen und Inspirationen. Am Ende steht ein fertiges Konzept: eine gestalterische Idee, das die Identität des Alleinstellungsmerkmal Ihres Unternehmens widerspiegelt.

Konkret: Brainstorming, starke Idee, Vorentwürfe (Skizzen), Konzepterstellung

04 Designentwicklung.

Am Ende erzielt das Design die stärkste Wirkung, das alles Überflüssige weglässt.

In Stufe vier erfolgt die Visualisierung mehrere Entwürfe, die gemeinsam diskutiert und ausgewertet werden. Hier definieren wir z.B. die Grundparameter eines Corporate Designs: Wortmarke, Raster, Logo, Typografie, Farbklima etc. und legen die Basiselemente fest.

Grundsätzlich gilt: Am Ende erzielt das Design die stärkste Wirkung, das alles Überflüssige weglässt: alle Alltagsplattitüden, wie grafische Elemente, Bilder oder auch Texte, die das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens oder Produkts verwässern. Erst dann begeistert die Idee und wird von der Außenwelt sofort verstanden. Ein inhaltliches Konzept gibt Ihnen zusätzlich Sicherheit, außerdem klare und überzeugende Argumente gegenüber Dritten.

Konkret: Design- und Anwendungsentwicklung

05 Umsetzung.

Hier beweist sich gutes Design.

Hier beweist sich gutes Design. Diese Stufe wird oft unterschätzt, weil die Praxis meist unvorhergesehene Ansprüche an das neue Corporate Design stellt. Im Alltag muss es funktionieren und schnell umsetzbar sein. Wenn nach dem Testlauf alles klar ist, wird das Basisdesign in allen geplanten Anwendungen und in unterschiedlichen Medien umgesetzt.

Es folgen die Herstellung von druckfähigen Dateien (Reinzeichnung) und anschließende Produktion mit zuverlässiger Betreuung.

Konkret: Herstellung von druckfähigen Daten (Reinzeichnung), die Herstellung/Produktion, Druck- bzw. Produktionsbetreuung, Implementierung des Corporate Design ins Unternehmen, Design-Manual

06 Bewertung.

Nach der Gestaltung ist vor der Gestaltung.

Wenn Sie als Auftraggeber zufrieden sind, dann habe ich als Gestalter so präzise wie möglich gearbeitet und das Alleinstellungsmerkmal Ihres Unternehmens auf den Punkt gebracht.

Nichtsdestotrotz ist es wie beim Fußball: Nach der Gestaltung ist vor der Gestaltung. Bedeutet: Unternehmen verändern sich, somit auch das Design. Es sollte in der Lage sein, mit dem Unternehmen zu wachsen und auf Veränderungen zu reagieren. FORMGUT. bietet dafür langfristig die passende Betreuung. Durch Gespräche, Workshops und Befragungen erhalten wir erneut wichtige Informationen. Wie behauptet sich das Design in der Praxis, im Unternehmen, bei den Mitarbeitern oder bei den Kunden? Gesammelte Informationen werden analysiert und die Ergebnisse fließen in eine Designoptimierung. Ergo: Es findet ein ständiger Rückkopplungsprozess statt, der bestenfalls nie aufhört. Design lebt!

Konkret: Betreuung, Pflege und Evaluation

ANFRAGEN BEI FORMGUT.
WIR HELFEN WEITER.

FORMGUT.
DESIGNBÜRO

Stefan Werner Diplom-Grafikdesigner Diplom-Ökonom
Gneisenaustraße 12 24105 Kiel **T** +49 (0) 431.65 883 61 **F** +49 (0) 431.65 883 68 **M** info@formgut.de
GLS Bank BLZ 430 609 67 Kto.-Nr.: 2025 437 400 Steuer-Nr. 19/220/47173 USt-ID-Nummer DE270591477

WWW.FORMGUT.DE