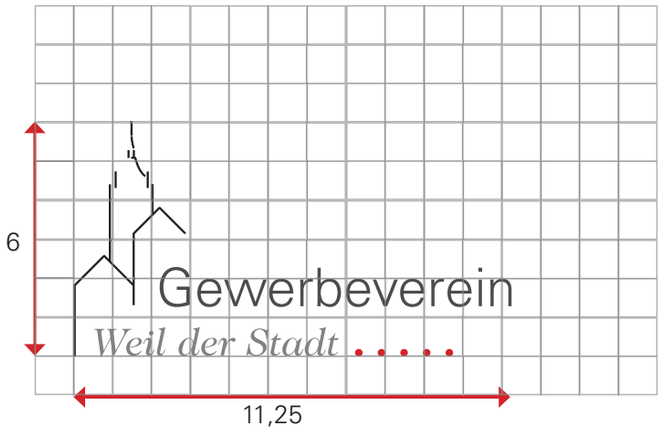
Ausarbeitung eines neuen Erscheinungsbildes
für den Gewerbeverein Weil der Stadt

Gewerbeverein
Weil der Stadt . . . . .



Das Projekt

Bei der Abschlussarbeit an der Bundesfachschule für Werbegestaltung Stuttgart handelt es sich um eine mehr als sechsmonatige Teamarbeit. Unsere Gruppe, bestehend aus Manuel Hetzer, Daniela Koppe und Kathrin Obmann, hat sich dafür des Gewerbevereins Weil der Stadt angenommen. Dieser Gewerbeverein ist ein Zusammenschluss von Gewerbetreibenden unterschiedlicher Branchen, die aus Weil der Stadt und den umliegenden Teilorten Merklingen, Münklingen, Hausen und Schafhausen stammen.

Das Hauptanliegen, mit dem der Verein an uns herantrat, war, eine Neuentwicklung, beziehungsweise eine Umgestaltung des bisherigen Logos vorzunehmen. Darauf aufbauend sollten auch die Printmedien angepasst und der Auftritt des Vereins bei Messen und Veranstaltungen überarbeitet werden. Von der Zusammenarbeit erhoffte sich der Gewerbeverein in erster Linie die Erhöhung der Attraktivität des Vereins für die bestehenden 115 Mitglieder und darüber hinaus auch einen Anstieg der Mitgliederzahl.

Der erste Schritt unserer Arbeit bestand aus der Analyse der Ist-Situation, bei der wir uns diverser Marketinginstrumente wie dem Marketingmix oder der SWOT-Analyse bedient haben. Eine Umfrage unter den Mitgliedern und der Bevölkerung hat zusätzlich einen repräsentativen Einblick in die momentanen Meinungsbilder gegeben. Die Ergebnisse dieser Marketinganalyse haben uns einen klaren Handlungsbedarf aufgezeigt; in einem Briefing haben wir die von uns zu erfüllenden Aufgaben festgehalten.

Zunächst haben wir neue Leitsätze für den Gewerbeverein formuliert, auf denen die Entwicklung eines neuen Logos, und die damit verbundene Konzipierung des neuen Corporate Designs beruhten. Die Anwendung des Corporate Designs auf der Geschäftsausstattung, den Printmedien, aber auch im dreidimensionalen Bereich, ermöglicht es dann, die neue CI nach außen zu transportieren.

Schließlich war der Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit ein äußerst wichtiges Thema für den Gewerbeverein, da es ihm nur durch gezielte Werbemaßnahmen möglich ist, auch über die Grenzen von Weil der Stadt hinaus auf sich aufmerksam zu machen und für die von ihm initiierten Veranstaltungen und Aktionen zu werben. Auch dieser Aufgaben haben wir uns in unserer Abschlussarbeit angenommen, indem wir die bestehenden Events überarbeitet und neue Aktionen konzipiert haben.

Durch die Umsetzung all dieser Aspekte ist schließlich ein durchdachtes, einheitliches Erscheinungsbild für den Gewerbeverein Weil der Stadt entstanden, das es ihm ermöglicht, in Zukunft professionell und kompetent aufzutreten und auf diese Weise die Mitgliedschaft für bestehende und potenzielle Mitglieder noch attraktiver zu gestalten.

Planung, Konzeption und Gestaltung: Manuel Hetzer, Daniela Koppe, Kathrin Obmann

Geschäftsausstattung

Zu einem ganzheitlichen Auftritt in der Öffentlichkeit, also zur individuellen Corporate Communication des Gewerbevereins Weil der Stadt, gehören als wichtigste Kommunikationsmittel die Geschäftspapiere, mit denen der Gewerbeverein mit seinen Mitgliedern, der Stadt oder den Geschäftspartnern kommuniziert. Die bereits bestehende Geschäftsausstattung wurde komplett überarbeitet und unserem Gestaltungsraster angeglichen. Desweiteren haben wir sie um sinnvolle Medien, wie Faxbögen oder Briefumschläge, ergänzt.

Zur neuen Geschäftsausstattung des Gewerbevereins gehört als eines der wichtigsten Medien der Briefbogen. Das neue Logo befindet sich rechts oben und erscheint in jedem Fall farbig. Die roten Punkte des Logos werden auch im Adressfeld wieder aufgegriffen, um die einzelnen Elemente der Anschrift des Absenders voneinander zu trennen. Die Fußzeile des Briefbogens, die durch eine dezente rote Linie abgetrennt wird, enthält die wichtigsten Daten, wie Adresse, Telefon- und Faxnummer, Name der Vorsitzenden und die beiden Bankverbindungen.

Sowohl diese Informationen, als auch das Adressfeld erscheinen in der Hausschrift Univers im Schriftschnitt light und verfügen über einen Grauwert von 60%igem Schwarz, um gegenüber des eigentlichen Briefinhalts in den Hintergrund zu treten. Aus diesem Grund soll für den Brieftext und die Anschrift ein 85%iges Schwarz verwendet werden, die Betreffzeile erscheint in dem als Hausfarbe definierten Rotton. Für die gesamte Korrespondenz soll die Hausschrift Univers im Schriftschnitt light verwendet werden. Die Schriftgröße des Mengentextes beträgt 9 Punkt, bei einem Zeilenabstand von 14 Punkt. Aus optischen Gründen soll eine maximale Zeilenlänge von 115 Millimetern nicht überschritten werden.

Als Neuerung haben wir Visitenkarten für die Vorstandsmitglieder und wahlweise auch für alle anderen Mitglieder des Gewerbevereins entworfen. Diese passen sich dem schlichten Erscheinungsbild des Briefbogens an und enthalten neben dem Logo den Namen der jeweiligen Person, sowie Telefon- und Faxnummer, die Email-adresse und die Adresse der Internetseite des Gewerbevereins. Durch das Querformat mit den Maßen 9 x 5 cm passen sie problemlos in jede Portemonnaie.

Dem neuen Gestaltungsraster des Gewerbevereins entsprechend, wurden auch zwei Briefumschläge in den Größen C4 und B4 (DIN lang) entwickelt. Beide Umschläge sind im gleichen Stil gestaltet. Sie zeigen das Logo des Gewerbevereins, das links oben über dem Sichtfenster positioniert ist, und den Claim „Wir bringen Leben in die Stadt". Letzterer erscheint in weißer Schriftfarbe auf einem roten Balken, der sich im unteren rechten Teil des Umschlags befindet.

Planung, Konzeption und Gestaltung: Manuel Hetzer, Daniela Koppe, Kathrin Obmann

Plakate und Flyer

Das Medium „Plakat“ wird zur Ankündigung von vom Gewerbeverein initiierten Veranstaltungen, wie zum Beispiel dem Kulinarischen Marktplatz oder dem Weihnachtsmarkt, eingesetzt. Sie sollen an logistisch wichtigen Positionen (Kreuzungen) und Gebäuden (Bahnhof) in den Teilorten und in Weil der Stadt selbst ausgehängt werden. Auf diese Weise wird zum einen die Öffentlichkeit über das bevorstehende Ereignis informiert, aber auch Gewerbetreibende, die noch nicht Mitglied im Gewerbeverein Weil der Stadt sind, erkennen so die Aktivität desselben und nehmen vielleicht die Gelegenheit wahr, sich näher über ihn zu informieren.

Die Plakate sind mit den entsprechenden Informationen, dem Logo des Gewerbevereins und dem Claim versehen. Letzterer befindet sich innerhalb eines roten Balkens, der zusätzlich auch die Internetadresse des Gewerbevereins enthält. Dort kann der Interessent parallel alle Informationen zu dem jeweiligen Event abrufen.

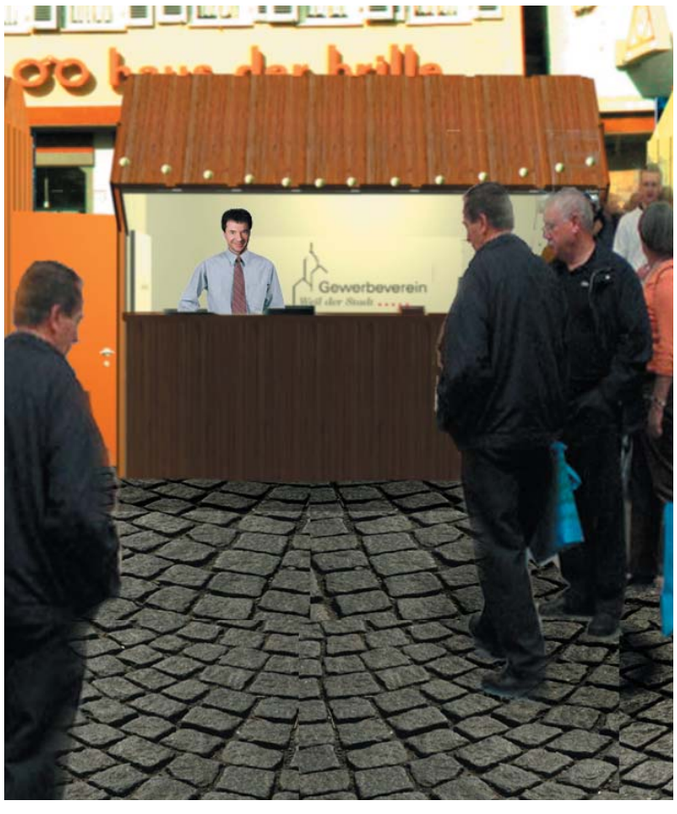
Die Typographie der Plakate besteht in erster Linie aus der Schriftart Univers im Schriftschnitt bold condensed. Die Headline tritt dabei mit 58 Punkt in den Vordergrund, während die Veranstaltungsdaten in einer Versalhöhe von 30 Punkt gesetzt sind. Zusätzlich wird die Headline durch den Versalsatz hervorgehoben.

Bei der Motivwahl haben wir uns für Fotografien entschieden, die Detailaufnahmen zeigen. Dabei handelt es sich um eine Kerzenflamme bzw. um Pralinen, die symbolisch für die jeweilige Veranstaltung stehen sollen. Sie sollen dem Betrachter Lust, bzw. Appetit machen und ihn in die richtige Stimmung versetzen, die Veranstaltung zu besuchen.

Besonders wichtig ist es für den Gewerbeverein, dass durch die konsequente Einhaltung des neuen Gestaltungsrasters ein Wiedererkennungswert geschaffen wird. Für den Außenstehenden ist somit unmittelbar erkennbar, dass der Verein der Initiator der jeweiligen Veranstaltung ist. Eine Fortführung des Corporate Designs im dreidimensionalen Bereich, also in der Gestaltung des Standes, mit dem sich der Verein auf der Veranstaltung präsentiert, soll das einheitliche Erscheinungsbild schließlich ergänzen.

Um möglichst viele Besucher und Gäste für die beiden Hauptveranstaltungen des Gewerbevereins - den Weihnachtsmarkt und den Kulinarischen Marktplatz - gewinnen zu können, ist eine gute Werbung unerlässlich. Hierfür haben wir ergänzend zu den Plakaten zwei 100 x 210 cm große Flyer entworfen, die bei den Mitgliedern des Gewerbevereins ausliegen und auf dem neu festgelegten Gestaltungsraster des Vereins beruhen.

Planung, Konzeption und Gestaltung: Manuel Hetzer, Daniela Koppe, Kathrin Obmann



Weihnachtsmarktkonzept

Der Weil der Städter Weihnachtsmarkt hat seit vielen Jahrzehnten Tradition und zieht Besucher aus Nah und Fern an. Bisher wies er leider kein einheitliches Gestaltungskonzept auf, jeder Teilnehmer präsentierte seine Waren auf seine Weise, so dass ein sehr uneinheitliches Gesamtbild entstand. Um diesem Umstand abzuhelfen, haben wir uns für das Konzept eines abgeschlossenen, gestalterisch einheitlichen Weihnachtsmarktdorfes entschieden. Dieses besteht aus einzelnen hölzernen Ständen, die vom Gewerbeverein gekauft und von den ausstellenden Vereinsmitgliedern gegen eine Leihgebühr für den Zeitraum des Weihnachtsmarktes gemietet werden können.

Der nutzbare Platz auf dem Marktplatz beträgt mehr als 25 x 35 Meter, so daß insgesamt eine Fläche von über 875 m² für das Weihnachtsmarktdorf verwendet werden kann. Dies bietet dem Gewerbeverein Weil der Stadt die Möglichkeit, mehr als 20 Mitgliedern einen Stand von 3 x 2 m Grundfläche einzuräumen. Bei hoher Nachfrage ist durchaus denkbar, die Standreihen an den langen Seiten zu verdoppeln, um sogar 35 Häuschen aufstellen zu können. Die gesamte Fläche ist mit einem hölzernen Zaun symbolisch vom Rest des Weihnachtsmarktes abgetrennt und kann durch vier breite Tore an den Ecken betreten werden. Es ist zudem angedacht, die Arkaden des Rathauses mit der dort stattfindenden lebendigen Krippe in das Dorf mit einzubeziehen und die Zaunreihe bis zum Rathaus zu verlänger

Wir haben uns bei der Wahl des Baumaterials der Stände für eine zweiseitige Lösung entschieden. Auf der einen Seite warmes, lasiertes Tannenholz, das zu Weihnachten den erwünschten wohligen Effekt bietet, und auf der anderen Seite der Bauteile ein schlichtes, hellgrau lackiertes Glattholz. So kann jeder Stand das ganze Jahr über benutzt werden und bietet mal ein rustikaleres, mal ein modernes Äußeres. Zu Weihnachten werden die Stände schon ab dem frühen Abend mit Lichterketten illuminiert. Diese sind am Vordach und an der Rückwand befestigt. Zudem sorgt eine Innenraumbeleuchtung in Form zweier Leuchtstoffröhren mit warmweißen Licht für anheimelnde und ausreichende Lichtverhältnisse. Diese sind in der Mitte des Standes an der Decke angebracht und für den Besucher nicht sichtbar, da sie durch das Vordach verdeckt werden.

Der Aufbau eines jeden Standes kann problemlos von Laien durchgeführt werden und erfolgt durch Steckdübel, so dass keine bleibende, jedoch aber eine durchaus sichere und stabile Verbindung hergestellt wird. Allein durch das Gewicht der Hütte wird ein Umfallen oder Kippen verhindert. Unebenheiten des Bodens können durch acht verstellbare Schraubfüße, die sich an der Unterseite der Hütte befinden, ausgeglichen werden.

Planung, Konzeption und Gestaltung: Manuel Hetzer, Daniela Koppe, Kathrin Obmann