

## Projekt

### Unterrichtsfach Gestaltung Themenbereich: Corporate Design

#### Ausgangssituation

Die Zahl derer, die gesunde und fair gehandelte Lebensmittel den billigen Massenprodukten multinationaler Großkonzerne vorziehen, steigt von Jahr zu Jahr merklich an. Fleisch soll aus artgerechter Tierhaltung stammen, Kaffee und Schokolade sollen fair gehandelt sein. Inzwischen haben ethisch-moralische Kriterien im Hinblick auf unsere Ernährung einen hohen Stellenwert und nehmen innerhalb des gesellschaftlichen Diskurses einen breiten Raum ein. Hinzu kommt der Trend, wegen der kürzeren Transportwege Produkte aus der Region zu bevorzugen. Die veränderten Wertvorstellungen der Verbraucher spiegeln sich mittlerweile deutlich in einem Lebensstil wider, der Genuss mit sozialer Verantwortung verbindet.

Diese tiefgreifenden Veränderungen sind der Ausgangspunkt und die Motivation für ein Start-up-Unternehmen, ein Metzgerei-Filialsystem zu etablieren, dessen Kernkompetenz im verantwortungsvollen Umgang mit dem Produkt Fleisch als hochwertiges Lebensmittel und den damit im Kontext stehenden Tieren besteht. Diese Unternehmensphilosophie bildet die Grundlage für den Markenkern.

Der Prozess der Namensfindung ist bereits abgeschlossen. Ebenso wurde ein Claim formuliert, um die neue Marke zu positionieren und das damit verknüpfte Leistungsangebot zu kommunizieren. Die einzelnen Filialen werden unter dem Namen »Sanfte Metzger« firmieren. Der Markenauftritt wird begleitet durch den Claim: »Die Experten für verantwortungsvollen Fleischgenuss«.

#### Aufgabenstellung

Sie haben den Auftrag erhalten, die visuelle Basis zu schaffen, um die angestrebte Markenbildung für dieses Filialkonzept einzuleiten. Hierzu sollen in einem ersten Schritt die Grundelemente des Corporate Designs konzipiert und in einem CD-Manual zusammengefasst dargestellt werden. Dessen inhaltlicher Aufbau ist wie folgt definiert:

- Darstellung des Logos (kombinierte Wort-/Bildmarke), dessen Aufbau und Komponenten, Proportionen, Farb- und Größenvarianten, Typografie der Wortmarke und des Claims, Platzierungsprinzipien, Do-/Don't-Vorgaben
- Typografische Grundlagen des Corporate Designs
- Farbkonzept des Corporate Designs

Darauf aufbauend sind folgende Anwendungen zu konzipieren und im CD-Manual darzustellen:

- Geschäftsausstattung, bestehend aus Briefbogen (nach DIN 5008), Visitenkarte, Briefumschläge (DIN lang mit Sichtfenster, C4 ohne Sichtfenster)

#### Dokumentation

Das CD-Manual ist als zusammenhängende Datei im PDF-Format abzugeben. Die Datei des CD-Manuals trägt die Bezeichnung *Ihr Nachname.Manual.pdf*.

## Projekt

### Unterrichtsfach Gestaltung Themenbereich: Corporate Design

#### Termine

Der Projektstart ist für Mittwoch, den 16.11.22 terminiert. Die Abgabe des CD-Manuals findet am Dienstag, den 13.12.22, 12:45 Uhr statt.

#### Bewertungsschema

Gestalterisch-formaler Anspruch	25%
Originalität der Gesamtkonzeption	25%
Qualität der visuellen Kommunikation	25%
Dokumentation	25%

Heidelberg, den 16. November 2022

Stephan Ehringer