

FACHARTIKEL

Corporate Design in Zeiten multimedialer Anwendungen

Patrick Piechotta

analog / digital / räumlich

Gestern Styleguide – Heute maximale Flexibilität

Der uns bis dato bekannte Styleguide neigt sich immer mehr dem Ende zu. Viel zu groß ist die Menge an Kanälen durch die Digitalisierung geworden, um sich an die vielen festgelegten Gestaltungsregeln und -raster halten zu können.

Das bedeutet nicht, dass der Styleguide komplett verschwinden wird. Ganz im Gegenteil! Jedoch werden nur noch die Grundidee und die Basiselemente, wie Farben, Formen, Symbole und Typografie, festgehalten. Die Verwendung muss maximal flexibel und passend dem verwendeten Gerät oder Einsatz erfolgen.

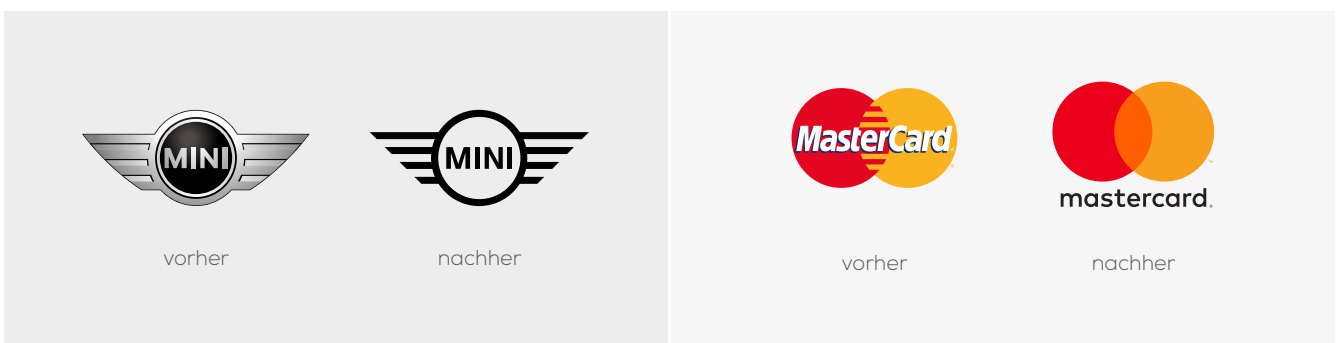
*Die Devise lautet daher immer: minimaler Bausatz,
maximale Kombinationsmöglichkeiten!*

Dementsprechend vielfältig und durchdacht müssen die neuen Gestaltungselemente vom kleinen Favicon über Social-Media-Kanäle bis hin zu den klassischen Druckprodukten, wie der Visitenkarte, sein.

Flat-Design im Vormarsch

Immer mehr Unternehmen und Marken entscheiden sich, ihr bisher aufwendiges Logo, dem Flat-Design anzupassen und den Markenauftritt auf das Minimalste zu reduzieren. Somit gewinnen Sie an Funktionalität und Flexibilität auf allen Medienkanälen.

*Diese Unternehmen haben ihr Logo bereits
einem Redesign im Flat-Style unterzogen.*



Flat-Design hat sich als Gegenstrom zum Skeuomorphismus entwickelt, bei dem bewusst auf den Einsatz von realistisch wirkenden Texturen, Schlagschatten und Verzierungen sowie auf dreidimensionale Elemente verzichtet wird.

Airbnb zeigt wie Flexibilität aussehen muss.

2014 präsentiert das Unternehmen Airbnb seine neue Bildmarke „Bélo“ und zeigt damit, dass Logos heute sehr flexibel sein müssen. Airbnb schafft es, sein Logo medienübergreifend perfekt in Szene zu setzen

VIEL SPIELRAUM!

Das „eine“ Logo existiert bei Airbnb nicht mehr.

Wort- & Bildmarke dürfen je nach Bedarf unterschiedlich kombiniert werden.



Der verfügbare Raum wird optimal genutzt und die Bildmarke bleibt hervorragend erkennbar.



Das Logo wird aufgrund seiner kleinen Darstellung unleserlich. Zu viel freier Raum wird verschwendet.

ATOMISIERUNG!

Den verfügbaren Raum sinnvoll nutzen.

Nicht immer ist ausreichend Platz für Logo, Grafik oder Design gegeben.

Social Media-Portale arbeiten zum Beispiel mit runden oder quadratischen Profilbildern. Hier gilt es, sein Design auch mal in kleinere Teilchen zu zerlegen.

NEUER ANSTRICH!

Für weitere Airbnb-Bereiche bekommt die Bildmarke eine neue Wortmarke und Farbe zugewiesen.



Airbnb Community



Airbnb Design Blog

Trotz viel Flexibilität und Spielraum verliert Airbnb nie sein Erscheinungsbild und bleibt für den Kunden als die Marke Airbnb ersichtlich. Nur so kann sicher gestellt werden, dass das Corporate Design medienübergreifend funktioniert und seine volle Wirkung entfalten kann.

Interessante Links zum Weiterlesen:


www.page-online.de/branche-karriere/was-ist-eigentlich-corporate-design

www.t3n.de/news/geht-corporate-design-leitfaden-656540/2

www.t3n.de/news/logo-redesign-745932

www.design.studio/work/airbnb

KONTAKT



**Ist Ihr
Firmenauftritt
flexibel genug?
Wir beraten
und unterstützen
Sie gerne!**

Telefon +49 6152 9089190
E-Mail info@formgrad.de
Web formgrad.de