

Corporate Design - ein kurzer Überblick

Mit Corporate Design ist das gesamte visuelle Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation gemeint, angefangen beim Logo über die Farbe bis hin zur verwendeten Schriftart. Ziel dabei ist, einen hohen Wiedererkennungswert in der heutigen Flut von Werbung und Information zu schaffen. Zudem schafft ein konsequent gestaltetes Erscheinungsbild einen höheren Bekanntheitsgrad und steigert somit die Effizienz von Werbemaßnahmen.

Kontinuität im Auftreten nach innen und außen schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit.

Dabei geht es nicht darum, einer Organisation ein visuelles Äußeres „überzustülpen“, sondern vom Inhalt und der Persönlichkeit der Organisation ausgehend eine visuelle Sprache zu entwickeln die diese Inhalte transportiert.

Ausgangspunkt für die Entwicklung eines Corporate Designs ist häufig das **Logo**.

Ein Logo kann selbst schon viel über die Persönlichkeit des „Absenders“ aussagen und sollte möglichst prägnant und unverwechselbar sein.

Es wirkt durch seine Einfachheit, Symbolkraft und schnelle Erfassbarkeit.

Auch in einem kleinen Format sollte das Logo noch deutlich erkennbar sein.

Corporate Design der Jungen Piraten

Wer sind die Jungen Piraten?

Die Jungen Piraten sind eine eigenständige Jugendorganisation „nahe der Piratenpartei“

Sie wollen jungen Menschen die Möglichkeit bieten, sich politisch zu engagieren, kritische Persönlichkeiten zu entfalten und zu lernen ihre Interessen wahrzunehmen und zu formulieren.

Inhaltlich orientieren sich die Jungen Piraten an den Themen der Piratenpartei Deutschland, agieren jedoch unabhängig. Man kann Mitglied bei den Jungen Piraten sein, ohne Mitglied in der Piratenpartei zu sein. Die Jungen Piraten haben 274 Mitglieder, das Durchschnittsalter liegt bei 19,8 Jahren (Stand 19.10.2009).

Image

- jung
- frisch
- kritisch
- aufmüpfig
- selbstbewusst
- gerecht
- verantwortungsbewusst

Corporate Design der Jungen Piraten

Logo der Jungen Piraten



- Das Maskottchen der Jungen Piraten „Flummi“ wird als Bildmarke im Logo verwendet
- „Flummi“, ein blaues, lächelndes Bällchen mit Piratenhut und Augenklappe, hält das schwarze Segel bzw. die Flagge aus dem Signet der Piratenpartei in der Hand.
- Farben: Schwarz, Weiß und Hellblau
- Hellblau: vermittelt den Eindruck von Frische und Weite. Blau ist eine kalte Farbe. Die Farbe signalisiert Klarheit und geistige Offenheit, aber auch Kühle und Distanziertheit.
- Beim kleinen Logoformat verschwimmen die Details, das schwarze Segel ist schlecht zu erkennen, da es nicht vor einem einfarbigen Hintergrund steht.

Wie wirkt das Logo?

- kindlich, niedlich
- verspielt
- harmlos

Logo der Piratenpartei

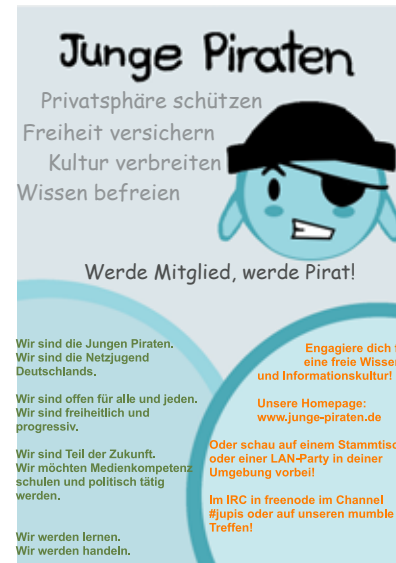


- Signet mit Kreis und Segel bzw. Flagge als Bildmarke wurde von der schwedischen Piratpartiet übernommen
- Segel ist gleichzeitig ein stilisiertes „P“
- Assoziationen zum Segel bzw. Flagge: frischer Wind, die schwarze Flagge im historischen Sinn wurde von Piratenschiffen genutzt, um potentiellen Beuteschiffen zu signalisieren, dass ein Angriff kurz bevor stand
- Farben: Schwarz, Weiß und Orange
- Orange: Symbolfarbe für Optimismus und Lebensfreude. Orange ist eine warme Farbe. Die Farbe signalisiert Aufgeschlossenheit, Kontaktfreude, Jugendlichkeit und Selbstvertrauen. Durch seine hohe Leuchtkraft kann Orange aber auch aufdringlich wirken und wird auch als billig und unseriös empfunden.
- Auch in einem kleinen Format ist das Logo noch gut zu erkennen, da sich das schwarze Segel auf dem weißen Hintergrund gut abhebt und nicht von anderen Gestaltungselementen berührt wird.

Corporate Design der Jungen Piraten

Aktuelles Design

- Das Maskottchen der Jungen Piraten wird in diversen Varianten verwendet, u.a. auch in einer gespiegelten Version, so dass das schwarze Segel, das ja auch als „P“ für die Piraten steht, nicht mehr als solches zu erkennen ist.
- Das Logo wird auf den Werbeflyern nicht verwendet
- Kein erkennbares Gestaltungskonzept (Farbe, Typo, Umgang mit Bildern, Layout)
- Kein Wiedererkennungswert



Corporate Design der Jungen Piraten

Aktuelle Situation - Fazit:

Das Logo der Jungen Piraten verrät zu wenig über ihre Persönlichkeit und ist nicht prägnant genug.

Der Zusammenhang zur Piratenpartei ist nicht sofort erkennbar.

Hinsichtlich der aktuellen Werbung und Kommunikation (Web und Print) fehlt ein einheitliches visuelles Erscheinungsbild.

Mein Vorschlag ist, für die Jungen Piraten ein Corporate Design zu entwickeln, das ihnen ein konsequent gestaltetes und professionelles Erscheinungsbild gibt. Damit soll u.a. erreicht werden, dass die Werbung der Jungen Piraten effektiver wird und dass ein großer Wiederkennungswert geschaffen wird.

Auf den folgenden Seiten ist zunächst ein Entwurf für ein neues Logo als Ausgangspunkt für ein neues Corporate Design zu sehen.

Wenn der Vorschlag gefällt, dann bin ich gerne bereit in Zusammenarbeit mit der AG Öffentlichkeitsarbeit der JuPis das Corporate Design der Jungen Piraten auszuarbeiten, entsprechende Guidelines zu erstellen und Werbematerial auszuarbeiten.

Corporate Design der Jungen Piraten

Logoentwurf



Das Logo besteht aus der kreisförmigen Bildmarke mit dem schwarzen Segel auf der einen Seite und dem rechteckigen Block mit dem Schriftzug auf der anderen Seite. Somit ist der Aufbau grundsätzlich der gleiche wie beim Logo der Piratenpartei.

Ergänzt wird die Bildmarke bei den Jungen Piraten durch ein stilisiertes Piratentuch, das um das Signet wie um einen Kopf gewickelt ist. So wird die junge und „aufmüpfige“ Wirkung noch verstärkt.

Auch der fette schwarze Rahmen unterscheidet das Logo von dem der Piratenpartei und gibt ihm einen kräftigen und selbstbewussten Charakter.

Corporate Design der Jungen Piraten

Logoentwurf



Farbig auf weißem Hintergrund



Schwarz-Weiß auf weißem Hintergrund



Kleine Version