

„WIR SIND
NICHT
NORMAL.“

MAGAZIN | AUSGABE 1

INHALT

- 4 Q-BASICS
Weltweite Qualitätsinitiative bei BOSCH – aus unserem Hause stammt das visuelle Konzept
- 6 MIT KOPF, HERZ UND HAND
Konventionelle Strukturen brechen, Inhalte zielgruppengerecht aufbereiten und emotionalisieren – eine neue Werkstrategie für das Bosch-Werk Blaichach/Seifen
- 10 ICH HATTE EINEN TRAUM
Was uns antreibt und weiterbringt
- 12 STRAHLENDES WAHRZEICHEN
Eine Vision wird Wirklichkeit – Bierwürfel im XXL-Format
- 14 GO SNOW
Ob Sommer oder Winter – neue Marketingstrategien
- 16 ALLE JAHRE WIEDER
Ein Event der besonderen Art lockt jedes Jahr tausende Besucher in´s Allgäu
- 18 HOCH HINAUS
Langjährige Zusammenarbeit auf internationaler Ebene

WIR SIND

... DENKER, BERATER, STRATEGEN,
VISIONÄRE, INSZENIERER, TEXTER,
GESTALTER, MACHER, DRUCKEXPER-
TEN, WEBDESIGNER, WERBETECH-
NIKER. WIR ENTWICKELN UND REA-
LISIEREN SINNVOLLE, INTELLIGENTE,
ÜBERZEUGENDE KONZEPTE, DIE BEI
IHNEN UND IHREN KUNDEN IN ER-
INNERUNG BLEIBEN. FORDERN SIE
UNS HERAUS! WIR SIND BEREIT FÜR
IHRE AUFGABE.



4

KUNDE BOSCH, ZENTRALE QM
PROJEKT QUALITÄT
KONZEPT & VISUALISIERUNG
WELTWEITER VERTRIEB

Wertstrom Q-Basics



Exzellente Qualität ist eines der wichtigsten Themen in Fertigungsunternehmen. 2014 startete BOSCH weltweit eine große Qualitätsinitiative. 14 Q-Prinzipien für den Wertstrom wurden dabei definiert. Wir wurden mit der Aufgabe betraut, ein Visualisierungskonzept zu entwickeln und eine Strategie für den weltweiten Rollout zu konzipieren. Bei der Herangehensweise war ausschlaggebend, ein Zeichensystem zu kreieren, das von Betrachtern jeder Kultur in kurzer Zeit verstanden wird und komplexe Inhalte einfach darstellt. Unser Anspruch war weiters, dass alle entwickelten Piktogramme grafisch klar erkenntlich aus der gleichen Familie stammen.

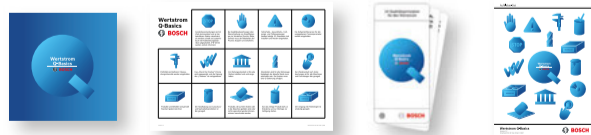
PRINZIP 9 VON 14

EIN EINFACHES ZEICHENSYSTEM, DAS
VISUELL MARKANT UND WIEDERER-
KENNBAR IST UND AUF DER GANZEN
WELT VERSTANDEN WIRD



Q-Basics Kommunikationsmittel

Broschüren, Plakate, Fächer oder Aufkleber in 11 verschiedenen Sprachen vermitteln die Q-Basics Themen in den BOSCH-Werken. Projektierung, Produktion und Logistik werden als Komplettpaket von uns abgewickelt.



**INN
OVATION
TION**

MIT KOPF, HERZ & HAND

Die Aufgabe bestand darin, die komplexen Zusammenhänge zwischen neuen Technologien, Geschäftsmodellen, globalen Marktentwicklungen, allgemeinen Trends und schließlich der daraus resultierenden Strategie vom BOSCH Werk „BhP“ neu zu strukturieren und zu visualisieren. Wichtig war zudem die Identifikation der Belegschaft mit der neu ausgerichteten Strategie des Unternehmens. Dazu galt es die Inhalte zielgruppengerecht aufzubereiten und zu emotionalisieren. Es entstand ein Visualisierungs- und Kommunikationskonzept für „Kopf, Herz und Hand“.

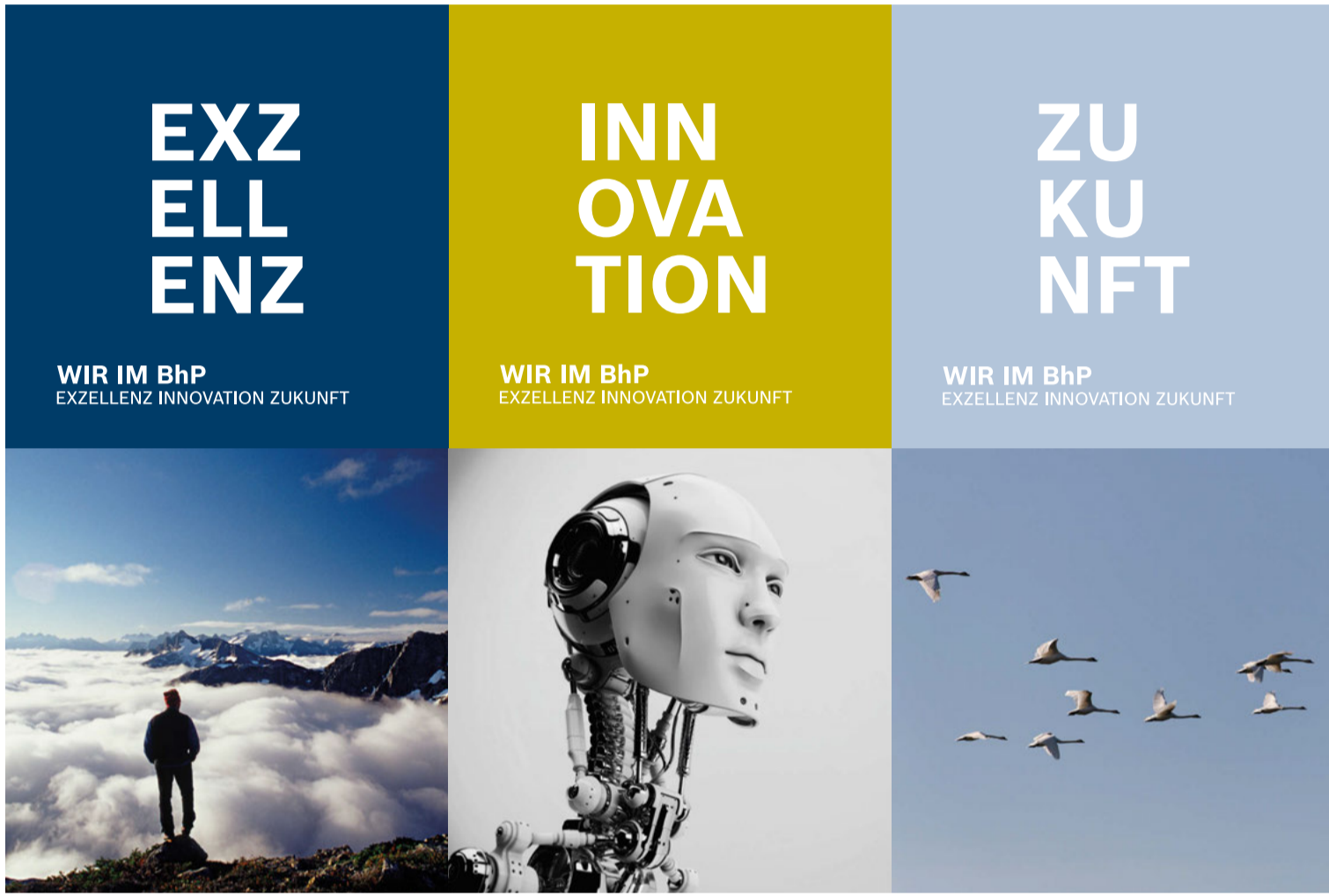
Der Strategie-Setkasten wurde konzipiert, um die in Workshoprunden gemeinsam entwickelten Kernaussagen der einzelnen Strategiefelder gegenüber dem Mitarbeiter zu vermitteln und ihm seine Themengebiete näher zu erläutern. Das spielerische und haptische Erlebnis hilft dabei, dass die Inhalte schneller erfasst werden können und in Erinnerung bleiben. 220 Setzkästen wurden als Einzelanfertigung hergestellt und an die Führungskräfte ausgegeben.

Material: Aluverbund
Druckverfahren: Siebdruck
Verarbeitung: Konturfräsung
in Schaumstoffinlay eingelegt
Verpackung: Stülpedeckelkarton
im Siebdruck bedruckt



8

KUNDE BOSCH, BHP
PROJEKT STRATEGIE
KOMMUNIKATIONSKONZEPT
& VISUALISIERUNG



Das dunkle Blau (Bosch Blau 100) stellt die sachliche und analytische Sichtweise dar. Es steht für Zahlen, Daten und Fakten, an denen wir arbeiten müssen bzw. bei denen wir Exzellenz erreichen wollen.

Die Farbe Gelb (Bosch Gelbgrün) steht für Innovation, Kreativität, Spiel und den Mut, auch Risiken einzugehen, um Neues zu entdecken. Gelb wird auch mit einer guten Stimmung, Sonnenschein und Leichtigkeit gleichgesetzt.

Für die Zukunft war das Bosch Blau 25 die erste Wahl. Diese Farbe symbolisiert den Himmel, der für uns alle Zukunft bedeutet.

WIR IM BHP
EXZELLENZ INNOVATION ZUKUNFT

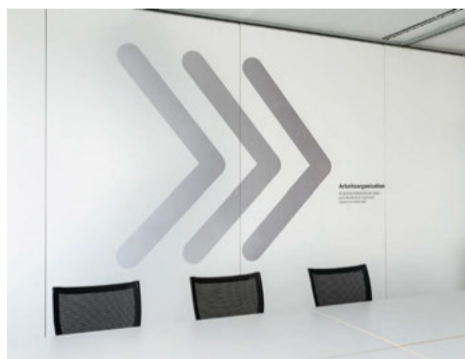




Rupert Hoellbacher
Technischer Werkleiter BOSCH, BHP

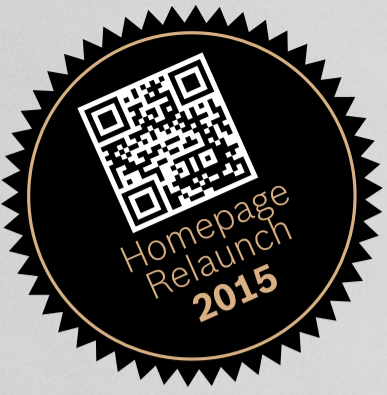
„Damit haben wir überhaupt nicht gerechnet.“ Zunächst einmal waren wir bei der ersten Präsentation des Visualisierungskonzeptes völlig überrascht – fanden aber die komplett neue Herangehensweise charmant und überzeugend. Die Zusammenarbeit mit der Agentur zeigt, wie wichtig der Blick von außen auf vorhandene konventionelle Strukturen und Kommunikationswege ist. Ausschlaggebend für die erfolgreiche Implementierung der neuen Strategie war die intensive Betreuung während des kompletten Entstehungsprozesses. Unsere Mitarbeiter lernen im Zuge des Rollouts die strategischen Elemente nicht nur über unsere klassischen Medien kennen, sondern auch auf spannende Art und Weise an hoch frequentierten Plätzen im Werk oder über Give-Aways, die im Kopf bleiben, wie unsere eigens kreierte „Strategie-Schokolade“.

Die mutige und engagierte Umsetzung wurde belohnt – wir erhielten dieses Jahr einen Award für die innovative Werkstrategie. Das bestätigt uns allen die erfolgreiche Zusammenarbeit.



Strategie-Rollout in den Bürogebäuden
oben: Aus einem ehemals tristen Traglastenaufzug konzipierten wir einen visionären Raum.
links: Das Bildmotiv „EXZELLENZ“ schmückt als überdimensionaler Lightframe den Vortragssaal.
mitte: Das Piktogramm „Arbeitsorganisation“ dominiert als grafisches Element die Wandgestaltung im gleichnamigen Besprechungszimmer (Umsetzung: Digitaldruck/Folientechnik).
rechts: Auch im Treppenhaus begegnet man der Strategie (Umsetzung: Plexiglas hinterdruckt).

JEDE BEGEGNUNG VON MENSCH UND MARKE IM RAUM IST DIE CHANCE, DEN DIALOG ZWISCHEN BEIDEN ZU BEGINNEN ODER FORTZUFÜHREN.



ICH HATTE EINEN TRAUM

Ich erzähle jetzt nicht von einem dieser Träume, die uns nachts überfallen und am Morgen wieder langsam aus dem Gedächtnis schwinden. Dieser Traum ist auch keine Tagträumerei, ich steuere ihn nicht bewusst und er entsteht auch nicht aus Unaufmerksamkeit. Ich könnte niemals tagsüber träumen, dafür bin ich viel zu ungeduldig. Der Traum von dem ich spreche ist größer. Ich spüre ihn seit etwa fünf Jahren, er bleibt in mir und wächst. Und wenn ich ehrlich bin, dann weiß ich gar nicht, ob ich mich darüber freuen soll oder davor fürchten muss. Manchmal erlischt das Licht an meinem Schreibtisch wochenlang erst spät in der Nacht. Das macht mir nichts aus, weil ich mich bewusst dafür entschieden habe. Meine Neugier treibt mich an und wenn ich einmal drei Tage ausspanne, dann werde ich nervös, will wieder los, immer weiter, bloß nicht runterkommen. Wahrscheinlich wird die Erfüllung meines Traums die größte Herausforderung meines Lebens. Ist das nicht verrückt? Aber ich habe keine Angst davor, denn ich brenne für meine Arbeit und freue mich, immer mehr Menschen damit zu entzünden.

*Elena Elsner
Kommunikationsdesignerin
Artdirektion, Elsner Design GmbH*





ZÖTLER BIERTURM – EIN WAHR- ZEICHEN

In Verbindung mit dem Neubau unseres Besucherzentrums haben wir intensiv über das Thema ‚Marken-Präsentation am Sudhausturm‘ diskutiert. Leider kamen wir intern zu keinem begeisternden Ergebnis. In dieser Situation beauftragten wir die Agentur elsner design aus Kempten, eine Lösung auszuarbeiten. Der Vorschlag der Agentur, den Turm vollständig zu verkleiden und in einen „Bierwürfel“ zu verwandeln, brachte dann den Durchbruch. Die Gesellschafter und Mitarbeiter unserer Brauerei waren spontan von dieser Idee begeistert! Sieben Jahre später wurden die Banner vollständig erneuert und bei dieser Gelegenheit auch das Design überarbeitet und auf einen aktuellen Stand gebracht. Die Illumination des Sudhausturms bringt das außergewöhnliche Wahrzeichen insbesondere bei Nacht zur Geltung.

Herbert Zötler

Eine Vision wird Wirklichkeit. Unsere Nähe zur Brauerei und die Affinität, außergewöhnliche Akzente zu setzen, waren Vater des Gedankens, diesen Brauereiturm besonders in Szene zu setzen. Auf eine prinzipielle Machbarkeitsstudie folgten detaillierte Vorschläge zur Realisierung – von der benötigten Unterkonstruktion an der Fassade bis zur Illumination.

Als digitale Animation, später auch anhand eines maßstäblichen Dummies erfolgten die Präsentation beim Kunden und die finale Abstimmung zur Umsetzung. Die Haltbarkeit der Druckfarben und des Materials liegt bei ca. 7 Jahren. Die Unterkonstruktion ist so beschaffen, dass ein Austauschen der Banner problemlos gewährleistet ist.



Unterkonstruktion: Metallskelett an der Fassade

Material: über 500 m² Meshbanner

Druckverfahren: Digitaldruck

Verarbeitung: randverstärkt, konfektioniert mit Hohlsäumen, Ösen, Zurrbändern, Klett- und Flausch

Montage: 1 Hebekran

4 Industriekletterer

Montagezeit: ca. 3 Tage





Der umfassende Relaunch von Corporate Image und Corporate Design beinhaltete nicht nur die Gestaltung und Umsetzung in den klassischen und neuen Medien. So erfolgte auch die Realisierung von Hinweistafeln, umfassenden Leitsystemen im Shop- und Pistenbereich, veredelten Textilien für die Mitarbeiter, Werbebannern und Großflächenplakaten.

GO
SN
OW



NTC
SPORT
Oberstdorf





MOMENTE, DIE BERÜHREN, BEWEGEN UND BEGEISTERN. ALLE JAHRE WIEDER.

So kann man die Aufgabenstellung an uns zusammenfassen – ein Corporate Design, das eine hohe Wiedererkennung gewährleistet und andererseits flexibel genug ist, bei der jährlich neuen Gestaltung der sehr umfangreichen Prints immer wieder zu überraschen. So beinhaltet das Konzept nicht nur Geschäftspapiere und Infobroschüren, sondern auch Plakate, Banner, Großflächen, Inserationen oder etwa Hinweistafeln, die jährlich neu gestaltet und umgesetzt werden.

Stille Nacht

17

KUNDE
ERLEBNIS-WEIHNACHTSMARKT
BAD HINDELANG
PROJEKT
CORPORATE DESIGN &
REALISIERUNG PRINT / NON-PRINT



**Erlebnis-
Weihnachts-
Markt**
Bad Hindelang

Im Siebdruck-, Digitaldruck- und Folientechnik-Verfahren fertigen wir für unseren langjährigen Kunden Liebherr u.a.

- Warnschilder
- Typenschilder
- Hinweisschilder
- Banner für Kranausleger
- Traglastschilder
- Bedienfolien
- Folientastaturen
- Dekorelemente
- Design- & Markenelemente

VORSCHAU

Schwerpunkt unserer nächsten Ausgabe sind unsere Geschäftsbereiche Siebdruck, Digitaldruck und Werbetechnik.





Elsner GmbH
Oberau 1 · 87509 Immenstadt
Telefon 08327 924-0 · Fax 924-20
kontakt@elsnerwerbung.de
www.elsnerwerbung.de

Elsner Design GmbH
Immenstädter Str. 15 · 87435 Kempten
Telefon 0831 52319-0 · Fax 52319-20
info@elsnerwerbung.de
www.elsnerwerbung.de

elsner AGENTUR . DRUCK . WERBETECHNIK .