

Büro Sieber aus Schwäbisch Gmünd entwickelte neues Corporate Design für GSB International

Logos und Marken müssen deutlich sein

Von Oliver Hafner

Was viele in der Region vielleicht nicht wussten, die GSB International (Gütegemeinschaft für die Stückbeschichtung von Bauteilen), mit Mitgliedern aus mehr als 20 Nationen, ist seit vielen Jahren mit ihrer Geschäftsstelle in Schwäbisch Gmünd ansässig. Das Corporate Design der GSB wurde in den letzten Monaten grundlegend von Büro Sieber überarbeitet; Anlass für uns, mit dem Geschäftsführer der GSB, Manfred Junkert und mit dem Designer Rudolf Sieber über die Vorgehensweise solch umfassender Änderungen zu sprechen.

Die GSB International entwickelt seit 1977 Güte- und Prüfbestimmungen zur Beschichtung von Bauteilen aus Aluminium und Stahl und sichert so den internationalen Qualitätsstandard für Beschichtungen. Geprüfte und zertifizierte Mitgliedsfirmen tragen als Zeichen ihrer Qualitätsproduktion das GSB-Gütesiegel. Dieses Gütesiegel gibt dem Metallbauer, Bauherren und Architekten die Sicherheit, dass die durchgeführten Beschichtungen an Fenstern, Türen und Fassadenelementen dem neuesten



Rudolf Sieber (li) und Manfred Junkert mit den neuen Gütesiegeln.

Stand der Technik entsprechen.

Manfred Junkert: „Unsere Gütegemeinschaft gebrauchte bisher unterschiedliche Zeichen und Marken, die die historische Entwicklung widerspiegeln. Insgesamt kamen vier Zeichen zum Einsatz, die ein sehr unterschiedliches Aussehen hatten und nicht mehr erkennbar auf die GSB International verwiesen.“

Rudolf Sieber: „Und das war der eigentliche Ansatz. Logos und Marken müssen heute, in einer Zeit, in der Kommunikation ohne Zeit- und Raumgrenzen stattfindet, in ihrer visuellen Erscheinung deutlich sein. Selbstständige und einprägsame Darstellungen steigern die Merkfähigkeit. Für die GSB wurden aus diesem Grund das Logo ebenso wie die Gütezeichen neu gestaltet.“

Das neue Logo der GSB wurde „vorsichtig entwickelt“, wie Sieber betont, „denn die Stilmittel und die darin enthaltene Tradition des angestammten Logos sollten nicht verleugnet werden“. Das neue GSB-Logo wurde in die neuen Gütesiegel integriert, „das GSB-Logo wird so zum Garant für das Gütesiegel“.

Was ist zum Zeitstrahl eines solchen Projektes zu sagen?

Manfred Junkert: „Für eine Organisation wie die GSB International darf man hier schon mehrere Monate einplanen. Rudolf Sieber hat auf unserer international besetzten Mitgliederversammlung im Mai dieses Jahres im Hamburger 'Hotel Hafen' sein Dreijahreskonzept zur Markenbildung präsentiert, der Vorstand hat sich für das Projekt ausgesprochen. Im Oktober nun konnten wir unseren Mitgliedern die neue Gestaltung präsentieren.“

Rudolf Sieber: „Gerade in diesem sensiblen Bereich darf man den Zeitfaktor nicht unterschätzen, schon allein aus dem Grund, da alle Betroffenen rechtzeitig informiert und eingebunden sein müssen. Nachdem die Mitglieder im Oktober informiert wurden, haben wir für die erste Dezemberwoche einen Infobrief für die gesamte Branche entwickelt, der europaweit versandt wurde, an Nichtmitglieder ebenso wie an Mitglieder. Zur Zeit stehen die neuen Gütesiegel, die ab 1.1.06 gültig sein werden, schon im Internet zum Download bereit.“

Vielleicht noch ein Aspekt zur Gestaltung der neuen Gütesiegel?

Rudolf Sieber: „Ja, warum sehen die Gütesiegel so aus wie sie aussehen. Zu Beginn einer solchen Arbeit ist ja noch alles möglich. Ideen werden entwickelt und wieder verworfen, bis sich erste erfolgsversprechende Wege abzeichnen. Im vorliegenden Fall wollten wir letztendlich, dass die neuen Gütesiegel an traditionelle Wappenformen erinnern. Denn Wappen hatten ja schon immer die Aufgabe etwas Positives über ihre Träger auszusagen. So wie auch heute diese Gütesiegel eine positive Aussage zur Produktqualität ihrer Träger treffen.“



Mit diesem Sonderdruck wurden die Mitglieder der GSB International zum neuen Corporate Design informiert.