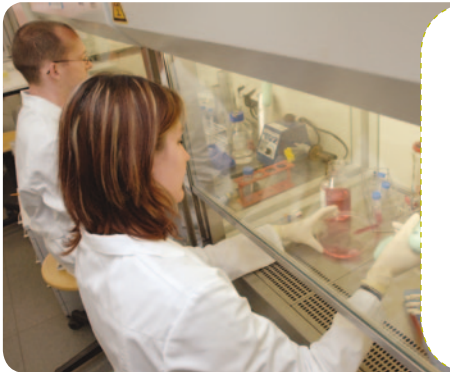


ERSCHEINUNGSBILD



Universität Ulm

Die Uni Ulm gehört zu den „Jüngeren“ in der universitären Bildungslandschaft. In vier Fakultäten werden Bachelor-/Masterstudiengänge absolviert. Die Lage inmitten der Wissenschaftsstadt Ulm ist perfektes Umfeld für Studium und Karriere. Die Uni hat sich für zambrino entschieden und mit der Entwicklung der Corporate Identity und Corporate Design Strategie beauftragt.



unser Fazit

Es ist uns gelungen, ein homogenes Erscheinungsbild zu entwickeln, welches die unterschiedlichen Anforderungen der Fakultäten und Institute berücksichtigt.

Die Übertragung in alle Fakultäten, Institute und Bereiche wurde sukzessive vorgenommen. Ein wesentlicher Aspekt war auch, die Universität Ulm vermehrt „in der Stadt“ anzutreffen. Dank einheitlichem Erscheinungsbild und steter Präsenz ist dies gelungen.

die Herausforderungen für die Marketing-Kommunikation

Bislang hatte jede Fakultät, jedes Institut, jeder Bereich komplett freie Hand, was die Erstellung von Informations- und Werbematerialien angeht. Es war also u.a. sehr viel Überzeugungsarbeit - unterstützt durch intelligente Konzepte - gegenüber internen Stellen gefordert.

die Zielsetzung unseres Kunden

Eine vergleichsweise kleine Universität (im Landesvergleich) möchte sich u. a. durch Studienangebote, Studienqualität und einem zeitgemäßen Erscheinungsbild in den vorderen Rängen platzieren. Wie kann die Universität das Image erhalten, welches sowohl beste Studierwillige als auch ausgezeichnete Forscher, Wissenschaftler und Lehrbeauftragte nach Ulm bringt?

die Meilensteine

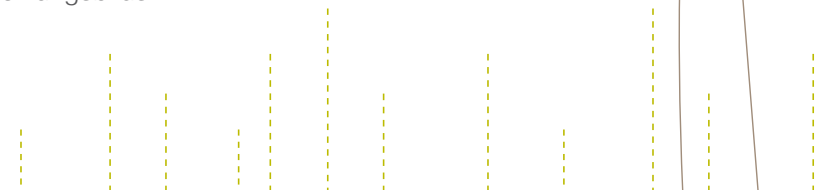
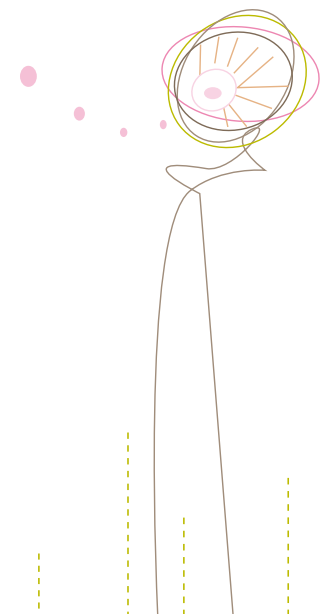
Schritt 1: Wettbewerbspräsentation, Auswahl für zambrino aus vier Agenturen

Schritt 2: Intensive Analyse, Interviews, Besichtigungen in/um den Campus.

Imagerecherche im und außerhalb des Campus.

Schritt 3: Kernwerte festhalten, in Abstimmung mit dem Präsidium der Uni Ulm.

Schritt 4: Planung, Umsetzung und Einführung eines neuen Erscheinungsbilds.



ERSCHEINUNGSBILD

unsere Zusammenarbeit

1. Analyse

- Sichtung von ca. 500 verschiedenen werblichen/informativen Materialien
- Bestandsaufnahme
- Herausfiltern der Stärken und Schwächen
- Interviews mit verschiedenen Zielgruppen-Stichproben
- Workshop mit dem Präsidium, Kanzler und einem ausgewählten Fachpersonenkreis

2. Konzept

- Verabschiedung der zentralen Positionierung durch das Präsidium
- Entwicklung des Grundlagenpapiers
- Aufbau einer ersten Kommunikationsplanung
- Budgetierung
- Terminierung

3. Umsetzung

- Logoentwicklung
- Aufbau Erscheinungsbild
- Bildsprache
- Fotosessions im Campus und in der Stadt
- Entwicklung Farbklima
- Typografiestudie
- Raster
- Hierarchieebenen der Informations- und Werbematerialien entwickeln
- CD-Manual

4. Qualitätskontrolle

- regelmäßige Zwischenberichte und Abgleich
- Einholen von Rückmeldungen
- Verarbeiten für die Prozessfortsetzung
- regelmäßige Weiterentwicklung der Grundlagen

die Maßnahmen

- Recherchen
- Interviews mit Präsidium, Studierenden, Studierwilligen, Politik, Öffentlichkeit
- Workshops
- Grundlagenpapier, Definition der Kernwerte
- Maßnahmenplanung für 2 Jahre
- Erscheinungsbild
- Logo
- Corporate Design Manual
- Geschäftsausstattung
- Informations- und Werbemittel
- Messen
- Merchandising
- Magazin
- Internet
- Jahresbericht



zambrino unternehmergesellschaft
haftungsbeschränkt
baurengasse 10, 89073 Ulm
0731 67795
dialog@zambrino.eu
www.zambrino.eu