



Das Unternehmen Damm & Johanning wurde 1933 gegründet und ist ein traditionelles inhabergeführtes Familienunternehmen. Es hat sich als Elektrofachhandel und Elektronikgroßhandel mit Sitz in Bielefeld etabliert. Die Aufgabe bestand darin einen zeitgemäßen, repräsentativen Beratung- und Verkaufsraum mit angebundenem Showroom zu planen.

„Das Entwurfsziel“, so erläuterte René Kottmann, „war einerseits die Einbeziehung des Corporate Identity Logos und dessen Farben, um Professionalität, Wiedererkennung und Vertrauen zu schaffen. Andererseits musste der Eigencharakter der Räume – in diesem Fall Loft- und Industriecharakter – erhalten bleiben, damit die Marketingstrategie nicht zu sehr im Vordergrund steht.“

Das bereits vorhandene und etablierte CI-Logo mit dem Kometen als Bildmarke und die Farben Grau und Rot hinter weißem Hintergrund waren die erste Inspirationsquelle, die sich den Gestaltern für das CD-Konzept anboten. Da das CI-Logo mit Bild- und Wortmarke an der Hausfassade, an Fahrzeugen, in Imagebroschüren, in Produkt- und Dienstleistungsblätter oft auftaucht, wurde beim Raumkonzept auf die Wortmarke „Damm & Johanning“ bewusst verzichtet. Da die visuelle Wahrnehmung beim Menschen besonders stark ausgeprägt ist, können Bilder, Formen und Farben im Vergleich zu Texten sowohl die Aufmerksamkeit stärker

Corporate Design in der Unternehmens-Innenarchitektur

Die Marke klar positioniert



Die Empfangstheke und die raumteilende Wand sind im unteren Teil mit einer Betonbeschichtung versehen, um den Loft-Eindruck zu verstärken. Die Einbeziehung des Logos und der Farben Rot, Grau und Weiß schaffen Wiedererkennung



In vier Vitrinen werden ausgewählte Elektronikartikel ins rechte Licht gerückt und edel präsentiert

erregen und auch wesentlich länger im Gedächtnis haften bleiben. Daher haben die Entwerfer, René Kottmann und Tim Methfessel, lediglich die Bildmarke – den feuerroten Komet – zweimal plastisch an den abgerundeten Enden der raumteilenden Wände aufgenommen. Des Weiteren tauchen die CI-Farben Rot, Grau und Weiß an Wänden, Möbelementen und an der Wandgestaltung auf. Vom Eingang aus gelangt man zuerst in die lang gezogene Ausstellung. Auf der Fensterseite stehen zwischen den Fenstern vier maßgefertigte Vitrinen, in denen ausgewählte Elektronikartikel präsentiert werden. Die Vitrinen erhielten graue und weiße HPL-Oberflächen von Abet und wurden mit LED-Einbauleuchten von Hera ausgestattet, welche das Sortiment bestens ausleuchten und ins rechte Licht rücken. Auf der rechten Seite sieht man über die gesamte Länge des Raumes ein ansprechendes Wandbild mit elektronischen Komponenten

wie Bildschirme, Stecker und Platinen. Dieses individuell angefertigte Wandbild ist auch ein Teil des CD-Konzepts und richtet sich nach den CI-Vorgaben. Es nimmt, wie bei der bereits vorhandenen Internetseite, ein sattes Blau auf und bildet einen attraktiven Kontrast zu den restlichen Farben. Der Künstler Tim Methfessel von der Firma Farbelhaft sowie das Planungsteam des Innenausbauers F. & O. Lamm haben sich im Bereich Brandart und Corporate Design spezialisiert. Durch die interdisziplinäre Zusammenarbeit entstanden mehrere Wandbilder die sich thematisch mit dem Medium Elektronik auseinandersetzen. Sie schaffen die Verbindungen zum angebotenen Sortiment und Erweiterungen der Wandelemente. Diese Art von Kunst nennt man Corporate Art – Unternehmenskunst. Bei Corporate Art handelt es sich um unternehmensbezogene Kunst, die sich mit dem Selbstbild, mit den Produkten, oder den Werten des Unternehmens beschäftigt. Hier



Die Räume sind von Dynamik geprägt. Die Wandgestaltung verbindet die Wand hinter dem Tresen und einer gekofferten Wand mit Tragsystem

wurde auch das Logo bewusst nicht einbezogen, um die künstlerische Schiene zu wahren. So wurde die Bildmarke nur zweimal an den abgerundeten Enden der raumtrennenden Wände eingesetzt. Unternehmer, die in Unternehmenskunst investieren, zeigen dem Kunden und Mitbewerbern den ausgeprägten Individualitätsausdruck. Nur wenige Unternehmen nutzen den Begriff „ganzheitliche Gestaltung“ in all seinen Facetten. Wahre Identitätsentwicklung entsteht durch regelmäßige und konsequente Kommunikation und durch die Schaffung klarer Differenzierungsmerkmale. Dieses schafft Vertrauen, der Kunde weiß, dass dieses Unternehmen immer für seine Belange da ist. Ganzheitliche Gestaltung stärkt die Kompetenz. Sie

verstärkt zudem die individuelle Betreuung der einzelnen Kunden. Von der Ausstellung aus gelangt man in den Verkaufs- und Beratungsraum, wo sich rechts eine gekofferte Wand mit horizontalem Tragsystem befindet. Das Tragsystem dient der individuellen Aufnahme von Böden, Warenträger oder Prospekthalter. Bei Schulungen und Produktvorstellungen können diese komplett entfernt oder umdekoriert werden. Die beiden großzügigen, hohen Räume, die großen Fenster und die massiven Stürze waren industrieller Natur. Um diesen industriellen, loftartigen Eindruck zu verstärken wurden die raumteilenden Wände, die gekofferte Wand, das Treppengeländer und der Empfangstresen im unteren Bereich mit einer Beton-

beschichtung versehen. Diese Beschichtung zeigt Poren, Risse und Schattierungen wie echter Beton auf. Hinter der raumteilenden Wand befindet sich eine Teeküche. Die zweite Wand hinter dem Empfang verdeckt die Zugänge zu Büroräumen und zum Kleinteilelager. Hier schafft die aufgesprühte Unternehmenskunst eine Verbindung zwischen der gekofferten Wand und der Wand hinter dem Empfang. Das rote Band inklusive der roten Vitrinen wird mit Elektroleitungen weitergeführt, die durch Blitze miteinander verbunden werden. Hier hat der Künstler bewusst das Zusammentreffen der Blitze hinter der Theke gewählt – da, wo der Funke vom Verkäufer auf den Kunden überspringen soll. ■



Je nach Blickwinkel ergeben sich ansprechende Wandbilder und eröffnen neue Perspektiven

Konzept & Entwurf:
René Kottmann

Wandgestaltung:
Tim Methfessel

Innenausbau:
F. & O. Lamm GmbH, Bielefeld

Fotos:
Andreas Neumann

Fotorechte:
René Kottmann & Tim Methfessel

Wissenswertes

Corporate Design und Corporate Art

Unter Corporate Design (kurz CD) versteht man die Unternehmenserscheinung. Es wird als die visuelle Identität verstanden, wie Kommunikationsmittel und Produktdesign, die als Erscheinungsbild Teil der Corporate Identity ist. Corporate Identity steht für Unternehmensidentität. Corporate Design findet Anwendung bei der Gestaltung von Visitenkarten, Schildern, Arbeitskleidung, Geschäftspapieren, Internetpräsenz, Möbeldesign, Innenarchitektur usw. Corporate Design ist die Bindung an einem einheitlich sichtbaren Außenauftreten. Der Gesamtausdruck, die visuelle Ausformung und die Qualität müssen zum Image passen. Die Grundidee des Corporate Designs ist es, das Leitbild eines Unternehmens durch Gestaltungsmaßnahmen nach innen und außen optisch identifizierbar zu machen. Die konsequente Gesamtgestaltung aller Elemente dient dem Kunden zur Wiedererkennung.

Bei Corporate Art handelt es sich um unternehmensbezogene Kunst, die sich mit dem Unternehmer, mit den Produkten oder den Werten des Unternehmens beschäftigt. Am Beispiel des Elektrogroß- und Fachhandels Damm & Johanning, sieht man wie das bereits vorhandene und im Markt etablierte CI-Logo ins Interieur übersetzt wurde. Das Entwurfsziel war es, den Loft-Charakter der Räume zu wahren und das CI-Logo und Farben einzubinden. Dabei setzen sich die Wandbilder thematisch mit dem Medium Elektronik auseinander. So tauchen Monitore, Sinuskurven, Platinen und Dioden auf. Die Farben der Wandbilder richten sich ebenso nach den CI-Farben. Diese Art von Kunst nennt man Corporate Art – Unternehmenskunst.