PROJEKTBEISPIEL

Volkswagen Forschungsmagazin „Think!“

Das Forschungsmagazin als Wissens-Forum

Im Austausch mit Entwicklern, Wissenschaftlern, forschenden Einrichtungen, sowie Persönlichkeiten aus den Bereichen Soziologie, Philosophie, Kunst, Naturwissenschaften und Industrie informiert und diskutiert die Volkswagen Konzernforschung regelmäßig über Forschungsaktivitäten und -trends. Ziel ist es, aus unterschiedlichen Perspektiven und in vielen Facetten das Bild eines verantwortlich und zukunftsorientiert handelnden Konzerns zu zeigen.

Die Botschaft: Auch in Zukunft wird Volkswagen – im Dialog mit der Gesellschaft – Maßstäbe und Trends setzen, um Mobilität nachhaltig zu sichern.

Die Erscheinungsweise ist periodisch. Herausgeber sind die Konzernforschung, Bereich Zukunftsforschung und Trendtransfer und die Unternehmenskommunikation.

PROJEKTBEISPIEL

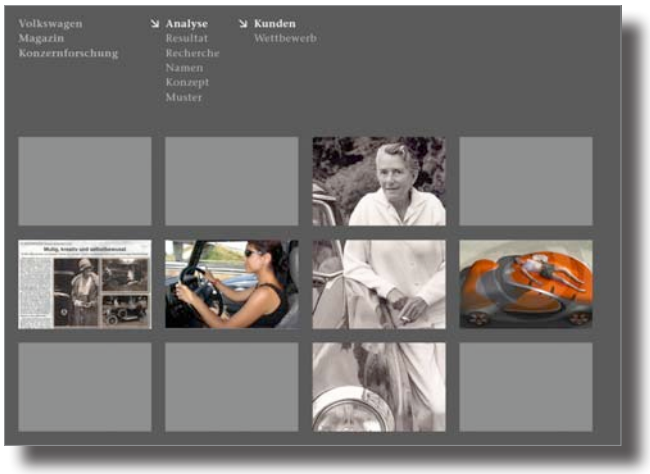
Inhalt

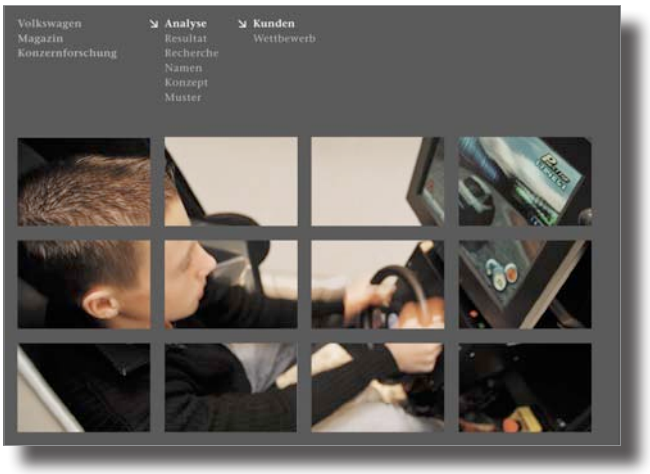
Aufgabe

Die Abteilung Zukunftsforschung und Trendtransfer der Volkswagen Konzerforschung beauftragte Bender+Büwendt, gemeinsam mit der Journalistin Lydia Schumacher, Ideen für ein regelmäßig erscheinendes Forschungsmagazin zu entwickeln.

Unsere Konzeption umfasste die Klärung der Ausrichtung: Welches sind Ziel und Zweck eines Forschungsmagazins? Welche Themen sind im Zusammenhang mit Mobilität in Wissenschaft und Forschung von gesellschaftlicher Relevanz? Welche inhaltlichen Formate und welche Gestaltung transportieren unsere Anliegen und Ansprüche?

Jede Ausgabe hat dabei ein eigenes Schwerpunktthema. Für die Erstausgabe wurde das Thema *„Zeit“* ausgewählt.





Methodik

Am Anfang standen die Fragen: Welche Bedeutung hat „Zeit“ im Zusammenhang mit Mobilität, aus der Perspektive des Kunden, der Wettbewerber und des Volkswagen Konzerns, der sowohl Automobilhersteller als auch Mobilitätsdienstleister ist. Welche Zielgruppen wollen wir erreichen und wie?

Schlussfolgerungen aus der Analyse bildeten die maßgeblichen Vorgaben für die inhaltliche und gestalterische Ausrichtung des Magazins.

>

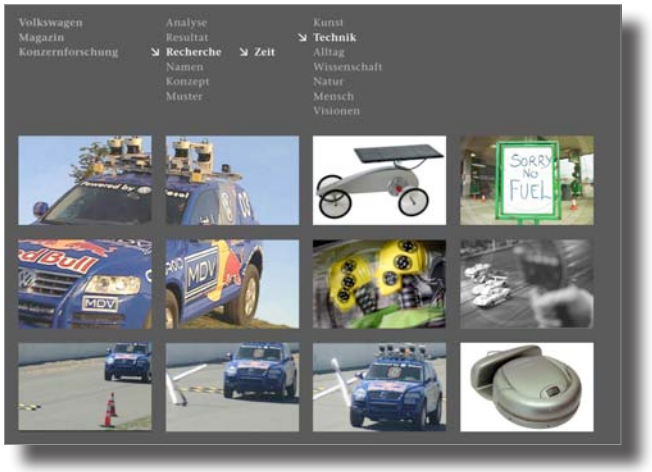
PROJEKTBEISPIEL

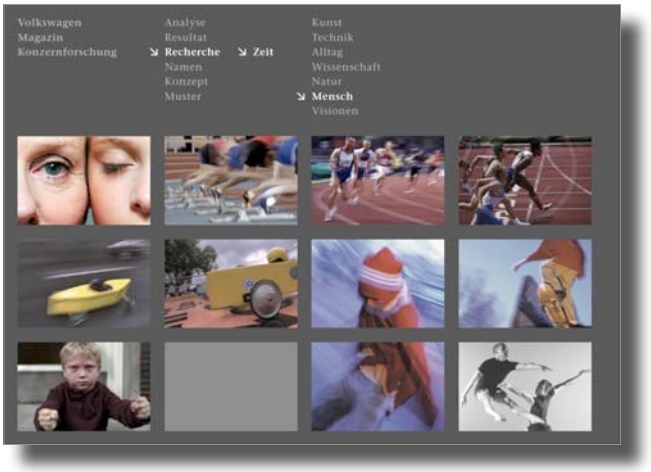
Zur Generierung der Magazin-Inhalte recherchierten wir zum Thema „Zeit“ und Mobilität zuerst in den Bereichen Kunst, Technik, Alltag, Wissenschaft, Natur, Mensch und Zukunft/Visionen. Ergebnis war eine Sammlung von Texten, Zitaten, Bildern und Filmen.

Wie kann man Meinungen und Erkenntnisse gegenüberstellen?
Wie entsteht ein Dialog?

In einem weiteren Schritt wurden die Volkswagen-internen Entwicklungsprojekte lokalisiert, in denen sich die Konzernforschung mit dem Phänomen „Zeit“ auseinandersetzt.
Parallel hierzu suchten wir den Kontakt zu Volkswagen-externen Gesprächspartnern und Meinungsbildnern, die sich in den o.g. genannten Bereichen zu dem Themenkomplex „Zeit“ engagieren.

Volkswagen-Externe und -Interne wurden von unserer Projektpartnerin und Journalisten Lydia Schumacher interviewt bzw. um Aussagen und Zitate gebeten.





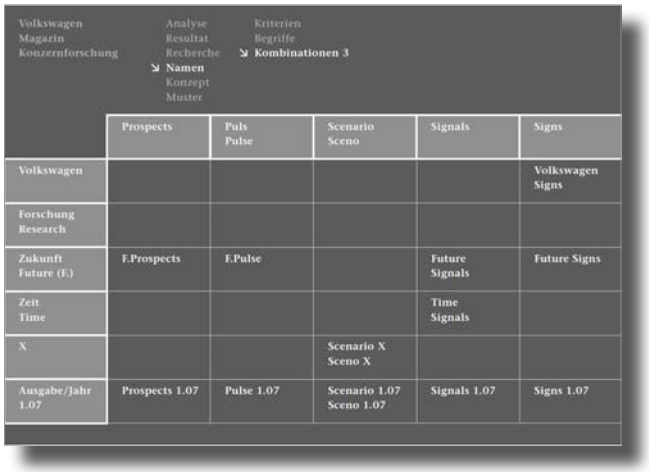
Die Visualisierung der Rechercheergebnisse aus interner und externer Perspektive erfolgte auf Moodboards. Die Zitate und Interviews untermalten dabei argumentativ als Audio-Einspielung die visuelle Präsentation.

PROJEKTBEISPIEL

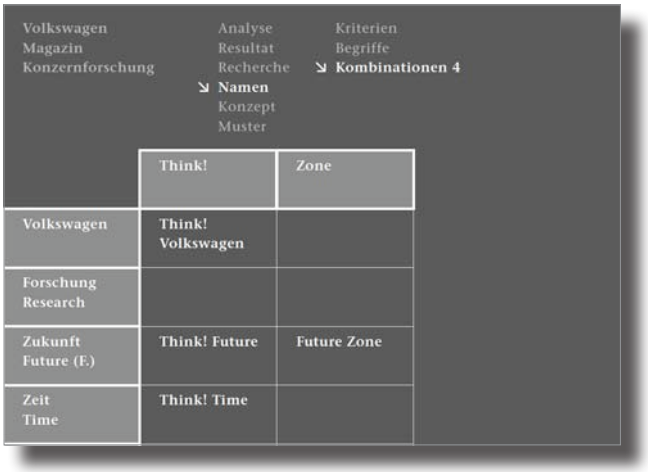
Titelfindung

Für die Findung eines Magazintitels erstellten wir eine Matrix mit ausgesuchten Begriffen, die nach folgenden Kriterien zusammengestellt wurde: Phonetik, Semantik, Originalität und Pragmatik.

Aus der Sammlung und Kombination der Begriffe wurde eine Auswahl getroffen und der Titel „Think!“ entschieden – plus dem Zusatz „Time“ – des Themenschwerpunktes der ersten Auflage: „Think!*Time*“.



Volkswagen Magazin Konzernforschung	Prospects	Puls Pulse	Scenario Sceno	Signals	Signs
Volkswagen					Volkswagen Signs
Forschung Research					
Zukunft Future (F.)	F.Prospects	F.Pulse		Future Signals	Future Signs
Zeit Time				Time Signals	
X			Scenario X Sceno X		
Ausgabe/Jahr 1.07	Prospects 1.07	Pulse 1.07	Scenario 1.07 Sceno 1.07	Signals 1.07	Signs 1.07



Volkswagen Magazin Konzernforschung	Think!	Zone
Volkswagen	Think! Volkswagen	
Forschung Research		
Zukunft Future (F.)	Think! Future	Future Zone
Zeit Time	Think! Time	

Gliederung

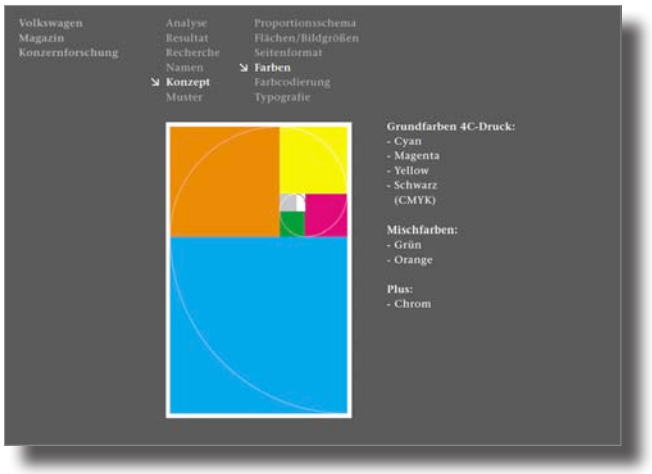
Zur Strukturierung der Inhalte und um einen lebendigen Magazincharakter zu erreichen, legten wir verschiedene redaktionelle Formate fest: u.a. Editorial, Interview/Gastkommentar, Reportage, Bericht, Brevier.

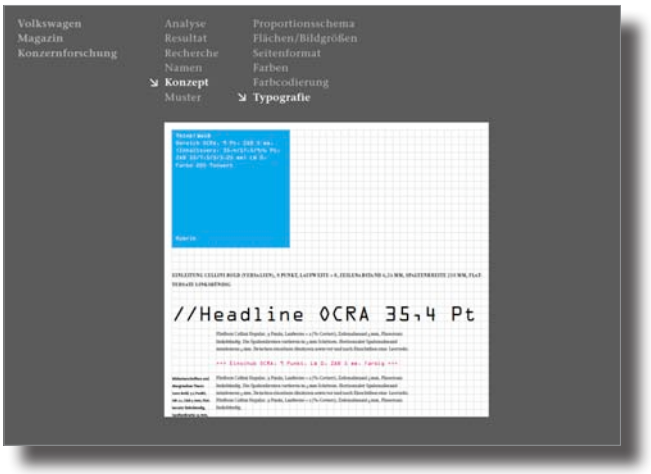
Abbildungsstil

Unterschiedliche redaktionelle Formate benötigen unterschiedliche Abbildunsgstile. Für diese Aufgabe – die dokumentarische Unterstützung oder symbolhafte Übersetzung der Inhalte – präsentierten wir unterschiedliche Fotostile auf den Moodboards, von reportagehaft, technisch/dokumentarisch bis metaphorisch.

PROJEKTBEISPIEL

Gestaltung Das Gestaltungskonzept umfasste das Format und das Magazinraster nach dem Proportionsschema der Fibunacci-Reihe und die typografische Hierarchie bzgl. Headlines, Subheadlines, Copytexten, Rubriken, Zitaten und der Paginierung.



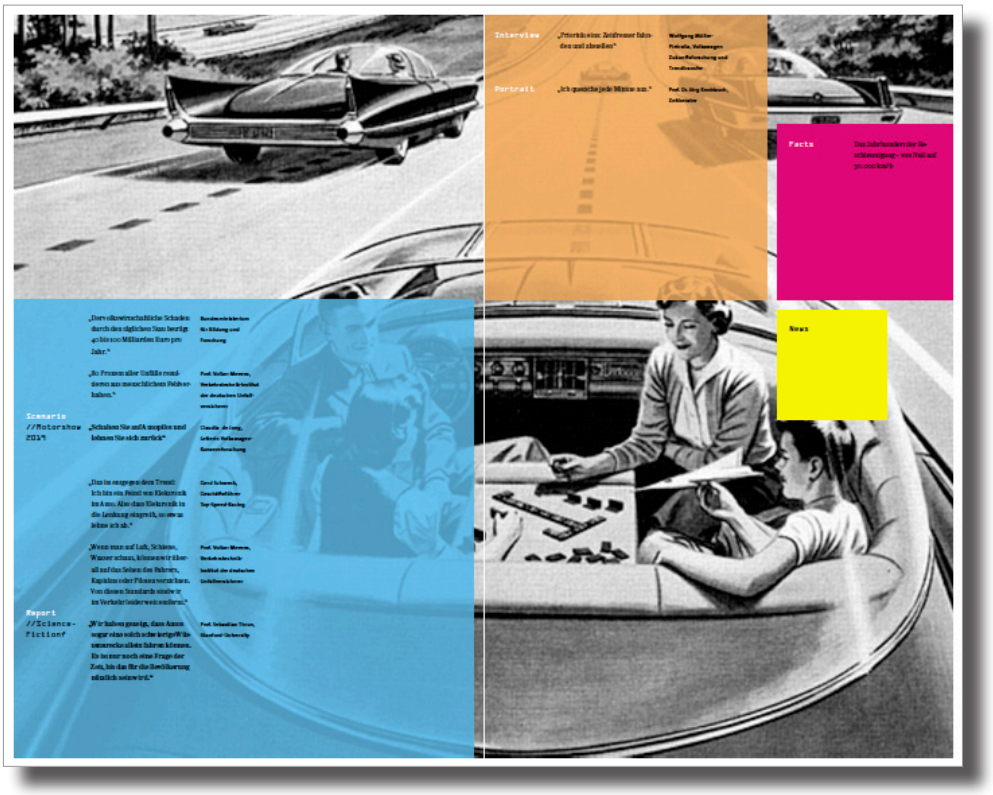


Umsetzung Wir wählten dazu ein Farbklima, das auf den Grund- bzw Mischfarben von Cyan, Magenta, Yellow, Black (CMYK) basiert und wiesen den Farben thematische Funktionen zu: z.B. Think! *Blue* Technik; Think! *Orange* Social Life; Think! *Red* Emotion; etc.

Die Ergebnisse der Konzeption und das Magazinlayouts wurden in einer Konzeptbroschüre zusammengefasst und präsentiert.

PROJEKTBEISPIEL

Gestaltung



>

PROJEKTBEISPIEL

Gestaltung

PROJEKTBEISPIEL

Kunde
Volkswagen AG
Konzernforschung/Zukunftsforschung und Trendtransfer
Brieffach 1895
38436 Wolfsburg

Ansprechpartner
Wolfgang Müller-Pietralla

Agentur
Bender+Büwendt
Design und Beratung
Tucholskystraße 24
10117 Berlin

www.bender-buewendt.de

Ansprechpartner
Axel Büwendt, post@bender@buewendt.de

Agenturprofil
- Inhalte entwickeln
- Ideen finden
- Kommunikationswege planen
- Publikationen, Benutzeroberflächen und Marken gestalten
- Projekte steuern
- Funktion und Nutzen evaluieren

Arbeiten für Volkswagen (Auswahl)
- Unternehmensbroschüre 1999 - 2005
- Benchmarking zur Unternehmensbroschüre 2005
- Autogramm Special *VolkswagenBank direkt*
- Konzeption des Forschungsmagazins *Think!*
- Medienleitfaden Volkswagen
- Berlinale-Broschüre *Volkswagen Location Tour*
- Besucherdienstflyer Salzgitter und Wolfsburg
- Besucherdienstbroschüre *Gästebuch*

PROJEKTBEISPIEL

Kunden (Auswahl)

Bibliographisches Institut GmbH, Duden, Mannheim; Giese, Hagedorn und Collegen, Personal- und Unternehmensentwicklung, CH; Bärbel Hübner, Personalentwicklung, CH; Montessori-Kinderladen-Mitte e.V., Berlin; Volkswagen AG, Wolfsburg; VolkswagenBank direkt GmbH, Braunschweig;

© **Bender+Büwendt, November 2011.**
Bitte beachten Sie das UrhG.