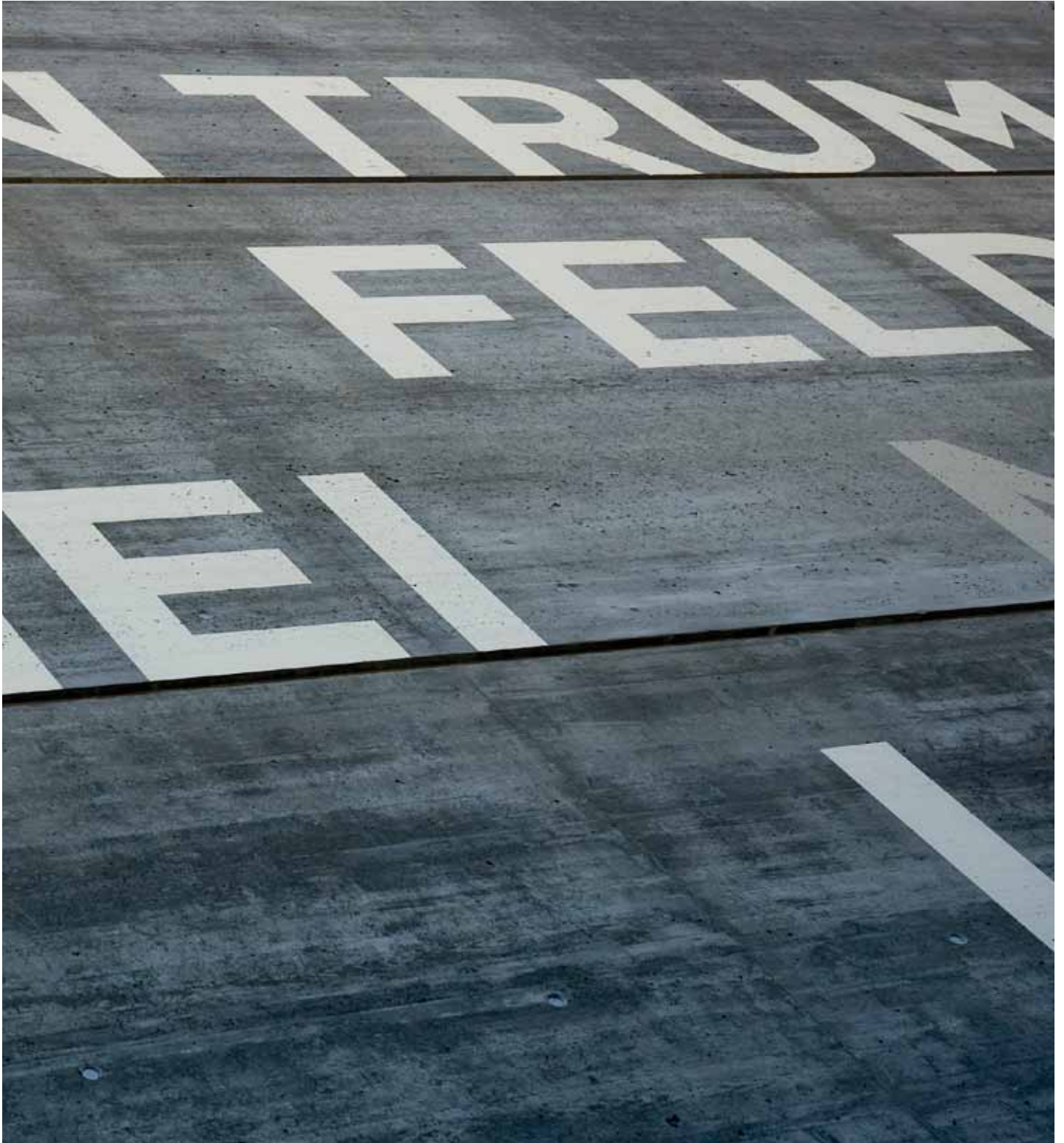


BERATUNG FÜR MARKEN/
KOMMUNIKATION/
DESIGN/**facing**[®]

SIGNALETIK ZENTRUM FELDMEILEN



ZENTRUM FELDMEILEN



Orientierung und Begegnung

Das Bauvorhaben direkt am Bahnhof Herrliberg-Feldmeilen soll einen neuen Akzent in Feldmeilen setzen. Hier entsteht zur ehemaligen Kaffee-Hag Fabrik ein grosser Neubau sowie ein Dorfplatz mitten im Ort. Es entsteht Raum für die unterschiedlichsten Bedürfnisse. Vom Detailhandel, Gewerbe- und Handelsbetrieben, über Seminar- und Schulungsräume bis zu Gesundheitspraxen wird alles Vertreten sein.

Facing entwickelte ein Signaletikkonzept das jenseits von Standardlösungen liegt. Beim Zentrum Feldmeilen geht es einerseits darum, Orientierung zu ermöglichen, andererseits um die Andeutung von einer kommunikativen Atmosphäre.

Ein- und Ausfahrt in das Parkhaus des Zentrum Feldmeilen.

Auftraggeber: NZ AG, Feldmeilen

Projekt: Signaletik Konzept für Innen- und Aussenbeschriftung

Ausführung: 2008/2009



Ebene 1: Primärinformation

Funktionsebenen

In unserem Konzept erweitern wir die Funktion der Signalistik durch den Aspekt der Begegnung. Unser Konzept führt die Besucher in einen Dialog mit der Architektur und den Menschen. Es wurden drei Signaletikebenen definiert:

Ebene 1: Primärinformation:
Funktionale Bezeichnung und Orientierung.

Ebene 2: Sekundärinformation:
Subtiler formaler Eingriff. Aspekt von assoziativer, rätselhafter und spielerischer Form.

Ebene 3: Tertiärinformation:
Klare Beschriftungsvorgaben für Mieter von Verkaufsflächen.

Das Konzept sieht keine zusätzlichen Trägermaterialien vor, sondern benutzt die vorhandenen Architekturelemente. Mit Schablonen werden die Leitelemente direkt auf den Sichtbeton bzw. das Glas aufgebracht. Dabei werden zwei Weisstöne eingesetzt. Ein helles frisches Weiss und ein stark aufgehelltes Weiss (evtl. Lack).



Ebene 2: Sekundärinformation

Ort der Begegnung

Die sekundäre Signaletikebene bringt einen ebenso kommunikativen wie sympathischen Aspekt in die funktionale und kühle Architektur. Durch die assoziative Art und Weise kann sie den Besucher irritieren, belustigen oder zu einem angeregten Gespräch zwischen Menschen führen.

Es sind fragmentarische Wort- und Satzelemente, welche in ihrer Offenheit verschiedene assoziative Ebenen eröffnen. Grammatikalische Sprachregeln sind aufgehoben, Worte sind verdreht, es ist kein eindeutiger Sinn erkennbar.

Der Besucher wird durch die Andeutungen in eine aktive Auseinandersetzung miteinbezogen. Der kommunikative Aspekt eines Begegnungszentrums wird dadurch betont.



Ebene 3: Tertiärinformation

BEGEGNUNG

Ebene 2: Sekundärinformation



Die Stirnseite der letzten Treppenstufe vor dem Haupteingang ist mit einem 25 Meter langen Sprachband versehen.



Im Atrium, welches das Zentrum des Einkaufsgebäudes markiert, sind Textfragmenten aufgemalt. Die Farbe des Textes hebt sich subtil vom Untergrund ab.



Für die sekundäre Ebene wurden Sprachkombinationen aus einem Fundus von Begriffen entwickelt. Der Fundus umfasste zirka 30 Begriffe, wie etwa «Seeblick», «Treffpunkt» oder «Einkaufen».

Die Begriffe wurden «aufgespaltet», die einzelnen Fragmente nummeriert und in zufälligen Kombinationen wieder zusammengefügt. Dabei ging es vielmehr um die assoziative Kraft von Wortkombinationen als um Regeln der Grammatik.

So entstanden Wortbänder, welche einerseits irritieren, andererseits zum Denken anregen und einen kommunikativen Aspekt in die Architektur einbringen.



Die Auf- und Abfahrtsrampen sind mit grossen hellblauen Wortfragmenten auf blauem Grund versehen.



Alle 3 Ebenen des Parkhauses sind mit solchen Textelementen versehen. Wobei die ersten zwei Stockwerke wegen des Besucherstroms stärker berücksichtigt wurden.

ORIENTIERUNG

Ebene 1: Primärinformation

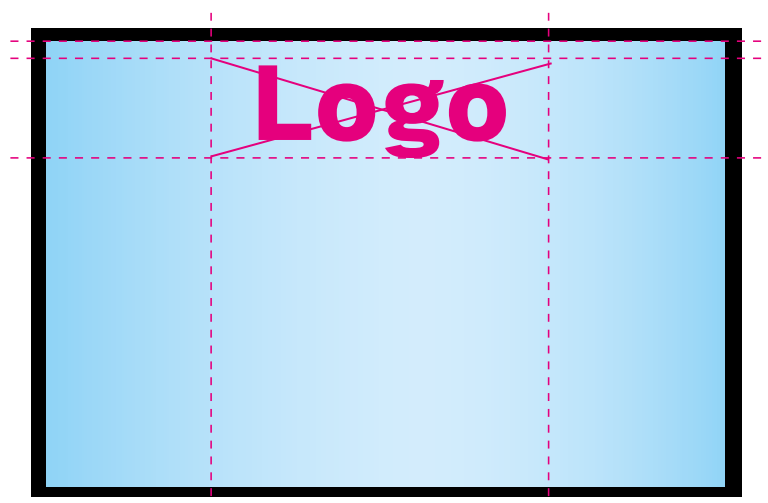
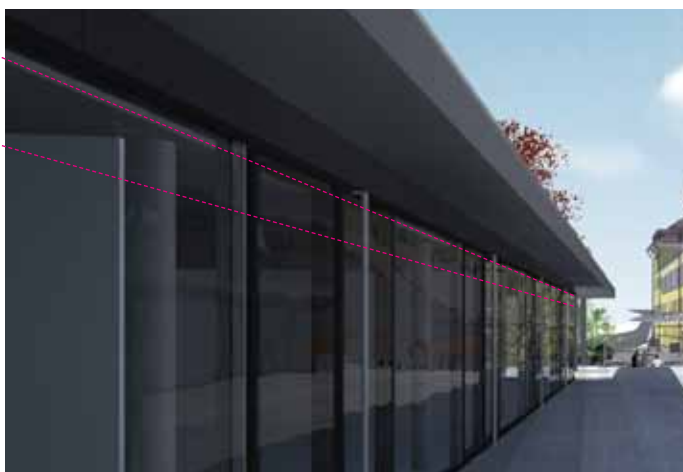


Der Besucher findet anhand von klaren Zeichen und Hinweisen sein Ziel.
Die primären Beschriftungselemente werden mit Schablonen aufgetragen und heller als der Untergrund aufgemalt.
Die Elemente werden anhand eines Rastersystems gezeichnet und auf den Wänden platziert.

Ebene 3: Teritärinformation



Die Mieter vom Hof können sich beim Haupteingang im Erdgeschoss in vorgegebenem Rahmen und der bestehenden Materialisierung an der Türe anschreiben.



Damit die Mieterlogos einheitlich auftreten, wurden Vorgaben in Grösse und Platzierung gemacht. Die Logos dürfen nur hinter dem Glas angebracht werden und eine bestimmte Höhe und Breite nicht überschreiten. Ob das Logo als Leuchtschrift oder als Tafel umgesetzt wird, ist hingegen offen.

WIR ÜBER UNS/

Facing AG hat einen breiten Erfahrungsschatz mit Kunden unterschiedlicher Grösse aus diversen Branchen. Wir verstehen uns als Architekten von markenstrategischen und visuellen Konzepten, die Raum für einen starken Auftritt schaffen und langfristig anwendbar sind. Ziel ist es, Ihre Produkte und Dienstleistungen erlebbar und unverkennbar zu machen. Wir setzen uns intensiv mit der Identität, der Positionierung und insbesondere mit den strategischen Zielen unserer Kunden auseinander. So schaffen wir es, ein solides Fundament für die Markenbildung und Markenpflege zu bieten.

BERATUNG FÜR MARKEN/

Identitätsorientierte Markenführung
Markenmanagement
Markencontrolling
Namensentwicklung

Wir unterstützen Sie bei der Entwicklung und der Erarbeitung einer eigenständigen Markenpersönlichkeit. Wir begleiten Sie bei der Führung Ihrer Marke mit strategischer Beratung. Ausgehend von fundierten Marktanalysen und basierend auf Ihren Zielsetzungen entwickeln wir massgeschneiderte Identitätsprofile und Positionierungen. Daraus folgt die Komposition einer wirkungsvollen Markenarchitektur. Das ist die Grundlage für eine erfolgreiche Führung Ihrer Marke sowie die daraus resultierende langfristige Steigerung des Markenwertes.

KOMMUNIKATION/

Markenkommunikation
Kommunikationskonzepte
Kommunikationsmassnahmen

Die Positionierung, das Image und die Bekanntheit Ihrer Marke wird durch Marketingkommunikation aufgebaut. Mit überzeugenden Kommunikationskonzepten sorgen wir dafür, dass Sie Ihre Marke im Markt rasch und wirksam etablieren können. Effiziente und zielgerichtete Kommuni-

kation kann schon in kurzer Zeit für eine hohe Markenloyalität sorgen. Dabei ist die systematische Abstimmung des gesamten Kommunikationsmixes für eine Marke von grösster Bedeutung. Unser Ziel ist es, eine Ergänzung und Verstärkung aller Eindrücke zu erreichen, die von verschiedenen Kontaktmedien – sei es Public Relations, Investor Relations, Werbung oder Web – ausgelöst werden. Der Verbraucher soll die Möglichkeit haben, Ihre Marke als harmonisches Ganzes wahrzunehmen. Dadurch soll der Verbraucher zu einer positiven Einstellung gegenüber Ihrer Marke kommen.

DESIGN/

Markenentwicklung
Corporate Design Programme
Editorial
Informationsdesign
Verpackungsdesign

Wir entwickeln und realisieren Designlösungen, die den visuellen Auftritt von Unternehmen, Dienstleistungen, Produkten bis hin zu Verpackungen prägen. Dabei streben wir gut durchdachte und konsequent umgesetzte Lösungen an, deren Ausstrahlungskraft Akzente setzt. Unsere Designlösungen schaffen Wiedererkennbarkeit und bleiben auch langfristig durch ihre starke Identität unverwechselbar.

KONTAKT/

Facing AG
Forchstrasse 59
8032 Zürich
Schweiz

Telefon: +41 44 380 61 23
Telefax: +41 44 380 61 69

www.facing.ch
info@facing.ch