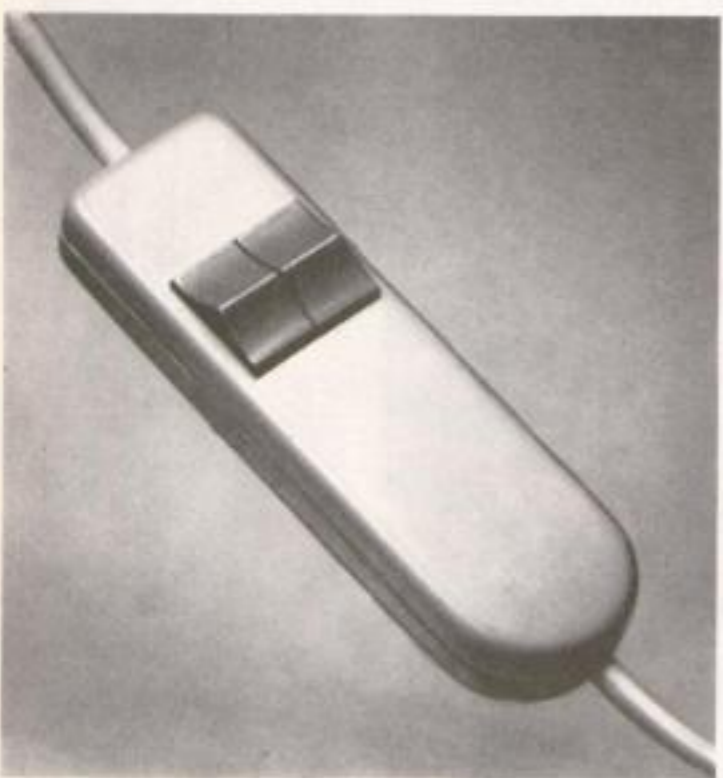


Unverkennbar

AKA ELECTRIC®



Gehäusegröße ist hauptsächlich durch den vorgegebenen Schalter bestimmt.

Gestalter: Jochen Schmieder, Harald Meyer

Hersteller: VEB Elektrogeräte Bad Blankenburg

Eine Gestaltungskonzeption, vorgestellt von Siegfried H. Begenau

Ein geordnetes, prägnantes Erscheinungsbild, das allen Äußerungen eindeutig und unverwechselbar Form gibt, wird immer mehr wesentliche Bedingung für das Auftreten von volkseigenen Betrieben und Warenzeichenverbänden. „Erscheinungsbild“ steht hierbei für einen Begriff, für den auch die Begriffe Betriebsgesicht, Rufbild, image (engl.: corporate identity program oder corporate image) gebraucht werden.

Die VVB Elektrische Konsumgüter (VVB EK) und der Warenzeichenverband Elektrogeräte der DDR e. V. (WZV EG) haben nun Grundsätze zur sozialistischen Marktkommunikation mittels der Kollektivmarke AKA ELECTRIC in einem Manual mit 98 Seiten Umfang herausgegeben.

Es ist erweiterungs- und ergänzungsfähig, um dem Prozeßcharakter der Durchsetzung einer Gestaltungsgrundlage für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Produktionspropaganda gerecht zu werden.

Das Ziel dieses Vorhabens: „Entwicklung und Durchsetzung eines einheitlichen Werbestils im gesamten Wirkungsbereich von VVB EK und WZV EG“, vor allem „im Hinblick auf die Funktion der Werbung als Faktor der Absatzrationalisierung und der dokumentierenden Bedeutung und Geschlossenheit des sozialistischen Wirtschaftsverbandes.“ Die „Gestaltungsgrundsätze AKA ELECTRIC“ sind in drei Hauptabschnitte gegliedert: Grundgedanken zur Schaffung und Wahrung eines einheitlichen Werbestils, charakteristische Werbekonstanten der AKA ELECTRIC-Werbung sowie Anwendungsbeispiele.

In einer Schlußbemerkung ruft die Abteilung Marktvorbereitung der VVB EK, die in weitgehender Personalunion zugleich die Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit des WZV EG darstellt, alle Beteiligten zur Unterstützung und Wei-

terführung des Vorhabens auf. Für die Begutachtung aller AKA ELECTRIC-Gestaltungen ist ausschließlich diese Einrichtung zuständig. Die Beauftragung einer Regiegruppe AKA ELECTRIC bei der DEWAG WERBUNG Leipzig II gibt den Betrieben die Gewißheit, Werbemittel zu erhalten, die den Empfehlungen der Grundsätze entsprechen. Durch diese Planung und Organisation ist der Entscheidungsraum für ausführende Gestalter vorgezeichnet. Entwurfs- und Herstellungszeiten werden durch Wiederverwendung und Baukastensystem reduziert. Das erhöht die Aktualität von Werbemitteln und senkt die Kosten. Gut gestaltet und sinnvoll eingesetzt, verbessern Konstanten und Standards die Aktualität des werblichen Auftretens.

Als Konstanten sind definiert das Wortbildzeichen AKA ELECTRIC mit seinen Variationen, Farben und Farbzusammenstellungen (darunter die Grundfarbe der Geschäftsausstattung), Formate, Schriftarten, Musik („Leitmelodie“). Auch der Textstil wird als besondere Komponente diesen Konstanten zugezählt; doch bleiben Aussagen über letzteren so unverbindlich, daß seine Charakteristika kaum faßlich werden.

Anwendungsbeispiele – einige davon auf diesen Seiten – verdeutlichen, mit welcher erfreulichen Folgerichtigkeit das selbstgeschaffene Gesetz respektiert und maßvoll flexibel gehalten wird.

Für die grafischen Entwürfe der Werbemittel ist ein Gestaltungsraster festgelegt, dessen Gliederung eine Teilung der Seite in drei Spalten und drei Zeilen, also neun Quadrate, bewirkt.

Für Prospekte der Produktgruppen Leuchten, Fahrzeugelektrik und galvanische Elemente wurde ein zweites Rastersystem in die Gestaltungsstandards aufgenommen: Teilung in vier Quadrate (also 2/2).