

„WIR SIND  
NICHT  
NORMAL.“

MAGAZIN | AUSGABE 1

# INHALT

- 4 Q-BASICS  
Weltweite Qualitätsinitiative bei BOSCH – aus unserem Hause stammt das visuelle Konzept
- 6 MIT KOPF, HERZ UND HAND  
Konventionelle Strukturen brechen, Inhalte zielgruppengerecht aufbereiten und emotionalisieren – eine neue Werkstrategie für das Bosch-Werk Blaichach/Seifen
- 10 ICH HATTE EINEN TRAUM  
Was uns antreibt und weiterbringt
- 12 STRAHLENDES WAHRZEICHEN  
Eine Vision wird Wirklichkeit – Bierwürfel im XXL-Format
- 14 GO SNOW  
Ob Sommer oder Winter – neue Marketingstrategien
- 16 ALLE JAHRE WIEDER  
Ein Event der besonderen Art lockt jedes Jahr tausende Besucher in´s Allgäu
- 18 HOCH HINAUS  
Langjährige Zusammenarbeit auf internationaler Ebene

WIR SIND

... DENKER, BERATER, STRATEGEN,  
VISIONÄRE, INSZENIERER, TEXTER,  
GESTALTER, MACHER, DRUCKEXPER-  
TEN, WEBDESIGNER, WERBETECH-  
NIKER. WIR ENTWICKELN UND REA-  
LISIEREN SINNVOLLE, INTELLIGENTE,  
ÜBERZEUGENDE KONZEPTE, DIE BEI  
IHNEN UND IHREN KUNDEN IN ER-  
INNERUNG BLEIBEN. FORDERN SIE  
UNS HERAUS! WIR SIND BEREIT FÜR  
IHRE AUFGABE.



4

KUNDE BOSCH, ZENTRALE QM  
PROJEKT QUALITÄT  
KONZEPT & VISUALISIERUNG  
WELTWEITER VERTRIEB

## Wertstrom Q-Basics



Exzellente Qualität ist eines der wichtigsten Themen in Fertigungsunternehmen. 2014 startete BOSCH weltweit eine große Qualitätsinitiative. 14 Q-Prinzipien für den Wertstrom wurden dabei definiert. Wir wurden mit der Aufgabe betraut, ein Visualisierungskonzept zu entwickeln und eine Strategie für den weltweiten Rollout zu konzipieren. Bei der Herangehensweise war ausschlaggebend, ein Zeichensystem zu kreieren, das von Betrachtern jeder Kultur in kurzer Zeit verstanden wird und komplexe Inhalte einfach darstellt. Unser Anspruch war weiters, dass alle entwickelten Piktogramme grafisch klar erkenntlich aus der gleichen Familie stammen.

# PRINZIP 9 VON 14

EIN EINFACHES ZEICHENSYSTEM, DAS  
VISUELL MARKANT UND WIEDERER-  
KENNBAR IST UND AUF DER GANZEN  
WELT VERSTANDEN WIRD



## Q-Basics Kommunikationsmittel

Broschüren, Plakate, Fächer oder Aufkleber in 11 verschiedenen Sprachen vermitteln die Q-Basics Themen in den BOSCH-Werken. Projektierung, Produktion und Logistik werden als Komplettpaket von uns abgewickelt.



**INN  
OVATION  
TION**

# MIT KOPF, HERZ & HAND

Die Aufgabe bestand darin, die komplexen Zusammenhänge zwischen neuen Technologien, Geschäftsmodellen, globalen Marktentwicklungen, allgemeinen Trends und schließlich der daraus resultierenden Strategie vom BOSCH Werk „BhP“ neu zu strukturieren und zu visualisieren. Wichtig war zudem die Identifikation der Belegschaft mit der neu ausgerichteten Strategie des Unternehmens. Dazu galt es die Inhalte zielgruppengerecht aufzubereiten und zu emotionalisieren. Es entstand ein Visualisierungs- und Kommunikationskonzept für „Kopf, Herz und Hand“.

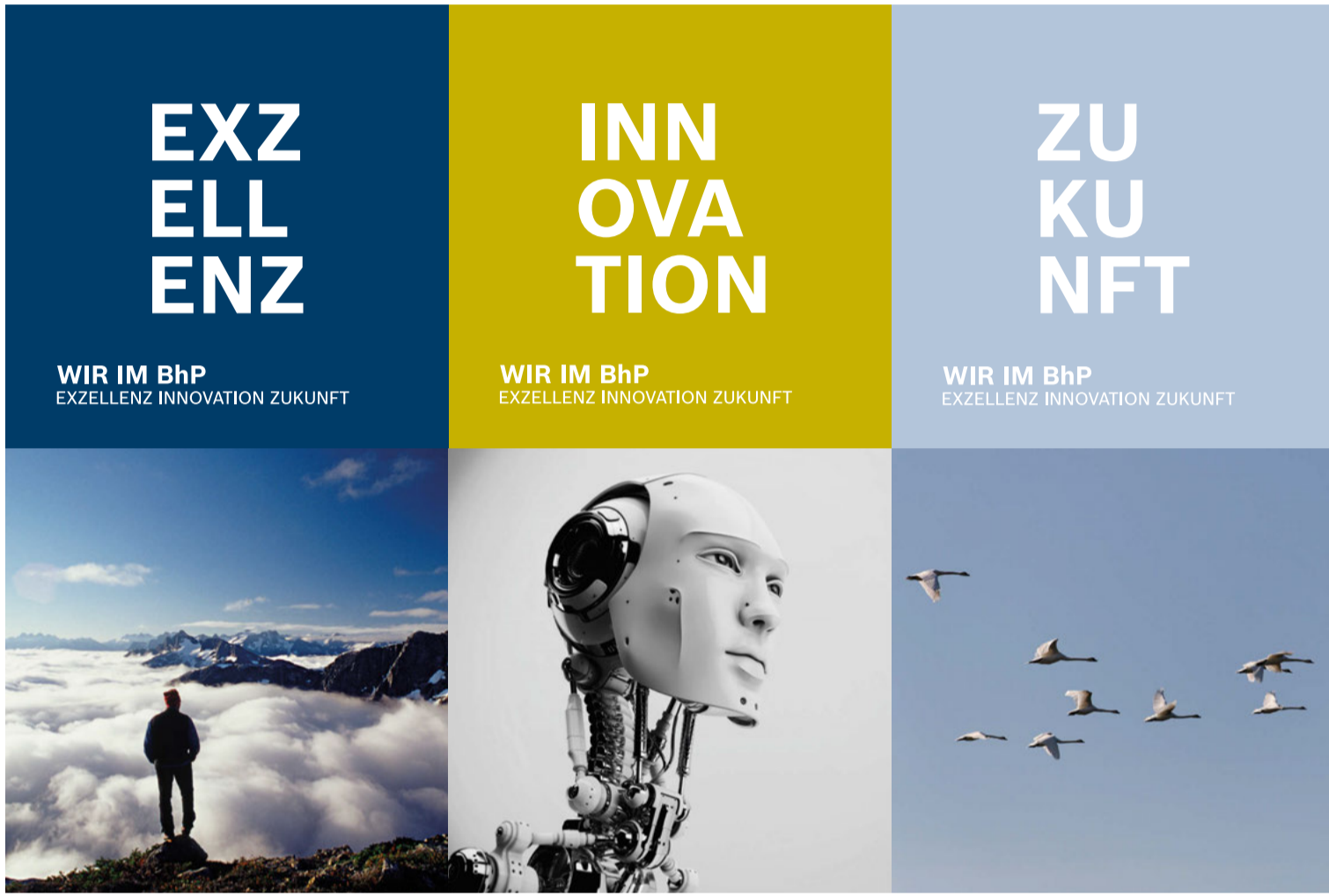
**Der Strategie-Setkasten** wurde konzipiert, um die in Workshoprunden gemeinsam entwickelten Kernaussagen der einzelnen Strategiefelder gegenüber dem Mitarbeiter zu vermitteln und ihm seine Themengebiete näher zu erläutern. Das spielerische und haptische Erlebnis hilft dabei, dass die Inhalte schneller erfasst werden können und in Erinnerung bleiben. 220 Setzkästen wurden als Einzelanfertigung hergestellt und an die Führungskräfte ausgegeben.

**Material:** Aluverbund  
**Druckverfahren:** Siebdruck  
**Verarbeitung:** Konturfräsung  
in Schaumstoffinlay eingelegt  
**Verpackung:** Stülpedeckelkarton  
im Siebdruck bedruckt



8

KUNDE BOSCH, BHP  
PROJEKT STRATEGIE  
KOMMUNIKATIONSKONZEPT  
& VISUALISIERUNG



Das dunkle Blau (Bosch Blau 100) stellt die sachliche und analytische Sichtweise dar. Es steht für Zahlen, Daten und Fakten, an denen wir arbeiten müssen bzw. bei denen wir Exzellenz erreichen wollen.

Die Farbe Gelb (Bosch Gelbgrün) steht für Innovation, Kreativität, Spiel und den Mut, auch Risiken einzugehen, um Neues zu entdecken. Gelb wird auch mit einer guten Stimmung, Sonnenschein und Leichtigkeit gleichgesetzt.

Für die Zukunft war das Bosch Blau 25 die erste Wahl. Diese Farbe symbolisiert den Himmel, der für uns alle Zukunft bedeutet.

**WIR IM BHP**  
EXZELLENZ INNOVATION ZUKUNFT



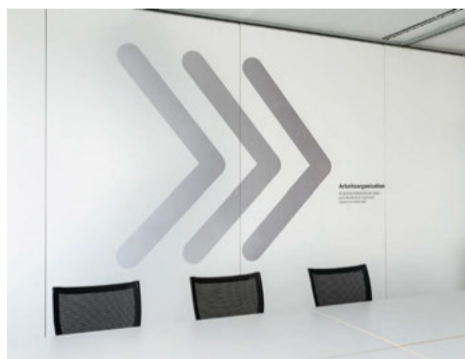




**Rupert Hoellbacher**  
Technischer Werkleiter BOSCH, BnP

„Damit haben wir überhaupt nicht gerechnet.“ Zunächst einmal waren wir bei der ersten Präsentation des Visualisierungskonzeptes völlig überrascht – fanden aber die komplett neue Herangehensweise charmant und überzeugend. Die Zusammenarbeit mit der Agentur zeigt, wie wichtig der Blick von außen auf vorhandene konventionelle Strukturen und Kommunikationswege ist. Ausschlaggebend für die erfolgreiche Implementierung der neuen Strategie war die intensive Betreuung während des kompletten Entstehungsprozesses. Unsere Mitarbeiter lernen im Zuge des Rollouts die strategischen Elemente nicht nur über unsere klassischen Medien kennen, sondern auch auf spannende Art und Weise an hoch frequentierten Plätzen im Werk oder über Give-Aways, die im Kopf bleiben, wie unsere eigens kreierte „Strategie-Schokolade“.

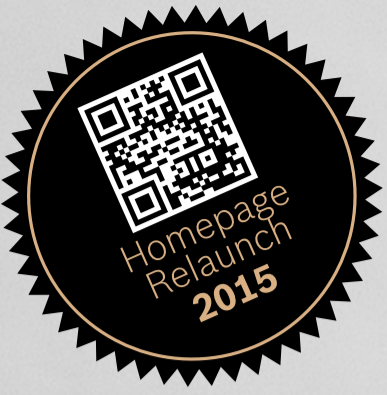
Die mutige und engagierte Umsetzung wurde belohnt – wir erhielten dieses Jahr einen Award für die innovative Werkstrategie. Das bestätigt uns allen die erfolgreiche Zusammenarbeit.



**Strategie-Rollout in den Bürogebäuden**  
**oben:** Aus einem ehemals tristen Traglastenaufzug konzipierten wir einen visionären Raum.  
**links:** Das Bildmotiv „EXZELLENZ“ schmückt als überdimensionaler Lightframe den Vortragssaal.  
**mitte:** Das Piktogramm „Arbeitsorganisation“ dominiert als grafisches Element die Wandgestaltung im gleichnamigen Besprechungszimmer (Umsetzung: Digitaldruck/Folientechnik).  
**rechts:** Auch im Treppenhaus begegnet man der Strategie (Umsetzung: Plexiglas hinterdruckt).

JEDE BEGEGNUNG VON MENSCH UND MARKE IM RAUM IST DIE CHANCE, DEN DIALOG ZWISCHEN BEIDEN ZU BEGINNEN ODER FORTZUFÜHREN.





# ICH HATTE EINEN TRAUM

Ich erzähle jetzt nicht von einem dieser Träume, die uns nachts überfallen und am Morgen wieder langsam aus dem Gedächtnis schwinden. Dieser Traum ist auch keine Tagträumerei, ich steuere ihn nicht bewusst und er entsteht auch nicht aus Unaufmerksamkeit. Ich könnte niemals tagsüber träumen, dafür bin ich viel zu ungeduldig. Der Traum von dem ich spreche ist größer. Ich spüre ihn seit etwa fünf Jahren, er bleibt in mir und wächst. Und wenn ich ehrlich bin, dann weiß ich gar nicht, ob ich mich darüber freuen soll oder davor fürchten muss. Manchmal erlischt das Licht an meinem Schreibtisch wochenlang erst spät in der Nacht. Das macht mir nichts aus, weil ich mich bewusst dafür entschieden habe. Meine Neugier treibt mich an und wenn ich einmal drei Tage ausspanne, dann werde ich nervös, will wieder los, immer weiter, bloß nicht runterkommen. Wahrscheinlich wird die Erfüllung meines Traums die größte Herausforderung meines Lebens. Ist das nicht verrückt? Aber ich habe keine Angst davor, denn ich brenne für meine Arbeit und freue mich, immer mehr Menschen damit zu entzünden.

*Elena Elsner  
Kommunikationsdesignerin  
Artdirektion, Elsner Design GmbH*









# ZÖTLER BIERTURM – EIN WAHR- ZEICHEN

*In Verbindung mit dem Neubau unseres Besucherzentrums haben wir intensiv über das Thema ‚Marken-Präsentation am Sudhausturm‘ diskutiert. Leider kamen wir intern zu keinem begeisternden Ergebnis. In dieser Situation beauftragten wir die Agentur elsner design aus Kempten, eine Lösung auszuarbeiten. Der Vorschlag der Agentur, den Turm vollständig zu verkleiden und in einen „Bierwürfel“ zu verwandeln, brachte dann den Durchbruch. Die Gesellschafter und Mitarbeiter unserer Brauerei waren spontan von dieser Idee begeistert! Sieben Jahre später wurden die Banner vollständig erneuert und bei dieser Gelegenheit auch das Design überarbeitet und auf einen aktuellen Stand gebracht. Die Illumination des Sudhausturms bringt das außergewöhnliche Wahrzeichen insbesondere bei Nacht zur Geltung.*

*Herbert Zötler*

Eine Vision wird Wirklichkeit. Unsere Nähe zur Brauerei und die Affinität, außergewöhnliche Akzente zu setzen, waren Vater des Gedankens, diesen Brauereiturm besonders in Szene zu setzen. Auf eine prinzipielle Machbarkeitsstudie folgten detaillierte Vorschläge zur Realisierung – von der benötigten Unterkonstruktion an der Fassade bis zur Illumination.

Als digitale Animation, später auch anhand eines maßstäblichen Dummies erfolgten die Präsentation beim Kunden und die finale Abstimmung zur Umsetzung. Die Haltbarkeit der Druckfarben und des Materials liegt bei ca. 7 Jahren. Die Unterkonstruktion ist so beschaffen, dass ein Austauschen der Banner problemlos gewährleistet ist.



**Unterkonstruktion:** Metallskelett an der Fassade

**Material:** über 500 m<sup>2</sup> Meshbanner

**Druckverfahren:** Digitaldruck

**Verarbeitung:** randverstärkt, konfektioniert mit Hohlsäumen, Ösen, Zurrbändern, Klett- und Flausch

**Montage:** 1 Hebekran

4 Industriekletterer

**Montagezeit:** ca. 3 Tage





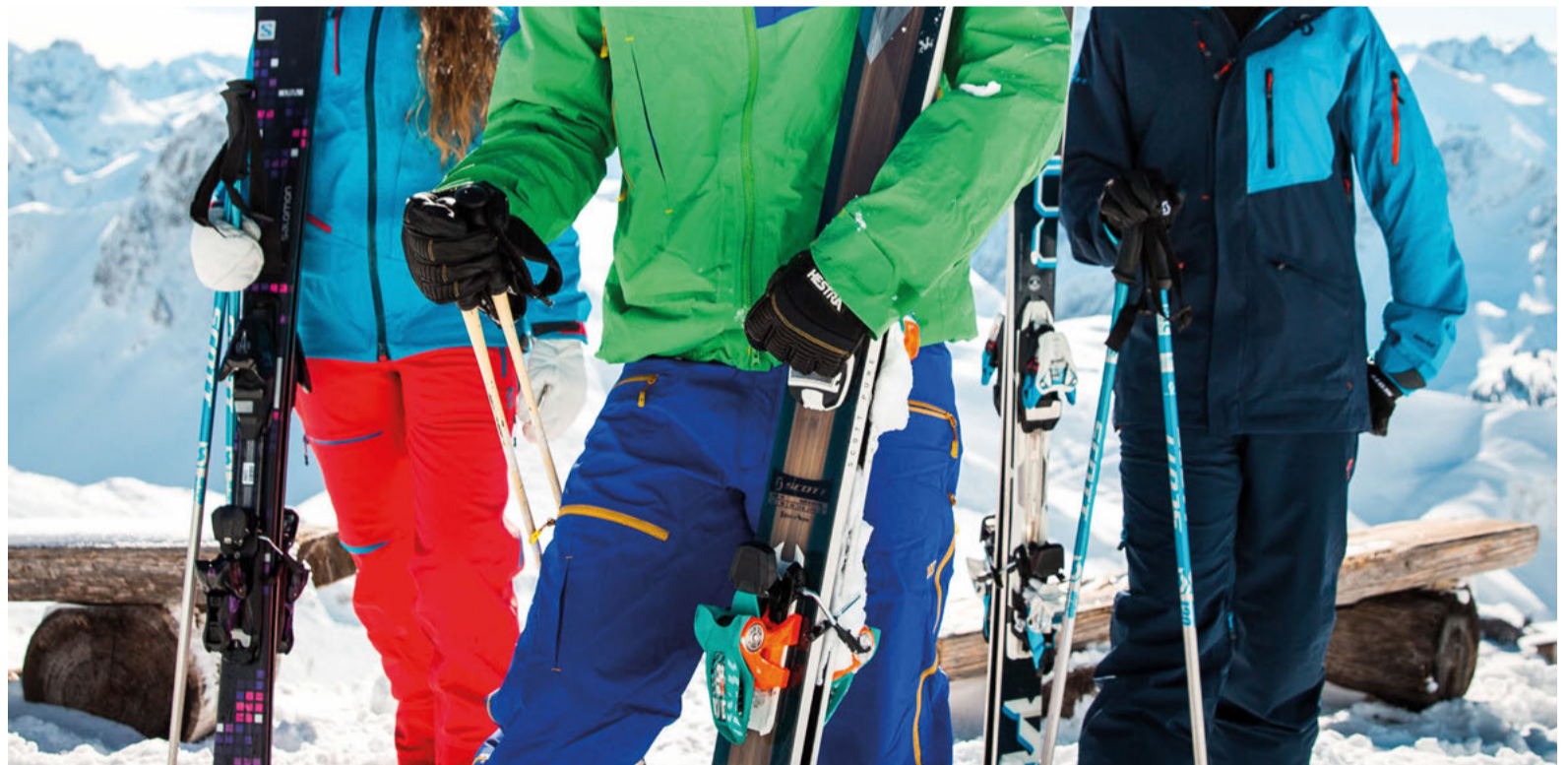


Der umfassende Relaunch von Corporate Image und Corporate Design beinhaltete nicht nur die Gestaltung und Umsetzung in den klassischen und neuen Medien. So erfolgte auch die Realisierung von Hinweistafeln, umfassenden Leitsystemen im Shop- und Pistenbereich, veredelten Textilien für die Mitarbeiter, Werbebannern und Großflächenplakaten.

GO  
SN  
OW



**NTC**  
SPORT  
Oberstdorf







# MOMENTE, DIE BERÜHREN, BEWEGEN UND BEGEISTERN. ALLE JAHRE WIEDER.

So kann man die Aufgabenstellung an uns zusammenfassen – ein Corporate Design, das eine hohe Wiedererkennung gewährleistet und andererseits flexibel genug ist, bei der jährlich neuen Gestaltung der sehr umfangreichen Prints immer wieder zu überraschen. So beinhaltet das Konzept nicht nur Geschäftspapiere und Infobroschüren, sondern auch Plakate, Banner, Großflächen, Inserationen oder etwa Hinweistafeln, die jährlich neu gestaltet und umgesetzt werden.



# Stille Nacht

17

KUNDE  
ERLEBNIS-WEIHNACHTSMARKT  
BAD HINDELANG  
PROJEKT  
CORPORATE DESIGN &  
REALISIERUNG PRINT / NON-PRINT



**Erlebnis-  
Weihnachts-  
Markt**  
Bad Hindelang



Im Siebdruck-, Digitaldruck- und Folientechnik-Verfahren fertigen wir für unseren langjährigen Kunden Liebherr u.a.

- Warnschilder
- Typenschilder
- Hinweisschilder
- Banner für Kranausleger
- Traglastschilder
- Bedienfolien
- Folientastaturen
- Dekorelemente
- Design- & Markenelemente

#### VORSCHAU

Schwerpunkt unserer nächsten Ausgabe sind unsere Geschäftsbereiche Siebdruck, Digitaldruck und Werbetechnik.









Elsner GmbH  
Oberau 1 · 87509 Immenstadt  
Telefon 08327 924-0 · Fax 924-20  
kontakt@elsnerwerbung.de  
www.elsnerwerbung.de

Elsner Design GmbH  
Immenstädter Str. 15 · 87435 Kempten  
Telefon 0831 52319-0 · Fax 52319-20  
info@elsnerwerbung.de  
www.elsnerwerbung.de

---

**elsner** AGENTUR . DRUCK . WERBETECHNIK .