

# MUSIC TO GO

## Themengebiet

Corporate Identity / Corporate Design

## Prof. Béla Stetzer

Raum N 305, Infanteriestraße 13, 80797 München, mobil 0173 234 89 53

## 402 Projekt II

Lehrangebot > 8 SWS / 12 CP

Studienrichtungen > KD

Seminarstart > 21. März 2017

Termine > dienstags 13:00–16:15, freitags 13:00–16:15, N 305, Infanteriestraße 13

Teilnehmerzahl > max. 15

## Einführung

Corporate Design entwickelt sich aus der gelebten Realität eines Unternehmens – es ist Teil eines größeren Identitätskörpers der sich aus der Gesamterscheinung, der Corporate Identity, eines Unternehmens bildet. Corporate Design findet also immer unter echten Rahmenbedingungen statt. Gestaltung begreift diese gegebenen Parameter nicht als Beschneidung der künstlerischer Freiheit sondern als Vorgaben des individuellen Ausdrucks des jeweiligen Unternehmens. Walter Gropius hat dies für sich wunderbar wie folgt formuliert: „Gestalten heißt: in Fesseln tanzen“.

## Music to go

Über das Projekt *Music to go* erarbeiten die Studierenden ein medienübergreifendes Erscheinungsbild für *Knight-Air-Records* – eine Sublabel-Neugründung des renomierten münchener Musiklabels *Kosmo Records*. Geplant ist die reale Umsetzung.

## Zwischen Underground und Overground

Kosmo Records wurde 1995 in einem Hinterhof in München/Haidhausen gegründet. Zunächst als Output-Kanal und Support für die Münchner DJ-Szene in enger Zusammenarbeit mit dem Techno-Magazin „Partysan“ geplant, entwickelte sich das Independent Label binnen weniger Jahre zu einem der Leading Player der internationalen Dance-Labels.

Kosmo Records macht Musik von DJs für DJs, auf der hauchdünnen Grenzlinie zwischen Underground und Overground. Zudem betreibt Kosmo Records von Beginn an langfristigen und internationalen Künstleraufbau, berät, promotet und vermarktet DJs wie Pop-Künstler in einer Hybrid-Situation zwischen Label, Verlag, Produktions-Firma und Management.

Mit der Neugründung des Sublabels *Knight-Air-Records* reagiert das Unternehmen jetzt auf neue Strömungen in der DJ- und Club-Szene und nimmt sich hierfür speziell der Sparte *Indi Electronica* oder *Future Base* an. *Knight-Air-Records* muß in der Musikszene natürlich auch visuell present sein und hat sich als Projektpartner für eine potentiell reale Umsetzung bereiterklärt die Funktion eines Contentgebers und inhaltlichen Sparingpartners zu übernehmen und das Thema mit Realitätsbezug aufzuladen. Das Unternehmen wird die Studierenden in die individuelle Ausrichtung des Unternehmens einführen, Hintergrundinformation aus der Firmenhistorie bereitstellen und den Fragen der Studierenden Rede und Antwort stehen. Unser Ansprechpartner seitens Kosmo/Knight-Air ist Klaus Eickemeyer – einer der beiden Geschäftsführer des Labels.

Das Projekt ist crossmedial angelegt. Es soll eine Rahmenvisualität erarbeitet werden die sich auf den digitalen Einsatz gründet und den gestalterischen Bedarf darüber hinaus so medial übergreifend wie möglich angeht. Ziel ist die *reale Umsetzung* eines für die Musikszene richtungsweisenden Corporate Design.

## Flankierende Maßnahmen

Treffen mit der Geschäftsführung von Kosmo und ggf. Exkursionen zu weiteren projektrelevanten Labels der Musik- und Hörbuchsparte. Begleitende Fachvorträge aus dem Bereich des Corporate Design.

## Literatur / Information

Dynamic Identities in Cultural and... / Lars Müller Publishers

Serialize / Gestalten Verlag

Double Loop – Basiswissen CI / Verlag Hermann Schmidt

Branded Interactions / Verlag Hermann Schmidt

To do: Die neue Rolle der Gestaltung... / Verlag Hermann Schmidt

ECM und das Bild / Lars Müller Publishers

Vinyl Records / Neues Museum Weserburg Bremen

Cover Art by: New Music Graphics / Laurence King

The Cover Art of Blue Note Records / Edition Olms Zürich

Ben Bos – TD 63–73 / Uniteditions

Dieter Rams: As Little Design as Possible / Phaidon

When Space meets Art / Index Book

Uncorporate Identity / Lars Müller Publishers

Lance Wyman / Uniteditions