

WE BRAND

Themengebiet

Corporate Identity / Corporate Design

Prof. Béla Stetzer

Raum R4.070, Lothstraße 64, 80335 München, mobil 0173 234 89 53

402 Projekt II

Lehrangebot > 8 SWS / 12 CP

Studienrichtungen > KD

Seminarstart > 23. März 2017

Termine > dienstags 13:00–16:15, freitags 09:00–12:15, Raum R4.070, Lothstraße 64

Teilnehmerzahl > max. 15

Einführung

Der Umzug der Fakultät für Design in das historische Zeughaus Münchens im Juli 2018 wird für die Fakultät 12 der Hochschule München ein zentrales Jahr der Verortung, Orientierung und Positionierung einleiten. Durch die Zusammenführung in ein gemeinsames Gebäude erhalten unsere drei Studienrichtungen erstmals einen gemeinsamen räumlichen Auftritt und damit auch ein gemeinsames Gesicht.

„WAS NICHT KOMMUNIZIERT WIRD, IST NICHT, UND JE MEHR ETWAS KOMMUNIZIERT WIRD, DESTO MEHR IST ES.“

Vilém Flusser (Medienphilosoph und Kommunikationswissenschaftler)

WE BRAND

Spätestens durch unseren Umzug, nicht zuletzt aber auch durch die *Third Mission* unserer Fakultät (neben Forschung und Lehre auch neue Felder wie z.B. zivilgesellschaftliches Engagements zu Initiieren) wird es notwendig neu zu denken wie wir kommunizieren, was wir kommunizieren und wie die Medienkanäle dafür beschaffen sein müssen. Im Zeitalter der *Digital Natives* sind die digitalen Sprachrohre – gerade auch für uns als Designfakultät – die zentralen Kommunikations- und Selbstdarstellungsmittel und sollten damit auch den Kern unseres fakultätseigenen Markenselbstverständnisses widerspiegeln.

Der Auftritt und das Handling unseres aktuellen Webauftritts entspricht weder dem eigenen visuellen Selbstverständnis noch stellt er die benötigten Mittel für schnelles inhaltliches Handeln bereit und ist im Vergleich mit führenden nationalen und internationalen Designhochschulen nicht wirklich konkurrenzfähig.

Wir haben mit diesem Projekt die Chance unseren digitalen Auftritt selbst in die Hand zu nehmen. Wir können aus dem eigenen Bedarf heraus neue Strukturen anlegen und unserem Selbstverständnis entsprechend entwerfen. Ziel des Projektes ist dabei weniger das neue Corporate Design der Fakultät zu entwickeln. Vielmehr geht es darum, eine ausbaufähige digitale Plattform masszuschneiden und damit ein *digitales Branding* zu installieren das es unser Fakultät für Design ermöglicht, dem wachsenden Anspruch in der Landschaft der internationalen Gestaltungshochschulen richtungweisende Impulse entgegenzusetzen.

Unterstützung

Wie wichtig das Rebranding unseres digitalen Auftritts ist, ist studienrichtungsübergreifend in vollem Umfang bewusst. In der Verzahnung mit der gesamten Fakultät liegt einerseits die Herausforderung aber auch der Reiz dieses Projektes. Der intensive Austausch mit den unterschiedlichen Stärken und Kernkompetenzen unserer Fakultät ist hierbei nicht nur notwendig sondern im Projekt WE BRAND explizit erwünscht.

Literatur / Information

www.design.hm.edu / www.jahresausstellung.hm.edu

Branded interactions / Verlag Hermann Schmidt

Understanding branding / Stiebner

Branding to go / Stiebner

Branding / Thames & Hudson

Designing universal knowledge / Lars Müller Publishers

Don't brand my public space / Lars Müller Publishers

Dynamic identities in cultural and... / Lars Müller Publishers

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

Serialize / Gestalten Verlag