M-Design : Paul Wurdel®

DESIGN-AGENTUR

M-Design History tour

Design-Highlights aus über 40 Jahren M-Design
Eine Zeitreise | 1976 bis heute

Copyright © M-Design : Wurdel KG | Dipl. Des. Paul Wurdel

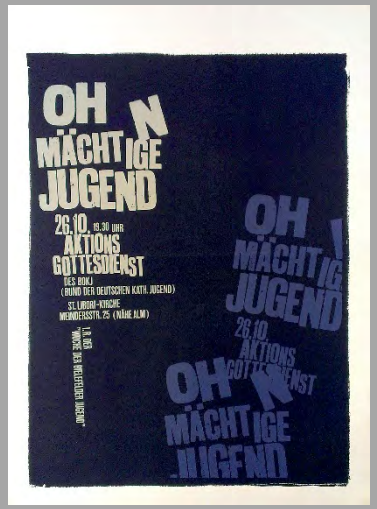
WIE ALLES BEGANN

EXPODESIGN INTERAKTIVE MEDIEN CORPORATE EVENTS

1976 | Kellersiebdruck

1976 | Kellersiebdruck

Das Ausland: Fassungslos.
DEKANAT JUGENDTAG
BIELEFELD
HOT
Der Frühling wird immer leiser
ung ist Mord.
Bielefelder Friedenswoche,
14.-27. 5. 1976
FÜR FRIEDEN
und konsequente Abrüstung


OH MÄCHTIGE JUGEND
26.10. 19.30 UHR
AKTIONS GOTTESDIENST
DES BDKJ
(BUND DER DEUTSCHEN KATH. JUGEND)
ST. LIBORI-KIRCHE
WIENDENSTR. 25 (NÄHE ALM)
OH MÄCHTIGE JUGEND
26.10. AKTIONS GOTTESDIENST
OH MÄCHTIGE JUGEND

amnesty international-
ai
2. Nov. Im Namen des Volkes / BRD
23. Nov. Die Schlacht von Chile / 2. Teil
21. Dez. Das Blut des Kondors / Bolivien
25. Jan. Kinder der Unterentwicklung / Kolumbien
Der Preis, den Chile zahlen mußte
20.30 u.
23.00 Uhr
FILMCLUB
Lahntor, Landgrafenhaus

Solidarität
mit den Völkern Chiles, Spaniens
und dem südlichen Afrika
Internationale Woche
vom 22. 11. bis 27. 11. 1976

DEKANATS-
JUGENDTAG
KATHOLISCHE JUGEND
BIELEFELD
HOT
EINGELADEN SIND:
GRUPPENLEITER,
MITARBEITER &
INTERESSIERTE

Mitarbeitertreff '77
IHR SOLLT MEINE
ZEUGEN SEIN

AUDI MAX UNI
KNUT
KIESEWETTER
FR. 25.6.
20 UHR
VERANST: ASTA UNI BIELEFELD
EINTRITT

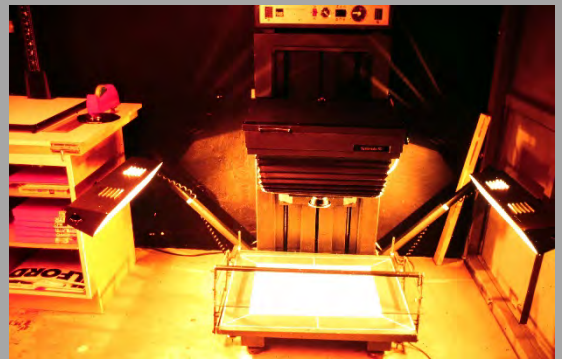
ICH BIN
DEKANATS-

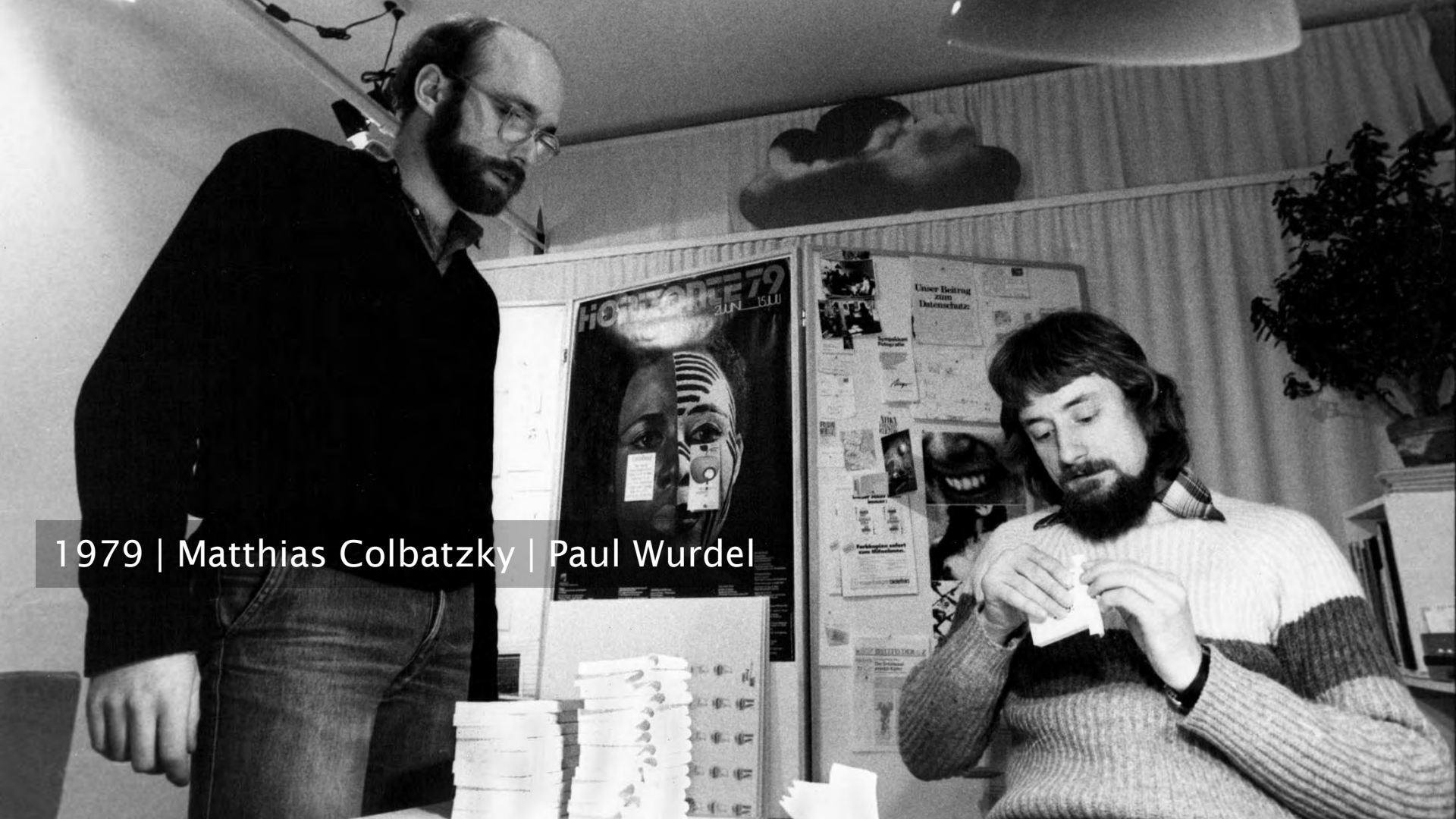
1979 | Gründung M-Design

1979 | Gründung M-Design

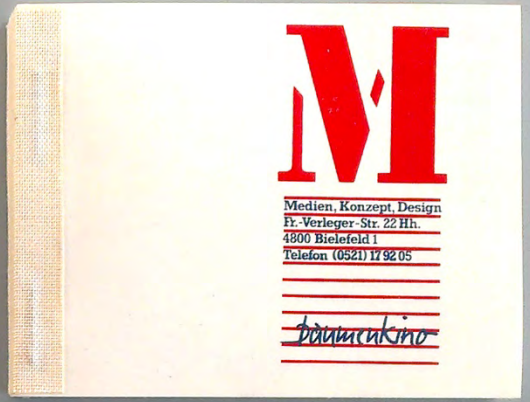
22Hh.
M
Medien, Konzept, Design
Fr.-Verleger-Str. 22 Hh.
4800 Bielefeld 1
Telefon (0521) 17 92 05

INTERNATIONA
FOLK-FEST
SONNTAG
10. JUNI
VIERZEHN UHR





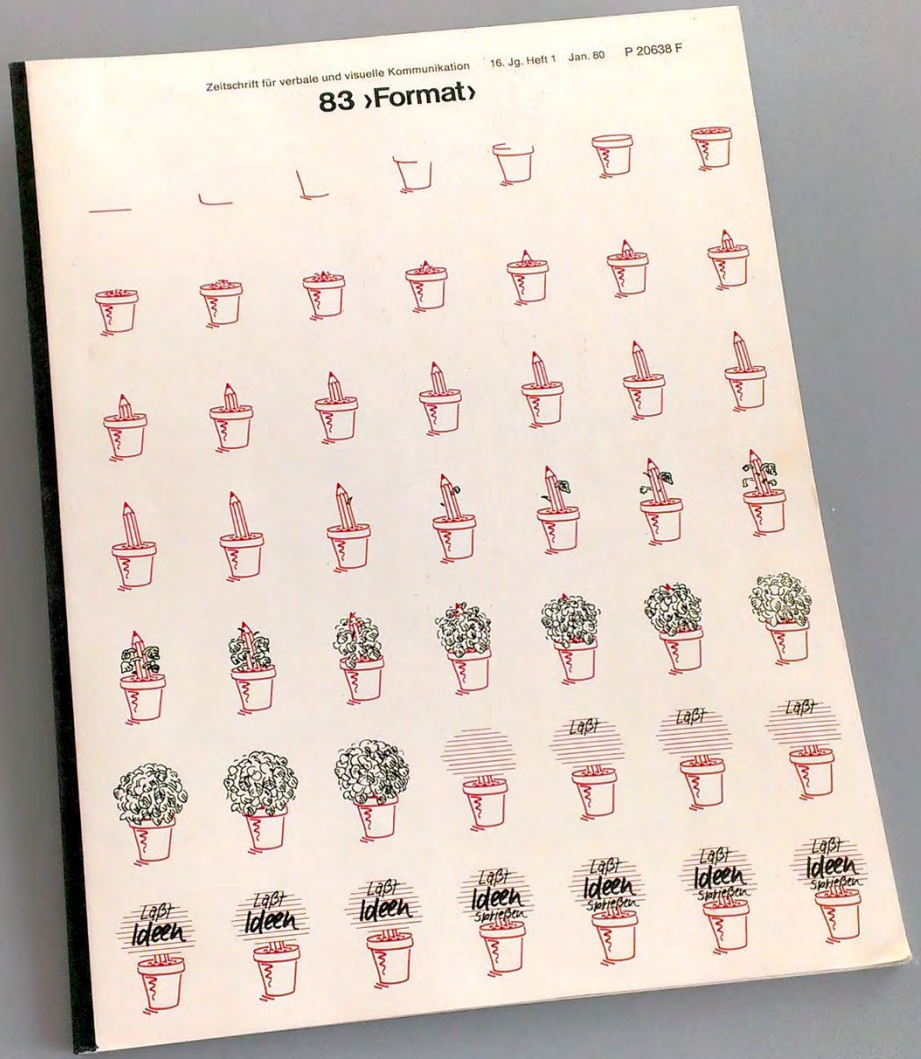
1979 | Matthias Colbatzky | Paul Wurdel



1979 | Eigenwerbung

Am Samstag
nach Ostern
feiern wir
ein Fest!
Komm'Se
ruhig rein!
21. April '79
ab 16 Uhr.
Friedrich-
Verleger-Str.
22 Hh.
(Kesselbrink)
in Bielefeld
Tel. (0521)
17 92 05
Matthias
Colbatzky
Gunter v. Groß
Ute Krugmann
Paul Wurdel

1980 | Format Titel



1979 | Projekt Offene Werkstatt

"Eigentlich fing alles mit dem 'Kellerslebdruck' an! Das war eine Offene Siebdruckwerkstatt im 'Treffpunkt Grille', einem Kommunikationszentrum für psychisch Leidende in Bielefeld. Dort konnte grundsätzlich jeder arbeiten, der Interesse am Drucken hatte oder ganz konkret Drucksachen herstellen wollte, die sich im Siebdruck realisieren ließen.

Zum anderen sollte die Werkstatt den 'Grille'-Besuchern Gelegenheit geben, ihre Öffentlichkeitsarbeit unter unserer Anleitung selbst zu machen ...

Parallel zu der Arbeit in der 'Grille' haben wir – Ute Krugmann, Gunter von Groß und Paul Wurdel – im September 1977 das 'Projekt Offene Werkstatt' gegründet, das die Ideen von Offenen Werkstätten, die jeder benutzen kann, weiterentwickeln will:

Wir haben dazu auch eine Reisende Werkstatt, mit der wir in anderen Städten Offene Druckaktionen auf Zelt mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen machen.

Schwerpunktmäßig arbeiten wir in der Kulturwerbung: Wir machen Konzepte, Plakate, Aufkleber usw. für kulturelle Institutionen und Veranstaltungen (auch Laien können und sollen dabei mitmachen).

Wir zeigen, wie man selbst eine Siebdruckanlage bauen kann! Unser Konzept dabei: Hilfe zur Selbsthilfe!

So hat sich das Projekt im Klappentext der Broschüre 'Kulturladen Uuna: Projekt Offene Werkstatt, 97 S., 17.6.'78.

Die Ausstellung (19. 3. – 16. 4. 1978) war Thomas

Werbemittel der städtischen Kulturinstitute umfassen und professionell abgewickelt werden. Die Medienarbeit sollte im Rahmen eines medienpädagogischen Konzeptes die Druckmaschinen als Produktionsmittel

Wir hatten die Idee, mit einer Reisenden Werkstatt in andere Städte zu ziehen und dort für kurze Zeit Offene Druckaktionen mit Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen zu machen. Eine neue Siebdruckanlage wurde gebaut, die aber diesmal zusammenzulegen in einen Rollis paßt!

Auf der 'IKiBu '77 (Internationale Kinder- und Jugendbuchausstellung) in Duisburg hatten Kinder und Jugendliche viel Spaß daran, aus alten Holzbuchstaben Sprüche und »Buchstaben-Tiere« zu setzen und auf einer alten Andruckpresse selbst zu drucken! Für eine Woche waren wir mit der Werkstatt da.

In Uuna z. B. konnte jeder Interessierte das Werkstattangebot im Sommer 1978 wahrnehmen. Im »Kulturladen Uuna« experimentierten Bürger drei Wochen lang mit den technischen Möglichkeiten des Buch- und Siebdrucks. Jugendgruppen nutzten die Werkstatt, um eigene Plakate zu drucken und nach unserem Vorbild eine Siebdruckanlage zu bauen. *Für unsere Reisende Werkstatt und unsere eigene Arbeit haben wir jetzt einen Standort in Bielefeld gefunden!* Das soll auch wieder eine *Offene Werkstatt* werden, wo man experimentiert, wo z. B. auch Künstler eigene Grafiken herstellen können, wo Initiativgruppen Drucksachen in Auftrag geben oder selbst machen. *Neben dieser Offenen Werkstatt arbeiten wir auch im Bereich der Kulturwerbung, entwickeln Konzepte und Entwürfe für Plakate und andere Drucksachen!*

Daß Siebdruck auch ganz einfach geht, zeigt eine Druckaktion mit Kindern in der Stadtbibliothek Bielefeld. Im Foyer der Eingangshalle bauten wir eine improvisierte Siebdruckwerkstatt auf. Wir hatten dabei: einen Drucktisch, Siebe, Rakel, Farben und Lösungsmittel.

Der Drucktisch war bald von Kindern umlagert! Mit einer ganz einfachen Technik, der Papierschablone (Abb. 127), druckten die Kinder ganz tolle Bilder und Texte, auch Plakate für eine Geburtstagsfeier. Die Papierschablone ist besonders geeignet für Drucken in Schule, Kindergarten, auf Festen usw. Auf diese Weise lassen sich auch sehr schnell und billig *Plakate* herstellen!

Beim direkten Bemalen des Siebes mit Siebfüller oder Gummikleber (Fixogum) können bis zu acht Kinder an einem Sieb arbeiten. Wir teilten die Fläche in Felder ein (Abb. 74). Jedes Kind malte in ein oder mehrere Felder ein Bild oder einen Spruch. Der große Bogen wurde hinterher auseinandergeschnitten: Die einzelnen Bilder kann man dann als Postkarten verschicken.

Die Kinder machten begeistert mit!

Wer sich dafür interessiert, wie man eine Siebdruckanlage (Drucktisch und Kopiertisch) selbst bauen kann, bekommt bestimmt einige Tips durch eine Bauanleitung, die wir herausgegeben haben (Abb. 128).

1979 | Reisende Werkstatt

Kulturladen
KULTURLADEN
27.5.–16.6.
OFFENE DRUCKWERKSTATT

DAS PROJEKT
OFFENE WERKSTATT
ACHTUNG !!

1979 | Projekte Kulturwerbung

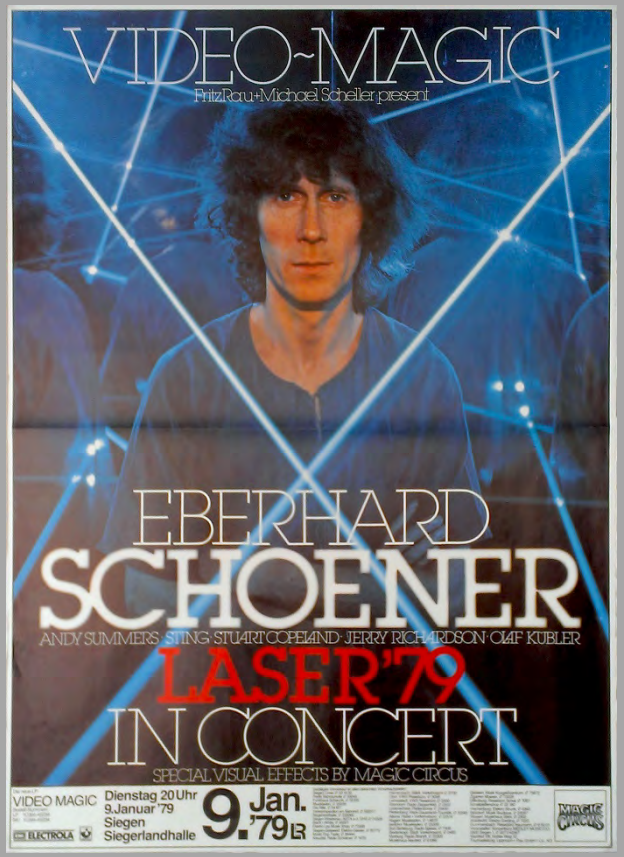


Foto für Plakat und Plattencover: Richard Wurdel

Praktikantenarbeit

Riedel-de Haën
Riedel-de Haën
Riedel-de Haën

Riedel-de Haën

Phönix

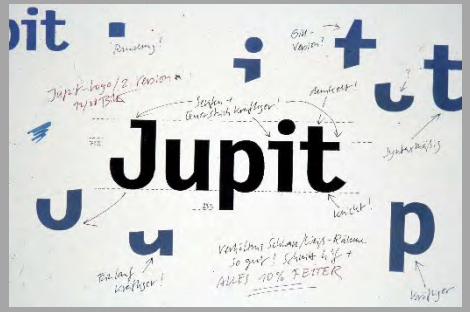
U.P.F Knöpfe optimal präsentiert
U.P.F
U.P.F
U.P.F

Wulf D. Hassler

Wulf D. Hassler
EXCLUSIVE HIGH FIDELITY
COMPONENTEN

Phönix
Hera®
Alles was Licht ist.
Riedel-de Haën
U.P.F
UNION PRO FORM
JUPIT
AUDIOVISION

Jupit


Jupit

Jupit
Jupit
Jupit
Jupit
Jupit
Jupit

Ostmann
Pfeffer
Ostmann
Oregano
Ostmann
Sauerbraten
Ostmann
Majoran

1983 | BTX Agentur

Gebr. Thiesbrummel
0.00 DM
Inhalt
Aktuell
Special Offer
Euro
Info-Tech
Diskette
Spiel
Unser Portrait
Telepost
Stichworte
Impressum
*DBT03
*CEPT

Medien, Konzept, Design 45273a
OP
Bildschirmtext-Realisationen
*D1200S *VERBINDUNG *CEPT

Laßt Ideen sprießen
*D1200S *VERBINDUNG *CEPT

Medien, Konzept, Design
0,00 DM
Editier-maske, Matrix: 12x10
Innen: Folie mit Ziffer auf Raster-blatt
Original
02.10.84 01:15:54
*DBT03 *VERBINDUNG *CEPT

Medien, Konzept, Design
0,00 DM
مؤسسة وسائل الإيضاح للتصاميم الفنية
قسم اللغة العربية
M-Design-Arabisch-Service
02.10.84 01:15:54
*DBT03 *VERBINDUNG *CEPT

EDUSCHO Bremen
Übersicht mit 0
EDUSCHO
MILDE NATUR
Milde Natur
Der besondere Charakter des 100% reinen Hochland-Kaffees aus Columbien ist ein echtes Erlebnis. Er ist naturmild und aromareich.
Über Btx direkt zu bestellen und natürlich überall bei EDUSCHO.
30.10.84 01:09:36
*DBT03 *VERBINDUNG *CEPT

EDUSCHO Bremen
Übersicht mit 0
Wenn Sie beim Wandern vom Regen überrascht werden
...sind Sie mit dem federleichten Nylonanzug gut ausgerüstet. Hose und Anorak, Gummi-beschichtet. Wasserdicht. Mit abnehmbarer Kapuze. Farbe: Blau. Kann bei schönem Wetter in dazuge-höriger Tasche verstaut werden!
Wanderanzug, blau, zweiteilig für Sie + Ihn, ab Gr. 42 nur DM 54.50
30.10.84 01:09:36
*DBT03 *VERBINDUNG *CEPT

Medien, Konzept, Design 4527321a
OP
Ostmann
*D1200S *VERBINDUNG *CEPT

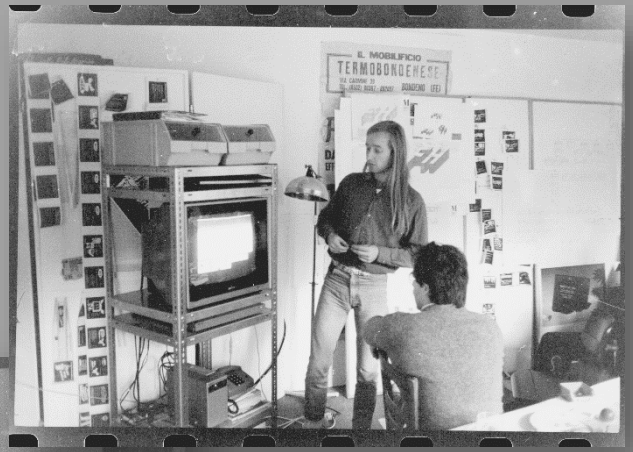
Medien, Konzept, Design
0,00 DM
Spezial-Leistungen
Modifikationen, Kon-turen-, Formen- und Fremdsprachensatz, Linien/Tabellen, Dingbats und Orna-mente, Raster und Heliogramme, Rub-On u.andere Art-Finish-Techniken und jede Menge Service in Ver-bindung mit unserem Fahrdienst machen uns unschlagbar.
02.10.84 01:15:54
*DBT03 *VERBINDUNG *CEPT

Gebr.Thiesbrummel
Büro- und Datentechnik
Gütersloh Hamm Bielefeld
*DBT03 *CEPT

Gebr. Thiesbrummel
0,00 DM
Bürostühle
- Höhenverstellung durch Rastmecha-nik
- Teppichbodenrol-len
- Polsterung aus strapazierfähigem Polyätherschaum
- Gestell, Stahl-rohr schwarz
Bürostuhl "Holiday"
DM 189,60
Inhalt 0 Bestellen 9 weiter #
*DBT03 *CEPT

SABA GmbH
0,00 DM
SABA. WIR HABEN DIE TECHNIK. SIE DAS VERGNÜGEN.
Auf lange Sicht.
SABA

Fachbereich Design



1983 | Btx Blockseminare FH

Neue Westfälische Zeitung 3.12.83

Freitag, 9. Dezember 1983

Professor Gerd Fleischmann:

Auseinandersetzung mit Neuerungen nötig

Erstes Btx-Seminar der Fachhochschule

Bielefeld (zor). Mit Bildschirmtext (Btx), seinen Entwicklungen und Auswirkungen, beschäftigt sich mittlerweile auch die Fachhochschule (FH) Fachbereich Design, „weil wir uns", so Gerd Fleischmann, „mit den Neuerungen auf dem Mediensektor auseinandersetzen müssen, ob sie uns passen oder nicht". Der Professor für Typographie, der aus seiner persönlichen Abneigung gegen Btx keinen Hehl macht („ein Verlust an Körperlichkeit und Sinnlichkeit"), hatte sich für die Einrichtung eines Btx-Seminars stark gemacht: „Wir müssen wieder intensiver die Tendenzen des regionalen Wirtschaftsmarktes registrieren".

An vier Wochenenden wurden die Design-Studenten von den Lehrbeauftragten Paul Wurdel und Gabor Wallrabenstein in Technik und Gebrauch des neuen Kommunikationsmediums eingewiesen. Die Fachhochschüler entwarfen in den Räumen der Firma M-Design, die die Hardware zur Verfügung stellte, ein Demonstrationsprogramm zu Übungszwecken. In diesem ersten Btx-Seminar der Fachhochschule wurde ein Suchbaum zusammengestellt, unter dessen Stichworten Informationen über den Fachbereich Design zusammengestellt wurden.

Die Praktiker Wurdel und Wallrabenstein sehen den Aufgabenbereich des Grafikers im Bereich Btx nicht beschränkt auf Programmdesign und Programmlayout. Analytisches und konzeptionelles Denken in Programmabläufen sei ebenso erforderlich. Paul Wurdel: „Heutzutage müssen Grafiker Kommunikationsspezialisten sein. Für Btx bedeutet das, daß sich die visuelle Sprache des Mediums den normalen Sehgewohnheiten anpaßt und in den Informationsaufbau einfügt."

Die Erfahrungen, die mit Bildschirmtext gemacht wurden, bewerteten die Studenten unterschiedlich. Einige waren von der schnellen Informationsübermittlung angetan. Neue gestalterische Perspektiven wurden gesehen. Andere fühlten sich von der Logik des Ablaufs vereinnahmt und fürchteten, daß bei längerer Beschäftigung die Augen „viereckig" würden.

Einig waren sich alle, einen Eindruck in einem Feld gewonnen zu haben, das für Grafikdesigner von zunehmender beruflicher Bedeutung sein dürfte. Professor Gerd Fleischmann will sich dafür einsetzen, daß auch im nächsten Semester ein Btx-Seminar an der Fachhoschule angeboten wird.

Resümierten mit Studenten die Ergebnisse des ersten Btx-Seminars der Fachhochschule (FH) Fachbereich Design: Der Pressesprecher der FH, Frank Bürgel (links), Gabor Wallrabenstein (Vierter von links), Paul Wurdel (Dritter von rechts) und Professor Gerd Fleischmann (zweiter von rechts). Foto: NW

1980
IBM Selectric von 1961
Kugelkopfschreibmaschine,
gebraucht DM 800,-

1983
LOEWE Btx-Editier-
terminal
DM 6.500,-
Nadeldrucker
DM 3.000,-

1987
Mac SE, 1 MB RAM,
Apple Imagewriter
plus diverse Programme
DM 25.000,-

1988
Siemens Mobiles
Autotelefon
DM 7.500,-

1991
Erstes Apple
PowerBook 140
S/W-Display
DM 7.000,-

1983 | Technische Ausstattung

UNSERE KERNKOMPETENZEN

- Kommunikationsdesign und Medienproduktionen für Corporate Design Projekte, Internetauftritte, Ausstellungen und Corporate Events

EXPODESIGN INTERAKTIVE MEDIEN CORPORATE EVENTS

UNSERE KERNKOMPETENZEN

- Konzeption und Realisation von Firmen-Foyers, Showrooms, Messeauftritten, Besucherzentren und Interaktiven Erlebniswelten

EXPODESIGN INTERAKTIVE MEDIEN CORPORATE EVENTS

UNSERE KERNKOMPETENZEN

- Langjährige Erfahrung in Designentwicklung und Technikrealisation im Full-Service

EXPODESIGN INTERAKTIVE MEDIEN CORPORATE EVENTS

UNSERE KUNDEN

- Von A wie Astrium und Audi bis Z wie ZF und Zoo Leipzig | International agierende Großunternehmen und Konzerne
- 25 Jahre Full-Service-Agentur für die SCHOTT AG in Mainz | Weltweite und nationale Projekte
- Mittelständische und Einzelhandels-Unternehmen | Region OWL, z. B. Union Knopf, Jupit, Hera, Poppe + Potthoff

UNSERE BÜROS

- Bielefeld, Friedrich-Verleger-Str. 22 | 1979 – 1999
- Frechen bei Köln, Augustinusstraße | 1993 – 1999
- Bielefeld, Westend-Tower | 1999 – 2005
- Am Zwinger 2-4 | 2005 – 2010
- Gadderbaumer Straße 11 | 2010 – 2012
- Sudbrackstraße 12, TOR 12 | 2012 - heute

1985 | Kooperationen

KOOPERATIONSPARTNER

- **Richard Wurdel**
  WURDEL & SCHENCK Fotodesign | Audiovisuelle Produktionen, Köln
- **Matthias Lauk**
  Museum für Holographie & Neue visuelle Medien, Pulheim
- **Paul Wurdel**
  M-Design : Paul Wurdel | Design-Agentur, Bielefeld

PROJEKTBEISPIELE

- Ausstellungen | Multimedia-Displays | Messestände | Messe-Shows
- Aktionärs-Jahreshauptversammlungen | Kongresse
- Truck-Promotions | Events für Forschungszentren

1985 | Miele, Domotechnica

Miele
Öko-
Waschsyster

Aluminium - eine Vision
Audi
Audi und Umwelt

Miele

NIXDORF
COMPUTER

THE CITI NEVER SLEEPS.
CITIBANK
7x24 Stunden Banking

KAMPA
EXCLUSIVE HÄUSER
Der sichere Weg zum Traumhaus

THE CITI NEVER SLEEPS. 7x24 Stunden

CITIBANK
7x24 Stunden Banking
THE CITI NEVER SLEEPS. 7x24 Stunden Banking

KAMPA
Der sichere Weg zum Traumhaus
KAMPA

1991 | RWE Hauptversammlung

1996 | mg Hauptversammlung

Stimmkartenau

W&V SPECIAL MESSEN & AUSSTELLUNGEN

Wenn Kunst und Kommerz Messepartnerschaften eingehen, kommt die Ausstellung zur Ausstellung

Innovatives ist rar: Beispiel Medienmuseum

Firmen sind ständig auf der Suche nach neuen, wirklich kreativen Ideen für ihren Messeauftritt. Tatsächlich Innovatives ist rar. Monumentale Video-Walls und Displays habe ihre Anziehungskraft als Eyecatcher weitgehend eingebüßt. In Zeiten ubiquitären Kultursponsorings geht die Kunst nun auch professionell kommerzielle Wege. Mit Resultaten, die Wirkung zeigen: Das Museum

Wie man sich ein alternatives Zusammengehen von Industrie und Kultur vorstellen kann, war zuletzt auf dem Stand der IFM Electronic GmbH auf der Interkama zu sehen. Das Essener Unternehmen für Sensor- und Automationstechnik glänzte auf der Messe mit einer Ausstellung lichtkinetischer Objekte. Voraussetzung für diesen besonderen Messeauftritt war, daß sich diesmal die Kunst unmittelbar an den Schauplatz wirtschaftlicher Entscheidungen versetzte. Das Museum für Holographie & neue visuelle Medien aus Pulheim beriet die IFM Electronic bei der Messekonzeption und gestaltete eine Ausstellung, die auf Kommunikationsziel und Unternehmensphilosophie genau zu-

Licht-Effekte: Das Unternehmen IFM Electronic, Essen, ließ seinen Messestand vom Museum für Holographie & neue visuelle Medien gestalten.

Wanderausstellung Licht und Architektur, realisiert für Zumtobel Deutschland.

schen fester Bestandteil seiner erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit. Es kommuniziert durch die Avantgarde-Kunst der Holographie seinen Technologievorsprung im Electronic Banking.

Performance und Wettbewerb

Museums-Marketing hat sich als flexibles Marketing-Instrument im Bereich des Kultursponsorings positioniert. Die Anwendungsmöglichkeiten reichen von Promotion bis PR und von Verkaufsförderung bis zu Messe- und Kommunikationskonzepten.

Angesichts des verschärften Wettbewerbs qualitativ gleichwertiger Produkte wird der Trend zu innovativen

L15

NOVESIA
SACHER

O&K
O&K Orenstein & Koppel
L 201
O&K

SACHER
NOVESIA

SACHER

1996 | Events

eventreport

AUFBRUCH IN EINE NEUE ZUKUNFT

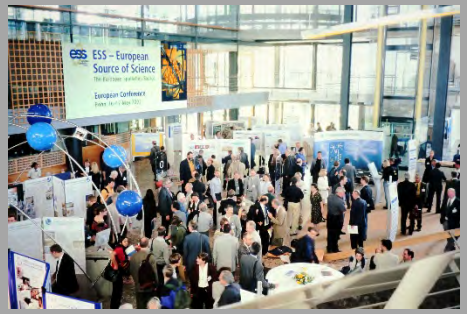
ABER IST ZUKUNFT NICHT SOWIESO IMMER „NEU"? DIE FRAGE DRÄNGT SICH AUF, LIEST MAN DAS MOTTO, UNTER DEM DAS FORSCHUNGSZENTRUM KARLSRUHE ANFANG JULI 1996 SEIN 40JÄHRIGES BESTEHEN FEIERTE.

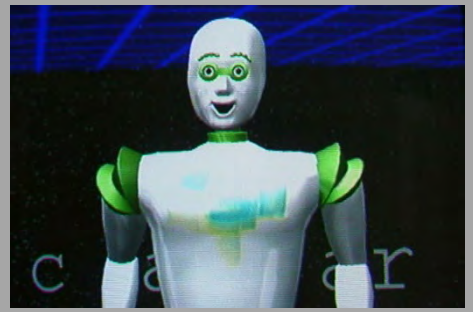
Dreiteiliger Bühnenaufbau mit „Blue Box"

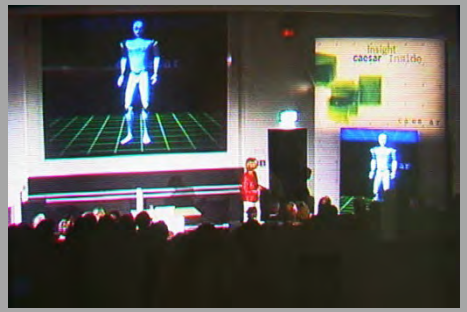
KONZEPT

MOTTO

Ein virtueller Talk



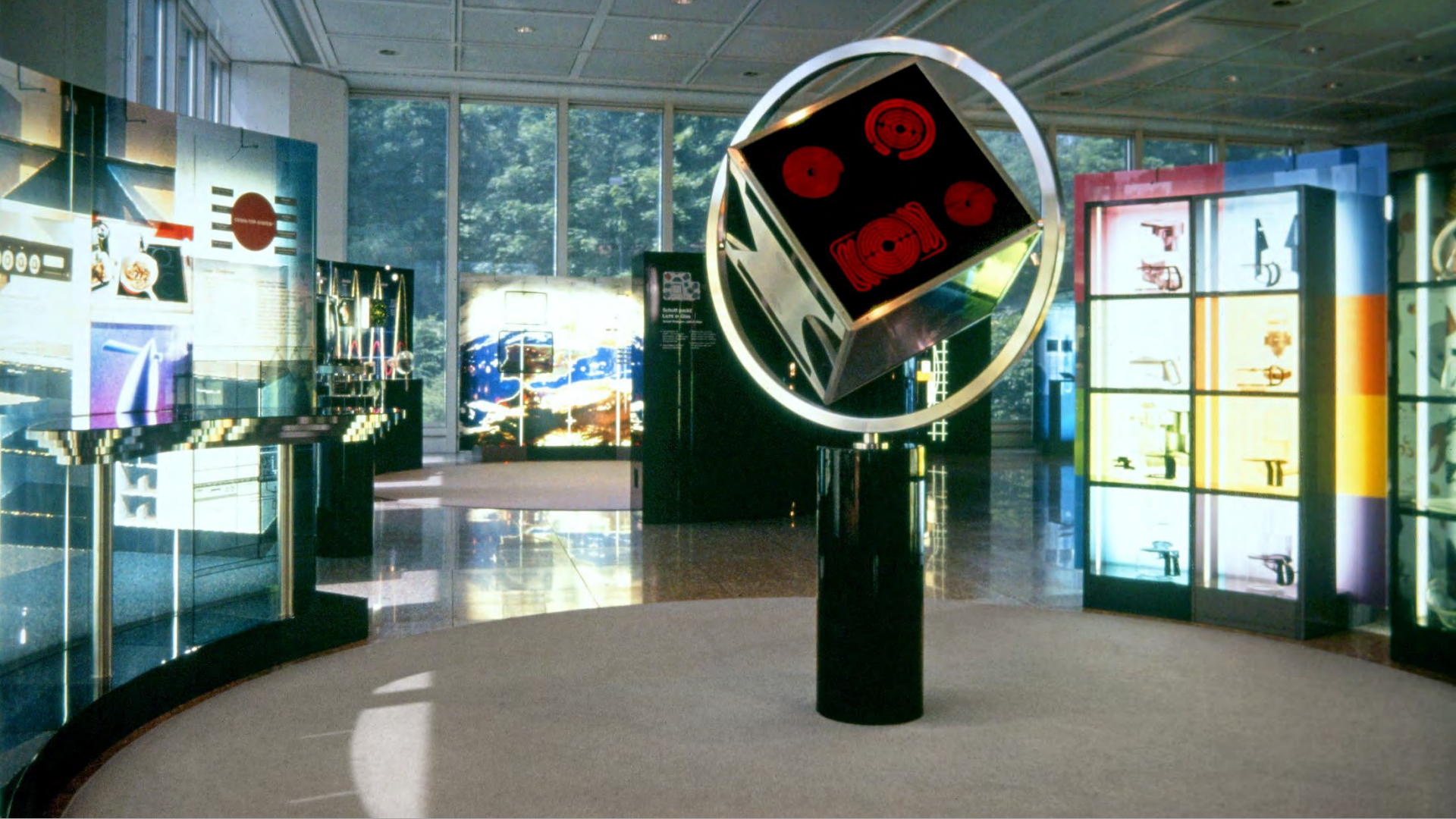




1991 | Beginn: 25 Jahre Design für die SCHOTT AG
SCHOTT
SCHOTT

1991 | Planung Showroom im ESC

1993 | Eröffnung Showroom



Bioactive Glasses

SCHOTT IN DER LUFTFAHRT
SCHOTT AVIATION

SCHOTT HOME TECH
SCHOTT HOME TECH
SCHOTT HOME TECH

SCHOTT WALL OF FAME

1999 | SCHOTT ACC in Mainz

2003 | SCHOTT ACC in Jena

2004 | Werbung für CERAN

CERAN®
SCHOTT

SCHOTT
SCHOTT
glass made of ideas

2004 | Home Tech Center

2007 | SCHOTT Solarfassade

2009 | SCHOTT Atrium

WEITERE HIGHLIGHTS AUS ÜBER 40 JAHREN M-DESIGN

EXPODESIGN INTERAKTIVE MEDIEN CORPORATE EVENTS

1985 | Union Knopf

»Kreativität im Griff«...

Gestaltungsvariationen – ohne Einschränkungen

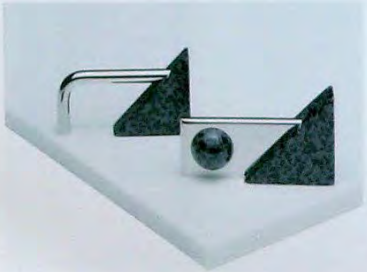
Man sieht es den Dingen an, daß sie mit Spaß gemacht wurden. Ungewöhnlich für das in dieser Branche gewohnte Einerlei: Möbelknöpfe und -griffe in einer kreativen Farben- und Formenvielfalt, wie man sie allenfalls in der Modebranche findet.

Solcherlei Aufgeschlossenheit kommt indes nicht von ungefähr: Die Produkte – DURO-HORN® genannt, weil aus diesem Material, einem hochwertigen Kunststoff – kommen von der UNION KNOPF, und die wiederum hat einen kompetenten Namen in der Modeszene: 80 Jahre Erfahrungen im Produktbereich »Modeknöpfe« – die offensichtlich nicht spurlos an diesem seit drei Jahren erfolgreich betriebenen Marktsegment »Möbelgriffe« vorbeigegangen sind.

Wie es sich für design-orientierte Unternehmen gehört, ist man aktuell informiert und auf allen Branchenmessen vertreten. Hans-Jürgen Bauer, der bei der UNION KNOPF in Bielefeld für das Design der Knöpfe und Griffe verantwortlich zeichnet, meint denn auch die »*Kreativität im Griff*« zu haben: „*Den Trend mitzubestimmen und auf aktuelle Kundenwünsche gestalterisch einzugehen, gehört für uns zum Tagesgeschäft...*" Mit dem in der Branche eng abgesteckten Bereich der biedereinfallslosen »Ziermöbelbeschläge« hat seine Tätigkeit wenig zu tun.

Und doch ist dieses Spiel mit Form und Farbe sehr realitätsbezogen. Ein zielbewußtes Marketing, das 1. auf aktuelles Design und 2. auf individuell machbare – und durchaus preswerte Produktlösungen setzt, macht es der Zielgruppe leicht, hier »ihre« Probleme lösen zu lassen.

Und weil man vorrangig die Möbelgestalter/Designer anspricht, muß die Präsentation – so hat man richtig erkannt – von gleicher sensibler Ausstrahlung sein wie die Produkte selbst. Das ist im neuen Messestand gelungen, vor allem aber auch in dem hier gezeigten »Kreativ-Prospekt«.

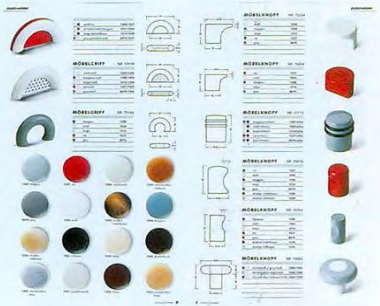


„Aktuelles Design bei Möbelgriffen. „Individuelle Griffobjekte sind selten; diesen Sachverhalt zu ändern, sehe ich als meine Aufgabe an." Hans-Jürgen Bauer, Designer bei der UNION KNOPF GmbH

Lange Zeit wurde einem wichtigen Attribut des Möbels wenig Bedeutung beigemessen: dem Möbelgriff oder -Knopf. Designer und Möbelfabrikanten, die das Besondere wünschten, suchten im lieblosen Sortiment der »Zierbeschläge« meist vergebens.

Die Zeichen der Zeit hat nun ein Unternehmen erkannt: die UNION KNOPF in Bielefeld. Bei Bekleidungs- und Modeknöpfen seit langem exponiert, bietet man dort seit kurzem nicht nur ein formal anspruchsvolles Basisprogramm, sondern ermuntert Designer und Fabrikanten, auch einmal eigene Entwürfe – bei durchaus akzeptablen Kosten – individuell fertigen zu lassen. Slogan: »*Kreativität im Griff*« – aber, wie wir meinen, auch im Marketing.

„Die Aura der Produkte auf sich wirken lassen, Intuition wird Teil des Konzepts, das Form- und Farbspiel hervorheben und vitalisieren ...": Doppelseiten aus dem Kreativprospekt der Gruppe M-Design für die UNION KNOPF.



Doppelseiten des im Prospekt eingelegten Bestellkataloges (Basisprogramm). „Ein Bestellkatalog muß nachschlagefreundlich sein, deshalb klare Gliederung in Produkt/Tabelle/Konstruktionszeichnung. Lesefreundliche, produktadäquate Tabellen-Typografie: es muß Spaß machen, zu bestellen!

Aufgabenstellung an die Gruppe M-Design (Medien, Konzept, Design): *Entwickeln Sie ein Konzept, mittels dessen die Zielgruppe Möbel-Designer in möbelherstellenden Betrieben unter einem kreativen Ansatz über das Leistungsspektrum von UNION KNOPF GmbH informiert werden. Das Leistungsspektrum für Griffobjekte kann schlagwortartig wie folgt belegt werden: höchste Perfektion in Material und Verarbeitung, individuelles Styling, kostengünstige Mustererstellung und Produktion auch von Kleinserien, enge Zusammenarbeit zwischen Designern bei UNION KNOPF und den Kunden.*

Der Kreativprospekt sowie der Bestellkatalog sollten in erster Linie auf der Interzum vorgestellt, später aber auch auf dem Postweg an Interessenten übermittelt werden.

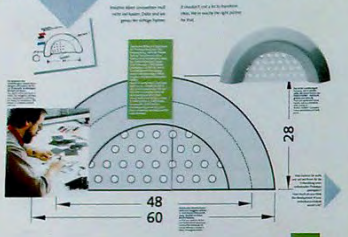
Die Gestaltungsidee von M-Design: Die ästhetische Qualität von Griffobjekten in den Vordergrund stellen. Eine überdimensionale Darstellung in Verbindung mit einer Lichtführung, die die Oberflächenbeschaffenheit und Formgebung besonders plastisch und »fühlbar« herausarbeitet. Für den Bereich Neuentwicklungen *(Terrazzo, Balloon, Sea-Glas, Marmor)* bestimmt das Fotodesign das Layout.

Die Seiten zur Entwicklungs- und Anwendungsschilderung im Prospekt werden geprägt durch ein »arbeitendes«, den Entwicklungsgang nachzeichnendes Layout.

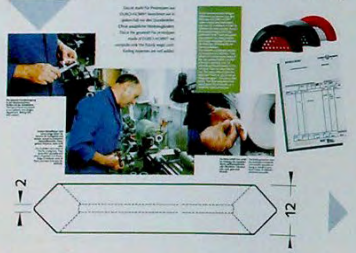
Kreativprospekt und Bestellkatalog bilden eine Einheit, die jedoch mit einem Griff aufgelöst werden kann; beide Objekte haben ihr »Eigenleben«.

Ein Bestellkatalog muß nachschlagefreundlich sein; deshalb klare Gliederung in Produkt/Tabelle/Konstruktionszeichnung. Lesefreundliche produktadäquate Tabellentypografie: es muß Spaß machen, zu bestellen.

EINE IDEE WIR D REALISIERT.



DIESER PROTOT YP Z.B. DM 200,–



»Eine Idee wird realisiert« – „Dieser Prototyp z. B. kostet Sie DM 200,–" Doppelseiten aus dem Prospekt, die praxisnah Entwicklung und Realisierung schildern.

„Sie skizzieren Ihre Vorstellungen; unsere Haus-Designer entwickeln sie bis zur Serienreife. In ständigem Kontakt mit ihnen." Designer Hans-Jürgen Bauer bei der kreativen Detailarbeit.

„Auch ein sachlich, funktional gestaltetes Möbel kann durch unsere Griffobjekte individuell akzentuiert werden..." Designer H.-J. Bauer.

„Die ästhetische Qualität der Griffe in den Vordergrund stellen; sie in ihrer Oberfläche, in ihren Formen fühlbar machen." Doppelseiten aus dem Kreativprospekt.

Konzept und Realisation: »Medien, Konzept, Design«, Bielefeld; Paul Wurdel BDG, Gábor F. Waltrabenstein BDW, Michael Bitter, Designer und Typograf. Fotoumsetzung/ Prospekt: Wurdel & Schenck, Fotodesign, Köln.

Möbelgriffe, raffiniert einfach wie etwa diese »Griff-Flexibles« oder dekorative, wie ein Schmuckstück. Griffobjekte, die für die Serie vorbereitet werden.

Produkt-Design: Hans-Jürgen Bauer. Hersteller: UNION KNOPF, Bielefeld. Produktfotos: Alexander Haselhoff.

MARKETINGKOMMUNIKATION
CORPORATE COMMUNICATIONS

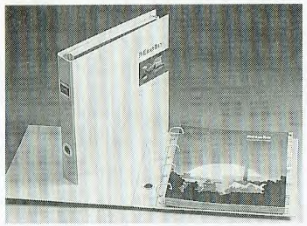
WZV 30194

MIELE

Design-Handbuch sichert Firmenidentität

Gestaltung *Der Haushaltsgerätehersteller Miele hat ein neues Erscheinungsbild und dokumentiert es weltweit mit einem Design-Handbuch.*

Rund 750 000 Mark investierte die Gütersloher Miele & Cie. in die Überarbeitung ihres Corporate Designs (CD). Nicht in der Summe enthalten sind die Kosten der Umsetzung – zum Beispiel für die Neulackierung der Firmenfahrzeuge. Werbeleiter Peer Hilbig spricht von einem „Jahrhundertwerk", das die Bielefelder Agentur *M-Design* ablieferte. Denn bei der Änderung des Erscheinungsbilds ist es nicht geblieben: Ein neues CD-Manual enthält Gestaltungsrichtlinien, die für die Mitarbeiter verbindlich sind.



Designer Paul Wurdel, der mit M-Design unter anderem neue Auftritte von Siemens, Schott und Veba gestaltet hat: „Das war für uns eine große Sache – ein Kunde für die Referenzliste." Fast drei Jahre hatte sein Team an dem Auftrag gearbeitet. Das Problem bestand für Wurdel vor allem darin, daß Miele weltweit mehr als 80 Niederlassungen hat, die zuvor „in Eigenregie" am Design arbeiten konnten. *fl*

1994 | Miele CD-Manual

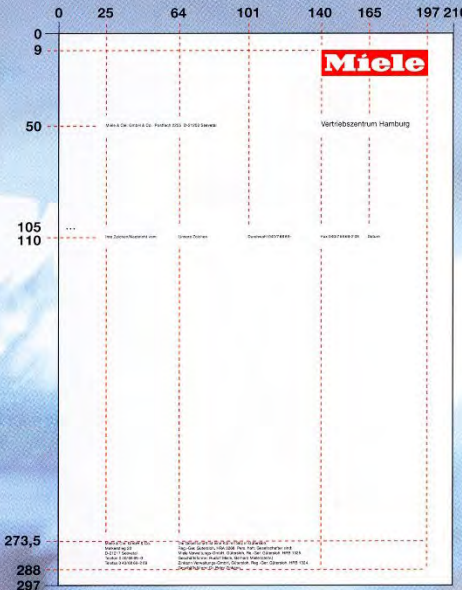
Logo, Claim; interaktive Medien
Logo, claim, interactive media
Miele
Miele Logo
Das Miele Logo wird in verschiedenen, festgelegten Größen eingesetzt. Es wird mit und ohne Claim verwendet.
Miele logo
The Miele logo is used in various specified sizes. It is used both with and without a claim.
Miele Logo ohne Claim
Auf Geschäftspapieren, Formularen, Beschilderungen, Arbeitskleidung, Gebäuden, Fahrzeugen und Zugwaggons wird das Miele Logo ohne Claim eingesetzt.
Miele logo without a claim
The Miele logo is used without a claim on company papers, forms, signs, working apparel, buildings, vehicles and goods wagons.
Miele Logo mit Claim
Der Claim wird dem Miele Logo untergeordnet, schließt bündig mit der Breite des Logos ab oder wird zentriert platziert.
Für alle kommunikativen Maßnahmen wie Anzeigen und Produktprospekte wird das Miele Logo mit dem dafür geeigneten Claim verwendet. Im Inland lautet dieser Claim „IMMER BESSER".
Miele Professional, Miele Küchen und Miele Classic sind spezielle Unternehmensbereiche. Hier gelten Logo mit Zusatz als eigenständige Marke, die auf allen Drucksachen und Objekten eingesetzt wird.
Miele PROFESSIONAL
Miele KÜCHEN
Miele IMMER BESSER
Miele Classic
Miele logo with a claim
The claim is subordinate to the Miele logo, flush with the width of the logo or centred.
The Miele logo with the relevant claim (sub-logo) should be used in all communicative measures such as advertisements and product-related brochures. For Germany the relevant claim is „IMMER BESSER" (Forever better).
Miele Professional, Miele kitchens and Miele Classic are special divisions within the company. In these cases, logo and sub-logo together form a single, unique brand entity and should appear as such on all printed matter and objects.
Corporate Design Manual
Miele
Corporate Design Manual
Miele

Alle abgebildeten Geschäftspapiere sind verkleinert dargestellt.

Company stationery is illustrated here reduced in size.

Die Miele Geschäftspapiere
Briefbogen, Folgebogen, Geschäftsleitungsbogen und Versandhüllen in verschiedenen Formaten besitzen einheitliche Gestaltungsrichtlinien für alle Werke, Vertriebszentren und -gesellschaften sowie alle Unternehmensbereiche im In- und Ausland.

Miele company stationery
Letterheads, successive pages, Senior Management writing paper and envelopes in different formats have standard layout guidelines for all factories, area sales offices, subsidiaries and all sections of the company in Germany and abroad.

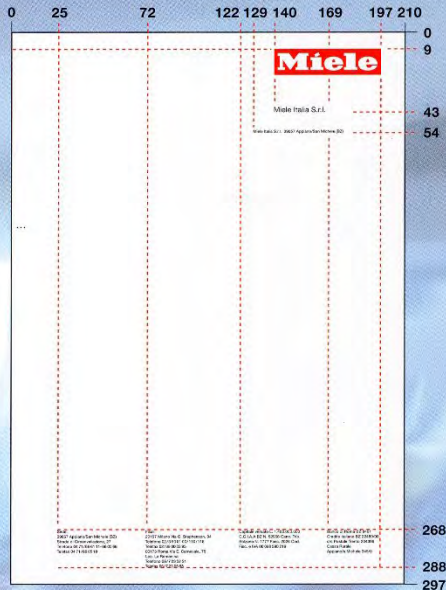


Beispiel Vertriebszentrum Hamburg
Example: Area sales office in Hamburg

Beispiel VG Italien
Example: Miele Italy

Logobreite: 57 mm
Schrift/ Größe/ Zeilenabstand:
Helvetica normal/ 6 p/ 7,5 p

Logo width: 57 mm
Font/ Size/ Line spacing:
Helvetica roman/ 6 p/ 7,5 p



Briefhüllen
Auf den Miele Briefhüllen wird das Logo vertikal platziert Dieses Prinzip gilt für alle Hüllenformate.

Envelopes
The logo is positioned vertically on the Miele envelope. This principle applies to envelopes of any format.

Logobreite: 98 mm
Schrift/ Größe:
Helvetica normal/ 7 p

Logo width: 98 mm
Font/ Size:
Helvetica roman/ 7 p

2001 | astrium Events

1961
971
1981
1991
2001
mission poss
40 jahre raumfahrt – made in bremen

esa
astrium
Story of Success
astrium
PHOENIX

ERÖFFNUNG
Opening Ceremony
Arianezentrum

astrium

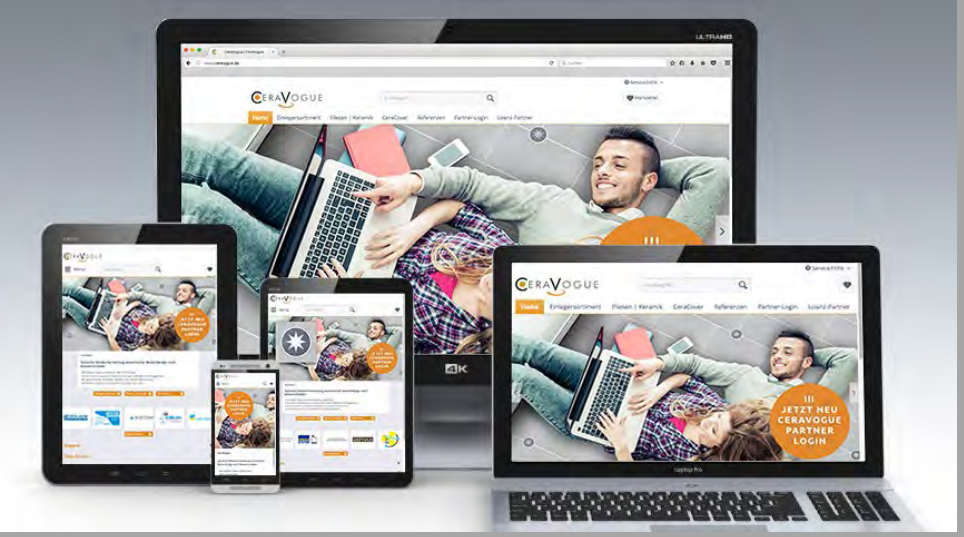
2006 | Merck Besucherzentrum

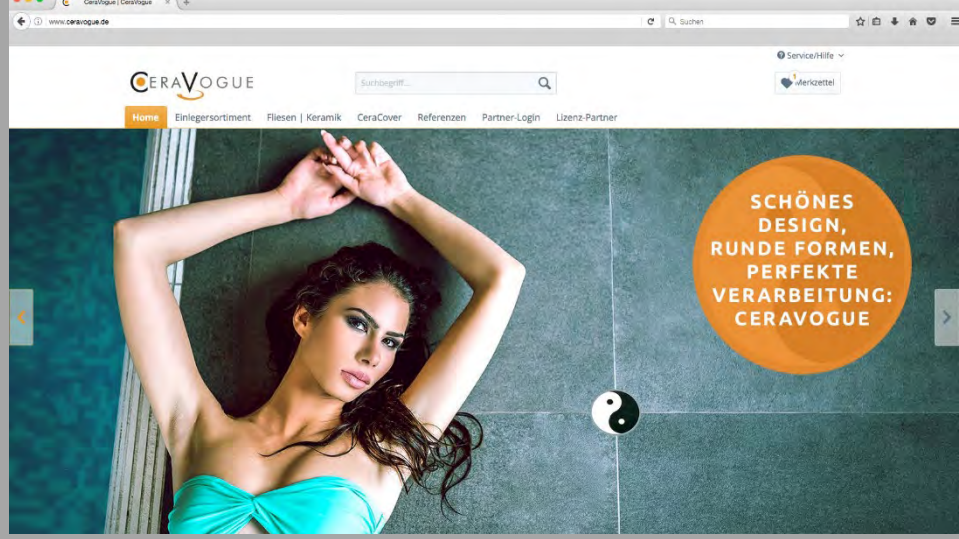
2011 | FAC Infoterminals

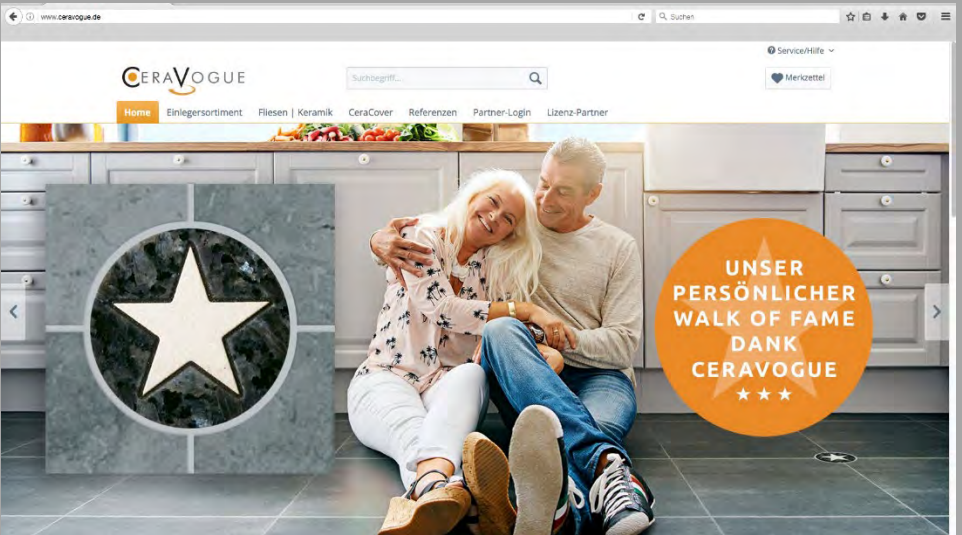
2011 | Zoo Leipzig Darkride

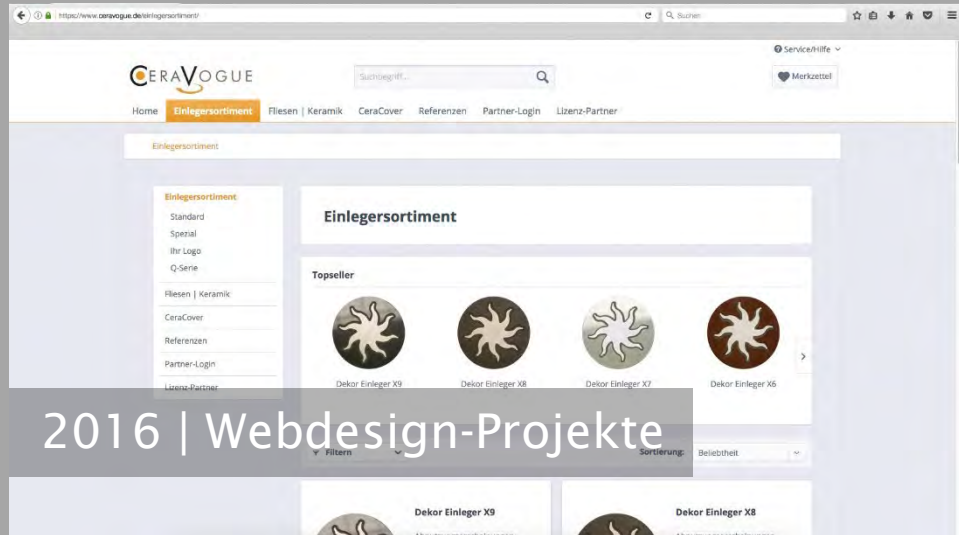
13.089.263.916
Wein aus deutschen Landen

184,074,081
6,610,071

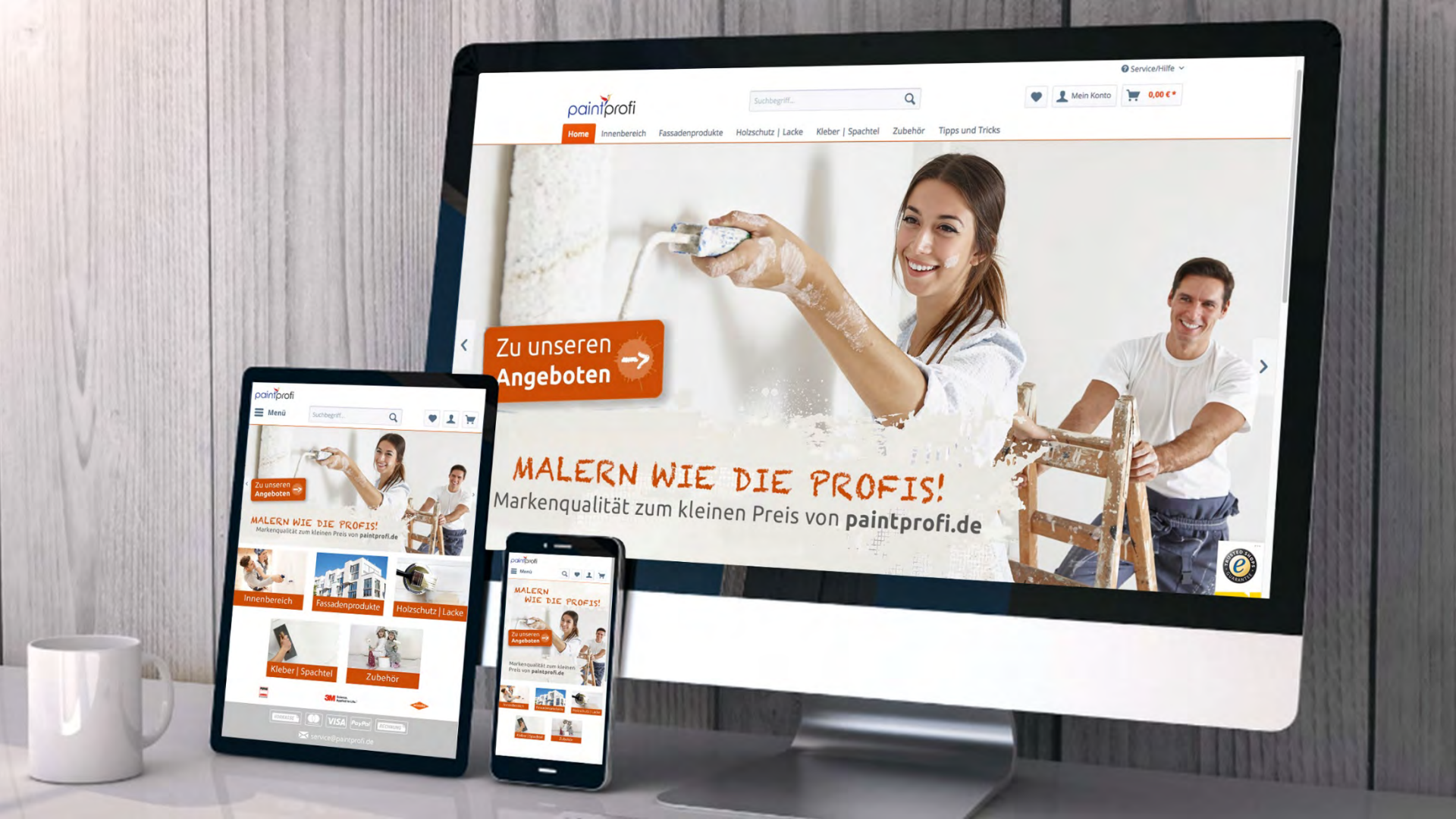








2016 | Webdesign-Projekte


paintprofi
Service/Hilfe
Suchbegriff...
Mein Konto
0,00 € *
Home
Innenbereich
Fassadenprodukte
Holzschutz | Lacke
Kleber | Spachtel
Zubehör
Tipps und Tricks
Zu unseren Angeboten
MALERN WIE DIE PROFIS!
Markenqualität zum kleinen Preis von paintprofi.de
Menü
Innenbereich
Fassadenprodukte
Holzschutz | Lacke
Kleber | Spachtel
Zubehör
service@paintprofi.de

Groß & Wiese
Sanierung mit System
Home
Leistungen
Kontakt
Standorte
Karriere
Impressum
Brandschaden-Sanierung
Industrieschaden-Sanierung
Hausrat-Inventarsanierung
Wasserschaden-Sanierung
Leckageortung/Messtechnik
Schimmelschaden-Sanierung
Wasserschaden-Sanierung
Wasserschäden erfordern schnelles Handeln
Rund um die Uhr erreichbar

https://www.mindener-stiftung-fuer-kinder.de
Suchen
Mindener Stiftung für Kinder
... aus Dank Kindern helfen
STARTSEITE
STIFTUNG
PROJEKTE
SPENDEN
ZUSTIFTEN
KONTAKT
Zeit, etwas Gutes zu tun ...
JETZT SPENDEN
Eine Stiftung zur Jugend- und Familienhilfe im Evangelischen Kirchenkreis Minden
Kinder sind unsere Zukunft
Die Mindener Stiftung für Kinder trägt dazu bei, Kindern in der Region Minden mehr Chancen zu eröffnen. Kinder brauchen Förderung, damit sie gut ausgebildet werden, Verantwortung übernehmen können, Werte bewahren und die Gesellschaft positiv mitgestalten.
Aus unterschiedlichen Gründen mangelt es an der Förderung vieler Kinder. Hier zu

2018 | 90 Jahre Poppe + Potthoff

Poppe + Potthoff ist gegründet | 1928

Friedrich Poppe und Hermann Potthoff verbindet eine langjährige Zusammenarbeit sowie die Erfahrung im Ziehen von Stahlrohr. Am 2. Januar 1928 teilen sie mit, dass sie in Werther, Westfalen, einen „Spezial-Betrieb für die Erzeugung von kaltgezogenen Präzisions-Stahlrohren in nahtloser und autogen geschweißter Ausführung" eröffnet haben.

Friedrich Poppe | 1928

*21.10.1872, +21.01.1958
Als technischer Leiter plant er gemeinsam mit Hermann Potthoff die Ziehanlage zur Herstellung von Präzisionsstahlrohr. Doch mitten in den Aufbauarbeiten erleidet der 56-jährige einen Schlaganfall. Noch vor dem Produktionsanlauf muss sich Friedrich Poppe aus gesundheitlichen Gründen aus der Firma zurückziehen, die ihrem Co-Gründer jedoch namentlich verbunden bleibt.

Hermann Potthoff | 1928

*08.10.1888, +11.04.1952
Hermann Potthoff setzt alles auf eine Karte. Mit 40 Jahren übernimmt er von Friedrich Poppe zusätzlich zu den kaufmännischen Aufgaben auch die technische Leitung des Unternehmens. Gemeinsam mit dessen Schwager Peter Marschall gelingt es, das Werk aufzubauen und durch turbulente Zeiten in den Aufschwung zu führen.

Mit der Kleinbahn in die Welt | 1950

Anneliese Potthoff | 1952

Firmenansicht | 1953

Nordwest-Ansicht des Rohrwerks | 1953

Fertigrohrlager | 1953

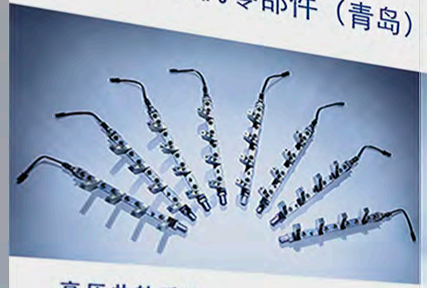
Hermann-Potthoff-Straße | 1953

Klaus Potthoff-Sewing | 1965

Wie entstehen nahtlose Rohre? | 1970

90
JAHRE POPPE + POTTHOFF
1928
90
JAHRE POPPE + POTTHOFF
90
JAHRE POPPE + POTTHOFF
90
JAHRE POPPE + POTTHOFF
2018

博佩发动机零部件（青岛）有限公司



高压共轨系统

德国博佩集团公司在高效清洁内燃机共轨系统方面拥有领先的专业技术。燃油喷射系统主要用于以柴油、汽油、合成燃料、天然气或氢气为动力的发动机领域。

COMMON RAILS | HP PIPES

Poppe + Potthoff has leading expertise in common rail systems for efficient and clean combustion engines. The pressure accumulators for fuel injection systems are designed for use with diesel, gasoline, synthetic fuels, CNG, gas or hydrogen.

德国博佩集团公司提供高压油管能够满足最高的耐压和精度要求。例如，燃油喷射管道可承受3000公斤以上的压力。

Poppe + Potthoff develops and produces high-pressure pipes which meet the highest requirements for pressure resistance and precision. The diesel injection lines, for example, withstand a pressure of more than 3,000 bar.

机械设备系统

德国博佩集团公司生产的脉冲检验设备能精确测试金属和塑料部件在不同压力和温度条件下的工作强度或疲劳极限，脉冲压力高达6000公斤。

MACHINES | SYSTEMS

Poppe + Potthoff test stands precisely test the operating or fatigue strength of metal and plastic components under varying pressure and temperature conditions – for example with pulses of up to 6,000 bar.

由于产品的高度灵活性，德国博佩集团公司生产的自动设备手仅能有手研发试验，也能应用到批量生产线上，以提高产品的制造性能。

Autothettage systems from Poppe + Potthoff are designed for use from R&D to serial production. Due to the high product variability, prototypes or variable components can be autothettaged on the systems to increase their pressure resistance.

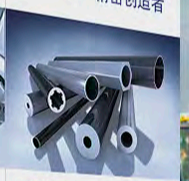
工业联轴器

德国博佩集团公司为各种应用提供各种类型的联轴器组合，产品包括机械式和液压式，波纹管式、膜盘式、膜片式、齿轮式、轴向销式、万向节式等。其力矩大小、扭转刚度和角度补偿各异。

INDUSTRIAL COUPLINGS

Poppe + Potthoff provides precise and anti-backlash couplings for every application. The portfolio includes metal bellows couplings, elastomer couplings, safety couplings, universal shafts and multi-plate clutches.

The heavy-duty couplings from Poppe + Potthoff safely transmit motion in rolling mills, shear excavators, steel mills, metallurgy, wind power stations, extruders and many others.



精密钢管

PRECISION STEEL TUBES

Poppe + Potthoff's rigid position tubes are very versatile. They are used in demanding technical systems such as in the automotive and mechanical engineering industries, which must be hydraulically precise.

精密钢管

2020 | PP JV Qingdao China

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

Stiftung Evangelische Kirche im

https://stiftung-ev-kirche-mindener-land.de

Suchen

Meistbesucht Erste Schritte 1&1 Services Weitere Lesezeichen

STIFTUNG
EVANGELISCHE KIRCHE
IM MINDENER LAND

Home Stiftung Spenden Zustiften Fördern Shop FAQ

Zur Suche Text hier eingeben

17:07
23.02.2021

STIFTUNG EVANGELISCHE KIRCHE IM MINDENER LAND

Vielen Dank für Ihre Spende!

DAMIT GUTES BLEIBT

STIFTUNG EVANGELISCHE KIRCHE IM MINDENER LAND

M-Design : Paul Wurdel®

DESIGN-AGENTUR

Vielen Dank
für die Reisebegleitung!

Copyright © M-Design : Wurdel KG | Dipl. Des. Paul Wurdel