

BÜRO NORD VISUELLE IDENTITÄT FÜR DEN ERFOLG

Eigentlich sind Philip Bernhard und Roland Bürge alte Bekannte. Dennoch haben wir die Macher vom Büro Nord erst in diesem Spätsommer kennengelernt. Alte Bekannte, weil wir viele Arbeiten von ihnen kennen, weil sie asw-Mitglied sind, weil sie direkt oder indirekt mit etlichen Arbeiten beim «Swiss Print Award» dabei waren und weil uns immer wieder gesagt wurde: «Die Jungs sind gut.»



Von KLAUS-PETER NICOLAY

Bevor man sich auf den Weg macht, sollte man wissen, wo man steht und wo es hingehen soll. Das gilt generell: für Reisen, für Unternehmensstrategien und und genauso auch für Drucksachen und Gestaltungskonzepte. «Wir unterstützen unsere Kunden und begleiten sie vom Start bis zum Ziel. Zunächst einmal wird analysiert, wo das Unternehmen steht, der bestehende visuelle Auftritt wird unter die Lupe genommen und die interne und externe Wahrnehmung des Unternehmens eruiert», erläutert Philip Bernhard. Danach wird die Strategie auf Basis der Marktsituation, Positionierung und Zielgruppen festgelegt. Ganz wichtig ist dabei die Frage: Für was steht das Unternehmen? «Erst danach machen wir uns an die Konzeption und Realisierung. Es werden Gestaltungen entwickelt und Ideen generiert – die sich aber nicht immer und schon gar nicht alle umsetzen lassen. Das Budget definiert die Massnahmen im Media-Mix.»

Wer so strukturiert an seine Arbeit geht, kommt auch Schritt für Schritt zum Erfolg. Das lässt sich auch konkret an einem Kunden von Büro Nord festmachen. Die Agentur für visuelle Kommunikation begleitet den Feuerring des Stahlplastikers Andreas Reichlin nun schon etliche Jahre und steht für die konzeptionelle Gestaltung. Dabei wurde die besondere Ästhetik des Grills aufgegriffen. Die



Philip Bernhard verwirklichte 2001 den Traum einer eigenen Agentur und gründete das Büro Nord. Der gelernte Typograf ist seither als Geschäftsleiter und Berater in der Agentur verantwortlich.

Agentur (die in der Allianz Schweizer Werbeagenturen asw organisiert ist) hat die schlichte und klare Formensprache des Feuerrings aufgenommen und perfekt in die Typografie und Seitengestaltungen verschiedener Objekte einfließen lassen. Jüngster Erfolg war der Gewinn des «Swiss

Print Award» in Gold für die Rezeptbücher «Feuer & Ring» (siehe «Druckmarkt 96»), die zuvor schon international ausgezeichnet wurden.

Produkten eine visuelle Identität, die zum Unternehmenserfolg beiträgt», erklärt Philip Bernhard und führt aus: «Wir sehen uns als Spezialisten in den Bereichen Branding und Corporate Design, konzipieren und realisieren ganzheitliche Markenauftritte. Je einheitlicher der visuelle Auftritt eines Unternehmens ist, desto mehr Kraft hat er und umso höher ist der Wiedererkennungswert. Dies bedeutet auch, dass jeder investierte Werbefranken mehr Wirkung erzielt und allein aufgrund des visuellen Auftrittes einen professionellen Eindruck vermittelt.»

«Weil wir wissen, wie wichtig und wertvoll ein homogener Auftritt ist, schenken wir diesem Punkt immer besondere Beachtung», ergänzt Roland Bürge. «Ob Farben, Schriften oder Bildsprache: Wir sorgen über alle Kommunikationskanäle hinweg für einen visuellen roten Faden, der beim Publikum einen bleibenden Eindruck hinterlässt.»

Das ist auch zwingend notwendig. Denn jeden Tag prasseln 3.000 und mehr Werbebotschaften auf uns ein. Um in der Fülle von Worten, Farben und Formen trotzdem wahrgenommen zu werden, braucht es clevere Ideen und aussergewöhnliche Umsetzungen. «Wer im Zeitalter der Reizüberflutung auffallen will, tut dies am besten mit Kreativität», so Bernhard. «Deshalb meiden wir ausgetretene Pfade und sind immer auf der Suche nach neuen, ungewöhnlichen Wegen.» Ziel sei es, Produkte und Markenauftritte so zu gestalten,

Alles aus einem Guss

Und wenn der Vergleich «Alles aus einem Guss» passend ist, dann bei dem aussergewöhnlichen Grill, um den herum zahlreiche Drucksachen und andere Inszenierungen entstanden sind. «Wir verleihen Marken und



Rund um den aussergewöhnlichen Feuerring sind zahlreiche Drucksachen und andere Inszenierungen entstanden.

Roland Bürge ist bereits seit 2003 zuerst als Angestellter, später dann als teilhabender Geschäftsleiter. Heute ist er als Art Director das optische Rückgrat des Nordens.



dass sie die Blicke auch in der kunterbunten Werbewelt von heute auf sich ziehen.

Und diese Aufgabe sei in den letzten Jahren immer anspruchsvoller geworden, bemerkt Roland Bürge. «Wir spüren die Globalisierung von Design. Kommunikation findet zunehmend über mehrere Kanäle statt. Und sobald eine Internetseite online geht, ist sie international sichtbar.» Gefragt seien deshalb ganzheitliche Strategien und eine ganz gezielte Verbreitung der Markenwerte und Werbebotschaften über alle relevanten Kanäle. «Dies erfordert aber auch viel Know-how auf verschiedenen Ebenen. Um einen lückenlosen und professionellen Rundum-Service bieten zu können, sind wir bestens vernetzt und ergänzen unser Team bei Bedarf mit den notwendigen Spezialisten. Davon profitieren wir, unsere Partner und selbstverständlich auch unsere Kunden – eine klassische Win-win-Situation», wie es Roland Bürge definiert.

listen. Davon profitieren wir, unsere Partner und selbstverständlich auch unsere Kunden – eine klassische Win-win-Situation», wie es Roland Bürge definiert.

Mehr als nur Gestaltung

Dabei geht es um mehr als nur Gestaltung. «Wir helfen unseren Kunden, die Unternehmenswerte zu schärfen, Potenziale zu erkennen und sich richtig im Markt zu positionieren», so Philip Bernhard. «Wir legen uns für den perfekten Auftritt ins Zeug. Vom Flyer bis zur Broschüre, vom Logo bis zum Packaging-Design, vom Mailing bis zum Plakat, vom Buch bis zum Screendesign für digitale Medien, vom Newsletter bis zu Briefschaften, vom Inserat bis Social Media: Wir sind Partner für sämtliche

Bereiche der visuellen Kommunikation.»

Und dabei liegt den beiden die grafische Industrie nach wie vor am Herzen. Sie sind gelernte Typo- und Polygrafen, kennen das Handwerk aus dem Effeff, sie beherrschen nicht nur einzelne Aspekte, sondern auch alle folgenden Seiten des Buches.

So reicht die Kundenliste von der Küssnachter Dorfkäserei über Handwerksbetriebe, Bauunternehmen, Architekturbüros und Banken bis zum Circus Nock, dem Kanton Schwyz oder der Feuerring GmbH.

Alles gleichzeitig

«Wir sind kreativ, aber auch bodenständig. Wir sind unkompliziert, aber auch anspruchsvoll. Wir sind konstruktiv, aber auch kritisch. Wir sind

direkt, aber auch diplomatisch. Wir sind lösungsorientiert, aber auch idealistisch. Wir sind Büro Nord.»

So stellt sich die Agentur auf ihrer Internetseite vor. Wer hier Widersprüchliches vermutet, hat die Zeichen der Zeit erkannt. Denn die Welt ist voller Widersprüche. Jeder Trend löst einen Gegentrend aus. Wir leben in einer Sowohl-als-auch-Zeit: alles ist irgendwie richtig, nichts ist völlig falsch, alles findet gleichzeitig statt, alles ist in Bewegung und nichts scheint mehr Bestand zu haben. Aber das wussten ja schon die Griechen, als sie sagten: «panta rei» – Alles fließt.

Das scheint übrigens der einzige Megatrend zu sein, der unbestritten ist.

› www.buronord.ch



Finishing 4.0™

Die Zukunft ist vernetzt.



Connex.Info
Produktionsüberwachung
und -auswertung für die
Druckweiterverarbeitung



www.mullermartini.com
Telefon +41 (0)62 745 45 75

MÜLLER MARTINI

Your strong partner.