



# Siemens – führend in Technik und Design

Siemens–Leaders in Technology and Design

**180 Marketingspezialisten von Siemens Communications waren aus fünf Kontinenten nach Berlin gereist. MetaDesign präsentierte auf einem Media Summit am 6. und 7. Mai 2004 den neuen visuellen Auftritt für die Handysparte des Münchener Elektronik Konzerns. Mit Hochdruck hatten die Brandingspezialisten von MetaDesign innerhalb eines Jahres das Corporate Design vollständig überarbeitet. Eine neue Identität für die wichtigste Konsumentenmarke im Hause Siemens war entstanden. Der Rollout konnte starten!**

At a media summit on 6 and 7 May 2004, MetaDesign introduced the new visual presence of Siemens Communications to 180 of its marketing specialists, who had traveled to Berlin from nearly every corner of the globe. In just one year, working at an intense pace, MetaDesign's branding experts had completely overhauled the corporate design system of Siemens' Communications phone division. The result was a new identity for the most important consumer brand in the Siemens portfolio. The launch could begin!



„The Product is the hero“, die neue  
Bildsprache für Siemens Communications  
*“The product is the hero”–the new photo-  
graphic style for Siemens Communications*



SL65

Designed for life



## Im Zentrum der Kommunikation steht das Produkt.

„The product is the hero“ – unter diesem Motto hatte MetaDesign einen Auftritt entwickelt, welcher das Produkt ins Zentrum der Kommunikation rückt. Ein Design, das die Handys so inszeniert, als wären sie Models auf einem Laufsteg, und ihnen in ihrer ganzen Sinnlichkeit eine Bühne bereitet. Ein für die Branche ungewöhnlicher Auftritt auf der Grundlage eines Profils, welches die neue Markenstrategie und die neue Markenpositionierung des Unternehmens in ein adäquates Corporate Design übersetzt und Unternehmen und Produkt völlig neu positioniert. Exklusiv erlebten die Experten von Siemens Communications das neue Corporate Design in all seinen Facetten – und sie waren begeistert: Als erste sahen sie den neuen visuellen Auftritt von Siemens Communications, der bald danach von hier aus um die Welt gehen sollte. Niclas Friese-Greene, Vice President Marketing Communication bei Siemens Communications, hatte den Media Summit am Morgen mit den Worten eröffnet: „Jeder muss sich die Marke zu Eigen machen, sich mit der Marke verbünden. Überall und zu jeder Zeit!“ Das Brand Movie – ein Film, der die Umsetzung der neuen Markenstrategie von Siemens Communications vorstellte – löste ein enthusiastisches Echo aus. Damit war klar, dass die Worte Friese-Greenes kein fernes Szenario beschrieben hatten, sondern diese Vision bereits größtenteils Wirklichkeit geworden war.

„Iconic Design“ – mit diesem Begriff bezeichnet MetaDesign das für Siemens Communications entwickelte Gestaltungsprinzip. Es stellt die Mobiltelefone in ihrem zeitlosen Design als Garanten für überragende Technik in den Mittelpunkt des visuellen Auftritts, bietet ihnen gleichsam eine Bühne. Damit visualisiert es zugleich auch den neuen Markenanspruch „Designed for life“.



Makroaufnahme des Produkts  
Product macro shot

## Communication focus is the product.

„The product is the hero“ – in keeping with this slogan, MetaDesign developed a visual presence that focuses on products, one that emphasizes the sensuous design of the mobile phones, bringing them to life like models on a catwalk. The new visual presence, which is highly unusual in the industry, reflects efforts to translate the new brand strategy and brand positioning into an effective corporate design system and to give both the company and its products an entirely new positioning. At the exclusive media summit, the experts from Siemens Communications experienced all aspects of the new corporate design – and were thrilled: they were the first to lay eyes on Siemens Communications's new visual identity, which was set to go around the world. Earlier that morning, Niclas Friese-Greene, Siemens Communications vice president of marketing communication, had opened the media summit with the following appeal: “We all must make this brand our own. We all must enter into an alliance with it – in every corner of the world, at every moment of the day!” The brand movie, which showed how the company's brand strategy was being implemented, triggered an enthusiastic response. It made clear that Friese-Greene's words did not describe a distant scenario – rather, that much of his vision was already reality.

“Iconic Design” this term, coined by MetaDesign, describes the design principle developed for Siemens Communications, which puts the mobile phones and their timeless design at the heart of the visual identity, as a guarantee of outstanding technology. The design principle not only gives the phones a stage of their own, but visually demonstrates the new brand slogan “Designed for life.”

## „Unsere Bildsprache inszeniert die Produkte konsequent als ästhetisches Ereignis.“

Florian Dengler, Creative Director bei MetaDesign, erklärt die Philosophie des neuen Corporate Designs anhand der fotografischen Inszenierung der Mobiltelefone. „Jedes Modell ist einzigartig und setzt Maßstäbe in Design und Technik. Unsere Bildsprache inszeniert die Produkte konsequent als ästhetisches Ereignis. Dazu haben wir Porträt- und Still-Life-Fotografie miteinander verzahnt und auf diese Weise jene Sinnlichkeit erzeugt, die schon bald einen neuen Trend in der Produktfotografie setzen wird.“ Und der neue visuelle Auftritt kommt an: MetaDesign konnte sich beim red dot award: communication design 2004 bereits einen Preis für das neue Corporate Design von Siemens Communications sichern.

Die Siemens Marketingexperten auf dem Media Summit hat das neue Erscheinungsbild begeistert. Zwei Tage lang diskutierten sie im MetaHaus über die neue Markenpositionierung, den neuen visuellen Auftritt und die beste Methode, das neue Design in der ganzen Welt bekannt zu machen. „In einem hart umkämpften Markt ist ein individuelles, unverwechselbares Auftreten zentraler Bestandteil erfolgreicher Markenkommunikation. Siemens Communications wird sich mit einem neuen Corporate Design von der Masse abheben und Einzigartigkeit beweisen“, ist sich Niclas Friese-Greene sicher. „Damit das neue Bild in der ganzen Welt bekannt werden kann, muss nun die Euphorie der beiden Tage in den Alltag übertragen werden.“ Florian Dengler ist zuversichtlich: „Durch die Entwicklung von Agentur-Trainings und Style Guides erfassen wir wirklich jeden Bereich – Siemens Communications begegnet dem Kunden überall im neuen, unverwechselbaren Iconic Design.“ 180 von dieser Vorstellung nachhaltig beeindruckte Marketingexperten tun seither ihr Bestes, um der Marke mit Hilfe dieses neuen Auftritts ein unverwechselbares Profil zu verleihen.

Using the photographic presentation of the mobile phones as an example, Florian Dengler, creative director at MetaDesign, elucidates the philosophy behind the new corporate design: “Each model is unique and sets standards in design and technology. Our photographic style consistently depicts the products as an aesthetic event. To this end, we’ve combined portrait and still-life photography to generate the sensuousness that will soon set be setting trends in product photography.” And the new visual presence has already been a resounding success: at the 2004 red dot communication design award ceremonies, MetaDesign won a design prize for the new corporate design system created for Siemens Communications.

The Siemens marketing experts at the media summit in MetaHaus were inspired by the new visual identity, and they spent two days discussing the new brand positioning, the new visual presence, and the best methods for introducing the design around the world. “In a competitive market, a distinct, individual presence is a crucial component of successful brand communications. With its new corporate design, Siemens Communications will stand out from the masses and demonstrate its uniqueness,” says Niclas Friese-Greene. “To acquaint the world with this image, we must ensure that the euphoria of the two-day meeting carries over to our everyday routines.” Florian Dengler is confident: “By developing style guides and agency training courses, we’ve covered all the bases—consumers will encounter Siemens Communications in its new Iconic Design wherever they go.” And ever since the media summit, the 180 marketing experts on whom the presentation made such a lasting impression have been doing their best to give the brand crisp contours with its new design.



Piktogramme für besondere Produkteigenschaften  
Pictograms for special product features

## “Our photographic style consistently depicts the products as an aesthetic event.”

