

**Irena Schmid**

# Entwicklung eines Produkt-Design- und Corporate-Design-Handbuches

Gestalterische Realisierung am Beispiel eines Puppenanbieters

**Diplomarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2006 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668504561

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/372848>

**Irena Schmid**

# **Entwicklung eines Produkt-Design- und Corporate-Design-Handbuches**

**Gestalterische Realisierung am Beispiel eines Puppenanbieters**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

**Titel**

Entwicklung eines Produkt-Design- und Corporate-Design-Handbuches und gestalterische Realisierung am Beispiel eines Puppenanbieters

---

**Diplomarbeit**

zur Erlangung des Grades eines Diplom-Designers des Fachbereichs Mediadesign der Mediadesign Hochschule

---

**Diplomandin**

Irena Schmid

---

**Datum**

Meerbusch, den 10.07.2006

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>I. Allgemeiner Teil</b>	7
1. Einleitung	8
1.1. Ausgangssituation	8
1.2. Zielsetzung	8
1.3. Vorgehensweise	9
2. Begriffe	9
2.1. Corporate Design	9
2.2. Produkt Design	12
2.3. Konzeption	14
2.3.1. Briefing	16
2.3.2. Recherche	17
2.3.3. Analyse	19
2.3.4. Zielgruppen und Ziele	20
2.3.5. Positionierung	21
2.3.6. Botschaften und kreative Leitidee	21
2.3.7. Maßnahmenplanung	21
2.3.8. Erfolgskontrolle	22
2.3.9. Präsentation und Dokumentation	23
3. Bedeutung von Corporate Design	24
4. Bedeutung von Produkt Design	25
5. Anforderungen für erfolgreiches Corporate Design	26
6. Anforderungen für erfolgreiches Produkt Design	19
6.1. Anforderungen an Produkt Design	30
6.1.1. Ökonomie	31
6.1.2. Ökologie	31
6.1.3. Zielgruppenorientiertheit	31
6.2. Gestaltfindung	33
6.3. Eingrenzung der Gestaltungsmöglichkeiten	34
<b>II. Analyse</b>	36
1. Einleitung	37
2. Marktanalyse	37
2.1. Soziologisch-kulturelle Aspekte	37
2.1.1. Aspekt: Armut	37
2.1.2. Aspekt: Gesundheit	40
2.1.3. Aspekt: Bildung	42
2.1.4. Aspekt: Erziehung	43
2.1.5. Aspekt: Spielen	43
2.1.6. Aspekt: Kinder und Medien	44
2.2. Technologische Aspekte	44
2.2.1. Geschichtlicher Hintergrund	44
2.2.2. Arten von Puppen	46
2.2.2.1. Holzpuppen	46
2.2.2.2. Wachspuppen	46

2.2.2.3. Papiermaché- bzw. Mischpuppen	47
2.2.2.4. Porzellanpuppen	48
2.2.2.5. Stoff- und Filzpuppen	49
2.2.2.6. Celluloidpuppen	49
2.2.2.7. Barbie	50
2.3. Richtlinien für Spielzeughersteller	53
3. Konkurrenzanalyse	56
3.1. Einleitung	56
3.1.1. Kurze Darstellung des eigenen Produktes	56
3.1.2. Kurze Darstellung des Puppenanbieters	57
3.2. Konkurrenz zu der Puppe	58
3.2.1. Konkurrenz aus Nordrhein-Westfalen	58
3.2.2. Deutschlandweite Untersuchung nach konkurrierenden Puppen (mit entsprechenden Herstellern)	58
3.2.2.1. MyModel	61
3.2.2.2. Girls	62
3.2.2.3. Teen Trends	63
3.3. Konkurrenz zu dem Puppenanbieter	64
4. Kundenanalyse	65
<b>III. Konzeption</b>	<b>67</b>
1. Einleitung	68
2. Ziele	68
2.1. Corporate-Design-Handbuch	68
2.2. Produkt-Design-Handbuch	69
3. Beziehungspartner	69
3.1. Corporate-Design-Handbuch	69
3.1.1. Interne Mitarbeiter	69
3.1.2. Externe Mitarbeiter	70
3.2. Produkt-Design-Handbuch	70
3.2.1. Produktionsfirmen	70
3.2.2. Externe Puppenhersteller	71
4. Strategie	71
4.1. Corporate-Design-Handbuch	71
4.2. Produkt-Design-Handbuch	72
5. Corporate-Design-Handbuch Inhalte	73
5.1. Einleitung	73
5.2. Allgemeine Daten	73
5.2.1. Unternehmensprofil	73
5.2.2. Strategie	73
5.2.3. Produktlinien	74
5.3. Konkrete Daten	74
5.3.1. Firmenname	74
5.3.2. Firmensignet	75

5.3.3. Hausfarben	75
5.3.4. Erklärungszeile	76
5.3.5. Korrespondenzset	76
5.3.6. Gestaltungsraster für Broschüren	77
5.3.7. Architektur	77
6. Produkt-Design-Handbuch Inhalte	77
6.1. Einleitung	77
6.2. Allgemeine Daten	77
6.2.1. Ziel der Puppe	78
6.2.2. Zielgruppen	78
6.2.3. Strategie	78
6.2.4. Name der Puppe	79
6.2.5. Logo der Puppe	79
6.2.6. Hausfarben	79
6.2.7. Erscheinungsbild	79
6.2.7.1. Vermessungen	80
6.2.7.2. Körper	80
6.2.7.3. Skelett	80
6.2.7.4. Oberflächenbeschaffenheit	80
6.2.7.5. Gesicht	81
6.2.8. Verpackung	81
6.2.9. Zubehör	81
6.3. Konkrete Daten	81
6.3.1. Puppe „Frühling“	82
6.3.1.1. Farbe des Logos	82
6.3.1.2. Farben der Puppe	82
6.3.1.3. Gesichtsausdruck	82
6.3.1.4. Styling	82
6.3.1.4.1. Haare	82
6.3.1.4.2. Make-up	82
6.3.1.4.3. Kleidung	82
6.3.2. Puppe „Sommer“	83
6.3.2.1. Farbe des Logos	83
6.3.2.2. Farben der Puppe	83
6.3.2.3. Gesichtsausdruck	83
6.3.2.4. Styling	83
6.3.2.4.1. Haare	83
6.3.2.4.2. Make-up	83
6.3.2.4.3. Kleidung	83
6.3.3. Puppe „Herbst“	84
6.3.3.1. Farbe des Logos	84
6.3.3.2. Farben der Puppe	84
6.3.3.3. Gesichtsausdruck	84
6.3.3.4. Styling	84
6.3.3.4.1. Haare	84
6.3.3.4.2. Make-up	84
6.3.3.4.3. Kleidung	84

---

6.3.4. Puppe „Winter“	84
6.3.4.1. Farbe des Logos	84
6.3.4.2. Farben der Puppe	85
6.3.4.3. Gesichtsausdruck	85
6.3.4.4. Styling	85
6.3.4.4.1. Haare	85
6.3.4.4.2. Make-up	85
6.3.4.4.3. Kleidung	85
7. Gestaltungsmittel Corporate-Design-Handbuch	85
7.1. Einleitung	85
7.2. Format	86
7.3. Papier	86
7.4. Einband	86
7.5. Deck- und Rückblatt	86
7.6. Gestaltungsraster	87
7.7. Typografie	87
7.8. Motive	88
7.9. CD-Rom	88
8. Gestaltungsmittel Produkt-Design-Handbuch	88
8.1. Einleitung	88
8.2. Format	88
8.3. Papier	89
8.4. Einband	89
8.5. Deck- und Rückblatt	89
8.6. Gestaltungsraster	90
8.7. Typografie	90
8.8. Motive	90
8.9. CD-Rom	91
9. Preiskalkulation	91