

Vielseitig

Das Design der neuen Corporate Identity ist flexibel einsetzbar für das breite Spektrum von ORF 1.



Auf das Wesentliche reduziert: Mit dem neuen Erscheinungsbild wollte man ORF 1 als einen „modernen und vielfältigen Sender ohne Schnickschnack“ positionieren.

kunft. Selbstbewusst, klar und modern. Das prägnante neue Logo schafft für ORF 1 auch abseits des Screens, von Print bis Event-Branding, eine starke Präsenz und Wiedererkennbarkeit. Der adaptive Claim in seinen vielseitigen Anwendungsformen – von ‚echt. anders.‘ bis ‚echt. daheim.‘ – ermöglicht auf innovative Art die Kommunikation der verschiedenen Kernwerte der Marke“, so ORF-Marketing- und Kommunikationschef Martin Biedermann.

Unverwechselbarkeit

Das Ziel der neuen CI war es, den Look von ORF 1 „dem unverwechselbaren Programmangebot von ORF 1 anzupassen“, so der Marketingchef weiter.

Das neue Design von ORF 1 bildet übrigens nicht nur optisch die neue Klammer des Vollprogramms, sondern soll darüber hinaus den Zuschauerinnen und Zuschauern eine bessere Orientierung innerhalb des Programms bieten und somit die Verlässlichkeit des Angebots unterstreichen. So gibt es die Idee, dass die einzelnen Farben des

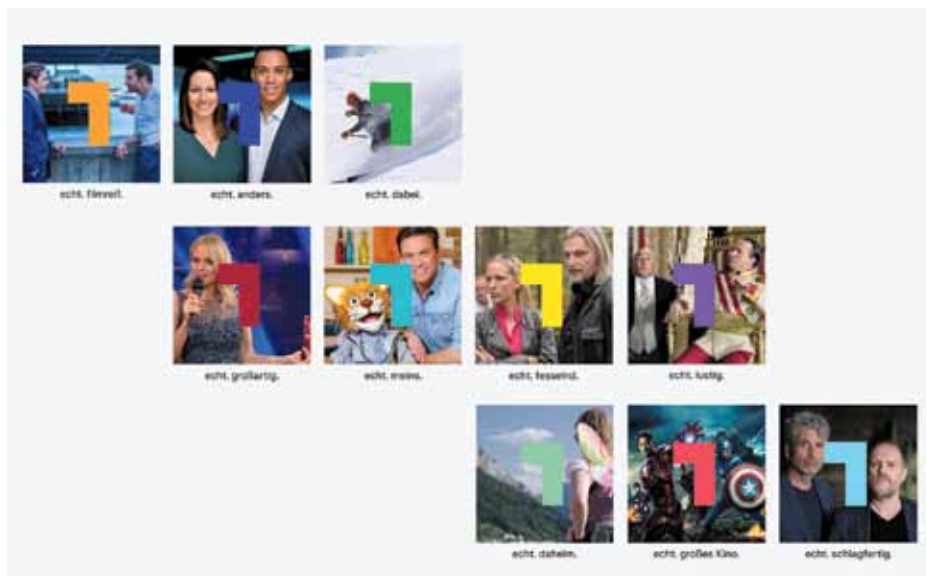


© ORF (4)

Logos für einzelne Tage stehen sollen.

Noch sei das Ganze nicht abgeschlossen, und es werde noch zu einigen Adaptionen kommen, so ORF Art-Director Michael Hajek, der auch Lisa Totzauer

Rosen streute und abschließend meinte: „Der Initiative von Channelmanagerin Lisa Totzauer ist es zu verdanken, dass wieder einmal die Fenster geöffnet wurden, um ORF 1 stilistisch durchzulüften.“



Der Look sollte mit der neuen CI an das bunte Programm von ORF 1 angepasst werden.

Die verantwortlichen Agenturen

partlhwson Kreativbüro ist eine 2014 gegründete, eigentümergeführte Werbeagentur mit Fokus auf herausragende Kreation. Mehr als 250 Internationale Werbepreise und einige Cannes-Löwen bestätigen dies. Das mehrköpfige Team rund um Patrik Partl und Phil Hewson fungiert als kreative Boutique für große Marken. Das Portfolio erstreckt sich von kreativer Markenführung, über Creative Content bis zur Content Film-Produktion.

Bleed ist ein unabhängiges Designstudio mit Sitz in Wien und Oslo. Der Fokus liegt auf der Schaffung von einzigartigen Brand Experiences im digitalen und analogen Bereich. Mit mehr als 200 Auszeichnungen bildet ein hochqualifiziertes Team eine exklusive Agentur mit internationaler Präsenz. Bleed hat für Kunden auf der ganzen Welt gearbeitet, unter anderem für die Deutsche Bank, Ikea, Pepsi, Levi's, Zaha Hadid, Ströck, Bene, Neudoerfler, das Technische Museum Wien, Visa, Sbanken oder Red Bull.