

## PLAYMOBIL CORPORATE DESIGN



## PROJEKT-EXPOSÉ

[Download PDF](#)

## PLAYMOBIL CORPORATE DESIGN

### CORPORATE DESIGN

Mit einer strategischen Sortimentserweiterung eines bekannten Wettbewerbers, die auf frühere Kundenbindung abzielte, sah sich playmobil gezwungen, die Produktpalette mit einem Kleinkinderprogramm zu erweitern. Es galt also ein Kleinkinderspielzeugsystem zu entwickeln.

Das Designteam begann zuerst mit der Ausarbeitung eines Konzeptes, der Figuren und aller nötigen Accessoires der Rollenspielwelt. Für die Formgebung stand von Beginn ab fest, dass der wesentlichste Unterschied zum betreffenden Wettbewerber in der runden und natürlich-organischen erscheinenden Formgebung liegen musste.

Für solitäre Spielelemente wie die Spielfiguren und Tiere, war dies eine besondere gestalterische Aufgabe, die im Team in einer Art Wettbewerb begonnen wurde. Wir gestalteten zunächst nicht sofort die Spielfigur, sondern begannen mit einem Durchschnittsprodukt, das von seiner Art sowohl architektonische als auch figürliche Elemente beinhalten musste, da das beabsichtigte Spielzeugsortiment sowohl Figuren und Tiere als auch Gebäude und Fahrzeuge umfassen sollte. Unsere Wahl fiel auf die exemplarische Gestaltung eines LKWs.

Im Team bildeten sich zwei Gruppen mit je 2 Formvorschlägen, wobei mein Ansatz und ein weiterer sich stark deckten. Diese zwei Ansätze setzten sich in einer Präsentation des Konzeptes und der Designvorstellung bei der Geschäftsführung durch.

Es lag nun an mir, die Spielfiguren, die Tiere und alle Fahrzeuge zu gestalten. Ausgehend von der aus der Gestaltung des LKWs abgeleiteten Form der Spielfigur wurden nun umgekehrt zuerst die wichtigste Figur detailliert gestaltet und dann ein typisches Tier und der LKW. Sobald diese Formen zueinander passten und



von der Geschäftsleitung bestätigt wurden, war für die weitere Ausarbeitung des Sortimentes die Richtung festgelegt. Für das im Konzept vorgesehene eingeschränkte Bauspiel wurde im Team ein Stecksystem entwickelt, das einfach zu fertigen, recht einfach zu handhaben und vor allem formal nicht zu technisch und systematisch erscheinen sollte. Bei einigen wenigen Teilen der Fahrzeuge wurde dieses System für den spielerischen Umbau der LKWs vorgesehen.



**PLAYMOBIL CORPORATE DESIGN**

Im Ganzen bildeten nun die Fahrzeuge und die Figuren und Tiere eine gestalterische Einheit, jedes Element war sofort anhand der besonderen Form der Serie zuzuordnen. Mit dem Stecksystem und einem schönen Farbschema fügten sich auch die Häuser, ein Wohn- und ein Bauernhaus und ein Bahnhof für die Eisenbahn in



diese gestalterische Linie ein, die nun in sich schlüssig und außerdem ganz klar eine Verwandtschaft zum Kernsortiment des ursprünglichen playmobil zeigte.



Nun musste diese Verwandtschaft in der Kommunikation, also in den Werbemitteln und den Verkaufskartons, herausgestellt werden.

Mit einer von dem Top-Management und mir ausgesuchten Werbeagentur erarbeitete ich Vorschläge für eine dezente figürlich spielerische Überarbeitung des bis dahin recht nüchtern wirkenden Markenauftritts von playmobil.



Dieser stärkere spielerische Aspekt der Kernmarke verdeutlichte das Thema Spielzeug besser und bereitete nun eine Brücke für das besonders figürlich und freundlich wirkende Kleinkindersortiment.

Als Programmname wurde jetzt playmobil 1.2.3 gewählt, was hier auch die Zugehörigkeit zu playmobil unterstrich und dazu den Altersbereich mit den Jahreszahlen herausstellte. Leider war dieser Name etwas systematisch und nüchtern. Um diesen Eindruck zu mildern wurde das Logo der Kleinkinderserie deutlich runder und wurde für die kräftige voluminöse Wirkung nun dunkel blau gefüllt und umfasste in runden Formen sehr bunte Zahlen.



**PLAYMOBIL CORPORATE DESIGN**



Dieses Logo war nun mit dunkler Schrift und dies verlangte einen hellen Hintergrund.

Bei den Playmobil-Verpackungen war das weiß geschriebene Logo auf dem deutlichen Verlauf von weiß zu mittelblau ein typisches Element. Für playmobil 1.2.3 musste ein hellerer Hintergrund gefunden werden und dieser musste im Zusammenhang zu der Grundfarbe des Kartons gewählt werden. Playmobil hatte bis dahin 2 Grundfarben im Sortiment: ein Mittelblau für das maskuline Sortiment und ein Blaumagenta für eher feminine Produkte.

Als dritte ergänzende Farbe fiel die Wahl auf ein besonders warmes Gelb, das in seiner Helligkeit zum zarten Weiß zu Hellblauverlauf des Hintergrundes passte. Mit bunten Bildern auf allen Gelben Seiten und dem zarten hellen Blauverlauf wirkten die Verpackungen frisch, warm und freundlich und passten ganz klar zu der bis dahin bekannten Erscheinung von Playmobil.



Auch in den Kommunikationsmitteln wurde das Gelb sowohl als Grund unter dem Logo als auch seitlich als Farbleiste an den Seitenrändern und als Grund der Textcopy und eingeklipster Bilder verwendet.

Mit diesem deutlich sympathischen Erscheinungsbild setzte sich das Sortiment playmobil 1.2.3 gut vom Wettbewerb ab und zeigte trotz der Verwandtschaft zum Hauptsortiment seinen besonderen eigenen Charakter.

Dieses grundsätzliche Erscheinungsbild wurde bisher erfolgreich konsequent weiter geführt.

Playmobil 1.2.3 ist bisher nahezu unverändert und mit wenigen neuen Produkten aktualisiert weiterhin im Markt.

**KONTAKT / ADRESSE**

**SYNTHESIS**  
DESIGNPARTNER

SYNTHESIS DESIGNPARTNER  
Pieter Kuschel e.K.

Pieter Kuschel  
Dipl.-Designer (FH)

Eugen-Richter-Straße 57  
58089 Hagen  
Germany

Tel.: +49 (0) 2331 35487 50  
Fax: +49 (0) 2331 35487 49  
Mobil: +49 (0) 170 7266132  
e-mail: [info@synthesis-design.de](mailto:info@synthesis-design.de)

UmStIdNr.: DE 193386913  
StNr.: 321/5153/2407  
StIdNr.: 45286307515