



MERBETH & BOSSERT hat ein Redesign des Firmenlogos und eine neue Website entwickelt

Der Grund liegt in der Vereinfachung der Darstellungen, sowohl im Internet, als auch für die hausinternen Printprodukte.

In Abstimmung mit den Mitarbeitern suchte man nach der besten Form. Es wurden alle Mitarbeiter befragt und - trotz teilweise gegenteiliger Ansichten - eine mehrheitlich akzeptierte Lösung gefunden. Geschmäcker sind nun halt verschieden. Heraus kam das neu gestaltete Firmenlogo mit der langen Firmenbezeichnung und einer Kugel mit dem Motto „much more“. Unter der Firmenbezeichnung blieb die korrekte Bezeichnung „print media“ erhalten.

Die Firmenfarben - blau und rot wurden gewechselt. Es wurden die Farben Gelborange und Terrakotta mit einem dunklen Grau (kein hartes Schwarz) kombiniert. Insgesamt sollen warme und harmonische Farbtöne eine angenehme Empfindung auslösen, die auf den ersten Eindruck Sympathie für die Firma wecken.

Die Verlässlichkeit in der Geschäftsentwicklung soll hingegen durch die nicht geänderte Schriftfamilie, der Futura, bestätigt werden. **Futura** ist eine Schriftart und der Prototyp einer Familie von „geometrischen“ oder „konstruierten“ serifenlosen Linear-Antiqua. Sie wurde 1927 von Paul Renner entworfen und war stark durch die Bauhaus-Bewegung inspiriert. Im Vergleich zu früheren serifenlosen Antiquas sind die Strichstärken sehr gleichmäßig und die Form der Buchstaben ausgesprochen geometrisch, was am deutlichsten in den fast kreisförmigen Rundungen sichtbar wird. Alle eigenen Geschäftsdrucke werden in der Futura gedruckt. Bei der Homepage dominiert allerdings aus technischen Gründen vorerst die Arial.

Der Farbkreis in „Zur Farbenlehre“, einer naturwissenschaftlichen Schrift von Johann Wolfgang von Goethe, erschienen im Jahre 1810.