Zusammen ein Ganzes
The Fine Factory

TEXT:
Christine Moosmann

Bei Hook & Eye entstehen Möbel und Accessoires, die Altes mit Neuem verbinden. Auch das von Dittel Architekten entworfene Erscheinungsbild stellt das Thema Verbindung in den Vordergrund und unterstreicht, daß zwei Teile oft erst gemeinsam einen Sinn ergeben – so wie Haken und Öse.

Dittel Architekten ist ein interdisziplinäres Designbüro, in dem Architekten, Innenarchitekten und Kommunikationsdesigner gemeinsam daran arbeiten, Marken ein unverwechselbares Aussehen zu verleihen. Der unterschiedliche Hintergrund der Kreativen schlägt sich in einer ganzheitlichen Denkweise nieder, mit der auch die Projekte angegangen werden. Verbindungen zu schaffen gehört sozusagen zur zweiten Natur und so fiel das Projekt Hook & Eye auf fruchtbaren Boden.

Bei dem neu gegründeten Unternehmen geht es darum, Altes und Neues zusammenzuführen und so ungewöhnliche Produkte zu entwickeln, die mehr sind als die Summe ihrer Teile. Der Haken und die Öse symbolisieren diesen Gedanken einfach, aber wirkungsvoll, weshalb sie die Gestalter als visuellen Anker wählten. Das Signet wird allerdings nur reduziert eingesetzt und soll nicht mit der Wortmarke konkurrieren, wie man bei Dittel Architekten erklärt. Bei dem Corporate Design stellte man bewußt die Idee ins Zentrum, die Gestaltung selbst nimmt sich zurück. »Hier dreht sich alles um Produkte, die das Leben verschönern«, erklären die Kreativen, »um diese in den Vordergrund zu rücken, wurde mit einem offenen und dezenten Layout gearbeitet und auf eine ruhige und prägnante Farbgebung gesetzt«. Auch in puncto Typografie spielte man mit dem Gedanken, Altes wieder neu aufleben zu lassen. Die serifenlose Trade Gothic von 1948 steht zugleich für Reduktion und Zeitlosigkeit und auch das Logo beschränkt sich auf das Wesentliche und wurde entwickelt, um lange nutzbar und aktuell zu bleiben. Der Zusatz ›The Fine Factory‹ unterstreicht noch einmal den Charakter der Produkte. Und natürlich gibt es neben den klassischen Kommunikationsmedien auch eine Website und ein Online-Magazin – denn erst zusammen ergeben Altes und Neues ein stimmiges Ganzes.

Hook & Eye is the birthplace of furniture and home accessories that unite the old and the new. The corporate identity created for it by Dittel Architekten accordingly majors on the theme of connectivity, emphasising that two parts often only make sense when they meet – like hook and eye.

Dittel Architekten is an interdisciplinary design agency with architects, interior designers and communication designers working together to endow clients' brands with memorably distinctive visual identities. Working together, with such diverse backgrounds behind them, the Dittel creatives have evolved a holistic way of thinking that comes out clearly in their approach to projects. Creating connections is virtually second nature to them, so it was in fertile ground that the Hook & Eye project took root.

This recently founded company's mission is to harmonise old and new while creating unusual products that are more than the sum of their parts. The idea finds simple but potent symbolic expression in the hook and eye, which the designers accordingly chose as their visual anchor-piece. However, the image is used in a stylised, reduced form intended – as Dittel Architekten explain – to avoid competition with the logotype. The plan for the corporate design was that the idea should be paramount, with the graphic elements as such kept low-key. »This is all about products that make everyday living more beautiful,« the creatives explain, »so to ensure the focus stays entirely on the products we made the layout straightforward and sober, and chose a restrained, sympathetic colour tonality.« Typography too provided scope for imaginative revival of old forms in new contexts. The sans-serif Trade Gothic of 1948 represents both reduction and agelessness, while the logo too is stripped to essentials and designed to stay usable and relevant for a long time to come. The added moniker ›The Fine Factory‹ reiterates the emphasis on the quality of the products. And of course the traditional communication media are backed up by a website and online magazine – for old and new need to pull together if they are to produce a harmonious synthesis.

www.d-arch.de