

JORDAN GOLF COLOGNE
SPORTARTIKELHERSTELLER



Die rheinische Leichtigkeit im Golf

Marke und Corporate Design für ein Kölner Golf-Start-up

ARBEIT ZWISCHEN 2007 UND 2010 BEI COLOGNETWORX CNX

Ein besseres Spiel dank mehr Selbstvertrauen durch zuverlässiges Equipment. Diese einfache Formel ist Kern des Markenversprechens von *JG Golf* und stand beim Design der Produkte im Mittelpunkt der Bemühungen. Ob nun die Schläger der Serie *JG TRUST* oder die *RAINSTOP* Cartbags, allen Produkten ist gemein, dass sie einfach und zuverlässig funktionieren, ohne dabei mit unnötigem Schnickschnack überladen zu sein.

Zur Kommunikation dieser Werte bedurfte es einer Marke, die Vertrauen schaffen kann und auch in klein auf einem Produkt noch zur Geltung kommt. Die quadratisch-runde Grundform des *JG*-Logos mit den verbundenen Buchstaben erfüllt diese Anforderung optimal. Das zugehörige Corporate Design setzt durch Verwendung der *Helvetica* vertraute Akzente und greift „rut un wiess“ auf, um sich mit Farben der Stadt Köln bewusst als regionale, rheinische Schlägermarke zu inszenieren.

Neben Geschäftsausstattung, Online- und Offline-Werbemitteln und Katalogen waren die Kollegen von CNX und ich auch mit dem Online-Shop betraut und haben den Messestand mit gestaltet.

AGENTUR:

COLOGNETWORX CNX

KUNDE:

JORDAN GOLF COLOGNE

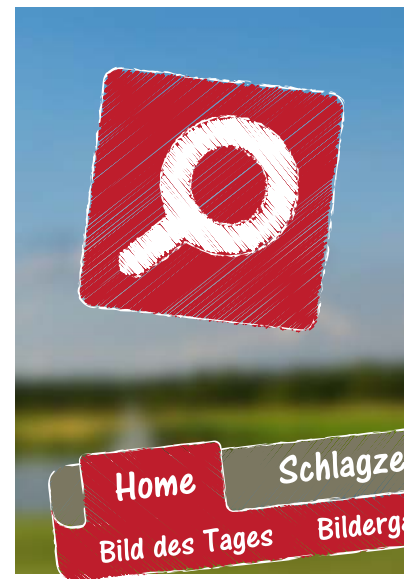
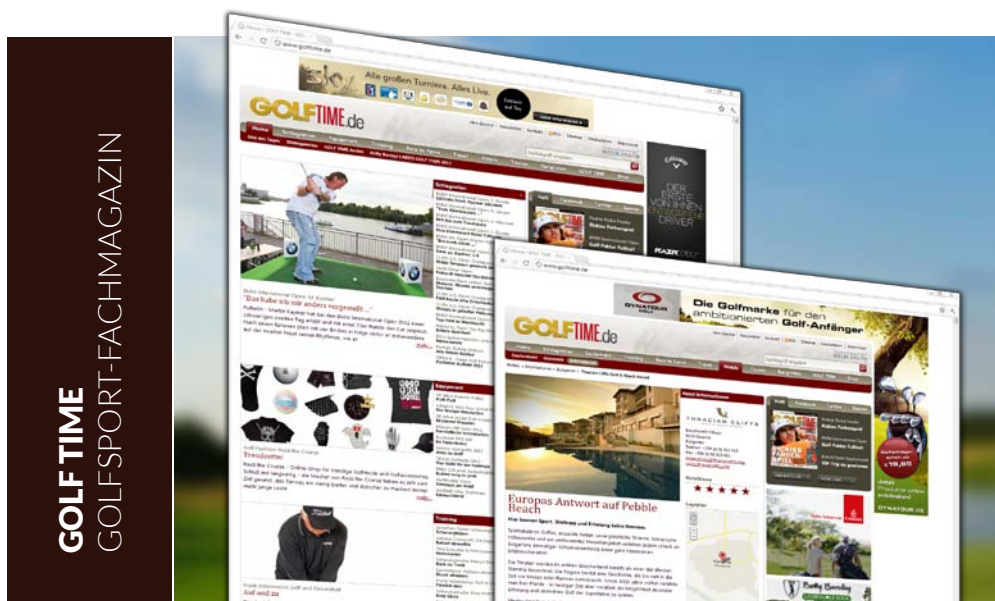
DISZIPLINEN:

LOGOENTWICKLUNG, CORPORATE-DESIGN-ENTWICKLUNG, ONLINE- UND OFFLINE-GRAFIK, GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

MEHR INFOS ONLINE:

wnpl.de/jg





Alles, was der Golfer braucht

Relaunch der Internetpräsenz eines der auflagenstärksten Golfmagazine im europäischen Raum

ARBEIT ZWISCHEN 2009 UND 2010 BEI COLOGNETWORX CNX

Von Nachrichten zum aktuellen Sportgeschehen über Equipmenttests bis hin zu den neusten Ranglisten, den schönsten Golfhotels der Welt und Expertentipps die helfen, das eigene Handicap zu verbessern – so vielseitig wie das Monatsmagazin *GOLF TIME* präsentiert sich auch dessen digitale Dependence *GOLFTIME.de* ihren Nutzern.

Auf der alten Website von *GOLF TIME* hatten nur kleine Bider Platz. Der Inhalt wurde hauptsächlich in statisch wirkenden Kästen ausgegeben, die Vielfalt der Inhalte, die von der Redaktion produziert wurde, kam so überhaupt nicht zur Geltung. Auch das Thema Social Media war hier nicht berücksichtigt worden. Im Jahr 2009 wurde dann klar, dass ein Wechsel her musste – und das schnell.

Die neue Website, die wir in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden konzipierten, ist in puncto Design an großen Nachrichtenportalen inspiriert. Die klare Gliederung nach Themenbereichen erleichtert die Orientierung im aktuellen Golfgeschehen. Plakative Artikelbilder verleihen den Seiten ein zeitgemäßes und aufmerksamkeitsstarkes Aussehen. Interaktive Elemente wie Karten auf den Hotelseiten schaffen Überblick, die Integration von Social Media in den Artikeltools erleichtert das Teilen der Artikel auf Facebook und Twitter.

Konzeption, Gestaltung, Template-Erstellung und Projektmanagement waren bei CNX meine Aufgabenbereiche. Lediglich die Umsetzung im CMS *eZ Publish* überließen wir einem Dienstleister.

AGENTUR:

COLOGNETWORX CNX

KUNDE:

GOLF TIME VERLAG

DISZIPLINEN:

KONZEPTION, GESTALTUNG,
TEMPLATE-ERSTELLUNG,
PROJEKTMANAGEMENT (AUCH
TECHN.)

MEHR INFOS ONLINE:

wnpl.de/gt

