

Pressemitteilung

Düsseldorf, März 2015

Eine scheinbar unlösbare Design-Aufgabe - Der Viebrockhaus-Eckstein

Vor einem halben Jahr stand **Andreas Viebrock**, Familienunternehmer der zweiten Generation und Visionär der Massivhausbranche, vor der Übergabe der Führung an die nächste Generation. Die Erfolgsgeschichte der **Viebrockhaus AG** ging 2014 in das 60. Jahr. Das Unternehmen ist bekannt für eine traditionelle Bauweise, unter Verwendung innovativster Technik und mit großer architektonischer Vielfalt. Was es aber noch nicht gab, war etwas Unverwechselbares, etwas so Individuelles, dass jedes der Dutzenden von Haustypen als Viebrockhaus erkennbar macht, ohne dass ein Logo am Haus angebracht wird.

Mit dem bisher unlösbaren Problem, den vielfältigen Viebrockhaus-Typen ein einzigartiges Merkmal zu geben und die Handwerkskunst des Familienunternehmens zu krönen, beauftragte Andreas Viebrock 2013 **Peter Maeschig**, den **Chef der Design for Business Markengestaltung**. Die Corporate Design Aufgabe war es, eine ganz besondere „Kennung“ zu finden, die die Individualität jedes der über 1000 verkauften Häuser pro Jahr unterstreicht, aber gleichzeitig dem Hausbesitzer kein „Reklameschild“ aufnötigt. Gesucht wurde ein Gestaltungselement, dass jedes Haus der Viebrockhaus AG sofort erkennbar macht.

Aus einem Prinzip der Architekturphilosophie leiteten Peter Maeschig und sein CD **Rolland Alt-fater** die Problemlösung ab - den Eckstein. Der Eckstein, ein traditionell stabilisierendes Element, ausgestattet mit den **einmaligen Koordinaten des Standortes und einer individuellen Ikono-graphie**, gefertigt aus edlem Metall, war der „Lösungs-Hebel“.

Die künstlerische Interpretation des Viebrockhaus-Symbols, in der Ästhetik eines Rapports, unterstreicht die technische Raffinesse und Vielfalt von Viebrock-Häusern. Der Glanz des in Edelstahl gearbeiteten Ecksteins lässt das Haus optisch erstrahlen. Die Platzierung des Ecksteins erfolgt an einer der Straßenseite zugewandten Hausecke. Das inspirative Design zahlt auf die Corporate Identity der Viebrockhaus AG ein und ist zugleich Wertschöpfung.

Für den Hausbesitzer erfüllt sich mit dem eigenen Haus nicht nur der klassische Beginn einer Familientradition. Die Positionierung des „Gütesiegels“, die optische Materialität des Ecksteins und die Unverwechselbarkeit der eigenen Koordinaten in dieser Welt tragen zur Adellung des Eigenheims bei.

2015, ein halbes Jahr nach der Übergabe des Familienunternehmens an **Dirk Viebrock** und ebenfalls ein Jahr nach der Realisierung durch Design for Business, zeigt sich bereits eine große Begeisterung für die ikonographische Lösung bei den Bauherren und beim Massivhaushersteller.

Die Symbolkraft und Individualisierung des Ecksteins für den Hausbesitzer ist so groß, dass sich so gut wie alle Bauherren von der Idee des Ecksteins inspiriert fühlen und diesen edlen Stein gesetzt haben wollen. Darüber hinaus sieht sich der Vertrieb mit dem Wunsch früherer Kunden konfrontiert, man möge ihr Haus mit diesem individuellen Eckstein nachrüsten.

Andreas Viebrock resümiert zufrieden: „Der Eckstein ist ein unverwechselbares Detail. Mit der Angabe der genauen Koordinaten des Hauses zeigt er, dass jedes Viebrockhaus genau so einmalig ist wie der Bauherr und seine Familie.“ Sohn Dirk Viebrock sieht die Verbindung von Tradition und zukunftsweisender Technologie im Eckstein symbolisiert: „Der Eckstein steht auch für die traditionelle massive Bauweise „Stein auf Stein“, die Viebrockhaus seit über 60 Jahren in anerkannt hoher Qualität und Solidität ausführt.

Das moderne Design des Ecksteins symbolisiert zusätzlich die Zukunftsorientierung: Jedes unserer Häuser wird in den Effizienzhaus-Standards 55 oder 40 realisiert und bietet immer modernste Technik bei der Beheizung mit Wärmepumpen, Stromerzeugung und -speicherung.“

„Die gefundene Design-Lösung ist überzeugend, motivierend und erreicht die Menschen in ihren Sehnsüchten. Der Erfolg zeigt: Durch Design ist eine weitere Wertschöpfung gelungen, denn die Viebrockhaus AG und ihre Kunden haben mit dem Eckstein die Kombination von machbarer Architektur mit der Individualisierung von Ästhetik angenommen“, fasst Peter Maeschig die Lösung durch Design for Business zusammen.

Kontakt und weitere Informationen:

Hasso von Bülow, Design for Business Markengestaltung, Tel. 0211 99 142-72,
E-Mail: h.buelow@designforbusiness.de, www.designforbusiness.de