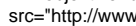




Carl Zeiss gewinnt fünf Produktdesign-Preise bei den iF design awards 2013

Carl Zeiss gewinnt fünf Produktdesign-Preise bei den iF design awards 2013
ZEISS Foto- und Cine-Objektive mit dem begehrten iF product design award ausgezeichnet
Carl Zeiss hat bei dem renommierten iF design awards 2013 fünf Produktdesign-Preise gewonnen. Drei ZEISS Foto- und zwei Cine-Objektive wurden am 22. Februar bei der feierlichen Zeremonie in München ausgezeichnet. Mehr als 3.000 Produkte wurden für den iF product design award 2013 eingereicht, der bereits seit 60 Jahren vergeben wird.
Gewinner sind die Cine-Objektive Compact Zoom CZ.2 70-200/T2.9, das gemeinsam mit dem Kamerahersteller ARRI entwickelte ARRI/ZEISS Master Anamorphic MA 50/T1.9 sowie drei neue Foto-Objektive für SLR- und spiegellose Systemkameras (CSC). Eines der Objektive für Sony NEX und Fujifilm X Kameras wurde sogar mit dem begehrten iF gold award bedacht, der dieses Jahr unter den 981 Preisträgern lediglich 50 Mal für besonders herausragende Designleistungen vergeben wurde. Diese neue Produktfamilie von Autofokus-Objektiven für spiegellose Systemkameras soll ab Sommer 2013 im Markt verfügbar sein.
Der iF product design award würdigt eine ganz neue Designorientierung bei Carl Zeiss. "Wir haben nun erstmals eine Designsprache etabliert, die die Stärken unserer Objektive und ihre Identität bereits über ihr Aussehen, Haptik und Anmutung vermitteln soll", sagt Martin Dominicus, Marketingleiter bei der Carl Zeiss Camera Lens Division. In enger Zusammenarbeit mit dem Designstudio Phoenix Design aus Stuttgart entstand eine neue Produktdesignsprache, die für alle künftigen Objektive gelten wird. "Während ZEISS Objektive bisher vor allem für ihre technische Präzision, herausragende Abbildungsleistung und Ergonomie bekannt sind, sollen sie nun zusätzlich den höchsten ästhetischen Ansprüchen unserer Kunden als Designobjekte gerecht werden", erklärt Dominicus weiter. "Es zählen nicht allein funktionale Aspekte wie Handlichkeit und Bedienung, sondern auch die kommunikative Wirkung, die von hochwertigem Design ausgeht."
Carl Zeiss und die 1987 gegründete Phoenix Design entwickelten die neue Designsprache in einem aufwändigen zweijährigen Prozess, an dessen Beginn intensive Befragungen von erfahrenen Anwendern und Geschäftspartnern standen. Tom Schönherr, Mitgründer und Gesellschafter von Phoenix Design erläutert: "Aus den Markenwerten der ZEISS Objektive, haben wir zu den Themenfeldern Anwendung, Wahrnehmung und Technik Produktmerkmale abgeleitet, die sich im Produktdesign widerspiegeln sollen. Attribute wie logisch, verlässlich und anwenderorientiert beispielsweise prägen die Neukonzeption von Beschriftung und Handlichkeit."
In einem Leitfaden legten die Industriedesigner Merkmale fest, die bei künftigen Produkten charakteristisch für die Marke ZEISS stehen und über sämtliche Produktlinien hinweg für Wiedererkennung sorgen werden. Dazu gehören beispielsweise Formelemente wie Konturführung, die Anmutung von Funktionsbereichen und die Oberflächenbeschaffenheit. Neue Besonderheiten sind etwa ein optimierter Fokusring, eine glatte Beschichtung und eine Streulichtblende, die sich bei den Fotoobjektiven als optischer Bestandteil des Objektivs präsentiert. Die angedeutete Trichterform signalisiert hier die hohe Lichtstärke und Leistungsfähigkeit, für die ZEISS Objektive unter anderem bekannt sind.
Die Namen und Skalen auf den Objektiven sind - ganz im Sinne einer einheitlichen, wiedererkennbaren Typografie - in der Normschrift DIN 1451 geprägt. Die Schriftart ist nicht nur bekannt für ihr klares, zeitlos modernes Erscheinungsbild. Die bereits seit 1936 im deutschen Straßen- und Bahnverkehr bewährte DIN-Schrift ist darauf ausgerichtet, auch bei schlechten Lichtverhältnissen innerhalb kürzester Zeit erfassbar und optimal lesbar zu sein. Eigenschaften die auch Fotografen und Filmemacher bei Objektiven schätzen, da dies ihnen die Handhabung erleichtert.
Die Auszeichnung mit den iF product design awards bestätigt, dass es uns gelungen ist, ein unverwechselbares Design zu schaffen. Gerade bei einem Objektiv ist das eine große Herausforderung, denn der Gestaltungsspielraum ist sehr begrenzt. Mit wenigen dafür umso typischeren Elementen haben wir eine neue zeitgemäße Designsprache entwickelt, die ankommt", sagt Produktdesigner Schönherr.
Dazu ergänzt Dominicus: "Für uns war wichtig: das Aussehen von ZEISS Objektiven muss genauso einzigartig sein wie ihre technischen Merkmale. Wir haben ein Konzept entwickelt, mit dem Carl Zeiss seinen Premiumanspruch künftig noch konsequenter verwirklicht: kompromisslose Technik mit ausgezeichnetem Produktdesign."
Tobias Brandstetter
Photo- und Filmobjektive
Carl Zeiss
Tel.: +49 7364 20-4694
Fax: +49 7364 20-4045
E-Mail: tobias.brandstetter@zeiss.com


Pressekontakt

Carl Zeiss AG

73447 Oberkochen

tobias.brandstetter@zeiss.com

Firmenkontakt

Carl Zeiss AG

73447 Oberkochen

tobias.brandstetter@zeiss.com

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage