

# NOVA CELOSTNA GRAFIČNA PODOBA ZDRUŽENJA MANAGER

| Petra Svetina

**T**ema prenove celostne grafične podobe me je doletela februarja 2008. Na Združenju Manager sem bila natanko tri mesece in ko mi je izvršna direktorica povedala, da grem z njo na Simobil, kjer se sestane delovna skupina prenove celostne grafične podobe, sem imela v mislih nov zapisnik. S plastičnim vozičkom, polnim natečajnih predlogov iz leta 2006, ko se je prvič izvedel razpis za prenovo CGP, smo šli naravnost v pisarno predsednika uprave Simobila. Za mizo so sedeli mag. Dejan Turk, dr. Maja Makovec Brenčič, mag. Ladeja Godina Košir, Ajša Vodnik, Sonja Šmuc in moja malenkost. Še danes menim, da tako dobrega zapisnika še nisem naredila. Zadeva me je začela zanimati. Po kratki analizi predlogov iz leta 2006 smo dobili prve usmeritve za novi brief: nov CGP Združenja Manager mora izražati ugled, moč, izkušnost, povezovalnost, strokovnost, odgovornost, tradicijo, solidarnost in verodostojnost. Razmišljali smo o mednarodnem natečajnem razpisu, ki bi dal priložnost mladim obetavnim kreativcem. Z nalogo poiskati mednarodne oblikovalske šole, ki bi se bile pripravljene vključiti v tvrsten projekt ter podrobneje analizirati možnosti in zahteve mednarodnih razpisov, sva se s Sonjo vrnili v prostore Združenja Manager.

## Nabor podatkov za brief

Že naslednji dan sem navezala stik z Lauro Prada, predavateljico tipografije Evropskega inštituta za Design iz Milana. Seznam njenih učencev sem prejela čez štiri mesece, ko smo po priporočilih slovenske oglaševalske zbornice že opustili idejo mednarodnega razpisa. Direktorica SOZ Ana Predovič me je opremila s priložnikom za pripravo oglaševalskega brieфа in zelo prijazno odgovarjala na moje številne telefonske klice.

In začelo se je. Pojavila pa se je tudi prva ovira. Imeli smo nepotrjeno vizijo in poslanstvo Združenja Manager, ki sta glavni izhodišči za udeležence natečaja. Lepega poletnega dne so se v Sonjini pisarni utaborili naš predsednik Franjo Bobinac in Violeta Bulc iz Vibacom, da dorečejo vizijo, poslanstvo ter deležnike, s katerimi združenje sodeluje. Z njihovimi razmišljanji so se jeseni 2008 člani upravnega odbora strinjali, čeprav vizija in poslanstvo še nista dobila končne formule. Podlaga za naše poslanstvo je postalo: povezovanje deležnikov poslovnega prostora za dolgoročno konkurenčno sposobnost slovenskega managementa, gospodarstva in socialne blaginje. Razmišljanje o viziji pa je šlo v smer: popeljati slovensko gospodarstvo med 10 najuspešnejših na evropski celine do leta 2020.

Med tem časom sem raziskovala spletne strani sorodnih organizacij v tujini. Zanimiva so bile zlasti spletna mesta ame-

riškega, azijskega in evropskega združenja. Za primerjavo sem v brief vključila še podobi managerskih združenj sosednjih držav, Italije in Avstrije. S kolegico, ki je zadolžena za članstvo, Diano Jecič, sva pripravili podatke o strukturi članstva glede na spol, starost, nacionalnost ter dohodkovni razred. Ugotovili sva, da je 77,2 odstotkov naših članov moškega spola. Večina, kar 62,6 odstotkov, je starejših od 45 let, slabe tri odstotke članov pa predstavljajo tuji managerji. Sodelavka Camille Acey me je usmerila tudi na nekatere ameriške spletne strani, kjer sem si ogledala, katere barve, tipografije, arhitekture logotipov so trenutno »in« v Obamovi administraciji in kakšni načini komunikacije podjetij svetovnega formata so trenutno v modi. Naša urednica revije MQ, Tonja Blatnik, si je zjutraj večkrat vzela čas za kavo in za moja vprašanja, kjer je nastal okvirni komunikacijski načrt predstavitve nove CGP. Eno od točk tega načrta, si lahko ogledate na naslovnici MQ, ki ga držite v rokah.

Sledila je analiza Združenja Manager v zadnjih dvajsetih letih in mnenja članov o njegovem delovanju. Prvo radovednost sem potešila s prebiranjem zbornika »Slovenska managerska organizacija«, ki je izšel ob 15. obletnici.

Prispevek dr. Toneta Krašovca z naslovom »Prvi koraki na mednarodnem odru«, sem zaradi njegovega slikovitega pisanja prebrala kar trikrat. Za ostala vprašanja pa sem trdno zagovarjala stališče, da moramo izvesti anketo med člani. »Malo denarja, malo muzike,« boste dejali. Ni bilo ravno tako. Pri študentih, ki z Erasmusove izmenjave prinesejo s seboj tisoč in eno zvijačo, sem prejela namig o obstoju SurveyMonkey.com. Za borih 10 dolarjev na mesec vam pripravijo analizo za 1200 vprašalnikov. Z Diano sva preskusili tehnično plat nove pridobitve in ko sva že bili pripravljene, da razpošljeva vprašalnik, prejmeva novico, da bomo predloge preverjali s fokusnimi skupinami.

## Sodelujoči strokovnjaki

Za rešitev vseh neznank v procesu sestave brieфа se moram posebej zahvaliti dr. Maji Makovec Brenčič in mag. Ladeji Godini Košir, ki sta me usmerjali, odgovarjali na moja vprašanja in bodrili od kazala brieфа dalje.

Že v prvem poskusu prenove CGP je bil član izborne komisije zunanji strokovnjak Eduard Čehovin, predavatelj na ALU. Tudi tokrat smo ga povabili k sodelovanju. Žal se je na predlagan datum nahajal v tujini, zato nam je priskočil na pomoč preko e-pošte z izhodišči pravilnika za izborna komisija in natečajnike.

Polono Lovšin z Rika me je napotila k naslednjemu strokovnjaku. Ime mu je Roman Uranjek, član skupine IRWIN, naj-

# ZAHVALA STAREMU ZNAKU

Bogo Seme | zunanji svetovalec Združenja Manager

Foto: atihv Riko



Pisalo se je leto 1990. Društvo poslovnih delavcev Slovenije si je na rednem občnem zboru dodalo ime Manager. In čas je bil za novo celotno podobo, saj je bilo to leto, ko je organizacija zaživela s polno paro in se je to občutilo tako v aktivnostih kot v vedno večjem številu članstva. Sam sem bil še pod močnim vplivom diplomskega dela s področja marketinga. Kasneje sem se srečal z novimi spoznanji Philipa Kotlerja, še posebej pa me je navdušil v MM članek o Integralnem marketingu Zlatka Jančiča. Svoja razmišljanja sem bogatil z Andrejem Čufarjem (takrat Aka design), ki je bil pripravljen pomagati pri razvoju celostne podobe. Tako je imel tudi sam znak svoje razvojne faze v vijoličasti barvi, ki je izražala posebno simboliko tako zaradi duha časa kot same moči mirnosti in ravnovesja, ki jo ta barva ima. Pravijo, da izraža umetnost, skrivnost, občutek za lepoto.

Najprej je bila obrnjena piramida (trikotnik) v duhu Kotlerjeve filozofije in spoznanju, da so ljudje, ki so v prvem stiku s kupcem, najpomembnejši. Nato se je celotna zgodba povezala s celovitim pogledom integralnega marketinga, harmoniji notranjega in zunanjega marketinga, ki je bila v znaku izražena s kroglicami. Te so bile barvno proti konici vedno močnejše in so s tem izražale tudi ključno vlogo tako srednjega kot top managementa. Seveda je ostala na koncu ena sama - glavni direktor. Če smo skrbno pogledali, smo lahko začutili direktno povezavo z drugo črko A v besedi Manager, ki je natanko na sredini, in tako je znak izražal celovito simboliko celostnega pristopa k vodenju organizacije. Znak je bil oplemeniten z vizijo: »Loviti prihodnost in ne se ukvarjati s preteklostjo. Družimo se, da bi ustvarjali.«

Vsaka zgodba dobiva z rastjo novo energijo in novo dimenzijo. Prišel je čas za preobrazbo in tako sva s kolegom Igorjem Šuštarjem iz Kod studia, ki je prav tako s svojo kreativnostjo podprl takrat že Združenje Manager, razmišljala, kako še dodatno oplemeniti znak stanovske organizacije. In tako je celotna podoba dobila novo razsežnost razmišljanja; modra barva je jasno izražala modrost, oplemeniteno z vso močjo, ki jo izraža zelena barva. Slogan je imel jasno sporočilo: »Dobri smo vedno skupaj!«

Naj bo za prvo slovo in zahvalo celostni podobi dovolj. Verjamem, da je celotna filozofija znaka še danes velik izziv tako za management kot družbo v celoti. Znak je še v odhajanju in prepričan sem, da se bomo njegovi prehojeni poti lahko še bolj posvetili, ko bo resnično odšel v muzej slovenske managerske organizacije.

Naj se ob tem še enkrat res iskreno zahvalim vsem, ki smo ob tem znaku povezovali svojo energijo: Sebastijanu Piskarju, Darji Mohorič, Tonetu Krašovcu, Andreju Čuferju in Igorju Šuštarju. ■

močnejše izvozne slovenske umetniške skupine. Takoj za njim se je skupini pridružil še Ermin Mededović, likovni urednik Dela in predavatelj tipografije na Visoki šoli za design.

Zanimiva srečanja

Roman Uranjek je član skupine IRWIN, ki skupaj z glasbeno skupino Laibach oblikujejo umetniški kolektiv NSK (Neue Slowenische Kunst). Evropa jih je označila za svojevrstni fenomen sodobne umetnosti. Radovednost me je gnala, da osebno spoznam enega od ustanoviteljev NSK države, tega fascinantnega umetniškega projekta, ki je doživel tudi politične razsežnosti. Roman Uranjek je sodelovanje pri izboru nove CGP potrdil ob jutranji kavi, kjer sva zapletla v zanimiv pogovor o prodaji umetniških del mladih in alternativnih slovenskih slikarjev in likovnikov.

Sledilo je srečanje v Delovi stolpnici z grafičnim oblikovalcem Erminom Mededovićem. Sodeloval je pri prenovi celostne grafične prenove podjetij Fructal, Ljubljanskih mlekarn, Prve pokojninske družbe, Slovenskega oglaševalskega festivala ... in prejel številne nagrade, med drugim priznanje SOF, Grand Effie in Zlato ogledalo. Izdelal pa je tudi družino črkovnih vrst za časnik Delo in Večer. Fascinantno!

Zadnje formalnosti pred akcijo

Brief je pridobival na vsebini in obliki. Potrebovali smo še natančno opredelitev nagrade za zmagovalno natečajno nalogo in pregled ustreznosti briefa s strani pravnikov. Sonja Šmuc in vodja delovne skupine mag. Dejan Turk sta poskrbela za zmagovalca natečaja, medtem ko smo pravni službi Mercatorja dolžni še dodatno zahvalo, da so še formalno pregledali pripravljene dokumente. Via, gremo, send, in tako smo 20. februarja 2009 po elektronski pošti poslali vabila k natečaju vsem sedmim komunikacijskih agencijam v Sloveniji, katerih managerji so člani našega združenja. To je bilo namreč merilo za nabor: člani prispevajo k razvoju združenja.

Združenje Manager v očeh oglaševalskih agencij

Seveda bomo zraven, smo prejeli odgovore s Formitasa, Future, Kompas Designa, Lune TBWA, Mediamixa in Pristopa (eno podjetje pa se je opravičilo). Na prvem sestanku z vodji projektov sem tako spoznala Ano, Sladjano, Naceta, Glorio in Luko, s katerimi mi je bilo v veliko veselje sodelovati vseh 30 dni. Vseh šest agencij, ki se je odzvalo na razpis, je imelo navodila, da pripravijo nov znak, logotip, tipografijo in barvni sistem na različnih aplikacijah, kot so dopisni papir, vizitka, kuverta, namizna zastavica, priznanja, roll-up in e-platforma.

Bil je prvi dan pomladi in kot vsako jutro sem najprej odšla po pošto, kjer me je že čakal velik paket iz Maribora. Počakala sem na ostale, da ga skupaj odvijemo. Če še kdo ne pozna našega dela, je pri nas v pisarni ponavadi tako, da če samo eni od strokovne službe ni nekaj všeč, potem ni nobeni. No tokrat, nam je bil predlog zelo všeč. Kurir je že kmalu dostavil drugi

# NASTANEK NOVEGA CGP-JA

paket, in ko sem ga odprla, je bil moja ljubezen na prvi pogled. Tretji predlog, bi lahko poimenovali miss simpatičnosti, ker ko smo ga zagledale, smo se prijetno nasmejale. Do 14.00 je bil rok oddaje. In čakam, čakam. 13.05 z Dunajske priteče Mitja Tuškej, z materiali v roki. Manjkata še dva. In ravno ko je odbila ura, sta bila na vratih še kurir z Lune, spodaj pa asistent vodje projektov s Pristopa. Na čelu mu je pisalo, da je tekel.

## Fokusirani člani Združenja Manager

Zdaj so bile na vrsti fokusne skupine, da izluščijo najpomembnejše predloge. Usmeritve dr. Maje Makovec Brenčič: »Petra, predlagam dve skupini, ki jih razdelite na mlajše in starejše managerje, skupini naj bosta žensko-moško uravnoveženi, osebe pa po izkušnjah in položajih pomešate.« Ok, Diana odprila bazo. Prvo skupino bodo sestavljali Tina Škerlj kot predstavnica sekcije mladih, Klaus Schuster kot predstavnik sekcije tujih managerjev, Maja Fesl Kamenik, še ne tridesetletna članica, Bine Kordež, kot top manager in Jakob Piskernik, upokojeni manager in eden prvih predsednikov Združenja Manager. V drugi skupini sem predvidela Sebastjan Piskarja, ustanovitelja Združenja Manager, Žigo Vavpotiča, najmlajšega člana, ki ga naša baza premore, Mario Anselmi, članico sekcije tujih managerjev, Alešo Kandus, predsednico uprave Medexa, in Tonija Balažiča, za katerega se še ni vedelo, da bo postal Mladi manager 2009. Očitno imam dober nos!

25. marca smo pod vodstvom mag. Ladeje Godine Košir, na fokusnih skupinah ugotavljali primernost poslanih natečajnih nalog glede na identiteto in vrednote Združenja Manager, ali se kot člani lahko poistovetijo s predlogi novih znakov in ali lahko predlagani znaki predstavljajo Združenje Manager in njegove člane v prihodnje. Izvedeli pa smo veliko veliko več! Jakob Piskernik nam je, denimo, povedal anekdoto o definiciji managerja. Kako so morali pred desetimi leti na nekem seminarju napisati deset značilnosti managerja in kako jim je predavatelj obljubil kosilo, v primeru, da bodo imeli vsaj tri značilnosti enake. Ostali so lačni.

Izvedeli smo, zakaj so postali in ostajajo člani Združenja Manager. V cehovski organizaciji jim veliko pomeni medsebojno povezovanje, možnost izmenjave izkušenj s kolegi, neformalna srečanja, strokovna plat in zastopanje skupnih interesov napram ostalim deležnikom v prostoru.

Sledilo je ocenjevanje prispelih natečajnih nalog. Po krajšem pogovoru o viziji, poslanstvu in identiteti Združenja Manager so vsak predlog ocenili glede na njegovo izražanje povezovalnosti, tradicije, odprtosti, dinamičnosti, ustvarjalnosti, komunikativnosti, zaupanju, pripadnosti, profesionalnosti in učinkovitosti. En predlog jih je spominjal na McDonalds, drugi na mizarstvo, tretji je bil diskreten, konzervativen, četrti morda malce preveč agresiven in neresen. Po drugi strani pa so bili predlogi, ki so izražali ustvarjalnost, varnost, videnje v prihodnost, mladost. Nekdo je celo dejal, da ne bi kupil nobenega predloga, vendar so se vsi strinjali, da se je potrebno posloviti od obstoječega upravnega odbora.

## Ekipa Kompas Designa | zmagovalci natečaja prenove CGP-ja



Foto: arhiv Kompas Design

20. februarja smo prejeli brif Združenja Manager, v katerem so bila podana izčrpna predstavitev združenja, analiza stanja podobnih združenj doma in po svetu ter pogoji za sodelovanje na razpisu. Preučili smo »konkurenco« in zapisali vrednote, ki jih mora novi CGP Združenja Manager izražati: ugled, moč, izkušenost, povezovalnost, strokovno odgovornost, tradicijo, solidarnost, verodostojnost. Pred nami je bil izziv, za katerega smo imeli na voljo mesec dni, kar pa je že pravo razkošje v našem poslu.

Lotili smo se risanja prvih skic novega znaka, ki bo moral postati prepoznaven element Združenja manager. Med več različnimi smermi nam je ena takoj padla v oko. Že prvi osnutek je povedal vse, kar smo želeli z znakom sporočiti. Gre za zgodbo, ki močno poudari prednosti povezovanja in se ponaša z energijo rasti, tradicije in stabilnosti.

## Poosebljanje energije managerja in združenja

Znak je velika tiskana črka M s krili. V njem lahko prepoznamo energijo dveh puščic, ki skupaj segata po višjih ciljih. Prav moč takšnega sodelovanja na najvišji ravni prinaša med managerji bolj gotovo prihodnost. Puščici v svojem stiku formirata črko M in izražata sodelovanje na različnih ravneh, tako med gospodarstvom in negospodarstvom kot med izkušnjami in mladostjo in še bi lahko naštevali. Znak v svojem vrhnjem delu simbolizira krivuljo rasti in padcev, kar povzema dinamičnost ekonomije. V njem je zgodba o ustvarjanju rasti in pripravljenosti na padce. Krila v znaku predstavljajo sposobnosti članov društva, ki s svojo energijo dajejo polet slovenskemu gospodarstvu.

V drugi krog smo se uvrstili še z dvema drugima agencijama. Povabila na predstavitev nove celostne podobe v živo smo bili zelo veseli, vendar je bila to šele tretjina poti. Hrabrilo nas je dejstvo, da so člani fokusnih skupin začutili energijo in prepoznali zgodbo našega predloga. Prezentacija pred izborni komisijo Združenja Manager je potekala gladko in z znakom nam je uspelo prepričati člane komisije. To pa še ni bil konec, saj smo morali prepričati še upravni odbor združenja. Predstavitev je morala biti kratka in jedrnata. In uspela je. Energija in zgodba nove celostne podobe Združenja Manager sta še enkrat z nekaj naše pomoči opravili svoje delo.

Zmaga na razpisu nam pomeni zelo veliko. Projekt imamo radi in ga v sodelovanju z Združenjem Manager razvijamo in pilimo dalje. Želimo si in upamo, da boste na novo celostno podobo ponosni in jo boste z veseljem uporabljali ter da bo s svojo energijo in zgodbo navdušila tudi vas. ■

Za konec je mag. Ladeja Godina Košir članom fokusnih skupin razdelila imaginarnih 16 žetonov, ki so jih morali dodeliti posameznim natečajnim predlogom. Trije predlogi z največ žetoni rezultati prve skupine so se izključevali z rezultati druge skupine in pri seštevku smo imeli kar nekaj težav. A zgodbo o uspehu so nadaljevali,...

#### Zlato pravilo izbornih komisij

Tako so se izborni komisije 10. aprila štiri oglaševalske agencije. Na razpolago so imele 30 minut, nato pa naslednji ... Kot prva, nam je natečajno nalogo predstavila kreativka iz Future DDB, sledila je predstavitev art direktorja in direktorja Kompas Designa, za njimi je bila vodja projektov z Lune ter kot zadnja, simpatična kreativka in direktor Mediamixa, ki sta se pripeljala z Maribora.

Komisija versus populus. Vedno ista zgodba, kot na vsakem tekmovanju za evropsko popevko. Če vam lahko razkrijem, ni zmagal ne predlog, ki je prejel največ preferenčnih glasov na prvi fokusni skupini, kot tudi ne adut druge skupine. Strokovnjaki vidijo dlje, opazijo tiste malenkosti, tista sporočila, ki jih drugi spregledamo. Komisija, ki so jo sestavljali mag. Dejan Turk, dr. Maje Makovec Brenčič, mag. Ladeja Godina Košir, Ajša Vodnik, Sonja Šmuc, Roman Uranjek in Ermin Mededović, se je enotno odločila za natečajni predlog Kompas Designa. Zmagali sta čisti, enostavni, dinamični, stabilni puščici igrivih barv. Vsi so se strinjali, da je to PRAVA SMER.

#### Pika na i

Trdno sem bila prepričana, da bomo mnenje upravnega odbora slišali že 5. maja, toda ker je bila seja prestavljen na 27. maj smo ostali še malo na trnih. V torek popoldan smo se zapeljali na Bled v prelepo Belo vilo Janeza Škrabca, kjer sem si najprej napasla oči vseh razstavljenih slovenskih slikarjev. Zlatko Ledinek je bil že pripravljen, manjkali so le še člani upravnega

odbora. Naša točka je bila 4. na dnevnem redu. In prične se razprava o ugledu managementa, ki je kar trajala. No, tudi tokrat ne bo nič, sem si mislila. Skoraj štiri ure smo bili zaprti v sejni sobi, brez odmora, a smo vseeno prišli na vrsto. Predstavitev Zlatka Ledinka je bila kratka in zanimiva. Vseeno sem postala zelo skeptična, ali nas bodo potrdili.

Če bi bili v stripovskem svetu, bi ob »Všeč mi je!« s štajerskim naglasom Romane Pajenk, visel oblaček nad mojo glavo, kjer bi pisalo ZMAGA! Vsi člani upravnega odbora so soglasno potrdili novi znak in zaploskali. S kremšnito v roki in potrjeno celostno grafično prenovo Združenja Manager, si nisem mogla pomagati, da ne bi projekta veselo proslavila na odličnem koncertu v Križankah.

Drage članice in člani, pred vami je nov znak Združenja Manager, ki pa bo tekom poletja deležen še nekaj lepotnih popravkom, preden prevzame funkcijo starega znaka. Svojo službo nastopi na sledečem dogodku Združenja Manager. Do takrat pa si želim, da ga boste čim prej sprejeli v vaše kroge. Sama ga imam obešenega na steni v pisarni. Nisem imela težav, kmalu sva postala dobra prijateljca. Člani fokusnih skupin so ga opisali kot učinkovitega, ustvarjalnega in komunikativnega, predvsem pa povezovalnega, odprtega ter dinamičnega člana Združenja Manager. Se prepoznate?

Kot lahko razberete iz zgornjega opisa procesa nastanka, projekt ni bil mala malica. Trajal je dobro leto, in sodelovalo je kar lepo število ljudi, ki se jim v imenu Združenja Manager iskreno zahvaljujem za njihovo sodelovanje, posredovanje znanja in podporo pri prenovi celostne grafične podobe. Še posebej pa bi se zahvalila moji šefici, Sonji Šmuc, ki mi je dovolila biti zraven. Ta projekt ni bil delo, temveč eno samo veliko veselje, ki še nima svojega konca,...

Se vidimo, 6. oktobra na Brdu pri Kranju na tradicionalnem Jesenskem srečanju! ■

