

„Querscrollen“ eröffnet neue Websitedimension

Burlon Design seit sechs Jahren auf Erfolgskurs

Schon der Blick auf die Website des Wuppertaler Medienunternehmens Burlon Design GmbH verrät, dass die Kreativschmiede gerne neue Wege beschreitet. Die Startseite fordert den Nutzer auf, seine gewohnten Denkschemata zu verlassen und Neues zu probieren. So ist das Prinzip des „Querscrollens“ schnell erkannt und eröffnet eine neue Websitedimension. „Die eigentliche Bedeutung des englischen Begriffes ‚site‘, ‚Platz‘, hat uns veranlasst, eine Website zu entwickeln, die diesen Namen zu Recht trägt“, erläutert der Geschäftsführer Dr. Oliver Burlon. Der 37-jährige Wissenschaftler und Kommunikationsexperte denkt schon seit einiger Zeit mit seinen sechs Mitarbeitern quer und forscht nach neuen „Flächennutzungsmöglichkeiten“ für das Internet. Mit Erfolg. Die Zahlen der Besucherstatistik belegen, wie gut die Nutzer das neue Surf-Prinzip auf der Firmen-Internetseite annehmen. „Nicht zuletzt, weil unser neues Konzept der großen Fläche das ‚Surfen‘ erst richtig möglich macht und in den Vordergrund stellt“, ergänzt Diplomdesignerin Christine Burlon, die mit der Grafikabteilung der Agentur für die ebenfalls ungewöhnliche visuelle Gestaltung der „Site“ verantwortlich zeichnet.

Seit sechs Jahren führt das Ehepaar Burlon als eingespieltes Chefduo das Unternehmen. Steigende Mitarbeiterzahlen, Expansion der Wuppertaler Zentrale sowie die Eröffnung einer Niederlassung in Hamburg markieren die Firmengeschichte. Die Kunden erwarten von dem Expertenteam innovative Konzepte und Lösungen für ihre permanente Imagepflege. Logos, Geschäftsausstattungen, Ausstellungskataloge und Imagebroschüren stehen neben Internetauftritten und Messepräsentationen auf der täglichen To-do-Liste von Burlon Design. Trotzdem investiert Burlon Design regelmäßig Zeit und Ressourcen in die Entwicklung innovativer Produkte wie zum Beispiel das Science-n-Art Magazin „Meo“. Hierbei handelt es sich um eine kostenreduzierte Unternehmens- und Mitarbeiterzeitung die



„Querdenker“ Oliver und Christine Burlon beschreiten neue Web-Wege

außerhalb Wuppertals für unsere Pläne und das Modell sind groß. Das Naturion hat eine Zukunft“, ist Oliver Burlon überzeugt. Überzeugt sind die Burlons auch unbeirrt von dem Standort Wuppertal: „Hamburg ist als Weltstadt sicher attraktiver, aber Wuppertal liegt mitten in einer der spannendsten Regionen Europas und ist daher für unsere Tätigkeit äußerst reizvoll.“ Grund genug sich trotz des knappen Zeitbudgets aktiv für die Imagepflege der bergischen Metropole zu engagieren. So wurde Oliver Burlon zum Beispiel in den Beraterpool der Regionale 2006 für die Bergische Expo berufen.

burlon design in der bergischen wirtschaft

artikel lesen



„Querscrollen“ eröffnet neue Websitedimension

Burlon Design seit sechs Jahren auf Erfolgskurs

Schon der Blick auf die Website des Wuppertaler Medienunternehmens Burlon Design GmbH verrät, dass die Kreativschmiede gerne neue Wege beschreitet. Die Startseite fordert den Nutzer auf, seine gewohnten Denkschemata zu verlassen und Neues zu probieren. So ist das Prinzip des „Querscrollens“ schnell erkannt und eröffnet eine neue Websitedimension. „Die eigentliche Bedeutung des englischen Begriffes „site“, „Platz“, hat uns veranlasst, eine Website zu entwickeln, die diesen Namen zu Recht trägt“, erläutert der Geschäftsführer Dr. Oliver Burlon. Der 37-jährige Wissenschaftler und Kommunikationsexperte denkt schon seit einiger Zeit mit seinen sechs Mitarbeitern quer und forscht nach neuen „Flächennutzungsmöglichkeiten“ für das Internet. Mit Erfolg. Die Zahlen der Besucherstatistik belegen, wie gut die Nutzer das neue Surf-Prinzip auf der Firmen-Internetseite annehmen. „Nicht zuletzt, weil unser neues Konzept der großen Fläche das „Surfen“ erst richtig möglich macht und in den Vordergrund stellt“, ergänzt Diplomdesignerin Christine Burlon, die mit der Grafikabteilung der Agentur für die ebenfalls ungewöhnliche visuelle Gestaltung der „Site“ verantwortlich zeichnet.





Seit sechs Jahren führt das Ehepaar Burlon als eingespieltes Chefduo das Unternehmen. Steigende Mitarbeiterzahlen, Expansion der Wuppertaler Zentrale sowie die Eröffnung einer Niederlassung in Hamburg markieren die Firmengeschichte. Die Kunden erwarten von dem Expertenteam innovative Konzepte und Lösungen für ihre permanente Imagepflege. Logos, Geschäftsausstattungen, Ausstellungskataloge und Imagebroschüren stehen neben Internetauftritten und Messepräsentationen auf der täglichen To-do-Liste von burlon design. Trotzdem investiert Burlon Design regelmäßig Zeit und Ressourcen in die Entwicklung innovativer Produkte wie zum Beispiel das Science-n-Art Magazin „Meoo“. Hierbei handelt es sich um eine kostenbewusste Unternehmens- und Mitarbeiterzeitschrift, die Inhalte und Gestaltung mit den Sparpotentialen der elektronischen Medien verknüpft.





„Unsere Kunden schätzen unsere Beratungs- und Innovationskompetenz und unsere natur- und technisch-wissenschaftlichen Kenntnisse“, beschreibt Querdenker Burlon den Unterschied zu anderen Designagenturen. Für Furore sorgte die Burlon-Mannschaft beispielsweise mit einem neuen Präsentationskonzept für das Fuhlrott-Museum. Nach den „Naturion“-Plänen der Kommunikationsdesigner hätte sich das Wuppertaler Naturkundemuseum in ein zeitgemäßes interaktives Science-Center verwandelt. „Die Anerkennung und das Interesse aus Expertenkreisen auch außerhalb Wuppertals für unsere Pläne und das Modell sind groß. Das Naturion hat eine Zukunft“, ist Oliver Burlon überzeugt. Überzeugt sind die Burlons auch unbeirrt von dem Standort Wuppertal: „Hamburg ist als Weltstadt sicher attraktiver, aber Wuppertal liegt mitten in einer der spannendsten Regionen Europas und ist daher für unsere Tätigkeit äußerst reizvoll.“ Grund genug sich trotz des knappen Zeitbudgets aktiv für die Imagepflege der bergischen Metropole zu engagieren. So wurde Oliver Burlon zum Beispiel in den Beraterpool der Regionale 2006 für die Bergische Expo berufen.

[zum anfang](#)