

Bloom setzt Markenauftritt für das Start-up RetInSight um



Bloom entwickelte das neue Logo für RetInSight (Foto: Bloom) die OCT-Bilder in Zukunft automatisch, schnell und präzise ausgewertet werden, so der Hersteller. Netzhauterkrankungen sollen sich so früher erkennen und besser therapieren lassen.

Die Bildmarke des neuen Logos stellt laut Bloom ein stilisiertes Auge in Form einer Halbkugel dar. Die räumliche Anmutung verdeutliche die Analyse in der dritten Dimension, kleine farbige Punkte erinnern an eine Iris. Darüber hinaus soll die Typographie der Wortmarke der beiden Namensbestandteile 'Retina' und 'Insight' die Dynamik und Innovationskraft des Unternehmens unterstreichen. Weiterer integraler Bestandteil des Logos ist der Claim 'AI to Eye'.

Eva Maria Engelbrecht, Geschäftsführerin Bloom Nürnberg: "Der Job eines guten Logos besteht darin, neben einer visuellen Identität auch die DNA einer Marke oder eines Unternehmens zu transportieren. Für RetInsight haben wir daher den USP – die Auswertung dreidimensionaler (OCT-) Bilder mittels KI – in eine optisch einzigartige Wort-Bildmarke verpackt."

Für Bloom ist das Wiener Start-up der zweite Kunde aus dem Segment Medizintechnik nach **Hemovent**. Zu den Referenzen der Kreativberatungsagentur, die an den Standorten München und Nürnberg vertreten ist, zählen aus der Healthcare-Branche unter anderem Apollo Optik und Novartis.

Das Wiener Start-up RetInSight hat eine medizinische Software entwickelt. Die Agentur Bloom mit Sitz in Nürnberg sicherte das junge Unternehmen als Neukunden und hat für den Auftritt der neuen Marke ein Logo gestaltet.

RetInSight hat eine Software für die OCT-Analyse (Optische Kohärenz Tomographie) zum Screening und Monitoring von Netzhauterkrankungen entwickelt. Mit Hilfe von KI-Algorithmen können

[zurück](#)

[Druckansicht](#)

(aj) 22.09.2020

[Artikel empfehlen](#)

Teilen

- [Twittern](#)
- [Teilen](#)