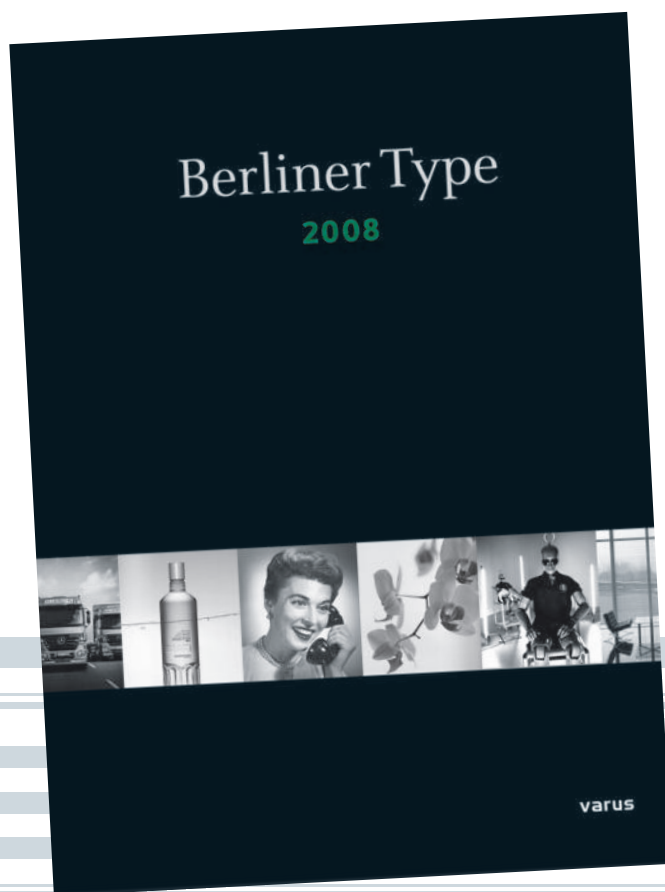


**Print punktet in Krisenzeiten: Interviews, Beiträge, erfolgreiche Beispiele**



## Berliner Type 2008: **Print-Power** **Was Druckschriften** **in Krisenzeiten** **stark macht**

In der Printbranche wird derzeit viel experimentiert. Da die Response-Quoten von rein Internet-getriebenen Maßnahmen oft zu wünschen übrig lassen, kehren gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten viele Entscheider wieder reumütig zu Print zurück: Kein anderes Medium hat eine ähnlich starke „Starter“-funktion wie die Druckschrift und kein anderes Medium unterstützt die Markenbildung und die Kommunikation mit der Zielgruppe ähnlich nachhaltig.

Bei der Neuorientierung steht vor allem die richtige strategische und crossmediale Verknüpfung von Kommunikationsmaßnahmen im Fokus der Verantwortlichen: Wie können Print- und Online-Produkte gewinnbringend miteinander verzahnt werden? Wie lassen sich Druckschriften optimal positionieren? Und wie lässt sich die Stärke einer Printmarke auch finanziell erfolgreich ins Internet übertragen?

Antworten auf diese Fragen und vielfältige Beispiele für besonders gelungene Umsetzungen bietet die repräsentative Buchdokumentation „Berliner Type“:

## Print punktet in Krisenzeiten: Studien, Interviews und erfolgreiche Beispiele

Im redaktionellen Teil des hochwertig gestalteten Buches informieren Expertenbeiträge, Interviews und Studien u.a. darüber, wie sich die Etats für verschiedene Kommunikationsmaßnahmen entwickeln werden und warum gerade Unternehmenspublikationen in Krisenzeiten wichtig sind. Wirksamkeitsstudien belegen, dass gute Gestaltung den Abverkauf von Produkten positiv beeinflusst, und Reichweiten-Untersuchungen zeigen, wie schwer es ist, eine Printmarke erfolgreich ins Internet zu transformieren.

Im Wettbewerbsteil wird der 39. Internationale Druckschriften-Wettbewerb BERLINER TYPE dokumentiert. Die Ergebnisse bieten dem Nutzer eine detaillierte Leistungsschau aller ausgezeichneten Arbeiten des Wettbewerbs und echtes Benchmarking für die B2C- und B2B-Kommunikation. Die zahlreichen Beispiele für herausragende Umsetzungen aus unterschiedlichen Branchen und Aufgabenstellungen liefern zugleich einen Überblick über den Leistungsstand und die Qualität erfolgreicher deutschsprachiger Printkommunikation insgesamt.

Das aufwändig veredelte Buch dient dem Nutzer somit nicht nur als wertvolle Arbeitshilfe und als fundiertes Nachschlagewerk, sondern auch als strategischer Ideengeber für die tägliche Arbeit. Für die Veredelung des Schutzumschlags zeichnet wie im Jahre 2006 die Firma Gräfe Druck, Bielefeld.

Informationen zum Wettbewerb finden Interessierte unter [www.berliner-type.eu](http://www.berliner-type.eu); bei Rückfragen wenden Sie sich bitte direkt an den Veranstalter.

### Berliner Type 2008

Hardcover mit Fadenheftung; 24 x 32 cm; 184 Seiten; ISBN 978-3-941231-00-9;  
40,00 € inkl. MwSt.; zuzüglich Porto/Verpackung; Varus Verlag, Bonn, 2009

### Jetzt die Vorzugspreise für Kombis nutzen

Kompletieren Sie jetzt Ihr Design-Archiv und nutzen Sie die aktuellen Kombi-Vorzugspreise!

(alle Preise inkl. 7% MwSt., zzgl. Porto und Verpackung)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Kombi Berliner Type 2008/2007 (2 Bd.; 70 €) | <input type="checkbox"/> Kombi Berliner Type 2008/Corporate Design 2008 (2 Bd.; 90 €) |
| <input type="checkbox"/> Kombi Berliner Type 2007-2003 (4 Bd.; 90 €) | <input type="checkbox"/> Kombi Berliner Type 2007/Corporate Design 2007 (2 Bd.; 80 €) |

### Berliner Type 2008, ISBN 978-3-941231-00-9; 40 €

### Bestell-Coupon

Name, Vorname .....

Firma .....

Str., Nr. ....

PLZ, Stadt, Land .....

E-Mail/Tel. ....

Datum, Stempel, Unterschrift .....

Ich/wir bestelle/n ..... Exemplar/e  
(Zutreffendes bitte ankreuzen; alle Preise inkl. MwSt.)

- der Ausgabe 2008 (40 €; zuzüglich Porto/Verpackung)  
 der Kombi 2008/2007 (2 Bd.; 70 €; zzgl. Porto/Verp.)  
 der Kombi 2007–2003 (4 Bd.; 90 €; zzgl. Porto/Verp.)  
 der Kombi Berl. Type/Corp. Design 200.... zu ..... €

Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen  
 zur „Berliner Type“  zu „Corporate Design“

**Varus Verlag**  
Am Bonner Bogen 2, D-53227 Bonn  
Tel. 02 28 /9 44 66-0, Fax 02 28 /9 44 66-66  
E-Mail: [info@varus.com](mailto:info@varus.com)