



# Corporate Design

## – Jahrbuch 2003/2004 –

### Neue Aufgaben auf dem Weg zur strategischen Dienstleistung

„Es ist nur Design – komplett nutzlos.“ Dieses Bonmot der Branche mag einmal die einschlägigen Kreise erheitert haben – es steht allerdings im krassen Widerspruch zum Stellenwert von Corporate Design heute. Produkte und Dienstleistungen werden sich immer ähnlicher, Innovationen immer schneller kopiert – nur echte Marken-Persönlichkeiten sind am enger werdenden Markt erfolgreich. Hier trägt gutes Design maßgeblich zum Profil einer Marke bei.

Bislang oft als rein gestalterische Idee verstanden, übernimmt Design immer stärker Verantwortung bei der Markenbildung. Es entwickelt sich zunehmend zum integrativen Bestandteil eines strategischen, ganzheitlich verstandenen Kommunikationsprozesses – und damit zur unternehmerischen Notwendigkeit im Rahmen der Markenbildung und -führung. Trotzdem werden die im Design liegenden Möglichkeiten von vielen Auftraggebern (und leider auch vielen Designern) noch immer nicht oder nicht ausreichend erkannt.

## Trends, Infos, Anregungen und Fallbeispiele für erfolgreiches CI und CD

Die Frage nach der aktuellen Funktion von Design und den konkreten Aufgaben, denen sich insbesondere Corporate Design heute stellen muss, polarisiert die Branche: Wer leistet heute den entscheidenden Beitrag zum Erfolg einer Marke – der Designer oder der Stratege? Ist der Wandel von Design von „angewandter Kunst“ hin zur „strategischen Dienstleistung“ bereits vollzogen? Tritt die Bewertung von Design als „gestalterische Idee von besonderer Qualität“ dabei in den (kommerziellen) Hintergrund? Wie funktioniert der geforderte kreative Brückenschlag zwischen Design und dessen Einbindung in die Markenführung?

Das vorliegende Jahrbuch Corporate Design 2003/ 2004 ist deshalb als Spiegel angelegt: Gestalterisch wie inhaltlich dokumentiert es in zwei umfangreichen redaktionellen Teilen die Entwicklung, der Design aktuell und in den letzten Jahren unterliegt. Die Positionen der Beteiligten werden dabei kontrovers diskutiert und durch Fallbeispiele sowie redaktionelle Beiträge zum Thema Markenführung ergänzt.

Darüber hinaus dokumentiert die repräsentative Kombi-Ausgabe alle ausgezeichneten Kampagnen zweier hochrangiger Kreativ-Wettbewerbe ausführlich in Wort und Bild: Die Preisträger des Corporate Design Preises 2003 und 2004 sowie des XII. und des XIII. Wettbewerbs für Geschäftspapiere und Formulare.

Marken-Experten in Unternehmen und Designern in Agenturen bietet das Buch damit ein fundiertes Nachschlagewerk und eine wertvolle Arbeitshilfe mit zahlreichen Tipps und Anregungen für die tägliche Praxis.

Beim jährlich vom Kommunikationsverband e.V. ausgeschriebenen Corporate Design Preis für Deutschland, Österreich und die Schweiz (Sponsor: HKS Warenzeichenverband e.V.) werden seit 2003 nicht nur herausragende Konzepte für ganzheitliches Corporate Design, sondern zusätzlich auch gestalterisch-innovative Corporate Branding-Konzepte ausgezeichnet. Die sogenannten „kleinen“ (allerdings für die tägliche Selbstdarstellung im Geschäftsleben wichtigsten) Lösungen werden alljährlich in dem vom Bundesverband Druck und Medien (bvdM) e.V. ausgeschriebenen Wettbewerb für Geschäftspapiere und Formulare prämiert.

Kommunikationsverband (Hrsg.)

### Corporate Design – Jahrbuch 2003/2004 (Kombi-Ausgabe)

Hardcover mit Schutzumschlag; 24 x 32 cm; 232 Seiten; ISBN 3-928475-77-0; Varus Verlag, Bonn;  
Kombi-Vorzugspreis 70,00 (Mitglieder 65,00) €; alle Preise inkl MwSt.; zuzügl. Porto/Verpackung  
Bestellungen mit Vorzugspreis und Nachbestellungen nur über den Verlag.

**Corporate Design – Kombi Jahrbuch 2003/2004, ISBN 3-928475-77-0; 70,00 €**

**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)

der Kombi 2003/2004 z. Preis v. 70,- € + P./Verp.

als Verbandsmitglied z. Preis v. 65,- €+ Porto/Vp.

Meine Mitgliedsnummer lautet:

Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen.

**Varus Verlag**

**Konrad-Zuse-Platz 1-3, D-53227 Bonn**

**Tel. 0228/944 66-0, Fax. 0228/ 944 66-66**

**e-mail: info@varus.com**