

Aktuelle Trends, Analysen und Beispiele für erfolgreiches CD, CI und Branding



Corporate Design 2007: **Werte visualisieren, Corporate Design als strategisches Tool erfolgreich im Wett- bewerb einsetzen**

Corporate Design muss heute mehr bewirken, als nur nach außen sichtbare Oberflächen zu erzeugen. Angesichts einer Fülle von Marken und Produkten, die sich kaum unterscheiden und beliebig austauschbar scheinen, gilt es, Wettbewerbsvorteile über die Positionierung zu erzielen. Dies betrifft den Auftritt, das Image und den emotionalen Wert von Unternehmens- und Produktmarken beim Käufer.

Hierzu kann gutes Corporate Design erheblich beitragen. Strategisch verstanden und richtig umgesetzt, transportiert es kraftvoll nicht nur inhaltliche Werte, sondern trägt nachhaltig zur Profilierung von Unternehmen und Marken im Wettbewerb bei.

Doch noch lange nicht jedes Corporate Design ist auch erfolgreich. Auch kreative, innovative Lösungen haben nur dann den gewünschten Erfolg, wenn das äußere Erscheinungsbild mit den gelebten inneren Werten übereinstimmt. Nur, wenn „Schein und Sein“ eine glaubwürdige, stimmige Einheit bilden, entsteht eine unverwechselbare Marken- oder Unternehmenspersönlichkeit.

Aktuelle Trends, Analysen und Beispiele für erfolgreiches CD, CI und Branding

Dies beweist die aktuelle Neuerscheinung „Corporate Design 2007“. Das repräsentativ aufgemachte Buch ist aufwändig gestaltet und bewusst praxisorientiert konzipiert: Es bietet dem Nutzer

- vielfältige Hilfen, Informationen und inhaltliche Anregungen für die tägliche Arbeit,
- ein wertvolles Kompendium von Benchmarks und beispielgebenden Arbeiten im deutschsprachigen Raum
- konkrete Unterstützung für Unternehmen und Auftraggeber bei der Suche nach möglichen Partnern, Spezialisten und Lösungsanbietern für die Umsetzung eigener Projekte.

Die hochwertige Publikation ist in drei Teile gegliedert:

- Der redaktionelle Teil (**Teil I: Perspektiven**) bietet Anregungen, Hintergrund-Informationen und Interviews. Hier diskutieren Autoren kontroverse Themen wie den Zusammenhang zwischen Corporate Design und Unternehmenskultur, die Bedeutung von CD-Manuals für journalistische Medien oder die Potenziale einer Automatisierung von Design. Darüber hinaus berichten Unternehmen über ihre aktuellen Erfahrungen bei der Implementierung neuer Corporate Designs.
- Der Wettbewerbsteil (**Teil II: Auszeichnungen**) dokumentiert die im Rahmen des 10. Internationalen Corporate Design Preises und des XV. MfG Awards ausgezeichneten Arbeiten ausführlich in Wort und Bild.
- **Teil III: Profile** präsentiert detaillierte Eigendarstellungen von Agenturen sowie eine umfangreiche Adressliste von CD-, CI- und Branding-Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die hochwertige Ausstattung (Inhalt, Schutzumschlag, Überzug) wurde mit Unterstützung der Fedrigoni Deutschland GmbH realisiert.

Corporate Design 2007

Perspektiven – Auszeichnungen – Profile

Hardcover; 24 x 32 cm; 184 Seiten; ISBN 3-928475-97-5 bzw. 978-3-928475-97-6; Varus Verlag, Bonn; 55,00 € (AGD-Vorzugs-/Mitgliederpreis 50,00 €); alle Preise inkl MwSt.; zuzügl. Porto/Verpackung

Corporate Design 2007. Perspektiven – Auszeichnungen – Profile, ISBN 3-928475-97-5; 55 €

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 Neuerscheinung (55,-/Mitgl. 50,- €;+Porto./Verp.)
- der Kombi 2007 und 2006 (100,- €;+Porto./Verp.)
- der Ausg. 2007–2002 (4 Bd.; 160,- €+ Porto/Verp.)
- Meine Mitgl.-Nr./Kennung 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