

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



## Corporate Design 2008: **Strategische Herangehensweise sichert den Erfolg im Wettbewerb**

Gelungenes Corporate Design hilft Unternehmen und Marken, „wesensgemäß“ aufzutreten. Unternehmen und Institutionen werden dann mit individuellem Gesicht, einer individuellen Stimme und ihrem individuellen Look wahrgenommen und können sich auch im Wettbewerb erfolgreich von der Konkurrenz abheben.

Voraussetzung für jede nachhaltig wirksame, stimmige Markenwahrnehmung nach außen und nach innen ist jedoch eine strategisch ausgerichtete Konzeption des Unternehmensauftritts – und deren professionelle Umsetzung. Denn im Kampf um die Konsumenten sind letztlich nur echte Markenpersönlichkeiten erfolgreich.

Dass solche Erfolge auch im internationalen Wettbewerb möglich sind, beweist die aktuelle Neuerscheinung „Corporate Design 2008“ eindrucksvoll. Das aufwändig gestaltete Buch ist als repräsentatives Nachschlagewerk und edle Visitenkarte

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

konzipiert; dabei steht die Orientierung an der Praxis bewusst im Vordergrund. Das Buch bietet dem Nutzer deshalb fundierte Informationen, vielfältige Hilfen und Anregungen für die tägliche Arbeit, ein Kompendium von Benchmarks sowie eine einzigartige Leistungsschau von Best-Practice-Beispielen aus dem deutschsprachigen Raum.

Die hochwertige Publikation ist in drei Teile gegliedert:

- Der redaktionelle Teil (**Teil I: Perspektiven**) liefert Beiträge von Spezialisten. Sie informieren über Corporate Design als strategischen Prozess und bieten detaillierten Einblick in besondere Erscheinungsformen von Corporate Design: Corporate Architecture, Produktdesign, Corporate Fashion, Corporate Sound und Brand Engagement werden dabei vorgestellt und im Bedeutungszusammenhang sowie an Beispielen erläutert. In Kurzinterviews berichten namhafte Vertreter von Unternehmen und Institutionen zudem über ihre Erfahrungen mit kürzlich erfolgten Implementierungen neuer Corporate Designs.
- Der Wettbewerbsteil (**Teil II: Auszeichnungen**) dokumentiert die im Rahmen des 11. Internationalen Corporate Design Preises und des XVI. MfG Awards ausgezeichneten Arbeiten ausführlich in Wort und Bild.
- **Teil III (Profile)** schließlich bietet fundierte Unterstützung für auftraggebende Unternehmen, die auf der Suche nach geeigneten und kompetenten Partnern für neue Projekte sind. Dieser Teil bietet ausführliche Eigendarstellungen von Agenturen sowie eine umfangreiche Adressliste von Agenturen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, die auf CD, CI und Branding spezialisiert sind.

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

### Corporate Design 2008 Perspektiven – Auszeichnungen – Profile

Hardcover; 24 x 32 cm; 200 Seiten; ISBN 978-3-941231-01-6; Varus Verlag, Bonn; 2008  
55,00 € (AGD-Vorzugs-/Mitgliederpreis 50,00 €); alle Preise inkl MwSt.; zuzügl. Porto/Verpackung

**Corporate Design 2008. Perspektiven – Auszeichnungen – Profile. ISBN 978-3-941231-01-6. 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 2008/2007 (100,- €; + Porto/Verp.)  
 der Ausg. 2008 – 2006 (3Bd.; 130,- €; + Porto/Verp.)
- Meine Mitgl.-Nr./Kennung lautet:
- Bitte senden Sie mir/uns weitere Informationen.

**Varus Verlag**

**Am Bonner Bogen 2, D-53227 Bonn**

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

**E-Mail: info@varus.com**