

corporate identity
kommunikation
mediengestaltung

MARTIN ET KARCZINSKI

Corporate Design Preis, Shortlist 2 Auszeichnungen für Martin et Karczinski

Corporate Design Preis

Der Corporate Design Preis zählt zu den wichtigsten Design-Auszeichnungen im deutschsprachigen Raum. Insgesamt 35 eingereichte Beiträge schafften es in die Shortlist, aus der eine 12-köpfige Jury schließlich sieben Beiträge auswählte, die mit dem Corporate Design Preis in Gold ausgezeichnet wurden.

Mit 2 Beiträgen war auch die Corporate Identity Agentur, Martin et Karczinski, auf der Shortlist vertreten. Mit der Nominierung der eingereichten Beiträge wurde deren herausragendes, beispielgebendes Design in der Unternehmens-, Marketing- und Markenkommunikation anerkannt.

Ausgezeichnete Wettbewerbsbeiträge von Martin et Karczinski

- › Euroboden Markenidentität (Kategorie: CD B2C Unternehmens-Launch)
- › Occhio Media Relaunch (Kategorie: CD B2B Produkte und Dienstleistungen Relaunch)

+ 1





Euroboden Markenidentität

Architektur ist nach dem Verständnis des Münchner Premium-Bauträgers Euroboden mehr als gestalteter Wohnraum, sie ist die kulturelle Zusammenkunft von Ort, Raum, Geist und Zeit. Diese Philosophie wurde in einem einem hochwertigen Corporate Design visualisiert.

Corporate Identity:

- › Entwicklung von Wortmarke, Claim und Typographie
- › Entwicklung und Konzeption der Website
- › Imagebroschüre als Visualisierung des kulturellen Anspruchs
- › Entwicklung limitierter, zweiteiliger und projektbezogener Broschüren (Edition 01 / Edition 02)

+ 2



Foto: Euroboden_Image_Cover.tif; Euroboden_Image_Layout.tif
BU: Euroboden Imagebroschüre - Cover und Doppelseite



Foto: Euroboden_Edition01_Expose_Cover.tif; Euroboden_Edition01_Expose_Layout.tif
BU: Euroboden Edition 01 - Cover und Doppelseite





Occhio Media Relaunch

Um dem State-of-the-Art-Anspruch von Occhio in Funktion und Design zu entsprechen, wurden sämtliche Kommunikationsmittel und -maßnahmen behutsam weiterentwickelt und ausgebaut. Der Gedanke der progressiven Evolution, der den Markenkern definiert, sollte auch die gestalteten Kommunikationsmittel charakterisieren und somit noch stärker zur Imagebildung der Marke beitragen.

Rebranding:

- › Etablierung der Wortmarke Occhio als international verständliche Bildmarke für alle Medien, unterstützt durch den Claim „light is evolution“
- › vereinheitlichte Farbgebung und Typographie
- › Neugestaltung Case-, Produkt- und Unternehmensbroschüren
- › Neugestaltung der Website + Leuchtenkonfigurator
- › Soundbranding und Brandmovie für die teilnehmenden Partner
- › Visualisierung des Relaunch durch Messeauftritt zur Euroluce (Mailand)

+ 3

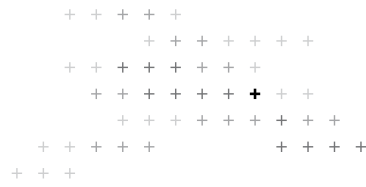


Foto: Occhio_Logo.jpg; ; Occhio_Claim.jpg
BU: Occhio Wortmarke und Claim



Foto: Occhio_Brandfolder_Cover.jpg; Occhio_Brandfolder_Doppelseite.jpg
BU: Occhio Brandfolder - Cover und Doppelseite





MARTIN ET KARZINSKI

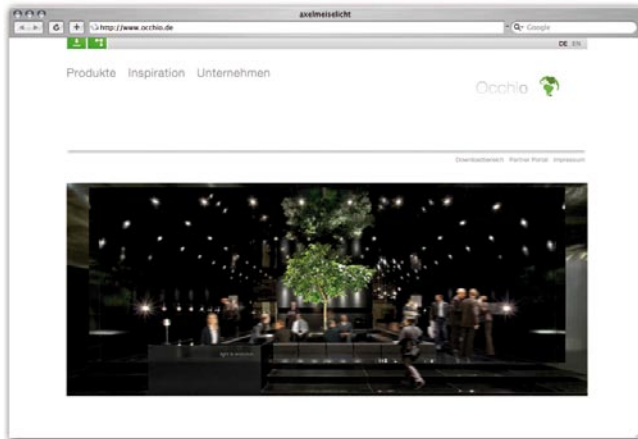


Foto: occhio_website.jpg

Bu: Screenshot der Occhio Website - www.occhio.de

+ 4



Foto: Occhio_Produktkatalog_Cover.tif; Occhio_Produktkatalog_layout.tif

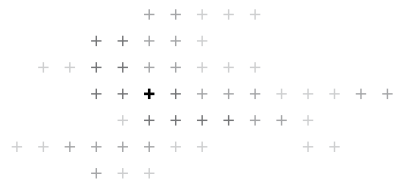
BU: Occhio Produktkatalogs - Cover und Doppelseite



Foto: Occhio_Messestand_2008.jpg

BU: Occhio Messeauftritt auf der light + building 2008 in Frankfurt





MARTIN ET KARCZINSKI

Das in der Pressemitteilung verwendete Bildmaterial zu den einzelnen Wettbewerbsbeiträgen steht Ihnen in hochauflösender Qualität per Download bereit unter:

http://www.metk.de/transfer/metk_awards_2008.zip

Bildnachweis:

Euroboden - gesamtes Bildmaterial von Euroboden

Occhio - gesamtes Bildmaterial von Occhio

Kontakt:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martin et Karczinski

Nicola Sacher

Nymphenburger Straße 125

80636 München

P + 49 (0)89 74 64 69 180

F + 49 (0)89 74 64 69 13

n.sacher@martinetkarczinski.de

www.martinetkarczinski.de