

CORPORATE DESIGN

*Ausdrucksstark, unverwechselbar
und mit Liebe zum Detail*

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, LOS

*Sportsponsoring
als starkes Marketing-
Werkzeug*

FLÜGEL FÜR DIE ZUKUNFT

*Kreativ für den
guten Zweck*

GERMAN DESIGN AWARD

*Corporate Identity, Event,
Integrated Campaigns
and Advertising (Microsite)*





**GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2020**

**AUSGEZEICHNETE
PROJEKTE**

01 Landschlachtere

Krischke:
Corporate Identity
(Seite 28)

02 Stockmeier Urethanes:

Integrated Campaigns and
Advertising (Microsite)

03 Flügel für die Zukunft:

Event
(Seite 20)

WIR GESTALTEN FORTSCHRITT



FORTSCHRITT – DAS IST EIN WORT VOLLER BEWEGUNG UND DYNAMIK. WER FORTSCHRITT ERREICHEN WILL, MUSS SICH IN BEWEGUNG SETZEN.

Dem Fortschritt geht aber eines voraus: das Ziel. Oder eine Vision. Denn aus Bewegung ohne Ziel kann schnell blinder Aktionismus werden. Es gilt also, Ziele zu definieren und sich aufzumachen, sie zu erreichen. Doch was ist das Ziel, die Vision? Für Unternehmen kann „Kundenfindung“ ein solches Ziel sein, und zwar dauerhaft. Die Vision: Zufriedene Kunden, die bleiben. Doch wo trifft man seine Kunden eigentlich und wie kann man ihre Bedürfnisse noch besser erfüllen?

Um diese Fragen zu beantworten, muss man ab und zu gewohnte Pfade verlassen und sich neu orientieren, offen sein für eine andere Perspektive und neue Visionen – nämlich die des Kunden. Und die von potenziellen Kunden. Auf Dauer wird so aus Kundenfindung dann Kundenbindung – auch eines unserer wichtigsten und persönlichsten Ziele.

Die Digitalisierung bietet vielfältige Möglichkeiten, Kunden besser kennenzulernen. Sie eröffnet die Chance, näher an ihnen dran zu sein und mehr über sie zu erfahren; ob mit einem intuitiven Webshop oder mit authentischer Interaktion auf Social-Media-Kanälen. Diese neuen Möglichkeiten und Chancen für unsere Kunden zu finden, zu gestalten und zu nutzen – das ist unsere Definition von Fortschritt. Bleiben Sie mit uns in Bewegung!

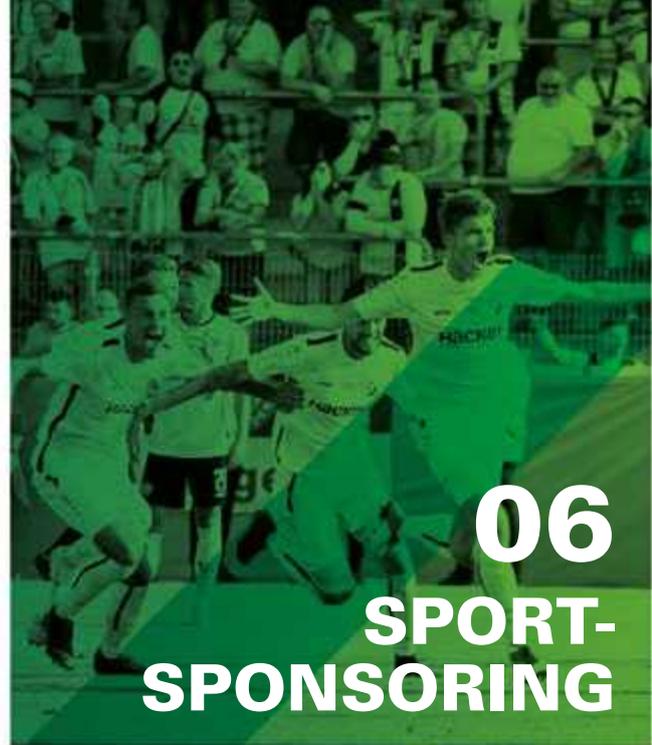
A. Voss

Axel Voss

J. Fiedler

Jörg Fiedler

INHALT



06 DIE BESTEN PLÄTZE

SPORTSPONSORING

Auch die Wirtschaft hat den Sport längst als wirksame Kommunikationsplattform erkannt. Es ist insbesondere die emotionale Komponente, die es Marken erlaubt, Brand Awareness, Loyalität und Kundenakquise über die Fans hinaus zu erzeugen.

18 EINTAUCHEN UND ENTSPANNEN

CARPESOL SPA THERME

Klare Struktur und übersichtliche Gestaltung stehen im Mittelpunkt der neuen Website der carpesol Spa Therme in Bad Rothenfelde.

20 GUTES TUN – WENN JEDER GIBT WAS ER KANN

CHARITY

Ausgezeichnet: Das Corporate Design der Charity Gala „Flügel für die Zukunft“.

24 ZEITLOS, MODERN, WERTIG

SEEMANN INTERIEUR

Zeitgemäßes Wohnen erfordert auch zeitgemäße Kommunikation. Z.B. als XXL-Außenwerbung auf 80m² Großformat.

26 MACHT UNVERWECHSELBAR UND STÄRKT IHRE MARKE

CORPORATE DESIGN

Je mehr Möglichkeiten sich für Werbung und Marketing bieten, desto notwendiger ist ein geschlossener Markenauftritt auf Basis eines stimmigen Corporate Design. Immer authentisch, modern und kraftvoll.

40 LUST AUF MEER

ASTORIA KREUZFAHRTENZENTRALE

Zeit, die Welt zu entdecken. Reisespezialist Astoria begeistert durch innovative Kreuzfahrten: Hochwertige Print-Produkte und eine umfangreiche Kreuzfahrten-Zeitung in Millionen-Auflage transportieren die Reiseangebote zu Interessenten.

20 HELFEN VERLEIHT FLÜGEL



„Eine optimale Darstellung auch auf mobilen Endgeräten: Responsives Webdesign ist der Schlüssel zum Erfolg – auch bei Google.“

46

40

LUST AUF MEER



26

CORPORATE DESIGN



28



32

42



42 ÜBERSICHT GESTALTEN

HOCHSCHULE OSNABRÜCK

Bei der Gestaltung von Veranstaltungsmaterialien zum 63. Jahrestag der GMDS war vor allem eine übersichtliche Struktur und ein optisch ansprechender Seitenaufbau wichtig.

44 AUF EMPFEHLUNG

FACHHOCHSCHULE DORTMUND

Funktioniert etwas erfolgreich, wird es fortgesetzt: Auf über 200 Seiten entstand für die 64. Jahrestagung der GMDS ein Veranstaltungskatalog, der durch klares Design und eine clevere Verbindung zwischen Print und Online überzeugt.

46 BILDUNG AUF EINEN BLICK

AKADEMIE DES KLINIKUMS OSNABRÜCK

Das medizinische Bildungsangebot erfordert eine zielgruppengerechte und leicht zu bedienende Online-Präsenz.

48 BEQUEM BUCHEN, BEQUEM REISEN

KLUTE-REISEN

Kein Grund zu rasten: Klute Reisen geht mit einem modernen, responsiven Online-Shop an den Start.

49 MASSIV GEBAUT

ZIELSDORF MASSIVHAUS

Schlüsselfertig gebaut haben wir die Website von Zielsdorf. Das Ergebnis: Frisch, modern & ansprechend.

50 TASTE OF TODAY

ESCOFFIER

Marken erleben? Das geht - und zwar durch starke und authentische Kommunikation in den Social Medien.

52 EINE ECHE ERFOLOGSGESCHICHTE

AMAZONEN-WERKE H. DREYER

Inhabergeführt, international und innovativ. Mit leistungsfähigen Landmaschinen ist AMAZONE eine echte Branchengröße.

54 TRADIONSMARKE NEU BELEBT

OSNA-PUMPEN

Seit über 125 Jahren steht die Marke OSNA-Pumpen für Leistung und Qualität. Genau diese Merkmale werden auch auf der TYPO3-Website sichtbar.



”

Die neue Website hat unsere Erwartungen übertroffen und wir sind sehr froh, dass wir das Thema angefasst und umgesetzt haben.

Vielen Dank für euer Engagement und eure Liebe zum SVR. Ich bin sehr froh, mit euch zusammenarbeiten zu dürfen.

ALEXANDER MÜLLER
GESCHÄFTSFÜHRER RÖDINGHAUSEN FUSSBALL GMBH

SP



SPORT SPONSORING

DIE BESTEN PLÄTZE



Sport ist in unserer heutigen Gesellschaft so präsent wie nie zuvor. Sportereignisse bringen Menschen unterschiedlicher Kulturen und sozialer Hintergründe zusammen und erreichen höhere Einschaltquoten als jede andere Sendung. Ein gesundheitsorientierter Lebensstil als kulturelles Phänomen hat sich fest etabliert und auch der Anteil sportaktiver Jugendlicher und Erwachsener erreicht im Jahr 2020 ein Rekordhoch.

Fair, aktiv, nah am Kunden: So positiv werden Unternehmen durch Sportsponsoring oft wahrgenommen.

SPORTSPONSORING ALS MARKETING-WERKZEUG

Auch die Wirtschaft hat den Sport längst als wirksame Kommunikationsplattform erkannt. Es ist insbesondere die emotionale Komponente, die es Marken erlaubt, Brand Awareness, Loyalität und Kundenakquise über die Fans hinaus zu erzeugen. Dabei sind es nicht nur Giganten wie die Deutsche Telekom, mit dessen Logo auf dem Trikot die Spieler des FC Bayern München auflaufen. Selbst kleine und mittelständische Unternehmen ermöglichen die Finanzierung des Breiten- und Freizeitsports, die ohne das Sportsponsoring nicht zu stemmen wäre. In den vergangenen 10 Jahren sind die Ausgaben dafür weltweit

um 70,6% gestiegen und allein der deutsche Sponsoringmarkt weist für das Jahr 2016 ein gewaltiges Volumen von 3,5 Mrd. Euro auf. Dabei geht es auch um den Sportverein von nebenan, denn als unterstützender Regionalpatriot kann ein Unternehmen seine Reichweite über die des Vereins ausweiten und seine Sichtbarkeit bedeutsam erhöhen. Wer es versteht seine Vertriebsaktivitäten mithilfe von Sportsponsoring geschickt auf seine Zielgruppe abzustimmen, kann das positive Image, das im sportlichen Bereich etabliert wird, auf das Unternehmen übertragen. Die Erreichung konkreter Vertriebsziele mit dem Sponsoring wird durch die Digitalisierung noch einfacher, beispielsweise in Form von Online-Tracking und Reichweitenmessung.



VERLÄNGERUNG!

Seit Anpfiff der Regionalliga-Saison 2015/2016 ist team4media Gold-Partner des SV Rödinghausen. Beide Seiten sind mit der Zusammenarbeit so gut zufrieden, dass die Partnerschaft bis 2023 verlängert wurde.

„Die Kooperation zwischen uns funktioniert zu 100%. Ich bin sehr glücklich, dass wir auch in den kommenden vier Jahren auf die Unterstützung von Axel Voss und seinem Team bauen können“ freut sich SVR-Geschäftsführer Alexander Müller.



WELCOM PANTH



© Foto: Guido Wiethheuper



**PREGAME-
SHOW
ANSEHEN**

WELCOME TO THE VEINERS-DOME



RAUBTIER-MODUS: ANGRIFF

Der Sponsor eines Sportclubs wird mit positivem Teamspirit, Agilität und Dynamik in Verbindung gebracht. Die Verbindung von Sportverein und Wirtschaft schafft Begeisterung bei den Fans ebenso wie bei den Kunden. Durch die Übertragung auf den Sport sorgt ein Unternehmen für eine Kundenbindung, die effektiver kaum sein könnte. Kein Wunder, wenn sich die Loyalität dem Verein gegenüber auf die Loyalität dem Unternehmen gegenüber überträgt.

Um als Firma von dem Nutzen des Sportsponsorings profitieren zu können bedarf es natürlich erst einmal Zugang zu dem Thema sowie dem Wissen darüber, welche Maßnahmen tatsächlich wirken. Hier kann es sich lohnen auf Experten zurückzugreifen, die Erfahrungen mit dem Sportsponsoring haben. Wichtig ist vor allem die Auswahl der richtigen Sportart. Diese muss kongruent sein mit den Eigenschaften, die das Unternehmen über sich selbst kommunizieren möchte.

Regionale Unternehmen haben Interesse an dem Thema Mitarbeitermarke und daran, wie man Mitarbeiter gewinnt. Im Optimalfall ergeben sich Partnerschaften zwischen Sportvereinen vor Ort und

regional angesiedelten Firmen. Schließlich haben beide ein Interesse daran, dass junge Menschen in der Region bleiben, ob nun als Vereinsmitglied oder als Mitarbeitende.

Was muss nun beachtet werden, damit die versendete Botschaft bei Kunden und Fans gleichermaßen in Erinnerung bleibt? Für ausschweifende Botschaften ist kein Platz: Auch hier gilt der Marketing-Grundsatz „keep it short and simple“. Präzise Botschaften zielen auf nachgelagerte affektive Wirkungen wie Sympathien, Präferenzen und Emotionen ab. Aus psychologischer Sicht greift hier der Mere-Exposure-Effekt. Die wiederholte Darbietung des Reizes führt – wissenschaftlich belegt – zu einer positiven Einstellung gegenüber der Marke.

Zudem helfen grundlegende Lerntheorien, um die enorme Effektivität von Sportsponsoringbotschaften zu verstehen, was sich an dem Beispiel Red Bull zeigen lässt. Der Energy-Drink-Produzent steht wie kein zweites Unternehmen für Abenteuer und Action.



Live-Stream Panthers
Spiel: Sichtbarkeit des
Partners Giersch auf
LED-Bande



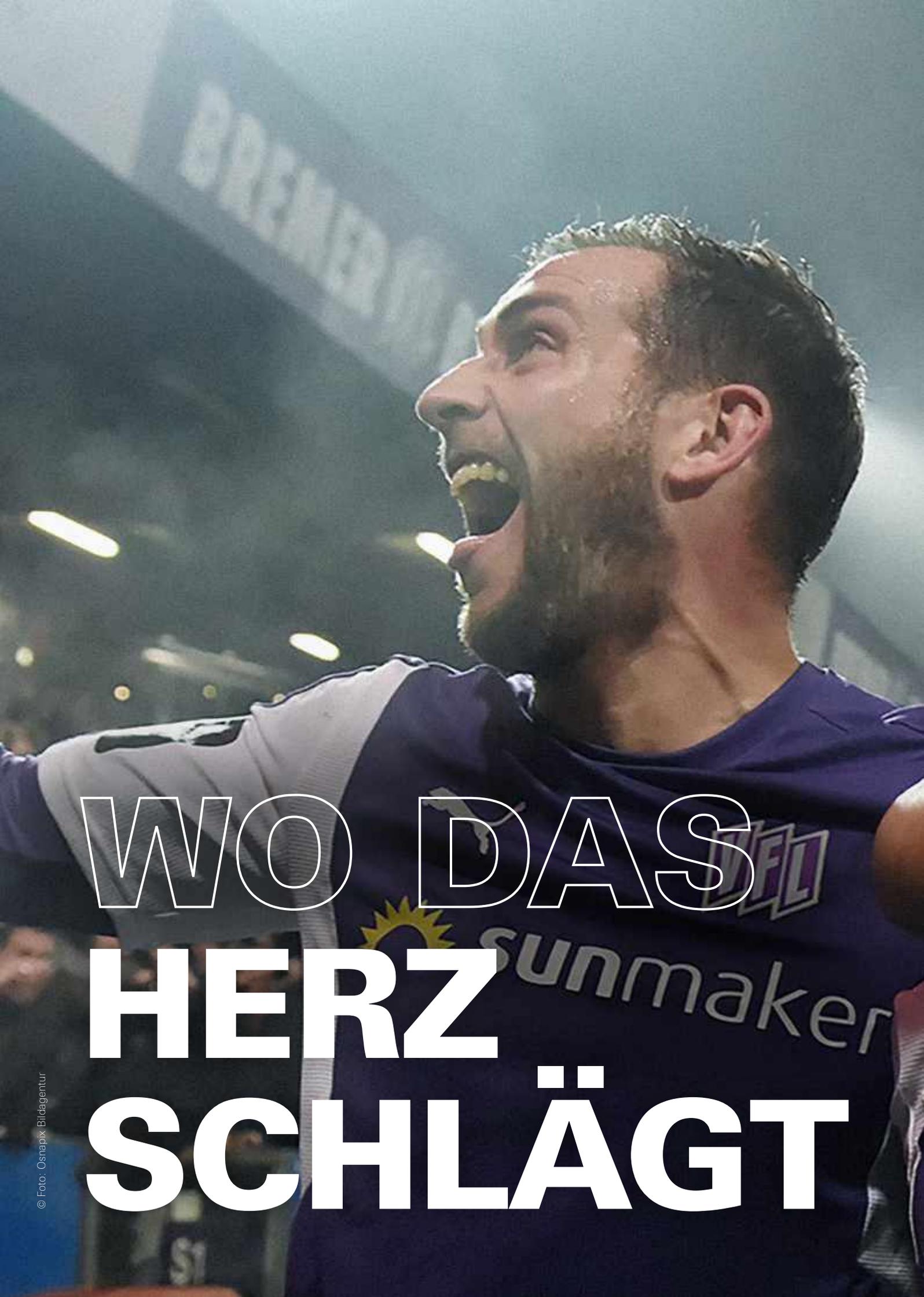
Das Firmenlogo präsent
auf dem Trikot trägt zur
Markenbildung bei.



ALS MARKE GEWINNEN

Modern und vor allem dynamisch für alle Endgeräte zeigt sich auch die neue TYPO3-Website der GiroLive-Panthers Osnabrück. Fans finden hier alle Informationen rund um das Team.





WO DAS
HERZ
SCHLÄGT



Gemäß der klassischen Konditionierung werden Imageattribute einer Sportveranstaltung zunächst nur als neutraler Reiz auf den Firmennamen übertragen, aber künftig werden mit den jeweiligen Produkten des Sponsors entsprechend positive Markenassoziationen verknüpft.

Das Sportsponsoring befindet sich in einem dynamischen Umfeld, das sich rasant weiterentwickelt. Die Entwicklung war in jüngster Vergangenheit entscheidend durch den Fortschritt in der Kommunikationstechnologie geprägt. Es findet eine Verschiebung vom Fernsehen als primäres Sportunterhaltungsmedium statt, an dessen Stelle zunehmend das Internet tritt, welches unschätzbare Potenziale für die Aktivierung von Sponsoringengagements über mobile Endgeräte und Social Media bietet.

Schlussendlich bleibt festzuhalten, dass nicht nur die Groß-Sponsoren, sondern auch regionale Unternehmen enorm vom Sportsponsoring profitieren können. So lassen sich mit der Durchführung passender Werbemaßnahmen zum einen Kunden gewinnen und zum anderen die Unternehmensmarke stärken. Mehr Kunden bringen mehr Umsatz, eine starke Marke verbessert die Marketingeffizienz und erhöht die Kundenbindung.

„Tor für den VFL Osnabrück, präsentiert vom carpesol.“

*Erst die Aufregung,
dann die
Entspannung.“*

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG, LOS.



Multiplikator Stadion:
Mit auffälliger Bandenwerbung erreicht man nicht nur die Zuschauer im Stadion, sondern auch vor dem TV, im Internet und in der weiteren Berichterstattung.





VfL

17

DEINE VIP-STADION TOUR!

POWERED BY GIERSCH

BRING VON TOP SIEBEN EXCLUSIVE EINBLICK HINTER DIE KULISSEN UND GEHE DAS SPIEL HAUTNAH MIT 2 VIP-KARTEN, Spektakelarena aufleben und mit etwas Glück gewinnen!

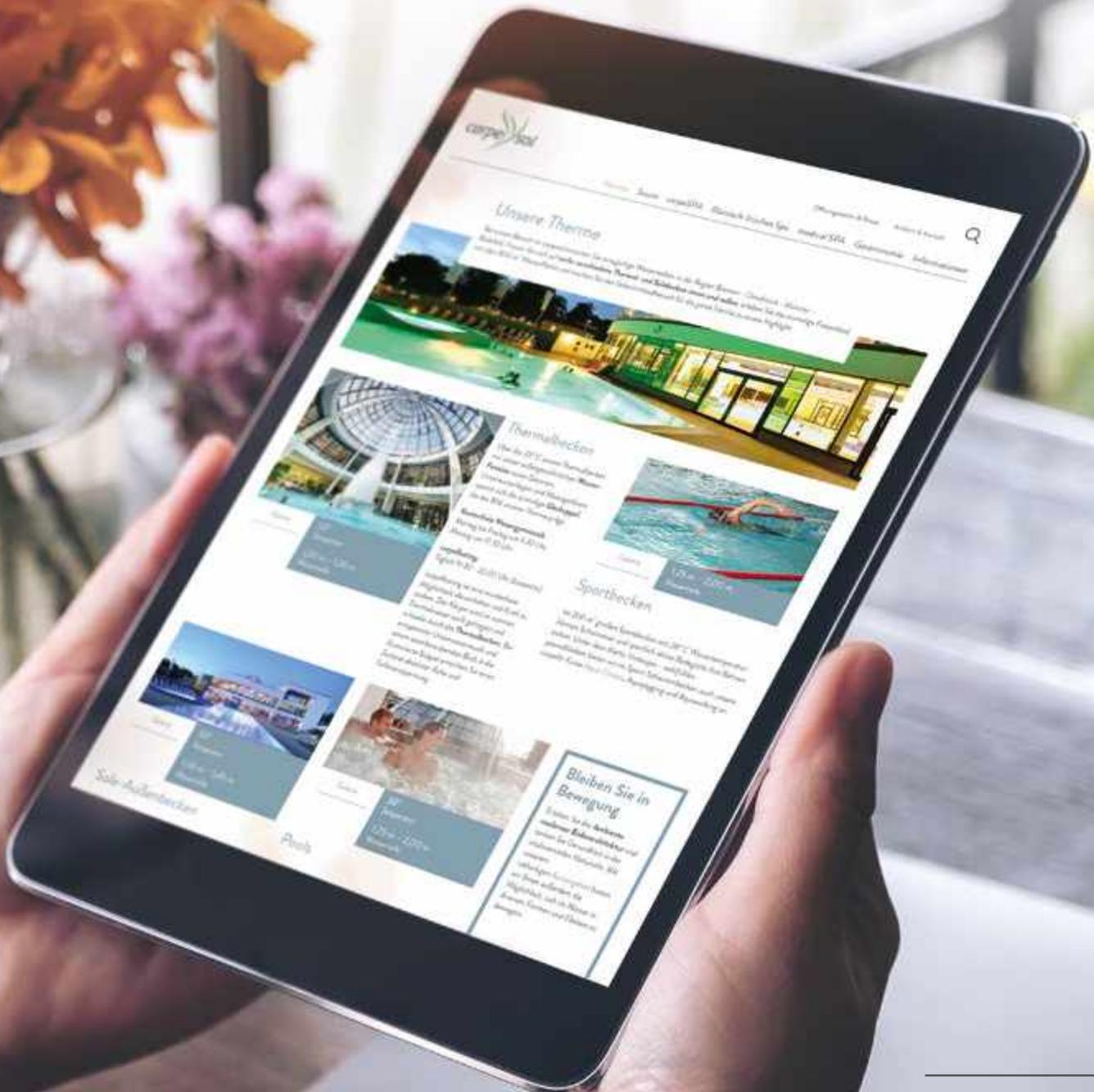
www.giersch-bratwurst.de

VfL

DEIN GRILL WILL QUALITÄT www.giersch-bratwurst.de

DEIN GRILL WILL QUALITÄT www.giersch-bratwurst.de

Stadionwurst



Farbleitsysteme sind intuitiv und damit schnell zu erfassen. So sind sie zur unterstützenden Orientierung ein adäquates Hilfsmittel.

EINTAUCHEN UND ENTSPANNEN

Die carpesol Spa Therme in Bad Rothenfelde präsentiert sich unter www.carpesol.de mit einem neuen Internetauftritt. Die neue Website überzeugt durch modernes Design, ein intuitives Bedienkonzept und einladendes Bildmaterial. Ziel war es, den Webseiten-Besucher direkt abzuholen und alle wichtigen Informationen mit wenigen Klicks zur Verfügung zu stellen. Durch das vielfältige Angebot der Therme war eine gute Strukturierung die Hauptanforderung bei der Konzeption der neuen Web-Präsenz. Eine perfekte Symbiose aus Information und Atmosphäre.

Im Fokus der Seite steht die ganzheitliche Information: Öffnungszeiten, Tarife und Preise sind schnell zu überblicken und reduzieren so den administrativen Aufwand. Die Spa-Arrangements lassen sich ganz einfach online buchen und Gutscheine können direkt erworben werden.

Die responsive, also für alle Bildschirme optimierte Website, wurde im Content-Management-System TYPO3 erstellt. Die neue carpesol-Website ist für Suchmaschinen, insbesondere Google, optimiert und überzeugt durch eine optimale Ladezeit von 99 Prozent in der Mobil- und Desktopversion. So ist ein gutes Ranking bei Google und ein positives Nutzer-Erlebnis garantiert.



Für Spendenläufer John McGurk war es eine „sehr bewegende Begegnung“: Auf dem Petersplatz in Rom schüttelten sich Papst Franziskus und John McGurk über den Zaun hinweg die Hände und tauschten sich über die erfolgreichen Hilfsaktionen McGurks aus.



Auch am Norisring beim Porsche Carrera Cup ist das Projekt „Eine Zukunft für die Kinder“ dank der kostenlosen Auto-beschriftung zu sehen. Dahinter stehen ein tolles Hilfsprojekt für Kinder und ein sympathischer Schotte.

GUTES TUN: WENN JEDER GIBT, WAS ER KANN.

WordPress



Gemeinnützige Projekte brauchen professionelle Kommunikationsmaßnahmen, um als seriös wahrgenommen zu werden.

Charityprojekte und ehrenamtliches Engagement erreichen dann am meisten, wenn jeder das leistet, was er am besten kann. So begleiten wir als Werbeagentur John McGurk und seine Stiftung „Eine Zukunft für Kinder“ schon seit einiger Zeit und unterstützen seine großartigen Leistungen mit Kommunikationsmaßnahmen.

John McGurk unterstützt mit seiner Stiftung und ganz persönlichem Einsatz Einrichtungen wie Childrens 1st und die Arche. Er wurde dafür bereits mit dem Bundesverdienstkreuz der Bundesrepublik Deutschland geehrt und zu einer privaten Audienz zu Papst Franziskus in Rom geladen.



HELFEN VERLEIHT FLÜGEL

Mit prominenten Gästen wie SOS-Kinderdörfer Botschafterin Verona Pooth macht die Gala auf sich aufmerksam - und tut Gutes!

Passend zur 2. Children's Charity Gala „Flügel für die Zukunft“ gibt es einen weiteren Grund zur Freude: Die Fachjury des German Design Award honorierte die Kommunikationsmaßnahmen mit dem Preis in der Kategorie „Excellent Communication Design – Event“. Als Teil unserer Kooperation entstanden crossmediale Werbemaßnahmen wie ein Logo, eine Landingpage, Informationsflyer, Eintrittskarten, VIP-Armbänder und Außenwerbung.

Stiftungsgründer John McGurk erweckte die besondere Gala 2018 zum Leben:

„Mir liegen Kinder in Not aufgrund meiner eigenen Vergangenheit sehr am Herzen und eine Gala zugunsten von Kinderprojekten ist am besten geeignet, um auf dieses elementar wichtige Thema aufmerksam zu machen.“, so der Kinderbotschafter.

Um das Event optimal nach außen zu präsentieren, entstand eine durchdachte Corporate Identity. Der aufmerksamkeitsstarke Farbverlauf und die abgerundeten Ecken stellen prägnante Gestaltungselemente dar. Vor allem Emotionalität sollte durch das Design transportiert werden.



WINNER EVENT - JURYBEGRÜNDUNG

Die Kommunikation wurde ganzheitlich umgesetzt. Vom Brand-Design über die Kommunikationsmittel und -maßnahmen für die Außenwerbung bis hin zu Einladungen und VIP-Armband wirkte der gesamte Auftritt wie aus einem Guss.

”

Zeitgemäßes Wohnen erfordert auch zeitgemässe Kommunikation. Wir sind besonders glücklich, mit team4media einen Partner zu haben, der in Bezug auf Design und Technik unsere Kundenkommunikation umsetzt.

**TORSTEN VOSSEL
GESCHÄFTSFÜHRER SEEMANN INTERIEUR**



SEEMANN. ZEITLOS. MODERN. WERTIG.



HOCHWERTIGE PRODUKTE BRAUCHEN PERSÖNLICHE KOMMUNIKATION, DIE AUFFÄLLT.

Wer exklusive Einrichtung und Ideen sucht, wird bei Seemann fündig. Das Unternehmen und seine Produkte sind zeitlos, modern und hochwertig – daran muss auch die Kommunikation anknüpfen. Eine Imagebroschüre ist für Seemann deshalb genau das richtige Medium. Sie schafft Vertrauen, wirkt glaubwürdig und vermittelt eine hohe Qualität. Broschüren bieten außerdem die Möglichkeit, Bilder großformatig in Szene zu setzen; genau richtig für Themen wie Einrichtung und Design. Neben der Imagebroschüre setzt Seemann auch in der Außenwerbung auf aussagekräftige Bilder: Ein XXL-Banner mit einer Länge von 28 Metern inszeniert die Fassade des Standorts Osnabrück.

CORPORATE DESIGN



*MACHT UNVERWECHSELBAR
UND STÄRKT IHRE MARKE*

DIE EIGENE MARKE STÄRKEN



Je mehr Möglichkeiten sich für Werbung und Marketing bieten, desto notwendiger ist ein geschlossener Markenauftritt auf Basis eines stimmigen Corporate Design. Entlang der Customer Journey kommen Ihre Kunden und Interessenten an vielen Touchpoints mit Ihrem Unternehmen in Berührung. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Marke immer unverwechselbar und einzigartig ist.

GUTES CORPORATE DESIGN STEIGERT DIE BEKANNTHEIT, BAUT IMAGE UND VERTRAUEN AUF UND SPART LANGFRISTIG KOSTEN

Jedes Unternehmen hat Konkurrenz. Die Produkte sind einander oft ähnlich, die Zielgruppe ist identisch. Wie können potentielle Kunden in ihrer Kaufentscheidung erreicht werden? Was unterscheidet Unternehmen voneinander? Wie können Sie als Arbeitgeber interessanter für Bewerber wirken? Wie können Sie Kunden und Bewerbern Orientierung geben? Verzichten Sie nicht auf die Vorteile schneller Wiedererkennbarkeit, die Ihnen ein visuell starkes Logo in einem sauber durchdeklinierten und klaren Corporate Design verschafft. Ein merkfähiges Corporate Design hilft Ihnen, besser wahrgenommen und positiv erinnert zu werden.

Für den Verbraucher ist es die Marke beziehungsweise das Logo. Wir erkennen den schwungvollen Haken oder die drei Streifen und wissen Bescheid. Das Logo ist zentraler Bestandteil des Corporate Designs, des visuellen Erscheinungsbildes einer Marke oder eines Unternehmens. Ein gutes Corporate Design ist wie ein Fingerabdruck: unverwechselbar, unveränderbar und absolut einzigartig. Als Bestandteil der Corporate Identity, der Unternehmensidentität, bestimmt es, welches Bild ein Unternehmen bei der Zielgruppe hinterlässt. Und dieses Bild sollte nicht dem Zufall überlassen werden.

DAS BESTE CORPORATE DESIGN IST DIE INDIVIDUELLE DARSTELLUNG IHRES UNTERNEHMENS, DIE IHRE WERTE, LEITMOTIVE UND LEISTUNGS-FÄHIGKEIT AUTHENTISCH SPIEGELT.

Die Konzeption und grafische Erstellung von Corporate Designs zählen zu unserem Tagesgeschäft – gerne stellen wir auf den folgenden Seiten einige unserer besten Arbeiten der vergangenen Zeit vor. Die Vielfalt unserer Projekte könnte dabei nicht größer sein: Wurst- und Fleischwaren-Spezialist Landschlachtereie Krischke GmbH, Bauunternehmen Knoll GmbH & Co. KG, Lernen Fördern e.V. oder LED-Experte HC InnoTech GmbH – keine Herausforderung ist zu groß und keine Branche zu fremd. Denn beim Corporate Design kommt es immer darauf an, dass das Unternehmen bestmöglich individuell inszeniert wird.

Zahlreiche unserer Projekte wurden von Fachjurys ausgezeichnet, unter anderem als Publikation im CO&CO-Magazin oder sogar mit dem German Design Award. Das macht nicht nur uns, sondern auch unsere Kunden regelmäßig stolz.

WISSEN, WO'S HERKOMMT



**GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2020**

WINNER CORPORATE IDENTITY – JURYBEGRÜNDUNG

Wie sich im Logo die Konturen von Rinder- und Schweinskopf in nur einer einzigen Linie verbinden, ist genial. Die klare weiße Grafik auf schwarzem Grund in Verbindung mit einer Farbe wirkt ausgesprochen hochwertig und spiegelt den Anspruch an Qualität nachvollziehbar wider. Ein Eindruck, den nicht nur das Erscheinungsbild der Kommunikationsmaterialien mit ihrer anspruchsvollen Bildästhetik verkörpert, auch ist es gelungen, das Design der Dachmarke konsequent auf die anderen Unternehmensbereiche zu übertragen.

Von der Wiese auf den Teller – und zwar ohne Umwege. Das ist der Anspruch der Landschlachtereie Krischke, die sich ganz der direkten, anspruchsvollen und verantwortungsvollen Herstellung feinsten Fleisch- und Wurstspezialitäten aus der Region verschrieben hat.

Um dem Qualitäts-Anspruch von Krischke gerecht zu werden, wurde das Logo redesigned und ein authentisches und zugleich modernes Corporate Design entwickelt. Das Erscheinungsbild trifft den Nerv der Zeit, in der Themen wie bewusste und nachhaltige Ernährung, sowie Transparenz bei der Produktion immer mehr an Bedeutung gewinnen. Auf Flyern, im Internet, auf dem Food-Truck des Unternehmens und allen anderen Werbeträgern findet sich nun das wieder, was Krischke verkörpert – nämlich echte Qualität.

„Bei der Konzeption war mir besonders wichtig, eine Verbindung zwischen der Tradition und der Modernität des Unternehmens zu schaffen. Daher entstand die siegelähnliche Anmutung des Logos, welche zugleich durch eine abstrahierte Formsprache aufgebrochen wird.“

4

FRANZISKA PRENZLER

Grafik-Designerin





Eine EU-Zertifizierung, eine QS-Zertifizierung und die Erfahrung aus über einem Jahrhundert untermauern das Qualitätsverständnis von Krischke.



On the Road:
Der Krischke-Food-Truck fährt mit Krischke-Spezialitäten durch die Region.



TRADITION TRIFFT MODERNE

Passend zum 60-jährigen Firmenjubiläum haben wir für das Bauunternehmen Knoll GmbH & Co. KG aus Haren das bestehende Logo einem Relaunch unterzogen. Ziel war es, einen stimmigen Mix aus Tradition und Moderne zu schaffen – und nicht mit der Tradition zu brechen. Ein frisches Corporate Design, eine Imagebroschüre und eine neue Website entstanden in enger Zusammenarbeit.

Im Zuge des Relaunches wurden eine TYPO3-Website und eine Imagebroschüre umgesetzt.

Das bestehende Logo wurde als Grundlage genutzt und die Elemente neu geordnet und leicht verändert – eine zarte Modernisierung, in Anerkennung der langen Firmentradition des Bauunternehmens aus Haren. Die Initialen des Firmengründers Gerhard Knoll sen. wurden beibehalten und drücken den starken Bezug zum Familienunternehmen aus, zusätzlich wurde das Gründungsjahr 1958 mit in das Logo aufgenommen. Die Bildmarke wurde nach dem Lok-Prinzip an den Anfang des Logos gestellt und unterstreicht die Chronologie des Unternehmens.

Auch die Unterstreichung im Logo bildet ein Element – zur Trennung von Texten und Grafiken. Die schlichte Modernität und Bewahrung der Tradition hat nicht nur unseren Kunden überzeugt, sondern auch die Redaktion des Corporate Design Magazins „CO&CO“: In der Ausgabe „100% YELLOW“ wurde die Arbeit mit der Auszeichnung „CO&CO SELECTED“ als eine der interessantesten und aktuellsten Design-Lösungen hervorgehoben. Das Magazin erscheint alle drei Monate und präsentiert die besten Arbeiten der internationalen Corporate-Welt.



DESIGNELEMENT

Die Kerbe im „N“ der Wortmarke wird im Corporate Design als markantes Designelement aufgegriffen und steht für Kommunikation.





TYP03





Dynamische Banner und ein Pagespeed von 99% sind nur einige Highlights der neuen Website.

Ein professionelles Corporate Design schafft optische Einheitlichkeit, einen hohen Wiedererkennungswert und formt den Fingerabdruck eines Unternehmens. Das bestehende HC-Logo wurde durch ein frisches Design ersetzt und dominiert von nun an alle Kommunikationsmittel der LED-Profis. Das neue Logo ist der wesentliche Bestandteil des Corporate Design und trägt die Unternehmensidentität von HC InnoTech.

Ein gutes und professionelles Corporate Design sollte nicht nur unverwechselbar sein, sondern zudem die Bekanntheit langfristig steigern und Image und Vertrauen aufbauen. Wichtig ist vor allem, dass es für sämtliche Bestandteile der Kommunikation und des äußeren Erscheinungsbildes gilt und konsequent angewendet wird. Im Zuge der Zusammenarbeit mit HC InnoTech wurden die bestehenden Kommunikationsmittel wie Geschäftsausstattung, Fahrzeugbeklebung, Außenwerbung und als zentraler Bestandteil des Marketingkonzepts die Webpräsenz neu erstellt.

ANITA KIRSTEIN
Grafik-Designerin

4

„Meine Inspiration bei der Neugestaltung der Marke war das Licht – die Primärfarbe „Lichtgrün“ symbolisiert den Lichteinfall auf Glas und steht für Innovation, Dynamik und Beständigkeit.“





AUFWÄRTS MIT DER MARKE

Als modernes und erfolgreiches Unternehmen des Aufzugbaus erfüllt WEYMANN AUFZÜGE nahezu jeden Kundenwunsch. Das Osnabrücker Traditionsunternehmen vertraute uns die Neugestaltung der gesamten Außendarstellung an. An die Stelle des bisherigen Schriftzuges tritt ein modernes Logo in einer Kombination aus Wort- und Bildmarke. Die Bildmarke wurde aus der Vervielfachung und Verschachtelung eines einfachen Pfeiles nach oben als simpelstes und vertrautestes Navigationselement innerhalb eines Aufzugsystems aufgebaut. Zwei neue PANTONE-Töne schaffen eine Farbharmonie abseits des vertrauten technischen Blaus, die durch die Verspieltheit der Typographie ergänzt wird.



”

*Ich hätte nicht gedacht,
dass mir etwas Neues auf
Antrieb so gut gefällt.*

**RALF KREUTZKÄMPER,
GESCHÄFTSFÜHRER**

IM SINNE DES STIFTERS: LEBENSWERK DIETER FUCHS



Stiftungs-Gründer
Dieter Fuchs zeichneten
Disziplin, Wille und
Verantwortungsgeist aus.

Die 2002 gegründete Dieter Fuchs Stiftung setzt sich für vielfältige Projekte im Rahmen der Stiftungszwecke ein. Dazu gehören die Bereiche Wissenschaft, Bildung, Erziehung, Kunst und Kultur.

Die Stiftung bekennt sich zu den Werten und dem Vorbild ihres Stifters, Dieter Fuchs. Der Unternehmer gründete die Stiftung vor über

15 Jahren, mit dem Ziel, den Menschen im Osnabrücker Land und insbesondere in seinem Heimatort etwas zurückzugeben und den Unternehmenssitz langfristig in Dissen zu erhalten. Als langjähriger Partner der Fuchs Gruppe ist team4media stolz, die Umsetzung von Logoentwicklung bis zur Website realisiert zu haben.

EIN BUNTER AUFTRITT



Abgestimmte Farbakzente bestimmen nicht nur die Optik, sondern können auch Übersicht schaffen.

4 FLORIAN SIEBELMANN

Projektmanager

„Bei großen Projekten ist ein persönlicher und intensiver Draht zum Kunden von Vorteil. Das schafft Vertrauen und erleichtert die Zusammenarbeit.“



Das aus einer guten Idee manchmal viel mehr entstehen kann, zeigt dieses Projekt. Der Verein „Lernen fördern“ vom Kreis Steinfurt ist ein gemeinnütziger Unternehmensverbund, der neben Kindertagesstätten auch Schulungs- und Beratungszentren, Inklusionsbetriebe und ähnliche Einrichtungen betreibt. Viele Geschäftsbereiche, viele Mitarbeiter, eine riesige Zielgruppe bedeuteten eine immense Informationsmenge, die es zu „bändigen“ galt. Schnell war deshalb klar: Eine eindeutige Strukturierung der Inhalte und eine Darstellung, die schnelle Orientierung ermöglicht, sind zwingend erforderlich.

Zur Umsetzung der neuen Website auf Basis von TYPO3 wurden die Arbeitsbereiche und umfangreichen Daten, wie Bilder und Newsartikel, sortiert und die unterschiedlichen Arbeitsbereiche farblich codiert. Eine klare Navigation und die sich wiederholenden farbigen Markierungen schaffen heute für jeden Nutzer eine gute Orientierung. Das Ergebnis ist nicht nur farbenfroh und fröhlich, sondern auch so hilfreich, dass es im Anschluss auf die komplette Geschäftsausstattung übertragen wurde.

Von benutzerfreundlichen Strukturen zu einem neuen Unternehmenskonzept.



STAR DER SZENE MIT NEUEM BÜHNENBILD

STARLIGHT – VON DER IDEE BIS ZUM APPLAUS

Starlight Showservice GmbH ist langjähriger Spezialist und Profi auf dem Gebiet der Eventplanung und -umsetzung. Diesmal stand auf dem Programm Starlights Corporate Design neu zu inszenieren. Corporate Design schafft Vertrauen in die Marke durch optische Einheitlichkeit und Wiedererkennbarkeit über Logo, fest definierte Farben, Schriftarten und Gestaltungselemente. Aus diesem Grund sollte nun auch die eigene Bühne überarbeitet werden - passend zum 25. Jubiläum des Event-Spezialisten. Logo, Corporate Design und Webseite wurden vollständig relaunched. Wir finden: Ein strahlender Auftritt!



TYP03



LUST AUF MEER!

Die Zusammenarbeit mit dem Osnabrücker Kreuzfahrten-Spezialisten wird auch 2020 fortgeführt.

Der Tourismus boomt – seit Jahren zeigt er sich als dynamisch wachsende Branche. Im Tourismus geht es in erster Linie um Emotionen. So auch bei der Astoria Kreuzfahrten-zentrale, bei der wir mit der Qualität unserer Grafik-Arbeit im Bereich Print und darüber hinaus überzeugen.

Die Astoria Reisebüro GmbH startete vor über 30 Jahren mit zwei Angestellten. Heute beschäftigt das Unternehmen über 30 hochqualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

und ist einer der größten deutschen Vermittler von Kreuzfahrten. Bereits seit Anfang der 2000er Jahre präsentiert sich das Unternehmen im Web über die Seite www.kreuzfahrten-zentrale.de, seit 2009 erscheint die hauseigene Kreuzfahrt-Zeitung, mittlerweile aus unserer Kreation, mit einer Auflage von knapp einer Million Exemplaren.



Zeit die Welt zu entdecken



LAURA-FARINA KASSEBAUM

4

Grafik-Designerin

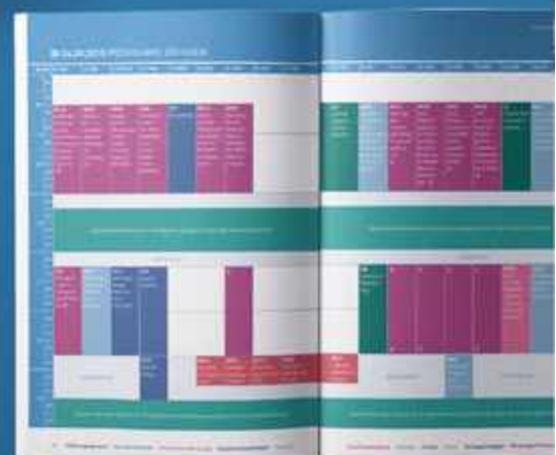
„Die Zusammenarbeit mit Astoria ist etwas ganz Besonderes – das gute Verhältnis zum Astoria-Team prägt das Projekt: Offen und herzlich, die Entscheidungswege sind kurz und die gemeinsame Arbeit macht einfach Spaß.“

ÜBERSICHT GESTALTEN

*Punkte, die durch ein Netzwerk
verflochten sind – das steht
für die komplexen und miteinander
verbundenen Technologien, mit
denen sich die deutsche Gesellschaft
für Medizinische Informatik,
Biometrie und Epidemiologie
befasst.*

Diese Darstellung eines Netzwerks wurde bei der Gestaltung des Logos, der Flyer und der Messeausstattung für die 63. Jahrestagung der GMDS immer wieder aufgegriffen.

Im Fokus unserer Arbeit stand dabei der umfangreiche Programmkatalog. Er umfasst 200 Seiten und stellte das komplexe Tagungsprogramm sowie alle Vorträge und Workshops mit wichtigen Informationen und Details übersichtlich dar. Ergänzt wurden nützliche Angaben wie Lagepläne und Hinweise zur Anreise. Ziel war dabei eine strukturierte und selbsterklärende Aufbereitung der Inhalte, um dem Besucher einen guten Überblick zu ermöglichen.



”

Die Erstellung eines Programmheftes für eine wissenschaftliche Tagung ist ein vielschichtiges und komplexes Unterfangen, insbesondere wenn dieses nahezu 200 Seiten umfasst. Dabei geht es darum, ein verständliches und leicht nachvollziehbares Layout als Grundlage zu erarbeiten, um darüber ein Gerüst für die diversen Daten zu erhalten. team4media hat mit seinem generischen Design für die 63. Jahrestagung der GMDS ein solches Grundgerüst geschaffen. [...] In einer engen Zusammenarbeit mit dem lokalen Organisationskomitee [...] wurde eine maximale Synergie erzeugt, auf deren Basis ein hochwertiges Produkt entstehen konnte.

PROF. DR. URSULA HÜBNER
HOCHSCHULE OSNABRÜCK



Weiterentwicklung des Corporate Designs – aus der Formgebung des Logos entstanden neue Figuren, die als grafische Elemente im Katalog genutzt werden konnten.

”

Vielen Dank für die schnelle Reaktion und Rückmeldung bei Anliegen und die professionelle Bearbeitung, auch beim Einpflegen von Änderungen und Korrekturen. [...] Schön, dass wir diesen wichtigen Meilenstein erfolgreich und rechtzeitig erreicht haben.

**JOHANNES WUTZKOWSKY,
PROJEKTLEITER, FH DORTMUND**

WANDEL GESTALTEN

Eine klare Struktur und eine übersichtliche Gestaltung prägen den Katalog und vereinfachen die Handhabung.

Unter dem Motto „Wandel gestalten – Kreative Lösungen für innovative Medizin“ haben wir für die 64. Jahrestagung, die von der Fachhochschule Dortmund und der GMDS e.V. durchgeführt wurde, ein rund 200 Seiten starkes Programmheft gestaltet. Getreu dem Motto prägen den A5-Katalog geometrische Formen und starke Farben. Trotz der hohen Informations- und Textdichte

bleibt das Print-Format übersichtlich. Viele der Informationen im Katalog leiten über integrierte QR-Codes zu ausführlichen wissenschaftlichen Berichten im Internet, die den Katalog mit Mehrwerten anreichern. Eine praktische Verknüpfung von Online- und Offline-Inhalten.



QR-CODE

Verbindung von Printkatalog zu weiterführenden Informationen im Web



BILDUNG AUF EINEN BLICK

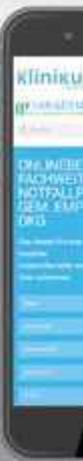
Das Klinikum Osnabrück bietet die höchste Versorgungsstufe in Medizin, Pflege und Therapie. Im Fokus der Klinik steht insbesondere die Aus-, Fort- und Weiterbildung von medizinischem Nachwuchs und der Klinikum-Mitarbeitenden in der Akademie des Klinikum.

Die Akademie des Klinikum Osnabrück ist die innovative Antwort auf die Entwicklung im Gesundheitswesen. Die Förderung der Interprofessionalität in Medizin, Pflege, Therapie, Verwaltung und Technik, wie auch die Vorbereitung auf die sich ständig verändernde Arbeitssituation der Praxis. Der Fachkräftemangel fordert eine besonders qualitative Ausbildung und Investitionen in die Fort- und Weiterbildung der Mitarbeitenden. Das Angebot der Akademie des Klinikums wird Interessenten auf der Webseite unter www.akademie-klinikum.de klar und übersichtlich dargestellt - intuitiv bedienbar und Google-freundlich aufbereitet.

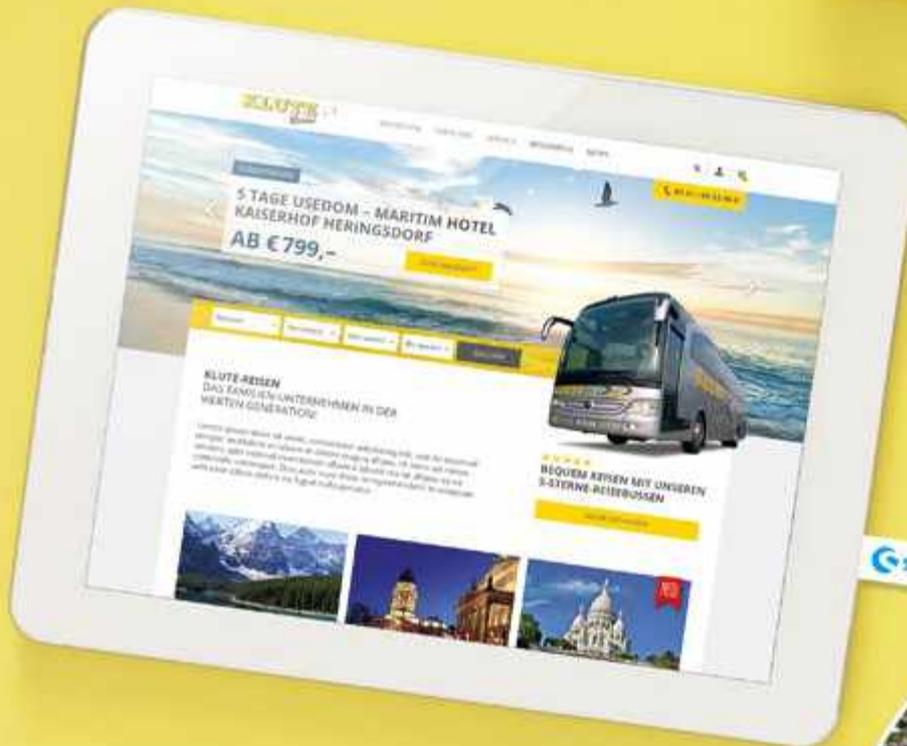
VIOLA TELKMANN **4**

Grafik-Designerin,
Socialmedia-Managerin

„Durch den übersichtlichen und klar strukturierten Aufbau der Webseite bekommen Bewerber alle Informationen gebündelt auf einen Blick - selbst bei komplexeren Angeboten!“







BEQUEM BUCHEN, BEQUEM REISEN.

Klute Busreisen geht mit einem modernen Onlineshop im responsive Design an den Start.

Musical, Shopping und Freunde besuchen: Auch junge Zielgruppen entdecken das Reisen mit dem Bus und buchen online.

100 Jahre Klute Busreisen – kein Grund zu rasten. Die vierte Generation des Familienunternehmens bietet seinen Kunden ab sofort nicht nur in seinen 5-Sterne-Reisebussen absoluten Komfort, sondern macht schon die Buchung besonders bequem. Die Shopware-Website deckt dabei von Tagesreisen

und Gutscheinen bis hin zu mehrtägigen Städtereisen zu Zielen in ganz Europa alle Kundenwünsche ab und ist auch mobil intuitiv zu bedienen. Eine gute Grundlage für viele weitere erfolgreiche Jahre.

VON HAUS ZU HAUS



TYPO3

Entwicklung einer neuen Webseite für die Zielsdorf Massivhaus GmbH & Co. KG

Schlüsselfertig bauen – das können wir auch. In diesem Fall jedoch mehr im digitalen Bereich. Denn wir haben unserem Kunden eine neue Webseite „gebaut“. Quasi schlüsselfertig, denn es bedurfte nur einiger weniger Abstimmungen, ehe die neuen Eigentümer Design und Inhalt freigaben. Programmierung, Suchmaschinenoptimierung, Dateneingabe... all das erledigten wir anschließend für Zielsdorf. Das Ergebnis ist modern, frisch und Google-optimiert. Und durch viele eigene Referenzen vor allem inspirierend und authentisch. Unser Kunde und wir sind ganz aus dem Häuschen!

”

Kein Bla-bla, sondern gut zugehört, was wir wollten. Die Zusammenarbeit war einfach top! Wir mussten uns um so gut wie Nichts kümmern. Alles lief reibungslos. Jetzt haben wir eine Webseite, die der Qualität unserer Arbeit entspricht.

**THORSTEN ZIELSDORF,
GESCHÄFTSFÜHRER**



TASTE OF TODAY





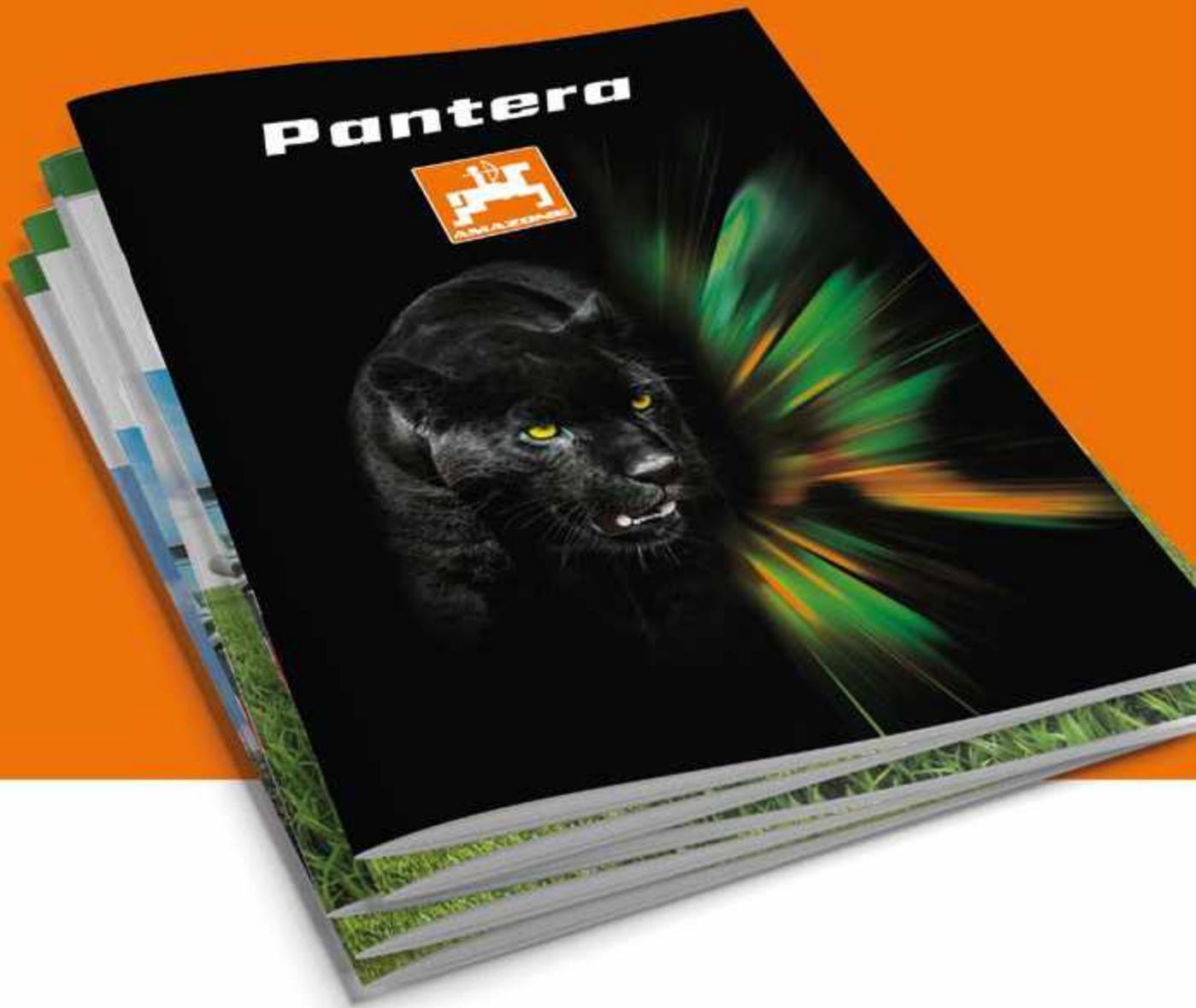
Der Markt für Convenience-Produkte ist im Wandel. Neue Produktlinien können davon profitieren.

ZEITGEMÄSSE CONVENIENCE-PRODUKTE IN SZENE GESETZT

Auf eine junge und urbane Zielgruppe zielt die neue Produktlinie von Escoffier aus dem Hause Theodor Kattus ab. Die Bio-Suppen und -Brühen der Linie „The taste of today“ sind gesund und schnell zuzubereiten: ideal für berufstätige, moderne Konsumenten, die sich bewusst ernähren wollen. Klassiker der deutschen und französischen Küche, wie Erbsensuppe oder Rinderfonds, kennen viele dabei noch aus ihrer Kindheit. Mit modernisierten Rezepten, veganen Produkten und US-amerikanischen Trends wie

der Trinkbrühe trifft das Unternehmen jetzt den Zeitgeist der modernen Küche und den Geschmack der Kunden.

In der Online-Kommunikation setzt Escoffier auf eine Website, die die Suppen, Fonds und Brühen sympathisch und humorvoll präsentiert. Auf Instagram und der Facebook-Seite werden die Produkte mit Rezeptideen ergänzt und der Community wird regelmäßig ein ausgewähltes „Produkt des Monats“ vorgestellt. Die einheitliche Bildsprache sorgt dabei für einen hohen Wiedererkennungswert, der sich bis ins Supermarktregal hält.



Präzision ist angesagt:
Bei den Arbeiten für
Amzone kommt es vor
allem auf Detailarbeit an.
Viele Seiten müssen mit
komplexen Informationen
und vor allem mehrsprachig
angelegt werden.



INHABERGEFÜHRT, INTERNATIONAL, INNOVATIV.

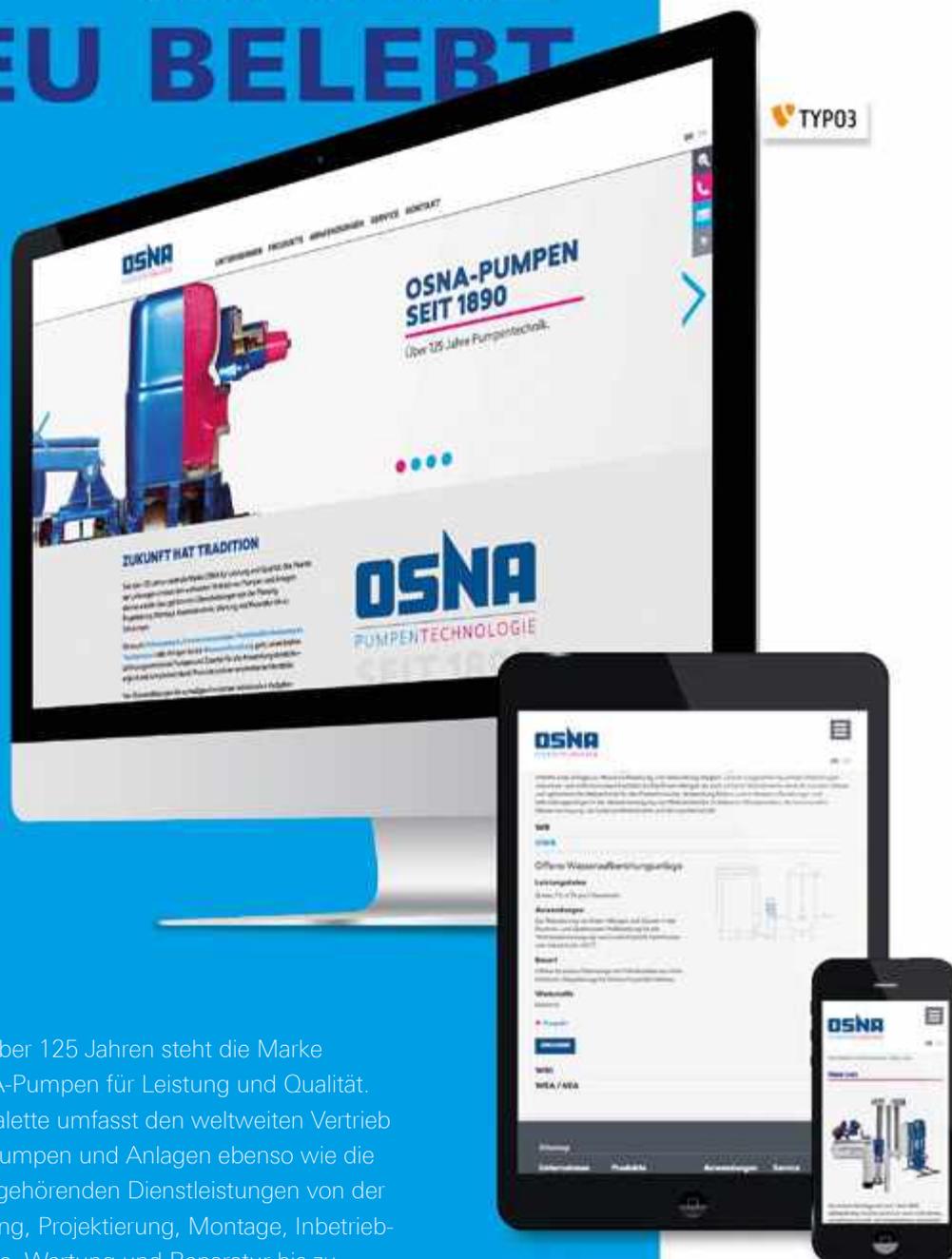
Heute zählt AMAZONE zu den führenden Anbietern im Bereich des intelligenten Pflanzenbaus. Und die Lust an Neuentwicklungen und Verbesserungen ist nach wie vor ungebrochen.

Die Landtechnik ist ein expandierender Zukunftsmarkt. Die Weltbevölkerung wird weiter steigen. Mit ihr steigt auch die Nachfrage nach Nahrungsmitteln. Boden- und Wasserknappheit sind jedoch begrenzende Faktoren, die es mit entsprechender Technologie zu überwinden gilt. Dieser Aufgabe hat sich AMAZONE verschrieben. Mit leistungsfähigen und effizienten Landmaschinen leisten AMAZONE einen wesentlichen

Beitrag dazu, dass Erträge weltweit optimiert werden können. Dafür braucht es ebenso motivierte wie qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Denn nur mit einem engagierten Team kann auch in Zukunft innovative und effiziente Landtechnik produziert werden. Als Dienstleister ist team4media Teil des Teams und unterstützt seit über 10 Jahren die Marketingziele von AMAZONE in Print und Online. Wir freuen uns auf die Fortsetzung.



TRADITIONS- MARKE NEU BELEBT



Übersichtliche Websites sind immens wichtig. Denn zu lange Texte und eine verwirrende Seitenstruktur lassen Interessenten mit einem Klick verschwinden.

Seit über 125 Jahren steht die Marke OSNA-Pumpen für Leistung und Qualität. Die Palette umfasst den weltweiten Vertrieb von Pumpen und Anlagen ebenso wie die dazu gehörenden Dienstleistungen von der Planung, Projektierung, Montage, Inbetriebnahme, Wartung und Reparatur bis zu Schulungen.

Das Traditionsunternehmen wünschte sich eine zweisprachige TYPO3-Website, die nicht nur das vollständige Produktspektrum gut abbildet, sondern auch mobil gut bedienbar bleibt. Das Ergebnis kann sich unter www.osna-pumpen.de sehen lassen.

WIR GESTALTEN FORTSCHRITT

WERBEAGENTUR
FÜR WEB UND PRINT



IMAGEGEWINN
KUNDENGEWINNUNG
ABSATZFÖRDERUNG
PERSONALMARKETING

UNSER SPEKTRUM

PRINT

Corporate Design / Imagebroschüren / Produktbroschüren /
Geschäftsausstattung / Corporate Publishing / Geschäfts-
berichte / Direkt-Mailings / Newsletter / Anzeigen /
Verpackungsdesign / Mitarbeiterzeitungen / Recruiting-Bro-
schüren / Recruiting-Kampagnen

ONLINE

Responsive Webdesign / Accessible Webdesign /
Mobile Solutions / E-Commerce / Magento / Shopware /
Content-Management-Systeme / TYPO3 / InterRed /
Blogs / WordPress / E-Books / Suchmaschinenmarketing /
Newsletter-Marketing / Live-Reporting / Hosting /
Social Media / Facebook / Twitter / YouTube / Instagram /
Pinterest / Karriereseiten / Wissensportale

MESSE

Messe- und Ausstellungskonzepte / Messeorganisation /
Standdesign / Onscreen-Präsentationen / Renderings /
Multimedia-Anwendungen / Give-aways / Jobmesse-
Ausstattung / Animationen

team**4**media

team4media GmbH
Lengericher Landstraße 7
49078 Osnabrück

Telefon: 0541 33579-0
Telefax: 0541 33579-29

E-Mail: dialog@team4media.net

facebook.com/team4media
twitter.com/team4media

www.team4media.net