

brand new stars

Agenturprofil: Corporate Identity,
Corporate Design-Unit



MARTIN ET KARZINSKI

Exzellentes Design mit kommunika-
tionsstrategischem Denken – das
zeichnet uns seit der Gründung aus.
Denn Nutzen und Erfolg für Ihr
Unternehmen entstehen nur aus
der Vielfalt der Disziplinen.

Vertrauen entsteht, wenn das wertvolle Innere in
der äußeren Form wahrnehmbar wird. Nur wenn die
Erscheinung Ihrer Marke und Ihres Unternehmens
konsistent und angemessen die Qualität Ihrer Produkte
bzw. Ihrer Dienstleistung widerspiegelt, werden Sie
für Ihre Zielgruppen glaubwürdig und echt. Die gesamte
Markenerlebniskette – von Print über Web bis hin zur
Messe und dem Point-of-Sale – muss so überzeugend
gestaltet sein, dass Sie dem Kunden an jeder Stelle
Vertrauen, Stärke und Attraktivität vermitteln.



Mehrfach ausgezeichnet mit folgenden Awards:
ADAM Award (Gold)
Berliner Type
Corporate Design Preis
DDC Award
Good Design Award
iF communication design Award (2xGold)
MfG Award
red dot design Award
Nominierung Designpreis der BRD

brand new stars

Agenturprofil: Corporate Identity,
Corporate Design-Unit

Wie wir die Dinge sehen

Der Erfolg einer Marke kommt nicht von ungefähr: Dahinter stehen immer Menschen, die an die Marke glauben, sich für sie begeistern und sich engagieren. Ohne Mensch keine Idee, kein Produkt, kein Management. Eine Vision kann maßgeblich zum Erfolg einer Marke beitragen, denn sie macht Menschen handlungsorientiert und beantwortet die Sinnfrage. Sie steht über den Dingen von morgen und verbindet reale und mythische Welt. Wird die Vision eins mit dem Corporate Design, so wirkt das entwickelte Erscheinungsbild als attraktiver Übersetzer der Gegenwart in die Zukunft. In diesem Sinne macht es Gedachtes, Gefühltes und Gewolltes konkret fassbar und erlebbar.

Werte

Werte sind elementarer Bestandteil der Unternehmenskultur. Unsere Unternehmenswerte definieren unser Denken und Handeln nach innen und nach außen – in Bezug auf unsere Mitarbeiter, Kunden und Partner. Unsere Werte sind unser Persönlichkeitsmerkmal. Sie sind Prinzipien, nach denen wir leben und arbeiten, die Richtlinien unseres Handelns, die uns bei der Erreichung unserer Ziele den richtigen Weg weisen.

In dem Werte-Modell, nach dem Martin et Karczinski sein Handeln ausrichtet, wird der zentrale Kern-Wert »Identifikation« von den drei grundlegenden Säulen »Inhalt«, »Form« und »Haltung« getragen. Hier steht »Inhalt« für die Werte »Angemessenheit«, »Kultiviertheit« und »Weiterentwicklung«; »Form« für »Einzigartigkeit«, »Exzellenz« und »Kreativität«; »Haltung« für »Wertschätzung«, »Verantwortung« und »Engagement«. Diese



MARTIN ET KARZINSKI

EUROBODEN
EUROBODEN
ARCHITEKTURKULTUR

Euroboden



Bildsprache

EUROBODEN
ARCHITEKTURKULTUR

Claim

Occhio

Occhio / Axelmeiselicht



Bildsprache

light is evolution

Claim

ClassiCon

ClassiCon



Bildsprache

Classic Contemporary Design

Claim

gemeinsamen Werte ermöglichen uns ein harmonisches Miteinander sowie ein erfolgreiches und partnerschaftliches Arbeiten – von dem wir sowie unsere Kunden und Partner profitieren.

Ganzheitliches Denken

Wir helfen Marken und Unternehmen, sich eindeutig vom direkten Wettbewerb abzugrenzen. Basis dieser Beratungstätigkeit ist die eingehende Analyse von Kultur, Tätigkeitsbereichen, Konkurrenten und Anspruchsgruppen. Das Resultat ist grundsätzlich und weitreichend: Durch die Positionierung erhalten Organisation und Marke ein authentisches Profil. Innen und außen. So entstehen Marken mit Charakter und echte ›Unternehmenspersönlichkeiten‹.

Mut, Konsequenz

Nur überraschendes Design schafft echten Mehrwert durch Alleinstellung am Markt. Organisation und Marke profitieren von detailliert durchdachten Konzepten mit hoher Präzision und Klarheit. Gerade im komplexen Einsatzgebiet der unternehmensübergreifenden Kommunikation – die Welt der digitalen Medien eingeschlossen – gewährleistet unsere Arbeit einen hohen Nutzen.

Leidenschaft

Ehrgeiz, Fleiß, die große Begeisterung für gute Kommunikationsstrategien und der Spaß an der Arbeit – all das garantiert Ihnen die besondere Güte unserer Dienstleistung. ›Schnellschüsse‹, ideenlose Klischeeproduktion und oberflächliches Design lehnen wir ab. Sie hätten nichts davon – schade um Ihre Energie, Zeit und Geld.



Dividium Capital



Bildsprache

It's time for David.

Claim

Gigaset

Gigaset Communications / Siemens



Bildsprache

be where your voice is

Claim

**SÜD
HAUS
BAU**

Südhausbau



Bildsprache

Raum und Atmosphäre

Claim



Inoutic / Deceuninck



Bildsprache

**INOUTIC / GERMAN PROFILES
INGENEERING CREATIVITY**

Claim

ALNO

Alno



Bildsprache

ALNO. GENERATION KÜCHE.

Claim

+ Kommunikations-
strategien mit hoher
Designqualität



Leistungsportfolio Design

Corporate Identity (CI)

Corporate Design (CD)

Mediengestaltung (Print)

Employer Branding

Finanzkommunikation

Corporate Publishing

Marken im Raum

Naming/Claiming

Operative Tools CI/CD

Identitäts-/Charakterfindung

Konsistente, einzigartige Visualisierung

Imagebroschüren, Produktkataloge etc.

Gestaltung von Arbeitgebermarken

Geschäftsberichte, begleitende Medien

Magazine, Mitarbeiterzeitschriften etc.

Messen, Shops etc.

Entwicklung von Namen/Leitsätzen

CI/CD-Manuals, Markenportale etc.

Alno AG, Austrian Airlines, ClassiCon, Designreisen, Emirates Fluggesellschaft, Engel & Völkers, Euroboden, Europäisches Patentamt, Gigaset Communications / Siemens, GP Solar, Hasenkopf, Inoutic / Deceuninck, Mediengruppe Oberfranken, Occhio / Axelmeiselicht, Südhausbau, Swisscom, USM / Haller, Zumtobel.

Martin et Karczinski berät Sie in allen Belangen der Kommunikation und macht Ihre Marke zum hellsten Stern in Ihrem Segment.

+ 49 (0)89 74 64 69 0
brandnewstars@metk.de

www.martinetkarczinski.de