

Matthias Beyrow

Mut zum Profil

Corporate Identity und Corporate Design für Städte

Inhalt

- Einleitung: Was, Wer, Wie...	6
1 STADT-CI	
- Brauchen Städte Marketing?	14
- Stadt-CI, Stadtkonzeption, Stadtmarketing	16
- Visuelle Identität schafft Profil	22
- Wie ›corporate‹ ist Stadt-Identity?	28
- Design heißt: modern sein	32
- Stadt vieler Worte und Zeichen	40
- Ausblick: Regional-Identität	54

2 STADTBILDER

– Vorab	60
__ Berlin, 1968	62
__ Berlin, 1995	68
__ Berlin (Wettbewerb)	74
__ Gelsenkirchen	82
__ Leverkusen	88
__ Ulm	94
__ Mainz	100
__ Duisburg	106
__ Leipzig (Wettbewerb)	112
__ Hannover	116
__ Fulda	120
__ Düsseldorf	124
__ Chemnitz	126
__ Bayreuth	128
__ Baden Baden	130
__ Neunkirchen	132
__ Schwäbisch Gmünd	134
__ Braunschweig	138
__ Stuttgart	140
__ Hamburg	144

3 STADTZEICHEN

– 80 Zeichen	148
---------------------	------------

4 ANHANG

– Bildquellen	166
– Textnachweis	166
– Literaturangaben	167
– Impressum, Dank	168