

Matthias Beyrow

# Mut zum Profil

---

Corporate Identity und Corporate Design für Städte

# Inhalt

- Einleitung: Was, Wer, Wie...	6
<b>1 STADT-CI</b>	
- 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

– <b>Vorab</b>	<b>60</b>
__ 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

– <b>80 Zeichen</b>	<b>148</b>
---------------------	------------

## 4 ANHANG

– <b>Bildquellen</b>	<b>166</b>
– <b>Textnachweis</b>	<b>166</b>
– <b>Literaturangaben</b>	<b>167</b>
– <b>Impressum, Dank</b>	<b>168</b>