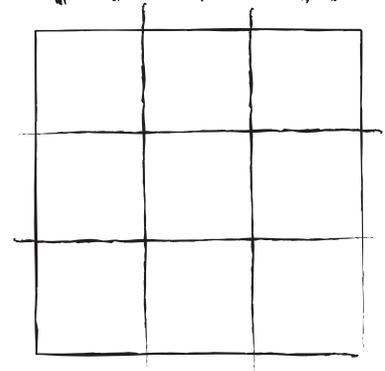
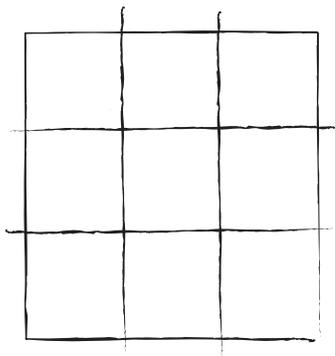


**THINKING
OUTSIDE
THE BOX**



amw



WIR SUCHEN DIE HERAUSFORDERUNG

In einer sich ständig wandelnden Gesellschaft wächst die Komplexität und Dynamik der Veränderungen.

In immer kürzeren Zeitabständen müssen Veränderungen in Strukturen und Prozessen vorgenommen werden.

Ein soziales System (Unternehmen) überlebt solange, wie die Veränderungsgeschwindigkeit innerhalb des Systems der Veränderungsgeschwindigkeit der relevanten Umwelt entspricht. Genau diesem Veränderungsdruck unterliegt auch die interne und externe Unternehmenskommunikation.

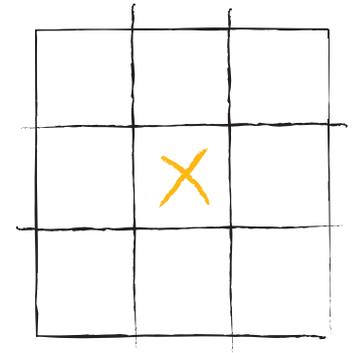
Sie bestimmt das Abbild des Unternehmens.

Der Marketing Mix unterliegt also ebenso dem ständigen Wandel. Und wer das nicht erkennt verpasst gute Chancen.



Spielregel: Ein Feld mit 3x3 Kästchen aufzeichnen. Beide Spieler machen abwechselnd Kreuzchen bzw. Kreise. Wer zuerst eine Dreierreihe horizontal, vertikal, oder diagonal hinkommt, hat gewonnen.

UND MACHEN DEN ERSTEN SCHRITT



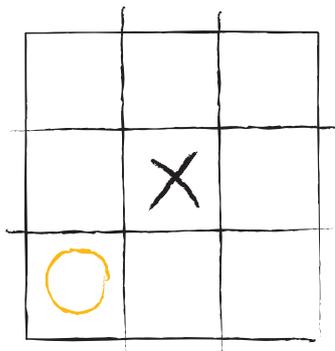
Modernität, Flexibilität, Ausdauer, Begeisterungsfähigkeit, Überzeugungskraft, fachliche und soziale Kompetenz und die Fähigkeit Visionen zu entwickeln, das sind die positiven Eigenschaften eines Unternehmens und der darin handelnden Personen. Hier wollen und können wir helfen, diese Eigenschaften zu entwickeln und zu kommunizieren.

Wir sind eine Full-Service-Agentur mit Sitz in Hagen. Unsere Arbeiten, unsere Projekte und unsere Kunden sprechen eine deutliche Sprache. Nicht selten leben wir in der gleichen Welt, atmen dieselbe Luft, sind so nah dran oder ständig dabei, dass wir durch die enge Beziehung und den partnerschaftlichen Schulterschluss uns eher als „Kollegen“ betrachten. So verstehen wir unseren Job.



Gerne informieren wir Sie auf den folgenden Seiten über unser Leistungsspektrum. Und immer wieder „schauen wir über den Tellerrand“ oder neudeutsch „we think outside the box“.





CORPORATE DESIGN

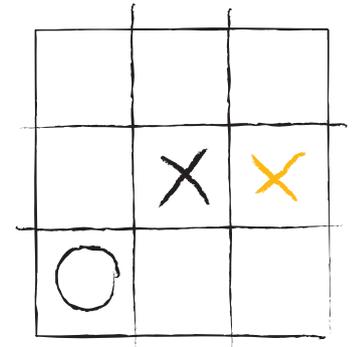
Eine mögliche Übersetzung von Corporate Design (CD) lautet „unternehmerisches Erscheinungsbild“. Als Ausdruck einer klaren Unternehmensidentität umfasst Corporate Design heute die visuelle Darstellung eines Unternehmens – sowohl nach innen als auch nach außen.

Ziel des Corporate Design ist die optische Positionierung und Profilbildung eines Unternehmens. Dabei schlägt sich Corporate Design nicht nur in der Gestaltung und Nutzung eines Firmenzeichens, wie eines Logos oder einer Wort-Bild-Marke nieder, sondern es schließt die einheitliche Gestaltung aller visuellen Komponenten eines Unternehmens zu einem unverwechselbaren Erscheinungsbild ein.

Und hier verstehen wir unser Handwerk. Logos werden zu Bildern, die für die Unternehmen stehen.



PRINT



„Totgesagte leben länger“.

Immer wieder wird über die Überlebenschancen von Printprodukten diskutiert. Sind die neuen Medien wirklich eine tödliche Gefahr?

Die Kreativen sind gefordert. Sie verhelfen den Printmedien ihre Stärken zu entfalten.

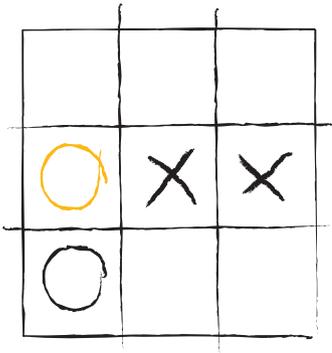
Nutzer empfinden kein anderes Medium als so glaubhaft. Sie haben deshalb großes Vertrauen in gedruckte Informationen.

Der Imageprospekt des Unternehmens gewinnt seine starke Aussagekraft durch Wort (Typografie) und Bild (Grafik, Photodesign) und durch die haptische Wahrnehmung (Fühlbarkeit). Printprodukte haben unersetzbare Materialqualitäten, die man optimieren kann: bequem zu handhaben, gut zu lesen, rascher Überblick, Tastbarkeit – und nicht zu vergessen auch die digitalen Medien bedienen sich der Illusion vertrauter „Print“-Welten.

So gibt es bekanntlich digitale Schreibtische, Aktenordner und Papierkörbe.



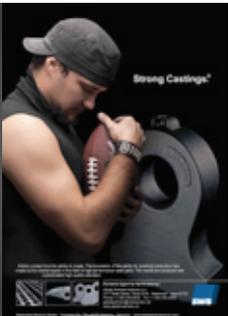
WERBUNG



„Unter Werbung versteht man die beabsichtigte Beeinflussung von marktrelevanten Einstellungen und Verhaltensweisen ohne formellen Zwang unter Einsatz von Werbemitteln und bezahlten Medien.“*

In der Biologie ist Werbung ein Bestandteil des Paarungsrituals vieler Tiere. Wir bezeichnen Werbung als eine von mehreren Funktionen der Marktkommunikation im Marketing. Aber auch hier geht es um intensive, ja körperliche Reaktionen auf Werbung.

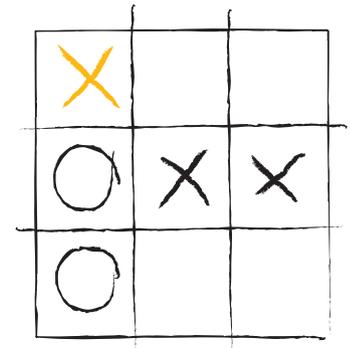
AIDA ist nicht nur ein Reiseveranstalter, AIDA ist das Wirkungsmodell dem ein Betrachter von Werbung folgen soll. Attention (Aufmerksamkeit), Interest (Interesse), Desire (Wunsch) und Action (Tätigkeit). Und eines gilt immer: Erst wenn der Betrachter einen Mehrwert erkennt, beginnt er, sich auch für die Marke zu interessieren. Das leistet gute Werbung.



* Schweiger, Günter und Gertraud Schrattenecker (2005): Werbung. Eine Einführung, 6. neu bearb. Aufl., Stuttgart: Lucius&Lucius 2005



WEBDESIGN



Über die Frage, was eine gute Website ausmacht, gibt es viele unterschiedliche Meinungen. Also soll die Welt auch nicht auf unsere verzichten:

Wir nennen 6 Kriterien für gutes Webdesign:

- Übersichtlichkeit – der erste Eindruck ist entscheidend. Man fühlt sich wohl.
- Lesbarkeit – der Text ist nicht nur theoretisch lesbar, sondern animiert zum Lesen.
- Benutzerfreundlichkeit – die Bedienung der Website erklärt sich von selbst, ist intuitiv.
- Ästhetik – die Gestaltung ist ansprechend und harmonisch. Texte und Bilder orientieren sich an „gedachten Linien“. Die Website behält seine Benutzerfreundlichkeit, egal auf welchem Endgerät sie angezeigt wird. Vom internetfähigen Fernseher bis zum Smartphone. Das ist Responsive Layout.
- Suchmaschinenfreundlichkeit – die Programmierung ist sauber und die Auslesbarkeit für Suchmaschinen ist gewährleistet.
- Kompatibilität – die Website orientiert sich an Normen und Standards im Internet. So wird die Kompatibilität zu Browsern und Betriebssystemen sichergestellt.



auf amw-deutschland.de

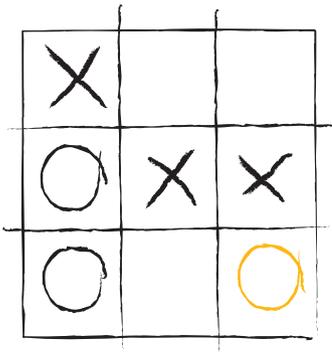


FOTODESIGN

„Ein gutes Foto ist ein Foto, auf das man länger als eine Sekunde schaut.“*

Es zählt der erste Augenblick, denn die Betrachter entscheiden sofort über die subjektive Qualität des Fotos.
Fotos sollen sie emotional berühren und die Markenbotschaft des Kunden kommunizieren.

Es ist unsere Aufgabe den Stil und Geschmack Ihrer Kunden in die Bildsprache zu übersetzen. In der Textgestaltung kann man sich sehr blumig oder gewählt ausdrücken. Genau so kann man auch fotografieren: üppig, formen- und detailreich - oder schlicht und minimalistisch.



*Henri Cartier-Bresson -
französischer Fotograf, Regisseur,
Schauspieler, Zeichner, Maler
und Mitbegründer der Foto-
agentur Magnum. Er wurde durch
seine künstlerische Schwarzweiß-
fotografie bekannt.

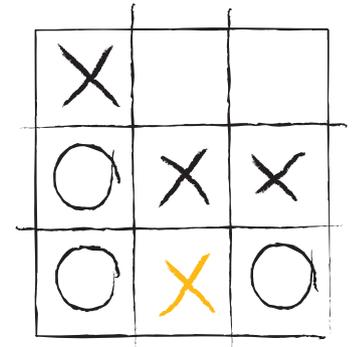
VIDEO

Die Entwicklung der Übertragungsraten des Internets haben dem Video eine Renaissance beschert.

Entscheidend für den Erfolg des Videos ist das Briefing. Und hier wird Mut belohnt.

Ungesehene Bilder, überraschende Einblicke, faszinierende Musik, fesselnde Stimmen und ein überzeugender Text, das braucht es um Botschaften an die Frau oder den Mann zu bringen.

Und auch hier sind die unternehmensspezifischen Regeln der Corporate Identity einzuhalten.



CONSULTING

Deutsche Unternehmen setzen wieder stärker auf Messen.
Sie sind die idealen Plattformen zur Anbahnung neuer Geschäftskontakte.

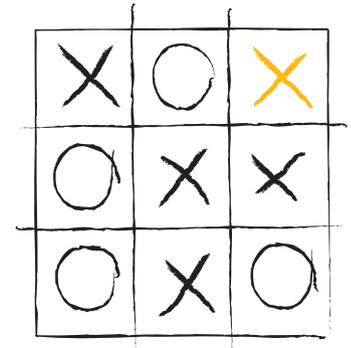
Nein. Wir bauen keine Messestände. Das ist nicht unser Metier. Was wir beherrschen ist, den Kunden rund um seine Messe oder sein Event zu beraten, Konzepte zu entwickeln, Vorschläge zu unterbreiten und die richtigen Partner für die unterschiedlichsten Gewerke zu finden. Dabei ist die Zielvorgabe des Kunden das Maß aller Dinge.

Auf dieser Basis schaffen wir unvergessliche Augenblicke!
Von der Einladung bis zur perfekten Location. Sorgfältig geplant und professionell durchgeführt.

Wir setzen auf enge Zusammenarbeit mit dem Kunden wenn wir Ausschreibungen koordinieren und die Realisation überwachen.
Und das am Ende auch das Budget eingehalten wird, versteht sich bei uns von selbst.



NICHTS GEHT MEHR?



Und wenn am Ende aller Denkprozesse eine Situation entsteht, mit der so richtig niemand zufrieden ist? Eine Patt-Situation? Nichts geht mehr? Sackgasse? Dann schauen Sie mal „outside the box“.

Manche sagen, wir wären design-lastig. Andere denken eher an Print und nicht wenige an Internet, Websites oder Social Media. Ganz egal wofür Sie externe Dienste benötigen, bei uns finden Sie Menschen, die sich nur schwierig mit dem Gegebenen zufrieden geben. Am Liebsten denken wir quer. Ob Sie das nun wollen oder nicht - Werbung von der Stange gibt es bei uns nicht.

Unser Network kann sich sehen lassen. Sollte Ihre Aufgabe tatsächlich unsere Kernkompetenz überschreiten, haben wir kompetente Partner. Es bleibt für Sie bei einem Ansprechpartner und einer Rechnungsstellung. Kreatives Marketing und Full Service aus einem Haus.

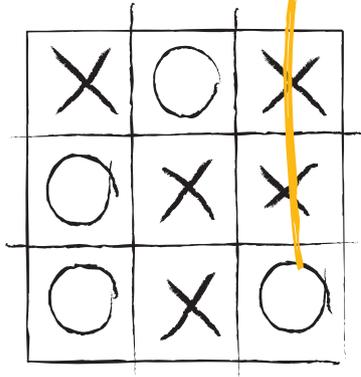
Verlassen Sie sich auf eins: Auf uns. Als Full-Service-Agentur mit über 30-jähriger Erfahrung sind wir es gewohnt, heute die Lösungen für die Herausforderungen von Morgen zu liefern.

Wir freuen uns auf Ihre Aufgabenstellung. Rufen Sie uns an.

Manche Lösungen liegen oft „outside the box“.

Das zeigt auch unser Tic Tac Toe auf der Rückseite :)

THINKING OUTSIDE THE BOX



Wir freuen uns über Ihr Interesse an unserer Agentur.
Sollten Sie Fragen zu unserem Portfolio haben, zögern Sie nicht mit uns Kontakt aufzunehmen.

AMW Deutschland GmbH
Piepenbrink 15
58119 Hagen
Fon: +49 (0) 2334.9290.0
Fax: +49 (0) 2334.9290.92
info@amw-deutschland.de
www.amw-deutschland.de

 amw

