

corporate identity  
kommunikation  
mediengestaltung

**MARTIN ET KARCZINSKI**

## iF communication design award 6 Auszeichnungen für Martin et Karczinski

### **iF communication design award**

Wie hoch der Stellenwert des iF communication award weltweit ist, zeigen 1.290 eingereichte Beiträge aus 16 Ländern, die es in vier Hauptkategorien von der 16-köpfigen Jury zu bewerten galt. 310 der eingereichten Arbeiten wurden nun mit dem international anerkannten Designpreis ausgezeichnet.

Mit gleich 6 Auszeichnungen gehört die Münchner Corporate Identity Agentur Martin et Karczinski zu den erfolgreichsten Teilnehmern.

### **Ausgezeichnete Wettbewerbsbeiträge von Martin et Karczinski**

- › Euroboden Imagebroschüre und Edition 01 (Kategorie: Image / Profilbildung)
- › Inoutic Messestand (Kategorie: Messeauftritte)
- › Occhio Messeauftritt (Kategorie: Messeauftritte)
- › Occhio Produktkatalog (Kategorie: Verkaufsförderung)
- › Occhio Produktkatalog (Kategorie: Fotografie)
- › Occhio Website (Kategorie: Interface)

+ 1



communication  
design  
award

2008 ■



## Euroboden Imagebroschüre und Edition 01

Die Imagebroschüre visualisiert den Anspruch der „Architekturkultur“ des Münchner Premium-Bauträgers Euroboden: Ort, Raum, Geist und Zeit werden losgelöst von konkreten Architekturbeispielen grafisch illustriert.

Die zweiteilige Broschüre Edition 01 stellt ein ambitioniertes Münchner Neubauvorhaben vor. Die von Renderingspezialisten erstellten Images sind in ihrer Qualität im Markt einzigartig. Die Limitierung und Handsignierung der zweiteiligen Exposés unterstreicht den exklusiven Anspruch.

Verarbeitung:

- › Handfaltung
- › Siebdruckverfahren
- › Heißfolienprägung
- › gebundene Schulbuchheftung
- › hochwertiges Papier

+ 2



Foto: Euroboden\_Image\_Cover.tif  
BU: Imagebroschüre



Foto: Euroboden\_Edition01\_Expose\_Cover.tif ; Euroboden\_Edition01\_cover\_.tif  
BU: Edition 01 mit technischem Teil





## Inoutic Messeauftritt

### Inoutic Messeauftritt - Fensterbau Frontale 2008

Martin et Karczinski entwickelte für die Deceuninck Gruppe einen spektakulären Messestand, der acht verschiedene Gruppen-Marken ästhetisch und inhaltlich in einem starken Auftritt miteinander vereinte.

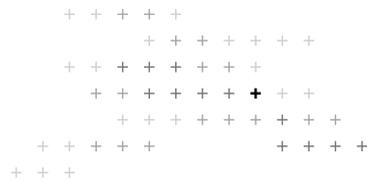
Als Herzstück wurde das „Book of Innovations“ präsentiert. Das wohl größte Buch der Welt war 4,5 x 5,5 Meter groß, stellte die Aktivitäten der Deceuninck Gruppe vor und präsentierte gleichzeitig innovative Produkte für die Schnittstelle von Innen und Außen in der Architektur. Je nach präsentierter Marke und Produkt änderte sich die farbliche Lichtgebung des Messestandes. Produktneuheiten wurden in Boxen eingepasst auf Nachfrage präsentiert.

+ 3



Foto: Inoutic\_Messestand\_cko.jpg

BU: Messestand der Deceuninck Gruppe auf der Fensterbau Frontale 2008



## Occhio

### Occhio Website

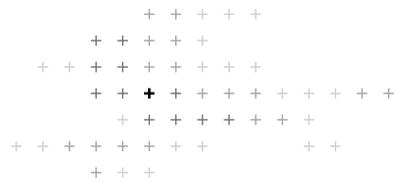
Die neue Internetpräsenz stellt die modulare und multifunktionale Vielfältigkeit des Leuchtensystems Occhio durch eine übersichtliche Strukturierung besonders verständlich dar. Die Gliederung in die Kernbereiche Produkte, Inspiration und Unternehmen führt den User schnell zu interessanten Unterbereichen. Die Akkordeonnavigation sorgt für eine ansprechende Aufbereitung der komplexen Inhalte. Durch komfortables Wechseln zwischen den Produktlinien Puro und Sento können die beiden Systeme direkt miteinander verglichen werden. Von der Leuchtmittelverwendung bis hin zur Lichtwirkung im Raum wird Occhio umfassend und leicht verständlich abgebildet.

### Occhio Produktkatalog

Der auf der light + building im April 2008 vorgestellte Produktkatalog ist ein evolutionärer Meilenstein für Occhio. Intelligente Seitenklapper erlauben erstmals einen direkten Vergleich der beiden Systeme Puro und Sento durch einander sich gegenüber liegende Seiten. Die Produktbilder lassen die Leuchten wie solitäre Kunstskulpturen wirken, während die Anwendungen die Lichtwirkungen im Raum betonen. Der Katalog entspricht in seiner hochwertigen und puristischen Gestaltung seinen Produkten. Durch die Abbildungen auf schwarzem Untergrund erscheint die Marke komplett in einem neuen Licht: Occhio entdeckt für sich eine begehrenswerte Mystik und erfindet sich mit diesem Katalog neu.

### Occhio Messeauftritt - light + building 2008

Das Motto des diesjährigen Occhio Messeauftritts zur light + building im April 2008 lautet „The re-invention of Occhio“. Ein lebendiger Baum steht im Zentrum des ganz in schwarz gehaltenen Messestands als ein skulpturales Abbild des natürlichen Evolutionsgedankens von Occhio. Die gesamte Standfläche wirkt wie aus einem Stück geformt. Die konsequente Reduktion der ausgestellten Produkte schafft Raum für sinnliche Markenerlebnisse. Die Seitenflächen geben Einblicke auf die neue Systemlinie Occhio Divo frei. Occhio Pro wird auf weißem Untergrund dargestellt, wodurch ein faszinierender hell-dunkel Kontrast auf dem Messestand entsteht.



MARTIN ET KARZINSKI

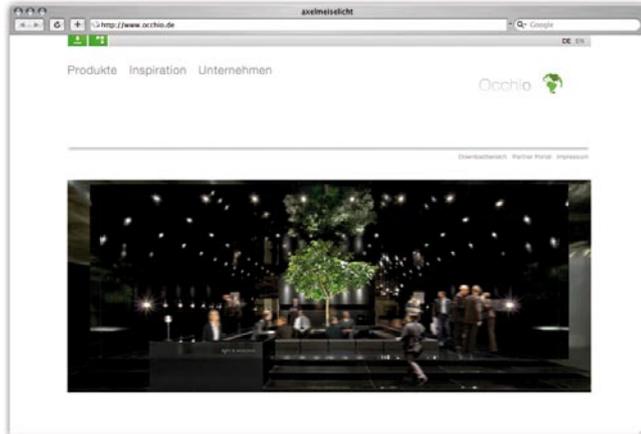


Foto: occhio\_website.jpg

Bu: Screenshot der Occhio Website - www.occhio.de

+ 5



Foto: Occhio\_Produktkatalog\_Cover.tif; Occhio\_Produktkatalog\_layout.tif

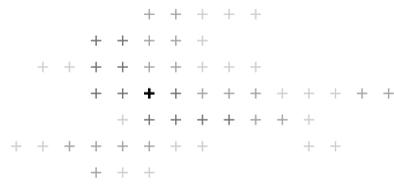
BU: Occhio Produktkatalogs - Cover und Doppelseite



Foto: Occhio\_Messestand\_2008.jpg

BU: Occhio Messeauftritt auf der light + building 2008 in Frankfurt





**MARTIN ET KARCZINSKI**

Das in der Pressemitteilung verwendete Bildmaterial zu den einzelnen Wettbewerbsbeiträgen steht Ihnen in hochauflösender Qualität per Download bereit unter:

[http://www.metk.de/transfer/metk\\_awards\\_2008.zip](http://www.metk.de/transfer/metk_awards_2008.zip)

Bildnachweis:

Inoutic - Fotograf Marco Cormann (P3 Photo Production Pool)

Euroboden - gesamtes Bildmaterial von Euroboden

Occhio - gesamtes Bildmaterial von Occhio

Kontakt:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Martin et Karczinski

Nicola Sacher

Nymphenburger Straße 125

80636 München

P + 49 (0)89 74 64 69 180

F + 49 (0)89 74 64 69 13

[n.sacher@martinetkarczinski.de](mailto:n.sacher@martinetkarczinski.de)

[www.martinetkarczinski.de](http://www.martinetkarczinski.de)