

# PRESSEINFORMATION

- Text ca. 35 Anschläge pro Zeile
- ca. 4.600 Zeichen/174 Zeilen
- Schrifttype: Courier

Berlin, 12. März 2008

## EMBASSY ENTWICKELT KONZEPTION UND SLOGAN FÜR NEUE BERLIN-KAMPAGNE

Embassy, das Berliner Expertenteam für Design, Branding und Kommunikation, entwickelte die innovative Konzeption und den Slogan für die neue Dachmarkenkampagne Berlins, die in diesen Tagen in der Hauptstadt startet.

Die Berliner Agentur gewann in der Ausschreibung des Landes Berlin im vergangenen Dezember zwei von drei Ausschreibungsteilen. Neben der Kampagnen-Konzeption, die Embassy allein gewann, teilt sich das Expertenteam den Gewinn in der Kategorie Slogan mit drei weiteren Agenturen. Die Gesamtkampagne wird gegenwärtig mit BerlinPartner als Lead Agentur in Zusammenarbeit mit der Markenberatung kleinundpläcking umgesetzt.

Embassy hat mit dem Gedanken, Menschen aus der Stadt mit der Stadt verschmelzen zu lassen und deren Geschichten zu erzählen, die konzeptionelle Basis für die integrierte und

im deutschen Stadtmarketing bislang einzigartige Kampagnenkonzepktion geliefert. Diese Idee wurde von Embassy durch die Bildmechanik und durch die visuelle Klammer („rote Sprechblase“) kampagnenfähig gemacht.

Der Anspruch der Konzeption wird in den Motiven deutlich, die im Stadtbild und in Anzeigen präsentiert werden: Während zum Auftakt der Kampagne vier vorab ausgewählte Motive mit Bürgerinnen und Bürgern zu sehen sind, sollen folgende Motive auch aufgrund der Beliebtheit der Geschichten im Internet ausgewählt werden. Die besten dieser Geschichten trägt Berlin ab 2009 als fortgesetzte Kampagne in die ganze Welt.

Die Empfehlung des Slogans „Be Berlin“ beruht auf einer genauen sprachlichen und strukturellen Analyse der Anforderungen an einen Slogan im internationalen Vergleich. Slogan und Name der Stadt sollten möglichst einfach, emotional und einprägsam und sprachlich ineinander verschränkt sein. Während strukturell eine Verschränkung mit „Be.. Be...“ gelang, zielt die Bedeutung des Slogans auf das Berliner Lebensgefühl, das einzigartig in der Welt ist: Eine Metropole im stetigen Wandel, die Raum für individuelle Freiheit, für Gelassenheit sowie für die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Ambitionen ihrer Bürger bietet.

Embassy hat in der Umsetzung der Kampagnenkonzepktion die Verantwortung für die Text- und Printkommunikation. Dafür recherchierte und textete Embassy insgesamt 26 Berliner Geschichten, die den Grundstock der Internetbeiträge liefern. Vier die-

ser Geschichten wurden als Motive für Großplakate und Anzeigen entwickelt, fotografisch in Szene gesetzt und produziert.

## **Über EMBASSY**

### **Embassy gibt Marken ein Gesicht.**

Embassy ist ein unabhängiges Expertenteam für Design, Branding und Kommunikation. Wir entwickeln tragfähige Markenkonzeppte und Corporate-Identity-Programme mit Unternehmen und Institutionen, die sich bewegen wollen. Als Markenbotschafter betreuen wir strategische Themen: die Positionierung und Bildung neuer Marken, Markenaktualisierung, Markenkommunikation, -pflege und -führung. Als Gestalter geben wir Marken ein unverwechselbares Gesicht.

Marken faszinieren Menschen. Sie werden zum Träger von Identität, Kultur und Vision. Embassy begleitet diese Entwicklungen vom Merger bis zum Spin-off, von der Dachmarke bis zur Headline, vom Logo bis zum Point of Sale. Als Lead-Agentur gestalten und führen wir diese Erneuerungsprozesse mit unseren Auftraggebern durch. Unsere Kunden profitieren von der langjährigen, auch internationalen Projekt- und Führungserfahrung bei Embassy.

Seit 2002 treten Katrin Androschin, Klaus Asemann, Brigitte Hartwig und Andreas Mack mit Embassy unter gemeinsamer Marke auf. Die Experten lehren Branding und Design an Universitäten in Berlin, Bozen und Dessau. In den Branchen Automobil, Anlagen- und Maschinenbau, Reise, Transport und Logistik, Handel, Telekommunikation, Informationstechnologie und Medien bietet Embassy vertiefte Kenntnisse.

## **DIE KÖPFE HINTER DER KAMPAGNEN- KONZEPTION**

### **Prof. a.c. Katrin Androschin**

Katrin Androschin ist Expertin für Corporate Identity und Branding, erfahren in der Führung und Gestaltung internationaler Branding-Projekte. Sie entwickelt neue Marken, berät in marketingstrategischen Fragen und konzipiert und moderiert Workshops. Katrin Androschin arbeitet seit 1998 in Berlin und war hier u.a. bei führenden Agenturen wie Metadesign tätig. Zuvor hatte sie bei Landor in London und San Francisco, sowie bei Interbrand Zintzmeyer & Lux in Zürich gearbeitet. Die diplomierte Kommunikationsdesignerin nimmt darüber hinaus seit 2002 Lehraufträge für visuelle Kommunikation wahr und unterrichtet als Professorin an der Freien Universität Bozen/Italien.

### **Prof. Andreas Mack**

Andreas Mack ist Markenexperte mit internationaler Projekt- und Führungserfahrung. Im Mittelpunkt seiner Arbeit steht die Entwicklung von Markenstrategien und deren Umsetzung in der Kommunikation. Andreas Mack leitete die Branding-Abteilungen bei führenden Agenturen wie Metadesign und Icon Medialab und war Geschäftsführer der Futurebrand Deutschland GmbH Berlin. Zuvor hatte er bei namhaften Unternehmen (u.a. Lufthansa AG) in der Marketingkommunikation gearbeitet. Der Diplom-Kaufmann ist auf Konsumentenverhalten und Organisationspsychologie spezialisiert. Als Gastprofessor lehrt er Nutzerpsychologie und Innovationsmanage-

ment im Master-Studiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“ an der Universität der Künste Berlin.

**KONTAKT**

**PROF. ANDREAS MACK**

**TELEFON +49(0)30-695795-667**

**MOBIL +49 (0) 173-2487-897**

**FAX +49 (0) 30-695795-661**

**MACK@EMBASSYEXPERTS.COM**

**WWW.EMBASSYEXPERTS.COM**

---

UNABHÄNGIGE EXPERTEN FÜR DESIGN,  
BRANDING UND KOMMUNIKATION

---

*Embassy*

ALTE LEIPZIGER STRASSE 8  
10117 BERLIN