

**portfolio**



**ANGEBOT** Als Agentur für Markenkommunikation inszenieren wir Ihre Marke, Ihre Material- und Verfahrensinnovation oder Ihr Produkt. Wir begleiten Sie im Prozess der Markenbildung und erarbeiten mit Ihnen die Strategie zur Kommunikation Ihrer Botschaften. Diese setzen wir, zielgruppen- und bedarfsorientiert, sowie medienübergreifend in emotionalen Kampagnen, räumlichen Präsentationen und eigenen Veranstaltungskonzepten um. Dabei legen wir großen Wert auf die Funktionsfähigkeit der Kommunikation für Ihre Unternehmensziele und die Skalierbarkeit gemäß Ihren Anforderungen. Wir machen Innovation sichtbar und Inhalte erlebbar!

Unter der Marke Paulsberg Habitat vertreiben wir die Ergebnisse unserer eigenen Auseinandersetzung mit neuen Materialien.



**TEAM** Um Ihre Marke, Ihre Material- oder Verfahrensinnovation bzw. Ihr Produkt ganzheitlich erlebbar machen zu können, haben wir ein interdisziplinäres Team aufgestellt. Projektbezogen können wir auf ein Expertennetzwerk aus Marken- & Vertriebsstrategen, Kamerteams, Illustratoren, Web-, Interface- & Interaction Designern, Programmierern und Messebauern zurückgreifen.

[hier geht's zur](#)



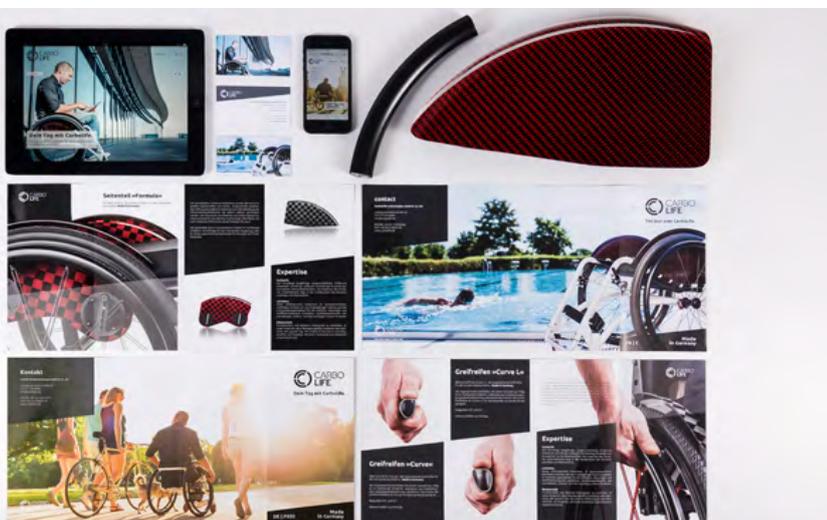


**KUNDE** Auf Grundlage langjähriger wissenschaftlicher Erfahrung entwickelt und fertigt die CarboLife technologies GmbH & Co. KG hochwertige Produkte aus innovativen Verbundwerkstoffen. Die Expertise des Dresdner Unternehmens liegt in der Kombination der Bereiche Leichtbau und Rehathechnik.



**AUFTRAG** Für den Markenauftritt des jungen Unternehmens musste ein ganzheitliches Corporate Design entwickelt und in Website, Drucksachen und Messepräsentation implementiert werden. Dabei war es der Wunsch des Kunden, bewusst den für den Rehabereich unüblichen Weg der direkten Kundenansprache zu gehen.

**LÖSUNG** Um den aktiven Rollstuhlfahrer direkt anzusprechen haben wir uns entschlossen, diesen in den Mittelpunkt der Kommunikation zu setzen. Im Zentrum steht eine Bilderwelt, die den Rollstuhlfahrer als aktiven, selbstbewussten und integrierten Menschen zeigt. Die Emotionen werden mit dem neuen Markenclaim »Dein Tag mit CarboLife« an die Produkte des Unternehmens gebunden.



**ERGEBNIS** Die Entscheidung, die Produkte als Lifestyle Artikel für Menschen mit Bewegungseinschränkungen zu visualisieren und an starke Emotionen geknüpft zu präsentieren hat sich ausgezahlt. CarboLife hat sich in kurzer Zeit europaweit erfolgreich am Markt etabliert.

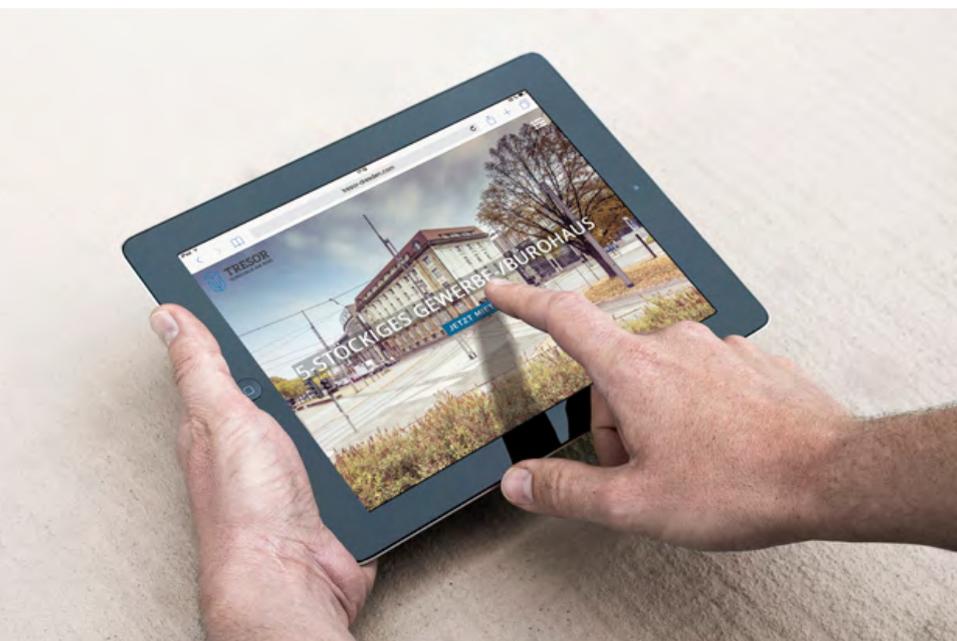


**KUNDE** Die Immobilienmaklerin Karin Gruner übernahm im Auftrag der Sächsischen Ärzteversorgung die Vermarktung des ehemaligen Dresdner Bankgebäudes am Dr.-Külz-Ring in Dresden. Das Gebäude stand zu diesem Zeitpunkt bereits mehrere Jahre leer.



**AUFTRAG** Karin Gruner erkannte, dass die Immobilie auf klassischem Weg schwierig zu vermitteln war. Mit dem Ziel, eine professionelle Vermarktung zu realisieren, beauftragte sie uns deshalb damit, eine Website und ein Objektexposé zu entwickeln und umzusetzen.

**LÖSUNG** Unser Ansatz war es, die Immobilie als Marke mit einprägsamen Namen, Markenlogo und eigenem Webauftritt zu positionieren und ihr eine unverwechselbare Identität zu geben, um potentielle Miet- und Kaufinteressenten emotional anzusprechen.



**ERGEBNIS** Mithilfe des von uns entwickelten Brandings rückte das Objekt wieder in den Fokus der Öffentlichkeit und ermöglichte der Immobilienmaklerin eine gezielte Ansprache der Interessenten. Neben dem generellen Auftritt nahmen dabei auch die von uns entwickelten Objekttexte einen besonderen Stellenwert ein.



**KUNDE** Der freie Unternehmensberater und Potentialentwickler Manuel Lenk arbeitet für verschiedene Unternehmen als Mentor und Business Coach, berät dabei in Fragen von Wachstum und Entwicklung, sowie des Innovationstransfers und unterstützt seine Kunden im Interimsmanagement und im Relationship Building.



**AUFTRAG** Wir wurden mit der Ausarbeitung einer Kommunikationsstrategie, sowie der Entwicklung eines neuen Corporate Designs für Manuel Lenk beauftragt. Dies umfasste die Entwicklung seiner Marke als Einzelunternehmer, eines neuen Logos und Claims, die Definition der Schriftart, die Definition und Umsetzung der Bildwelt, sowie den Entwurf und die Umsetzung der Geschäftsausstattung.

**LÖSUNG** Innerhalb von uns moderierter Workshops arbeiteten wir die Markennwerte Kommunikation, Individualität und Leidenschaft heraus. Diese bilden die Grundlage der Bildsprache und des Angebotsspektrums. Der Kommunikation kommt dabei die wichtigste Rolle zu, die mit der Einführung eines Anführungszeichens als Bildmarke im neu entwickelten Logo das Zentrum des Gestaltungssystems bildet und sich auf allen Kommunikationsmitteln wiederfindet.



**ERGEBNIS** Die Entscheidung, die Person Manuel Lenk als Marke zu erschaffen und damit in den Mittelpunkt zu stellen gibt ein Qualitäts- und Wertversprechen ab und schafft Vertrauen beim Kunden. Die starken Key-Visuals machen Manuel Lenk für seine Kunden erlebbar.



**KUNDE** Die Innosurf GmbH & Co. KG ist ein interdisziplinärer, regionaler Verbund mittelständischer Unternehmen und der Wissenschaft. Die Zielstellung der Mitgliedsunternehmen ist es, die nötigen Kompetenzen entlang einer regionalen Wertschöpfungskette zu bündeln, um die eigenen Innovationsprozesse zu beschleunigen.



**AUFTRAG** Für das Wachstum, die Kommunikation und die Vermarktung der Innosurf GmbH & Co. KG wurden wir mit der Entwicklung einer Marken- und Kommunikationsstrategie, dem Entwurf und der Umsetzung eines Corporate Designs und der Übertragung in die Geschäftsausstattung beauftragt.

**LÖSUNG** Der von uns entwickelte Claim greift das Tätigkeitsfeld und die Mehrwerte des Verbundes auf und kommuniziert sie offen nach außen. Die von uns vorgeschlagenen drei Unternehmensbereiche Umwelt (grün), Mensch (türkis) und Technik (blau) bieten eine logische Strukturierung der Inhalte. Das Grundmotiv des Logos bildet ein Ring unterschiedlich großer Punkte in den drei definierten Unternehmensfarben, der den Netzwerkgedanken gestalterisch aufgreift.



**ERGEBNIS** Mithilfe der von uns entwickelten Marken- und Kommunikationsstrategie gelang es, eine von allen Mitgliedern gleichsam getragene Vision und gemeinsame Missionen zu definieren, sowie die Grundlage einer gemeinsamen Identität zu schaffen. Das von uns erarbeitete Corporate Design verleiht dem gesamten Verbund ein modernes Gesicht und bildet die Grundlage für kommende Kommunikationsmittel und -maßnahmen.





**KUNDE** Das Leichtbau-Zentrum Sachsen (LZS) gehört zu den führenden Entwicklungspartnern auf dem Gebiet des Systemleichtbaus in Deutschland. Das LZS bietet das gesamte Spektrum der modernen Bauteilentwicklung, von der Voruntersuchung, über Konstruktion und Fertigung bis hin zum Bauteiltest.



**AUFTRAG** Für die Präsentation eines neuen Duroplast Materials auf der HannoverMesse 2014 beauftragte uns das LZS mit der Entwicklung eines Corporate Designs, der Implementierung in Druckflyern und der Konzeption und Umsetzung eines mobilen, wiederverwendbaren Mes- systems innerhalb des bestehenden Standbaus.

**LÖSUNG** Aufbauend auf einem von uns moderierten Strategieworkshop entwickelten wir den Markennamen A.S.SET, »adjustable, simple thermoset«, entwarfen Logos für Haupt- und Untermarken und definierten die Hausschrift. Für die Präsentation der neuen Marke auf der HannoverMesse entwickelten wir Informationsvideos und -flyer, die gemeinsam mit dem Material in einer begehbaren Black Box vorgestellt wurden.



**ERGEBNIS** Die von uns entwickelte Präsentation sorgte für Aufsehen und stach auf der sehr technisch-rationalen Messe heraus. Das Material blieb aufgrund seiner emotionalen Inszenierung den Besuchern im Gedächtnis und das LZS konnte wichtige, neue Kundenkontakte knüpfen.





**KUNDE** »staged« wurde in Eigeninitiative und in Kooperation mit der Messe Dresden für die Einrichtungsmesse »room+style« entwickelt. Als Lifestyle-Messe bietet diese Inspirationen und Angebote zu den Themen Wohnen, Einrichtung, Kunst, Gestaltung und Accessoires.



**AUFTRAG** Unser Ziel war einerseits, das kreative Potenzial des Dreiländerecks Deutschland, Polen, Tschechien aufzuzeigen und andererseits den Transfer wissenschaftlicher Innovationen hin zur Praxis anzuregen. Gleichzeitig sollten die Ergebnisse öffentlichkeits- und medienwirksam in einer kuratierten Ausstellung präsentiert werden.

**LÖSUNG** Innerhalb der jährlichen Einrichtungsmesse room+style wurde ein Veranstaltungsformat entwickelt, das einen Designwettbewerb, Ausstellung und Prämierung der besten Entwürfe, eine Konferenz und Workshops zu einem neuen überregional wahrgenommenen Designevent verbindet. Neben der Konzeption und Organisation übernahmen wir auch die kreative Leitung des Projektes.



**ERGEBNIS** Das neue Veranstaltungsformat »staged« hat sich bereits als wichtige Bühne des Designs im Dreiländereck etabliert und eine Brücke zwischen den Ländern auf der einen Seite und den Disziplinen Wissenschaft, Handwerk und Kreativwirtschaft auf der anderen Seite geschlagen.



## PAULSBERG – Erlebbar machen.

Ansprechpartner  
Mark Offermann

Paulsberg  
Oschatzer Straße 6  
01127 Dresden

T +49 351 2630 3472  
F +49 351 2630 3694

mark.offermann@paulsberg.co  
www.paulsberg.co

© PAULSBERG

