

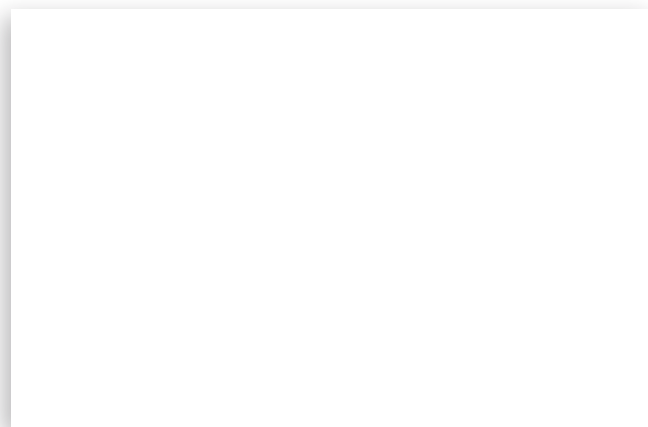
Das Erscheinungsbild soll alle Sinne ansprechen und ästhetische und intellektuelle Bedürfnisse befriedigen, unverwechselbar, authentisch, prägnant und glaubwürdig sein, damit sich Mitarbeiter, die Öffentlichkeit und Kunden langfristig mit dem Unternehmen identifizieren können.

Hajo Eickhoff

›DENKEN UND GESTALTEN‹


Ein Arbeitsprinzip führt zu der Erkenntnis:

»SINNLICHES DESIGN IST SINNVOLLER«



-
1. *Titel*
 2. *Inhalt*
 3. *Ziel und Weg*
 4. *Intuition und Reflexion*
 5. *Wissen und Glauben (Fallbeispiel 1)*
 6. *Bewusst und Unbewusst (Fallbeispiel 2)*
 7. *Trends und Mega-Trends (Fallbeispiel 3)*
 8. *Vielfalt und Einheit (weitere Fallbeispiele)*
 9. *Investieren und Wertschöpfen*
 10. *Werden und Wollen*
 11. *Sowohl als auch*
 12. *Angebot und Nachfrage*
 13. *Impressum*

Durch Klick auf grau gesetzten Text navigieren Sie innerhalb des Dokumentes.

Eine aktive Internetverbindung vorausgesetzt, bringt Sie ein Klick auf dieses Symbol , den Button »Kontakt« oder die Abbildungen zu weiter führenden Informationen auf unserer Homepage.

.....

*Denken und gestalten sind für mich als Designer
ständig wechselnde Pole eines Arbeitsprozesses.*

*Ziel ist, mit einer präzisen und zugleich sinnlichen
Formensprache selbst verstandene Botschaften
verständlich zu kommunizieren.*

Sinnliches Design ist sinnvoller. Es ist Wertschöpfung.

Thomas Lappe

.....

»Es ist gar nicht möglich, etwas so Komplexes wie eine Unternehmenspersönlichkeit adäquater – und wirkungsvoller – als durch sinnliches Design zu vermitteln.«

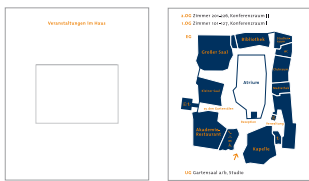
Diese Überzeugung des Designers Thomas Lappe gründet sich in einem beruflichen Werdegang, der über Studienzeiten, ein Stipendium des Cusanuswerks und Erfahrungen in Kommunikations-Unternehmen schon früh in die Selbstständigkeit führte. Lebenslanges Lernen ist dabei eine gern angenommene Herausforderung.

Und so ist es der konsequent angewendete kreative Prozess, der täglich im Mittelpunkt steht. Hierbei wechseln Phasen von Intuition und Reflexion einander ab, bis Entscheidungen reifen und zum rechten Zeitpunkt getroffen werden können.

Bei jedem Kunden und bei jedem Auftrag geht es darum, ein anspruchsvolles Versprechen einzulösen: »Individualität schafft mehr Wiedererkennung. Wiedererkennung schafft Vertrauen. Und Vertrauen schafft bessere Kundenbeziehungen.«



FALLBEISPIEL UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION SCHWERPUNKT BILDUNGSEINRICHTUNGEN



- Corporate Design Konzeption
- Corporate Design Manual
- Signet
- Geschäftspapierausstattung
- Beschriftungsvorlagen/Templates
- Imagebroschüre
- Homepage
- Fotografie
- Foto Art-Direction
- Semesterprogramme
- PLS/Orientierungssystem
- Fachbuchreihe
- Diverse Drucksachen (Poster, Pressemappe, Bildungsgutschein, Flyer)

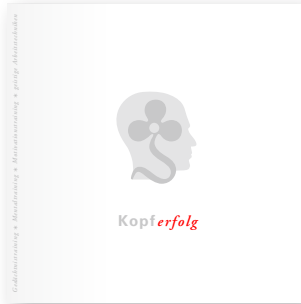


Die **Katholische Akademie Schwerte** des Erzbistums Paderborn ist eine Bildungseinrichtung, die ein Ort der Begegnung und des Dialogs sein will zu wichtigen Fragen quer durch die Bereiche von Wissenschaft und Wirtschaft, Kunst und Technik, Theorie und Praxis wie Studium und Beruf.

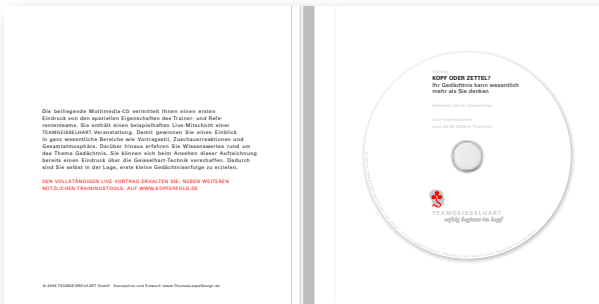
Ziel der Arbeit von Thomas Lappe Design war, den besonderen Anspruch der Akademie unter dem Vorzeichen christlicher Identität und Weltdeutung in Einklang zu bringen mit den wirtschaftlichen Bedingungen, denen längst auch kirchliche Unternehmungen ausgesetzt sind.

Ergebnis: Unter einfühlsamen Bezug auf die besondere Architektur dieser Stätte interdisziplinären Wissens- und Gedankenaustausches ist ein zeitlos stimmiges Angebots- und Erscheinungsbild entstanden; Ursache auch für den gestiegenen Zuspruch von Veranstaltungsteilnehmern um 20 Prozent.

FALLBEISPIEL UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION
SCHWERPUNKT WEITERBILDUNG/TRAINING



- Corporate Design Workshop
- Corporate Design Konzeption
- Signet
- Geschäftspapierausstattung
- Beschriftungsvorlagen
- Imagebroschüre inkl. Multimedia-CD
- Homepage
- Fotografie
- Foto Art-Direction
- Illustration
- Flyer
- e-Flyer
- Animationsfilm



Oliver Geisselhart von **Team Geisselhart** gehört bereits heute zu den erfolgreichsten und bekanntesten Gedächtnis- und Mentaltrainern im deutschsprachigen Raum.

Ziel: Die Zusammenfassung der Arbeitsfelder Gedächtnis-, Mental- und Motivations-training sowie geistige Arbeitstechniken zu dem Begriff ›Kopfthemen‹ als auch die Aufstellung eines Teams von Spezialtrainern erforderte eine neue Angebotsdarstellung bzw. ein neues Erscheinungsbild, das den Führungsanspruch in der Branche unterstreichen soll.

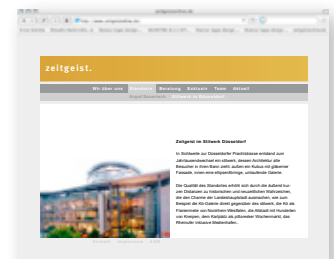
Ergebnis: Inhalte und Optik der neuen Unterlagen versprechen eine sinnenhafte wie sinnvolle Beschäftigung mit den sog. ›Kopfthemen‹, wie dies noch stärker mit den geplanten Lern-DVDs, dem Audio-Set und einem Spiel möglich sein wird.

FALLBEISPIEL UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION
BRANCHE WOHNACCESOIRES/DEKORATION

.....



- Corporate Design Workshop
- Corporate Design Konzeption
- Signet
- Geschäftspapierausstattung
- Produktkatalog
- Homepage
- Fotografie
- Foto Art-Direction
- Illustration
- Einladungskarten
- Diverse Drucksachen



Die treibende Kraft von **Zeitgeist** ist Frau Thomas, die mit ihrem ausgeprägten Gespür für den heutigen Bedarf an Wohnaccessoires und Dekoration ihrem Angebot eine persönliche Note gibt.

Ziel war die Entwicklung eines grundlegend neuen Erscheinungsbildes auch hinsichtlich der Erweiterung des Angebotes um Einrichtungsberatung, Organisation von Festlichkeiten sowie der Einbeziehung eines Kooperationspartners mit dem Schwerpunkt Textilien.

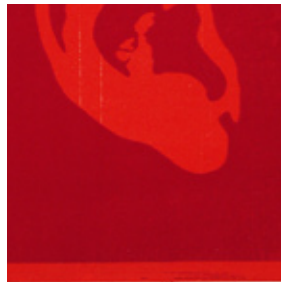
Ergebnis einer besonderen Fotoregie sind sehr stimmungsvolle, teilweise ikonenhafte Bilder, die in ihrer Intensität alle Instrumente der Firmendarstellung in harmonischer Weise vernetzen.

DER INDIVIDUELLEN BETREUUNG VON KUNDEN AUS UNTERSCHIEDLICHEN BRANCHEN
LIEGT DIE ÜBERZEUGUNG ZU GRUNDE: »SINNLICHES DESIGN IST SINNVOLLER.«

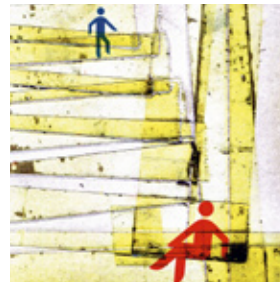
.....



Aral, neuer Unternehmensauftritt, Agenturarbeit



TelefonSeelsorge Hagen, Jahresgabe



TeamGeisselhart, Animationsfilm



LFP-Verlag, Buchgestaltung



Yogamira, neuer Unternehmensauftritt



Schüco, Buch, Agenturarbeit



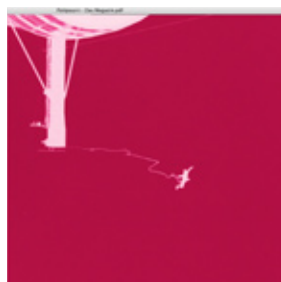
Bayer CropScience, Kundenbroschüre, Agenturarbeit



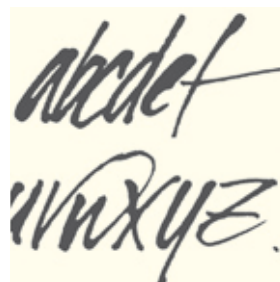
Gallerie FB2, Dortmund, Plakate



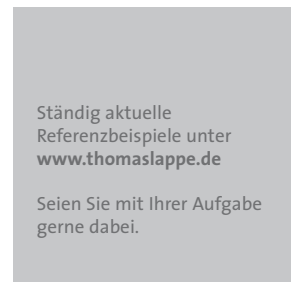
Notzia IT-College, Imagebroschüre



Pottpourri, Online-Magazin

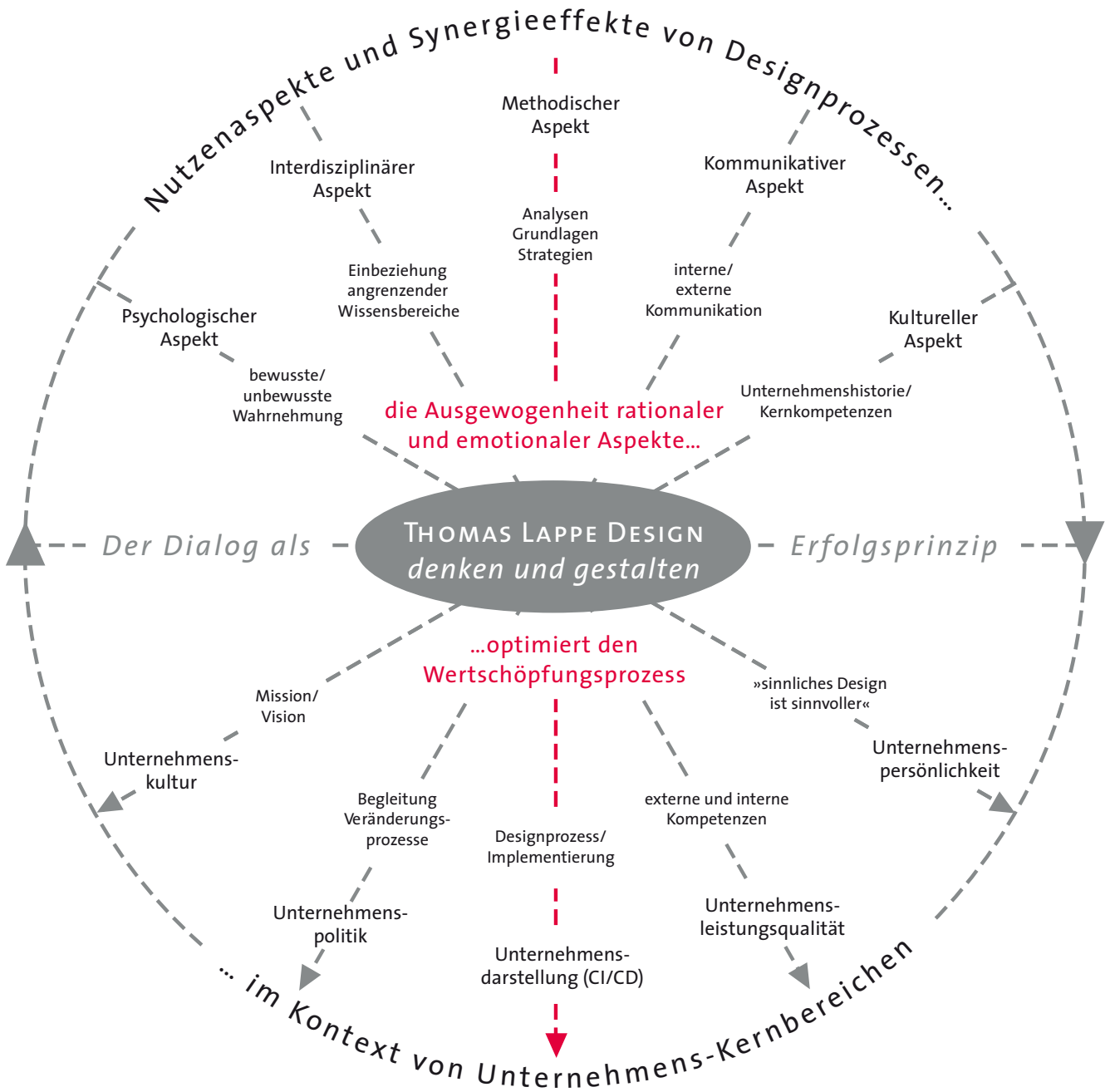


Kalligrafisches Minuskel-Alphabet, Agenturarbeit



DESIGN ALS MITTEL DER DIFFERENZIERUNG, ALS TEIL DER KOMMUNIKATION,
ALS ERFOLGSSFAKTOR FÜR UNTERNEHMEN

.....



DARUM IST THOMAS LAPPE DESIGN DER RICHTIGE PARTNER FÜR SIE
UND DEN ERFOLG IHRES UNTERNEHMENS

.....

- ✧ Sinnliches Design ist sinnvoller, bedeutet, emotionale Wirkungsweisen und zielorientiertes, strategisches Denken in Ausgewogenheit miteinander zu verknüpfen. Eine solche ganzheitliche Sicht- und Handlungsweise optimiert den Wertschöpfungsprozess für Ihr Unternehmen.
- ✧ Strukturiertes Vorgehen führt zu begründbaren Designlösungen unter Einbeziehung aller relevanten Aspekte Ihres Unternehmens sowie angrenzender Wissensbereiche der Kommunikation. Ziel ist Effektivität von Kommunikation durch Vernetzung von Mitteln und Maßnahmen.
- ✧ Die hohe Affinität zu Themenbereichen wie Identität, Kultur und Zukunftsfähigkeit von Unternehmen setzt der Mitarbeit von Thomas Lappe Design in Bezug auf Branchen kaum Grenzen. »Unternehmen heißt Kommunikationsprozesse steuern« – diese Intention sei die gemeinsame Basis.

EIN KLEINES POLARITÄTENPROFIL ZUR SELBSTBESTIMMUNG FÜR SIE ALS
ENTSCHEIDER IN IHREM UNTERNEHMEN WIE AUCH ALS MÖGLICHE UNTERLAGE
FÜR DEN EINSTIEG IN EIN GESPRÄCH MIT DEM DESIGNER THOMAS LAPPE
.....

Mittel und Maßnahmen der Kommunikation brauchen eher:

Information

Emotion

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6

Was bringt mehr Erfolg in der Kommunikation:

Differenzierung

Medienpower

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6

Was steuert Menschen, die glauben, sich zu kennen, mehr:

Bewusstsein

Unterbewusstsein

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6

Was beeinflusst die Entscheidung für ein Produkt/eine Dienstleistung mehr:

Annahme von Qualität

Wissen über Qualität

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6

Welcher Faktor bestimmt stärker den kreativen Prozess:

Analyse

Intuition

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6

Wie erreiche ich maximale Kommunikationswirkung:

Gebündelte Aktion

Vernetzung

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-6	-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5	6

DAS BESONDERE ANGEBOT VON THOMAS LAPPE DESIGN INTERESSIERT UNS.
IN EINEM PERSÖNLICHEN GESPRÄCH MÖCHTEN WIR DIE SPEZIELLEN BERATUNGS-
UND DESIGNLEISTUNGEN NÄHER KENNENLERNEN, Z.B.:

.....

- Idee, Konzept und Gestaltgebung zu besonderen Anlässen in Unternehmen, z.B. Firmenjubiläen, Diversifikations- oder Kundenbindungsmaßnahmen, Jahregaben etc.
- Konzept und Umsetzung einer öffentlichkeitswirksamen Aktualisierung bzw. Neugestaltung eines Corporate Design
- Erarbeitung von speziellen Mitteln und Maßnahmen für Unternehmen, z.B. Broschüren, Kataloge, Geschäftsberichte, Kundenzeitschriften oder ähnlichen Publikationen, auch auf der Basis vorhandener Corporate Design-Richtlinien

Lassen Sie uns einen Gesprächstermin vereinbaren.

Informieren Sie sich dazu gerne vorab unter www.thomaslappe.de 

Ihr Kontakt zu Thomas Lappe Design
Fax: (02 31) 1 65 66 19

Firma

Name, Vorname

Anschrift

Telefon

E-mail

Internet

Impressum

Inhalte dieser Seiten sind geistiges Eigentum von Thomas Lappe Design und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen.

Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist ohne Zustimmung von Thomas Lappe Design nicht gestattet.