

EIN_DRUCK

Warum Kommunikation für uns eine Leidenschaft ist.
Und wie unsere Kunden damit gewinnen.

Die Agentur. Wir sind viel mehr, als die Summe aller Teile.

Wir sind ein Team, eine Mannschaft, eine Verbindung. Zusammen mit unseren Kunden sind wir eine Einheit. So erkennen wir Aufgaben und so lösen wir sie.

Analytisch, strategisch und ganzheitlich.

Das Team sind viele Individualisten.

Mit ganz verschiedenen Interessen und Fähigkeiten. **Leidenschaft ist ein Wesenspunkt.** Kommunikation ist die Motivation und deren Wirkungsweise führt zum Ziel oder Ergebnis.

Zum Nutzen unserer Kunden und mit viel **Überzeugungskraft** in den Medien, auf dem Papier im Netz oder in den sozialen Netzwerken.

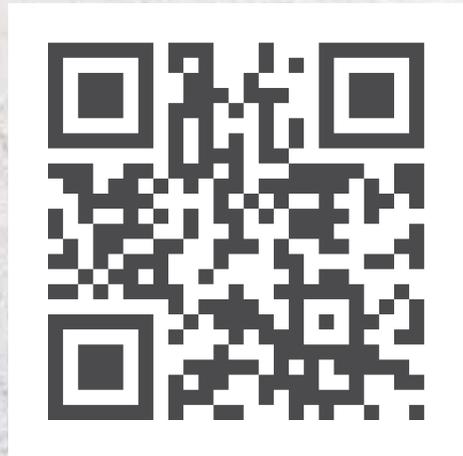
Nehmen Sie dieses Angebot an: **machen Sie sich schlau: www.mad-kommunikation.de**

Wer wir auch sind: Wir sind Spezialisten und haben ganz viele und unterschiedliche Profile; wir sind **Menschen mit Talenten und ganz vielfältigen Hobbys.** Wir sind Balletttänzer, Hundeliebhaber, Stadtindianer, Landeier, Macher, Nachmacher, Pferdeflüsterer, Musikjunkies, Kulturfreaks, Weicheier, Knalltüten, Trommler, Gitarristen, Mütter, Väter, Geliebte, Liebhaber, Söhne und Töchter. Alles zusammen oder alles getrennt.

**Wir sind die Agentur.
Zusammen mit
unseren Kunden.**

Weil Menschen die
Agentur sind und
zusammen machen.

WIR SIND MACHER!



Home

Über uns | Presse | Trade | Sprache



Deutschland inspiriert

Mehr zum Bild

Willkommen im Reiseland Deutschland



Städte & Kultur



Freizeit & Erholung



Themen



Geschäftsreisen



Barrierefrei



Reiseinformatio



Youth HotSpots



Angebote



DZT-Partner Service

Flüge suche

Lufthansa

News vom 01.11.2013

Lesen Sie unseren Newsblog



Lichterfest in Erfurt

Am 10. August 2014 geht den Besuchern in Erfurt wieder „ein Licht auf“, denn dann findet im Egapark, dem bedeutendsten Gartendenkmal der 1960er Jahre, das sogenannte Lichterfest statt. Dabei werden nach ... [weiterlesen](#)



Share



Newsletter



Mein Reiseplaner

DZT – Screen. Das neue Online-Erscheinungsbild.

Eine eigenständige und eigenwillige Präsentationsform – eine „neue elektronische Zeitrechnung“. Der Internetrelaunch auf technischem, strukturellem, konzeptionellem und optischem Höchstniveau. Mehrfach ausgezeichnet. Seit 2011 Online – seitdem permanent in der Weiterentwicklung. Mit der Perspektive bis 2016. (PATA Award – Pacific Asia Travel Association, Auszeichnung in 2012). www.germany.travel

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
 des Deutschen Bundestages

Deutschland
 Das Reiseland



Suche auf germany.travel



hland



Events



Bilder | Videos
 360°



n
 a

Mein Reiseplaner
 Stellen Sie Ihre persönliche
 Route zusammen

Finde uns auf Facebook

Reiseland Deutschland

Gefällt mir 473.680

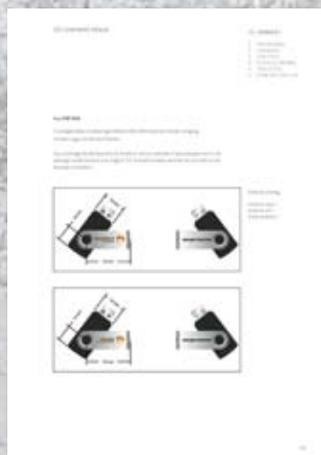
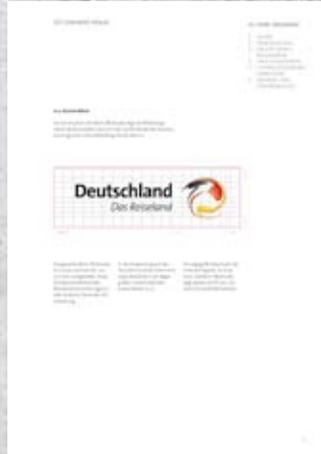
News ausblenden ✕



NEWS

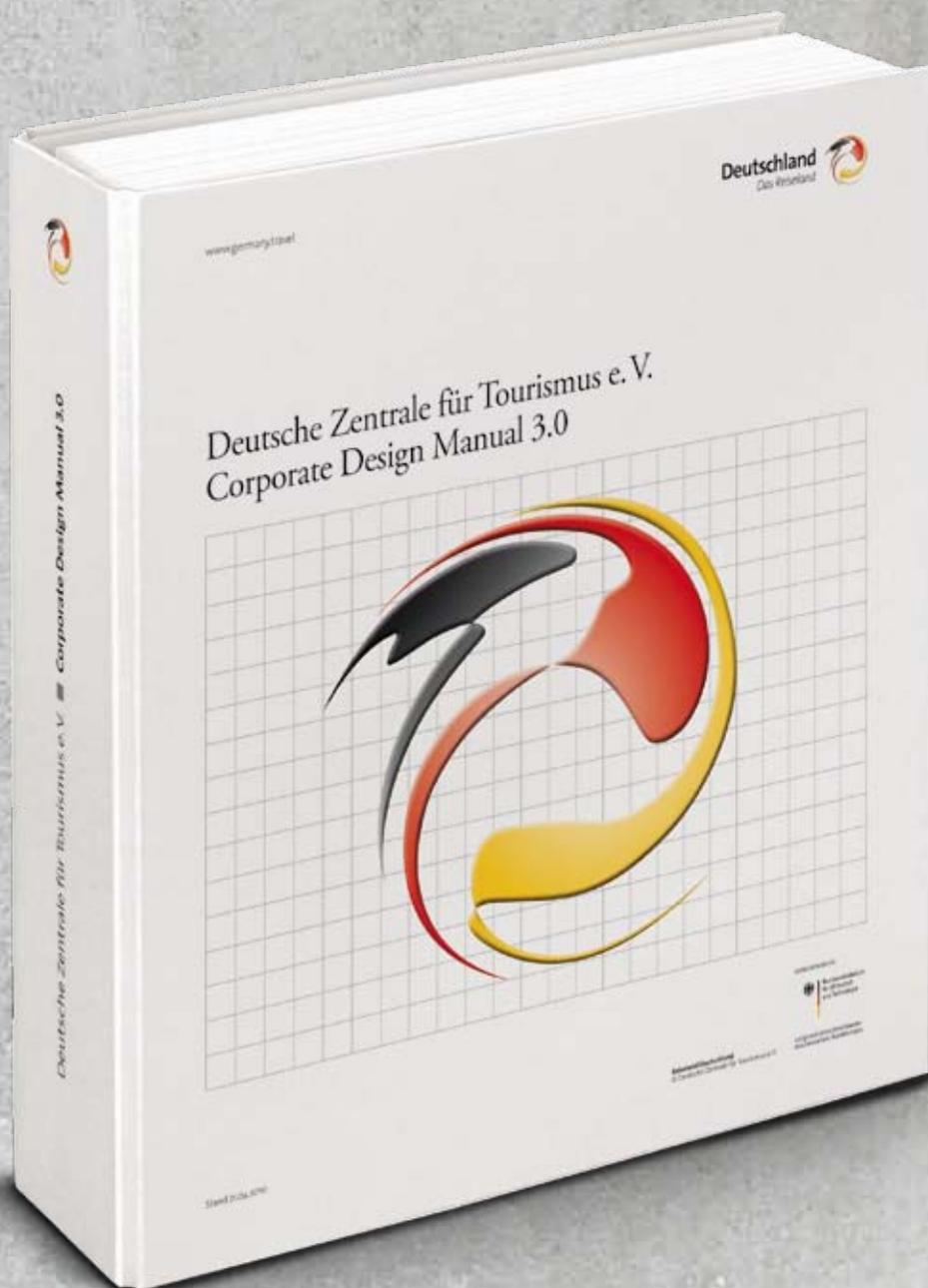
Broschüren

Sitemap | Impressum



DZT – Corporate. Ein Land, ein Erscheinungsbild, eine Konzeption und eine neue Identität. Die Deutsche Zentrale für Tourismus. Unser Kunde seit 2003. Mit diesem Corporate Handbuch dokumentieren wir auf 250 Seiten unsere gesamte Tourismuskompetenz. Online UND Offline. Für 29 Märkte und eine weltweite Vermarktung. www.mad-kommunikation.de/CD-DZT

> CORPORATE Design



Corporate Design Manual (Auf 250 Seiten geballte Einheit)



reddot design award
winner 2011



creative germany, Startseite



creative germany, 92 Seiten

DZT – Creative. Eine Vorbildkampagne „Created in Germany“. Mit dieser Kampagne wurde das Land für spezielle Zielgruppen neu positioniert. Der Standortfaktor: Tourismus trifft Kreativ-Wirtschaft. Auf mehreren Ebenen (Architektur, Mode, Events, Musik, Design und Kunst). Natürlich Online und Offline (Print auf 92 Seiten bleibt immer jung). Jeden Tag, jede Stunde wird dieses Konzept weiter entwickelt, weil Deutschland in Bewegung ist und somit das Konzept nie still stehen kann. www.creative-germany.travel

> MULTICHANNEL Kampagne





DZT – Mobile. Mit dieser Nutzerführung haben wir für einen Moment die Marktführerschaft geschaffen und gehalten. Der Vorteil. Wir waren zum rechten Zeitpunkt am rechten Fleck. Die Darstellungsform geht einher mit einer simplen aber wirkungsvollen Klarheit: Soviel wie möglich Führung, so wenig wie möglich Einschränkung. SEO, sowie marktspezifische und marktrelevante Besonderheiten, durch Sprach-Erkennung und somit Contentsteuerung. Für Ziel- und Stilgruppen selektiv zu erfassen. „Von traditionellen Werten zu neuen Medien.“ In Sprache und Diktion. www.germany.travel

> ONLINE Media



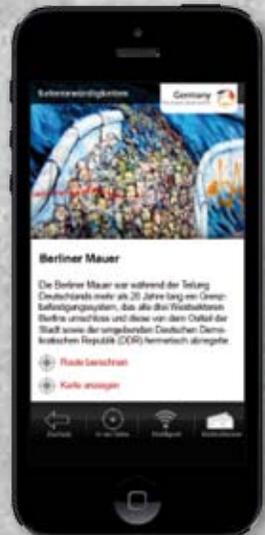
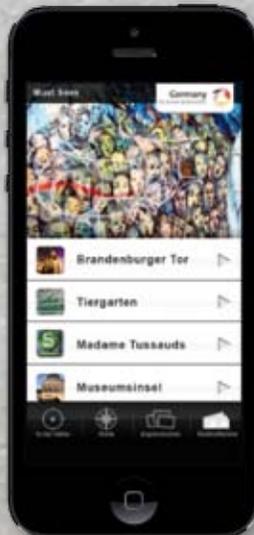
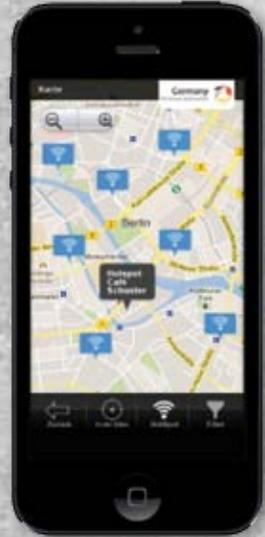
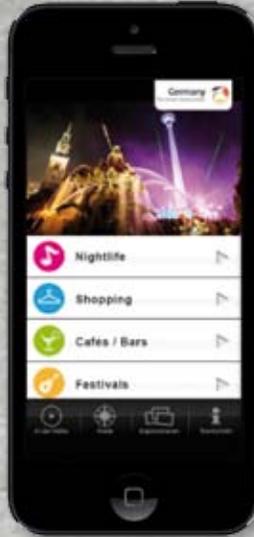
Plakat



Anzeige



Plakat



Youth HotSpots App



Beispielhaft: Online-Banner, ein Medium aus Kampagne und Strategie.



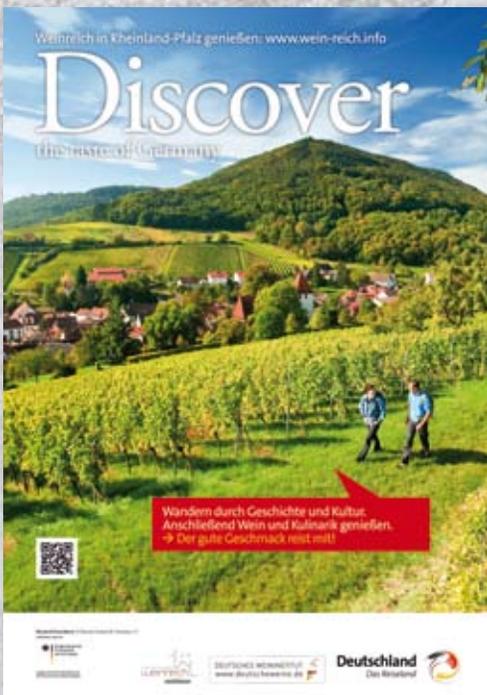
Marketingschwerpunkte werden u.a. durch Microsites unterstützt und gesteuert (auch Landing-Pages)

DZT – Youth Travel. „Share the Moment“ – eine Social-Media-Kampagne mit multimedialer Struktur. Der Marketingschwerpunkt 2013 liegt auf Interaktion und Austausch von, für und mit Generationen. In den Netzwerken und in der Ausdrucksform der Zielgruppen. Lifestyle und Kompetenz treffen auf Beweglichkeit und Urbanität: Authentisch. Alle Dienste, alle Plattformen – und die App als Mehrwert. www.germany.travel/youth

> THEMEN-Kampagne



Kooperation Deutsches Weininstitut, Produktidee und Produktverpackung (Cross-Merchandising)



Kooperation Deutsches Weininstitut, Kampagne „Tradition“



Kooperation Deutsches Weininstitut, Kampagne „Neue Blickwinkel auf einen traditionellen Markt“

India Pool

Your partners in travel to Germany



Tradition, hospitality, romance and nature
Offers and information for the Indian market



India Pool, Verkaufsförderung (Marktbearbeitung für einen neuen leistungsstarken Ziel-Markt)

Deutsches Weininstitut. Eine Kooperationskampagne mit dem Deutschen Weininstitut anlässlich des Marketingschwerpunkts „Discover the Taste of Germany“. Print (Anzeigen), Broschüre, Online, Microsite, Promotion und Sonderprodukte.
www.germany.travel/Weinland

> KOOPERATIONSKAMPAGNE / Synergien

Sales Guide India. Eine Vertriebsmaßnahme und die Entdeckung eines neuen Schwerpunktmarktes. Mit Kaufkraft, Interesse und Zukunft. Dieses Konzept – auf ca. 200 Seiten. Das ganze Land und seine Leistungsfähigkeit in Tourismus und Wirtschaft.
www.salesguide-india.de – nur über indische Browser erreichbar.

> MARKTBEARBEITUNG

www.germanytravel

Supported by

 on the basis of a decision
 by the German Bundestag

Germany
 The travel destination 

Member Pool of German National Tourist Board

Germany. United.



Sales Guide Destination Germany – Edition 2012
 Offers and information for the international market
Discover the new members

Partner-Leistungspotfolio: Alle Mitglieder auf ca. 200 Seiten. Selbstdarstellung und Angebotsplattform ihrer Leistungsprofile

Germany. United. Partner-Leistungspotfolios der DZT. Als Verein der Sachverwalter seiner Mitglieder – unter einem zentralen Aufgaben-Dach. Diese Präsentationsplattform stellt allen Mitgliedern eine Möglichkeit der Selbstdarstellung als Vertriebsgrundlage. Gemeinsam wird unter dem Dach der DZT eine Vertriebskonzeption daraus. Weltweit und/oder mit Marktschwerpunkten. (siehe auch Sales-Guide India).
www.germanytravel/sales-guide

> PARTNER-Management

DB BAHN Germany

DB Bahn.
Europe's smart way. At high speed.

DB BAHN Germany

Company Profile

DB Bahn.
Europe's smart way. At high speed.

Introduction to the DB Bahn group. DB Bahn is the leading provider of high-speed rail services in Europe. The group includes DB Schenker, DB Fernverkehr, and DB Arriva. DB Bahn is a member of the Deutsche Bahn Group.

DB Bahn is a member of the Deutsche Bahn Group. The group includes DB Schenker, DB Fernverkehr, and DB Arriva. DB Bahn is a member of the Deutsche Bahn Group.

DB BAHN Germany

Brands and Products

DB Bahn. Discover Germany by rail.

DB Bahn offers a wide range of services, including high-speed rail, regional rail, and long-distance travel. The group includes DB Schenker, DB Fernverkehr, and DB Arriva. DB Bahn is a member of the Deutsche Bahn Group.

EURODIS THEME PARKS Germany

Europa Park – Germany's biggest theme park.

EURODIS THEME PARKS Germany

Company Profile

Discover the whole of Europe at Europa Park.

Europa Park is a leading theme park operator in Europe. The group includes Europa-Park, Sesselferien, and Sesselferien. Europa Park is a member of the Europa-Park Group.

Europa Park is a member of the Europa-Park Group. The group includes Europa-Park, Sesselferien, and Sesselferien. Europa Park is a member of the Europa-Park Group.

EURODIS THEME PARKS Germany

Brands and Products

Experience Europe!

Europa Park offers a wide range of services, including theme park rides, hotels, and travel services. The group includes Europa-Park, Sesselferien, and Sesselferien. Europa Park is a member of the Europa-Park Group.

ADFC Germany

The ADFC.
A powerful combination for cyclists.

ADFC Germany

Company Profile

The ADFC.
A powerful combination for cyclists.

The ADFC is a leading provider of cycling services in Germany. The group includes ADFC Quality Cycle Routes, ADFC BikePlus, and ADFC BikePlus. The ADFC is a member of the ADFC Group.

The ADFC is a member of the ADFC Group. The group includes ADFC Quality Cycle Routes, ADFC BikePlus, and ADFC BikePlus. The ADFC is a member of the ADFC Group.

ADFC Germany

Brands and Products

ADFC Quality Cycle Routes

ADFC BikePlus (ADFC TravelPlus)

Belt & Biele Cycles solutions

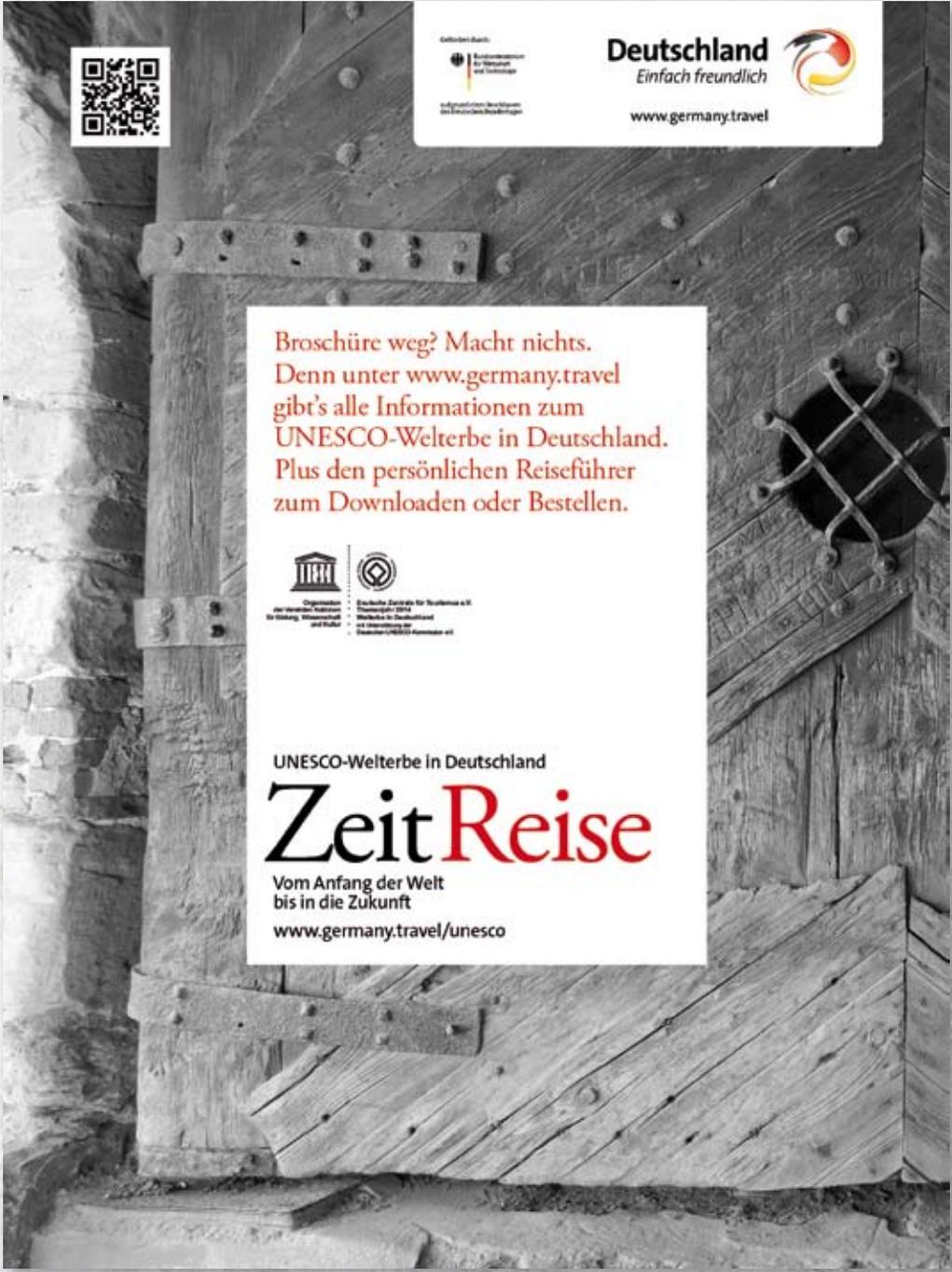
The ADFC offers a wide range of services, including cycling routes, travel services, and cycling solutions. The group includes ADFC Quality Cycle Routes, ADFC BikePlus, and ADFC BikePlus. The ADFC is a member of the ADFC Group.

Auszug aus dem Content

WIR. DENKEN. VOR.

KONZEPTIDEEN: EIN VORSICHTIGER KAMPAGNENAUSBLICK

(VORENDSCHIEDEN.)





Gefördert durch:
 Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz
Industrie- und Handelsministerium
des Saarlandes

Deutschland
Einfach freundlich 
www.germany.travel

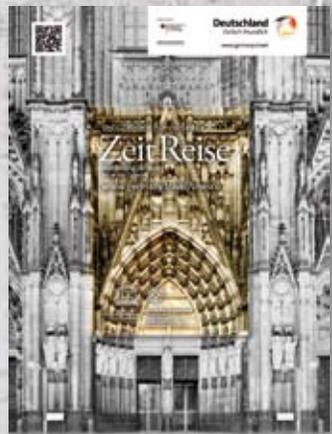
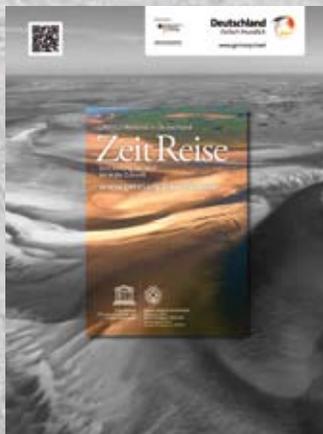
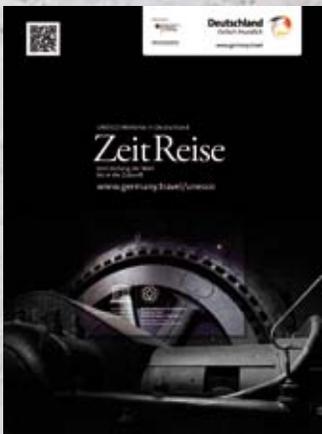
Broschüre weg? Macht nichts.
Denn unter www.germany.travel
gibt's alle Informationen zum
UNESCO-Welterbe in Deutschland.
Plus den persönlichen Reiseführer
zum Downloaden oder Bestellen.

 
Organisation
für Weltkulturerbe
in Deutschland
und Kultur Deutsches Zentrum für Weltkultur e.V.
Welterbe in Deutschland
in Zusammenarbeit
mit der UNESCO Kommission e.V.

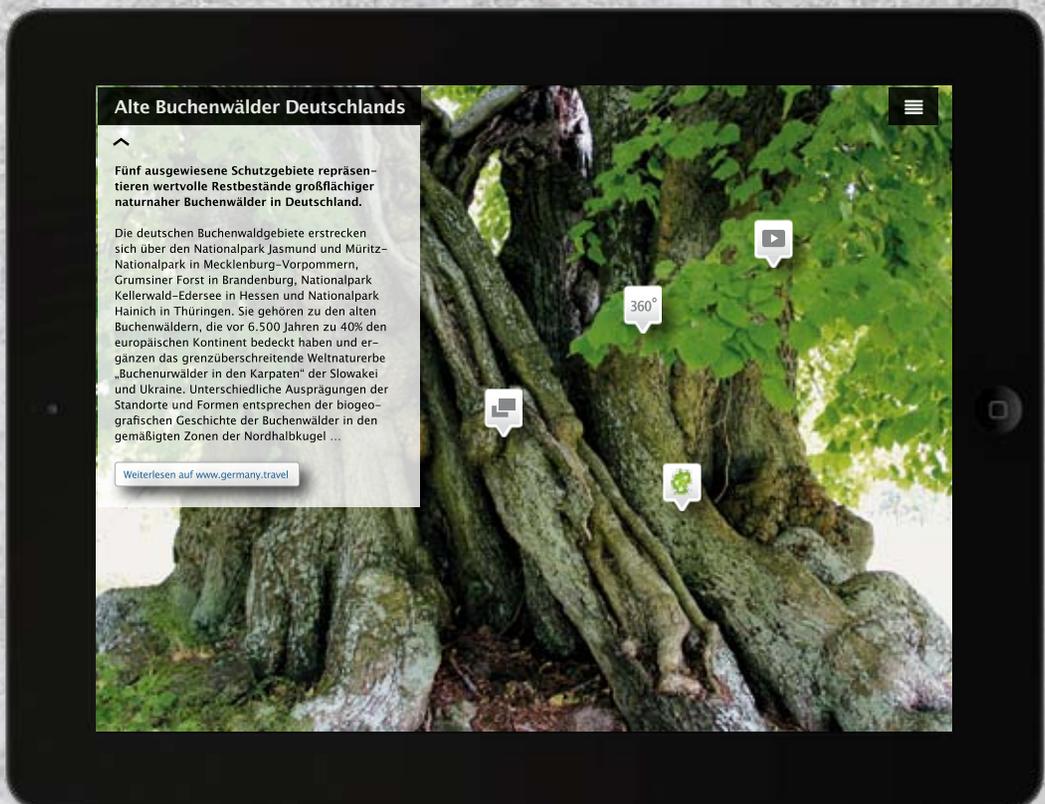
UNESCO-Welterbe in Deutschland
ZeitReise
Vom Anfang der Welt
bis in die Zukunft
www.germany.travel/unesco

DZT – UNESCO Welterbe in Deutschland. Zum Themenjahr 2014 ff wird eine crossmediale Kampagne in Kooperation mit der UNESCO-Kommission. Das Motto „**ZeitReise – vom Anfang der Welt bis in die Zukunft**“. Die Idee „schwarz/weiß und Farbe“ als redaktionellen Beikleber für acht Routen und 38 Welterben in Deutschland. Tradition und Moderne – kommuniziert über alle Kanäle und Ebenen. (Print: Anzeigen, Broschüre, Beikleber, Karte. Online: Microsite / Landingpage mit marktspezifischen Aktionen und Schwerpunkten) Zusätzlich in Planung: SocialMedia-Kampagnen, UNESCO Reiseführer als App.
www.germany.travel/unesco

> THEMEN-Kampagne



DZT – UNESCO Welterbe in Deutschland „schwarz/weiß und Farbe“ als redaktioneller Beikleber



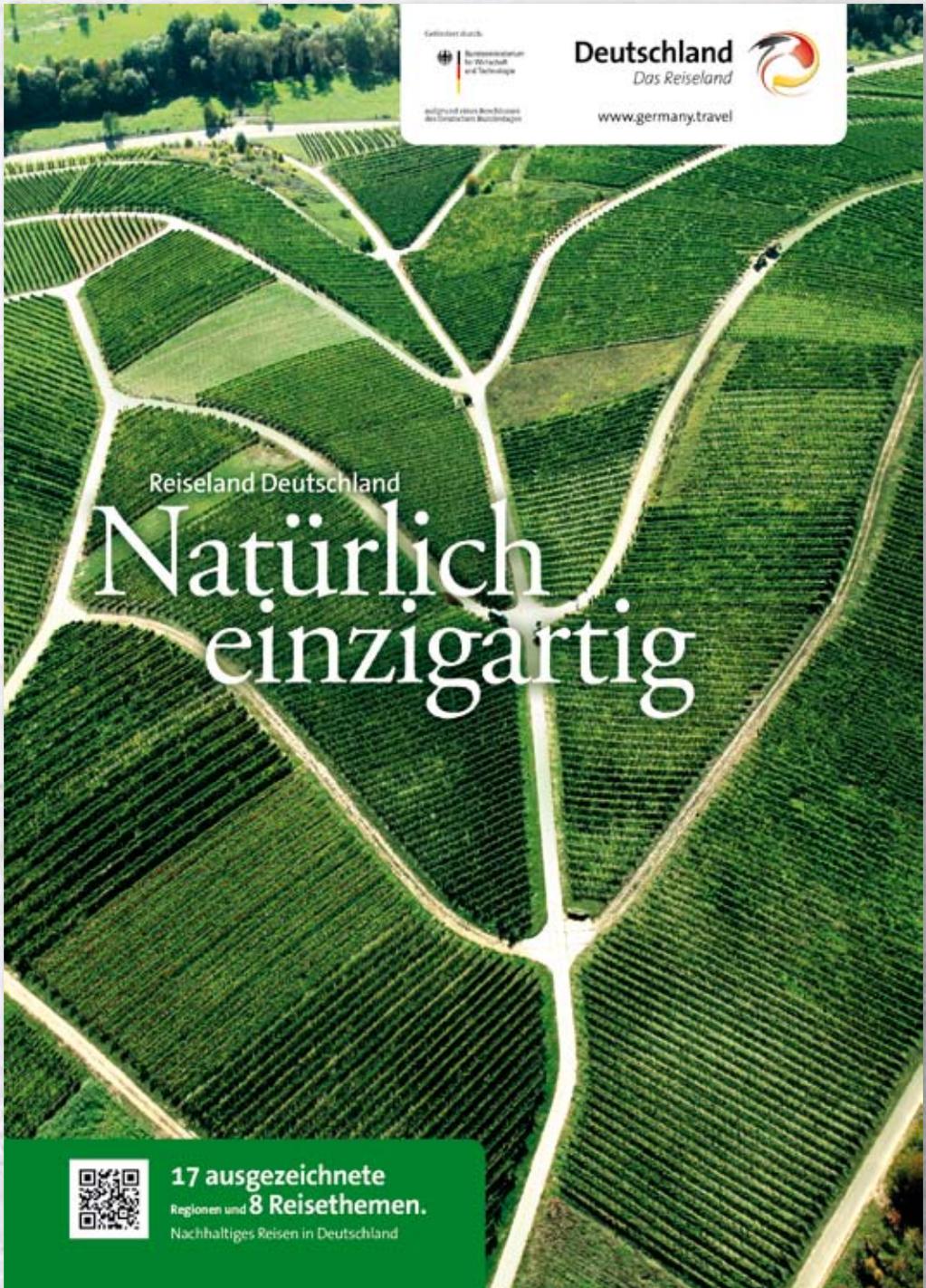
Alte Buchenwälder Deutschlands

Fünf ausgewiesene Schutzgebiete repräsentieren wertvolle Restbestände großflächiger naturnaher Buchenwälder in Deutschland.

Die deutschen Buchenwaldgebiete erstrecken sich über den Nationalpark Jasmund und Müritz-Nationalpark in Mecklenburg-Vorpommern, Grumstiner Forst in Brandenburg, Nationalpark Kellerwald-Edersee in Hessen und Nationalpark Hainich in Thüringen. Sie gehören zu den alten Buchenwäldern, die vor 6.500 Jahren zu 40% den europäischen Kontinent bedeckt haben und ergänzen das grenzüberschreitende Weltnaturerbe „Buchenurwälder in den Karpaten“ der Slowakei und Ukraine. Unterschiedliche Ausprägungen der Standorte und Formen entsprechen der biogeografischen Geschichte der Buchenwälder in den gemäßigten Zonen der Nordhalbkugel ...

Weiterlesen auf www.germany.travel

DZT – UNESCO Welterbe in Deutschland UNESCO Reiseführer als App



Broschüre zum Thema Nachhaltigkeit, 30 Seiten, Deutsch

Nachhaltigkeit. Das Thema des Jahres. Aufbruch in eine neue Zeit. Wer verantwortlich denkt, der handelt.

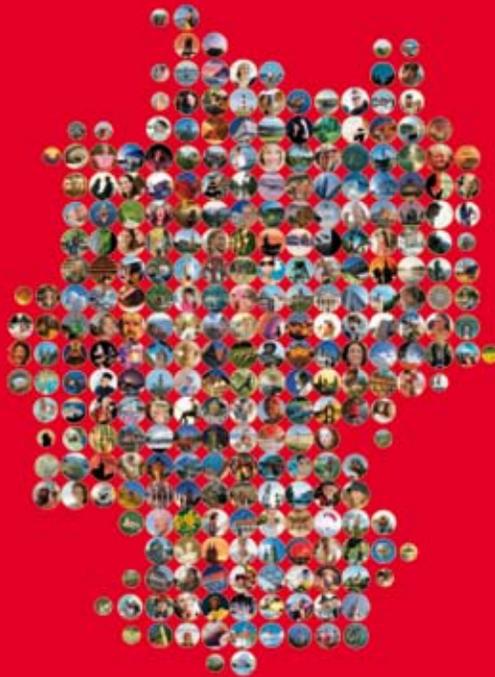
> THEMEN Broschüre

Kurz
Urlaube in
Deutschland
nah
weg

Deutschland
Das Reiseland 

In-Land Deutschland

Entwicklung und Bedeutung des Binnentourismus



www.germany.travel

Reiseland Deutschland
© Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Kooperationspartner:



entsprechend eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Dokumentation, 144 Seiten

In-Land Deutschland. Eine Dokumentation. Dreizehn Jahre Inlandsmarketing. Eine förderale Marktbearbeitung unter der Federführung der DZT und eine politische Leistung. Das ganze Land im Tourismus vereint. Hier dokumentiert. Alle relevanten Marketing- und Werbekampagnen aus dreizehn Jahren werden hier begründet dargestellt. Sowie die Leistungskraft von Honorationen und den Machern der Branche.

> CORPORATE Publishing

www.germanytravel



Deutschland
Das Reiseland



Jahresbericht 2012

Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus
Multiplikatoren Kampagnen ITB 2013 Mitglieder
800 Jahre Thomana **Junges Reiseland**
Geschäftsreiseziel MICE-Destinationen Image
Nachhaltigkeit GTM 2012 Leipzig Weinkultur
200 Jahre Richard Wagner Förderer **Trends**
Natur **Erfolg** 50 Jahre Elysée-Vertrag Barrierefrei
Entwicklung 150 Jahre Henry van de Velde
GTM 2013 Stuttgart **UNESCO-Welterbe** GCB
www.germany.travel DOCUMENTA(13)
Luther-Dekade 300 Jahre Friedrich der Große
Social Media-Aktivitäten Partner **HotSpots**
200 Jahre Kinder- und Hausmärchen Brüder Grimm
Partnerschaft Regionalmanagements Prognose
Ausblick **Deutsche Zentrale für Tourismus**

Jahresbericht 2012, 152 Seiten.

Jahresbericht 2012. Der Leistungsbeweis. Unternehmerisch, strategisch, konzeptionell und in Leistungsfeldern des gesamten Unternehmens – und seines Marketings in Kampagnen und Netzwerken. www.germany.travel/ueber-uns

> CORPORATE Publishing

10.13 Deutschlandtourismus im Fokus

DZT 360°

Lifestyle Hot
Nationalparks Spots
Gemütlichkeit Sport Shopping Events
Historic Highlights **Kultur** Familien
Natur Schlösser Spirituell
und Automobil
Geschäftsreisen Burgen Tradition
Nachhaltigkeit UNESCO Festivals
Gastlichkeit Ferienstraßen
Wein

TOP THEMA

Barrierefrei

Barrierefreier Tourismus in Deutschland

Tradition und Bräuche preiswürdig
Messen Gesundheit und Design
und Workshops Wellness **Aktiv**
Romantisches Kunst und Kultur
Deutschland Museen
Wandern und Erholung **Magic**
Radfahren Erholung **Cities**
Musik **Vielseitigkeit** jung
modern Kulinarik

Gefördert durch:



ReiseLand Deutschland
© Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Teilgrad eines Berichtes
des Deutschen Bundestages

Pressemagazin/Periodika, 44 Seiten, Deutsch

360 Grad Content Management. – Redaktionsarbeit und ein Gestaltungskonzept.
Die aktuellen Schwerpunktthemen in einem überzeugenden Medium zusammengefasst.
Corporate Publishing. Weil Periodika.

> CORPORATE Publishing

Stuttgart 21 Mannheim 125



Der Mannheimer Carl Benz hat das Auto erfunden:
Am 29. Januar 2011 jährt sich seine Patentanmeldung zum
125sten Mal. Wir verstehen nicht Bahnhof, aber Auto.

MANNHEIM²

Warum heißt es
wohl **Benzin**?



Carl Benz hat in Mannheim das Auto erfunden:
Am 29. Januar 2011 jährt sich seine Patentanmeldung
zum 125sten Mal.

MANNHEIM²

Das **ABC** für alle, die
kein hochdeutsch können:
Auto - Benz - Carl



Carl Benz hat in Mannheim das Auto erfunden:
Am 29. Januar 2011 jährt sich seine Patentanmeldung
zum 125sten Mal.

MANNHEIM²

Mannheim hat
Benz im Blut.



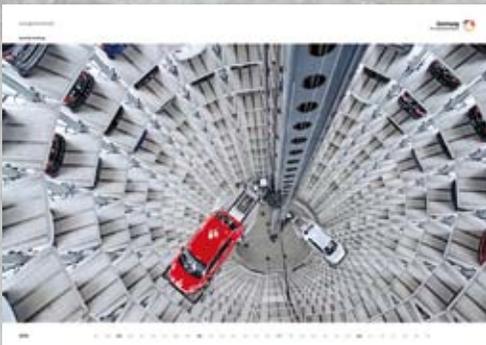
Carl Benz hat in Mannheim das Auto erfunden:
Am 29. Januar 2011 jährt sich seine Patentanmeldung
zum 125sten Mal.

MANNHEIM²

On the road in Germany Unterwegs in Deutschland



1886 2011



Lorem Ipsum dolor, piscing elit. Aenean commodo do ligula eget dolor Aenean massa.

125 Jahre Automobil, consectetur piscing elit. Aenean commodo do ligula eget dolor Aenean massa. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. www.mad-kommunikation.de



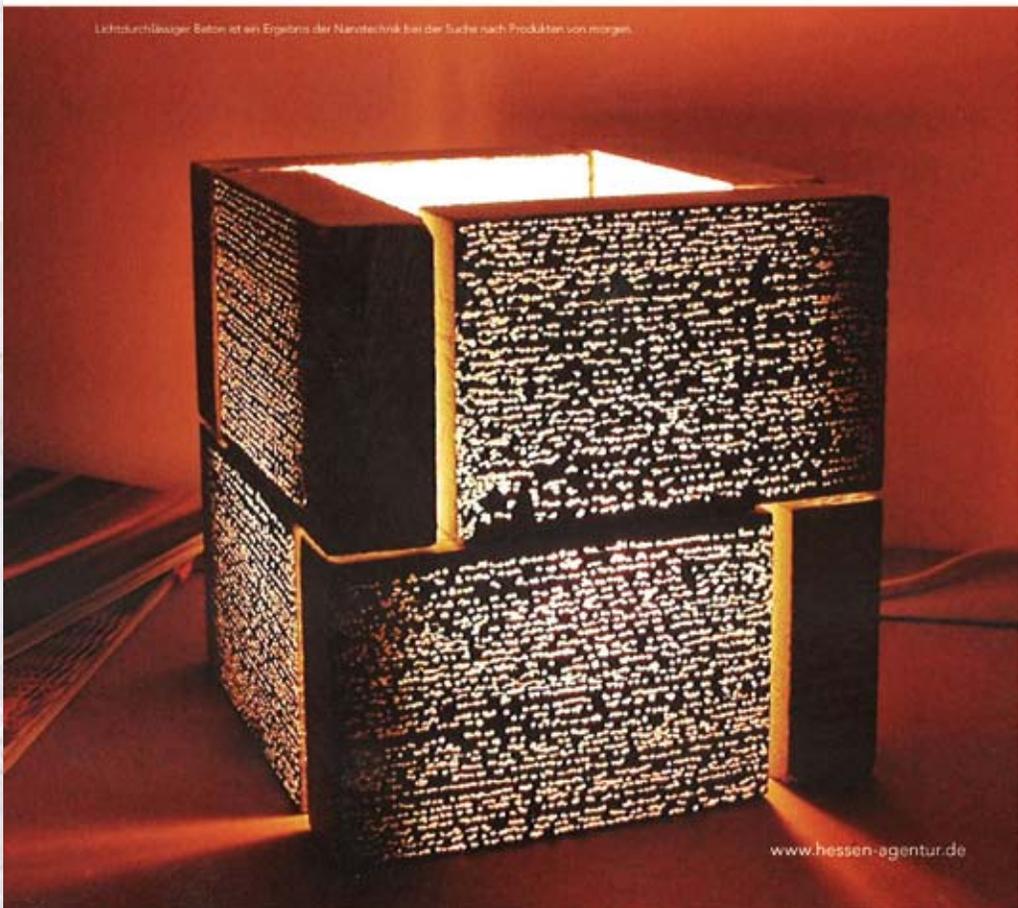
HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

Innovation = Tradition = Zukunft = Wachstum

Jahresbericht

Lichtdurchlässiger Beton ist ein Ergebnis der Nanotechnik bei der Suche nach Produkten von morgen.



www.hessen-agentur.de

Jahresbericht, 76 Seiten, Deutsch

Hessen auf einen Blick. Geschäftsbericht oder Leistungsbeschreibung.
Eine Standortbestimmung.

> CORPORATE Publishing





Imagebroschüre, 70 Seiten, Deutsch



iPhone App



ZukunftsAgentur Brandenburg. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. www.zab-brandenburg.de

> STANDORT Marketing

Great quality of life, with Berlin at the region's centre



Advantage Brandenburg



An enterprise inevitably especially happy with manufacturing



Advantage Brandenburg



Germany's most dynamic federal state three years in a row (2009-2011)



Advantage Brandenburg



Tagung und Entertainment auf höchstem Niveau

EUROPA PARK
CONFERTAINMENT

EUROPA PARK
CONFERTAINMENT

Confertainment-Broschüre / Unternehmensdarstellung, ca. 140 Seiten

What a wonderful world



Key-Visula / Messestand, Jahreskampagne



What a wonderful world!

Our mission is to be present when and where you need us, our passion is to deliver excellence that makes us leaders. From China to Lithuania, from Angola to Russia – our global reach is enabled by local insights and expertise. With innovative food concepts and a reliable service, we'll help increase your brand's reach – and make your customers' day better.

What a wonderful world indeed.

© 2012 LSG Sky Chefs | www.lsgskychefs.com


Print und Online, Jahreskampagne



ANNUAL REVIEW 2012
 Creativity changes perspectives



Geschäftsbericht



Culinary Excellence
that knows no borders.

Online-Marketing, Jahreskampagne

LSG Sky Chefs. Weltweit. Der Kunden mit der größten globalen Herausforderung. Service, Food und regionale Besonderheiten: diese Corporate Kampagne ist eine Darstellung von Vielseitigkeit, Differenzierung und von Sensibilität – für die Menschen vor Ort. Auf höchstem Niveau. Und bei bester Qualität. Es geht um das Essen! Und es ist Culinary Excellence.
www.mad-kommunikation/food.de

> CORPORATE Communication.



LSG Sky Chefs. Die Kalender. Seit 1999 – inzwischen 14 Stück – jedes Jahr eine neue Herausforderung. Weltweit vertrieben. Höchste Konzeptgenauigkeit. Die Bildsprache der Nuancen – aber immer der jeweilige Ausdruck als Positionierungskriterium und für die Kommunikations-Schwerpunkte der Institution. Als Grundlage für Adaptionen im Marketing ganzjährig und weltweit zu verwenden.

> CORPORATE Publishing



Kalender, eine Investition in eigene Identität



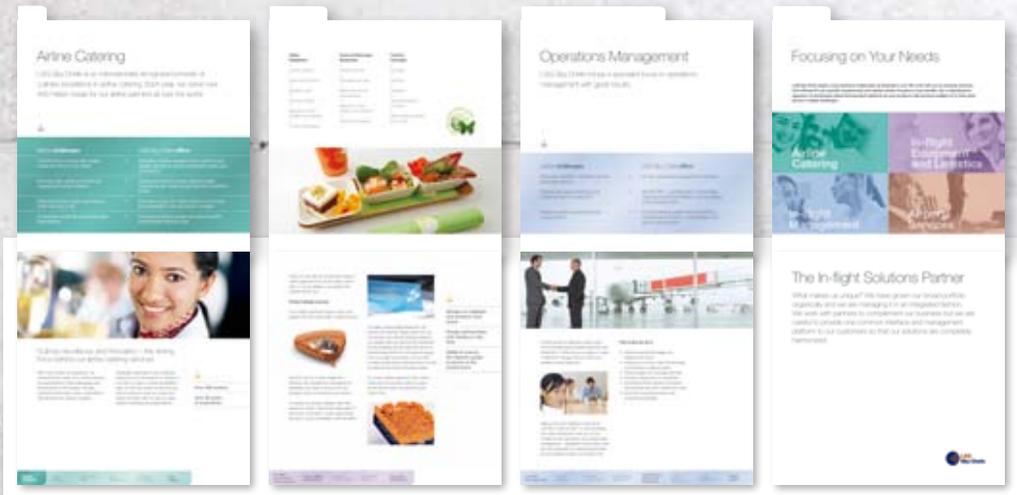
Kalender / Periodika – nicht nur ein schönes Produkt sondern auch als Sammlerstück begehrt



Portfolio / Unternehmenspräsentation, ganzheitlich, alle Leistungsfelder, 92 Seiten

LSG Sky Chefs. Eine Unternehmensdarstellung über sämtliche Leistungsfelder, unter Einbezug der Vielseitigkeit und Einzigartigkeit dieses weltweit agierenden Unternehmens.
www.mad-kommunikation.de

> UNTERNEHMENS DARSTELLUNG



Fully Integrated Services

Our services are fully integrated, covering all aspects of the in-flight service supply chain.

Today we are the world's leading provider of in-flight services, partnering with more than 300 airlines and operating from over 200 Customer Service Centers all over the world.

The one thing that all of our customers have in common is that they are all different. This is why we develop customized solutions for the specific needs of each of our airline partners.



Wir sind vernetzt – strategisch, kreativ und ganzheitlich. Darum reden wir oft und intensiv über Content-Management. Weil es schon von Bedeutung ist, dass wir zuerst denken, in Wort und Bild, und erst dann überlegen, welche Kanäle wir planen, organisieren und „bespielen“.

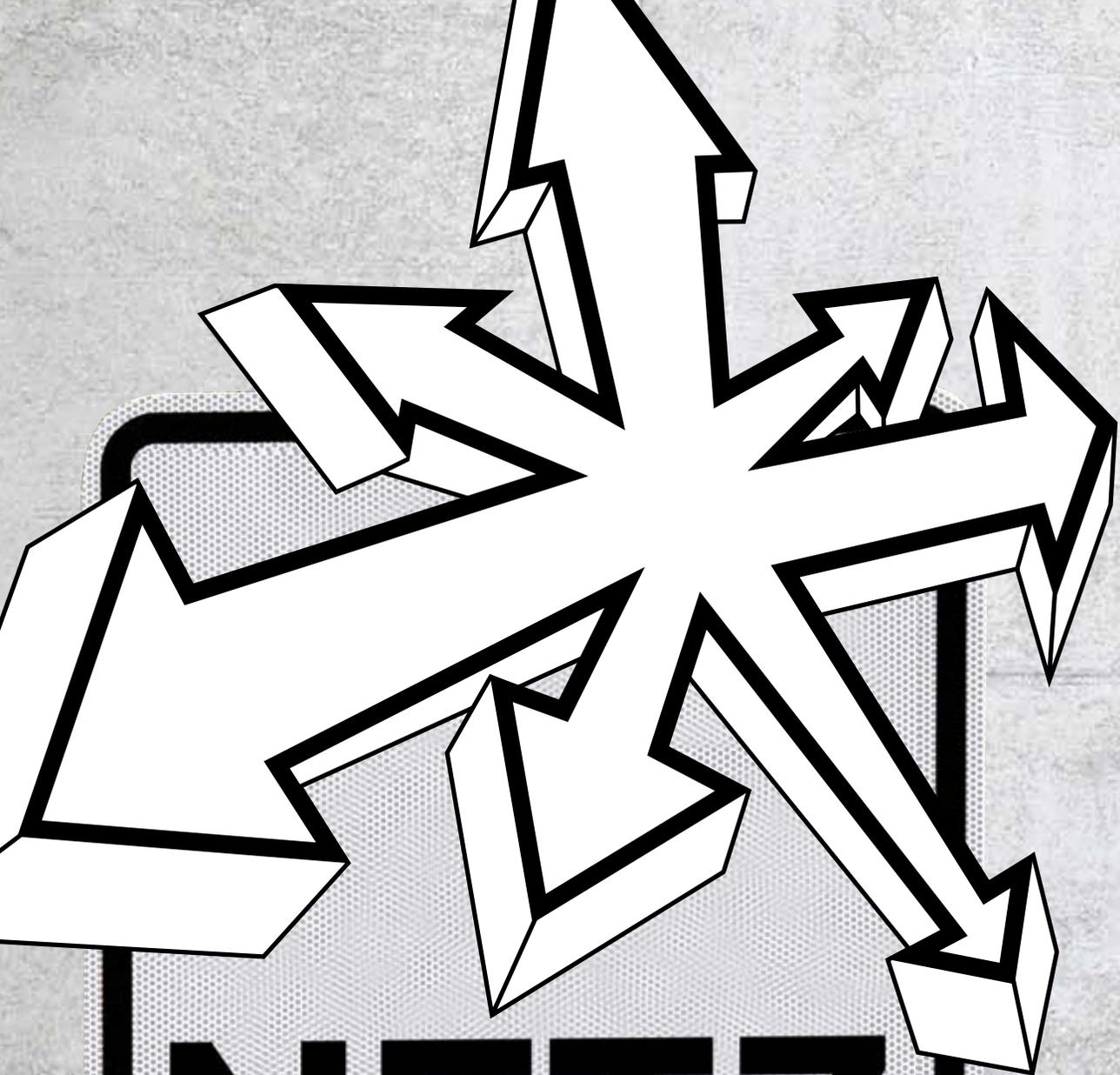
Unsere Kunden bestimmen dabei mit ihren Zielsetzungen welche Gewichtung im Media-Mix zwischen Online, Offline und Social-Media sinnvoll sind.

Miteinsatz und Mittelverwendung orientieren sich an den qualitativen und quantitativen Zielen, die wir als Leitlinie für unser Denken und Handeln wählen.

Immer zusammen mit dem Kunden. Nie als Selbstzweck.

Netzwerk und Partner: M.A.D. Kommunikation Rhein/Main und M.A.D. Public Relations Düsseldorf. Kreatives Supervising in Film, 3D, Funk und Bild. Um Fragen vorzubeugen: wir machen auch Apps.

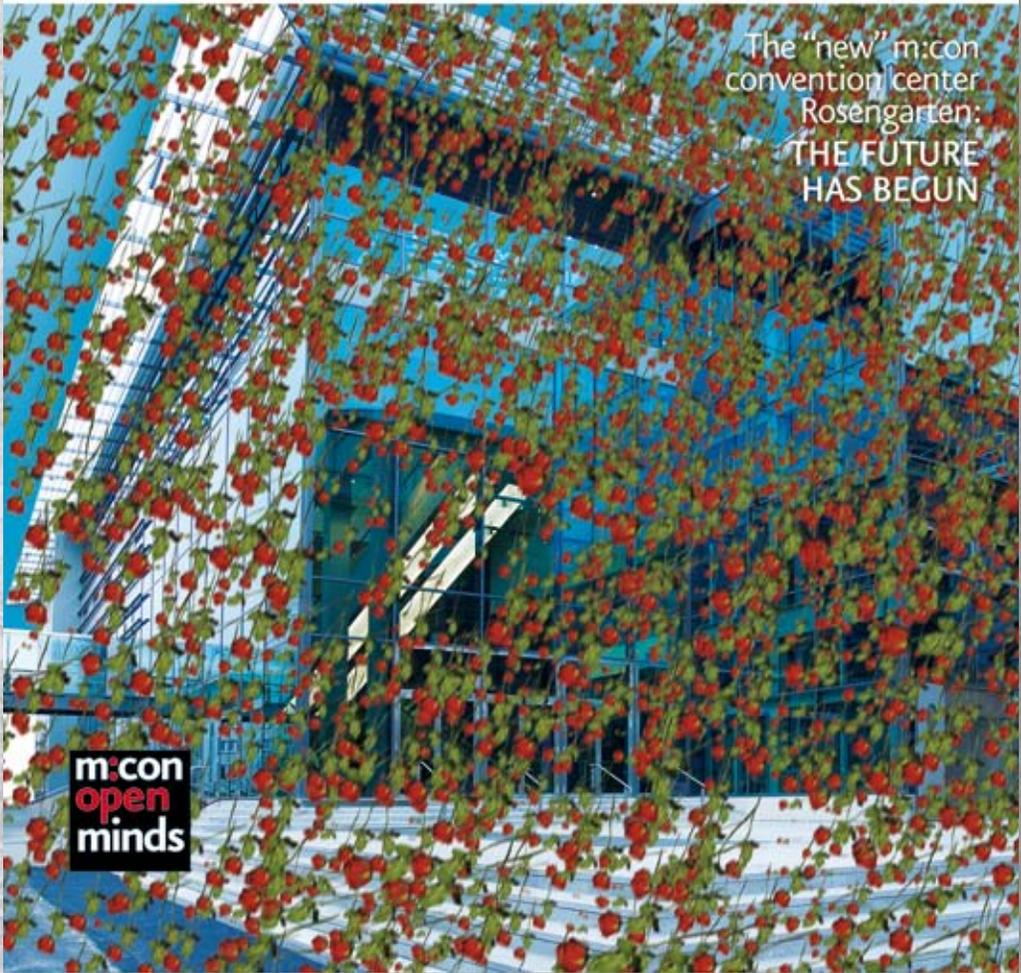
Media-Relations – für alle Fragen bei „Media“: Medien-Management. Und besonders zu berücksichtigen, die gesamte Leistungsbreite und -tiefe von Department-X. Interaktiv und Kreativ – auf jeden Fall fachkundig wenn es um die Realisation geht. Druckumsetzung und Realisation macht hier und heute: Hess & Co. GmbH Florian Bambuch. Danke für dieses Wunder. „WIR DENKEN MIT.“



**NETZ
WERK**

m:conVISIONS

ROSENGARTEN: Worldwide a Step Ahead Mannheim is the first convention center with a newly developed and innovative convention technology. **MARKET: 7.2 Million Convention Visitors on the Rhine and Neckar** A strategic partnership for a new convention destination. **METROPOLITAN REGION: Bundled Knowledge** What is necessary to repeat the success of businesses such as the software company SAP. **KNOWLEDGE: Emotions in Live Communications** How the customer wants to be "captured."



The "new" m:con convention center Rosengarten: **THE FUTURE HAS BEGUN**



Kundenmagazin / Corporate Publishing



Themen- und anlassbezogene Hefte, Deutsch. Sowie Englische Adaptionen für internationale Messen

www.mainz-tourismus.de

MAINZ

LEBENSLUST AM RHEIN

Gutenberg. Erfinder von Facebook.



Standort Kampagne, Außenwerbung / CityLight

Mainz: Deutschland hat echte Premiummarken. Das ist eine der ältesten: Gutenberg. Gutenberg ist Mainz. Und somit ein Stilmittel. Gutenberg und Facebook. Nur auf den ersten Blick verwirrend. Mainz als Standortfaktor: „Lebenslust am Rhein“.

> STANDORT Marketing

Congressmarketing: m:convisions. In 4 Jahren in insgesamt 15 Ausgaben. Diese Hefte sind besonders. Weil sie Positionierung und Haltung miteinander verbinden. Konzeptionell inhaltlich von einem Visionär geprägt, in der Struktur von einem kompetenten Redaktionsbeirat unterstützt und von einem mutigen Unternehmen seit 2006 realisiert. Eine Case-Study für Kongressmarketing und für die „Denkweise“ einer neuen Generation. MICE wird Standortmarketing und Wissens-Management.

> CORPORATE Publishing



autosymphonic Rückblick



autosymphonic Kampagne

125 Jahre Automobil in Mannheim

AUTOMOBILSOMMER
2011

autoSYMPHONIC

welturaufführung

der multimedia-sinfonie autosymphonic für großes orchester, 80 Automobile, Chor und Percussion
von Marios Joannou Elia (Komposition) und Horst Hamann (Inszenierung)

SWR sinfonieorchester

Baden-Baden und Freiburg,
SWR vokalensemble stuttgart, POPAKADEMIE Baden-Württemberg

söhne Mannheims

Ticket Hotline **0621 10 10 11**
www.autosymphonic.de



m:con

SWR

SWR >>



Mercedes-Benz

Söhne Mannheims

POPAKADEMIE

autosymphonic Plakat

Ereignisse die Geschichte sind. 125 Jahre Automobil. Erfunden in Mannheim. Inszeniert als Leuchtturmprojekt und verbindet als multi-mediales Großprojekt. Wir haben die Marke entwickelt, den Namen gemacht, das Erscheinungsbild und die (mediale) Vermarktung. Ein Event der besonderen Art und für unseren Kunden ein Leistungsbeweis seiner Beweglichkeit und Professionalität. Dieses Konzept hat Wellen geschlagen. Und wurde mit dem Adam & Eva Award ausgezeichnet (Wir haben nicht die inhaltliche Plattform für das Produkt entwickelt).

> EVENT-Marketing



ITB, Berlin / Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.



IMEX, Frankfurt / GCB

Messen! Messen kommt von „Kräfte messen“. Selbst in den modernsten Zeiten – trotz viraler Welten: die Begegnung von Menschen mit Menschen ist nur bedingt zu ersetzen. Messen sind Plattformen. Für Konzepte, Begegnungen und Auseinandersetzungen. Hier zeigt sich, was und wie man sich „messen“ will. Global ist hier ganz lokal. Vor Ort. Egal ob Berlin, Paris oder New York! Große Messen sind wie große Marken. Unverwechselbar. Als B2b oder B2C – in passendem Rahmen und Ambiente.

Beispielhaft: Die ITB, Berlin; die IMEX, Frankfurt; die IBTM, Barcelona; oder die bauma in München. (Messekonzepte und Messebau braucht eine Brücke: wir sind hier belastbar und erfahren). www.mad-kommunikation.de

> **MESSEN** Eventmarketing



IBTM, Barcelona / HCCE



IMEX, Frankfurt / m:con



bauma, München / Philipp Gruppe

PHILIPPGRUPPE
ALLES AUF EINEN BLICK
KATALOG
SERVICE PHILIPP-SHOPS NEWSROOM DIE PHILIPP GRUPPE KONTAKT

»Die Welt ist in Bewegung. Wir geben ihr Halt.«

JETZT NEU:
 BEWEGUNGSSTÄRKE
 FÜR PHILIPP SANDWICHKÄNER
 SYSTEM TYP SPA >

Sicherheit verbindet

ENTDECKEN SIE UNSERE LEISTUNGSSTÄRKE

- Transport- und Montagesysteme >
- Hydraulik und Pneumatik >
- Seil- und Hebetechnik >
- UVV-Prüf- und Reparaturservice >
- Planen und Konstruieren >
- Beratung, Service und Seminare >

- » Für Planungsbüros
- » Für Architekten
- » Für Fertigungs- und Baubetriebe
- » Für Maschinenbau und Stahlbau
- » Für Baumaschinenunternehmen und Speditionen

Die PHILIPP Gruppe

Traditionelle Werte und neue Ideale

40 Jahre PHILIPP Gruppe haben die Entwicklung unseres Familienunternehmens erfolgreich geprägt. Der Generationenwechsel gibt uns die Plattform für eine inhaltliche, strategische und kreative Weiterentwicklung, um auch für die Zukunft sicher aufgestellt zu sein.

Unser Leistungsprofil ist breitgefächert – es orientiert sich an den Menschen und am Markt. Ein hohes Maß an Service, individuelle Lösungen für unsere Kunden und unser umfangreiches Sortiment an Premiumprodukten sind die Grundlagen für unseren Erfolg.

Die Unternehmensgruppe PHILIPP ist ein mittelständiges Erfolgsunternehmen und ein verlässlicher Partner für die Zusammenarbeit mit den unterschiedlichsten Branchen. Wir denken international, wir sind Europäer und haben deutsche Wurzeln.

Sicherheit verbindet – das ist unser Credo.

AKTUELLES

Neueröffnung des PHILIPP Direktverkaufs nach Dänemark
 Bauma 2013: Vielen Dank für Ihren Besuch!
 Die PHILIPP Gruppe setzt auf RFID
 Drucklich: Neue Broschüren und praktische Helfer
 Zulassung für Sandwichplattenmarker (SPA)

TERMINE

Seminar: Grundlagen der Hydraulik 12.06. - 14.06.2013
 S. Betriebsanweisung Nord 18. - 20.09.2013

NEWSROOM >

»Die Welt ist in Bewegung. Wir geben ihr Halt.«

Lassen Sie sich von unserem Imagefilm inspirieren:
 »Die Welt ist in Bewegung. Wir geben ihr Halt.«

Erfahren Sie mehr in unserer Broschüre:
 Sicherheit verbindet – Die PHILIPP GRUPPE

Imagefilm ansehen

» Download Imagebroschüre

ANSPRECHPARTNER ZENTRALE

Silvia Fessler
 Tel. +49 (0)6021 4027-0
 Fax +49 (0)6021 4027-440
 E-Mail office@philipp-gruppe.com

Weitere Ansprechpartner >

KUNDENBEFRAGUNG

Helfen Sie uns täglich besser zu werden

Zum Umfrageformular >

Am häufigsten gesucht.

Fördern Heben

Helfen, Fördern, Sichern. Der Gesamtmarkt als eBook >

Diese Einzel-Kataloge können Sie hier als PDF herunterladen:

- » Anschlagketten
- » Anschlagpunkte
- » Textile Anschlagmittel
- » Hebetechnik
- » Hebezüge
- » Lastaufnahmemittel

Lassen Sie sich von uns Beraten. Rufen Sie an: **+49 (0)6021 4027-0**

Was können wir heute für Sie tun?

TRANSPORT- UND MONTAGESYSTEME

HYDRAULIK, PNEUMATIK UND AGGREGATBAU

ANSCHLAG-, HEBE-, VERZURR- UND SEILTECHNIK, SEILE

UVV-PRÜF- UND REPARATURSERVICE

PLANEN UND KONSTRUIEREN

BERATUNG, SERVICE UND SEMINARE

PHILIPP GRUPPE

- » Allgemeine Informationen
- » Kontakt bei PHILIPP

TRANSPORT UND MONTAGESYSTEME

- » Allgemeine Informationen
- » Produktübersicht
- » Dienstleistung
- » PHILIPP Software
- » Werkzeuge
- » Bauelemente

HYDRAULIK UND PNEUMATIK

- » Allgemeine Informationen
- » Produktübersicht
- » Aggregatbau
- » Zylinderbau
- » Planung und Service
- » Filterreinigung

SEIL- UND HEBETECHNIK

- » Allgemeine Informationen
- » Produktübersicht
- » Persönliche Serviceberatung
- » Spezialfälle

SERVICE

- » UVV-Prüf- und Reparaturservice
- » Service für den Bereich Hydraulik
- » Planung und Systembau
- » PHILIPP Seminare



Corporate Publishing / Messezeitung, 12 Seiten



PHILIPP Gruppe: „Von alten Werten und neuen Idealen“. Unternehmenskommunikation und -kultur mit einem aktualisierten Leitbild aber in der traditionellen Verlässlichkeit eines Familienunternehmens.



PHILIPP Gruppe. „Die Welt ist in Bewegung – wir geben ihr Halt“. Die Unternehmenswerte eines Familienunternehmens mit Tradition. Im Generationswechsel. Und mit dem Potenzial für die nächsten 40 Jahre. Neupositionierung und Neuordnung von Corporate und medialem Gesamtauftritt. Kernkompetenzen werden in drei Profit-Centern vermarktet. Darüber steht ein starkes (Unternehmens)-Dach und klare, berechenbare und zuverlässige Firmenphilosophie. „Vertrauen gibt Sicherheit“. www.philipp-gruppe.de

WIR.

DENI

MIT.

KEN.

M.A.D.
KOMMUNIKATION

Tourismus



Corporate



Standort



Marketing



Kongress



MICE



Mode



Catering



Marke



Food



**AM ANFANG
WAR DAS WORT**



Kultur



**Wir.
Die Agentur.**



Kunst



Ereignis



**IN
EIGENER
SACHE:**

**WWW.
MAD-KOMMUNIKATION.
DE**



Laffitte Image neue Bildsprache



Laffitte Lookbook

Laffitte – ehemals Pierre Laffitte. Wir haben das Ganze neu positioniert. Und sind dabei ein Stück des Weges – junge HaKa gegangen. Ein stolzes Konzept, ambitioniert. Die Nutzungsrechte und Copyrights dafür liegen bei uns. Und wir hüten diesen Schatz weil wir das Potenzial schätzen.

> MODE Marketing



laffitte,

collection fall winter 0809

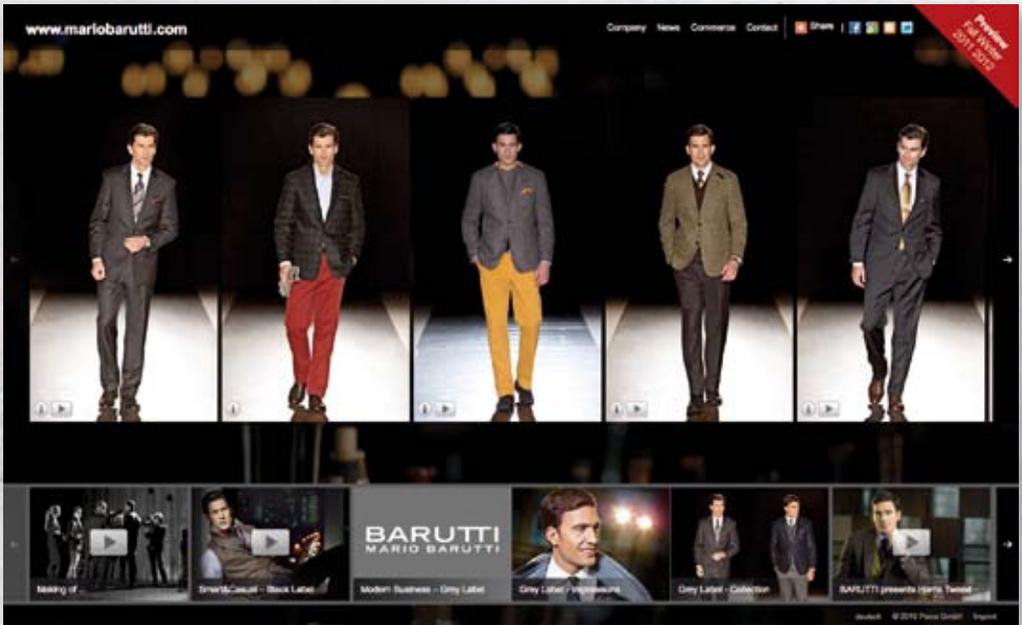
Laffitte Kampagne



Barutti Lookbook

BARUTTI. „wenn Bekleidung Mode wird“. Über 25 Jahre erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Bis 2012. „Wir sind stolz darauf“. Auch auf Masterhand. Die Menschen vor Ort sind und bleiben uns verbunden. (Wir waren in vielen Bereichen die Ersten und Vorreiter – medial in der TW; bewegt in Wort, Bild und im Internet (der bewegte Catwalk)). Wir haben eine Bildsprache entwickelt, die dem Unternehmensziel entsprochen hat; mit Gesichtern, die geprägt haben und uns und unserem Kunden Key-Accounts erschlossen haben. Vom No-Name zum kompetenten und leistungsfähigen Marktteilnehmer.

> **MODE Marketing**



Barutti Online, Kollektions-Struktur



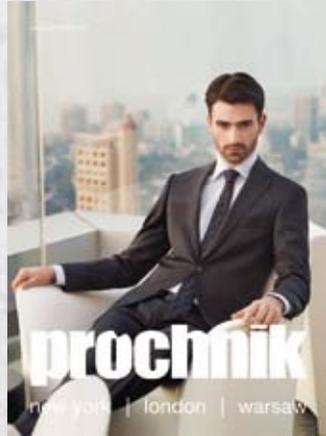
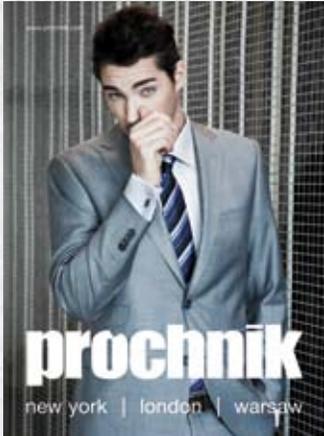
Barutti Instore



Barutti Instore



Barutti Instore



prochnik Kollektion



prochnik instore



prochnik online



prochnik fragrance



prochnik. Börsengehandelt. Premium. Vertikal (17 eigene Geschäfte; 12 Partner-Geschäfte) – Kernkompetenz Konfektion – Diversifikation, Fragrance.

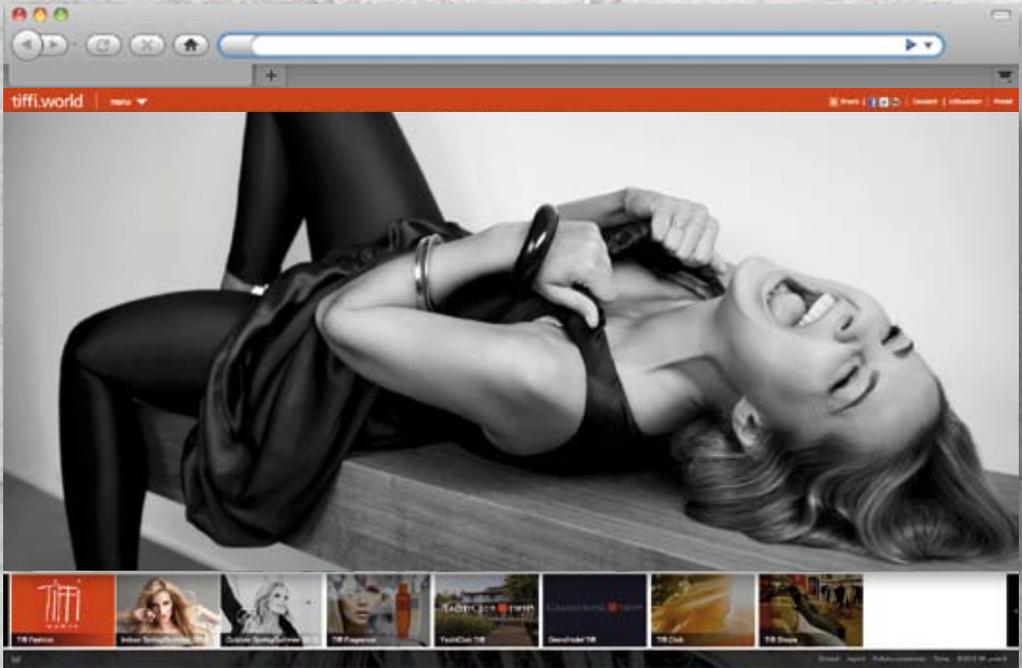
> MODE – und Unternehmensmarketing – Investor Relation



Tiffi Kampagne, Plakat

Tiffi (Fashion und Lifestyle) Group. Unsere Partner in Polen. Eine ganze Welt. Mode, Parfum, Accessoires und nun noch zwei Hotels. Ein Gruppenkonzept. Die Mode in 87 Geschäften – Vertikal. Die Kampagne ausgezeichnet. Das Konzept einmalig. Miss Costa Rica das eine Gesicht; eine landesweit berühmte Schauspielerin das andere. Wir haben hier freie Fahrt für Konzept und Inhalt.

> **MODE Marketing**



Tiffi Kampagne, Online



Tiffi Kampagne, Instore



Tiffi Diversifikation, Eau de Parfum



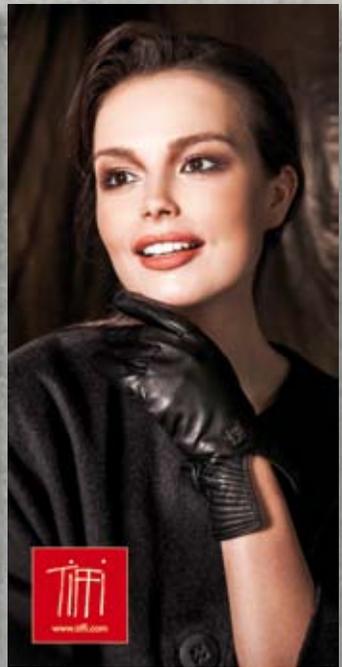
Tiffi Kampagne Fall/Winter 2013/2014, Poster

Tiffi. Kampagne. Die Weiterentwicklung und eine Dachmarkenstrategie.
Die Mode wird erwachsen, die Qualität sichtbar.

> MODE Marketing



Tiffi Kampagne Fall/Winter 2013/2014, Billboard



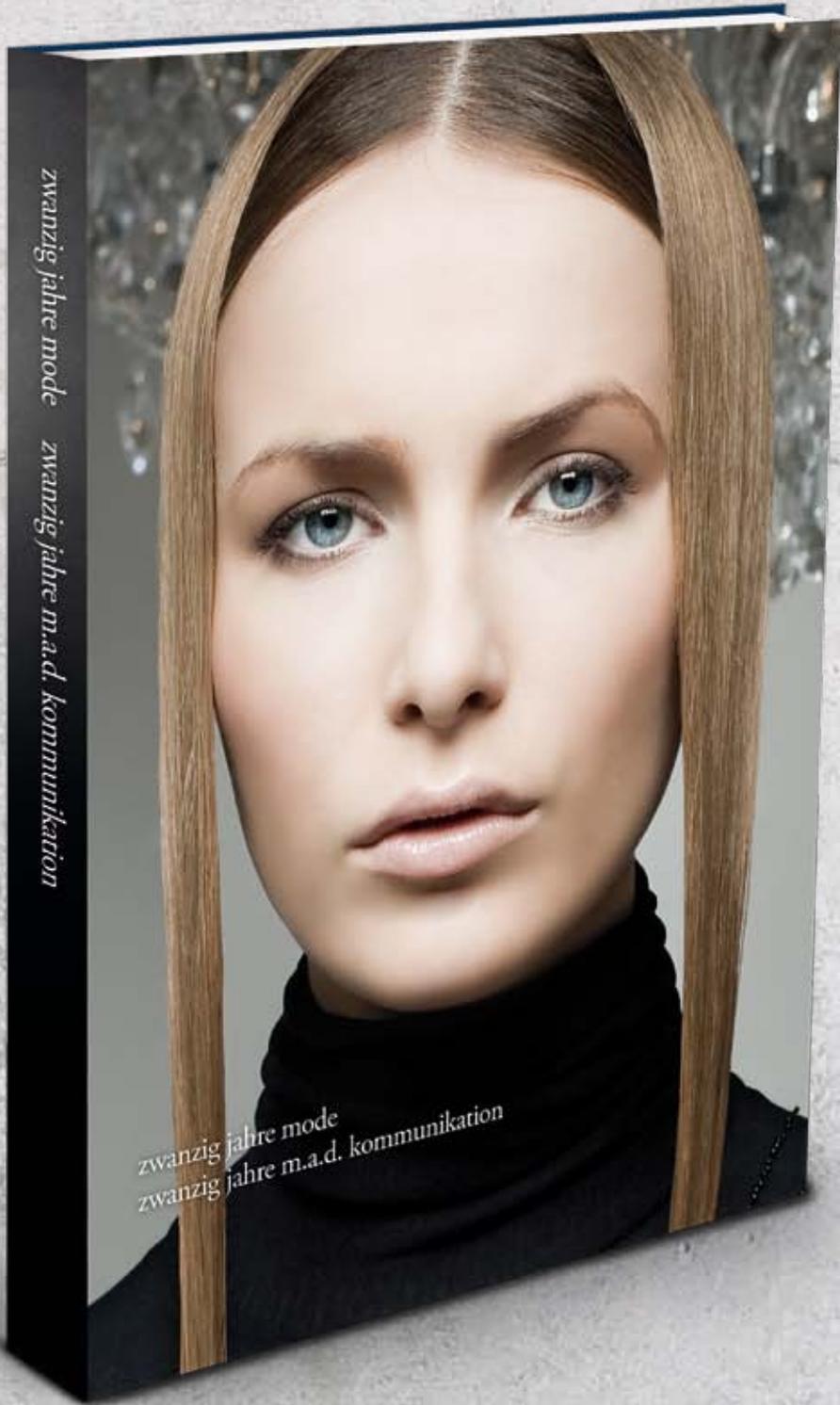
Tiffi Kampagne Fall/Winter 2013/2014, Instore Banner



All you need.



www.tiffi.com



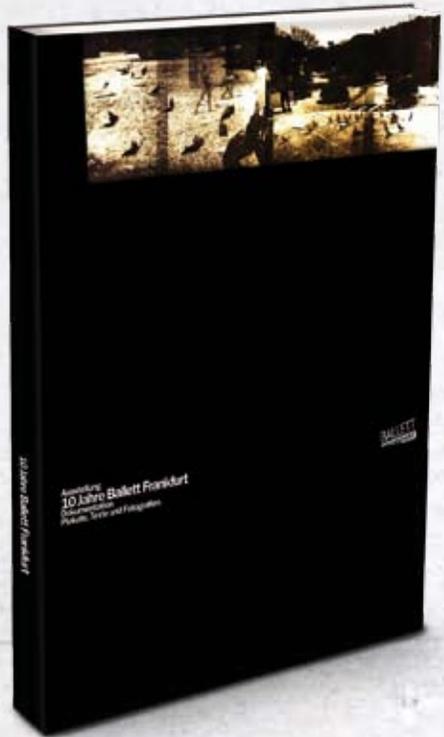
„20 Jahre Mode, Zwanzig Jahre M.A.D. Kommunikation“. Unsere eigene Dokumentation. Für unseren qualitativen Anspruch. Seitdem sind wir mit drei Onlinepreisen ausgezeichnet worden. Wir sind Online und Offline. Und haben den Generationswechsel bereits vollzogen: Die Zukunft ist „cool“.

> WIR. Die Agentur

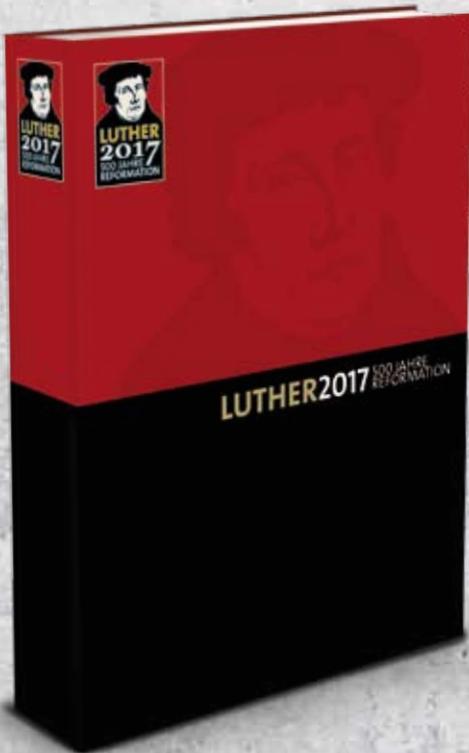


Oper Frankfurt (von 1990 - 2003)

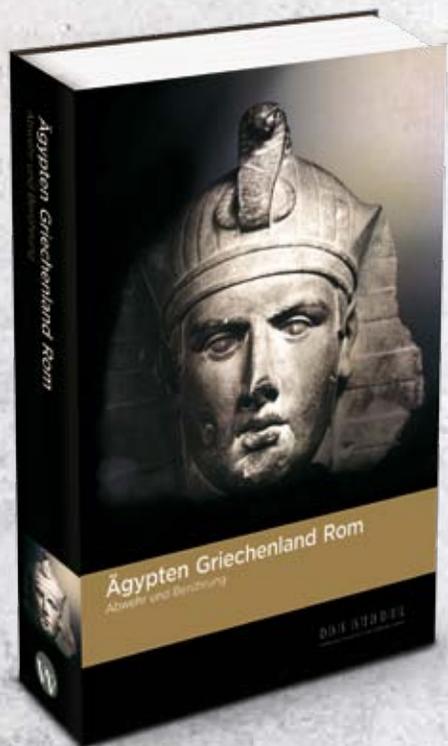
Eine beispielhafte Dokumentation:
Vom Brand des Hauses bis es wirklich
gebrannt hat.



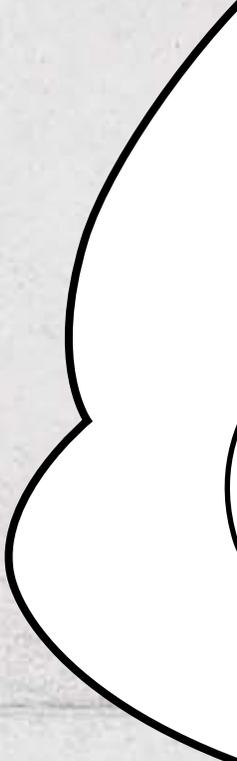
Frankfurter Ballett: Über zehn Jahre
und in der Gemeinsamkeit mit und von
visionären, kreativen Menschen auf allen
Seiten.



Die Lutherdekade 2017 – ein ausgezeich-
nete Arbeit für eine Dekade.
Im Wettbewerb gewonnen: Kultur, Standort-
und Tourismusmarketing – aber insbesondere
ein weiteres Premium-Markenbild aus
Deutschland für die Welt.



Städlel Museum. Begleitung zur Ausstellung.
Konzeptionell und medial. Umfangreich.
Kraftvolle Bilder und ein strammes
Corporate Design
(ein Einzelprojekt der Agentur)



M.A.D.
KOMMUNIKATION

Konzeption, Beratung,
Strategie, Markenführung
Markenentwicklung, Cor-
porate Design, Corporate
Communication, Corporate
Publishing, Foto- und Film
produktion, On- und Offline
Social Media



reddot design award
winner 2011



„Nicht mit fremden Federn schmücken...“ **Diese Preise gehören unseren Kunden.**

Wir sind zufrieden, dass es gelungen ist „Preise“ zu gewinnen.

reddot (2011) und German Design Award 2013 für creative-germany.de

PATA GOLD AWARD (2012) für die DZT in Asien und für germany.travel.

Den Preisträgern und der Jury sei Dank.

VERBINDUNG.

www.mad-kommunikation.de

M.A.D. Kommunikation

Frankfurter Straße 121
63067 Offenbach am Main

+49 69 82998 - 0

verbindung@mad-kommunikation.de

M.A.D. Public Relations

Fritz-Vomfelde-Straße 34
40547 Düsseldorf

+49 211 53883425

pr@mad-kommunikation.de