

INHALT

VORWORT	8
INTRODUCTION	
 GRUNDLAGEN UND TRENDS	 10
BASICS AND TRENDS	
 Einleitung	 11
Introduction	
Historie – Marke und Produkt im wirtschaftlichen Kontext	12
History – brand and product in an economic context	
International	18
International	
Wirtschaftlicher Kontext – Transformationsprozesse	21
Economic context – processes of change and transformation	
Wertschöpfung/Geldwert – Räume als Strategie	23
Adding value/monetary value – spaces as a strategic element	
Sozialer Anspruch, humanzentrierter Ansatz	26
Social requirements, a human-centric approach	
Trend – „jumping someone else's train"	31
Trends – "jumping someone else's train"	
IT	36
IT	
Neuropsychologisches Marketing	39
Neuropsychological marketing	
Corporate Paradise – Gefühl und Atmosphären, gefühlte Aufmerksamkeit	42
Corporate paradise – feelings and atmospheres, emotional awareness	
Multisensorisch	46
Multi-sensory	
 KOMPONENTEN UND PLANUNG	 50
COMPONENTS AND PLANNING	
 Einleitung	 51
Introduction	
Olfaktorisches und Corporate Smell	52
The olfactory and corporate smell	
Akustisch – Corporate Sound	55
Acoustics – Corporate sound	

Haptisch – Corporate Tactile	59
Haptic – Corporate tactile	
Materialien und Produkte	61
Materials and products	
Corporate Colour – mehr als hell und freundlich	67
Corporate colour – more than light and welcoming	
Corporate Typografie – in der dritten Dimension	70
Corporate typography – in the third dimension	
Corporate Light – Raum, Zeit	73
Corporate light – space, time	
Optische Störfaktoren	79
Visual interference factors	
Räume	80
Spaces	
Nachhaltigkeit	84
Sustainability	
Bauen im Bestand – Innenarchitektur total	88
Building within existing buildings – total interior architecture	
Einengende Rahmenbedingungen, Vorschriften etc.	93
Restrictive conditions, regulations etc.	
Von der Darstellung zur Realisierung	96
From the representation of spaces to their realisation	
Exkurs: „Corporate Toilets“ von Christof Hindermann	100
Excuse: “Corporate toilets” by Christof Hindermann	
BEISPIELE	110
EXAMPLES	
Creative	
Spicebox Office, Tokyo – Nendo	112
Face to Face office, Singapore – Ministry of Design	114
Bicom Communications, Montréal – Jean de Lessard, Designers Créatifs	116
Syzygy office, Frankfurt a. M. – 3deluxe	118
DDC Club office, Frankfurt a. M. – Studio Wagner Design	120
Leo Burnett office, Singapore – Ministry of Design	122
Ideenbotschaft Grey G2 Group, Dusseldorf – two_Claudia de Bruyn,	124
Cossmann_Jacobitz Architekten – Uta Cossmann	
Jung von Matt/Neckar, Stuttgart – Bottega + Ehrhardt	126
Office classic	
SOHO glass office, Shanghai – AIM Architecture	128
F&S solar concept, Euskirchen – 100% interior	130
Adidas Laces, Herzogenaurach – büro uebele visuelle kommunikation	132
Munich RE, Auckland – Stack Interiors	134
Sana Kliniken headquarters, Ismaning near Munich – 100% interior	136
Breuninger headquarters, Stuttgart – Behnisch Architekten	138