

Inhalt

9 Die Imagebroschüre. Ein Ideal und seine gedruckte Form

- 9 Herkunft
- 10 Funktion

15 Das Image. Ein Exkurs in die Theorie

- 15 Ein Hohelied auf die Imagebroschüre
- 17 Das Image
- 19 Der Zweck von Imagebroschüren
- 24 Das Potenzial einer Imagebroschüre

29 Der Konzeptionsprozess. Eine Frage des Systems

- 29 Bedarf und Anlass
- 31 Prozessbestandteile
- 32 Profilfindung
- 34 Botschaft
- 35 Wege zur Grundidee
- 38 Inhalt
- 41 Umfang und Größe
- 44 Übersicht Grundbestandteile

49 Die Herstellungsphase. Eine Idee in der Umsetzung

- 49 Ablauf und Zeitplanung
- 53 Der Text
- 55 Essay: Imagebroschüren-Leser sind auch Menschen.
Was Unternehmenssprache kann und soll, von Bettina Borchardt
- 64 Ausgewählte Textelemente und ihr Potenzial
- 66 Der externe Blick
- 69 Essay: Bessere Imagetexte.
Ein Plädoyer für journalistisches Handwerkszeug, von Antonia Rötger
- 77 Mehrsprachigkeit

- 77 Das Layout
- 81 Essay: Entschieden anders.
Die Imagebroschüre im Spannungsfeld zwischen Alltagsdesign
und Anspruch, von Georg Engels
- 100 Die Bildsprache
- 106 Druck und Bindung

127 Wirkungskontrolle. Ein Ziel wird erreicht

- 128 Planungshilfe
- 131 Auswahl Evaluationsmethoden

137 Green Publishing. Ein wirkungsvoller Aspekt

- 139 Handlungsansatz für eine nachhaltige Kommunikation
- 140 Ressourcenschonende Broschürenproduktion
- 141 Handlungsempfehlungen
- 146 Auswahl empfehlenswerter Zertifikate

151 Zur Zukunft von Imagepublikationen. Das Miteinander der Formen

159 Anhang

- 159 Über die Autorinnen und Autoren
- 160 Danksagung
- 160 Publikationsnachweis