

CORPORATE MEMORY

Differenzierung: Das Corporate Image ist die DNA eines Unternehmens, das Corporate Design sein Fingerabdruck. Und dennoch: Die Auftritte der Unternehmen sehen sich immer mehr zum Verwechseln ähnlich und erfüllen ihren Zweck nicht mehr – nämlich den zu differenzieren. Jung von Matt/Limmat hat 18 Internetauftritte von 18 renommierten Unternehmen auf spielerische Weise porträtiert. Welcher Auftritt gehört zu welchem Absender? Eine knifflige Aufgabe.



Grösstmöglicher Nutzen auf kleinstmöglichem Raum lautet die Maxime in der Schweiz. So präsentiert sich auch Jung von Matt/Limmat. Die Agentur wurde 1993 gegründet und ist ein voll integrierter Think-Tank. Unter einem Dach arbeiten hier vier Kommunikationsdisziplinen Hand in Hand: Werbung, Public Relations, interaktive Medien und Dialogmarketing. Mit 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betreut Jung von Matt/Limmat Kunden wie Avia, Bank Julius Bär, Bluewin, BMW, MINI, Bucherer, HandelsZeitung, HUG, Interpharma, Keystone, Panasonic, Piaggio/Vespa, Rivella International, SBB, SWISS, Tages-Anzeiger oder Unidrink. Jung von Matt/Limmat ist Teil der Jung-von-Matt-Gruppe, die mit insgesamt elf Agenturen im ganzen deutschsprachigen Raum aufgestellt ist. Alle Jung-von-Matt-Agenturen behaupten in den Kreativ-Rankings ihrer Heimmärkte eine Top-drei-Position.



corporate memory

©2006 by Jung von Matt/Limmat AG

Inhalt

18 Karten mit Internetseiten
18 Karten mit Logos

Idee des Spiels

Von den Internetseiten bedeutender Unternehmen wurden Logos und Firmennamen entfernt.

Ziel des Spiels

Gewinner ist, wer die passenden Unternehmen zu den meisten Internetseiten gefunden hat.

Spielvariante

Gleiche Elemente bilden ein Paar. Statt einem Logo kann deshalb eine Internetseite auch jeder anderen Internetseite zugeordnet werden.



