

EDITORIAL WILLKOMMEN



Kaum zu glauben - wie die letzten 10 Jahre des neuen Jahrtausends im Düsентempo vorbeigerauscht sind.

Im Jahr 2000 reifte der Entschluss zur Gründung einer neuen Agentur mit einem befreundeten Multimedianoer, im Frühjahr 2001 ging's dann los, mit viel Elan und neuen Kunden. Nach 10 Jahren kann ich sagen, dass unsere Entscheidung richtig war. Wir sind nach wie vor mit großem Eifer und Spaß bei der Sache.

Egal, ob Sie eine kleine Broschüre oder eine komplette Kommunikationskampagne benötigen: Wir sind Ihr Partner. Zu allererst geht es um das Marketing, darum, einige wichtige Fragen zu klären, bevor es an die Umsetzung von Werbemaßnahmen geht: Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden? Welche Medien sind dafür geeignet? Welche Ziele werden verfolgt? Welche Botschaften sollen kommuniziert werden? Wie verhalten sich die Mitbewerber? Wir helfen Ihnen bei der Lösung dieser Fragen.

Wir entwickeln und gestalten Corporate Design- und Kommunikationskonzepte in allen Bereichen der visuellen Kommunikation. Wir stehen Ihnen mit Leidenschaft immernoch zur Seite. So gesehen hat sich eigentlich nicht viel verändert.

Wir freuen uns auf Sie, Ihr Harald Konstantinos Sianos

INHALT

- S 04** OLD SORREL WESTERN SPORTS
- S 08** FCA - CORPORATE DESIGN
- S 12** NEUE SZENE - REDESIGN
- S 14** FCA MERCHANDISING
- S 18** STADT GERSTHOFEN
- S 20** STADIONKURIER AUGSBURG
- S 24** ADRIAEN DE VRIES
- S 26** MEHR MUSIK AUGSBURG
- S 28** CORINNA SCHUMACHER
- S 30** THOMMI KLEIN - OSTEOPATHIE
- S 32** DIE DRITTE DIMENSION
- S 34** SHORTCUTS
- S 36** TESTIMONIALS
- S 38** REFERENZEN
- S 38** IMPRESSUM

**MARKT
FÜHRER
2011**

1

OS.WESTERN SPORTS APPAREL
ENDURABLE GARMENTS **SINCE 2000**

AUTHENTISCHER GEHT 'S NICHT

MARKENENTWICKLUNG VON DER SKIZZE ZUR MODEKOLLEKTION



WIE EIN UNTERNEHMEN AUS WELDEN MARKTFÜHRER IN EUROPA WERDEN KONNTE

In Augsburg ist eine Modemarke ansässig, die führend in Europa ist und kurz vor dem Sprung über den großen Teich steht: Das Modelabel „OS Westernsports Apparel“ von Thomas Ehrenreich und Harald Sianos kleidet Westernreiter auf dem ganzen Kontinent ein und setzt gerade dazu an, den amerikanischen Markt zu erobern.

Die beiden Labelmacher sind selbst passionierte Westernreiter und gründeten die Marke 1999. Namensgeber war der legendäre Hengst „Old Sorrel“, Urvater der modernen „American Quarter Horses“, der zahlenmäßig größten Pferderasse der Welt. Thomas Ehrenreich ist erfolgreicher Züchter und selbst Besitzer eines Derbychampions, authentischer geht es also kaum noch.

„Ich bin seit vielen Jahren auf Reitturnieren unterwegs und mir ist aufgefallen, dass die Reiter nur uniformierte Kleidung ohne modische Aspekte tragen - das wollten wir ändern“, so Ehrenreich.

„OS Westernsports Apparel“ verbindet Funktion und Style in vorbildlicher Weise, kann also in der Freizeit genauso getragen werden wie beim Sport. Die beiden Macher legen größten Wert auf hohe Qualität und produzieren ihre Modelle ausschließlich in exklusiven Kleinauflagen.

Bekannteste Kunden sind der Formel-Eins-Weltmeister Michael Schumacher und seine Frau Corinna, die bereits zum zweiten Mal eine eigene Kollektion für ihr Turnier in der Schweiz in Auftrag gegeben hat. Dazu kommen die unzähligen Westernreiter von Schweden bis Israel und von Frankreich bis Polen. Und bald dürften viele reitsportbegeisterte US-Amerikaner dazustoßen. Turnier- und Messebesucher aus Übersee sind jetzt schon Stammkunden. Mit Don Leson, einem der bekanntesten Sattlerhersteller in den USA, wurde bereits eine eigene Kollektion kreiert.







OUR AUTHENTIC BRANDS



2

2



ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT



MARKENENTWICKLUNG

TRADITION UND MODERNE VEREINT IN EINEM NEUEN ERSCHENUNGSBILD

WIE MAN EINEM FUSSBALLVEREIN EIN NEUES OUTFIT VERPASST?



Angeichts der aktuellen Fußballeuphorie in der Fuggerstadt ist es nur schwer vorstellbar, dass der FC Augsburg noch vor zehn Jahren in der Bayernliga vor dreihundert Zuschauern gegen Mannschaften wie den TSV Aindling und Falke Markt Schwaben antreten musste.

Nach dem Zwangsabstieg des früheren Clubs von Idolen wie Helmut Haller und Bernd Schuster tummelten sich Anfang des Jahrtausends nur noch ein paar wirklich eingefleischte Fans im altehrwürdigen Rosenau-stadion.

Darunter auch Harald Sianos, der als Designprofi vom Erscheinungsbild des Vereins nicht begeistert war. Vor allem das Logo war ihm als Augsburger ein Dorn im Auge, erinnerte das runde Erkennungszeichen doch frappierend an den Branchenprimus in der Landeshauptstadt, den FC Bayern München. So entstand die Idee zum Redesign der Traditionsmarke. Als Basis wurde das alte Logo, das in Fankreisen noch immer Kultstatus besaß, überarbeitet und das Gründungsjahr

1907 als fester Bestandteil integriert - Jahre bevor die TSG Hoffenheim und zahlreiche weitere Clubs dieselbe Idee hatten. Es wurden neue Schriften und Farben für alle Bereiche verbindlich definiert.

Seinerzeit waren die Wege beim FCA noch denkbar kurz und die Vereinsführung zeigte sich begeistert von der professionellen Initiative aus dem Fanblock. Zur großen Freude der leidgeprüften Anhänger des Clubs erstrahlte bald das geliebte und schmerzlich vermisste alte Logo im neuen Glanz und setzte ein erstes Zeichen in Richtung einer positiven Zukunft.

Seither prangt das von designbuero 7 wiederbelebte, traditionsbewusste Logo mit der Augsburger Zirbelnuss auf allen Printprodukten in der Geschäftsausstattung des Clubs, vom Briefpapier über die Eintrittskarten bis zu den Werbeauftritten.



FC Augsburg: Colors



Print

Red
Pantone Nr 1797

Green
Pantone Nr 349

Yellow
Pantone Nr 116

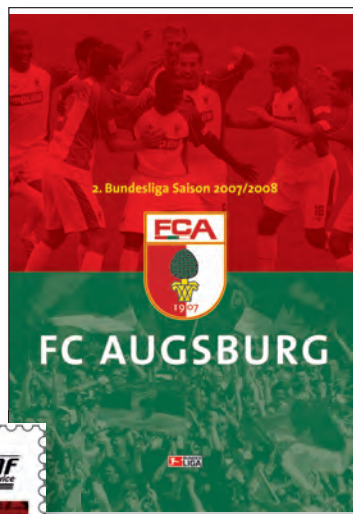
Black

White

Designbüro 7
Am Kottenweid 18
D-86152 Augsburg

FC Augsburg
Spielweg Saison 07
Datum: 05.02.06

Zum Aufstieg des FCA in die zweite Bundesliga in der Saison 2006/07 erschien eine Sondermarke des privaten Postanbieters LMF – entworfen natürlich von designbuero 7.





3

MODERN

3

DAS STADTMAGAZIN FÜR AUGSBURG UND UMGEBUNG
***neue szene**
 augsburg

21. JAHRGANG 04/11
 KOSTENLOS



20 JAHRE NEUE SZENE
DIE PARTY!
08. + 09.04. KESSELHAUS

DAS STADTMAGAZIN FÜR AUGSBURG UND UMGEBUNG
***neue szene**
 augsburg

DAS STADTMAGAZIN FÜR AUGSBURG UND UMGEBUNG
***neue szene**
 augsburg

DAS STADTMAGAZIN FÜR AUGSBURG UND UMGEBUNG
***neue szene**
 augsburg

DAS STADTMAGAZIN FÜR AUGSBURG UND UMGEBUNG
***neue szene**
 augsburg

UND VOR ALLEM SCHLICHT

REDESIGN

ÜBERSICHTLICHKEIT UND BENUTZERFREUNDLICHKEIT

DAS AUGSBURGER STADTMAGAZIN NEUE SZENE FEIERT 20-JÄHRIGES JUBILÄUM



neue
szene
AUGSBURG

Das Augsburger Stadtmagazin „Neue Szene“ feierte im April 2011 sein 20. Jubiläum. Rund zehn Jahre länger dabei ist Harald Sianos. Schon während seiner Ausbildung an Fachoberschule und Hochschule arbeitete er für das Blatt, das damals noch schlicht „Szene“ hieß, und lernte hier das Handwerk von der Pike auf. Seit Anfang der Achtziger ist er am Erscheinungsbild beteiligt, die Zusammenarbeit mit Journalisten, Textern und Fotografen ist für Sianos tägliches Brot und ein Stützpfeiler seines weitverzweigten Netzwerkes, auf das er auch für eigene Aufträge jederzeit zurückgreifen kann.

Zum Jubiläumsjahr 2011 stand bei der Neuen Szene ein Layout-Relaunch ins Haus und natürlich war ihr dienstältester Mitarbeiter beteiligt. Der kniffligste Teil der Arbeit: Ein neues Logo sollte das - ebenfalls von Sianos entwickelte - altgediente Erkennungsmerkmal der Neuen Szene ersetzen. Die Zielsetzung war klar: „Wir wollten etwas Zeitloses, das auch die nächsten zehn Jahre hält“, so Sianos. Und so griff er auf seine bewähr-

ten Leitlinien zurück: „Ich gehe immer vom Marketing und den Grundüberlegungen aus: Für wen steht das Design? Wer ist die Zielgruppe? Was wollen wir aussagen, wen ansprechen?“

Das Ergebnis ist ein frisches, schlichtes Erscheinungsbild, das modern und zeitlos zugleich ist. Mit angenehm zurückhaltendem Design werden Text, Fotos und Grafiken in den richtigen, optisch ansprechenden und gut lesbaren Zusammenhang gesetzt. Auf die nächsten 20 Jahre!



KLEIDER MACHEN LEUTE

MARKENENTWICKLUNG & VERTRIEB

WIEDERBELEBUNG DES MERCHANDISINGBEREICHS

WIE MAN EINEM FUSSBALLVEREIN EIN NEUES OUTFIT VERPASST?



Zu der Zeit, als das designbuero 7 erste Schritte einleitete, den FC Augsburg optisch wieder auf Vordermann zu bringen, war der Fanartikelstand im Augsburger Rosenaustadion eine traurige Hütte von der Größe einer geräumigen Telefonzelle. Beliebter Freizeitsport der Anhänger war damals die Jagd nach alten Trikots und Fanutensilien aus besseren Tagen, die aktuelle „Kollektion“ beschränkte sich größtenteils auf ein paar Artikel mit dem runden „Übergangslogo“.

Auf Anfrage des Vereins stürzten sich Harald Sianos und sein Team neben der Entwicklung des neuen Corporate Designs auch in die Wiederbelebung des nahezu brachliegenden Merchandisingbereichs. Trotz bereits gesammelten Erfahrungen in der Modebranche beim kalifornischen Label „No Fear“ und der Westernsportmarke „OS Western Sports Apparel“ war der Vertrieb für die Designagentur komplettes Neuland. Der Rückgriff auf bestehende Infrastrukturen war nahezu unmöglich und so mancher Branchenkenner schüttelte

den Kopf über das Engagement der frischgebackenen Fanausstatter.

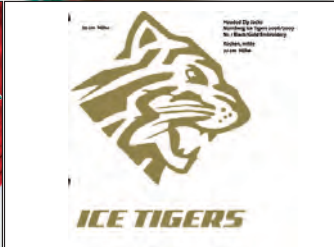
Doch der Erfolg gab ihnen Recht. Aus dem Kind der Jungfrau wurden schnell über 90 Fanartikel, die designbuero 7 nach unzähligen arbeitsreichen Tagen und Nächten anbieten konnte. So hielten die Vereinsfarben bald wieder Einzug ins Stadtbild.

Eine respektable Leistung, die sich schnell in der Branche herumsprach. In der Folgezeit entwickelte und produzierte designbuero 7 Kollektionen für die Augsburger Panther, den SSV Ulm und die Nürnberg Ice Tigers. Und natürlich durfte ein speziell entworfenes T-Shirt zum Europameistertitel der griechischen Nationalmannschaft im Jahr 2004 nicht fehlen!



In den letzten Jahren entwickelte designbuero 7 auch Kollektionen für die Augsburger Panther, den SSV Ulm und die Nürnberg Ice Tigers.

Weitere Linien u.a. für Don Leson Saddles U.S.A., Americana oder Corinna Schumacher







5

VORBILDICHE KULTUR ARBEIT

GRAFIKDESIGN
KULTURAMT GERSTHOFEN

REDESIGN FÜR DAS PROGRAMMHEFT DER STADTHALLE GERSTHOFEN



Die Stadthalle Gersthofen ist seit Jahren bekannt für vorbildliche Kulturarbeit. Im Augsburger Norden wird anspruchsvoll und vielseitig der Kulturauftrag einer Kommune verwirklicht, ohne den Bezug zur Realität zu verlieren und dem geplagten Stadtsäckel auch noch ein leeres Haus aufzubürden. Klassische und populäre Konzerte, Kinder- und Erwachsenentheater, Kabarett, Tanz, Ausstellungen, Galas und feierliche Bälle - das Repertoire und die Fülle der Veranstaltungen genügen sämtlichen wirtschaftlichen und kulturellen Ansprüchen einer modernen Veranstaltungs-Location und gehen weit über das übliche Stadthallenprogramm hinaus. Der beste Beweis dafür sind die Kooperationen mit dem Philharmonischen Orchester Augsburg, das nach dem renovierungsbedingten Wegfall der Kongresshalle in Gersthofen einen mehr als adäquaten Ersatz gefunden

hat. Einen weiteren Adelsschlag erhielt die Stadthalle durch den Besuch von Weltstar Ute Lemper im Rahmen des Brechtfestivals im Frühjahr 2011.

Den Spagat zwischen Hochkultur und Unterhaltung, zwischen Kulturauftrag und Sparzwängen, bewerkstelligt der verantwortliche Kulturreferent Helmut Gieber mit fachlicher Kompetenz, Begeisterung und kaufmännischem Sachverstand. Damit ist er der ideale Partner für das designbuero 7. Die Augsburger Agentur zeichnet seit 2006 verantwortlich für das Programmheft der Stadthalle Gersthofen und arbeitet auch in anderen Bereichen erfolgreich mit dem Kulturamt der jungen Stadt zusammen, u.a. beim Ballonmuseum. Nach der Zusammenarbeit mit der Stadt Augsburg und der Stadt Rain ist Gersthofen bereits die dritte Kommune, für die designbuero 7 tätig wurde.



9 JAHRE STADIONKURIER

MAGAZIN DESIGN

VOM SCHWARZWEISSHEFT ZUM HOCHGLANZMAGAZIN

2002 - 2011: VON DER BAYERNLIGA IN DIE 2. BUNDESLIGA

>>



In schlechten Zeiten rückt man zusammen. In der letzten Bayernligasaison des FC Augsburg 2001/02 formierte sich eine neue Redaktion für das in die Jahre gekommene Stadionheft des Vereins. Der „Stadionkurier“ erschien damals noch in schwarz-weiß und verfügte über den Charme eines Pfarrbriefs.

Die Mannschaft des Stadionkuriers stammte direkt aus

der sich gerade neu formierenden Fanszene: Redakteure des Augsburger Stadtmagazins „Neue Szene“, der spätere FCA-Geschäftsführer Markus Krapf und weitere freie Mitarbeiter brachten frischen Wind in die redaktionellen Inhalte, designbuero 7 lieferte den neuen Look.

Der Verein war begeistert, sah sich jedoch noch außer-



6

Eine Fotocollage aus der
Historie des FC AUGSBURG
zierte den Kopf des Stadion-
magazins ab der Saison
2001/02

stande, das Heft standesgemäß zu vertreiben. In der darauffolgenden Spielzeit wurde der Stadionkurier komplett an designbuero 7 und die Druckerei meisterdruck abgegeben, mit Karl Heinz Jackel als kompetenter Vermarkter. Aufgrund seines Engagements beim Verkauf von Werbebanden wurde Jackel auch der "Bandenkönig" genannt. Als schlagendes Verkaufsargument sorgte eine engagierte Truppe junger, attraktiver Damen für wachsenden Absatz. Das neue Stadionheft war sogar dem „Augsburg Journal“ eine Story wert - ein absolutes Novum im Fußball.

Und auch hier sollte sich das Wagnis und das Engagement von Designbüro7 auszahlen. Im ersten Zweitligajahr des Augsburger Fußballclubs konnte im Durchschnitt bereits über ein Drittel des Publikums als Käufer gewonnen werden. Bei 20.000 Zuschauern im Augsburger Rosenaustadion waren das immerhin rund 7.000 verkaufte Ausgaben, auch das eine mehr als respektable Zahl für ein Stadionheft in der zweiten Liga.





Ausgabe 09 • 22.11.03

stadionkurier

DIE OFFIZIELLE STADIONZEITUNG DES FC AUGSBURG

Regionalliga Süd - Saison 2003/2004

FC Augsburg - 1. FC Eschborn 1930

SCHEITERGEHT'S: EUR

Zdenko Miletic
_Interview
Die Bank im Tor

A - Junioren
Starten Rückrunde mit Sieg

FCA 2
Vor dem Spitzenspiel

EUTE
erima

Ausgabe 05 • 27.09.03

stadionkurier

DIE OFFIZIELLE STADIONZEITUNG DES FC AUGSBURG

Regionalliga Süd - Saison 2003/2004

FC Augsburg - 1. FC Schweinfurt 05

SCHEITERGEHT'S: EUR

Uwe Ehlers
Der Verteidiger im Gespräch

Helden von gestern
Andy Dörr

EUTE
erima

AUGSBURG GLANZ - EUROPAS RUHM

ADRIAEN DE VRIES

1556-1626

11. MÄRZ BIS
12. JUNI
2000

AUGSBURG
STÄDTISCHE KUNST-
SAMMLUNGEN

Maximilianmuseum
Philippine-Welser-
Straße 24
86150 Augsburg



7

ADRIAEN DE VRIES

1556-1626



11. MÄRZ BIS
12. JUNI
2000

STÄDTISCHE
KUNSTSAMMLUNGEN
AUGSBURG

MAXIMILIANMUSEUM

INFORMATIONEN: Fax 0821 324 44 19
Fax 0821 324 44 25

AUGSBURG GLANZ - EUROPAS RUHM



DIE KUNST DER KUNST

ADRIAEN DE VRIES

STÄDTISCHE KUNSTSAMMLUNGEN - MAXIMILIANMUSEUM

ENTWICKLUNG EINES KEY VISUALS FÜR EINE AUSSTELLUNG



In seiner Arbeit als Freelancer für eine Augsburger Agentur gestaltete Harald Sianos im Jahr 2000 das Erscheinungsbild der Ausstellung über den niederländischen Bildhauer Adriaen de Vries. Ein spannender Job, denn der 1555 geborene Meister war der bedeutendste seiner Zeit und verwirklichte in Augsburg seine wohl bekanntesten Werke, den Merkurbrunnen und den Herkulesbrunnen. Später wurde de Vries kaiserlicher



Bildhauer in Prag und arbeitete für zahlreiche europäische Königshäuser.

Ein besonders ergreifender Moment war für Harald Sianos die Eröffnung der Ausstellung im Maximilianmuseum. Der damalige Bundespräsident Johannes Rau hielt seine Rede an die versammelte Prominenz vor dem Blow-up eines von Sianos entwickelten Key Visuals.

MEHR MUSIK, ein Projekt der Stadt Augsburg und der Bundeskultur-
stiftung, wurde beim diesjährigen
"Junge Ohren Preis" zweimal aus-
gezeichnet. Beide Projekte wurden
von designbuero 7 betreut.

MEHR MUSIK FÜR AUGSBURG

MAGAZIN DESIGN

THEATER AUGSBURG UND KULTURSTIFTUNG DES BUNDES

4-JÄHRIGES PROJEKT ZUR FÖRDERUNG DER NEUEN MUSIK



Das Projekt „Mehr Musik“ des Theaters Augsburg engagiert sich seit April 2008 für die Vermittlung und Verbreitung von Neuer Musik in Augsburg. Unter Projektleiterin Ute Legner wurde „Mehr Musik!“ in kürzester Zeit zu einem wichtigen Bestandteil der aufstrebenden Augsburger Kreativszene und erhielt im Jahr 2010 zwei Auszeichnungen des bundesweit beachteten „Junge Ohren Preises“. Auch der bayerische Rundfunk und der



Deutschlandfunk berichteten über die Arbeit des Projekts.

Mit dem designbuero 7 verbindet „Mehr Musik!“ eine jahrelange Zusammenarbeit: Nach dem Gewinn der Ausschreibung wurde das komplette Erscheinungsbild des Projekts gestaltet, vom Logo über die Homepage bis zum Magazin, das im ungewöhnlichen Zeitungsformat für Aufmerksamkeit sorgt.



CS CLASSIC



9



DAS HEMD DES WELTMEISTERS...

TEXTILDESIGN

MICHAEL SCHUMACHER TRÄGT EIN HEMD VON DESIGNBUERO 7

...KOMMT AUS AUGSBURG UND LANDETE DANN BEIM RTL SPENDENMARATHON



Alljährlich veranstaltet Corinna Schumacher auf ihrer Ranch im schweizerischen Givrins ein VIP-Reitturnier für karitative Zwecke. Im vergangenen Jahr ging RTL-Moderatorin Frauke Ludowig als Sieger hervor und hat dabei u.a. das Hemd von Michael Schumacher als Trophäe mitgebracht. Der siebenfache Formel-Eins-Weltmeister hat das Hemd bei dem Reitturnier getragen, anschließend signiert und für die größte Charity-Versteigerung im deutschen Fernsehen zur Verfügung gestellt.

Das Design des begehrten Kleidungsstückes stammt von Harald Sianos und Thomas Ehrenreich, die bereits seit 1999 moderne Westernsportreiter in ganz Europa



einkleiden. Im Jahr 2010 hatten sie schon zum zweiten Mal die Ehre, eine exklusive Linie für das Reitturnier „Affiliate European Championship CS Classics“ von Corinna Schuhmacher entwerfen und produzieren zu dürfen.



10

SURFEN IM KÖRPER

THOMAS KLEIN BEHANDELT ALS OSTEOPATH SEIT 15 JAHREN WELTKLASSE-ATHLETEN.

WEBDESIGN - ÄSTHETIK UND ÜBERSICHT FÜR EINE HOMEPAGE

WWW.MED-KO.DE

Thomas Klein, einer der führenden deutschen Osteopathen und Buchautor, behandelt seit 15 Jahren Weltklasse-Athleten. Seine Referenzliste liest sich wie das Who-is-Who der Sportprominenz (Robby Naish, Heinz Harald Frentzen, John McEnroe, Bernd Flessner, Michael Stich, aktuell auch Spieler des FC Augsburg). Durch diese Erfahrung profitiert jeder einzelne Patient: "Hochleistungspotler sind hochsensibel, was ihren Körper betrifft. Je besser der Körper ausbalanciert ist, umso besser sind die Leistungen, die im Sport erbracht werden können.

Zum Beispiel kann man bei einem Speerwerfer durch

eine gezielte Einstellung des Kiefergelenks und Optimierung seiner Statik erreichen, dass er mehr Leistung, ergo mehr Weite beim Speerwurf, abrufen kann und gleichzeitig sein Bewegungsapparat gestärkt wird. Das ist sehr diffizil und in sehr kleinen Nuancen beim Sportler einzustellen."

Als Thommi den Launch einer neuen Homepage wünschte, war klar, dass diese etwas Besonderes sein sollte. Klar, übersichtlich, ästhetisch, ohne technische Spielereien. Stimmungsvolle Fotos aus seiner Tätigkeit kombiniert mit Fotos aus seinem Buch "Surfen im Körper" kamen dazu. Das Ergebnis kann sich sehen lassen.



11

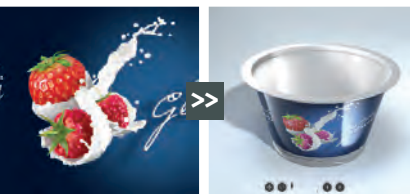
EINE ILLUSTRATION



DIE DRITTE DIMENSION

WIE KOMMT DIE ERDBEERE AUF DEN JOGHURT?

ATION PER 3D IMAGING ERÖFFNET EINE VIELZAHL VON MÖGLICHKEITEN



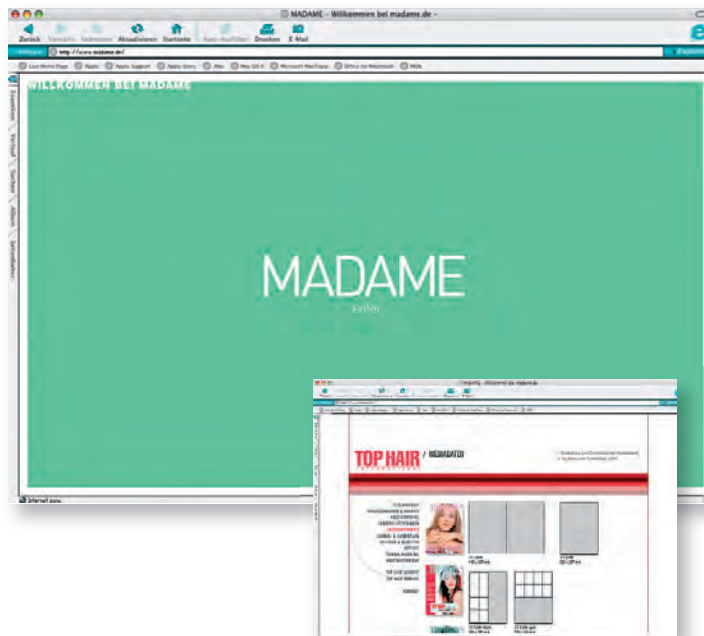
Zeigen Sie Ihren Kunden Produktneuerungen, die noch in der Entwicklungsphase stecken in täuschend echter Darstellung.

3D Imaging macht das möglich. Wo Fotografen erst aktiv werden können, wenn das fertige Produkt existiert, kann man durch Computer generierte Illustrationen schon im Vorfeld aktiv werden. Die Kosten sind vergleichbar mit denen eines klassischen Fotoshootings. Durch den richtigen Einsatz lässt sich jedoch bei 3D-Visualisierungen eine Kostenersparnis, mehr Flexibilität, z.B. für weitere Variationen und Perspektiven, und ein deutlicher Vorteil erzielen. Wir erstellen für Sie Bilder und Animationen für Marketing- u. Vertriebsin-

strumente wie Flyer, Verpackungen, Präsentationen und Werbetrailer. Damit schaffen Sie sich einen Vorteil gegenüber den Wettbewerbern.

Durch Animationen können technische und biologische Funktionsabläufe in vereinfachter Form dargestellt werden. Hier lässt sich ein hoher Wissenstransfer gerade bei erklärungsbedürftigen Produkten erzielen. Beispielsweise auf Messen haben Sie den Vorteil, interessanten Produkte und Zusammenhänge anschaulich zu erklären. Auch können Sie ohne zusätzlichen Personalaufwand die Verweildauer potentieller Käufer an Ihrem Stand erhöhen.

MADAME MAGAZINPRESSEVERLAG MÜNCHEN



Launch der ersten Homepage: Der Magazinpresseverlag in München publiziert u.a. das Modemagazin **MADAME** und das Fachmagazin **TOP HAIR**. designbuero 7 und ocean seven gelang es, den Pitch für die Ausschreibung der Homepage zu gewinnen. Dabei ließ man namhafte Agenturen wie Serviceplan hinter sich. Vorgabe der Geschäftsführung: eine absolut klare und übersichtliche Seite, ohne technischen Schnickschnack und Animationen.

HAUSMARKE ERFOLG IN BLAU



Markenentwicklung für die Schlossbrauerei Scherneck. Trotz der Ausrichtung auf das jüngere Publikum entschied sich das Team bewusst gegen Anglizismen. Das Ergebnis: „Hausmarke“, ein Bernsteinpils in ungewöhnlichem Design - und blauer Flasche! Aber: Alles richtig gemacht, ein paar Wochen nach Markteinführung beschwerte sich der Braumeister: „Das haben wir jetzt davon, meine Buam saufen mir's Bier weg.“

BAND DES JAHRES EIN VIERTELJAHRHUNDERT LIVE-TRADITION



Der vom Stadtmagazin „**Neue Szene**“ ausgerichtete **Bandwettbewerb ist der älteste in Süddeutschland**, seit 25 Jahren ringen Formationen aus Augsburg und Umgebung um den Titel. Unter dem von designbuero 7 gestalteten Logo traten schon Bands wie Nova International, Anajo und Killerpilze an, für die der Sieg bei „Band des Jahres“ das Sprungbrett zur bundesweiten Karriere war.

FESTIVAL POP CITY



Als früherer Musiker hat Harald Sianos die Affinität zur Popmusik nie verlassen. Auch das **Augsburger Festival „Pop City“** (2004-2006) bekam von ihm das komplette Erscheinungsbild verpasst, vom Logo bis zum Plakat. Mit Bands wie Die Sterne, Slut und The Boss Hoss haben Fans in ganz Süddeutschland das Open Air noch immer in bester Erinnerung.



Sympathisch, kompetent, innovativ. Harald Sianos und sein designbuero 7 waren und sind stets ein zuverlässiger Partner für den FCA.

Peter Bircks

Aufsichtsratsvorsitzender des FC Augsburg 1907



"Kreativ - zielorientiert - zuverlässig. Drei Attribute für dauerhaften Erfolg. Herzlichen Glückwunsch zum 10jährigen Jubiläum und noch viele pfiffige Ideen für die Stadthalle Gersthofen."

Herzliche Grüße

Helmut Gieber

Kulturreferent Gersthofen



Es war für uns als katholischer Wohlfahrtsverband ein spannender und lehrreicher Prozess, wie Herr Sianos uns an die Hand nahm und unsere vielfältige soziale Arbeit in eine kurze, prägnante und gerade deshalb umso verständlichere Wort- und Bildsprache übersetzte. Auch er hat sich auf uns eingelassen und hat zugehört. So haben wir das von ihm bekommen, was wir wollten: eine professionelle und moderne Darstellung von uns selbst, nicht von außen aufgesetzt und fremdbestimmt, aber auch eine Darstellung, die die Öffentlichkeit wirksam anspricht. Was will man mehr?"

Bernhard Gattner

Öffentlichkeitsarbeit Caritas



„Zuverlässig, zuvorkommend, zukunftsorientiert – so kann ich unseren Partner Designbüro7, mit dem wir seit seinem Bestehen kooperieren, auf Anhieb beschreiben. Und bei längerem Nachdenken fallen mir noch zahlreiche weitere Gründe ein, warum wir als mediale Begleitung unserer Arbeit designbuero 7 gewählt haben. Absolut empfehlenswert!“

Ute Legner

Leitung MEHR MUSIK! Augsburg



"Mit Harald Sianos und dem designbuero7 zu arbeiten, macht viel Freude. Das Team ist engagiert, kreativ und professionell. Man wird spitzenmäßig betreut, Bedürfnisse werden ernst- und angenommen, Timings und Kosten werden verlässlich eingehalten. designbuero 7 - immer wieder gerne."

Nico Kanelakis

zimtgarten medien



Bei designbuero 7 wird man rundum umsorgt, Aufträge werden prompt erledigt, man bekommt spontane, kompetente Betreuung und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis. Abgerundet wird das Ganze durch ein sehr positives Feedback der Kunden.

Thommi Klein

Osteopath

MSc (USA) D.O.M.R.O.

REFERENZEN

ABRAXAS
AMERICANA
ANGELIKA KORN HEILPRAKTIKERIN
ANGLISTENTHEATER
AUGSBURGER PANTHER
AUGSBURGER EV
AXEL GORA
BAND DES JAHRES
BRANDHOUSE TRADING
BMW BANK
BUDO GYM
CARITAS AUGSBURG
CITY BOXX AUGSBURG
CHRIS CRAZY
DANIEL MAN KUNST
DENTAL LABOR WAINALD
DEUTSCHE WILDWASSERRETTUNG
DEUTSCHE POST DIREKTMARKETING
DIOGENES AUGSBURG
DON LESON SADDLES
DR. SCHMIZ
DR. BAUR
DR. SLAWIK
EXYS

FC AUGSBURG
FC ALLSTARS
FUCHS BRAUEREIGASTHOF HOTEL
FUCHS SECURITY
GLAS WOHLNICH
GUSTO ITALIANO
HAUSMARKE SCHERNECK
HANDWERKSKAMMER AUGSBURG
HFM TECHNOLOGIE
HUMMEL TEAMSPORT
JUNGES THEATER AUGSBURG
KRANKENGYMNASTIK BÄUMENHEIM
KEROSIN CLUB
KULTURAMT GERSTHOFEN
KULTURBÜRO AUGSBURG
KULTURPARK WEST
KLIMA SHOP
KRAUS BAU
KLAUS VEITINGER OSTEOPATHIE
LEMMING TOURS
MADAME
MARIA WARD GYMNASIUM GOLF TEAM
MEILENSTEIN DIGITAL
MEHR MUSIK AUGSBURG

MUSIKWERKSTATT
MEISTERDRUCK
NATURAL MEDICAL COACH
NORDKURVE
NÜRNBERG ICETIGERS
POP CITY
OLD SORREL HORSES
OS WESTERN SPORTS APPAREL
OCEAN SEVEN
PICKARTZ & KOLLEGEN
PICTRION PICTURES
RAE GUSSMAN & KOLLEGEN
RANCHGIRL
RECORDS.DE
SCHLOSSEREI HARTMANN
STADT AUGSBURG
STADT GERSTHOFEN
STADT RAIN
STEUERKANZLEI GEYER
SOUNDSECTOR
SOZIALSTATION RAIN
SÜDKURVE
SCHWABA AUGSBURG
SCHREIER HOLZBAU

STADIONKURIER
SUPPORTERS CLUB AUGSBURG
TASSILO APOTHEKE
THEATERPÄDAGOGISCHES ZENTRUM
TAXI KNEISL
THOMAS KLEIN OSTEOPATHIE
TOP HAIR MAGAZIN
REISESTUDIO KLAUSER
SPORT 5
SOFT COPY SERVICE
SSV ULM
TOM HONOURSRICH
NEUE SZENE AUGSBURG
ZENTRALE RÜCKKEHRBERATUNG
ZIMTGARTEN MEDIEN

IMPRESSUM:

GESTALTUNG: DESIGNBUERO 7

MITARBEITER DIESER AUSGABE:

TEXTE: FLORIAN KAPFER, HARALD SIANOS,
WALTER SIANOS, NICO KANELAKIS

FOTOS: BERND JAUFMANN, FRAUKE WICHMANN,
HARALD SIANOS, JULIA KRAUTER

3D ILLUSTRATION: ANDY PROBST

DRUCK: DRUCKEREI SENSER AUGSBURG

ANZEIGE DRUCKEREI SENSER

U4