

BRANDING & DESIGN

ALEXGLOBALCONSULT



IDENTITY

LOGO, BRAND DEVELOPMENT

IDENTITY
SIXT RENT A CAR

INTERNATIONAL LOGO



IDENTITY
SIXT RENT A CAR

HOLIDAY VISUAL



DIE GROSSE WELT DER FILMMUSIK TOUR 2008/09

IDENTITY
KLASSIK RADIO

CONCERT SERIES

KLASSIK RADIO PROMS 2008



A large, solid red square that serves as a background for the 'usc' logo.

usc

UltraSmallConcept



IDENTITY
EMIL, DIE FLASCHE ZUM ANZIEHEN.

LOGO DEVELOPMENT

FAN  **RAKEL**
DIE STIMME DER FANS

The background features three concentric circles in a dark gray color, centered behind the text.

ADVERTISEMENTS

MAGAZINE, NEWSPAPER, BILLBOARD, INSTALLATION

Ohne dich wäre
ich ständig voll.



Neu. Seit über 100 Jahren.
Streuwaren AG - pflege www.tirolernussol.com

Dressing zum Anmachen.



Neu. Seit über 100 Jahren.
Streuwaren AG - pflege www.tirolernussol.com

Du und ich gehen
jetzt ins Reisebüro.



Neu. Seit über 100 Jahren.
Streuwaren AG - pflege www.tirolernussol.com

So wie du mich ansiehst
muss man ja rot werden.



Neu. Seit über 100 Jahren.
Sonnenschutz und -pflege www.tirolernussol.com

Spendet nur Gutes.



Neu. Seit über 100 Jahren.
Sonnenschutz und -pflege www.tirolernussol.com

Ab und zu wenden.



Neu. Seit über 100 Jahren.
Sonnenchutz und -pflege www.tirolernussol.com

ANZEIGE CINEMA FOR PEACE

original

Sonnenöl LSF6

original

Nussöl

original

Sonnenmilch LSF30

original

Sonnenmilch-Spray LSF10

pflege

Après Lotion

original

Lippenschutz LSF25

6.5"

6.0"

5.5"

5.0"

4.5"

4.0"

3.5"

3.0"

6.5"

6.0"

5.5"

5.0"

4.5"

4.0"

3.5"

3.0"

tiroler
nussöl

6

Sonnenöl

original

tiroler
nussöl

30

Sonnenmilch

original

tiroler
nussöl

10

Sonnenmilch-Spray

original

tiroler
nussöl

Après Lotion

pflege

tiroler
nussöl

25

Lippenschutz

original

the

Usual Sunscreens

Tiroler Nussöl wishes you a bright Cinema for Peace Gala 2010.

Neu. Seit über 100 Jahren.

Erhältlich in Apotheken und
ausgewählten Parfümerien
www.tirolernussol.com

ANZEIGE CUBA FILM FESTIVAL

tiroler
nussöl

Nussöl

original

REVÖLUCIÓN

REVOLUCIÓN

14

ANZEIGE ZUM BUNDESPRESSEBALL



Falls Sie nicht direkt
am Hauptbahnhof ins, äh,
Flugzeug einsteigen ...

(Sixt, Deutschlands Nr. 1, ist Partner von Medien, Presse und Wirtschaft)

Reservierungen unter + 49 (0) 180 - 5 25 25 25* oder unter preis@sixt.de einfach Ihren Sixt-Preisenausweis anfordern.
* € 0,14/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom. Kosten der Mobilfunktarife können abweichen.



Falls Sie nicht direkt
am Hauptbahnhof ins, äh,
Flugzeug einsteigen ...

(Sixt, Deutschlands Nr. 1, ist Partner von Medien, Presse und Wirtschaft)

Reservierungen unter + 49 (0) 180 - 5 25 25 25* oder unter preis@sixt.de einfach Ihren Sixt-Preisenausweis anfordern.
* € 0,14/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom. Kosten der Mobilfunktarife können abweichen.

ANZEIGE ZUR ITB BERLIN





Urlaub muss günstig bleiben!

Wählen Sie Sixt

(Kluge Expedienten wählen Sixt für jede Urlaubsbuchung.
Die besten Autos zu den günstigsten Tarifen an 3500 Stationen weltweit)

ITB 2008, Halle 9, Stand 117/118

www.sixt.com





Urlaub muss günstig bleiben!

Wählen Sie Sixt

(Kluge Expedienten wählen Sixt für jede Urlaubsbuchung.
Die besten Autos zu den günstigsten Tarifen an 3500 Stationen weltweit)

ITB 2008, Halle 9, Stand 117/118

www.sixt.com

ANZEIGE ZUR ITB BERLIN



SIXT
rent a car

Ihre Kunden sollten Muscheln suchen. Und nicht den günstigsten Preis.

(Sixt ist da, wo Urlaub ist. Günstige Holiday Cars in 85 Ländern an über 3500 Stationen)

ITB 2008, Halle 9, Stand 117/118 www.sixt.com

KOPFANZEIGEN ZUR ITB BERLIN

Tourist's Sweetheart.

Sixt auf der ITB:
Halle 9, Stand 117-118.
Mehr unter www.sixt.de

SIXT
rent a car

Mehr Urlaub für wenig Geld.

Sixt auf der ITB:
Halle 9, Stand 117-118.
Mehr unter www.sixt.de

SIXT
rent a car

Sixt macht Urlaub.

Sixt auf der ITB:
Halle 9, Stand 117-118.
Mehr unter www.sixt.de

SIXT
rent a car

IN-STORE POSTER



Nur solange Vorrat reicht
und nur hier an der Kasse erhältlich





Lidl und Sixt geben Gas.

(Mit der Fahr & Spar-Wertkarte erhalten Sie Sixt Holiday Cars im Tarifwert von 100,- Euro und zahlen dafür den Lidl-Preis von nur 79,- Euro. Gültig weltweit an 3500 Stationen in 85 Ländern)

~~100.-~~ **21% billiger !**

79.-



Nur solange Vorrat reicht
und nur hier an der Kasse erhältlich





Sixt bringt Lidl-Kunden in Fahrt.

(Mit der Fahr & Spar-Wertkarte erhalten Sie Sixt Holiday Cars im Tarifwert von 100,- Euro und zahlen dafür den Lidl-Preis von nur 79,- Euro. Gültig weltweit an 3500 Stationen in 85 Ländern)

~~100.-~~ **21% billiger !**

79.-



Nur solange Vorrat reicht
und nur hier an der Kasse erhältlich





Costa fast nix.

(Mit der Fahr & Spar-Wertkarte erhalten Sie Sixt Holiday Cars im Tarifwert von 100,- Euro und zahlen dafür den Lidl-Preis von nur 79,- Euro. Gültig weltweit an 3500 Stationen in 85 Ländern)

~~100.-~~ **21% billiger !**

79.-

Partner von
Miles & More
 **Lufthansa**





Haute voiture.

(Vielmiegerinnen nutzen die Vorteile ihrer Sixt Ladies Card in Mailand, Paris und weltweit. Sammeln Sie jetzt 1500 Meilen bei Erstanmietung auf Ihre neue Sixt Ladies Card)

Bestätigen Sie jetzt Ihre Sixt Card unter www.sixt.de oder Tel. 01800-33 99 25 (kostenlos). Als Frequent Traveller erhalten Sie automatisch die Sixt Gold Card - als Gewinne die Sixt Platinum Card.





Dieses Sommer- märchen wird wahr.

(Sixt, Europameister aller Autovermieter, wünscht der deutschen Elf und allen Fans den Sieg und eine tolle EM 2008)

Click and rush auf www.sixt.com

GROSSFLÄCHE FLUGHAFEN ST.TROPEZ 2009



Make your day!

(Now at the Côte d'Azur or wherever you are)

Reservations: www.sixtluxurycars.com or +33 (0) 4 93 39 95 79

the *spirit* of mobility

Reservations: www.sixtluxurycars.com or +33 (0) 4 93 39 95 79

the *spirit* of mobility

(Now at the Côte d'Azur or wherever you are)

Make your day!



INSTALLATION FLUGHAFEN MÜNCHEN



ADVERTISEMENTS

SIXT, DIVERSE

ADVERTISEMENTS

The collage consists of 40 individual advertisements for Sixt car rental, arranged in a grid-like fashion. Each ad features a different car model and a unique headline in a specific language. The languages include German, English, French, Spanish, Italian, and Chinese. The themes of the ads range from luxury and business to family, travel, and leisure. Many ads include the Sixt logo and the tagline 'rent a car'. Some ads also feature promotional offers like '21% billiger' (21% cheaper) or '79.-'.

German:

- Für eine Handvoll Dollar.** (For a handful of dollars.)
- Die abgefahrenste Idee unter Sammlern.** (The most impressive idea among collectors.)
- Chaque jour apporte son espoir.** (Every day brings its hope.)
- Hurra, wir fahren nach Berlin.** (Hurrah, we are driving to Berlin.)
- Sixt bringt Lidl-Kunden in Fahrt.** (Sixt gets Lidl customers moving.)
- Kein Weg zu steinig.** (No way is too rocky.)
- Stars for all.**
- Wenn Tradition meets Passion.** (When tradition meets passion.)
- This calls for a celebration.**
- Das richtige Auto für Stars und ihr neues Haustier.** (The right car for stars and their new pet.)
- Call us First.**
- A convertible summer residence.**
- Wir haben das Auto zum Urlaub.** (We have the car for vacation.)
- Sixt – singing ovations.**
- Bon voyage!**
- Global Individuals.**
- Make your day!**
- Lidl und Sixt geben Gas.** (Lidl and Sixt are giving gas.)
- Make your day!** (Now at the Côte d'Azur or wherever you are.)
- Einen guten Stall erkennt man sofort.** (You can recognize a good stable immediately.)
- This calls for a celebration.**
- Tourist's Sweetheart.**
- Le Must.**
- Ziele brauchen Wege.** (Goals need ways.)
- Leaders choice.**
- Germany**
- Mehr Urlaub für wenig Geld.** (More vacation for little money.)
- Da Capo**
- Bis nächstes Jahr. Jetzt erst mal Urlaub!** (Until next year. Vacation now!
- Haute voiture.**
- ¡Claro que Sixt!**
- Sixt – singing ovations.**
- Wo es ist auf**

English:

- When Tradition meets Passion.**
- This calls for a celebration.**
- Call us First.**
- A convertible summer residence.**
- Always ahead.**
- Hurra, wir fahren nach Berlin.**
- So einfach.** (So easy.)
- Ziele erreichen.** (Achieve goals.)
- Lidl und Sixt geben**
- Le Must.**
- Ziele brauchen Wege.**
- Leaders choice.**
- Germany**
- Mehr Urlaub für wenig Geld.**
- Da Capo**
- Bis nächstes Jahr. Jetzt erst mal Urlaub!**
- Haute voiture.**
- ¡Claro que Sixt!**
- Sixt – singing ovations.**
- Wo es ist auf**

French:

- Chaque jour apporte son espoir.**
- Hurra, wir fahren nach Berlin.**
- Stars for all.**
- Call us First.**
- A convertible summer residence.**
- So einfach.**
- Ziele erreichen.**
- Lidl und Sixt geben**
- Le Must.**
- Ziele brauchen Wege.**
- Leaders choice.**
- Germany**
- Mehr Urlaub für wenig Geld.**
- Da Capo**
- Bis nächstes Jahr. Jetzt erst mal Urlaub!**
- Haute voiture.**
- ¡Claro que Sixt!**
- Sixt – singing ovations.**
- Wo es ist auf**

Spanish:

- Chaque jour apporte son espoir.**
- Hurra, wir fahren nach Berlin.**
- Stars for all.**
- Call us First.**
- A convertible summer residence.**
- So einfach.**
- Ziele erreichen.**
- Lidl und Sixt geben**
- Le Must.**
- Ziele brauchen Wege.**
- Leaders choice.**
- Germany**
- Mehr Urlaub für wenig Geld.**
- Da Capo**
- Bis nächstes Jahr. Jetzt erst mal Urlaub!**
- Haute voiture.**
- ¡Claro que Sixt!**
- Sixt – singing ovations.**
- Wo es ist auf**

Italian:

- Chaque jour apporte son espoir.**
- Hurra, wir fahren nach Berlin.**
- Stars for all.**
- Call us First.**
- A convertible summer residence.**
- So einfach.**
- Ziele erreichen.**
- Lidl und Sixt geben**
- Le Must.**
- Ziele brauchen Wege.**
- Leaders choice.**
- Germany**
- Mehr Urlaub für wenig Geld.**
- Da Capo**
- Bis nächstes Jahr. Jetzt erst mal Urlaub!**
- Haute voiture.**
- ¡Claro que Sixt!**
- Sixt – singing ovations.**
- Wo es ist auf**

Chinese:

- Chaque jour apporte son espoir.**
- Hurra, wir fahren nach Berlin.**
- Stars for all.**
- Call us First.**
- A convertible summer residence.**
- So einfach.**
- Ziele erreichen.**
- Lidl und Sixt geben**
- Le Must.**
- Ziele brauchen Wege.**
- Leaders choice.**
- Germany**
- Mehr Urlaub für wenig Geld.**
- Da Capo**
- Bis nächstes Jahr. Jetzt erst mal Urlaub!**
- Haute voiture.**
- ¡Claro que Sixt!**
- Sixt – singing ovations.**
- Wo es ist auf**

PUBLIKUMSANZEIGEN



Hinter dem Berg befindet sich eine alte Holzhütte an einem See. Die Sonne versinkt erst spät im Wald. Im Kamin tanzen die Funken. Manchmal rudern wir mit dem Boot hinaus. Der Wind summt. Klingt wie ein Flötenkonzert.

Die besten Filmmusiken,
Täglich 20:00 bis 22:00 Uhr.

- Filmmusik 18:00 bis 20:00 Uhr
- New Classics 20:00 bis 22:00 Uhr
- Klassik Lounge 22:00 bis 00:00 Uhr
- Entschleunigung alle 30 Minuten

klassik radio 

[Hierbei Sie anfragen](#)



Auf der anderen Seite liegt ein kleines Dorf. Wir sitzen oft auf der Veranda und schauen hinab ins Tal. Mit dicken Mänteln und heißem Tee. Die Sonne spielt leise auf dem Klavier.

Die Welt der New Classics,
Täglich 20:00 bis 22:00 Uhr.

- Klassik 18:00 bis 20:00 Uhr
- Filmmusik 20:00 bis 22:00 Uhr
- Klassik Lounge 22:00 bis 00:00 Uhr
- Entschleunigung alle 30 Minuten

klassik radio 

[Hierbei Sie anfragen](#)



Hinter dem Felsen, in einer kleinen Bucht, liegt unser Piratenschiff. Die Mannschaft döst in ihren Kojen. Nur der Schiffskoch hinkt pechend über das Deck. Begleitet von einem großen Orchester.

Die schönsten Filmmusiken,
Täglich 20:00 bis 22:00 Uhr.

- Klassik 18:00 bis 20:00 Uhr
- New Classics 20:00 bis 22:00 Uhr
- Klassik Lounge 22:00 bis 00:00 Uhr
- Entschleunigung alle 30 Minuten

klassik radio 

[Hierbei Sie anfragen](#)



Am Horizont liegt unser Boot vor Anker. Das Meer ist ruhig. Wir liegen am Heck und schaukeln in die Nacht hinein. Aus den Boxen pumpen die Downbeats einen süßlen Sound. Komm, noch ein Glas Wein.

Süße Downbeats in der Klassik Lounge,
Täglich ab 22:00.

- Klassik 18:00 bis 20:00 Uhr
- Filmmusik 20:00 bis 22:00 Uhr
- New Classics 22:00 bis 00:00 Uhr
- Entschleunigung alle 30 Minuten

klassik radio 

[Hierbei Sie anfragen](#)

ANZEIGENKAMPAGNE



Der Herr in der Mitte ist nicht Korrespondent
der Süddeutschen.

Erstens ist unser Mann in Peking ein wenig
jünger. Zweitens kommt er aus Lüneburg, spricht
aber die wichtigsten Chinesischen Dialekte.
Drittens hat er zwar beste Kontakte zur KP-
Spitze, aber kein Parteibuch. (Nicht mal ein
deutsches) Fünftens gibt es in China kein
Viertens. Vier ist die europäische Dreizehn.
(Kostenloses Probeabo: 0130-3733)

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung



Morgen zitiert der „Spiegel“ wieder die Süddeutsche.

Wir haben mal nachgezählt. In den vergangenen 30 Tagen wurde 50 mal geschrieben oder gesagt: „Die Süddeutsche meint dazu...“ Von TV- und Radiosendern, von anderen Tageszeitungen und von Zeitschriften. Auch unsere Freunde vom „Spiegel“ fanden unsere Beiträge dreimal erwähnenswert. Wir geben aber gern zu, daß wir auch zweimal den „Spiegel“ zitiert haben. (Kostenloses Probeabo: 0130-3733)

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung

ANZEIGENKAMPAGNE



Wo bleibt die Süddeutsche mit dem neuen Politbarometer?
Jeweils zum Monatsbeginn veröffentlicht die Süddeutsche
zusammen mit dem Forsa-Institut die Ergebnisse einer
Umfrage zur politischen Stimmung in Deutschland. Die
Zahlen werden schon Tage vorher erwartet, dann aber
regelmäßig angezweifelt. Logisch. Seltsamerweise
aber nie von den Politikern, die gerade gut wegkommen.
(Kostenloses Probeabo: 0130-3733)

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung

ANZEIGENKAMPAGNE



Jerusalems Bürgermeister mag die Süddeutsche.

Nicht immer. Wenn sich Ehud Olmert über die politische Lage in Deutschland informieren will, ist die Süddeutsche seine wichtigste Quelle. Es wäre jedoch falsch, von Sympathie zu reden. Als die Süddeutsche seine Siedlungspolitik kritisierte, wechselte Olmert grollend zu einer Tageszeitung vom Main. Vorübergehend.
(Kostenloses Probeabo: 0130-3733)

Die Süddeutsche sagt, was sie denkt.

Süddeutsche Zeitung

Süddeutsche Zeitung
Deutschlands große Tageszeitung

STICKER KAMPAGNE



ANZEIGENKAMPAGNE

Ständige Kommunikation ist das Leben und ist das Leben selbst. Ständige Kommunikation ist das Leben selbst.



Wer hier eine Umsatzkurve sieht, denkt ein bißchen wie wir.



Nichts ist spannender als WirtschaftsWoche für Woche.
Mit der WirtschaftsWoche erreichen Sie 980.000 Leser laut AWA '95.

Die Welt ist ein Dorf. Die Welt ist ein Dorf. Die Welt ist ein Dorf.

ANZEIGENKAMPAGNE

Wirtschaftswochen per Fax unter 02 01 987 55 76 oder bei allen Verlagsstellen der CIPF media marketing.



Links sind Sie. Rechts sind wir.



Nichts ist spannender als Wirtschafts Woche für Woche.
Unsere Abonnenten lesen ihr Heft im Durchschnitt 2 1/2 Stunden.

BILD
gibt auf

jeder Seite Vollgas.

Bild Dir Deine Meinung!

BILD
tritt ab

und zu Politikern gegen das Schienbein.

Bild Dir Deine Meinung!

BILD
geht

Dingen auf den Grund.

Bild Dir Deine Meinung!

BILD Dir Deine Meinung!

BILD Dir Deine Meinung!

BILD Dir Deine Meinung!



carmondo.de
die auto(besser)wisser

Hier gehts
nicht um die Alte,
sondern **um die Karre.**



Autos sind Deine Leidenschaft?

**Prima, dann bist Du bei carmondo.de genau richtig.
Denn carmondo.de ist die neue, unabhängige Community.
Hier kannst Du Autos konfigurieren, Preise, Modelle und Ausstattungen
vergleichen, sowie mit Gleichgesinnten über die schönste Nebensache der
Welt diskutieren und philosophieren. Guck doch einfach gleich mal rein unter**

www.carmondo.de



PRINTED MATTERS

ANNUAL REPORT, CATALOGUE, EDITORIAL, LEGAL





PRINTED MATTERS

KLASSIK RADIO SHOP

CATALOGUE 2008







BROCHURES

PRODUCT, GENERAL INFORMATION

ALPIN 2010







PACKAGING

PRODUCT, POS

PACKAGING
KLASSIK RADIO

HERR DER RINGE LIVE IN CONCERT



PACKAGING
KLASSIK RADIO

KLASSIK FÜR BABYS



PACKAGING

TIROLER NUSSÖL

POS ORIGINAL & ALPIN 2008/2009



THANK YOU FOR YOUR TIME.

END