



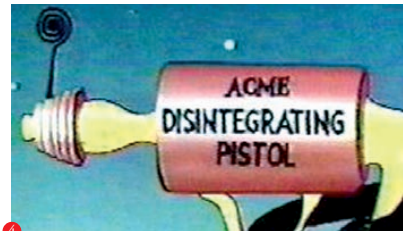
randnotizen

№ 2, januar 2007

inhalt

einleitung	1
das unsichtbare	2
wahrnehmen	3
der eine idee gewann	4
die medien & wir: acme	5
aktuelles	6

wir
verlosen
3
limitierte
tagebücher, mit
samteinband und
prägung*



* **3 tagebücher zu verlosen:**

im zuge der kampagne „das unsichtbare wahrnehmen“ wurde auch eine limitierte anzahl an hochwertigen „blank-books“ hergestellt. 3 davon wollen wir diesmal verlosen – unter allen einsendern die **bis 19. februar** ein einfaches e-mail mit dem betreff „buchgewinn“ an randnotizen@kest.net senden.

randnotizen

№ 2, januar 2007

die nummer 2 bei den neuigkeitenbriefen aus der edition kest bringt –

einen gewinner, eine spannende kampagne für das kinderschutz-zentrum linz, neue arbeit durch, von und mit kopfarbeit, die 1. folge von „die medien und wir“, und – unaufhaltsam das neue jahr. viel kurzweiligkeit mit unserem brief und einen unerschütterlich-optimistischen start ins nicht mehr ganz neue jahr wünscht das kest-team.

1

vom 23. bis zum 25. november 2006 zog sich ein rosa faden durch linz.

vom hauptplatz bis zum schillerplatz beteiligten sich 56 geschäftslokale des linzer handels an der kampagne für das kinderschutz-zentrum linz und dessen themen. für den kreativ-wettbewerb „ideas that matter“ des papierkonzerns sappi entwickelten wir vor einem halben jahr die siegreiche sozial-kampagne und konnten diese nun mit der finanziellen unterstützung durch sappi erfolgreich umsetzen. verhüllte autos, verpackte bücher, markante plakate, eingewickelte kleidung, verhüllte schaufenster, tragetaschen, rosa brillen und vieles mehr prägten 3 tage lang die linzer innenstadt. ziel: bewusstseinsbildung. und sonst nichts. mehr details, mehr bilder unter www.kest.net

2

*in randnotizen nr.1 ausgeschrieben und auf www.kest.net vorangekündigt:
der gewinner unseres idee-gewinnspiels.*

„business&culture“ ist der glückliche empfänger einer original kest-idee. der idee-gutschein wurde auch sogleich eingelöst, und entstanden ist ein prägnantes corporate design. mehr auf www.kest.net

3

die medien ... und wir. folge 1.

wer kennt nicht max mustermann, otto normalverbraucher oder john doe ... aber „acme“?

in den 1930er und 40er jahren kreierte die zeichner von warner brothers rund um chuck jones die bekannten „looney tunes“: daffy duck, bugs bunny, speedy gonzales, road-runner und viele mehr. um ohne markenrechtliche probleme den verwendeten produkten in den cartoons einen hersteller geben zu können, wurde „acme“ erfunden. in den filmen liefert acme einfach alles: von der dosenmilch bis zur laserkanone, von der taschenrakete bis zur zeitung. als backronym wurde acme übrigens nachträglich zum kürzel für „a company that manufactures everything“.

so wurde aus einer cartoon-firma eine bezeichnung des täglichen sprachgebrauchs.

webtipp: home.nc.rr.com/tuco/looney/acme/acme.html

4

aktuelles *** visuelle neupositionierung von kopfarbeit, agentur für geschichte *** corporate design, internetauftritt und newsletter für das österreichische nord-süd-institut für entwicklungszusammenarbeit *** jahresbericht verein hilfe für kinder und eltern *** corporate design business&culture *** festschrift 25 jahre hage ***

5

impresum

randnotizen – der neuigkeitenbrief der agentur kest. an- oder abmeldung unter randnotizen@kest.net oder auf dem postweg:

kest – strategie, kommunikation, design. museumstraße 36, a-4020 linz. tel. 0732 / 94 38 63 www.kest.net