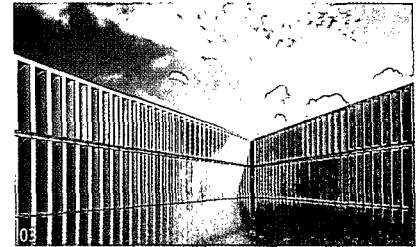
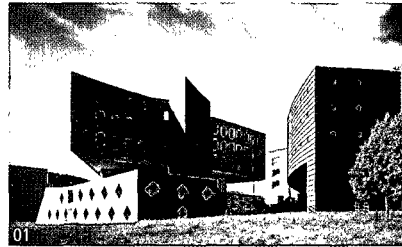
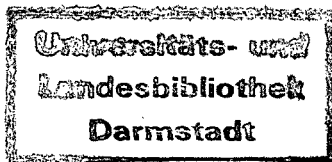
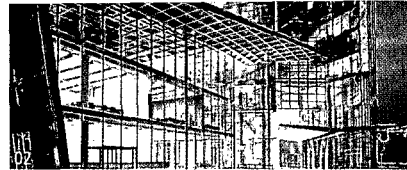


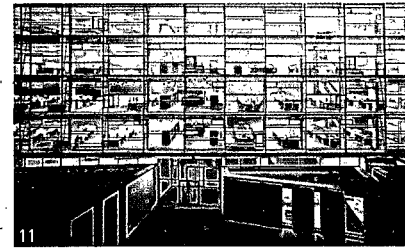
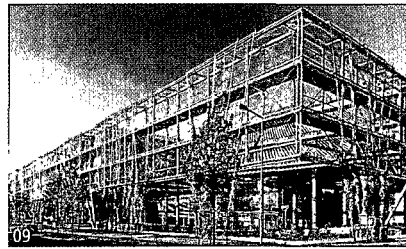
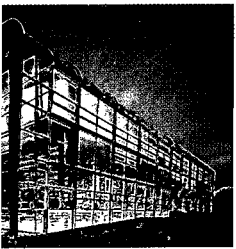
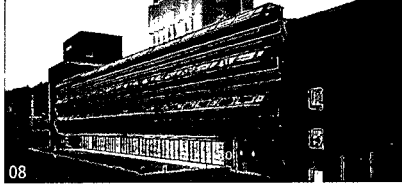
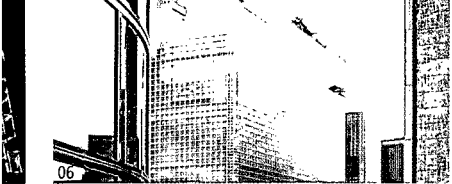
CORPORATE ARCHITECTURE

ENTWICKLUNG, KONZEPTE, STRATEGIEN
DEVELOPMENT, CONCEPTS, STRATEGIES
JONS MESSEDAT

CONTENTS

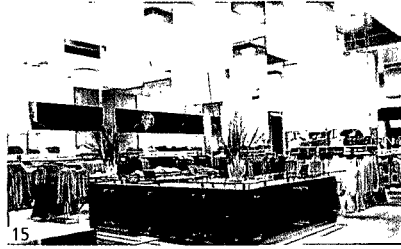
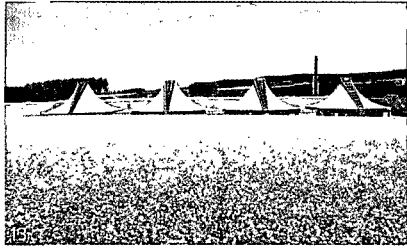
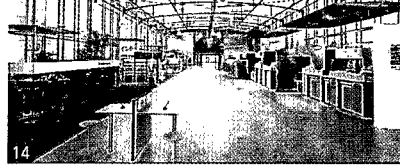
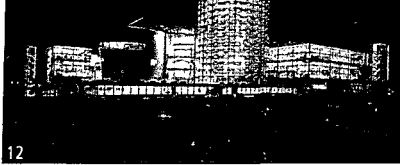


01	8	Einführung
02	18	Definitionen
03	26	Entwicklung Herrschaftsarchitektur – Avantgarde – Gesamtkunstwerke – Gestalterpersönlichkeiten – Typische Handschrift – Symbolhafte Architektur – Weltausstellungen – Las Vegas – Pop-Art – Signature Buildings – Zusammenfassung
04	74	Konzepte Ansätze der HfG Ulm – Einheitlichkeit – Pluralismus – Markenwelten – Flagship-Stores
	92	Gebäudekonzepte
		Verkaufs- und Verwaltungsgebäude, Produktionsstätten
	94	B.Braun Melsungen AG, Europagebäude Michael Wilford and Partners, 2001
	100	Deutsche Post AG, Hauptverwaltung; Post Tower Murphy/Jahn, Deutsche Post Bauen GmbH; Franz Werner Nolte, Hans-Peter Kröll, 2003
	106	Deutsche Vermögensberatung AG BRT Architekten, Bothe, Richter, Teherani, 1999–2003
	110	ERCO – ERCO Leuchten GmbH, Hochregallager Schneider + Schumacher, 2001
	116	Gira Giersiepen GmbH & Co. KG, Produktions- und Bürogebäude Ingenhoven, Overdiek und Partner, 2002
	122	Hermès, Maison Hermès Renzo Piano Building Workshop, Rena Dumas Architecture Intérieure, 1998–2001
	130	Ricola AG, Produktions- und Lagergebäude, Marketing-Gebäude Herzog & de Meuron, 1993/1998
	138	Sto AG, Sto Fabrik 2003 Wilford Schupp Architekten, 2003
	146	Swiss Re, Verwaltungsgebäude BRT Architekten, Bothe, Richter, Teherani, Gartengestaltung: Martha Schwartz, Peter Kluska, 2001
	154	Trevison Großbildtechnik, Betriebsgebäude Querkraft Architekten, 2002
	160	Trumpf GmbH + Co. KG, Vertriebs- und Servicezentrum Barkow Leibinger Architekten, 2003
	168	Volkswagen AG, Gläserne Manufaktur Henn Architekten, 2002
	174	Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH + Co, Fabrikationsgebäude Frei Otto, 1988, Thomas Herzog, 1992



01	8	Introduction
02	18	Definitions
03	26	Development Dominant Architecture – Avant-Garde – Holistic Works of Art – Designer Personalities – Signature Elements – Symbolic Architecture – World’s Fairs – Las Vegas – Pop Art – Signature Buildings – Summary
04	74	Concepts Principles of the HfG, Ulm – Consistency – Pluralism – Brand Worlds – Flagship Stores
	92	Building Concepts
		Sales, Administration, Production
	94	B.Braun Melsungen AG, Europa Building Michael Wilford and Partners, 2001
	100	Deutsche Post AG, Headquarters, Post Tower Murphy/Jahn, Deutsche Post Bauen GmbH: Franz Werner Nolte, Hans-Peter Kröll, 2003
	106	Deutsche Vermögensberatung AG BRT Architekten, Bothe, Richter, Teherani, 1999–2003
	110	ERCO – ERCO Leuchten GmbH, Warehouse Schneider + Schumacher, 2001
	116	Gira Giersiepen GmbH & Co. KG, Production and Office Buildings Ingenhoven, Overdiek und Partner, 2002
	122	Hermès, Maison Hermès Renzo Piano Building Workshop, Rena Dumas Architecture Intérieure, 1998–2001
	130	Ricola AG, Production and Warehouse Buildings, Marketing Building Herzog & de Meuron, 1993/1998
	138	Sto AG, Factory Wilford Schupp Architekten, 2003
	146	Swiss Re, Administration Building BRT Architekten, Bothe, Richter, Teherani, Landscape Design: Martha Schwartz, Peter Kluska, 2001
	154	Trevison Großbildtechnik, Commercial Building Querkraft Architekten, 2002
	160	Trumpf GmbH + Co. KG, Customer and Administration Building Barkow Leibinger Architekten, 2003
	168	Volkswagen AG, Glazed Production Henn Architekten, 2002
	174	Wilkhahn – Wilkening + Hahne GmbH + Co, Production Buildings Frei Otto, 1988, Thomas Herzog, 1992

- 01 B.Braun Melsungen
- 02 Deutsche Post
- 03 DVAG
- 04 ERCO
- 05 Gira
- 06 Hermès
- 07 Ricola
- 08 Sto
- 09 Swiss Re
- 10 Trevison
- 11 Trumpf



180 Raumkonzepte

Ladengeschäfte, Kundencenter, Flagship-Stores

- 182 Deutsche Post AG, Die Filialen
Deutsche Post Bauen GmbH, 2001
- 188 ESPRIT, ESPRIT Store
Schwitzke & Partner, 2004
- 192 Issey Miyake, Tribeca Issey Miyake
Frank O. Gehry Associates, G Tects: Gordon Kipping, 2001
- 198 Louis Vuitton Malletier, Flagship-Stores
Jun Aoki & Associates, Aurelio Clementi, Peter Marino,
Architecture Department of Louis Vuitton, 2002/2004
- 208 DaimlerChrysler AG, BIC Werk Wörth, Messestand Autosalon Genf
Kurz und Partner Architekten, 2004/2005
- 214 MPREIS, Lebensmittelmarkt
Rainer Köberl und Astrid Tschapeller, 2001
- 220 Prada, Prada Epicenter
OMA Office for Metropolitan Architecture: Rem Koolhaas, Ole Scheeren, 2001/2004
- 228 Raab Karcher, Flagship-Store
Franken Architekten, 2005
- 234 WMF Aktiengesellschaft, Kommunikationszentrum
HPP Laage und Partner, Atelier Prof. Rudolf Schrickler, 2002

240 Präsentationskonzepte

Markenpavillons, Ausstellungskonzepte

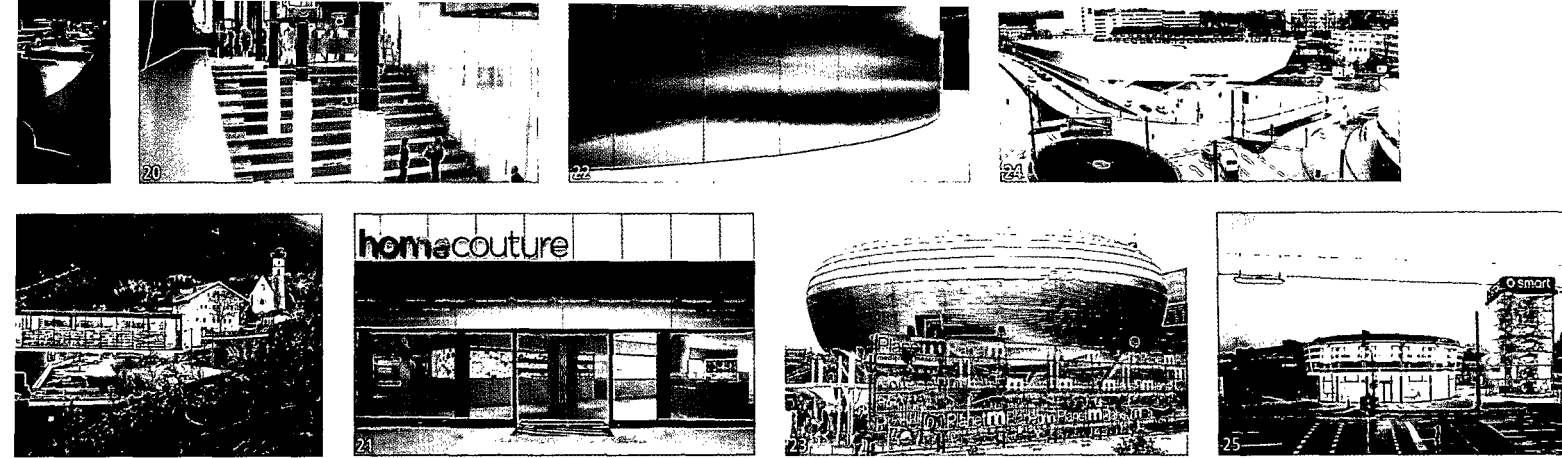
- 242 Bertelsmann AG, Planet m
Konzept: Karl Karau für Triad Architekten mit Axel Büther
und Becker, Gewers, Kühn & Kühn Architekten, 2000
- 248 Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Porsche-Museum
Wettbewerb, 1. Preis Delugan/Meissl, 2005
- 252 smart gmbh, smart center
Planungsabteilung smart,
Konzept: MCC Micro Compact Car GmbH/KTP, 1997

05

258 Strategien

Prägung durch einen Architekten – Zusammenarbeit mit verschiedenen Architekten –
Ausdruck von Unternehmensleitsätzen – Assoziationen zum Unternehmensinhalt –
Architektur als Abbild des Produkts – Wiedererkennbarkeit durch Wiederholung –
Kommunikation von Markeninhalten – Integration in den Planungsprozess –
Komponenten der Corporate Architecture – Ausblick

- 274 Bibliografie
- 279 Zum Autor



- 12 Volkswagen
- 13 Wilkhahn
- 14 Deutsche Post
- 15 ESPRIT
- 16 Issey Miyake
- 17 Louis Vuitton
- 18 DaimlerChrysler
- 19 MPREIS
- 20 Prada
- 21 Raab Karcher
- 22 WMF
- 23 Bertelsmann
- 24 Porsche
- 25 smart

180 Interior Concepts

Shops, Services, Flagship Stores

- 182 Deutsche Post AG, The Branches
Deutsche Post Bauen GmbH, 2001
- 188 ESPRIT, ESPRIT Store
Schwitzke & Partner, 2004
- 192 Issey Miyake, Tribeca Issey Miyake
Frank O. Gehry Associates, G Tects: Gordon Kipping, 2001
- 198 Louis Vuitton Malletier, Flagship Stores
Jun Aoki & Associates, Aurelio Clementi, Peter Marino,
Architecture Department of Louis Vuitton, 2002/2004
- 208 DaimlerChrysler AG, BIC Wörth Plant, Exhibition Stand Motor Show Geneva
Kurz und Partner Architekten, 2004/2005
- 214 MPREIS, Supermarket
Rainer Köberl and Astrid Tschapeller, 2001
- 220 Prada, Prada Epicenter
OMA Office for Metropolitan Architecture: Rem Koolhaas, Ole Scheeren, 2001/2004
- 228 Raab Karcher, Flagship Store
Franken Architekten, 2005
- 234 WMF Aktiengesellschaft, Communication Centre
HPP Laage und Partner, Atelier Prof. Rudolf Schrickler, 2002

240 Presentation Concepts

Brand Pavilions, Exhibition Concepts

- 242 Bertelsmann AG, Planet m
Concept: Karl Karau for Triad Architekten with Axel Büther
and Becker, Gewers, Kühn & Kühn Architekten, 2000
- 248 Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, Porsche Museum
Competition, 1st Place Delugan/Meissl, 2005
- 252 smart gmbh, smart center
smart planning department,
Concept: MCC Micro Compact Car GmbH/KTP, 1997

05

258 Strategies

Characterisation by an Architect – Collaborations with a Variety of Architects –
Expression of Corporate Principles – Associations with the Business Content –
Architecture as a Portrayal of the Product – Recognisability through Repetition –
Communication of Brand Contents – Integration into the Design Process –
Components of Corporate Architecture – Outlook

- 274 Bibliography
- 279 About the Author