



Ein Facelifting wurde der Arbeiterwohl-
fahrt zum neunzigsten Geburtstag spen-
diert: Entwickelt wurde das neue Corpora-
te Design vom IMD/Institut für Marken-
kommunikation und Design an der Hoch-
schule Mannheim unter Beteiligung von
neun Master-Studierenden der dortigen Fa-
kultät für Gestaltung sowie externen Part-
nern. Für Axel Kolaschnik, Professor und
Leiter des IMD, wagt die AWO mit dem
neuen Auftritt einen für ihre Zukunft wich-
tigen Schritt: »Die Landes- und Bezirksver-
bände haben nun die Möglichkeit, die
AWO als ihre gemeinsame, starke Marke
zu kommunizieren. Mit dem neuen Design
macht der Wohlfahrtsverband sichtbar, daß
er auch im stolzen Alter von neunzig Jah-
ren nicht an Relevanz verloren hat.«

www.hs-mannheim.de | www.awo.org