

TYPO Berlin 2018

TYPO Pressemitteilung

press@typotalks.com

Wieder »Brand Talks« auf der TYPO Berlin 2018

Erfolgreiches Marketing-Symposium wird noch größer

Berlin, 13. Dezember 2017. - Die Premiere der eintägigen »Brand Talks« im Mai 2017 bei der [TYPO Berlin](#) schlug Wellen: ein Dutzend aufeinanderfolgende Kurzvorträge, Agentur plus Marke auf der Bühne, intensiv, hochrangig besetzt. Als »Brand Day« ist das Talkformat seit Oktober 2017 on tour, demnächst in Köln und in London. Auf der kommenden TYPO Berlin 2018 gehen die Brand Talks in die zweite Runde, wieder mit aktuellen Fallbeispielen und nun auch im großen Saal des Haus der Kulturen der Welt.

Dieses Jahr will der TYPO-Veranstalter [Monotype](#) die Brand Talks noch attraktiver gestalten und ausbauen. Der Kern-Event findet wieder mit 10 Präsentationen am zweiten TYPO-Tag vor 400 Besuchern auf der Show-Bühne statt. Erstmals werden MetaDesign und wirDesign gemeinsam mit ihren Auftraggebern Volkswagen und comdirect bei den Brand Talks präsentieren. Mit Interbrand, Strichpunkt, Mutabor, KMS Team und der Peter Schmidt Group haben sich außerdem bereits bekannte Gesichter angekündigt.

»Nach dem Ansturm im letzten Jahr wurde uns unmittelbar klar, dass wir die Brand Talks mehr Besuchern zugänglich machen müssen. Daher finden einige auch am ersten und am dritten Tag der TYPO statt, je nach Popularität des Themas auch auf der großen Bühne«, erläutert Konferenzdirektor Jürgen Siebert die Integration der Brand Talks ins TYPO-Berlin-Programm. »Unser diesjähriges Motto »Trigger« wird sich gerade in den Brand Talks widerspiegeln, denn die digitale Transformation von Marken folgt eher einem Regelkreis-Modell als einem Masterplan.«

Die [Brand Talks](#) funktionieren wie eine Konferenz in der Konferenz: 7 Stunden konzentrierter Wissenstransfer, Referate im Halbstunden-Rhythmus. Meist stehen Agentur und Auftraggeber auf der Bühne, um gemeinsam aktuelle Marketing-Projekte zu präsentieren. Im Mai 2017 lauteten die Paarungen zum Beispiel Pentagram und Mastercard oder oddity und dm-drogerie markt. Am Ende des Tages gaben sich die Top Ten der deutschen Brand- und Corporate Design-Agenturen bei den Brand Talks ein Stelldichein, auf der Bühne und im Publikum.

Trotz der Neuerungen bleibt der Fokus der TYPO Berlin unverändert: visuelle Kommunikation und Digitalisierung. Seit über 20 Jahren folgt die Konferenz den visuellen Trends und entwickelte sich vom typografischen Kongress zur internationalen Gipfelkonferenz für Design und Kommunikation.

Wie jedes Jahr beginnt auch die aktuelle TYPO-Saison mit einer Early-Bird-Anmeldephase, die noch bis zum **31. Dezember** läuft. [Tickets](#) für Profis gibt es für 399 € (zzgl. MwSt) und Studierende sind mit 199 € (inkl. MwSt) dabei. Darüber hinaus gibt es Gruppenrabatte für Profis und Studierende (ab 5 bzw. 10 Personen).

Für weitere Informationen folgen Sie TYPO Berlin auf [Twitter](#) (@TYPOBER) und [Facebook](#) oder abonnieren Sie den [TYPO-Newsletter](#).

Journalisten können sich ab sofort über das Akkreditierungsformular auf [unserer Website](#) für die TYPO Berlin akkreditieren. **Die Anmeldefrist endet am 15. April 2018.** Eine Akkreditierung erfolgt ausschließlich zum Zwecke der journalistischen Berichterstattung. Fügen Sie bitte Ihrer Akkreditierung einen entsprechenden Nachweis bei.

Bildmaterial steht unter folgendem Link zum Download bereit:

<https://www.tygotalks.com/berlin/de/2018/presse/>



International Design Talks

Pressekontakt

Koschade PR, press@typotalks.com

Tanja Koschade, T +49 89 55 06 68 50

Helene Paulmichl, T +49 89 55 06 68 54

TYPO c/o Monotype, Bergmannstr. 102, 10961 Berlin