



PORTFOLIO

Luise von Grebe

- 03

GRIECHISCHE MYTHOLOGIE 

Diplomarbeit
- 15

GESCHÄFTSBERICHT 

Semesterarbeit
- 29

EV. STUDIENWERK FESTSCHRIFT 

Auftrag
- 36

DIPLOMKATALOG 

Semesterarbeit
- 46

RHIZOM 9 

Semesterarbeit
- 54

ASTA TASCHENKALENDER 

Auftrag
- 57

FSC MAILING 

Auftrag
- 59

EV. STUDIENWERK POSTKARTEN 

Auftrag
- 61

LEBENS LAUF 

GRIECHISCHE MYTHOLOGIE

Diplomarbeit

Semester Winter 2009/10

Betreut von Prof. Gisela Grosse

Für mein Diplom habe ich ein Konzept für ein Buch entwickelt, in dem griechische Mythen und ihre Figuren vorgestellt werden, sowie auch der kulturelle Rahmen in dem sie entstanden und erzählt worden sind.

Ziel des Buches ist es, interessierten Laien die Möglichkeit zu geben, einen umfassenden Überblick über die Mythen zu gewinnen, aber auch

den Rahmen, in dem sie sich abgespielt haben, zu begreifen und damit in Verbindung zu bringen. Dadurch kann ein differenziertes Verständnis zu Mythen entwickelt werden, da diese nicht so eindeutig sind, wie sie erscheinen. Es gibt viele Unklarheiten, aufgrund der sich widersprechenden Dokumente, die auf mündlichen Überlieferungen basieren, und den jeweiligen Interpretationen oder dem Fokus ihrer Autoren unterliegen.





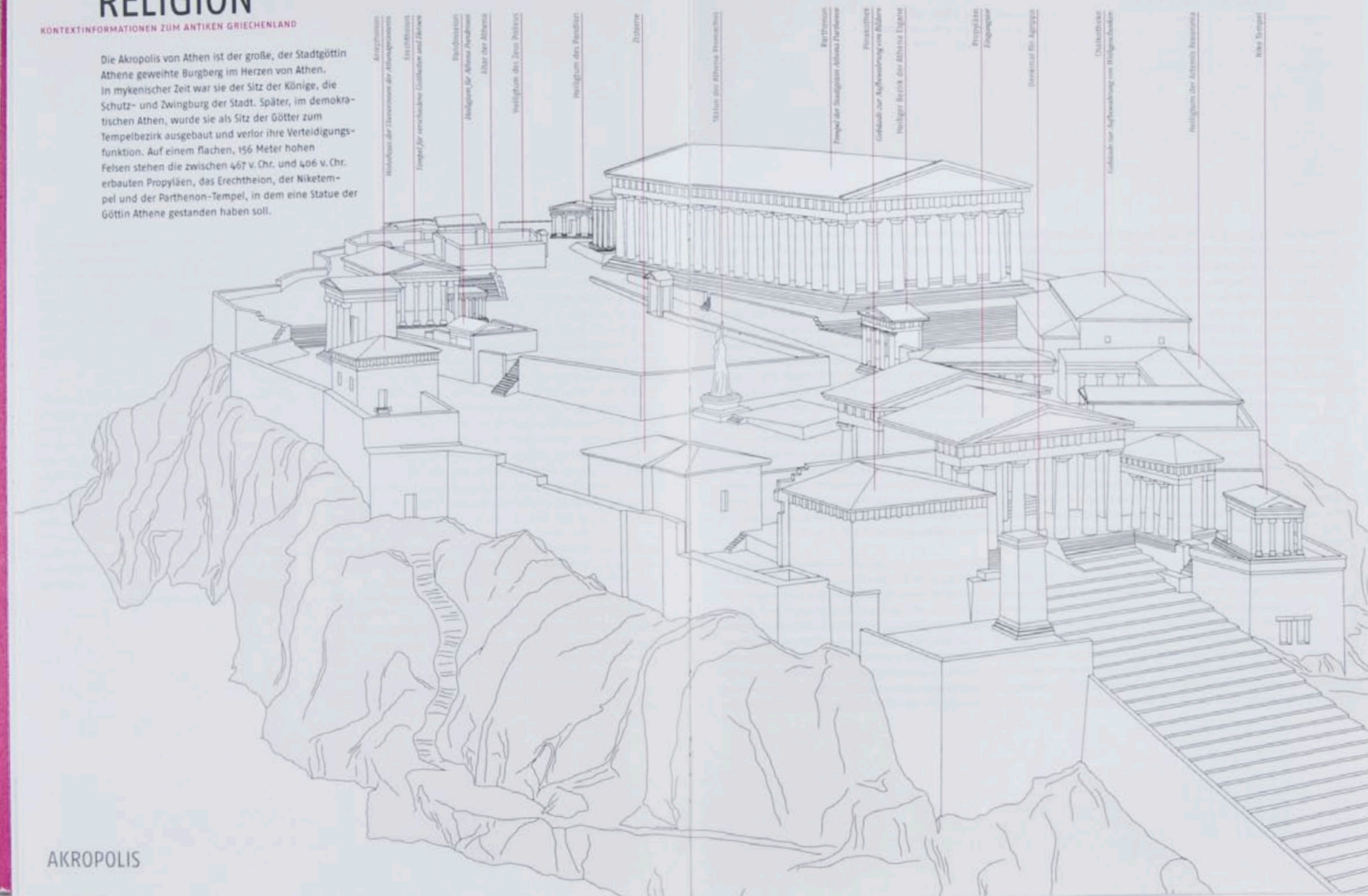
Ganzseitige Illustrationen leiten die Kapitel ein, während diese sich dann eher auf den Text fokussieren, gelegentlich begleitet von kleineren Informationsgrafiken.

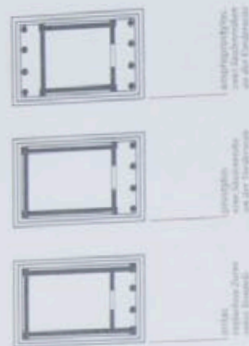
RELIGION

KONTEXTINFORMATIONEN ZUM ANTIKEN GRIECHENLAND

Die Akropolis von Athen ist der große, der Stadtgöttin Athene geweihte Burgberg im Herzen von Athen. In mykenischer Zeit war sie der Sitz der Könige, die Schutz- und Zwingburg der Stadt. Später, im demokratischen Athen, wurde sie als Sitz der Götter zum Tempelbezirk ausgebaut und verlor ihre Verteidigungsfunktion. Auf einem flachen, 156 Meter hohen Felsen stehen die zwischen 467 v. Chr. und 406 v. Chr. erbauten Propyläen, das Erechtheion, der Niketempel und der Parthenon-Tempel, in dem eine Statue der Göttin Athene gestanden haben soll.

AKROPOLIS



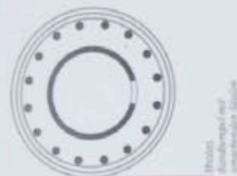


sei es für entflohene Sklaven oder für politisch tätige. Einen Menschen zu töten, der in einem Heiligtum Zuflucht gefunden hatte, ist ein so schweres Verbrechen, dass es eine Plage heraufbeschwören kann, die die ganze Stadt heimsucht.

Die Heiligtümer sind über das gesamte Gebiet der Polis verstreut und liegen sowohl auf dem Lande wie in der Stadt. Heiligtümer, die auf einer Akropolis in der Mitte der Stadt errichtet sind, wie in Athen, sind die Ausnahme. Auch spielen sie keineswegs die Rolle eines städtebaulichen Zentrums, wie es bei den Kathedralen in den Städte des Mittelalters der Fall war.

DIE BAUTEN IN DEN HEILIGTÜMERN

Innerhalb dieser heiligen Plätze entsteht mit der Zeit häufig ein Komplex von Gebäuden, die in Zusammenhang mit dem Kult stehen, und manche Heiligtümer wie das von Delphi oder von Olympia sind regelrechte »Städte«. Der Altar oder bomos ist ein wesentliches Element für den Kult. Er befindet sich im temenos, aber nicht innerhalb des Tempels. Er ist der Ort des Opfers und das Blut der Opfertiere fließt auf den Altar. Auf dem Steinsockel befindet sich der Herd, auf dem man die, den Göttern vorbehaltenen Stücke verbrennt und die, den Menschen bestimmten Stücke röstet. Der Altar ist gelegentlich nicht anders nachweisbar, als durch die Aschenhaufen und verbrannten Knochen, die nach den Opfern übrigbleiben und die sich im Falle des Zeusaltars im Heiligtum von Olympia zu einem beachtlichen Hügel aufhäufen. Es kann sich beim Altar um ein Gefüge von

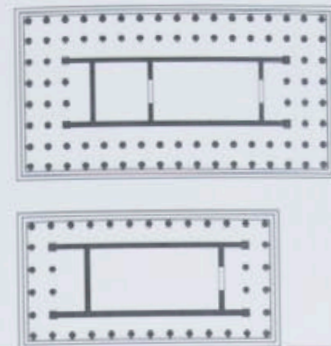


Steinen handeln oder um einen Herd, zu dem man über einige Stufen gelangt, oder um ein Monument von der Größe des Steinaltars im Heralon von Argos.

DER TEMPEL

Wenn Tempel (naos) auch die großartigsten Überreste sind, die die griechische Welt hinterlassen hat, so sind sie doch in Hinblick auf den Kult verzichtbar. Selten nur haben die Griechen das Recht, in das Innere des Tempels einzutreten, und einen großen Teil des Jahres bleibt er geschlossen. Der Tempel hat eine ganz bestimmte Funktion, nämlich eine oder mehrere Kultstatuen zu beherbergen, und darüber hinaus vielleicht noch andere der Gottheit gehörige Güter, die sie als Gaben empfangen hat.

Der Standardgrundriss ist ein Rechteck, das zwei Teile umfasst, von denen einer, der sekos, geschlossen ist, und der andere, der peristylas oder äußere Säulengang, offen. Der geschlossene Teil besteht aus mindestens einem Raum, dem naos oder der cella, darin befindet sich die Statue der Gottheit. Häufig liegt vor diesem Saal eine Vorhalle, das pronaos. Ein hinterer Raum, der opisthodomos, vervollständigt den Grundriss. Das adyton, der geheime, nicht zugängliche Ort, ist ein in manchen Tempeln vorhandener zweiter Raum, der sich an die cella anschließt. Ein rundum von Säulen umgebener Tempel heißt peripteros, oder sofern es sich um eine doppelte Säulenreihe handelt, dipteros. Wenn nur an der Vorderfront eine Säulenreihe steht, ist das ein prostylas. Die Größe der Tempel ist sehr unter-



schiedlich. Der Tempel ruht auf einem dreistufigen Fundament, der krepis. Die oberste Stufe, stylobatos genannt, trägt die Säulen. In der Vorderansicht des Tempels sieht man Säulen, bestehend aus Base, Schaft und Kapitell, ein Architrav (Horizontalbalken), den Fries, einen Giebel und ein Dach. Tempel mit kreisförmigem Grundriss heißen tholos. Sie haben noch weitere Funktionen, als nur Kultorte zu sein – sie sind Versammlungsgebäude oder Schatzhäuser.

DIE KULTSTATUEN

Jedes Heiligtum, so klein es auch sei, hat seine Darstellung der Gottheit, die Kultstatue, die im Mittelpunkt der meisten Rituale steht. Die Statuen sind die meiste Zeit im Inneren des Tempels verwahrt, nur während der großen Feste bringt man sie ins Freie und geht mit ihnen um. Neben den Kultstatuen, von denen nur wenige erhalten sind, denn sie waren aus Holz und daher vergänglich, bevölkern Götterbilder als Weihgaben oder Bauornamente des Tempels das Heiligtum in Form von Standbildern, Reliefs oder Rundplastiken. Ihre Aufgabe ist nicht, beim Ablauf der Rituale eingesetzt zu werden, sondern an die Attribute des Gottes zu erinnern und an seine eigene Geschichte wie die der mit ihm in Verbindung stehenden Gottheiten.

DIE WEIHGABEN

Eine Gabe zu weihen, ist eine der häufigsten Kulthandlungen, und die Heiligtümer sind voller Weihgaben aller Art. Jedweder Gegenstand kann zur Weihgabe werden, von dem bescheidensten Gefäß bis zur Kriegsbeute,

die in einer Polis während eines Kriegszuges gemacht wurde. Ein siegreicher Athlet weihet seinen Kranz, ein Kranker ein Abbild des Körperteils, das geheilt worden war, eine Polis ein Denkmal. Diese vielen Weihgaben machen es erforderlich, dass von den Schatzmeistern eines Heiligtums ein Inventar aufgestellt wird, und außerdem, dass es Platz genug gibt. Nicht selten kommt es vor, dass besondere Gebäude errichtet werden, um die Weihgaben aufzunehmen, oder dass die Gaben zurückgelegter Jahre in Mulden vergraben werden. Der wesentliche Teil der Kunstwerke, die erhalten sind, waren Gegenstände, die man den Göttern geweiht hatte. Unmittelbar außerhalb der Heiligtümer, wenn nicht in ihnen selbst, finden auch die profanen Aktivitäten der Händler Platz, und jedes große Fest war bekanntlich eine Gelegenheit für Märkte und Vorführungen aller Art.

DIE RITEN

Das tägliche Leben im Privatbereich und das öffentliche Leben sind gleichermaßen von Riten aller Art bestimmt, so dass das Religiöse sich aufs engste mit allen Momenten und allen Stufen des Lebens eines griechischen Bürgers verbindet. Die Einführung der Riten wird allgemein dem direkten oder mittelbaren Eingreifen der Gottheit zugeschrieben. Jede Verfehlung bei der Einhaltung ihrer Durchführung ruft göttlichen Zorn hervor. Jede Veränderung muss durch eine Äußerung der Gottheit gerechtfertigt sein. Daraus erwächst eine der Rollen der Orakel als Überbringer der göttlichen Botschaft. Die Einhaltung der Riten wird sehr bald durch die Aufzeichnung von Gesetzen schriftlich festgelegt. Zumeist im

Die Opfer markieren ein Anfang oder ein Ende und stellen vertrauliche Handlungen unter dem Schutz der Götter, die auf diese Weise zu Zeugnis oder Verbindlichkeit gelehrt werden.

herbeigerufener Spezialist, der zugleich Opferdiener und Koch ist. In den Heiligtümern sind dies in der Regel die mit dem Kult betrauten Priester.

Das Opfer (*thysia*) steht im Mittelpunkt der meisten Rituale, es kann ebenfalls die verschiedensten Formen annehmen. Eine Art des Opfers setzt sich indes im klassischen Griechenland in dem kollektiven Handeln der Polis unter all den Formen durch und hat zum Ziel, einerseits die Bindungen, der Bürger untereinander, andererseits die Beziehungen mit der Welt der Götter zum Ausdruck zu bringen.

Die Trankopfer stellen einen wichtigen Teil der Riten dar. Sie können in Verbindung mit einem Tieropfer stehen, aber auch als ein unabhängiges Ritual vorkommen. Trankopfer eröffnen das Mahl als versöhnende Geste oder werden vor dem Schlaf dargebracht. Sie begleiten die Riten des alltäglichen Lebens.¹ Das Trankopfer besteht darin, dass man einen Teil der Flüssigkeit über den Altar oder auf den Boden gießt und dabei ein Gebet spricht. Auch bei diesem Opfer gibt es die Adaption ohne anschließenden Trunk. Die rituellen Vernichtung stellt eine Verbindung mit der Unterwelt her.

Die Orphiker – Randgruppen der Polis und Gegner des blutigen Opfers – erklären ihre radikale Ablehnung aller fleischlichen Ernährung und verzehren nur völlig reine Nahrungsmittel wie Honig und Getreide, die sie auch den Göttern durch ihre Opfer zukommen lassen. Auf diese Weise schließen sie sich völlig von dem politischen Leben aus. Ihre Entscheidung liegt in ihrem mystischen Streben begründet, die verlorene Einheit mit den Göttern wiederzuerlangen. Unter den Pythagoreern gibt es zwei Richtungen, zum einen jene, die jede fleischliche Nahrung ablehnen und zum anderen jene, die nur bestimmte Fleischsorten ablehnen, wie das des Hammels und des Rindes. Mit den übrigen Opfernern finden sie sich ab und können so ihre Protesthaltung mit der Teilnahme am Leben der Polis vereinbaren, das es für sie zu reformieren gilt.

PRIESTERINNEN UND PRIESTER
Die hauptsächlich heiligen Handlungen und insbesondere die Darbringung des Opfers erforderten nicht notwendigerweise einen Vermittler. Es gibt keinen aus-

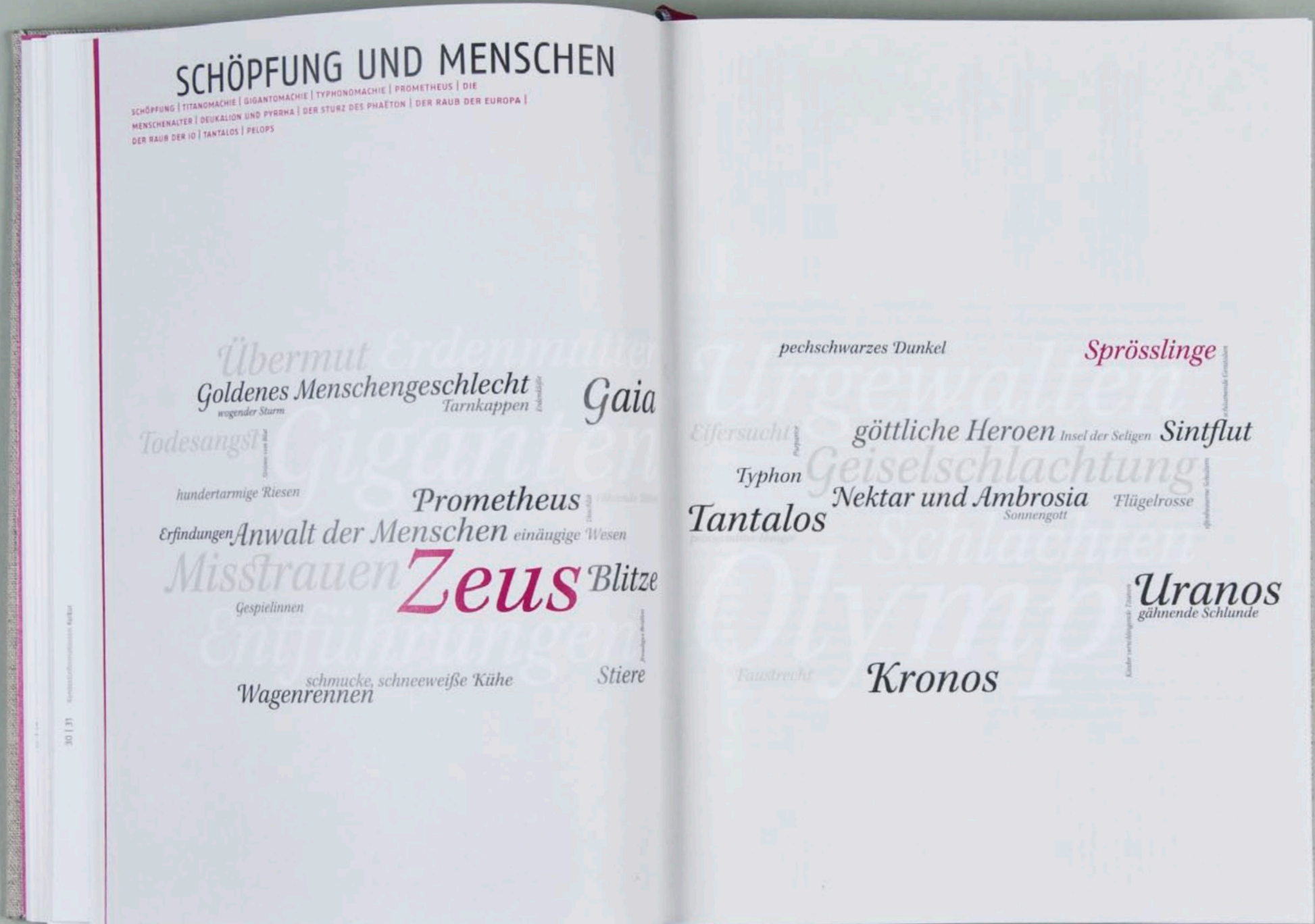
schließlichen Verwalter eines Wissens, das Voraussetzung ist, um mit den Göttern in Verbindung zu treten, und folglich gibt es auch keinen Klerus. Jeder Bürger kann an seinem häuslichen Herd oder in einem Tempel die Handlungen vollziehen, die die Frömmigkeit eines Griechen zum Ausdruck bringen.

Die Aufgaben der Priester reichen von dem Beiwohnen bei Opfern, der Leitung von kultischen Festen über den Dienst und der Pflege der Kultstätte bis zur Instandhaltung der Baulichkeiten. Bei ihren Aufgaben standen ihnen Tempel- oder Opferdiener zur Seite¹. Schließlich sind die Priester noch für die Zeit ihres Mandats Wächter über die heiligen Gesetze, als solche stellen sie die Beachtung und Fortdauer der Tradition sicher.

latter, Mythen und Heiligenschein
im antiken Griechenland war
Jan M. Brouwer

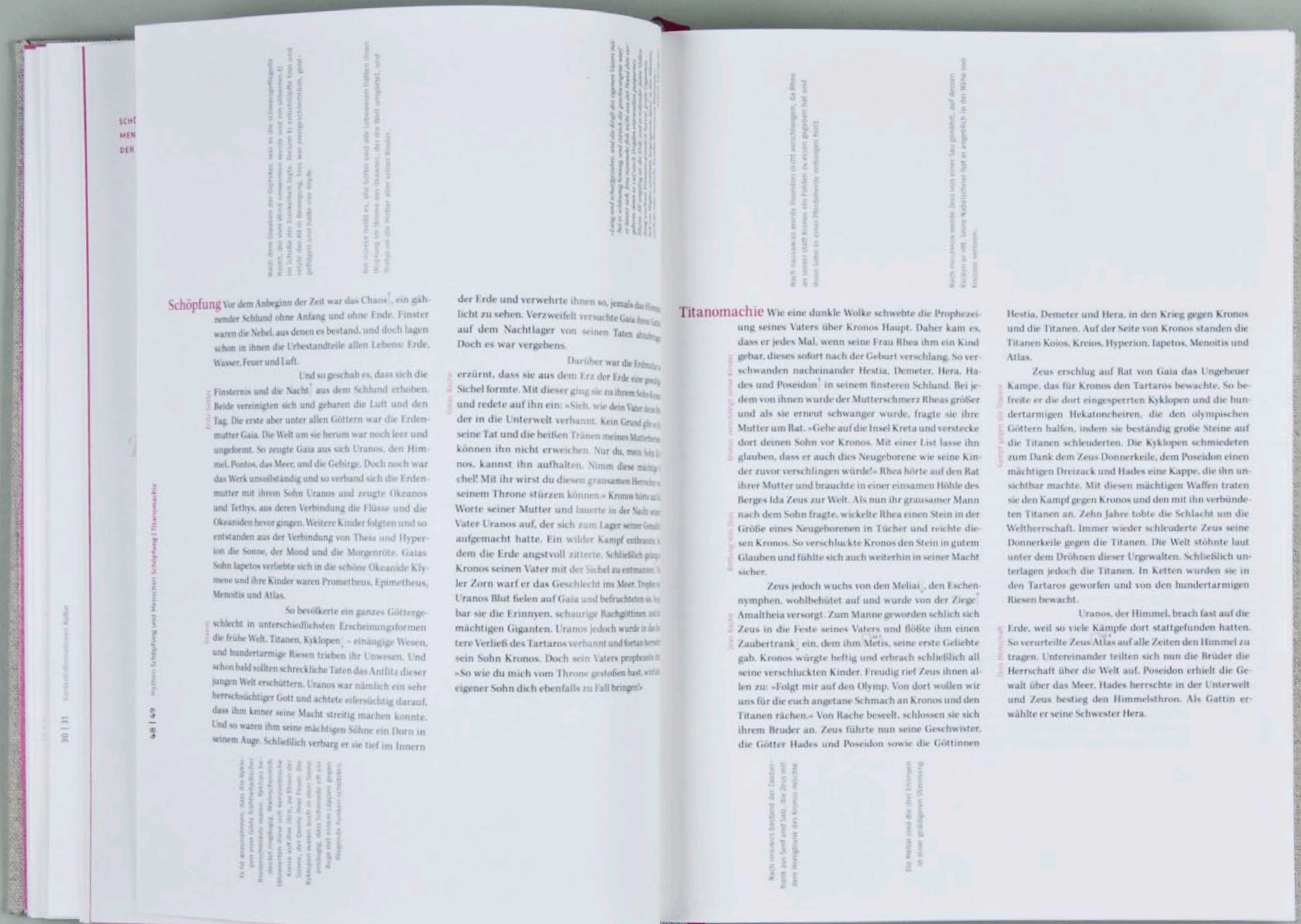
Elektronische Navigation der
Schiffe und klassischer
Unterwasser-Wasser-Navigation

Als Einleitung der Mythenkapitel habe ich Bilder aus den Wörtern,
Begriffen und Namen erstellt, die in den Geschichten vorkommen.



Semester Winter 2009/10
Betreut von Prof. Gisela Grosse

In den senkrechten Anmerkungen oberhalb des Textes werden Adaptionen der Mythen beschrieben, in denen unterhalb, Verweise zum kulturellen Rahmen aufgeführt. Die Navigation ist ebenfalls senkrecht platziert – also Kapitel-, Geschichten- und Absatzüberschriften. Durch diese Anordnung wird der Lesefluss nicht unterbrochen – und durch die Einzüge noch verstärkt.





Während Theben in Bötien die Errichtung einer Hegemonie über die anderen bötischen Gemeinden verfolgte Athen unter Perikles eine ähnlich aggressive Politik. Der Seebund, inzwischen längst ein mehr und mehr zum attischen Reich. Entfaltung der athenischen Demokratie, in dem die Tributzufuhr der Bundesstaaten zu einem zentralen Akropolis durch ein ebenso großes Bauprogramm zu einem der neuen Großmacht, die „Schule Griechenlands“ dar-

Mitte des 5. Jahrhunderts v. Chr. Athen und Zentrum des Lehren eines Sokrates, Sokrates und Demokrit. Es ent-

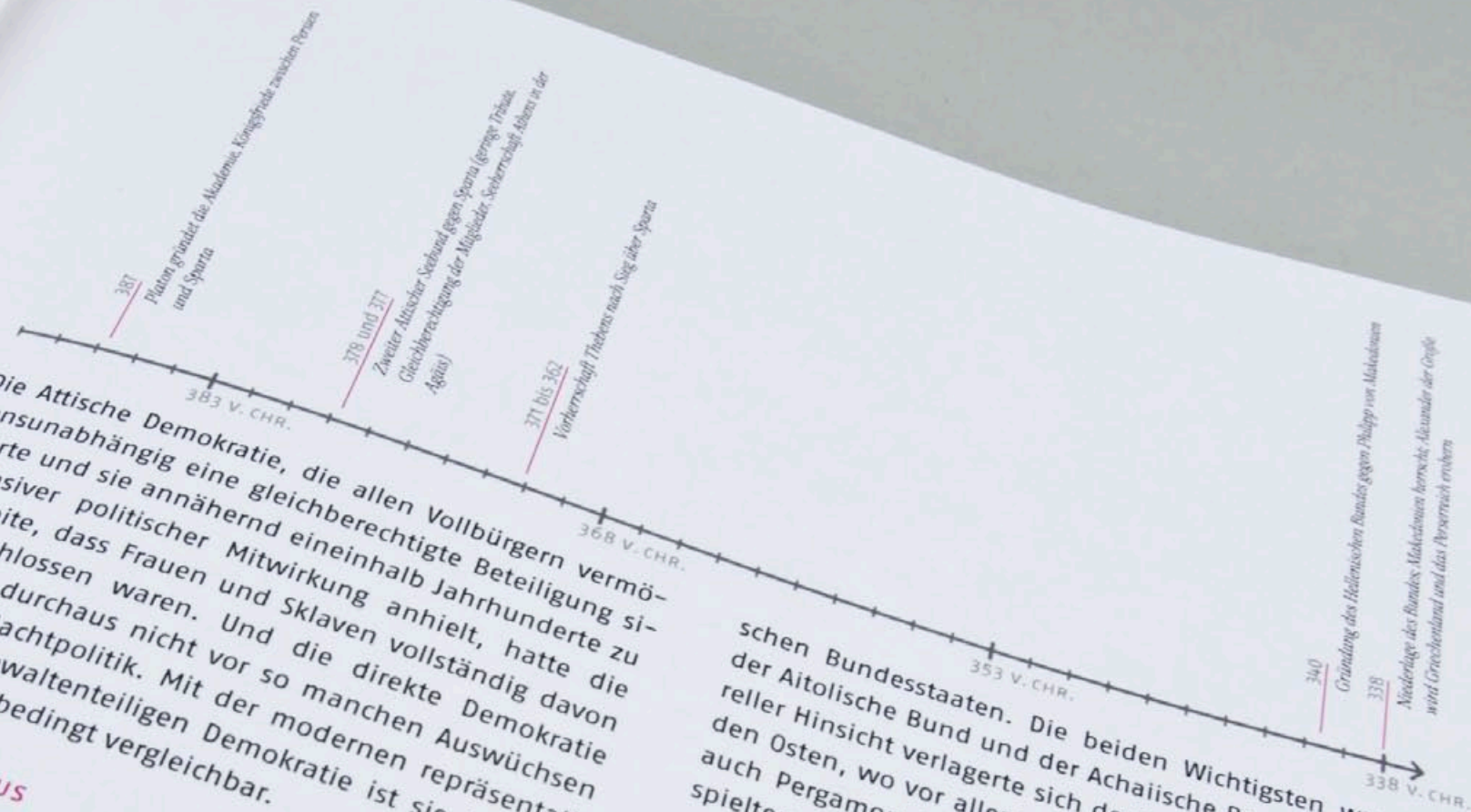
Die Attische Demokratie, die allen Vollbürgern vermögensunabhängig eine gleichberechtigte Beteiligung sicherte und sie annähernd eineinhalb Jahrhunderte zu intensiver politischer Mitwirkung anhielt, hatte die Kehrseite, dass Frauen und Sklaven vollständig davon ausgeschlossen waren. Und die direkte Demokratie schützte durchaus nicht vor so manchen Auswüchsen äußerer Machtpolitik. Mit der modernen repräsentativen und gewaltenteiligen Demokratie ist sie in vieler Hinsicht nur bedingt vergleichbar.

DER HELLENISMUS

Alexander, später der Große genannt, setzte die ehrgeizigen Pläne seines Vaters Philipp II. von Makedonien in die Tat um: Er zwang die aufständischen griechischen Städte in die Knie und zerstörte Theben. Mit seinem legendären Alexanderzug öffnete er zugleich den Griechen das Tor zu einer neuen Welt: Er besiegte die persischen Armeen und stieß bis nach Indien vor.

Damit endete das klassische Zeitalter Griechenlands. Es begann das Zeitalter des Hellenismus, in dem die griechischen Poleis gegenüber den hellenistischen Großreichen, die sich nach Alexanders Tod 323 v. Chr. bildeten, sowie den sich formierenden Bundesstaaten nur eine untergeordnete Rolle spielten.

Griechenland blieb das Schlachtfeld der hellenistischen Großmächte. Athens Versuch, nach dem Tod Alexanders wieder eine Macht zu werden, scheiterte kläglich. An die Stelle der Polis traten als Machtfaktor die



schon Bundesstaaten. Die beiden wichtigsten waren der Aitolische Bund und der Achaäische Bund. In kultureller Hinsicht verlagerte sich der Schwerpunkt mehr in den Osten, wo vor allem Alexandria in Ägypten, später auch Pergamon in Kleinasien, eine bedeutende Rolle spielten.

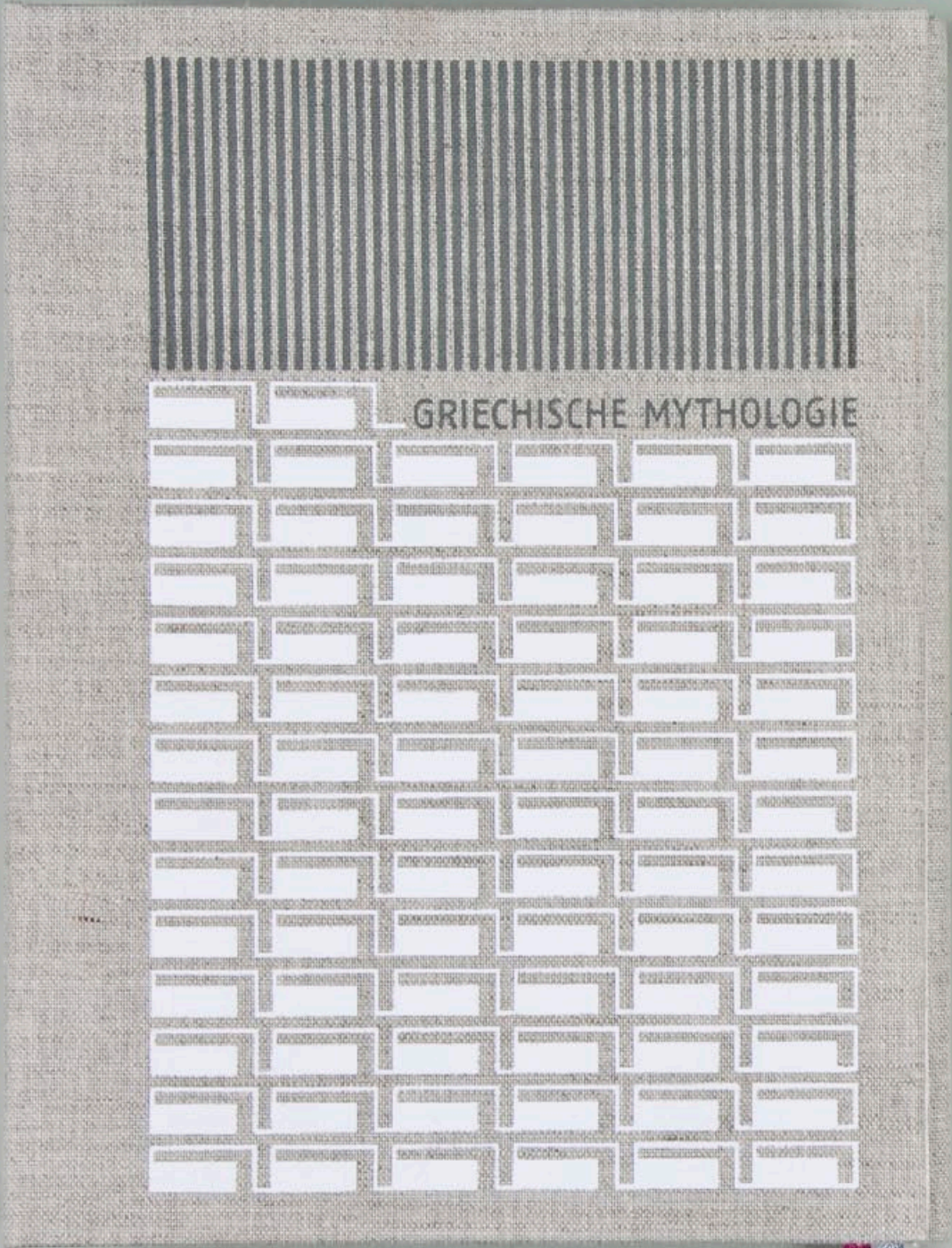
Infolge der Kämpfe zwischen den griechischen Kleinst- und Mittelmächten untereinander sowie mit und gegen Makedonien kam es zum Eingreifen des Römischen Reiches gegen Philipp V. von Makedonien. Im Zweiten Makedonisch-Römischen Krieg, von 200 bis 197 v. Chr., wurde Makedonien vernichtend geschlagen. 196 v. Chr. verkündete der römische General Titus Quinctius Flaminus die Freiheit Griechenlands, Rom blieb aber Protektorsmacht. Da die Lage weiterhin instabil war, sah sich Rom in der Folgezeit immer wieder einzugreifen gezwungen. Nach der Schlacht von Pydna 168 v. Chr. war Makedonien, welches unter König Perseus noch einmal versucht hatte, die Vorherrschaft in Griechenland gegen Rom zu erkämpfen, als Machtfaktor ausgeschaltet. Dies führte nach der Zerstörung von Korinth zur Umwandlung Griechenlands in eine römische Provinz.

133 v. Chr. wurde auch das Reich von Pontus in Syrien annektiert, 64/63 v. Chr. wurde das Reich von Syrien annektiert.



Semester Winter 2009/10
Betreut von Prof. Gisela Grosse

Das Buch ist von beiden Seiten aufschlagbar und verbindet dadurch den Buchblock mit einem Leporello, auf dem der Stammbaum der Figuren in den Mythen dargestellt ist.





Semester Winter 2009/10
Betreut von Prof. Gisela Grosse





EINLEITUNG

INFORMATIONEN ZUM STAMMBAUM UND SEINER ENTWICKLUNG

»Die Götter- und Heldengeichten der Völker waren nie ganz festgeschrieben, schon weil sie in einer Zeit entwickelt und weiterzählt wurden, die vom Schriftlichen nicht so beherrscht war, wie die unsere. Kein Erzähler fühlte sich sklavisch an das gebunden, was man ihm zuvor erzählt hatte. Nur dadurch war es so gut möglich, dass gewandelte Auffassungen über einzelne Gottheiten auch zu neuen Geschichten führten. Der Übergang von einer eher matriarchalischen zu einer eher patriarchalischen Gesellschaft änderte in der Götterwelt viel, und hinzu kam durch die Jahrhunderte eine Verfeinerung der Lebenslemente, die von einzelnen Gottheiten verkörpert wurden: So wurde aus dem Fruchtbarkeits-, Herden- und Hirtengott Hermes, ursprünglich wohl überhaupt nur Symbol des Phallus, der Gott der diebstahlschen und rednerischen List und des sicheren Griffs, Götterbote, Hüter nächtlicher Wege, Wegkreuzungen und intuitiver Lösungen, sogar Begleiter der Seelen ins Totenreich.«

STEN NADOLNY, Ein Gott der Frechheit

In diesem Stammbaum sind die Abstammung von über 800 Gottheiten, Menschen und Fabelwesen dargestellt. Da es häufig Generationsübergreifende Partnerschaften gab und auch die Götter überall mitmischten, ist eine klassische Stammbaumgestaltung für ein gedrucktes Produkt unmöglich. Aus diesem Grund sind die Nachkommen nur jeweils einem Elternteil zugeordnet – mit einem Verweis auf die jeweilige Partnerin oder den Partner. Auf dieser Seite befindet sich ein Stammbaum, der nach den Müttern aufgebaut ist, auf der Rückseite einer, der nach den Vätern sortiert ist – mit Verweisen zu den Müttern.

Beide Systeme sind dargestellt, da die griechische Kultur, wie auch viele andere, zu ihrer Anfangszeit matriarchalisch aufgebaut war und sich erst später zu einem Patriarchat entwickelt hat. Dass den Frauen in der klassischen und hellenistischen Gesellschaft ein geringer Stellenwert zugesprochen wurde, beeinträchtigt nicht die Wichtigkeit ihrer Rolle als Mütter von Göttinnen und Göttern, Heldinnen und Helden sowie anderen Gestalten der Mythologie. Desweiteren eröffnet die Sortierung nach Müttern einen neuen Blickwinkel, so dass bislang unbekannte Verwandtschaften ins Auge fallen können, wie beispielsweise die von Odysseus und Iason.

Auf Widersprüche der verschiedenen Quellen¹ wird in den Anmerkungen oberhalb des Stammbaums eingegangen. Generell wurde aber die Abstammung gewählt, in der die meisten Quellen einig sind. Diese Form des Stammbaums ist daher nur als ein Vorschlag zu sehen.

Wie es zu den Widersprüchen zwischen den verschiedenen Quellen kam, kann in dem Kapitel zur griechischen Kultur nachgelesen werden.

Legende

GÖTTER
GÖTTINNEN
FABELWESSEN
STERBLICHE MÄNNER
STERBLICHE FRAUEN
Stammesübergänge

1. ZEHN. 179

Die Farbkennzeichnung ist auch bei den Verbindungsnamen zu finden. Anhand der Zusätze nach den Verweisen sind die jeweiligen Väter und ihre Abstammung schnell auszumachen.

2. ZEHN. 179

Befindet sich kein Zusatz hinter den Namen, so ist die Person nicht im Stammbaum verzeichnet, was daran liegt, dass der Name zwar bekannt ist, aber nicht die dazugehörigen Eltern oder aber diese keine verwandtschaftlichen Beziehungen zu Göttern haben. Im obigen Beispiel ist Laertes der Sohn eines armen Fischers und somit nicht abstammend von irgendeiner Gottheit.

Für einen schnellen Zugriff auf benötigte Informationen gibt es eine Spaltennummerierung und alphabetische Zeilen. Für diesen Zweck befindet sich auch ein Register am Ende des Leporellos. Doppelt auftauchende Namen sind nummeriert um Verwechslungen vorzubeugen.

Quellen

Antike Mythologie – Ein Handbuch
HANS-K. UND SUSANNE LÜCKE
Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbeck 1999

Griechische Mythologie – Quellen und Deutung
ROBERT VON RANKE-GRAVES
Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbeck 1984

Herder Lexikon – Griechische und römische Mythologie
Herder Verlag, Freiburg 2003

Who's who in der antiken Mythologie
GERHARD FINK
Deutscher Taschenbuch Verlag, München 2004

Kleines Lexikon der Mythologie
www.gottwein.de/Cap/Mythologie.php

Mythoskop
<http://www.mythoskop.de/>

Myth Index Greek Mythology
www.mythindex.com

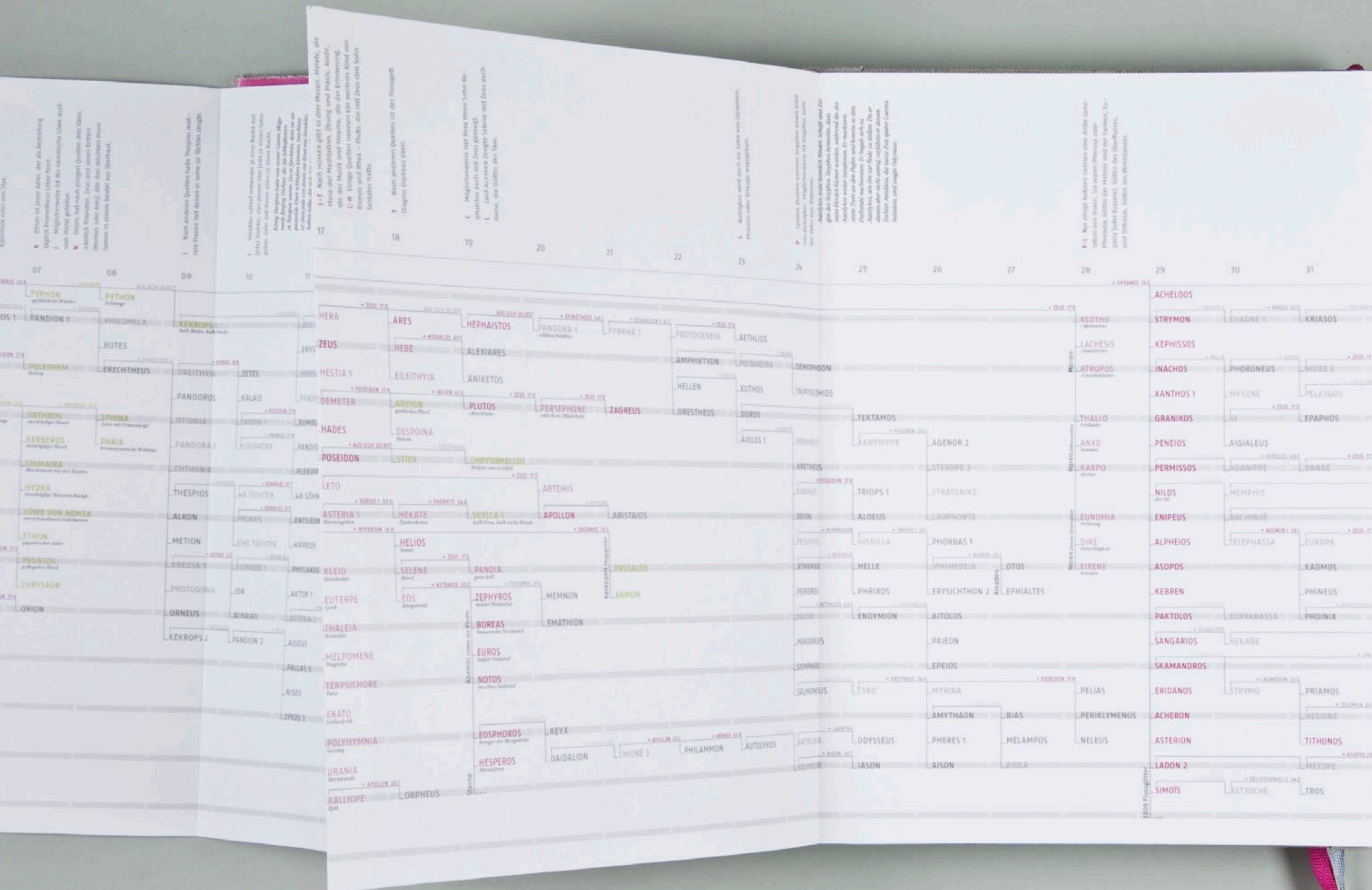
01. WAS ZUCK FLURST
CHAOS

GRIECHISCHE MYTHOLOGIE

Diplomarbeit

Semester Winter 2009/10

Betreut von Prof. Gisela Grosse



[illegible]

GESCHÄFTSBERICHT

Semesterarbeit

Semester Sommer 2008

Kurs Geschäftsberichte

Betreut von Prof. Gisela Grosse

In diesem Kurs habe ich ein Konzept zur Gestaltung des Geschäftsberichts von Henkel aus dem Jahr 2004 erstellt. Dazu gehören Thema für den Imageteil, Umgang mit dem CD, Seitenaufbau, Bildsprache, Tabellen, Diagramme, Navigation, Texthierarchie und mehr.

Der Imageteil des Unternehmens wird ergänzt durch eine beiliegende Broschüre, die das Jubiläum des Unternehmens zum Thema hat. In der Broschüre wird gezeigt, wie sehr Henkel das Leben erleichtert hat – gemäß dem Grundsatz von Henkel: besser, schöner, leichter.





Semester Sommer 2008
Kurs Geschäftsberichte
Betreut von Prof. Gisela Grosse

Für das Thema habe ich das 130-jährige Jubiläum des Unternehmens aufgegriffen.
In einer beiliegenden Broschüre wird erläutert, was sich seit 1876 verbessert hat.

INHALT		SEIT 130 JAHREN.	
Zum Unternehmen	08 Vorwort 12 Geschäftsführung 14 Mitarbeiter 16 Unsere Werte 20 Aktien und Anleihen		QUALITÄT VON HENKEL.
Geschäftsfelder	32 Entwicklung der Geschäftsfelder 34 Wasch- und Reinigungsmittel 38 Kosmetik und Körperpflege 42 Adhesive Technologies		Unsere Vision ist, mit Marken und Technologien das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Wir erforschen die Märkte und analysieren die Bedürfnisse unserer Kunden und Konsumenten, um unsere Erkenntnisse in neue, hochwertige Produkte und überragende Technologien umsetzen zu können. Innovation ist die Basis für Erfolg.
Konzernlagebericht	50 Geschäftstätigkeit 54 Geschäftsverlauf 64 Vermögens- und Finanzlage 68 Forschung und Entwicklung 72 Marketing und Vertrieb 74 Produktion und Nachhaltigkeit 78 Chancen- und Risikobericht 84 Ausblick des Henkel Konzerns		 <i>A Brand like a friend</i>
Corporate Governance	90 Bericht des Aufsichtsrats 94 Corporate Governance Bericht		
Konzernabschluss	114 Konzern Gewinn- und Verlustrechnung 116 Konzernbilanz 118 Konzern Kapitalflussrechnung 120 Konzernanhang 128 Allgemeine Angaben 132 Erläuterungen zur Konzern Gewinn- und Verlustrechnung 140 Erläuterungen zur Konzernbilanz 164 Zusatzangaben zur Gewinn- und Verlustrechnung/Konzernbilanz 178 Erklärung der Geschäftsführung 180 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers		
Weitere Informationen	186 Kennzahlenübersicht U7 Impressum und Finanzkalender U5 Glossar U6 Stichwortverzeichnis		

INHALT

Zum Unternehmen	08 Vorwort 12 Geschäftsführung 14 Mitarbeiter 16 Unsere Werte 20 Aktien und Anleihen
Geschäftsfelder	32 Entwicklung der Geschäftsfelder 34 Wasch- und Reinigungsmittel 38 Kosmetik und Körperpflege
Konzernlagebericht	54 Geschäftsverlauf 64 Vermögens- und Finanzlage 68 Forschung und Entwicklung 72 Marketing und Vertrieb 74 Produktion 76

SEIT 130 JAHREN.

» Sie sehen, dass die Henkel Werke [...] mit gutem Beispiel voran gehen. Gestützt auf die unübertroffene Güte ihrer Erzeugnisse und das Vertrauen, dass sie sich Hersteller und Konsumenten verdienen.

**Universal-Waschmittel
Henkel & Comp.
in Aachen.**

1876 Der 28-jährige Kaufmann Fritz Henkel gründet mit zwei Kompagnons am 26. September 1876 in Aachen die Firma Henkel & Cie. Als erstes Produkt stellt er ein Pulver-Waschmittel auf Basis von Wasserglas her. Es heißt Universalwaschmittel und wird erstmals in handlichen Packchen angeboten.

QUALITÄT VON HENKEL.

Unsere Vision ist, mit Marken und Technologien das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen.

Wir erforschen die Märkte und verstehen die Bedürfnisse unserer Kunden und Konsumenten, um unsere Erkenntnisse in neue, hochwertige Produkte und überragende Technologien umsetzen zu können.

Innovation ist die Basis für Erfolg.

Henkel
A Brand like a friend

Als weiteres Thema habe ich den von Henkel ausgerufenen Ideenwettbewerb gewählt, der alle Mitarbeiter aufforderte Vorschläge zur Verbesserung einzureichen.



AKTIEN UND ANLEIHEN

Henkel-Aktie erreicht historischen Höchststand
Outperformance gegenüber DAX und Branchenindex
Liquidität der Henkel-Vorzugsaktie gestiegen

Für die Henkel Aktien war das Jahr 2006 ein Jahr der Rekorde. Nach einem bereits hervorragenden Jahr 2005 mit einem Kursplus von 32,8 Prozent stieg die Vorzugsaktie 2006 gegenüber dem Schlusskurs des Vorjahres um weitere 31,2 Prozent und erreichte einen Jahresschlusskurs von 111,48 EUR. Wie im Vorjahr konnte sie sich damit auch im Berichtsjahr besser als der DAX entwickeln, der um 22,0 Prozent zulegte. Die Stammaktie gewann 25,0 Prozent und schloss das Jahr mit einem Kurs von 98,20 EUR.

Auch im Vergleich zum Branchenindex Dow Jones EUR Stoxx Consumer Goods, der gegenüber dem Vorjahreswert um 20,2 Prozent anstieg, entwickelten sich die Henkel-Aktien deutlich besser.

Schon im März 2006 stieg der Kurs der Vorzugsaktie über den bisherigen historischen Höchstkurs von 94,84 EUR aus dem Jahr 1998. Den neuen Höchststand erreichte sie am 15. Dezember 2006 mit einem Schlusskurs von 111,48 EUR. Unser beschleunigtes organisches Umsatzwachstum bei gleichzeitig verbesserter Profitabilität wurde von den Anlegern sehr positiv aufgenommen.

Mit dem Kurs der Henkel-Vorzugsaktie stieg auch ihr Handelsvolumen. Pro Handelstag wurden durchschnittlich 401.000 Vorzugsaktien gehandelt (Vorjahr: 383.000). Bei den Stammaktien waren es mit durchschnittlich 47.200 pro Börsentag 2.800 weniger als im Vorjahr. Die Marktkapitalisierung der Stamm- und Vorzugsaktien erhöhte sich von 11,8 MRD EUR auf 15,1 MRD EUR.

Damit erreichten wir auch im Geschäftsjahr 2006 eines unserer wichtigsten Unternehmensziele: die langfristige Wertsteigerung im Interesse unserer Investoren.

Aktionäre, die bei der Emission der Henkel-Vorzugsaktie im Jahr 1985 1.000 EUR anlegten und die ihnen zufließenden Dividenden (ohne Steuern) wieder in die Aktie investierten, verfügten Ende 2006 über einen Depotwert von etwa 10.600 EUR. Dies entspricht einer Wertsteigerung von 960 Prozent oder einer durchschnittlichen Verzinsung von 11,8 Prozent pro Jahr. Der DAX erreichte im gleichen Zeitraum eine jährliche Verzinsung von 8,6 Prozent.

Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich 2006 in Euro



Entwicklung Henkel-Vorzugsaktie im Marktvergleich 1997 bis 2006 in Euro



■ Henkel-Vorzugsaktie ■ DAX (indexiert) ■ DJ Euro Stoxx Consumer Goods (indexiert)



Semester Sommer 2008
Kurs Geschäftsberichte
Betreut von Prof. Gisela Grosse

ENTWICKLUNG DER GESCHÄFTSFELDER

Die Geschäftsfelder des Henkel Konzerns



Wasch- und Reinigungsmittel

- Wir belegen weltweit führende Marktpositionen
- Wir bauen aus einer starken Position in Europa und Nordamerika unsere Weltmarktstellung weiter aus



Kosmetik und Körperpflege

- Wir belegen weltweit führende Marktpositionen
- Wir wachsen profitabel durch attraktive Produktinnovationen zur Erfüllung anspruchsvoller Kundenwünsche
- Wir erweitern unsere starke Stellung in Europa und Nordamerika und bauen unsere Präsenz in den Wachstumsregionen selektiv aus



Adhesives Technologies

- Wir sind weltweit führend
- Wir wachsen durch Innovationen und Akquisitionen
- Wir erschließen neue Anwendungen und Wachstumspotenziale in allen Regionen der Welt

Umsatz und EBIT nach Geschäftsfeldern



Kennzahlen der Geschäftsfeldern

	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Organisches Wachstum in %		+ 4,6		+ 4,1		+ 8,4
Kennzahlen in Mio. Euro						
Umsatz	4.088	4.177	2.629	2.864	5.008	5.510
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	433	449	321	359	530	579
Kennzahlen in %						
Umsatzrendite (EBIT)	10,6	10,9	12,2	12,5	10,6	10,5
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	13,6	15,2	14,7	15,4	15,1	15,9

WASCH- UND REINIGUNGSMITTEL



Umfeld und Marktposition

Der Weltmarkt für Wasch- und Reinigungsmittel legte an Dynamik weiter zu, er wuchs in den für uns relevanten Märkten um mehr als 3 Prozent. Das Marktwachstum war stärker preisgetrieben als in den Jahren zuvor, da es – anders als im Vorjahr – gelang, Materialkosten erhöhungen über die Preise weiterzugeben. So drehte sich in unserem größten Markt – Westeuropa – der rückläufige Trend der letzten Jahre hin zu einem strukturellen Wachstum.

Auch in Nordamerika gewannen die Märkte preisbedingt spürbar an Dynamik und legten deutlich zu. Von den anderen großen Märkten zeigte Russland das höchste Marktwachstum. In diesem Umfeld belegt der Unternehmensbereich Wasch-/Reinigungsmittel weiterhin weltweit führende Positionen in den für uns relevanten Märkten.

Geschäftstätigkeit und Strategie

Gemäß unserer Fokussierung auf die Märkte für Waschmittel und Reinigungsmittel trennten wir uns im abgelaufenen Jahr von dem mit Dial erworbenen Nahrungsmittelgeschäft in Nordamerika. Nur selektiv bearbeiten wir mit den über Dial und Chlorox akquirierten Geschäften die Kategorien Luftfrischer und Insektizide.

Unsere globale Marktposition wollen wir auf der Grundlage unserer führenden Stellung in Europa kontinuierlich ausbauen. Dabei hat regionales Wachstum Vorrang vor dem Erschließen zusätzlicher Produktkategorien.

Dem organischen Umsatzwachstum und der weiteren Steigerung der Profitabilität kommt in den nächsten Jahren eine hohe Bedeutung zu. Wir konzentrieren uns darauf, in unseren größten Märkten Westeuropa und Nordamerika weiter zu wachsen und in den Wachstumsregionen die Umsatzrenditen weiter zu steigern. Dabei wird es vor allem auf unsere Innovationsfähigkeit und die fortgesetzte Stärkung unserer internationalen Marken ankommen.

Organisches Umsatzwachstum von 4,6 Prozent
Betriebliches Ergebnis weiter gesteigert
ROCE auf 15,2 Prozent erhöht

Umsatz in Mio. Euro ¹⁾			
	2005	2006	Änderung
Umsatz	4.088	4.117	0,7 %
betriebliches Ergebnis (EBIT)	433	449	3,7 %
EVA ²⁾	83	153	81,3 %

1) Exklusiv Dial und Keweenaw-Wäsche in Nordamerika
2) in Prozentpunkten

in %			
	2005	2006	Änderung
Anteil am Konzernumsatz	34,0	32,0	-2,0 pp
Umsatzrendite (EBIT)	10,6	10,9	+0,3 pp
Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)	13,6	15,2	+1,6 pp

pp = Prozentpunkte



Umsatz und Ergebnis

Obwohl wir das Nahrungsmittelgeschäft von Dial verkauft haben, konnten wir unseren Vorjahresumsatz mit 4.117 MIO EUR um 0,7 Prozent übertreffen. Das betriebliche Ergebnis (EBIT) haben wir auf 449 MIO EUR gesteigert. Dies entspricht einer Erhöhung um 3,7 Prozent, die damit stärker als das Umsatzwachstum ist. Die Rendite auf das eingesetzte Kapital (ROCE) steigerten wir um 1,6 Prozentpunkte auf 15,2 Prozent. Dies gelang durch die laufende Optimierung des Nettoumlaufvermögens sowie die Kapitalfreisetzung aus dem Verkauf des Dial-Nahrungsmittelgeschäfts.

Dabei konnten wir in der Region Europa/Afrika/Nahost unsere Marktposition weiter ausbauen. In Westeuropa inklusive Deutschland zog das Geschäft ab dem zweiten Quartal an, nachdem Handel und Verbraucher die zum Jahresanfang erhöhten Preise angenommen hatten. In Osteuropa erzielten wir die höchste Wachstumsrate aller Regionen. Dazu trugen sowohl die gute Marktentwicklung als auch ein Ausbau unserer Marktpositionen

Semester Sommer 2008
Kurs Geschäftsberichte
Betreut von Prof. Gisela Grosse

Kennzahlen nach Quartalen in Mio. Euro

	1. Quartal		2. Quartal		3. Quartal		4. Quartal	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Umsatz								
Wasch-/Reinigungsmittel	957	1.009	1.012	1.026	1.086	1.050	1.023	1.032
Kosmetik/Körperpflege	594	642	684	746	681	742	670	734
Adhesive Technologies	758	887	825	899	832	872	851	875
Corporate	57	62	61	61	60	60	71	66
Henkel Konzern	2.737	3.048	3.009	3.230	3.140	3.260	3.088	3.202
EBIT								
Wasch-/Reinigungsmittel	107	114	103	108	109	126	114	102
Kosmetik/Körperpflege	68	74	84	95	80	88	89	101
Adhesive Technologies	78	90	92	137	86	74	81	89
Corporate	-29	-27	-29	-31	-29	-33	-36	1
Henkel Konzern	265	295	296	359	300	321	301	323
Ergebnis vor Steuern	226	261	271	332	267	298	278	285
Quartalsüberschuss	168	185	201	248	199	217	202	221

Kennzahlen in Euro

Ergebnis je Vorzugsaktie	1,16	1,27	1,38	1,70	1,36	1,57	1,41	1,54
--------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------

IMPRESSUM

Herausgeber

Henkel KGaA

40141 Düsseldorf

Telefon: 02 31 7 97-0

Redaktion

Corporate Communications, Investor Relations

Konzept und Design

Luis von Grebe

Fotos

Henkel, Luis von Grebe

Druck

Schötte, Krefeld

Corporate Communications

Telefon: 02 31 7 97-35 33

Fax: 02 31 7 96-24 84

E-Mail: ernst.primosch@henkel.com

Investor Relations

Telefon: 02 31 7 97-39 37

Fax: 02 31 7 96-28 63

E-Mail: oliver.luckenbach@henkel.com

PR-Nr.: 207 35 000

ISSN: 0724-4738

ISSN: 978-3-943344-11-0

© 2007 Henkel KGaA

FSC

Mixed Sources

Produkt aus nachhaltiger Forstwirtschaft

www.fsc.org

www.henkel.com

Finanzkalender

2008

2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2027

2028

2029

2030

Unsere V
und Tee
Mens
sch

zahlen des Henkel Konzerns in Mio. Euro

2005	2006	Veränderung
11.974	12.740	6,4%
1.162	1.298	11,7%
770	871	13,1%
757	855	12,9%
393	431	9,7%
324	340	4,9%

polisches Ergebnis (EBIT)
überschuss
nis nach Anteilen anderer Gesellschafter
tionen in Sachanlagen
hungs- und Entwicklungskosten

9,7	10,2	0,5 pp
13,3	14,5	1,2 pp

nnzahlen des Henkel Konzerns in %
satzrendite (EBIT)
ndite auf das eingesetzte Kapital (ROCE)
Prozentpunkte

5,31	5,98	12,6%
1,30	1,44 ¹⁾	10,8%
1,36	1,50 ¹⁾	10,3%

ennzahlen des Henkel Konzerns in Euro
gebnis je Vorzugsaktie
ividende je Stammaktie in Euro
ividende je Vorzugsaktie in Euro
Vorschlag

51.724	51.716
--------	--------

Anzahl der Mitarbeiter
Jahresdurchschnitt

Umsatz und EBIT nach Regionen



SEIT 130 JAHREN.

...n, dass die Henkel Werke
...n, dass die Henkel Werke
...n, dass die Henkel Werke

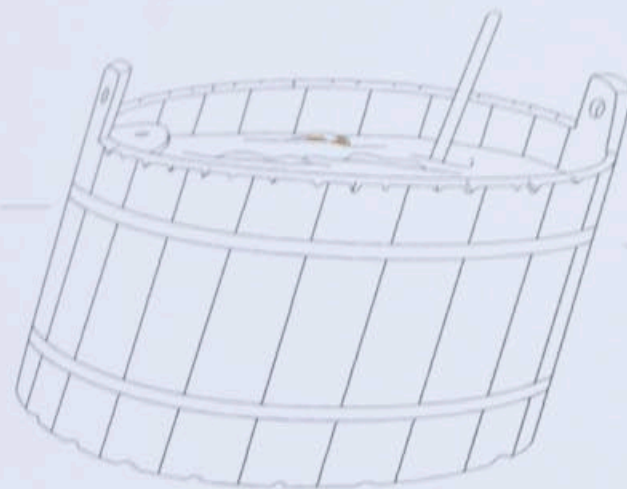
Wie wird Wäsche richtig weiß?

1876

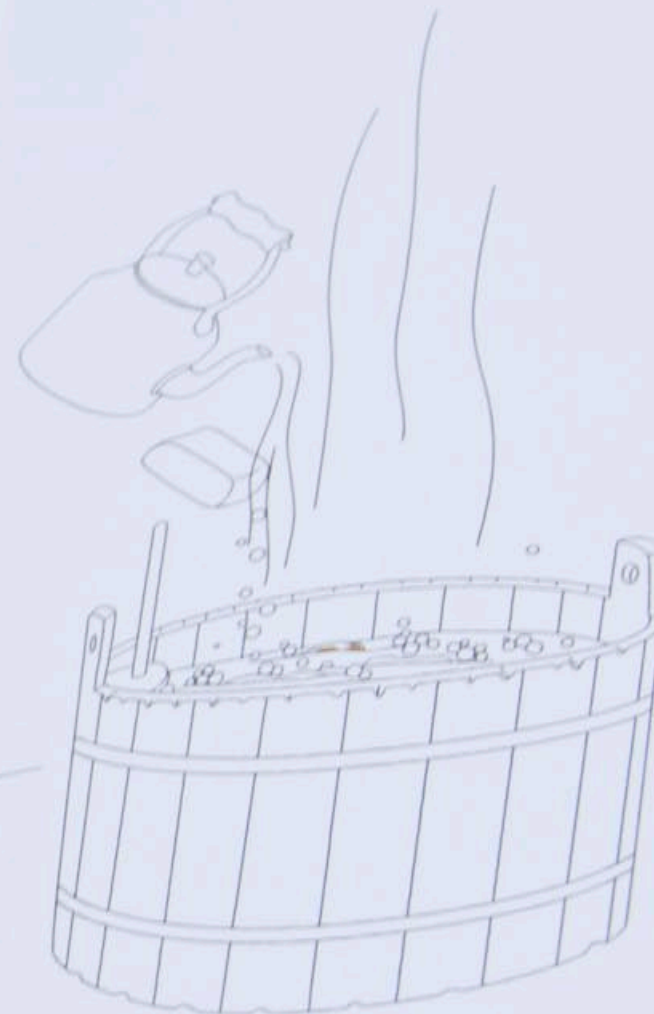
Die verschmutzte Wäsche wird über Nacht in Wasser eingeweicht. Am nächsten Tag kann die Wäsche in Wasser gekocht werden, in dem gehobelte Kernseife gelöst ist. Anschließend wird sie mit Seife auf einem Waschbrett mechanisch saubergerubbelt. Es folgen mehrere Spülgänge. Zuletzt wird die Wäsche ausgewrungen und auf Rasen zum Trocknen ausgelegt. Durch Sonneneinstrahlung und Sauerstoff in den Gräsern entwickelten sich dabei geringe Mengen Wasserstoffperoxid, welches die Wäsche bleichte.



30 min



über Nacht



2 Std

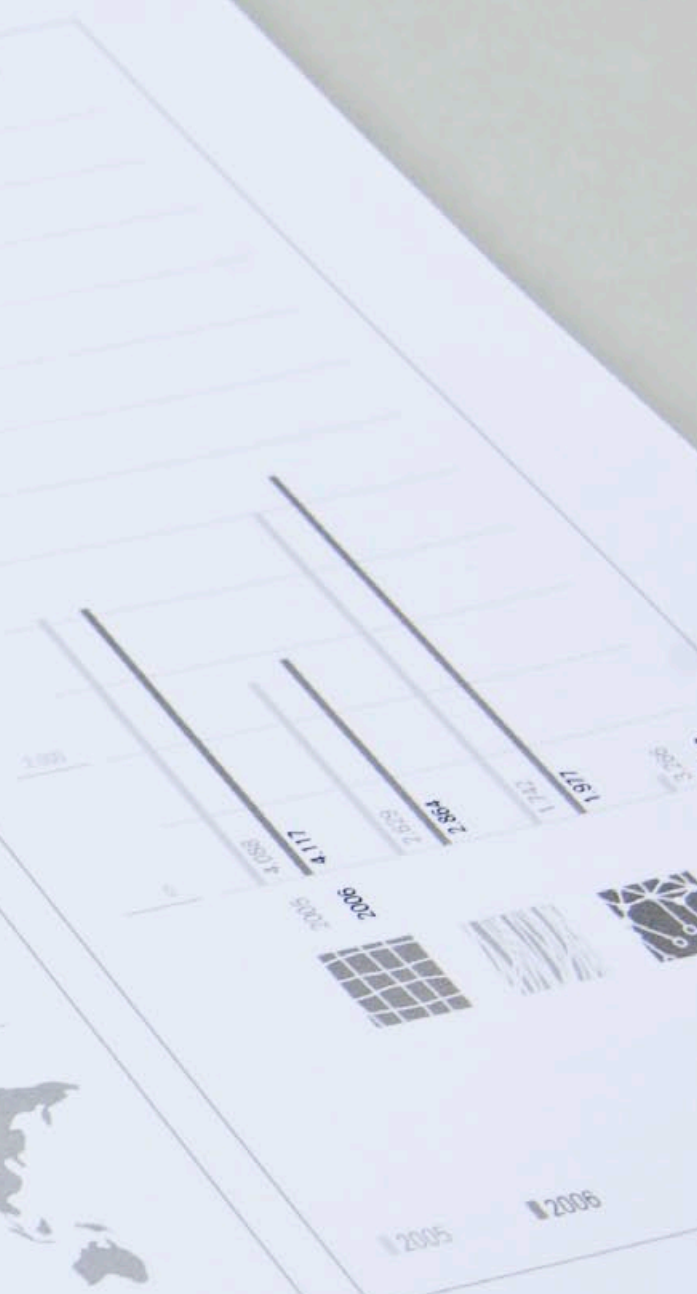
Umsatz in Mio. Euro



Umsatz nach Regionen in Mio. Euro



Umsatz nach Geschäftsfeldern in Mio. Euro



Konzernabschluss

- 114 Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung
- 116 Konzernbilanz
- 118 Konzern-Kapitalflussrechnung
- 120 Konzernanhang
- 128 Allgemeine Angaben
- 132 Erläuterungen zur Konzern-Gewinn- und
Verlustrechnung
- 140 Erläuterungen zur Konzernbilanz
- 164 Zusatzangaben zur Gewinn- und Verlust-
rechnung/Konzernbilanz
- 178 Erklärung der Geschäftsführung
- 180 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

EV. STUDIENWERK FESTSCHRIFT

Auftrag

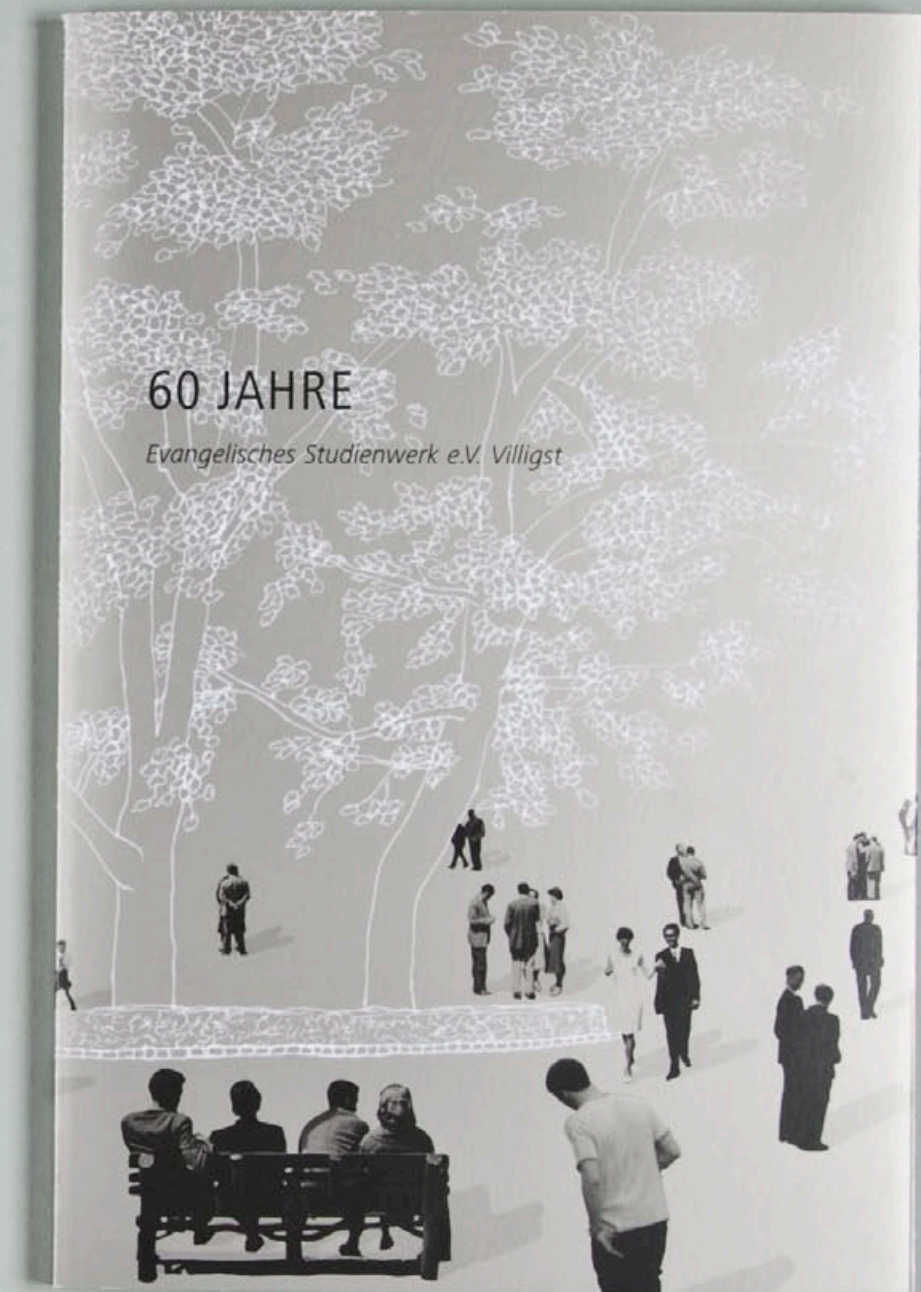
Jahr 2008

Auflage 1 000 Stück

Kunde Evangelisches Studienwerk e.V. Villigst

Zum 60-jährigen Bestehen des Studienwerks sollte ein Jubiläumsband erstellt werden, mit dessen Gestaltung ich beauftragt wurde. Dieses Projekt konnte ich sehr eigenverantwortlich ausführen, da die Vorgaben waren, ein Buch mit ungefähr 60 Seiten anzufertigen, welches die Grundprinzipien des CD aufgreift.

Der Inhalt behandelt die Geschichte des Studienwerks – von einem ehemaligen Stipendiaten zusammengestellt. Die Zielgruppe des Bandes sind ehemalige und aktuelle Stipendiaten, sowie auch Förderer oder potenzielle Förderer. Der Band sollte also drei Prinzipien erfüllen: Einblicke schaffen, Feierlichkeit vermitteln und Erinnerungen wecken.



EV. STUDIENWERK FESTSCHRIFT

Auftrag

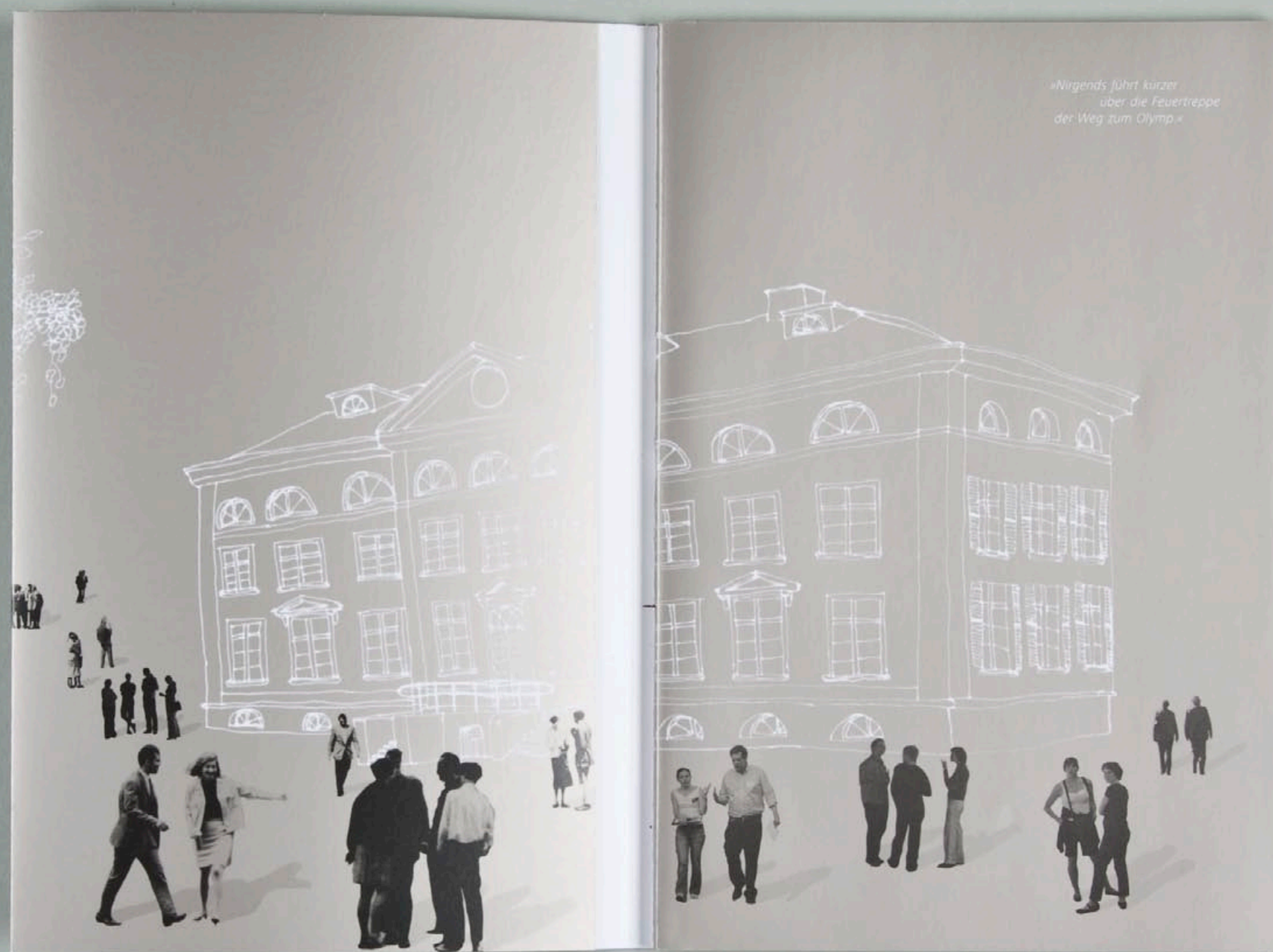
Jahr 2008

Auflage 1 000 Stück

Kunde Evangelisches Studienwerk e.V. Villigst



*Der ausklappbare Umschlag zeigt den Sitz des Studienwerks in Schwerte
mit einer Zusammenstellung von Fotos aus allen Jahrzehnten.*



EV. STUDIENWERK FESTSCHRIFT

Auftrag

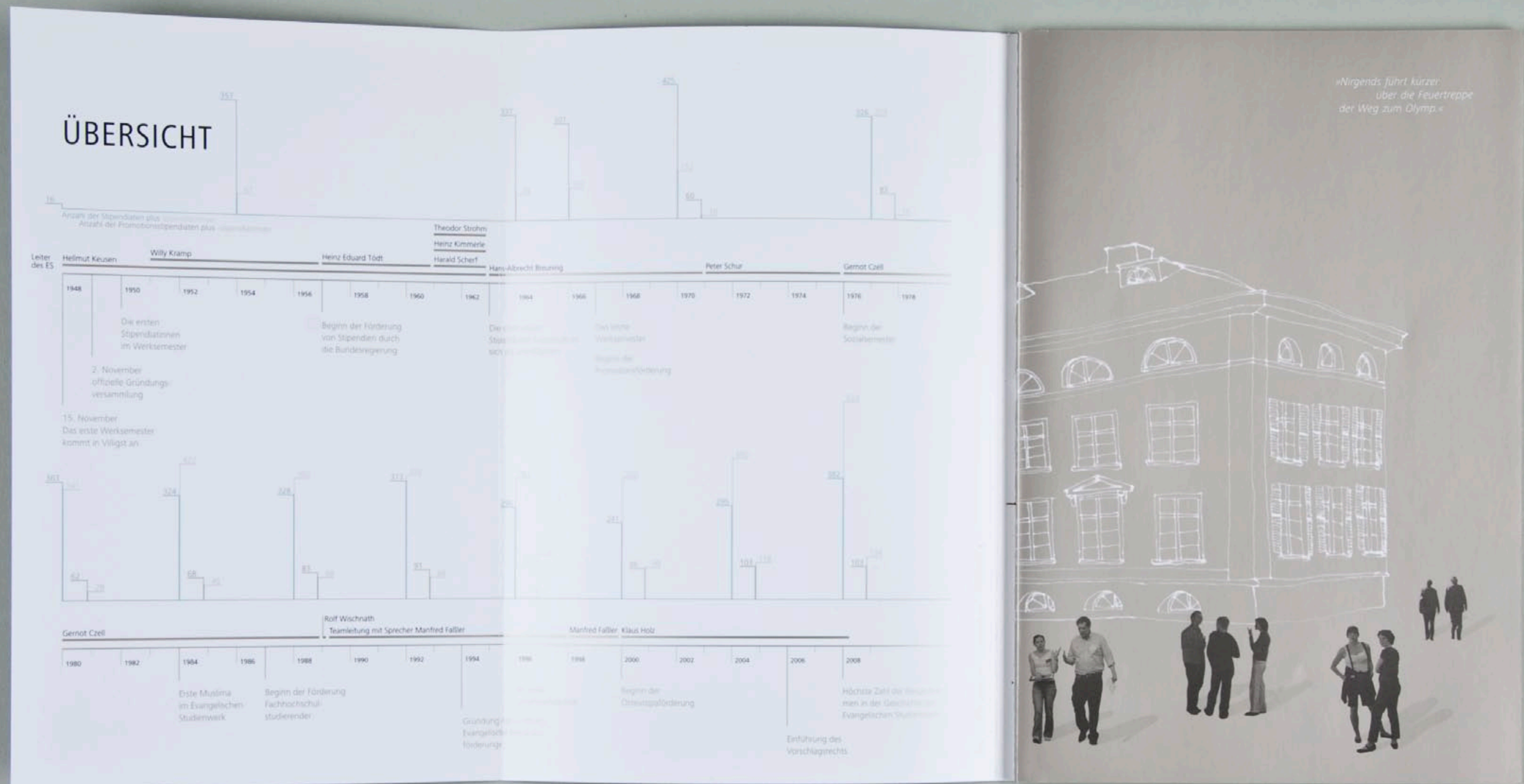
Jahr 2008

Auflage 1 000 Stück

Kunde Evangelisches Studienwerk e.V. Villigst

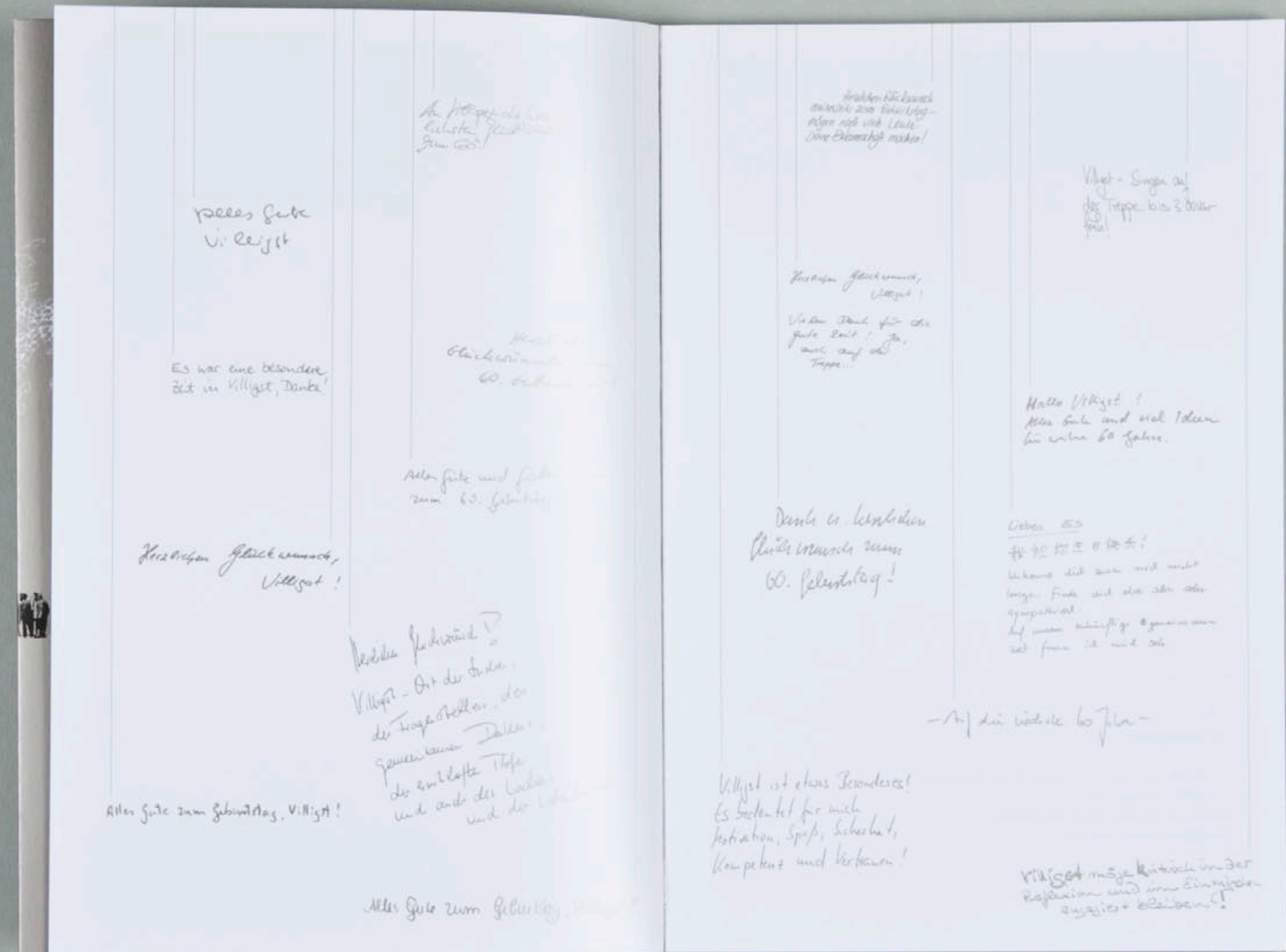


Im ausklappbaren Innentitel ist eine grafische Zusammenfassung der Geschichte dargestellt, mit der jeweiligen Anzahl an Stipendiatinnen und Stipendiaten.



Kunde Evangelisches Studienwerk e.V. Villigst

Eingerahmt wird der Band durch Glückwünsche von Stipendiaten, entnommen einer vom Band unabhängigen Aktion zum Jubiläum.





Spensaal von außen während der Renovierung im Jahr 1949



Erweiterung des Spensaales und
Küchenanbau im Jahr 1950



schen Kirchen das Evangelische Studienwerk als eingetragener Verein in Frankfurt am Main gegründet werden. In dem Gründungsdokument heißt es u. a.: »Das Evangelische Studienwerk ist weder eine karitative Einrichtung noch ein Stipendien-Institut. Im Evangelischen Studienwerk schließen sich Glieder der Kirche mit dem jungen akademischen Nachwuchs zusammen unter dem Gesichtspunkt der Verantwortung und des Dienstes, den die Kirche der Welt schuldig ist.« Das war eine klare Aussage über die Prioritäten.

Was charakterisiert das Studienwerk in seinem ersten Jahrzehnt?

In erster Linie die harte Industriearbeit im Drei-Schichten-Rhythmus und damit verbunden eine intensive Begegnung mit der Arbeiterklasse, die man bisher kaum kannte. Die Mädchen, die seit 1950 am Werksemester teilnahmen,



Werksemester bei der Arbeit in den Industriebetrieben des Ruhrgebiets



Pause vor dem Spensaal



16. Werksemester bei einem Fußballspiel gegen
Dortmunder Albertshölzler

hatten es an ihren Arbeitsstellen kaum besser. Das »Bergfest«, das zur Halbzeit gefeiert wurde, war Ausdruck der Freude, die Hälfte der »Maloche« geschafft zu haben.

Sodann die Haus- und Hofgemeinschaft in Haus Villigst, in der die Werkstudenten nicht als Gäste betrachtet wurden. An jedem Abend läutete die Glocke und lud dazu ein, sich zur Andacht einzufinden. Hier gab es Personen, die auf die Werkstudenten persönlich zugehen und ihnen zu Gesprächspartnern werden konnten. Genannt seien Hellmut Keusen, der dominierende Leiter des Studienwerks, ihm zur Seite der Schriftsteller Willy Kramp sowie ein Werksemester-Assistent und ein Vikar der westfälischen Kirche, zudem die Baronin von Reißwitz als Dame des Hauses, die Geschäftsführerin Ingeborg von Mackensen und nicht zuletzt auch Klaus von Bismarck, Leiter des kirchlichen Sozialamts,



IM ZEICHEN DER STUDENTENBEWEGUNG

Politisierung, Partizipation, Krise

Noch drei weitere Jahre leitete Pastor Breuning das Studienwerk, und das war ein Segen angesichts der Probleme, die nun auf das Studienwerk zukamen. Gleiches gilt für den seit 1966 amtierenden Vorsitzenden des Vorstands, den tatkräftigen westfälischen Präses Hans Thimme. Im Bericht des studentischen Senats von 1969 heißt es: »Die unerhörte politische und geistige Erneuerungsbewegung, die seit zwei Jahren die Studentenschaft erfasst hat, ist im Herbst 1968 auch in Villigst angekommen«. Die Studienwochen konnten nicht fortgeführt werden; eine Gruppe der Teilnehmer etablierte sich auf dem Olym als »Villigster Kommune 1«. Diese geistig-politische Hochspannung erreichte das Studienwerk allerdings nicht unvorbereitet. Die Villigster Studienwochen standen seit ihrem Beginn 1958 im Zeichen einer kritischen Strukturanalyse der westdeutschen Gesellschaft und bewirkten damit eine zunehmende politische Sensibilisierung der Stipendiaten. Die Villigster Konvente an den Universitäten stellten seit 1967 vielfach ihre interne Gruppenarbeit ein und integrierten sich in die große studentische Bewegung.

Es spricht für die Wachsamkeit und Aufgeschlossenheit der Villigster Leitungsgremien, dass schon im Juni 1968 vom Kuratorium auf Vorschlag des Vorstands beschlossen wurde, der Studentenschaft zwei Sitze im Vorstand und vier im Kuratorium einzuräumen. Diese Einführung der studentischen Mitbestimmung war wie ein Durchbruch: »Wir sind nicht mehr nur Objekte der Institution, sondern werden



Stipendiaten 1968

Delegiertenkonferenz »
Höchstes Gremium der
Stipendiatenschaft. Die
Delegiertenkonferenz tagt
zweimal jährlich in Villigst.
Leitung, Senat und Dele-
gierte aus den Konventen
nehmen daran teil.

zu Partnern ... Das Klima ist geschaffen, in dem Villigster es wieder für möglich halten können, sich innerhalb des Studienwerks gemeinsam zu verstehen«, so der Kommentar jenes studentischen Berichts. Im Jahre 1969 folgte die Installierung eines studentischen Programmausschusses, der von der Delegiertenkonferenz zu wählen war. Mit ihm erhielten die Stipendiaten eine Mitbestimmung auch über das Seminar-Programm, und ergänzend wurde ihnen die Teilnahme am Programm freigestellt. Schließlich wurde noch das Amt eines studentischen Koordinators geschaffen, der an den Sitzungen der Studienleitung teilnimmt und zwischen dieser und der Studentenschaft zu vermitteln hat.

Mit diesen Institutionen waren die Grundlagen der Villigster Haus-Demokratie geschaffen, die bis heute praktiziert wird. Pastor Breuning kündigte seinen Abschied für das Frühjahr 1971 an und erklärte im Rückblick: »Unser Werk hat in einer fast selbstzerstörerischen Weise seinen Angehörigen seit jeher Freiraum in ihrer politischen und religiösen Entwicklung gewährt. Es hat im Nahkampf versucht, von der Studentenbewegung zu lernen und gleichzeitig Distanz einzuüben gegenüber jeder totalen Theorie.«

ÜBERSICHT



DIPLOMKATALOG

Semesterarbeit



Semester Sommer 2008

Kurs Willkommen zur Diplomausstellung

Auflage 800 Stück

Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

Am Ende jedes Semesters stellen die Diplomanden ein Wochenende lang ihre Arbeiten aus. Die Betreuung der Ausstellung liegt in der Verantwortlichkeit einer Gruppe von Studierenden. Diese entwickeln ein Thema, den Ausstellungskatalog, Plakate, ein Leitsystem für die Ausstellung und organisieren die anschließende Party.

Im Sommer 2008 gehörte ich zu dieser Gruppe, die aus sechs Studierenden bestand. Unser Thema war ›Kraftwerke‹, bezogen auf die Leistung, die Studierende in ihrem Diplomsemester vollbringen.

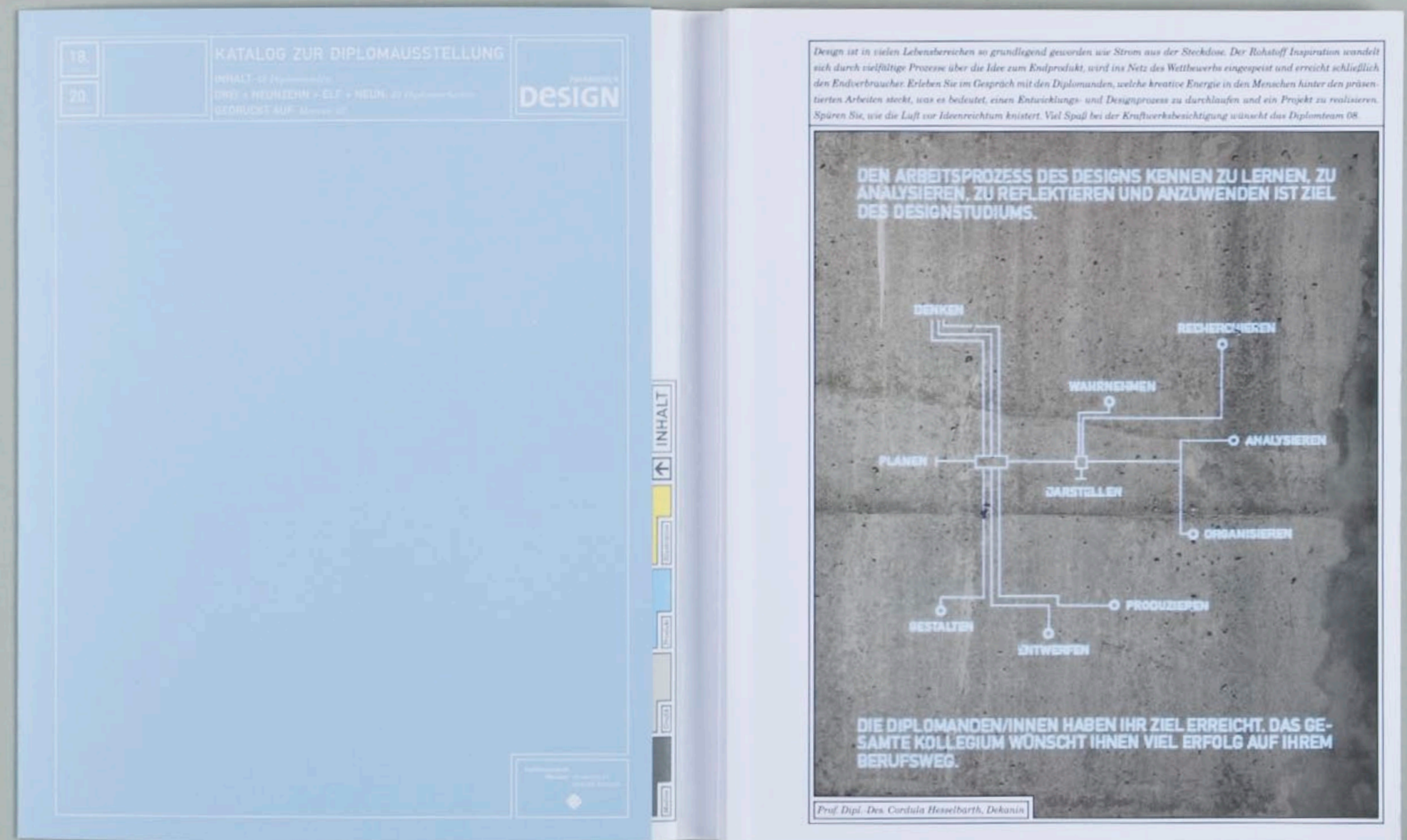


Semesterarbeit

Kurs Willkommen zur Diplomausstellung

Auflage 800 Stück

Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen



Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

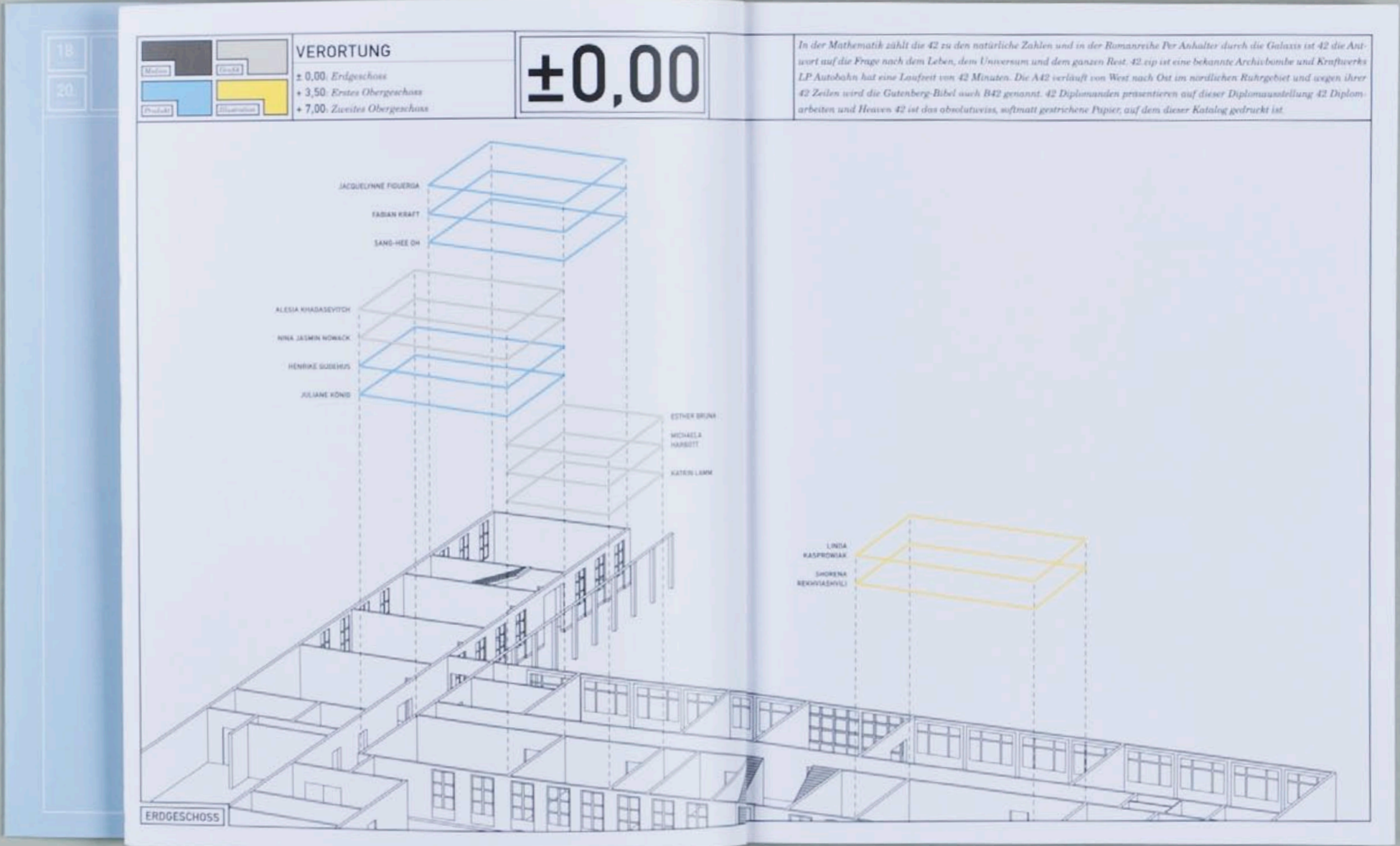
alogs.





Semester Sommer 2008
 Kurs Willkommen zur Diplomausstellung
 Auflage 800 Stück
 Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

Schaubild zur Verortung der Diplomanden während der Ausstellung.



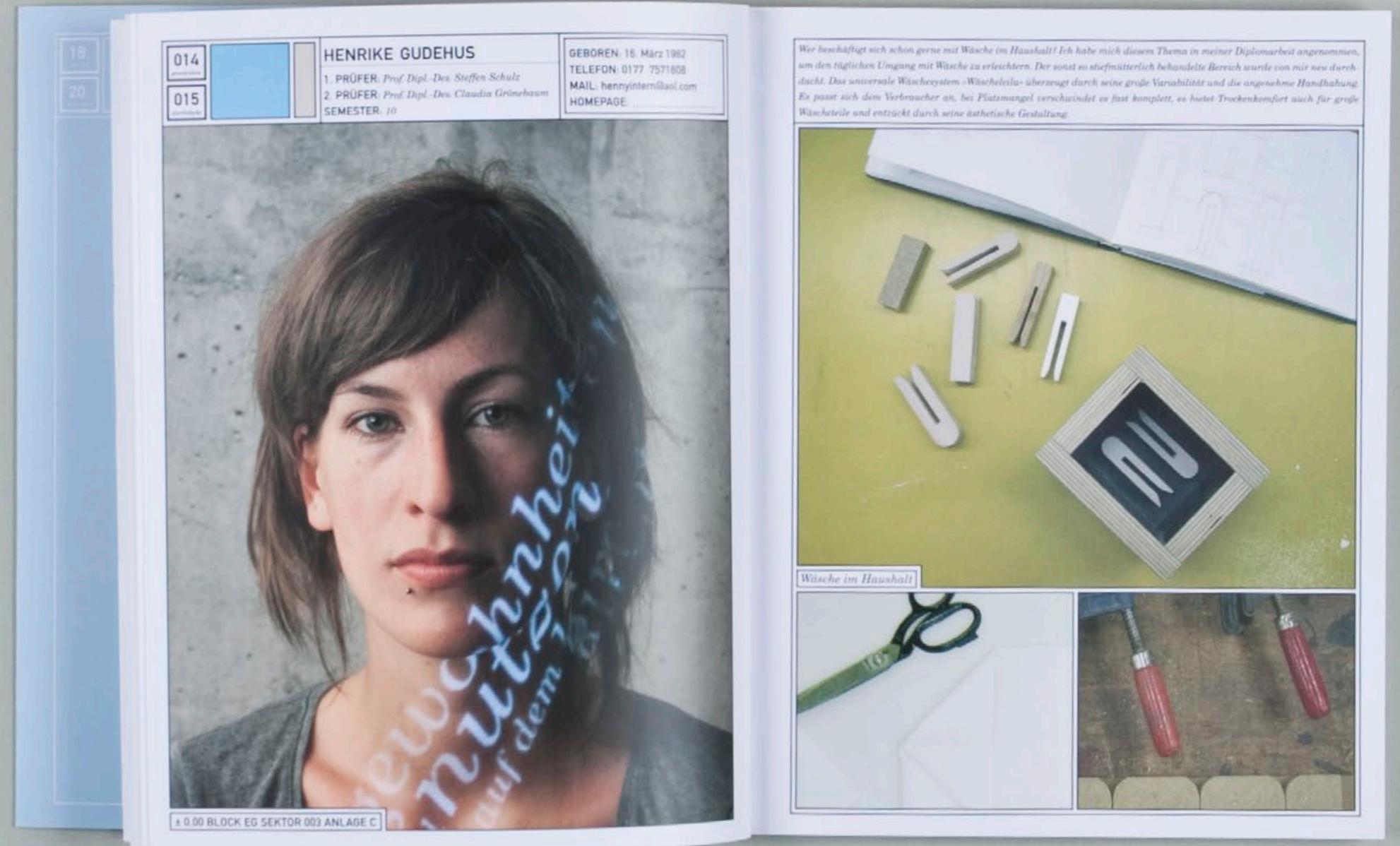


Semester Sommer 2008
 Kurs Willkommen zur Diplomausstellung
 Auflage 800 Stück
 Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

Die Diplomandinnen und Diplomanden werden jeweils auf einer Doppelseite mit ihren Arbeiten vorgestellt. Bei den Fotos wurden auf die Personen Begriffe projiziert, welche die Grundgedanken und den Anstoß zu ihrem Thema vermitteln.



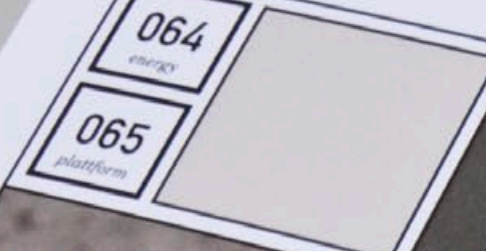
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen



Semesterarbeit

Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

Anmerkungen

064 energy		DANIEL UPHAUS
065 plattform		
1. PRÜFER: <i>Prof. Rüdiger Quass von Deyen</i> 2. PRÜFER: <i>Prof. Norbert Nowotsch M.A.</i> SEMESTER: 9		
GEBOREN: 03. April 1981 TELEFON: 0179 7824828 MAIL: danieluphaus@web.de HOMEPAGE:		


SARAH SCHLINGENSIEFEL
WERDETE

Die Arbeit hat sich zum Ziel ge
Plattform, die bestimmte gesell
das den Einwohnern der Stadt
zu identifizieren. Das Konzept is
komplettiert. Zuerst am Beispiel

VERORTUNG

- ± 0,00: Erdgeschoss
- + 3,50: Erstes Obergeschoss
- + 7,00: Zweites Obergeschoss

±3.50

JOHANNES HOHENHAUS
NADIA KNIPPING
ROBERT RICHTER

MARIAN BROST
HENRIKE HANNA
KATHRIN JILG

PHILIPP
SCHWERTFEGER
ILEANA SOANA

Beton ist ein Gemisch aus Zement, Gesteinskörnung und Anmachwasser. 28 Tage nach Anmischung hat das künstliche Gestein seine Normfestigkeit nach der DIN 1164 erreicht. Beton ist Grundlage zahlreicher großartiger Bauwerke. Ein Beispiel: Das Pantheon in Rom. Die höchste Gebäude der Welt besteht zu großen Teilen aus Beton, genau wie das Opernhaus von Sydney, der Sears Tower und das Empire State Building. Und aus Beton sind auch schon die insgesamt 42 Sitzkuben auf der Krefelder Diplommantelung.

JOHANNES HOHENHAUS
NADIA KNIPPING
ROBERT RICHTER

MAREIKE
BASCHE
SHARMILA
LÜCKERTZ
ANGELA
WEINRICH





Semester Sommer 09
Kurs Projekt Zeitschrift ›Rhizom‹
Auflage 400 Stück
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

In diesem Kurs habe ich einen Artikel – mit dem Titel ›Überästhetisierung als Ersatz von Utopie‹ – von Gert Selle interpretiert und gestaltet. Ich habe den Artikel mit Werbebotschaften illustriert und diese den Aussagen Selles gegenübergestellt.

Bei der Gesamtherstellung war ich, zusammen mit anderen, für die Navigation zuständig. Wir entschieden uns für eine optische Navigation. Diese erfolgt am rechten Rand über Linien die dem Inhaltsverzeichnis auf dem Ausklapper der Rückseite entsprechen. Desweiteren habe ich an dem Titel der Zeitschrift mitgearbeitet.



Semester Sommer 09
Kurs Projekt Zeitschrift ›Rhizom‹
Auflage 400 Stück
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen



Semester Sommer 09
Kurs Projekt Zeitschrift ›Rhizom‹
Auflage 400 Stück
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

„KOENNEN SIE DAS NICHT EINFACH EIN BISSCHEN BUNT MACHEN?“

ÜBERÄSTHETISIERUNG ALS ERSATZ VON UTOPIE.
KONZEPT: SCHÖN. ODER SOLLTE DOCH MEHR
DAHINTER STECKEN? WIEVIEL UTOPIE BRÄU-
CHEN WIR IM DESIGN. MACHEN DESIGNER NUR
SACHEN SCHÖN UND BUNT ODER GIBT ES DOCH
NOCH HINTERGEDANKEN SO WIE DAMALS IN
DEN 60ERN? UNTERGRUND GESTALTEN ODER
OBERFLÄCHE ODER BEIDES? EIN SUMMARISCHER
ERINNERUNGSVERSUCH.

Es wird wieder nach dem Sinn von Design gefragt. Unvermeidlich geht der Blick dabei zurück in die Geschichte und bleibt womöglich hängen, wo Sinn-Konzepte im Widerstreit liegen und dabei in ihren Konturen hervortreten. Die späten 60er und frühen 70er Jahre wirken wie eine Bühne; auf ihr wird erstmals in der deutschen Nachkriegs-Kulturgeschichte kontrovers verhandelt, wie und mit welchen Zielen die industrielle Welt, soeben rekonstruiert, weiter ausgestaltet werden soll. Die Frage, die sich dabei stellte, war: Brauchen wir eine Design-Utopie? Wenn ja, welche? Es ist die Fragen, die sich heute, wenn auch anders und verhaltener, erneut stellt.

Die Erinnerung führt in eine Epoche zurück, die durch den Zusammenprall verschiedener Interpretationen des Instruments Gestaltung gekennzeichnet ist; das Jahr 1968 geht als Riss auch durch die Ideengeschichte des Entwurfs von Umwelt, die im Prinzip, gleichsam immanent utopisch, immer auf gesellschaftliche Entwicklung gerichtet ist. Design als Vorstellung hat immer etwas von einem auf Zukunft bezogenen Wechsel, der später in oft nicht geplanter Form zur Bezahlung ansteht. Noch gilt der ungebrochene Wachstumsglaube und die sozialtechnologische Zuversicht, das ästhetische Instrumentarium der Moderne zur Bewältigung urbanistischer Planungsprobleme und des Warenwettbewerbs effektiv

einsetzen zu können, doch schon zweifelt eine hoffnungsvoll „revolutionäre“ Generation an Sinn und Wirkung herrschender Gestaltungs-Autorität.

Gleichwohl gilt Design für beide Positionen im weitesten Sinne als Instrument einer jeweils „richtigen“ Einflussnahme auf die artifizielle und soziale Umwelt, bis sich, mit etwas Verzögerung, ein ökologischer Standpunkt im Blick auf die natürlichen und soziokulturellen Ressourcen artikuliert. Zweifel an Sinn und Reichweite umfassender und allgemeiner Gestaltungsansprüche werden wach, eigene Modelle der Praxis werden ihnen entgegengesetzt.

So lassen sich aus dem Diskursmuster der späten 60er und frühen 70er Jahre nacheinander drei utopiegeschichtliche Linien oder Nervenstränge herauspräparieren, die nicht aufeinander folgen, sondern eher parallel verlaufen:

Erstens der Glaube an die Beherrschbarkeit der industriekulturellen Entwicklung durch den Entwurf ordnender Rahmenbedingungen, gestützt auf die Vorstellung eines wohlfunktionierenden Verbundsystems von Architektur, Design und Kommunikations-theorie.

Zweitens die Rechtgläubigkeit einer politischen Fundamentalkritik an den bestehenden Planungs- und Gestaltungsvoraussetzungen, mit dem Ziel ihrer grundlegenden Veränderung.

Drittens die Überzeugung von der Notwendigkeit einer ökologischen Umkehr, verbunden mit der Hoffnung, die Schere zwischen Produktionszwang und Naturverlust zu schließen und soziokulturellen Eigensinn stärken zu können.

Der erste Strang – ich nenne ihn das Modell der technisch-gestalterischen Machbarkeit – führt nahezu unbeirrt in die postmoderne Zukunft. Der zweite, das radikaltheoretisch-politische Konzept, verläuft im Sande und scheint spätestens mit dem Ende des realen Sozialismus von der Geschichte vollständig widerlegt. Der dritte, das ökologische Denk- und Verhaltensmuster, bleibt bis heute abgeschwächt wirksam, weil das Motiv nicht zu verdrängen ist.

Mit der politischen und der ökologischen Utopievariante sind oppositionelle Muster zum herrschenden Machbarkeitsoptimismus bezeichnet. Ich bin doch nicht blöde. Aus Erfahrung gut. Die Freiheit nehmen! Ich mir! Créateur d'automobiles. Dann klappt's auch mit dem Nachbarn. Damit Sie auch morgen noch kraftvoll zubeißen können. Die Bahn kommt. Weil Sie es sich wert sind. Come to where the flavour is. Nicht immer, aber immer öfter. Heute ein König. Irgendwann erfrischt es jeden. Keine Kompromisse – kein anderes Bier. Wir machen den Weg frei. Mit dem Zweiten sieht man besser. Der Fels in der Brandung. Spiegel-Leser wissen mehr. Von erfolgreichen Züchtern empfohlen. Wer hat's erfunden? Du bist Deutschland! Feel the difference. Es gibt immer was zu tun. Weiter denken. Sie beginnen ihre Wirkungsgeschichte mit zeitlicher Versetzung, laufen dann eine Weile parallel, um sich in Knotenpunkten der Kritik am Weiterwirken des Modells technischer Machbarkeit spektakulär zu verbünden: In Gorleben oder noch an der Startbahn West, wo das Entsorgungsproblem einer hemmungslosen Energiepolitik und die nicht mehr erträgliche Dominanz der Verkehrswirtschaft späte, vorübergehende Bündnisse des Widerstands erzeugen, kann von einer temporären Zusammenführung alternativ-utopischer Ansätze, einer Gegenbewegung zur Machbarkeitsthese gesprochen werden, die sich später im politisch gebrochenen Profil der Grünen wiederfinden wird. Die Hütendörfer, die spontanen Besetzungen und Proteste, die im wesentlichen gewaltfreien, auf den Entwurf exemplarisch alternativer Lebenskonzepte gegründeten Widerstandsformen erweisen sich im Rückblick als konkretisierte Gegenutopien zum gültigen Technokratie- und Wachstums-Prinzip. Sie vereinen politische, ökonomische, soziale, kulturelle und ästhetische Alternativ-Modelle zu jeweiligen ad-hoc Bildern einer ephemeren Utopierealisation.

Dem Anspruchstyp nach sind sie ebenso umfassend gedacht wie das visionäre Gesamtkunstwerk der gestaltbaren Industriekultur kapitalistischer Prägung, dem sie sich als Alternative entgegenstellen. Stark vereinfacht ist dies das Gerüst des utopischen Diskurses jener Zeit. Es entsteht das undeutlich Gefühl, dass die entscheidenden Siege und Niederlagen damals stattgefunden haben und wir seitdem die unkenntlich gewordenen utopischen Konzepte vermissen. Was sich hinter der radikalen Position der Kritik der Warenästhetik verbarg, ist nichts weniger als die Forderung nach Abschaffung des vorfindlichen Produktsystems zugunsten einer neuen, gerechteren, befreiten Gesellschaftsordnung, die in Realisation als politisches „Design“ auch den Charakter der materiellen und immateriellen Kultur in ihrer Konstitution umzugestalten gehabt hätte.

Natürlich hat eine solche Kulturrevolution nicht stattgefunden, so dass die Folgenlosigkeit des radikalen Gegenstandspunkts zur herrschenden Design-Wirklichkeit nicht verwundet. Sie zeigt sich allenthalben unerschüttert optimistisch, hat doch die Idee von der

umfassenden Gestaltbarkeit ohne revolutionären Umbruch, in der Wiederaufbauphase gefestigt und von neuen Rationalisierungsschüben beflügelt, gerade erst ihren Gestaltungsanspruch öffentlich und konkret manifestiert: Bürohäuser, Supermärkte, Trabantenstädte, Einkaufszentren, die Dominanz der Planung für den Individualverkehr stellen die Verkörperung einer unbezweifelbar mächtigen Vorstellung vom geordneten, kontrollierten Funktionieren aller Umweltsegmente dar, ob es sich um die Interpretation des Wohnens als Summe unvermeidlich zu rationalisierender Bedürfnisse oder um den reibungslosen Ablauf eines inszenierten Ereignisses wie die Olympischen Spiele 1972 handelt.

Mit dem ungebrochenen ästhetischen Positivismus und dem offensichtlichen Planungsbedarf entstehen neue Designaufgaben, bei denen von der Umsetzbarkeit generalisierender Gestaltungsideen in allgemeine Ordnungsmuster geträumt werden darf. Von der Großraumbürolandschaft bis zum Kantinegeschirr beruht die noch im Einzelobjekt durchscheinende Universalität optimierter Funktionen und ihrer Erscheinung in der Form auf dem Motiv der technischen Machbarkeit bei gleichzeitig ausgeglichenem „kultiviertem“ Rationalisierungsdruck. Ihr unterliegen Arbeitsplatzgestaltung, öffentlich geförderter Wohnungsbau und die Verkehrs- und Stadtplanung, wobei die Dominanz starrer Grundmuster für ein grenzenloses Vertrauen in die Macht der Form spricht. Ihr unterwerfen sich die Corporate-Identity-Strategien der großen Unternehmen. Sie sind das Credo der Epoche, ihr kultureller Ausdruck trotz aller Gegenutopie.

Die spätfunktionalistische Lehre von der Gestaltbarkeit aller Abläufe, Erscheinungen, Dinge und Räume, die in Ulm durchaus im Sinne eines utopischen Konzepts exemplarisch ratifiziert wurde, kann nicht nur als unwillkürliche, sozusagen blinde Antwort auf strukturelle Zwänge verstanden werden, sondern kommt auch aus dem kulturpsychologischen Motiv des Wunsches nach Beherrschung, nach Kanalisierung, Koordinierung der ungebändigt-dynamischen Präferenz von Ökonomie und Technologie. Es handelt sich um eine Auffassung von Utopie, die sich mit den strukturellen Vorgaben, die das techno-ökonomische System produziert, deckt, die aber auch auf die Beunruhigung antworten möchte, die davon ausgeht. So ist der teils naive, teils erbitterte Durchgestaltungswille der Epoche auch als ein Versuch zu werten, eine im Grunde nicht mehr gestaltbare Welt den Fesseln der Form zu unterwerfen. Diese Form kann einerseits als Symbol der allgemeinen Rationalisierung, andererseits als Ausdruck der Angst vor dem Verlust der Kontrolle interpretiert werden.

Dennoch kommen die ideellen Gegenutopien zum Zuge. Die autoritären Kräfte in den Designer-Ausbildungsstätten melden sich zu Wort. Sie werden von einer theoretischen Radikalkritik ermuntert, die zunehmend publizistische Verbreitung findet, angeführt von der Architektursoziologie, mit der die Funktionalismus Debatte beginnt.

Schließlich findet die Auswanderung des politischen Utopismus in die Praxis subkultureller Szenen statt, die sich in kleine soziale Einheiten der Verweigerung mit antikapitalistischer und antiindustrieller Tendenz gliedert. Die Latzhosen-Hippies entwerfen ihre Rückzugskulturen selber, gegen Ende der heißen Phase der politisch-theoretischen Radikalkritik, die zunächst in die Praxisverweigerung geführt hatte, treten die ersten „ökologischen“ Entwürfe auf. Mit den Kistenmöbeln und dem Autoreifensofa der Offenbacher DES-Gruppe (erst 1977 publiziert) tritt ein entwickeltes Öko-Radikal-Design eigener Prägung in Erscheinung. Sich das Hochbett selbst zu bauen, Kleidung herzustellen oder einen Garten anzulegen, ganz wie

Vom Wort Design ... ein Desig

Design als Strategie ... umweltpo

Können Sie das nicht einfach ein bisschen bunt machen? ... wer mi

Ist Design unsichtbar? ... oder ob

Auf Augenhöhe ... als Beleg fü

Die Menge kann sich dem Banalen nicht entziehen ... das

Was ist es denn, was gutes Design ausmacht? ... Das T

Die Rolle des Designers im Industrieunternehmen ... mit d

Interview mit Raymond Loewy ... ich hatte ein

Semester Sommer 09
Kurs Projekt Zeitschrift ›Rhizom‹
Auflage 400 Stück
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen



Semester Sommer 09
Kurs Projekt Zeitschrift ›Rhizom‹
Auflage 400 Stück
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen

MEICA MACHT DAS WUERSTCHEN.

Was überhaupt gestaltet werden kann, sichtbar und unsichtbar, die physische Welt und die Welt der Phantasien, der Handlungsmuster und Gefühle, wird gnadenlos gestaltet.

Vater Morris sich das einst vorgestellt haben mochte, bloß nicht so schön, wird zur subkulturellen Breitenpraxis mit Rückwirkungen auf die gesellschaftliche Norm wie die einst das Igitt-Gefühle provozierende, später als normal empfundene Form des Zusammenlebens in Wohngemeinschaften.

Die Utopie der radikalen politischen Veränderung des gesellschaftlichen status quo versickert gleichsam im Feld der ihre eigenen Lebensmodelle konkretisierenden Nischen-Kulturen, während der technokratische Utopismus zwar abstumpft und in Randlagen auf das neue soziokulturelle Paradigma Rücksicht nehmen muss, aber nicht als Epochen-Leitidee abdankt und auch zukunfts als in veränderter Erscheinungsweise weiterwirkendes Prinzip nicht abgelöst wird. Think different. Freude am Fahren. Auf diese Steine können Sie bauen. Come in and find out. Für das Beste im Mann. Habt Euch lieb und werdet durstig. Red Bull – verleiht Flügel! Spaß ist, was ihr draus macht! Wenn's mal wieder länger dauert. Die wecken den Tiger in dir! Separates the men from the boys. Entdecke die Möglichkeiten. Nichts ist unmöglich. Die größte technologische Innovation, auf die ein Urinstrahl treffen kann. Was dagegen? Das hier skizzierte Spannungsverhältnis begründet das immer noch oder immer wieder die kulturgeschichtliche Aufmerksamkeit erregende Bild der Epoche zwischen

weitgehend ausgereizter Moderne und den postmodernen kleinen und großen Fluchten. Während der Spätfunktionalismus in eine sichtbare Herrschaft der Form mündet (die in unserer Gegenwart mit hohem Aufwand an ästhetischer Diversifikation aufrechterhalten wird), spalten sich die kritischen Gegner und die Kleinpragmatiker des alternativen Lebens ideell und praktisch vom Vorbild der warenproduzierenden, florierenden Konsumgesellschaft ab und beginnen, eigensinnig ihre symbolischen home-spun-networks gegen die bedrohlichen Gewalten zu entwickeln, die sie in Staat, Wirtschaft und Gesellschaft am Werk sehen.

Wir können heute leicht sagen, alle diese alternativen Utopievarianten seien in Entwurf und Praxis ungeeignet gewesen, den schon absehbaren Erfordernissen einer Steuerung gesellschaftlicher Entwicklungen Rechnung zu tragen. Aber im Stadium utopieloser Wurstelei bleibt an solchem Vorwurf ein fader Geschmack. Immerhin hat es fortan keine vergleichbaren Versuche mehr gegeben, utopische Alternativen demonstrativ zu leben. In die kulturelle Diaspora zu gehen, käme heute keinem Designer in den Sinn – im Gegenteil, nur die kulturelle Anerkennung zählt, bis hin zu den kunstgewerblichen Individualprotesten, die sich so gut in Galerien ausstellen lassen. An die Stelle der existentiellen Entscheidung ist die Life

RA SON

style-Entscheidung gemäß ästhetischer Verfügbarkeit getreten. Der Modus des Protests wird von der Kultur aufgesogen. Weder die politische Attitüde der Radikalität noch die Auswanderung in neue Subkulturen würden heute dem Schicksal entgehen, nur als chic angesehen zu werden. Moralische Standpunkte wirken absolut antiquiert.

DAS VORHANDENE ALS ERSATZ FÜR UTOPIE?

Vielleicht fasziniert uns das Bild der Zeit vor 40 Jahren, weil es uns Respekt vor der Ernsthaftigkeit der Glaubenssätze und Entscheidungen abverlangt. So optimistisch sich die einen an ihrem Glauben an Planung, Methode, Technologie und Ästhetik klammern mochten, so entschieden pessimistisch wandten die anderen sich von der Bedrohung durch die Form ab, hinter der sie die Macht des Faktischen erkannten. Inzwischen hat sich der Entscheidungsraum mit der Omnipräsenz des Ästhetischen angefüllt. Darin verschwindet jede Utopie außer der einer generellen Ästhetisierung der Welt. Dass dies keine Utopie mehr ist, wird noch nachzuweisen sein.

Es gibt ein designhistorisches Axiom: Design ordnet und gestaltet die sichtbare Welt und wirkt im Unsichtbaren der Natur des Menschen kultivierend. Die

se alte Hoffnung gewinnt in den 60er und 70er Jahren unter dem Druck neuer ökonomischer Rationalisierungsschübe die Qualität eines instrumentalen Paradigmas, das die Unterwerfung bisher ungesteuerter Prozesse und Ereignisse unter die Kontrolle der Form erzwingt. Die neue technokratische Auslegung des Utopischen im Design ist auf ein gesellschaftlich reibungslos funktionierendes Gesamtkunstwerk von Planung und Durchgestaltung gerichtet. Dabei erhält das leitende Utopie-Prinzip der Machbarkeit alles Machbaren im Zeitalter der Elektronik und der Virtualität heute erst recht totale Gültigkeit.

Alle „modernen“, das heißt technologisch-wissenschaftlich orientierten Utopien im Sinne vorgefend-fiktionalisierter Realisierung (von der einschlägigen Romanliteratur des späten 19. Jahrhunderts bis zur gelungenen Landung auf dem Mond) kulminieren letztlich in dem Gedanken, das menschliche Denken, Vorstellen und Fühlen, gekoppelt mit leistungsfähigen Maschinen, zum Material einer Gestaltvorstellung zu machen, in der die ungelösten gesellschaftlichen und existentiellen Probleme sich im schönen Schein des Möglichen und Phantastischen aufzulösen beginnen. „Alles ist Design“ heißt eine These des Utopischen, die sich heute vor aller Augen erfüllt und zugleich in die Epoche zurückführt, an die hier zu erinnern war.

Vom Wort Design ... ein Design

Design als Strategie ... umweltpol

Können Sie das nicht einfach ein bisschen bunt machen? ... wer mi

Ist Design unsichtbar? ... oder ob

Auf Augenhöhe ... als Beleg für

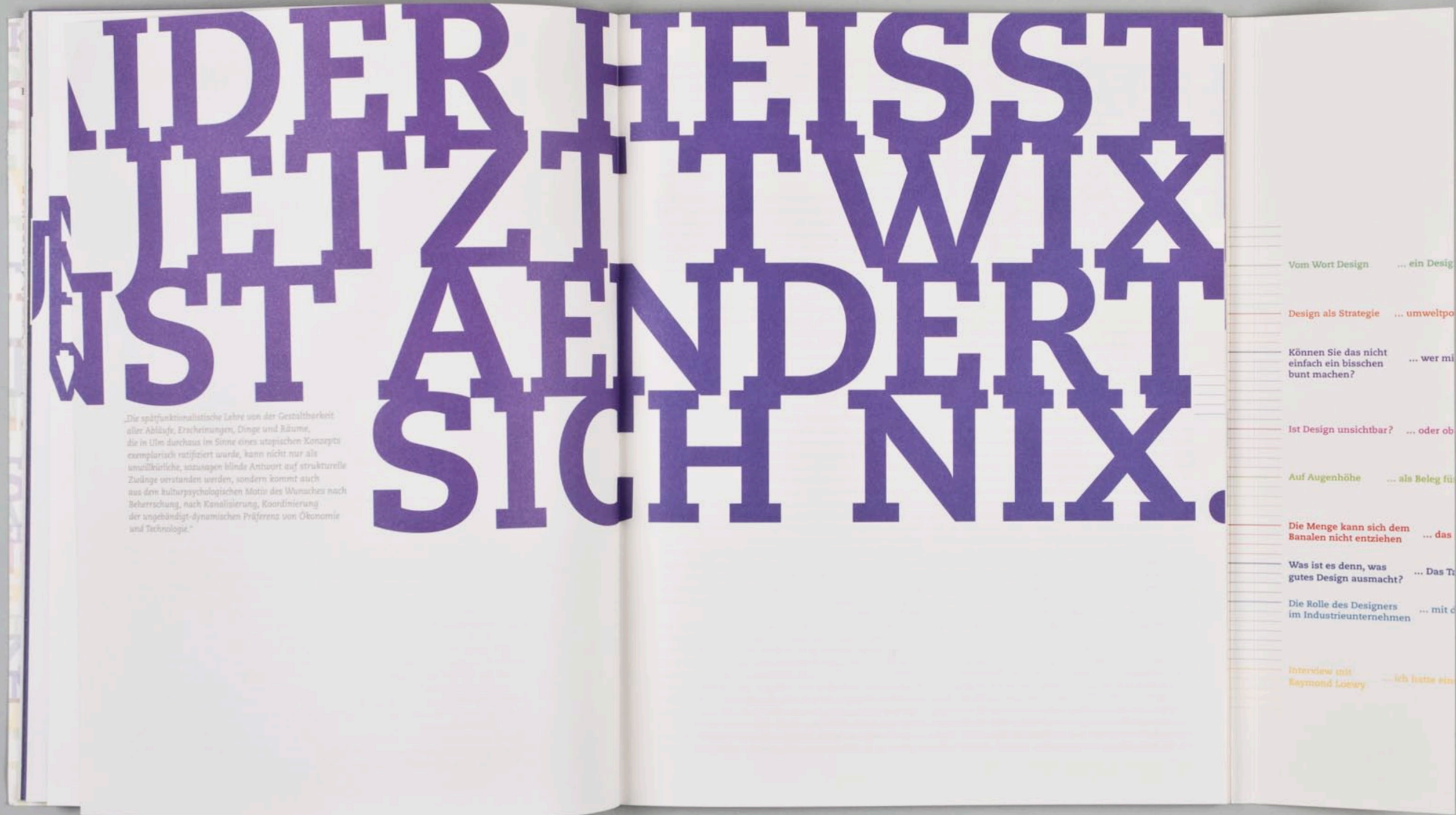
Die Menge kann sich dem Banalen nicht entziehen ... das

Was ist es denn, was gutes Design ausmacht? ... Das T

Die Rolle des Designers im Industrieunternehmen ... mit d

Interview mit Raymond Loewy ... ich hatte ein

Semester Sommer 09
Kurs Projekt Zeitschrift ›Rhizom‹
Auflage 400 Stück
Betreut von Prof. Rüdiger Quass von Deyen



WELT EIN FACH IST.

„Sie können im Grund nur noch auf die Kreativität der Anpassung, an die Sinnlosigkeit und deren Um-Interpretation setzen.“

Kommt sie heute zu spät
chen einer historisch un-
beidenheit wahrnehmbar?
ar gestalterisches Denken
ar breiteten grundle-

len zur immateriellen Definition von Alltäglichkeit.
Mit dem Auftreten des Begriffs der Benutzeroberflä-
che dehnt sich das Aufgabenfeld des Designers
scheinbar aus; in Wirklichkeit findet die Enteignung
ihm einst in Grenzen zugestandener Kompetenz des
Eingreifens in den Funktionszusammenhang statt.
Der Vorgang ist nur noch nicht richtig zu Bewusstsein
weil es ja nach wie vor körperhaft-materi-
in der Waren- und Werk-
in die Immateriali-
Aufgaben

Vom Wort Design

Design als Strategie

Können Sie da
einfach ein bi
bunt mache

Ist D

„In dieser Situation herrscht eine untergründige
Unzufriedenheit an der Sinnleere im Lager der Gestalter.“

ASTA TASCHENKALENDER

Auftrag

Jahr 2007, 2008 und 2009

Auflage jeweils 6 000 Stück

Kunde Allgemeiner Studierendenausschuss
der Fachhochschule Münster

Bei meinem Eintritt in den AStA (Allgemeiner Studierendenausschuss), wurde beschlossen, als Werbematerial einen Taschenkalender zu produzieren, der an Studierende verteilt wird. In diesem sind neben Kalendarium, Adressverzeichnis, Stundenplan etc., Informationen zur Hochschule und zur Hochschulpolitik. Ich habe in meiner Amtszeit dreimal den Kalender gestaltet.





ÜBERSICHT 2011

Januar								
KW	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa		
52.						1		
1.	3	4	5	6	7	8		
2.	10	11	12	13	14	15		
3.	17	18	19	20	21	22		
4.	24	25	26	27	28	29		

Februar								
KW	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa		
5.	31	1	2	3	4	5		
6.	7	8	9	10	11	12		
7.	14	15	16	17	18	19		
8.	21	22	23	24	25	26		
9.	28							

März								
KW	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa		
1.								
2.	7	8	9	10	11	12		
3.	14	15	16	17	18	19		
4.	21	22	23	24	25	26		
5.	28	29	30	31				

April								
KW	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa		
1.								
2.	4	5	6	7	8	9		
3.	11	12	13	14	15	16		
4.	18	19	20	21	22	23		
5.	25	26	27	28	29	30		

FSC MAILING

Auftrag

Jahr 2008

Auflage 1 000 Stück

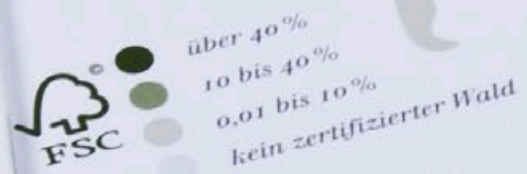
Kunde Wentker Druck, Greven

Die Druckerei, mit der ich aufgrund der Tätigkeit im AStA zusammenarbeitete, beauftragte mich mit der Konzeption einer Werbeaktion, welche die neu erworbenen fsc-Zertifizierung kommunizieren sollte. Mit einer Kommilitonin zusammen habe ich eine Postkartenserie gestaltet, die in einem Schubert verschickt wird.

Auf den Karten werden die Vorteile der fsc-Zertifizierung beschrieben und von Informationsgrafiken begleitet. Die Rückseiten wurden von der Kommilitonin illustriert. Um Nachhaltigkeit zu symbolisieren wurde der aus dem Schubert ausgestanzte Tannenzapfen mit einem Band wieder am Schubert befestigt.



FÜR DIE UMWELT



In letzter Zeit erlangt der Rohstoff Holz wieder eine stark steigende Bedeutung, da es nahe zu CO₂-neutral erzeugt werden kann, sich gut mit nachhaltiger Wirtschaftsweise verträgt, mit geringem Energieaufwand zu verarbeiten ist und vollständig stofflich verwertet werden kann.

Der Forest Stewardship Council (FSC) ist eine gemeinnützige und unabhängige Organisation zur Förderung einer umweltverantwortlichen, sozial vertraglichen und ökonomisch tragfähigen Waldwirtschaft. Der FSC wird von Umweltorganisationen, Gewerkschaften, Waldbesitzern und Unternehmen unterstützt.

Bereits in 78 Ländern gibt es FSC zertifizierte Wälder, in welchen die zehn FSC Prinzipien und Kriterien bei der Bewirtschaftung eingehalten werden. Die Kriterien umfassen die Erhaltung der biologischen Vielfalt sowie einzigartiger und empfindlicher Ökosysteme und Landschaften. Ebenso die Gewährleistung der ökologischen Funktionen und der Unversehrtheit des Waldes.

Die Kriterien umfassen auch das soziale und ökonomische Wohlergehen der im Wald Beschäftigten und der lokalen Bevölkerung, welches durch die Waldbewirtschaftung erhalten oder vergrößert werden soll.

FSC Zertifizierung in Deutschland

Landfläche

Waldfläche

4,3%

Weltweit

EV. STUDIENWERK POSTKARTEN

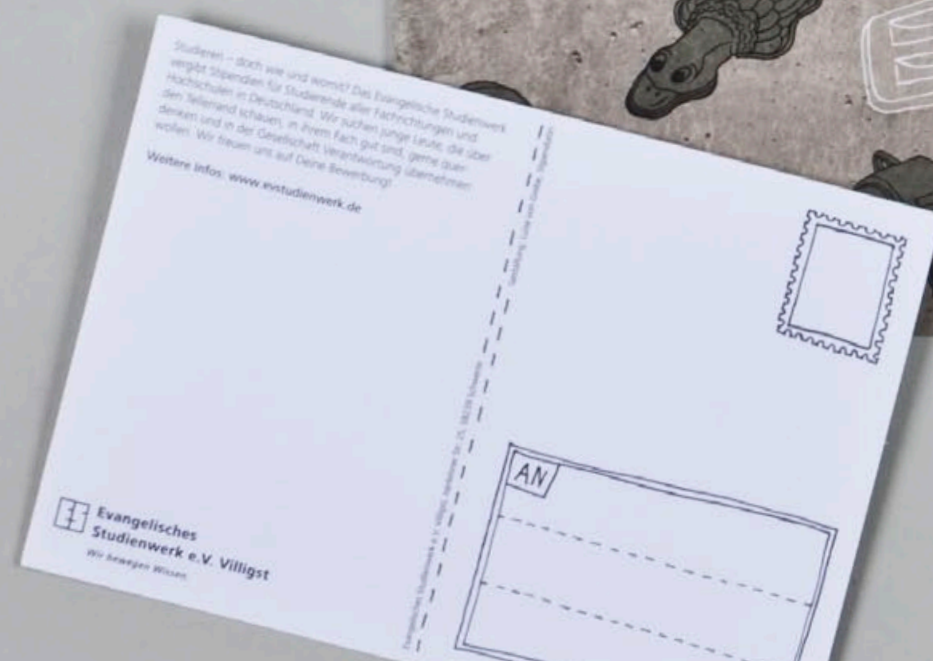
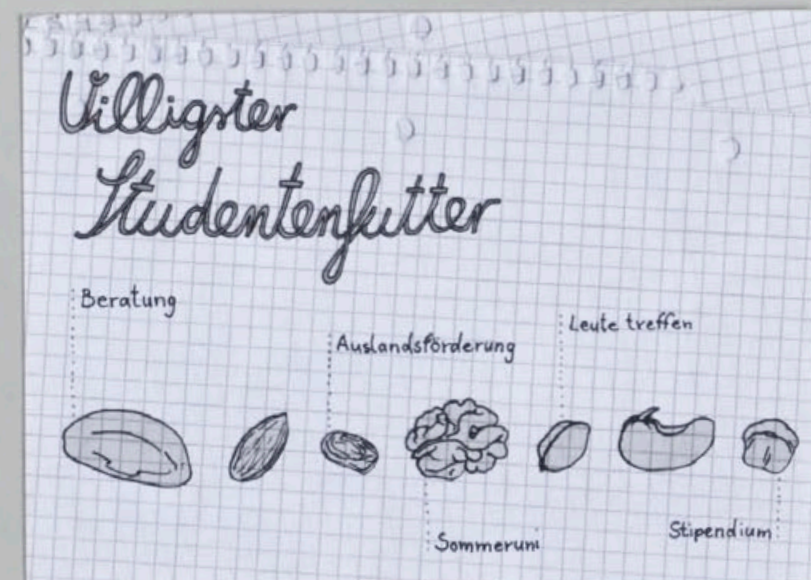
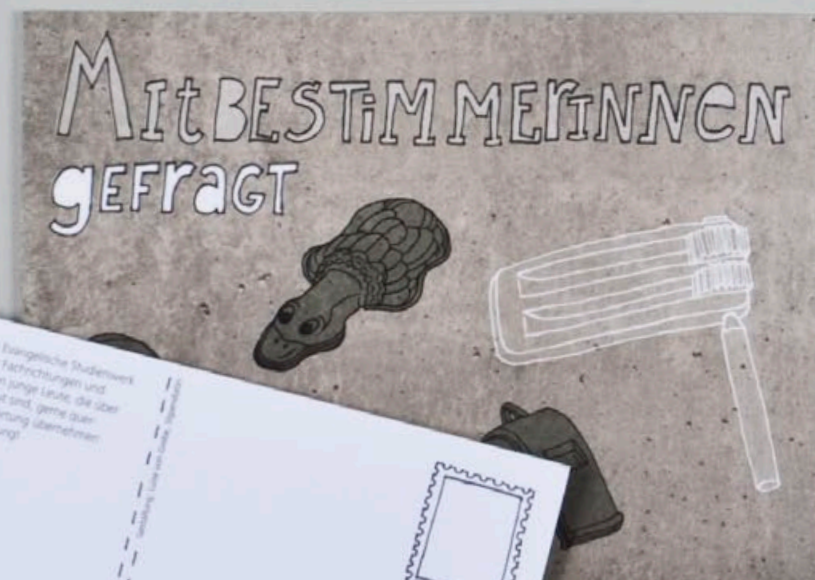
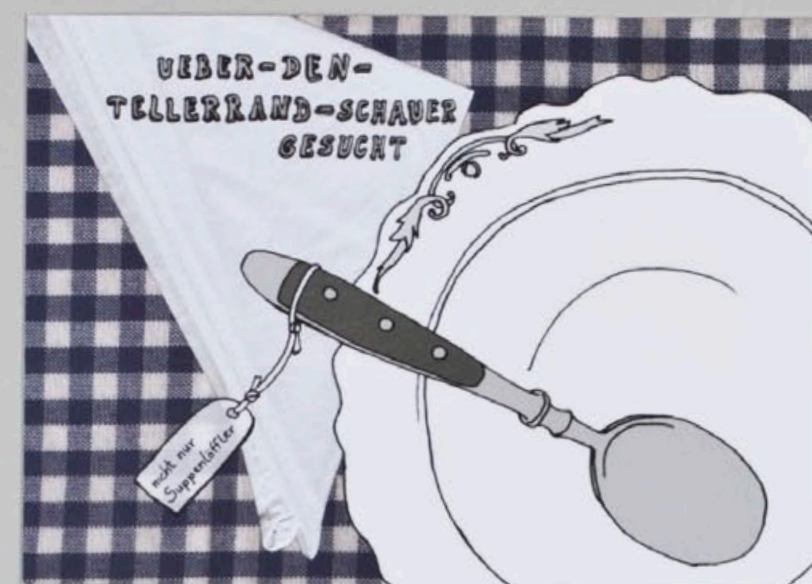
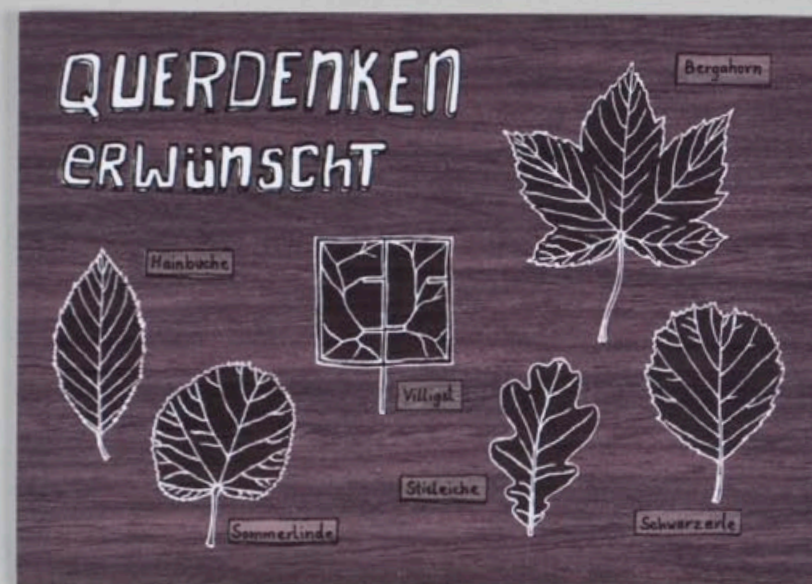
Auftrag

Jahr 2009

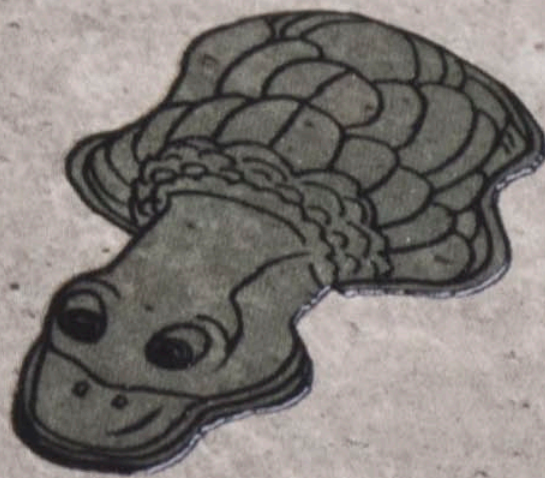
Auflage 29 000 Stück

Kunde Evangelisches Studienwerk e.V. Villigst

Wegen der positiven Resonanz auf die Festschrift, wurde ich gebeten eine Werbeaktion für Schülerinnen und Schüler zu gestalten. Dafür habe ich vier Postkarten gestaltet, welche die Grundsätze des Studienwerks illustrieren. Der Druck erfolgte auf offenem Papier, veredelt mit Relieflack. Da die Postkarten nach einem Monat bereits vergriffen waren wurden sie in einer höheren Auflage nachgedruckt.



Mit BESTIMMENDEN GEFRAGT





Kontakt

Luise von Grebe
Friedrich-Ebert-Platz 2
48153 Münster

0175 8268149
vongrebe@fh-muenster.de

Geburtsdatum

17. Oktober 1985 in Datteln

Ausbildung

Oktober 2011 Beginn eines Zweitstudiums mit den Fächern Kommunikationswissenschaft und Kunstgeschichte an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

Februar 2010 Diplomprüfung im Fach Design

März 2007 Aufnahme in das Stipendienprogramm des Evangelischen Studienwerks

März 2005 Beginn des Designstudiums an der Fachhochschule Münster

Heinrich-Heine-Gymnasium Dortmund-Nette
Juni 2004 Abitur

Berufserfahrung

Seit April 2012 wissenschaftliche Hilfskraft im CCI der Fachhochschule Münster

Seit September 2012 Designerin bei DBCO in Münster

Seit 2012 Freie Mitarbeit bei Heisters & Partner in Mainz

Dezember 2010 bis September 2011 Junior Art Direction bei Heisters & Partner in Mainz

März bis November 2010 Tutorin im CCI der Fachhochschule Münster

Seit 2007 selbstständig als Designerin tätig neben dem Studium bzw. dem Beruf

Januar 2007 bis November 2009 Referentin im Allgemeinen Studierendenausschuss (ASTA)

August bis November 2004 Praktikum bei Nolte Kommunikation in Berlin

Programmkennntnisse

InDesign | Photoshop | Illustrator | QuarkXPress | Freehand | Dreamweaver | Flash | Director | Acrobat Professional | SPSS | Keynote | Powerpoint | Word | Excel

Sprachkenntnisse

Englisch in Wort und Schrift
Französischkennntnisse

Engagement

Mitarbeit in zahlreichen Gremien der FH Münster, unter anderem:

Mitglied des Senats der FH Münster | Mitglied der Gleichstellungskommission | Kuratoriums- und Vorstandsmitglied der Stiftung für Qualität in Studium und Lehre | Mitarbeit im Fachschafts-rat Design

