

PORTFOLIO
DANIEL KOENING



CV, SHORT VERSION

For More Details, please see:

www.XING.COM/profile/daniel_koenig

2010 -NOW FREELANCE WEBDESIGNER &
FRONTEND DEVELOPER

2009 TILL 2010 AROUND THE WORLD

2009 JUNIOR ART DIRECTOR DIGITAL
PHILIPP & KEUNTJE, HAMBURG

SINCE 2001 FREELANCE GRAPHIC DESIGNER

2008 ABROAD ICELAND

SPRING 2008 DIPLOMA /MASTER OF ARTS
VISUAL COMMUNICATION

2006 WORK AT „TAGESSPIEGEL“, BERLIN

2004 . 2005 ABROAD AUSTRALIA JAPAN

2002 . 2008 STUDIES OF VISUAL
COMMUNICATION, UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES,
DÜSSELDORF, GERMANY

2002 ABROAD USA

1998.1999 APPRENTICESHIP FINISHING
ARTIST / PREPRESS

1997.1998 STUDIES IN HISTORY &
PHILOSOPHY, GERMANY

1995 .1996 CIVIL SERVICE

1986 .1995 HIGH SCHOOL / ABITUR

DESIGNER, I WORKED WITH

ULRICH HINZ, DÜSSELDORF
ROBERT BÜRCEL, DÜSSELDORF
SABINE WILMS, BERLIN
PATRICK LEY, WUPPERTAL
UTE BLECHSCHMIDT, KÖLN
CHRISTOPH NIEHAUS, DÜSSELDORF
SABINE KÜHN, DÜSSELDORF
BETTINA SEUFERT, BERLIN
FANI DEMIRTZI; DÜSSELDORF
ANDREAS MAGINO, DÜSSELDORF
MAX FIEDLER, DÜSSELDORF
TIL ENGELS, DÜSSELDORF
ROBERT PUFLEB, DÜSSELDORF
DORO GEORG, HAMBURG
MARKUS BRAND, DÜSSELDORF
CHRISTINA SALZ, DÜSSELDORF
MAIK LANGER, DÜSSELDORF
KATHARINA SUSSEK, DÜSSELDORF

DESIGN AGENCIES, I WORKED FOR

ERGO KOMMUNIKATION, DÜSSELDORF
BLECHSCHMIDT & BLANK, COLOGNE
MEHR+ WERBEAGENTUR, DÜSSELDORF
ORANGE-MEDIA, DÜSSELDORF
LETTERN SERVICE DÜSSELDORF
MUNITIONSFABRIK, DÜSSELDORF
BURTON, MÜNCH & PARTNER, DÜSSELDORF
GLANZLICHT, DÜSSELDORF
NAUTILUS, DÜSSELDORF

CLIENTS, I WORKED FOR

KLETT-COTTA PUBLISHING HOUSE GERMANY
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, DÜSSELDORF
THE HUSAVIK WHALE MUSEUM, DÜSSELDORF
DÜSSELGOLD E.V., DÜSSELDORF
CHAOS COMPUTER CLUB E.V., GERMANY
SPRINT AG, GERMANY
VERBRAUCHERZENTRALE NRW, DÜSSELDORF
TRADE FAIR/MESSE DÜSSELDORF, DÜSSELDORF
HACH-LANGE, GERMANY
HENKEL, GERMANY
DER TAGESSPIEGEL, BERLIN
ZOO HAGENBECK, HAMBURG
DAIHATSU DEUTSCHLAND, NEUSS
ELEKTRO-BOHN, FORCHHEIM



CLIENT **DAIHATSU DEUTSCHLAND**
LOCATION **NEUSS**
WHEN **2010-2011**
STATUS **JOB**
WHAT **FACEBOOK APPS ITAB/IFRAME PROGRAMMING**
PHOTOSHOP, HTML5, CSS3





DAIHATSU DEUTSCHLAND

Cars Willst du immer auf dem Laufen bleiben? Werde unser Fan!

Verboten günstig:
der DAIHATSU Cuore und der Sirion.

0,- € Anzahlung
0,01 % Zinsen

inkl. 5 Jahre Garantie*

DAIHATSU DEUTSCHLAND GMBH
Hauptstadt: DACHAU, Bayern
Kontakt: 089 2300-1000
www.daihatsu.de

Gerfällt mir Rene Schutz, Antje Imhof und 131 weiteren Personen gefällt das.



You and DAIHATSU DEUTSCHLAND



3 friends like this.

Friends' photo albums



Fooooortuna Düüüüsseldorf

by Rene Schulz



Wall Photos

by Rene Schulz



Wall Photos

by Antje Imhof



Profile pictures

by Antje Imhof

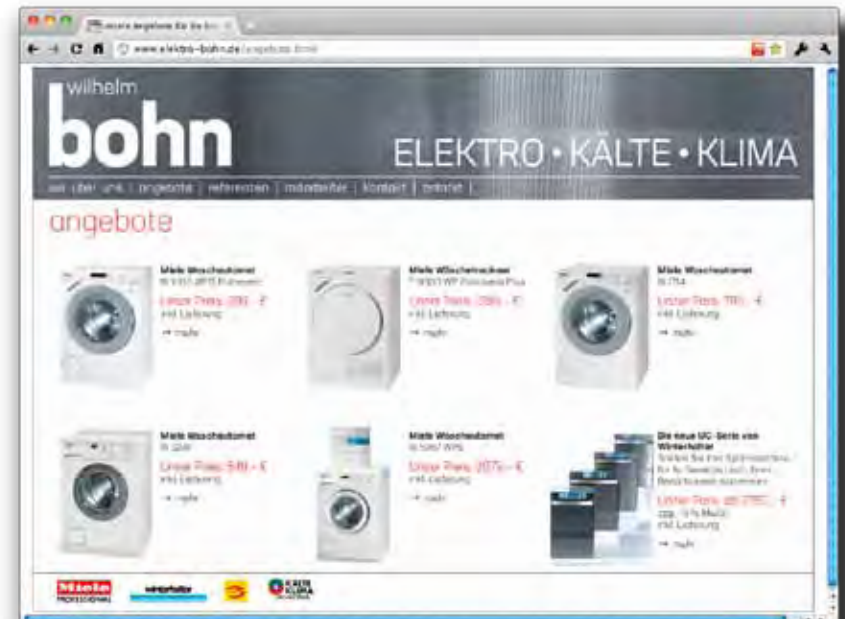


- Wall
- Info
- Events
- Photos (4)
- Discussions
- Links
- Cuore & Sirion



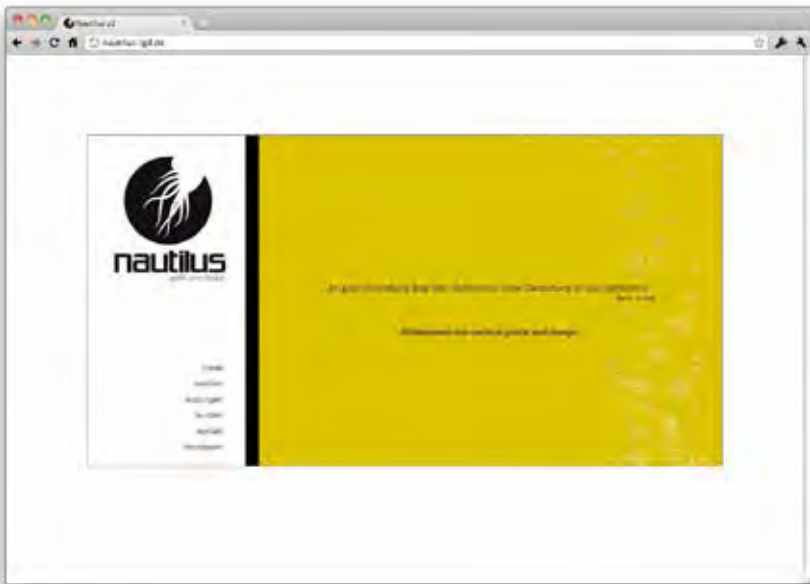
CLIENT **ELEKTRO BOHN**
LOCATION **FORCHHEIM**
WHEN **2010-2011**
STATUS **JOB**
WHAT **CONCEPT, ANALYSE, PROGRAMMING,
HTML5/CSS3/JS/JQUERY, CMS**







CLIENT **NAUTILUS**
LOCATION **NEUSS**
WHEN **2011**
STATUS **JOB**
WHAT **PROGRAMMING,
HTML5/CSS3/JS/JQUERY**

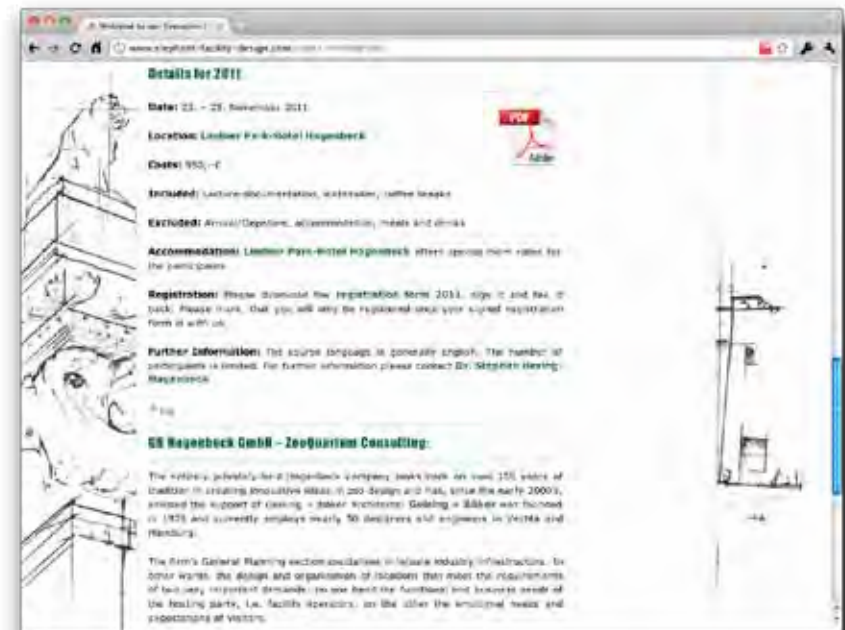
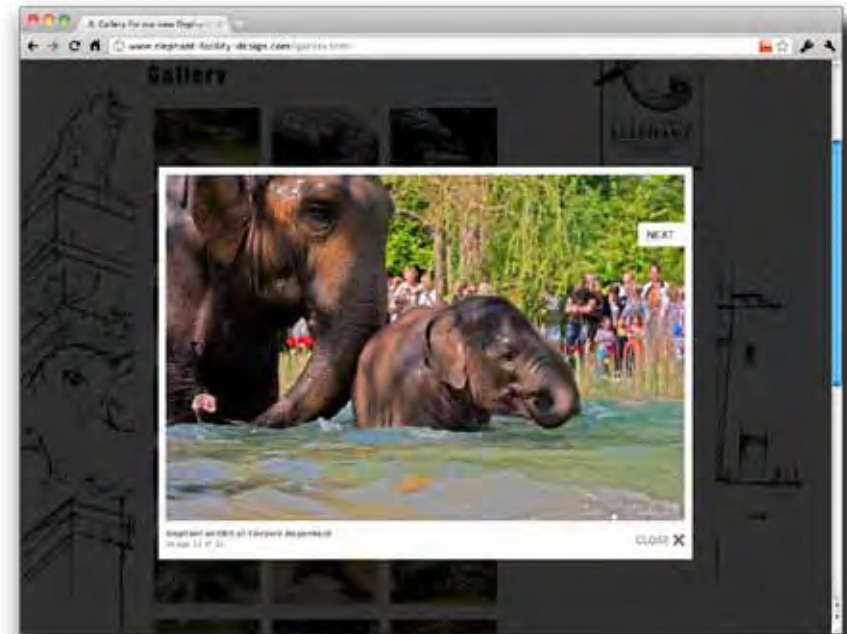






CLIENT **ZOO HAGENBECK**
LOCATION **HAMBURG**
WHEN **2010**
STATUS **JOB**
WHAT **CONCEPT, ANALYSE, SCREENLAYOUT,
PROGRAMMING, HTML5/CSS3/JQUERY,
CMS MODX**







CLIENT
LOCATION
WHEN
STATUS
WHAT

GLANZIDEE
DÜSSELDORF
2010
JOB
CONCEPT, ANALYSE, LAYOUT,
INDESIGN, PHOTOSHOP, ILLUSTRATOR





CLIENT **PHILIPP & KEUNTJE**
 LOCATION **HAMBURG**
 WHEN **2009**
 STATUS **JOB**
 WHAT **SCREEN**

Different website concepts together with my workmates/
 our online unit at Philipp und Keuntje GmbH, Hamburg
 (all rights by Philipp und Keuntje)

eve-bauchkribblen.de
 interpack.de (micorsite)

[HTTP://WWW.PHILIPPUNDKEUNTJE.DE/](http://www.philippundkeuntje.de/)



HOME | KALENDER | MOONDOO | eve CARDS | eve FINDER | eve KAUFEN

1,1% Alkohol. Energie die richtige Partnerin für Frauen, deren Leidenschaft, harmonisch ausbalancierten Zuckern, Frucht und Fruchtig ist.

MOONDOO
eve MOONDOO
eve FINDER

LITCHI
Fruchtig-süßlich - wie mit einzigartigem Litchi-Note auf Fruchtsaft-Basis.

eve CARDS
Hamburg
eve FINDER

eve
Bouchkribbeln zum Trinken. HOME | KALENDER | SORTEN | eve CARDS | eve FINDER | eve KAUFEN

**DU BRAUCHST:
1 GUTE FREUNDIN
1 ANGESAGTE BAR
2 PUSH-UPS
0 EURO FÜR GETRÄNKE**

MOONDOO
eve MOONDOO
eve FINDER

Genieße das eleganteste eve-Motiv!

eve
Bouchkribbeln zum Trinken. HOME | KALENDER | SORTEN | eve CARDS | eve FINDER | eve KAUFEN

WILLKOMMEN IM EVE-SHOPI

Bei Bestellung der Bouchkribbeln im Eve-Shop, sind die ohne festes Schüsschen direkt an die nach Hause.

Armbänder | Mein Konto | Warenkorb | Kasse

eve Leicht kaufen
eve Geschmack kaufen
eve Set kaufen

CHECK-IN 2011 | NEU-ANMELDUNG | REGISTRIERTE BENUTZEN

03 | 04 | 05 | 06 | 07 | 08

Eine Übersicht unserer Partnermessen inklusive Kontaktadressen finden Sie hier: [PDF]

WORLD!

03 | TEAM | 04 | TERMINE | 05 | SERVICE | 06 | INTERNATIONAL | 07 | IMPRESSIONEN | 08 | STADT DÜSSELDORF

Übersicht unserer Partnermessen inklus

19.11.2008 - 22.11.2008, Mumbai

International PackTech India
5th International Exhibition and Conference

Phone: +91 (0)22 6678 9933
Fax: +91 (0)22 6678 9911
E-Mail: mosseduesseldorf@imd-india.com
Homepage: www.packtech-india.com

CLIENT **THE HUSAVIK WHALE MUSEUM**
LOCATION **ISLAND**
WHEN **2008**
STATUS **JOB**
WHAT **EDITORIAL PRINT EXHIBITION DESIGN**

RE-WORK AND A NEW PRINT RUN OF THEIR BROCHURE.
RECREATING AND NEW DISPLAYS FOR THEIR STRANDING ROOM
SEE NEXT PAGE

WWW.WHALEMUSEUM.IS





The Whale Museum is performing research on the whales in Icelandic Bay. With the aid of photography, individual animals can be identified and distinguished. You can help us by sending your photographs together with information on location of the trip and the date.

If you would like to support the Museum financially:
Name of Bank: Glóbel / Bank details: 0567-26-409
ID number: 460105-3740
Thank you!

Hvalsaefni hefur stundað rannsóknir á hvalum í Gæðlyngdaga í mörg ár. Með reglubundinni gagnafotun og myndtölum má þekkja einstaka hvali og lága einstaklinga þeirra. Þú getur hjálpað okkur með því að senda myndir af hvalum með upplýsingum um hvar og hvenær myndirnar voru teknar.
Þú getur stýrt þessu!
Gleði / 0567-26-409
ID: 460105-3740
Takk fyrir!

Das Whalmuseum führt Erhebungen über Walverhalten in der Gæðlyngdur durch. Mit Hilfe von Fotos werden Individuen identifiziert und unterschieden. Durch die Zusendung von Momentaufnahmen mit Datum und Ortsangabe können Sie uns dabei helfen.

Für die finanzielle Unterstützung des Museums:
Bank: Glóbel / Kto.-Nr.: 0567-26-409
Identifikationsnummer: 460105-3740
Vielen Dank!



THE HÚSAVIK
WHALE
Museum
HYALASAFNIÐ
Á HÚSAVIK



NORTH ICELAND

THE HÚSAVIK
WHALE MUSEUM
HYALASAFNIÐ Á HÚSAVIK

OPENING HOURS - ÖPNINGARTÍMI - ÖPNINGSTÍÐIR
June - August: 09:00 - 19:00 (last time by arrangement)
May and September: 10:00 - 17:00 (last time after consultation)
ENTRANCE FEE - AÐGANGSEYÐIR - ENTRÉTT
Adults / Fulliræðir / Erwachsene: 700 ISK
Groups / Hópar / Gruppen (10+): 600 ISK
Children / Barn / Kinder (6-14): 300 ISK



Supported by



The Whale Museum



Húsvík



The Húsvík Whale Museum
Hvalsaefni, P.O. Box 172
640 Húsvík, Iceland
Simi/Phone: +354 464 2520/2522
info@whalemuseum.is

www.whalemuseum.is



The Húsvík Whale Museum is a non-profit organization founded in 1993. It is an independent facility that forms the educational component of the whale watching trips in Húsvík, providing interesting information about whales and their habitat in an attractive and easy way. Over 100,000 people have visited and enjoyed the Museum since its establishment. Welcome!

Hvalsaefnið á Húsvík er sjálfstjórnunarsamtök sem var átt árið 1993. Hvalsaefnið hefur verið að undirbúa fræðslu og upplýsingum um hvali og HÚSAVIK þeirra á stærkt áhugavænum, skemmtilegum og áskemmtilegum hátt. Síðan á sein 300.000 hefur verið komið um hvali og hvalsaefnið hefur verið áhugavænt og auká á gætt uppfallur ferðafólki sem fer til Húsvíku.

Das Whalmuseum in Húsvík ist ein gemeinnütziger Verein und wurde 1993 gegründet. Als unabhängige Einrichtung bildet es den pädagogischen Bestandteil der Walfahrtstouren in Húsvík und bietet interessante Informationen über Wale und deren Lebensweise in attraktiver und anschaulicher Weise. Seit seiner Gründung haben mehr als 100.000 Besucher das Museum besucht. Willkommen!



1.600m²

of information
fræðsla og
upplýsingar



1. Söngvar / Entree / Eingang

- 2. Álfurátt / Álfurátt / Álfurátt
- 3. Söngvar / Söngvar
- 4. Söngvar / Söngvar
- 5. Hvalsaefni / Whale Species / Wale
- 6. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 7. Baraberg / Ólafsson / Ólafsson
- 8. Landhvalafræði / Environmental History / Umhverfissaga
- 9. Hvalsaefni / Whale Biology / Hvalsaefni
- 10. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 11. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 12. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 13. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 14. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 15. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 16. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 17. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni
- 18. Hvalsaefni / Hvalsaefni / Hvalsaefni

Húsvík Whale Museum | P.O. Box 172 | 640 Húsvík | Iceland
Phone: +354 464 2520; 464 2522 | E-mail: info@whalemuseum.is
ID: 460105-3740







**MIKILMENNUNU
EJONKUNARÁRBEIÐIÐ**

Frán undir miðjum 9. áratugi 20. aldar voru engar líkur til þess að hegt væri að bjarga strönduðum hvalum. Í Austriku og í Nýju Sjálandi þar eða hópabótt eru algengir heiti til vinda þróðar aðferðir til björgunar sem gæm þúsundstítt að hegti er að bjarga 80-90% af þeim hvalum sem standa. Án hjálpar lítur hvalurinn þóttur dauður vegna óþurrkaðar og ofþurrkaðar þyrfa líffæri hvalanna leggja stöðva vinnu eigna þungu.

VEHNAÐA LÍKAMSHITA OG ÖNDUN

Þetta er mikil mikilheiti að hvali hveli sem heit strönduð, t.d. með að hvali að á þau eruð ein hvalur er mikil, svo eða á góðum, þessu og til björgunar. Vegna þess að hvali er ein blábláttu eða á hvalum, er mikil mikilheiti að hvalurinn sé upprátt, vinnu þarf að sendur og vinnu þarf önnur / öndunveginn.

MIKILÁLAG

Með þessu er að slaga eitt ástæðu, til dæmis með því að taka djór til af höfnum, þyrfa djór um langar vegalengjur, eða þá í öndun umhverfisbætur og eða er mikilheiti að eini þessu eða á vinnu er að slaga eitt óþarfi hvala eða heit. Þetta slá á djór gæta óþarfi slátt á þessu og vinnu þá að önnur vinnu ströng og ströndur því þessu ströng eða að þá er að komu því á flöt.

ENDURSTANDUN

Þetta fyrir að þá er að komu strönduðum djórinn á flöt eða þá til að önnur ströng upp á ströndu til að vera eini heit þá mikilum hvalum sem eini ströng. Vegna eðruðu blábláttu eða djór eða er þá er þá er að komu á flöt þá til að standa eða, t.d. af forystu til vinnu og önnur eða á flöt.



**THE MOST IMPORTANT
RELIEVE EFFORTS**

Until the mid 80's a pod of stranded whales had almost no chance of survival. Now, as many as 68-90% of the group can be rescued with a high share of techniques that were developed in Australia and New Zealand, which are often subject to mass strandings. Without help, stranded whales are prone to suffer a quick death from dehydration and overheating, or by crushing of the internal organs with their own weight.

BODY TEMPERATURE AND BREATHING

To prevent overheating and dehydration, it is important to keep stranded whales cool and moist by gently pouring water on the most important areas of internal heat transfer such as the fluke, pectoral flippers and dorsal fins. To ensure that the animal can breathe, it is essential to keep them in an upright position, to prevent sand and water from entering the blowholes.

MINIMIZING STRESS

It is essential to avoid stress such as separation from pod members, relocation and long distance transport, and hectic caused by orifices at the stranding site. Re-loading of whales is nearly impossible once the animals have experienced severe stress. They will lose their sense of balance with the least of recurring strandings.

RE-STRANDINGS

Because of the social cohesion of the pod, individuals that already have been rescued frequently turn back to the stranding site to re-join suffering pod members. Even if the entire pod has been effectively re-loaded, re-strandings may occur due to navigation errors by a sick pod leading animal.



**DIE WICHTIGSTEN
HILFMASSNAHMEN**

Die Hilfe der überlebenden gestrandeten Wale lassen eine Chance bestehen. Zwischen 68-90 % der Gruppe zu retten. Die meisten Rettungsmaßnahmen werden in Australien und Neuseeland entwickelt, da beide Länder oft Schauplatz von Massensterben sind. Ohne Hilfe sind die Wale dem Tod durch Überhitzung und Verdursten ausgesetzt oder die stricken die inneren Organe mit ihrem Gewicht.

WÄRMEREGULIERUNG UND ATHMUNG

Um vor Überhitzung und Austrocknung zu schützen, müssen die Körperstellen die dem Wärmehaushalt dienen feucht und kühl gehalten werden. Dies sind die Flossen, die Flipper und die Rückenflosse. Um die Atmung zu gewährleisten, müssen die Tiere in eine aufrechte Haltung gebracht werden und es darf weder Wasser noch Sand in die Blöschlöcher gelangen.

STRESSREDUKTION

Um ihre Überlebenschancen zu steigern, sollen die Tiere wieder getrennt, nach unnötig bewegt oder über längere Strecken transportiert werden. Heftig, große Behälter und viele Zuschauer sollen vermieden werden. Gestresste Tiere können ihren Gleichgewicht verlieren, was die Gefahr für wiederholte Strandungen erhöht.

WIEDERHOLTES STRANDEN

Während der sozialen Zusammenhalt innerhalb der Gruppe, können bereits gerettete Tiere häufig zu den Hinterbliebenen zurück. Falls die Leiter der Gruppe erkrankt ist, kann es vorkommen, dass selbst eine vollständig gerettete Gruppe wiederholt strandet.

CLIENT **DIPLOMA „NEWSPAPER DESIGNER“**
LOCATION **GERMANY**
WHEN **2008**
STATUS **PROJECT**
WHAT **EDITORIAL PRINT SCREEN WEB**

MY DIPLOMA ABOUT NEWSPAPER DESIGN AKA EDITORIAL DESIGN.

MADE A NEWSPAPER WITH INTERVIEWS, BASED ON LIVE INTERVIEWS I DID WITH ALL OF THE BIG NEWSPAPER ART DIRECTORS IN GERMANY. SO I TRAVELLED THE COUNTRY TO MEET THEM AND SEE HOW THEY DO IT.

BESIDES THE NEWSPAPER I WORKED OUT, A BIG CHUNK OF THEORY ABOUT MODERN NEWSPAPER DESIGN IN GERMANY WAS ASSEMBLED. STILL IN PROGRESS

WWW.ZEITUNGSGESTALTER.DE



**... mir liegt eigentlich alles an
Lina's Eigenart und an dem
Was es die Freude an zu erleben
wird' heißt.**



Das Besondere an Lina's Charakter ist die Mischung aus Intelligenz, Herzlichkeit und Witz. Sie ist eine wahre Freude.

**... Sie müssen wissen, dass man eigen-
lich ein Journalist ist, um der Arbeit
Hilfen zu die Thema Design.**



Journalismus ist ein Beruf, der viel Verantwortung mit sich bringt. Design hilft dabei, die Informationen besser zu vermitteln.

**... in Deutschland, Design ist
ein bisschen wie diese A.I.D. Mentalität.
(Was sagt ich dafür.)**



Die deutsche Designszene ist sehr professionell und strukturiert. Es ist eine interessante Mischung aus Tradition und Innovation.

**... Das macht mir die Arbeit
immer noch leichter, weil
ich besser als die meisten Leute
mit mir zusammen kommen
kann und ich mich auch
besser mit der Arbeit
finden kann.**



Die Zusammenarbeit ist das Wichtigste in einem Team. Wenn alle zusammenkommen, kann man viel erreichen.

**... Ich verstehe mich aber
als „schwarzer Ästhet“
der Zeitung zu dem Stand-
ort. Ich habe mich immer noch
nicht an den Ort angepasst.**



Die Arbeit ist manchmal anstrengend, aber es lohnt sich. Die Leidenschaft für das Thema ist der Schlüssel zum Erfolg.

**... für mich können sich die
Sachen, wenn ich das Gefühl
habe, dass sie passen auf
den so mit Liebe gemacht.**



Die Liebe zum Handwerk ist das, was einen ausmacht. Es ist die Leidenschaft, die man in die Arbeit steckt.

**... oder wie
bei mir? Ja, es
ist besser, als ich
helfen kann, und
auch sehr nett.**



Die Arbeit ist eine Reise. Es geht darum, sich zu verbessern und neue Herausforderungen anzunehmen.

**... Ich bin ein Journalist
und ich bin ein Journalist
und ich bin ein Journalist
und ich bin ein Journalist.**



Die Arbeit ist eine Reise. Es geht darum, sich zu verbessern und neue Herausforderungen anzunehmen.

**... und das hat extrem was,
wie man immer gut zu sein
kann und das hat extrem was.**



Die Arbeit ist eine Reise. Es geht darum, sich zu verbessern und neue Herausforderungen anzunehmen.

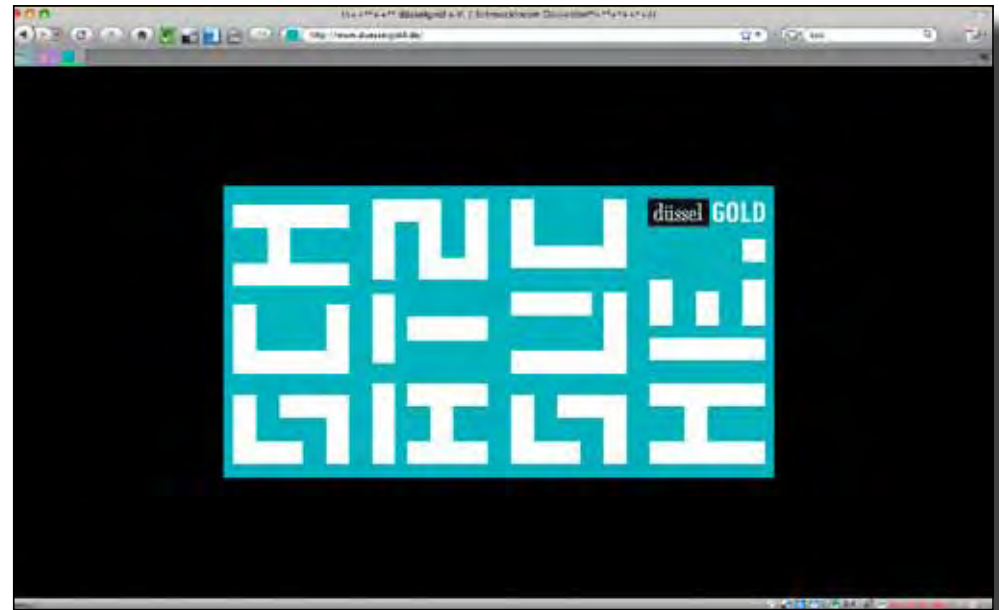


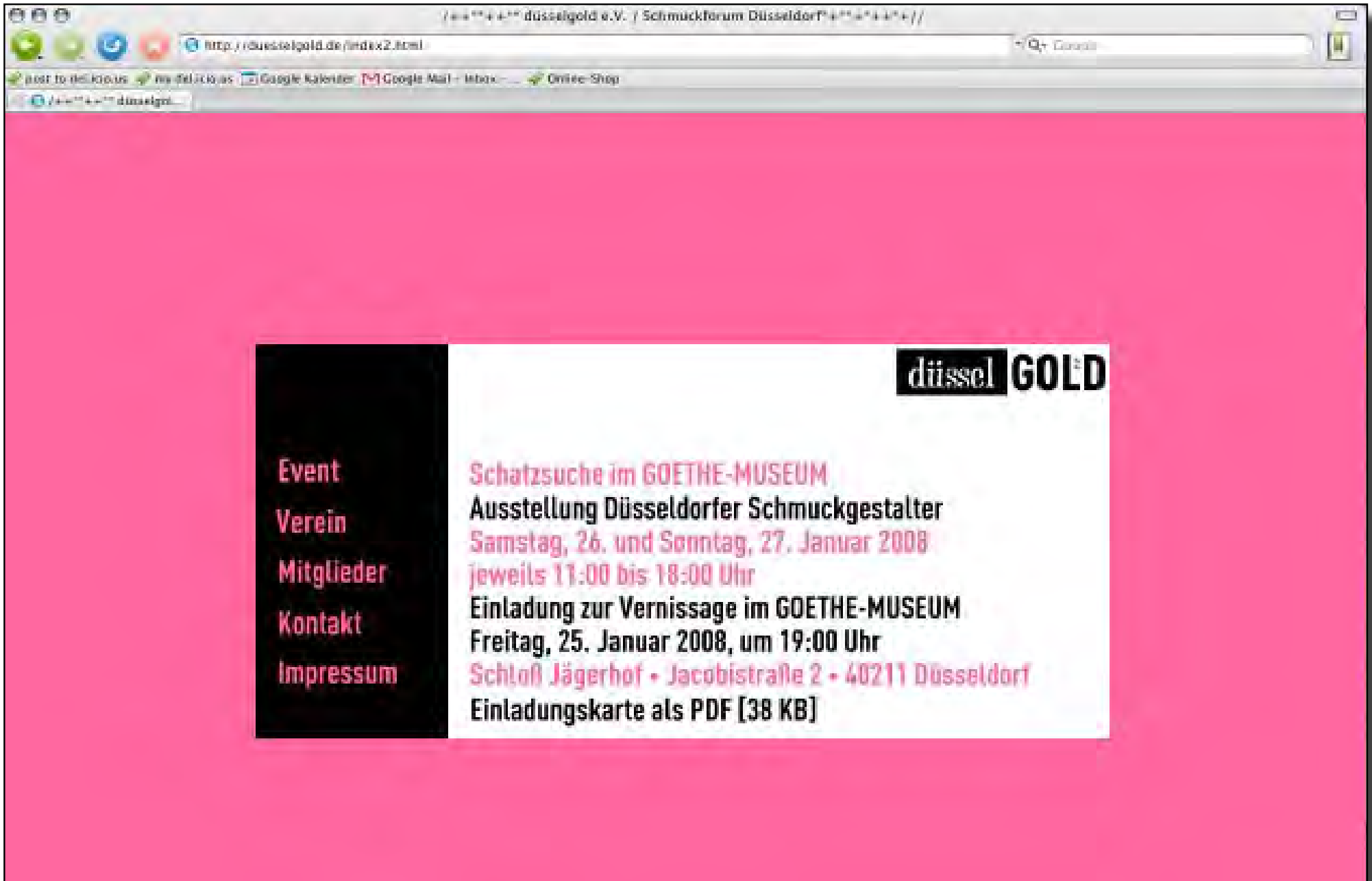
CLIENT **DÜSSELGOLD E.V.**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2006 - 2008**
STATUS **JOB**
WHAT **WEB FLASH XML**

DEVELOPMENT OF WEBSITE FOR THE DUESSELDORF-BASED
GOLDSMITH & JEWELERY GROUP „DÜSSELGOLD E.V.“
TOGETHER WITH DIPL.-DES. NORA GUMBERT-HAUSER.

FULL FLASH SITE, BASIC SCRIPTING, XML DATA IMPORT

WWW.DUESSELGOLD.DE





düssel GOLD

- [Event](#)
- [Verein](#)
- [Mitglieder](#)
- [Kontakt](#)
- [Impressum](#)

Schatzsuche im GOETHE-MUSEUM
Ausstellung Düsseldorfer Schmuckgestalter
Samstag, 26. und Sonntag, 27. Januar 2008
jeweils 11:00 bis 18:00 Uhr
Einladung zur Vernissage im GOETHE-MUSEUM
Freitag, 25. Januar 2008, um 19:00 Uhr
Schloß Jägerhof • Jacobistraße 2 • 40211 Düsseldorf
Einladungskarte als PDF [38 KB]

CLIENT **FH DÜSSELDORF | UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2002 - 2004**
STATUS **PROJECT**
WHAT **WEB XHTML CMS XML CSS ZOPE PLONE TEMPLATES**
AWARD **IF GOLD AWARD 2004**

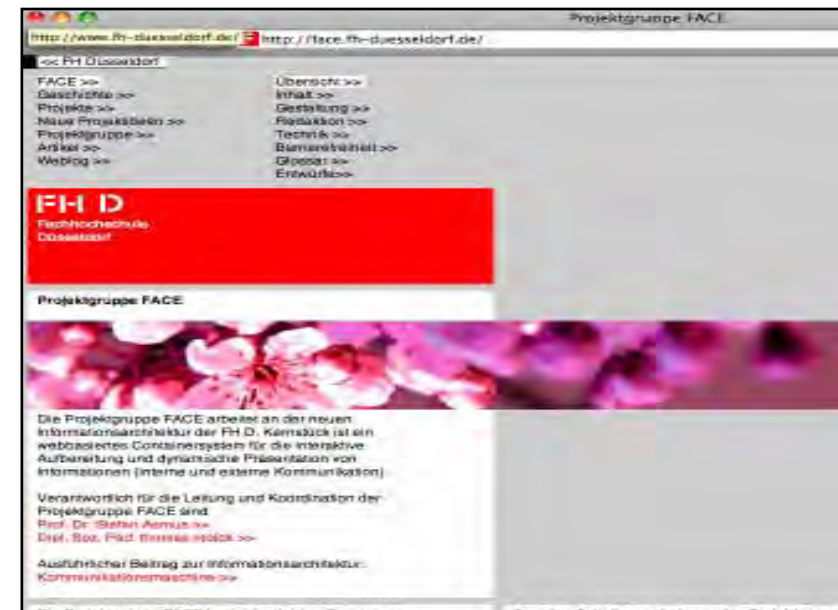
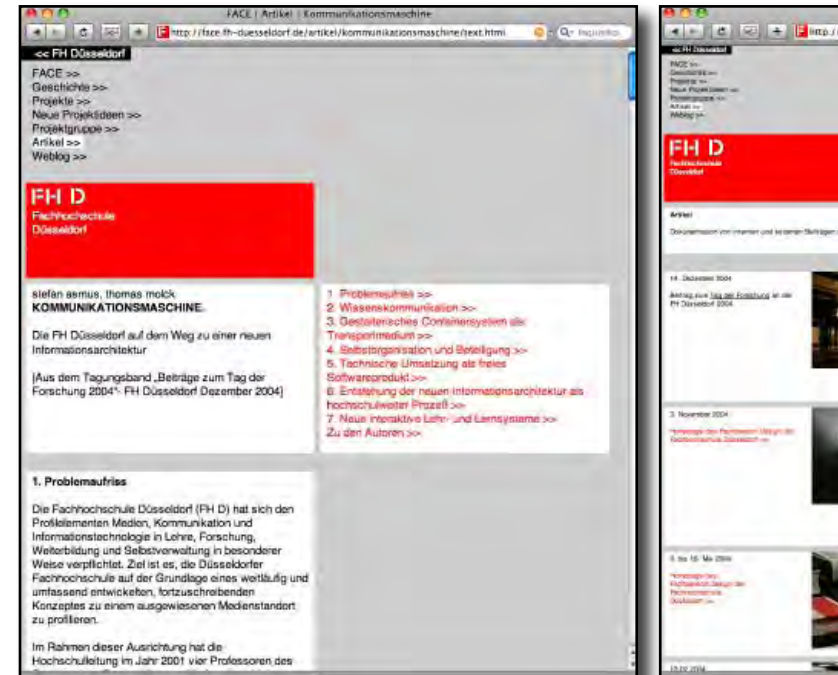
CONCEPT, DEVELOPMENT AND CODING OF THE INFORMATION ARCHITECTURE FOR THE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE, DÜSSELDORF

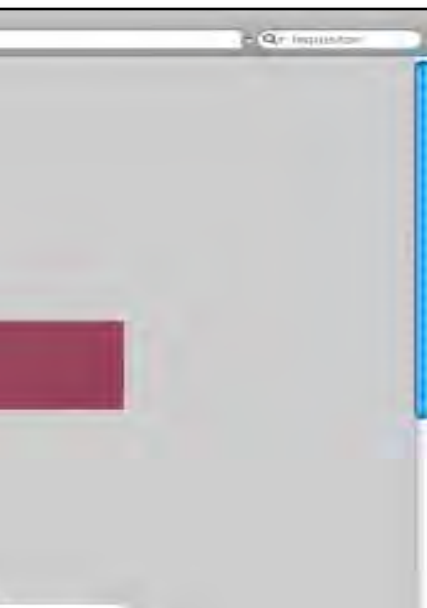
BIG GROUP PROJECT AS STUDENT OVER 4 SEMESTER AND SCIENTIFIC ASSISTANT AT THE MKI INSTITUTE. PLEASE SEE MY CV.

GERMAN DESIGN AWARD / IF GOLD AWARD 2004

FOR COMMUNICATION DESIGN/ CROSS-MEDIA „KONZEPTION MIT VORBILDCHARAKTER“

WWW.FH-DUESSELDORF.DE
FACE.FH-DUESSELDORF.DE





FH Düsseldorf

http://fh-duesseldorf.de/

FH Düsseldorf >>
Fachbereiche >>
 >> >>
Lehramt und Lehramt >>
Verwaltung >>
Hochschulbibliothek >>
Österreichische Zentrum >>

Aktuelles >>
Allgemeines >>
Studienberatung >>
International >>
Forschung >>
Studienisches >>
Kontakt >>

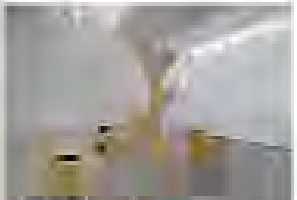
FH D

Fachhochschule Düsseldorf
University of Applied Sciences

>> **englisch** >>
>> **französisch** >>
>> **spanisch** >>

Aktuelles >> **Tag der offenen Tür an der Fachhochschule Düsseldorf — 27. Januar 2009** >>
Öffnungssperren der Hochschule über Vermittlungsstellen, Betriebsplanung und Finanz >>
Presevents (mit Öffentlichkeitsarbeit) >>

Gestaltung




FB 1 Architektur >>
FB 2 Design >>

Internationale Peter Behrens Gastprofessur

Metall Cressat:
„Ich will, dass die Studierenden mit ihren Designs etwas wagen“

Im Wintersemester 2008/2009 besetzt die Peter Behrens School of Architecture (PBSSA), der Fachbereich Architektur an der FH Düsseldorf, ihre internationale-Gastprofessur für die Masterstudiengänge mit dem Shootingstar der kanadischen Design- und Innenarchitekturszene, Metall Cressat.

Technik




FB 3 Elektrotechnik >>
FB 4 Maschinenbau >>
FB 5 Medien >>

Fujitsu Siemens Computers und Fachhochschule Düsseldorf wollen enger zusammenarbeiten

Die Fachhochschule Düsseldorf (FH D) und Fujitsu Siemens Computers wollen künftig verstärkt zusammenarbeiten. So bieten Experten von Fujitsu Siemens Computers den Studierenden Workshops und Vorträge zu praxisrelevanten Computerthemen wie „Green IT“, „Unified Communications“ und „Mainframe-Großrechner in moderner Rechenzentren“ an.

Soziale und Kultur




FB 6 Sozial- und Kulturwissenschaften >>

Neue Hochschulpartnerschaft der FHO mit Universität in Ghana

Die Fachhochschule Düsseldorf (FH D) hat eine neue Partneruniversität: Mit der University for Development Studies (UDS) in Tamale/Wa/ Ghana verbinde die FH D jetzt ein umfangreiches Programm gemeinsamer Aktivitäten. Der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) hat die Förderung dieser Partnerschaft in einem Umfang von bis zu 100.000 Euro zugesagt. Die Partnerschaft ist im Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften der FHO

Wirtschaft



FB 7 Wirtschaft >>

Düsseldorfer Unternehmertag eröffnete Einstiegsmöglichkeiten und Karriereperspektiven

Zum ersten „Düsseldorfer Unternehmertag“ lud der Fachbereich Wirtschaft seine Studierenden am 6. November in den Aldi-Süd-Hörsaal. 80 Unternehmen aus Stadt und Region stellten sich den anghenden Betriebswirten vor und informierten über Praktika, Einstiegsmöglichkeiten und Karriereperspektiven in der Wirtschaft. Zu den anwesenden Firmen gehörten Weststahlwerk

CLIENT **FH DÜSSELDORF | UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2002 - 2006**
STATUS **PROJECT**
WHAT **WEB CMS BLOGS PLONE ZOPE MT3**

RESEARCH, CONCEPT AND IMPLEMENTATION OF CMS-SOFTWARE, EG.. BLOG-SOFTWARE FOR ACADEMIC USE FOR THE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE, DÜSSELDORF, DEPARTMENT OF DESIGN

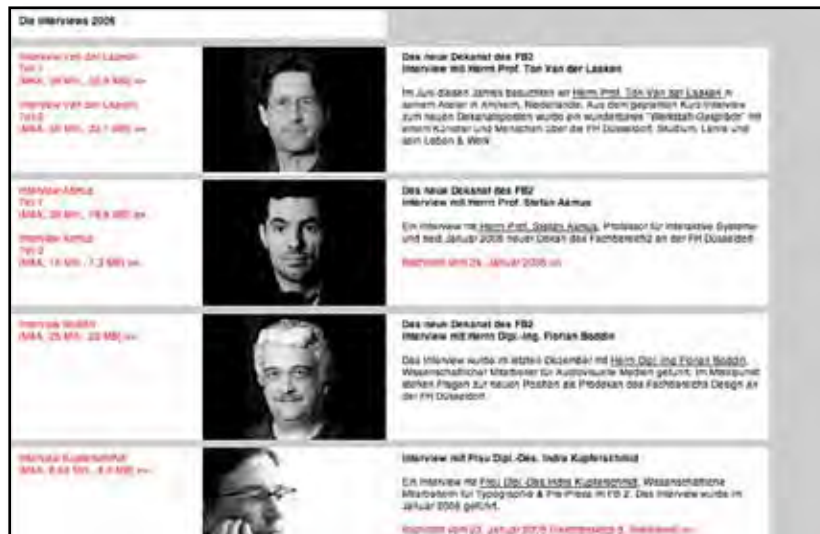
WWW.KURSE.FH-DUESSELDORF.DE



CLIENT **FH DÜSSELDORF | UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE**
 LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
 WHEN **2006**
 STATUS **PROJECT**
 WHAT **WEB PODCAST SOUND DESIGN**

RESEARCH, CONCEPT, MEDIA DESIGN, IMPLEMENTATION, TECH SPECS AND SOUND DESIGN FOR INTERVIEWS AND PODCASTS.

WWW.FH-DUESSELDORF.DE/FACHBEREICHE/FB2_DESIGN/PODCAST/2006.HTML



FH D | Fachbereiche | FB 2 Design | FB 2 Podcast

http://www.fh-duesseldorf.de/fachbereiche/fb2_design/podcast/2006.html


RSS Inquisitor

FH D
Fachhochschule Düsseldorf
University of Applied Sciences

FB 2
Fachbereich Design

Die nächste Seite anzeigen

- Fachbereiche >>
- Institute >>
- Organe und Gremien >>
- Verwaltung >>
- Hochschulbibliothek >>
- Datenverarbeitungszentr. >>
- FB 1 Architektur >>
- FB 2 Design >>
- FB 3 Elektrotechnik >>
- FB 4 Maschinenbau >>
- FB 5 Medien >>
- FB 6 Sozial/Kulturwiss. >>
- FB 7 Wirtschaft >>
- Studieninhalt >>
- Studienorganisation >>
- Lehrbereiche >>
- Personen >>
- Verwaltung >>
- Alumni >>
- Showtime >>



Feeds

- [Newsfeed-Abo \[feed\]](#) >>
- [iTunes-Abo \[tpc\]](#) >>

Interviews im Überblick

- [Interviews 2008](#) >>
- [Interviews 2006](#) >>

FB2 podcast – Die Interview-Reihe des Fachbereichs 2 – Design

An dieser Stelle erwarten Euch ab jetzt in unregelmäßigen Abständen Audio-Interviews, (Videocast ist in Planung) mit Menschen, die wir Ihr, an der FH Düsseldorf arbeiten.

"Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien (Audio oder Video) über das Internet. Das Kofferwort setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting zusammen. Ein einzelner Podcast ist somit eine Serie von Medienbeiträgen (Episoden), die über einen Newsfeed (meistens [RSS](#)) automatisch bezogen werden können." (Quelle: [wikipedia.org](#))

Die Interviews können wie gehabt, einzeln heruntergeladen werden und mit beliebigem Audiooplayer abgespielt werden. Mehr Komfort und immer auf dem neusten Stand, seid Ihr mit der "Abonnierfunktion" – einfach den Feed in den "PodCatcher" (zb. iTunes) der Wahl und sobald ein neues Interview vorliegt, wird es heruntergeladen. Die Interviews sind optimiert für Apples iPod ([enhanced podcast](#)), sollten aber auch auf allen Standard-MP3-Playern laufen.

Dieses Podcast-Projekt ist ein Projekt der [Designredaktion](#) – offiziell lautet der Arbeitstitel "Produktion und automatisierte Distribution von Mediendateien via Internet an der FH Düsseldorf", allerdings ist das Ganze offen angelegt; wer also mitmachen will, Material, Vorschläge & konstruktive Kritik los werden möchte, meldet sich bitte via [email](#).

Verantwortlich für Konzeption, Produktion und Veröffentlichung: [danie/koening](#)

Die Interviews mit Hr. Boddin und Fr. Kupferschmid wurden von Max Kersting, Sandra Höfer, Heike Hilterscheid geführt. Die Daten und die Arbeit ist lizenziert unter der [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0-Lizenz](#).

Info-Seiten über Podcasts

- [Was sind Podcasts? \[www\]](#) >>
- [Podcast.de \[www\]](#) >>
- [Podcast Wiki \[www\]](#) >>
- [Podcast-Blog \[www\]](#) >>
- [Podcast-ML \[www\]](#) >>

...HARRN AUCH FOLGENDES ANSCHREIBT

Media Technologies © FH JOANNEUM - Intern...

...ing Today - Norwich University Australia

...e Mail

...er Tafe - Video Podcast

...ile mp3-Audioformat von www.groovymusic.de

Übersicht	Prints
...z Labo hat zusammen mit Herrn F...	Kostenlos
...i nicht unmittelbar. Manchmal ist...	Kostenlos
...Gudalur ist eine Gaststätte aus Be...	Kostenlos
...en diesen Jahres besuchten wir Her...	Kostenlos
...ch) dieses Jahres besuchten wir Her...	Kostenlos
...nterview mit Herrn Prof. Stefan Ab...	Kostenlos
...nterview mit Herrn Prof. Stefan Ab...	Kostenlos
...nterview mit India Kupferschmid, w...	Kostenlos
...nterview wurde im letzten Decemb...	Kostenlos

CLIENT **FH DÜSSELDORF / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE**
LOCATION **LEIPZIG / DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2006**
STATUS **PROJECT**
WHAT **EXHIBITION DESIGN**

CONCEPT, DEVELOPMENT AND BUILDING OF A TRADE FARE
STALL FOR THE DEPARTMENT OF DESIGN, UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE,
DÜSSELDORF AT TRADE FAIR SHOW „BUCHMESSE LEIPZIG“, 2006
TO ADVERTISE THE DESIGN DEPARTMENT, STUDENT WORK AND DIPLOMA

GROUP PROJECT

WWW.FH-DUESSELDORF.DE/NEWS243_LANG.HTML





CLIENT **DER TAGESSPIEGEL, NEWSPAPER**
 LOCATION **BERLIN, GERMANY**
 WHEN **2006**
 STATUS **JOB (FREELANCER AT ART-DIRECTION)**
 WHAT **NEWSPAPER EDITORIAL DESIGN HERMES**

DEVELOPMENT AND DESIGN OF SPECIAL SITES, DAILY ROUTINE OF CHOOSING FRONT COVER PICTURE, HELPING JOURNALIST GET ALONG WITH PAGE DESIGN, MAKING SPECIAL (INFO)GRAPHICS. LEARNING THE NEWSPAPER LAYOUT-SOFTWARE HERMES.

ART-DIRECTION TOGETHER WITH DIPL-DES. BETTINA SEUFERT, DIPL-DES. SABINE WILMS AND DIPL-DES. SABINE KORNBURST, ALL BERLIN

WWW.TAGESPIEGEL.DE



LEBENSWEISER
KONSUM
REZEPT
CHARAKTER
SAG

WELCHER TAGESSPIEGEL FÜR DEN 1. AUGUST 1977?
 In diesem Jahr ist die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...

Die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...
 Die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...

WELCHER TAGESSPIEGEL FÜR DEN 1. AUGUST 1977?
 In diesem Jahr ist die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...

Die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...
 Die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...

WIRTSCHAFT
 Wirtschaft...

DER
 Lust auf K...
 12 Seiten, 12...
 ab heute die neue Serie

WELCHER TAGESSPIEGEL FÜR DEN 1. AUGUST 1977?
 In diesem Jahr ist die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...

Die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...
 Die 100. Geburtstag des Tagesesspiegels...

WIRTSCHAFT
 Wirtschaft...

BITTWOCH, 15-8-06

- LA: 40% TIGERUTENJUNGER IN BERLIN
- Klink: Foto, S.1. zu Trinkwasser, ~~Recht~~ da und da...
- Foto UH1 (Lieber alte Fr. als Bierweins ...)

(S1)
 (S2) Doping, Hiedelal, ...
 (S3)
 (S4) ~~WIKI~~ DEXIKO, DORINA (Fräulein)

BERLIN
 • AGE F. KITA, was? - D. K. W. F. + D. U. A. H. L.
 • W. K. - P. r. a. - D. W. M. L. K. E. M. P. F. - S. T. O. T.
 • P. I. E. S. T. E. R. W. A. D. P. I. A. T. E.
 • P. a. d. i. o. E. - F. a. s. t. i. v. a. l.
 Extra: Ökologen um Berlin] Procu? X

LIERSCHWAF
 • DELL-SCHROTT
 • EON LEGT ZUMKUNFT.
 • PHUMBRAND
 • ALB...

SROBT
 • Adidas? Nike? Puma? → BL
 • D. i. a. l. d. a. u. s. E. n. g. l. a. n. d. (F. a. u.)
 • E. i. s. h. o. p. e. y. S. T. A. G. O. W. - S. T. A. R. T.

KULTUR
 • GRASS

PROTOS:
 • Superman ✓
 • O. c. t. o. b. e. r. 2. 2. 0. 0. 6.
 • K. i. t. a.
 • S. c. h. u. b. e.
 • G. r. a. s. s.
 • K. u. l. t. u. r.

Medien
 • T. u. n. i. v. e. r. B. l. ...
 B. e. r. l. i. n. T. i. e. l. e. t.

LIEB
 B. e. r. l. i. n. T. i. e. l. e. t.

Schme
 → BL
 B. e. r. l. i. n. T. i. e. l. e. t.

L. y. o. n. d. o. v. e. r. /
 (Medien).

CLIENT **FH DÜSSELDORF / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2006**
STATUS **PROJECT „BÜCHLEIN“**
WHAT **CONTENT EDITORIAL**

CREATIVE WRITING CLASS

WWW.DESIGNREDAKTION.DE





CLIENT **SPRINT AG**
 LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
 WHEN **2002 - 2004**
 STATUS **JOB**
 WHAT **CORPORATE DESIGN FINISHING PREPRESS**

CORPORATE DESIGN, INCLUDING LOGOS, LETTERHEADS, MAGAZINES, BROCHURES, POST-CARDS, CARDS AND WEBSITE, LAYOUT AND FINISHING, TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „ERGO KOMMUNIKATION“, DIPL.-DES. ULRICH HINZ, DÜSSELDORF

WWW.SPRINT.DE
WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE

sprint. EIN SCHRITT WEITER.

Oberflächentechnik / ED-Service

- kostenreduzierende wirtschaftliche Schadenbearbeitungen
- innovative Anstrichverfahren
- trockene Oberflächenverfahren
- individuelle Problemlösungen

Das Ende des Wasserschadens: die Trocknung durch SPRINT.

Das ist ein Bild, das den Schaden zeigt, den Wasser verursacht. Es ist ein Bild, das den Schaden zeigt, den Wasser verursacht. Es ist ein Bild, das den Schaden zeigt, den Wasser verursacht.

Trocknung: Alles eine Frage der Physik. Und der Zeit.

Trocknung ist zunächst ein physikalisches Vorgang. Es ist ein Prozess, bei dem Wasser verdunstet und in die Luft verdunstet. Es ist ein Prozess, bei dem Wasser verdunstet und in die Luft verdunstet.

Von nichts kommt nichts – Ursachen und Auftreten von Wasserschäden.

Wasserschäden entstehen durch verschiedene Ursachen. Es ist ein Prozess, bei dem Wasser verdunstet und in die Luft verdunstet. Es ist ein Prozess, bei dem Wasser verdunstet und in die Luft verdunstet.

Service-Nummer
 0800-4483737
 0800-4483737

sprint.

Ulrich Hinz
 Ergo Kommunikation

10327 Düsseldorf
 Telefon 0211 44 79 00 00

» TEXT GESTALTUNG «

- texte**
- text 1 _____ rezept
 - text 2 _____ ouvert 12
 - text 3 _____ kolonne
 - text 4 _____ kritik
 - text 5 _____ mein liebster ort

- konzepte**
- konzept 1 _____ verlag
 - konzept 2 _____ interviews
 - konzept 3 _____ auslandswebseiten
 - konzept 4 _____ weglog prüfungsamt

designredaktion
11 2006
fr. klausurdorf
daniel hönig

REZEPT
zur Bekämpfung des Alltags - taktik gegen den strom der belanglosigkeit und der damit empfundenen persönlichen niedrigeren - manifest für das aufwachen der verlorenen zeit - gegen die time-slot-mentalität deutschland*

„let there be rock (again)!“

ZUTATEN
100g uhfos sein // 2 tl verpelttheit // 5 pfund musik // 2kg treiben lassen // 1ms wahrheit // 3 liter kommunikation // 350 g haltung // 3 pfund lachen // 1 tl geben statt nehmen // 4 liter durchatmen // 1,5 ms endorphine // 30g hormone // 7ml schwachstirn //

ZUBEREITUNG
keine uhr tragen, kommunikationsmaschine nutzen (z.B. jemanden fragen), zurück in die zukunft: reise den sommerurlaub!

versuche, so weit wie möglich, das risiko einzugeben, Dinge bewusst oben nicht zu erledigen (dann sind sie auch nicht wichtig, s.a. prioritäten!)

immer musik dazu, musik gibt kraft durch schärfung des tunsblicks, egal wo, wer ohne musik aus dem haus geht, ist verloren. (s.a. meduzen-bunge)

denk dran! termine sind böse. planung ist böse. irgendwann, versuchen ohne auszukommen. dinge, personen, ideen merken, was im kopf entschwindet, wahr es nicht wert, umgesetzt zu werden.
erlaubt, beifügt, verbietet, meckert-in-bücher.

spreche Dir fremde menschen an.
interessiere dich für all die anderen, trau dich, jeden tag! bedenke dabei: alle kochen nur mit wasser, um so größer sind buntes die fresse, um so weniger ist dahinter. (s.a. brehms tierleben, s. 253, planungsrat der pflanze)

wünsche niemals in andere menschen projizieren, selber machen!
do it yourself or do it together! 70er N.Y. punk als blaupause, immer noch, 3 sikhone und weiherschaff, sich zum diktatorismus bekennen, ja sagen zur unprofessionalität, nieder mit dem fachidiotentum.

niemals wird dich das hübsche nachkommädchen körperlich und geistig vervollständigen können (eine der grünen lägen hellwood, der gläubige der menschen an das sein durch einen partner), aber du solltest sie trotzdem ansprechen und einen haufe mit ihr trinken gehen, weil bitt manchmal vor kopf kommen sollte! endorphine seien diese süchtige bruce

bekommen, hat sich die Crème der Indie-Schauspieler offenbar nur so um das Projekt gerissen. Den Zuschlag bekamen letztlich die auf höchstem Niveau immer weltfremden Tilda Swinton und Vincent D'Onofrio als Elternpaar mit 8 vierköpfiger Beibehaltung, sowie ein angenehm abgedrehter Keanu Reeves als struppiger Hippie-Zahnarzt und ein angenehm un-abgedrehter Vince Vaughn als ehrgeiziger Klassenlehrer. Allenamt nutzen sie ihre Chance, neben einigen ebenfalls zufällig guten Jungschauspielern als Ensemble zu glänzen.

Im Fahrwasser typischer Indiedramen der Generation „Sundance“ (wo der Junge Lou Taylor Pucci ebenso wie auf der Berlinale mit dem Darstellerepreis geehrt wurde) wie „Welcome to the Dollhouse“ oder „In the Bedroom“ ist „Thumbcracker“ ein weiteres Highlight der unangepassten Filmemacher, die über unangenehme Familien schieben.

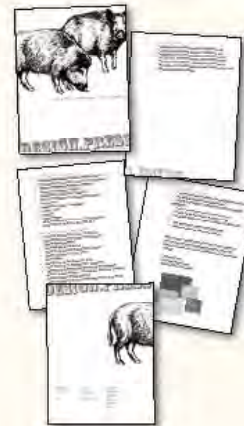
Und ein Aufruf an den Freak in jedem von uns.



Mein Liebster Ort
Ist eine alte kleine Hütte, genannt „Kitchin 182“ in den Bergen Tasmaniens, genauer gesagt im Nationalpark Cradle Mountain - St. Clair, am Puffe Cradle Mountains, zu Beginn des berühmten Overland-Tracks, 80 km durch die unberührte Wildnis der australischen Taide. Ich verbrachte eine Nacht in dieser Hütte und durfte alleine der Sonne zu sehen, wie sie flammend über den Bergen Tasmaniens unterging und sich eine kristallklare Sternenslandschaft darüber ergoss. Während ich meine kleine, warme Mahlzeit am essen war, ich glaube es war Pörre mit Erbsen aus der Tüte, durfte ich Zeege werden wie 2 Quark, katzenartige Wesen vor mir auf und ab hüpfen und betteln. Diese Tier sind sehr selten und so freute ich mich sehr, Teil des Ganzen zu sein. Eins zu sein mit den Naturgewalten. Alleine und glücklich. Der Bach sprudelte, die Sterne funkeln und die Fossams im Gebirg Separat erzeugt vor sich her, in Freunde auf die Abwechslung durch mein Eindringen in diese magische Welt.

Die Nacht wurde kalt, sehr kalt. Ich wachte immer wieder auf und bewegte ich, um nicht zu erfrieren. Über mir, neben mir, unter mir, Gestirne, Tiere, das Gluckern des Quells vor der Hütte, Winde streifte um die Hütte und über mir der Schatten des Cradle Mountain. Noch vor Sonnenaufgang bereitete ich mir meine Tasse Kaffee vor, zog mich warm an und setzte mich wieder vor die Hütte. Fast beifällig, während ich meine Zigarette ausatmete, überfachte das frische Licht der aufgehenden Sonne meine Gesichtszüge und ich wusste, dass ich bis hier hin alles richtig gemacht hatte. Alleine auf der anderen Seite der irdenkugel, kein Geld, keine Freundin mehr, keinen Schimmer was vor mir lag, aber gepfult und gewetzt von den Kräften der Natur in dieser Nacht, 1400m über dem Meeresspiegel im Herzen der Wildnis.

Der FBZ Verlag - Konzepte



I. Ausländische „Universitäts-Verlage“

- MIT Press - <http://www.mitpress.edu>
- Oxford - <http://www.oxp.co.uk>
- Cambridge - <http://www.cambridge.org.uk>
- Cornell - <http://www.cornellpress.edu>
- Harvard - <http://www.harvard.edu>

Annäherung an das Phänomen „University Press“ im angloamerikanischen Raum.

Er arbeitet sie mit der Thematik „Universitäts-Verlag“, „Presse und „Druckerei“ ein nicht-deutsches Phänomen. Schon alleine das Wort „Presse“ hat keinen deutschen Äquivalent, beinhaltet es doch im Englischen alle Komponenten wie Verlag, Druckerei & Presse“ in einem. Bei der Recherche scheint es als habe selbst die kleinste Universität, bzw. akademische Einrichtung in der angloamerikanischen Welt einen eigenen Verlag. Desweiteren sind diese Verlage auch meist reich hunderterte im Gebirg.

Doch warum scheint Deutschland nicht diese Tradition zu nähren, zumal Herr Oatenberg in Mainz wirkte. Die genauen Gründe sind mir unbekannt, die finanziellen Gründe aber wohl unumgänglich. So schaue sich beliebige Universitäten in USA und UK von Rang an und stüne über deren Möglichkeiten. Es scheint, dass die deutsche Hochschullandschaft nicht dem Strukturfür akademische Verlage bietet. Grid is the keyword

sprint.

Günter Eckrodt
Niederlassungsleitung

sprint.

Sprint Sanierung GmbH
Niederlassung Ulm
Im Gaffner 27
89143 Blaubeuren-Asch

Bundesweite Service-Nummer
Telefon 0180-444 57 57
Telefax 0180-445 46 47

sprint.

Dipl.-Ök.
Janette Bohne
Geschäftsführerin

Sprint Sanierung GmbH
Hauptverwaltung
Dösselkloster Straße 334
51061 Köln
Telefon 02 21-96 68-100
Telefax 02 21-96 68-219
Mobil 0172-2 60 16 63
bohnej@sprint.de

info@sprint.de

sprint.

Bundesweite Service-Nummer
Telefon 0180-444 57 57
Telefax 0180-445 46 47
E-Mail: info@sprint.de

Sprint Sanierung GmbH
Hauptverwaltung
Dösselkloster Straße 334
51061 Köln
Telefon 02 21-96 68-10
Telefax 02 21-96 68-119
www.sprint.de

Geschäftsleitung
Janette Bohne
Thomas Fankha

Amtesgericht Köln
HRB 28162

Kolner Bank von 1827 eG
BLZ 371 603 87
Konto 529 442 047
Sparkasse Essen
BLZ 310 50 1 05
Konto 3 429 899

Sprint ist Mitglied im
Förderband für Sanierung
und Umwelt, FSU

sprint.

Bundesweite Service-Nummer
Telefon 0 180- 444 57 57
Telefax 0 180- 445 46 47
E-Mail: schaden@sprint.de

Sprint Sanierung GmbH
Niederlassung Freiburg
Im Markt 8
79102 Herrmann-Fabrik
www.sprint.de

Mit freundlichen Grüßen

CLIENT **MESSE DÜSSELDORF**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2001 - 2005**
STATUS **JOB**
WHAT **CORPORATE DESIGN FINISHING PREPRESS**

CORPORATE DESIGN, INCLUDING POSTER & BROCHURE
LAYOUT AND FINISHING

TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „ERGO KOMMUNIKATION“,
DIPL.-DES. ULRICH HINZ, DÜSSELDORF

WWW.MESSE-DUESSELDORF.DE
WWW.EUROSHOP.DE
WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE



Einladung
für Aussteller
Retailer
Trade Shows

EuroConcept

Ladenbau, Ladeneinrichtung,
Beleuchtungstechnik,
Kühlmöbel, Kälteanlagen,
Gebäudetechnik

EuroSales

Schauwerbung,
Verkaufsförderung,
POS-Marketing

EuroShop

The Global
Retail Trade Fair
Düsseldorf
Germany
www.euroshop.de

23. - 27. 2. 2002

EuroCIS

Kommunikations-,
Informations-,
Sicherheitstechnik

EuroExpo

Messebau,
Design, Event

check in



Messe
Düsseldorf

Surroundings seal sales. "The retail environment" has changed its character... (text continues in German)

Das Umfeld bestimmt den Umsatz. Die Planung und Gestaltung eines Geschäftes lässt sich heute nicht mehr in unabhängige Teilbereiche wie Ladenbau, Ladeneinrichtung, Klimatisierung, Beleuchtung und Kühlung unterteilen. Vielmehr sind bei der Gestaltung der Einkaufsumgebung ganzheitliche Konzepte gefragt.

Der Handel muss einerseits eine klare Abgrenzung zum Wettbewerb schaffen und eine hohe Wiedererkennung garantieren und andererseits dem Kunden ein Umfeld bieten, in dem er sich rundum wohl fühlt.



EuroConcept

Ladenbau, Ladeneinrichtung, Beleuchtungstechnik,
Kühlmöbel, Kälteanlagen, Gebäudetechnik
Shopfitting, Store Equipment,
Lighting Technology, Refrigerators and
Refrigeration Cabinets, Refrigeration Equipment,
Building Technology

Bei der Ladeneinrichtung bestimmt mittlerweile jede Saison ihren eigenen Stil.

Die Einrichtungen passen sich immer individueller den unterschiedlichen Zielgruppen und aktuellen Trends an. Bei der Beleuchtung sterben die nackten Leuchtöhren und kalten Halogenlampen aus und werden von raffinierten Lichtkonzepten ersetzt, die je nach Jahreszeit wechseln. Die rein funktionalen Kühltruhen gehören der Vergangenheit an. Stattdessen bieten moderne Kühlmöbel eine optimale Präsentation der entsprechenden Waren, passen sich nahtlos in die Ladengestaltung ein und sorgen zudem für Kostenersparungen durch geringeren Energieverbrauch.

Im Zuge der weiteren Ausbreitung der Shoppingcenter ist in den letzten Jahren großer Informationsbedarf an gebäudetechnischen Komponenten wie beispielsweise Aufzüge, Rolltreppen und Klimaanlage entstanden. Auch hier bietet die EuroShop als umfassende Plattform für Investitionsgüter im Handel ideale Voraussetzungen, die Zielgruppen optimal anzusprechen.



The growing influx of shopping malls over recent years has increased demand for information on building installations including lifts, escalators and air-conditioning systems. Here, too, EuroShop, as an all-encompassing platform for retail capital goods, is the best backdrop for maximising target group contact.

Das Kauftiefenrisiko am POS. Jahrelang wurde der Wettbewerb im Einzelhandel ausschließlich über den Preis geführt - mit dem Ergebnis, dass die Gewinnmargen immer weiter schrumpften. Parallel glichen sich die Einkaufsklästen immer stärker an, da infolge des Preiskampfes an der Ausstattung und dem Service gespart werden musste. So verunsichert es nicht, dass die Kundentreue immer weiter sinkt.



The battle at the point of sale. For years the retail market was fought solely on the price front. (text continues in German)

Der Handel hat sich immer mehr auf die Präsentation der Produkte und die Gestaltung der Einkaufsumgebung konzentriert. (text continues in German)

Die steigende Konkurrenzfähigkeit von Produkten und Services ist ein wichtiger Faktor für den Erfolg im Einzelhandel. (text continues in German)

EuroSales

Schauwerbung, Verkaufsförderung,
POS-Marketing Visual Merchandising,
Sales Promotion, POS Marketing

Inzwischen hat der Handel aus der Vergangenheit gelernt und reagiert mit ganzheitlichen Verkaufsförderungskonzepten, Visual Merchandising und einem fundierten POS-Marketing. Mit unverwechselbaren Produktpäsentationen, attraktiven POS-Aktionen sowie mit convenienceorientierten Services und Systemen wird um die Gunst des Kunden geworben.

Auch die immer größer werdende Austauschbarkeit von Produkten und Dienstleistungen macht eine emotionale Ansprache des Kunden und den Aufbau einer eigenen Identität unabdingbar. Ein Kauflebnis muss inszeniert und eine einzigartige Erlebniswelt um die Ware aufgebaut werden. Aufgaben, die Kreativität, Initiative und Originalität immer wieder auf Neue fordern.

Dieser Trend steht erst am Anfang seiner Entwicklung. Der Konkurrenzdruck im Einzelhandel wird, zum Beispiel durch die Expansionsstrategien internationaler Handelskonzerne, weiter zunehmen. Dabei werden Visual Merchandising und POS-Marketing zu immer wichtigeren Werkzeugen, um Marktanteile zu gewinnen. Deutliche Auswirkungen der Globalisierung hat auch der Bund Deutscher Schauwerbegestalter (BDS) festgestellt: Die Anzahl grenzüberschreitender, internationaler Kooperationen der Mitglieder hat teilweise erheblich zugenommen.

Die weltweite Bedeutung der EuroShop sichert in diesem Bereich einen übergreifenden Austausch von Informationen, Ideen und Konzepten.



Die weltweite Bedeutung der EuroShop sichert in diesem Bereich einen übergreifenden Austausch von Informationen, Ideen und Konzepten.

The worldwide influence of EuroShop ensures a wide-reaching exchange of information, ideas and concepts in this sector.

At EuroShop 2005, the world's leading trade fair for retail technology, the EuroCIS sector will provide you with solutions, history of innovation and security solutions.

Efficiency and productivity is to IT innovations in retail.

- **Store Management, Merchandising**
- **Retail Merchandising, Store Planning, Inventory Management, Staffing**
- **Shopping Systems, Store Website Solutions**
- **Productivity Solutions**

Participation in EuroCIS also offers the special show "Checkout Solutions" organized by the European Retail Federation along the EuroShop pavilion. Attendance and access covering the entire checkout area.

An additional highlight awaits you in Hall 7: the "Future Store Initiative" from the IFTW Group. The initiative shows with innovation what you can take as an innovation journey into the future.

EuroCIS special:

EuroCIS Forum - the additional information platform to find a way up to the latest trends of marketing, store solutions and store solutions, includes practical reports on trends and shows trends in IT and security technology.

Monday 21.2, 11am-1pm
Retail Office Systems and Supply Chain Management

Tuesday 22.2, 10.00am-1pm Store Solutions

Wednesday 23.2, 10.00am-4.00pm
Security and Loss Prevention
The entry registration and program.

EuroShop 2005: Experience a worldwide industry event.

EuroCIS is the first and largest sector of the Retail Technology Show for the international European market and will be held with the same high quality standards.

- **EuroShop** (Retail Merchandising, Store Management, Staffing, Technology)
- **EuroCIS** (Checkout Solutions, Store Management, Security Technology)
- **EuroShop** (Retail Merchandising, Store Management, Staffing, Technology)
- **EuroCIS** (Checkout Solutions, Store Management, Security Technology)

Over 1,000 exhibitors from over 40 countries will provide 10,000 square meters of exhibition space for you to see the latest retail technology.

High coffee program and special events are available throughout the exhibition to complement the show.

Further information can be accessed at www.euroshop.de

Further information can be accessed at www.euroshop.de

Get a note now! Next date EuroShop 2005:

International Trade Fair Communications, Information and Security Technology in Retail

14. - 16. 2. 2006
Düsseldorf, Germany
www.euroshop.de

Hall lay-out EuroShop 2005

- EuroCIS** Communications, Merchandising, Security Technology
- EuroConcept** Staffing, Store Management, Merchandising, Merchandising, Merchandising, Merchandising
- EuroSales** Visual Merchandising, Sales/Promotion, POS Marketing
- EuroExpo** Retail Merchandising, Design, Retail Store
- Special Events**

Daten & Fakten

Location: Euro 15.47 (incl. tax) available by rail from Frankfurt and all German cities & airports from Frankfurt Airport (Frankfurt am Main) (Düsseldorf, Germany) Tel: +49 212 17172120 Fax: +49 212 17172121 Email: service@messe-duesseldorf.de

Address: Messe Düsseldorf, Messeplatz 1, 40225 Düsseldorf, Germany Tel: +49 212 17172120 Fax: +49 212 17172121 Email: service@messe-duesseldorf.de

Supporting partner: DLF Retail Networks, Messe Düsseldorf

Logo: Messe Düsseldorf

Logo: Messe Düsseldorf



CLIENT **HACH LANGE**
LOCATION **COLOGNE, GERMANY**
WHEN **2002 /2004**
STATUS **JOB**
WHAT **CORPORATE DESIGN FINISHING PREPRESS**

PREPARING THE HACH-LANGE YEAR-CATALOGUE FOR PRINT
IN 10 DIFFERENT LANGUAGES. FINISHING ARTS
AND PREPRESS-WORK AT IT'S BEST

TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „BLECHSCHMIDT DESIGN“,
DIPL.-DES. UTE BLECHSCHMIDT, COLOGNE AND PREPRESS
STUDIO MARC OLEJAK, DÜSSELDORF

WWW.BLECHSCHMIDT-DESIGN.COM
WWW.HACH-LANGE.COM



CLIENT **ALTE SEILEREI**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2001**
STATUS **JOB**
WHAT **CORPORATE DESIGN BROCHURE**

LAYOUT AND FINISHING ,TOGETHER WITH DESIGN AGENCY
„ERGO KOMMUNIKATION“, DIPL.-DES. ULRICH HINZ, DÜSSELDORF
AND GRAPHIC DESIGNER ROBERT BÜRCEL, DÜSSELDORF

WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE





CLIENT **VERBRAUCHERZENTRALE NRW**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2002 - 2004**
STATUS **JOB**
WHAT **CORPORATE DESIGN**

DEVELOPMENT OF BROCHURES, POSTCARDS AND OTHER GOODIES FOR THE „VERBRAUCHERZENTRALE NRW“ LAYOUT AND FINISHING,

TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „ERGO KOMMUNIKATION“,
DIPL.-DES. ULRICH HINZ, DÜSSELDORF

WWW.VZ-NRW.DE

WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE



haben die Gegner jeweils eine Erfolgsgerichtsbeschlagnahme, die dann anschließend die Gerichte vorlegen werden kann. Wer jedoch grundsätzlich nicht klagen will, braucht auch kein Schlichtungsverfahren anzustrengen. *Kosten für eine außergerichtliche Schlichtung: 15,30 € für jede Partei.*

Verbraucherschutz umfasst mehr als nur Beratung.

Mit unseren breiten Palästen an Serviceangeboten haben wir von der Verbraucherzentrale NRW uns das Ziel gesetzt, für jede konkrete Verbraucherklage eine individuelle und sachkundige Problemlösung zu liefern. Darüber hinaus gehen wir aber auch generell gegen Missstände am Markt vor. Dazu werden die der Verbraucherzentrale etwa 70 größten Einzel-Fälle auf und machen in Form der Verbandsklage von ihrer Befugnis Gebrauch. Wettbewerbsverstöße zu ahnden oder unfaire Geschäftsbedingungen zu beseitigen. Im Ergebnis kann mancher Verbraucher schon beim nächsten Kauf feststellen, dass ein Händler keine Werbung bzw. seine Geschäftsbedingungen geändert hat, was die Verbraucherzentrale für ihn blickt waren.

Kurzer Draht zu Verbraucherrechten über neue Medien.

Neben den Angeboten in den Beratungspalästen kann man sich auch telefonisch oder per Internet an die neue Medien.

Die landesweite Telefonberatung

Unter der Rufnummer 0190 / 89 79 69 bieten wir montags bis freitags von 9 bis 17 Uhr eine telefonische Rechtsberatung für 1,36 € die Minute an.

E-Mail-Beratung

Wer über einen Internetzugang verfügt, kann seine Anfrage auch per E-Mail an uns richten. Unter der Internetadresse www.verbraucherzentrale.nrw.de (Klick auf Button „E-Mail-Beratung“) steht, jedem User die rechtliche E-Mail-Beratung zur Verfügung. Für die Bearbeitung einer Anfrage werden 12,75 € berechnet.

Unsere Ratgeber

Unsere Ratgeber sind auch wichtige Basisinformationen, die Ihnen Ihre Rechte bei Kundenklagen zum Beispiel:

Was können Sie beachten?

- Fertiggerichte enthalten häufig viele Zusatzstoffe. Auch werden sie meist mit Verarbeitungshilfsstoffen (z. B. Enzymen) hergestellt. Hier kann Gentechnik zum Einsatz kommen, ohne dass diese immer kennzeichnungspflichtig ist (siehe Einleger). Daher: Bereiten Sie Ihre Mahlzeiten mit frischen oder küchenfertig vorbereiteten Zutaten zu, wenn Sie keine Gentechnik bei Lebensmitteln möchten.
- Lebensmittel aus anerkannt ökologischem Landbau sind bewusst ohne Gentechnik hergestellt. Bezeichnungen wie „Bio“, „Öko“, „Organisch“ weisen auf Erzeugnisse hin, die möglichst natürlich hergestellt sind und bei deren Produktion Gentechnik vom „Saatgut bis zum Teller“ verboten ist. Informieren Sie sich in Ihrer Verbraucherzentrale über Bio-Lebensmittel und deren Kennzeichnung.
- Wenn Sie Produkte aus der Region beim Erzeuger einkaufen, können Sie sich direkt erkundigen, wie die Lebensmittel produziert werden. Auch im Einzelhandel gibt es regional erzeugte Lebensmittel. Achten Sie beim Einkauf auf solche Produkte oder fragen Sie danach.

... wenn Sie Ihren Standpunkt in Geschäften, in der Politik und in Briefen an Politiker klar machen. Achten Sie darauf hin, dass Sie die Hersteller eindeutig erkennen.

GENTECHNIK UND LEBENSMITTEL SACKGASSE ODER FORTSCHRITT?



€1,-

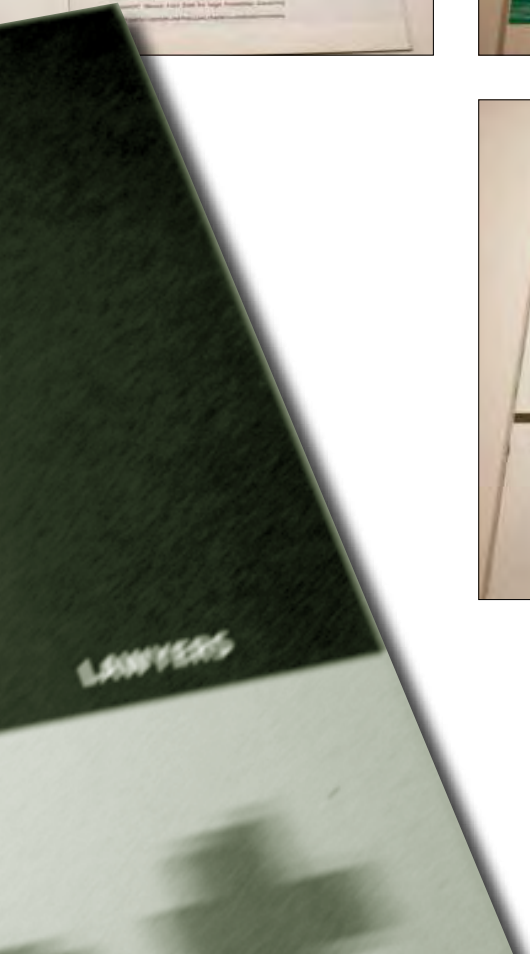
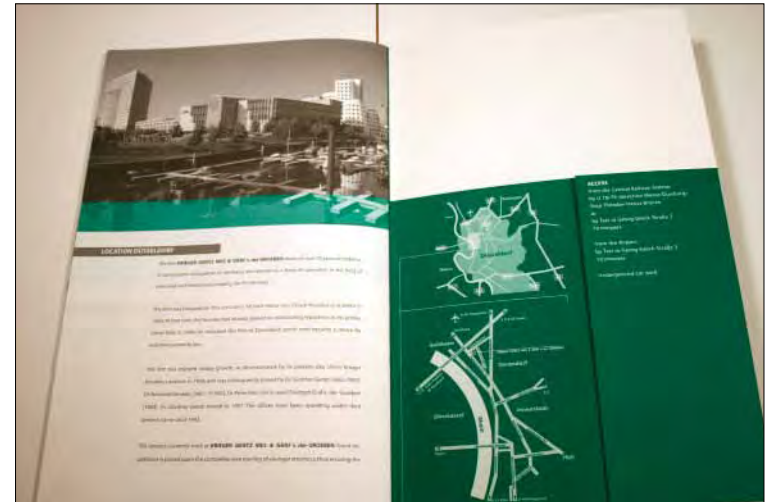


CLIENT **KRIEGER, GENTZ, MES, GRAF V. D. GRÖBEN**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2002**
STATUS **JOB**
WHAT **BROCHURE CORPORATE DESIGN**

IMAGE BROCHURE FOR THE LAWYERS „KRIEGER, GENZ, MES,
GRAF V. DER GRÖBEN“
TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „ERGO KOMMUNIKATION“,
DIPL.-DES. ULRICH HINZ, DÜSSELDORF

WWW.KRIEGER-MES.DE
WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE







CLIENT **GERMAN SPORT CLUB / „GEMEINSAM AKTIV FAMILIE UND SPORT“**
LOCATION **RECKLINGHAUSEN, GERMANY**
WHEN **2006**
STATUS **PROJECT/JOB**
WHAT **EXHIBITION DESIGN**

STARTED OF AS AN ACADEMIC PROJECT AND TURNED HALF A YEAR LATER INTO A REAL JOB.

CONCEPT AND DESIGN TOGETHER WITH OTHER STUDENTS AND THE DESIGN AGENCY „ENTWURFSWERK“, STEFAN SCHMOTZ AND JANA BEHRENDTS

WWW.ENTWURFSWERK.DE





CLIENT **KLETT-COTTA PUBLISHING HOUSE**
LOCATION **STUTT GART/BERLIN, GERMANY**
WHEN **2001 - 2004**
STATUS **JOB**
WHAT **ADVERTISING PRINT EDITORIAL BOOK**

COMPLETE ADVERTISING FOR KLETT-COTTA TO PROMOTE THE ORIGINAL BOOK AND LITERATURE BY TOLKIEN AS SEEN ON SCREEN, AS BIG HOLLYWOOD MOVIE „THE LORD OF THE RINGS“ . THE ADVERTISING WAS BELOW THE LINE/INHOUSE, BUT ALSO FOCUSSED TOWARDS THE END-CONSUMER.

TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „ERGO KOMMUNIKATION“, ULRICH HINZ, DÜSSELDORF

WWW.KLETT-COTTA.DE
WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE



DER HERR DER RINGE TRILOGIE

NEUERSCHEINUNGEN UND LIEFERBARE TITEL HERBST 2001

New Line Cinema

DER HERR DER RINGE - DIE GEFAHRTEN

DER HERR DER RINGE - DIE ZWEIFELN

THE KEELY-COISA-TEAM

Die Tolkien-Dekoration

Tolkien Platte 30 x 30 cm P. 00177

Tolkien Tasse 110001 P. 00178

Tolkien-Buchdeckel P. 00176

Tolkien-Tafeldeckel P. 00175

BRIAN SIBLEY: DER HERR DER RINGE - DAS OFFIZIELLE FILMBUCH

RUSE FISHER: DER HERR DER RINGE - DIE GEFAHRTEN DAS OFFIZIELLE BEGLEITBUCH

THE LORD OF THE RINGS: THE FELLOWSHIP OF THE RING

OFFICIAL MOVIE GUIDE

DER HERR DER RINGE - DIE GEFAHRTEN

DER HERR DER RINGE - DIE ZWEIFELN

DER HERR DER RINGE - DIE RINGE

CLIENT **KLETT-COTTA PUBLISHING HOUSE**
 LOCATION **STUTTGART/BERLIN, GERMANY**
 WHEN **2001 - 2004**
 STATUS **JOB**
 WHAT **MAGAZINE NEWSPAPER PRINT EDITORIAL**

PRODUCING TWICE A YEAR (BOOK FAIR TRADES)
 A NEWSPAPER/MAGAZINE FOR KLETT-COTTA PUBLISHING HOUSE
 AIMS TO PLEASE THEIR BIG TOLKIEN COMMUNITY.
 TOGETHER WITH DESIGN AGENCY „ERGO KOMMUNIKATION“,
 ULRICH HINZ, DÜSSELDORF

WWW.TOLKIEN-TIMES.DE
WWW.ERGO-KOMMUNIKATION.DE





Der Eine Ring

Ein Ring, der so beschien, die alle zu finden ...

Die Suche nach dem Ring ist ein zentrales Element der Handlung. In diesem Artikel wird die Bedeutung des Ringes für die Charaktere und die Welt von Mittelerde beleuchtet.

Liv Tyler – Arwen

Die Schöne, die die Welt rettete

Arwen, die Tochter von Elendil, ist eine der wichtigsten Charaktere in 'Der Herr der Ringe'. Liv Tyler verkörperte sie mit einer Mischung aus Stärke und Zärtlichkeit.

Das Goldstück

Die Geschichte des Schmiedes, der die Welt rettete

Das Goldstück ist ein zentrales Element der Handlung. In diesem Artikel wird die Rolle des Schmiedes und die Bedeutung des Goldstücks für die Charaktere beleuchtet.

Wie gestaltet man einen Buchumschlag?

Die Kunst der Gestaltung

Die Gestaltung eines Buchumschlages ist eine Kunst. In diesem Artikel werden verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten und -stile vorgestellt.

Die Freien Völker Mittelherdes

Menschen

Die Freien Völker Mittelherdes sind die Hauptcharaktere der Handlung. In diesem Artikel wird die Kultur, die Geschichte und die Rolle der Menschen beleuchtet.

Die Wiederentdeckung eines verschollenen Mythos

Die Suche nach den Wurzeln

In diesem Artikel wird die Wiederentdeckung eines verschollenen Mythos beleuchtet. Die Suche nach den Wurzeln des Mythos ist ein zentrales Element der Handlung.

Kreuzworträtsel aus Mittelherde

Die Suche nach den Wurzeln

In diesem Artikel wird ein Kreuzworträtsel aus Mittelherde vorgestellt. Die Suche nach den Wurzeln des Mythos ist ein zentrales Element der Handlung.

Der Herr der Ringe – Ein Jahrhundertwerk?

Die Suche nach den Wurzeln

In diesem Artikel wird die Frage gestellt, ob 'Der Herr der Ringe' ein Jahrhundertwerk ist. Die Suche nach den Wurzeln des Mythos ist ein zentrales Element der Handlung.

Gründe, Tolkien zu lieben...

Die Suche nach den Wurzeln

In diesem Artikel werden die Gründe aufgelistet, warum man Tolkien lieben sollte. Die Suche nach den Wurzeln des Mythos ist ein zentrales Element der Handlung.

CLIENT **FH DÜSSELDORF / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCE**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2003**
STATUS **PROJECT**
WHAT **EXHIBITION DESIGN BOOK**

„HELMUT SCHMID.GESTALTUNG IST HALTUNG.DESIGN IS ATTITUDE “
2 SEMSTERS, I WORKED TOGETHER WITH 5 OTHER STUDENTS ON A CONCEPT
FOR A LIGHTWEIGHT WORLDWIDE EXHIBITION ABOUT THIS FAMOUS TYPOGRAPHER.

WE BUILD A PRO-MODELL (WOOD, PLEX, 1:37) OF THE FIRST EXHIBITION ROOMS,
INCLUDING A CONCEPT AND CONTENT FOR, PLUS A POSSIBLE BOOK ABOUT HIM.

THE PROJECT WHEN ON (WITHOUT ME) AND BECAME A BIG INTERNATIONAL SUCCESS

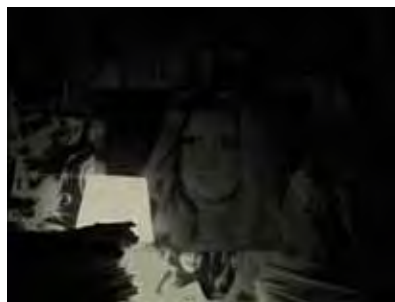
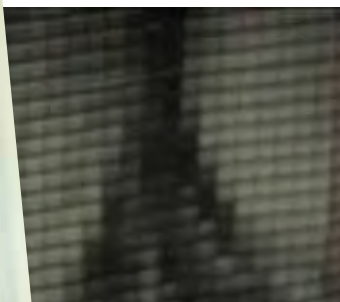
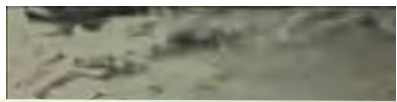
WWW.SCHMIDTODAY.COM



CLIENT **FH DÜSSELDORF / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES DÜSSELDORF**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2004**
STATUS **PROJECT „POP.MUSIC.VIDEO“**
WHAT **ON-SCREEN TV AD MUSIC CULTURE POP**

THE AIM WAS TO CREATE A MUSIC VIDEO FOR A PRE-SELECTED SONG AS TO LEARN HOW TO FIT VISUAL DESIGN ONTO MUSIC. THE MUSIC-VIDEOS WERE PRESENTED AT THE MUSIC TRADE FAIR „POPKOM 2004“ IN COLOGNE



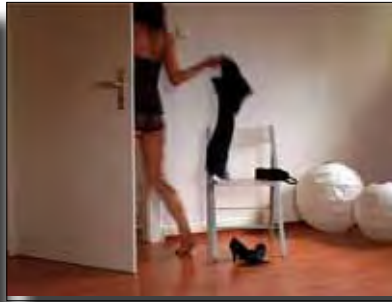
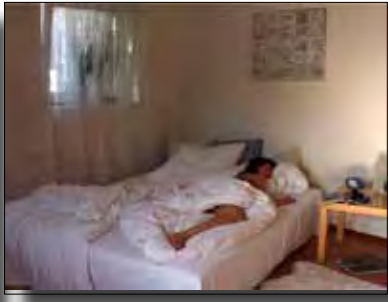


CLIENT **FH DÜSSELDORF / UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES DÜSSELDORF**
LOCATION **DÜSSELDORF, GERMANY**
WHEN **2007**
STATUS **PROJECT „FASSADE“ . TV - COMMERCIAL**
WHAT **ADVERTISING ON-SCREEN TV CAMERA COMMERCIAL**

CONCEPT, DEVELOPMENT, TECHNIC, LAYOUT, DESIGN, CAMERA,
MAKE-UP, SET DESIGN, PRE-PRODUKTION OF A STANDALONE ADVERTISING / WEB COMMERCIAL

WORK TOGETHER WITH SARAH KRUG





CONTACT

HOMESITES [HTTPS://WWW.RONINARTS.DE/](https://www.roninarts.de/)
PORTFOLIO [HTTPS://WWW.RONINARTS.DE/PORTFOLIO.PDF](https://www.roninarts.de/portfolio.pdf) (PDF, 6 MB)
XING [HTTPS://WWW.XING.COM/PROFILE/DANIEL_KOENIG](https://www.xing.com/profile/daniel_koenig)
LINKEDIN [HTTP://WWW.LINKEDIN.COM/IN/DANIELKOENIG](http://www.linkedin.com/in/danielkoenig)
FACEBOOK [HTTP://WWW.FACEBOOK.COM/DANIEL.KOENIG](http://www.facebook.com/daniel.koenig)
FRIENDFEED [HTTP://FRIENDFEED.COM/SILENTDAN](http://friendfeed.com/silentdan)

SNAILMAIL: ERKRATHER STRASSE 30, 40233 DÜSSELDORF, GERMANY
EMAIL: DAN AT RONINARTS DOT DE
TWITTER @SILENTDAN
MOBILE: +49 170 20 72 731

VERSION: 07/2011

THIS WORK IS LICENSED UNDER THE CREATIVE COMMONS ATTRIBUTION- NONCOMMERCIAL-SHARE ALIKE 3.0 -GERMANY LICENSE.

TO VIEW A COPY OF THIS LICENSE,
VISIT [HTTP://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-NC-SA/3.0/DE/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/)
OR SEND A LETTER TO:
CREATIVE COMMONS, 171 SECOND STREET,
SUITE 300, SAN FRANCISCO,
CALIFORNIA, 94105, USA.

DIESES WERK IST UNTER EINEM
CREATIVE COMMONS NAMENS NENNUNG-WEITERGABE
UNTER GLEICHEN BEDINGUNGEN 3.0 DEUTSCHLAND LIZENZVERTRAG LIZENZIERT.

UM DIE LIZENZ ANZUSEHEN, GEHEN SIE BITTE ZU
[HTTP://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-SA/3.0/DE/](http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/)
ODER SCHICKEN SIE EINEN BRIEF AN CREATIVE COMMONS,
171 SECOND STREET, SUITE 300, SAN FRANCISCO, CALIFORNIA 94105, USA.

ALL RIGHTS ABOUT THE PRODUCTS AND WORKS OF ART FEATURED WHICH BELONG TO
AGENCIS ARE THEIR RESPECTIVE OWNERSHIP.

THIS IS FOR NON-COMMERCIAL USE, ONLY.
IF U FIND MISSPELLING ETC., PLEASE CONTACT ME, THANKS!

