

PORTFOLIO



›[Portfolio] Kathrin König Art Direction



›[Kontakt] mail@kathrin-koenig.de

VITA

›[2009 – heute] Art Director bei »maxpartner« in Düsseldorf ›[2007 – 2009] Jun. Art Director bei »komm.passion« in Düsseldorf ›[2005 – 2007] Grafikdesigner bei »Kuntze & Partner« in Düsseldorf ›[1999 – 2004] Designstudium an der Köln International School of Design in Köln ›[2004] **Diplom** bei Prof. Michael Gais mit Schwerpunkt Typografie und Gestaltung ›[2003] Praktikum bei »Boros« in Wuppertal ›[2002] Praktikum bei »e-tv« in Köln ›[1997 – 1998] Studium an der London Guildhall University im Fach »Communications and Audiovisual Production Studies« ›[1998] **Cambridge Proficiency Certificate in English** ›[1995 – 1997] Jurastudium in Heidelberg und Köln (abgebrochen) ›[1994] Abitur am Helmholtz Gymnasium in Karlsruhe ›[1974] * in Karlsruhe

REFEER

— N I Z I N

Ad Capital ▶[09]

Bildersturm Filmproduktion ▶[01]

Bundesministerium ▶[05]

Der Grüne Punkt ▶[03]

Deutsche Post AG

FNL ▶[08]

K20K21

Karstadt

Kroll Ontrack

Kurzfilmtage Oberhausen ▶[18]

Landesanstalt für Medien NRW

Meisterteam

Popkomm 2003

Primondo ▶[10]

Quelle ▶[13/14]

Schott ▶[04]

Stadtwerke Duisburg ▶[12]

Tchibo ▶[06]

Thalia ▶[11]

TIFA eG ▶[02]

› [Projekt] Werbemaßnahmen für den Film »Die Stille der Unschuld«

› [Kunde] Bildersturm Filmproduktion

› DVD-Cover, Filmplakat, Broschüre zum Film, Postkarte

› [Freiberuflich 2009]

01



DIE STILLE DER UNSCHULD

DER KÜNSTLER GOTTFRIED HELMWEIN



GOTTFRIED HELMWEIN „Bei meiner ersten Ausstellung 1971 im Wiener Künstlerhaus kamen einem Tag ein meine Bilder mit gelbem Streifen überzogen, auf dieser Arbeit habe ich mich nicht so sehr bewusst, aber ich habe immer festgestellt, dass es nicht so ist, wie ich sie gemacht habe. Ich habe immer wieder versucht, mich mit dem Bild zu verbinden, aber es ist nicht möglich. Ich habe immer wieder versucht, mich mit dem Bild zu verbinden, aber es ist nicht möglich.“

Es ist nicht mein Bild, sondern es sind die eigenen Bilder in einem Raum. Meine Arbeiten sprechen offensichtlich etwas an, das im Hinterbewusstsein der Betrachter schon vorhanden ist, aber es ist gefüllt. Das Problem besteht darin, die richtige Sprache zu finden. Ich bin ein Künstler, meine Arbeit hat einen Sinn, aber der Sinn ist nicht der gleiche wie gewöhnlich. Ich habe immer wieder versucht, mich mit dem Bild zu verbinden, aber es ist nicht möglich. Ich habe immer wieder versucht, mich mit dem Bild zu verbinden, aber es ist nicht möglich.“

CLAUDIA SCHMID – ZUR MOTIVATION, ÜBER GOTTFRIED HELMWEIN EINEN FILM ZU MACHEN „Schon in den 70er Jahren, während meiner Studienzeit in Wien, sind mir Gottfried Helmwains Zeichnungen und Gemälde von den verletzten bandagierten Mädchen aufgefallen. Damals hat mich zwar sein handwerkliches Können und die Ausdruckskraft seiner Arbeiten fasziniert, jedoch das Sittensurmen von Gewalt und Verletzung in dieser realistischen Malerei hielt meine Begeisterung auf Abstand. Ich interessierte mich damals eher für die abstrakte Kunst, die in der Übersetzung von Realität und der Ausübung von Farbe und Form im Raum angesiedelt ist. Ich suchte die Befreiung der Kunst von den direkten Inhalten.“

In den darauffolgenden Jahren besuchte ich immer wieder Helmwains Ausstellungen, doch mein ambivalentes Verhältnis zu seinen Arbeiten blieb an. Erst die Installation „The Ninth November Night“ von 1988, bei der Gottfried Helmwain eine 300 Meter lange Bilderwand mit Kinderportraits zwischen dem Museum Ludwig und dem Kölner Dom errichtete, hinterließ bei mir einen tiefen Eindruck und überzeugte mich von seiner Herzogebundenheit und der Bedeutung seiner Kunst. Diese vierzehn großformatigen Bilder entlang der Bahnstrecke spiegelten für mich so konkretisiert und klar die Grausamkeit und den Wahnsinn der Judenvernichtung wieder, dass mir die Installation über Jahre im Gedächtnis blieb. Von da an beschäftigte ich mich intensiv mit seinem gesamten künstlerischen Werk. Jetzt bekam ich auch zu seinen frühen Arbeiten Zugang und erkannte ihre Radikalität.“

Obwohl Gottfried Helmwain, der 1996 nach LA und Irland ausgewandert war, mittlerweile verstorben war, hatte ich einige Jahre keine Ausstellungen mit seinen Arbeiten mehr gesehen. Als ich 2005 eine große Retrospektive seiner Werke im Wilhelm-Busch-Museum in Hannover und im Ludwig Museum im Schloss Oberhausen sah, war ich erneut von seinen neuem Bildern fasziniert, dass ich beschloss einen Film über ihn zu machen. Ich traf den Künstler erstmalig in seiner ehemaligen Heimatstadt Wien und von der ersten Sekunde an entstand ein intensives Gespräch über Kunst, Politik und Gesellschaft. Über zwei Jahre habe ich mich mit dem Künstler und Menschen Helmwain auseinandergesetzt und ihn ähnlich bei der Arbeit in Atelier in Irland und Los Angeles begleitet.“



BIOGRAPHIE DER FILMMACHERIN CLAUDIA SCHMID
Claudia Schmid, geboren 1956 in Köln, studierte von 1976 bis 1978 Musik an der Hochschule für Musik und darstellende Kunst in Wien für eine Solistenlaufbahn als Flötistin. 1978 begann sie das Studium der freien Kunst an der Hochschule für angewandte Kunst in Wien. Vier Jahre später wechselte sie auf die Kunstakademie in Düsseldorf und studierte bei Gerhard Richter, Jürgen Portenheimer und Fritz Schwegler Malerei, Bildhauerei und Architektur. 1986 wurde sie mit dem Meisterschüleramt ausgezeichnet. Seitdem arbeitete sie als freischaffende Künstlerin und erhielt 1988 für ihre Arbeiten im Rahmen einer Ausstellung vom Kunstverein für die Rheinlande und Westfalen in Düsseldorf den 1. Preis, ein Reisestipendium. 1987 gewann sie ein 12monatiges DAAD-Stipendium nach Italien, um dort vor Ort ihre Kunstobjekte zu realisieren. Im Rahmen diverser Ausstellungen durch die italienischen Galerien Guenzani, Malandri und Carlini, Florenz, erhielt sie 1988 ein Künstlerstipendium mit Projektrealisierung und Ausstellung in Sardinien. Zurück in Deutschland wurden ihre Arbeiten zusätzlich durch die Galerien Buchholz, Köln, vertreten.

Seit 1991 arbeitet Claudia Schmid als freie Regisseurin und Filmemacherin für den WDR, Arte und ZDF. Im Laufe der Jahre hat sie etwa 15 Dokumentationen mit dem Schwerpunkt Bildende Kunst und Künstlerportraits realisiert. 2003 erhielt sie den Preis über Werner Schmalzer, den 1. Preis beim Festival International du Film d'Art in Paris. Derzeit arbeitet sie an einem abendlichen Film über den Künstler Heinz Emigholz. Der Film „Die Stille der Unschuld“ ist ihr erster abendlicher Dokumentarfilm.



- > [Projekt] Corporate Design Entwicklung
- > [Kunde] TIFA eG
- > Logo-Relaunch, CD-Manual, Website, Geschäftsausstattung, Anzeigen, Werbe-Aktionsflyer, Messestand

> [Für maxpartner 2010]

altes Logo



1. Schritt



2. Schritt



NEU!



02



GENUSS
2010



FEDDERSE
OSTERN
TIFA Aktion - Gültig vom 01.03. - 01.04.2010

OSTERN FÜR FEINSCHMECKER!

TIFA Aktion - Gültig vom 01.03. - 01.04.2010



LAMMKEULE MIT KÖHLE
TK, enthält Knochen, Fleischanteil, geräuchert
14, 1 kg 5,99 €/kg



LAMM-KBONE (FRENCH BACKS)
TK, Fleischanteil, Fleischanteil
14, 1 kg 11,79 €/kg



„ECHTE“ LAMM-LACHSE
TK, ohne Knochen, Fleischanteil ca. 100g
14, 1 kg 17,79 €/kg



WEIDENSCHAF-LACHSE OHNE
SILBERHAUT
TK, Fleischanteil, Fleischanteil
14, 1 kg 9,49 €/kg

Schweinebauch
vom Feinsten!

BEILAGEN



TIFA-PROZESSBOHNEN
TK, Bio
14, 1 kg 0,99 €/kg



TIFA-KÄSEGEREMÜ
TK, Mischung aus Bio-Käse, Champignonschmelze,
Kartoffelchips
14, 1 kg 1,19 €/kg



TIFA-PANIERE SAADOTTEN
TK, Bio, 100g
14, 1 kg 1,19 €/kg



TIFA-MIX
Mikrowellen-Beilage aus Bio-Zucchini, Karotten,
Kartoffeln, Paprika, Mais
14, 1 kg 1,09 €/kg



TIFA-BÄHNCHEN IM SPECKMANTEL
TK, 100g
14, 1 kg 0,29 €/kg



TIFA-STEINFLISZ
TK, 100g
14, 1 kg 9,29 €/kg



TIFA-MAI-DIPILZSCHNUNG
TK, 100g
14, 1 kg 3,69 €/kg



PEFFERKUGELN I
TK, 100g
14, 1 kg 12,99 €/kg



TIFA-FEINE PILZSCHNUNG
TK, 100g
14, 1 kg 2,49 €/kg



SERVIETTENNODES
TK, 100g
14, 1 kg 1,99 €/kg



KRÄUTERBUTTER-ROSETTEN
TK, 100g
14, 1 kg 8,29 €/kg



TIFA-SUPPENKLÖSSCHEN
TK, 100g
14, 1 kg 4,49 €/kg

BEILAGEN



TIFA-KRÄUTER-BAKKAEMBERT
TK, 100g
14, 1 kg 0,49 €/kg



TIFA-HEISZ
TK, 100g
14, 1 kg 0,49 €/kg



PEFFERS PÖB & HOT
TK, 100g
14, 1 kg 49,99 €/kg



FUNKY MOZARELLA STICKS
TK, 100g
14, 1 kg 49,99 €/kg



ENKIN FRÜHES TIKKA
TK, 100g
14, 1 kg 7,99 €/kg



TIFA-GEREMÜ-SCHMITZEL
TK, 100g
14, 1 kg 0,39 €/kg



KASSABIRI-KARTOFFELN
TK, 100g
14, 1 kg 1,99 €/kg



TIFA-SCHUPPENUDEN I
TK, 100g
14, 1 kg 1,99 €/kg



TIFA-SCHUPPENUDEN II
TK, 100g
14, 1 kg 1,99 €/kg



TIFA-WEDGES
TK, 100g
14, 1 kg 0,99 €/kg

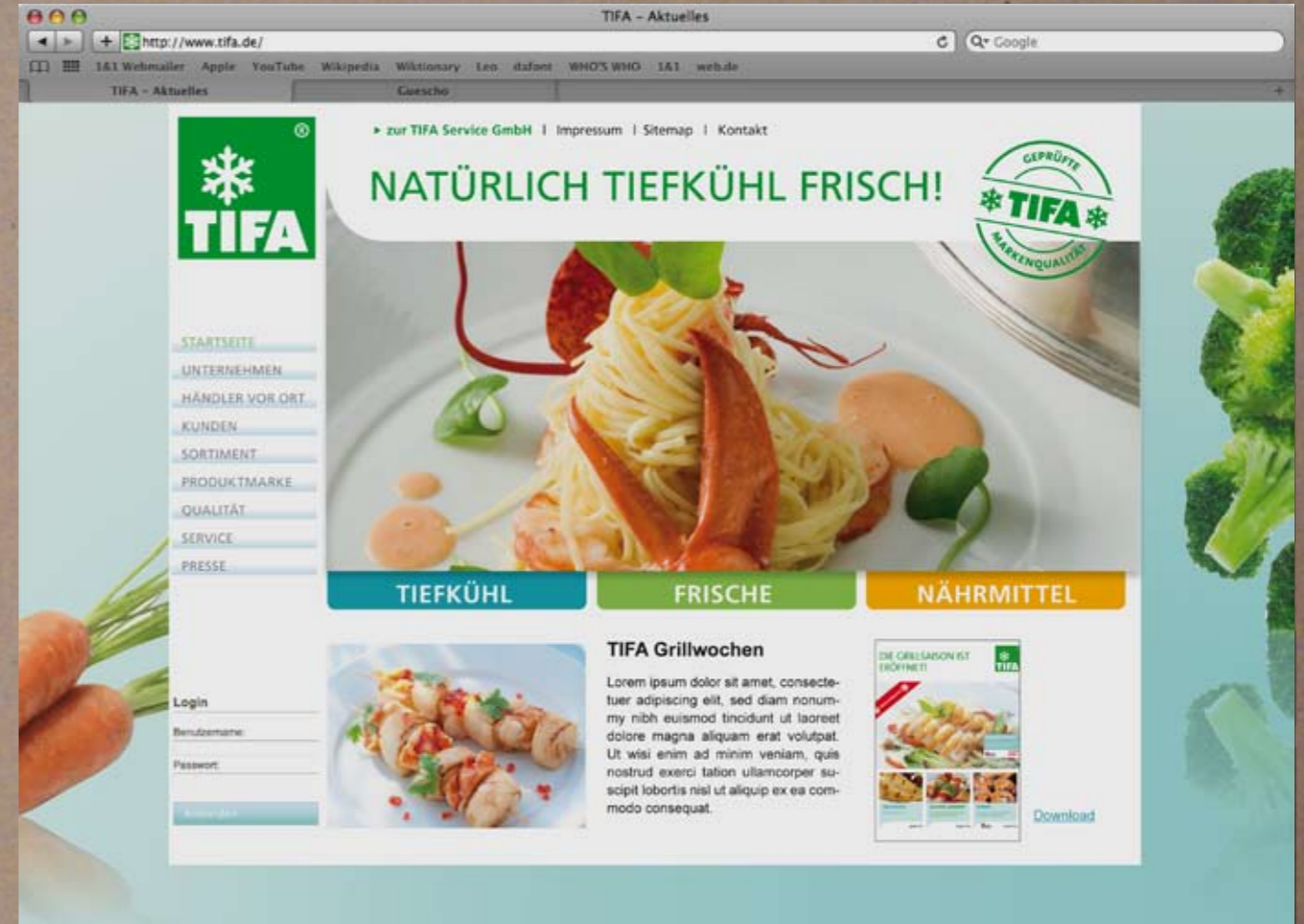
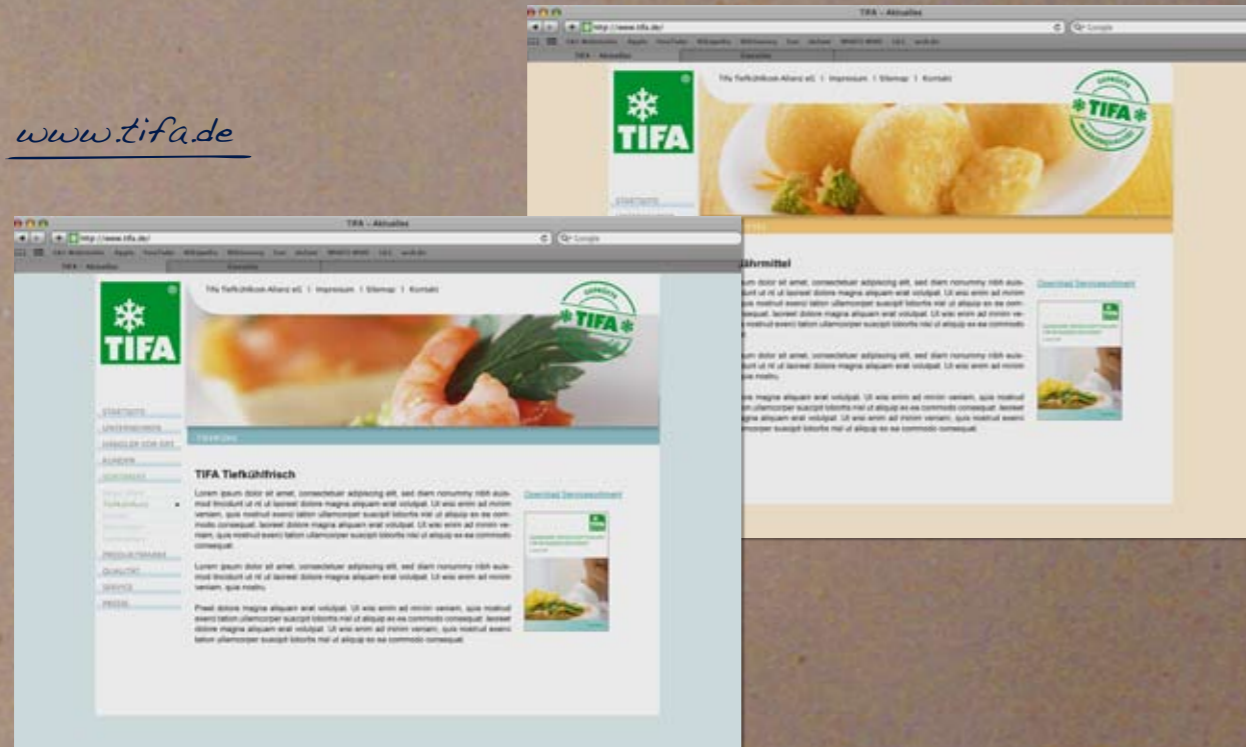


TIFA-ESSPANNUCHEN
TK, 100g
14, 1 kg 0,15 €/kg



TIFA-BEERENCOCKTAIL
TK, 100g
14, 1 kg 1,99 €/kg

www.tifa.de



03

- › [Projekt] Kundenmagazin Relaunch
- › [Kunde] Der Grüne Punkt
- › Entwicklung des Gestaltungskonzepts

- › [Für komm.passion 2009]



Den Bauplan hat er nur im Kopf

TITEL

10
11

DER ALTE MÖNCH UND SEINE KATHEDRALE

Don Juanito Gallaga baut seit mehr als 40 Jahren an seinem Lebenswerk und bezieht sich dabei der spanischen Hauptstadt als Vorbild. Er verbaut das, was auf Baustellen und in Fabriken übrig bleibt. Wie lange es noch dauern wird, bis seine Kathedrale fertig ist, weiß der inzwischen 84-Jährige selbst nicht.

Unerwartlich wächst ein Mann mit grauem Haar und kreisförmigen Brille. Er schaut sich um. Er ist in die andere, falsche Seite mit dem Baum. Dort steht ein Baum in ein schwebendes Gerüst. Er ist ein Baum unter einer Kappe. Don Juanito Gallaga, ein alter Mann, schaut an seinem Lebenswerk. Er schaut in die Höhe. Ganz allein. Doch mit seinen 84 Jahren fällt ihm die Schwerkraft manchmal schwer. „Mir läuft die Zeit davon“, klagt er und schaut mit kreisförmigen Händen die verstreute Kappe in den Nacken.

Im Jahr 1970 baute er die Kirche. Er hat jeden Tag an seiner Kathedrale, an der er seit mehr als 40 Jahren baut. Die Arbeit ist ein bisschen freier als die Arbeit in der Fabrik. Er hat jeden Tag an seiner Kathedrale, an der er seit mehr als 40 Jahren baut. Die Arbeit ist ein bisschen freier als die Arbeit in der Fabrik. Er hat jeden Tag an seiner Kathedrale, an der er seit mehr als 40 Jahren baut. Die Arbeit ist ein bisschen freier als die Arbeit in der Fabrik.

Die Kathedrale von Madrid hat wenig gemein mit anderen Kirchenbauten. Zwei schwarze Türme ragen zu den höchsten Gebäuden. Es ist ein ungewöhnliches Gebäude. Es ist ein ungewöhnliches Gebäude. Es ist ein ungewöhnliches Gebäude.



Nachmittag vor der Kathedrale von Madrid auf einem 1.200 Quadratmeter großen Areal.

Die Kathedrale von Madrid hat wenig gemein mit anderen Kirchenbauten. Zwei schwarze Türme ragen zu den höchsten Gebäuden. Es ist ein ungewöhnliches Gebäude. Es ist ein ungewöhnliches Gebäude. Es ist ein ungewöhnliches Gebäude.

www.123.com

„Aquí todo está reciclado.“

Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

TITEL

12
13



Zugeladene benutzt der Mönch für die Türme, die an der Kathedrale gebaut werden.



Die Säulen sind aus Holz und sind mit farbenfrohen Materialien bemalt.

Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

„Zur hohen Ehrer Gottes“

Schon fast 40 Jahre hat Don Juanito Gallaga an seiner Kathedrale gearbeitet. Er hat jeden Tag an seiner Kathedrale, an der er seit mehr als 40 Jahren baut. Die Arbeit ist ein bisschen freier als die Arbeit in der Fabrik.

An dem Tag, an dem die Kathedrale fertig ist, wird die Kathedrale fertig sein. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

„Aquí todo está reciclado.“ Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst. Die Kathedrale von Madrid ist ein Meisterwerk der Recycling-Kunst.

www.123.com



04

- › [Projekt] POS begleitende Maßnahmen
- › [Kunde] Schott Ceran
- › Produktaufsteller für Cerankachel, Produktinfoblatt, Responsekarte

- › [Für komm.passion 2009]

erfahren Sie mehr über das neue SCHOTT CERAN®
Glaskeramik. Frei von giftigen Schwermetallen.



- Bitte schicken Sie mir kostenfrei **Informaterial-Set(s)**.
 Bitte schicken Sie mir kostenfrei **Reinigungsanleitung(en)**.

Name: _____
 Email-Kontakt: _____
 Telefon: _____

Adressdaten/Stempel:

Mit diesen Free geschickten Daten ausschließlich für den Zweck der gemeinsamen Informationsblätter über unser Unternehmen zu schreiben. Dieser Daten werden nur intern genutzt und nicht nach Dritten weitergegeben werden. Sie werden die Datenschutzbestimmungen beachten und Ihre persönlichen Daten nach Erhalt einer entsprechenden Erklärung von Ihnen geteilt werden.

Porto
zahlt
Empfänger

SCHOTT AG
 Marketing CERAN
 Hattenbergstrasse 10
 55122 Mainz



SCHOTT
CERAN®

SCHOTT CERAN® – Qualität und Innovation

Seit SCHOTT 1971 die erste Glaskeramik Kochfläche auf den Markt gebracht hat, hat sich die Marke CERAN® zu einer außergewöhnlichen Erfolgsgeschichte entwickelt, die nur wenige Produkte schreiben. Sie wurde zum Inbegriff des modernen Kochens und zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Küche. CERAN® ist seit 1962 eine geschützte Marke von SCHOTT. Ihre Qualität, Langlebigkeit und Top-Kochleistung haben sich inzwischen millionenfach bewährt.

Qualität „Made in Germany“

Als Technologie- und Innovationsführer überzeugt SCHOTT durch Qualität „Made in Germany“. Mit patentierten Hightechverfahren und modernsten, ressourcenschonenden Produktionsprozessen setzt das Unternehmen immer wieder neue Standards. Zu erkennen ist die hochwertige Glaskeramik am SCHOTT CERAN® Logo – nur damit handelt es sich auch um eine echte CERAN® Kochfläche von SCHOTT.

Hohe Belastbarkeit. Lange Lebensdauer.

Ein entscheidender Vorteil von SCHOTT CERAN® liegt in der vier Millimeter dicken Glaskeramik, die äußerst hitzeübertragend ist. Sie bringt die Heizenergie mit sehr geringem Wärmeverlust an den Kochtopf und leitet kaum Wärme zu den Seiten ab. Egal ob Induktion, Elektro oder Gas – die Kochflächen sind mit allen Heiztechniken kombinierbar.

Top-Kochleistung. Top-Energieeffizienz.

Ein entscheidender Vorteil von SCHOTT CERAN® liegt in der vier Millimeter dicken Glaskeramik, die äußerst hitzeübertragend ist. Sie bringt die Heizenergie mit sehr geringem Wärmeverlust an den Kochtopf und leitet kaum Wärme zu den Seiten ab. Egal ob Induktion, Elektro oder Gas – die Kochflächen sind mit allen Heiztechniken kombinierbar.

Innovative Designs und Ästhetik

Mit speziellen Farben setzt SCHOTT neue Trends in Sachen Design. Um dem steigenden Anspruch der Verbraucher gerecht zu werden, arbeitet SCHOTT eng mit dem führenden Haargeräteherstellern zusammen. Innovative Produktions Technologien ermöglichen glänzende Metall-Optiken und außergewöhnliche Farbdesigns.

Vorteile auf einen Blick

- Qualität „Made in Germany“
- Besonders robust
- Überaus lange Lebensdauer
- Top-Energieeffizienz
- Leicht zu reinigen

SCHOTT CERAN® setzt Maßstäbe in Sachen Umweltschutz

Umweltbewusstsein ist für die Verbraucher ein wichtiges Thema und gewinnt immer mehr an Bedeutung. Das neue SCHOTT CERAN® ist weltweit die einzige Glaskeramik ohne Arsen und giftigen Schwermetallen. Sie besteht hauptsächlich aus natürlichem Kalkstein, der in der Natur in fast unerschöpflichen Mengen vorkommt. Die im Kochtopf erzeugte Wärme ist damit nicht nur den perfekten Gästen sondern allen geschädigten Meereslebewesen und Tieren.

Produkt von SCHOTT: Aber auch ein Produkt der Natur.

Das einzigartige Materialzusammensetzung erhält SCHOTT bereits jetzt kürzliche Standards der EU und bewirkt als typischer Markt für seine Innovationen. Durch den Einsatz von giftigen Schwermetallen sind Produktionsprozesse so zu optimieren, dass auf giftige Zusatzstoffe verzichtet werden kann. Die Produktion mehr als 180 Tonnen der üblicherweise verwendeten Schwermetalle pro Jahr ist ein großer Schritt. Als einziges Hersteller verwendet SCHOTT CERAN® auch diese umweltfreundliche Glaskeramik-Kochfläche.

Umweltfreundliche SCHOTT CERAN® finden Sie zum Beispiel bei der führenden Haargerätehersteller.

Informationen unter
schott-ceran.de



Kristallklare Argumente:

- Keine giftigen Schwermetalle
- Freundlich zur Umwelt: Einsparung von 180 Tonnen Arsen und Antimon pro Jahr
- Energieeffizientes und schnelles Kochen
- Sehr lange Lebensdauer

05

- › [Projekt] Ausstattung der Bamberger Verbraucherrechtstage
- › [Kunde] Bundesministerium
- › Ausstattung der Podiumsbühne, Banner, Flyer, Pressemappe, Tragetasche

- › [Für komm.passion 2008]



esministerium für
rurg, Landwirtschaft
erbraucherschutz

Bamberger Verbraucherrechtstage 2009



Bamberger Verbraucherrechtstage 2009



> [Projekt] Newsletter für Designstudenten

> [Kunde] Tchibo

> [Für komm.passion 2009]

WER HAT ANGST VOR'M SCHWARZEN LOCH?

VERRÜCKTE IDEEN UND UNGEWÖHNLICHE EINFÄLLE

Hätte Daniel Disentrieb vor Jahren von der Ideenplattform Tchibo Ideen gewusst, hätte er sicher nicht so lange herumtüteln müssen, bis seine Einfälle schließlich funktionierten. Seine Kreativität wäre zudem weniger versehentlich, sondern beabsichtigt entstanden.

klicken!



WAS ES NICHT ALLES GIBT - DAS FRANZ'SCHE PROBLEM

Franz Hanter ist mit Sicherheit der ungewöhnlichste Frührentner im Bundesgebiet. Der passionierte Jäger und bekennende Design-freak hat sich, angespornt durch das Internet und seiner Auswüchse, kurzerhand dazu entschieden mit seinem scheinbar ganz alltäglichen Problem endgültig abzuschließen. Denn seit geraumer Zeit plagt sich Hanter mit einem ganz besonderen Twist. Hanter bewohnt eine einfache Hütte in den Wäldern des oststeirischen Mischwaldes. Das Interieur hingegen lässt so manches designaffines Herz höher schlagen. Gespickt mit modernstem Design, wandelt sich hier das Bild des etwas schrulligen Einsiedlers, zu dem eines modernen und fortschrittlich denkenden Geistes. Aber genau hierin gründet sich Hanter's Problem. Einerseits der Jagd zugetan, fehlt dem pirschenden Einsiedler ein passendes Design-Möbel, um die Erträge seiner Jagd adäquat unterzubringen. So hat sich Jäger Franz dazu entschlossen, auf professionellen Rat aus dem Web zurückzugreifen. Unter www.jaegerfranz.de bittet er nun um Hilfe. Wer also den Jäger näher kennenlernen und ihm bei seinem wahrlich etwas schrägen Problem helfen will, kann dies nun jederzeit tun. Was es nicht alles gibt!

CROWD SOURCING - MASSE MIT KLASSE

GeCheckt!



SCHLAUKOPF Das kann man seinem Frisör erzählen

In anderen Ländern gibt es Erfindungen und Designideen, die uns hierzulande verwundern mögen aber vor Ort gang und gäbe sind. Unser Motto für die nun folgende Erzählung lautet deshalb: „Andere Länder, andere Sitten“!

Wir Deutschen werden irgendwann in eine weite Welt reisen müssen, die uns neue Ideen und Erfindungen

> [Projekt] Visitenkarten

> [Kunde] schmidfilm

> [Freiberuflich 2009]





1 kg Rindfleisch

29 min



1 kg dunkles Mischbrot

12 min



10 Eier

5 min



250 g Butter

4 min



1 kg Kartoffeln

3 min

08

- > [Projekt] Messeauftritt auf der Grünen Woche 2009
- > [Kunde] Fördergemeinschaft für nachhaltige Landwirtschaft (FNL)
- > Infografiken, Infotafeln, Messestand, Begleitbroschüre

- > [Für komm.passion 2008]



←
 Gestaltung von
 individuellen Infografiken
 für insg. 16 Stellwände
 auf der IGW



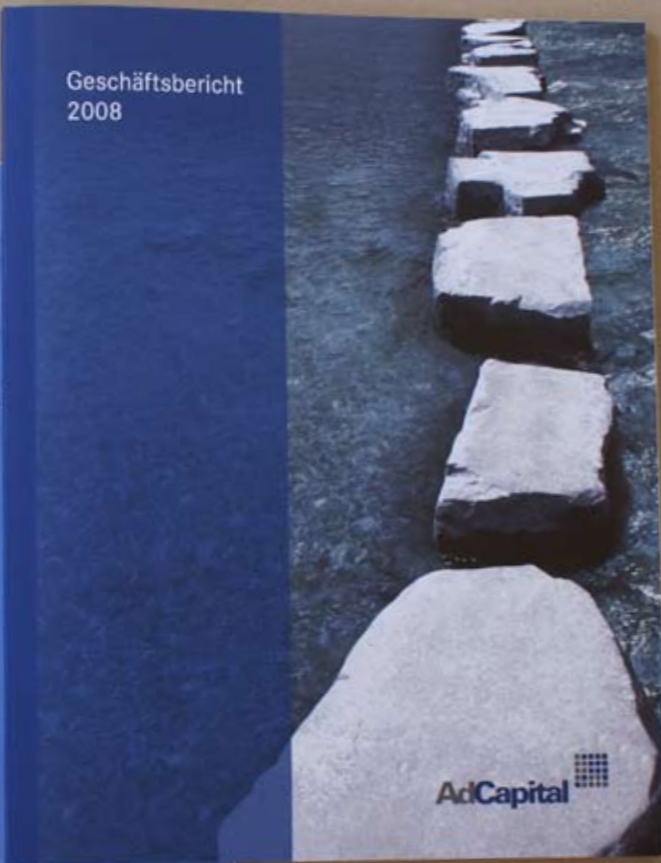
09

- › [Projekt] Geschäftsbericht
- › [Kunde] Ad Capital AG
- › [Für komm.passion 2008]

Konzern-Eigenkapitalpiegel der AdCapital AG zum 31. Dezember 2008 nach IFRS

in T€	Mutterunternehmen			
	Gesetzliches Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklage	Bilanzgewinn
Stand am 31. Dezember 2006	45.000	86.200	5.923	66.042
Erwerb/Einziehung eigener Anteile	0	0	-416	0
Gezahlte Dividende	0	0	0	-7.270
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	2.515	-2.515
Übrige Veränderungen	0	0	0	15.681
Konzernjahresüberschuss	0	0	0	0
Neutrale Ergebnisveränderungen	0	0	8.022	71.938
Stand am 31. Dezember 2007	45.000	86.200	8.022	71.938
Erwerb/Einziehung eigener Anteile	0	0	-4.106	0
Gezahlte Dividende	0	0	0	-7.113
Änderung Konsolidierungskreis	0	0	-41.500	41.122
Übrige Veränderungen	0	0	0	-43.815
Konzernjahresergebnis	0	0	0	0
Neutrale Ergebnisveränderungen	0	0	-37.564	62.128
Stand am 31. Dezember 2008	45.000	86.200	-37.564	62.128

Ausgleichsposten aus Fremdwährungsanrechnung	Eigenkapital	Minderndes Kapital	Minderndes Kapital
412	203.577	989	
0	-416	0	
0	-7.270	-1.051	
0	0	0	
0	0	417	
0	15.681	4.265	
-61	-61	-17	
351	211.511	4.603	
0	-4.106	0	
0	-7.113	-2.933	
0	0	0	
0	-278	371	
0	-43.819	-21	
-235	-235		
116	155.860		



Vorwort des Vorstands

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

2007 war das Jahr der Subprime-Krise, 2008 hat sich der börsennotierte Vermögensmarkt in Deutschland und dem gesamten westlichen Europa im September 2008 wieder geöffnet. Die AdCapital Gruppe hat sich in diesem Jahr eine weitere Meilensteinschlange hinterlassen: In diesem Jahr wurde die AdCapital AG als erste in Berlin an einem deutschen Börsenplatz gelistet.

Im Geschäftsjahr 2008 haben wir den Bilanzgewinn um insgesamt 12,8 Mio. € gesteigert (2007: 17,0 Mio. €). Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger. In der ersten Hälfte des Jahres 2008 haben wir die Umsatzerlöse um 2,1 Mio. € gesteigert (2007: 17,0 Mio. €). Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Die AdCapital AG hat im Geschäftsjahr 2008 einen Bilanzgewinn von 12,8 Mio. € erzielt. Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Im Geschäftsjahr 2008 haben wir den Bilanzgewinn um insgesamt 12,8 Mio. € gesteigert (2007: 17,0 Mio. €). Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Die AdCapital AG hat im Geschäftsjahr 2008 einen Bilanzgewinn von 12,8 Mio. € erzielt. Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Dr. Peter Juchacz
Chairman of the Board

Wegen der aktuell hohen Marktvolatilitäten haben wir keine neuen Beteiligungen erworben, sondern uns darauf konzentriert, die Finanzierung unserer vorhandenen Beteiligungen sicherzustellen. Lediglich bei der Entlastung der AdCapital AG im Rahmen der Kapitalerhöhung durch die Ausgabe eigener Aktien haben wir eine Nettoliquidität von 0,8 Mio. € erzielt.

Die AdCapital AG hat im Geschäftsjahr 2008 einen Bilanzgewinn von 12,8 Mio. € erzielt. Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Im Geschäftsjahr 2008 haben wir den Bilanzgewinn um insgesamt 12,8 Mio. € gesteigert (2007: 17,0 Mio. €). Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Die AdCapital AG hat im Geschäftsjahr 2008 einen Bilanzgewinn von 12,8 Mio. € erzielt. Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Im Geschäftsjahr 2008 haben wir den Bilanzgewinn um insgesamt 12,8 Mio. € gesteigert (2007: 17,0 Mio. €). Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Die AdCapital AG hat im Geschäftsjahr 2008 einen Bilanzgewinn von 12,8 Mio. € erzielt. Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Im Geschäftsjahr 2008 haben wir den Bilanzgewinn um insgesamt 12,8 Mio. € gesteigert (2007: 17,0 Mio. €). Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.

Die AdCapital AG hat im Geschäftsjahr 2008 einen Bilanzgewinn von 12,8 Mio. € erzielt. Die Umsatzerlöse betragen im Vergleich zum Vorjahr um 2,1 Mio. € weniger.



- > [Projekt] Imagebroschüre
- > [Kunde] Primondo

- > [Für komm.passion 2008]

10



Primondo – des positions de leader dans le secteur de la vente par correspondance

Les vélocités sont parties des leaders européens. Le fournisseur universel Quelle est une des entreprises de vente multi-canaux les plus performantes en Europe centrale et de l'est. En Allemagne, en Pologne, en Roumanie, en Russie, en Turquie, en Israël, en Suisse et en Autriche, l'entreprise est leader du secteur de la vente par correspondance et renforce cette position.

En Europe centrale et en Russie, Quelle connaît un succès particulier chez les clients – en tant que marque vestimentaire pure, elle jouit du même statut que les marques de vêtements et le catalogue constitue un répertoire complet pour les clients en matière de modes branchées. Cette notoriété élevée chez les clients se reflète dans les résultats : en 2007, Quelle a enregistré une croissance du chiffre d'affaires de 40 % dans cette région.

Les vélocités spéciales du groupe Primondo sont présentes dans 13 pays et sont bien implantées sur les marchés internationaux. Aujourd'hui, la part de leurs marques performantes correspond à environ un quart du chiffre d'affaires global – une tendance qui se poursuit

PRIMONDO
Handeln verändert die Welt

↑
Rubrizierung entsteht durch farbige Verlaufsbalken

Demande en commerce électronique 2007 (en millions €)

Fournisseur universel	1721
Vélocités spécialisées	948
Quelle à l'étranger	167
Total Primondo	2731

En fait leur réseau de distributeurs présents, les réseaux mobile + internet et les électroniques – offrent de telles perspectives de croissance pour l'avenir. Chez Primondo, l'offre est à temps et c'est pourquoi tous sommes très satisfaits de ce secteur.

Commerce électronique
Le shopping en ligne continue une des formes d'achat les plus rapides de notre époque. Aujourd'hui, le groupe Primondo réalise environ un tiers de son chiffre d'affaires en ligne et en ligne dans 25 pays. Le distributeur en ligne allemand de Quelle est en tête du classement et son succès devra être noté par les concurrents. Les réseaux de distribution à travers le monde sont un autre exemple de coopération avec des réseaux de distribution étrangers ainsi que sur l'intégration croissante de ces réseaux.

avec la nouvelle part de vente créée en 2007 Primondo renforce sa position de leader du marché allemand dans le domaine des fournisseurs multi-canaux. Cette part de vente du groupe Primondo à vendre ses produits uniquement en ligne. Ce spécialiste des produits multimédia et de l'électronique mise alors notamment sur les distributions locales internet. Les clients y trouvent des éléments de conseil et d'accompagnement avant que des produits soient livrés.

Marketing
Aujourd'hui, le marché du marketing connaît une croissance plus importante que le commerce de détail traditionnel. Avec H&M24, nous bénéficions d'un atout bien précieux sur ce marché. Le chiffre de H&M24 est le numéro 2 en Allemagne et a enregistré une croissance du chiffre d'affaires de 70 % en 2007. H&M24 complète parfaitement le stratégie multi-canaux du groupe Primondo. Les produits d'autres vélocités sont ajoutés sur le chiffre et un profit des réseaux de distribution ainsi que des synergies au niveau du marketing entre les différents



Wie leben wir zusammen?
Wir leben zusammen, wie wir leben zusammen. Zusammen ist ein Verb, das zusammenhängen bedeutet.

Passion
Passion ist ein Verb, das Leidenschaft bedeutet. Leidenschaft ist ein Verb, das Leidenschaft bedeutet.

Performance
Performance ist ein Verb, das Leistung bedeutet. Leistung ist ein Verb, das Leistung bedeutet.

Partnership
Partnership ist ein Verb, das Partnerschaft bedeutet. Partnerschaft ist ein Verb, das Partnerschaft bedeutet.

Offene Kommunikation und Transparenz
Unsere Werte leben wir im täglichen Miteinander. Auf diesem Grund fördern wir eine offene Kommunikation, die geprägt ist von gegenseitigem Respekt. Für unsere Mitarbeiter schaffen wir durch vielfältige Maßnahmen größtmögliche Transparenz. Regelmäßige Mitarbeitergespräche helfen uns dabei, die Unternehmensentwicklung auf ihre Führungskultur und Leistungsfähigkeit weiterzuentwickeln. Das Management stellt sich persönlich in regelmäßigen Abständen den Fragen der Mitarbeiter und erörtert die Lage des Unternehmens. Die Führungskräfte vermitteln sich zudem auf verschiedenen Ebenen in Experten-Formen und auf dem zweimal jährlich stattfindenden Versand Forum. So werden Synergien genutzt und Kooperationen möglich.

Mit Leistung zum Ziel
Primondo setzt auf starke Leistungsorientierung. Deswegen gleichen wir unsere Leistungen kontinuierlich mit unseren selbst gesteckten Zielen ab. Dazu optimieren wir stetig unsere Abläufe und Prozesse. Ein effizientes Performance-Management unterstützt insbesondere unsere Führungskräfte dabei, nachhaltige Erfolge zu erzielen.

Zeit und Familie
Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird durch zahlreiche Mitarbeiterprogramme gefördert, unter anderem durch eigene Kinderkrippen sowie die Vermittlung flexibler Kinderbetreuungsstellen.



- > [Projekt] Grafische Betreuung aller Werbemaßnahmen 2007
- > [Kunde] Thalia
- > [Für komm.passion 2007]



George
Am Ende war die Tat
Die verblüffende Jagd ermittelt
auf die Frau der Inspektorin
Lilly und deren Verbrechen. Ein
Mord in London. Regelmäßig
Sonderausgabe Sonderausgaben
177 S. - Hardcover



Maritz Gimes
Inspector Jury kommt
auf den Hund
Eine Frau, ein Hund und die Polizei
auf dem mysteriösen Weg zum
Mörder. Die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Ian Rankin
Sei soll er sterben
Die Inspektorin Lindsay
Lohan ermittelt in
London. Ein Mord, der
die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Oliver Botbyl
Im Auftrag der Väter
Die Mordnacht, in der
die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Dick Francis
Gambling
Das Spiel um den
Mord. Die Inspektorin
Lilly und die 177 S. - Hardcover



Ocean's
Twelve
Die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Anne Duff
Uogachoran
Die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Donna Leon
Blutige Steine
Die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Jo Nesbo
Der Erbsen
Die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover



Pella Kerr
Das Janus-Projekt
Die Inspektorin Lilly
und die 177 S. - Hardcover

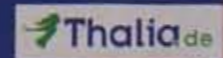
... auch unter www.thalia.de

Für Spürnasen

50 erfolgreiche Klassiker
und Geheimtipps
der Süddeutsche Zeitung
Kriminalbibliothek.

Die spannendsten Bücher
nach Ihrem Geschmack

... auch unter www.thalia.de



Eiskalt serviert!



Die spannendsten Bücher –
nach Ihrem Geschmack!



- > [Projekt] Infobroschüre
- > [Kunde] Stadtwerke Duisburg
- > [Für komm.passion 2009]

12

Design von
Infografiken





Unser Erfolg. Leistungen für Duisburg

Die regionalwirtschaftliche Verankerung der Stadtwerke Duisburg AG

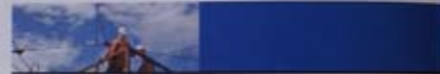


STADTWERKE
DUISBURG AG

Postfach 10
Stadtwerke Duisburg AG
Kommunaldienstleistungsbetrieb
Bismarckstr. 27
41221 Duisburg
Telefon: 0202 446-2000
Telefax: 0202 446-2004
E-Mail: info@stadtwerke.de
www.stadtwerke-duisburg.de



Mehr Arbeitsplätze für Duisburg und die Region



Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig. Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig.

Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig. Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig.

Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig. Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig.



1.741 reguläre
Arbeitsplätze
1.362 indirekte
Arbeitsplätze
5475 direkte
Arbeitsplätze

Als regionaler Arbeitgeber führend unter Deutschlands Stadtwerken

Regionale Wirtschaft und Arbeitsplätze

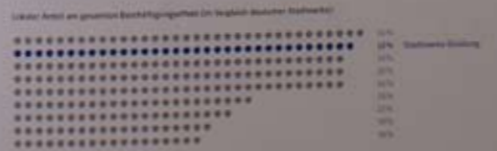


Region (inkl. Duisburg)
1.680.000 Einwohner
Duisburg
102.000 Einwohner
Vergleichswert
100.000 Einwohner

Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig. Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig.

Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig. Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig.

Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig. Die Stadtwerke Duisburg AG sind ein wichtiger Arbeitgeber für die Region. In der Duisburger Region sind über 1.000 Menschen in der Baubranche tätig.





13

- › [Projekt] CD und Werbemaßnahmen der Quelle Innovationsinitiative
- › [Kunde] Quelle Stiftung
- › Corporate Design, Broschüren, Produktkatalog, Werbeflyer, Banner, Bühnenausstattung

- › [Für komm.passion 2007]



Barbara Schöneberger moderiert die Preisverleihung der Quelle Innovationsstiftung



Werbeflyer



44



› [Projekt] Produktsiegel und Markenlogo

› [Kunde] Quelle Stiftung

› [Für komm.passion 2007]

The logo features the word "ErfinderLand" in a bold, blue, sans-serif font. A red square dot is positioned above the letter 'd'. Below the main text, the tagline "QUELLE macht erfinderisch" is written in a smaller, black, sans-serif font. A thin, grey, curved line is positioned to the left of the tagline, resembling a stylized 'Q' or a swoosh.



anne hörster personal training + coaching

anne hörster personal training + coaching · überkasseler str. 15b · D-40547 düsseldorf

- > [Projekt] Corporate Design
- > [Kunde] Anne Hörster Personal Coaching
- > Gestaltung der Website, Geschäftspapiere, Imagebroschüre- und flyer

- > [Für Kuntze & Partner 2006]

15

Personal training

für ihre bedürfnisse und nach ihrem terminkalender
fitnesstrainerin

öffentlichen und privaten Termine bis ich „rund um die Uhr“ Ihre Ansprechpartnerin,
Fitnessstudio, in der Sporthalle oder bei Ihnen zu Hause:

(Gesundheits-, fitness-, leistungsorientierte Sportler)
Wägen oder im Fitnessstudio)

mit ihrem Arzt oder Orthopäden



Siehe auch >> www.hoerster-coaching.de

anne hörster personal training + coaching



**SZARY
BREUER
& PARTNER**
RECHTSANWÄLTE



- › [Projekt] Corporate Design
- › [Kunde] Kanzlei Szary, Breuer, Westerath & Partner
- › Gestaltung der Website, Geschäftspapiere und Imagebroschüren

- › [Für Kuntze & Partner 2005]

16

SZARY
BREUER
WESTERATH
& PARTNER
RECHTSANWÄLTE

PRIVATRECHT



SZARY
BREUER
WESTERATH
& PARTNER
RECHTSANWÄLTE

WIRTSCHAFTSRECHT



Logodesign



Siehe auch >> www.szary.de

ALLGEMEINES ZIVILRECHT

Weil im Streitfall Ihr Vorsprung entscheidet.

Ganz unerwartet können alltägliche Situationen wie zum Beispiel das Einkäufen zu zahlreichen Konflikten führen. Gerade größere Investitionen ziehen leicht Unregelmäßigkeiten über Art und Umfang der gegenseitigen Verpflichtungen nach sich. Nicht selten stellen auch Schadenersatzforderungen im Mittelpunkt der Auseinandersetzung.

Handeln Sie vorausschauend und nehmen Sie frühzeitig unsere juristische Beratung in Anspruch. Dann sind Sie der Gegenpartei einen entscheidenden Schritt voraus und haben den Vorteil auf Ihrer Seite. Die erfahrenen Rechtsanwälte unseres Teams Zivilrecht helfen Ihnen mit konzentriertem Fachwissen und professionellen Empfehlungen – oft schon im Rahmen einer kostenfreien Erstberatung.

Als Anwaltspartner für allgemeine Zivilrechte

Ulrich Löffelholz,
Wirtschaftsprüfer,
Rechtswissenschaftler,
Kaufmann
Christian Krieger,
Rechtsanwalt

PRIVATRECHT

Der Weg zu einem neuen Anfang.

Bei Zahlungsschwierigkeiten und Überschuldung helfen wir Ihnen, Ihre finanzielle Situation zu ordnen und einen Neustart in die Wege zu leiten. Mit unseren spezialisierten Rechtsanwälten an Ihrer Seite bietet Ihnen das Insolvenzverfahren die Chance, sich von Ihren bestehenden Schulden zu befreien.

Am Anfang jedes Verbraucherinsolvenzverfahrens steht der außergerichtliche Schuldenbereinigungsversuch. Hier können wir Sie dabei unterstützen, Ihre Affären zu ordnen und die Verhandlungen mit Ihren Gläubigern zu führen. Danach steht Ihnen das Verbraucherinsolvenzverfahren vor Gericht offen, mit Ihrer Hilfe Sie die Befreiung von den bestehenden Restschulden erlangen können.

Unsere Fachabteilung für Insolvenzrecht wird Ihnen helfen, dieses Ziel zu erreichen.

Als Anwaltspartner für das private Recht

Ulrich Löffelholz,
Wirtschaftsprüfer,
Rechtswissenschaftler,
Kaufmann



17

- › [Projekt] Markenentwicklung für den mobilen Fernsehsender „Watcha“
- › [Kunde] Mobiles Fernsehen Deutschland
- › Gestaltung des Markenlogos

- › [Für Kuntze & Partner 2006]

WATCHA
TV GOES MOBILE

WATCHA
TV GOES MOBILE

WATCHA
TV GOES MOBILE

WATCHA
TV GOES MOBILE

49. Internationale Kurzfilmtage
Oberhausen, 1. - 6. Mai 2003
International Short Film Festival
Festivalmagazin

Kurzfilmtage
Mai 2003
Film Festival

- › [Kunde] Kurzfilmtage Oberhausen 2003
- › Mitgestaltung des Programmhefts
- › [Für Boros 2003]

<p>10.00 International Wettbewerb 2: Stromausfall/ International Competition 2: Power Failure (S. 2) An American television set has broken down in a remote location. Discovered with the director in the desert.</p> <p>10.30 reinklassifizierung II: Ici et ailleurs (S. 20) A film by Jean-Luc Godard, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>12.30 International Wettbewerb 1: Geschichte(n) / International Competition 1: History Lessons (S. 2) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>22.30 Wiederholung Internationaler Wettbewerb I / Repetition International Competition I (S. 2)</p> <p>14.30 Classic Cinema (S. 16) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>17.00 Multi-Prize/Multi Award for the Best German Music Video (S. 7) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>11.00 Kinder- und Jugendkinofilmwettbewerb 2/Children's and Youth Film Competition 2 (S. 31) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>12.30 Marina Gržinić/Hina Soid 1: The Zero Before the One (S. 24) A film by Marina Gržinić, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>14.00-18.00 Haarschurf A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p>	<p>17.00 reinklassifizierung 2: War. Local Traces (S. 20) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>17.00 reinklassifizierung 2: War. Local Traces (S. 20) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>20.00 Marina Gržinić/Hina Soid 2: The Zero Before the One 2 (S. 24) A film by Marina Gržinić, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>22.30 Wiederholung Internationaler Wettbewerb I / Repetition International Competition I (S. 2)</p> <p>14.30 Deutscher Wettbewerb 2 / German Competition 2 (S. 5) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>10.30 Kinder- und Jugendkinofilmwettbewerb 2/Children's and Youth Film Competition 2 (S. 31) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>11.00 Kinder- und Jugendkinofilmwettbewerb 2/Children's and Youth Film Competition 2 (S. 31) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>12.30 Marina Gržinić/Hina Soid 1: The Zero Before the One (S. 24) A film by Marina Gržinić, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>14.00-18.00 Haarschurf A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p>	<p>22.30 reinklassifizierung 8: Experimente mit der Wahrheit/ Experiments with Truth (S. 20) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>22.30 reinklassifizierung 8: Experimente mit der Wahrheit/ Experiments with Truth (S. 20) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>12.30 reinklassifizierung 4: Heute leben wir/Today We Live (S. 20) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>14.30 Kinder- und Jugendkinofilmwettbewerb 2/Children's and Youth Film Competition 2 (S. 31) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>11.00 Kinder- und Jugendkinofilmwettbewerb 2/Children's and Youth Film Competition 2 (S. 31) A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>12.30 Marina Gržinić/Hina Soid 1: The Zero Before the One (S. 24) A film by Marina Gržinić, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p> <p>14.00-18.00 Haarschurf A film by Michael Müller, featuring a group of people in a desert landscape. The film is a commentary on the situation in the Middle East.</p>
--	---	--

19

- › [Kunde] Galerie Sprüth, Magers, Lee
- › Gestaltung der Einladungskarten

- › [Für Boros 2003]



PORTI

›[Stand] März 2009