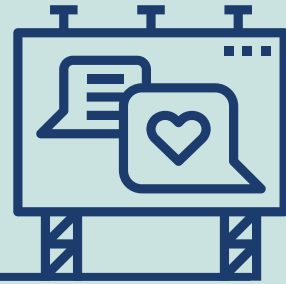
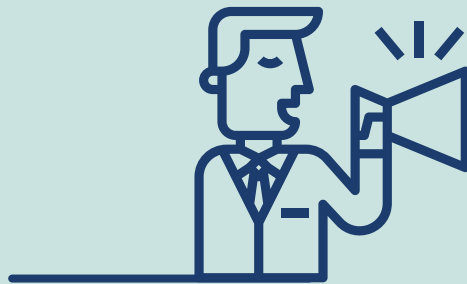


NEUER
WANDEL

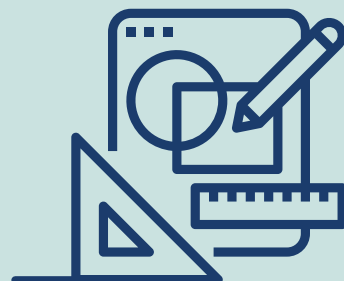
Portfolio



kommunikation



marketing



design

Kund*innen und Projektpartner*innen

Auszug

- + AOK Nordost – Die Gesundheitskasse
 - + BerlinFaces – Hier kommt Berlin zusammen!
 - + Bezirksamt Mitte
 - + Bezirksamt Neukölln
 - + Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg
 - + Bezirksamt Treptow-Köpenick
 - + DEHOGA Berlin
 - + Deutscher Städte- und Gemeindebund e.V.
 - + Diakoniewerk Simeon gGmbH
 - + ENERTRAG SE
 - + Entscheider Impulse Berlin
 - + Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V.
 - + LAG – Die Europabeauftragten der Berliner Bezirksämter
 - + Notdienst für Suchtmittelgefährdete und -abhängige Berlin e. V.
 - + Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung
 - + Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales
 - + Senatsverwaltung für Kultur und Europa
 - + SPD-Bundestagsfraktion – Direktwahlkreis 60, Frank-Walter Steinmeier
 - + Wirtschaftsförderung Brandenburg
 - + Zentralverband Sanitär Heizung Klima
 - + ZUMBau – zugelassene Maschinenführer in der Bauwirtschaft
- u.a.

Social-Media, Film- & PR-Kampagne Bundestagswahlkampf 2025

ENERTRAG SE

Für ENERTRAG wurde eine umfassende Kommunikationsstrategie entwickelt, die das Unternehmen sowohl in seiner Markenkommunikation als auch in seiner öffentlichen Wahrnehmung stärkte. Im Rahmen dieser entstanden crossmediale Kampagnen, Filmproduktionen und PR-Maßnahmen, die ENERTRAG als zentralen Akteur der Energiewende positionierten.

Für die bundesweite Sichtbarkeit während des Bundestagswahljahres 2025 entwickelten wir eine aufmerksamkeitsstarke Social-Media-Kampagne unter dem Leitmotiv „Hier dreht sich was“.

Maßnahmen

- + Entwicklung eines Designkonzepts und eines Text- bzw. Slogankonzepts für die Kampagne
- + Gestaltung und Umsetzung von Social-Media-Posts (Einzel- und Karussellformate) für unterschiedliche Kanäle
- + Produktion von Testimonialfilmen unter dem Kampagnenthema „Hier dreht sich was“
- + Einbindung des Claims in alle visuellen und audiovisuellen Formate
- + Pressearbeit, einschließlich PR-Monitoring, Erstellung von Presseclippings und Publikation von PR-Artikeln
- + Entwicklung und Gestaltung einer Printanzeigenkampagne sowie von Recruitinganzeigen zur Personalgewinnung
- + Entwicklung einer audiovisuellen Unternehmenspräsentation (Konzeption und Storyboardentwicklung, Filmproduktion, Barrierefreie Untertitel, Anpassung für verschiedene Medienformate)



HIER DREHT SICH WAS!

Günstiger, sicherer und unabhängig

Mehr Info unter enertrag.com

Energiesicherheit durch Erneuerbare Energien!

Wir brauchen keine fossilen Energiequellen mehr, wir haben Energie direkt vor unserer Haustür.

Saubere Energie für echte Unabhängigkeit!

Erneuerbare Energien schaffen Sicherheit durch Unabhängigkeit. Mehr als 33% des Stroms in Deutschland stammen bereits aus Windenergie.

Mach mit und stärke die heimische Energie!

Für mehr Unabhängigkeit und eine nachhaltige Zukunft.

> Teile diesen Beitrag und werde Teil der Bewegung für eine unabhängige und sichere Energieversorgung.

Mach mit und stärke die heimische Energie!

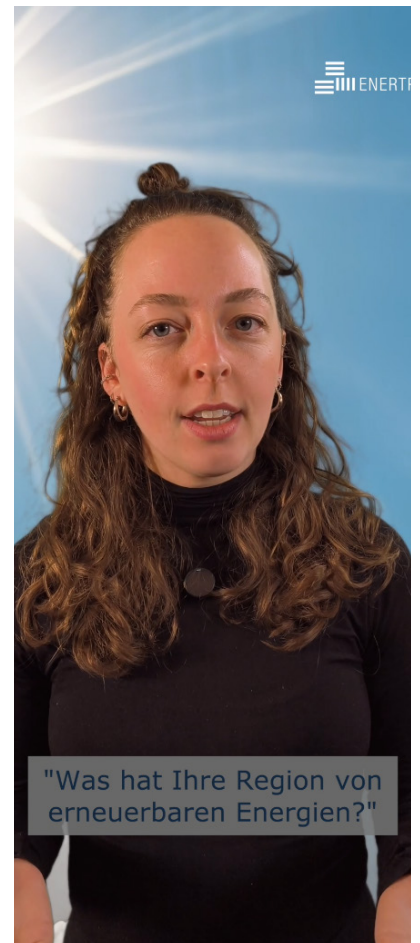


Für mehr Unabhängigkeit
und eine nachhaltige
Zukunft.

Mehr erfahren unter
enertrag.com



"Energiegewinnung ohne CO₂?
Es ist möglich!"



"Was hat Ihre Region von
erneuerbaren Energien?"

Erneuerbare Energien schaffen Arbeitsplätze in der Region.



Bereits über 400.000 Menschen sind in der Branche
beschäftigt – und es werden immer mehr. Die
erneuerbaren Energien entwickeln sich damit zu
einem echten Jobmotor und stärken nachhaltig
die regionale Wirtschaft.

Werde auch Du Teil unseres Teams:
karriere.enertrag.com



Event- und Kommunikationsmanagement

Entscheider Impulse Berlin (EIB)

Entscheider Impulse Berlin (EIB) ist ein neues Veranstaltungsformat des Vereines Innovation Ausbau. EIB bringt Bundespolitik und Wirtschaft zu intimen Hintergrundgesprächen zu aktuellen Gesetzgebungsverfahren in den Austausch und in die Diskussion.

Maßnahmen

- + Veranstaltungskonzeption und Ablauf
- + Namensfindung und Logoentwicklung
- + Erstellung und Umsetzung von Werbemitteln
- + Locationscouting, Auswahl Catering und Eventmanagement (Koordinierung und Überwachung sämtlicher Veranstaltungsabläufe)
- + Liveumfragen und Auswertung





KMU-Präsentationsfilme, Imagefilme, Entwicklung eines Leitfadens für Filmproduktion

Wirtschaftsförderung Land Brandenburg GmbH (WFBB)

Die WFBB unterstützt Investoren, ansässige Unternehmen sowie innovative Startups im Land Brandenburg bei ihrer wirtschaftlichen Entwicklung.

Ein Schwerpunkt der Zusammenarbeit lag in der inhaltlichen und medialen Betreuung der Netzwerkinitiative „Mining & Generation Technology – Made in Germany“ (MinGenTec). In diesem Rahmen wurden filmische Präsentationen zahlreicher kleiner und mittlerer Unternehmen aus der Lausitz realisiert.

Maßnahmen

- + Konzeption und Umsetzung von 18 KMU-Präsentationsfilmen (DE/EN)
- + Barrierefreie Umsetzung aller Filme (Untertitel und Voice-over)
- + Konzeption/Storyboard und Produktion eines Imagefilms als Gesamtpräsentation der Arbeit von MinGenTec über einen Zeitraum von vier Jahren
- + Entwicklung eines Leitfadens für Filmproduktionen



MT_1-WFBB-Korrektur 2



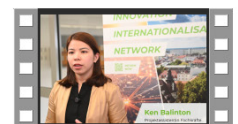
MT_2-KSL



MT_3-Bautec



MT_4- BTU-korrigiert



MT_5-TSA korrigiert-2



MT_6- Kjelberg-korrigiert



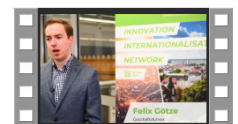
MT_7- LEAG



MT_8- IHK Cottbus- korrigiert



MT_9-AGT-korrigiert



MT_10-G&B-korrigiert-2



MT_11- Code Mercenaries- korrigiert



MT_12- LandPac-korrigiert



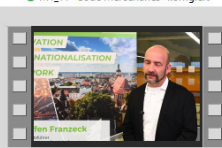
MT_13- Ecosoil-korrigiert



MT_14-Ipro Consult



MT_15- ETA AG



MT_16- Dohnen Solutions



MT_17-Acternium-korrigiert-2



MIN GEN TEC
Mining & Generation Technology - Made in Germany

MinGenTec steht für Netzwerke,
Internationalisierung und Innovation



Silke Schwabe

Geschäftsbereichsleiterin Außenwirtschaft und Unternehmensentwicklung

IHK Cottbus



**warum
MinGenTec?**

Event- und Kommunikationsmanagement

Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK)

Der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) ist die bundesweite Spitzenorganisation des deutschen SHK-Handwerks. Er vertritt die Interessen von rund 50.000 Innungsbetrieben in den Bereichen Sanitär, Heizung, Klima und Klempnertechnik gegenüber Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Der Verband fungiert als zentraler Ansprechpartner für Branchenfragen, technische Standards, Nachhaltigkeit und die Förderung des qualifizierten Fachhandwerks.

Für den ZVSHK übernehmen wir die ganzheitliche Betreuung mehrerer Veranstaltungen und Kommunikationsmaßnahmen – von der Planung über die Organisation bis zur Umsetzung vor Ort.

Maßnahmen

- + Konzeption und Umsetzung von Werbemitteln für Veranstaltungen und Verbandskommunikation (Veranstaltung 75 Jahre ZVSHK 2024 und den Frühjahrs Empfang 2025)
- + Locationscouting und Eventmanagement (Kordinierung und Überwachung sämtlicher Veranstaltungsabläufe, Zeitabläufe)
- + Auswahl Catering, Auswahl der Gastredner Oliver Kalkhofe und Harald Martenstein
- + Einladungsmanagement und Galtung der Unterlagen (Einladung, Save the Date, Danksagung) inklusive Gästekommunikation und Teilnehmerkoordination



Zentralverband Sanitär Heizung Klima

Rathausallee 6
53757 Sankt Augustin

Tel.: (0 22 41) 92 99-0
E-Mail: info@zvshk.de



**Danke, dass Sie
dabei waren!**



Der ZVSHK sagt Danke,

- ... für Ihre Teilnahme an unserer Feier.
- ... für Ihre Glückwünsche zu unserem Jubiläum.
- ... für Ihr Vertrauen in das SHK-Handwerk.



Einladung



Frühjahrsempfang des ZVSHK

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Zentralverband Sanitär Heizung Klima (ZVSHK) lädt Sie herzlich zum diesjährigen Frühjahrsempfang ein. Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Branchenvertretern und politischen Entscheidern in angenehmer Atmosphäre auszutauschen.

Datum: 4. Juni 2025

Zeit: 18:30 Uhr

Ort: Landesvertretung Bremen, Hiroshimastraße 24, 10785 Berlin

Freuen Sie sich auf anregende Gespräche, spannende Impulse und einen Abend in geselliger Runde.

Bitte lassen Sie uns bis zum **20. Mai 2025** wissen, ob wir mit Ihrer Teilnahme rechnen dürfen. Ihre Anmeldung nehmen wir gerne unter www.zvshk.de/fruehjahrsempfang2025 entgegen.

Wir freuen uns, Sie persönlich begrüßen zu dürfen!

Freundliche Grüße

Ihr

Zentralverband Sanitär Heizung Klima

Onlineplattform zur Berufsvermittlung und -orientierung

Berliner Ausbildungsinitiative #seiDUAL

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Berlin, seine Wirtschaft und insbesondere seine kleinsten, kleinen und mittleren Unternehmen (KKMU) wachsen dynamisch und damit auch der Bedarf an Fachkräften. Die Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales startete eine großangelegte vernetzte Ausbildungsinitiative als Modellprojekt, welches die duale Ausbildung sowie die Vermittlung von Schüler*innen in KKMU in Berlin fördern und so die Fachkräftesicherung auf dem Berliner Arbeitsmarkt wiederherstellen soll. Die Berliner Ausbildungsinitiative #seiDUAL bezieht neben Schüler*innen und Ausbilder*innen auch Lehrkräfte und Eltern, Ausbildungseinrichtungen, Gewerkschaften und Fachverbände sowie Politik und Gesellschaft mit ein. Im Zuge der CORONA-Pandemie ergänzen neue digitale Formate das Angebot: #seiDUAL – Das virtuelle Event, Onlineseminare für Lehrkräfte sowie das digitale Lehrmaterial für Lehrkräfte und Schüler*innen im Homeschooling.

Kommunikationsbausteine: komplettes Kommunikationspaket

Maßnahmen

- + **Die Onlineplattform** www.seidual.berlin mit mehr als 235 Ausbildungsberufen und einem eigens programmierten Matching-Verfahren für passgenaue Vorschläge für Schüler*innen und Ausbilder*innen; mit Persönlichkeitstests und filmischen Unternehmenspräsentationen
- + **Lehrmaterialien zur Berufsorientierung** für den WAT-Unterricht und im Homeschooling; Lehrkräfteordner mit Material zu Ausbildungsberufen einmal pro Jahr
- + **E-Learning-Plattform** zur Berufsorientierung für eine ungezwungene und spielerische Annäherung an Branchen und Ausbil-



Der Film zu #seiDUAL — Das Event:

<https://www.youtube.com/watch?v=QxFqrJStkm8>



dungsberufe

- + Zielführendes Marketing mit Schulen
- + großangelegte Werbekampagnen
- + gezielte Pressearbeit
- + **analoge und virtuelle Events:**
 - #seiDUAL – Das Event (einmal jährlich);
 - #seiDUAL – Im Kiez (mehrmals jährlich);
 - #seiDUAL – Das virtuelle Event (mehrmals jährlich)
- + **Networking**, Zusammenarbeit und Partnerschaften mit Berliner Verbänden, Innungen und Vereinen (Onlineseminare für Lehrkräfte; Dreharbeiten: Aufnahmen von Erklär-Videos, Interviews, Imagevideos, Dokumentationen, Highlight-Zuschnitts)
- + **Workshops** und Bewerbungsvorbereitungstage mit Lehrkräften und Schüler*innen in Berliner Schulen



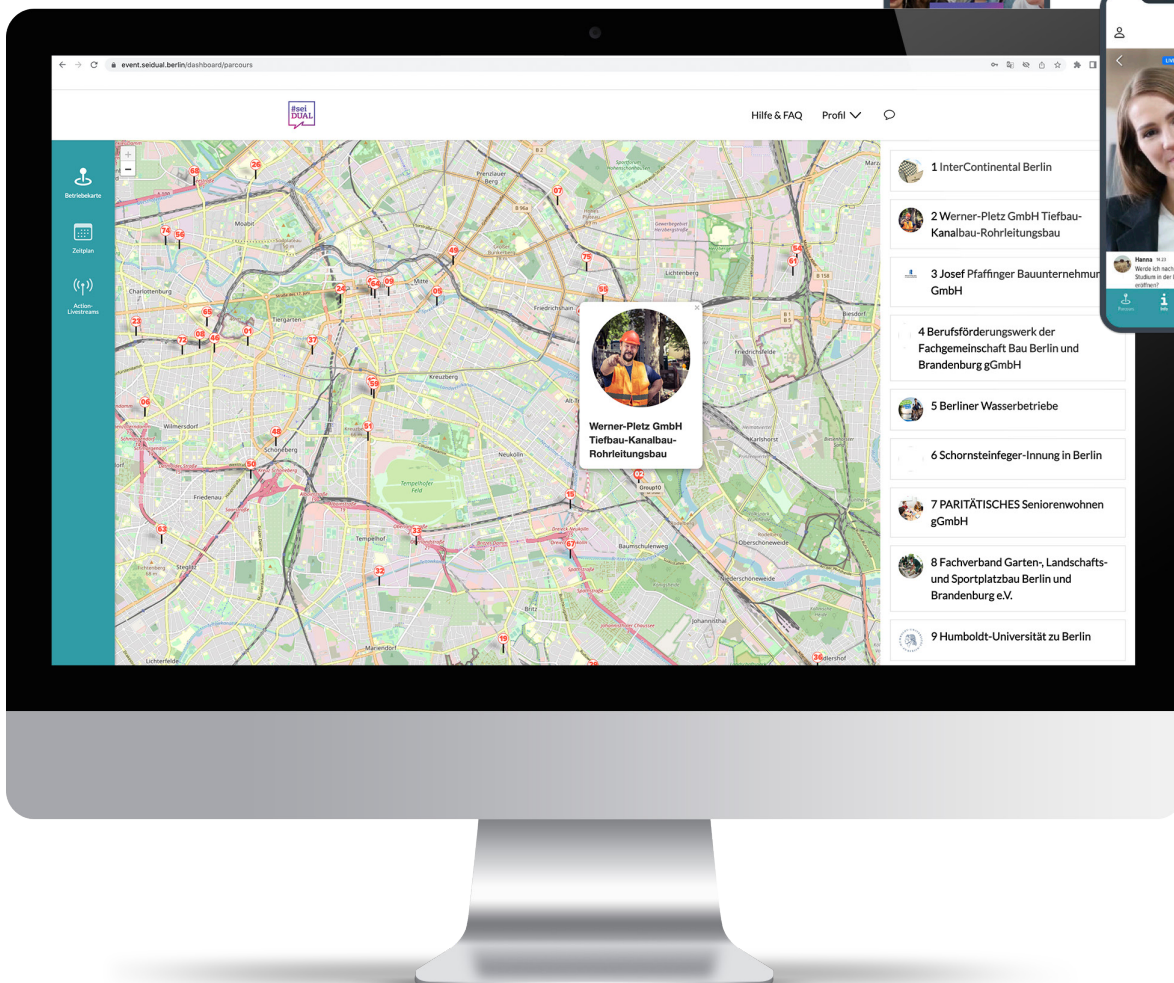
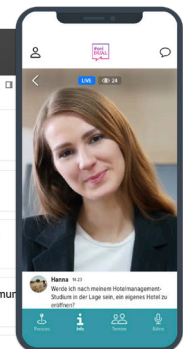
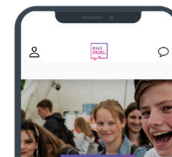
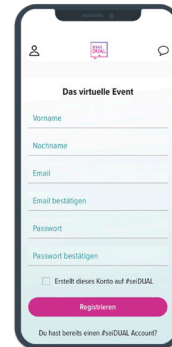
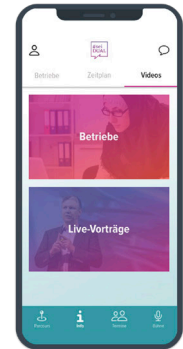
#seiDUAL-Rolemodels für die
Kampagnenkommunikation

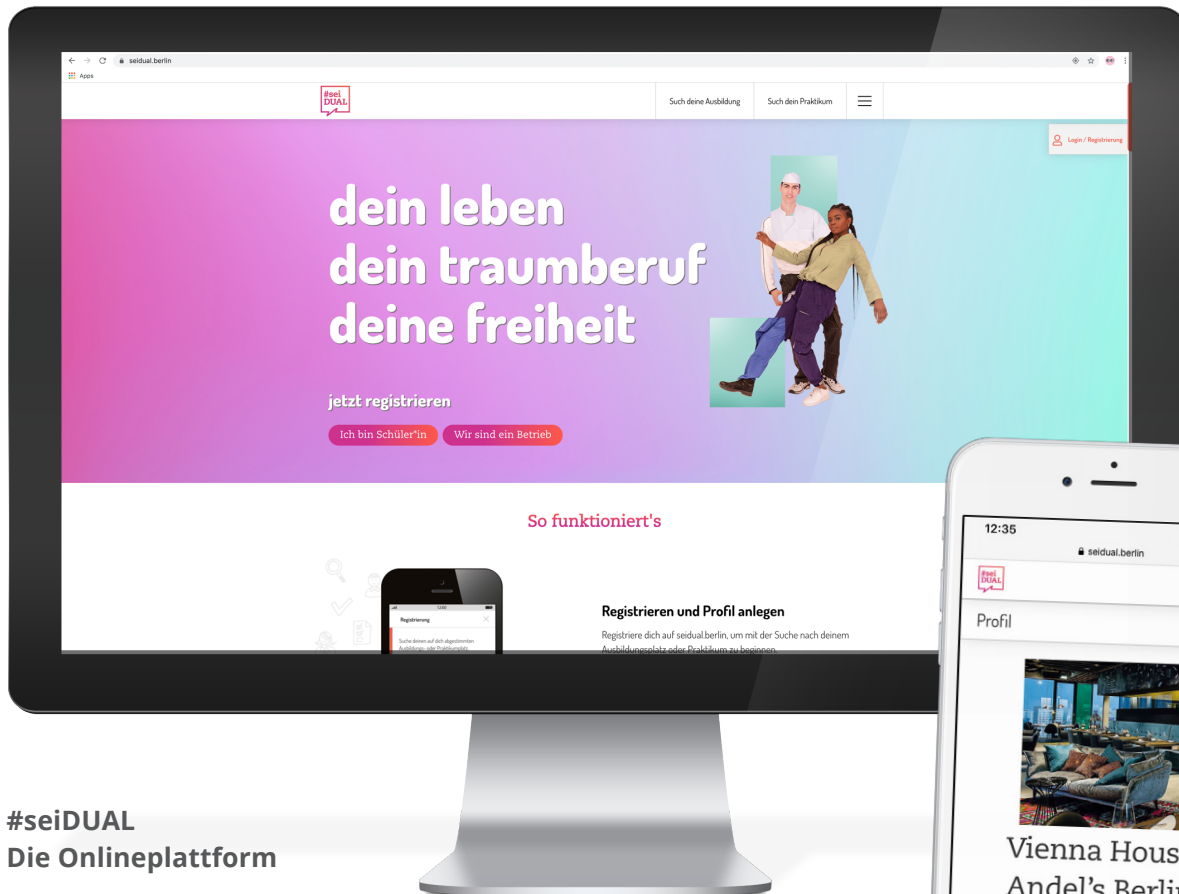


Der Film zu #seiDUAL — Das Event:
<https://www.youtube.com/watch?v=R1IsC73xiVA>

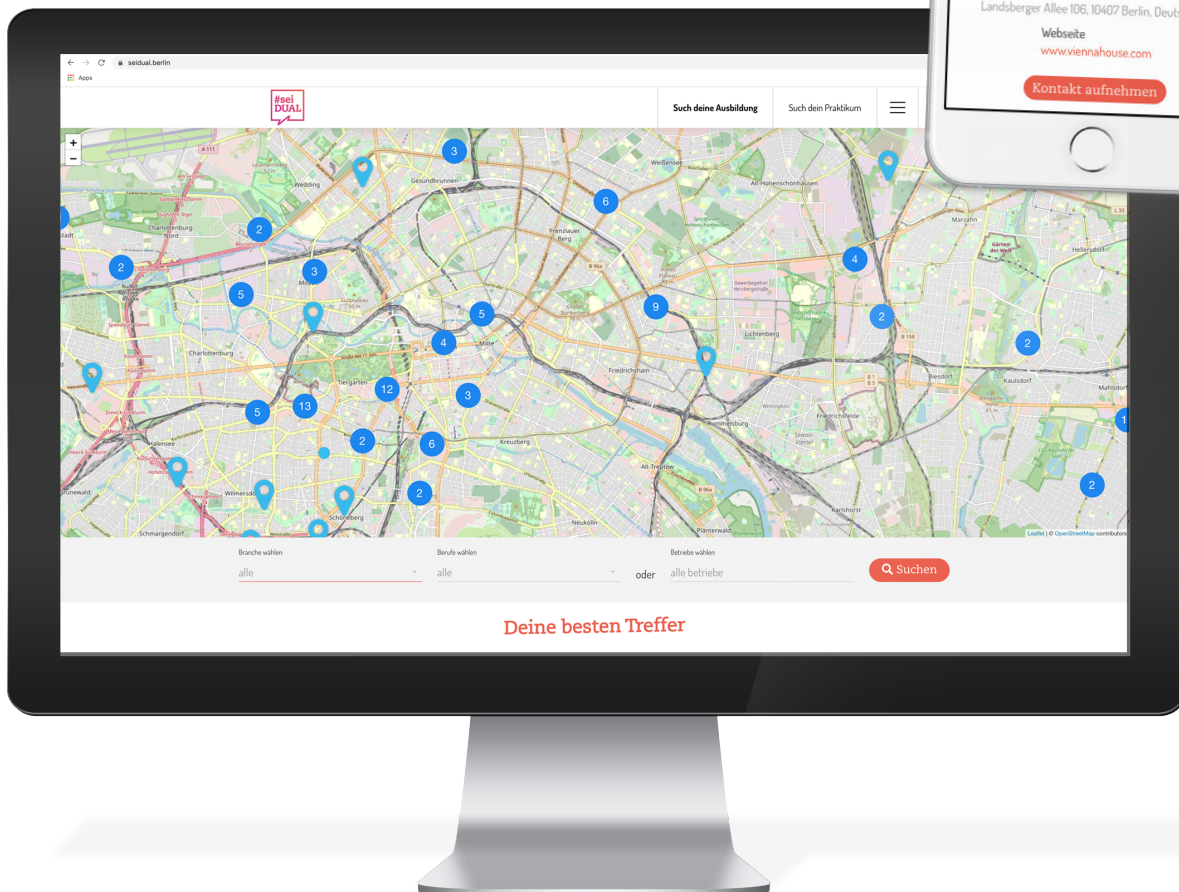


#seiDUAL
Das Viruelle Event

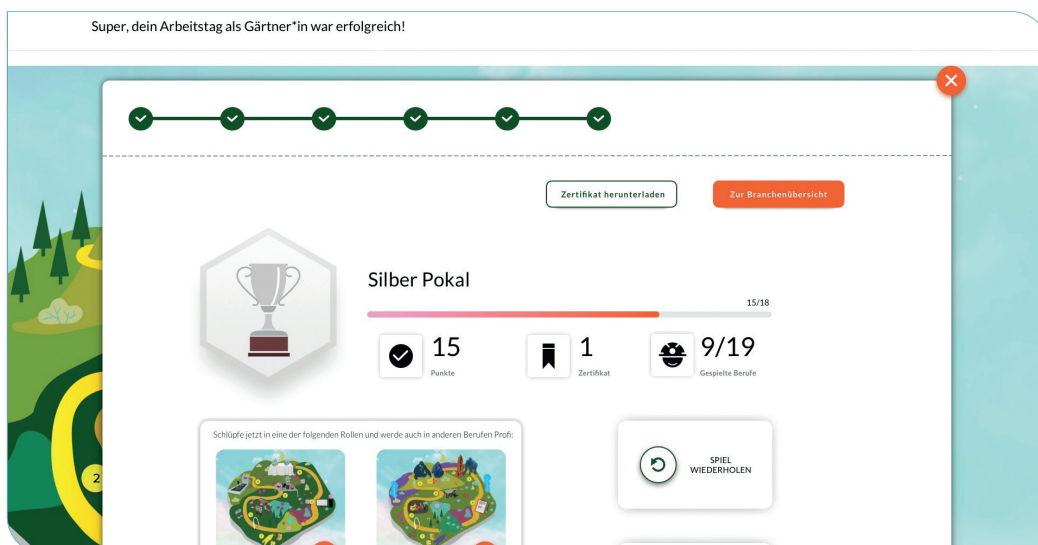
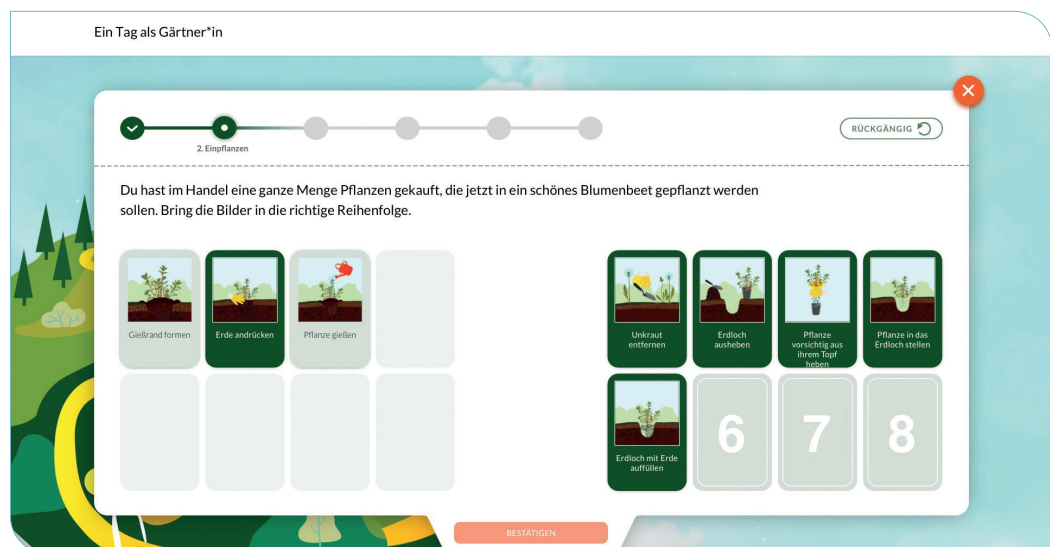
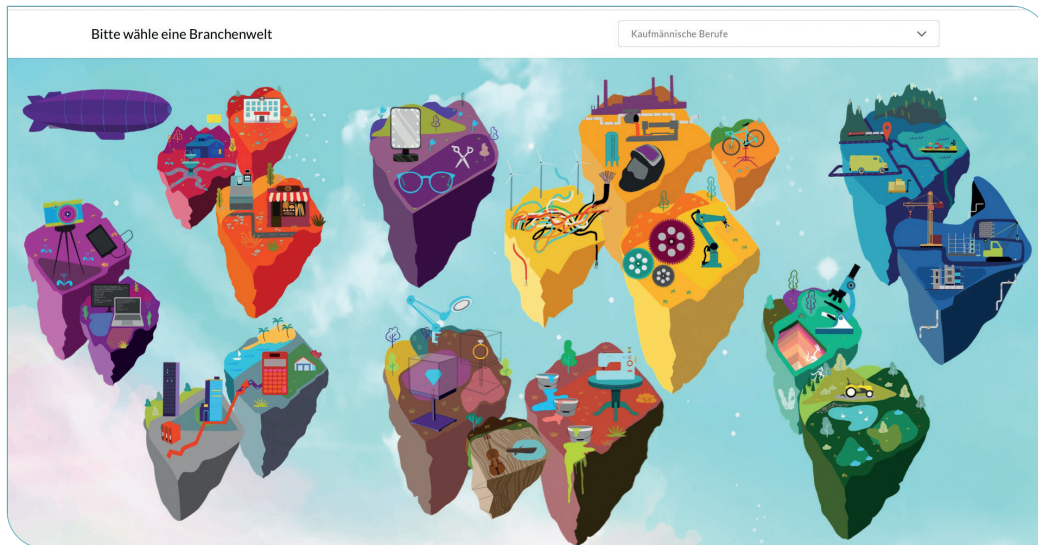




#seidUAL
Die Onlineplattform



#seiDUAL – Die E-Learning-Plattform



#seiDUAL – Filmische Aktivitäten

(Betriebfilme, Innungsfilme, Erklärfilme & Imagefilme)



Ausbildung | Fachkraft für Abwassertechnik | Berliner Wasserbetriebe

QR-Code / Link › scannen oder klicken

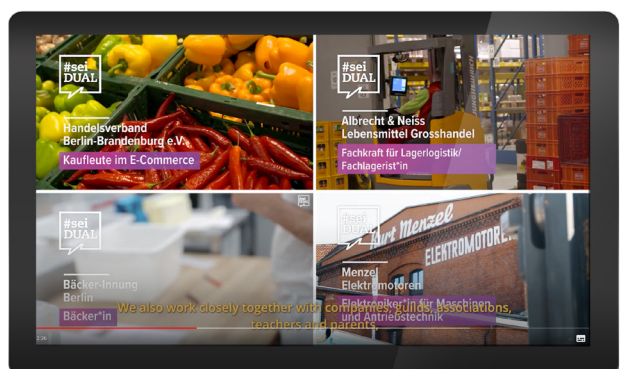


#seiDUAL - Das Event:
Grußwort Senatorin Elke Breitenbach

QR-Code / Link › scannen oder klicken



#seiDUAL: nachhaltige und integrative Berufsorientierung
QR-Code / Link › scannen oder klicken



Englisch

#seiDUAL, the Berlin training initiative for intermedial and consistent career orientation
QR-Code / Link › scannen oder klicken



#seiDUAL-Unterrichtsmaterialien



Oben: Der #seiDUAL-Lehrkräfteordner für diverse duale Ausbildungsberufe mit den Titelblättern von Vol. 1 und Vol. 2, sowie einer Auswahl an Inhaltsseiten.

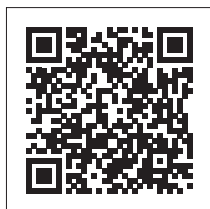
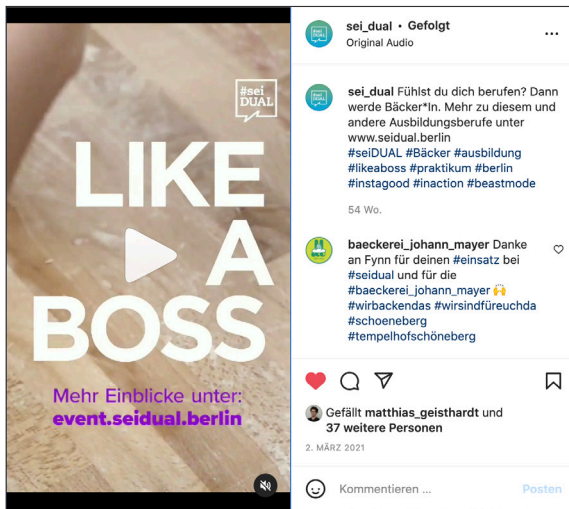
Alle Lehrmaterialien gibt es auch als interaktive PDFs zum Download auf der #seiDUAL-Onlineplattform.

Links: Das #seiDUAL-Betriebeheft mit hilfreichen Tipps für ein gutes Praktikum und eine erfolgreiche Ausbildung

Außenwerbung
(Partnerkampagne
A0 & 18/1 Hintergleis Plakate)



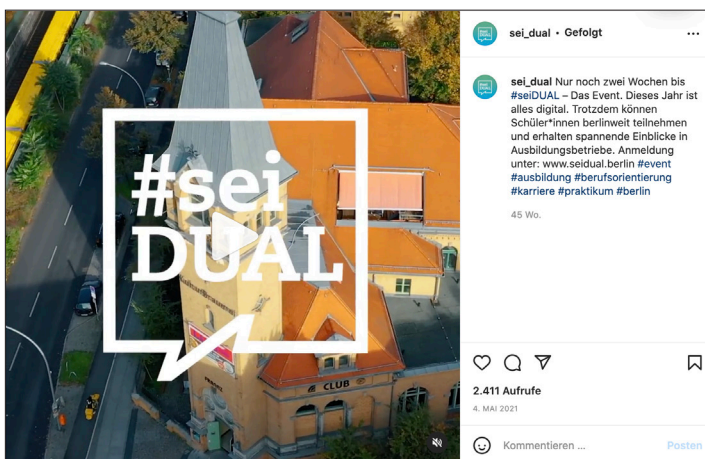
#seiDUAL-Social-Media-Aktivitäten



Instagram-Reel
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



Instagram-Clip
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



Instagram-Event-Teaser
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



Instagram-Reel
QR-Code / Link
› scannen oder klicken

#seiDUAL
Lehrkräfte-OnlineSeminar

NICHT VERPASSEN!
16.03.2022

DIE THEMEN:
Berufsorientierung
für Schüler*innen mit
Förderbedarf

Die Angebote
von #seiDUAL

Weitere Infos via:
info@seidual.berlin

Recap Sho... Markt der ... On Tour das Event CreativeC... Event 2021 Starke Par...

BEITRÄGE GUIDES REELS VIDEOS MARKIERT

3 Berufe für Frühaut-sther*innen

Warum ich eine Ausbildung mache...
Bankkauffeute: Ich mag Zahlen und schicke Anzüge.
KFZ-Mechatroniker*in: Ich mag Motoren und hasse Anzüge.
Fachinformatiker*in: 100101011.

Duale Ausbildung Bogenmacher*in

Ausbildung starten VS. erster Crush

Check-Mat: Fischwirt*in
kommunikativ organisiert technisch affin analytisch handförtig kreativ naturn verbunden sozial

Nicht aufgeben!
Erinnere dich lieber, warum du die Ausbildung angefangen hast.

Zahl des Monats
65% der Handwerker*innen geben an, dass ihr Beruf auch eine Berufung ist.

HAPPY BIRTHDAY TO US!
#seiDUAL wird heute 4 Jahre alt.

Albrecht & Neiss Lebensmittel Grosshandel
Fachkraft für Lagerlogistik/
Fachlagerist*in

Bewerbungs-Fristen:

Mach doch das, was alle machen.
Nur eben smarter!
Finde deine Ausbildung auf:
www.seidual.berlin

Welche duale Ausbildung suchen wir?
Trägt stets schwarz und genießt die Aussicht.

Berufe Schläu-meier

10:50

SEI_DUAL Beiträge

sei_dual Nicht verstecken, seid mutig. Denn ein wenig Macht steckt doch in jedem von uns. In diesem Sinne: #HappyStarWarsDay ... mehr
4. Mai

sei_dual

#seiDUAL

Albrecht & Neiss Lebensmittel Grosshandel
Fachkraft für Lagerlogistik/
Fachlagerist*in

Gefällt matthias_geisthardt und 31 weiteren Personen

sei_dual Vor kurzem hat Gerd seine Ausbildung zum Lageristen bei Albrecht+Neiss beendet. Was er erlebt hat und warum der Beruf so viel Spaß macht... mehr
3. Mai

Veranstaltung

Berliner Präventionstage

Senatsverwaltung für Inneres, Digitalisierung und Sport

Durchführung des Berliner Präventionstages zum Thema „Prävention im Kontext Kindheit – Jugend – Familie“ im Auftrag der Landeskommision Berlin gegen Gewalt. Dieser Tag ist dazu gedacht, um wissenschaftlich-fachlichen Input zu Konzepten und fachlichen Diskursen in der Resilienzforschung und Empowerment-Konzepte zu vermitteln sowie einen Reflexions-, Lern- und Diskussionsraums für Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zwischen den verschiedenen Akteurinnen und Akteuren zu schaffen, sowie Fachkräften zu qualifizieren.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Projektmanagement, Content Management, Eventmanagement

Maßnahmen

- + Weiterentwicklung des Corporate Design BPT
- + Entwicklung und Gestaltung der kreativen Wort-Bild-Marke „Stark von Anfang an!“
- + Content Management für Social Media
- + Konzeption und Produktion von 6 informativen Videos und/oder Clips
- + Durchführung Berliner Präventionstag 2022 mit Rahmenprogramm, Fachvorträgen und Diskussionsrunden, partizipativen Formaten für den fachlichen Austausch, Workshops, Poster-Sessions, Verleihung des Berliner Präventionspreises
- + Veranstaltungsmanagement und Beratung mit Hygienekonzept, Technischer Umsetzung, Zeit- & Maßnahmenplan
- + Bühnengestaltung



◀ Einladung



- ▲ Veranstaltungsplakat mit Wort-Bild-Marke
- Programmübersicht



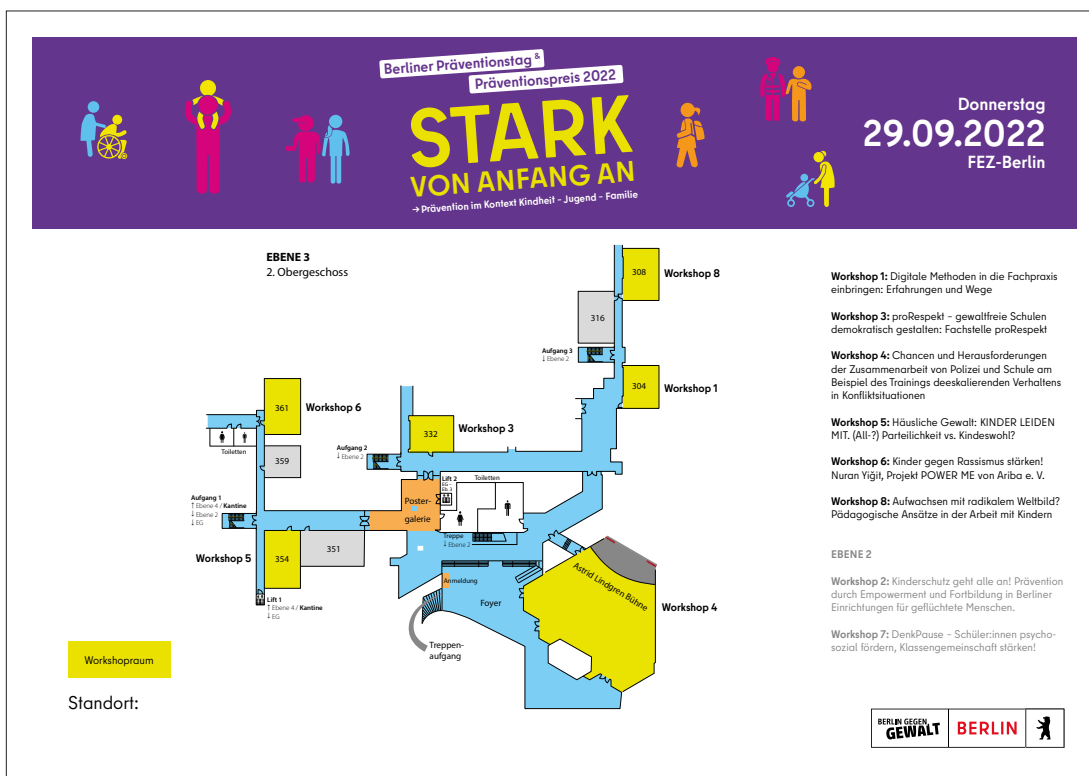
Bühnenentwurf





Postergalerie für die nominierten Projekte

Raumplan





Verschiedene Varianten der Social-Media-Postings vor und nach der Veranstaltung



Eventmanagement

#seiDUAL – Das Event

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Ziel der Veranstaltungen: erlebnisreiche Berufsorientierung mit positiven Zukunftsaussichten für Schüler*innen schaffen. Berliner Schüler*innen und Ausbilder*innen können an spannenden **Action-Points** persönlich miteinander in Kontakt kommen und einander auf Augenhöhe kennenlernen. **#seiDUAL – Das Event** trägt durch die Förderung der dualen Ausbildung zur Fachkräfte-sicherung auf dem Berliner Arbeitsmarkt bei.

Kommunikationsbausteine: komplettes Kommunikationspaket

Maßnahmen

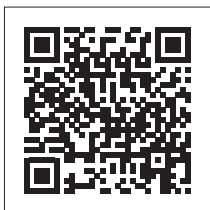
- + **Action-Points** der teilnehmenden Unternehmen: Schüler*innen haben Gelegenheit für den Beruf typische Aufgaben durchzuführen und praktische Einblicke in verschiedene Branchen zu bekommen.
- + **Vermittlung von Praktikums- und/oder Ausbildungsplätzen** direkt vor Ort
- + **Lehrkräfte-Lounge** mit Vorträgen für die Zielgruppe Lehrer*in
- + **Digitaler Ableger:**
#seiDUAL – Das virtuelle Event als Antwort auf die Corona-Pandemie:
Ausbilder*innen und Azubis wenden sich mittels eines **Live-Streams** im 20-Minuten-Takt an ihre Zuhörer*innen und stellen sich und ihr Praktikums- und Ausbildungsangebot vor. Die Schüler*innen können via **Live-Chat** Fragen stellen.
Neben beruflicher Orientierung geht es auch hierbei um die konkrete Praktikums- und Ausbildungsvermittlung.

Auftraggeber mit Anschrift:

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales
Oranienstraße 106
10969 Berlin



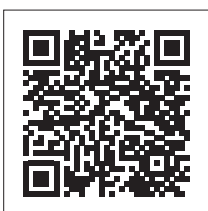
#seiDUAL – Das Event
Rückblick
QR-Code / Link › scannen oder
klicken



#seiDUAL – Das Event
Vox-Pops vom Event
QR-Code / Link › scannen
oder klicken



#seiDUAL – Das Event
in der ufaFabrik
QR-Code / Link
› scannen oder klicken



#seiDUAL – Das Event
Grußwort Senatorin Elke Breitenbach
QR-Code / Link › scannen
oder klicken





Michael Müller, als Regierender Bürgermeister von Berlin Schirmherr von #seiDUAL, und Bezirksstadtrat von Tempelhof-Schöneberg Oliver Schworck



Elke Breitenbach, Senatorin für Integration, Arbeit und Soziales



Angelika Schöttler, Bezirksbürgermeisterin von Tempelhof-Schöneberg

Die Politik ist beeindruckt von den Events



Impressionen vom Event

Filmkampagne für die Pflegeschulen des Landes Brandenburg

Bewerbung der neuen Pflegeausbildung

Ministerium für Soziales, Gesundheit, Integration und
Verbraucherschutz des Landes Brandenburg

In Zusammenarbeit mit den staatlich anerkannten Pflegeschulen in Brandenburg wurden Filme zur Bewerbung der neuen Pflegeausbildung erstellt und eingesetzt. Die Filme porträtieren die Pflegeschulen als Akteure der neuen Pflegeausbildung und werden für die Akquise von Auszubildenden eingesetzt. Das Projekt ist Teil des Paktes für Pflege und dient der Unterstützung der Ausbildungsakteure im Berufsfeld Pflege zur Sicherung des notwendigen Fachkräftebedarfes..

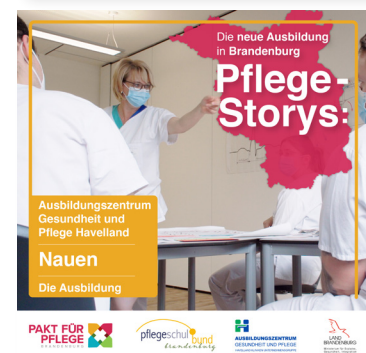
Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Film, Marketing, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Konzeptionierung, Organisation und Umsetzung von Werbefilmen für die Zielgruppe der potentiellen Auszubildenden in Brandenburg ab 15 Jahre mit Testimonials aus den Pflegeschulen
- + Konzeption und Einrichtung einer Landing-Page als Unterseite der Website des Pflegeschulbundes
- + Bewerbung der Filme über verschiedene Kanäle

Auftraggeber mit Anschrift:

Ministerium für Soziales, Gesundheit, Integration
und Verbraucherschutz
Henning-von-Tresckow-Straße 2-13
14467 Potsdam



Social-Media-Posts



Kundenfeedback

„Ich habe den Imagefilm unserer Geschäftsführung, dem Recruiting und der Presseabteilung gezeigt und alle sind begeistert. ... Tolle Arbeit von Ihrem Team. Wir freuen uns auf die Veröffentlichung unseres Imagefilmes!“

Anja Rummler

Schulleiterin
Ausbildungszentrum Gesundheit
und Pflege Havelland GmbH, Nauen



Pflegestorys
Kampagnenfilm

Kundenfeedback

„Habe das Video heute dem Team gezeigt. Alle waren begeistert. Danke!“

Henri Fröhlich

Schulleiter der Pflegeschule
Akademie für Sozial- und
Gesundheitsberufe GmbH,
Beelitz-Heilstätten



Pflegestorys
Schulfilm



Pflegestorys
Ausbildungsfilm



Pflegestorys
Best-of-Clip 1



Pflegestorys
Best-of-Clip 2

Webseitenauftritt

Digital Skills Map

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Berlin ist seit Ende 2017 Teil der Partnerschaft „Jobs & Skills“ der EU-Städteagenda. Ziel der Partnerschaft ist es, mit einem Aktionsplan konkrete Maßnahmen zur Beschäftigung und Qualifizierung in den Bereichen „bessere Regulierung“, „bessere Förderung“ und „besserer Wissenstransfer“ durchzuführen. Berlin bringt das Thema digitale Kompetenzen in der Aus- und Weiterbildung in die Partnerschaft ein. Um digitale Kompetenzen zu fördern und digitale Technologien in die berufliche Bildung integrieren zu können, werden erfolgreiche Projekte publik gemacht.

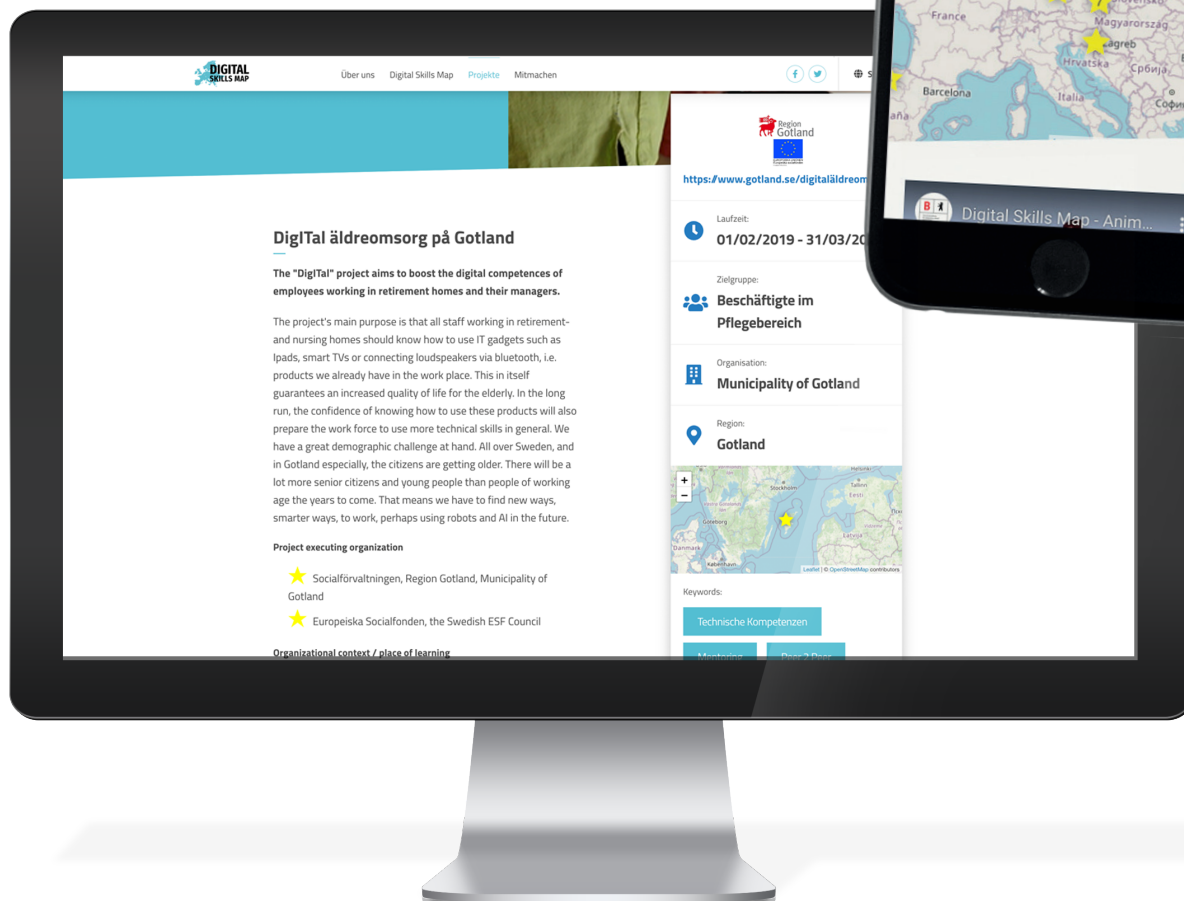
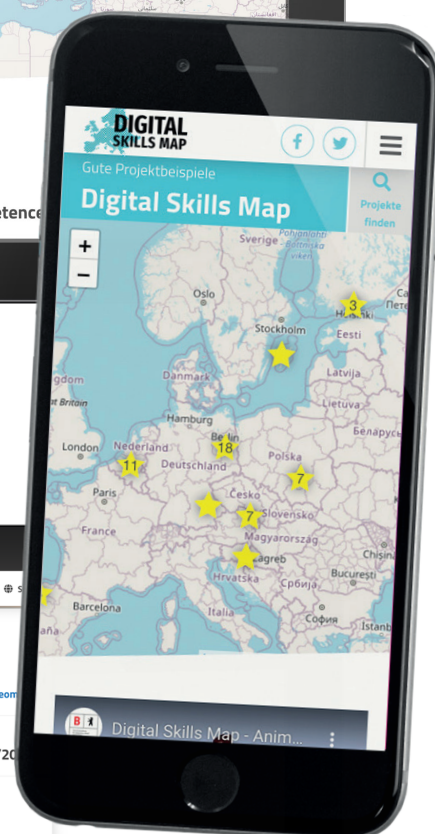
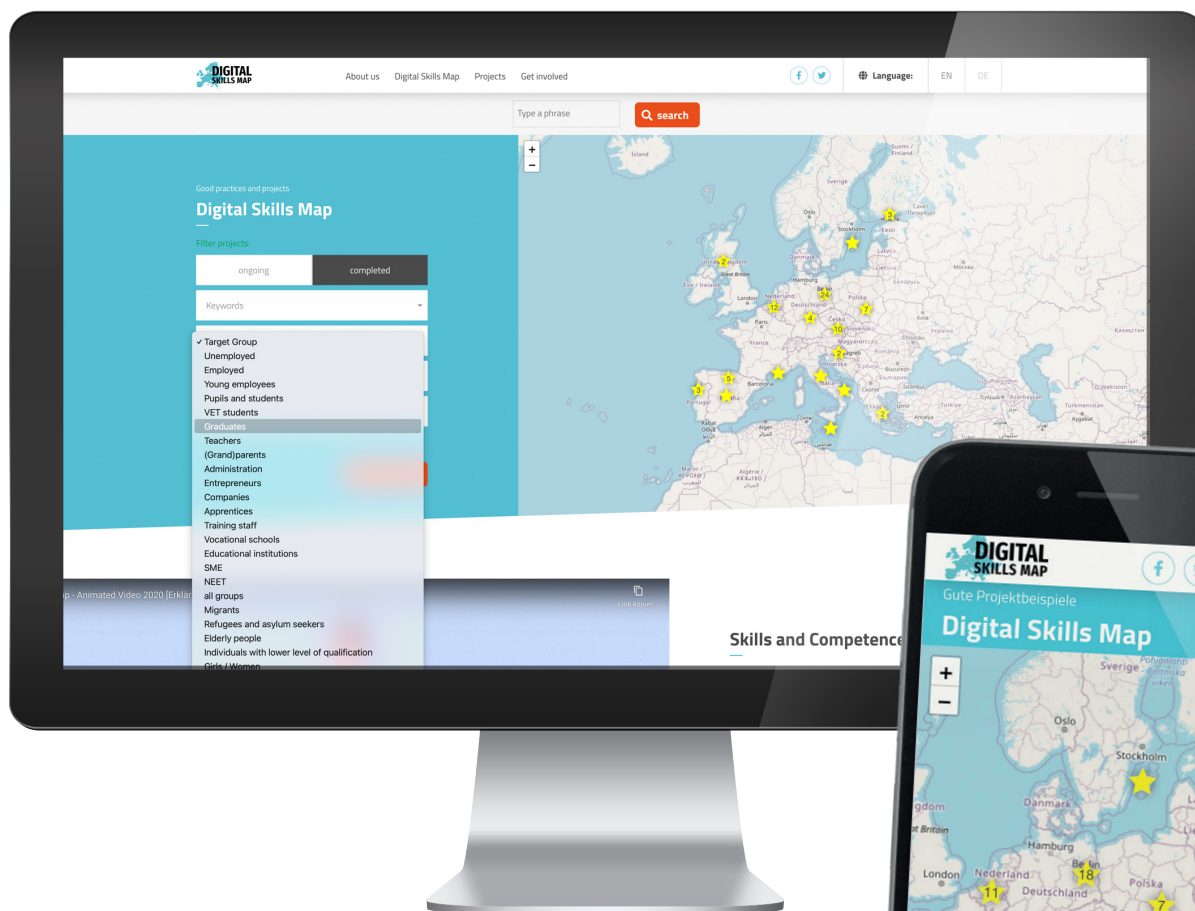
Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design & Programmierung

Maßnahmen:

- + Programmierung und UX/UI-Design
- + Pflege der Internet-Plattform



▲ Logo des Projekts



Berliner Ausbildungsoffensive

PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign (vom Kampagnenlogo bis zu Plakaten unter Anwendung des neuen Berlin-CDs), Bilddesign (vom Bildkonzept über Fotoshootings bis zur High-End-Bildretusche), UX/UI Design & Programmierung, Texte, Social Media, Filme, didaktische Materialien

Hintergrund

Eine qualitativ hochwertige gesundheitliche und pflegerische Versorgung ist ein unverzichtbarer Teil der Daseinsvorsorge.

Seit 2020 gilt das neue Pflegeberufegesetz, mit dem die bisherigen Ausbildungen in der Gesundheits- und Krankenpflege und der Altenpflege zu einem Pflegefachberuf zusammengefasst sind. Nach erfolgreichem Abschluss der dreijährigen Ausbildung zur Pflegefachfrau/zum Pflegefachmann kann in allen Pflegebereichen (z. B. im Krankenhaus, in Pflegeheimen oder in der ambulanten Pflege) gearbeitet werden. Dadurch gibt es mehr berufliche Perspektiven und Entwicklungsmöglichkeiten – nicht nur in Deutschland, sondern in allen Ländern der EU. Ziel ist, dem akuten Fachkräftemangel im Gesundheitswesen und in der Pflege entgegenzuwirken.

Ziele

- + Die Öffentlichkeit und vor allem junge Menschen über die Neuerungen im Pflegeberuf informieren
- + Junge Menschen für den neuen Pflegeberuf begeistern

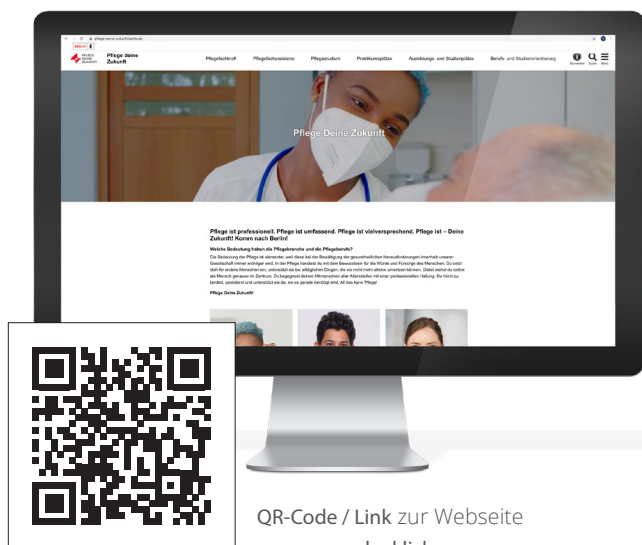
Maßnahmen

- + Entwicklung einer crossmedialen Öffentlichkeits-Kampagne
- + Ausspielung der Kampagnenmotive in Form von Plakaten und Anzeigen
- + Ausspielung der Kampagnenmotive und Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram und YouTube)
- + Videoformate: Imagefilm, Interviews mit Pfleger*innen, Pflege-Pädagog*innen und Pflege-Azubis (Einsatz von Azubi-Botschafter*innen)
- + Radiowerbung auf peergruppengerechten Sendern wie KISS FM und FLUX FM
- + Ideenlabs zur Ermittlung und Entwicklung von Corporate Design und Corporate Identity sowie zielgruppengerechte Ansprache
- + Entwicklung eines Corporate Designs und einer Corporate Identity
- + Entwicklung der Kampagnen-Webseite www.pflege-deine-zukunft.berlin.de
- + Fotoshootings
- + Didaktisches Material

PFLEGE DEINE ZUKUNFT



QR-Codes / Links
zum Kampagnen-
Hauptfilm (links) und
zu Einzelfilmen (unten)
› scannen oder
klicken



QR-Code / Link zur Webseite
› scannen oder klicken



Filmstills



PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Anna-Lena, Enny, Devine, Flora und Yannick
sind Auszubildende in der Pflege.
Und wer willst **DU** sein?
www.pflege-deine-zukunft.berlin.de

Werbe-Deckenbanner in den S-Bahnen



PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Devine (25) ist Auszubildende in
der Pflege. Und wer willst **DU** sein?

www.pflege-deine-zukunft.berlin.de



PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT

Senatsverwaltung
für Gesundheit, Pflege
und Gleichstellung

BERLIN





Die Motive der Plakatkampagne, verwendet als DIN A1 und als freischwebende Big Banner (4 x 6 Meter) in Bahnhöfen



**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**

Yannick (24) ist Auszubildender in
der Pflege. Und wer willst **DU** sein?
www.pflege-deine-zukunft.berlin.de

  **BERLIN** 




**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**

Enny (19) ist Auszubildende in
der Pflege. Und wer willst **DU** sein?
www.pflege-deine-zukunft.berlin.de

  **BERLIN** 




**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**

Flora (21) ist Auszubildende in
der Pflege. Und wer willst **DU** sein?
www.pflege-deine-zukunft.berlin.de

  **BERLIN** 




**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**

Anna-Lena (25) ist Auszubildende in
der Pflege. Und wer willst **DU** sein?
www.pflege-deine-zukunft.berlin.de

  **BERLIN** 





PFLEGE ALS BERUF

Hier kannst Du testen, wie viel Du bereits über Pflegeberufe weißt. Du bekommst durch die Beantwortung der Fragen auch einen Eindruck von den Pflegeberufen. Schau Dir die Videos (Link rechts) dazu an. Das hilft bei der Beantwortung der Fragen.



1. WAS IST MIT DER PFLEGEAUSBILDUNG PASSIERT?

Seit 2020 gilt das neue Pflegeberufsgesetz, mit dem die Berufe und Ausbildungen neu sortiert und geregelt wurden. Kennst Du die neue Berufsbezeichnung und kennst Du sie von den alten Ausbildungsberufen unterscheiden?

Bitte kreuze rechts an, ob es sich um einen **alten** oder **neuen** Ausbildungsberuf handelt.

alt	Ausbildungsberuf	neu
☐	Kinderkrankenschwester	☐
☐	Pflegefachmann/Pflegefachfrau	☐
☐	Krankenschwester / Krankenpfleger	☐
☐	Gesundheits- und Krankenpfleger/in	☐

2. WIE IST DIE AUSBILDUNG ORGANISIERT?

Jetzt geht es darum, wie die Ausbildung organisiert ist. Was meinst Du? Es gibt mehrere richtige Antworten, einfach ankreuzen.

- ☐ Die Azubis arbeiten den ganzen Tag im Krankenhaus und lernen dabei alle Wichtige.
- ☐ Während der Ausbildung haben die Azubis eine praktische Ausbildung in verschiedenen Pflege- und Gesundheitseinrichtungen und theoretischen und praktischen Unterricht in einer Pflegeschule.
- ☐ Die Ausbildung ist durch das Pflegeberufsgesetz bundesweit gleich geregelt. Sie endet mit einer staatlichen Prüfung.
- ☐ Die Ausbildung findet ausschließlich in der Schule statt. Dabei lernen die Azubis an Puppen.



HANDESINFEKTION - WIE ES GEHT UND WARUM ES WICHTIG IST

Wusstest Du, dass eine der wichtigsten Maßnahmen zur Vermeidung von Infektionen die hygienische Händedesinfektion ist?

Wenn Du Dich für einen Beruf in der Pflege interessierst, wird diese Tätigkeit zu den wichtigsten Handgriffen gehören, die Du täglich mehrmals ausführen wirst. Aber auch im privaten Bereich ist es sehr hilfreich, über dieses Thema einiges zu wissen.



1. RECHERCHE-AUFGABE

Jetzt sollst Du selbst ein wenig forschen und dann die folgenden Fragen beantworten:

- Warum müssen wir uns die Hände desinfizieren?
- Was ist Desinfektion?
- Wie funktioniert eine richtige Händedesinfektion?

Gib mal ins Internet und gib den Begriff **Händedesinfektion** ein. Schau Dir die Seiten an, die angezeigt werden.

Was ist Desinfektion?

Versteht Du es?

Nicht immer ist alles richtig, was Du findest. Also hilf selbst eine Auswahl und überprüfe die Ergebnisse mit mehreren Quellen.

Überlege das nebenstehende Blatt auf ein leeres Blatt Papier und nutze es als einfache Methode zum Ordnen von Notizen. Am Ende versuche Du, die Fragen (a.) zu beantworten.

Viel Spaß dabei.

1. Platz für Überschrift, Thema, Datum

2. Kernfragen
Platz für die Fragen Deiner Untersuchung.

3. Notizen
Hier notierst Du Dir die Antworten zu Deinen Fragen.

4. Zusammenfassung
Schreibe hier eine kurze Zusammenfassung Deiner Erkenntnisse.

ESSEN ANREICHEN

Essen ist doch super einfach! Na ja, das stimmt so nicht immer.

Stell Dir vor, Du hättest beide Arme im Gips und jemand müsste Dir beim Essen helfen.

Was denkst Du, wie das dabei richtig? Versuch mal, Dir den Händedruck entsprechend und in Deinen eigenen Worten zu beschreiben. Vielleicht fragst Du auch Personen in Deinem Umfeld.

Jetzt hast Du schon ein paar erste Gedanken gemacht. Die professionelle Hilfeleistung bei der Nahrungsaufnahme im Pflegeberuf erfordert ein hohes Maß an Fachwissen und Einfühlung in die pflegebedürftige Person. Die besondere Herausforderung ist, beim Essenreichen den natürlichen Vorgang des Essens möglichst nahezukommen.

Stell Dir vor, Du machst ein einfaches Praktikum in einem Krankenhaus oder Pflegeheim. Du sollst einer pflegebedürftigen Person, die nicht selber essen kann, das Essen anreichen.

1. ESSEN ANREICHEN UND PLATZWahl

Welche Position wählst Du bei einer Person wählen, um das Essen anzureichen und warum? Ein Tipp: Die Sitzhöhe des Essensplatzes spielt eine große Rolle bei der Entscheidung, welche Position zum Essen eingenommen werden kann.

Stell Dir den Zustand einer pflegebedürftigen Person vor und begründe Deine Wahl.

Wo wirdst Du den Teller platzieren? Zeichne die pflegebedürftige Person an den besten Ort zum Essen.

Begründe Deine Wahl. Falls etwas fehlt, zeichne es ein.

Setzt Du Dich dazu? Wenn ja, wo setzt Du Dich hin? Zeichne Deine Position ein.

Nutze für Deine Begründungen das Feld auf der folgenden Seite.

1

WAS HABST DU AUS DER PFLEGEAUSBILDUNG GELEBEN?

Jede Person übernimmt die Verantwortung. Du überlegst und am Ende. Das bedeutet, dass Du einiges drausholen musst. Was glaubst Du, was Pflege gehört? Es gibt mehrere richtige Antworten.

ge gehört...

berung der Gesundheit

schreiben von Medikamenten

berung vor Krankheiten oder der Verschlechterung der Gesundheit

berstung bei der Heilung von Krankheiten

berung von Krankheiten

berstung bei der Wiederherstellung von Fähigkeiten nach Krankheiten

berstung und Begleitung in allen Lebensphasen

berstung Sterbender

4. WAS VERDIENT ICH IN DER AUSBILDUNG ZUR PFLEGEFACHPERSON?

Mit dem neuen Pflegeberufsgesetz hat sich auch die Finanzierung der Krankenkassen, die Bundesländer, aber auch die Krankenkassen und Tungen zahlen alle gemeinsam in einen Topf ein, aus dem Deine Ausbildung finanziert wird. Dabei orientiert sich die Vergütung am Tarif des Dienstes.

Bitte kreuze die richtigen Aussagen an:

- ☐ Man verdient im ersten Ausbildungsjahr 52,00 € vor Abzügen
- ☐ Man verdient im zweiten Ausbildungsjahr 1.227,00 € vor Abzügen
- ☐ Man verdient im dritten Ausbildungsjahr 981,66 € nach Abzügen
- ☐ Man erhält während der gesamten Ausbildung Sachleistungen (bspw. Fahrkarten, Mittagessen)



HANDEICHUNG für Lehrkräfte, Eltern und Unterstützer:innen

Eigenes Entdecken, Ausprobieren und Lernen ist für Schüler:innen im Bereich der Berufsorientierung sehr wichtig. Die Website ist so konzipiert, dass sich Schüler:innen auch ohne Hilfe von Erwachsenen gut zurechtfinden. Natürlich können Sie als pädagogische Fachkräfte, Eltern oder Unterstützer:innen die Schüler:innen in ihren Prozess des Erkundens begleiten und unterstützen. Insbesondere in Klassen mit einem hohen Anteil Schüler:innen nichtdeutscher Herkunftssprache empfiehlt sich die Aneignung dieser Materialien mit speziell bildenden bzw. sprachnahen Materialien und Methoden.

ZU DEN MATERIALIEN

- Das hier vorgestellte Material soll der Berufsorientierung dienen und stellt keine Bildungsmaterialien zum Berufsbild dar.
- Alle Informationen sind so aufbereitet, dass sie von Schüler:innen selbstständig bearbeitet werden können. Lösungen werden in einem separaten Bereich für pädagogisches Personal, Eltern, Unterstützer:innen und auch für die Schüler:innen zur Selbstkontrolle bereitgestellt.

„WORKSHOP PFLEGE“

Die bereitgestellten Materialien folgen dem Workshop-Prinzip. Das heißt, dass die Module aufeinander aufbauen. So können Sie die Module nacheinander für die Arbeit mit den Schüler:innen nutzen. Je nach Kenntnisstand können Sie auch einzelne Module überspringen.

Wir schlagen vor, die inhaltliche Arbeit als „Workshop Pflege“ in drei Phasen zu planen:

Phase 1: Die Schüler:innen erhalten alle notwendigen Informationen zum Ausbildungsberuf, welche Zugangsbedingungen notwendig sind und welche Tätigkeiten zum Beruf gehören.

Phase 2: In dieser Phase sollen die Schüler:innen für die Pflegeberufe und die damit verbundenen Tätigkeiten sensibilisiert werden. Sie sollen selbst herausfinden, ob ihr Interesse geweckt wird.

Phase 3: In der Workshop-Phase 3 sind die bereitgestellten Materialien darauf ausgerichtet, die Schüler:innen zu eigenständigen Aktivitäten zu befähigen. Sie sollen sich selbstständig mit dem Beruf „Pflege“ auseinandersetzen.

METHODISCHE FORMATE DER MATERIALIEN

Quiz: mit einfachen Multiple-Choice Fragen zum Einstieg in ein Thema.

Lücken oder Fehlerhafte: sollen weiter auf das Thema hinarbeiten und mit den Fachbegriffen in der Pflege vertraut machen.

Selbstbeurteilungsaufgaben und Reflektionsfragen: sollen den Schüler:innen Wissen vermitteln und zeigen, ob sie als Personlichkeit für eine Tätigkeit in der Pflege geeignet sind.

Rechercheaufträge: die Schüler:innen lernen hier, sich Informationen selbst zu beschaffen und werden dabei auch mit einem Thema und bei der Erfüllung einfacher und übersichtlicher Notizen. Bei diesen Recherchen werden die Schüler:innen auch auf Informationen aufmerksam, deren Informationsquelle unterschiedliche Qualität hat. Insoweit sollen sie hier ein Aufgebot der Ergebnisse bspw. im Unterricht oder in einem Gespräch an.

Praxisübungen: Wir empfehlen, Praxisübungen für alle Themen zu organisieren. Diese Praxisübungen sollen den Schüler:innen eine konkrete Erfahrung vermitteln. Die Praxisübungen sollen auch in der Phase 3 durchgeführt werden.

Praxisübungen: Wir empfehlen, Praxisübungen für alle Themen zu organisieren. Diese Praxisübungen sollen den Schüler:innen eine konkrete Erfahrung vermitteln. Die Praxisübungen sollen auch in der Phase 3 durchgeführt werden.

LÖSUNGSBLATT

GUTE SEITEN FÜR DIE RECHERCHE:

Aktion Saubere Hände der Charité Universitätsmedizin Berlin: www.charite-sauberehaende.de

Leitfaden Pflegepraktikum der Senatsverwaltung für Arbeit, Integration und Frauen: www.senatsverwaltung.de/assnt/Uploads/Leitfaden-Praktikum-Pflege2.pdf

2. PRAXISÜBUNG

Die Praxisübung kommt Du als eine Art „Steckbrief“ leicht zu Hause durchführen. Vielleicht hastest Du ja auch alles zur Hand was das wichtig ist.

Frage vielleicht auch Freund:innen oder Eltern wie sie es machen. Was ist Dir leichtgefallen? Was war wirklich schwer?

Sieh Dir noch einmal an, wie die Desinfektion funktioniert. Falls Du unsicher bist. Auch hier gilt: Je öfter Du diese Tätigkeit ausführt desto sicherer wirst Du.

1. RECHERCHE-AUFGABE

Lösungsworschläge zu den Fragen:

Warum müssen wir uns die Hände desinfizieren?

Auf der menschlichen Haut wie auch auf unbedeckten Oberflächen können Krankheitserreger unterschiedlich lange überleben und über die Hände an einen anderen Ort transportiert werden. Die Händedesinfektion ist ein einfacher, sehr effektiver Weg, die Ausbreitung von Krankheitserregern zu reduzieren und ist zudem viel kostengünstiger als normales Händewaschen. Neben dem eingesetzten Desinfektionsmittel ist die richtige Anwendung entscheidend für den Erfolg.

Was ist Desinfektion?

Die Desinfektion ist eine Hygienemaßnahme, die dazu dient, Krankheitserreger abzutöten oder zu inaktivieren und dadurch ihre Anzahl auf oder in einem Objekt bzw. auf einer biologischen Oberfläche deutlich zu reduzieren. Angebracht wird dabei ein Zustand, in dem eine Infektion nicht mehr wahrscheinlich ist.

Wie funktioniert eine richtige Händedesinfektion?

Die übliche Einwirkzeit der meisten Händedesinfektionsmittel beträgt 30 Sekunden. Das bedeutet, dass ein Handtrockner, der die entsprechende Zeit ausreichend feucht gehalten wurden, eine sichere Keimreduktion aufweisen. In der Praxis zeigt sich, dass häufig die gleichen Handflächen unzureichend desinfiziert werden. Es gibt verschiedene Schemata, nach welchen eine Händedesinfektion durchgeführt werden kann. Alle sind vergleichbar gut. Wichtig ist, dass bei der Händedesinfektion immer gleich vorgegangen wird, so werden sämtliche Bereiche der Hände richtig desinfiziert und kein Schritt vergessen. Bereiche, welche häufig vergessen und deshalb immer besonders aufmerksam gereinigt werden sollten, sind: die Fingerspitzen, die Handgelenke, die Unterarmen.

RIFFE ZUM THEMA „ESSEN ANREICHEN“

griffe und Formulierungen aus der Begriffswelt, die nicht passen. Begründe Deine Entscheidung



Du hast es sicher schon gemerkt - Essen anreichen ist eine komplexe pflegerische Aufgabe. Sie setzt Kenntnisse zu Abläufen und Verhaltensbeobachtung voraus. Eine einfühlsame, empathische Herangehensweise ist sehr wichtig.

Fortführung und Erweiterung

Berufs- und Studienorientierungs- kampagne PFLEGE DEINE ZUKUNFT

Senatsverwaltung für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign (vom Kampagnenlogo bis zu Plakaten unter Anwendung des neuen Berlin-CDs), Bilddesign (vom Bildkonzept über Fotoshootings bis zur High-End-Bildretusche), UX/UI Design & Programmierung, Texte, Social Media, Filme, didaktische Materialien

Ziele

Die Kampagne #PflegeDeineZukunft hat zum Ziel mittels Formaten der Berufs- und Studienorientierung in Schulen und Betrieben mehr Jugendliche für eine Ausbildung in der Pflege zu motivieren. Eine flankierende Werbekampagne unterstützt und spricht weitere Zielgruppen für eine Pflegefachkraft- oder Pflegefachassistenten- ausbildung an.

Maßnahmen

- + Entwicklung von fachdidaktischen Konzepten und Materialien zur Berufsorientierung für die 7. bis 10. Klasse
- + Vermittlung, Vernetzung und Schulung:
 - Durchführung von IdeenLabs in Schulen zum Test der didaktischen Materialien
 - Schulung und Einsatz von Ausbildungsbotschafter:innen und Pflegebotschafter:innen in Schulen bei Projekttagen
- + Konzeption und Durchführung von Projekttagen zur Berufsorientierung in Kooperation mit Pflegeeinrichtungen an Schulen
- + Konzeption und Umsetzung einer Imagekampagne:
 - Entwicklung einer crossmedialen Öffentlichkeits-Kampagne
 - Ausspielung der Kampagnenmotive in Form von Plakaten und Schaltung als InApp-Werbung und Spotify-Werbung
 - Ausspielung der Kampagnenmotive und Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok)
 - Videoformate: Imagefilm, Interviews mit Senatorin, Staatssekretär und Pflege-Azubis (Einsatz von Azubi-Botschafter*innen)
 - Fotoshootings
- + Fortentwicklung und Erweiterung der Webseite www.pflege-deine-zukunft.berlin.de

**Starte deine
Ausbildung oder
dein Praktikum
in der Pflege:**

www.pflege-deine-zukunft.berlin.de



**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**



Seitenerstellung
für Wissenschaft, Gesundheit,
Pflege und Gesundheitsberufe

BERLIN



**Starte deine
Ausbildung oder
dein Praktikum
in der Pflege:**

www.pflege-deine-zukunft.berlin.de



**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**



Seitenerstellung
für Wissenschaft, Gesundheit,
Pflege und Gesundheitsberufe

BERLIN



**Starte deine
Ausbildung oder
dein Praktikum
in der Pflege:**

www.pflege-deine-zukunft.berlin.de



**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**



Seitenerstellung
für Wissenschaft, Gesundheit,
Pflege und Gesundheitsberufe

BERLIN



**Starte deine
Ausbildung oder
dein Praktikum
in der Pflege:**

www.pflege-deine-zukunft.berlin.de



**PFLEGE
DEINE
ZUKUNFT**



Seitenerstellung
für Wissenschaft, Gesundheit,
Pflege und Gesundheitsberufe

BERLIN



Köch*innen-Wettbewerb

Creative Cup

AOK Nordost

Der jährliche gastronomische Wettbewerb **Creative Cup** startete im Zusammenspiel mit unserem AOK Nordost-Projekt FUTURE FOR US im Jahr 2013 als **FUTURE FOR US Creative Cup Berlin-Brandenburg**.

Schirmherr von **FUTURE FOR US** und dem **Creative Cup Berlin-Brandenburg** war von 2010 bis 2017 der heutige Bundespräsident **Frank-Walter Steinmeier**. Der Wettbewerb stand seit 2018 unter der Schirmherrschaft des Regierenden Bürgermeisters von Berlin.

Kochen ist mehr als nur eine Zubereitung von Nahrung. Kochen ist eine Kunstform mit ebenso vielen Facetten wie Geschmacksrichtungen. Das beweisen Koch-Azubis in diesem alljährlich stattfindenden Wettbewerb. Sie kreieren thematische Menüs und zeigen ihr Können am Herd. Für einen Abend vereint sich die Branche zu einem genussvollen Galaabend mit prominenten Gästen.

Ziel des Wettbewerbs ist es, die Berliner Gastro-Szene als attraktive*n Arbeit-geber*in für kommende Fachkräfte zu stärken.



Nach vielen erfolgreichen Veranstaltungen im **Ludwig-Erhard-Haus der IHK Berlin** wurde der **Creative Cup** im Jahr 2020 neu justiert. Als **Creative Cup Vegan-Vegetarisch** fühlt er sich von nun an dem modernen nachhaltigen Kochen verpflichtet. Der Wettbewerb greift die urbanen

Entwicklungen in der Gastro-Szene aktiv auf und ist damit bundesweit der **erste und einzige Kochwettbewerb für vegan-vegetarische Gerichte**.

Schirmherr dieses ersten Wettbewerbs war der damalige Regierende Bürgermeister **Michael Müller**.

Wir präsentieren das Event in Zusammenarbeit mit Berliner Innungen und Verbänden aus der Gastronomie sowie diversen Ausbildungsprojekten.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Pressearbeit, Film, Eventmanagement, Projektmanagement

Auftraggeber mit Anschrift:

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales
Oranienstraße 106
10969 Berlin

Maßnahmen

- + Gestaltung, Planung und Umsetzung der Veranstaltung
- + Breitgefächerte Kommunikation zur Teilnehmer*innenakquise



Rückblick 2021

Interview
Sophia Hoffmann



Rückblick 2019

QR-Codes / Links zu den Filmen › scannen oder klicken



▲ Impressionen von den Veranstaltungen



▲ Social-Media-Header
◀ Dokumentation

Kommunikationsmittel und -strategie

Vermarktung der BGF Koordinierungsstellen Berlin und Brandenburg

vdek – Verband der Ersatzkassen e. V.

Zur Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der BGF Koordinierungsstellen Berlin und Brandenburg wurde ein Erklärfilm produziert, der die Vorteile der betrieblichen Gesundheitsförderung für Unternehmen in leicht verständlicher Weise präsentiert.

Kommunikationsbausteine: Erklärfilm

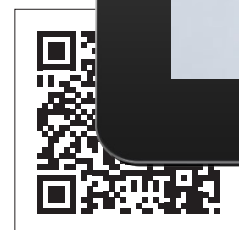
Maßnahmen

- + Konzeption, Gestaltung und Produktion eines Erklärfilms

Auftraggeber mit Anschrift:

Verband der Ersatzkassen e. V. (vdek)
Landesvertretung Berlin/Brandenburg
Friedrichstraße 50-55
10117 Berlin

BGF Erklärfilm
QR-Codes / Link
> scannen oder klicken





Ausbildungsprojekt

Hauswirtschaft... immer wieder neu!

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels in der Gesellschaft gibt es einen steigenden Bedarf an ausgebildeten Hauswirtschaftler*innen. Das Berufsfeld nimmt eine herausragende Rolle bei der Versorgung und Betreuung einer Vielzahl von Bevölkerungsgruppen ein. Im Ausbildungsberuf Hauswirtschaftler*in ist die Abbrecherquote besonders hoch. Die damit einhergehende Versorgungslücke bei den hauswirtschaftlichen Dienstleistungen muss durch gezielte Maßnahmen zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und einer Imageverbesserung geschlossen werden.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Pressearbeit, Film, Eventmanagement, Projektmanagement, Didaktisches Material

Maßnahmen

- + Design und Programmierung der Webseite www.immer-wieder-neu.de (mit eigenem Blogbereich)
- + Teilnahme und Durchführung von Veranstaltungen zur Berufsorientierung sowie Realisierung von Ausbildungskampagnen im Berliner Stadtraum (z. B. „Kulturbuntes Matching“)
 - + Vermittlung von Betriebskontakten für Praktika und Ausbildungsplätze im Berufsfeld Hauswirtschaft
 - + Durchführung von didaktisch anspruchsvollen Workshops zum Ausbildungsberuf Hauswirtschaftler*in für Ausbilder*innen und Auszubildende
 - + Bereitstellung von didaktischen Lehrmaterialien für den WAT-Unterricht an Schulen sowie im Rahmen der hauswirtschaftlichen Ausbildung
 - + Vernetzung mit Ausbildungsbetrieben, Schulen sowie Fachverbänden und weiteren Experten aus dem Berufsfeld Hauswirtschaft
 - + Kampagnenkommunikation durch eigene Social-Media-Kanäle (Instagram, Facebook, Pinterest)
 - + Veröffentlichung von Presseartikeln in Fachmagazinen und weiteren Printmedien



Hauswirtschaft
immer-wieder-neu.de

**Mehr
als Du
erwartest!**

Von der digitalen Arbeitsorganisation
bis zur nachhaltigen Wartung:
In der Ausbildung zum*r Hauswirtschaftler*in
kannst Du viele Stärken ausspielen.

Berlin **BERLIN**

www.immer-wieder-neu.de
#MehrAlsDuErwartest

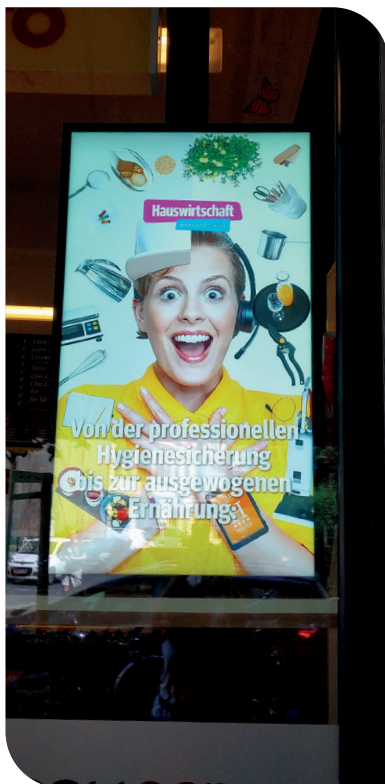
Hauswirtschaft
immer-wieder-neu.de

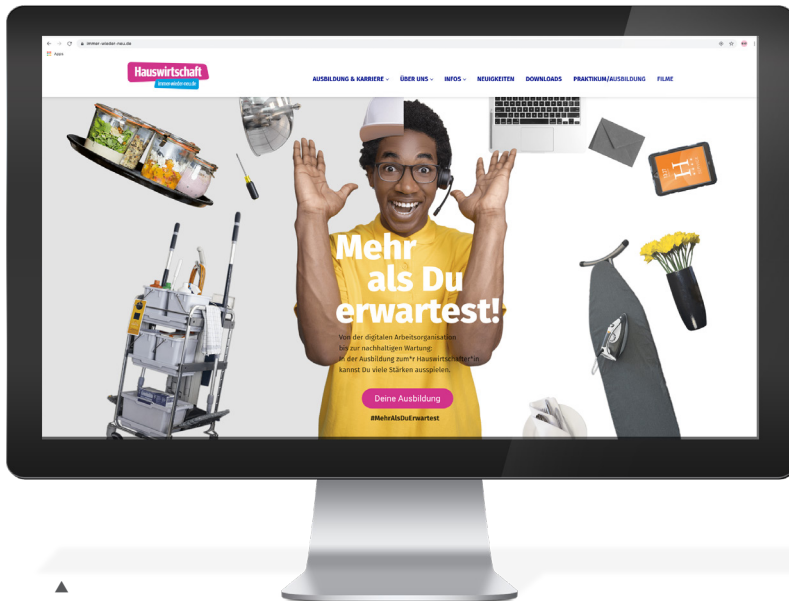
**Mehr
als Du
erwartest!**

Von der professionellen Hygienesicherung
bis zur ausgewogenen Ernährung:
In der Ausbildung zum*r Hauswirtschaftler*in
kannst Du viele Stärken ausspielen.

Berlin **BERLIN**

www.immer-wieder-neu.de
#MehrAlsDuErwartest





Internetpräsenz



Entwicklung der Wort-Bild-Marke

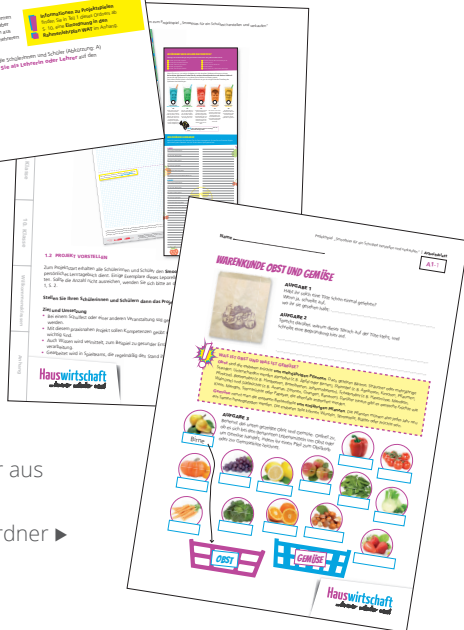
Werde ein Alleskönner!

Planungsheld · Marketingtalent · Versorgungsprofi



Konzeption der Kampagnenmotive und Durchführung des Fotoshootings

◀ Social-Media-Aktivitäten
u.a. mit
neu produzierten Filmen ▶



▲ Arbeitsblätter aus
dem
Lehrkräfte-Ordner ▶



▶ Betriebe-Ordner



◀ Lehrkräfte-
Ordner



◀ Info-Flyer in mehreren
Sprachen

Veranstaltung

Aktionstag Hauswirtschaft

Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Mit Unterstützung der Neuköllner Bezirksbürgermeisterin Franziska Giffey, fand der Aktionstag u.a. in der Rathaukantine des Bezirksamts Neukölln statt.



Veranstaltung

Kulturbuntes Matching

In Kooperation mit der IHK Berlin, AOK Nordost und der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Bei dieser Veranstaltungsreihe steht das Matching von Jugendlichen aus berufsorientierenden Lehrgängen der Oberstufenzentren und Willkommensklassen mit Vertreter*innen aus Betrieben im Mittelpunkt. Dabei wird den Jugendlichen die Vielfalt des Berufs Hauswirtschafter/Hauswirtschafterin mit seinen Chancen und Perspektiven vorgestellt. Bei der aktiven Zusammenarbeit zwischen Jugendlichen und Vertreter*innen der Betriebe wird die Kontaktschwelle gesenkt und ein nachhaltiges Matching ermöglicht.



Veranstaltungslogo

Integration trifft Wirtschaft

Dokumentationsbuch

Integration trifft Wirtschaft

SETCARD



Name
Ugiae Nis Voluptatem

Vorname
Plaut vendaeum

Geburtsdatum **00.00.0000**

E-Mail **Ugiae@nisvoluptatem.de**

Telefonnummer **00000000000000**

Andere Kontaktmöglichkeit
Plau facia de volorempossi diat aut ommodis sitaturero od modistori di reptatur Apicil Ibusdam aut utempnam volorro.

Integration trifft Wirtschaft

MATCHING SAMMELKARTE

hing A	Matching B
hing C	Matching D
hing E	Matching F

swirtschaft FUTURE FORUS Partner: IHK Berlin AOK Nordost Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales

Sedcards

Stempel-Sammelkarte



Kommunikationsmaßnahmen

Topfit mit der AOK Nordost, ehem. FUTURE FOR US

AOK Nordost – Betriebliches Gesundheitsmanagement

Zur Erfüllung ihrer Präventionspflicht hat die AOK Nordost eine Netzwerk-Initiative ins Leben gerufen. Mit den Modulen Ernährung, Bewegung, Stress- und Suchtprävention wird ein Bewusstsein für die mentale und physische Gesundheit von Azubis geschaffen. Gleichzeitig werden Geschäftskunden der AOK Nordost aus Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern dazu motiviert, sich stärker im Bereich BGM für ihre Azubis einzusetzen. Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier war Schirmherr der Initiative. Zusammen mit Starkoch Johann Lafer unterstützte er persönlich die Veranstaltungen der Initiative.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Eventmanagement, Projektmanagement, Didaktisches Material

Maßnahmen

- + Kommunikation im B2B-Bereich
- + Print-Dokumentationen
- + Begleitung und Dokumentation von Veranstaltungen via Social Media (Facebook, Instagram und YouTube)
- + Inhaltliche Ausgestaltung und Durchführung von über 100 Workshops, Seminaren und Exkursionen für Auszubildende in Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern zu den Themen Ernährung, Bewegung, Stress und Sucht mit Wettbewerbscharakter
 - + Veranstaltung mit Wettbewerbs-Komponente: FUTURE FOR US
 - + Evaluation und Dokumentation aller Tätigkeiten und Aktionen Wettbewerbscharakter
 - + Veranstaltungen mit Wettbewerbs-Komponente
 - + Evaluation und Dokumentation aller Tätigkeiten und Aktionen



Frank-Walter Steinmeier,
05.2010 bis 02.2017 Schirm-
herr von FUTURE FOR US





1.

WAS MÜSSEN WIR WISSEN? RECHERCHEPHASE

- Was ist eine Firma? Was ist ein Unternehmen?
- Welche Rechtsformen gibt es?
- Welche Rechtsformen kommen in der Schule in Frage?
- Was bedeutet gesunde Ernährung und Prävention?
- Was bedeutet Nachhaltigkeit?
- Welche Verarbeitungsprozesse existieren?

2.

DIE GESCHÄFTSIDEE WIRD ENTWICKELT

- Wie lautet die Geschäftsidee unserer FUTURE FOR US Schülerfirma?
- Was unterscheidet uns von anderen Schülerfirmen? (Alleinstellungsmerkmal/Konkurrenzbeobachtung)
- Anzahl der Teilnehmer/innen festlegen
- Unternehmensform festlegen
- Firmennamen finden
- Business- und Marketingplan entwickeln
- Startkapital und Finanzierung klären (z.B. Sponsoren finden)

3.

WIE GEHT'S LOS? GRÜNDUNGSPHASE

- Produktbeschaffung klären: Woher beziehen wir unsere Produkte? (z.B. Kooperation mit FUTURE FOR US Schülern, „Anbau“, Öko-Bauern, Hofladen, Cafeteria etc.)
- Verarbeitungsstelle und -möglichkeiten finden: Wo können wir das Produkt verarbeiten? (Tipp: FUTURE FOR US Kooperationspartner ansprechen. Vielleicht dürft ihr vor Ort Obst und Früchte selber verarbeiten.)
- Umfang der Leistungen einer FUTURE FOR US Schülerfirma festlegen (Rezepte, Arbeitsmittel etc.)
- Räumlichkeiten finden (z.B. Büro, Küche, Lager)
- Arbeitsbereiche festlegen
- Versicherungsfragen klären
- Geschäftsführer bestimmen
- Firmensatz gründen
- Buchhaltung anlegen
- Formulierung von Arbeitsverträgen
- Einstellungsgespräche führen
- Arbeitsbereiche zuordnen
- Projektzeiten und Arbeitszeiten festlegen (Zeitplan)
- Über Sicherheit am Arbeitsplatz informieren
- Hygiene-Grundlagen erarbeiten
- Mengenkapazität und Verkaufsmöglichkeiten klären (z.B. Kooperation mit FUTURE FOR US Schülerfirmen, Handel & Vertrieb auf Schulhof, als Catering, auf Veranstaltungen etc.)
- Liefernetz abstimmen und festlegen (Zeitplan)
- Werbemaßnahmen überlegen (z.B. Flyer, Internetversand, Geschäftsausstattung)
- Wie kann der Erfolg gemessen werden? Instrumente der Erfolgsmessung festlegen
- Was machen wir mit dem Gewinn? Gewinnverwendung in Zusammenarbeit mit der Schule festlegen
- Gegenstrategien bei möglichen Verlusten überlegen

4.

SUCHE NACH PROJEKT- UND HANDELSPARTNERN

- Für Beschaffungs-, Einkaufs- und Verkaufsmöglichkeiten
- Für Informationsveranstaltungen (z.B. Bio-Siegel, Produktinformationen)
- Andere FUTURE FOR US Schülerfirmen finden, die Waren und Produkte liefern

5.

DURCHFÜHRUNG

- Rezepte vorbereiten
- Darreichungsform und Verpackungen überlegen
- Zutaten und Verpackung (z.B. Gläser, Etiketten) besorgen
- Preise für Euro Ware/Euro Produkte ermitteln (Kostenrechnung)
- Verarbeitung
- Hygienekonzepte beachten
- Testessen-verkostung
- Adressen
- Händlerakquise
- Transport/Logistik der Ware/Produkte
- Laufende Buchhaltung

6.

WOMIT STEHT UNS DIE AOK ZUR SEITE?

- Bei der Suche nach regionalen Wirtschaftspartnern z.B. Sponsoren für die Beschaffung von Produkten, der Produktion, des Vertriebs und der Betriebsorganisation, nach Bio-Betrieben, Händlern oder Banken
- Unterstützung bei Antragstellungen, Projekttagen und Projektkonferenzen
- Zusätzliche Werbung durch Synergieeffekt der FUTURE FOR US Kampagne und Teilnahme einer FUTURE FOR US Schülerfirma an Presseaktionen der AOK
- Einladung von Experten der FUTURE FOR US Kooperationspartner und der AOK zu ausgewählten Themen
- Die AOK bietet Grundlagenwissen rund um die gesunde Ernährung zu Inhaltsstoffen und Rezepten

7.

SCHULJAHRESABSCHLUSS

- Gewinn/Verlust
- Projektbeurteilung
- Abschlussbericht für FUTURE FOR US Projektpartner
- Zukünftige Zielsetzung

www.aok-on.de/nordost

www.future-for-us.de

FUTURE FORUS

Erlebe neue Wege mit Deiner
AOK – Die Gesundheitskasse

Logo



▲ Infopläne / Leporello

Flyer



▲ Kleidungsbranding

Fotodokumentation





Abb. 7 ►



◀ Abb. 8

- Abb. 7
- Dokumentationen
- Creative Cup
- Abb. 8
- Seminar- und Exkursionsplan
- Abb. 9
- Flyer
- Abb. 10
- Messewand
- Abb. 11
- Fotobuch
- Abb. 12
- Unterrichtsmaterial
- Abb. 13
- Leporello



◀ Abb. 10



Abb. 11



Abb. 12



Abb. 9

Abb. 13



Personalkampagne

#werdesimeon

Diakoniewerk Simeon gGmbH

Das Diakoniewerk Simeon gGmbH ist eine soziale, gemeinnützige Organisation, die im Namen der evangelischen Kirche Hilfebedürftige unterstützt und für sie eintritt. Mehr als 1.200 Mitarbeitende sind unter dem Dach des Diakoniewerks Simeon an fast 90 Standorten in Berlin und Brandenburg für und mit Menschen tätig. Mit einer gezielten Personalkampagne will das Diakoniewerk Simeon gGmbH Fachkräfte in den Bereichen Jugend-, Pflege- und Behindertenarbeit gewinnen. Da die soziale Arbeit mit viel Empathie verbunden ist, stellt die ganzheitlichen Print-, Film- und Online-Kampagne Menschen in den Vordergrund. Die eigenen Mitarbeiter*innen wurden Botschafter*innen für den*die eigene*n Arbeitgeber*in. Dazu wurden emotionale und authentische Bilder von Mitarbeiter*innen erzeugt, die durch sympathische Slogans untermauert sind.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Film

Maßnahmen

- + Foto-Shootings und Filmdrehs mit Mitarbeiter*innen der Diakoniewerk Simeon gGmbH
- + Ausspielung der Kampagnenmotive als Plakate, CityCards und Anzeigen
- + Kommunikation der Motive über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)
- + Ausspielung der Kampagnenmotive und Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)



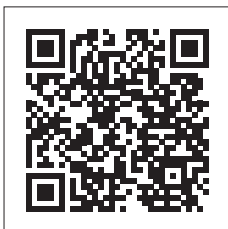
Film Stills



Die Kampagnenmotive als Plakat (oben rechts und unten)

QR-Codes / Links zu den Kampagnen-Hauptfilmen

> scannen oder klicken



Hier kannst
du dich
entfalten!



Dein Strahlen
begeistert
uns!



Unsere Vielfalt
lebt von deiner
Farbe!



Kampagnenmotive 1 - 4 als Plakat ►

Kommunikation

Markenentwicklung, Kommunikation & Messeauftritt

Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

Der Wirtschaftsverband „Die Deutsche Bauindustrie“ vertritt die Interessen der deutschen Bauindustrie gegenüber dem*der Gesetzgeber*in, der Regierung und der Verwaltung. Als Arbeitgeber*innenspitzenverband nimmt der Verband sozial- und tarifpolitische Interessen gegenüber Gewerkschaften, Öffentlichkeit und Staat wahr. Die planen bauen 4.0 GmbH ist eine Initiative aller relevanten Verbände und Kammerorganisationen der Wertschöpfungskette Planen, Bauen und Betreiben in Deutschland.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Eventmanagement, Projektmanagement

Maßnahmen

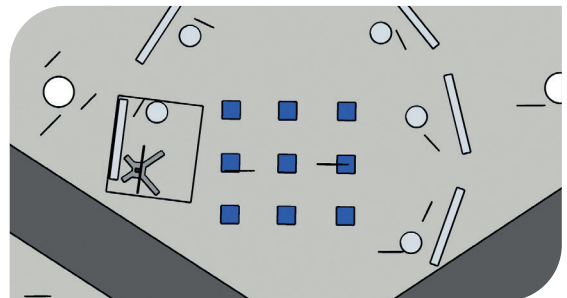
- + Überarbeitung des Hauptlogos der Deutschen Bauindustrie
- + Entwicklung der Logos ComTech (technischer Unterbereich) und ELVIRA (Konjunkturdatenbank)
- + Gestaltung diverser Banner, Einladungen und Broschüren
- + Gestaltung und Produktion eines Messestands, einer Lounge und von Matching-Veranstaltungen für den „Tag der Deutschen Bauindustrie“
- + Konzeption und Umsetzung des Buchs „Bauindustrie international“ sowie der PBDE-Denkschrift
- + Gestaltung der Flyerсерien „Technische Briefe“ und „Bundesfachabteilung“
- + Gestaltung von Werbemitteln (Newsletter, Roll-ups, Flaggen, Geschäftspapier u.a.m.)
- + Konzeption, Illustration und Gestaltung des Newsletters „THERMinator“ (Bundesfachabteilung Wärme-, Kälte-, Schall- und Brandschutz)
- + Monatliche Erstellung der Konjunkturdaten mit webbasierter Grafik
- + Gestaltung, Organisation und Projektmanagement für die Außenfassade der Deutschen Bauindustrie

►
Matching-Veranstaltung mit
Firmenvertretern
der Deutschen Bauindustrie und
interessierten Schüler*innen.



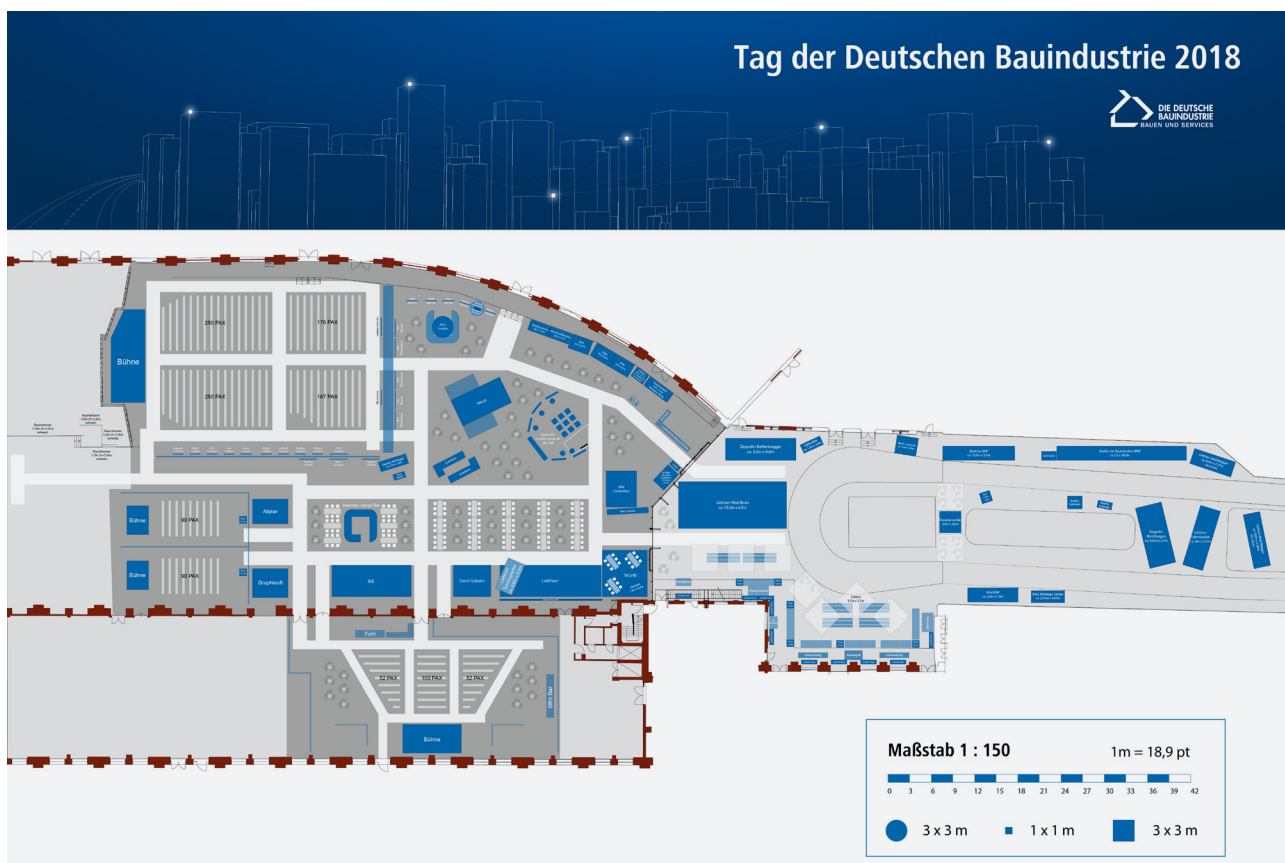


Stand der Landesvertretungen



▲ 3-D-Entwurf der DBI-Lounge mit integrierter Info-Säule (oben links) und Stand der Landesvertretungen (unten rechts)

Messeplan





Info-Säule der Deutschen Bauindustrie International



DBI-Messestand

Messefahne





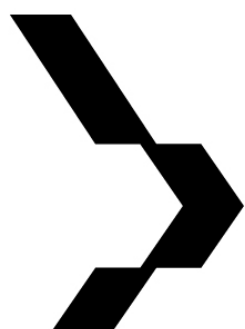
Design neues Hauptverbandslogo
4C | negativ | schwarz-weiß

ELVIRA

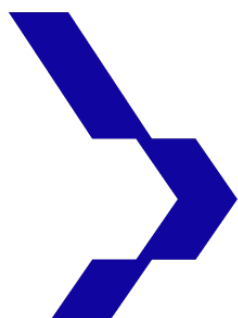
Statistikdatenbank der Bauindustrie

ELVIRA

Statistikdatenbank des ZVEI



**ConTech
Deutschland**
BAUINDUSTRIE



**ConTech
Deutschland**
BAUINDUSTRIE

Baukonjunktur im August 2023

Auftragseingang profitiert weiterhin von Großprojekten im Bahnbau

BAUINDUSTRIE

Auftragseingang*
im Bauhauptgewerbe, zum Vorjahr
real, kalenderbereinigt



Umsatz*
im Bauhauptgewerbe, zum Vorjahr, real



* Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

© Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e. V. | Stand: 25.10.2023
Ansprechpartnerin: Petra Kraus, petra.kraus@bauindustrie.de

Quelle: Statistisches Bundesamt

Baukonjunktur im Oktober 2025:

Auftragseingang und Umsatz im Plus.

BAUINDUSTRIE

Auftragseingang*

im Bauhauptgewerbe, zum Vorjahr,
real, kalenderbereinigt



Oktober 2025



Jan.- Okt. 2025

Umsatz*

im Bauhauptgewerbe,
zum Vorjahr, real

* Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

© Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e.V. | Stand: 23.12. 2025, Ansprechpartnerin: Petra Kraus, petra.kraus@bauindustrie.de

Quelle: Statistisches Bundesamt

BAUINDUSTRIE

THERMinator

BAUINDUSTRIE

THERMinator

NEWSLETTER DER BFA WKSb
Juli 2021 | Nr. 06

**Traumjob Klimaschützer:
Wo bleibt der Nachwuchs?**

**KÜMMERE DICH
JEDEN TAG UM
UNSERE UMWELT.**

**WERDE KLIMASCHÜTZER
WERDE INDUSTRIE-ISOLIERER!**

DIE THEMEN: S. 2 Traumberuf Klimaschützer: Wo bleibt der Nachwuchs? | S. 4 Neues aus Normung und Technik | S. 5 Eif-Dämmstudie: 40 Mt Treibhausgas-Einsparpotenzial | S. 7 Aktuelle wichtige nationale und europäische Termine (S. 7) (Achtung Werbung für den Iso-Azubi) | S. 8 Informationen zu den Technischen und Kaufmännischen Berufen der Bundesfachabteilung Wärme-, Kälte-, Schall- und Brandschutz

**BAUFENNE MEHR • BEWIRB DICH AUF
WWW.ISO-AZUBI.DE**

Wo bleibt der Nachwuchs?

Kirschland hat es der Bundesregierung überlassen, die Verantwortung für den Fachkräftemangel zu übernehmen. Der Interministerielle Arbeitskreis (IAPAC) hat für verfahrenstechnische und wirtschaftliche Aspekte einen CO₂-Rechner entwickelt. Dieser Rechner ist ein wichtiges Instrument für die Bundesregierung, um die Auswirkungen des Klimawandels zu berechnen. Er zeigt, dass die Bundesregierung die Verantwortung für den Fachkräftemangel zu übernehmen hat. Der IAPAC hat für verfahrenstechnische und wirtschaftliche Aspekte einen CO₂-Rechner entwickelt. Dieser Rechner ist ein wichtiges Instrument für die Bundesregierung, um die Auswirkungen des Klimawandels zu berechnen. Er zeigt, dass die Bundesregierung die Verantwortung für den Fachkräftemangel zu übernehmen hat.

Eif-Dämmstudie

40 Mt Treibhausgas-Einsparpotenzial

Wirden sämtliche Industrieanlagen in der EU nach VDI 4600 Energieklasse C getrennt, könnten in der Industrie jährlich rund 18 Mio. (Megatonnen Öläquivalent) oder rund 163 Millionen MWh Energie und so auch 40 Mt im durchschnittlichen Treibhausgas eingespart werden. Das entspricht dem jährlichen Energieverbrauch von rund 10 Millionen europäischen Haushalten oder 20 Millionen Autos im Verbrennungsmotor!

Allen Deutschlands Industrie könnte mit rund 10 Mt CO₂-Äquivalent die EU-Treibhausgasemissionen um ein Viertel reduzieren, würde sie ihre Anlagen konsequent nach VDI 4600 Energieklasse C dämmen. Deutschland ist mit Abstand der größte CO₂-Emitent in der EU mit 858 Mt Kohlenstoff-Äquivalent im Jahr 2018. Der zweitgrößte ist Frankreich mit rund 442 Mt, gefolgt von Italien mit 358 Mt und Polen mit 453 Mt (Quelle: Bundesministerium für Klimaschutz).

Die Eif-Analyse unterstreicht die große Verantwortung insbesondere Deutschlands, umgehend die eigenen schädlichen Klimegasen deutlich zu senken. Doch nicht nur politisch, auch wirtschaftlich wird es immer wichtiger, dass die Industrie Mittel und Wege findet, deutlich energieeffizienter zu produzieren. Eine relativ einfache und auch schnell bis in den nächsten Winter realisierbare Maßnahme ist die Dämmung der Gebäude. Einmalig investiert, spart sie dauerhaft. Einmalig investiert, spart sie dauerhaft. Einmalig investiert, spart sie dauerhaft.

Das nationale Einsparpotenzial von Dämmungen in der Industrie entspricht dem jährlichen Energieverbrauch von:

2,1 MILLIONEN HAUSHALTE	5,2 MILLIONEN AUTOS
-------------------------	---------------------

Newsletter THERMinator, DIN A4



**Z-zwo –
The New Office**
Ed. Züblin AG

Bereits 2002 fertiggestellt, erfüllt das Bürogebäude Z-zwo in Stuttgart-Mitte die hohen Anforderungen an Nachhaltigkeit und wurde 2009 als eines der ersten 16 Pilotprojekte der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen mit dem DGNB-Gütesiegel in Silber ausgezeichnet.

Besonderheiten:

- Frank-löcher design
- Einweihung 2002
- DGNB-Gütesiegel in Silber 2009



Icon-Illustration THERMinator

Banner
Format 150 x 600 m l
Fahnenstuch (B1)
Digitaldruck l Aufhängung doppelte
Bannereinrichtung



Buch „PBDE – Denkschrift 2011“
72 Seiten geschlossenes Format
174 x 240 mm Klebebindung
4/0 farbig Euroskala
Auflage: 1.500



Auslandsbau in den 80er Jahren

Der deutsche Auslandsbau hatte – beeinflusst in erster Linie durch die Ölkrise – ab 1973 einen zuvor nicht für möglich gehaltenen Aufschwung genommen. Der Umfang der Auslandsleistung der deutschen Bauindustrie wurde damals noch ausschließlich am Auftragsvolumen gemessen. Dieser erreichte sich, zusammengefasst nach Jahrzehnten, wie folgt:

1950 – 59	: 2,1 Mrd. DM
1960 – 69	: 5,5 Mrd. DM
1970 – 79	: 53,8 Mrd. DM
1980 – 89	: 48,7 Mrd. DM

Diese wenigen Zahlen verdeutlichen die explosionsartige Entwicklung, die nach 1981/82 zu Ende ging.

An dieser Stelle sollen nur einige Entwicklungslinien nachgezeichnet werden:

1. Als Folge der zweiten Welle der Ölpreisanstiegen nahmen die Auftraggeber in deutsche Bauunternehmen vor allem in den OPEC-Staaten wieder zu und erreichten 1981 mit 12 Mrd. DM nochmals den Spitzenwert von 1976. Danach gingen sie zurück, bis auf einen sehr stark zurück. Gegen Ende der Jahrzehnte lagen die Jahreswerte unter 2 Mrd. DM.

2. Internationale Verflechtung der Bauindustrie – und „Umstrukturierung setzt sich fort“ – so waren zwei meiner Jahresaufsätze in der „Bauwirtschaft“ in den 80er Jahren überschrieben. Im Text wurde dann ausführlich dargestellt, dass vor allem die großen Bauunternehmensgesellschaften immer mehr dazu übergingen, im Ausland

Buch „Bauindustrie international“ | 133 Seiten | Berliner Broschüre | 200 x 259 mm | 4/0 farbig Euroskala | Auflage: 2.000

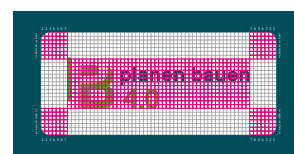
**planen bauen
4.0**

**planen bauen
4.0**

Das Erscheinungsbild von planen bauen 4.0 CD-Manual

Design-Manual planen bauen 4.0
CD-Manual
Stand: 18.03.2015

1 Die Basiselemente 1.2 Vermaung der Wortmarke



Design-Manual planen bauen 4.0
CD-Manual
1 Die Basiselemente
1.2 Vermaung der Wortmarke

Das Logo ist in einem Raster fest vermat. Die Rastermae ergibt sich aus der Gre des quadratischen Punktes zwischen der 4 und der 0.

benachbarten Elementen darf nicht unterschritten werden.

Runde Ecken
Wenn das Logo auf eine Flche gestellt wird, erhlt es runde Ecken. Die Rundungen sind so einzustellen, dass die zwei Rastermaen das Schutzmas umfassen.

Beispielgren
Logobreite
130 mm
100 mm
70 mm
35 mm

Ma Rundungen
5 mm
4 mm
3 mm
1,5 mm

Schutzma
Der Schutzmas betrgt sieben Rastermaen rundum. Dieser Abstand ist

planen-bauen 4.0 Budapest-Stre 31 10787 Berlin

**planen bauen
4.0**

planen-bauen 4.0
Gesellschaft zur Digitalisierung des
Planens, Bauens und Betriebs mbH i.G.

Budapester Stre 31
10787 Berlin
Tel.: +49 (0)30 212 86 238
Fax: +49 (0)30 212 86 250
www.planen-bauen40.de

Helmut Bramann
Geschftsfhrer
Mobil: +49 (0)30 148 03 25
helmut.bramann@planen-bauen40.de

**planen bauen
4.0**

Helmut Bramann
Geschftsfhrer

Budapester Stre 31
10787 Berlin
Tel.: +49 (0)30 212 86 238
Fax: +49 (0)30 212 86 250
Mobil: +49 (0)30 148 03 25

helmut.bramann@planen-bauen40.de
www.planen-bauen40.de
facebook.com/planen-bauen40
twitter.com/planen-bauen40



**planen bauen
4.0**

Gesellschaft zur Digitalisierung des
Planens, Bauens und Betriebs mbH

Betriebserlaubnis: Korb- Nr.: 3520218 BZ-031400-03 BZ-03040700X IBAN: DE31 0001 0000 0002 0000 00



Kommunikationsmaßnahmen

Vermarktungskonzept und Teambuildingmaßnahmen

AOK Nordost

Die AOK Nordost, allgemeine Ortskrankenkasse für Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern, fusionierte 2011, nachdem sich bereits ein Jahr zuvor die AOK Berlin und AOK Brandenburg zusammengeschlossen hatten. Wie können sich die Mitarbeiter*innen mit allen drei Bundesländern identifizieren und die jeweiligen Verwaltungsbestimmungen kennenlernen? Das Brettspiel „Tour de AOK“ und ein Mitarbeiter*innenhandbuch stellen die drei Regionen kurzweilig vor. Zur neu fusionierten AOK Nordost gehörte auch ein neues Vermarktungskonzept, um Inhalte auch nach außen hin adäquat kommunizieren zu können.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Projektmanagement, Didaktisches Material

Maßnahmen

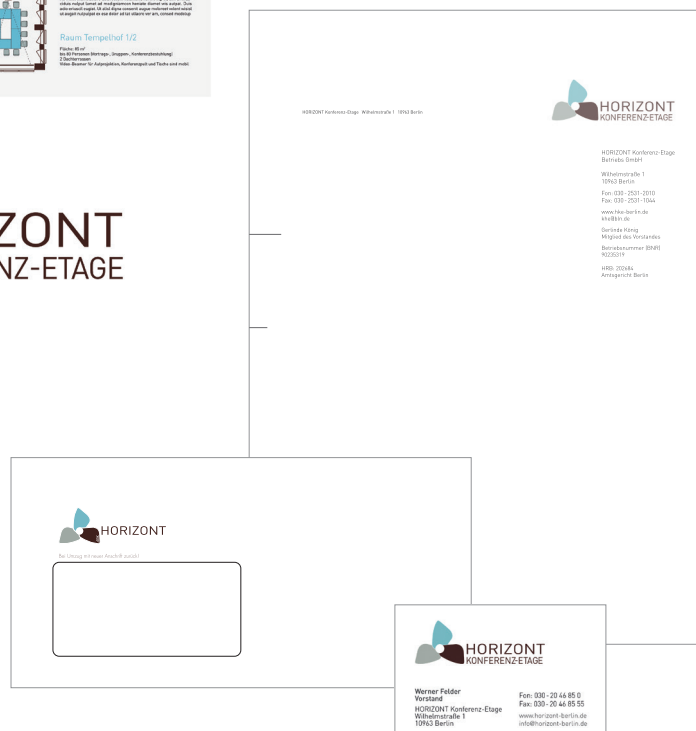
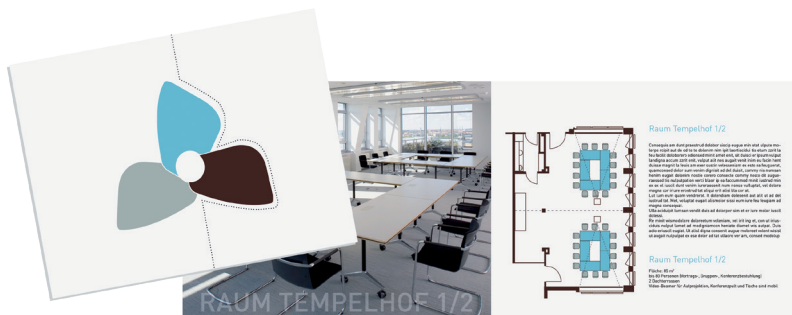
- + Entwicklung eines Mitarbeiter*innenspiels in Form eines Tools zum Teambuilding: Reise durch die Bundesländer, Wissenswertes über Bundesländer und AOK
- + Konzeption, Text und Gestaltung eines Mitarbeiter*innenbuches
- + Vorstellung der regionalen Tätigkeiten der neuen AOK Nordost
- + Logo-Entwicklung für die Horizont Konferenz-Etage (Bildmarke greift ästhetische Teilelemente des Konferenz-Mobiliars auf)
- + Fotoshooting
- + Konzeptentwicklung Website



Brettspiel „Tour de AOK“
Stülp-schachtel 373 x 273 x 55 mm |
Spielplan 527 x 361 mm offenes Format |
4/4 farbig Euro-skala, Auflage: 6.500



▲►
Buch
Auflage: 6.500
Umfang: 380 Seiten



Diverse Printprodukte

Geschäftsausstattung

Deutscher Städte- und Gemeindebund

Der Deutsche Städte- und Gemeindebund vertritt als kommunaler Spitzenverband die Interessen der kommunalen Selbstverwaltung kreisangehöriger Städte und Gemeinden in Deutschland und Europa.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

Gestaltung und Produktion der Geschäftsausstattung
(Visitenkarten, Urkunden, Grußkarten, Rollups etc.)



▲
Memokarte | DIN lang

▶
Rollup | 100 x 200 cm





Urkundenserie
| Klappkarten | DIN A5



Visitenkarten | zweisprachig



Visitenkarten



Visitenkarte Präsidium | Klappkarte

Image-Kampagne

Zuhause ist hier

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

Unter dem neuen Slogan „Zuhause ist hier“ bietet die Bezirksverwaltung auf einer neuen Homepage sowie auf weiteren modernen Kommunikationswegen der Social Media Freizeittipps, Geschichtswissen über den Bezirk sowie Stellenausschreibungen an.

Einen besonderen Stellenwert haben die per Film aufbereiteten Kiezspaziergänge der Bezirksbürgermeisterin, die auf der Webseite und auf den Social-Media-Kanälen nachverfolgt werden können.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Film www.zuhauseisthier.berlin.de

Maßnahmen

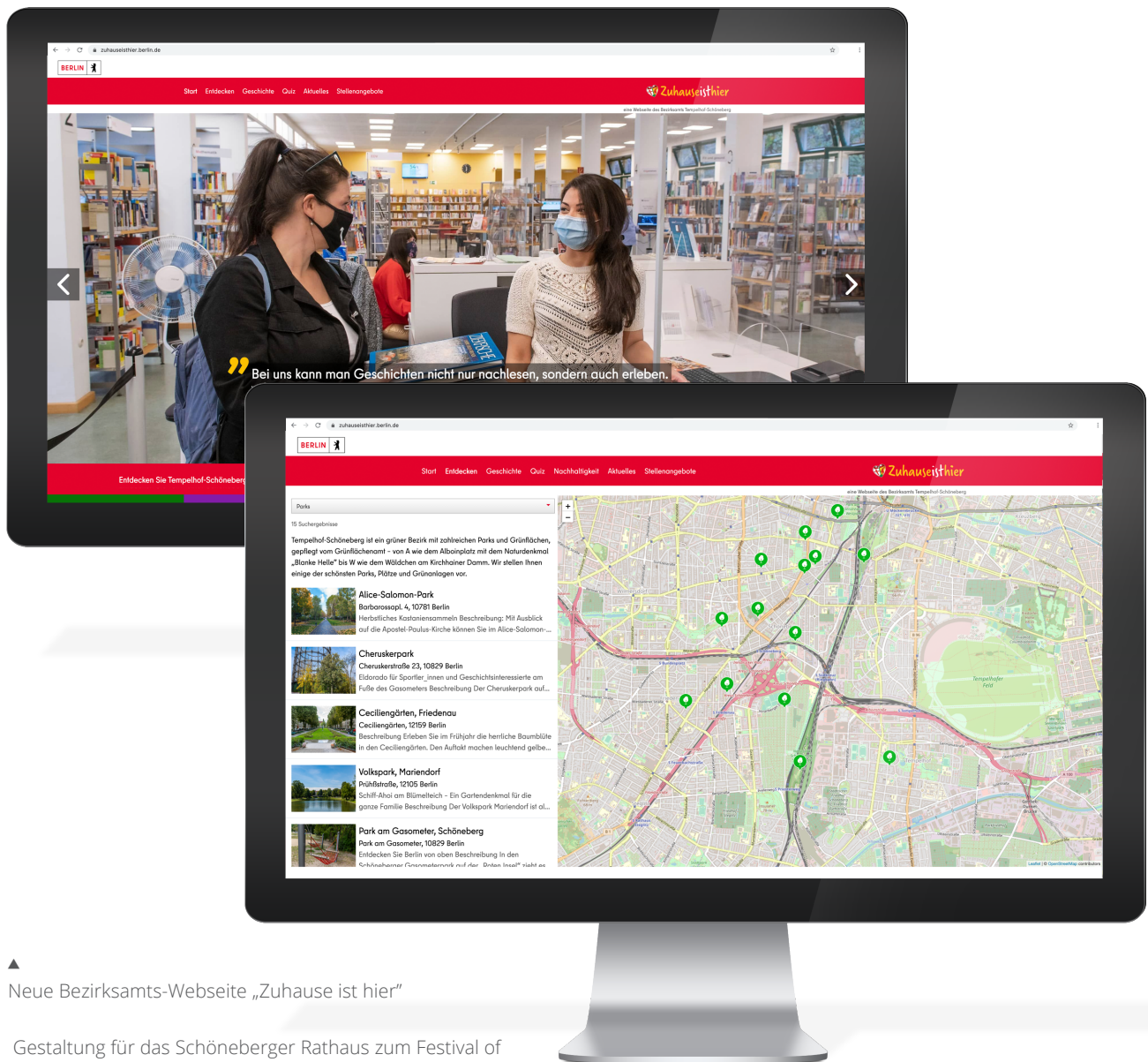
- + Entwicklung der Wort-Bild-Marke „Zuhause ist hier“
- + Entwicklung einer kreativen Leitidee
- + Fotoshootings und Dreharbeiten für die gesamte Kampagne
- + Kampagnen-Webseite www.zuhauseisthier.berlin.de
- + Digitale Kiezspaziergänge und digitales Weihnachtssingen
- + Kommunikation der Inhalte über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)
- + Ausspielung der Filme über Social-Media-Kanäle (Facebook, Twitter, Instagram)
- + Ein besonderes Highlight stellte die Gestaltung der Beleuchtung des Rathauses Schöneberg im Rahmen des Festival of Lights dar



▲ Kampagnenlogo



◀ Auswahl Social-Media-Posts



▲
Neue Bezirksamts-Webseite „Zuhause ist hier“

Gestaltung für das Schöneberger Rathaus zum Festival of Lights



Kampagnenfilm
QR-Code / Link ›
scannen oder klicken

Personal-Kampagne

Dein Platz ist hier

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

Als größter Arbeitgeber im Bezirk verfolgt das Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg eine gezielte Personal-Kampagne, um das Image der Verwaltung als Arbeitgeber*in zu verbessern. Für die Kampagne wurden die Mitarbeiter*innen des Bezirksamts selbst als Botschafter*innen eingesetzt, um so möglichst viele neue Kollegen*innen zu gewinnen.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Film

Maßnahmen

- + Entwicklung der Wort-Bild-Marke „Dein Platz ist hier“ für den Bezirk Tempelhof-Schöneberg (Steigerung des Wiedererkennungswertes)
- + Durchführung und Auswertung einer Mitarbeiter*innen-Befragung
- + Foto-Shootings und Filmdrehs mit Mitarbeiter*innen des Bezirksamts Tempelhof-Schöneberg
- + Gestaltung der Kampagnenmotive für Social-Media-Kanäle, Broschüren, Flyer, Aufkleber, Print-Anzeigen, Plakate, Give-Aways
- + Erstellung von Kurzfilmen (Erklärfilme für die Homepage)
- + Erwerb der Urheberrechte, Wort-Bild-Rechte, uneingeschränkte Verwendungsrechte





▲ Plakatt motive

Hintergleisplakat ▼



BEWIRB DICH JETZT!

www.berlin.de/ba-ts/karriere



DEIN PLATZ IST HIER

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg



▲ Brückenbanner (oben) und
Fahne vor dem Rathaus (links)



Merchandise Lanyard



◀ Messe-Rollup



▲ DIN-lang-Flyer zur Azubi-Gewinnung,
Titel und Innenseiten ▶



Filmsstil



Nachhaltigkeitskampagne

Umwelt bewusst hier

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg

Der Berliner Bezirk Tempelhof-Schöneberg schärft das Bewusstsein der Bevölkerung für die "Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks" und regt zu nachhaltigem Handeln an. In einem "bezirklichen Klima-Monat" wird die Bevölkerung zum Mitmachen anregt.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Eventmanagement, Projektmanagement, didaktisches Material

Maßnahmen

- + Entwicklung Corporate Design von „Umwelt bewusst hier“
- + Planung und Entwicklung eines Konzepts für eine Veranstaltungsreihe zum Thema „Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks“
- + Erweiterung der Webseite www.zuhauseisthier.berlin.de um die barrierefreie Rubrik „Nachhaltigkeit“, welche alle Aktionen, Beiträge und Anzeigemöglichkeiten auf der Bezirkskarte enthält
- + Erstellung von zehn barrierefreien Leitfäden und einem Quiz zum Thema Nachhaltigkeit, Umwelt und Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks mit besonderem Fokus auf Up-Cycling und Re-Cycling sowie „Wie organisiere ich einen Hofflohmärkte in meiner Straße?“
- + Konzeption und Gestaltung eines Marktstands mit Dekor-Elementen
- + Entwicklung und Gestaltung eines Methoden-Koffers für den Bürger*innen Dialog



◀ Banner für
Marktstand

◀ Logo des Projekts



▲ Entwurf Marktstand

3 - Sparen Sie

Deutschland geht... Dabei ist die Her... Den größten Ante... papiere aus.

- Recyclingpapier i... Durch die Wiederv... Holzbestände in V... Energie, Wasser u...
- Verwenden Sie Pa... Beispielweise dur... Sie die Rückseite... Blatt zählt!
- Bewährte Stoffa... Gerade Serviette... benutzt sind. Die... wiederverwendet

Quellen:
Wetter, Baumgut
www.dgk.de
www.dgk.de
www.dgk.de

1- Abfallarm einkaufen!

Beim Einkaufen im Supermarkt sind Verpackungen kaum vermeidbar. Dennoch durch die Sie Ihren...

- Kaufen Sie Ihr Obst und Gemüse ohne Verpackung. Verzicht auf Einwegverpackungen um weiches Gemüse u...
- Mehrwegflaschen sind... Im Vergleich zu Einweg... Mehrwegflaschen bis z...
- Vermeiden Sie sogenan... wie Abschminkpads, B... Müll, sondern sind auf...

→ 450 kg - so viel Müll pro Person im Jahr

Der größte Anteil mit 187kg entfällt auf Plastik. 60kg Glas, 60kg Papier und 60kg Bioabfall werden jährlich entsorgt. Allein die Herstellung und der Transport von Wasser und Strom, Auch die Beseitigung...

2 - Wiederverwertung

Viele... ob... Je... Da... Ent... nich...

- Was tun mit alten Ha... Lasten Sie diese nicht noch zu verkaufen o... umweltfreundliche Er... Menschen weitergebe...
- Jedes Jahr landen zw... Dabei finden sich in... Die Nutzung von wie... auch den Getaubele...

Tipps und Tricks für die Müllvermeidung:

Mülltrennung ist ein wichtiger Schritt, um das Recycling wiederverwendbarer Stoffe zu erleichtern.

Aber: Es hilft nur bedingt. So können beispielsweise nur die Hälfte aller Plastikabfälle überhaupt wiederverwendet werden.

Also: Am besten so wenig wie möglich Müll produzieren.

Mit diesen Tipps möchten wir Ihnen helfen im Alltag Müll zu reduzieren.

◀ Leitfaden

Nachhaltigkeitskampagne

Schön wie wir

Bezirksamt Neukölln

Die Kommunikationskampagne des Bezirksamts Neukölln ruft zu einem sauberen und schöneren Neukölln auf. Unter der Schirmherrschaft von Bezirksbürgermeisterin Franziska Giffey werden die Neuköllner*innen aufgefordert, selbst Verantwortung für die Attraktivität ihres Bezirks zu übernehmen. Kooperationspartner*innen sind Wirtschaftsunternehmen, Wohnungsbaugesellschaften, die BSR, Quartiersmanagements, Vereine und andere Akteur*innen.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Pressearbeit, Eventmanagement

Maßnahmen

- + Entwicklung und Gestaltung der kreativen Wort-Bild-Marke „Schön wie wir“
- + Image-Webseite www.schoen-wie-wir.de als erste Anlaufstelle für die Bevölkerung
- + Ausspielung der Kampagnenmotive (Flyer, Besen, Blumensamentüten, Buttons, Jutebeutel, Postkarten)
- + Merchandise im Corporate-Design
- + Teilnahme am wirBERLIN-Aktionstag 2016
- + Erstellung von Broschüren rund um die Themen Nachhaltigkeit und Umwelt in Neukölln
- + Teilnahme am CRCLR Hub Berlin Neukölln und Vorstellung der Kampagne
- + Netzwerkaufbau und -ausbau
- + Pressearbeit



Die damalige Neuköllner
Bezirksbürgermeisterin
Franziska Giffey
mit dem gelb-pinkfarbenen
Kampagnenbesen



Internetpräsenz

SCHÖN
WIE WIR
so wollen wir unser Neukölln

Kampagnenlogo



Abb. 3
Infolyer

Abb. 4
Kampagnenbesen

Abb. 5
Blumensamentüte

Abb. 6
Button

Abb. 7
Jutetasche

Abb. 8
Postkarte



Abb. 3 ►



Abb. 4



Abb. 5



Abb. 6



Abb. 7



Abb. 8



Machen Sie mit!

Am 5./6. Mai 2017 sind alle Neuköllnerinnen und Neuköllner aufgerufen zum Pflegen, Säubern, Pflanzten oder Streichen eines schöneren und Sympathischeres Neukölln zu schaffen!

Schon eine Idee? Dann melden Sie Ihre Aktion gleich an!

Alle Infos auf www.schoen-wie-wir.de

SCHÖN WIE WIR
für ein lebenswertes Neukölln

Förderer: ADB NRW, BÄRINGS, G&S, PSB, STADT UND LAND, Woll, REMONDIS, Gießwerk, Bezirksamt Neukölln von Berlin, Verwaltung der Bürgerämter.



▲ Diverse Plakatmotive



Kommunikationsmittel

Un-Sichtbares Europa – Beispielhafte EU-Projekte in Berlin

Senatsverwaltung für Kultur und Europa

In Berlin ist Europa sehr viel präsenter als weithin bekannt. Doch sie ist selten sichtbar. Aus diesem Grund wurden wir beauftragt, unter Beachtung des Berlin-CDs eine farbenfrohe Broschüre zu konzipieren und gestalten, in der die **EU-geförderten Projekte** aus allen Berliner Bezirken, die wichtigsten Institutionen und EU-Akteur/innen vorgestellt werden. Dazu wurden leicht verständliche Grafiken erstellt, die über das Funktionieren der EU informieren.

Für das **Europäische Kulturerbejahr** 2018 entwickelten wir einen Übersichtsflyer aller in Berlin geförderten Projekte.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Projektmanagement

Maßnahmen

+ Erstellung der Broschüre „Un-Sichtbares Europa“

- + Entwurf, Layout, Reinzeichnung, Bildredaktion, (124 Seiten, 17 cm x 24 cm, Auflage 5.000 Stk.)
- + PDF-Erstellung für Druck (mit partiellem Drucklack) und Web
- + Recherche und Auswahl der geförderten Projekte
- + Erstellung von leicht verständlichen Grafiken
- + Druckproduktion
- + 2020 Nachdruck

+ Erstellung des Pocket-Flyers „Stars in Europa“

- + Entwurf, Layout, Reinzeichnung, Bildredaktion (24 Seiten, 78 x 120 mm, Auflage 3.000 Stk.)
- + PDF-Erstellung für Druck und Web
- + Kreation des Namens „Stars in Berlin“
- + Druckproduktion



▲
Außenansicht



▲
Außenansicht

Kommunikationsmittel

20 Jahre Städtepartnerschaft Treptow-Köpenick – Cajamarca

Bezirksamt Treptow-Köpenick

Mit einer Partnerschaft zwischen zwei Städten geht nicht nur ein wirtschaftlicher, sondern vor allem auch ein kultureller Austausch einher. Allein der Bezirk Treptow-Köpenick unterhält Städtepartnerschaften mit zwölf Orten in unterschiedlichen Ländern. Zielsetzung war daher, die besonderen Aktivitäten des Bezirks herauszustellen und zu veranschaulichen.

Mit einer Festschrift wird das umfassende Panorama der Aktivitäten in der 20-jährigen Städtepartnerschaft Treptow-Köpenick – Cajamarca präsentiert – von der eindrucksvollen Chronik über persönliche Erfahrungen bis zu amüsanten Anekdoten. Ein Flyer dokumentiert die zahlreichen Städtepartnerschaften, die der Bezirk Treptow-Köpenick mit 12 Orten in vielen Ländern unterhält.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Layout und die Reinzeichnung der Festschrift (76 Seiten, 21 x 21 cm, Auflage: 2.500 Exemplare)
- + Bildredaktion, Erstellung der Druckdaten, Druckproduktion
- + Entwurf, Layout und Reinzeichnung für einen farblich ansprechenden Flyer (8 Seiten, DIN lang 9,8 x 21 cm, Auflage 1.000 Exemplare)
- + Bildredaktion, Erstellung der Druckdaten, Druckproduktion

►
Broschüre, Format: 21 x 21 cm
Papier: Bilderdruck, Titel mit partiellem
Spotlack
Auflage: 2.500



Innenseiten Broschüre, Format: 21 x 21 cm



Abb. 1: Flyer-Innenseiten

Abb. 2: Flyer-Cover

Abb. 3: Flyer-Außenseiten



▲
Abb. 1



▲ Abb. 3



▲ Abb. 2

Kommunikationsmittel

Europa in den Bezirken

Europabeauftragten der Berliner Bezirksämter

Der kürzeste Draht nach Brüssel für Berliner Bürger*innen sind die Europabeauftragten der Berliner Bezirksämter. Um die Kontaktaufnahme zu erleichtern, wurde eine Postkarte mit den Kontaktinformationen aller Beauftragten konzipiert. Ein Karton mit Spiegeleffekt erzeugt eine optische Assoziation der eigenen Person mit Europa. Die Verwendung der Europafarben, des Sternenkranks sowie des Berliner Bären bilden den Inhalt der Postkarte grafisch ab.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

Konzeption, Gestaltung und Umsetzung einer Postkarte
(DIN Lang 10 x 21 cm, Auflage 6.000 Exemplare)

Europa in den Bezirken

Ihr kürzester Draht
nach Brüssel!



berlin Berlin

Sobald es um Europa geht, sind
wir Ihre Ansprechpartner*innen

- Wir motivieren für Europa und bringen Menschen aus europäischen Ländern zusammen.
- Wir informieren und beraten Sie zu europäischen Themen.
- Wir bringen EU-geförderte Projekte auf den Weg und unterstützen Sie dabei.
- Wir vertreten die Interessen der Bezirke, wenn es um die Zukunft Europas geht!

Lust auf mehr Europa?

www.berlin.de/lag/europabeauftragte



Europabeauftragten in den Bezirken:

Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf
Tel.: (030) 902 91-2510
europa@ba-charlottenburg-wilmersdorf.de

Bezirksamt Friedrichshain-Kreuzberg
Tel.: (030) 902 98-4768
europa@ba-fk.berlin.de

Bezirksamt Lichtenberg
Tel.: (030) 902 96-8008
europa@ba-lichtenberg.berlin.de

Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf
Tel.: (030) 902 93-2630
europa@ba-mh.berlin.de

Bezirksamt Mitte
Tel.: (030) 901 832-749
europa@ba-mitte.berlin.de

Bezirksamt Neukölln
Tel.: (030) 902 39-4442
europa@bezirksamt-neukoelln.de

Bezirksamt Pankow
Tel.: (030) 902 95-2633
europa@ba-pankow.berlin.de

Bezirksamt Reinickendorf
Tel.: (030) 902 94-5070
europa@reinickendorf.berlin.de

Bezirksamt Spandau
Tel.: (030) 902 79-2390
europa@ba-spandau.berlin.de

Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf
Tel.: (030) 902 99-5470
europa@ba-sz.berlin.de

Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg
Tel.: (030) 902 77-2781
europa@ba-ts.berlin.de

Bezirksamt Treptow-Köpenick
Tel.: (030) 902 97-2440
europa@ba-tk.berlin.de

▲
Flyer, Format: DIN lang
Papier: Bilderdruck, 250 g,
Vorderseite spiegelnde Silberfolie

Online & Printmagazin

Hauptstadt-Magazin/ Online-Magazin „BERLINFACES“

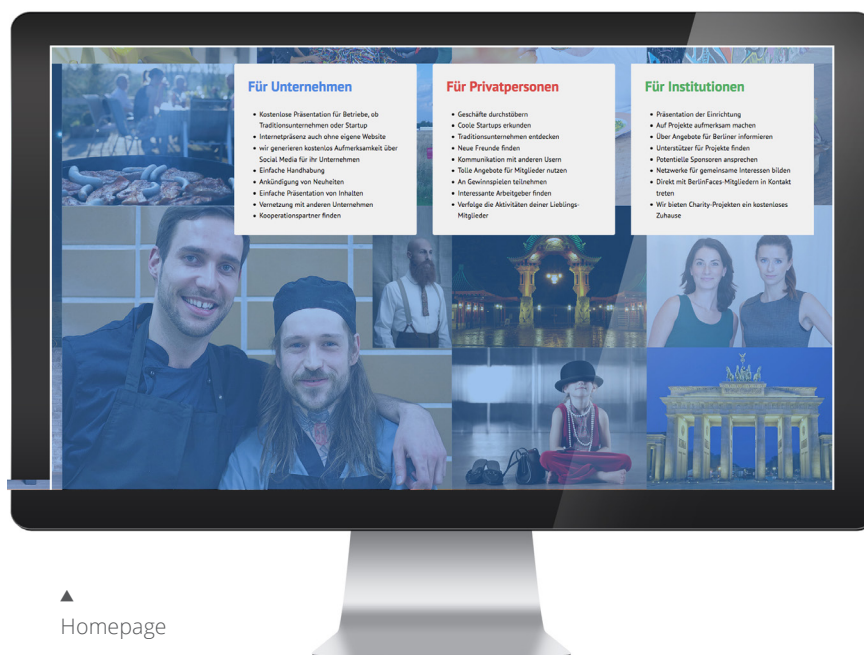
BerlinFaces, Verlagsgesellschaft

Unter dem Slogan „Hier kommt Berlin zusammen“ ist ein digitales Netzwerk für Berlin zusammengefasst: Berlin ist Leben, Berlin ist Vielfalt – jeden Tag neu, jeden Tag anders! BerlinFaces versorgt als digitale Netzwerkplattform seine Leser*innen mit dem Neuesten aus Kultur, Musik, Kunst und Lifestyle. Dabei verbindet sich das Informative mit einem hohen Faktor an Individualität, Spaß und frischen Ideen. Kein Thema ist zu brisant, um die monatlich rund 9.000 Besucher*innen, die 35.000 Seitenaufrufe generieren, zufriedenzustellen. Jede*r kann sich kostenlos anmelden.

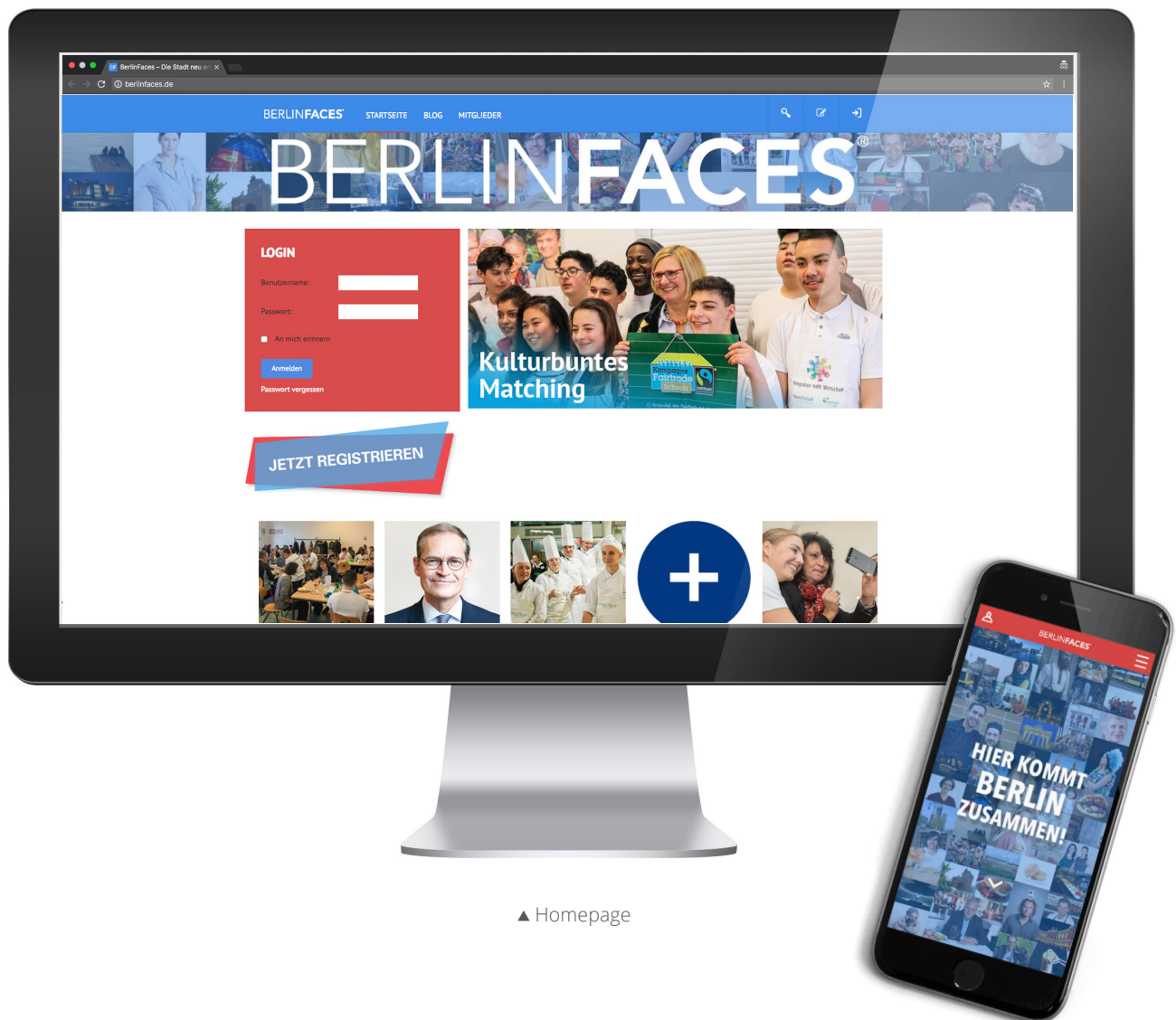
Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Pressearbeit

Maßnahmen

- + Verfassen von Blogbeiträgen
- + Social Media (3.000 Follower auf Instagram, Facebook, Twitter und Pinterest)



▲
Homepage



▲ Homepage

WWW.BERLINFACES.DE



BERLIN FACES®

Frühling 2014 | Die Stadt neu entdecken | Including English-German Shopping Guide

SPECIALS

Wellness & Spa

Mode

Niederlande

INTERVIEWS

Christof Loy

Monique van Daalen

Wolfgang Busmann

PLUS

Buchverlosung für
die Frühlingskur

GREEN LIFESTYLE

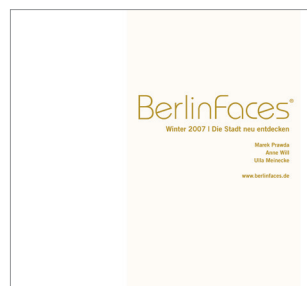
Das Glück der Ackerhelden

DETOX – Hausputz für
Körper und Seele

Gesund von Kopf bis Flip-Flop



www.berlinfaces.de



REDAKTIONELL BERLINFACES Herbst 2013

Charlottenburger Stadtgeschichten

Im Berliner Gehe-Mann Verlag ist ein ganz besonderes Buch zur Charlottenburger Stadtgeschichte seit 1700 erschienen. Unter dem Titel „30 Jahre der König-Bürgermeister war“ gelang es der Autorin Dorothea Zühl, rund um das älteste Haus Charlottenburgs fast 300 Jahre Stadtgeschichte lesenswert und immer wieder faszinierend zusammenzutragen. Selbst in der Schönehauserstraße 13 wurde vor nahezu 30 Jahren nur durch beherrschte Anwesen vor dem illegalen Altbau bewahrt. Ein Buch, nicht nur für Liebhaber einer besonderen Stadtgeschichte, die ihren Ausgang in der Stadtgründung durch den Monarchen Friedrich I. nahm, der sich zugleich zum Ersten Bürgermeister deklarierte.

Seit 2004 hat das Keramik-Museum Berlin unter der Leitung von Henz J. Theis die Räume angestrichen und bietet nun jährlich zum 250-jährigen Bestehen der KPM die Ausstellung „Von Urbino bis Sankt Petersburg. Porzellanentwürfe der KPM 1929–1970“. Betrachtet wird hierbei die Moderne als Teil der Designgeschichte des 20. Jahrhunderts. Für die gesamte Dauer der Ausstellung, bis zum 27.01.2014, wurden die Öffnungszeiten des Museums erweitert: auf Mittwoch–Montag von 11–17 Uhr. Ein Blick in die Ausstellung lässt sich so zugleich mit einem Rundgang in den ältesten Haus der Stadtviertels verbinden.

www.keramik-museum-berlin.de

12

BERLINFACES Herbst 2013 ADVERTORIAL

Bild dir dein Volk!

Axel Springer und die Juden

> Axel Springer war die wohl bedeutendste und zugleich umstrittenste Verlegerpersönlichkeit im geteilten Deutschland. In seinen Zeitungen setzte er eine proisraelische und jüdische Haltung durch, beschäftigte aber gleichzeitig ehemalige nationalsozialistische Journalisten. Wie passt Springers Engagement zu seinen Kampagnen gegen die Ostpolitik Willy Brandts und gegen die Studentenbewegung? In welcher Weise hat er das Verhältnis der deutschen Nachkriegsgesellschaft zu Israel und den Juden beeinflusst? Diesen Fragen geht die Ausstellung anhand zahlreicher kaum bekannter Dokumente sowie eigens geführter Video-Interviews mit Wegbegleitern und Kritikern nach.

Eine Ausstellung des Fritz Bauer Instituts und des Jüdischen Museums Frankfurt am Main in Kooperation mit dem Stadtmuseum Berlin. Die Ausstellung im Rahmen des Themenjahres 2013 „Zerstörte Vielfalt“ wird geleitet durch die Kulturstiftung des Bundes.

SPRINGER PALAST | STADTMUSEUM BERLIN
Axel Springer und die Juden
Samstag, 06.12.2013 bis 19.12.2014
Poststraße 16 | 10179 Berlin
Eintrittspreise: 10,- € (Sa-So 10,- €) (Mi 12,- €) (Uhr
Eintritt: 1,00 € (Sa-So 1,00 €)
Info: 030 24 902 - 142
www.stadtmuseum.de
www.facebook.com/stadtmuseumberlin

11

Sommer 2010
Die Stadt neu entdecken
www.berlinfaces.de

BERLINFACES

Including English-German Shopping Guide

LIFESTYLE SPECIAL
Freizeit & Ernährung

INTERVIEWS
Joy E. Wheeler
Jana Wrona und Paul Becker

Frühling 2010
Die Stadt neu entdecken
www.berlinfaces.de

BERLINFACES

Including English-German Shopping Guide

LIFESTYLE SPECIAL
Wellness, Beauty & Spa

INTERVIEWS
Horacio Saeila Borge
Meera Becker

REDAKTIONELL BERLINFACES Herbst 2013

Auf den Spuren der Irokesen

Ein Ausstellungshighlight im Martin-Gropius-Bau

Auch weiterhin bewohnt der Direktor Gerson Sternreich eine glückliche Heimat für die Ausstellungen im Martin-Gropius-Bau. Neben Anish Kapoor und Meret Oppenheimer startet in diesem Herbst ein ungewöhnliches Ausstellungshighlight: Auf den Spuren der Irokesen. Die von der Bundeskanzlerin in Bonn übernommene Ausstellung folgt jenen durch vier Jahrhunderte hindurch bis in die Gegenwart und zeichnet ein oftmals verflüchtetes Bild.

In das Bildfeld der Exponate gelangen die Irokesen in der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts. Niederländer und Franzosen trafen auf Dorfer indigenerer Langhaare, die jeweils von einer Großfamilie bewohnt wurden. Ihre Selbstbezeichnung als Hausdörfer nannte ihnen darauf Bezug und Bedeutung. Leute des Langhaars, einer überaus faszinierenden Gesellschaft. Die bis zu 60 m langen Häuser standen nämlich unter der Leitung der ranghöchsten Frau, einer Matrone. Frauen saßen in Haus und Dorf eine herausragende Stellung ein. Demgegenüber wurde auch die jeweilige Stammengliederung

10

centroital
Wunderbares Ayurveda.

Mehr Gesundheit. Mehr Lebensqualität.

Entdecken Sie traditionelle ayurvedische Anwendungen im neuen Siddhahatpa Ayurveda Center im centroital.

Siddhahatpa Ayurveda Center
im centroital
Neanderstraße 25
10185 Berlin
Tel.: +49 30 819 75-145
Fax: +49 30 819 75-119
ayurveda@centroital-berlin.de
www.centroital-berlin.de

MARTIN-GROPIUS-BAU
Niederkirchenerstr. 7, 10963 Berlin
18. Oktober 2013 bis 6. Januar 2014
Mi–Mo 10–19:00

Die Ausstellung zeigt auf, wie sich der Irokesenstand, der ursprünglich aus den Mohawks, Oneidas, Onondagas, Cayugas und Senecas bestand und 1722 durch die Tuscaroras zu den „Sechs Nationen“ ergänzt wurde, zu einem der wichtigsten Machtfaktoren der Kolonialgeschichte des östlichen Nordamerikas entwickelte. Geführt wurden die Irokesen für die Grausamkeit ihrer Kriegsführung, aber auch für ihre Staatskunst und Diplomatie. Die Niedrigkeit zwischen Alkohol und Spielbanken wird ebenso dargestellt, wie das Wiederentstehen aus eigenen Werten sicher gemacht wird. Denn gegenwärtig und es insbesondere die Irokesen, die wichtige Impulse für die Erlösung indigener Sovereignitätsrechte geben. Dies wird erfahrbar in den ausgestellten Werken indischer Künstler und Künstlerinnen der Gegenwart.

Die Kultur der Irokesen inspirierte weltweit Frieden- und Frauenbewegungen und fand nicht zuletzt in der jüdischen Freiheitsmode einen Niederschlag. Und einige ihrer Gesichter prangen einem unbekanntesten von den Postkartenstudios bei einem Stadtrundgang Berlins entgegen, denn die als schnellflüchtig geltenden Irokesen haben als Stahlgitarrenhersteller wesentlich dazu beigetragen, die Skyskys von New York und einigen anderen amerikanischen Metropolen entstehen zu lassen. Eine faszinierende Ausstellung, die viele unterschiedliche Perspektiven einschließt. Unbedingt sehenswert!

11

Herbst 2010
Die Stadt neu entdecken
www.berlinfaces.de

BERLINFACES

Including English-German Shopping Guide

LIFESTYLE SPECIAL
Freizeit & Genuss

INTERVIEWS
Francisco Nicolás González Díaz
Das Geschwätz Ich

Redaktionelle Kulturbeiträge
aus hauseigener Redaktion



Abbildung 4
Paul Klee mit der Katze
Frigouille, Füssenhofen, 1912
Vor sich die Ölbearbeitung
„Altenweier-Gold“
1921, 112
Fotograf:
Felix Klee mit Apparat Vater
Zentrum Paul Klee, Gerns,
Schulung Familie Klee
© Copyright:
Klee-Nachlassverwaltung, S

Von den fruchtbaren und kreativen Orten in Berlin und Lausitz zeugte sich, lediglich die Gestaltung der Innenarchitektur des Wilmsdorfer Ladengeschäfts der Schokoladenfabrik. Eicht Hamann in der Brandenburger Straße 17, die jedem Besucher zugänglich ist. Es wäre gewiss an der Zeit, das Erbe der Itten-Schule wieder für die Stadt Berlin zu entdecken. Ein erstes, spielerisch beachtlicher Schritt hierzu ist mit dieser Ausstellung unternommen worden: „Kosmos Farbe, Itten-Klee“ soll keine theoretisch-didaktische Ausstellung sein, aber ihr wurde zum Ziel gesetzt, den fälschlicherweise Itten wieder und den bekannten Mäler Klee durch die Gegenüberstellung von 170 hier präsentierten Arbeiten neu zu entdecken. Das macht unabhängig von der Vorbildung des Betrachters ganz einfach Spaß. Die ideale Ausstellung für den Sommer, wenn man nicht den heißen Tag im Strandclub verbringen möchte.

Martin-Gropius-Bau
Niederkirchnerstr. 7
10963 Berlin
www.gropiusbau.de
Freitag – Montag 10–19 Uhr
Eintritt: 9 Euro, erm. 7 Euro,
unter 16 Jahre Eintritt frei



Meister der komischen Kunst

Schwer zu sagen. Ich habe
ten. Es gab einfach nie einen G
umzusetzen. Hamburg liegt sehr
auch seinen Charme, aber Berli
ten Städte, in der viele untersch
leben. Und mittlerweile, muss ic
Jahre eersetzte Freundschaften.

Einmal überraschend waren in dem der „Amidie“ einige Werke von Hans Naddischslampe. Wie kam es dazu?

Der Regisseur Jean-Pierre Jeunès Brief geschrieben. Er hatte gelesen und „Die Stadt der verlorenen Publikumsverfolgung“ und ahnte, dass er zu entwickeln würde. In Frankreich Postkarten von meinen Werken sagte ich ja. Ich habe einige Werke dem Bett von Amidé, extra für den sie animiert. Selbst die Nachbereitung groß angelegt.

Art von Humor nicht sehr landesspezifisch?

Japan ist kein Land wie andere in Asien. Es gibt viele Kontakte zu Deutschland, man nimmt Vieles von unserer Kultur wahr. Mein Humor kommt offensichtlich ausgesprochen gut an. Es gab u.a. drei große Ausstellungen in Tokyo und Yokohama mit extrem hohen Besucherzahlen, bei der einen kamen in 7 Tagen 70.000 Besucher. Alle illustrierten Bücher von mir sind auch in Japan erschienen, insoweit ich dort auch nicht unbekannt.

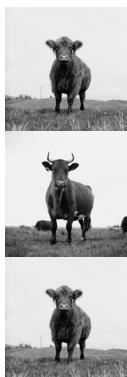
Ja, ich freue mich insbesondere schon sehr auf die geplante Neuaufgabe. Für die japanische Auflage wird der Text wohl gekürzt werden. Das ist eine Entscheidung bei der Übersetzung.

Wann dürfen wir wieder auf eine Ausstellung in Berlin hoffen?

Leider ist derzeit nichts für Berlin geplant. Im September gibt es eine kleine Ausstellung in der Schweiz, im November in Frankfurt zusammen mit Ernst Kahl. Aber es wird im Oktober eine Publikation im Verlag Ernst Kunstmann in der Reihe „Meister der chemischen Kunst“ erscheinen, der ich schon gerne entgegenstehe. ☞

Nur bis zum 20. April und die Zeit verfliehet rasch: das schwarz-weiße Porträt der Berliner Fotografin Udoila Böhmer im modernen Regalmuseum von Neukölln zu sehen, das passenderweise in einem ehemaligen Ochsenstall des Gathofers Bieri beheimatet ist. Udoila Böhmer hat nämlich zwischen 1998 und 2001 insgesamt fünfundzwanzig europäische Länder besucht und die dort herrschenden Kulturen, Gebräuche, Sitten und Gebräuche, gut beobachtet. Ausflüge, die sie als „Jade“-reisen, nennt sie, die durch den Anspruch ihrer, von ihrer schönsten Seite dargestellt zu werden. Schließlich haben die Milchkühe den Menschen über Jahrtausende begleitet und genutzt. Ein Blick zurück: der heutige Konsumismus hat häufig etwas abhandeln gelernt. Dabei gibt es der Art und noch heute in Ländern wie Indien die Kolonialgeschichte als Scherbenhaufen. Es ist eine Zeit, die wir nicht vergessen dürfen, von der Wieda auf geistiger Arbeit zu tun. Denn der eleganten Aufschlag der langen Wimpern kann man direkt spüren.

MUSEUM NEUKÖLLN
Alt Britz 81, 12359 Berlin
Öffnungszeiten: Di-So 10.00-18.00 Uhr
www.museum-neukolln.de



Source: Bredemeyer, 1981; Schneider / Bredemeyer, 1985; Bredemeyer, 1987.

Sie ist gut gemeint, aber gibt es die Galerie für die Neue Kunst in der Breitsort 9 in Berlin-Schöneberg. Die zirkel- und emotionalen und farbenreichen Kunstwerke bilden ein Gegenstück zu einer immer unersättlicheren Welt der 21. Ausstellung der Galerie, die vom 12.11. 2012, 11 Uhr bis zum 1.12. 2012, 18 Uhr, in der Galerie der Akademie der Künste, Berlin, zu sehen ist.

deutsche Naive zu Wort lies: zu Bild kommen, darunter der bereits verstorbene Peter Morawietz, Maria Kloss, die Malerin und

[illegible]

- Anzeigenakquise
- Gestaltung, Layout, Satz
- Fotos
- Bildbearbeitung



Entartete Kunst?

Werke aus der Sammlung Gerhard Schneider im Ephraim-Palais.
Ephraim-Palais, Stadtmuseum Berlin, Poststraße 16, 10178 Berlin
Öffnungszeiten: Di, Do. – So 10–18 Uhr, Mi. 12–20 Uhr
Eintritt: 5,00 / erm. 3,00 Euro
Infoline 0 30 24 002-162, www.stadtmuseum.de

Was die Nazis in den 30er Jahren als „entartet“ brandmarkten, empfanden Künstler wie Ernst Ludwig Kirchner eher als Ehrentitel. Der Sammler Dr. Gerhard Schneider hat es sich zur Lebensaufgabe gemacht, bekannte Werke ans Licht zu holen und sie in ihrem historischen Kontext lebendig werden zu lassen. Für die Ausstellung im Ephraim-Palais wurden vorzugsweise Arbeiten ausgewählt, die einen Bezug zu Berlin haben. Visionär ist z.B. Georg Netzbands „Der Sieger“ vom Mai 1939, der den Tod in Generalsuniform zeigt, wie er über verwüstetes Land schaut, das nur durch den abgebrochenen Berliner Funkturm als Symbol für das Ende der Nazipropaganda zu identifizieren ist.

Anlässlich des 80. Jahrestages der Machtübernahme durch die Nationalsozialisten und der 75. Wiederkehr der Berliner Station der Nazi-Femeschau „Entartete Kunst“ wird an die systematische Diffamierung und den fundamentalen Angriff auf die Kunst erinnert. Sie behauptet sich im Widerstand als unvergleichliche Form der Freiheit, großer Stilsicherheit und thematischem Facettenreichtum. Diese Schau ist allen Künstlerinnen und Künstlern gewidmet, die verfeimt, verfolgt oder gar ermordet wurden und deren Namen aufgrund der Zeitumstände fast vergessen worden wären. In diesem Jahr



des Gedenkens, der Mahnung, Erinnerung und aktiven Auseinandersetzung eine der wichtigsten Dokumentationen über Kunst und Künstler im Nationalsozialismus.

Ephraim-Palais | Stadtmuseum Berlin

Bildnachweis:

Georg Netzband, Der Sieger, Mai 1939

Öl auf Leinwand, 59,9 x 68,8 cm

Foto: Fotoatelier Sascha Fuis, Köln

© VG-Bildkunst, Bonn 2013

Sammlung Gerhard Schneider, Olpe

Foto: Bege Böhmer / Foto: Stadtmuseum

◀ Redaktionelle Kulturbeiträge aus hauseigener Redaktion

Cover-Gestaltung und Layouts



Eventmanagement

Stern-Tag – Feier Deine Stärken!

DEHOGA Berlin

Der Hotel- und Gaststättenverband Berlin e.V. (DEHOGA Berlin) führt jährlich ein Projekt zur beruflichen Orientierung in Hotellerie und Gastgewerbe durch. Hierfür wurde ein ganzheitliches Konzept entwickelt, um junge Menschen über die Berufe des Hotel- und Gaststättengewerbes zu informieren und für die Berufe zu begeistern.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, UX/UI Design + Programmierung, Text, Social Media, Eventmanagement, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Umsetzung eines längerfristigen und mehrstufigen Kommunikationsprozesses mit dem Projekt „Feier Deine Stärken – Stern-Tag“.
- + Gestaltung des Unterrichts ab der 7. Jahrgangsstufe zum Thema Berufsorientierung gemeinsam mit Lehrkräften der Berliner Schulen
- + Roadshow (Besuch in den Schulen)
- + Konzeption eines Klassenspiels
- + Online-Plattform mit spielerischem „Stärken-Test“ (Gamification)
- + Planung und Durchführung der Abschlussveranstaltung „Stern-Tag“



▲
Abb.1

Abb.1
Projektlogo

Abb.2
Internetpräsenz

Abb. 3+4
Internet-Stärken-Spiel

Abb. 5
Postkarte

Abb. 6
Plakate DIN A2



Abb.2

Abb. 3+4

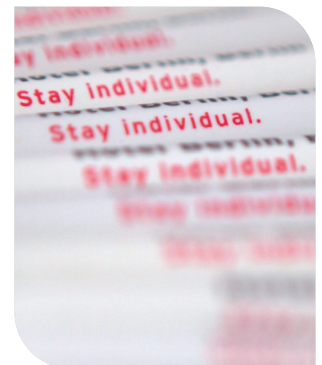


Abb. 5



Abb. 6

Veranstaltung DEHOGA-Stern-Tag





Kommunikationsmittel und -strategie

Bundestagswahlkampf 2013 für Frank-Walter Steinmeier

Den Wahlkampf zum Kochen bringen – das gelingt mit einer guten Portion Lokalkolorit in Form von einem Kochbuch und einem SPD-Liederbuch. Zur Unterstützung des Kandidaten Frank-Walter Steinmeiers (SPD) bei der Bundestagswahl 2013 wurde neben den gesamten Wahlkampfpublikationen ein anregendes Give-away im modernen quadratischen Format entwickelt. Die Vorstellung landestypischer Speisen und fundierte Kenntnisse über Land und Leute in Brandenburg bilden Steinmeiers Verbundenheit mit der Region ab. Unter dem Motto „Anpacken für die Region“ wurde zudem ein kompaktes Wahlkampfhandbuch entworfen. Optisch an das SPD-Kochbuch sowie das SPD-Liederbuch angepasst, enthält es Fakten, Zahlen und Vorhaben des Kandidaten Frank-Walter Steinmeier – übersichtlich und grafisch aufbereitet.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Projektmanagement

Maßnahmen

- + Entwicklung und Umsetzung eines Regionalkochbuchs mit landestypischen Gerichten
- + Interviews mit Einwohnern im Wahlkreis 60
- + Konzeption, grafische Gestaltung und Druck des SPD-Wahlkampfhandbuches sowie des SPD-Liederbuches



▲
Titel

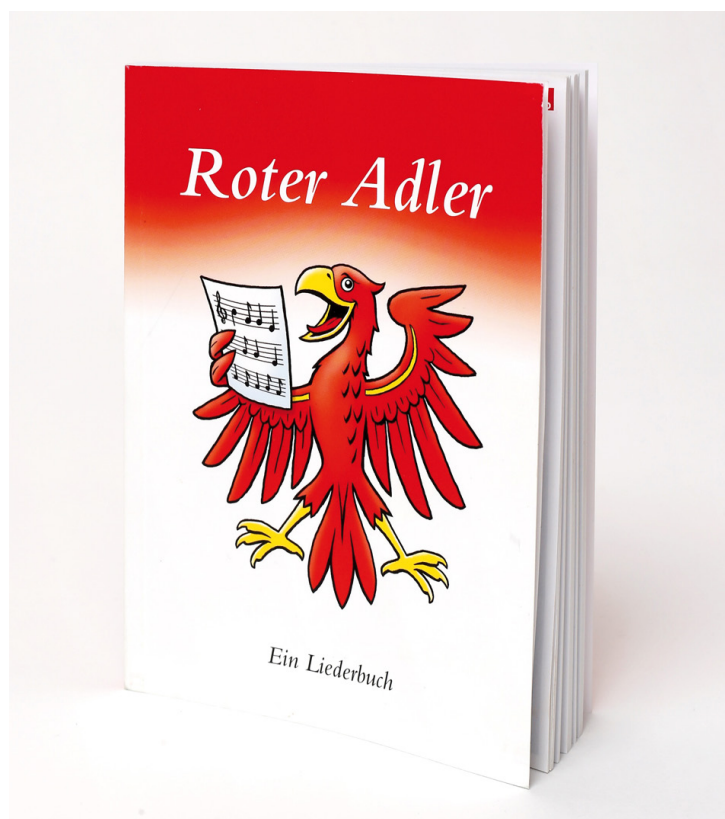
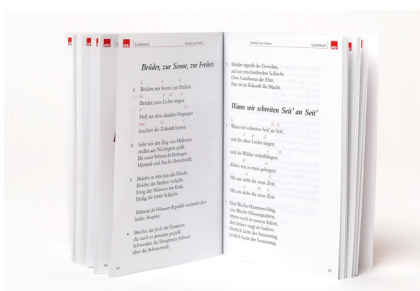


▲
Innenseiten

SPD-Wahlkampfhandbuch



SPD-Liederbuch



Kommunikationsmittel und -strategie

Bundestagswahlkampf 2017 für Mechthild Rawert

Zur Unterstützung der Bundestagsabgeordneten Mechthild Rawert (SPD) im Wahlkreis Tempelhof-Schöneberg wurde für die Gleichstellung von Kindern, homosexuellen, inter- und transgeschlechtlichen Menschen eine Kommunikationsstrategie entwickelt und umgesetzt: von verschiedenen Kommunikationsmedien und Printprodukten über die Bespielung von Social-Media-Kanälen bis hin zu innovativen Give-aways.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text, Social Media, Film, Projektmanagement

Maßnahmen

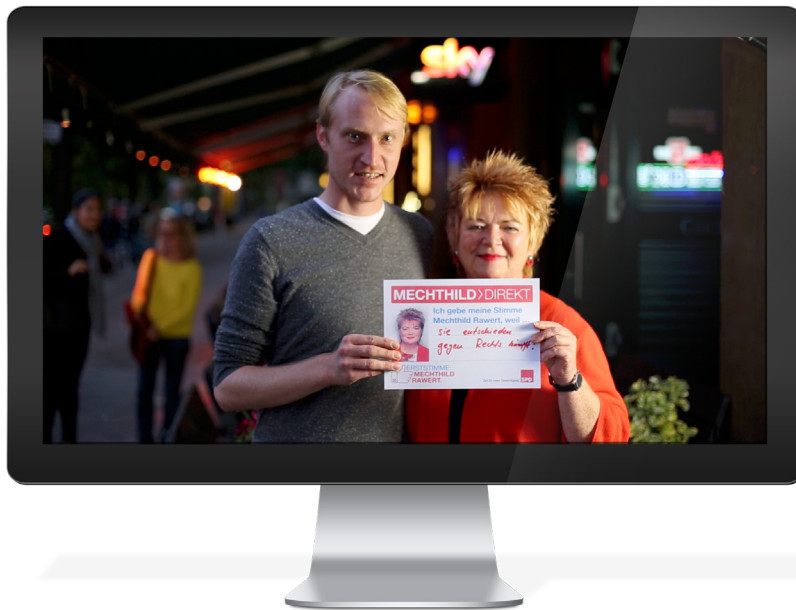
- + Konzeption, Gestaltung und Druck verschiedener Themen-Flyer
- + Konzeption und Produktion einer Video-Erststimmen-Kampagne
- + Erstellung von Print-Anzeigen
- + Design und Produktion von Give-aways (z.B. Aufkleber und Rucksäcke)
- + Social-Media-Kommunikation



▲ Give-away Luftballon



▲ Themen-Flyer



▲ Video-Erststimmen-Kampagne: Ich gebe meine Stimme Mechthild Rawert, weil...

Give-away Aufkleber



▼ Social-Media-Postings



▲ Give-away Rucksack



Mechthild Rawert
Ihre Bundestagsabgeordnete für
Tempelhof-Schöneberg

Gerne komme ich zu einem „Wohnzimmersgespräch“ mit Ihren Nachbarn, Freunden und Bekannten zu Ihnen nach Hause.
Laden Sie mich zu einem Thema Ihrer Wahl ein.

Ich freue mich von Ihnen zu hören:
Wahlkreisbüro: Friedrich-Wilhelm-Straße 86 • 12099 Berlin-Tempelhof
Telefon: 030 720 13 884
E-Mail: mechthild.rawert.wk@bundestag.de
www.mechthild-rawert.de

Zeit für mehr Gerechtigkeit. **SPD**

▲ Print-Anzeigen

Kommunikationsmittel

Mitglieder-Magazin

BVMW, Bundesverband mittelständische Wirtschaft

Sechsmal jährlich erscheint das Mitglieder-Magazin des BVMW und informiert über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen. Durch Anzeigen-Akquise wurde eine 80%ige Refinanzierung des Magazins erreicht.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

- + Layout-Entwicklung
- + Fotos, Bildauswahl sowie Bildbearbeitung
- + Anzeigen-Akquise zur 80%igen Refinanzierung



◀ Abb.
Der MITTELSTAND – Das Unternehmer-
magazin





Kommunikationsmittel

Bildung im Quartier

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt

Wissensvermittlung kann nicht früh genug beginnen. Die EFRE-Förderung für die Kinder- und Jugendbildung setzt sich genau dafür in Berlin ein. Wie die Arbeit aussieht und wie die Fördermittel eingesetzt werden, wird in Form von einer Präsentationsmappe, von Präsentationsfahnen und Foldern erklärt.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign, Text

Maßnahmen

- + Folder sowie einer Präsentationsmappe
- + Präsentationsfahnen für eine Wanderausstellung, welche Informationen komprimiert darstellen
- + Fotos, Bildauswahl sowie Bildbearbeitung
- + Anzeigen-Akquise zur 80%igen Refinanzierung

Abb. 1



Abb. 1
Titel der 16 Einlegefolder,
DIN A3 offen, DIN A4 geschlossen

Abb. 2
Einlegefolder

Abb. 3
Stanzmappe

Abb. 4
Ausstellungsplakate 90 x 150 cm

Abb. 2

Seitenspendung für Stadtentwicklung und Umwelt

be mit Berlin

Bildung im Quartier (BIQ)

KITA „Die kleinen Entdecker“ – Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg

Der Berliner Ortsteil Friedrichshain zeichnet seit Jahren dank steigender Geburtenzahlen einen kontinuierlichen Bedarf an familienergänzenden Bildungs- und Betreuungsangeboten. Die Kindertagesstätte „Die kleinen Entdecker“ in der Strausberger Straße 49 befindet sich mitten im Sozialraum V, der eine große Nachfrage an pädagogisch durchdachten Konzepten aufweist. Als besondere Angebote bietet die Kita medienpädagogische und naturwissenschaftliche Inhalte für Familien in diesem Sozialraum an.

Rahmenbedingungen

Seit 2008 fördert und betreut die Kapt'n Brower gGmbH in der KITA „Die kleinen Entdecker“ Kinder im Alter von zwei Wochen bis sechs Jahren. Über das Projekt sind 90 Kitaplätze geschaffen worden. Da das Gebäude jahrelang nicht benutzt wurde, befand es sich anfangs in einem stark sanierungsbedürftigen Zustand. Über den „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung“ (EFRE) konnte die KITA instandgesetzt und energetisch modernisiert werden. Heute steht die Einrichtung von innen und außen in hellen, freundlichen Farben. An der Finanzierung des Projektes hat sich der Träger mit Eigenmitteln in Höhe von 50 % beteiligt.

Die Kapt'n Brower gGmbH kooperiert mit umliegenden Einrichtungen sowie mit Unternehmen und Medieninstituten. Im Rahmen von Mitgliedschaften im Wohlfahrtsverband „Der Paritätische“ und in der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) wird ein kollegialer Erfahrungsaustausch gepflegt. In der Berliner Landesarbeitsgemeinschaft Medienarbeit e.V. werden Impressionen und Ergebnisse aus laufenden Projekten vorgestellt. Darüber hinaus besteht mit der Firma IBM Deutschland eine enge Zusammenarbeit, zurecht wird mit dem KITA-Fenster ein neues Modellvorhaben in der KITA „Die kleinen Entdecker“ erprobt und evaluiert.

Projekteinhalt

Die eigentliche Entdeckungsreise eines Menschen besteht darin, etwas Bekanntes mit neuen Augen sehen zu lernen. Diesem Verständnis folgt sich auch die KITA „Die kleinen Entdecker“ verpflichtet.

Mit dem Förderprogramm verbunden war und ist die Aufgabe, anspruchsvolle Bildungsangebote für junge Familien im Stadtteil zu unterbreiten. So entstand dem Trägerprofil entsprechend innerhalb kürzester Zeit eine Medienwerkstatt in der KITA. Damit stehen leistungsfähige Rechner für die medienpädagogische Arbeit zur Verfügung. Der Träger hat die Ausstattung in den letzten Jahren aus Eigenmitteln kontinuierlich erweitert. Die Kinder werden hier behutsam, altersangemessen und spielerisch an naturwissenschaftliche Phänomene und die Welt der Medien herangeführt, sie lernen diese mit Hilfe von Bildern, Büchern und Mini-Karussellen kennen. Später sammeln die Kinder mit der selbständigen und überlegten Nutzung von Computern weitere Erfahrungen.

Die Bildungsangebote in der KITA „Die kleinen Entdecker“ sollen einen Beitrag dazu leisten, Kindern bessere Startchancen in der Schule zu ermöglichen. Regelmäßig finden in der Einrichtung medienpädagogische und naturwissenschaftliche Angebote sowie ganzheitlich orientierte Projekte zu ausgewählten Themenstellungen statt. Die KITA ist immer voll belegt und weist zahlreiche Vorrangmeldungen auf.

Konkrete Ergebnisse

In den letzten Jahren wurden in der KITA „Die kleinen Entdecker“ zahlreiche Projekte mit Medienbezug durchgeführt. Dazu zählen beispielsweise:

- Geocoaching im Kitz: satellitengestützte Schatzsuche
- mehrere Trickfilme: mit Stofffiguren zum Märchen von „Jill, Bill und Wuff“ zum Thema „Platten“, zum Thema „Pflanzenwachstum im Frühling“
- gruppenübergreifendes Frühlingsprojekt: mehrere Dokumentarfilme, ein Hörspiel zur „Raupe Nimmerst“, eine Bilderausstellung

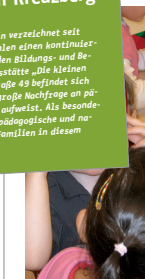
In der KITA-Fenster ab Januar 2013, ein Modellprojekt in Kooperation mit IBM Deutschland

Im Jahr 2011 haben sich 70 Kinder in der Einrichtung in einem gruppenübergreifenden Projekt mit der Jahreszeit Frühling auseinandergesetzt. Die Kinder nahmen sich dem Thema von unterschiedlichen Seiten aus und warfen einen neuen Blick auf eine scheinbar bekannte Jahreszeit. Sie führten verschiedene Experimente zum Pflanzenwachstum durch, ahnten in einer Bewegungschronografie das Pflanzenwachstum nach, fotografierten auf einer Entdeckungstour durch den Volkspark Friedrichshain Frühlingsschätze und lösten im Anschluss ein Bilderretsch, sie malten nach Frühlingsschätzen oder blickten sich unter dem Motto „Pimp my Vegetus“ kreativ aus.

Die Medien spielen im Rahmen des Projektes eine wichtige Rolle. So führen die Kinder aus mehreren Gruppen in gemeinsamen Aktivitäten zusammen, sie verknüpfen verschiedene Bildungsebenen miteinander. Mit ihnen dokumentieren die kleinen Entdecker das Gesehene. So haben sie zum Beispiel in der Trickbox einen Legetricke gestaltet, in dem sie sich noch einmal mit dem Wachstum von Pflanzen beschäftigen und so einen neuen, spielerischen Zugang zu dem Thema finden.

Modellprojekt KITA-Fenster

Seit Januar 2013 wird in der KITA „Die kleinen Entdecker“ das tagelange Modellprojekt KITA-Fenster umgesetzt. Hierfür stellt der Kooperationspartner IBM Deutschland eine Förderung bereit. Die älteren Kinder in der Einrichtung bilden ein Redaktionsteam, das von einem Erzieher angeleitet wird und in regelmäßigen Abständen anschauliche Impressionen aus dem aktuellen pädagogischen Geschehen zusammenstellt. Die Inhalte, zum Beispiel Zeichnungen und Fotos, werden in



Beitrag Friedrichshain-Kreuzberg
KITA „Die kleinen Entdecker“
Strausberger Str. 49
10243 Berlin
Träger
Kapt'n Brower gGmbH
Lautz
Januar 2008 bis Juli 2009
Gesamtkosten 520.743,29 €
Davon EFRE-Mittel 260.371,69 €
Ansprechpartner
Kapt'n Brower gGmbH
Wilhelmstraße 52
10117 Berlin
Thomas Schraak
Telefon: 030/97 99 13 146
E-Mail: tschraak@kaptnbrower.de
Frank Lehmann
Telefon: 030/97 99 13 187
E-Mail: flehmann@kaptnbrower.de

Abb. 3

Bildung im Quartier (BIQ)

14 gute Projektkollegen des Berliner Förderprogramms „Bildung im Quartier“ (BIQ), eines Teilprogramms der „Lebenswissenschaften Initiative“ (LWI) – gefördert aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE).

Fördergebiete

- Stadtentwicklung und -planung
- Sprache und Leseförderung
- Kulturwissenschaften, kulturelle Bildung
- Arbeitsmarkten
- Lebensstile, Familien und -entwicklung, Soziale Bildung

Beitrag Friedrichshain-Kreuzberg

Bildung im Quartier (BIQ)

14 gute Projektkollegen des Berliner Förderprogramms „Bildung im Quartier“ (BIQ), eines Teilprogramms der „Lebenswissenschaften Initiative“ (LWI) – gefördert aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE).

Abb. 4

Seitenspendung für Stadtentwicklung und Umwelt

be mit Berlin

Bildung im Quartier (BIQ)

KITA „Die kleinen Entdecker“ – Bezirk Friedrichshain-Kreuzberg

Der Berliner Ortsteil Friedrichshain zeichnet seit Jahren dank steigender Geburtenzahlen einen entsprechenden Bedarf an familienergänzenden Bildungs- und Betreuungsangeboten. Die Kindertagesstätte „Die kleinen Entdecker“ in der Strausberger Straße 49 befindet sich mitten im Sozialraum V, der eine große Nachfrage an pädagogisch durchdachten Konzepten aufweist. Als besondere Angebote bietet die Kita medienpädagogische und naturwissenschaftliche Inhalte für Familien in diesem Quartier an.

Das Projekt

- Seitenspendung für Stadtentwicklung und Umwelt
- Seit 2008 fördert und betreut die Kapt'n Brower gGmbH in der KITA „Die kleinen Entdecker“ Kinder im Alter von zwei Wochen bis sechs Jahren. Über das Projekt sind 90 Kitaplätze geschaffen worden. Da das Gebäude jahrelang nicht benutzt wurde, befand es sich anfangs in einem stark sanierungsbedürftigen Zustand. Über den „Europäischen Fonds für regionale Entwicklung“ (EFRE) konnte die KITA instandgesetzt und energetisch modernisiert werden. Heute steht die Einrichtung von innen und außen in hellen, freundlichen Farben. An der Finanzierung des Projektes hat sich der Träger mit Eigenmitteln in Höhe von 50 % beteiligt.
- Die Kapt'n Brower gGmbH kooperiert mit umliegenden Einrichtungen sowie mit Unternehmen und Medieninstituten. Im Rahmen von Mitgliedschaften im Wohlfahrtsverband „Der Paritätische“ und in der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) wird ein kollegialer Erfahrungsaustausch gepflegt. In der Berliner Landesarbeitsgemeinschaft Medienarbeit e.V. werden Impressionen und Ergebnisse aus laufenden Projekten vorgestellt. Darüber hinaus besteht mit der Firma IBM Deutschland eine enge Zusammenarbeit, zurecht wird mit dem KITA-Fenster ein neues Modellvorhaben in der KITA „Die kleinen Entdecker“ erprobt und evaluiert.
- Projekteinhalt**

Die eigentliche Entdeckungsreise eines Menschen besteht darin, etwas Bekanntes mit neuen Augen sehen zu lernen. Diesem Verständnis folgt sich auch die KITA „Die kleinen Entdecker“ verpflichtet.

Mit dem Förderprogramm verbunden war und ist die Aufgabe, anspruchsvolle Bildungsangebote für junge Familien im Stadtteil zu unterbreiten. So entstand dem Trägerprofil entsprechend innerhalb kürzester Zeit eine Medienwerkstatt in der KITA. Damit stehen leistungsfähige Rechner für die medienpädagogische Arbeit zur Verfügung. Der Träger hat die Ausstattung in den letzten Jahren aus Eigenmitteln kontinuierlich erweitert. Die Kinder werden hier behutsam, altersangemessen und spielerisch an naturwissenschaftliche Phänomene und die Welt der Medien herangeführt, sie lernen diese mit Hilfe von Bildern, Büchern und Mini-Karussellen kennen. Später sammeln die Kinder mit der selbständigen und überlegten Nutzung von Computern weitere Erfahrungen.

Die Bildungsangebote in der KITA „Die kleinen Entdecker“ sollen einen Beitrag dazu leisten, Kindern bessere Startchancen in der Schule zu ermöglichen. Regelmäßig finden in der Einrichtung medienpädagogische und naturwissenschaftliche Angebote sowie ganzheitlich orientierte Projekte zu ausgewählten Themenstellungen statt. Die KITA ist immer voll belegt und weist zahlreiche Vorrangmeldungen auf.

Konkrete Ergebnisse

In den letzten Jahren wurden in der KITA „Die kleinen Entdecker“ zahlreiche Projekte mit Medienbezug durchgeführt. Dazu zählen beispielsweise:

- Geocoaching im Kitz: satellitengestützte Schatzsuche
- mehrere Trickfilme: mit Stofffiguren zum Märchen von „Jill, Bill und Wuff“ zum Thema „Platten“, zum Thema „Pflanzenwachstum im Frühling“
- gruppenübergreifendes Frühlingsprojekt: mehrere Dokumentarfilme, ein Hörspiel zur „Raupe Nimmerst“, eine Bilderausstellung

In der KITA-Fenster ab Januar 2013, ein Modellprojekt in Kooperation mit IBM Deutschland

Im Jahr 2011 haben sich 70 Kinder in der Einrichtung in einem gruppenübergreifenden Projekt mit der Jahreszeit Frühling auseinandergesetzt. Die Kinder nahmen sich dem Thema von unterschiedlichen Seiten aus und warfen einen neuen Blick auf eine scheinbar bekannte Jahreszeit. Sie führten verschiedene Experimente zum Pflanzenwachstum durch, ahnten in einer Bewegungschronografie das Pflanzenwachstum nach, fotografierten auf einer Entdeckungstour durch den Volkspark Friedrichshain Frühlingsschätze und lösten im Anschluss ein Bilderretsch, sie malten nach Frühlingsschätzen oder blickten sich unter dem Motto „Pimp my Vegetus“ kreativ aus.

Die Medien spielen im Rahmen des Projektes eine wichtige Rolle. So führen die Kinder aus mehreren Gruppen in gemeinsamen Aktivitäten zusammen, sie verknüpfen verschiedene Bildungsebenen miteinander. Mit ihnen dokumentieren die kleinen Entdecker das Gesehene. So haben sie zum Beispiel in der Trickbox einen Legetricke gestaltet, in dem sie sich noch einmal mit dem Wachstum von Pflanzen beschäftigen und so einen neuen, spielerischen Zugang zu dem Thema finden.

Modellprojekt KITA-Fenster

Seit Januar 2013 wird in der KITA „Die kleinen Entdecker“ das tagelange Modellprojekt KITA-Fenster umgesetzt. Hierfür stellt der Kooperationspartner IBM Deutschland eine Förderung bereit. Die älteren Kinder in der Einrichtung bilden ein Redaktionsteam, das von einem Erzieher angeleitet wird und in regelmäßigen Abständen anschauliche Impressionen aus dem aktuellen pädagogischen Geschehen zusammenstellt. Die Inhalte, zum Beispiel Zeichnungen und Fotos, werden in

Ausstellungskatalog

Königliche Porzellanmanufaktur Berlin

KPM, Berlin – Sammler von KPM-Porzellan

Zeitloses Design trifft auf traditionelles Handwerk: Die Königliche Porzellanmanufaktur Berlin ist nicht nur unter Sammler*innen ein Begriff. Sie steht allgemein bekannt für Qualität und ästhetischen Anspruch. Ein Ausstellungskatalog spiegelt dieses Bestreben wider und generiert gezielt neue Sammler*innen.

Kommunikationsbausteine: Grafikdesign

Maßnahmen

- + Umsetzung der Dimensionen in einem umfangreichen Ausstellungskatalog
- + Fotografie, Reinzeichnung, Layout, Druck



Cover



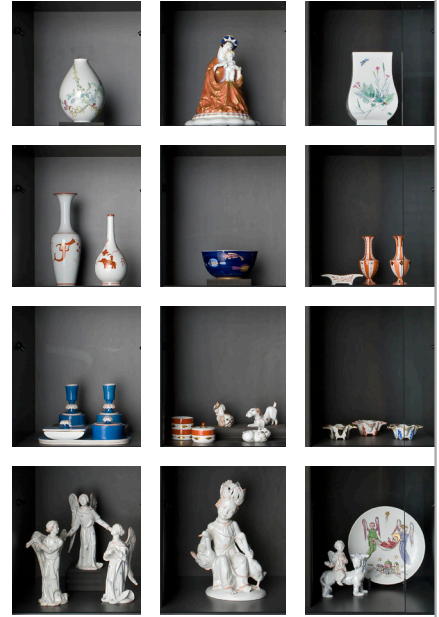
Warum sammle ich Porzellan der KPM Berlin?

„erstens: weil ich berliner und preuss bis – soll ich da sächsischen oder gar bayrischen porzellan sammeln!?“ zweitens: am berliner porzellan des 20. jahrhunderts fasziniert mich die vielfalt der produkte, da ist nämlich nach dem ersten weltkrieg die tendenz zur form ohne ornament (moderische design), die aufnahme der ideen des deutschen werkbundes und des hausaus, die sich vor allem in der zusammenarbeit mit margarete froehlander von der burg gleichstein manifestierte und ihren hohpunkt in den arbeiten von trude petri erreichte.“

Fast gleichzeitig gibt es jedoch eine hinwendung zum von künstlern dekorierten porzellan: die kühnenkisten von richard sawald und césar klein, die wunderbaren verspielten rokokosocken dekore von tommy partridge, die an uralte traditionen anknüpfendes, dennoch ganz der neuen zeit verhafteten chinesisieren von ernst bohne etc. etc. die wenigen zeilen reichen leider nicht, allen verdienten künstlerinnen und künstlern ein lied zu singen – lassen wir es dabei.“

Sammlung Grenert Berlin, Vitrine 1 & 4

Von Oben Links nach Rechts unten:
Vase Tropfenform, 1919
Lautsch, Ingeborg
Goldschneider
Madonna mit dem Christkind, 1910
Hermann Hubrich
farbig gebrannt
Flasche Vase, 1935
reissnberg, Trude Petri
Goldschneider
Vase Flaschenform, 1928
Bandus, Theodor
Dolken: Helmut, Ernst Bohne um 1928
Vase Adis, um 1926
Dolken: Ernst Bohne
Zierkannen, 1913
nach Goldschneider Modell
Dolken: Otto Michael,
1911, Agner, um
Aufgabenstellungen auf einem Grund,
Innenwandung verguldet
Zigarettenstange, 1928
Ernst Bohne
Dolken: Ernst Bohne
2 Vasen, um 1926
Dolken: Ernst Bohne
Küchenschale, 1928
Schule, Trude Petri, Lischer
Tommy Partridge
farbig gebrannt
2 Leuchter, 1928
Tommy Partridge
farbig gebrannt
3 Handgefäße, 1928/27
Polmann, Terrier und Rühl
Tommy Partridge
farbig gebrannt
Stapfenschalen, 1928
Tommy Partridge
Dolken: Tommy Partridge
Ernst Bohne
3 Aschenscherben, 1928
Ernst Bohne
Dolken: Ernst Bohne
Widerwärtiger Engel, 1928
Engelweib Schöne, Hermann Engel
Rath Schumann
Dolken: Rath Schumann
Engelkind mit Puppe, 1910
Rath Schumann
Dolken: Rath Schumann
Wohnschneide, 1911
Dolken: Rath Schumann



Vitrine 3

Layouts Innenseiten



Edelfiese aus dem Verkaufsraum der Staatlichen
Porzellan-Manufaktur in der Leipziger Straße,
Ernst Bohne 1928, Dekor Aufgussmalerei in Rot und Gold



Vase Flaschenform, 1908 von Theodor Schinn-Bandus



Vase Adonis, 1916 von Siegmund Schatz



Kontakt

NeuerWandel GmbH i.G.

Bamberger Straße 18
10779 Berlin

Telefon 030 21 45 84 - 0
Telefax 030 21 45 84 - 79
E-Mail info@neuerwandel.de
Webseite www.neuerwandel.de

© 2026;
NeuerWandel profitiert als 2026 gegründetes Unternehmen von der langjährigen Erfahrung der Agentur elsweyer+hoffmann Berlin-Brandenburg GmbH / Agentur elsweyer+hoffmann, die bereits viele spannende Projekte begleitet und umgesetzt hat; dies machen wir für unsere Kunden nutzbar.





www.neuerwandel.de