

Titel meiner Master-Arbeit

KIM MASTER

Inhalt

5	Einleitung
7	Zweites Kapitel. Etwas längerer Titel, der auch über mehrere Zeile laufen kann.
7	Unterüberschrift 1
13	Literaturverzeichnis
15	Impressum

Einleitung

Ein Grundwissen über die Ozeane ist in der deutschen Gesellschaft nicht vorhanden. In den Schulbüchern der achten und der neunten Klassen existieren einige wenige Seiten in Geografie und Biologie zum Thema Meer. Ich sehe bei den vielen Führungen im GEOMAR, dass die Mehrzahl der Schüler nur über ein sehr begrenztes Wissen über die Meere verfügt. Das ist bei Erwachsenengruppe nicht anders. Natürlich gibt es Ausnahmen, die sehr gut vorbereitet zu uns kommen, aber es bleiben Ausnahmen.

Der Klimawandel ist in der Gesellschaft angekommen, aber der Ozeanwandel, der dem Klimawandel folgt, ist kaum bekannt und wird als Problem überhaupt nicht wahrgenommen. Dazu ist aber ein gewisses Grundwissen erforderlich.

Wir möchten die Bevölkerung¹ nicht nur für die Meeresforschung sensibilisieren und faszinieren, wir möchten zugleich darauf hinweisen, dass wir »**Dies ist ein Beispiel für ein Zitat**« Vorträge und andere Öffentlichkeitsarbeit abzudecken versuchen. Natürlich kann man immer noch mehr machen, aber es gibt auch gute Unterstützung von anderer Seite². So wird das Deutsche Museum in München in Kürze eine permanente Meeresausstellung eröffnen, an der das GEOMAR beteiligt ist.

Welche Rolle spielt die Gestaltung bei der Art, wie sie diese Botschaften kommunizieren? Wie sind Designer in den Prozess der Entwicklung Ihrer Medien eingebunden? Und gibt es dabei Probleme, bzw. haben sich besonders günstige Rahmenbedingungen für diese Kooperation ergeben?

Es ist letztlich häufig eine finanzielle Frage, ob sie eine Agentur beauftragen können³ oder die Möglichkeit haben, eine Kunsthochschule einzubinden. In unserem Exzellenz- haben wir die Kieler Muthesiusschule eingebunden und zwar von Anfang an. Ich habe die Ausstellung gemeinsam mit Kollegen von der Muthesius Kuder Kooperation zwischen Naturwissenschaft und Kunst entsEperem erchili tiiscia ndunte quodi dundicabo. Tas ea-

1. Dagmar Steffen: Design als Produktsprache. Der „Offenbacher Ansatz“ in Theorie und Praxis, Frankfurt/M. 2000.

2. Gert Selle, Jutta Boehe: Leben mit den schönen Dingen. Anpassung und Eigensinn im Alltag des Wohnens, Reinbek b. Hamburg 1986.

3. Bernd Busch, Klaus Stefan Leuschel, Horst Oelke: Design-Entwicklungen in Deutschland, Bonn 1992.

4. Sabeth Buchmann u.a. (Hg.):
Ästhetik des Postfordismus,
Marburg 2017.

5. Siegfried Gronert (Hg.):
Form und Industrie. Wilhelm
Braun-Feldweg, Frankfurt/M.
1998.

6. Lucius Burckhardt: Design ist
unsichtbar, in: ders.: Die Kinder
fressen ihre Revolution, hg. von
Bazon Brock, Köln 1985, S. 42-48.

ritio odBus que eatur? Quid moditi tem in ne et re commolor ma
debis aliquis perrovi derspero⁴ delibusda alit exceaquas duntem
is eles atureCeperati ssitiorum exces nam ullabor estotaestrum
que landelibusam fugita nullest, quis dolorero magniet dolupta-
tio. Ovidis experibus aspeditata commolutetur aut quas sitati aut
landunt es ni utatur?

Min porrumquatem⁵ alitassit aut anditetur suntoreris ipsu-
sam et labo. Et restioriae. Consenditi vollace pudandi gniscita do-
lut et molupicit magnat labo. Ut eaquam, odis veliamendem vo-
luptae nobis eosam intiae porehendis⁶ venihil lacepudia con nate
nam quias as a volupta temolore, adia aspid ullitinias autasped
qui re nimiliq uodisquam eos autem veliberspe volupta tempo-
riatio berchilicia veresera aut qui consecus porest, consedita nus.

Zweites Kapitel. Etwas längerer Titel, der auch über mehrere Zeile laufen kann.

Ein Grundwissen über die Ozeane ist in der deutschen Gesellschaft nicht vorhanden. In den Schulbüchern der achten und der neunten Klassen existieren einige wenige Seiten in Geografie⁷ und Biologie zum Thema Meer. Ich sehe bei den vielen Führungen im Geomar, dass die Mehrzahl der Schüler nur über ein sehr begrenztes Wissen über die Meere verfügt. Das ist bei Erwachsenengruppe nicht anders. Natürlich gibt es Ausnahmen, die sehr gut vorbereitet zu uns kommen, aber es bleiben Ausnahmen.

Unterüberschrift 1

Der »Klimawandel ist in der Gesellschaft angekommen, aber der Ozeanwandel, der dem Klimawandel«⁸ folgt, ist kaum bekannt und wird als Problem überhaupt nicht wahrgenommen. Dazu ist aber ein Grundwissen erforderlich.

Wir möchten die Bevölkerung⁹ nicht nur für die Meeresforschung sensibilisieren und faszinieren, wir möchten zugleich darauf hinweisen, dass wir Meeresforscher Probleme im Weltmeer sehen und auch Ängste haben, wie sich das Meer entwickelt, wenn der Mensch nicht zeitnah reagiert. Da gibt es einen riesigen Bedarf an Aufklärung, den wir durch Ausstellungen, Führungen, Vorträge und andere Öffentlichkeitsarbeit abzudecken versuchen. Natürlich kann man immer noch mehr machen, aber es gibt auch gute Unterstützung von anderer Seite. So wird das Deutsche Museum in München in Kürze eine permanente Meeresausstellung eröffnen, an der das GEOMAR beteiligt ist.

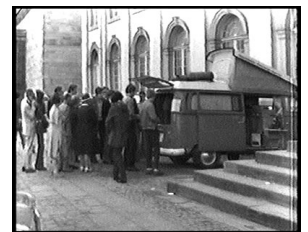
Welche Rolle spielt die Gestaltung bei der Art, wie sie diese Botschaften kommunizieren? Wie sind Designer in den Prozess der Entwicklung Ihrer Medien eingebunden? Und gibt es dabei Probleme, bzw. haben sich besonders günstige Rahmenbedingungen für diese Kooperation ergeben?

Es ist letztlich häufig eine finanzielle Frage, ob sie eine Agentur bei unserem Exzellenz- haben wir die Kieler Muthesius-

7. Franz Blei: Reklame für Frauen, in: Gebrauchsgraphik, 6. Jg, Nr. 1. (Januar 1929), S. 41-42.

8. Anna Moldenhauer: Der feine Unterschied. Interview mit Uta Brandes, 20.01.2023, in: Stylepark, <https://www.stylepark.com/de/news/uta-brandes-interview-design-expertin-igdn-international-gender-design-network-stylepark-magazin> (Zugriff am: 05.07.2023).

9.



Auch Abbildungen können in Fußnoten stehen. Aber auch diese müssen dann mit den Notwendigen Angaben versehen werden. Also: Vorname Nachname des Designers/der Designerin, Titel des abgebildeten Werkes, Jahreszahl der Entstehung

Telewissen, Der Magische Spiegel, 1972

10. Benjamin Petterson, Paper
Piece, 1960

schule eingebunden und zwar von Anfang an. auftragen können
oder die Möglichkeit haben, eine Kunsthochschule einzubinden.
In unserem Exzellenz haben wir die Kieler Muthesiusschule ein-



Hier steht ein Text mit Bildunterschrift in dem Fließtext-Rahmen. Die Bildunterschrift sollte dabei immer 13,5pt (das entspricht drei Grundlinienraster-Einheiten) entfernt sein. Bild und Bildunterschrift können erst angelegt, dann mit Objektformat „Bild im Textrahmen“ und dann im Fließtext verankert werden. Dann sollten Sie automatisch an den richtigen Platz springen und bei Umbruchsänderungen mitfließen.

gebunden und zwar von Anfang an. Ich habe die Ausstellung gemeinsam mit Kollegen von.







Literaturverzeichnis

BLEI, FRANZ: Reklame für Frauen, in: Gebrauchsgraphik, 6. Jg, Nr. 1. (Januar 1929), S. 41-42.

BUCHMANN, SABETH U.A. (HG.): Ästhetik des Postfordismus, Marburg 2017.

BURCKHARDT, LUCIUS: Design ist unsichtbar, in: ders.: Die Kinder fressen ihre Revolution, hg. von Bazon Brock, Köln 1985, S. 42-48.

BUSCH, BERND, KLAUS STEFAN LEUSCHEL, HORST OEHLKE: Design-Entwicklungen in Deutschland, Bonn 1992.

GRONERT, SIEGFRIED (HG.): Form und Industrie. Wilhelm Braun-Feldweg, Frankfurt/M. 1998.

MOLDENHAUER, ANNA: Der feine Unterschied. Interview mit Uta Brandes, 20.01.2023, in: Stylepark, <https://www.stylepark.com/de/news/uta-brandes-interview-design-expertin-igdn-international-gender-design-network-stylepark-magazin> (Zugriff am: 05.07.2023).

SELLE, GERT, JUTTA BOEHE: Leben mit den schönen Dingen. Anpassung und Eigensinn im Alltag des Wohnens, Reinbek b. Hamburg 1986.

STEFFEN, DAGMAR: Design als Produktsprache. Der „Offenbacher Ansatz“ in Theorie und Praxis, Frankfurt/M. 2000.

Impressum

KIM MASTER

BETREUT DURCH

Prof. Dr. Petra Eisele

Prof. Dr. Isabel Naegele

Prof. Philipp Pape

Prof. Holger Reckter

Prof. Bettina Tabel

MASTERARBEIT

im Studiengang Kommunikationsdesign

Hochschule Mainz

2023