



visuelle kommunikation

ist ein hoch- oder ein heruntergezogener Mundwinkel. Beide exemplarische Botschaften verfolgen eine Absicht und fordern Reaktionen. Visuelle Kommunikation beginnt bereits vor dem Spracherwerb und funktioniert in Grenzen auch ohne Sprache. Erweitert um Wort und Text wird Kommunikation einerseits präziser, aber zugleich auch immer komplexer und im Zuge der allgemeinen Informationsflut manchesmal zur Herausforderung.

Heike Hartmann

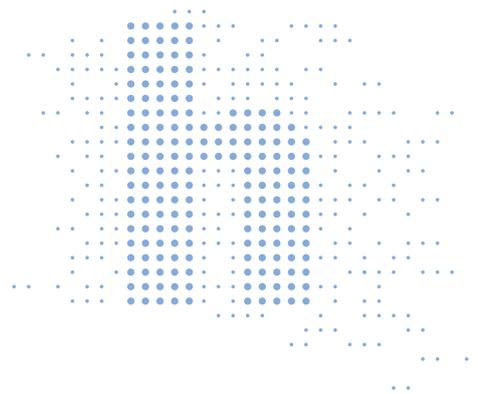
Hier setzt meine Arbeit an. Ich möchte Sie mit meinem Wissen als Diplom Grafik-Designerin und mit meiner Erfahrung, basierend auf langjähriger Tätigkeit in renommierten Frankfurter Designbüros, bei der Umsetzung Ihrer kommunikativen Maßnahmen unterstützen; Ihr unternehmerisches Selbstverständnis und Ihre Ziele in einem unverwechselbar gestalteten Auftritt zum Ausdruck zu bringen. An erster Stelle steht für mich hierbei der Einklang von Information und Funktion. Hinzu kommt der ästhetische Aspekt. Diese Faktoren in ein stimmiges Gleichgewicht, auf den Punkt, zu bringen und überzeugende gestalterische Lösungen zu präsentieren ist meine Aufgabe.

Heike Hartmann

visuelle kommunikation

In enger projektbezogener Kooperation mit kompetenten Partnern aus den Bereichen Text, Illustration, Fotografie, Web-Programmierung, Unternehmensberatung, Marketing, Messebau und Industrie-Design entwickle ich Konzepte zur stringenten Darstellung von Unternehmen, Verbänden und Institutionen aus Wirtschaft und Kultur. Das umfasst einzelne Publikationen, wie z.B. Broschüren, Zeitschriften, Kataloge, Plakate und Geschäftsausstattungen ebenso, wie umfangreiche Maßnahmen, z.B. Web-Auftritte und Corporate-Identity Prozesse.

Einige Beispiele meiner Arbeit finden Sie auf den folgenden Seiten:



Das Auslandsbüro des Fachbereich Wirtschaftswissenschaften möchte sein Angebot an Austauschprogrammen und Serviceleistungen innerhalb der Universität Frankfurt populärer und über die Hochschule hinaus bekannt machen.

Erscheinungsbild Auslandsbüro Wirtschaftswissenschaften J. W. Goethe Universität Frankfurt



Die wichtigsten Informationen rund ums Auslandstudium in einem Infofaltblatt zusammengefasst, animieren zum Auslandsaufenthalt.

In Reihe gehängt läßt sich das Falblatt auch als serieller Aushang verwenden.

Erscheinungsbild Auslandsbüro Wirtschaftswissenschaften J. W. Goethe Universität Frankfurt

Auslandsbüro Wirtschaftswissenschaften



International Office
Business and Economics



Logoentwicklung

Die verschiedenen Aufgabenfelder und Zielgruppen des Büros an einem Ort gebündelt, werden als farblich additive Schnittmenge visualisiert.



Infoblatt

Ein Blatt bündelt Wissenswertes zum Auslandsstudium und den Angeboten des Auslandsbüros. In Reihe gehängt, funktioniert es auch als serieller Aushang.

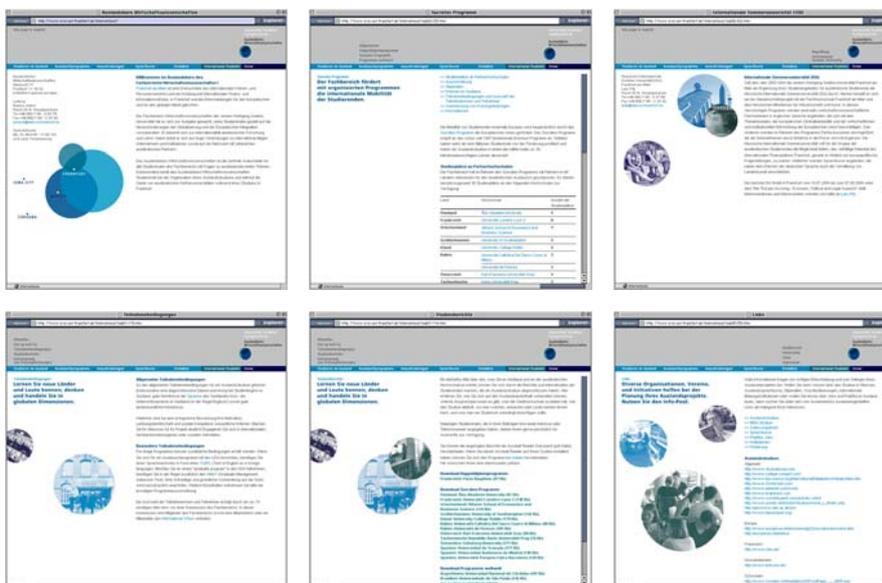
Plakate

Zitierte Erfahrungsberichte von Austauschstudenten regen zum Auslandsaufenthalt an.

Internetauftritt

Die Analyse des bestehenden Web-auftritts führt zu einer neuen inhaltlichen und formalen Struktur. Das Navigationsmenü gliedert das Angebot des Auslandsbüros in fünf Rubriken und zwei Sonderthemen. Diese verzweigen sich in Unter-rubriken und ermöglichen das digi-tale Ausfüllen von Bewerbungs-unterlagen, das Downloaden von Ausschreibungen, Erfahrungs-berichten u.v.m..

[www.wiwi.uni-frankfurt.de/
international](http://www.wiwi.uni-frankfurt.de/international)



Das in der zweiten Generation familiengeführte Unternehmen möchte seinen visuellen Auftritt modernisieren und über sein breit gefächertes Leistungsspektrum informieren.

Erscheinungsbild Raumausstattung Claus



Der Firmenwagen als flexibler Werbeträger. Ob unterwegs in Fahrt oder an ständig wechselnden Orten parkend, informiert er über Leistungen und verweist auf den Internetauftritt mit vielen anschaulichen Referenzabbildungen.

Erscheinungsbild Raumausstattung Claus



Geschäftspapiere

Die vorgegebenen, dem alten Erscheinungsbild zugrunde liegenden, Erkennungsmerkmale „C“ und die Farbe „grün“ wurden beibehalten, jedoch formal überarbeitet und modernisiert. Horizontale Gliederung und verschiedene Mischttöne der beiden Hausfarben markieren den Gesamtauftritt. Unterschiedliche Rückseiten der Visitenkarten spiegeln die Vielfalt des Unternehmens.



Infoblatt Aushang

Ein Faltblatt porträtiert den Betrieb. Die Vorderseite zeigt Fotografien von Materialien und Anwendungen, die Rückseite informiert über Angebot und Service. Um Kosten zu senken, wurde das Faltblatt in den zwei Sonderhausfarben gedruckt. Die vielfältigen Mischttöne daraus ergeben trotz der Reduktion ein „buntes“ Aussehen. Ebenfalls kostensparend die vielseitige Verwendbarkeit: als Beileger, Postwurfsendung, sowie ungefaltet als Aushang.



Torlicht, Beschilderung, saisonale Aktionen

Die typischen gestalterischen Elemente markieren und beleuchten weithin sichtbar den Eingang zu Büro und Werkstatt. Regelmäßige thematisch wechselnde Veranstaltungen laden zum Hereinschauen ein.



Internetauftritt

Ein weiterer Bestandteil der Unternehmensmodernisierung ist die Präsenz im Netz. Animierte Bildabfolgen zu den einzelnen thematischen Rubriken vermitteln eine Übersicht über die zahlreichen Möglichkeiten der Raumgestaltung.

Eine der führenden Internet-Agenturen des Rhein-Main-Gebiets überdenkt nach 10 Jahren solider und stetiger Entwicklung am Markt ihren gestalterischen Auftritt und möchte ihn stärker mit Unternehmensphilosophie und -positionierung in Einklang bringen.

Entwurf Corporate Design mediaman



mediaman // the communication architects

Das Logo verweist auf die beiden m's im Agenturnamen, ist einprägsam und dabei unaufgeregt und zurückhaltend. Die Punkte stehen für Vielfalt, Aktualität, dot.com und erinnern entfernt an die bisherige Bildmarke (Jongleur).

Viel Weißraum, zeitlose Schrift in leichten Schriftschnitten, klare formale Gliederungen und typografische Hierarchien prägen den visuellen Eindruck.

Richtlinien für Typografie, Farben, Formate, Raster, Grafiken und Bildsprache werden festgelegt.

Ein Relaunch der Website wird von der Internet Agentur konzipiert und ausgeführt; die übergeordneten Corporate-Design-Vorgaben werden selbstverständlich auch hier einbezogen.



Entwurf Corporate Design mediaman

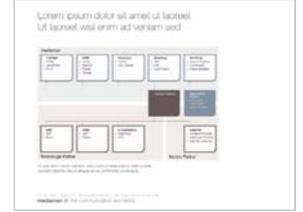


Geschäftsausstattung

Anwendung des neuen Auftritts auf Briefbogen, Visitenkarten, sowie CD-Aufkleber, Etiketten, etc.

Power-Point-Präsentation Konzeptvorlagen

Zentrale Kommunikationsmittel zur Darstellung und Erläuterung der Projektentwicklung sind Power-Point-Präsentationen und Konzeptvorlagen. Anhand von Layoutbeispielen zu typischen Anforderungen (z. B. Statusanzeige, Änderungsprotokoll etc.) werden Basislayouts mit Vorgaben für die benötigten Anwendungen definiert.



Periodische Informationen

Regelmäßig informieren erfahrene Autoren im „useletter“ über Trends und Themen aus der Online-Praxis. In loser Folge erscheint aktuelle Informationen. Casestudies berichten über Usability Untersuchungen u.v.m.

Anlässlich des Jubiläum, zehn Jahre städtische Galerie Alte Mühle, veranstaltet die Stadt Bad Vilbel eine Ausstellung mit Fotografien von Helga und Victor von Brauchitsch und gibt einen Katalog zur Ausstellung heraus.

Ausstellungskatalog und Einladung Kulturamt Bad Vilbel

Jede Katalogseite zeigt eine Schwarz-Weiß-Fotografie, pro Doppelseite ergibt sich daraus die Korrespondenz zweier Werken eines Künstlers. Der gesamte Katalog stellt zwei fotografische Blickwinkel gegenüber.

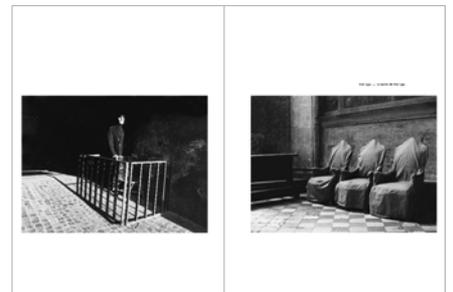


Ausstellungskatalog und Einladung Kulturamt Bad Vilbel



Kataloggestaltung

Der Umschlag verzichtet bewusst auf Abbildung oder Gegenüberstellung ausgestellter Fotografien und lenkt den Blick auf den Titel von Ausstellung und Katalog.



Einladung und Postkarten-Edition

Eine Auswahl der gezeigten fotografischen Arbeiten ist als Postkarten-Edition erhältlich. Je ein Motiv der beiden Künstler, eingebunden in eine Transparent-Banderole, lädt zur Ausstellungseröffnung ein.

Die Wuppertaler Unternehmensgruppe Wolk, Hersteller innovativer Kennzeichnungstechnologien, beauftragt das Frankfurter Designbüro xPLICIT mit der Entwicklung einer umfangreichen Firmen Corporate Identity. Die Firma umfasst unter der Dachmarke Wolk fünf Unternehmensbereiche. Der umfangreiche Gestaltungsprozess gliederte sich in mehrer Entwicklungsphasen.

Firmen-Corporate-Identity Wolk GmbH

im Auftrag von xPLICIT Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH



Dem Metier entsprechend
gleich die Visitenkarte einem
„kleinen Schild“, im Siebdruck auf
durchsichtigen Kunststoff
gedruckt.

Firmen-Corporate-Identity Wolk GmbH

im Auftrag von xPLICIT Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH



-  Safety Marking
-  SafetyConsult
-  SignSystems
-  SignPlus
-  Stempel Markt

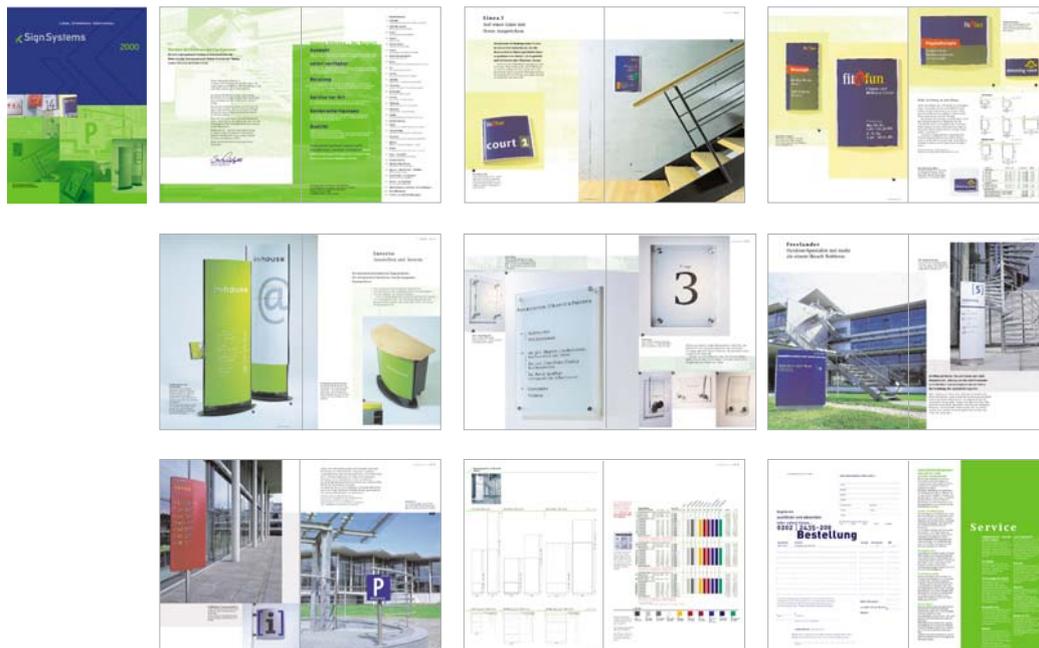
Logoentwicklung

Entstanden ist ein flexibles Logo-System, das in seiner formalen Ähnlichkeit die Zugehörigkeit zum Dachunternehmen und die Zusammengehörigkeit der einzelnen Unternehmensbereiche visualisiert. Das Pfeilelement verweist auf die Unternehmenskompetenzen Kennzeichnung und Orientierung.



Geschäftspapiere

Umsetzung der neuen Gestaltungsmerkmale auf Briefbogen, Infopost, Visitenkarten und die benötigten Formulare der in- und externen Bürokorrespondenz.



Konzeption und Entwurf Mail-Order Katalog

Der expandierende Unternehmensbereich Sign Systems erhält einen umfangreichen bestellfähigen Produktkatalog. Am Beginn der Konzeption steht die Produkt-Positionierung durch die Gestaltung fiktiver Anwendungen der Beschilderungssysteme. Die gestalterische Arbeit umfasst neben Konzeption und Seitenlayout des Katalogs, die Entwicklung technischer Produktzeichnungen, das Fotobriefing sowie das Layout der gezeigten Beschilderungen.

Der ins europäische Ausland expandierende Büromöbel-Distributor Topdeq benötigt ein Corporate-Design-Manual, das sein Erscheinungsbild erläutert, um länderübergreifend einen einheitlichen Unternehmensauftritt zu gewährleisten.

Corporate-Design-Manual Topdeq Büromöbel

im Auftrag von xplicit Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH



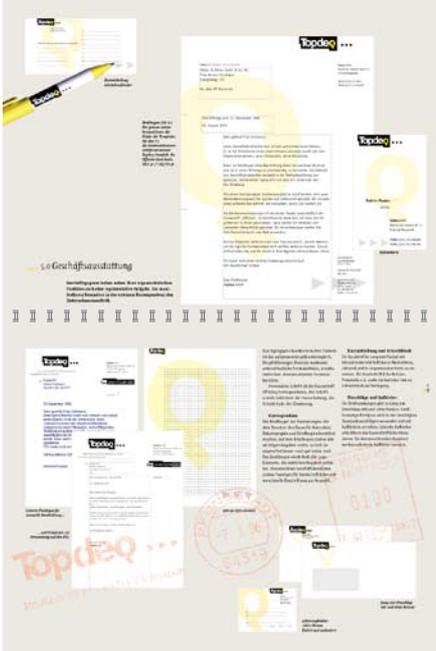
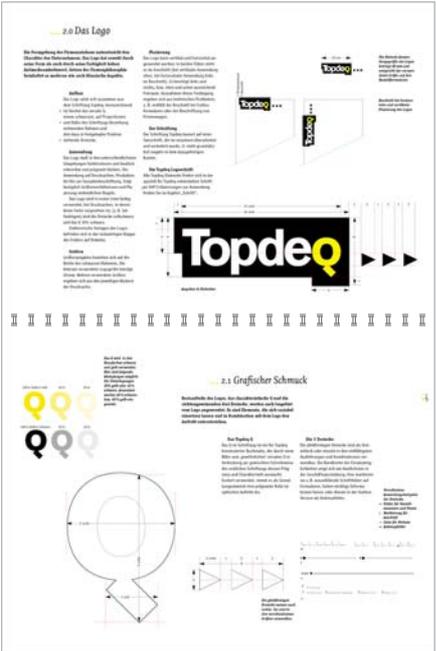
Ein spiralgebundenes Booklet stellt Aufbau und Anwendungsmöglichkeiten des Corporate-Design-Programms in knapper Form zusammen.

In den Umschlag eingehftet sind digitale Vorlagen der Gestaltungskomponenten.

Corporate-Design-Manual Topdeq Büromöbel

im Auftrag von xPLICIT Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH

Um möglichst flexibel in der Handhabung zu sein und einer kleinen Auflage gerecht zu werden, wurde im Digitaldruck produziert. Die Spiralbindung von Einzelseiten in chinesischer Broschur erlaubt die bedarfsgerechte Zusammenstellung der Informationen und vereinfacht die Aktualisierung.



Das international tätige Unternehmen möchte den Austausch und die Zusammenarbeit der Mitarbeiter untereinander stärken und seine weltweite Mitarbeiter-Vernetzung intensivieren. Anlässlich der Einführung einer neuen Mitarbeiter-Kampagne wird als begleitender Bestandteil ein Online-Magazin konzipiert.

Entwurf Online-Mitarbeitermagazin Boehringer Ingelheim

im Auftrag von mediaman Gesellschaft für Kommunikation mbH



Pro Ausgabe führt ein stellvertretender Mitarbeiter den Leser durch sein Land, seine Kultur, sein Arbeits- und sein Lebensumfeld.

Entwurf Online-Mitarbeitermagazin Boehringer Ingelheim

im Auftrag von mediaman Gesellschaft für Kommunikation mbH



Entwurf eines Online-Mitarbeiter-Magazins, basierend auf den CI-Vorgaben des Unternehmens, als regelmäßige Ansprache an das leitende Management. Vertrieben wird das Pdf-Magazin monatlich per HTML-Mailing; so wird bei niedrigen Produktionskosten eine große internationale Zielgruppe erreicht und trotzdem eine hohe redaktionelle und gestalterische Qualität ermöglicht.

Lead & Learn

Share an insight or story from throughout the organization and make it an inspiration for others. The idea is to share a story that is relevant to the company's mission and vision. The story should be short, concise, and easy to read. It should also be visually appealing, with a clear headline and a compelling image.

Lead & Learn

Share an insight or story from throughout the organization and make it an inspiration for others. The idea is to share a story that is relevant to the company's mission and vision. The story should be short, concise, and easy to read. It should also be visually appealing, with a clear headline and a compelling image.

Lead & Learn

Share an insight or story from throughout the organization and make it an inspiration for others. The idea is to share a story that is relevant to the company's mission and vision. The story should be short, concise, and easy to read. It should also be visually appealing, with a clear headline and a compelling image.

The Kawanishi Experience

A Day in the life of a Boehringer Ingelheim employee in Kawanishi, Japan. This page features a photo of a group of employees in a meeting, a map of Japan highlighting the Kawanishi location, and a list of key activities and experiences from the day.

The Kawanishi Experience

A Day in the life of a Boehringer Ingelheim employee in Kawanishi, Japan. This page features a photo of a group of employees in a meeting, a map of Japan highlighting the Kawanishi location, and a list of key activities and experiences from the day.

Lead & Learn

Share an insight or story from throughout the organization and make it an inspiration for others. The idea is to share a story that is relevant to the company's mission and vision. The story should be short, concise, and easy to read. It should also be visually appealing, with a clear headline and a compelling image.

Food

Sukiyaki is prepared right at the table by cooking thinly sliced beef together with soy sauce, vegetables, tofu and seaweed.

Sushi is a small piece of raw seafood placed on a ball of rice. The most common ingredients are tuna, squid and prawns. Cucumbers, pickled radish and sautéed egg omelette are also served. **Sashimi** is sliced raw fish eaten with soy sauce.

Kawabachi is regarded as the most exquisite culinary refinement in Japan. The dishes are mainly composed of vegetables and fish with seasonal and mushrooms in the seasoning. They are characterized by their refined nature.

Yakitori is made up of small pieces of chicken meat, liver and eggplant skewered on a bamboo stick and grilled over hot coals.

Tonkatsu is a deep-fried pork cutlet served in bread crumbs.

Shabu-shabu is tender, thin slices of beef held by chopsticks and swished in a pot of boiling water, then dipped in a sauce before being eaten.

Soba and Udon are two kinds of Japanese noodles. Soba is made from buckwheat flour and Udon from wheat flour. They are served either in a broth or dipped in a sauce, and are available in hundreds of delicious variations.

Menu available: Sukiyaki, Sushi, Sashimi, Kawabachi, Yakitori, Tonkatsu, Shabu-shabu, Soba, Udon.

VTI News

12 April, 2005 VTI Day 2005 - A huge success

It was our day at Boehringer Ingelheim around the globe, to say the least and to the future ahead of us. This year the VTI Day marked the start of something inspiring and engaging, "How we deliver Value through Innovation" with "Lead & Learn".

28 February, 2005 Baden-Baden Management Conference

During the Baden-Baden Management Conference 2005 the Members of the Board of Managing Directors introduced "How we deliver Value through Innovation". One highlight was a series of VTI workshops conducted on 03. March 2005. According to Manuel Garcia Garrido, the Country Manager for Spain, they provided a „... meaningful and inspiring experience and set the tone for further activities. The workshops related questions and generated lively discussions.“ The spirit included there will be brought to each CPH and will be set into further actions.

03 March, 2005 The Extant goes online

The VTI (Lead & Learn Extant) is the common working platform for Human Resources and Communication Professionals and VTI Coordinators. It is intended to this special target group. The Extant provides a variety of communication materials such as downloadable master files for exhibition displays, posters, online banners, etc. All master files are available. Feel free to adapt them to fit your special needs and make Lead & Learn a day for the rest of your country. Since its launch on 03 March 2005, the Extant already had 528 unique visitors who made 872 visits with 8,103 page views. The average number of page views per day is 300.

Lead & Learn Poster

The poster features a central graphic with the letters 'ME WE' and several smaller images of people in various poses, representing the 'Lead & Learn' theme.

Auf Initiative von Vertretern der Museen, Ausstellungsinstitute und Galerien des Rhein-Main-Gebiets wurde die Idee eines regionales Kunstmagazin entwickelt. Die gestalterische Konzeption und Umsetzung wurde als Wettbewerb ausgelobt.

Zeitschriftenkonzeption | Editorial-Design, Artkaleidoscope Presseverlagsgesellschaft

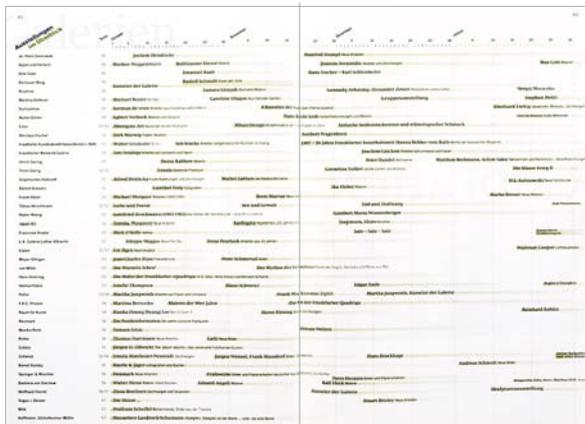
im Auftrag von xPLICIT Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH

Jede Ausgabe hat eine andere auffällige Titelfarbe und bebildert den thematischen Schwerpunkt des Magazins.



Zeitschriftenkonzeption | Editorial-Design, Artkaleidoscope Presseverlagsgesellschaft

im Auftrag von xPLICIT Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH



Die jährlich dreimal erscheinende Zeitschrift gliedert sich in einen redaktionellen „Storyteil“ mit aktuellen Berichten und Interviews, einen umfangreichen Programmteil mit „chrono-optischer“ Ausstellungsübersicht und Kurzportraits zu den Ausstellungen, den Abschluß bilden Rubriken zu kulturellem Geschehen, öffentlicher Architektur u.ä. aus der Region.



Die Verlagsanstalt wendet sich mit dieser Publikation zum Thema innovatives Bauen an eine breite Leserschaft. Zur Zielgruppe der Zeitschrift gehören sowohl Architekten wie auch Bauingenieure und Fachplaner diverser technischer Bereiche rund ums Bauen.

Redesign | Editorial-Design, Intelligente Architektur Verlagsanstalt Alexander Koch

im Auftrag von xplicit Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH



Das Inhaltsverzeichnis gliedert bereits die verschiedenen Facetten der Architekturbe- trachtung.

Redesign | Editorial-Design, Intelligente Architektur Verlagsanstalt Alexander Koch

im Auftrag von xplicit Gesellschaft für visuelle Kommunikation mbH



Forum

Mehr als Fassaden

Die neue Architektur ist nicht nur ein Spiel mit den Materialien, sondern eine Auseinandersetzung mit der Funktion und der Nutzung des Raums. Die Fassaden sind dabei nur ein Teil der Lösung, die die Architekten finden. Die neue Architektur ist eine Antwort auf die Herausforderungen der Zeit, die die Architekten mit sich bringen. Die neue Architektur ist eine Antwort auf die Herausforderungen der Zeit, die die Architekten mit sich bringen.

LESEN SIE

Die neue Architektur ist eine Antwort auf die Herausforderungen der Zeit, die die Architekten mit sich bringen. Die neue Architektur ist eine Antwort auf die Herausforderungen der Zeit, die die Architekten mit sich bringen.

Regeneration

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

LESEN SIE

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

Mehr als nur Fassade

Die Fassade ist nicht nur eine Hülle, sondern ein Teil der Architektur. Die Fassade ist nicht nur eine Hülle, sondern ein Teil der Architektur. Die Fassade ist nicht nur eine Hülle, sondern ein Teil der Architektur.

LESEN SIE

Die Fassade ist nicht nur eine Hülle, sondern ein Teil der Architektur. Die Fassade ist nicht nur eine Hülle, sondern ein Teil der Architektur.

Zwölfjährige Fassade am Victoria-Kreis

Wesentlicher Bestandteil des Gebäudekomplexes

Die Fassade ist ein wichtiger Bestandteil des Gebäudekomplexes. Die Fassade ist ein wichtiger Bestandteil des Gebäudekomplexes. Die Fassade ist ein wichtiger Bestandteil des Gebäudekomplexes.

LESEN SIE

Die Fassade ist ein wichtiger Bestandteil des Gebäudekomplexes. Die Fassade ist ein wichtiger Bestandteil des Gebäudekomplexes.

Regeneration

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

LESEN SIE

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

Regeneration

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

LESEN SIE

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

Regeneration

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

LESEN SIE

Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt. Die Regeneration ist ein Prozess, der die alten Gebäude in neue Gebäude umwandelt.

Die Gestaltung der Fassade

Die Gestaltung der Fassade ist ein wichtiger Bestandteil der Architektur. Die Gestaltung der Fassade ist ein wichtiger Bestandteil der Architektur. Die Gestaltung der Fassade ist ein wichtiger Bestandteil der Architektur.

LESEN SIE

Die Gestaltung der Fassade ist ein wichtiger Bestandteil der Architektur. Die Gestaltung der Fassade ist ein wichtiger Bestandteil der Architektur.

Grundrisse

Die Grundrisse sind ein wichtiger Bestandteil der Architektur. Die Grundrisse sind ein wichtiger Bestandteil der Architektur. Die Grundrisse sind ein wichtiger Bestandteil der Architektur.

LESEN SIE

Die Grundrisse sind ein wichtiger Bestandteil der Architektur. Die Grundrisse sind ein wichtiger Bestandteil der Architektur.

Das redaktionelle Konzept der Zeitschrift, eine mehrseitige Architekturbetrachtung unter sowohl gestalterischen als auch gebäudetechnischen Aspekten, ist auch visuell sichtbar. Das Redesign erleichtert die Orientierung im Heft. Deutliche Rubrizierung, verschiedene Spaltenbreiten und lineare Verbindungselemente gliedern die Heftstruktur und weisen den unterschiedlichen Leserinteressen ihre Artikel zu.

Die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft lobt einen Wettbewerb zum Relaunch ihres Kundenmagazins aus. Das Magazin soll journalistischer werden, jede Ausgabe ein Titelthema behandeln, die einzelnen Beiträge stärker miteinander korrespondieren. zin konzipiert.

Editorial-Design | Entwurf, Kundenmagazin PricewaterhouseCoopers

im Auftrag von Huelbsbömer & Partner



Hülsbömer und Partner konzipieren die redaktionellen Vorgaben, auf Basis dieser Hefstruktur wird ein passendes Layout entwickelt.