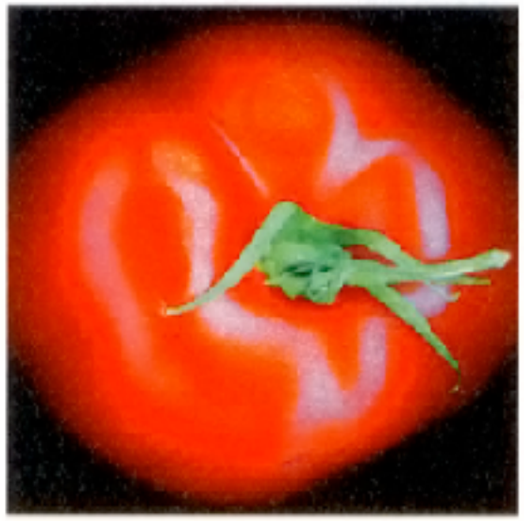
Farbe

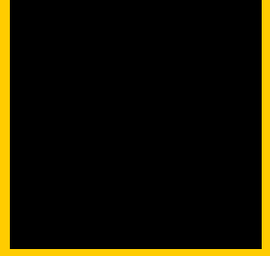
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Corporate Color

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Corporate Color

Corporate Color

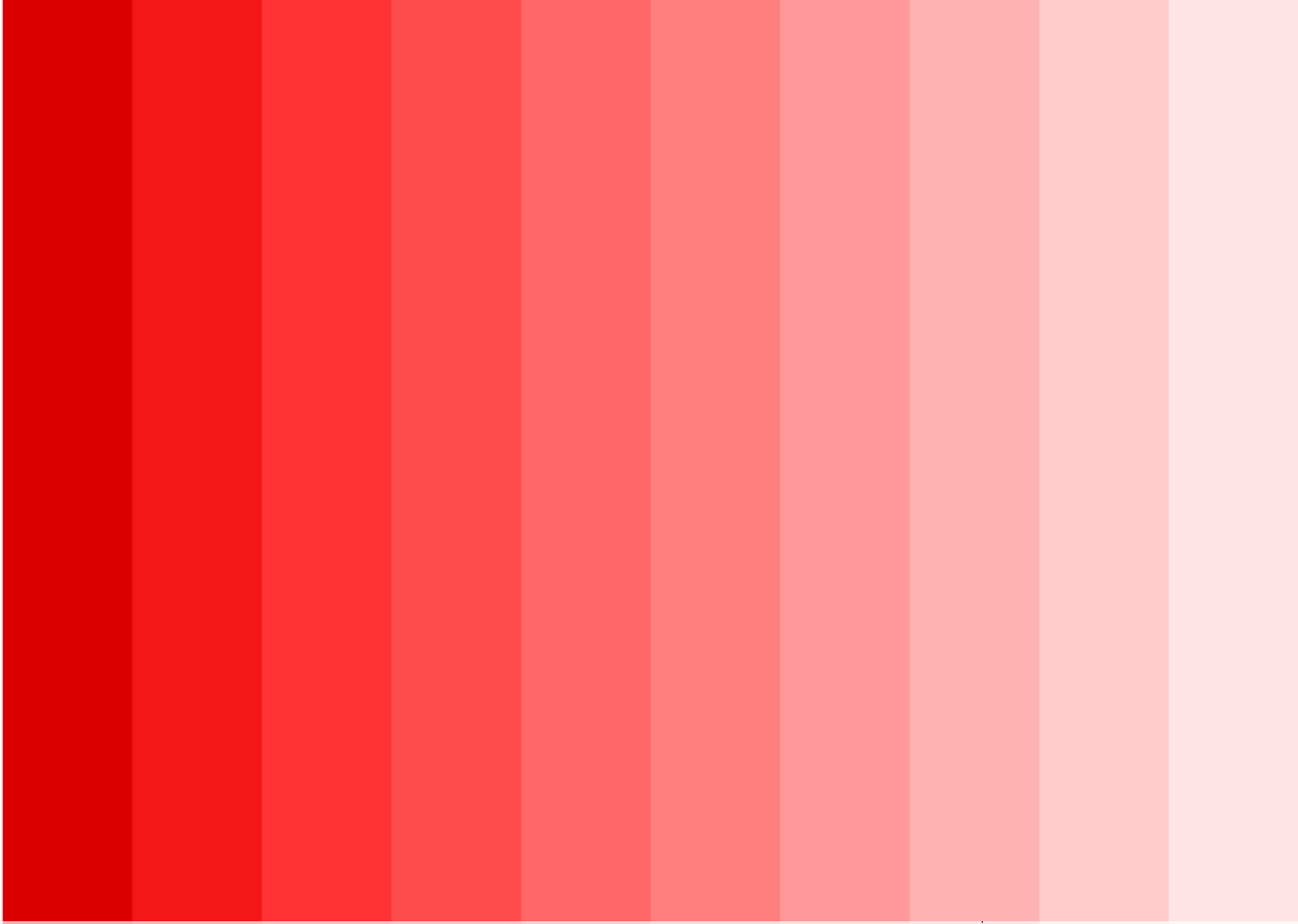
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Corporate Color

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Der gleiche Farbwert

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Verläufe

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Verläufe

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Verläufe

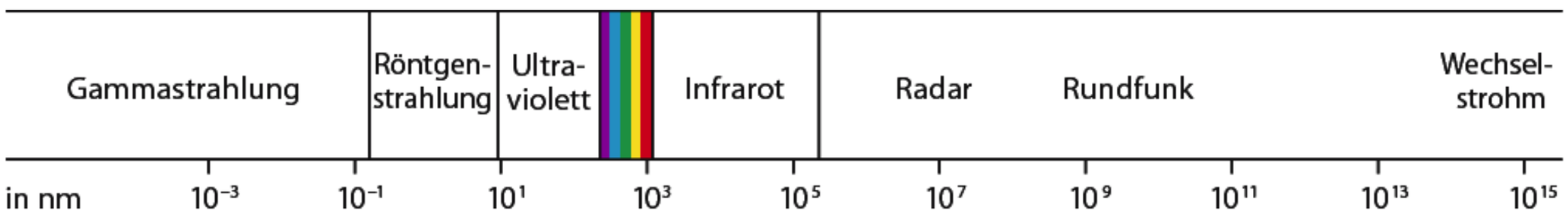
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Verläufe

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Grundlagen

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



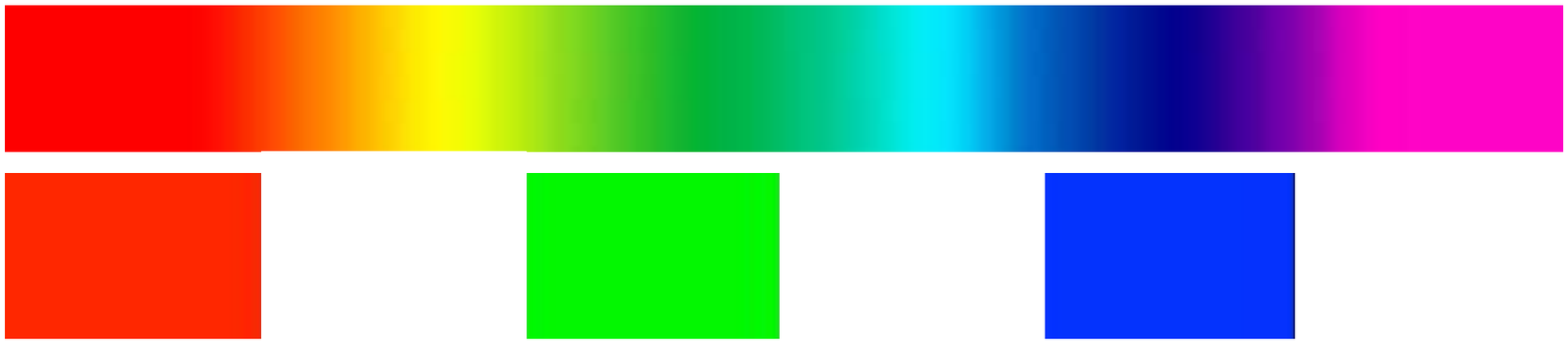
Farbspektrum

Farbmodelle

Farbspektrum

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

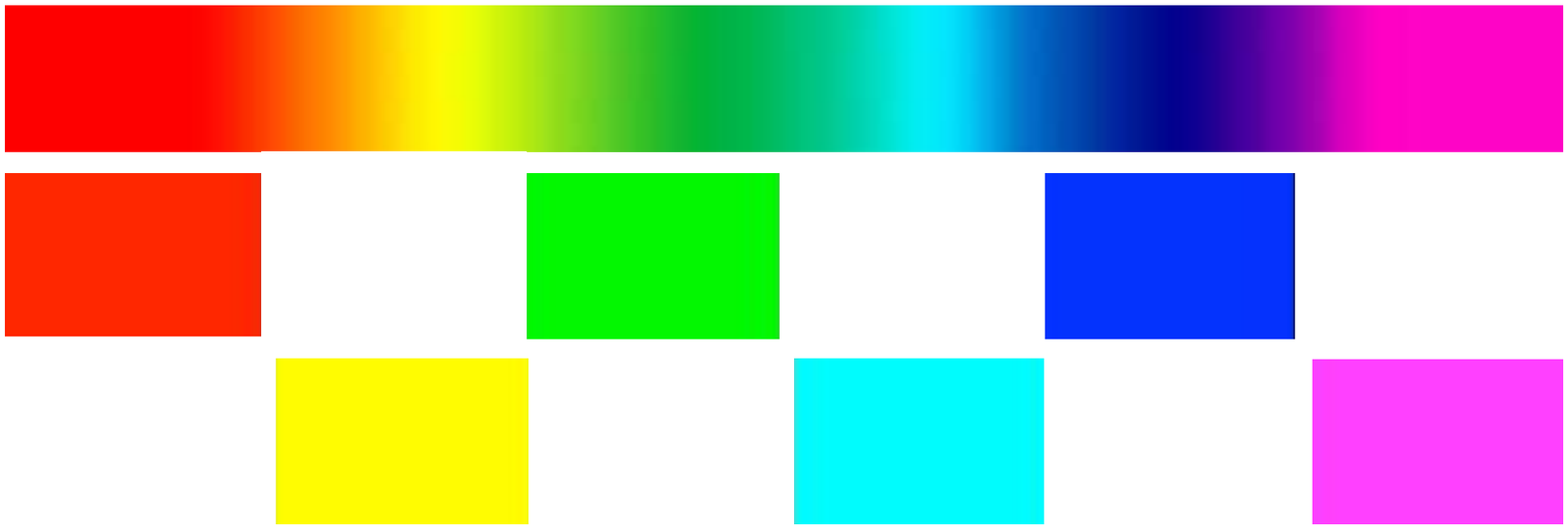
Farbmodelle



Grundfarben des Farbmodells RGB

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbmodelle



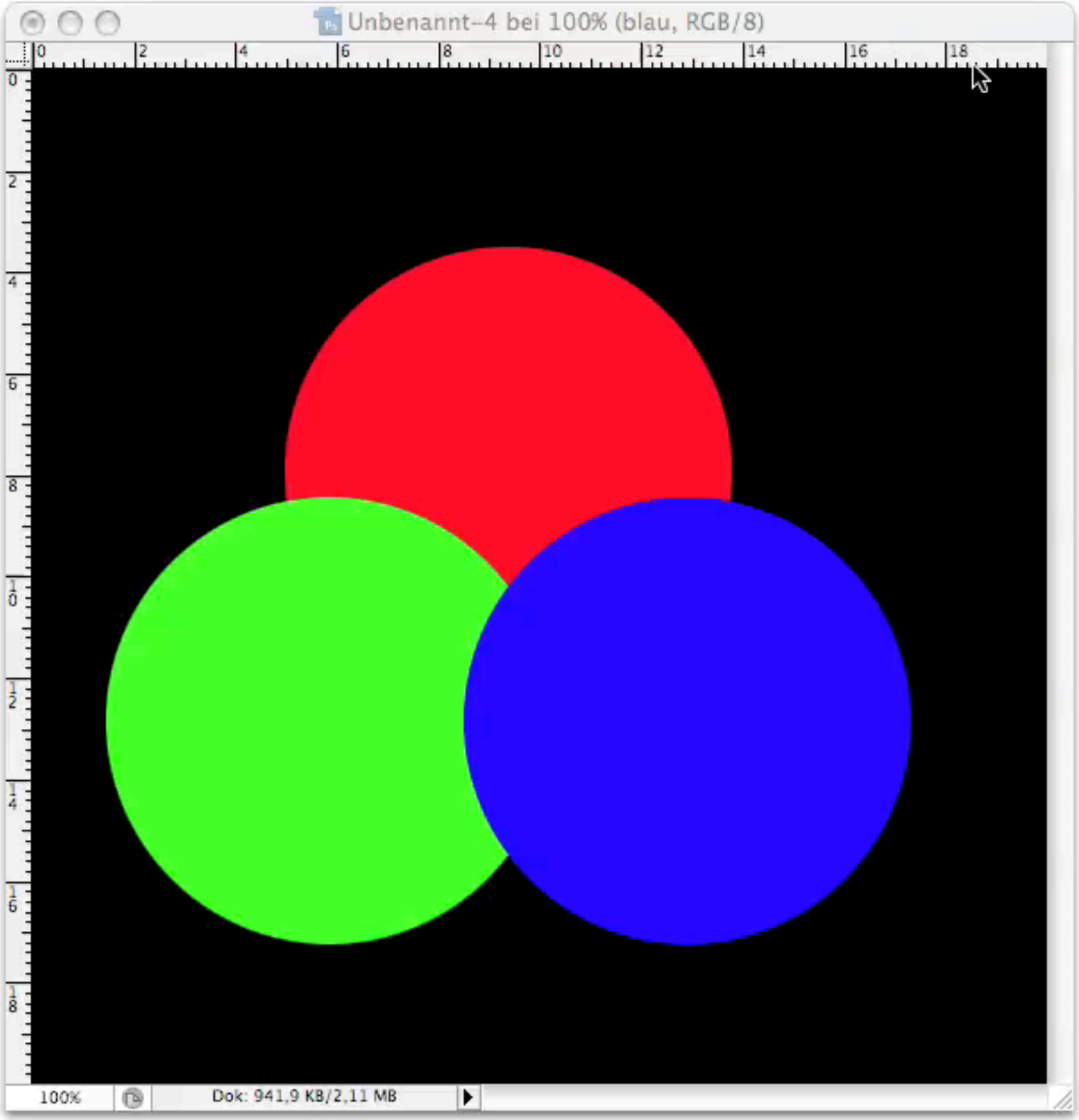
Grundfarben des Farbmodells CMY

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Additive Farbmischung

RGB Farbmodell

Bei der additiven Farbmischung addieren sich die Lichtfarben. Deshalb nimmt die Helligkeit zu.

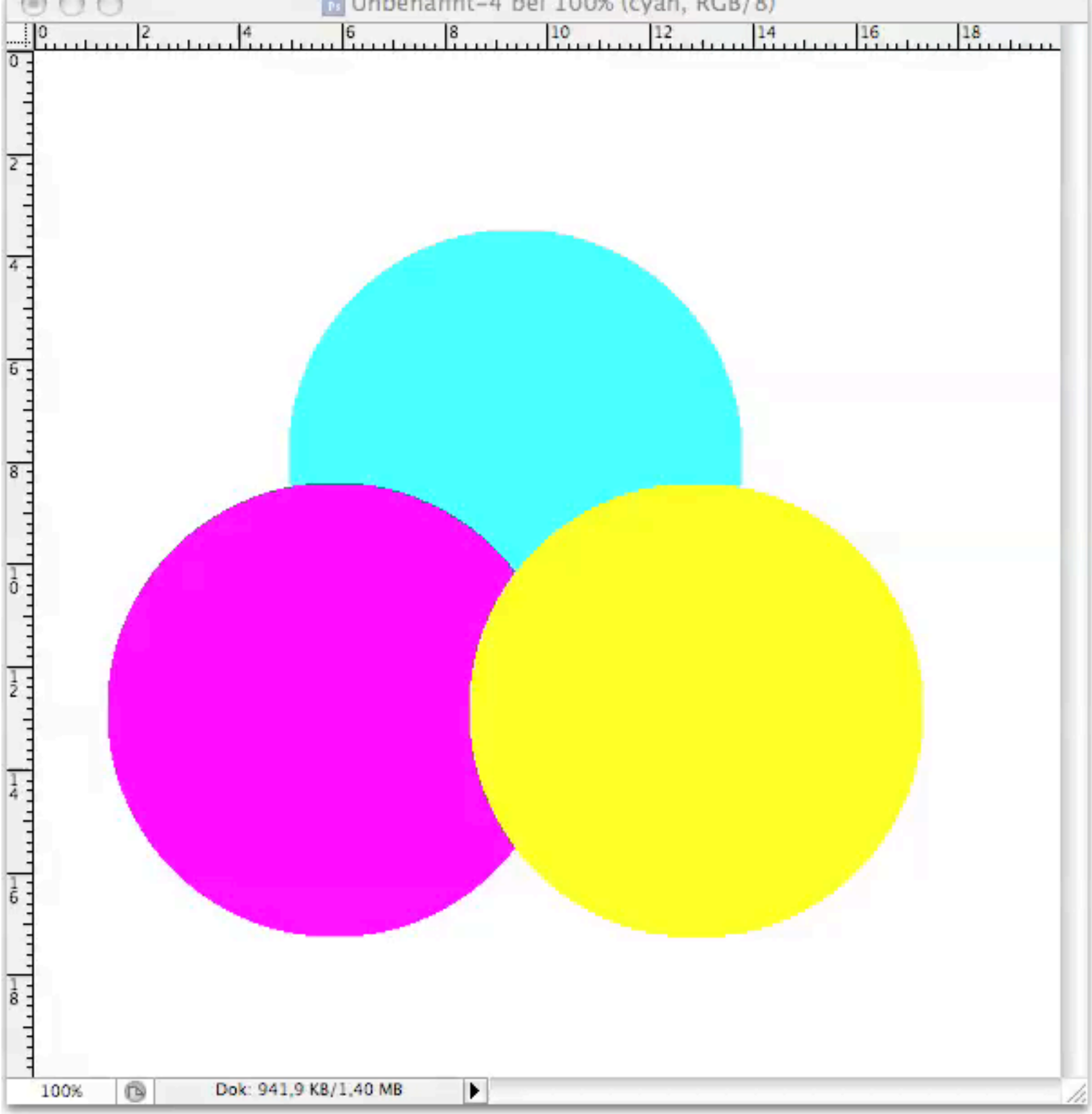


Additive Farbmischung

Subtraktive Farbmischung

Bei der subtraktiven Farbmischung nimmt die Helligkeit wegen der Absorption der Lichtstrahlen ab. Die gemischten Farben erscheinen dunkler.

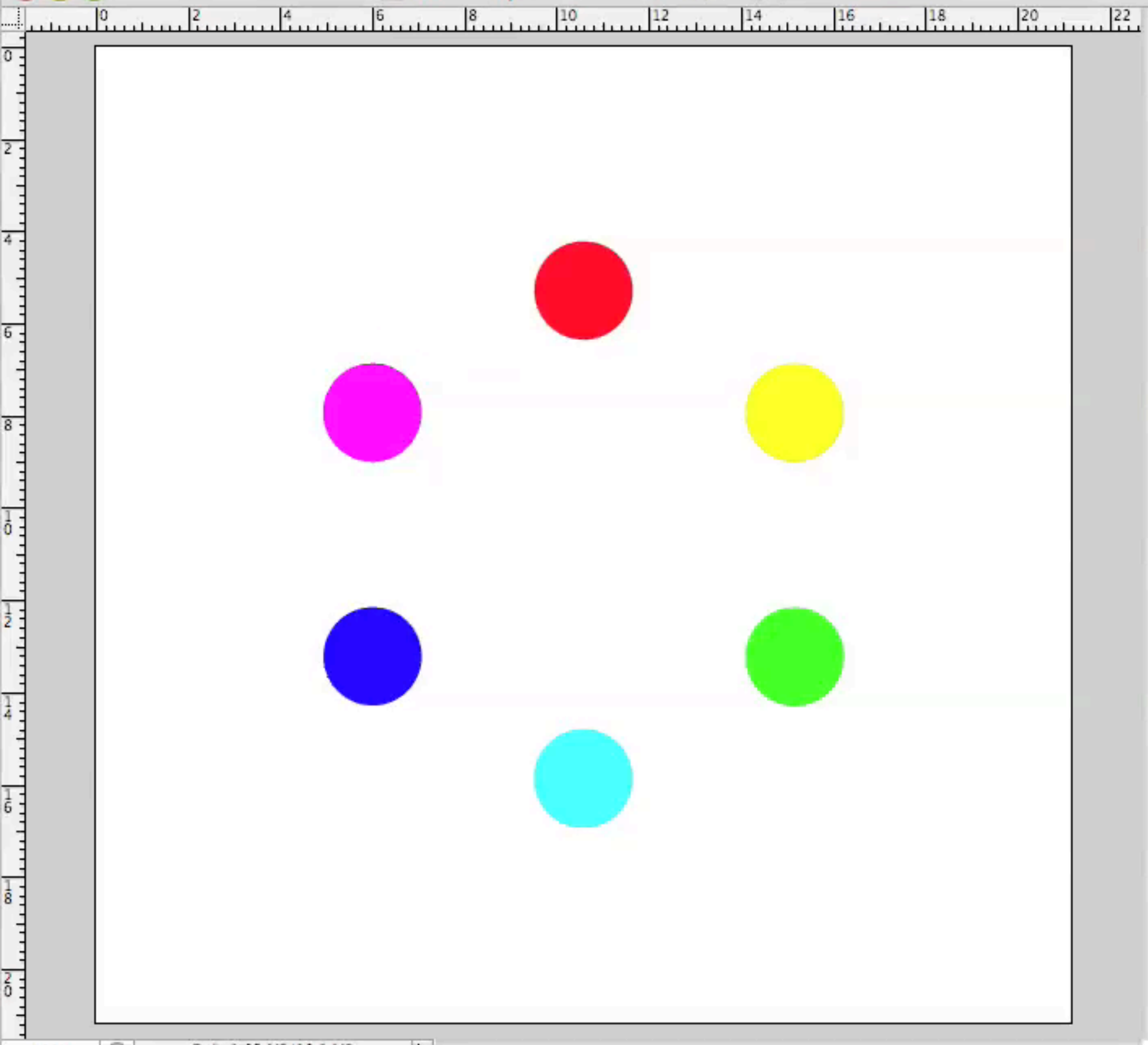
CMY(K) Farbmodell



Subtraktive Farbmischung

Vordergrund | Modus: Normal | Deckkr.: 100% | Toleranz: 20 | Glätten | Benachbart | Alle Ebenen | Arbeitsbereich

farbkreis.psd bei 100% (CMY, RGB/8)



100% | Dok: 1,03 MB/10,1 MB

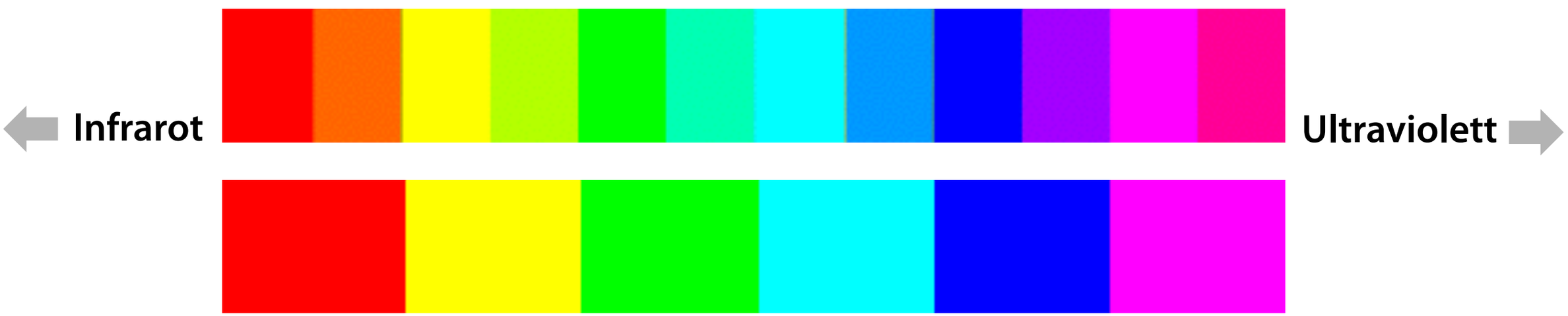
Zeichen | Absatz | Ebenen | Kanäle | Pfade

Normal | Deckkr.: 100%

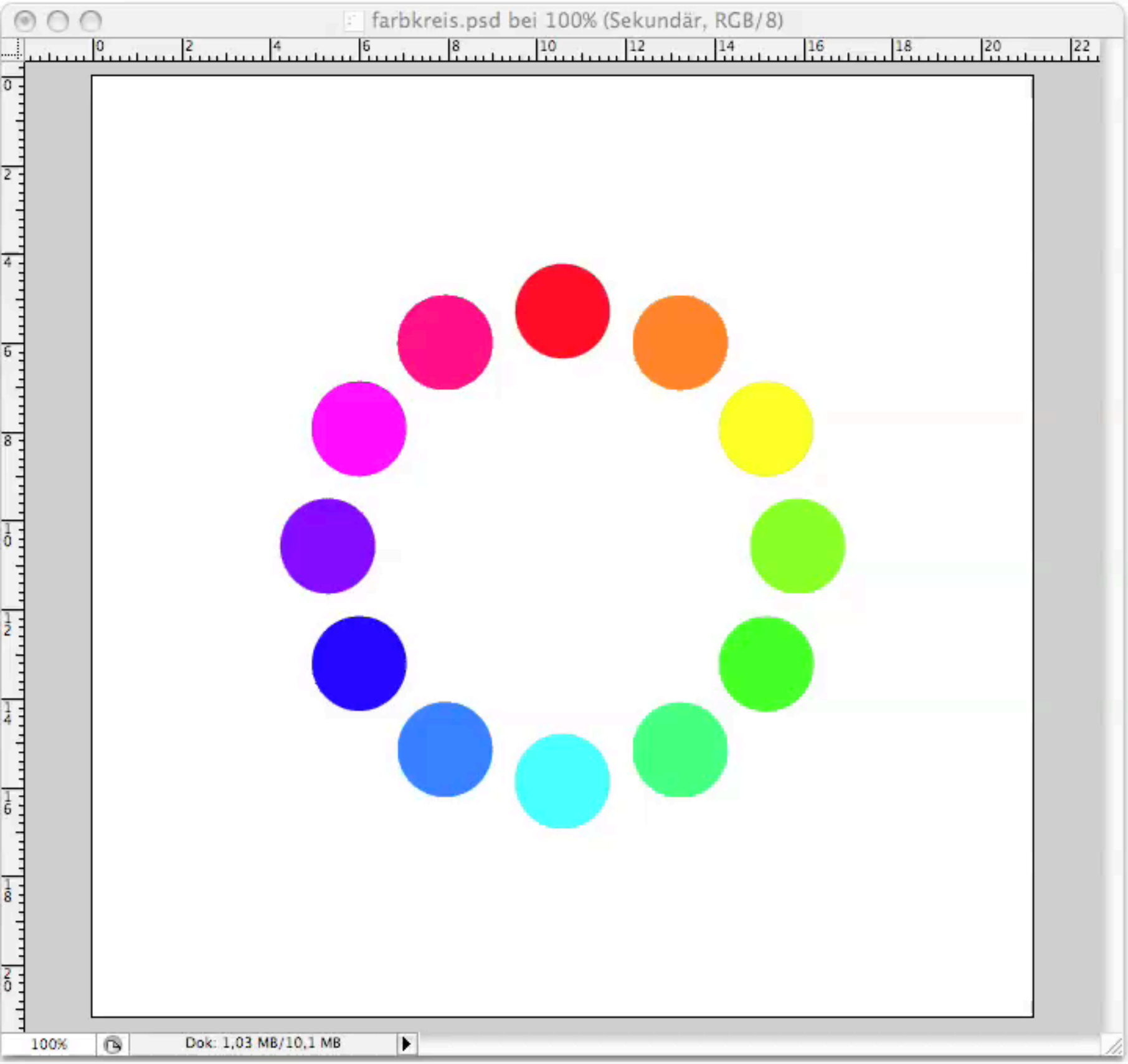
Fixieren: | Fläche: 100%

- RGB
- CMY
- Sekundär
- Tertiear
- Vektor-Smart Objekt
- *Hintergrund*

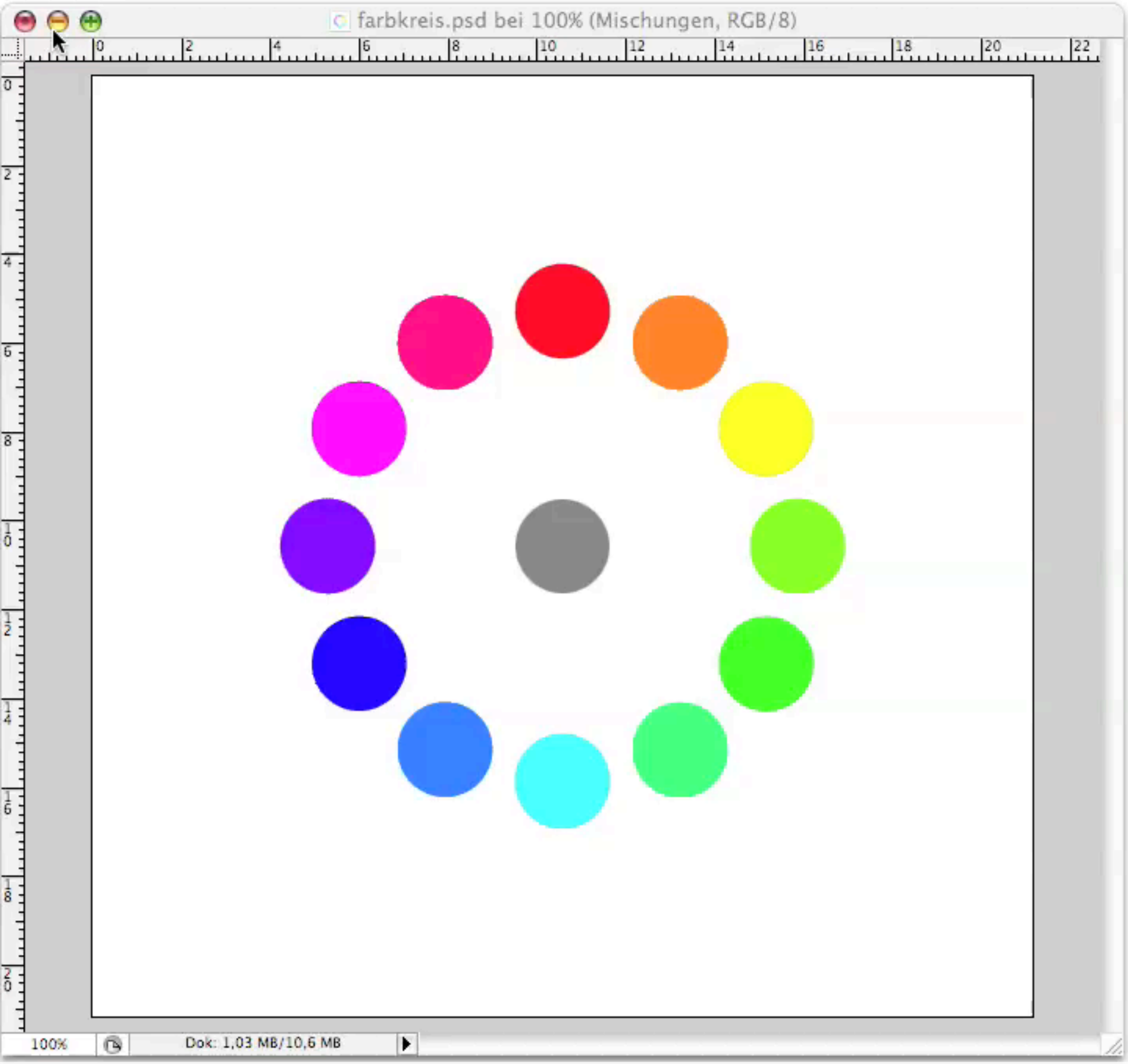
Farbkreis



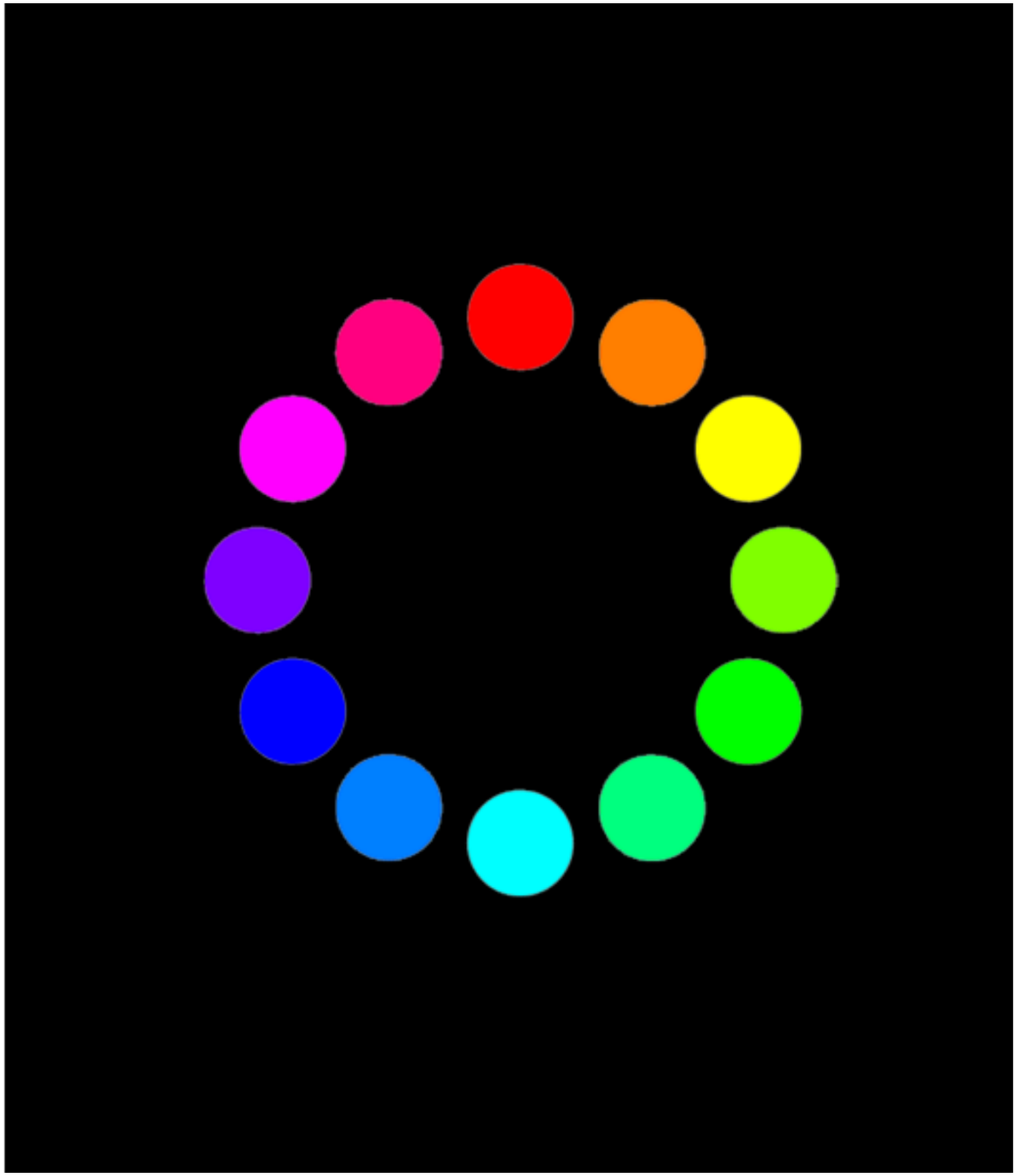
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Farbkreis: Tertiärfarben

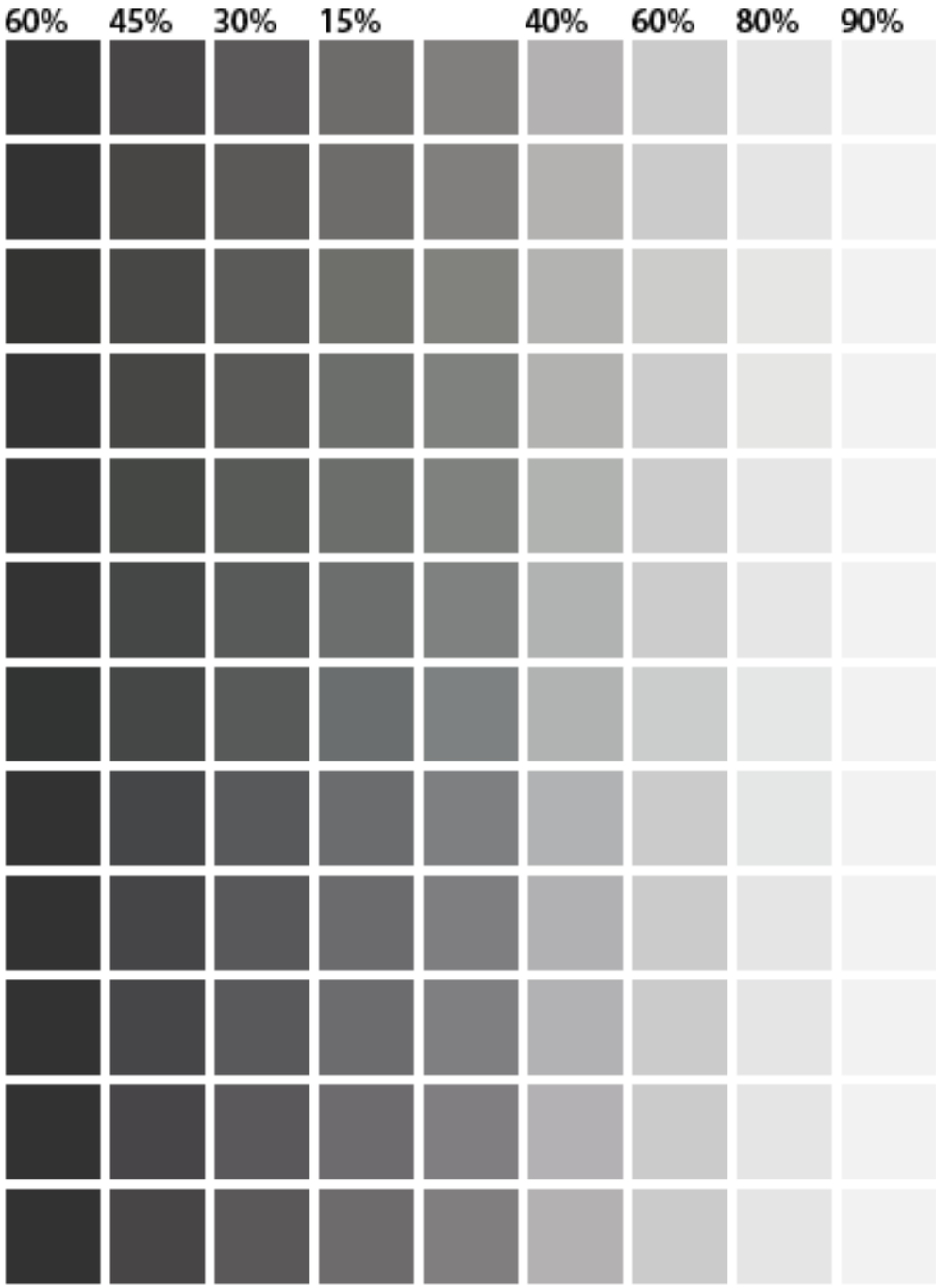


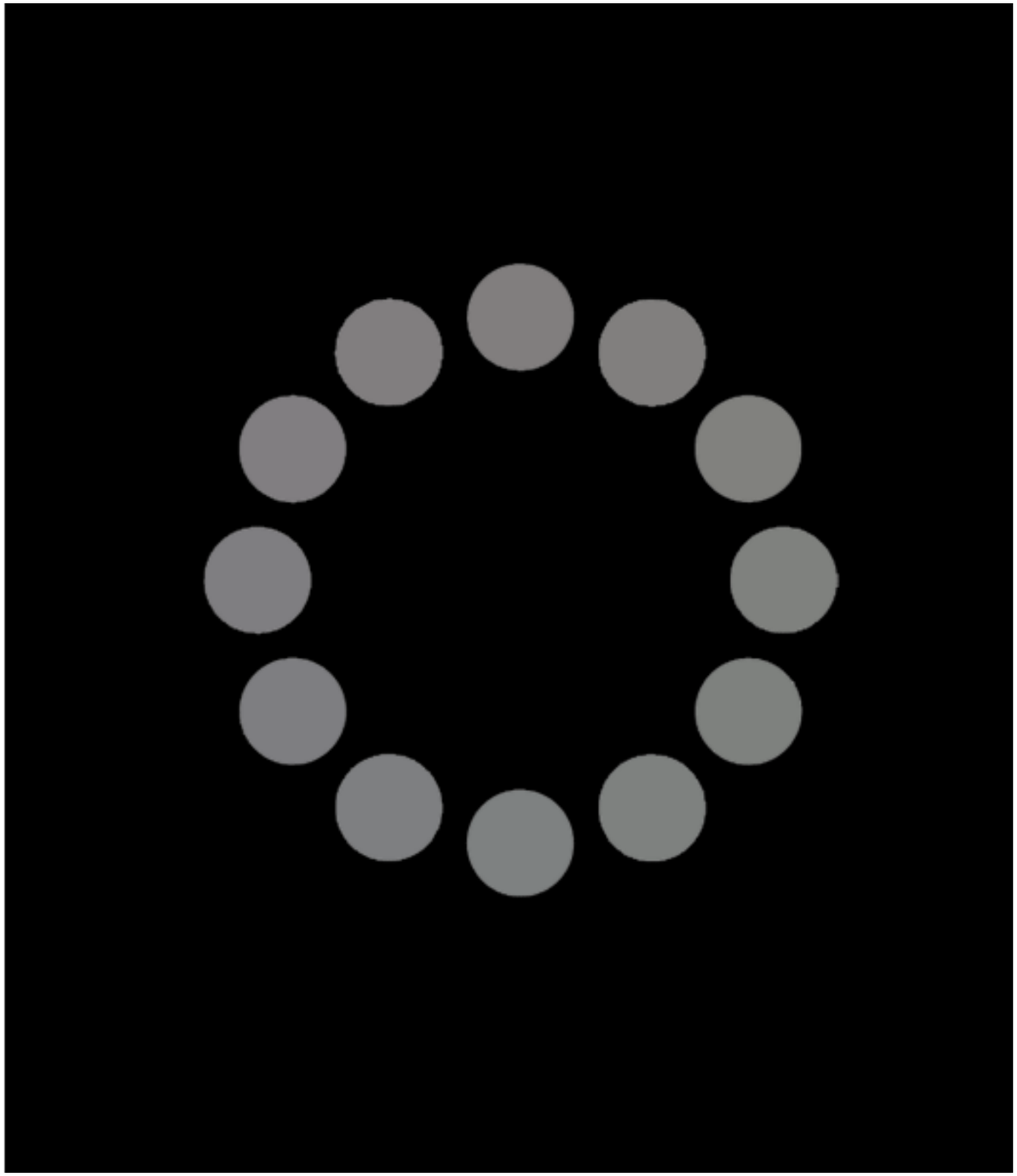
Farbkreis: Tertiärfarben



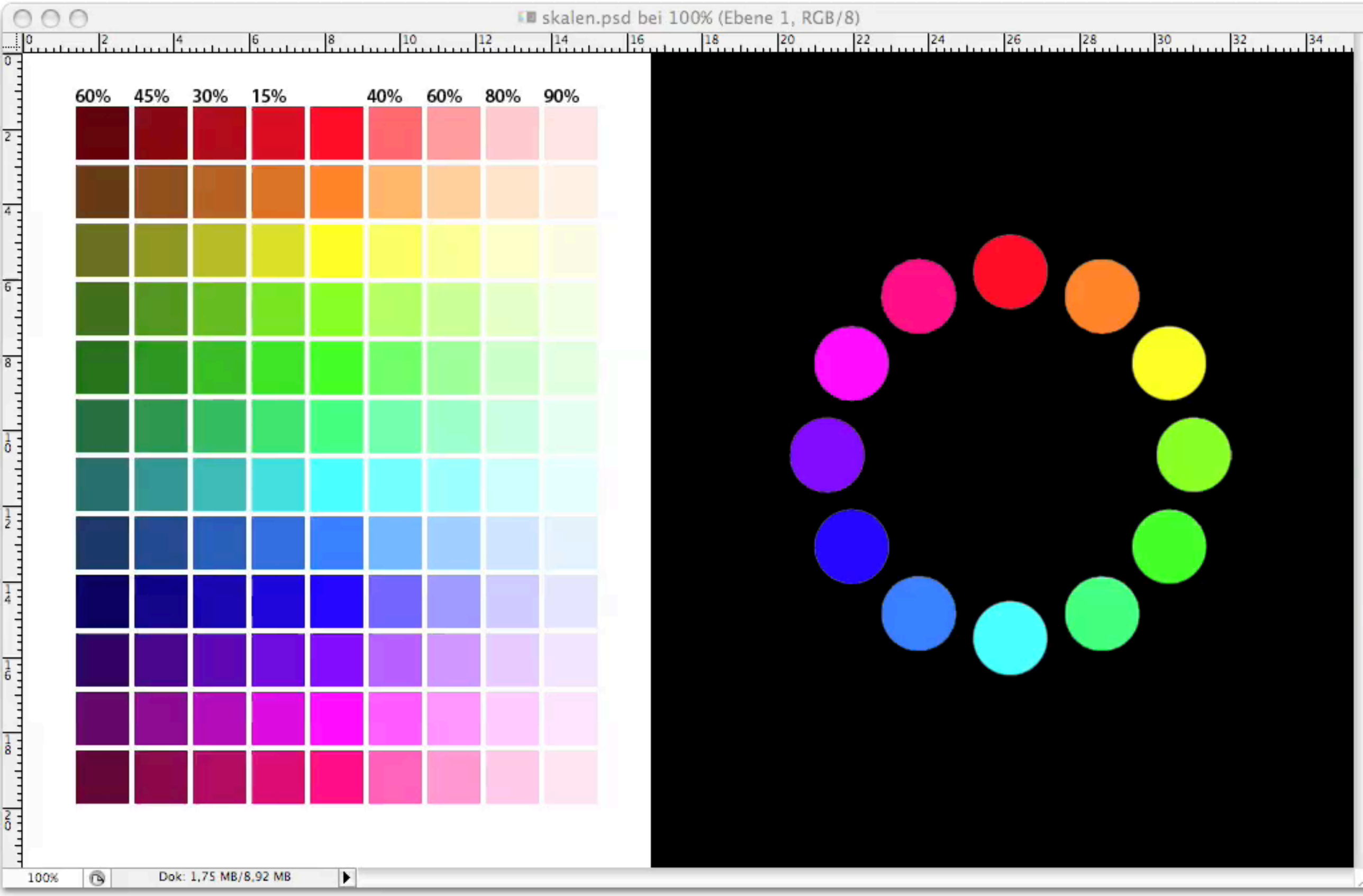
Farbskalen

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

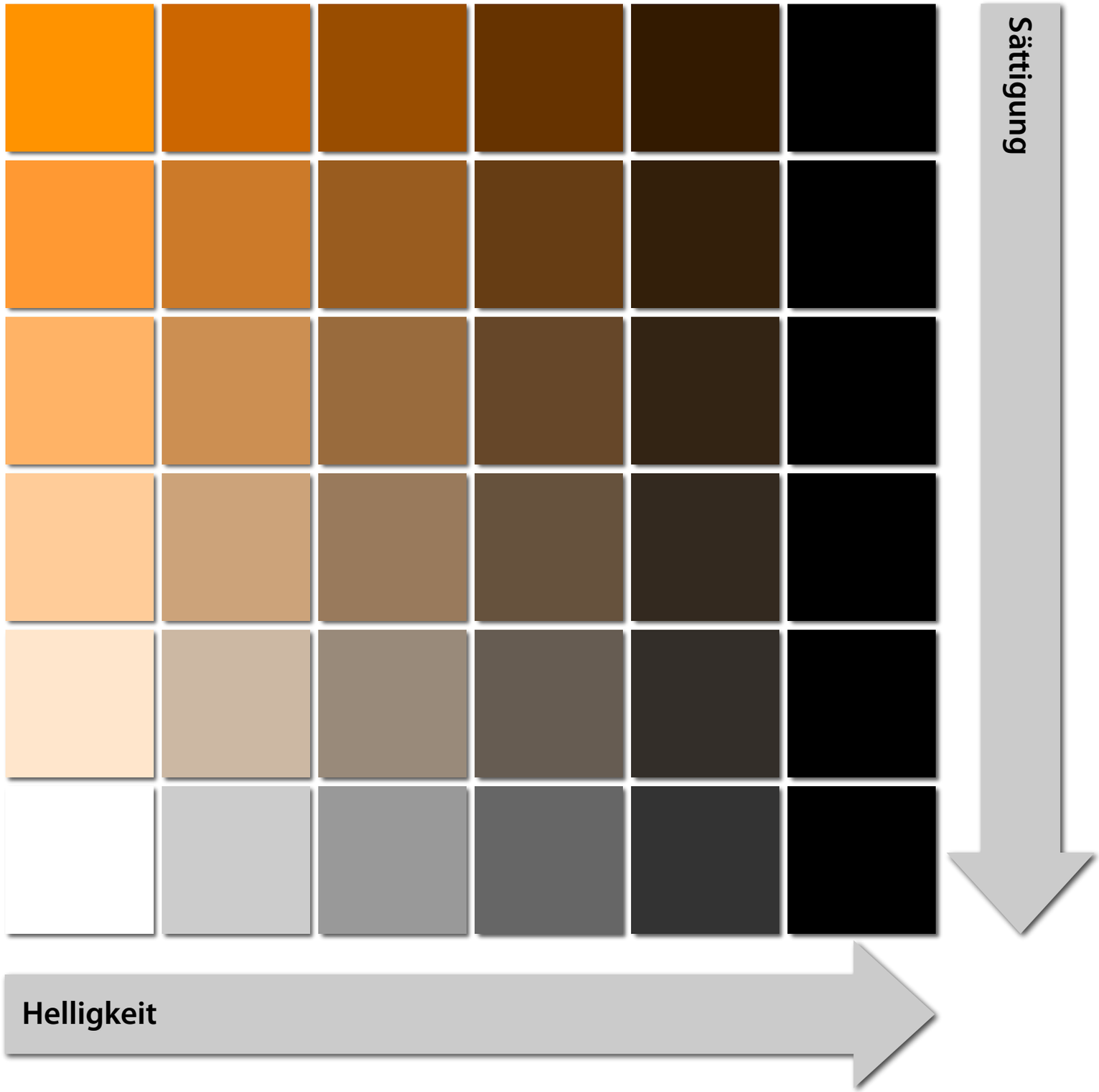




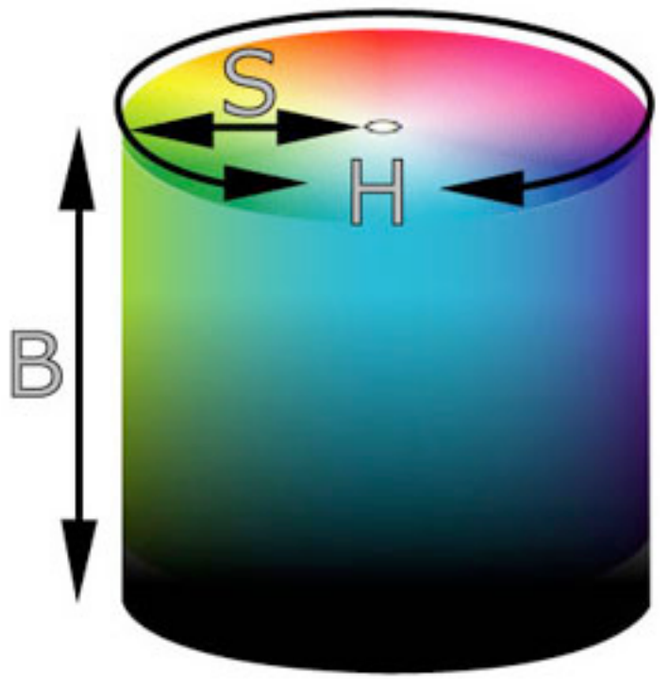
Sättigung

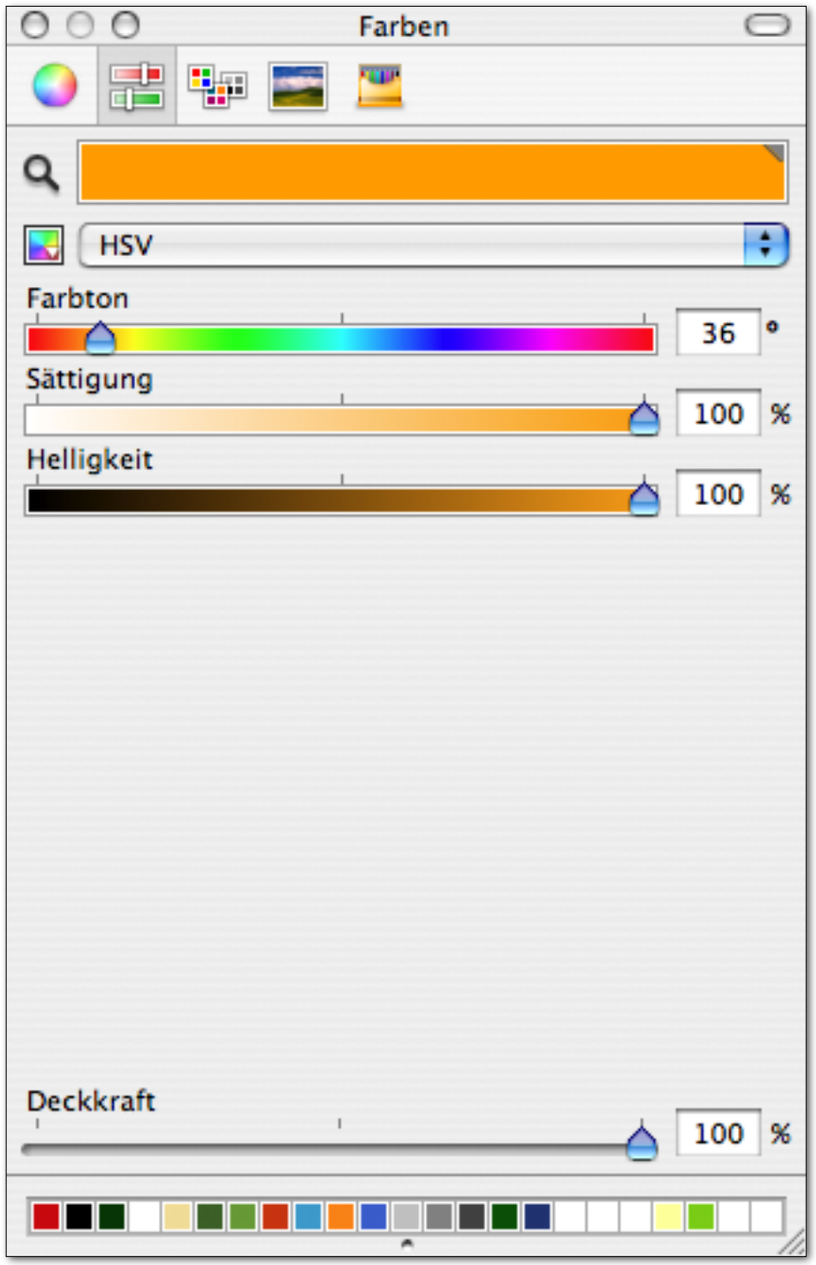

skalen.psd bei 100% (Ebene 1, RGB/8)
60%
45%
30%
15%
40%
60%
80%
90%
100%
Dok: 1,75 MB/8,92 MB

Sättigung

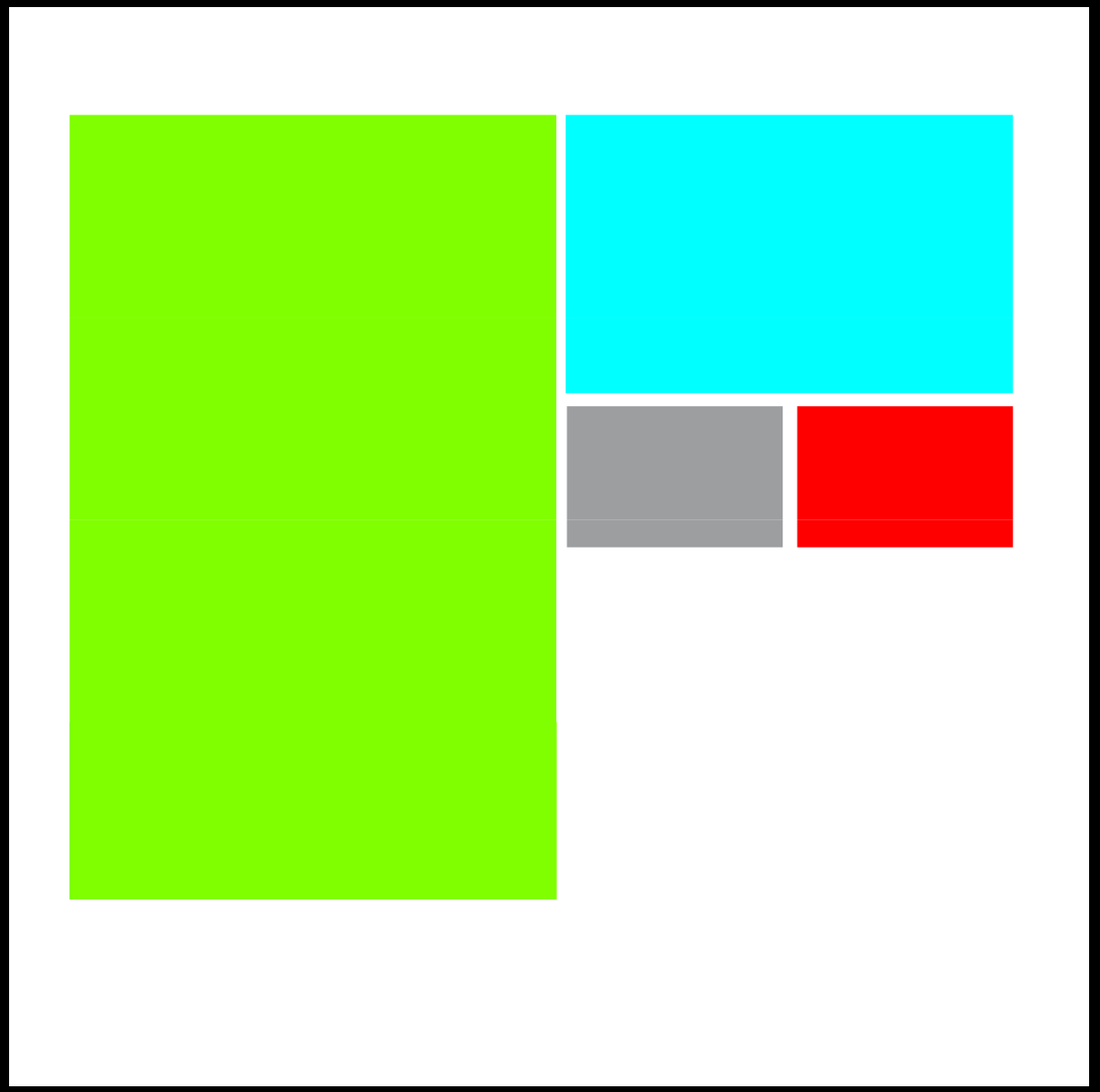


Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation





Hue, Saturation and Brightness



Symmetrischer Farbkreis

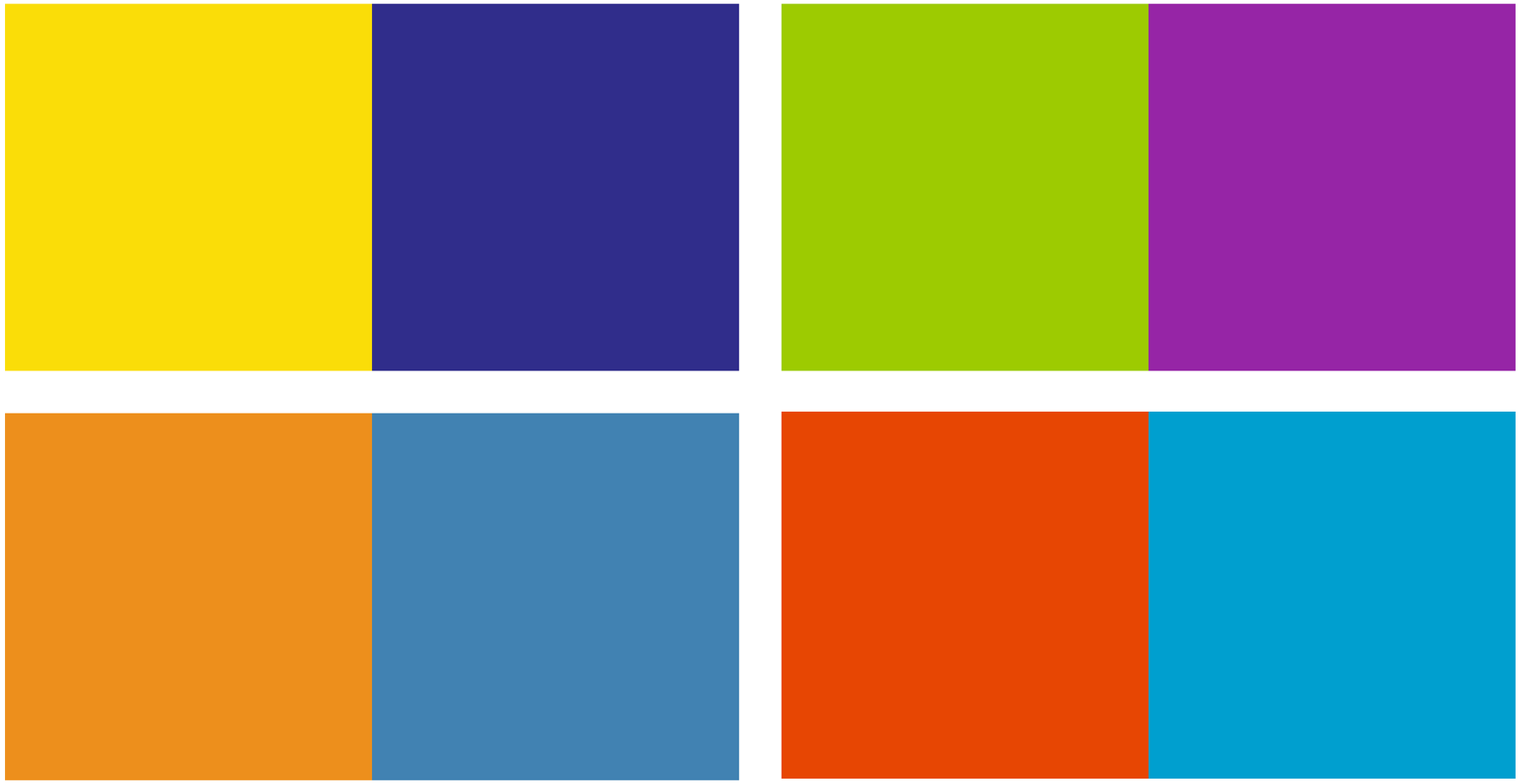
Farbkreis nach Küppers:
http://www.ipsi.fraunhofer.de/Kueppersfarbe/de/index.html

Farbkreise

Wechselwirkungen und Farbkontraste

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Komplementärkontrast



Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbe-an-sich Kontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Mayersche M

Quantitätskontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

NACH DEM FILM 10|07

About | Home | No 8 | Reviews | Report | Forum | Archiv

Home

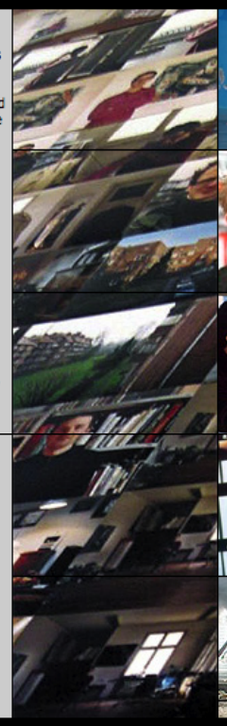
No 8: FotoKino

In der Geschichte des Kinos hat die fotografische Profession ihren festen Platz, haben die Männer und Frauen mit der Kamera ihre Auftritte als Voyeure, Ermittler, Zeugen gehabt, hin und wieder auch als Täter- oder Künstlerfiguren oder als Charaktere, in denen sich die Kennzeichnungen vermischen.

Mit Beiträgen von: Stefanie Diekmann, Winfried Gerling, Lars Nowak, Winfried Pauleit, Kathrin Peters, Marc Ries, Jens Schröter, Fabian Störmer, Katharina Sykora, Ralph Ubl

No 1: Das Kino bebt
No 2: show reality | reality shows
No 3: Video und Überwachung
No 4: Tränen im Kino
No 5: Werkstatt Filmwissenschaft
No 6: Überdreht im Kino
No7: Kamera-Kriege

Subscribe, wenn Sie regelmäßig informiert werden wollen.



Report

Mit rauchendem Kopf aus dem Kino gekommen
Anke Zechner und Serjoscha Wiemer zur Duisburger Filmwoche 2006

Reviews

Elephant
R: Gus van Sant, USA 2003
von Volker Pantenburg

Les Voleurs
R: André Techiné, F 1996
von Michael Baute

The Lady Eve
R: P. Sturges, USA 1941
von Ekkehard Knörer

Pecker
R: J. Waters, USA 1998
von Stefanie Schlüter

A Snake of June
T. Shinya, J 2002
von Jan Altmann

War Photographer
R: Christian Frei, CH 2001
von Stephan Pethke

The Asphyx
R: P. Newbrook, GB 1973
von Thomas Groh

NACH DEM FILM 10|07

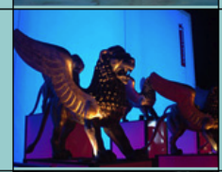
About | Home | No 8 | Reviews | Report | Forum | Archiv

Home > Report

Linkliste

Projekte

Mit rauchendem Kopf aus dem Kino gekommen
Sehen ist Denken - ein Report zur 30. Duisburger Filmwoche 2006 von Anke Zechner und Serjoscha Wiemer



glocalissimo – die 63. Film-Biennale von Venedig (2006)
Ein Festivalbericht von Michaela Ott

Zeit zum Elefant-Werden
Zur 29. Duisburger Filmwoche 2005
von Serjoscha Wiemer und Anke Zechner

Material Ghosts
Zur 28. Duisburger Filmwoche 2004
von Barbara Pichler

Terror, Kunst und Theorie
Jean Baudrillard wird 75
eine Tagung im ZKM
"Baudrillard und die Künste" (16.-18.7.2004)
von Stefan Höltgen

NACH DEM FILM 12|05

About | Home | No 8 | Reviews | Report | Forum | Archiv

Home > Reviews

Filme (Filme A - Z)

Elephant
R: Gus van Sant
USA 2003
von Volker Pantenburg

Les Voleurs
R: André Techiné
F 1996
von Michael Baute

Pecker
R: John Waters
USA 1998
von Stefanie Schlüter

War Photographer
R: Christian Frei
CH 2001
von Stephan Pethke

High Art
R: Lisa Cholodenko
Ca/USA 1998
von Annette Gentz

The Asphyx
R: Peter Newbrook
GB 1973
von Thomas Groh

The Lady Eve
R: Preston. Sturges
USA 1941
von Ekkehard Knörer

A Snake Of June / Rokugatsu No Hebi
R: Tsukamoto Shinya, Japan 2002)
von Jan Altmann

Bücher (Bücher A - Z)

Florian Sprenger bespricht **Evidenz ... das sieht man doch!** hrsg. v. Rolf H. Nohr, Münster 2004.	Lars Nowak über Oliver Fahle, **Jenseits des Bildes: Poetik des französischen Films der zwanziger Jahre**	Matthias N. Lorenz bespricht Jack Stevensons Monographie **Lars von Trier**	Michaela Ott über **Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes** Ein Reader von Christa Blümlinger und Karl Sierek
Lars Nowak bespricht Slavoj Zizek, **Die Furcht vor echten Tränen: Krzyzstof Kieslowski und die "Nahtstelle"**	Christian Metz, **Der imaginäre Signifikant** Die erste vollständige Übertragung ins Deutsche besprochen von Lars Nowak	**Revolver** Heft 5. Zeitschrift für Film Seit September 2002 im Buchhandel. Von Winfried Pauleit	Bettina Mathes, **Verhandlungen mit Faust**. Geschlechterverhältnisse in der Kultur der frühen Neuzeit Von Nanna Heidenreich

Bunt-Unbunt Kontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

UNDERSTAND
DONTCLICK.IT
INSTITUTE FOR INTERACTIVE RESEARCH

THE STORY
THE MOUSEWRAP
THE STATISTICS

GET A GLIMPSE ON THE IDEA BEHIND THIS.

MAKE YOURSELF HEARD. EXPERIENCE A BUTTON-FREE WORLD. YOU KNOW HOW TO USE A BUTTON, BUT DID YOU KNOW

RECORDING MOVEMENT

Hell-Dunkel Kontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Watch it: Small | Medium | Large
Download it: Large (175MB)

Kalt-Warm Kontrast

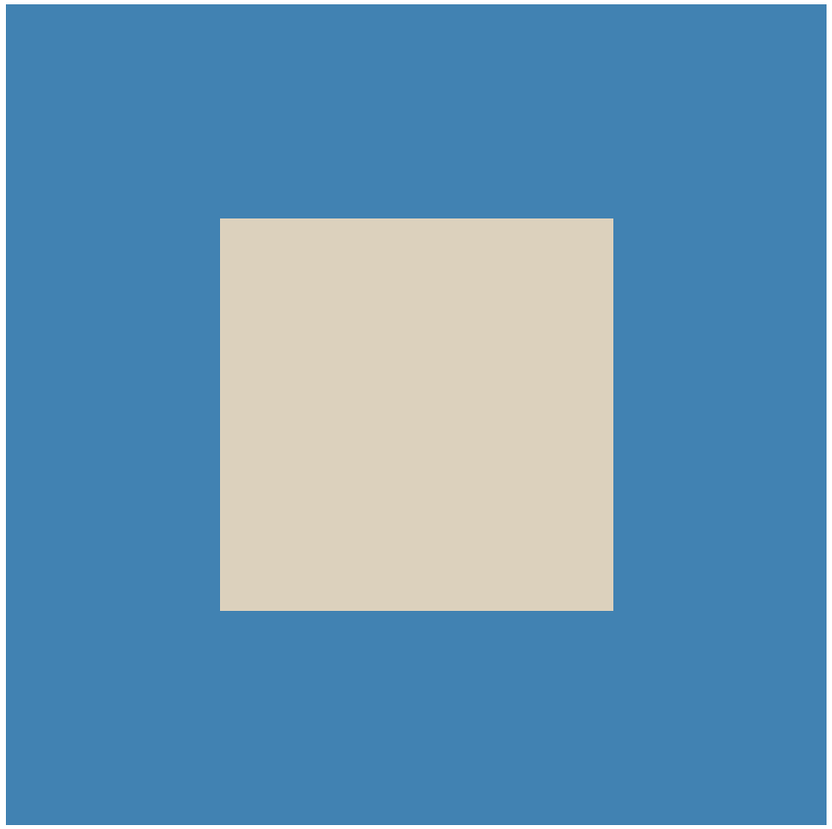
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

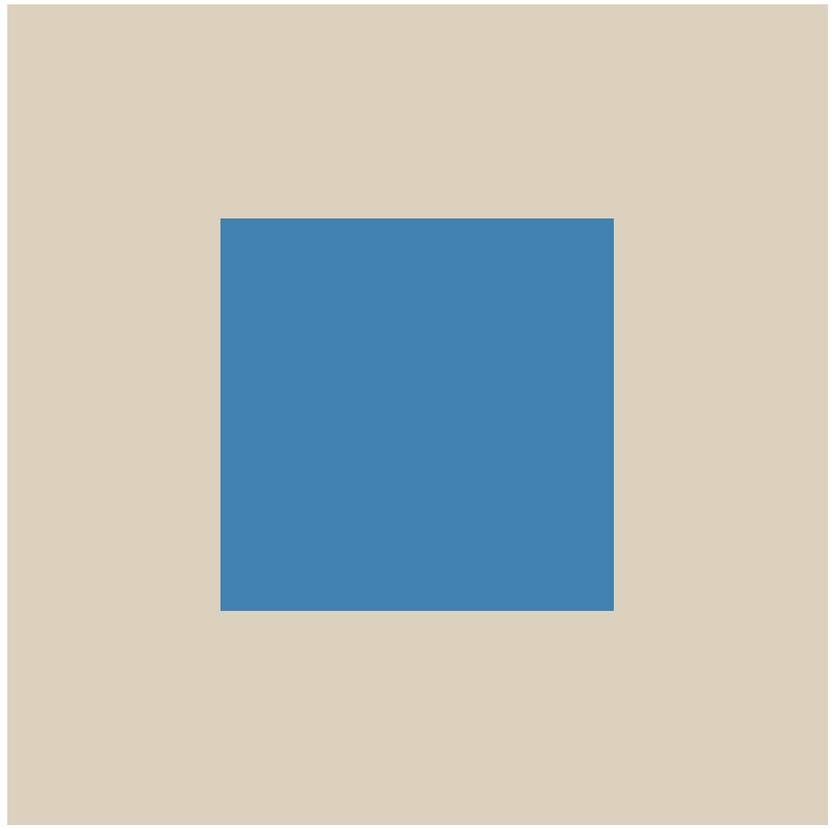
Kalt-Warm Kontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Kalt-warm Kontrast

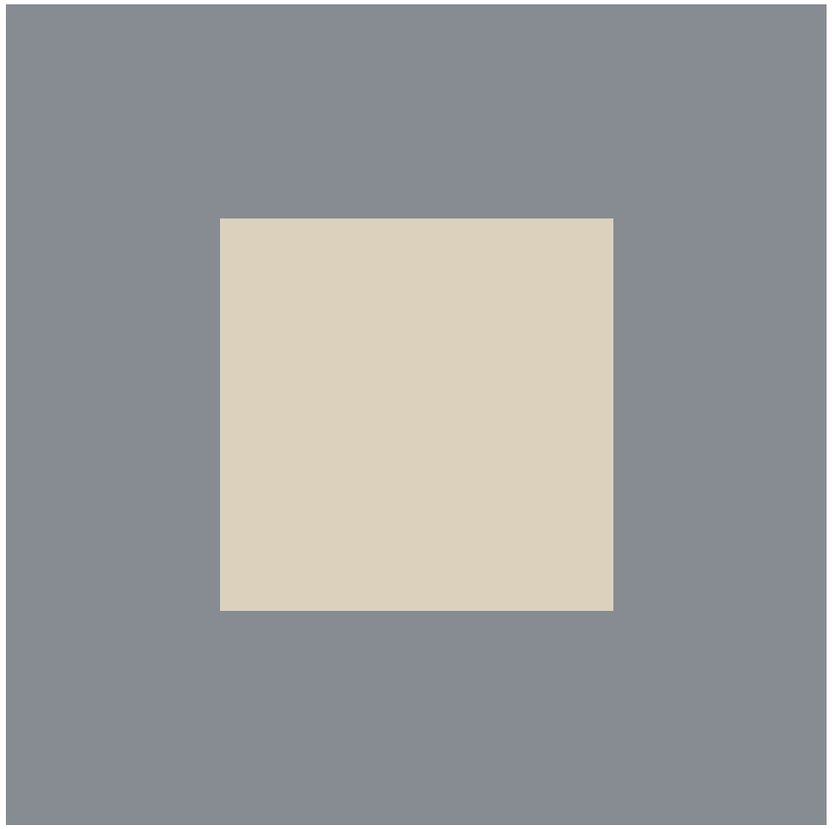
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

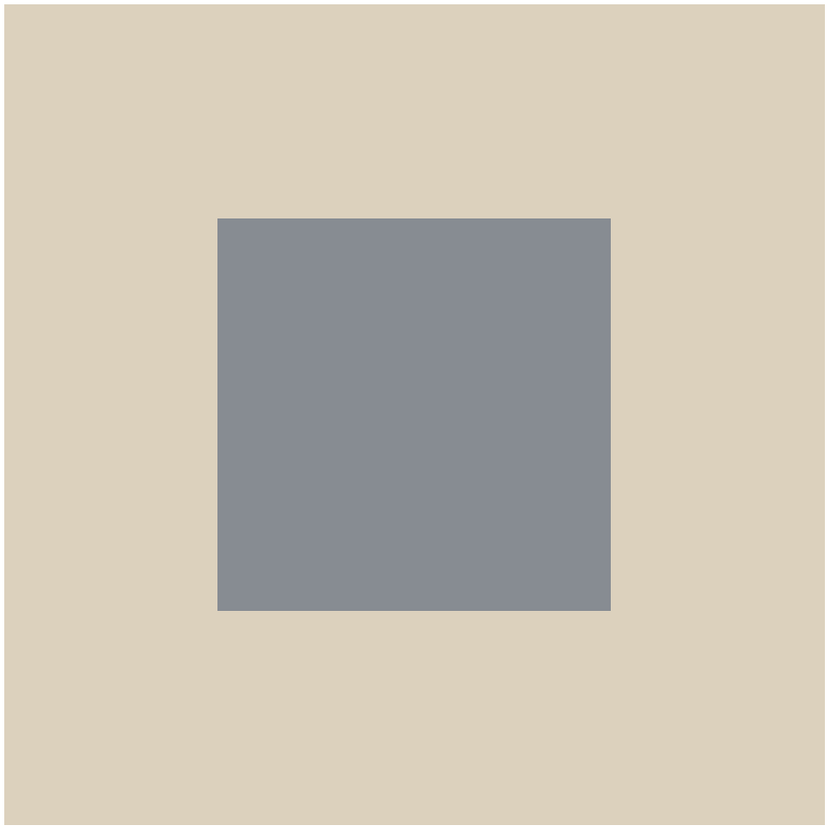




Kalt-warm Kontrast

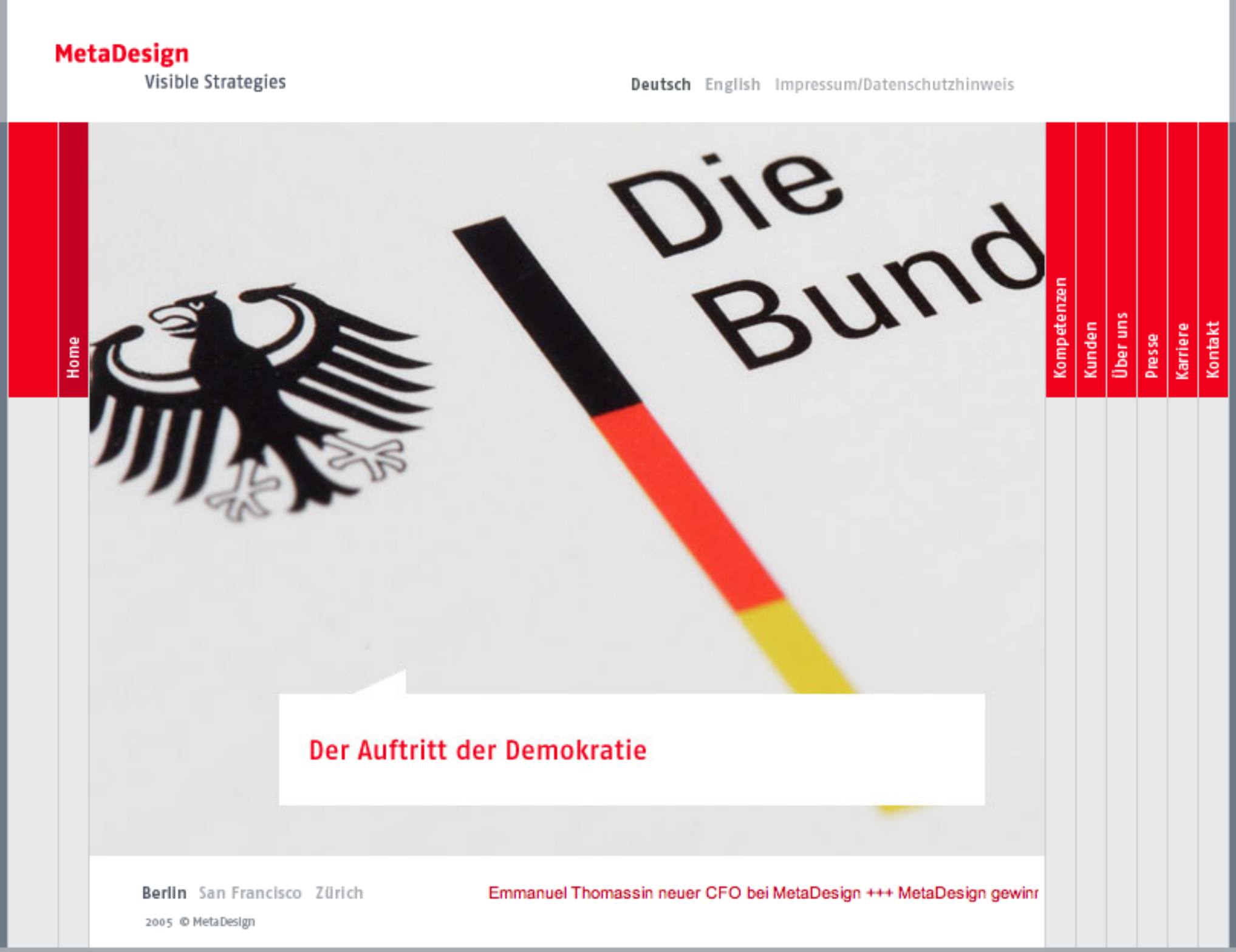
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation





Kalt-warm Kontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

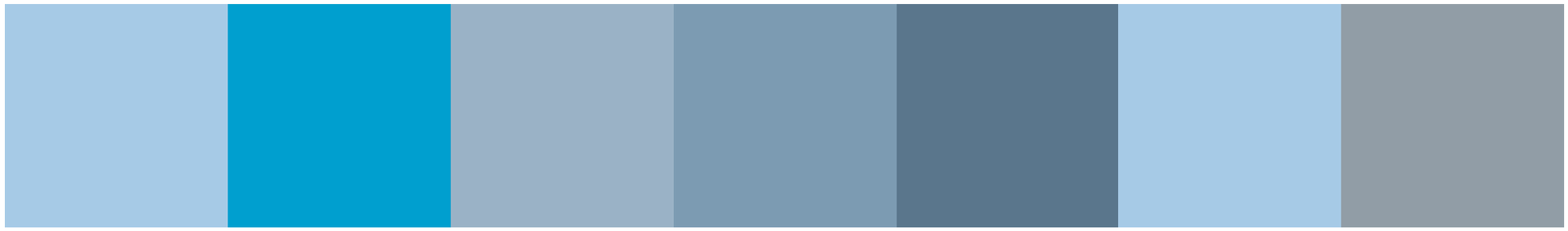


Kalt-warm-Kontrast

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Kalt-warm-Kontrast

Qualitätskontrast



Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Impressum
nanoreisen
ABENTEUER HINTERM KOMMA
Willkommen an Bord!

Komplementärkontrast

Farbe-an-sich Kontrast

Quantitätskontrast

Bunt-Unbunt Kontrast

Kalt-Warm Kontrast

Qualitätskontrast

Simultan-Kontrast

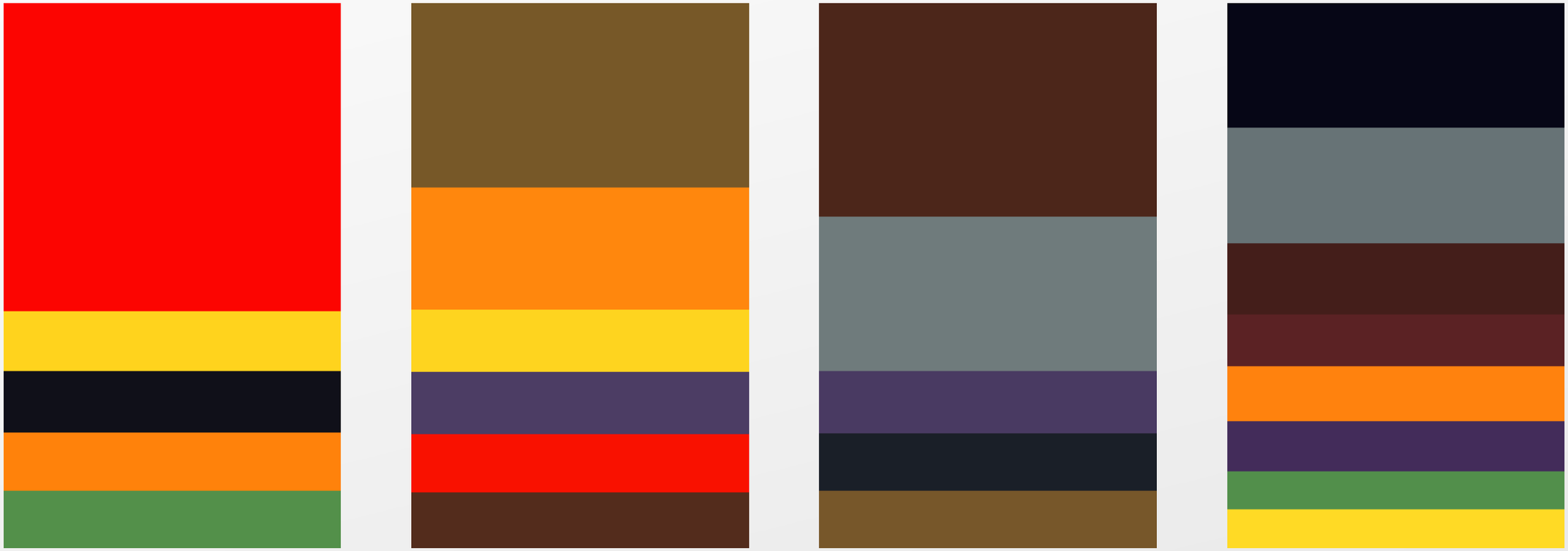
Übersicht Farbkontraste

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbwirkung

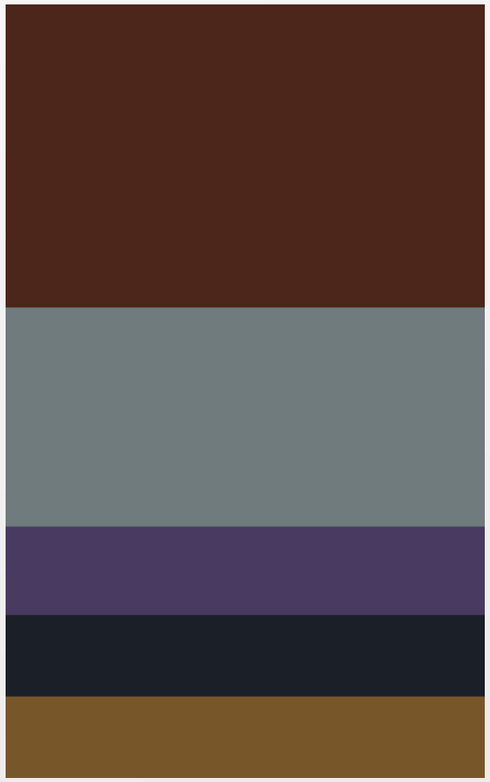
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

abweisend, aggressiv, angeberisch, altmodisch



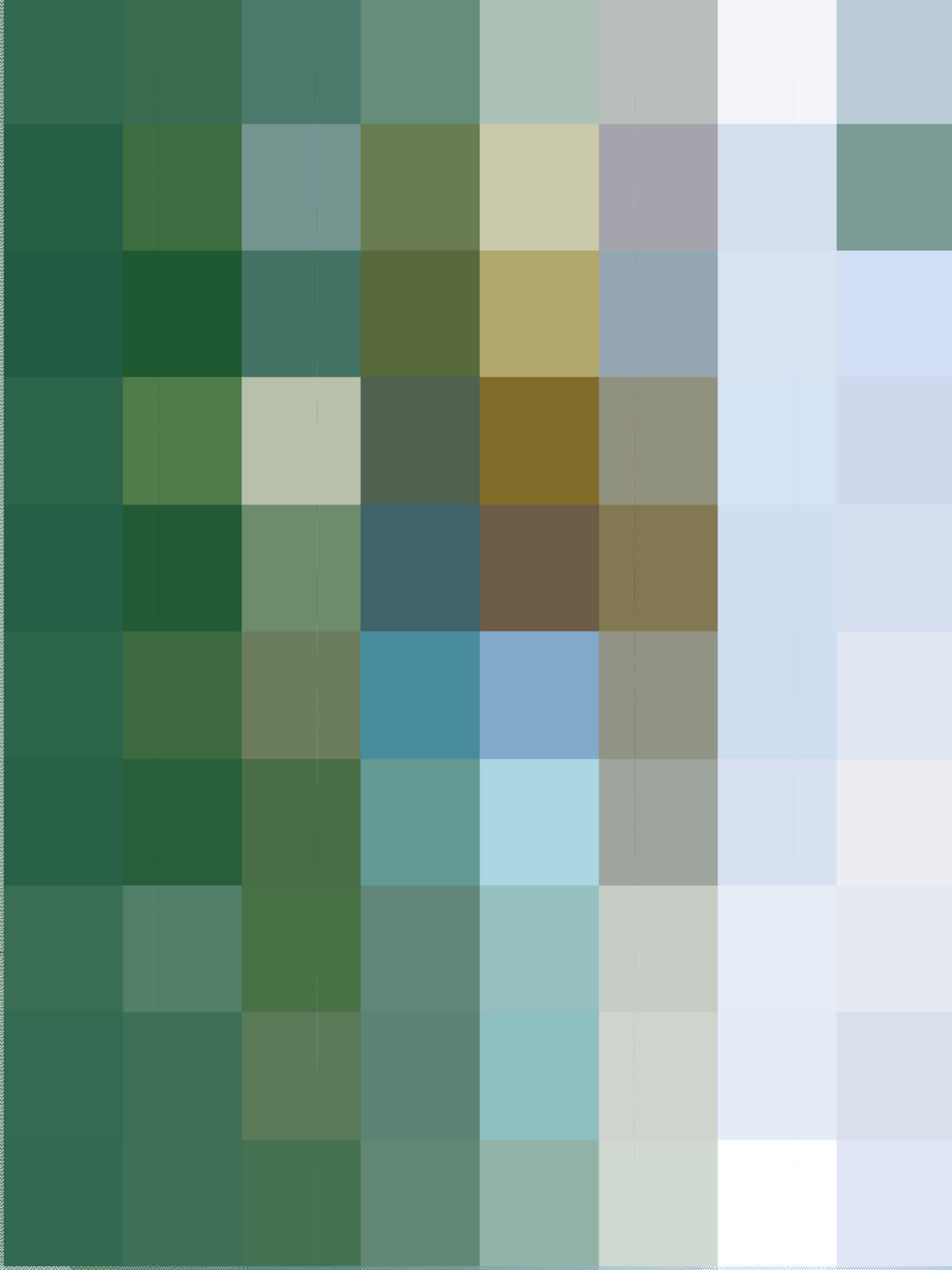
aggressiv

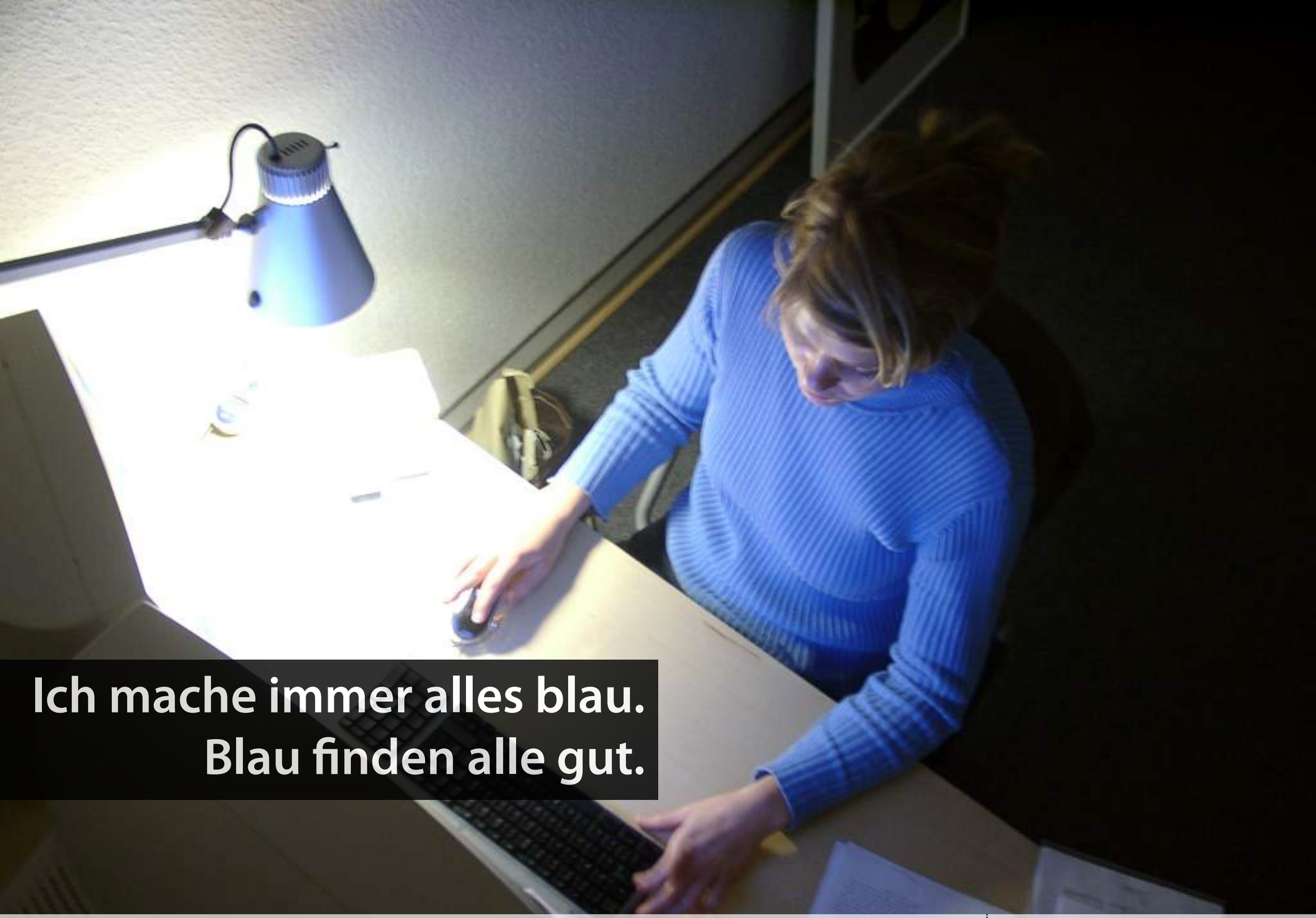
angeberisch



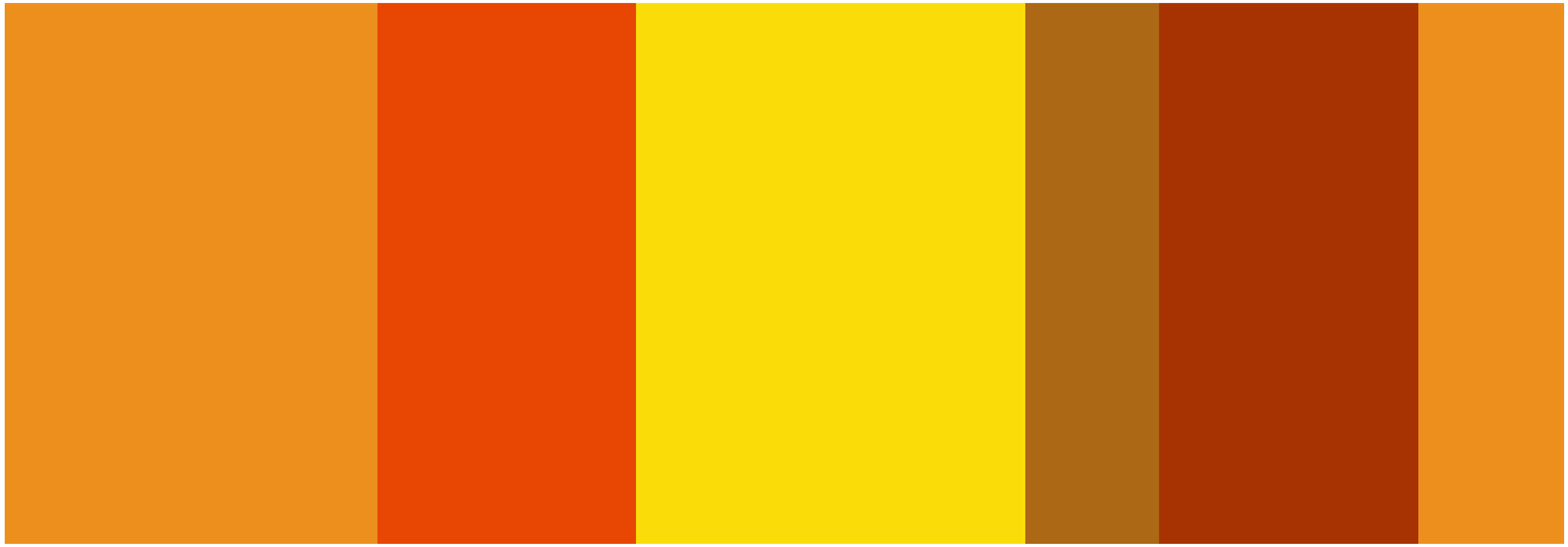
altmodisch

abweisend





Ich mache immer alles blau.
Blau finden alle gut.

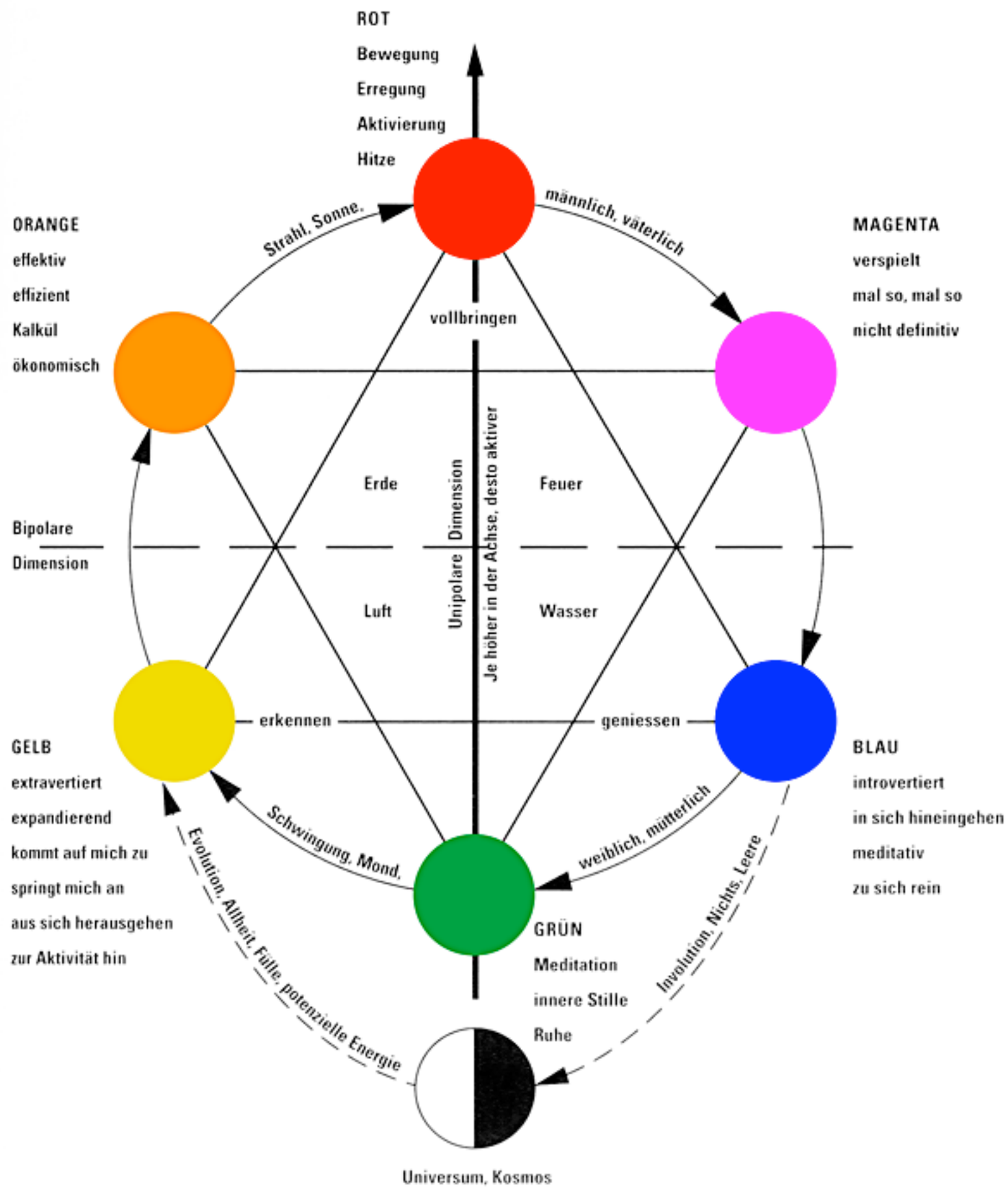


Harmonische Farben liegen im Farbkreis nebeneinander

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Harmonische Farben liegen im Farbkreis nebeneinander

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Farbe bekennen

Rot ist die Farbe des Feuers. Sie erregt Aufmerksamkeit, steht für Vitalität und Energie, Liebe und Leidenschaft. Sie kann jedoch auch aggressiv und aufwühlend wirken, da sie auch Wut, Zorn und Brutalität verkörpert.

Orange ist die Farbe der untergehenden Sonne. Sie ist die Symbolfarbe für Optimismus und Lebensfreude. Sie signalisiert Aufgeschlossenheit, Kontaktfreude und Jugendlichkeit, Gesundheit und Selbstvertrauen. Sie kann aber auch Leichtlebigkeit, Aufdringlichkeit und Ausschweifung vermitteln und wird in unserer Gesellschaft oft als billig und unseriös empfunden.

Gelb ist die Farbe der Sonne. Sie vermittelt Licht, Heiterkeit und Freude. Sie steht auch für Wissen, Weisheit, Vernunft und Logik.

Schmutzige Gelbtöne dagegen vermitteln negative Assoziationen wie Täuschung, Rachsucht, Pessimismus, Egoismus, Geiz und Neid.

Grün ist die Farbe der Wiesen und Wälder. Sie ist eine beruhigende Farbe. Sie steht für Großzügigkeit, Sicherheit, Harmonie, Hoffnung, Erneuerung des Lebens.

Sie kann aber auch Gefühle wie Neid, Gleichgültigkeit, Stagnation und Müdigkeit vermitteln.

Cyan, in der Umgangssprache auch Türkis genannt, ist eine frische Farbe. Es ist die Farbe des Meers an einem sonnigen Tag. Sie vermittelt Wachheit, Bewußtheit, Klarheit, geistige Offenheit und Freiheit. Cyan kann aber auch sehr kühl und distanziert wirken und ein Gefühl von Leere vermitteln.

Blau ist eine kühle Farbe. Sie ist die Farbe des Himmels. Sie steht für Ruhe, Vertrauen, Pflichttreue, Schönheit, Sehnsucht.

Sie kann aber auch Traumtänzerei, Nachlässigkeit oder Melancholie vermitteln.

Violett ist eine würdevolle Farbe. Sie ist die Farbe der Inspiration, der Mystik, Magie und der Kunst. Sie ist eine außergewöhnliche, extravagante Farbe, die auch mit Frömmigkeit, Buße und Opferbereitschaft in Verbindung gebracht wird.

Sie kann aber auch stolz und arrogant oder unmoralisch wirken.

Weiß ist die Farbe von Eis und Schnee. Sie ist ein Symbol der Reinheit, Klarheit, Erhabenheit und Unschuld. Sie gilt aber auch als Zeichen der Unnahbarkeit, Empfindsamkeit und kühler Reserviertheit.

Christian Noss
christian.noss@uni-essen.de

Grau ist die Farbe des wolkenverhangenen Himmels an einem trüben Tag. Sie ist die Farbe vollkommener Neutralität, Vorsicht, Zurückhaltung und Kompromissbereitschaft. Sie ist eine unauffällige Farbe, die auch mit Langeweile, Eintönigkeit, Unsicherheit und Lebensangst in Verbindung gebracht wird.

Schwarz ist die Farbe der Dunkelheit bzw. Lichtlosigkeit. Sie drückt Trauer, Unergründlichkeit, Unabänderlichkeit und das Furchterregende und Geheimnisumwitterte aus. Schwarz ist aber auch Ausdruck von Würde und Ansehen und hat einen besonders feierlichen Charakter.

Christian Noss
christian.noss@uni-essen.de

Lesbarkeit

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

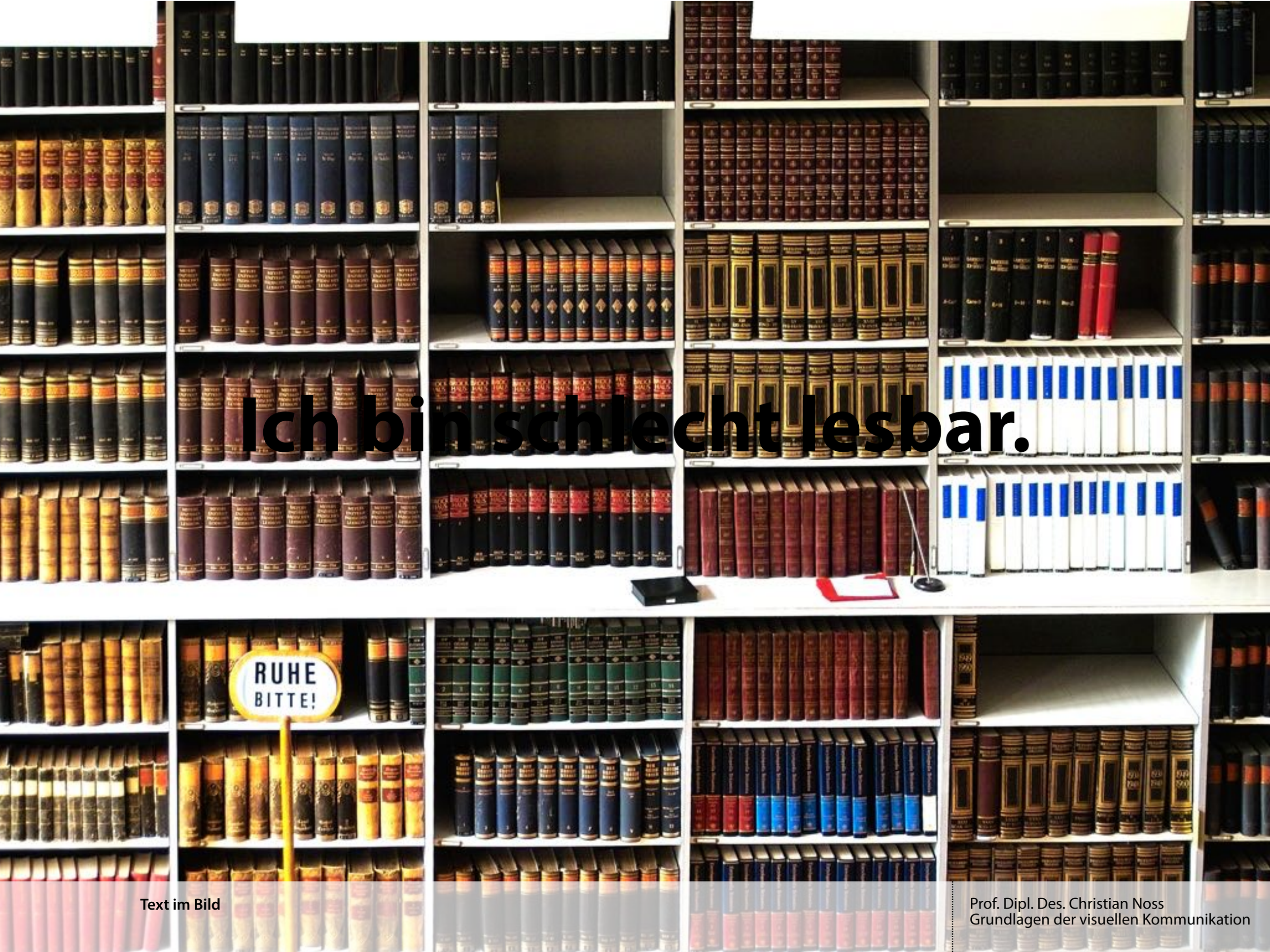
Dieser Text flimmert.
Und dieser leider auch.
Aber dieser Text nicht.

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Ich bin ein Text mit großer Fernwirkung.

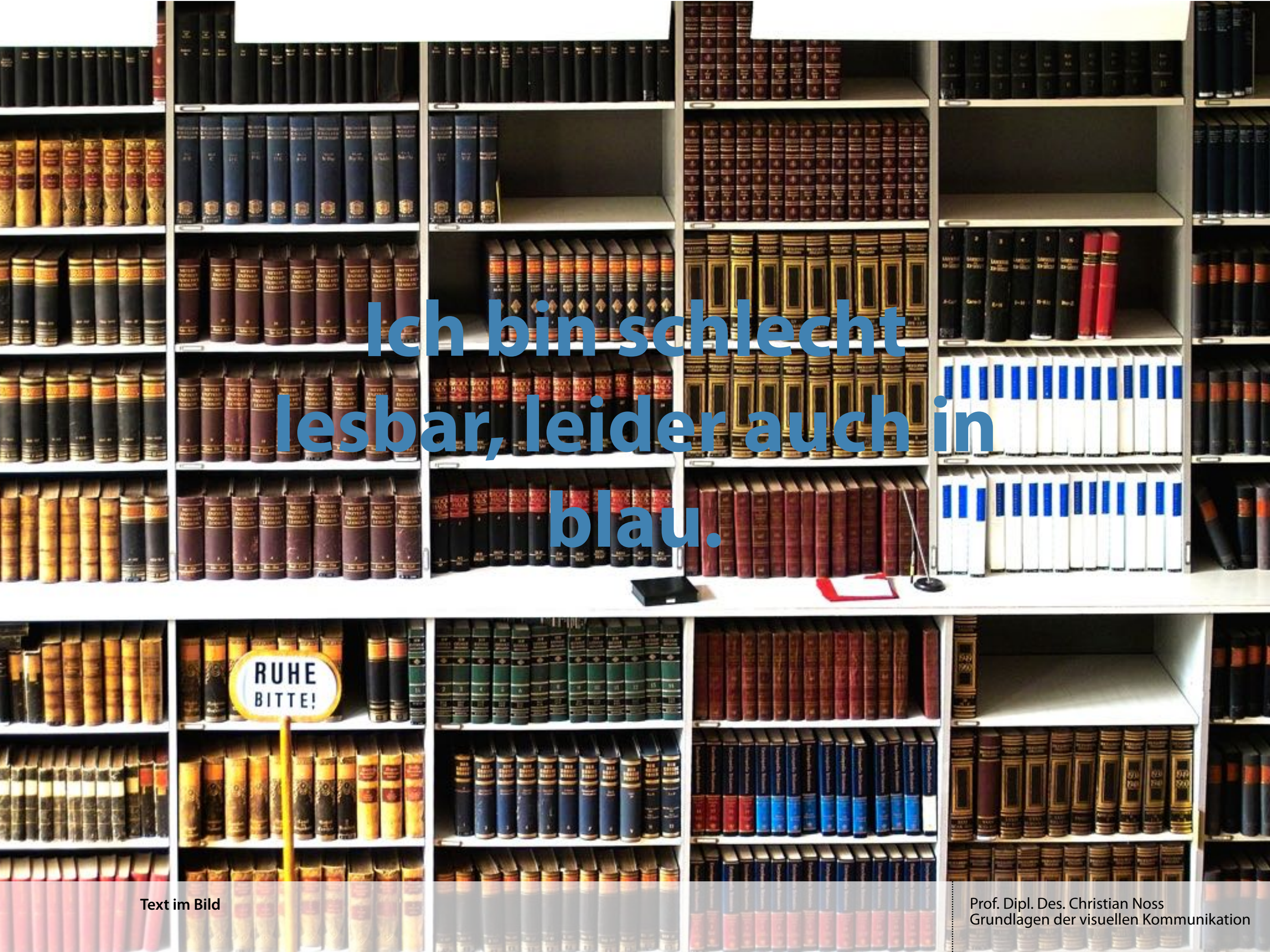
Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Ich bin ein Text mit großer Nahwirkung.


Ich bin schlecht lesbar.
RUHE
BITTE!

Ich bin schlecht lesbar, leider auch ich weiß.

Ich bin schlecht lesbar, leider auch in rot.



Ich bin schlecht lesbar, leider auch in blau.

Ich bin schlecht lesbar, trotz gelber Farbe.

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Der Schatten hilft ein wenig.

Negativdarstellung hilft.

Negativdarstellung hilft.

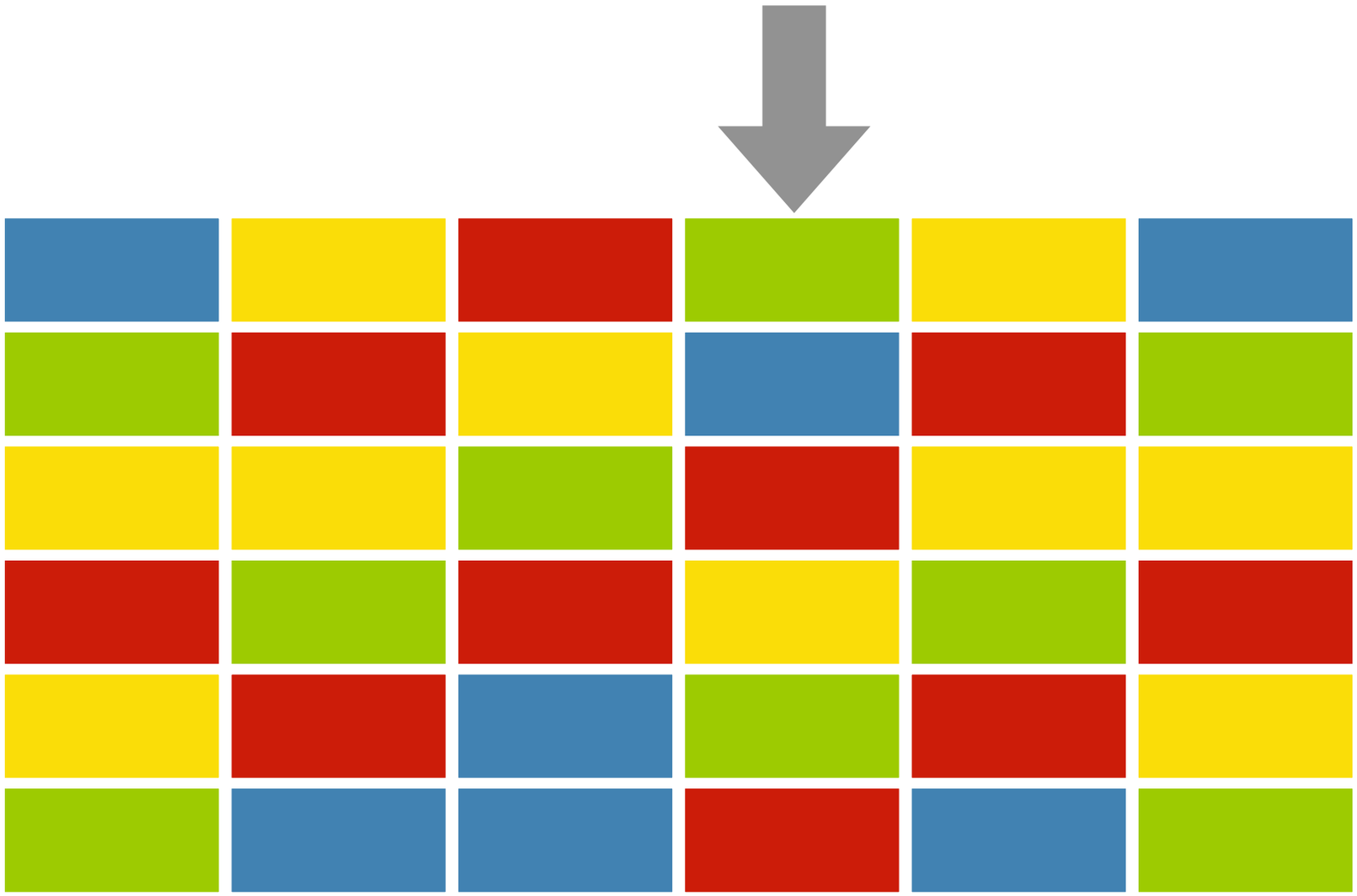
Ein kleiner Verlauf hilft auch.

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbenlesen

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



blau	gelb	rot	grün	gelb	blau
grün	rot	gelb	blau	rot	grün
gelb	gelb	grün	rot	gelb	gelb
rot	grün	rot	gelb	grün	rot
gelb	rot	blau	grün	rot	gelb
grün	blau	blau	rot	blau	grün

gelb
rot
gelb
grün
rot
blau

blau	gelb	rot	grün	gelb	blau
grün	rot	gelb	blau	rot	grün
gelb	gelb	grün	rot	gelb	gelb
rot	grün	rot	gelb	grün	rot
gelb	rot	blau	grün	rot	gelb
grün	blau	blau	rot	blau	grün

grün	rot	grün	blau	grün	rot
rot	gelb	gelb	gelb	gelb	blau
blau	rot	rot	blau	rot	grün
grün	blau	blau	rot	blau	gelb
grün	gelb	grün	blau	grün	rot
blau	grün	grün	gelb	gelb	blau

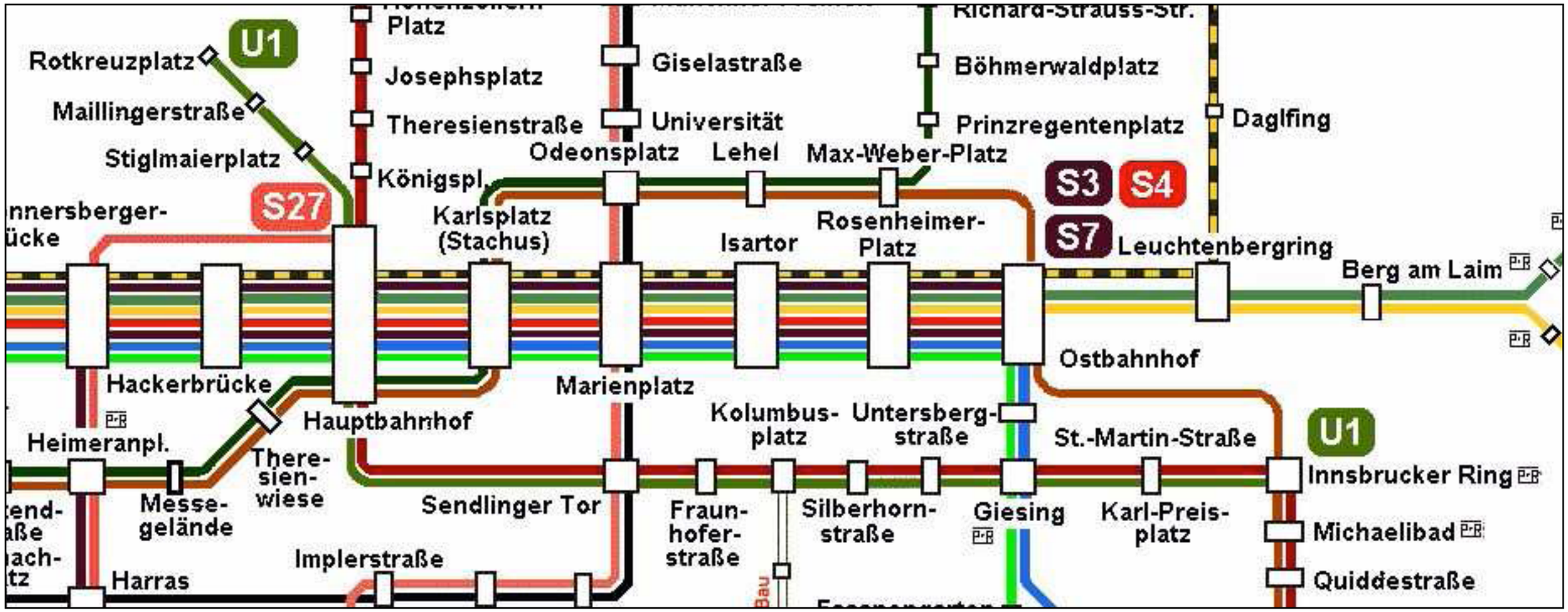
Farbe zum Orientieren

Farbe zum Strukturieren

Farbe zum Akzentuieren

Farbe zum Emotionalisieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

GREENPEACE energy
Strom, der es mir wert ist

HOME | PRIVATKUNDEN | GESCHÄFTSKUNDEN | GREENPEACE ENERGY | UNSER STROM | UNSERE KRAFTWERKE

GREENPEACE ENERGY

- Strom für Privatkunden
- Strom für Geschäftskunden
- Infos zur Genossenschaft
- Online-Formulare
- News
- Presse
- Downloads
- Kontakt

WECHSELN SIE JETZT ZU ÖKOSTROM!

Greenpeace energy beliefert Sie zuverlässig mit Ökostrom zu stabilen Preisen.

Einfach anmelden – wir versorgen Sie!

19,8 Cent/kWh 8,90 Euro / Monat Grundgebühr
Endpreis inkl. aller Steuern, Gebühren und Zählerablesung

PREIS-GARANTIE BIS 30.6.2008

Online anmelden | Vertrag downloaden

Strompreis-Rechner

Ihr Verbrauch:
kWh/Jahr
Kosten berechnen...

So erreichen Sie uns

TEL 040 / 808 110-330
Mo. bis Fr. von 8 bis 19 Uhr

AKTUELL

Preisgarantie bis 30.6.2008

Stabile Preise bei Greenpeace energy!

Greenpeace energy wird den Strompreis zu Jahresbeginn nicht erhöhen und gibt Privatkunden eine Preisgarantie bis zum 30. Juni 2008 auf 19,8 Cent/kWh und 8,90 Euro Grundgebühr. Der Strompreis wurde im Oktober 2007 sogar gesenkt, um die sinkenden Netzentgelte an die Kunden weiterzugeben.

Damit ist Ökostrom von Greenpeace energy nur wenige Euro pro Jahr teurer als Strom von anderen Anbietern, oder sogar günstiger. Greenpeace energy ist seit Jahren der preisstabilste bundesweite Ökostromanbieter. Während andere Anbieter, darunter auch Ökostromanbieter, seit 2001 den Preis um fast 50 Prozent erhöht haben, musste Greenpeace energy seit Gründung im Jahre 1999 ihren Preis nur um knapp 12 Prozent erhöhen.

Als Genossenschaft sind bei uns die Eigentümer zugleich Kunden und damit sind die Interessen gleichgerichtet. Dies sorgt für eine wirtschaftlich

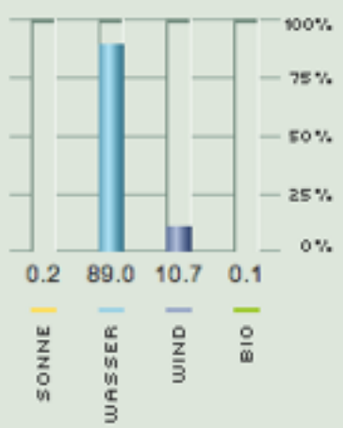
Events & Projekte

Klima-Aktionstag am 8. Dezember

Archiv älterer Meldungen

Strombarometer

Heute ist der 25.11.2007 – Unser Strommix von 16:45-17:00 Uhr



CO_2-Rechner

Kunden werben Kunden

Interessenten für uns, attraktive Prämien für Sie !

Freunde werben...

Auszeichnungen & Zertifikate

Kabelsalat

Die interaktive Greenpeace energy Kinderseite

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

GREENPEACE energy
Strom, der es mir wert ist

HOME | PRIVATKUNDEN | GESCHÄFTSKUNDEN | GREENPEACE ENERGY | UNSER STROM | UNSERE KRAFTWERKE

PRIVATKUNDEN

- Preise & Leistungen
- Stromkunde werden
- Online-Formulare
- Serviceangebote
- Kunden werben Kunden
- AGB
- Fragen & Antworten
- Downloads
- Kontakt

Barrierefreie Website

www.greenpeace-energy.de jetzt auch barrierefrei

Unsere neue Website gibt es auch in einer schlankeren, barrierefrei gestalteten Version.

Sogar Blinde und Sehbehinderte können sich so über unser Angebot informieren und auch Formulare ausfüllen - obwohl sie meist mit anderen Hilfsmitteln als Tastatur und Maus am Computer arbeiten.

Zur barrierefreien Seite

SETZEN SIE AUF SAUBEREN STROM!

Unser Angebot für Privatkunden

Klimaschutz und Atomausstieg beginnen zu Hause – mit der Wahl Ihres Stromversorgers. Denn die Art und Weise der Erzeugung macht den entscheidenden Unterschied für die Umwelt. Greenpeace energy bietet eine saubere und zukunftsfähige Stromversorgung.

100 Prozent sauberer Strom aus Sonne, Wasser, Wind sowie Biomasse. Das bedeutet 100 Prozent weniger CO_2 Ausstoß im Vergleich zu konventionell produziertem Strom.

Faire Preise und umfassende Leistungen: Für 19,8 Cent/kWh und 8,90 Euro/Monat Grundgebühr bietet Greenpeace energy Ihnen eine zukunftsfähige und umweltverträgliche Stromversorgung, ob im Eigenheim oder in der Mietwohnung. Und eine Menge Extras gibt es kostenlos dazu.

Einfach anmelden: Wir übernehmen sämtliche Formalitäten für Sie – bis hin zur Abmeldung beim alten Versorger. Anmelden können Sie sich bei uns auch per Telefon (040 / 808 110-330)

Transparenz: Das viertelstündlich aktualisierte Strombarometer macht unseren Strommix anschaulich nachvollziehbar. Unsere Stromkennzeichnung informiert über Erzeugung, Herkunftsländer und Umweltverträglichkeit des Stroms.

Genossenschaft: Als eingetragene Genossenschaft gehört Greenpeace energy ausschließlich den Mitgliedern. Auch Sie können mitmachen – schon mit einem Anteil von 55 Euro sind Sie dabei.

Kunde werden

Kunden werben Kunden

Interessenten für uns, attraktive Prämien für Sie !

Freunde werben...

© 2007 Greenpeace energy eG | Anfang | Drucken | Empfehlen | Darstellung | Sitemap

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

GREENPEACE energy

Strom, der es mir wert ist

HOME | PRIVATKUNDEN | GESCHÄFTSKUNDEN | GREENPEACE ENERGY | UNSER STROM | UNSERE KRAFTWERKE

GESCHÄFTSKUNDEN

- Preise & Leistungen
- Stromkunde werden
- Online-Formulare
- Serviceangebote
- Kunden werben Kunden
- AGB
- Referenzen
- Fragen & Antworten
- Downloads
- Kontakt

cambio CarSharing

Flexibel ohne eigenen Wagen

Kunden und Genossen von Greenpeace energy können bei cambio ohne Anmeldegebühr einsteigen und sparen so 30 Euro.

Mehr Informationen finden Sie unter

www.cambio-carsharing.de

SAUBERER STROM, SAUBERES IMAGE

Unser Angebot für Geschäftskunden

Greenpeace energy bietet Ihnen eine moderne, umweltverträgliche und sichere Stromversorgung zu fairen Preisen. Bundesweit profitieren bereits 3.000 Geschäftskunden von unserem Angebot – egal ob Kleinbetrieb, Mittelständler, Träger einer Einrichtung, Schule oder Industrieunternehmen.

100 Prozent sauberer Strom ohne Atomkraft und Kohle: Unsere Energiequellen sind Sonne, Wind, Wasser und Biomasse. Der CO_2-Ausstoß unseres Stroms liegt damit um 100 Prozent niedriger als bei herkömmlich erzeugtem Strom.

Faire Preise und umfassende Leistungen: Greenpeace energy ist seit Jahren einer der preisstabilsten Anbieter der Branche – ein Plus an Sicherheit für Ihre Budgetplanung. Wir garantieren Ihnen einen exzellenten Service mit persönlicher Betreuung von Anfang an. Und eine Menge Extras gibt es kostenlos dazu.

Transparenz und Kontrolle: Unabhängige Gutachter prüfen regelmäßig die Einhaltung unserer strengen Kriterien zur Stromerzeugung. Jeder Kunde erhält mit seiner Jahresrechnung einen detaillierten Nachweis über Herkunft und Zusammensetzung seines Stroms.

Kunde werden

Sie verbrauchen bis zu 10.000 kWh/Jahr?

Stromkosten berechnen

Jetzt online wechseln!

Sie verbrauchen über 10.000 kWh/Jahr?

Individuelles Angebot anfordern!

Kunden werben Kunden

Interessenten für uns, attraktive Prämien für Sie!

Freunde werben...

Neu

REFERENZEN

Ben & Jerry´s

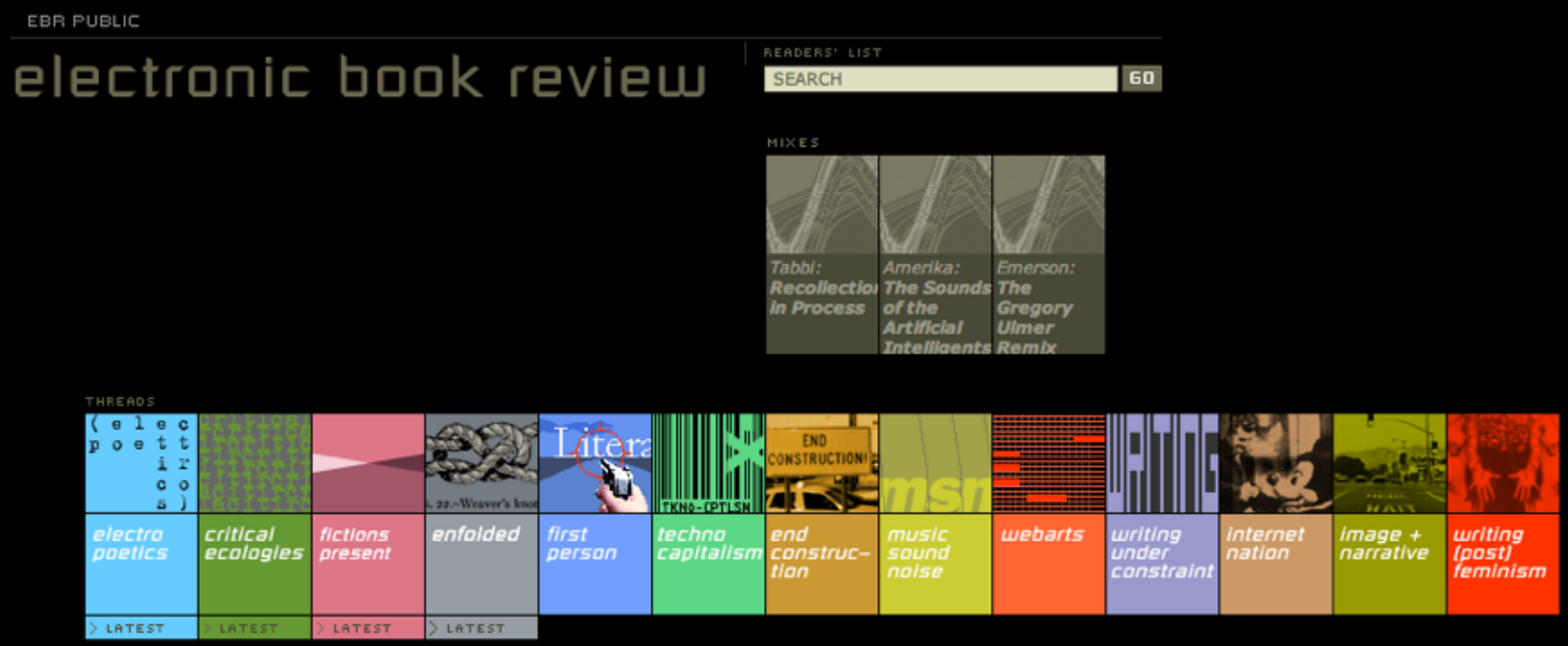
"Wir achten darauf, unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Daher haben wir uns ganz bewusst für Greenpeace energy entschieden."

Das Team der Ben & Jerry´s Deutschland

Weitere Informationen

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

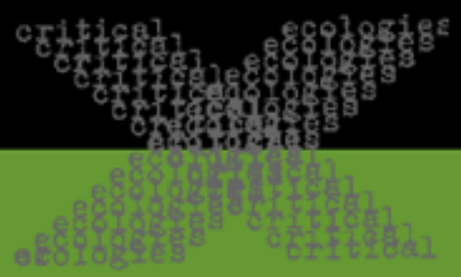


Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

electronic book review | thread **critical ecologies**

CURRENT THREAD EDITOR/S:	Andrew McMurray
TOTAL NUMBER OF TEXTS:	113
LAST ACTIVITY:	03-17-2006
THREAD INITIATION:	12-15-1996
ORIGINAL EDITOR/S:	Cary Wolfe, Joseph Tabbi



THREAD EDITOR'S STATEMENT:

Initially presented as a thread in two parts, green and grey, Critical Ecologies continues to explore convergences among natural and constructed ecosystems, green politics and grey matter, silicon chips and sand. A 2004 Festschrift, with over a dozen essays on Joseph McElroy, hints at the literary implications of an ecological, medial turn in literary theory.

2007

09-22-2007 fractal

How to Do Words with Things

One of a series of eco-critical reviews, Stephen Dougherty explores the new ways that "matter is made to matter" in Ira Livingston's writing on science and literature. The payoff of an ecocriticism grounded in the materiality of language itself, can bee seen by the strong political positioning toward the end of Dougherty's essay.

07-25-2007 transitive

On Being Difficult

Ken Hirschkop questions whether poststructuralism and self-referentiality offer workable alternatives to the military 'World Target' that, according to Rey Chow, provides the framework for knowledge production in Departments of Comparative Literary Studies.

2006

12-01-2006 ecocritical

Critical Ecologies: Ten Years Later

Andrew McMurry looks back on ten years of ecocriticism and identifies a "new physiocracy," whose exclusive interest in technology is no better than the exclusive valuation of property that typified physiocrats of the Nineteenth-Century.

electronic book review | thread **First Person**

CURRENT THREAD EDITOR/S:	Noah Wardrip-Fruin, Pat Harrigan
TOTAL NUMBER OF TEXTS:	129
LAST ACTIVITY:	07-26-2005
THREAD INITIATION:	05-03-2004
ORIGINAL EDITOR/S:	Noah Wardrip-Fruin, Pat Harrigan

THREAD EDITOR'S STATEMENT:

A field-defining collection **published in March 2004 by the MIT Press** , First Person - the book - already included in its pages numerous sustained critiques of its own positions. Remediated in ebr through the Summer of 2004, the book's illustrations have been recast in color and the critique has been taken to a new level. A relation of games and narrative? . . . for first order practitioners, that's a given. The next-level relation - between game/narrative and literary tradition? .... that's up to critics.

2005

11-05-2005 databased

Privileging Language: The Text in Electronic Writing

Now that the First Person essay collection is complete and the case has been made for computer games as a form of narrative, Brian Kim Stefans asks the fundamental questions - concerning what can be read as literature, and what really cannot.

11-05-2005 traverse

First Person, Games, and the Place of Electronic Literature

Scott Rettberg, responding to "The Pixel/The Line" (section 4 of First Person) wonders whether electronic writing isn't evolving into a subspecies of electronic art, one that uses words as material, 'just as sculptors use clay.'

05-21-2005 manovichian

John Cayley's response

"Playing with play," John Cayley sets ludology on an even playing field with literature, but without literary scholarship's over-reliance on 'story,' 'closure,' and 'pleasure.'

electronic book review | thread **image + narrative**

CURRENT THREAD EDITOR/S:	Joseph Tabbi
TOTAL NUMBER OF TEXTS:	10
LAST ACTIVITY:	07-26-2005
THREAD INITIATION:	07-15-1997
ORIGINAL EDITOR/S:	Steve Tomasula, Anne Burdick

THREAD EDITOR'S STATEMENT:

Installed as a double issue starting in the winter of 96/97, contributors sought to explore through literature a transition already evident in the culture at large, where technology had enabled narratives of all types to undergo transformation by the image.

2004

02-22-2004 designflaw

A Remediation's Remediation?
Jan Baetens looks 'through' and 'at' Bolter and Gromala's Windows and Mirrors and finds a foggy vision.

2002

05-01-2002 architecture

Architecture as a Narrative Medium
Christine Bucher, reviewing Beatriz Columnina, considers the narrative and photographic dimensions of interiors designed by Adolf Loos and Le Corbusier.

2000

12-30-2000 perplex

Lexia to Perplexia:
hypertext? cybertext? hypermedia? webart? while new media critics debate the terms, Talan Memmott has produced the thing itself, a creative use of applied technology.

Probleme?

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farbe zum Orientieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Maximal 7 Farben

Farben sollten differenzierbar sein

Farben sollten ähnliche Helligkeiten haben

Farbe zum Orientieren

Farbe zum Strukturieren

Farbe zum Akzentuieren

Farbe zum Emotionalisieren

THE STREETS | SHITKATAPULT | PANTYTEC | JOSHUA DAVIS | GONZALES | K10K | PANIC ROOM | REVIEW BOOM

MONATSZEITUNG

MAY 2002. EUR 2.80

Schweiz: SFR 5.50

DE:BUG 59

ELEKTRONISCHE LEBENSASPEKTE

MUSIK. MEDIEN. KULTUR. SELBSTBEHERRSCHUNG

DE:BUG

KEVIN KELLEY

Zukunftsmusik.

Kevin Kelley, Wired-Mitgründer und kalifornischer New Economy-Vordenker, gibt Überlebenshilfetipps, wie man die Internet-Community und sein Portemonnaie retten kann. Wie lässt sich Musik im Netz mit Gewinn teilen? I have a Service Dream... «Seite10»

PRADA

Flagshipstorestyle.

In New York hat der erste Prada Flagshipstore eröffnet. Ein Prototyp, der Interieur-Design an IT-Funktionen koppelt und das klassische Boutiquenmodell entgrenzt. Ein Interview mit dem verantwortlichen Industriedesigner Clemens Weisshaar. «Seite04»

RECLOOSE

Broken Beats statt Bush.

Von Detroit nach Neuseeland, von Techno zu Jazz. Matt Chicoine aka Recloose kehrt Bushs Amerika den Rücken, reist durch die Welt und die Stile und zurrt die Broken Beats zwischen Carl Craig und dem West London Sound fest. «Seite09»

AKUFEN

Gelassen in die Microsample-Schlacht.

TEXT: A. WESKOTT, A. WALTZ | ALJOSCHA, ALEXIS@CLASSLIBRARY.NET

In Kanada gibt es reitende Ranger in roten Joppen. Und "Final Scratch"-Präsentatoren. Damit hören die Attraktionen des Landes auch schon auf. Bis vor kurzem eine Bewegung elektronischer Musik aus den Redwoods, genauer Montreal, hallte, die blitzschnell zum Bezugspunkt für alles und jeden wurde. Mitten drin und ganz vorne Marc Leclair als Akufen. Niemand kann wie er den Sampler ans Radio halten und die Schnipsel zu buntfarbigem, höllisch dynamischem "Microsampling", so sagt er, ineinanderfalzen. Sampler, Radiostimmen, Surrealismus, Groove-geordnetes Chaos unter dem Mikroskop, Filme von Jacques Tati, Cut Up und Readymade und Familienfrühstück, aus diesen Koordinaten speist sich Akufens Musikproduktion. Akufen ist die geölte Zerschneidemaschine der Housemusik, keine blutleere Konzeptfratze, die kalkulierte Sprachzersetzung betreibt. Es ist diese von ihm erzwungene, historische Tiefenwirkung surrealistischer Modi in Musik, die sich in die Gegenwart einschreibt, aus ihrer Historisierung gerissen wird, um sich auf den Weg zu machen, "neue Kleider" zu entwerfen. Wie man diese neuen Kleider am Sampler schneidert, sie der Welt und den Hörern umhängt, dabei genauso viel über sich erfährt wie die Hörer mit ungeahntem Tragekomfort zu überraschen, debattiert Marc Leclair mit Waltz & Weskott über den Äther. Sample-Material für den nächsten Akufen-Hit?

Aber zunächst eröffnen Waltz & Weskott ihren Text mit einem Cut Up zur Akufen-Forschung. Entlang an den Stichworten aus Akufens Munde fragen sie nach den Effekten, den Verwandten und den historischen Bezügen. Welche medienhistorischen Wahrheiten beweist Akufens Arbeit, was haben Matthew Herbert und Henry Mancini mit seiner Musik gemein und welche Parallelen liegen zwischen dem prä-frankistischen Barcelona und dem Montreal von heute? Ein begeistert aufgeregtes Fragen-Sampling, dessen Auflösungen sich ganz gelassen im Interview finden. Akufen macht Musik, die das Radio vom Kopf auf die Füße stellt, Weskott & Waltz machen einen Text, der den Argumentationsablauf von den Füßen auf den Kopf stellt. So gerät wieder alles ins Lot.

«Seite06»

WIRELESS. DIE ANTI-GLOBALISIERUNG DER NETZE

Als das Internet laufen lernte.

TEXT: SASCHA KÖSCH | BLEEG@DE-BUG.DE / FOTO: NOSHE

Vor langer, langer Zeit, da war das Netz mal ein Ort, an dem man ständig über die neue Freiheit gegrübelt hat. Es ließ sich einfach soviel machen und - abgesehen mal vom Zugang, der dann auch das Hauptproblem schien - war alles irgendwie umsonst. Dass Kabel nicht umsonst sind und schon gar nicht von jedem gelegt werden dürfen, weil sie sich über reale Territorien schlängeln (Territorien im Netz, igitt), wurde meist wegsubliminiert. Wie das energische Aufbäumen von Pay-for-Content-Strukturen als Krisenbewältigungsstrategie überall zeigt, ist das Netz längst ein Ort geworden, in dem man ohne Kreditkarte schon mal Umwege über das Archiv von Google nehmen muss, wenn man etwas wissen will. Und so erscheint die Ankunft ziemlich erschwinglicher Funk-LANs wie eine Fortsetzung der Versprechen der "ursprünglichen" Freiheit im Netz auf lokaler Ebene, egal ob "lokal" so groß werden kann wie eine Inselgruppe oder ein ganzes Land. Radiowellen gehören jedem, zumindest dieses kleine Band für Wireless-Funkverkehr, das in fast keinem Land dieser Erde reguliert und deshalb immer massiver mit Basisstationen und Wi-Fi Lans vollgefunkt wird. Die guten alten Qualitäten des Netzes sind wieder da (Freiheit, Gleichheit, Many-to-Many), die es damals schon zum Sammelpunkt neuer Technologie, Theorie und sozialer Utopie gemacht hatten. Es ist kein Wunder, dass man im neuen Wireless-Universum Hacker, Aktivisten, Sozialrevolutionäre, Splittergruppen, Marketing Entrepreneure, Indianer, Insulaner, Antiglobalisten, Künstler und viele mehr wieder trifft, die schon lange nicht mehr an die revolutionäre Struktur des Netzes geglaubt hatten.

Man sollte sich endgültig von dem Gedanken trennen, dass Wireless irgendetwas mit Handys zu tun hat. Man muss sich von dem Paradigma des Telefons verabschieden, so wie man sich von dem des Fernsehens verabschieden musste. Wireless ist vor allem eine neue, amorphere Topologie des Netzes.

«Seite08»

HOLGER MEINS

Von der Kunst in den Untergrund.

Ein Dokumentarfilm über das künstlerische Leben des RAF-Mannes, dessen Hungertod in der Isolationshaft Stammheims zum Symbol wurde. Gerd Conradts persönlicher Blick auf den Künstler Holger Meins zwischen Filmakademie und Untergrund. «Seite33»

ANTIDEPRI-SOFTWARE

K10K & Moodstats.

Füttere dein Ego mit "Moodstats". Die Software der dänischen Designgruppe k10k erstellt dein Stimmungsbarometer und wertet es aus. Soviel Beachtung hebt die Laune. Großes Design für die kleine Therapie zwischendurch. «Seite30»

DIGITAL

Godzilla des Drum and Bass.

Steve Carr aka Digital gehört zu der Drum and Bass-Posse, die das Genre aus der 2 Step-Tristesse geführt haben. Mit Reggae-Gespür, knallenden Basslines und Oldschool-Anleihen gibt er Drum and Bass den Spaß zurück. «Seite03»

Medien.

ART OF PERCEPTION ..... «SEITE#24»
WIRELESS @ ÜBERWACHUNG ..... «SEITE#08»
WIRELESS @ TERROR ..... «SEITE#10»
JOSHUA DAVIS/PRAYSTATION ..... «SEITE#30»
PANIC ROOM ..... «SEITE#33»
BILDERKRITIKEN ..... «SEITE#33»
MUSIKMESSE FRANKFURT SPECIAL ..... «SEITE#35»

Kultur.

A BETTER TOMORROW ..... «SEITE#02»
[illegible] ..... «SEITE#08»
[illegible] ..... «SEITE#10»
MUSIK ZU GAMES: ART OF PERCEPTION ..... «SEITE#24»
KUNST IN BRASILIEN: HELIO OITICICA ..... «SEITE#32»
PANIC ROOM: DER NEUE DAVID FINCHER ..... «SEITE#33»
GOTO IM MAI ..... «SEITE#36»

Musik.

THE STREETS ..... «SEITE#02»
EXTRAPRODUKTIONEN ..... «SEITE#03»
LAWRENCE ..... «SEITE#06»
HIGH CONTRAST ..... «SEITE#07»
PANTYTEC ..... «SEITE#08»
ANDREW PEKLER ..... «SEITE#22»
FABRICE LIG ..... «SEITE#23»

Farbe zum Strukturieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Design | Mode

FLAGSHIPSTORE UND EPICENTER

Industriedesigner Clemens Weisshaar entwickelt für Prada

TEXT: ANNE PASCUAL | MIU@DE-BUG.DE / FOTOS: AMO

Der erste Prada Flagshipstore wurde Ende letzten Jahres in New York eröffnet, Anfang Mai wird das Konzept nun in einer Ausstellung erstmals auch in Europa - genauer in Florenz - an Hand von digitalen und 3-dimensionalen Modellen vorgestellt. Der Münchner Clemens Weisshaar, gerade erst mal 24, ist für das Industrial Design zuständig.

Neben dem holländischen Stararchitekten Rem Koolhaas und dem dänischen Mediendesigner Reed Kram arbeitete der Industriedesigner Clemens Weisshaar am New Yorker Prada Flagshipstore - eine Art Prototyp. Bereits im Vorfeld sorgten die Pläne für die Stores für Furore, schließlich sollten hier Architektur und Informationstechnologien zu einer Einheit werden. Dazu entwarfen Reed Kram und Clemens Weisshaar Interfaces, LCD Displays, interaktive Umziehkabinen und einen interaktiven Atlas, auf dem die Besucher alle Stores miteinander verbunden sehen und Informationen abrufen können. Diese Elemente dienen aber nicht nur als Objekte zur Möblierung des Stores, sie funktionieren als Schnittstellen zu einer datenbank basierten Informations-Architektur, der "Instore-IT", die alle Angaben über die Produktion von Prada für Käufer und Verkäufer aufbereitet. DEBUG sprach mit Clemens Weisshaar über das Projekt und zukünftige Planungen.

DEBUG: Wie kam es zu der Zusammenarbeit von kramdesign, dem Office for Metropolitan Architecture, Prada und dir?

WEISSHAAR: *Miuccia Prada hatte im Frühjahr 2000 Rem Koolhaas' Office for Metropolitan Architecture beauftragt, eine Studie über Prada im globalen Kontext zu machen. Daraus entstand ein strategisches Konzept, das aus mehreren Komponenten besteht: Die sogenannten Epicenter Stores und die Website Prada.com sind zwei davon. Als es dann konkret darum ging, den New York Store zu bauen und die Website zu entwickeln, hat OMA's Schwesterfirma AMO sich nach Partnern für die Entwicklung umgesehen. Reed Kram kannte Markus Schäfer, den Prada IT Project Manager bei AMO. Beide haben in Boston studiert: Reed am MIT und Markus in Harvard. Ich war mit AMO zunächst in Kontakt, weil ich mich eine Zeit lang intensiv mit neuen elastischen Werkstoffen auseinandergesetzt hatte und AMO ein Mobiltelefon für Prada entwickeln wollte, das eben aus solch einem Material sein sollte. So begann ich auch am New York Store zu arbeiten, an den Displays und einigen anderen Projekten.*

DEBUG: Worin siehst du die Aufgabe der Verbindung von Industriedesign und Informationstechnologie?

WEISSHAAR: *Im Fall von Prada habe ich Werkzeuge für den Umgang mit neuen Technologien entwickelt. Das Spannende an solchen Aufgaben ist, dass man die Funktionalität des Objekts manipulieren kann und die Möglichkeit hat, Technologie entsprechend den Anforderungen des Konzepts zu entwickeln. Nur eine schöne Hülle für Technologie zu entwerfen, wäre furchtbar langweilig. Das fällt in die Kategorie Styling und hat nichts mit Design zu tun.*

DEBUG: Technologie erfüllt im Epicenter unterschiedliche Funktionen, welche ist dir am wichtigsten? Welche hat den größten Effekt und verändert den Raum am meisten?

WEISSHAAR: *Es gibt dort eine beliebige Anzahl elektronischer Leinwände, die dynamisch bespielt werden, das hat ein unglaubliches Potential – ähnlich wie das Fernsehen und das Internet. Im New Yorker Prada Store habe ich versucht den Altarcharakter von Bildschirmen zu eliminieren und Technologie "leise" und dezent einzusetzen. Die Bildschirme können zwischen der Kleidung nahezu verschwinden, bei Bedarf dann aber auch sehr präsent sein. Deshalb habe ich sie auch 'Ubiquitous Displays' genannt, 'allgegenwärtig'.*

Der Store wird durch zwei besonders starke Komponenten organisiert: Erstens die riesige Tapete, welche die gesamte Südwand im Erdgeschoss bedeckt - sie wird alle vier Monate erneuert. Das funktioniert zwar nach einem analogen Prinzip, ist aber in Wirklichkeit nur durch elektronische Produktion möglich: Es ist in gewisser Weise ein temporäres Fresko. Zweitens die von mir entwickelten 'Ubiquitous Displays'. Sie fungieren als Front-End, als Schnittstelle für eine gewaltige Instore IT Architektur, die Reed Kram entwickelt hat.

Wenn die interaktive Funktionalität der Displays gerade nicht genutzt wird, zeigen sie inhalte, die Prada in einen breiten kulturellen Kontext einordnen: Arbeiten von Medienkünstlern, Ausschnitte aus Pasolini-Filmen, dann Videofootage, die das Geschehen im Boutiquen vorführt, das Fashion Show zeigt, ebenso wie das morgendliche Training des Prada Americas Cup Segelteams. Dieses Nebeneinander von realen Kleidungsstücken und bewegten Bildern erzeugt ein Spannungsfeld.

DEBUG: Der Shop ist ein öffentlicher Raum, der diszipliniert. Wie erlebst du selbst im Alltag solche und andere Informationsräume?

WEISSHAAR: *Im 'Harvard Guide to Shopping' hat Markus Schäfer den Begriff 'Brand Zone' in seinem gleichnamigen Essay geprägt, er dient als Definition des gebrandeten Environments, des Markentempels, der die Wertschöpfung durch ein aufprojiziertes Image ermöglicht. Ich dagegen betrachte die Aktivität "Shopping" losgelöst vom Markenaspekt: Was passiert, wenn Menschen Dinge besitzen wollen, von denen sie kurz zuvor noch nicht einmal wussten? Shopping kann eine sehr intime und gleichzeitig exhibitionistische Aktivität sein. Am schönsten sind Straßenmärkte in Asien, pervertierte Super Brand Zones, in denen alle Marken, die man sich vorstellen kann, als Imitate nebeneinander liegen. Die Säkularisierung der Konsumtempel sozusagen. Ein Fake Adidas T-Shirt kostet genauso viel wie ein Fake Gucci T-Shirt. Das ist perfekte Globalisierungskritik.*

DEBUG: Wie unterscheidet sich das Verhalten der Besucher zu anderen Situationen in ähnlichen Räumen?

WEISSHAAR: *Im Epicenter bekommt man zu sehen, was die Modeindustrie sonst verbirgt: Die von Reed Kram entworfene Prada Database ermöglicht es, Informationen zu jedem einzelnen Kleidungsstück aufzurufen: Schnittmuster, Arbeitsskizzen der Designer, Videos aus der Produktion, der interaktive Atlas, der dem Besucher einen Einblick in Prada gewährt. Der Store ist viel mehr als einfach nur Einkaufszone: Er kann als öffentlicher Raum gesehen werden, als Klinik, als Apotheke, als Bibliothek, [illegible] Portal hält den Po[illegible] adway aus den Ta[illegible] Die 'Shoe Stair' - [illegible] auf der nur Schuhe [illegible] sich gut beobachten [illegible] ist - führt zum Verweilen. All dies ist [illegible] Umständigkeit von unseren Projekten für Prada arbeiten Reed Krams und mein Büro gerade an einem umfassenden Projekt, [illegible] New Yorker Konsumdschungel.*

DEBUG: Siehst du das als einmaliges Pilotprojekt? Oder werden die Ubiquitous Displays die Wohnungen bevölkern?

WEISSHAAR: *Der Store ist ein Pilotprojekt. Er soll für Prada, AMO und alle involvierten Entwickler ein Experimentierfeld sein, um neue Technologien und Konzepte zu testen. Die folgenden Epicenter Stores in Los Angeles und San Francisco werden ganz anders sein - jeweils stark auf die geographische Position und die lokale Kultur bezogen. Wir arbeiten momentan an dem Store in Los Angeles und entwickeln die in New York gewonnenen Erfahrungen weiter. Es wird wieder Ubiquitous Displays geben, aber auch ganz neue Komponenten. [illegible] eben diesem Thema: Intelligence in the domestic Landscape. Im Herbst wird es veröffentlicht werden.*

DEBUG: Kannst du uns verraten, wie hoch die Entwicklungskosten des New Yorker Stores lagen?

WEISSHAAR: *Nicht wirklich hoch, jedenfalls niedriger, als man denkt.*

DEBUG: Es gibt immer noch keine Website von Prada zu sehen, was steckt hinter dem geheimnisvollen Netzauftritt?

WEISSHAAR: *Der Store, dessen IT Architektur auf Netztechnologie basiert, fungiert als abstrakter Prototyp. Die Idee ist, die in New York implementierte IT Struktur ins Netz auszuweiten. Die Seite wird eine ein gesehen [illegible] Qualität haben. Mehr verrate ich jetzt [illegible]*

DEBUG: Vielen Dank!

NUR EINE SCHÖNE HÜLLE FÜR TECHNOLOGIE ZU ENTWERFEN, WÄRE FURCHTBAR LANGWEILIG. DAS FÄLLT IN DIE KATEGORIE STYLING UND HAT NICHTS MIT DESIGN ZU TUN.

SERVICEPOINT

Vom 3.-6. Mai gibt es die Prada-Ausstellung im Rahmen des Beyond Media Festivals in Florenz, im Hospiale degli Innocenti , Piazza della SS. Annunziata 12 zu sehen.

WEB LINKS

www.clemens-weisshaar.com
www.kramdesign.com

MSK GENT

-> Nieuws
Tentoonstellingen
Collectie
Het nieuwe MSK
Info

En | Fr | De

29.11.2007

SYMPOSIUM 'BRITISH VISION' - DONDERDAG 29 NOVEMBER 2007

Naar aanleiding van de tentoonstelling 'Britsih Vision' organiseert het museum in samenwerking met de British Council een symposium op donderdag 29 november. Het volledige programma vindt u op:
http://www.britishvision.be/nl/evenementen/brits_festival/symposium.php

20.09.2007

WWW.BRITISHVISION.BE

Volledige website over de tentoonstelling British Vision online !

| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | ->

BRITISH VISION
OBSERVATIE EN VERBEELDING IN DE BRITSE KUNST

06 oktober 2007 - 13 januari 2008

WWW.BRITISHVISION.BE

EEN TENTOONSTELLING VAN TOPNIVEAU!

Het is decennia geleden dat in Europa nog een overzicht van Britse kunst te zien was. In het Gentse Museum voor Schone Kunsten zijn alle grote namen vertegenwoordigd: Hogarth, Gainsborough, Stubbs, Blake, Fuseli, Constable, Turner, Burne-Jones, Millais, Rossetti, Spencer, Sutherland, Bacon, Hockney, enz. Het gaat hier echter niet alleen om een overzicht van twee eeuwen Britse kunst. De tentoonstelling wil vooral het eigenzinnige en unieke karakter ervan in beeld brengen.

MSK GENT

Nieuws
-> Tentoonstellingen
Collectie
Het nieuwe MSK
Info

En | Fr | De

26.05-19.08.2007
HEROPENING MSK

Na vier jaar renovatie is de volledige collectie te bewonderen in de 40 heringerichte zalen.

26.05-28.05.2007
OPENINGSWEEKEND 26, 27 & 28 MEI 2007

Het museum heropent na vier jaar renovatie zijn deuren. Drie dagen lang is het museum voor iedereen toegankelijk.

06.10.07-13.01.08
BRITISH VISION

Observatie en verbeelding in de Britse kunst 1750-1950

← 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12

| 01 | 02 | 03 | 04 | 05 | ->

MSK HEROPENING 26/05-19/08/2007

Het honderdjarige gebouw in het Citadelpark was dringend toe aan herstel en het museum was niet uitgerust met de nodige technische installaties voor veiligheid, licht- en klimaatbeheersing. Dat alles werd op initiatief van het Gentse stadsbestuur in één grote renovatiecampagne gebundeld, met de steun van de Vlaamse Gemeenschap en de provincie Oost-Vlaanderen. Het Gentse museum, een creatie van architect Charles Van Rysselberghe, broer van de schilder Théo, wordt internationaal geroemd als voorbeeld van museumarchitectuur. De bezoeker zal dit museum bij de heropening kunnen herontdekken in al zijn luister, want zowel de binnenkant als de gevels van het gebouw werden grondig gereinigd en gerestaureerd. Tot de nieuwigheden behoren voorts een permanent prentenkabinet, nieuwe overdekte patio's, een bibliotheek, een brasserie en een auditorium. Alle zalen en dienstlokalen zijn voortaan gemakkelijk

MSK
GENT

Nieuws
Tentoonstellingen
Collectie
Het nieuwe MSK
→ Info

En | Fr | De

Info | Educatie | Vrienden | Bibliotheek | Documentatiecentrum | Vlaamse Kunstcollectie | Museumshop | Publicaties | Mub'art | Partners | Co

ALLE INFO

Het Museum voor Schone Kunsten werd in 1798 opgericht en is een van de oudste musea van het land. Uit de rijke verzameling schilderijen, beelden, wandtapijten, tekeningen en grafiek wordt permanent een selectie van 300 à 350 werken tentoongesteld. De collectie geeft op de eerste plaats een rijk beeld van de Vlaamse kunst van de middeleeuwen tot de eerste helft van de 20ste eeuw.

De volledige collectie schilderkunst en een representatieve selectie beeldhouw- en tekenkunst kan u raadplegen op www.vlaamsekunstcollectie.be .

Zubehör
Shop
Erlebniswelt
Unternehmen

Suche
Erweiterte Suche
Stellenangebote
Login
Konfigurator
Lexikon
Händler
Kontakt
Audi tv

myAudi
Geschäftskunden

Sofort verfügbare Fahrzeuge

Modell
Preis (EUR)
Treibstoffart

- Werksdienstwagen Kauf Online
- Werksdienstwagen Kauf beim Händler
- Gebrauchtwagen
- Neuwagen

Audi Konfigurator

Modell
Farbe
Treibstoffart

Konfigurieren

Entschlossenheit und Leidenschaft
Begeisternde Eleganz: Entdecken Sie den Audi A8

Der ultimative Business-Sportwagen
Fühlbare Kraft und Eleganz: Der neue Audi RS 6 Avant

Der Audi A4
Diese Limousine setzt Maßstäbe in Design, Dynamik und Fahrspaß.

Audi Q7 3.0 TDI jetzt mit 240 PS
Leistungsgesteigert und effizient: Der 3.0 TDI-Sechszylinder.

A4 Global Drives
Gewinnen Sie eine außergewöhnliche Testfahrt im Audi A4.

Von Dubrovnik nach Split im neuen Audi A4
Ein besonderes Fahrerlebnis - jetzt auf Audi tv!

Investor Relations

Verschaffen Sie sich einen umfassenden Einblick in die Finanzwelt von Audi. Gerne nimmt unser IR-Team Ihre Fragen auch persönlich entgegen.

- Investor Relations
- Geschäftsbericht 2006

CO2-Emissionen und Umweltschutz

Der Umweltschutz hat eine lange Tradition bei Audi. Hier erfahre
Verträglichkeit unserer Fahrzeuge und Produktionsprozesse kontinuierlich verbessern um die CO2-Emissionen noch weiter zu senken.

Aktuelles

- Goldenes Lenkrad für den neuen Audi A4
- Internet Auto Award: Audi sechs Mal vorne
- Mattias Ekström ist DTM-Champion 2007
- Spitzenplätze bei der Kasko-Einstufung
- Weitere Audi News

Farbe zum Strukturieren

LANGUAGE

SUCHE

ERWEITERTE SUCHE

KONTAKT · SITEMAP · IMPRESSUM

merten

PRODUKTE · SERVICES · DOWNLOADS · UNTERNEHMEN · PRESSE

LÖSUNGEN

- Sicherheit
- Flexibilität
- Komfort
- Effizienz

BEREICHE

- Eigenheim
- Bürogebäude
- Hotels
- Krankenhaus
- Schule

NÄCHSTE TERMINE

Messetermin Inland:
06.-11.04.2008 light+building, Frankfurt
Messetermin Ausland:
Merten on Tour:
28.11.2007 Hannover

Mehr

- Broschüren bestellen
- Broschüren herunterladen als PDF
- Newsletter abonnieren
- Anmelden als Fachhändler

Merten weltweit

MERTEN IN IHRER NÄHE

PLZ

Fachhändlersuche
Niederlassung

Suchen

Merten Elektro-Großhändler

Alle Neuheiten im Überblick

NEU: ELEKTRO+ RAUMPLANER ONLINE

Als aktives Mitglied der Initiative elektro+ bieten wir im Bereich Neubau oder Modernisierung mit dem "Raumplaner online" optimale Unterstützung. So kann der Bauherr auf der neutralen online Plattform e+ seine zukünftige Wohnsituation in die Planung der Elektroausstattung übertragen. So stützten wir gemeinsam die Mindestastausstattung DIN 18015 (1-3).

elektro+ Raumplaner

MERTEN KATALOG 2008

Ab sofort können Sie mit dem neuen Merten Katalog 2008 die benötigten Produkte noch schneller finden, einfacher vergleichen und auswählen, einfacher bestellen und leichter in die Kombinations-möglichkeiten einsteigen.

Katalog-Download

ROADSHOW CLEVER CONNECT ON TOUR

Clever CONNECT on Tour - mit dem neuen Merten Funk-System CONNECT immer richtig verbunden.

Erleben Sie anhand

FUNK-SYSTEM CONNECT

CLEVER CONNECT

Garant für sicherste Funkverbindungen

Das neue Merten Funk-System CONNECT ist für alle, die ihre Elektroinstallation

Farbe zum Strukturieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Mantelstromtriebwerk

Zweikreis - Zweiwellentriebwerk Solovjev D 30

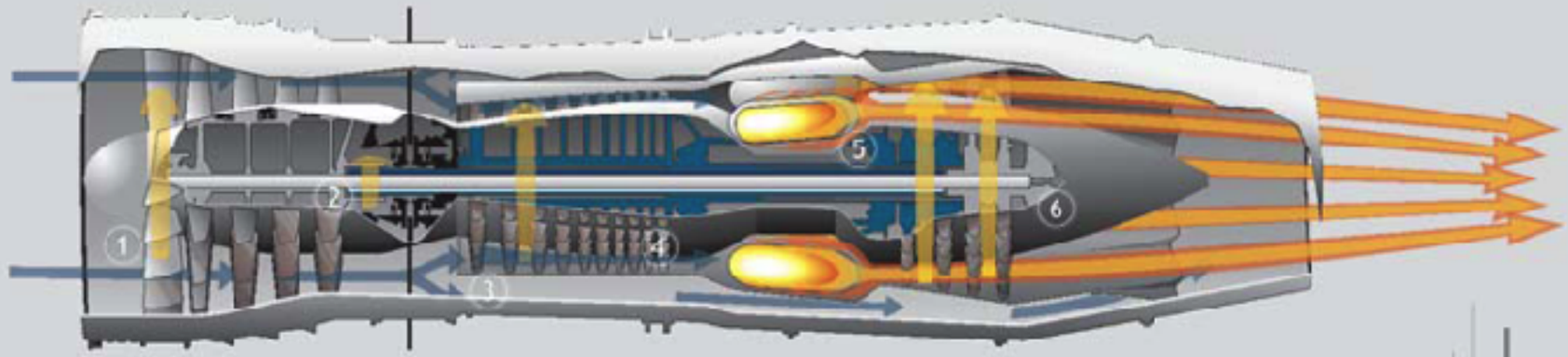
Das *Zweikreis-Zweiwellentriebwerk* ist ein Kompromiss zwischen Turbojet und Turboprop. Es besteht, wie sein Name andeutet, aus zwei Luftkreisen. Einem inneren und einem Äußeren.

Das Kerntriebwerk, der innere Kreis, besteht aus Verdichter, Brennkammer und Turbine.

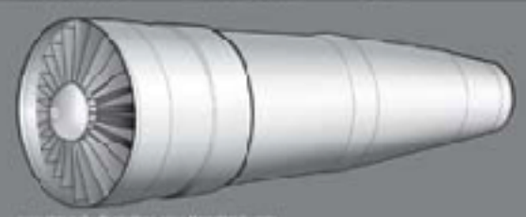
Der äußere Kreis, auch Bypass genannt, ist das entscheidende Merkmal des Triebwerks. Die Luft wird durch eine Verdichterstufe verdichtet und in der Düse entspannt. Durch den Bypass werden Bauteile gekühlt und das Triebwerk wird leiser.

Beim Mantelstromtriebwerk treibt in der Regel eine Niederdruckturbine den Niederdruckverdichter, eine Hochdruckturbine den Hochdruckverdichter an.

Die beiden Hochdruckkomponenten sind ebenso über eine gemeinsame Welle miteinander verbunden wie die Niederdruckturbine mit dem Niederdruckverdichter.



Niederdruckverdichter Hochdruckverdichter Diffusor



perspektivische Darstellung eines Mantelstriebwerks

Niederdruckverdichter

Beim Startvorgang werden beide Wellen in Drehung versetzt. Durch die Drehung der vorderen Schaufelräder wird im vorderen Teil kalte Luft angesaugt und entlang der Achse verdichtet.

Anlasser

Der Anlasser funktioniert beim Anlassvorgang als Starter. Er bringt beide Wellen in Drehbewegung. Nach dem Zünden des Triebwerks wird der Anlasser als Generator für die Bordelektronik genutzt.

Teilung des Luftstroms

Vor der nächsten Verdichtungsstufe wird der Luftstrom im Verhältnis 1:1 geteilt. Eine Teilmenge wird an der äußeren Wand vorbei geleitet und kühlt damit Bauteile der Brennkammers. Die andere Teilmenge der Luft strömt in die nächste Verdichtungsstufe.

Hochdruckverdichter

Hierbei wird die Luft durch die konischen Form im inneren weiter verdichtet. Die verdichtete Luft strömt im weiteren Verlauf in die Verbrennungskammern.

Verbrennung

Hier wird die Luft mit Kerosin gemischt und von einem Initialer Funken entzündet. Durch die explosionsartige Verbrennung wird sie nach hinten hinausgeschleudert und in Vortrieb umgewandelt.

Antrieb der Verdichter

Nach der Verbrennungsstufe sind Turbinen montiert. Diese fungieren als Antrieb für die beiden Verdichtungsstufen. Sie sind durch die beiden Wellen miteinander verbunden.

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

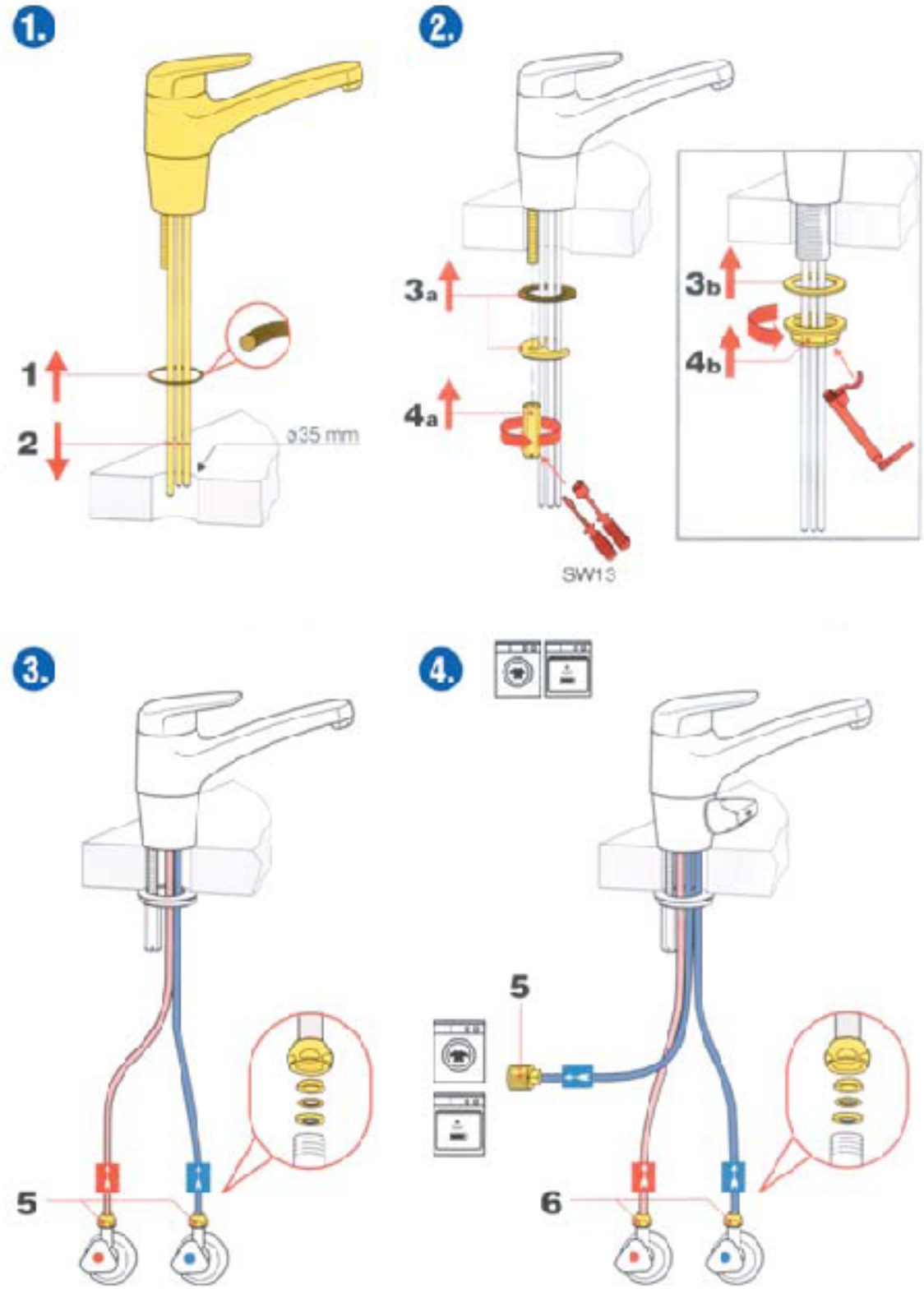
Farbe zum Orientieren

Farbe zum Strukturieren

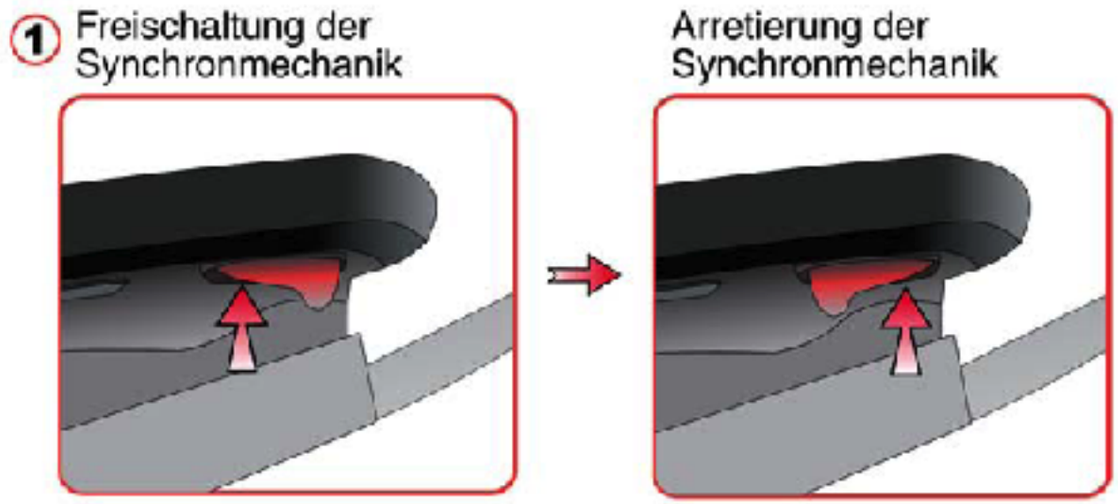
Farbe zum Akzentuieren

Farbe zum Emotionalisieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation



Farbe zur Akzentuieren



Farbe zur Akzentuieren

HOMEPAGE | MINI MODELLE | SERVICE CENTER | LIFESTYLE & ZUBEHÖR | MINI ERLEBEN | FUN & GAMES

MINI

- MINI One
- MINI Cooper D
- MINI Cooper
- MINI Cooper S

Verwandte Themen

- MINI konfigurieren
- MINI Partner finden
- Informaterial bestellen
- Probefahrt vereinbaren
- MINI finanzieren

MODELLAUSWAHL.

BEWEGEN SIE DEN MAUSZEIGER NACH LINKS UND RECHTS, UM ALLE MINI MODELLE ZU ENTDECKEN.

› ENTDECKEN SIE DEN MINI

Erfahren Sie mehr über die vier entscheidenden Faktoren, die den MINI zum MINI machen.

MINI COOPER

Höchstgeschw indigkeit: 203 km/h
88 kW (120 PS) bei 6.000 U/min
0–100 km/h in 9,1 s
Max. Drehmoment: 160 Nm bei 4.250 U/min
Verbrauch (Mittel): 5,4 l/100 km
C02-Emissionen: 129 g/km

Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO2-Emissionen neuer

› MEHR ZUM MINI COOPER

NACH DEM FILM 12INS

About | Home | No 8 | Reviews | Report | Forum | Archiv

Home > Reviews

Filme (Filme A - Z)

Elephant

R: Gus van Sant
USA 2003
von Volker Pantenburg

Les Voleurs

R: André Techiné
F 1996
von Michael Baute

Pecker

R: John Waters
USA 1998
von Stefanie Schlüter

War Photographer

R: Christian Frei
CH 2001
von Stephan Pethke

High Art

R: Lisa Cholodenko
Ca/USA 1998
von Annette Gentz

The Asphyx

R: Peter Newbrook
GB 1973
von Thomas Groh

The Lady Eve

R: Preston. Sturges
USA 1941
von Ekkehard Knörer

A Snake Of June / Rokugatsu No Hebi

R: Tsukamoto Shinya,
Japan 2002)
von Jan Altmann

Bücher (Bücher A - Z)

Florian Sprenger bespricht **Evidenz ... das sieht man doch!** hrsg. v. Rolf H. Nohr, Münster 2004.

Lars Nowak über Oliver Fahle, **Jenseits des Bildes: Poetik des französischen Films der zwanziger Jahre**

Matthias N. Lorenz bespricht Jack Stevensons Monographie **Lars von Trier**

Michaela Ott über **Das Gesicht im Zeitalter des bewegten Bildes**
Ein Reader von Christa Blümlinger und Karl Sierek

Lars Nowak bespricht Slavoj Zizek, **Die Furcht vor echten Tränen: Krzyzstof Kieslowski und die "Nahtstelle"**

Christian Metz, **Der imaginäre Signifikant**
Die erste vollständige Übertragung ins Deutsche besprochen von Lars Nowak

Revolver Heft 5. Zeitschrift für Film
Seit September 2002 im Buchhandel.
Von Winfried Pauleit

Bettina Mathes, **Verhandlungen mit Faust**.
Geschlechterverhältnisse in der Kultur der frühen Neuzeit
Von Nanna Heidenreich

Farbe zum Orientieren

Farbe zum Strukturieren

Farbe zum Akzentuieren

Farbe zum Emotionalisieren

Prof. Dipl. Des. Christian Noss
Grundlagen der visuellen Kommunikation

Farben sollten besonnen und wenn möglich sparsam eingesetzt werden.

Ein Farbklima aus zwei Grundfarben reicht meist aus.

Die Farben sollten aufeinander abgestimmt sein und es sollten nicht mehr als 4 Grundfarben verwendet werden.

Ein kontrastreicher Einsatz von Farben sichert eine konturenscharfe Darstellung und z. B. eine gute Lesbarkeit.

Die Vordergrundfarbe sollte sich ausreichend vom Hintergrund abheben.

Ein Hell-Dunkel-Kontrast ermöglicht insbesondere für Sehschwache eine gute Lesbarkeit von Schrift, Bild und Funktion.

Je farbiger ein Text, umso unleserlicher wird er.

Text sollte nicht mit Blau dargestellt werden. Da Blau ein relativ kurzwelliges Licht ist und Licht unschärfer gesehen wird, je kurzwelliger es ist, wirkt Blau unschärfer als andere Farben.

kuler

http://kuler.adobe.com/#create/fromacolor

Helper | Drumrecordi...Fachbücher | DJH | Recodring | FH | Freude | my del.icio.us | Sipgate | post to del.icio.us | Shootit | ServerTricks | Webmailer | make PDFs | KORD | MOM

phpPgAdmin | kuler | Micatone – Traces – Last.fm | Startseite – Last.fm | c.noss's GDVK Bookmarks on D...

kuler

Register | Sign In

Create
- From a Color
- From an Image

Themes
Community
Pulse BETA
Links

Select a Rule
- Analogous
- Monochromatic
- Triad
- Complementary
- Compound
- Shades
- Custom

Title:
Save
Public
Private
Tags:
Please sign in to save your theme.

Base Color

	Base Color			
HSV	218 85 60	218 55 80	187 45 100	17 20 100	8 55 80
RGB	23 70 153	92 133 204	141 242 255	255 219 205	204 108 92
CMYK	85 54 0 40	55 35 0 20	45 5 0 0	0 14 20 0	0 47 55 20
LAB	32 17 -50	55 7 -41	90 -26 -15	90 10 12	56 36 26
HEX	174699	5C85CC	8DF2FF	FFDBCD	CC6C5C

| help | about kuler | kuler talk | developers | privacy policy | terms of use (updated 10/15/08)