



Referenzen

JANUAR 2005

anreisen

auftauchen

dableiben.

ANREISEN – AUFTAUCHEN – DABLEIBEN

Tag 1:

Mit der Post kommt ein Umschlag, darin 3 Postkarten.

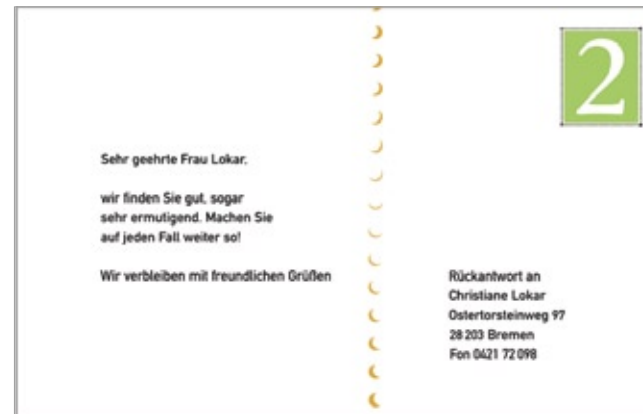
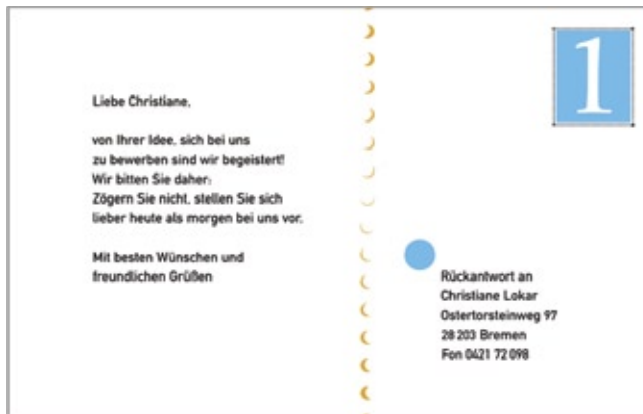
Auf der Vorderseite:

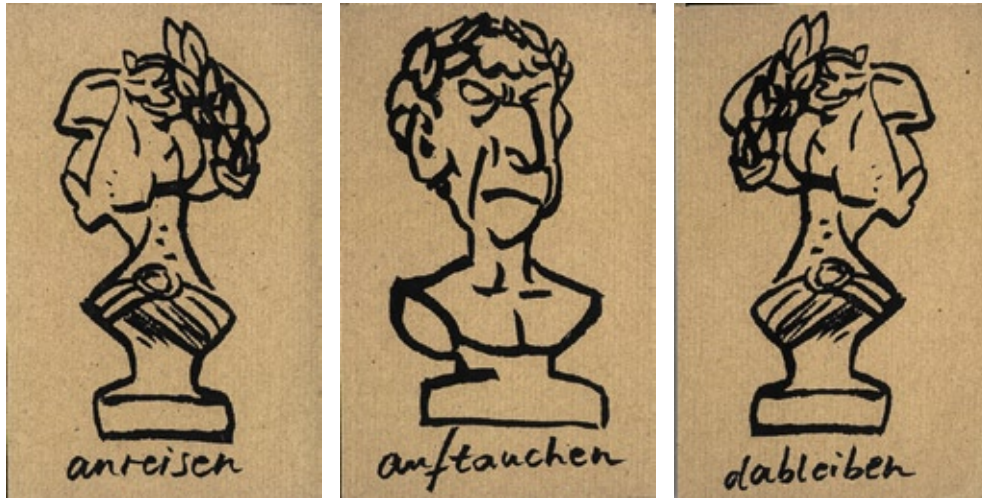
das Ziel der Kontaktaufnahme – erst anreisen, dann auftauchen und schließlich dableiben.

Auf der Rückseite:

ein positiver, ein gleichgültiger und ein negativer Antworttext. Der zukünftige Arbeitgeber hat die Möglichkeit, sich mit Rücksendung einer der 3 Karten zu äußern.

Meldet er sich nicht, folgt am nächsten Tag weitere Post.

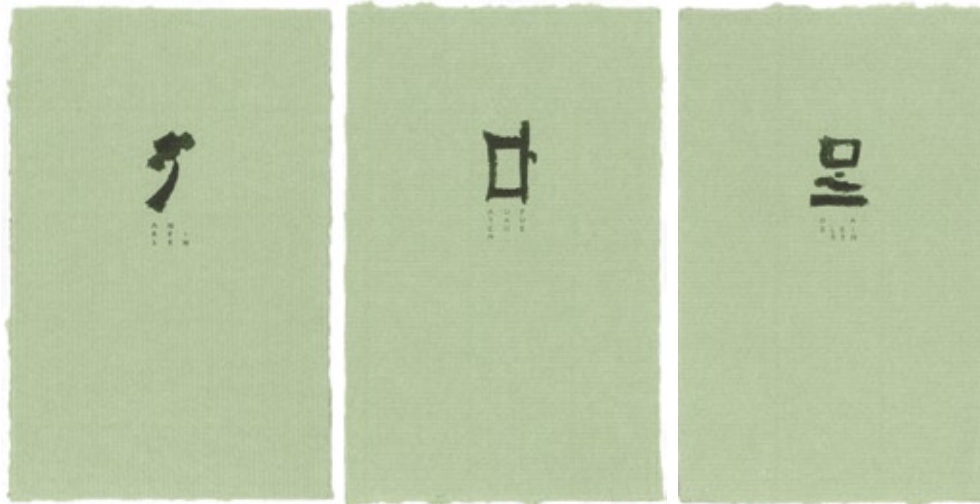




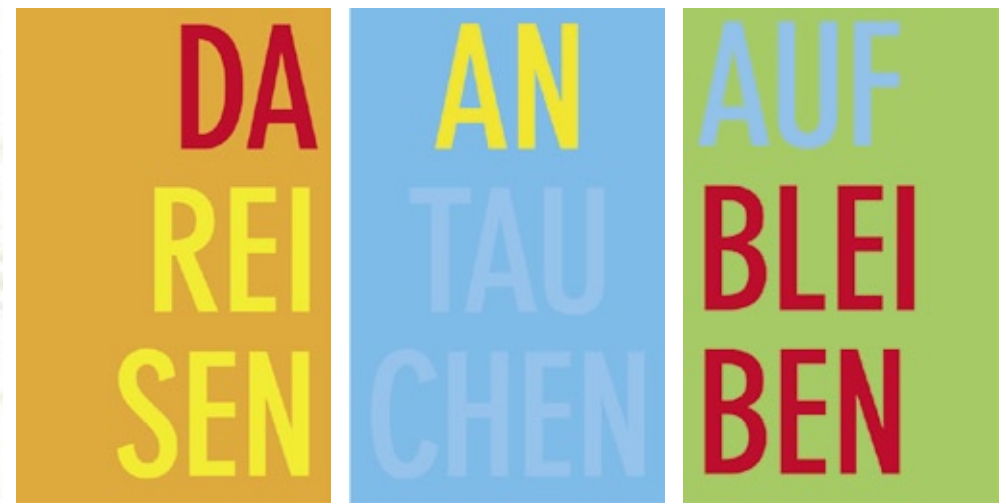
Tag 2: die „Römer“-Karten



Tag 3: die „Textobjekt“-Karten



Tag 4: die „asiatische Weisheit“-Karten



Tag 5: die „Abschluß“-Karten – Nach einer Woche endet das Bewerbungsmailing



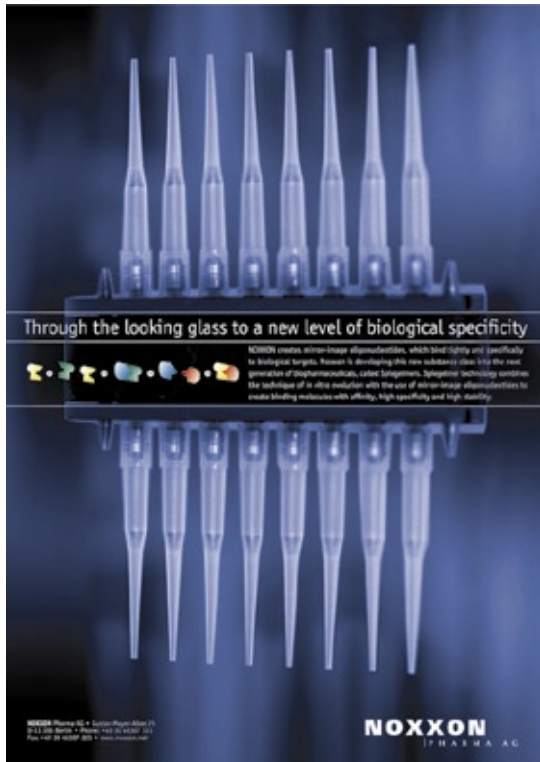
HOW DO CELLS FORM TISSUES?

Um diese zentrale Frage kreisen die Forschungen des Max-Planck-Instituts/ CBG in Dresden.

Symbolisiert wird das Thema durch den kreisförmigen Aufbau des Layouts: So wie jede Arbeitsgruppe einen Ausschnitt bearbeitet und sich dementsprechende Teilfragen stellt, so werden Kreisausschnitte für die Präsentation der Inhalte und der zahlreichen Bild-dokumente verwendet.



Im Innenteil wechseln sich die Farben je nach Zugehörigkeit zu einem von drei großen Forschungsgebieten ab, jede Gruppe erhält eine Seite, verwandte Paare werde auf einer Doppelseite präsentiert.



THROUGH THE LOOKING GLASS...

Die Entwürfe für die Imageanzeigen spielen auf die Tatsache an, daß NOXXON Pharma in dem von ihm entwickelten sogenannten Spiegelmer-Verfahren gespiegelte Moleküle für die Ermittlung der Architektur von Wirkstoffen verwendet.

Imageanzeigen, Entwurf mit Blindtext



animierter Logotitel als Einstieg für eine Powerpoint-Präsentation



Layout des Daten-
teils, Entwurf mit
Blindtext

Eine Beispiel von fünf geplanten Doppel-
seiten zur Präsentation von Meilenstein-
en der fünfjährigen Firmengeschichte,
Entwurf mit Blindtext

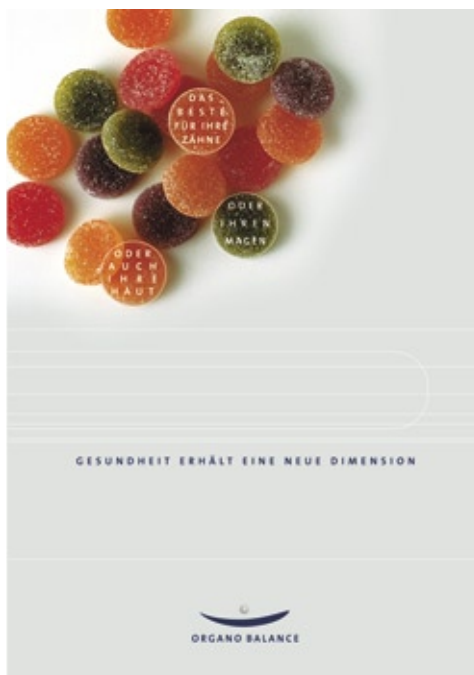


Layoutraster des Innenteils, Entwurf mit Blindtext



DAS BESTE FÜR IHRE ZÄHNE...

Für einen Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln entstand dieses Logo mit dazugehöriger Imagebroschüre, die die Bandbreite der verschiedenen Einsatzmöglichkeiten der Technologie von Organo Balance verdeutlicht.



Imagebroschüre, Entwurf mit Blindtext





HOHE INFORMATIONSDICHTE

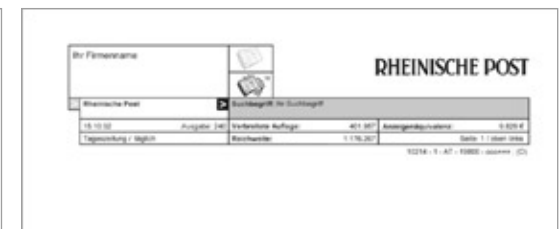
Bei der Gestaltung der Webseite für Landau Media stand hohe Usability im Vordergrund: Schnell abrufbare Informationen, direkter Zugriff auf Recherchedaten in einem gesonderten Login-Bereich – Landau Media beobachtet und analysiert die Medienpräsenz seiner Kunden – , Unternehmensdaten sowie ein Quickfinder für aktuelle Features.

All diese Zugriffe übersichtlich auf der Startseite zu ermöglichen: da lag es nahe, eine Webseite im Stil eines Newsportals zu gestalten.

Visuell aufgehängt an der Webseite entstand ebenfalls eine umfangreiche Powerpointpräsentation: Die obere Bildleiste erleichtert dem Betrachter die Orientierung – das aktive Thema ist jeweils farbig dargestellt. Die einzelnen Kapitel können von Landau Media kombiniert und erweitert werden.



Powerpointpräsentation



Webseite

Einer der Services von Landau Media ist die Pressebeobachtung: Dafür wurden Datenblatt-Köpfe entwickelt, auf denen die Zeitungsausschnitte sowie zusätzliche recherchierte Informationen Platz finden.



GUTE UND NOCH BESSERE INFORMATIONEN

Bei der Gestaltung dieser Webseite für einen Finanzdienstleister war es wichtig, zwei Contentbereiche visuell voneinander abzugrenzen: Der petroldarfbare Teil ist öffentlich zugänglich, das zweifarbige Layout zeigt dem User an, daß er sich im geschützten Login-Bereich befindet.



Login-Bereich, Entwurf mit Blindtext

Personal- und Sozialbericht 2002



Schering verfolgt eine Strategie des beschleunigten Wachstums, konzentriert sich auf wirtschaftlich relevante Tätigkeiten und fokussiert seine Ressourcen auf eine nachhaltige Wertschöpfung. Die passgenaueste Ausrichtung unserer geschäftlicher Aktivitäten im Rahmen des globalen Wettbewerbs ist ein Eckpfeiler unseres Erfolgs. Dabei unterstützt unsere Organisation die ständigen internen Überparfungen.

Die effiziente, erfolgreiche Arbeit zu gewährleisten, müssen Mitarbeiter, Prozesse und Strukturen aneinander angepasst werden. Wir sind weltweit engagiert und benötigen Mitarbeiter mit hoher Sensibilität für den Wert unterschiedlicher Kulturen und der Belegschaft, in globalen Netzwerken zusammenzuarbeiten.

Organisationsentwicklung

Corporate Human Resources Strategy

Human Resources ist die Basisleistung für Personalfunktionen in international tätigen Unternehmen. Anfang 2000 hat der Vorstand die Ausarbeitung einer Corporate Human Resources Strategy für die Schering Konzern im Auftrag gegeben. Ziel dieser Personalstrategie ist es, die Umsetzung der Geschäftsstrategie von Schering zu unterstützen, indem die personalwirtschaftlichen Instrumente, Strukturen und Prozesse an die jeweils strategische Geschäftsziele des Unternehmens angepasst und mit ihnen integriert werden. Schlüsselthemen sind: eine verstärkte Internationalisierung der personalwirtschaftlichen Aktivitäten, wichtigste Zielgruppe ist das Management des Schering Konzerns.

Die Entwicklung der Corporate Human Resources Strategy erfolgt in drei Phasen. In der Analysephase hat ein aus Vizepräsidenten verschiedener Personalfunktionen des Konzerns

zusammengesetztes Projektteam weltweit Interviews mit Führungskräften durchgeführt, um die spezifischen Anforderungen an eine Personalstrategie zu erheben. Bis Ende dieses Jahres werden die einzelnen Bausteine der Personalstrategie erarbeitet. Im Vordergrund stehen dabei die Definition gemeinsamer Werte und Prinzipien, die Ausgestaltung eines Leadership-Modells und der Ausbau des Management Development Systems. Parallel hierzu ist ab Mitte 2001 die Implementierung erster Elemente geplant.

Neuorganisation der Unternehmensfunktion Personal

Mit der zunehmenden Globalisierung unserer Geschäftstätigkeit steigt auch die Bedarf unserer Mitarbeiterführung über Ländergrenzen hinweg. Viele unserer Corporate Funktionen müssen ihre Prozesse weltweit und sind mit ihrer Einheitlichkeit in mehreren Ländern gleichzeitig präsent. Wir wollen daher im Einklang mit der in der Entwicklung befindlichen



Human Resources Strategy die weltweiten Personalfunktionen unseres Konzerns miteinander vernetzen, so dass wir ein integriertes Leistungsangebot bieten sowie ausgewählte Systeme und Verfahren international zusammenführen können.

Zur Fokussierung des Know-How der Unternehmensfunktion Personal wurde Ende 2002 eine grundlegende Umstrukturierung vorbereitet. An die Stelle der beiden Fachbereiche Personalentwicklung und Führungskraftförderung (PFF) sowie Personal- und Sozialservice (PWS) tritt Anfang 2003 folgende von einer Funktionen, die von dem Leiter Corporate Human Resources (CHR) gesteuert werden:

- Personal Schering AG
- Corporate Management Development & Services
- Organizational Development
- HR Policies and Systems

In der internationalen Ausrichtung von CHR liegt der Fokus zusätzlich auf dem Managementbereich. Dies gilt für eine Vielzahl von Themen mit unternehmensweiter Bedeutung, wie beispielsweise die Führungsentscheidungen, die Organisationsentwicklung und weitere Teile der Personalpolitik.

Die lokale Personalarbeit findet weiterhin den Schwerpunkt in der Betreuung der Mitarbeiter an den Standorten. Hinsichtlich des Geschäftserfolgs und des Unternehmenserfolgs werden wir auch hier unsere Kompetenzen kontinuierlich überprüfen und weiterentwickeln.

WO PERSÖNLICHKEITEN ARBEITEN

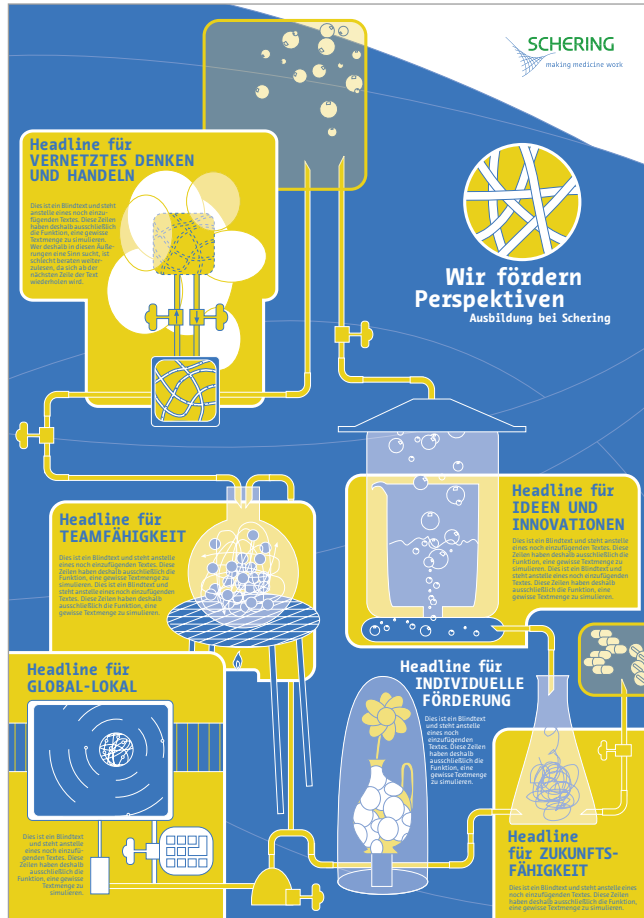
Im Personal- und Sozialbericht 2002 der Schering AG stehen natürlich die Mitarbeiter im Vordergrund, ebenso in der Fotokonzeption:

Für jede Doppelseite im vorderen Broschüreenteil wurde exemplarisch ein Mitarbeiter bzw. eine Mitarbeiterin ganz schlicht bei der Arbeit porträtiert.

Die Hauptperson ist immer sowohl durch die Komposition als auch durch die Farbgebung herausgehoben.

Der Personal- und Sozialbericht lässt damit genügend Raum zur Präsentation der Grundlage eines Unternehmens: den dort arbeitenden Persönlichkeiten.





Infoplate, Entwurf mit Blindtext

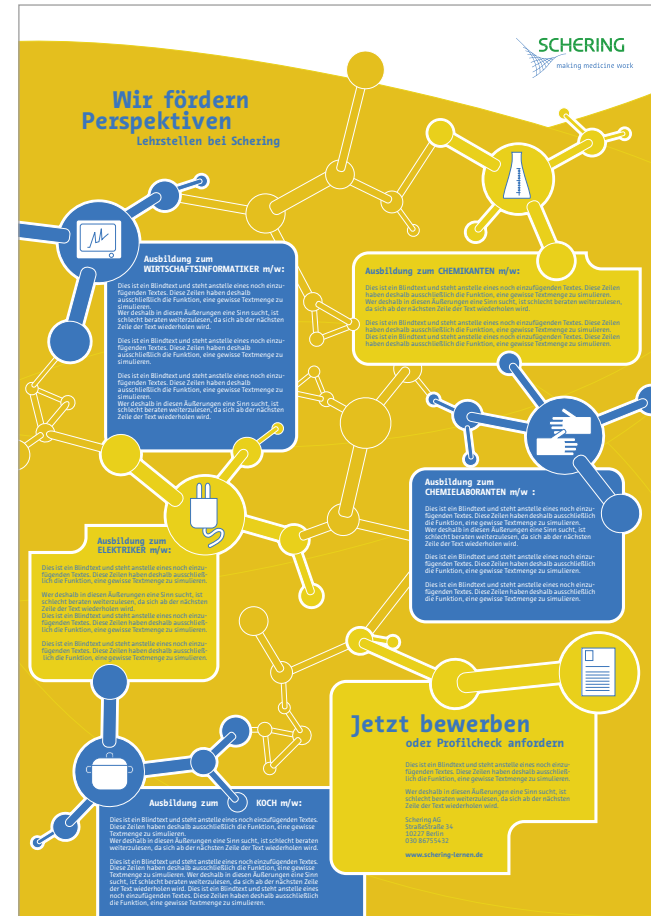
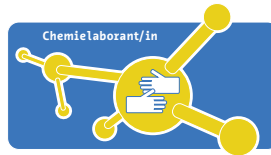
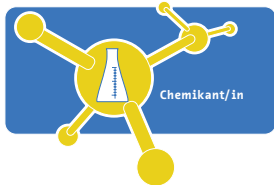
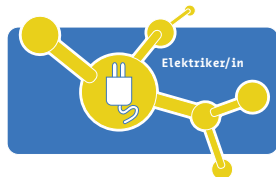
WIR FÖRDERN PERSPEKTIVEN

Entwicklung einer übergreifenden visuellen Idee für den Bereich „Berufsausbildung bei der Schering AG.“

Schering funktioniert wie ein großes, aufregendes chemisches Labor: Verschiedene Berufe fließen zusammen, reagieren, ergeben neue Substanzen in Form von Ideen, Gedanken und Produkten, werden gescannt und gelasert, gelangen in das Netz der verschiedenen Disziplinen, werden aufgekocht, verdampft, schockgefroren...

In solch einem Rahmen lässt sich das Unternehmen auf für junge naturwissenschaftlich interessierte Schulabgänger visuell ansprechende Weise darstellen (hier beispielhaft 6 Aspekte).

Vorgeschlagen wurden u.a. ein faltbares Infoplate, Blätter mit Kurzportraits der einzelnen Ausbildungsgänge, eine Bildmarke pro Ausbildungsgang.



Bildmarken für jeden Ausbildungsberuf, verwendbar in verschiedenen Medien



Infobätter, Entwurf mit Blindtext