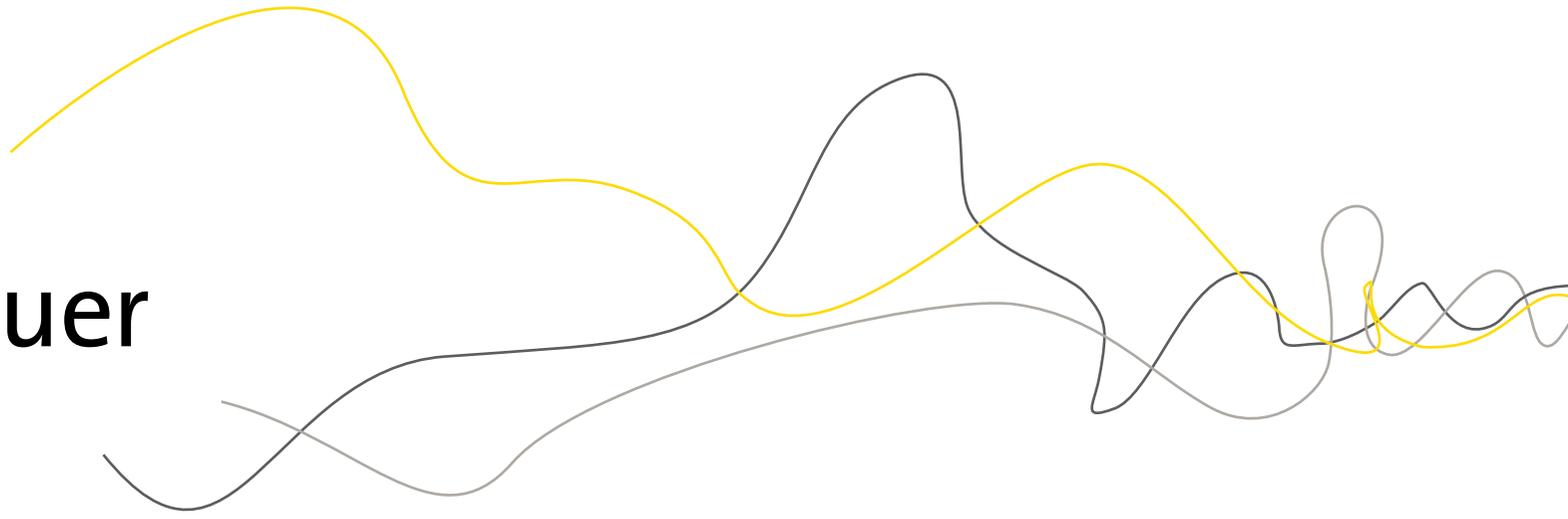


Laura **Bauer**



# Laura Bauer



Buchgestaltung  
Book design .4



Holzwege  
Portfolio .3



Corporate Design  
Corporate design .7



Typografie  
Typography .8



Corporate Design  
Corporate design .10



Verpackungsdesign  
Packaging .11



Buchgestaltung  
Book design .12



Designforschung  
HCD Research .17



Infografiken  
Infographics .13



Buchgestaltung  
Book design .9



Logogestaltung  
Logos .15



Installation  
Installation .14



Polaritäten  
Portfolio .16



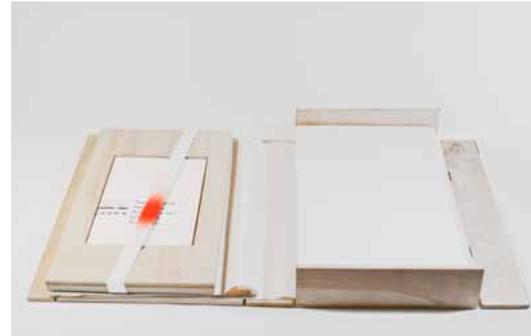
Corporate Design  
Corporate design .5



CD Supermarket  
CD supermarket .6

In Holzwege geht es hauptsächlich um Linearität und den Verfall des Buchdrucks. Ich beschäftigte mich mit Neil Postman und Vilém Flusser, die beide der Meinung sind, dass gerade Sprache – der lineare Code – politisches Engagement fördert und das nötige Wissen und Bewusstsein schafft. Linearität und Bewusstsein nahm ich als Stichworte für dieses Portfolio. So entstand ein großes Leporello in das drei Holzschuber mit den zu präsentierenden Arbeiten eingebunden sind. Das Ganze wird zusammengehalten durch eine holzige Materialität, was sowohl den Buchdruck als auch die Linearität unter dem Thema Holzwege vereint.

My work »Holzwege« broaches the topic of linearity and therefore also the decline of the letterpress printing. I carried out an in-depth examination of Neil Postman and Vilém Flusser who both agree on language being the linear code, encouraging political activity and creating awareness as well as knowledge. Taking linearity and awareness as cues for my portfolio I created a tall »Leporello« in which three wooden slip-cases are wrapped, each presenting one of my works. The entire object is kept together in one wooden box that combines both the idea of letterpress printing along with that of linearity as topics of the theme »Holzwege«.



Holzwege  
Portfolio Holzwege

**»Holz lautet ein alter Name für Wald.  
Im Holz sind Wege, die meist verwachsen jäh  
im Unbegangenen aufhören.  
Sie heißen Holzwege. Jeder verläuft gesondert,  
aber im selben Wald.  
Oft scheint es, als gleiche einer dem anderen.  
Doch es scheint nur so. Holzmacher und Wald-  
hüter kennen die Wege.  
Sie wissen, was es heißt, auf einem Holzweg  
zu sein.«**

Martin Heidegger: Holzwege. Frankfurt am Main, 1950

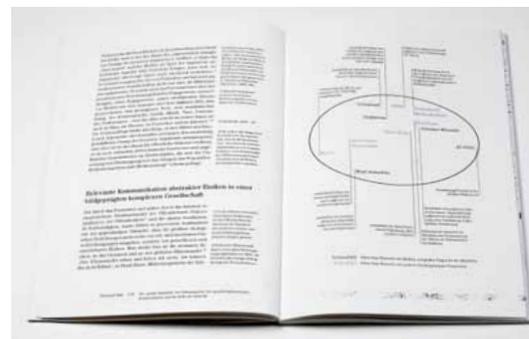
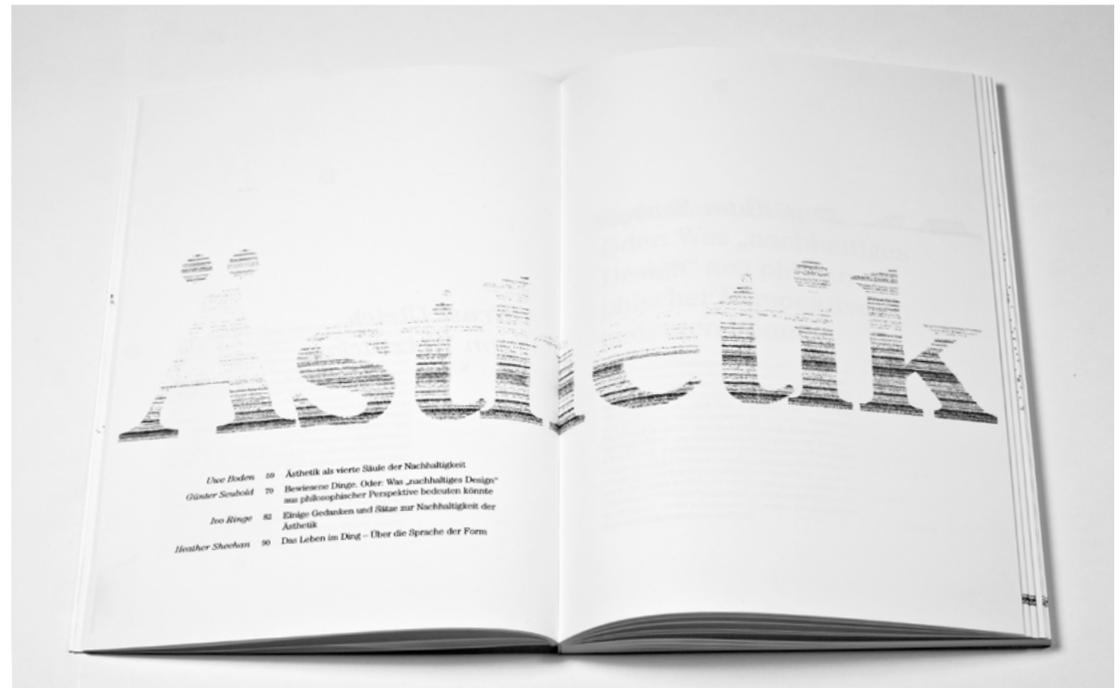


Ein Text löst sich in Fragmente auf. Das Auge folgt vorgegebenen Strukturen. Überschrift, Subhead, Fließtext und Fußnote. Inhaltlich erfolgt die Erkenntnis ähnlich. Überschriften geben das Thema an, das Verständnis setzt jedoch erst später ein. Fragmente teilen und geben Struktur.

A text breaks up into fragments, the eye follows the rhythm: Headline, subhead, text and endnotes. The understanding of content occurs likewise. Headlines indicate a topic, but comprehension only results from reading the running text. Fragments divide and give structure.

## Buchgestaltung für wissenschaftliche Veröffentlichungen

### Book design for scientific publications





## Geschäftsausstattung für Kreative Corporate design for creatives



Der Punkt als »Fenster« spielt in der Gestaltung eine wesentliche Rolle. Um ihn soll sich die Gestaltung »drehen«. Durch ihn schaut man hindurch, es ergeben sich neue Perspektiven; so führt der Punkt durch die Gestaltung.

The dot possesses an essential role in this concept: it symbolizes a window. The design literally »circles« around the »dot«. By looking through it one is given new perspectives. Thus, the circle continues to guide through the design.

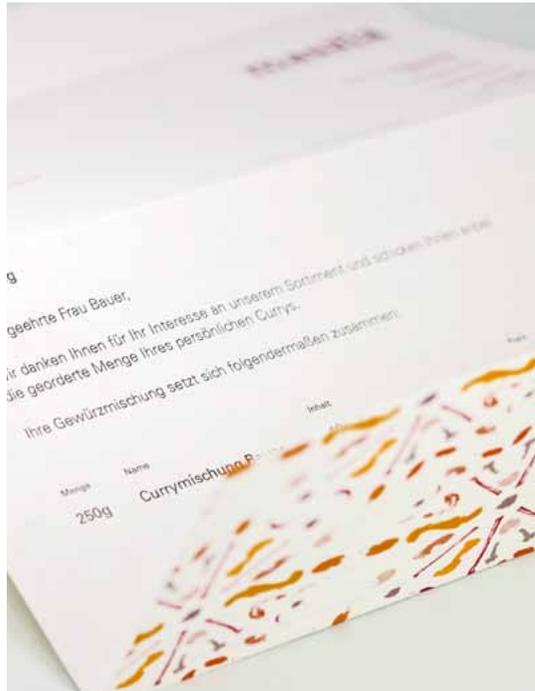


# Geschäftsausstattung für Biosupermarkt Corporate design for an organic supermarket

Entwurf des Corporate Designs für den Biosupermarkt Abraxas im Rahmen meiner Arbeit bei der «umweltorientierten Designagentur merz punkt». Aufgabe war es, das alte Logo zu relaunchen und beim Design warm, authentisch und natürlich zu bleiben, sowie einen Wiedererkennungswort zu gewährleisten. Trotzdem sollte das Erscheinungsbild zeitgemäß sein und Modernität widerspiegeln, aber auch Vertrauen in die Marke wecken.

This is a draft for a organic supermarket named Abraxas, developed during my employment at the »environment-oriented design agency merz punkt«. The assignment was to relaunch the present company logo while maintaining warmth and authenticity of the current corporate identity. The main goal though was to ensure a recognition value. Also the company aimed for a fresh and modern look but wanted to uphold the customers trust.





## Geschäftsausstattung für einen Gewürzladen

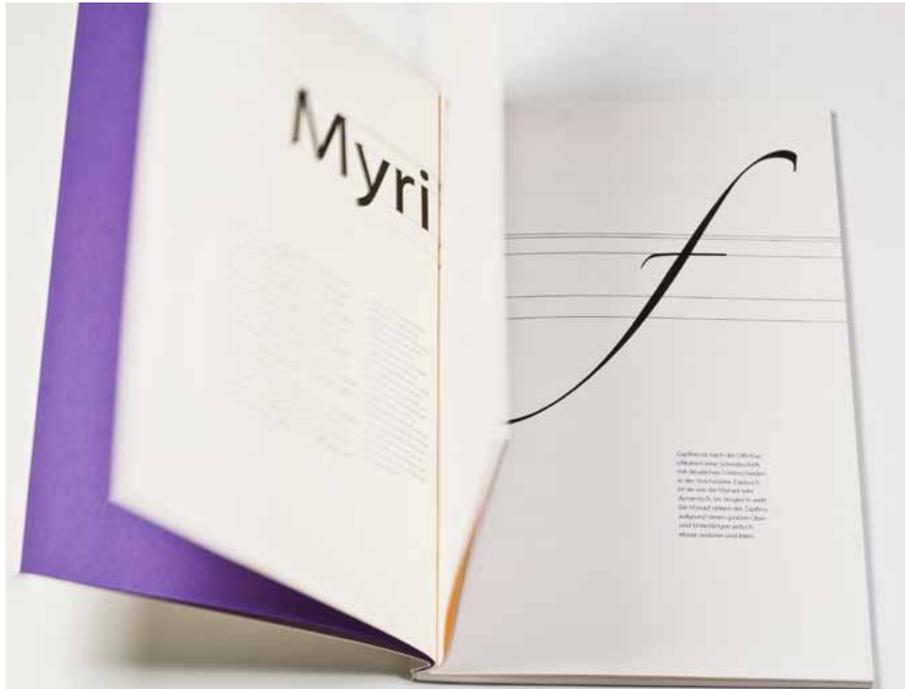
Corporate design  
for a spice store

Jedes einzelne Medium der Geschäftsausstattung erhält eine eigene Gewürzmischung in Form eines indischen Musters. Die Zutaten der Mischungen sind mithilfe einer speziellen Drucktechnik manuell gedruckt und später digitalisiert worden. Die Wortmarke spiegelt die typisch indische Schrift wieder, die sich stark an der Horizontalen orientiert und besondere Betonungen auf bestimmte Buchstaben legt.

Every single item of the corporate design gets a different spice mixture in shape of a traditional indian pattern. The blends of ingredients are printed with help of a special manual printing technique and digitalized afterwards. Also the logotype reflects typical indian typography which strongly focuses on a horizontal axis with particular emphasis on specific letters.

In Form einer kleinen Geschichte auf inhaltlicher ebenso wie auf visueller Ebene sucht die Schrift Myriad eine Schrift zum Mischen. Sie war zu lange ohne festen Partner und wünscht sich nun eine vertraute Beziehung auf gleicher x-Höhe.

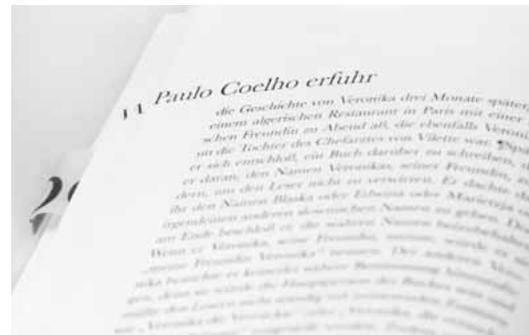
By employing the short story of Myriad the type who is looking for another typeface to mingle with, this form of narration is combined with the graphical visualization of storytelling. Myriad has been lonely for too long and wishes for a dependable relationship on the same x-height. This work is supposed to help typographic beginners in a fun way.



Schriften mischen  
für typografische Anfänger  
Book design - Mixing type



} weiter. next. } zurück. back.



Buchgestaltung –  
Sterben im Anschnitt  
Book design –  
Cut off death

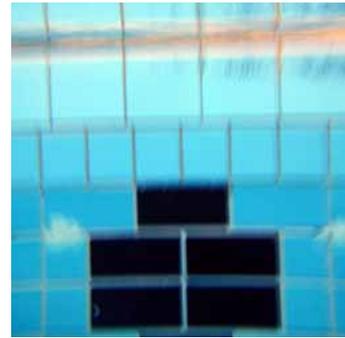
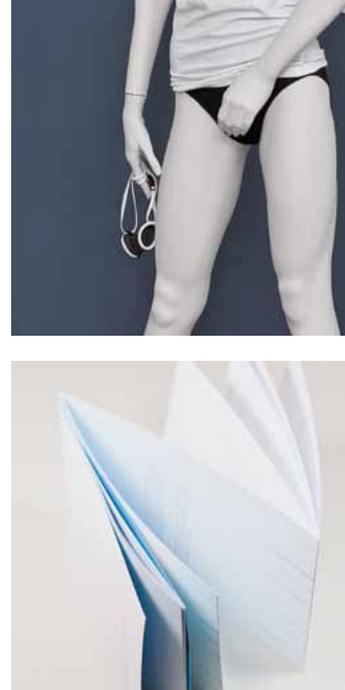
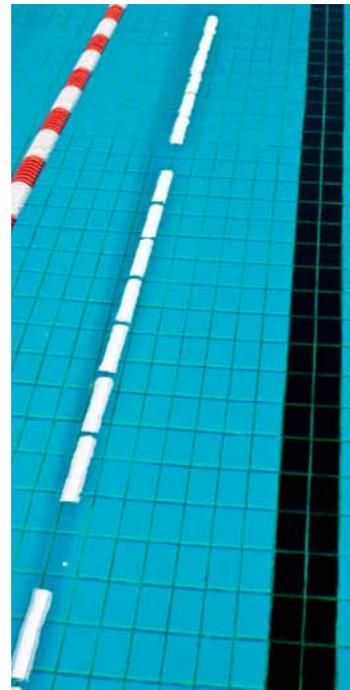


Thematisch führt der Tod in das Buch hinein, begleitet den Leser, sowie den Protagonisten hindurch, findet aber nie statt. Auf dem Cover wird das Wort »sterben« mithilfe eines eingearbeiteten Lesezeichens weitergeführt und soll das nichterfüllte Sterben innerhalb der Geschichte darstellen. Ein klinisch weißes Cover, sowie eine fragil anmutende Schrift sollen den Eindruck des Klinischen und der Unsicherheit unterstützen.

Death literally leads into the book and guides the reader as well as the female protagonist through the entire novel. Although it never actually occurs death is always an issue. Embedded on the cover is a bookmark with the title leading into the book, therefore the word death is cut off and guides into the story. It also symbolizes the unfulfilled concept of death throughout the storyline. The completely white and sterile book cover as well as the fragile typeface intensify the clinical and unstable atmosphere created in the story.

# Corporate Identity für meinen Schwimmverein

A swim club  
corporate design



In meiner Diplomarbeit beschäftigte ich mich praktisch sowie theoretisch mit einer Neugestaltung des Corporate Designs des »Kölner Schwimmvereins Rhenania«. Der bisherige Auftritt ist insgesamt unstimmig und vielfach uneinheitlich. Mit einer durchgängigen Gestaltung und einem ihr zugrunde liegenden Gestaltungskonzept kann auch Fachfremden ein professioneller und durchdachter Auftritt des Vereins vermittelt werden. In meiner Gestaltung nehme ich die formalorganisatorischen, sowie die emotionalen Aspekte des Schwimmens mit auf und kombiniere sie. Das Logo nimmt formale Aspekte auf. Es stellt die zehn Bahnen in Form einer stilisierten Linie dar, kombiniert mit schmalen Rechtecken, die den Startblock symbolisieren und so dem Logo auf jedem Medium den Startpunkt einräumen. Der Name des Vereins ist in einem Schriftzug unter der Grafik zu finden. Die Schrift ist

stark gesperrt um die Anmutung des Schwimmens der Buchstaben zu vermitteln. Die Farbwelt spiegelt die emotionale und subjektive Wahrnehmung, die aus der Bildwelt aufgenommen ist. Diese nimmt die subjektive Perspektive des Schwimmers ein, ohne diesen zu zeigen.

My thesis deals with the complex topic of branding a nonprofit organization which in this case happens to be my swim club »Cologne Swim Club Rhenania«. All in all their current appearance is inconsistent. With a more consistent and complex creative concept I wanted to provide the club with a professional and elaborate corporate design. With my design I combine formal organizational aspects of the club life with the emotion of swimming. The logo includes the formal aspects. It symbolizes the ten lanes of a normed olympic swimming pool in form of stylized drawn lines combined with small squares at the end of each line representing the starting blocks. The actual logotype »Rhenania« is one lettering below the lines. The font is strongly spaced out to be suggestive of a swimming movement. Emotional and subjective perspectives are shown by the chosen colour range which was taken from the visual world. Images were taken from a swimmers point of view and therefore do not show people.

# Verpackungsdesign Kress Honigeis

## Packaging



Entwurf von Verpackungen der Kreis Eismanufaktur für die umweltorientierte Designagentur merz punkt. Alleinstellungsmerkmal ist die Verarbeitung von Schafsmilch und Honig in Bioqualität. Wichtig bei meinem Entwurf war mir der Honig der aus der hauseigenen Imkerei der Familie Kress stammt.

This is a drafted version of a packaging sample for an ice-cream manufactory in collaboration with the design agency merz punkt. The ice-cream's unique attribute is the processing of sheep's milk and homemade organic honey. The ingredient honey from the family owned local beekeeping was essential for my layout.



Verhalten sich Menschen in Gruppen ähnlich wie Fische in Schwärmen? Dieser Frage widmeten sich Schwarmforscher und führten mit dreihundert Menschen Experimente hierzu durch. Die Ergebnisse dieser Experimente fasse ich Mithilfe von drei Daumenkinos zusammen, die den Ablauf der Experimente aus der Vogelperspektive zeigen. In Form eines Buches mit integrierten Daumenkinos werden so die Ergebnisse der Summer School thematisch akkurat und informativ aber ebenso spielerisch und interaktiv vermittelt. Drei verschiedene Formate innerhalb des Buches trennen – ebenso wie die drei Daumenkinos – das Buch strukturell.

Do groups of people behave similar to fish swarms? Swarm scientist studied this by running different scenarios with a group of three hundred people. I visualized their results in shape of three little flip books, which show the process of the experiment from a aerial view. By integrating the flip books into the annual book for the 3rd Summer School the results are presented thematically accurate and informative but also with wit. Playfully and interactively the flip books impart knowledge. Three different formats within the book separate thematically as well as the three flip books give formal structure.

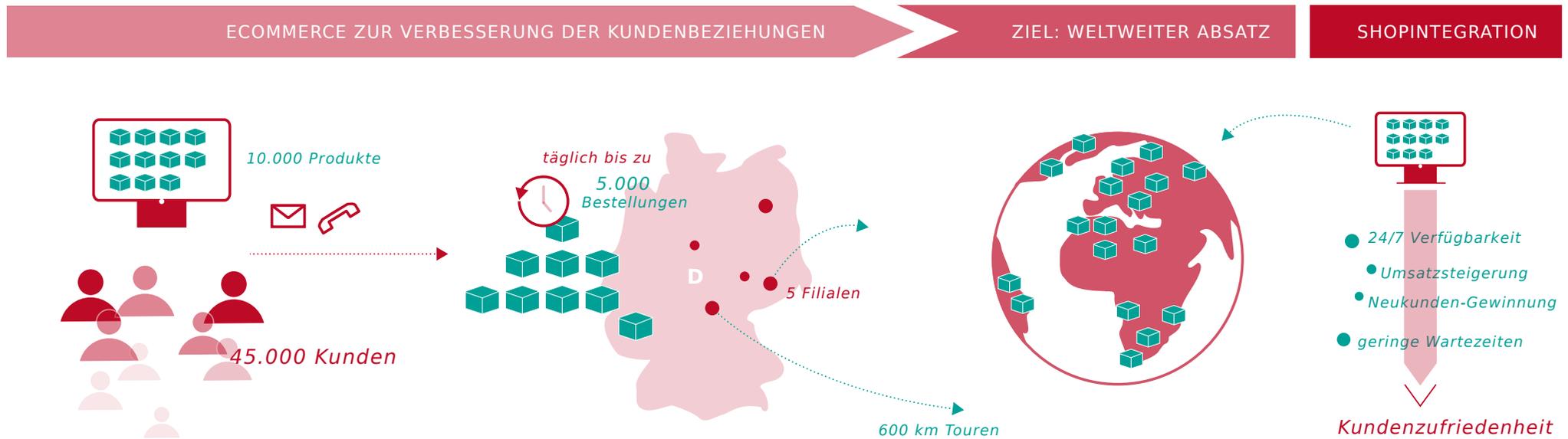
## Buchgestaltung für Summer School Book design for a university workshop



Infografik für eine Softwarefirma zum Thema E-Commerce. Entwickelt für den Internetauftritt.

Infographic made for a software firm on the subject of e-commerce. Originally developed for their online presence.

## Infografik Infographic





Installation »Bewegte Grenzen«  
Installation »Moving borders«

Drei gleichrangige Grenzen und drei gleichgeartete Territorien (D,F,CH) bilden die Basis des Projektes. Mithilfe der Handynutzung sollte herausgefunden werden, ob der Grenzübergang wahrnehmbar ist und ob Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten zwischen den Grenzen bestehen. Die Ergebnisse werden in Form einer Sound&Bild-Installation präsentiert. Auf einer Wand werden die Grenzen zwischen den drei Ländern mithilfe von Klebeband nachgezeichnet. Darauf werden Bilder von Teilnehmern der Studie projiziert. Die Bilder zeigen Fotos, die der Teilnehmer machte sobald er das Handy in die Hand nahm und kreieren eine eigene Ästhetik. So soll

gezeigt werden, dass die Grenzen statisch sind und die Bilder stellvertretend für die Wahrnehmung der Grenzen der Probanden veränderbar. Unterstützt wird die visuelle Darstellung durch eine auditive Ebene. Diese wird durch zwei Lautsprecher geschaffen, die die geführten Interviews abspielen.



Three borders as well as three similar territories (Germany, France, Switzerland) compose the foundation for the project. With the use of mobile phones we wanted to find out if the border crossing is detectable and if there are differences or similarities between the three borders. The research was presented in form of a sound&image projection. On one wall the three borders are illustrated through black tape. They represent a certain static level within the installation. A projection consisting of images participants took with their mobile phone while crossing the different borders is also

displayed on the wall. The images and the territorial level are mixing on the wall and show the static character the border inherits as well as the variable perspective the participants have. The pictures that were taken when the participants used their phones show what the mobile lens is directed at while they are using it. Therefore the images insert a specific aesthetic and are perfectly combinable with the participants geographical position. A recording of the interviews participants gave supports the projection.



Gestalterische Unterstützung zweier universitärer studentischer Projekte.

1. Bei der Unternehmung »Smart Sustainable Innovations« ging es um die Entwicklung von Apps für den Zahlungsprozess im Laden.

Both logo types resulted from student projects

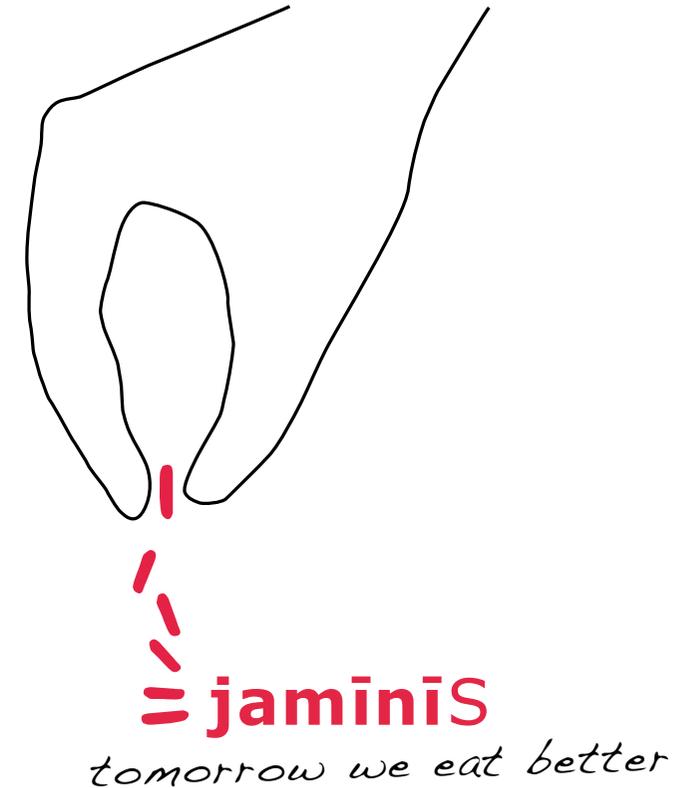
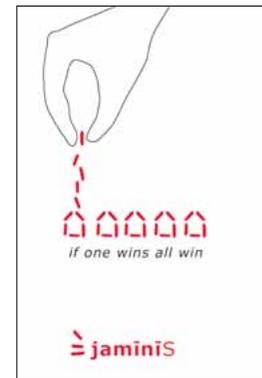
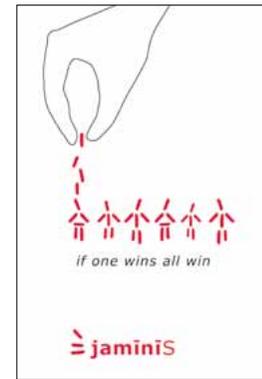
1. The venture »Smart Sustainable Innovations« involved the development of mobile phone applications within the process of buying products in a shop.

## Logos Logotypes

@ smart  
& sustainable  
Innovations.



WAPP



2. »YaminiS« is a project regarding a nonprofit organization which engages in local food production in developing countries to support the local social life, education and to strengthen the position of women. Main goal of this assignment was to provide knowledge to help the people help themselves. The people are supposed to work for their profits and their food which is both reinvested in the organization. This way social structures are expected to be strengthened from within.

2. »YaminiS« ist ein Projekt bei dem es um ein gemeinnütziges Unternehmen geht, welches Reis lokal produziert und verkauft, um mit den Gewinnen Soziales, Bildung und Frauen in Indien zu unterstützen. Ziel des Projektes ist Hilfe durch Selbsthilfe; die Menschen arbeiten für die Gewinne, die in sie reinvestiert werden. Soziale Strukturen sollen so von Innen gestärkt werden.



## Polaritäten Polarities portfolio

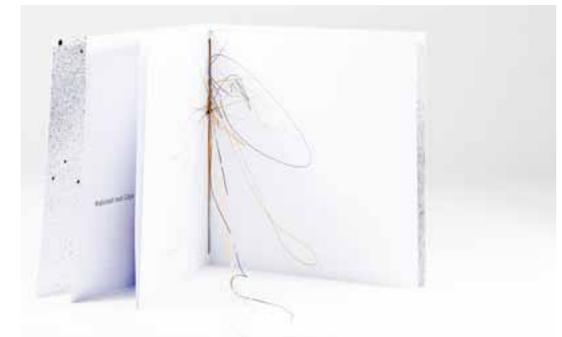


Die Arbeiten die in meiner Hauptstudiummappe präsentiert werden beschäftigen sich mit Polaritäten. Meinen Platz als Designer sehe ich in einer Art grauem Zwischenraum der den Innenraum der Mappe widerspiegelt. Meine Arbeiten werden so auf einem neutralen Grund präsentiert. Sie bewegen sich aber immer zwischen den beiden Polen wie angezogen von zwei verschiedenen Magneten, die sich gleichzeitig abstoßen und anziehen – auch symbolisiert durch die Farben Schwarz und Weiß, die sich im Symbol Yin und Yang widerspiegeln. Metaphorisch wird die Position von Design im Generellen beschrie-

ben, es in Kontrast aber auch immer in Beziehung zur Umgebung gesetzt. Es will auffallen und sich individuell positionieren, jedoch ebenso in Kommunikation treten, den Dialog eröffnen. Mit dem Begleitheft führe ich von den Polaritäten Wahrheit & Lüge sowie Masse und Individuum, die Themen zweier Arbeiten aufnehmen – hin zu meinem Corporate Design, welches die Mitte darstellt und einen ausgleichenden Effekt hat, jedoch auch neue Wege sucht und das Heft mithilfe der Stränge meines Corporate Designs visuell aufbricht.

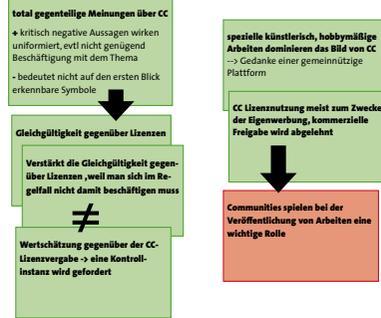
This portfolio which presents a view of my student works deals with »Polarities«. I see my posi-

tion as a designer in a kind of grey area which is symbolized by the insides of the portfolio. Represented on a neutral ground my works literally range between the poles black and white which attract and repel at the same time. The colours black and white also reflect the concept of »Yin and Yang«. Metaphorically a general position of design is described which is always in contrast to its surroundings and wants to attract attention and position itself individually but also tries to communicate, to create a dialogue. With the help of the brochure the reader is guided through the polarities truth&lie as well as mass&individual



which represent the topics of my included works. The centre of the brochure contains my personal corporate design which creates a balancing effect and tries to find new ways by visually breaking up the brochure with help of the strings as an element of the corporate design.

Qualitative Interviews  
– Auswertung  
Qualitative interviews – Analysis



## Nutzer-orientierte Designforschung Human-centered design research

Ziel des Forschungsprojekts war es, innovative frische Lösungen für Einsatzmöglichkeiten von »Creative Commons« in Zusammenarbeit mit Mozilla UX zu finden. Der Ansatz war es hierbei vorrangig an Kreative zu denken. Unter dem Motto für Kreative von Kreativen wurde im Projekt mithilfe von Interviews und Prototypen gearbeitet. Die finale Idee war dann eine eigene Onlineplattform mit einer sehr gut strukturierten Suchmaske zu erstellen, die es vor allem beruflich Kreativen erleichtern soll, qualitativ hochwertige Medien herauszufiltern und dabei auch Nichtkreative und Laien nicht auszgrenzen. Die Seite sollte als »die Creative Common« Plattform wahrgenommen werden, die von Laien sowie von Profis gespeist wird. Ziel ist es die Qualität und Kreativität der »Creative Common« Medien in den Vordergrund zu stellen.

The purpose of the project was to find innovative solutions for possible uses of »Creative Commons«. The project was supported by the Mozilla UX team. Our research focussed on the target group „professional creatives“. We asked creatives within different areas if they know about and if so, use creative common licensed material for their work. Having a platform in mind by and for creatives we focused on developing a detailed search mask which is supposed to simplify the search for cc-licensed material. Also creatives are enabled to find high quality material for their projects. To avoid exclusion of non-professionals we aimed for a platform where everyone would be able to present their work under cc-license but tried to maintain a certain quality which makes the license also interesting for professional creatives.

Protypen testen  
Prototyping

