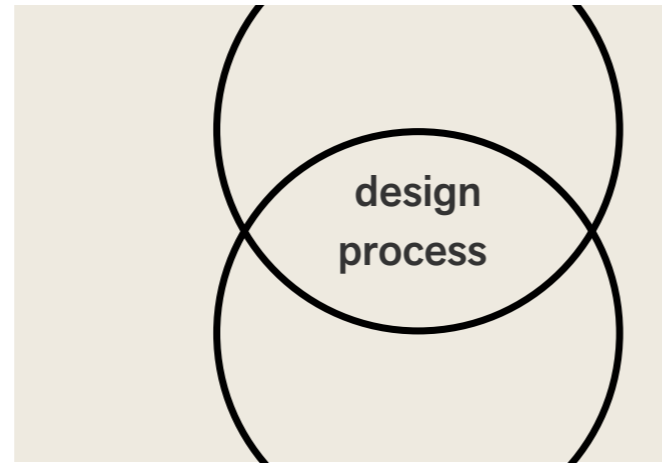


m a s t e r
t h e s i s

/

01

responsible
design

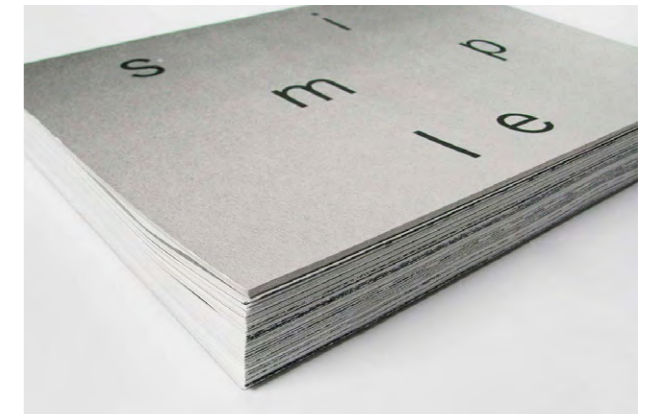


b a c h e l o r
t h e s i s

/

02

simple
mind

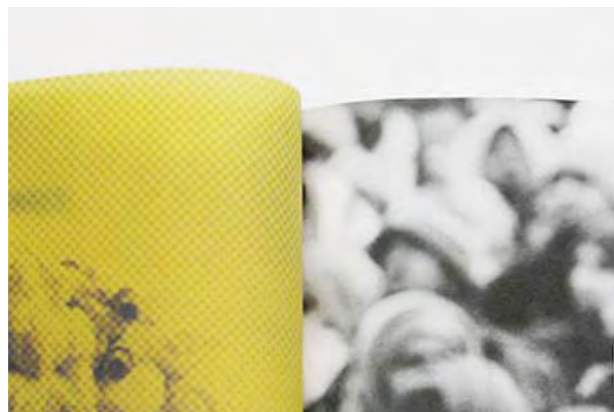


a n n u a l
r e p o r t

/

03

Amnesty
International



P R O J E C T S

e d i t o r i a l

/

04

trois



c d
b o o k l e t

/

05



t y p o
o b j e c t
/
06



3 D
a n i m a t i o n
/
07

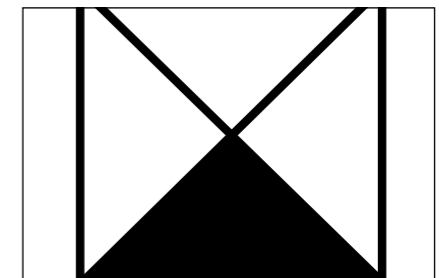


P R O J E C T S

p h o t o g r a p h y
/
08



l o g o
d e s i g n
/
09

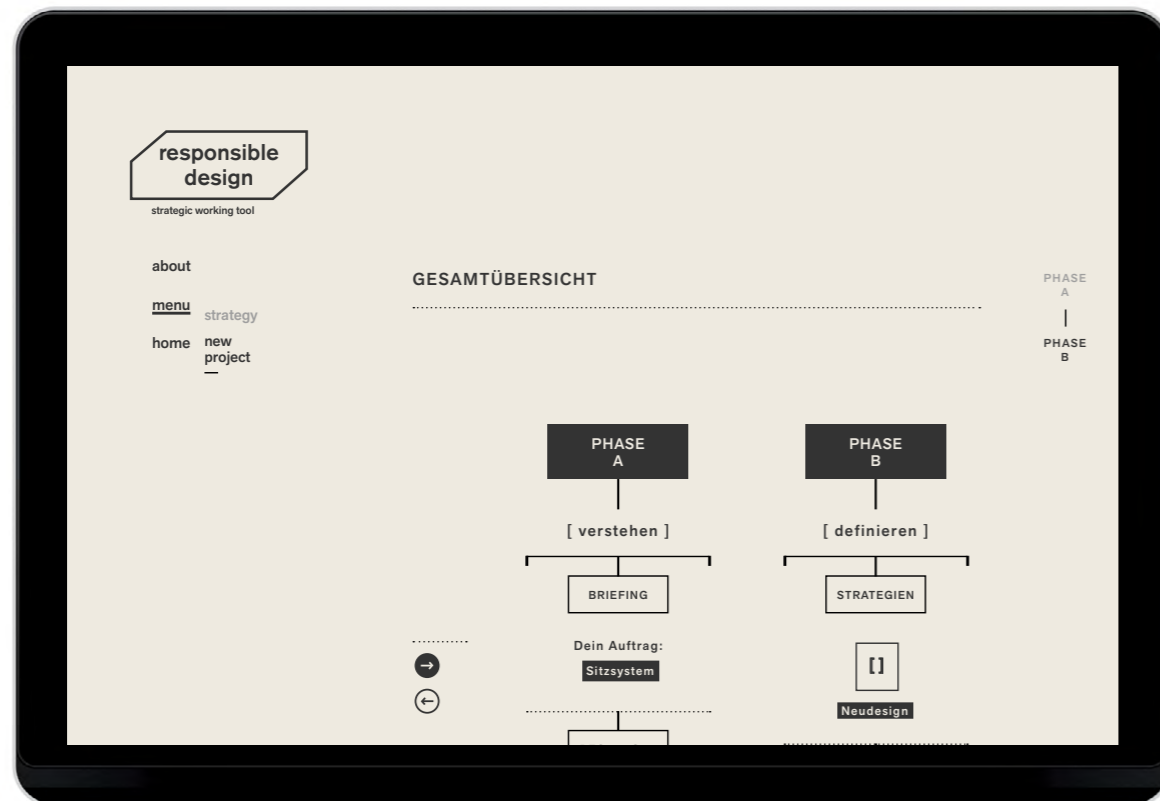


responsible design

„Design muss zum interdisziplinären Instrument werden, das den wahren Bedürfnissen der Menschen gerecht wird.“

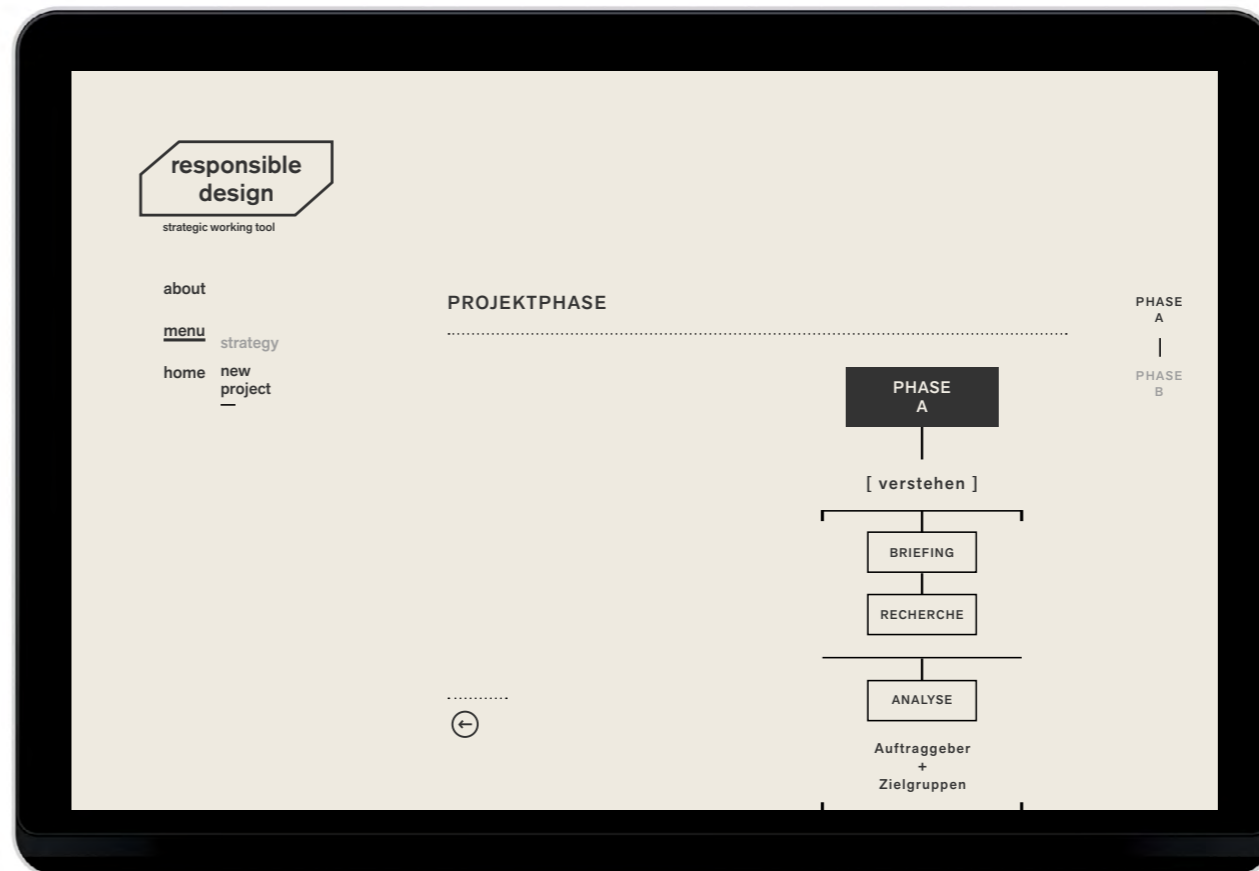
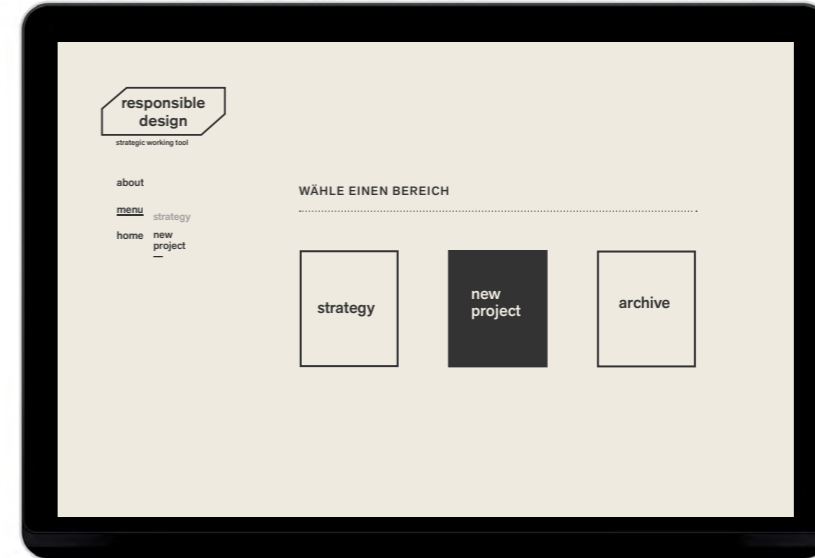
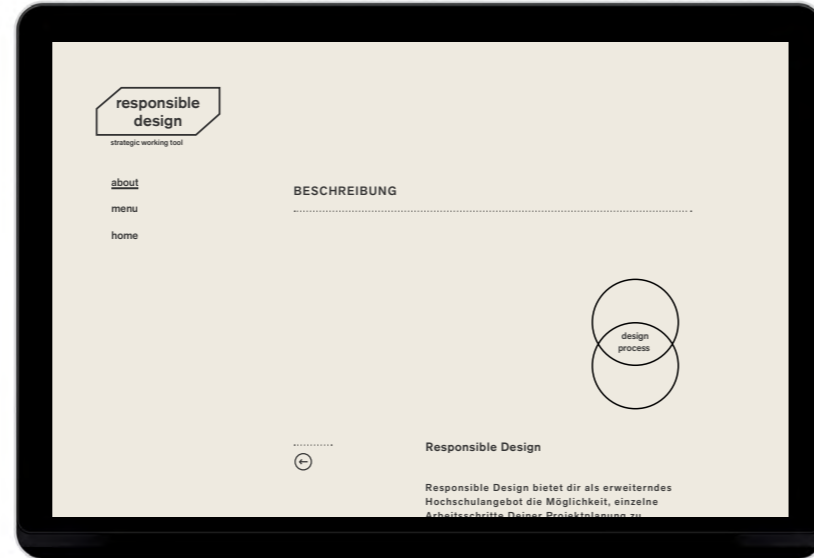
Papanek, Victor, Design for the Real World, 1984

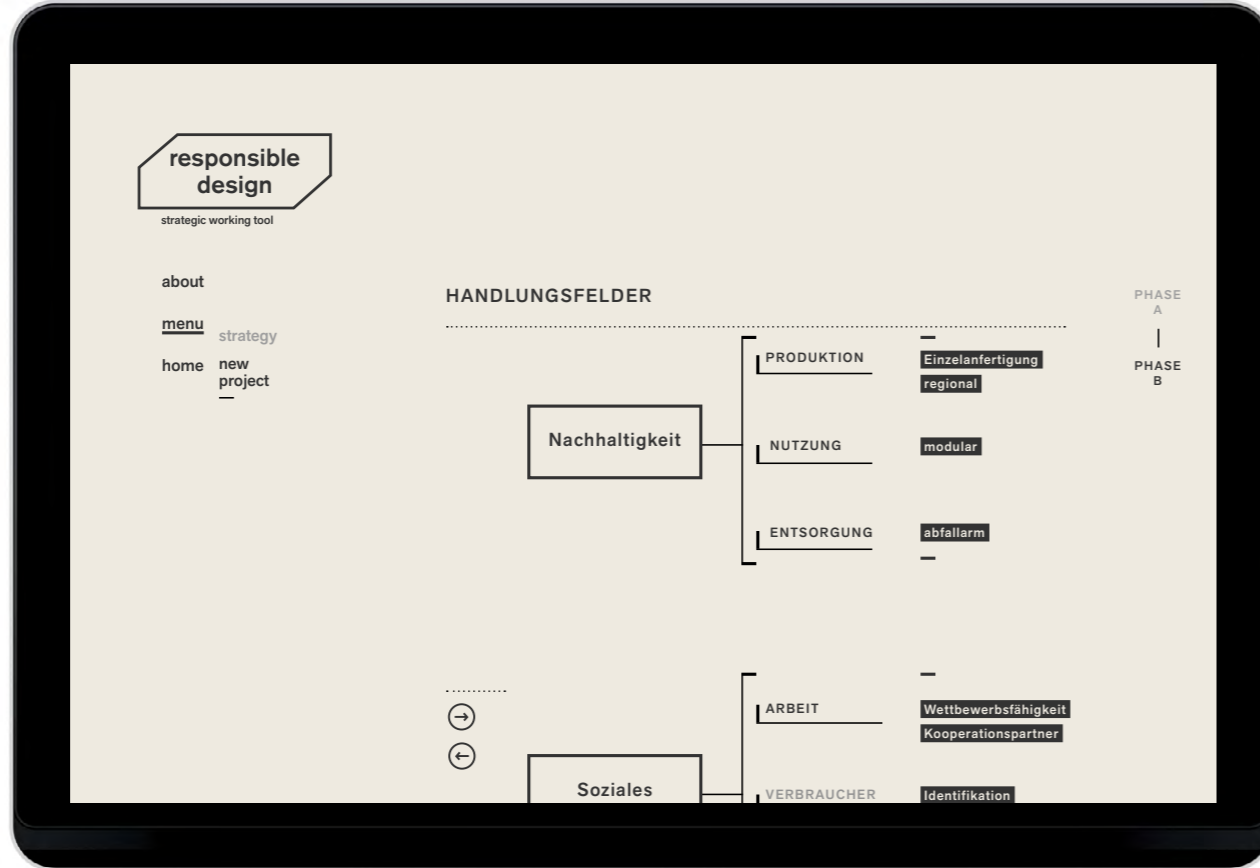
/
2 0
1 2
-
1 4



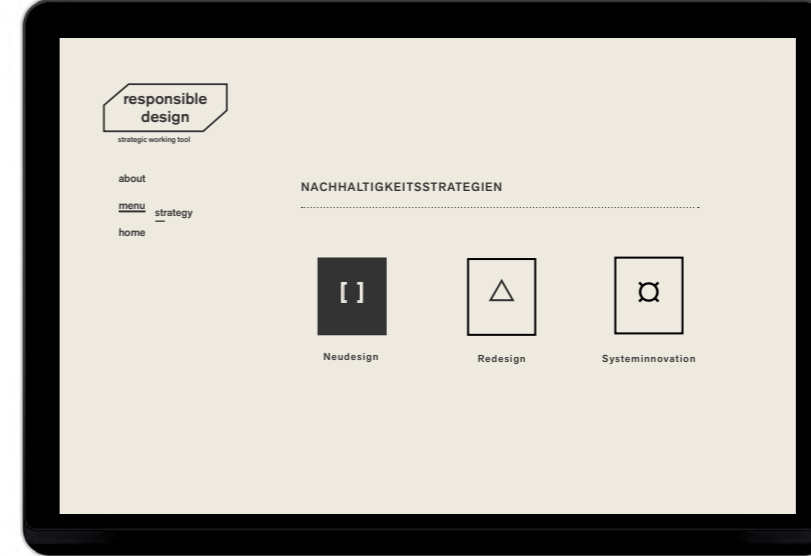
master
thesis

Mit der Arbeit soll ein Lernprozess gefördert werden, welcher das Urteilsvermögen der Studierende während des Designprozesses stärken soll und dazu befähigt, relevante Entscheidungen hierzu strategischer treffen zu können.





Somit ist die Förderung der Ausbildung von verantwortungsbewussten und reflektierendem Gestaltern das übergeordnete Ziel von „Responsible Design“ und leistet einen Beitrag zur Entwicklung nachhaltiger, sozialverträglicher Zukunftsmodelle in der Design-Lehre.



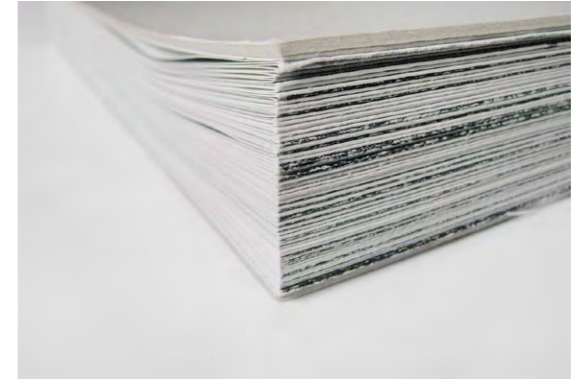


simple mind

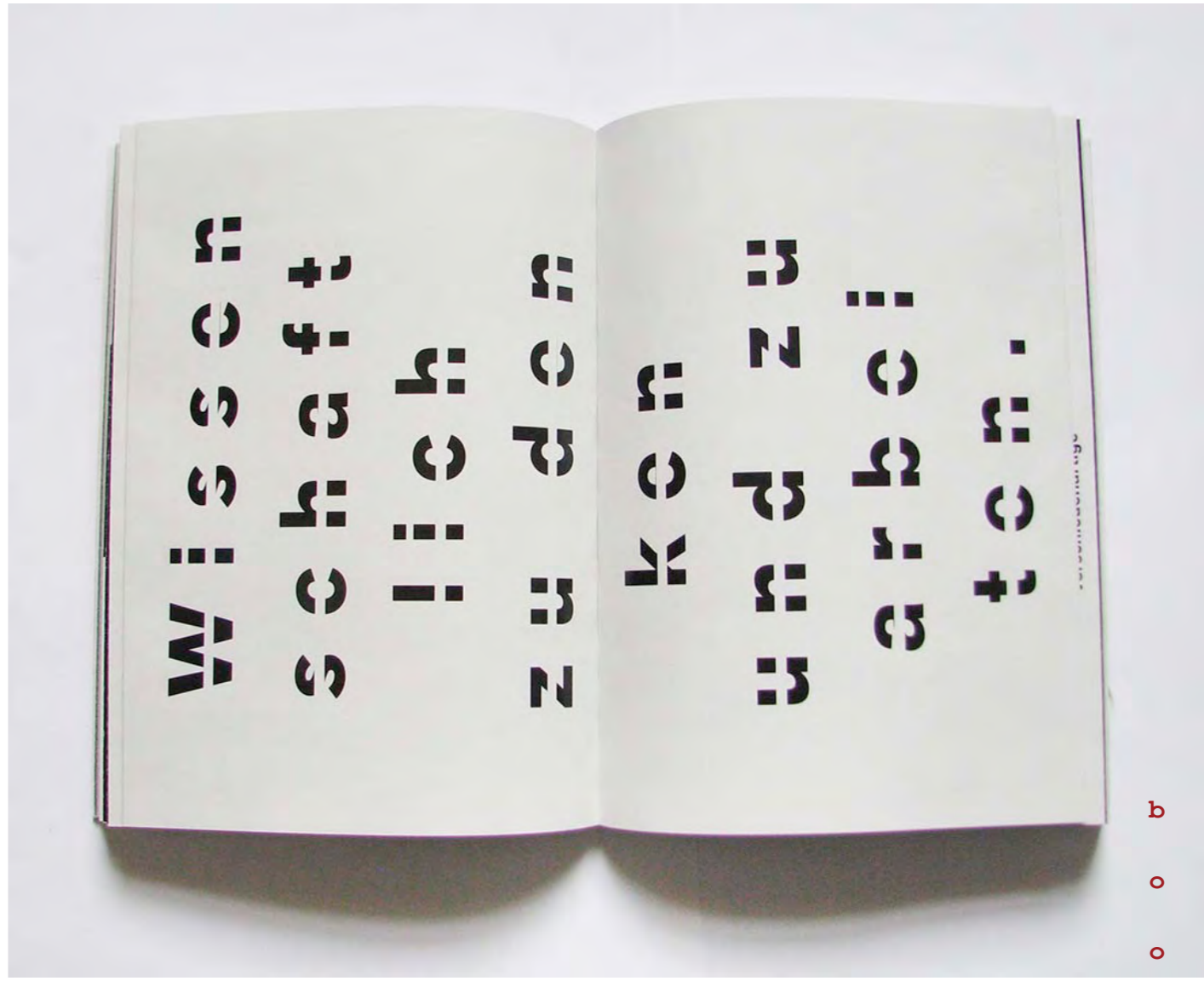
/
2 0
1 2



„Simple Mind“ steht für das selbstbewusste und kritische Denken der Gestalter. Reflektiert und auf seinen wesentlichen Charakter fokussiert, umfasst es den einfachen und zugleich komplexen Gedanken. Es setzt sich auf abstraktem Weg mit dem Gedankenprozess von Kunde und Designer auseinander und verfolgt als experimentelles Buchprojekt das Ziel, durch kritisches Denken des Gestalters, Kommunikationsstörungen zwischen Kunde und Designer zu lösen.



bachelor thesis

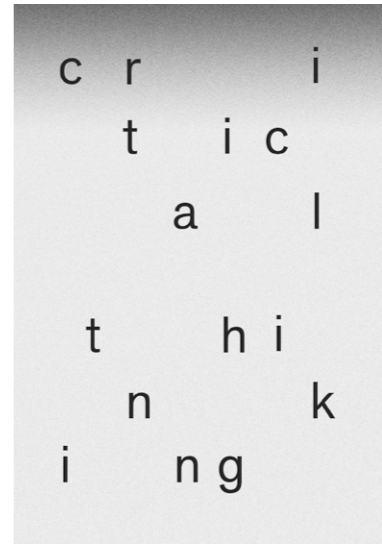




„Das selbstbewusste Denken
begreift die Wahrheit der Idee“

Georg Wilhelm Friedrich Hegel

Es richtet sich an junge Gestalter und Menschen,
die Informationen hinterfragen bzw. interessiert
daran sind, sich mit ihrer Wahrnehmung auseinander
zu setzen, um diese zu erforschen und nach einen
Anreiz für Gedankenanstöße suchen.



exhibition

/
2 0
1 1
/
1 2

Amnesty International

Für die Erstellung eines fiktiven Alternativkonzeptes des Geschäftsberichts von Amnesty International werden die Kernziele der Menschenrechtsorganisation mit Hilfe einer neu konzipierten Equity-Story mit dem Motto: „Deckt auf“ weitergetragen.

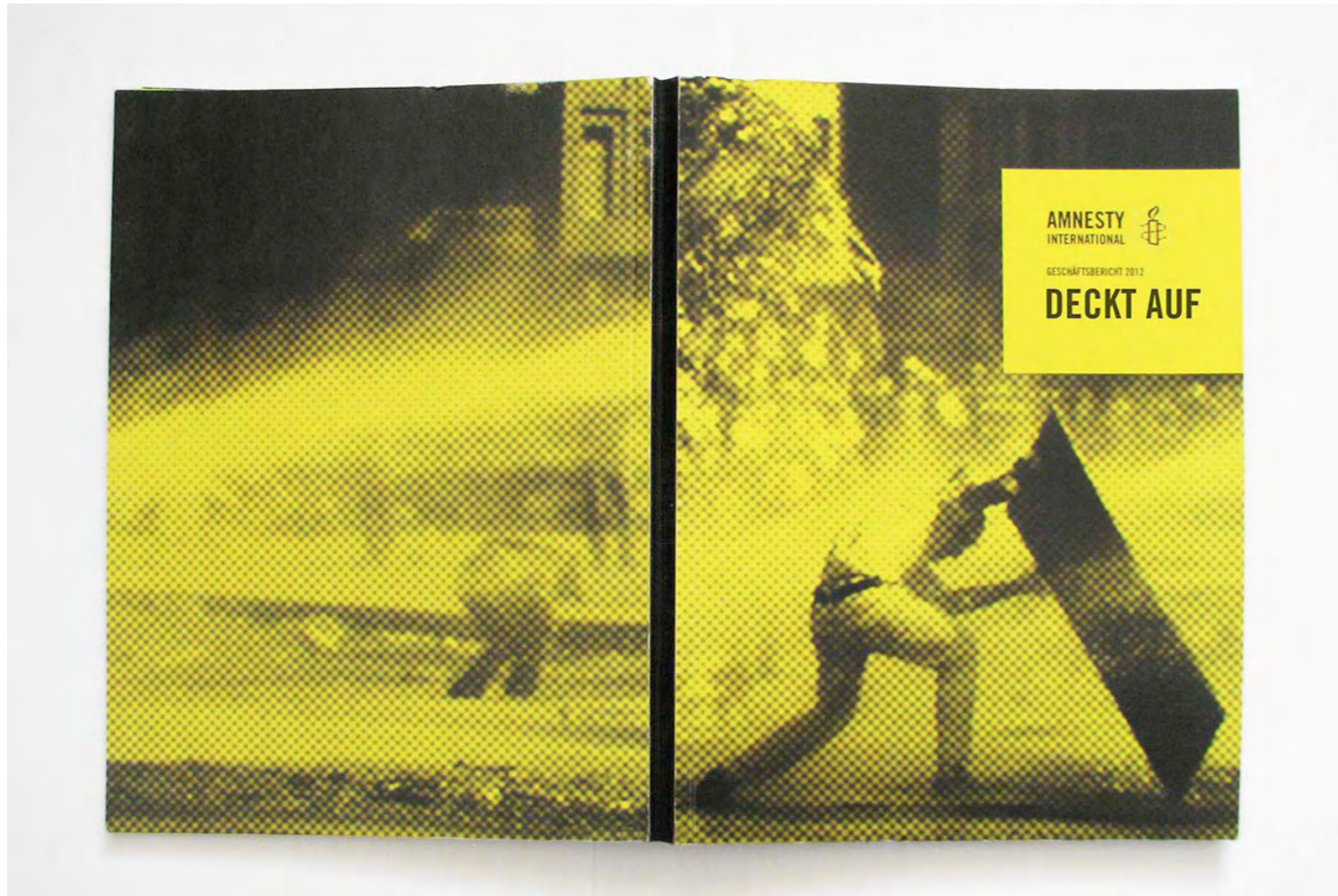
Damit wird ermöglicht, dem Bericht eine einheitlich erzählte Geschichte zu vermitteln, die die wesentlichen Kernbotschaften der Organisation in sich trägt und diese den Lesern mit Hilfe des Berichts vermitteln kann.

/
03



b
o
o
k

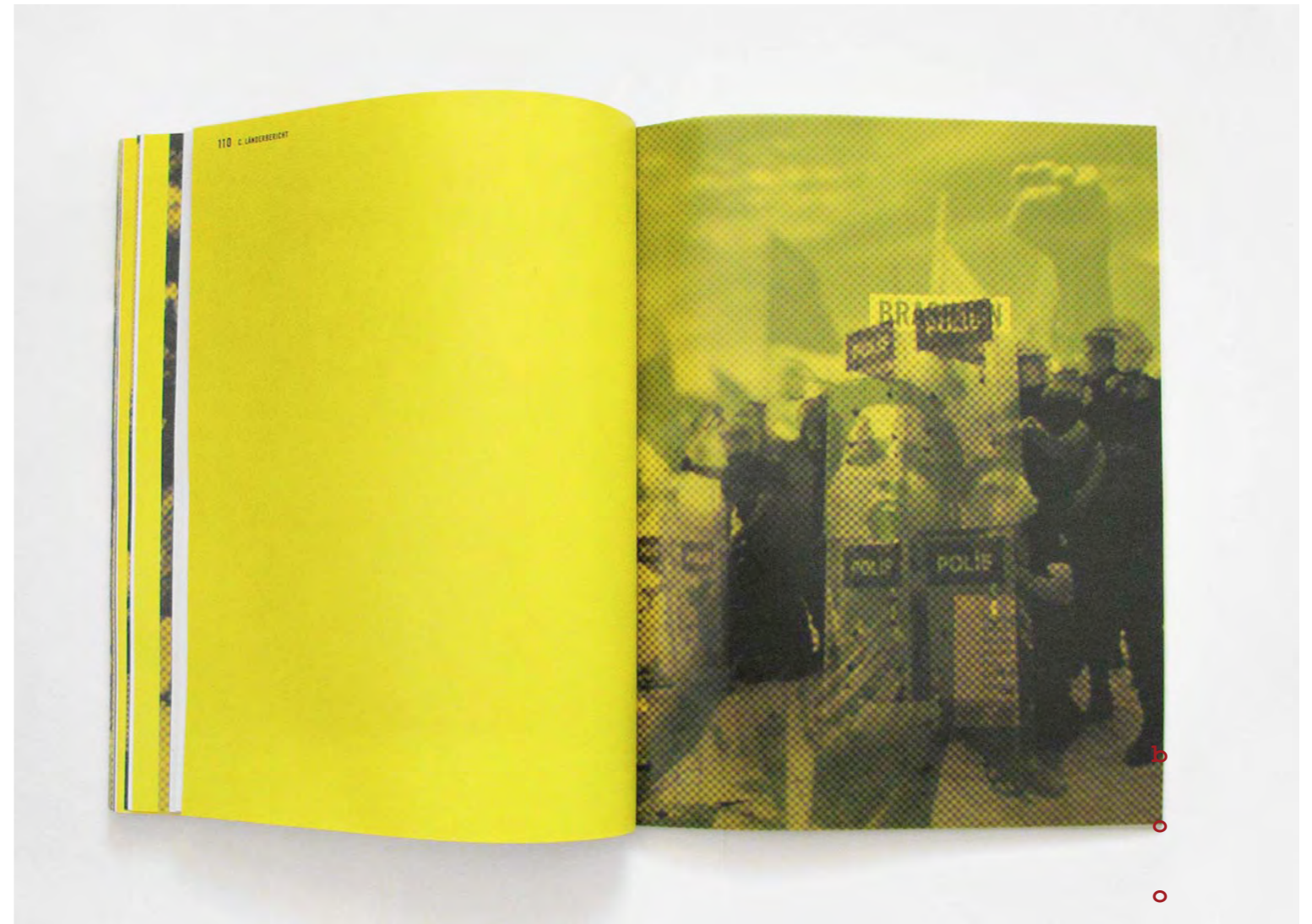
annual
report



„Es ist besser eine Kerze anzuzünden,
als sich über die Dunkelheit zu beklagen.“

Amnesty International





Das Konzept „Deckt auf“ geht auf die Kernwerte von Amnesty International ein:

aufdecken, handeln, aufklären.

So werden dem Leser die Fakten über Missstände sichtbar gemacht und somit ein Zugang zu den Zielen von Amnesty International gewährt.

b
o
k

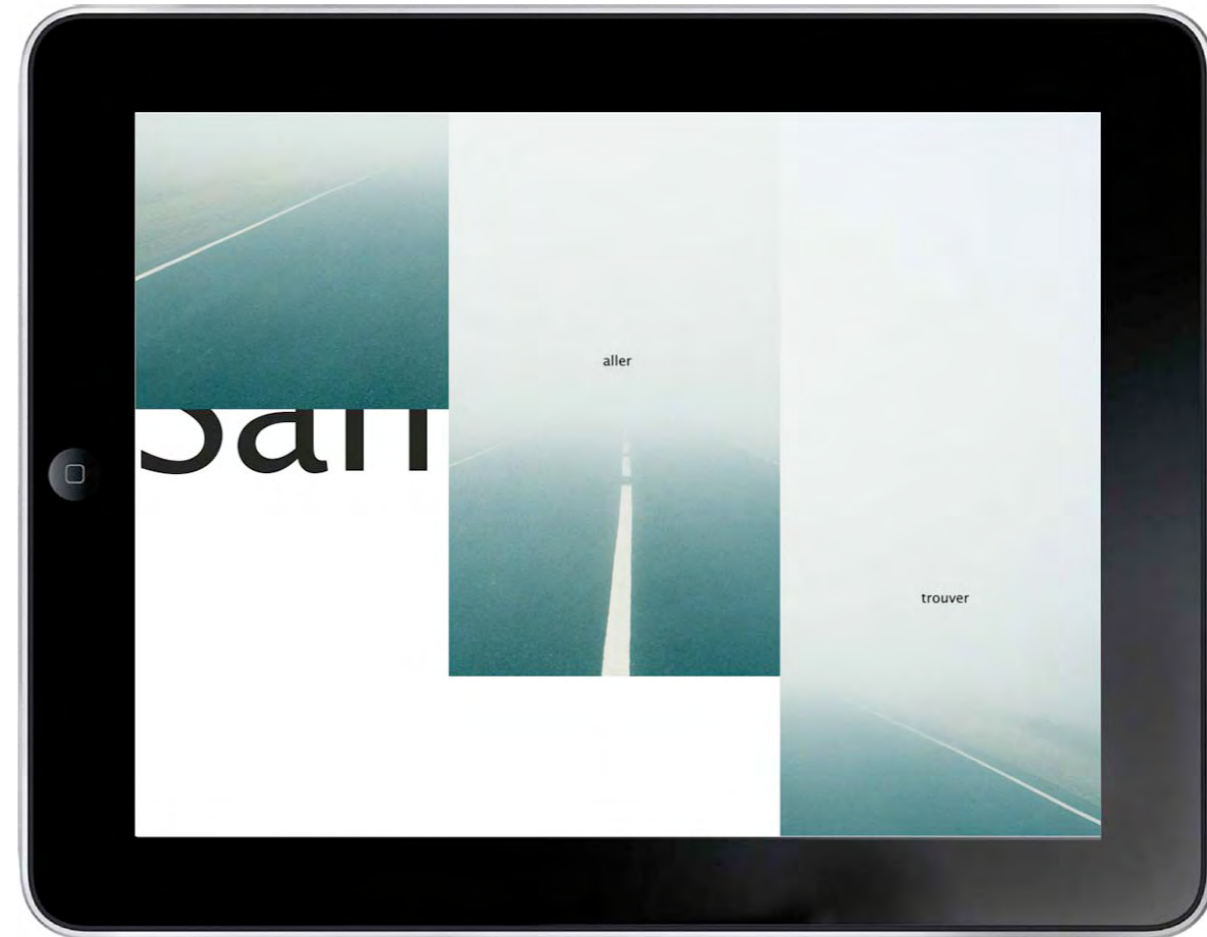
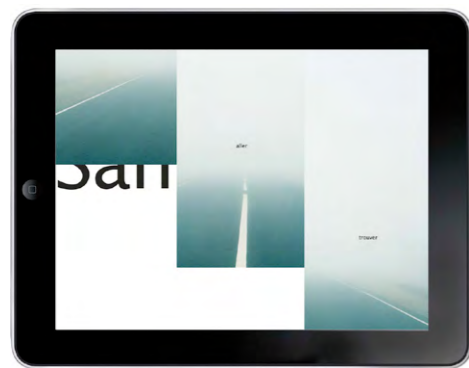


TROIS ist eine fiktive Konzeptentwicklung für ein Kundenmagazin der Automobilmarke „Peugeot“ mit iPad Anwendung, die in Zusammenarbeit mit zwei weiteren Designstudentinnen entstanden ist. Ziel des Projektes ist es, die gestalterische sowie auch inhaltliche Darstellung vorhandener Kundenmagazine unterschiedlicher Automobilmarken zu erneuern, erweitern und verändern.

trois



magazin + app



Pro Magazinausgabe werden drei verschiedene Personen aus unterschiedlichen Berufsfeldern auf dokumentarische und lebensnahe Art vorgestellt. Dabei wird aus der Perspektive der Person erzählt. Alle drei Personen verbindet ein gemeinsames Projekt, sodass eine erzählerische Verknüpfung zwischen ihnen entsteht und ihre Geschichten miteinander verflochten sind.

Die dazugehörige App des Magazins konzentriert sich auf die Interaktivität der erzählten Geschichten und Erlebnisse. Auf diesem Weg erweitert die App Anwendung die Kommunikationsebene, indem sie spielerisch mit den Magazinthemen umgeht und einen anderen Umgang mit Inhalten vorstellt.



S o S e
/
2 0
0 9



Depeche Mode

In diesem Design Konzept für ein CD Booklet wird das Album der Band Depeche Mode „Sounds of the Universe“ vorgestellt. Durch die japanische Faltung, lässt sich die CD zwischen den einzelnen Seiten aufbewahren, ohne eine zusätzliche Verpackung zu benötigen.

cd
booklet





/
2 0
0 8
/
0 9

o
b
j
e
c
t

typo pattern

Typografie ist nicht nur Informationsträger, sondern ein Gestaltungselement, das bewusst eingesetzt wird. In dieser Arbeit wird mit typografischen Elementen frei experimentiert und der Buchstabe von seiner ursprünglichen Verwendung gelöst. Mit typografischen Mitteln werden sechs Muster erstellt, die als neue Objekte in Form von Untersetzern eine neue Funktionalität erlangen.

arome

/
2 0
1 0
/
1 1

AROME ist ein 55 sekündiger Kurzfilm, der in Form einer 3D Animation eine Süßigkeit und ihre dazugehörige Verpackung auf abstrakten Weg vorstellt, die alle fünf Geschmackssinne abdeckt:

Süß. Sauer. Bitter. Salzig. Umami.



(Durch Klicken auf das Bild geht es weiter zum Film)

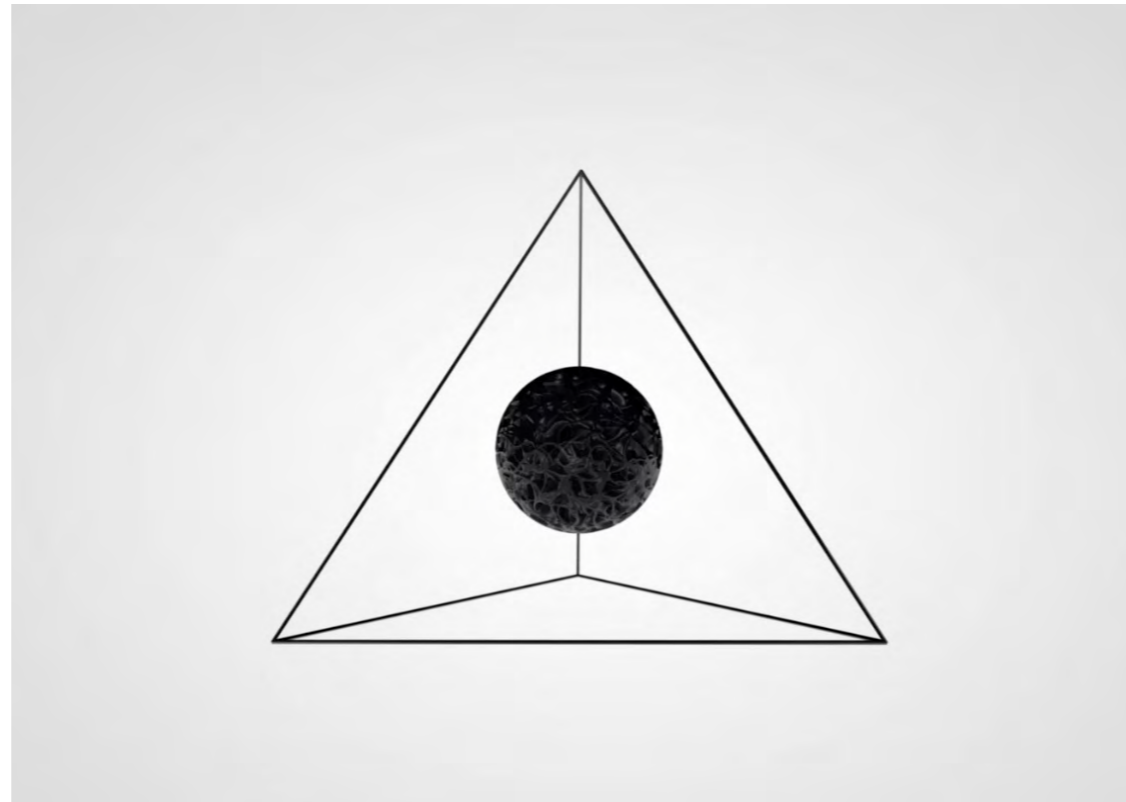
3D
film

a
n
i
m
a
t
i
o
n

e
m
o
r
a
/
07



Die fünf Süßigkeiten bestehen aus amorphen Gestalten, die sich in den einzelnen Szenen ineinander fließend wandeln und sich am Ende in einer abstrakten Gesamtverpackung befinden. Jede einzelne Geschmacksrichtung definiert sich dabei durch ihre charakteristische und eigene Form.





/
2 0
1 1
/
1 2

cities

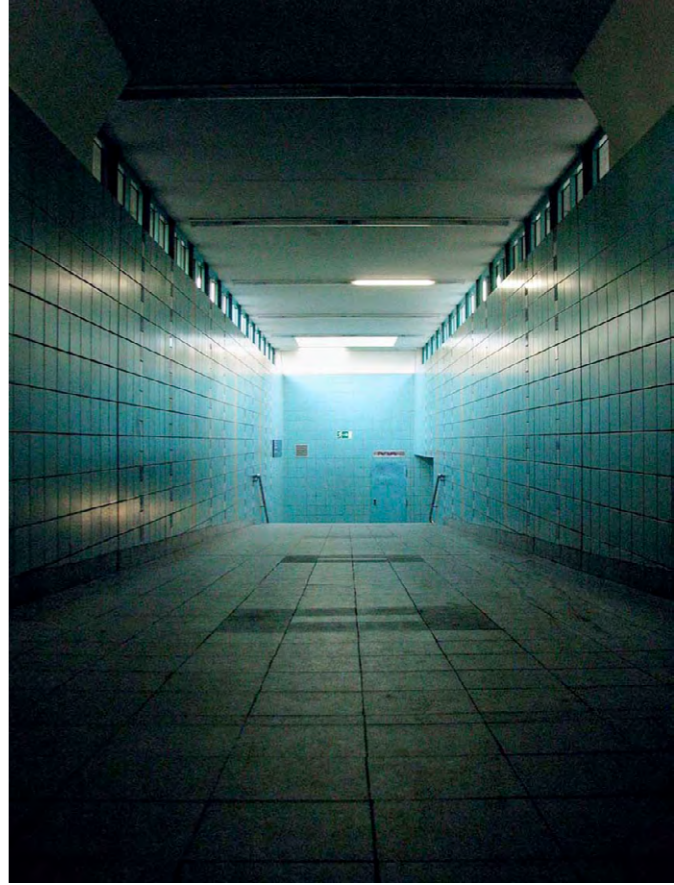
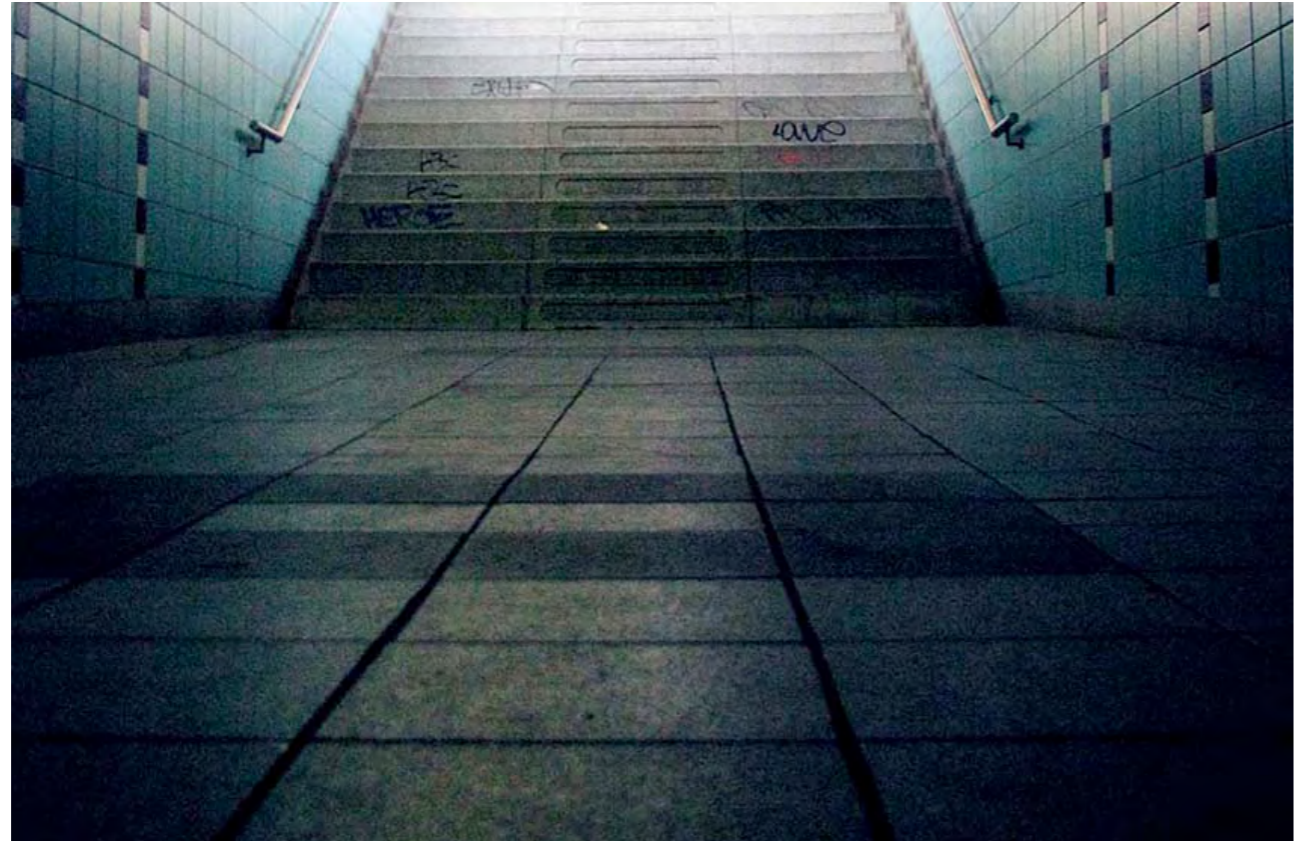
Istanbul







Berlin





Hamburg

L'ART
POUR
L'ART

querdenker



trois



logo
design

t

a

t

n

o

c



Bei Anfragen zu einer möglichen Zusammenarbeit
oder sonstigen Anregungen
können Sie mich gerne kontaktieren:

E-M A I L

mail@ramona-almen.de

contact