

Typografie - Booklet

von Felix Seitlinger

***Buchstaben
finden***







Schriftwahl

NEUTRUM

Fromm

N e u t r u m

Frech

N **e** **u** **t** **r** **u** **m**

Fantasievoll

ES

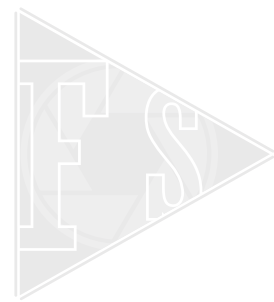
EF

FS

**Initialen
Kombinieren**

FS

FS



Garamond

FF

R^ockwell

FS

Garamond

ES

Games

Century

Modern



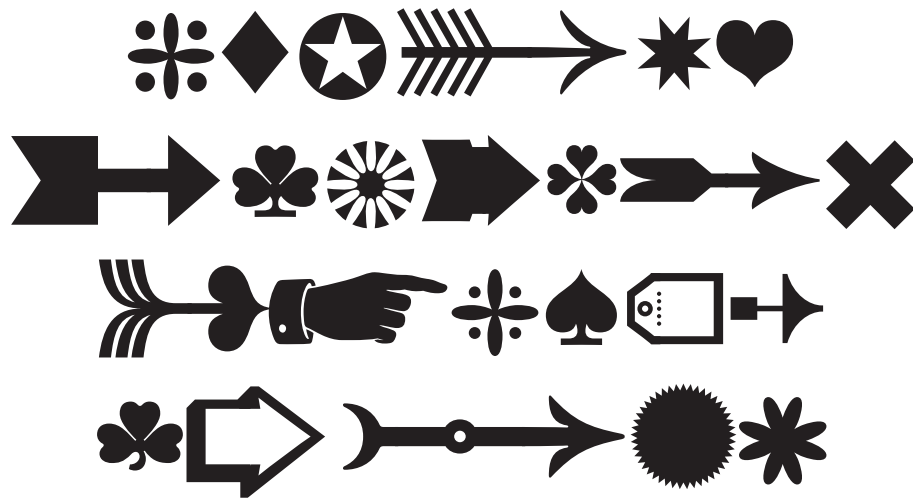
Eames Century Modern is a typographic workhorse that honors the Eames aesthetic while offering unprecedented functionality.

**0
1
2
3
4
5
6
7
8
9**

**0
1
2
3
4
5
6
7
8
9**

**0
1
2
3
4
5
6
7
8
9**

0
1
2
3
4
5
6
7
8
9



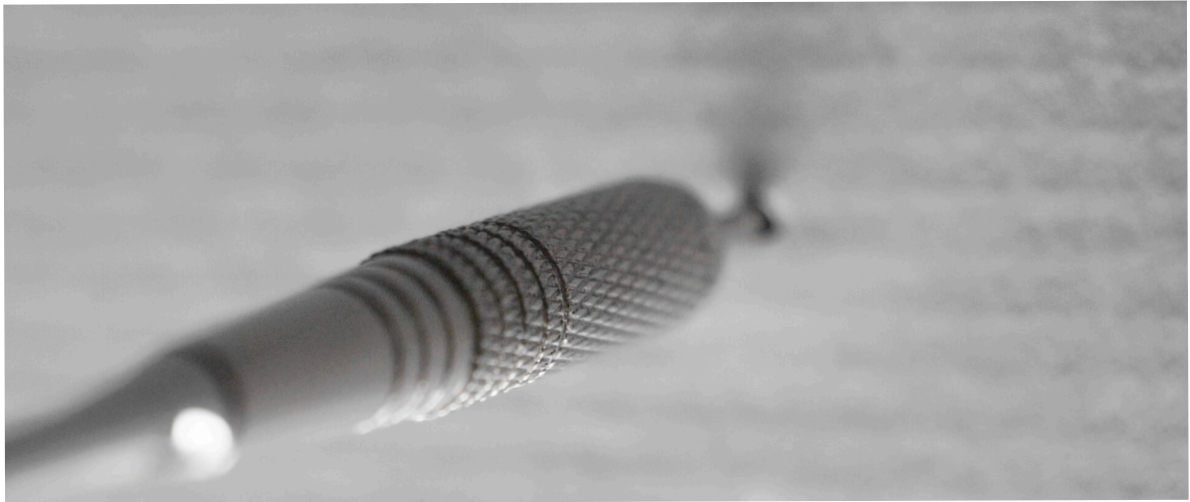
Ornaments

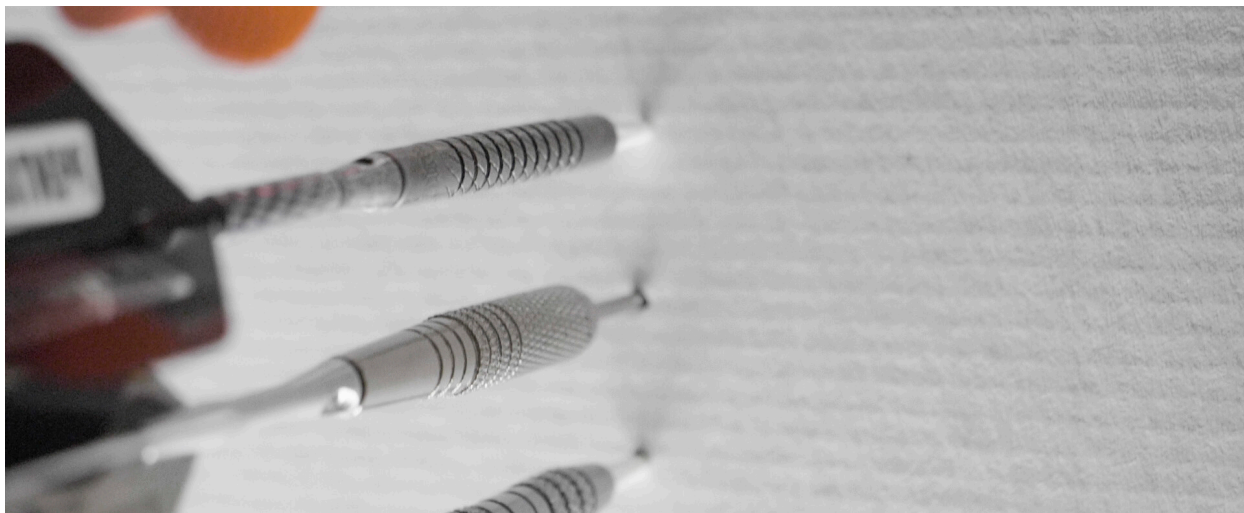
Aus Pixeln wi

rd eine Schrift

DATA







Template

Inhalt

1	Einleitung	3
2	Zusammenfassung	4
3	Das Netzwerk selbst	5
3.1	Erfolgsmerkmale von Netzwerken	5
4	Das Kreativquartier	5
5	Soziale Netzwerke in Bezug auf Film Marketing	6
6	Die Bedeutsamkeit eines Arbeitskontaktes	7
7	Fazit	7
8	Literaturverzeichnis	8
8.1	Primärliteratur	8
8.2	Onlinequellen	8

3 Das Netzwerk selbst

„In der Analyse der Kulturarbeit wird dabei insbesondere auf die Kategorie der Netzwerke abgehoben, die alternativ zu den erodierenden traditionellen Regulierungsformen zwischen Individuum, Markt und Gesellschaft vermittelt.“ (Manske/Schnell 2010: 703) Wie Manske und Schnell in ihrem Text erwähnen, ist die Bedeutung von Netzwerken in der Kreativwirtschaft sehr wesentlich. Olaf Rank zufolge bestehen Netzwerke in ihrer Struktur im Allgemeinen aus Knoten und Kanten. Die Knoten repräsentieren hierbei die Mitglieder eines Netzwerkes und die Kanten die stattfindenden Interaktionen. (vgl. Rank 2015, 17) Jörg Sydow und Arnold Windeler befassten sich in ihrer Arbeit mit dem sozialen Aspekt von Netzwerken. Bei solchen handelt es sich immer um die Interaktionen der bestimmten Akteure auf unterschiedlichen Ebenen (vgl. Sydow/Windeler 2000, S. 3).

3.1 Erfolgsmerkmale von Netzwerken

Durch eine Analyse unterschiedlicher Literaturen, untersuchen Christoph Bogenstahl und Henrik Imhof Erfolgskriterien anhand von Netzwerkmanagementaktivitäten. Zur Untersuchung wurden 42 Studien involviert (vgl. Bogenstahl/Imhof 2009, 6f). Die Zusammenarbeit diverser Unternehmen ermöglicht das Entstehen von Marktpotenziale sowie Kostensenkungspotenziale. Des weiteren

spielen die Konstanz als auch die Größe eines Netzwerkes eine wesentliche Rolle. Beide Ausdrücke können als Erfolgskriterien angesehen werden (vgl. ebd., 2f). Die Auswahl der Netzwerkpartner ist mit Bedacht zu treffen. Das Ziel ist es passende Partner zu finden, welche sich durch ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten möglichst ergänzen und ihr Knowhow bezüglich Netzwerkstrategie in die Partnerschaft miteinfließen lassen können. Schon beim Beginnen ein Netzwerk aufzubauen, ist es wichtig die Akquise zu priorisieren. Sie ist unter anderem ein essentieller Faktor in den Anfängen von Netzwerken (vgl. ebd., 4).

4 Das Kreativquartier

Ein gutes Beispiel für ein Kreativquartier ist das Warnow Valley, welches in der Stadt Rostock in Deutschland angesiedelt ist. Wie Pätzold-Glaß in ihrem Bericht schreibt, umfasst das Warnow Valley 1120 Quadratmeter Nutzfläche aufgeteilt in drei alte Lager- und Bürogebäude. Doch es ist reichlich Potenzial zum Ausbau vorhanden.

„2015 wurde das erste Warnow Valley Open Air mit einer Gruppe Kreativer gefeiert. Heute sind rund 50 am Standort: zwei Filmproduktionen, ein Tonstudio, Programmierer, Game-Software-Entwickler, Mode-, Grafik-, Schmuckdesigner, Illustratoren, Journalisten.“ (Plätzold-Glaß 2018)

Wie in ihrem Bericht ersichtlich

8

Literaturverzeichnis

8.1

Primärliteratur

- Bogenstahl, Christoph/Imhof, Henrik (2009): Erfolgsfaktoren des Managements interorganisationaler Netzwerke – eine narrative Metaanalyse. Berlin: TIM Working Paper Series. Technische Universität Berlin.
- Manske, Alexandra/Schnell, Christiane (2010): Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- u Kreativwirtschaft. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hg.). Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 699-729.
- Mühlhausen, Vanessa (2015): Die Macht sozialer Online-Netzwerke: Wie sich unsere sozialen Beziehungen verändern. Hamburg: Diplomica Verlag.
- Rank, Olaf (2015): Unternehmensnetzwerke. Erfassung, Analyse und erfolgreiche Nutzung. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Sydow Jörg/Windeler Arnold (2000): Steuerung von Netzwerken, Konzepte und Praktiken. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.

Typographie

Sommersemester 2019

Felix Seitlinger



FH Salzburg