

# SIGNS+PICTURES

akademie. der gesellschaftlichen verantwortung

**Innovative Markenkommunikation,  
Design und Bildsprache.**

**Bartelsstrasse 26 20357 Hamburg Tel 040-41.30.47.96 Fax 040-41.30.47.98**

**germershausen@signs-pictures.de**

**cdohmeier@signs-pictures.de**

**www.signs-pictures.de**



**Anja Germershausen** geboren 1965.

Langjährige Berufserfahrung als Grafik-Designerin, Art-Direktorin und Kreativleitung in unterschiedlichen Agenturen und Verlagen.

Selbständige Tätigkeit für nationale und internationale Marken in den Bereichen Klassische Werbung, Handelsmarketing, Corporate- und Product-Branding.

Dozentin an der Berufsfachschule für Kommunikationsdesign, Design Factory, im Fachbereich Corporate Design und Corporate Communication.

**Charlotte Dohmeier** geboren 1968.

Langjährige Berufserfahrung als Kundenberaterin im Dialogmarketing und Klassischer Werbung. Etatleitung und Projektmanagement für unterschiedliche Agenturen.

Selbständige Tätigkeit in den Bereichen Text, Konzeption und Projektmanagement.

**MARKEN+MENSCHENRECHTE**  
**Marken übernehmen Verantwortung für soziale und  
menschenrechtliche Konflikte.**

## **DIE STUDIE**

Im Rahmen einer Studie haben Studenten im 6. Semester auf der Berufsfachschule für Kommunikationsdesign, Design Factory, zum Thema **MARKEN UND MENSCHENRECHTE** Kampagnen für große Marken entwickelt. Die Aufgabenstellung war, für eine bekannte Marke und ihren Claim (z.B. Nike, Claim: Just do it) ein passendes soziales Thema zu finden und daraus Anzeigen oder Plakate zu gestalten. Die so entstandenen ca. 30 Arbeiten zeigen, dass die Verbindung von Marke und sozialem Engagement visuell klar und eindeutig zu transportieren ist, ohne provokant zu wirken.

## **SIGNS+PICTURES**

# WO FÜHRT DIE WERBUNG HIN?

## HINTERGRUND

Die Darstellung der Marke ist bisher eine Abfolge von positiven Imagewerten, die über wunderbare Markenwelten transportiert werden. Über emotionale Werte soll der Verbraucher an die Marke gebunden werden.

## FRAGEN

Ist diese Art der Imagewerbung noch zeitgemäß für die moderne Marke?  
Hat sich das Markenverständnis der Verbraucher verändert?  
Und wenn ja, hat die Markenpolitik auf diese Veränderung reagiert?

## VERÄNDERUNG DER GESELLSCHAFT

Die Gesellschaft hat sich im Laufe der letzten Jahre zu einer immer kritischer werdenden Konsumentengruppe entwickelt. Ereignisse wie der 11. September, Börseneinbrüche, steigende Arbeitslosenzahlen, die Reformen der Renten und auf dem Gesundheitssektor führen zu einer immer stärker abnehmenden Konsumneigung. Der Verbraucher fühlt sich zunehmend alleingelassen mit seinen Ängsten und Unsicherheiten im Hinblick auf Zukunftsfragen.

SIGNS + PICTURES

**ZUR**

# **COURAGIERTEN MARKE.**

## **UNSERE VISION**

Der Verbraucher hat ein immer stärkeres Bedürfnis nach Ehrlichkeit und Authenztät.

Die Marke hat ein über Jahrzehnte gewachsenes Image von Stärke und Verlässlichkeit aufgebaut. Dieses Potential nutzt die Marke, um Verantwortung in der Gesellschaft mitzutragen. Die Marke kümmert sich um die Probleme der Verbraucher.

Der Verbraucher ist nicht mehr nur Adressat von Botschaften, sondern ein Partner im Dialog mit der Marke. Die Marke hat so die Chance eine wirkliche Beziehung zum Verbraucher aufzubauen. Die Bedeutung von Marketing wird von der Marke gelebt.

Wir bezeichnen das als **COURAGIERTES MARKETING**

Ein neues Kommunikationsinstrument für Verbraucher und Hersteller.

## **DER NUTZEN**

**Die Marke kümmert sich um die Probleme der Menschen. Sie trifft damit auf die wachsende Bereitschaft der Menschen, sich kritisch mit sozialen Themen der Gegenwart auseinanderzusetzen.**

**Für den Verbraucher wird die Marke so zu einem unverzichtbaren Partner im Hinblick auf die Bewältigung gesellschaftspolitischer Fragen.**

**Gewachsene Glaubwürdigkeit durch soziales Engagement** stärkt das Vertrauen in die Marke.

**Eine »persönliche« Ansprache macht die Marke für den Verbraucher nachhaltig unverwechselbar.**

**Konkrete und für den Verbraucher nachprüfbare Versprechen** geben der Marke ein griffiges Profil und erweitern so ihre Kompetenz am Markt.

**SIGNS+PICTURES**

**Jeder Mensch hat das Recht auf Sicherheit.**

# Was nun Gerhard?



Asyl. Sonst nichts.

Was nun  
George?



Wiederaufbau. Sonst nichts.

Was nun  
Jacques?



Gleichberechtigung. Sonst nichts.

Was nun Tony?



Bildung. Sonst nichts.

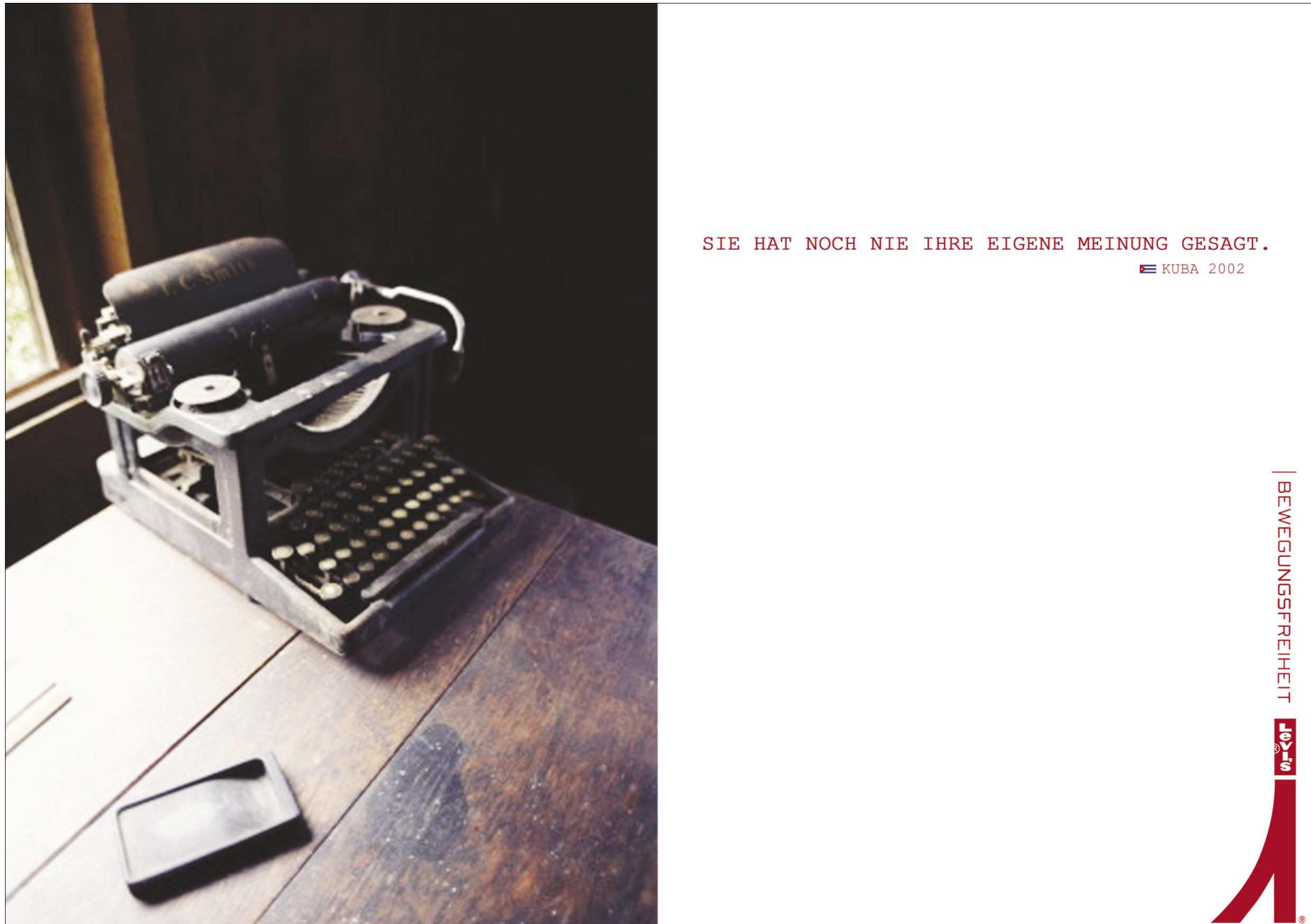
## ASYL-POLITIK • WIEDERAUFBAU GLEICHBERECHTIGUNG • BILDUNG

Artikel 3: Jeder Mensch hat das Recht auf Leben, Freiheit und Sicherheit der Person. Menschen werden aus politischen oder religiösen Gründen verfolgt. Sie haben Angst um ihr Leben und das ihrer Familie. Deshalb flüchten sie in andere Länder, die ihnen Asyl und somit Schutz geben. Doch ist dies wirklich immer der Fall? Erkennen wir den wahren Grund bzw. wenn das so ist, tun wir etwas dagegen? Tun wir genug? Reicht es aus, Asyl zu gewähren? Wäre es nicht besser, ihnen in ihrem Land zu helfen?

**Anika Söhnholz**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES



## MEINUNGSFREIHEIT

Das Gesetz Nr. 88 über den Schutz der nationalen Unabhängigkeit und Wirtschaft von Kuba sieht Haftstrafen von bis zu 20 Jahren für eine ganze Reihe von Delikten vor, darunter die Weitergabe oder Vervielfältigung von eigenständig produzierten Schriften sowie Formen der Kollaboration aller Art mit ausländischen Radiostationen, Fernsehsendern, der Presse oder sonstigen Medien im Ausland, die dem Zweck dienen, Kuba zu destabilisieren und den sozialistischen Staat zu vernichten.

Das Registrieren jeder Schreibmaschine, offenkundiges Abhören von Telefongesprächen und das Öffnen von Postsendungen gehören auf Kuba zur Tagesordnung.

**Anne Höfinghoff**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.



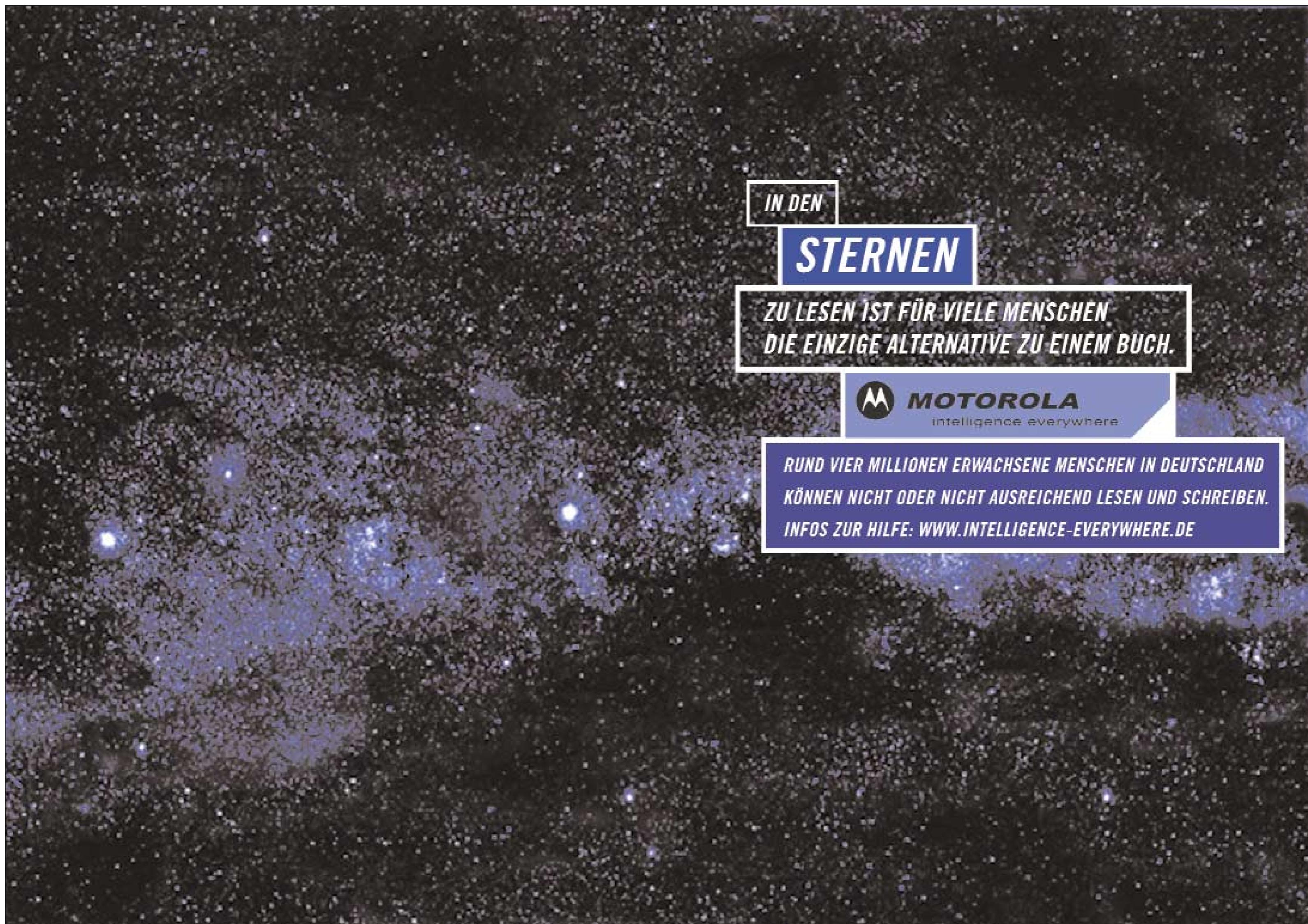
## ANALPHABETISMUS

Rund 4 Millionen Erwachsene in Deutschland können nicht oder nicht ausreichend lesen und schreiben. In solchen Fällen spricht man von Analphabetismus. Es gibt zwei Arten von Analphabetismus:

1. Primärer Analphabetismus liegt vor, wenn eine Person keinerlei Lese- und Schreibkenntnisse erworben hat. Eine andere Bezeichnung ist "natürlicher Analphabetismus". Davon betroffen sind vor allem Menschen in Staaten mit einem wenig ausgebauten Schulsystem, die keine Gelegenheit zum (regelmäßigen) Schulbesuch hatten.
2. Von sekundären Analphabetismus spricht man, wenn nach mehr oder minder erfolgreichem Schulbesuch ein Prozess des Vergessens einsetzt, bei dem einmal erworbene Schriftkenntnisse wieder verloren gehen.

**Christoph Bielefeldt**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.



## ANALPHABETISMUS

Rund 4 Millionen Erwachsene in Deutschland können nicht oder nicht ausreichend lesen und schreiben. In solchen Fällen spricht man von Analphabetismus. Es gibt zwei Arten von Analphabetismus:

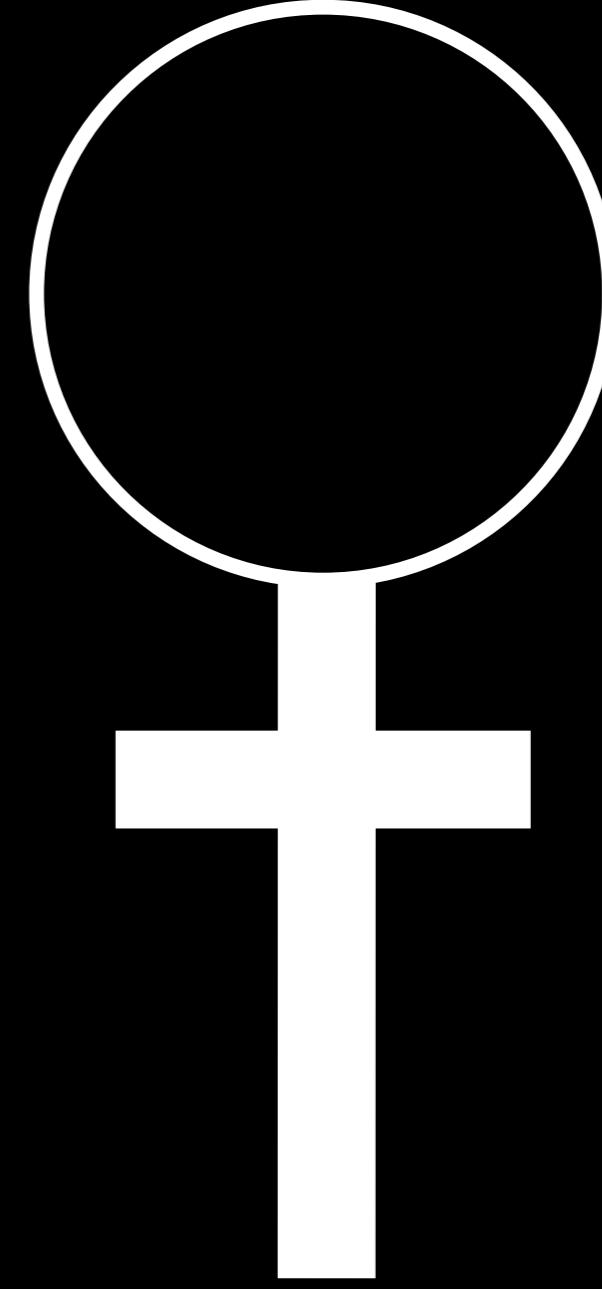
1. Primärer Analphabetismus liegt vor, wenn eine Person keinerlei Lese- und Schreibkenntnisse erworben hat. Eine andere Bezeichnung ist "natürlicher Analphabetismus". Davon betroffen sind vor allem Menschen in Staaten mit einem wenig ausgebauten Schulsystem, die keine Gelegenheit zum (regelmäßigen) Schulbesuch hatten.
2. Von sekundären Analphabetismus spricht man, wenn nach mehr oder minder erfolgreichem Schulbesuch ein Prozess des Vergessens einsetzt, bei dem einmal erworbene Schriftkenntnisse wieder verloren gehen.

**Christoph Bielefeldt**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Jede Frau hat das **Recht auf Gleichbehandlung.**

EIN RECHT AUF LEBEN



In vielen Ländern wird Frauen aufgrund ihres Geschlechtes das Recht auf Leben genommen. Informationen zu diesem Thema finden Sie unter [www.einrechtaufleben@philips.de](http://www.einrechtaufleben@philips.de)

Let's make things better.



**PHILIPS**

## DISKRIMINIERUNG VON FRAUEN

In vielen Ländern sind Frauen gerade dadurch, dass sie Frauen sind, in ihren Lebensmöglichkeiten und Rechten gezielt eingeschränkt oder sie werden von vornherein des Rechtes auf Leben beraubt. Sie werden aufgrund ihres Geschlechtes als Säugling oder bereits als Embryo im Mutterleib getötet. Wie verhärtet diese Einstellung gegenüber Mädchen und Frauen ist, findet in Sprichwörtern und Reimen ihren handgreiflichen Ausdruck.

»Mädchen werden in dunklen Nächten gezeugt, Knaben in hellen, mondscheinenen Nächten« Indisches Sprichwort

»Eine Tochter aufzuziehen ist wie Wasser, das man in den Sand gießt.« Sprichwort aus Oriya

»Mögest du eine Mutter sein von hundert Söhnen«  
Aus der indischen Hochzeitsformel

**Anna Baus**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

*Jedes Kind hat das **Recht auf Leben.***



*Sebastian, 4 Jahre*

**SEIEN SIE AUF ALLES GEFASST.**

Jährlich verunglücken über 40.000 Kinder im Straßenverkehr. Durch umsichtiges Fahren leisten Sie einen aktiven Beitrag, diese Zahl zu senken. [For safety. For life.](#)

**VOLVO**  
for life

## UNFÄLLE MIT KINDERN IM STRASSENVERKEHR

Im letzten Jahr verunglückten 45.500 Kinder unter 15 Jahren im Straßenverkehr. Darunter 15.600 Kinder (34%) mit dem Fahrrad, 12.200 (27%) als Fußgänger, 15.500 (34%) als PKW-Insassen und 22.000 Kinder (5%) mit sonstigen Verkehrsmitteln. In der Altersgruppe bis acht Jahren verunglückten die meisten Kinder als Fußgänger und zwar am häufigsten in unmittelbarer Nähe der elterlichen Wohnung. Zum Schutz der Kinder setzen Städte auf verkehrsberuhigte bautechnische Maßnahmen wie Zebrastreifen, Fußgängerampeln, »Gehwegnasen« und Tempo 30 Zonen. Dies alles sind keine Schikanen für Autofahrer, sondern erleichtern Kindern die Teilnahme am Straßenverkehr.

**Gunnar Ullie**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

**Jeder Mensch hat das Recht auf ein suchtfreies Leben.**



Diese Bilder malte die 13 jährige Babsi zwei Monate vor ihrem Tod unter einen Brief, den sie aus der Berliner Landesnervenklinik an ihre Freundin schickte.

## DROGENABHÄNGIGKEIT

"Sucht ist ein unabsehbares Verlangen nach einem bestimmten Erlebniszustand. Diesem Verlangen werden die Kräfte des Verstandes untergeordnet. Es beeinträchtigt die freie Entfaltung einer Persönlichkeit und zerstört die sozialen Bindungen und die sozialen Chancen des Individuums" (K. Wanke, in: Deutsche Hauptstelle gegen die Suchtgefahren (Hrsg.).

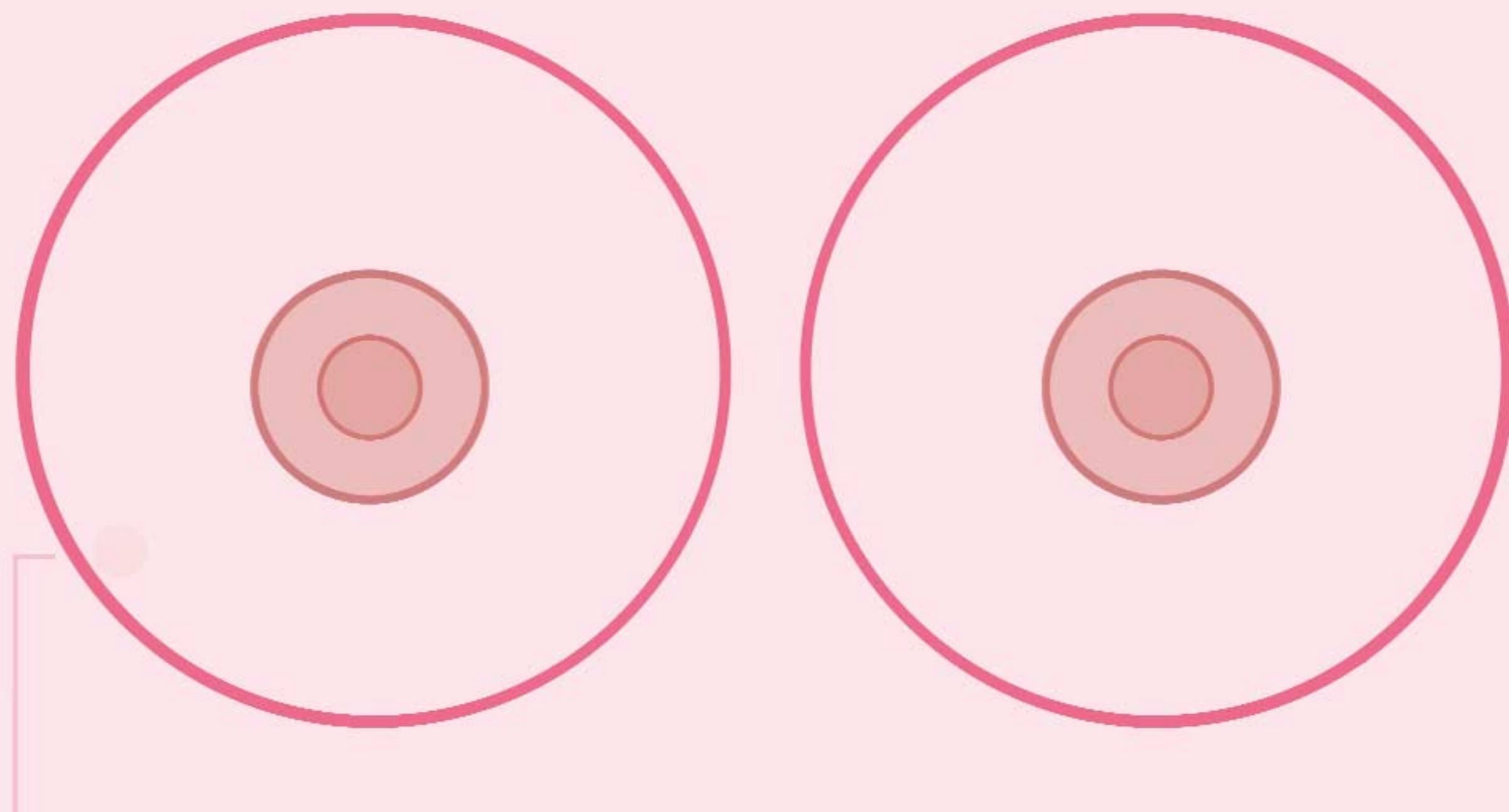
Süchtiges Verhalten, 1985, S. 20)

**Melanie Raphael**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

## Ich sehe was, was Du nicht siehst...



...jährlich sterben 4000 Frauen in Deutschland, weil ein Knoten in ihrer Brust nicht rechtzeitig diagnostiziert wird.

Zweimal im Jahr zur **Brustkrebsvorsorge** rettet Leben !

Entdecke die Möglichkeiten.



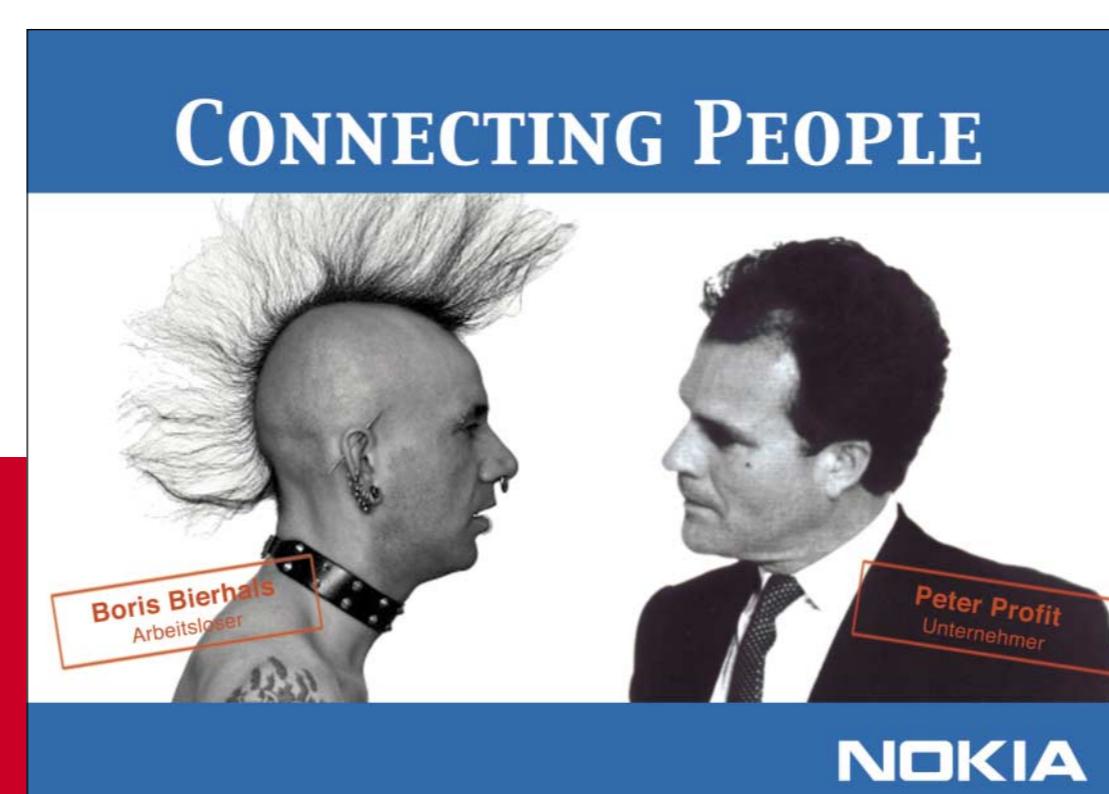
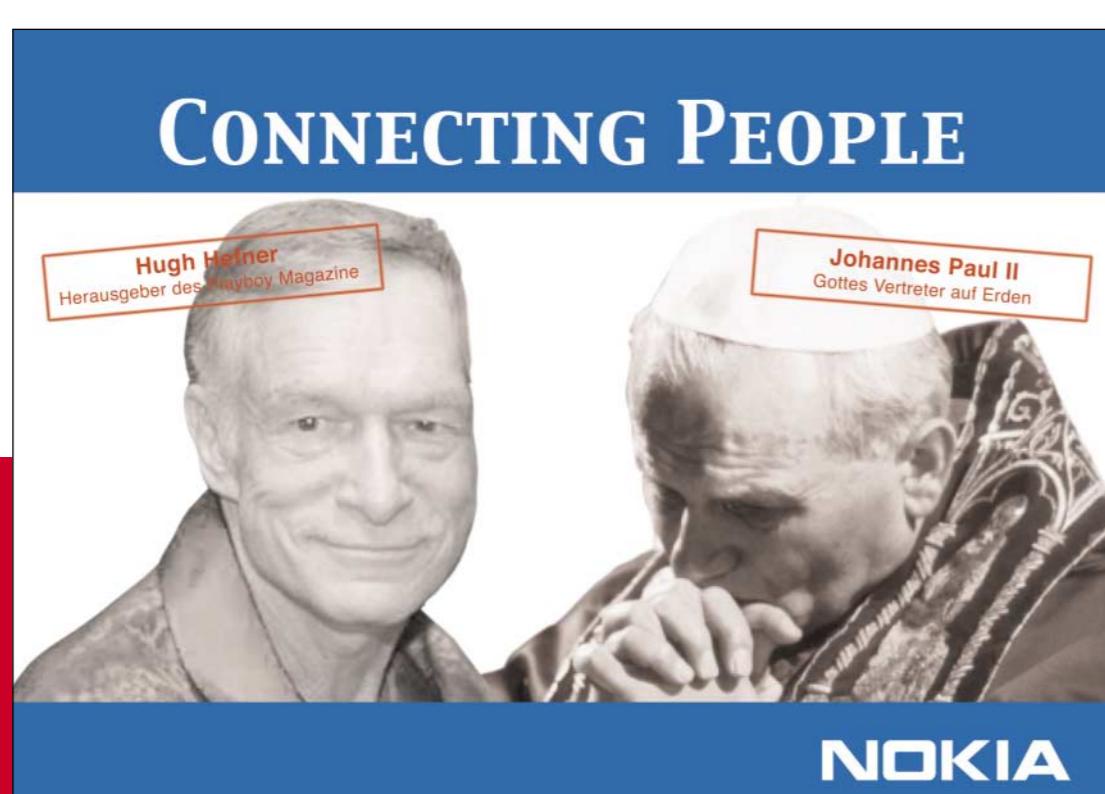
### BRUSTKREBSVORSORGE

Jährlich sterben 19.000 Frauen an Brustkrebs. 90 Prozent dieser Frauen hätten geheilt werden können, wenn die Erkrankung in einem früheren Stadium erkannt worden wäre. Bis zu 90% aller Gynokälogen sind für die Suche nach dem Knoten nicht ausreichend qualifiziert. Pro Jahr wird rund 200.000 mal Fehlalarm ausgelöst. Bei ca. 100.000 Frauen führt der Irrtum zu unnötigen Brustoperationen oder Brustumputationen. Im Gegensatz dazu sterben jährlich 4.000 Frauen, weil ein Knoten nicht rechtzeitig erkannt wird. 30-40 Prozent der Kranken erhalten keine optimale Versorgung. Seit Anfang der 90er Jahre sinkt in Europa und den USA die Sterblichkeitsrate bei Brustkrebs um 20 bis 30 Prozent; in Deutschland steigt sie jedoch an.

**Kerstin Heinen**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Jeder Mensch hat das **Recht auf Toleranz**.



## VERSTÄNDIGUNG

Im Jahr 2001 wurden weltweit 46 kriegerische Konflikte geführt. Leid, Tot und Menschenrechtsverletzungen aller Art sind die Folge. Schuld daran sind überwiegend kulturelle Mißverständnisse zwischen den Völkern. Mit mehr Toleranz, Aufklärung und Verständigung könnten viele Konflikte verhindert werden.

**Thore Madsen**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES



## WELTFRIEDEN

Zitate von angesehenen Politikern und Menschenrechtler werden typografisch umgesetzt. Auf unterstützende Bildelemente wird hierbei verzichtet, da die einzelnen Zitate stark genug sind, um alleine zu stehen. Zur Auswahl stehen Zitate von Menschen, die für den Weltfrieden stehen. Im Zusammenhang mit dem Claim "Just do it" sind die Zitate als klare Aufforderung zu verstehen, sein eigenes Tun und Handeln zu überdenken, um seinen eigenen Beitrag zu einer gesünderen Welt zu leisten. Dies fängt schon im kleinsten Kreis an und dringt sogar manchmal bis in die Etagen der Weltpolitik vor. Leider noch viel zu selten! Menschen, die es geschafft haben sind RABIN • GORBATSHOW • NELSON MANDELA • MUTTER THERESA • MARTIN LUTHER KING

**Hannes Hoelder**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

*Jeder Mensch hat das **Recht auf Frieden**.*

---



## **WELTFRIEDEN**

Kriegerische Auseinandersetzungen führen unweigerlich zu vielen Tötungen menschlichen Lebens.

**Mona Mahmoudi**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

*Jeder Mensch hat das **Recht auf Rücksichtnahme**.*

Wenn man mit 220 km/h  
über die Autobahn fährt und niest,  
sieht man 150 Meter **nichts**.

BMW  
Automobile



Wir bauen Autos die sportliche Attitüde verkörpern.  
Sie sollten aber darüber nachdenken, was auf 150 Metern alles passieren kann.  
Damit die Freude am Fahren auch ein Leben lang bleibt.

Freude am Fahren.

### **VORSICHT IM STRASSENVERKEHR**

Im Jahr 2001 wurden durch Verkehrsunfälle 6.977 Menschen getötet.

(Statistisches Bundesamt)

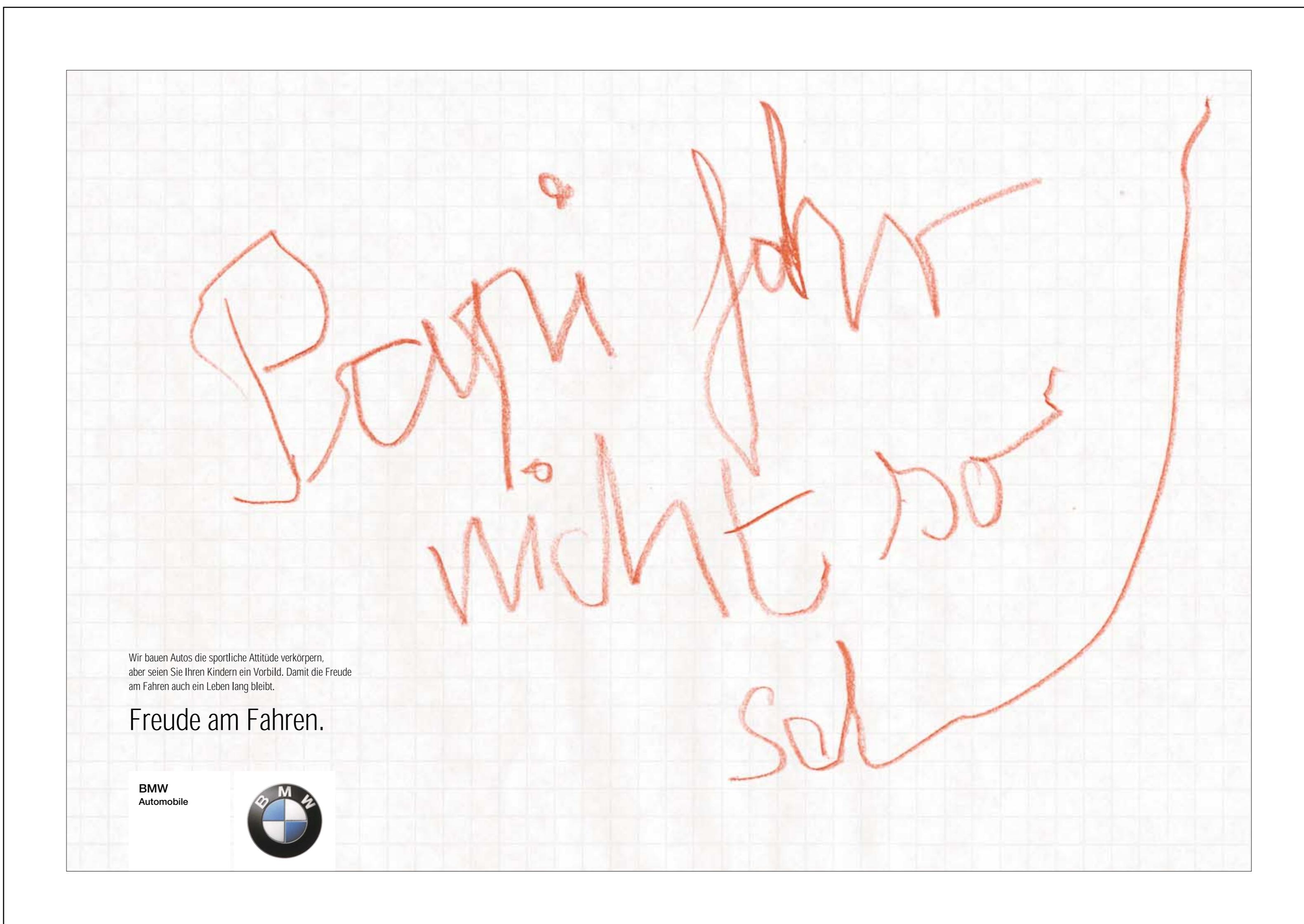
6.977 Menschen, die durch mehr Aufmerksamkeit und  
Rücksichtnahme im Straßenverkehr noch am Leben wären.

**Jan Spading**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

Jedes Kind hat das **Recht auf Rücksichtnahme**.



### RASEREI IM STRASSENVERKEHR

Sascha Morgenstern starb im Oktober 1997. Als er eine Straße in Dresden überqueren wollte, erfaßte ihn ein heranrasender PKW und schleuderte ihn durch die Luft.

Die Beifahrerin des Unfallverursachers gab zu Protokoll:

»Ich erkannte, daß Herr F... bereits eine Geschwindigkeit von etwa 80 km/h fuhr. Ich sagte, fahr langsamer. Er reagierte nicht, ich hatte eher den Eindruck, als ob er noch mehr Gas gibt.«

Als der Wagen Sascha erfaßte, hatte er laut Gutachten eine Geschwindigkeit von mindestens 103 km/h. Sascha hatte keine Chance, er starb noch am Unfallort.

**Jan Spading**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

**Jeder Mensch hat das Recht auf Respekt.**



### **RESPEKT GEGENÜBER VERSCHIEDENEN KULTUREN**

Schöne Ferien in fremden Ländern sind für die einheimische Bevölkerung nicht immer nur mit Freuden verbunden. Es gibt noch immer viele Touristen, die nicht verstanden haben, dass ein Pauschalangebot keine Freikarte für die Vereinnahmung der Kultur des bereisten Landes beinhaltet. Offenheit und die Bereitschaft ein Land mit seinen Menschen wirklich zu erleben ist die Voraussetzung dafür, dass am Ende einer Reise beide Seiten (das Gastgeberland und der Reisende) der Meinung sein können: Das waren schöne Ferien.

**Thore Hoffmann**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

**Jeder Mensch hat das Recht auf Respekt.**



### **RESPEKT GEGENÜBER VERSCHIEDENEN KULTUREN**

Schöne Ferien in fremden Ländern sind für die einheimische Bevölkerung nicht immer nur mit Freuden verbunden. Es gibt noch immer viele Touristen, die nicht verstanden haben, dass ein Pauschalangebot keine Freikarte für die Vereinnahmung der Kultur des bereisten Landes beinhaltet. Offenheit und die Bereitschaft ein Land mit seinen Menschen wirklich zu erleben ist die Voraussetzung dafür, dass am Ende einer Reise beide Seiten (das Gastgeberland und der Reisende) der Meinung sein können: Das waren schöne Ferien.

**Thore Hoffmann**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

**Jeder Mensch hat das Recht auf Respekt.**



### **RESPEKT GEGENÜBER VERSCHIEDENEN KULTUREN**

Schöne Ferien in fremden Ländern sind für die einheimische Bevölkerung nicht immer nur mit Freuden verbunden. Es gibt noch immer viele Touristen, die nicht verstanden haben, dass ein Pauschalangebot keine Freikarte für die Vereinnahmung der Kultur des bereisten Landes beinhaltet. Offenheit und die Bereitschaft ein Land mit seinen Menschen wirklich zu erleben ist die Voraussetzung dafür, dass am Ende einer Reise beide Seiten (das Gastgeberland und der Reisende) der Meinung sein können: Das waren schöne Ferien.

**Thore Hoffmann**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

## **Kinderhandel** macht vor keiner Landesgrenze halt.



Alles Gute für Ihr Kind. **Alete**®

### **KINDERHANDEL**

Wie eine Ware werden Jungen und Mädchen vermarktet.

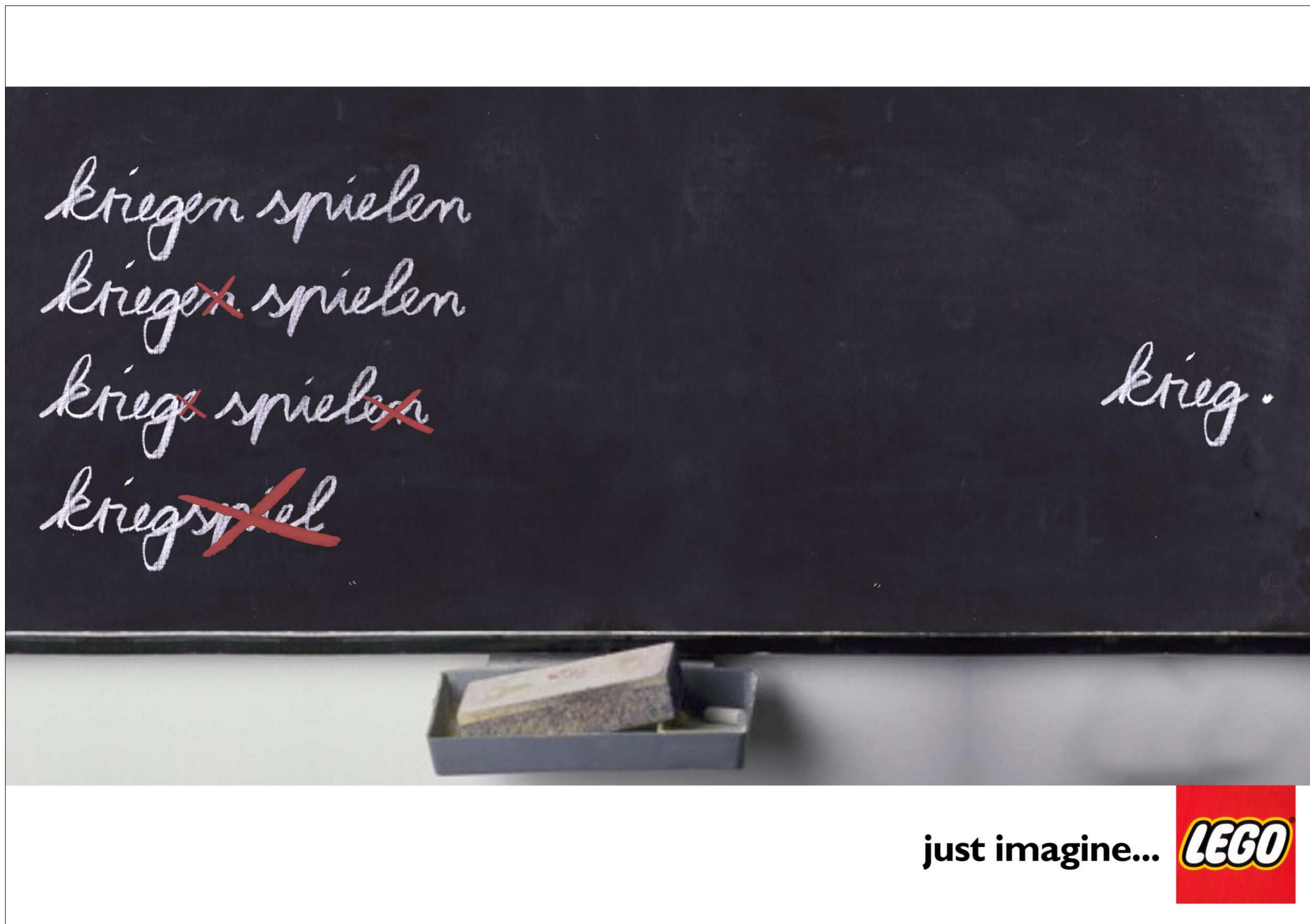
Als Arbeitssklaven in Plantagen oder Fabriken, als Kinderprostituierte, als Bettler, als Heiratskandidatinnen oder als Nachwuchs für adoptionswillige Paare bringen sie hohe Profite. Die Kinder selbst verlieren: ihr Vertrauen, ihre Gesundheit und oft auch ihr Leben.

Kinderhandel macht vor keiner Landesgrenze halt. Auch nach Westeuropa gelangen jährlich Tausende von Kindern, die Opfer von Händlern geworden sind. Das Vorgehen ist immer ähnlich: Ein Mädchen oder Junge wird von einem Ort an einen anderen gebracht. Oft ist eine Mittelperson im Spiel, die das Kind weiter verkauft. Sie zahlt der Familie Geld und verspricht dem Kind eine Ausbildung oder einen guten Job. Stattdessen wartet auf die Jungen und Mädchen jedoch meist jahrelange Ausbeutung.

**Julia Bindseil**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Jedes Kind hat das **Recht auf gewaltfreies Miteinander.**



### GEWALT UNTER KINDERN

Gewalterfahrung macht inzwischen jedes 3. Kind in Deutschland. Die Gewaltbereitschaft bei Kindern und Jugendlichen nimmt zu. Die Ausmaße der Gewalt von Kindern gegen Kinder reichen von seelischer Gewalt wie Beschimpfungen, Demütigungen und Drohungen über körperliche Gewalt, wie Schläge und Erpressungen. Im Alltag der Kinder ist Gewalt fast schon zur Selbstverständlichkeit geworden, ausgelöst durch die Medien. Eine der Hauptursachen für die Gewaltbereitschaft der Kinder ist Gewalt als Erziehungsmaßnahme der Eltern.

**Carmen Schlüpmann**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Jeder Mensch hat das **Recht auf Toleranz**.



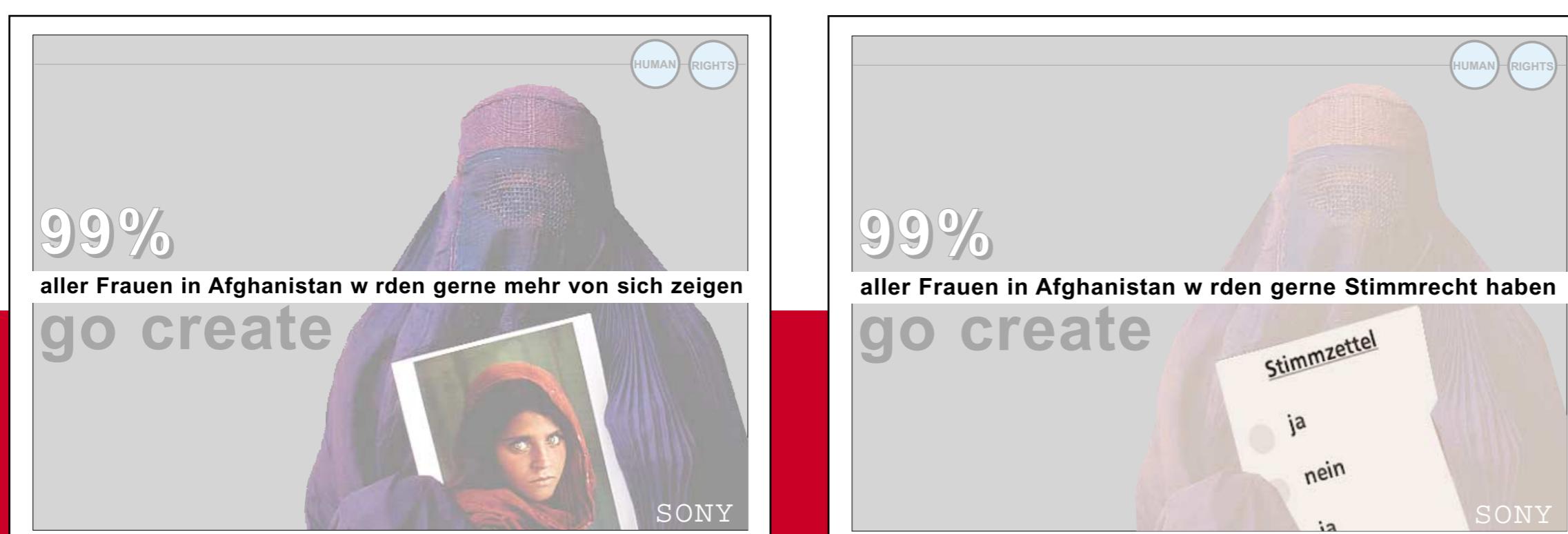
## TOLERANZ

Nach den Ereignissen des 11. Septembers 2002 rückt das Problem Religion und Fundamentalismus im Weltgeschehen sehr stark in den Vordergrund. Dass ein Staat im Deckmantel der Globalisierung sich anmaßt, die Probleme ihm fremder Kulturen zu lösen, scheint aus näherer Sicht ebenso sinnlos, wie das Festhalten starrer Standpunkte einzelner Religionen, die sich gegenseitig den Platz zum Leben nehmen. Die Arroganz und Ignoranz von Seiten der westlichen Welt gegenüber dem Rest der Welt und umgekehrt fordert Aufklärung; fordert Nachdenken und Neudenken von jedem. Es gibt nicht nur eine Sicht der Dinge. Es gibt nicht nur eine Wahrheit. Niemand sollte sich unreflektiert einer allgemeinen Meinung anschließen, die über das Leben anderer und letztendlich über das eigene entscheidet.

**Anna-Maria Herms**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Jede Frau hat das **Recht auf Gleichberechtigung**.



### DISKRIMINIERUNG VON FRAUEN

Verhüllung, kein Wahlrecht, kein Bildungsrecht. Keine Rechte, gerechtfertigt durch eine strenge Religion. Das Leben einer afghanischen Frau ist trostlos. Themen wie diese sollen gesehen und gefühlt werden, um festzuhalten, dass für Frauen nicht nur in Afghanistan Gleichberechtigung noch unerreichbar scheint.

**VANESSA SAYN-WITTGENSTEIN**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES

**Jede Frau hat das Recht auf Gleichberechtigung.**



### **FRAUENDISKRIMINIERUNG IN AFGHANISTAN**

Der Verhaltenskodex für Frauen in Afghanistan besagt, dass Bildung und Alphabetisierung von Frauen als eine Quelle der Verführung und Verworfenheit gilt. »Für eine Frau bestehe keine Notwendigkeit das Haus zum Zweck des Erwerbs zu verlassen.« Nur unter Einhaltung von 16 Bedingungen – die sich vor allem auf Kleidung und Verhalten beziehen – darf sie sich in der Öffentlichkeit zeigen. Dazu zählt die Genehmigung ihres Mannes und die Begleitung eines männlichen Verwandten; sie darf keinen fremden Menschen anschauen und nur aus zwingenden Gründen mit ihm sprechen. Frauen, die sich vermeintlich nicht an die Vorschriften halten, werden als »vogelfrei« erklärt. Jeder Gläubige, der meint, eine Frau verstöße z.B. gegen Kleidervorschriften, hat völlig freie Hand sie zu züchtigen, bis zum Tod.

**Mirja Harder**

Corporate Communication im 6. Semester an der Design Factory.

Dozentin: **Anja Germershausen** SIGNS+PICTURES