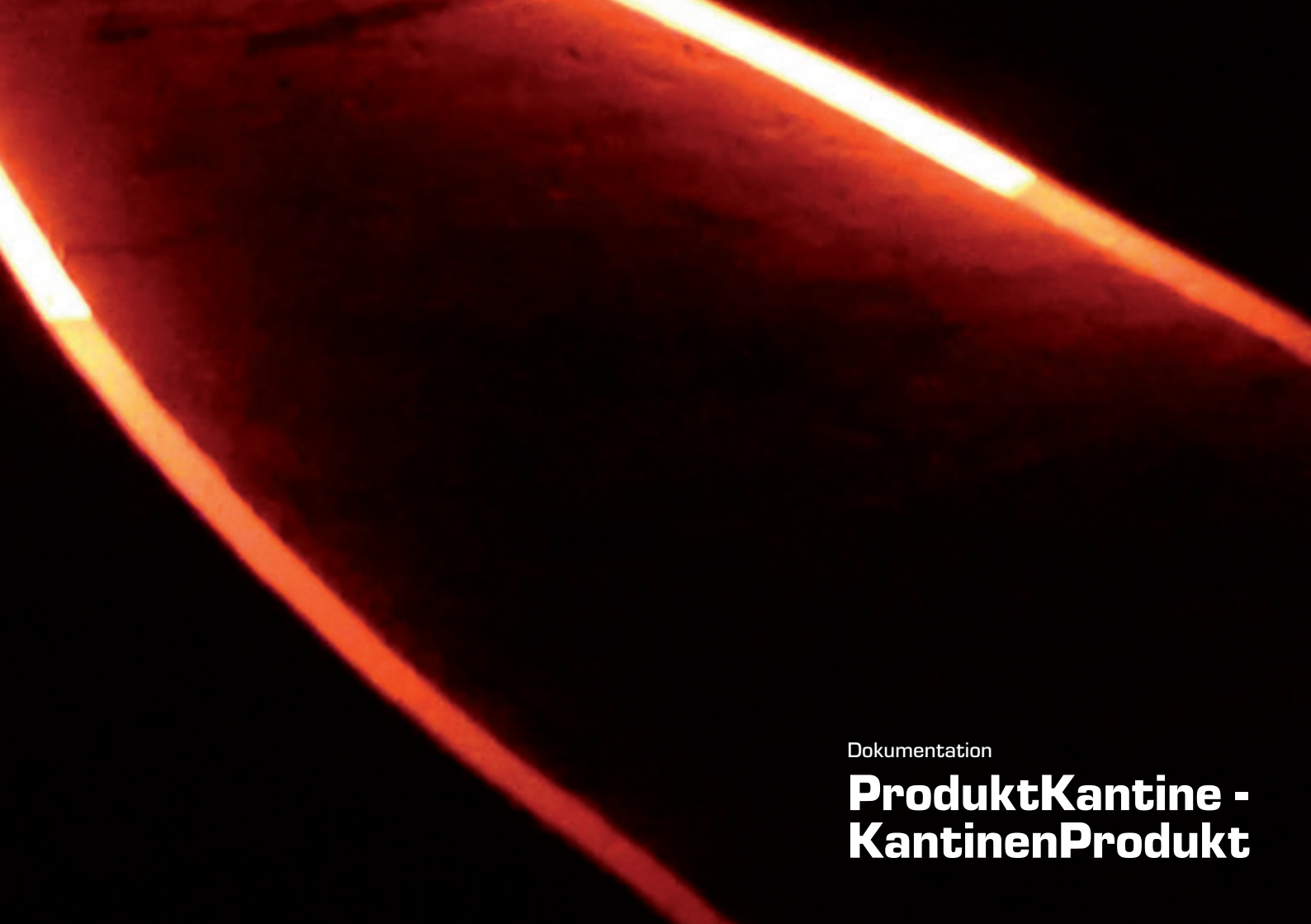




Dokumentation

ProduktKantine - KantinenProdukt

Dokumentation

ProduktKantine - KantinenProdukt

von Dominic Ender

Recherche & Fragestellungen

Modellbau 1. Phase - Raumaufteilung -

Raumgestaltung

Konzeption

Funktionsmodell | Mock-up

Modellbau 2. Phase

PRODUKTKANTINE:

Die Aufgabenstellung zielte auf die Erschaffung eines gestalterischen Gesamtkonzepts für ein neuartiges Imbissrestaurant ab. Dieses sollte sowohl durch seine Innenarchitektur als auch durch sein Selbstverständnis in Service und Speisenangebot neue Maßstäbe in Kassel setzten. Es galt, einen besonderen Ort in Kassel zu erschaffen, der dem Besucher neben einer schnellen und gesunden Mahlzeit auch einen angenehmen Ort des Verweilens, des Arbeitens und der Kommunikation bietet.

Behandelte Schwerpunkte dieses Projekts waren:

Service- und Systemdesign, Branding/Corporate Design, Interior Design

In der gestalterischen Praxis vermischten sich die beiden Bereiche Produktkantine und Kantinenprodukt zum **Versuchskantinchen**. Dort wurden die ersten Veranstaltungen mit unterschiedlichen Konzepten in Echtsituationen erprobt.

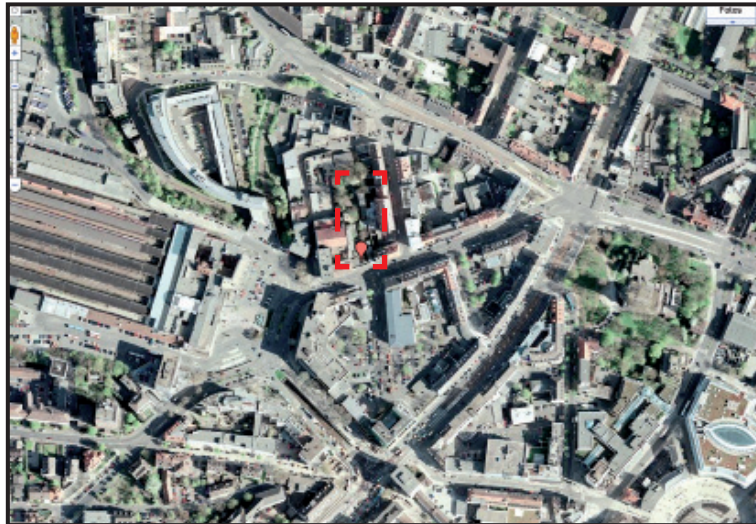
KANTINENPRODUKT:

Dieses Seminar widmete sich dem Entwerfen einzelner Kantinenprodukte. Vom Türgriff bis zum Teller, von der Leuchte bis zur Take Away Food-Verpackung gab es keine Grenzen.

Behandelte Schwerpunkte des Projekts waren:

Produktdesign, Produktentwicklung sowie Food-Design

Die Location



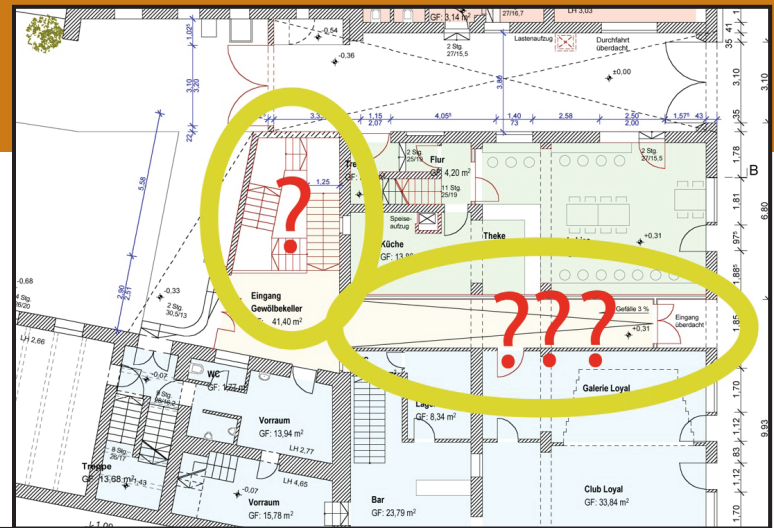
Werner-Hilpert-Straße 22, D-34117 Kassel

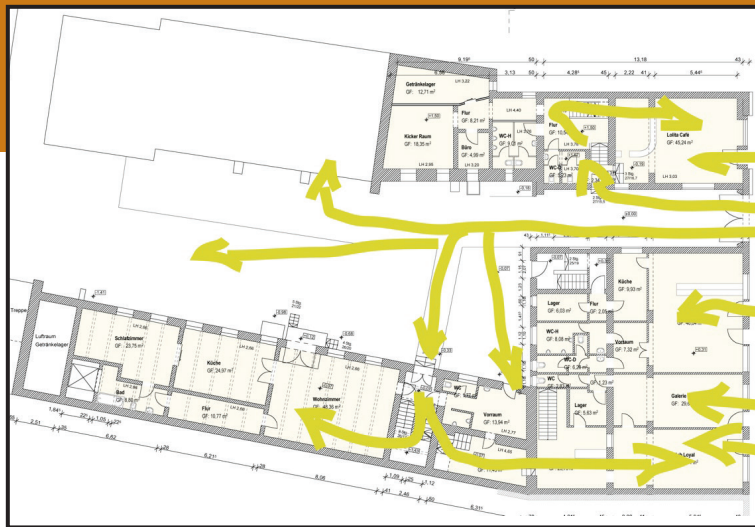
Zielsetzung meiner Entwurfsarbeit war es einen Ort zu schaffen an dem man gerne is{s)t

Dieser Ort sollte nicht nur eine angenehme Atmosphäre besitzen, ein Gefühl von Fairness und Vertrauen sollte er vermitteln. Leckeres und vor allem gesundes, ökologisch erzeugtes Essen in hoher Qualität sind mir hierbei ebenso wichtig wie die regionale Abstammung der verwendeten Lebensmittel.

Ausgehend vom natürlichen Essen kommt auch die Inspiration für die Raumgestaltung aus der Natur. Beim Entwerfen der Raumelemente war es mir ein besonderes Anliegen die Dinge schlicht, zurückhaltend und naturnah zu gestalten, so dass stets die Menschen im Vordergrund stehen und dadurch dem Ort eine individuelle Ausstrahlung verleihen.

Recherche & Fragestellungen





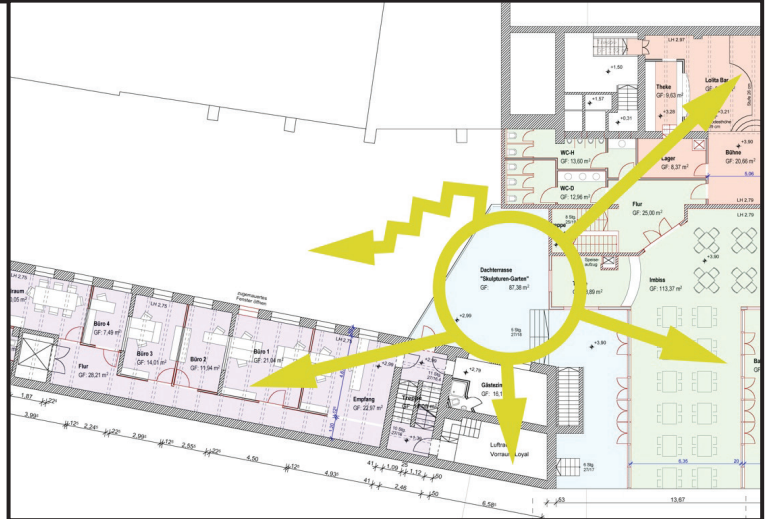
Bewegungsablauf der Besucher (Bestand)

Alternative: Schaffung eines Drehpunktes im 1. Obergeschoss mit Treppe in den Hinterhof

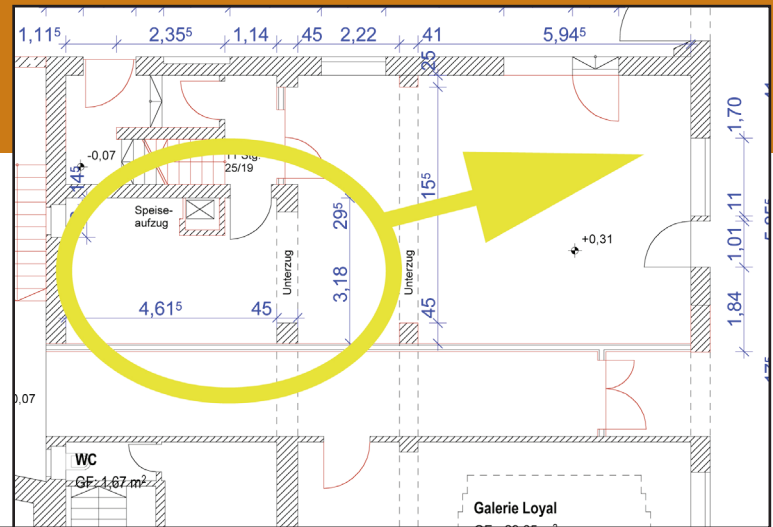
Die Schaffung eines Rotationspunktes bringt deutliche Verbesserungen im Besucherstrom.

Vorteile:

- Rotationskreislauf erleichtert den Gästen das Wechseln der Veranstaltungsorte (Lolita-Bar/A.R.M./Raum4 /usw.)
- Zusätzlicher Fluchtweg über Treppen in den Hinterhof
- Reduzierte Verschmutzung der Gebäude durch überdachte Gehwege
- Besucher-Lärm auf dem Gehweg vor den Gebäuden (Werner-Hilpert-Straße) würde deutlich reduziert

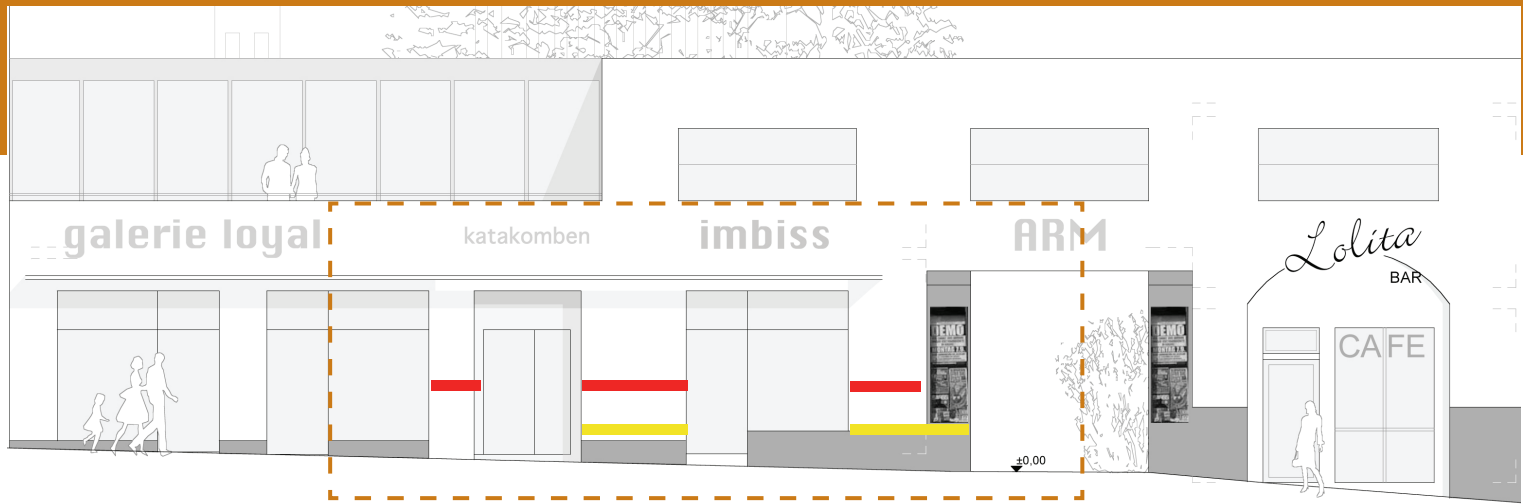


Position der Küche vs. Straßenverkauf



Die ursprünglich geplante Küchenlage in der hinteren linken Ecke des Raumes wirft die Frage auf wie der Straßenverkauf organisiert werden kann. Besser wäre es die Küche in Straßennähe zu positionieren um Servicewege zu optimieren. Die Küchenposition im Mittelfeld auf der rechten Seite bringt folgende Vorteile:

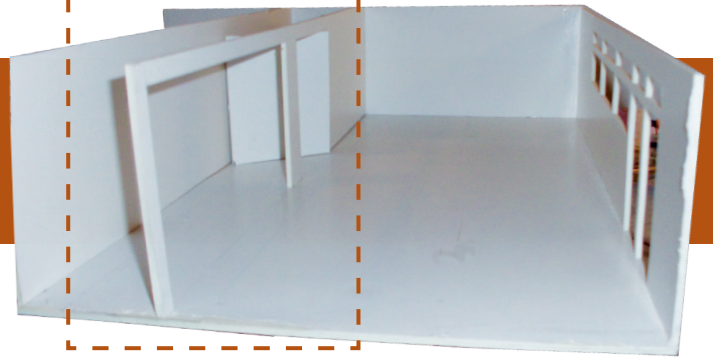
- kurze Servicewege zum Bereich des Straßenverkaufs
- Nutzung der vorhandenen Küchen Infrastruktur (Wasser / Abwasser / Strom / Entlüftung)
- zentraler Anlaufpunkt für Gäste
- Möglichkeit zur Schaffung einer Showküche



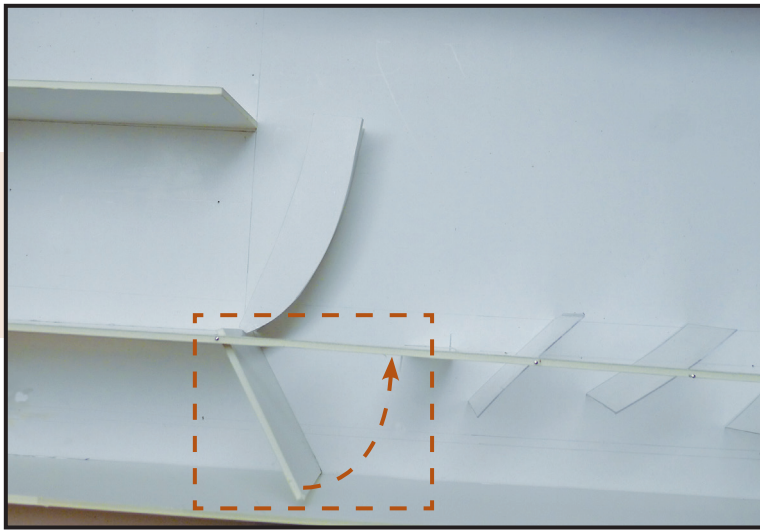
Mit einer Optimierung der Fassade lassen sich Sitzflächen für Gäste schaffen die dauerhaft und "genehmigungsfrei" im Gebäude mit eingearbeitet werden können. Ebenso lässt sich Abstellfläche für Essen & Getränke im Mauerwerk integrieren. Somit kann auf Gebühren- & Genehmigungspflichtige "Bestuhlung" des Gehweges verzichtet werden, da die Fassade diese Aufgabe übernimmt. Die Atraktivität des Straßenverkaufs würde hiermit ebenso gesteigert.

Fassade funktional gestalten

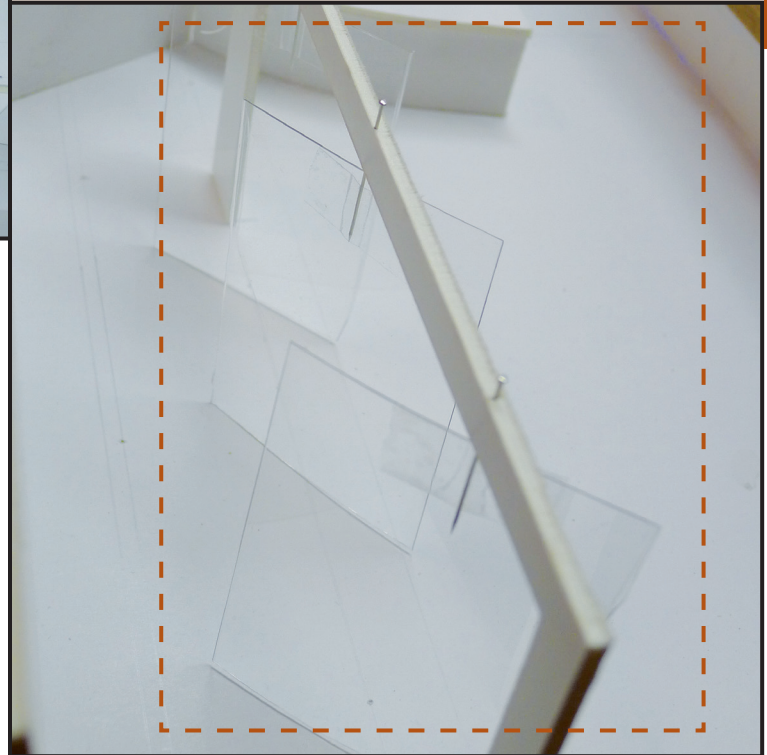
Modellbau 1. Phase - Raumaufteilung -



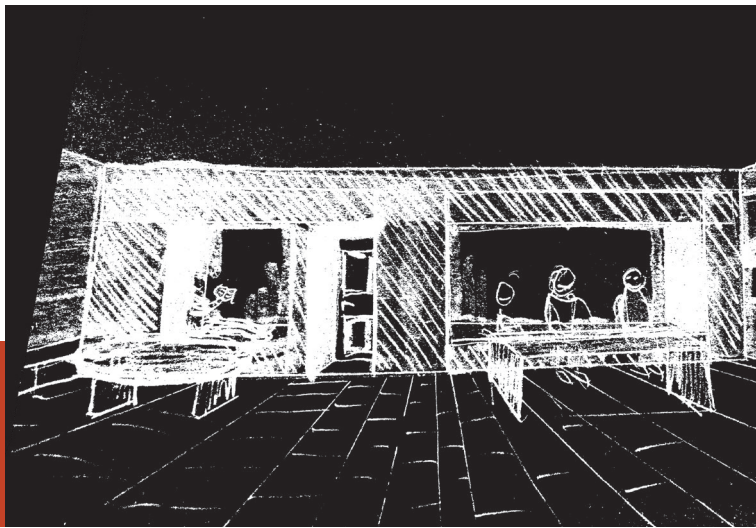
Der Zugangsbereich zum Gewölbekeller wurde hier im Modell bereits als Multifunktionsfläche angelegt. Mit dieser Raumaufteilung ist es möglich den ursprünglich als Gang geplanten Raum als zusätzliche Gastrofläche zu gewinnen.



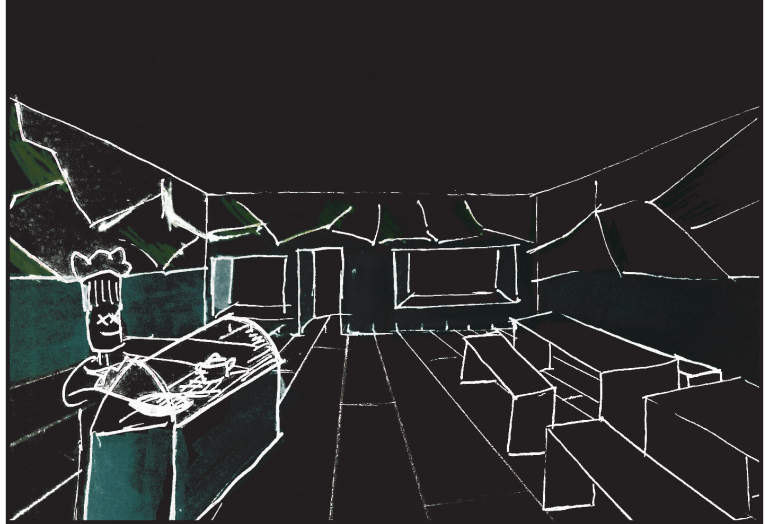
Die transparenten Elemente können in ihrer Position verändert werden. Sind die Trennscheiben geöffnet und zur Seite geschoben bietet der Gang zusätzliche Gastrofläche. Ebenso kann hierüber der Zugang zum Gewölbekeller ermöglicht werden (Imbis als Empfangsbereich). Sollte eine Trennung der Bereiche Zugang & Imbiss vollzogen werden wirkt der schmale Gang immer noch offen und licht.

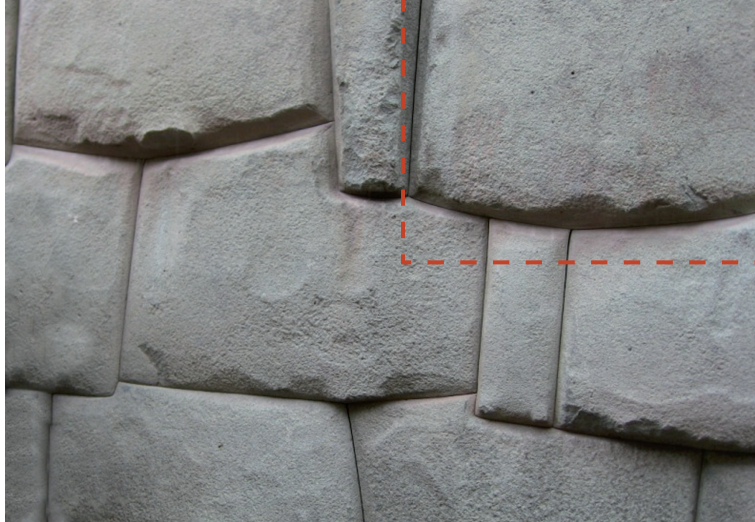
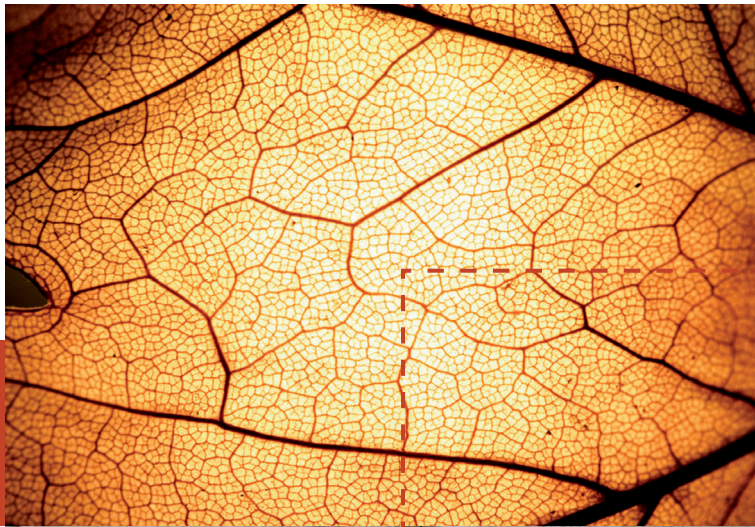


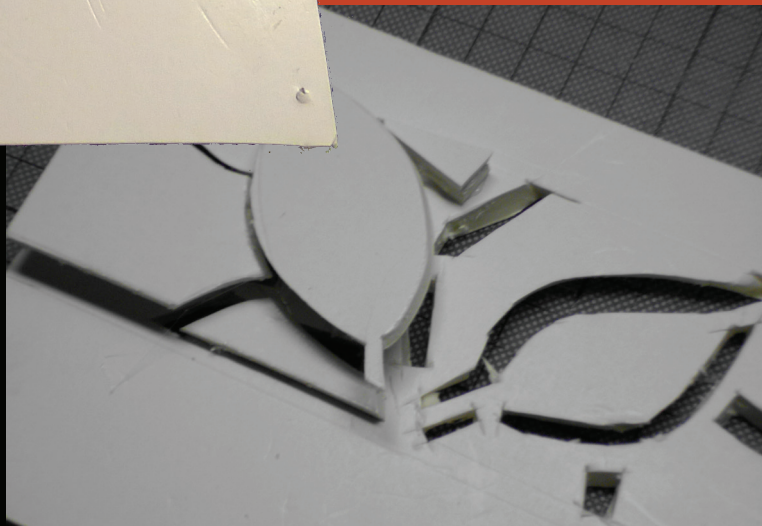
Der Zugangsbereich zum Gewölbekeller wird getrennt durch eine Tür. Während des Imbissbetriebs versperren sie den Weg in den Gewölbekeller. Im Fall einer Nutzung der Fläche als Gang trennt sie den Gang von der Gastrofläche.



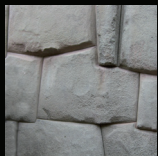
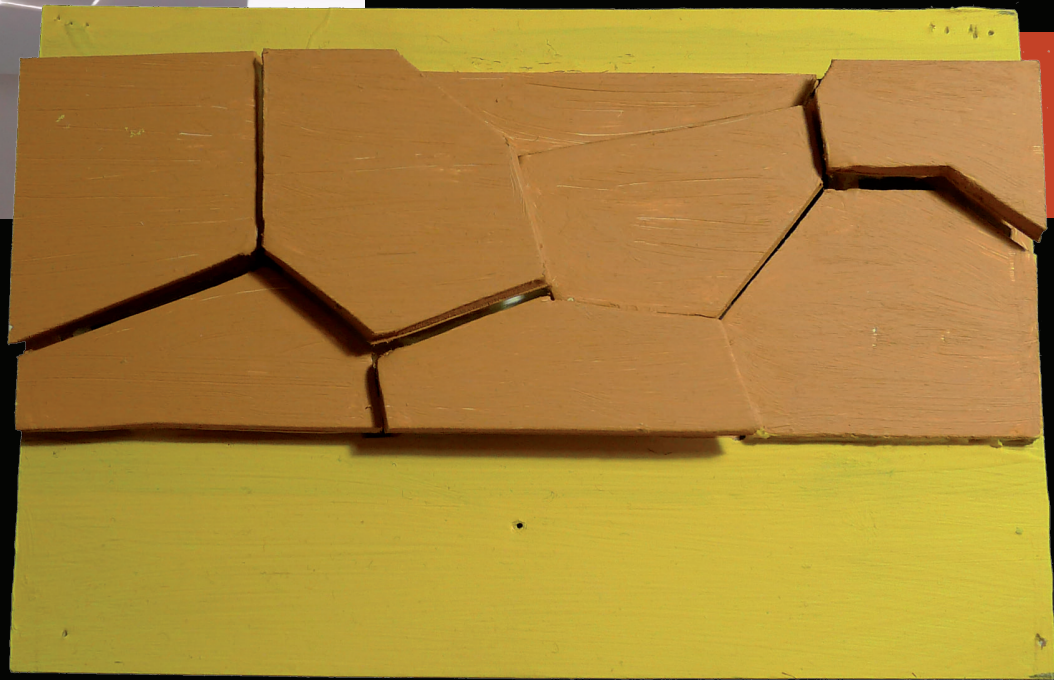
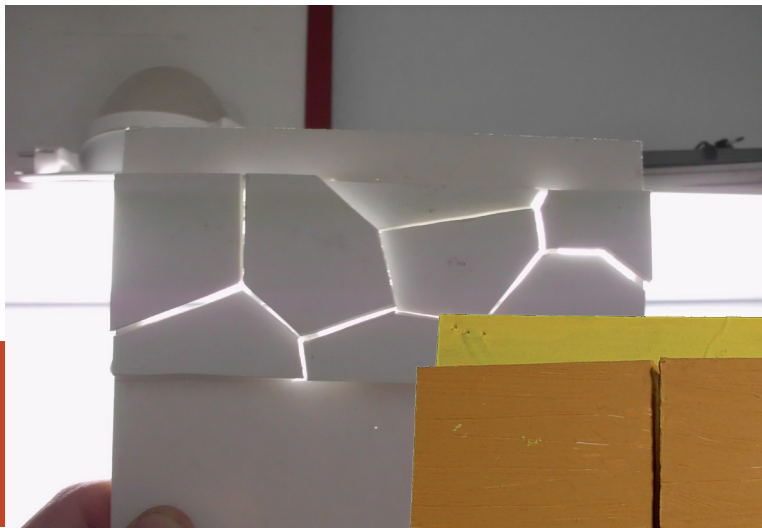
Raumgestaltung



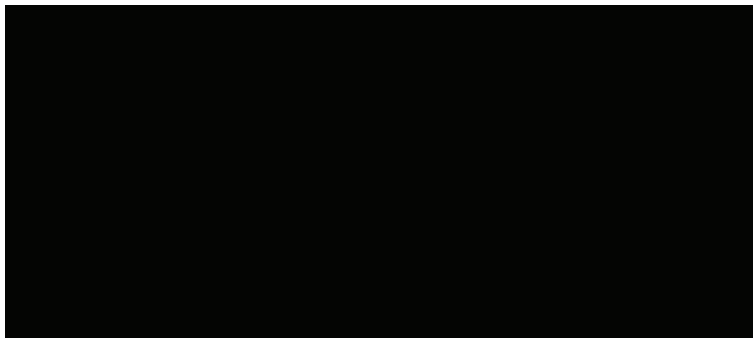




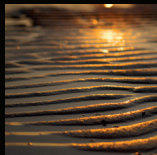
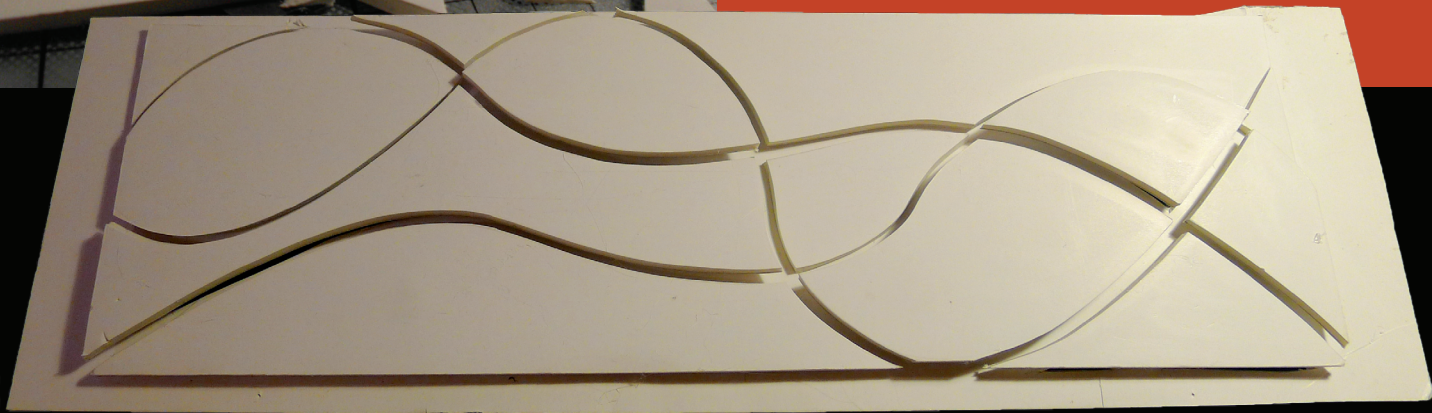
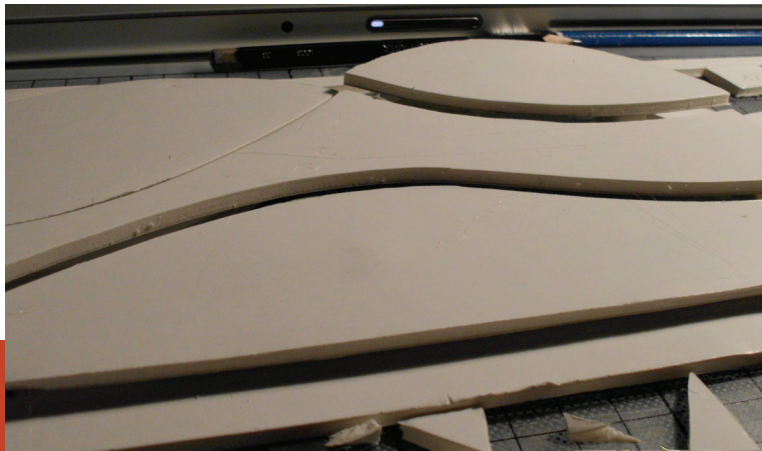




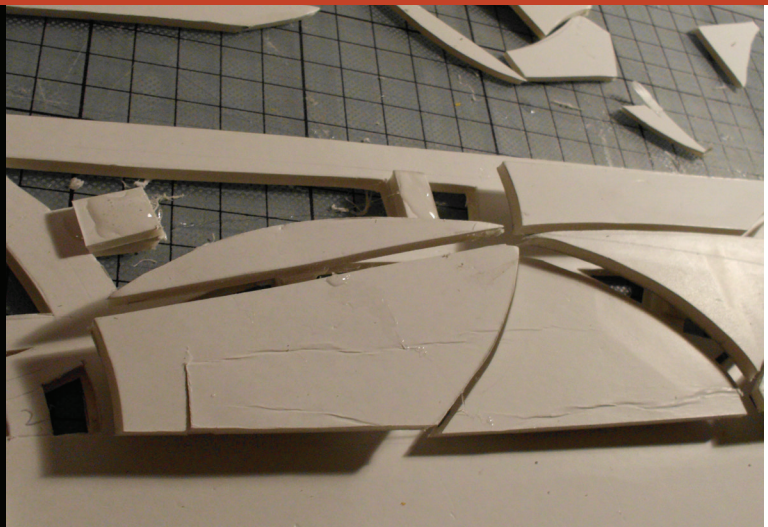
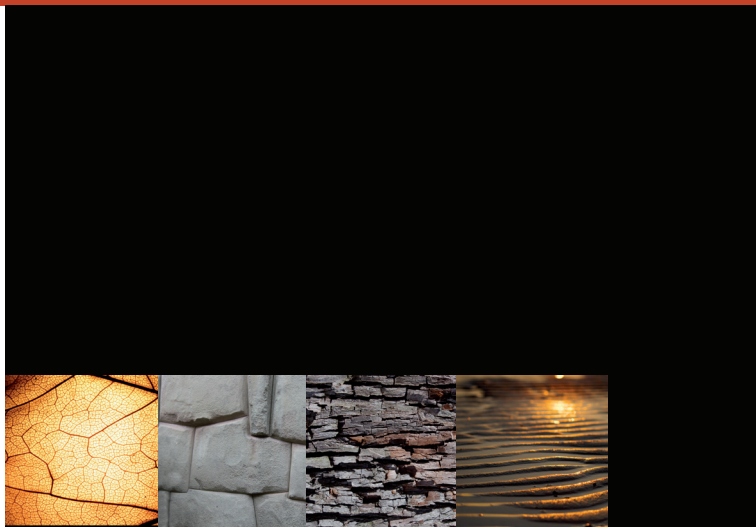
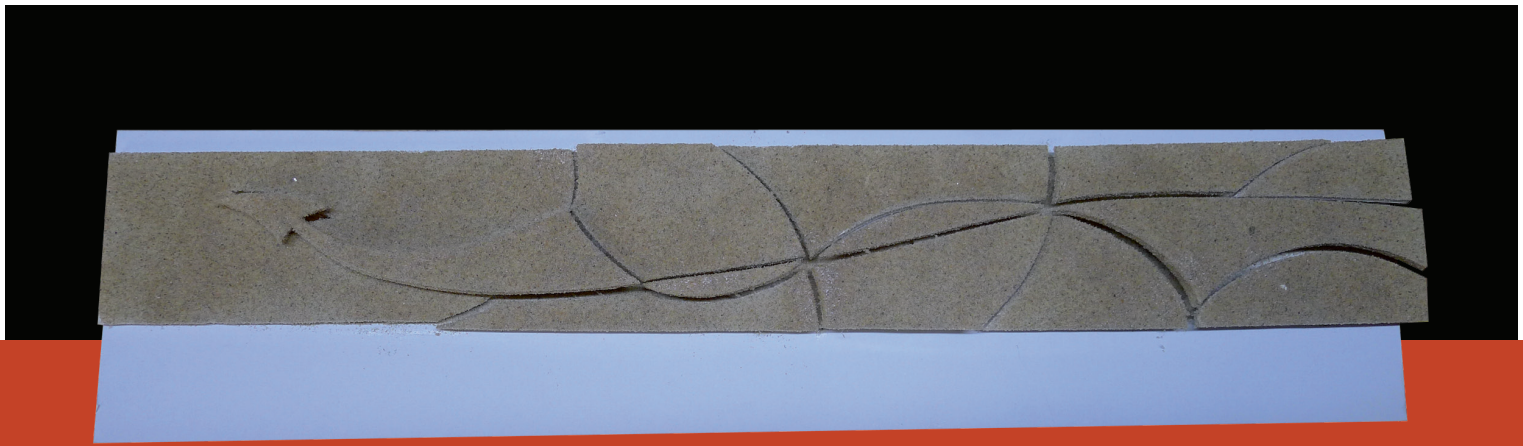














1. Ziel & Zielgruppe

- a) Mittagstisch
- b) Imbiss

2. Gebäudeplanung

- a) Erdgeschoss / Imbiss
- b) 1. Stock / Restaurant

3. Gastronomie

- a) Getränke
- b) Speisen
- c) Straßenverkauf

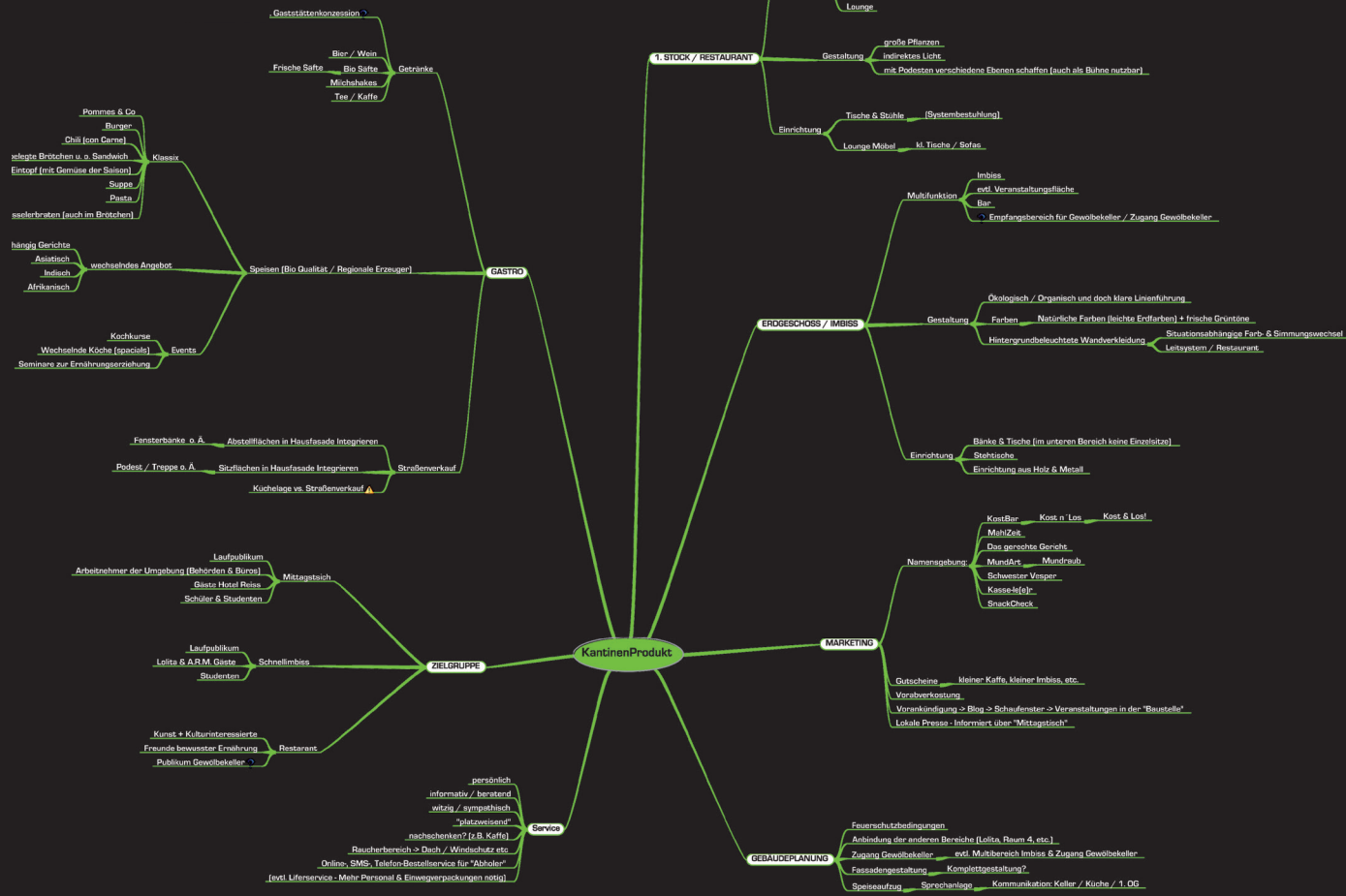
4. Service

5. Marketing

- a) Namensgebung
- b) Bekanntmachung
- c) Kundenbindung

Konzeption

Gedankenkette



1. Ziel und Zielgruppen

Erklärtes Ziel ist es in den Räumlichkeiten des Anwesens Werner-Hilpert Str. 22 einen Gastronomie Betrieb anzusiedeln. Im Erdgeschoss soll ein Imbiss und im 1. Stock ein Restaurant etabliert werden. Die zu entwerfende Gastronomie arbeitet gewinnorientiert und bedient mit ihrem Konzept ein breites aber ausgewähltes Publikum. Um die Chancen am Markt langfristig zu sichern werden verschiedene Alleinstellungsmerkmale erarbeitet.

Die Zielgruppe teilt sich in drei unterschiedliche Gästearten:

Mittagstisch | Schnellimbiss | Restaurant

a) Mittagstisch

Die Gruppe der „Mittagstischler“ setzt sich zusammen aus der hiesigen Bürolandschaft. Angesprochen werden die Mitarbeiter der umliegenden Büros & Behörden. Diese sollen durch attraktive Angebote in ein Stammpublikum übergeführt werden. Denkbar wäre hier ebenfalls ein Frühstücksangebot für diese Gruppe zu schaffen.

Des weiteren zählen zu den Mittagstischlern Gäste des Hotel Reiss, Schüler & Studenten und Laufpublikum.

b) Imbiss

Das Publikum der „Imbissler“ wird in den Abendstunden bedient. Hierzu zählen in erster Linie die Gäste der hauseigenen Veranstaltungsflächen (A.R.M. / Lolita Café / Lolita Bar / Galerie Loyal) sowie des Nachtlebens der Umgebung (Cuba Club usw.). Auch hier findet sich ebenfalls ein Anteil an Laufpublikum wieder.

c) Restaurant

In den Räumlichkeiten des Restaurants wird ein Publikum bedient welches in Richtung der LOHAS-Bewegung (Lifestyle of Health and Sustainability) gehen wird. Dies sind Freunde der bewussten Ernährung, die Kunst und Kultur zu schätzen wissen. Ebenfalls kann es zu einer bewussten Überschneidung mit dem Publikum des „Gewölbekellers“ kommen.

Das Restaurant kann bei Vollbesetzung des Imbisses zur Mittagszeit als zusätzliche Gastfläche angeboten werden.

2. Gebäudeplanung

Die Planung der neuen Bereiche berücksichtigt die bestehenden insofern, dass ein interner Rotationskreislauf gebildet wird. Ziel ist es, dass die Gäste ohne Umweg über die Straße zwischen den angrenzenden Locations pendeln können. Die Umstrukturierung steht im Einklang mit den bestehenden Baustilen - einfach, solide aber charakterstark.

a) Erdgeschoss / Imbiss

Der Imbiss im Erdgeschoss hat mehrere Aufgaben zu bewältigen, somit muss seiner Gestaltung ein besonderes Augenmerk gewidmet werden. Die Aufgaben sind neben der Funktion als Imbiss im folgenden: Potentielle Veranstaltungsfläche, Bar- & Cafébetrieb, Ausstellungsfläche.

Weiter ist es wichtig die Möglichkeit zu schaffen den Raum als Empfangsbereich für den Gewölbekeller nutzen zu können. Durch die flexible Trennung von Zugangsbereich des Keller und Imbissraum kann die Zugangsfläche zum Gewölbekeller an Veranstaltungsfreien Tagen als zusätzliche Gastfläche für den Imbiss genutzt werden. Durch eine Trennung mit Glaselementen wird zusätzlich der Schmale Gang zum Gewölbekeller optisch geweitet.

Ebenso dient der Raum im EG als Zugang zum 1. Stock in dem sich das Restaurant ansiedeln wird. In diesem Spannungsfeld ist es wichtig die Gestaltung einladend, schlicht und flexibel zu halten. So das keine Hemmschwelle im Zugang der oberen Räumlichkeiten bildet.

Die Räumlichkeit wird im Imbissbetrieb mit einfach gestalteten Tischen & Bänken ausgestattet, ebenso wird es einen Stehbereich geben.

Die Wandgestaltung ist geprägt von einer hintergrundbeleuchteten Wandvertäfelung die je nach Stimmungslage (Betriebsart) unterschiedliche Atmosphären erzeugt. Die Wandgestaltung dient neben optischen Reizen & der Beleuchtung ebenso der Akustik. Durch die Schaffung von zusätzlicher Fläche, Höhen und Tiefen wird die Raumakustik verbessert. Die Farbgestaltung besteht aus leichten Erdfarben und einem frischen Grünton. Die vermittelte Stimmung spiegelt ein ökologisch reines Gewissen wieder ;)

b) 1. Stock / Restaurant

Der erste Stock hat ebenfalls mehrere Aufgaben zu bewältigen. Die Fläche soll in erster Linie als Restaurant dienen jedoch auch Veranstaltungsfläche, Lounge & Bar sein.

Systemstühle sind ein wichtiger Ausgangspunkt für diesen Raum. Die Stühle können sowohl im Restaurant als Solo-Bestuhlung stehen als auch bei Veranstaltungen zu Ketten formiert werden. Die Tische sind stapelbar und können unterschiedlich kombiniert werden.

Die Bodenfläche des Restaurants ist teilweise durch Podeste erhöht, so das die Gäste etwas erhöht sitzen. Diese Podeste sind variabel und können bei bedarf als Bühne zusammengestellt werden.

Da nach aktuellem Planungsstand die Seitenwände zum Großteil aus Glas bestehen wird die Raumgestaltung hauptsächlich von der Decke ausgehen. Hier wird sich in ähnlicher Weise die Wandgestaltung des Erdgeschosses wieder finden. Die Räumlichkeiten wirken durch die Offenheit der Wände leicht, in einem Bereich nahe der Theke / Bar finden sich Loungemöbel wieder. Die Räumlichkeit wird mit großen Pflanzen ausgestattet so das man das Gefühl hat in der Natur zu sitzen.

3. Gastronomie

Getränke

Das Getränkeangebot orientiert sich am Gesamtkonzept und bietet hochwertige Bio-Getränke zur Auswahl. Zum Ausschank kommen diverse Kaffekreationen, Tee´s, Biosäfte, frisch gepresste Säfte sowie qualitativ hochwertige Biere und Weine.

Speisen

Das Speiseangebot ist bestimmt vom Grundgedanken der Nachhaltigkeit. Genutzt werden Produkte der Region, selbstverständlich sind alle Lebensmittel Bio-Zertifiziert (mind. nach EG-Öko-Verordnung). Empfehlenswert ist bei Importware zusätzlich auf sogenannte „Fair Trade“ Erzeugnisse zurückzugreifen.

Die Speisekarte setzt sich aus einfachen aber qualitativ & ernährungstechnisch hochwertigen (regional geprägten) Speisen zusammen. Daraus leiten sich diverse Imbiss-Klassiker ab, die einen festen Grundstock im Angebot bilden.

Denkbar sind Gerichte wie:

Klassiker:

Pommes & Co | Curry Wurst | Burger & Co | Belegte Brötchen & Sandwich | Chili & Co | Pasta | Salate | u.a.

Wechselnde Angebote:

Suppen der Saison (im täglichen o. wöchentlichen Wechsel) | Eintopf (mit Gemüse der Saison)

Specials:

in Form von Themenwochen

- | | |
|--|--|
| a) Gemüse bezogen (z.B. Kürbiswochen, etc.) | b) Länderspezifisch (z.B. asiatisch, polnisch, etc.) |
| c) Externer Koch (auch gut als Urlaubs & Krankheitsvertretung ;) | d) Kochkurse |
| e) Angebote zur Ernährungsberatung | |

Straßenverkauf:

Aufgrund der fest verankerten Lage der Küche gestaltet sich ein Straßenverkauf schwierig. Bedingt durch die Wegstrecke von Küche / Theke zur Straßenseite müsste eine zusätzliche Servicekraft eingeplant werden. Falls der Straßenverkauf gewünscht ist, muss dieser Bereich gesondert geplant werden. Momentan findet dieser Punkt keine Berücksichtigung.

4. Service

Der Service am Gast ist geprägt von persönlichem Auftreten und dem direkten Kontakt zum Gast auf eine witzige und sympathische Art und Weise. Das Servicepersonal transportiert so bereits auf der Tonspur die Eckwerte des gelebten Konzeptes. Die Gäste sollen informiert und beraten werden und bei Entscheidungsfragen unterstützt werden. Über diese Art der „Beratung“ lassen sich Speisen und Getränke (Specials & Angebote) gezielt abverkaufen.

Den Gästen wird bei Eintritt unaufdringlich ein Platz angeboten, dadurch lässt sich eine maximale Platzausschöpfung der begrenzten Sitzmöglichkeiten im Untergeschoss erreichen. Als positiven Nebeneffekt hat man gemischte Gruppen und es entsteht Kommunikation - der Imbiss beginnt zu leben.

Ein weiteres Feld des Services besteht in der Bereitstellung von „Goodies“.

Dies können folgende kostenlose Angebote sein:

- ausliegende Zeitungen / Zeitschriften
- kostenloser Internetzugang via WLAN
- Eigener Nachrichtenservice

Es gibt einen Bestellservice für Abholer (Stufe zwei wäre zusätzlich einen Lieferservice anzubieten). Die Bestellungen werden in allen gängigen Kommunikationsmedien entgegengenommen: Telefon, SMS, E-Mail, Bestellformular auf der Homepage, etc. Wünschenswert wäre ebenfalls eine App für Smartphones.

5. Marketing

a) Namensgebung

Die Namensgebung nimmt direkten Bezug auf die thematischen Inhalte des Imbisses & des Restaurants - kurz, einprägsam und aussagekräftig. Er sollte positive Assoziationen auslösen.

Einige Ideen sind:

MundArt KostBar das Gericht Schwester Vesper

Weitere Namensideen finden sich in der MindMap wieder:

b) Bekanntmachung

Die Information der Öffentlichkeit findet in verschiedenen Medien statt. Zum Einen werden die hauseigenen Medien genutzt um das bestehende Publikum zu informieren (Newsletter, Homepage, Flyer) und externe Medien wie die lokale Presse sowie Radio / Fernsehsender werden miteingebunden.

Hauseigene Gäste werden mit Vergünstigungen (Gutscheinen), die sie beim Zahlen des Eintritt für andere Bereiche bekommen, gelockt. Dies bildet ein niedrigschwelliges Angebot und wird von vielen Gästen angenommen. Die umliegenden Büros & Behörden werden ebenfalls mit Speisekarten und Gutscheinen zu einem Erstbesuch eingeladen.

Die Fassade des Ladens kann in der Eröffnungsphase ebenfalls mit einem temporär eingerichteten Blickfang ausgestattet werden.

c) Kundenbindung

Die Kundenbindung kann mittels „Bonuskarten“ unterstützt werden. Ebenfalls wäre es möglich Wochen-, Monats- oder Jahresabos für z.B. Frühstück, Kaffee & Kuchen oder den Mittagstisch anzubieten. Dies könnte sich auch als nette Geschenkidee etablieren. Eine weitere Art der Kundenbindung ist das facettenreiche Angebot - im stetigen aber überschaubaren Wechsel wird den Stammgästen der Besuch schmackhaft bleiben und ihn über Jahre an den Laden binden.

Logoentwurf - Versuchskantintchen



Fünf Fragen die Dein Leben verändern können...

1. Wie empfindest du das „Essensangebot“ rund um den Kulturbahnhof?

☐ völlig ausreichend ☐ ausbaufähig ☐ alles ungenießbar

2. Was ist dein Lieblings Mitternachtsimbiss?

3. Auf was legst du Wert wenn du dir ein Essen bestellst?

(mehrere Antworten sind möglich)

☐ gesunde Ernährung
☐ schneller Erhalt
☐ gute Verpackung

☐ große Portionen
☐ Möglichkeit vor Ort zu speisen
☐ möglichst billig

☐ guter Service
☐ _____

4. Wie findest du das heutige Angebot im Hinblick auf...

(Antwort bitte auf die Rückseite schreiben)

a) Geschmack b) Gesundheit c) Vielfalt

5. Sagen wir du hast einen Wunsch frei, was sollte deiner Meinung nach hier zukünftig geschehen?

(Antwort bitte auf die Rückseite schreiben)

...vielen Dank für deine Mithilfe!



Gästabefragung - Versuchskantinchen

Fünf Fragen die Dein Leben verändern können...

1. Was fehlt dir im Gebiet rund um den Kulturbahnhof am meisten?

☐ mehr Partys ☐ vernünftiges Essen ☐ Kaffee & Kuchen

2. Was ist dein Lieblings Mitternachtsimbiss?

3. Auf was legst du Wert in Bezug auf deine Essenswahl?

(bitte max. 3 Antworten)

☐ vegetarische Küche
☐ vegane Küche
☐ leckerere Fleischgerichte

☐ alles in Bio-Qualität
☐ Sitzplätze
☐ Stehplätze

☐ mitnahme
☐ Möglichkeit
☐ _____

4. Wie findest du die heutigen Speisen im Hinblick auf...

(verteile Schulnoten 1 = sehr gut bis 6 = schlecht)

a) Geschmack b) Gesundheit c) Vielfalt

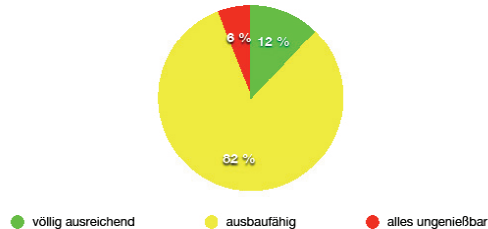
5. Sagen wir du hast einen Wunsch frei, was sollte deiner Meinung nach hier zukünftig geschehen?

(Antwort bitte auf die Rückseite schreiben)

...vielen Dank für deine Mithilfe!

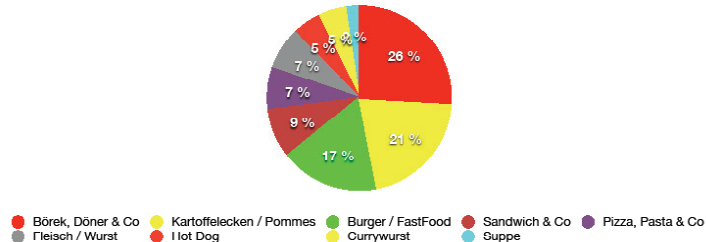


1. Wie empfindest du das „Essensangebot“ rund um den Kulturbahnhof?



Das aktuelle Angebot rund um den Kulturbahnhof wird als zu gering eingeschätzt, 82% der Befragten wünschen sich eine Veränderung hinsichtlich des Speiseangebots.

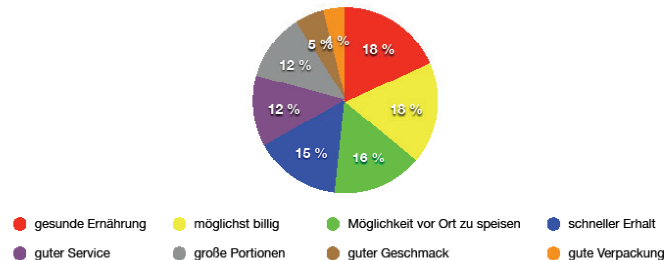
2. Was ist dein Lieblings Mitternachtsimbiss?



Zum Thema „Lieblingssnack zu später Stunde“ ausserten 26% der Befragten ihre Vorliebe für die türkische Imbisskultur, Kartoffeln & Co nehmen den zweiten Platz ein dicht gefolgt von den Angeboten der bekannten FastFood-Ketten.

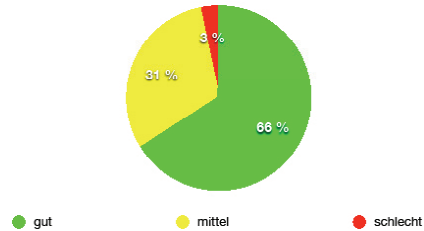
Evaluation der Gästebefragung #01

3. Auf was legst du Wert wenn du dir ein Essen bestellst?



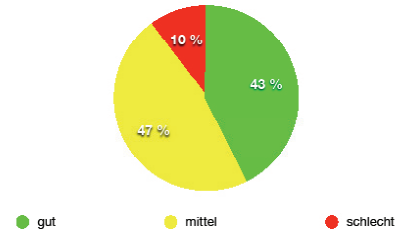
Bei dieser Frage kamen teils widersprüchliche Aussagen ans Tageslicht.
Ein Interpretationsversuch: Die Befragten wünschen sich ein günstiges gesundes Essen, das schnell und freundlich serviert wird und an Ort und Stelle verspeist werden kann.

Wie findest du das heutige Angebot im Hinblick auf den Geschmack?



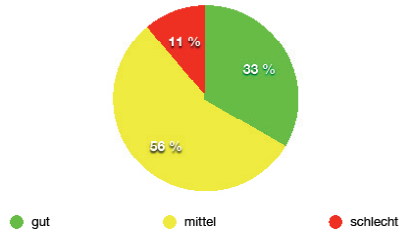
Die Mehrzahl der Befragten bewerteten die angebotenen Speisen mit „LECKER“.

Wie findest du das heutige Angebot im Hinblick auf die Gesundheit?



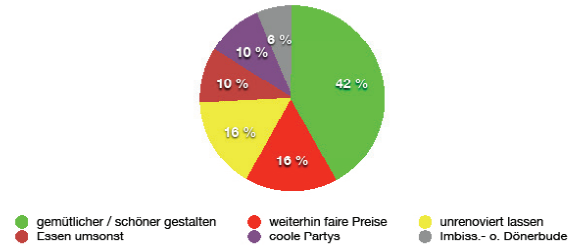
Der Gesundheitsaspekt der angebotenen Speisen wurde von den Befragten mit einem Mittelmäßig eingestuft. Es lässt sich aber ebenfalls zwischen den Zeilen lesen, dass dies für einen Imbiss als völlig ausreichend empfunden wird.

Wie findest du das heutige Angebot im Hinblick auf die Vielfalt?

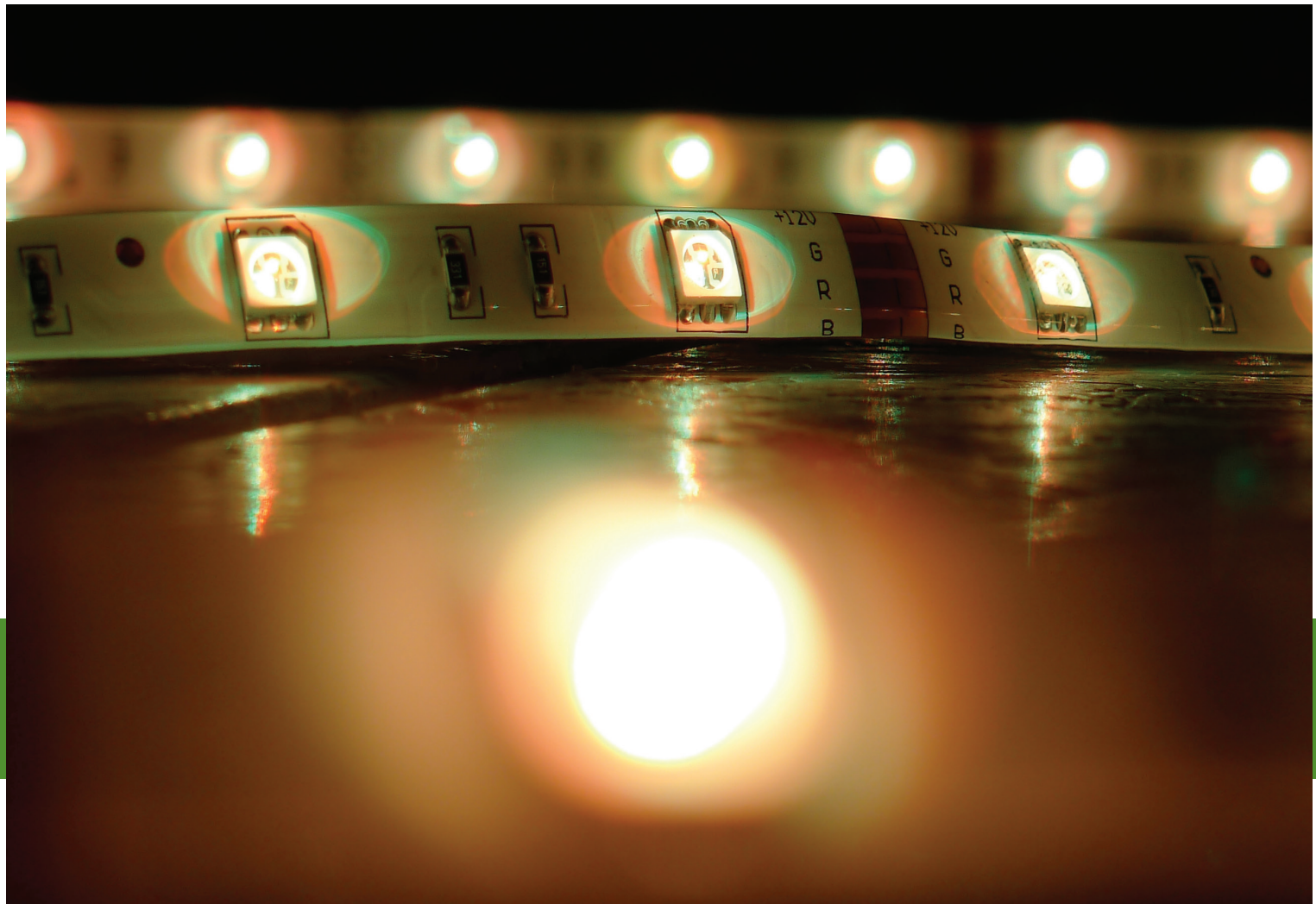


hier lässt sich feststellen, dass nur diejenigen, die verstanden hatten, dass es sich um „das Kartoffelexperiment“ handelt, die Vielfalt der Angebote mit „gut“ bewerteten. Alle anderen fanden die Angebotsvielfalt eher mittelmäßig.

5. Sagen wir du hast einen Wunsch frei, was sollte deiner Meinung nach hier zukünftig geschehen?



Aus dieser Fragestellung lässt sich ablesen, dass sich die Räumlichkeiten noch mehr in Richtung „Gemütlichkeit“ entwickeln sollten. Ebenfalls wurde zahlreich der Wunsch geäußert, dass die angebotenen Speisen günstig bleiben sollten.

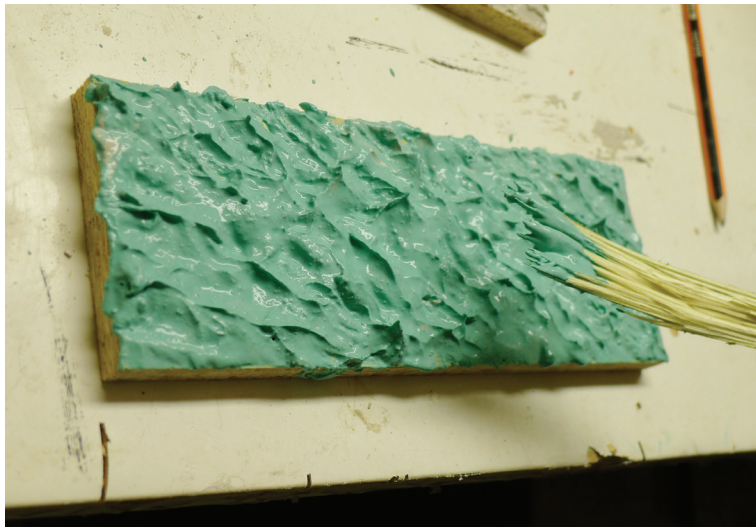


Die von hinten beleuchtete Wandvertäfelung kann in Lichtfarbe und Lichtintensität frei reguliert werden. Dies ermöglicht es, unterschiedliche Atmosphären zu schaffen und das Licht auf die Stimmungen der Gäste und der Situation anzupassen.

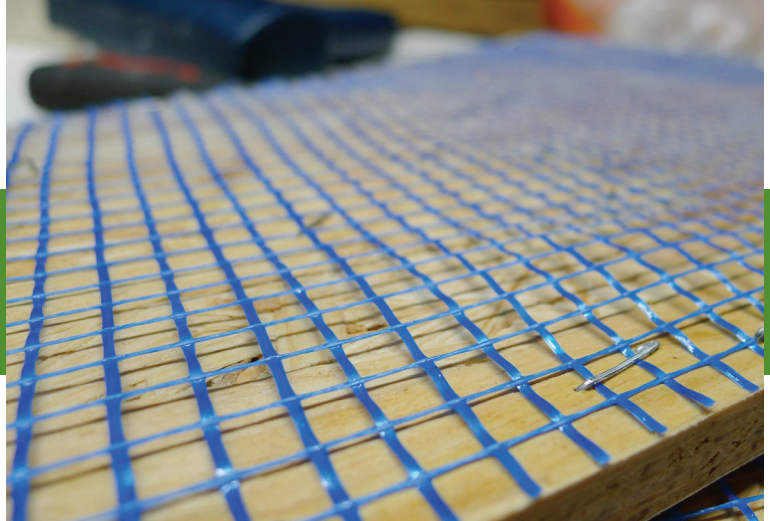
So könnte zur Frühstückszeit ein warmes hellgelbes Licht den Raum durchfluten, zu früher Abendstunde sanfte Rottöne den Raum gemütlich machen und in der Nacht ein dezentes blau frischen Wind in die Segel der Partygäste bringen. Die Farben und die Intensität der Lichtquelle bieten somit für jeden Anlass das richtige Licht und beeinflussen auch die Atmosphäre.

Das richtige Licht... ...zur richtigen Zeit

Die Wandgestaltung dient neben der Beleuchtung auch der Akustik des Raumes. Durch die gezielte Schaffung von zusätzlichen Flächen wird die Raumakustik deutlich verbessert. Dies geschieht zum einen durch raue Oberflächen der Wandelemente, und zum anderen durch den Schichtaufbau der einzelnen Segmente in höhere und tiefere Lagen. Dadurch werden Schallwellen gebrochen und unerwünschte Rückkopplungen (Echo) vermieden.



Funktionsmodell | Mock-up

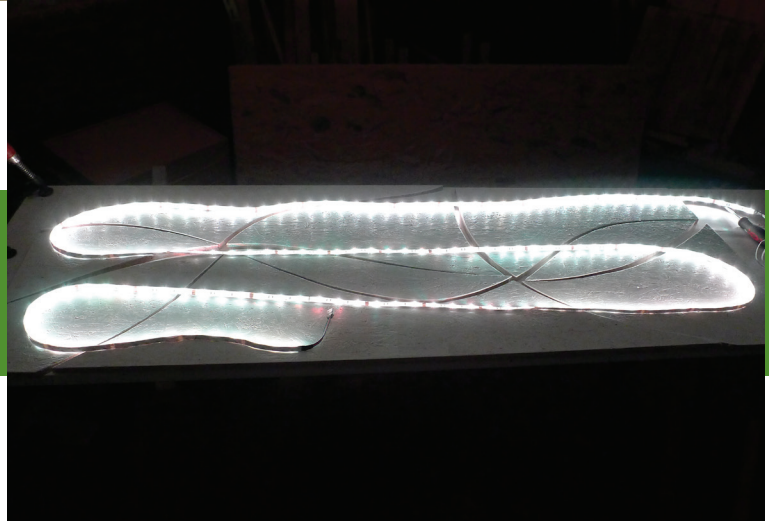








Die LED-Technologie ermöglicht mit der Darstellung des RGB-Farbraumes eine freie Gestaltung der Farbwiedergabe. Durch die entsprechende Mischung von rotem, grünem & blauem Licht kann so gut wie jede Farbe nach Wunsch wiedergegeben werden. Eine Programmierung von Lichtabläufen ist ebenso möglich wie das Dimmen der LED's.









Angleich des Modells und des Raumkonzeptes auf die aktuelle „Ist-Situation“ der Räumlichkeiten mit dem Grundgedanken:

Gestalten ohne Umbau

Gestaltungskonzept der Räumlichkeiten vom Fußboden bis zur Decke:

- Sitzmöbel, Tische
- Theke
- Fußboden
- Farbgebung
- Wandgestaltung
- Beleuchtung
- Abtrennung der Küche

Modellbau 2. Phase













In Zusammenarbeit mit Ralph Raabe

Betreut von Prof. Oliver Vogt & Tanja Seiner

Semesterprojekt | Kunsthochschule Kassel | Produkt Design | 18.10.2010 bis 18.02.2011

