



Gina Schöler

Projekte

|

Vita

Kontakt

Hallo,

mein Name ist Gina Schöler und ich bin freiberufliche Kommunikationsdesignerin aus Mannheim.

Letztes Jahr habe ich meinen Bachelor of Arts im Fach Kommunikationsdesign an der Hochschule Mannheim absolviert. Meine Abschlussarbeit mit dem Titel „Auf der Suche nach Max Mustermann – Die Visualisierung des deutschen Durchschnitts“ hat Prof. Veruschka Götz betreut.

Während meines Bachelorstudiums habe ich mich besonders mit Typografie und Corporate Design beschäftigt und es macht mir sehr viel Spaß in diesen Gebieten auch außerhalb des Studiums zu arbeiten und Projekte zu realisieren.

Bereits 2003 fiel meine Entscheidung im Bereich Grafik Design tätig sein zu wollen und ich habe seitdem einige Praktika absolviert, um die Branche näher kennenzulernen und praktische Erfahrungen zu sammeln.

Durch meine 3-jährige Ausbildung (2004-2007) an der Akademie für Kommunikation Mannheim zur staatlich geprüften Grafik Designerin wurde mir klar, dass ich definitiv in diesem Berufsfeld arbeiten möchte und ich habe mich dazu entschlossen, das Bachelorstudium Kommunikationsdesign (2008-2011) an der Hochschule Mannheim aufzunehmen.

Das 7-semestrige Studium war geprägt von sehr interessanten Gestaltungs- und Kernmodulfächern wie Navigationsdesign, Typografie/Editorial Design, Werbefotografie, Corporate Design, Werbliches Design, Screendesign oder Illustration. Ich war zwei Semester als Fachschaftsmitglied und als studentische Hilfskraft von Prof. Axel Kolaschnik tätig und auch im Praxissemester, welches ich in Barcelona verbracht habe, habe ich sehr viel gelernt und viele nützliche Erfahrungen sammeln können.

Seit dem Sommersemester 2012 studiere ich nun im 3-semestrigen Masterstudium Kommunikationsdesign an der Hochschule Mannheim, meine Schwerpunkte hier sind Transmediale Kommunikation, Markenmanagement und Corporate Identity.

Nun gehe ich meinen grafischen Weg schon eine ganze Weile und immer wieder lerne ich neue und interessante Leute kennen und erkenne spannende Projekte, Möglichkeiten und Perspektiven, welche ich nun gerne ausbauen möchte. Die Zeit während meines Masterstudiums möchte ich abwechslungsreich und kreativ gestalten und arbeite deshalb als freiberufliche Kommunikationsdesignerin in und um Mannheim.

Wenn auch Sie an einer Zusammenarbeit mit mir interessiert sind oder Fragen haben, können Sie sich gerne jederzeit bei mir melden – ich freue mich!

Viele Grüße, Gina Schöler



Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

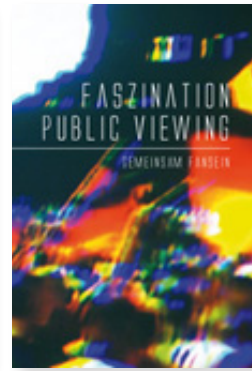
Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Bachelorarbeit „Auf der Suche nach Max Mustermann – Die Visualisierung des deutschen Durchschnitts“

[online anschauen: Buch | Konzept | Design made in Germany]

>> 1. Preis beim IN GRAPHICS Fresh Infographic Award 2012

>> Artikel in der Novum 10/12





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

1. Preis beim IN GRAPHICS Fresh Infographic Award 2012

2. JULI 2012

IN GRAPHICS - Fresh Infographics Award - And the winner is...



Das Magazin IN GRAPHICS ist stolz, die ersten Gewinner unseres Nachwuchswettbewerbes »Fresh Infographics Award« (fia) bekannt geben zu können. Ziel des Wettbewerbs ist es, Schülern und Studenten die Gelegenheit zu geben, Infografiken zu einem Thema ihrer Wahl zu gestalten und Ihnen damit eine Chance zu geben, sich national und international zu präsentieren. Das IN GRAPHICS-Team wählte aus einer Vielzahl von hochkarätigen Einsendungen

nicht nur drei, sondern sogar vier Gewinner aus. // IN GRAPHICS is proud to announce the first winners of our new junior competition »Fresh Infographics Award« (fia). The aim of the competition is to give students the opportunity to create information graphics on a topic of their choice and to represent themselves to the world of infographics. The IN GRAPHICS-team have chosen from a variety of high-caliber submissions and have selected not only three, but four winners.



Platz I geht an die Arbeit »Fingernagelwachstum je Monat // fingernail growth per month«

von Gina Schöler, Mannheim, Germany, www.ginaschoeler.de (Hochschule Mannheim, Fakultät für Gestaltung, »Auf der Suche nach Max Mustermann – Die Visualisierung des deutschen Durchschnitts« Bachelorthesis 2011).

Die Arbeit ist Teil einer ganzen Reihe von wunderschönen einfachen Grafiken und hat uns in ihrer durchstechenden Klarheit überzeugt. Dazu gehört eben auch viel Mut, den wir MIT dieser Ehrung gerne belohnen.



Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

—
Fingernagelwachstum pro Monat

1st

GINA SCHÖLER »fingernail growth per month«

Mannheim, Germany • mail@ginaschoeler.de



Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Erschienen in der Novum – World of Graphic Design 10/12



novum plus Classic Commissions

MAX MUSTERMANN – DER GEMEINE DEUTSCHE

Auch wer eines von Hunderttausend Sonnenuntergangsbildern im Baumarkt kauft, möchte damit seinen ganz eigenen Geschmack ausdrücken. Individualität ist uns extrem wichtig und doch sind wir alle nur Teil des Durchschnitts. Gina Schöler wollte wissen, was deutsch sein bedeutet und stieß bei ihrer Recherche auf Max Mustermann, die Verkörperung des deutschen Durchschnitts.



Während eines Auslandspraktikums begegnete Gina Schöler nicht nur vielen Dingen, die ihr selbst fremd waren, sie wurde von Freunden und Kollegen auch immer wieder gefragt, wie die Deutschen so seien und was sie ausmache. Doch was ist typisch deutsch? Für einen Deutschen ist diese Frage nicht leicht zu beantworten. Als Kommunikationsdesigner sollte man jedoch wissen, für was man gesteht. Die Zielgruppe zu kennen, ist sozusagen das A und O und so widmete Gina Schöler ihre Bachelorarbeit an der Hochschule Mannheim der Visualisierung des deutschen Durchschnitts. Max Mustermann, Hinz und Kunz und Otto Normalverbraucher – es gibt viele Namen für die, die exemplarisch für uns alle stehen. Und es gibt auch eine offizielle deutsche Durchschnittsgemeinde, es ist Hallober in Rheinland-Pfalz. Dort hat die Gesellschaft für Konsumforschung 3000 Haushalte in ein ausgeglichenes Testsystem eingeschlossen und ermittelt so, was der Normalbürger bevorzugt. Die Hallober können in ihren Supermärkten Testprodukte kaufen, die wie im richtigen Leben von Regalene und TV-Spots beworben werden. Finden sie bei den Durchschnittsbürgern

keinen Anklang, kommen die Produkte in Restdeutschland erst gar nicht in die Regale. Bei ihrer Recherche stieß Gina Schöler auf Unmengen reizvoller Informationen, Zahlen und Fakten und die Qual bestand darin, die wichtigsten und interessantesten Daten zu bestimmen. Dann ordnete die Gestalterin die Inhalte thematisch und fertigte zahlreiche Infografiken an. Schöler beschränkte sich dabei auf die Farben Schwarz und Weiß und entschied sich für eine klare Anmutung: sich habe bewacht mit viel Freiraum gearbeitet, sagt sie, um den Blick des Betrachters auf das Wesentliche zu lenken. In puncto Typografie fiel die Wahl fast schon zwangsläufig auf die DN, die Schrift der Deutschen Institute für Normung, die herrschende Anstalts- und Straßenschilder ziert, und auch beim Fotografieren blieb Schöler bei Weißwurz – alle Bilder entstanden mit einer Wigoerlfamera. Keiner möchte durchschnittlich sein und doch sind wir es statistisch gesehen alle. Gina Schölers Suche nach Max Mustermann zeigt aber, daß die Beschäftigung mit dem Durchschnitt durchaus ihre Reize haben kann. ©

MAX MUSTERMANN – THE GERMAN IN THE STREET

Even someone who purchases one of a hundred thousand sunset pictures at the DIY store is trying to express his unique personal taste. Individuality is extremely important to us and yet we are all just part of the average. Gina Schöler wanted to know what being German means and came, in her researches, across Max Mustermann, the embodiment of the German average man in the street.



During an internship abroad, Gina Schöler not only encountered many things that were foreign to her, she was asked repeatedly by friends and colleagues what Germans are like and what distinguishes them from everyone else. So what is typically German? For a German that question is not easy to answer. As a communication designer, however, you need to know who you are designing for, after all. Knowing one's target group is, so to speak, the alpha and the omega, and so Gina Schöler devoted her bachelor thesis at the University of Mannheim to the depiction of the German average. Max Mustermann, Hinz and Kunz (the German version of Tom, Dick and Harry) and Otto Normalverbraucher – there are many names for them, and they stand for every one of us. There is even an official average German community – Hallober in the Rheinland-Palatinate. There the German consumer research association has signed up 3000 households in a sophisticated test system and so identifies the preferences of the standard citizen. The people of Hallober can purchase test products in their supermarkets which are advertised, as in normal life, by posters and TV com-

mercials. If they do not appeal to these average citizens, then the products simply do not reach the shelves in the rest of Germany. In her researches, Gina Schöler came across a mass of delightful information, figures and facts, and agonised over how to pick out the most important and most interesting data. Then the designer ordered the content by theme and produced a number of infographics. In so doing, Schöler limited herself to the colours black and white and decided for a clear look and feel: it deliberately worked with a lot of open space she said, so order to be able to guide the eyes of the observer to the essential. In terms of typography, the choice was almost inevitably DIN font, the lettering style of the Deutsches Institut für Normung (the German standardisation body), which in Germany adorns motorway and road signs. In her photography, Schöler stuck with the tried and trusted – all images were created using a disposable camera. Nobody wants to be average, and, yet, statistically, we all are. Gina Schöler's search for Max Mustermann shows, however, that a preoccupation with the average can have its joys. © www.ginaschoeler.de | <http://issuu.com/ginaschoeler/albums/maxmustermann> | www.novum.de



Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

novum plus Classic Commissions

MAX MUSTERMANN – DER GEMEINE DEUTSCHE

Auch wer eines von hunderttausend Sonnenuntergangsbildern im Baumarkt kauft, möchte damit seinen ganz eigenen Geschmack ausdrücken. Individualität ist uns extrem wichtig und doch sind wir alle nur Teil des Durchschnitts. Gina Schöler wollte wissen, was deutsch sein bedeutet und stieß bei ihrer Recherche auf Max Mustermann, die Verkörperung des deutschen Durchschnitts.



Während eines Auslandspraktikums begegnete Gina Schöler nicht nur vielen Dingen, die ihr selbst fremd waren, sie wurde von Freunden und Kollegen auch immer wieder gefragt, wie die Deutschen so seien und was sie ausmache. Doch was ist typisch deutsch? Für einen Deutschen ist diese Frage nicht leicht zu beantworten. Als Kommunikationsdesigner sollte man jedoch wissen, für wen man gestaltet. Die Zielgruppe zu kennen, ist sozusagen das A und O und so widmete Gina Schöler ihre Bachelorarbeit an der Hochschule Mannheim der Visualisierung des deutschen Durchschnitts. Max Mustermann, Hinz und Kunz und Otto Normalverbraucher – es gibt viele Namen für die, die exemplarisch für uns alle stehen. Und es gibt auch eine offizielle deutsche Durchschnittsgemeinde, es ist Haßloch in Rheinland-Pfalz. Dort hat die Gesellschaft für Konsumforschung 3000 Haushalte an ein ausgeklügeltes Testsystem angeschlossen und ermittelt so, was der Normalbürger bevorzugt. Die Haßlocher können in ihren Supermärkten Testprodukte kaufen, die wie im richtigen Leben von Reklame und TV-Spots beworben werden. Finden sie bei den »Durchschnittsbürgern

keinen Anklang, kommen die Produkte in Restdeutschland erst gar nicht in die Regale.

Bei ihrer Recherche stieß Gina Schöler auf Unmengen reizvoller Informationen, Zahlen und Fakten und die Qual bestand darin, die wichtigsten oder interessantesten Daten zu bestimmen. Dann ordnete die Gestalterin die Inhalte thematisch und fertigte zahlreiche Infografiken an. Schöler beschränkte sich dabei auf die Farben Schwarz und Weiß und entschied sich für eine klare Anmutung. »Ich habe bewußt mit viel Freiraum gearbeitet«, sagt sie, »um den Blick des Betrachters auf das Wesentliche zu lenken«. In puncto Typografie fiel die Wahl fast schon zwangsläufig auf die DIN, die Schrift des Deutschen Instituts für Normung, die hierzulande Autobahn- und Straßenschilder ziert, und auch beim Fotografieren blieb Schöler bei Bewährtem – alle Bilder entstanden mit einer Wegwerfkamera.

Keiner möchte durchschnittlich sein und doch sind wir es statistisch gesehen alle. Gina Schölers Suche nach Max Mustermann zeigt aber, daß die Beschäftigung mit dem Durchschnitt durchaus ihre Reize haben kann. www.ginaschoeler.de

MAX MUSTERMANN – THE GERMAN IN THE STREET

Even someone who purchases one of a hundred thousand sunset pictures at the DIY store is trying to express his unique personal taste. Individuality is extremely important to us and yet we are all just part of the average. Gina Schöler wanted to know what being German means and came, in her researches, across Max Mustermann, the embodiment of the German average man in the street.



During an internship abroad, Gina Schöler not only encountered many things that were foreign to her, she was asked repeatedly by friends and colleagues what Germans are like and what distinguishes them from everyone else. So what is typically German? For a German that question is not easy to answer. As a communication designer, however, you need to know who you are designing for, after all. Knowing one's target group is, so to speak, the alpha and the omega, and so Gina Schöler devoted her bachelor thesis at the University of Mannheim to the depiction of the German average.

Max Mustermann, Hinz und Kunz (the German version of Tom, Dick and Harry) and Otto Normalverbraucher – there are many names for them, and they stand for every one of us. There is even an official average German community – Haßloch in the Rheinland-Palatinate. There the German consumer research association has signed up 3000 households to a sophisticated test system and so identifies the preferences of the standard citizen. The people of Haßloch can purchase test products in their supermarkets which are advertised, as in normal life, by posters and TV com-

mercials. If they do not appeal to these »average citizens«, then the products simply do not reach the shelves in the rest of Germany.

In her researches, Gina Schöler came across a mass of delightful information, figures and facts, and agonised over how to pick out the most important or most interesting data. Then the designer ordered the contents by theme and produced a number of infographics. In so doing, Schöler limited herself to the colours black and white and decided for a clear look and feel. »I deliberately worked with a lot of open space,« she said, »in order to be able to guide the eyes of the observer to the essential.« In terms of typography, the choice was almost inevitably DIN font, the lettering style of the Deutsches Institut für Normung (the German standardisation body), which in Germany adorns motorway and road signs. In her photography, too, Schöler stuck with the tried and trusted – all images were created using a disposable camera. Nobody wants to be average, and, yet, statistically, we all are. Gina Schöler's search for Max Mustermann shows, however, that a preoccupation with the average can have its joys. www.ginaschoeler.de | http://issuu.com/ginaschoeler/docs/maxmustermann_issuu

„“

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Gestaltung eines Flyers für die selbstgestaltete Schrift „Blindtext“





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

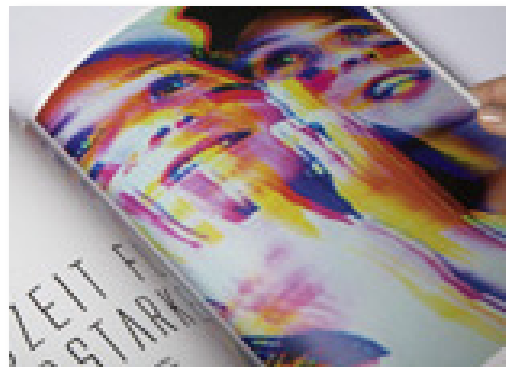
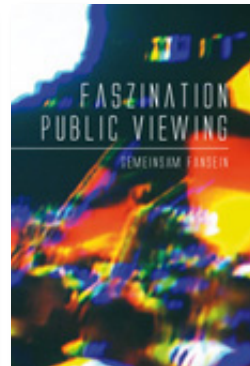
Film

Illustration

Vita

Kontakt

Magazin zum Thema Public Viewing





Gina Schöler

- Projekte
- Typografie
- Corporate Design
- Fotografie
- Film
- Illustration
- Vita
- Kontakt

Informationsdesign
Broschüre: Todesursachen in Mannheim 2003–2007





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

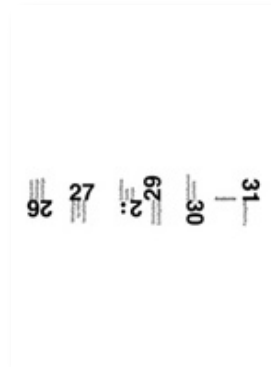
Illustration

Vita

Kontakt

Typografische Innereien
Broschüre zum Thema Punzen

[online anschauen]



„“

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Plakate
für die Schriften „Helvetica“ und „Rockwell“





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Typografische Experimente
zu den Themen „elegant“, „dynamisch“, „streng“ und „unleserlich“



“

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

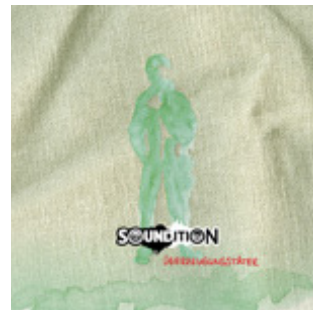
Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt



„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

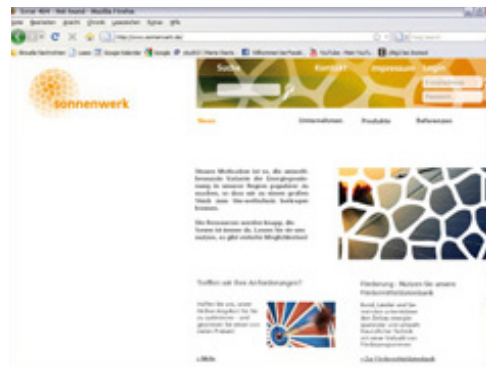
Film

Illustration

Vita

Kontakt

Entwicklung eines Corporate Designs für ein Solarunternehmen „sonnenwerk“
Juliane Gutschmidt, Denise Gahn, Gina Schöler





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Entwicklung eines Corporate Designs für eine Naturkosmetikreihe „terre vivante“



„“

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Logogestaltung für einen DJ „Vicaruss“



VICARUS



Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Entwicklung eines Corporate Designs für einen selbständigen Versicherungsmakler





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Corporate Design für das neue Album „Überzeugungstäter“ der Band Soundition

[online anschauen: Booklet]



„“

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Entwicklung eines Corporate Designs für eine Wanderorganisation „einfach gehen“





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Entwicklung eines Corporate Designs für einen selbständigen Fotografen





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Logogestaltung für eine Multitouchsäule, Interaktive Medien, Hochschule Mannheim





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Logogestaltung für ein Projekt der Interaktiven Medien, Hochschule Mannheim





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Logogestaltung für einen T-Shirt-Designer

Rumo.
T-SHIRT DESIGN

„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Entwicklung eines Corporate Designs für eine Computerfirma



„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Ausarbeitung eines Produkts, mit dazu passendem Kommunikationsmix
„aphair“ – Die aphrodisierende Schokolade aus fairem Handel

aphair
Die aphrodisierende Schokolade aus fairem Handel

„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

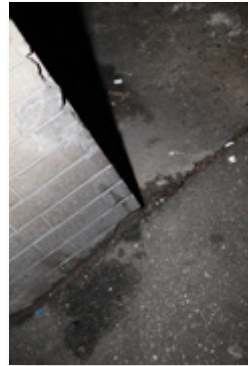
Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

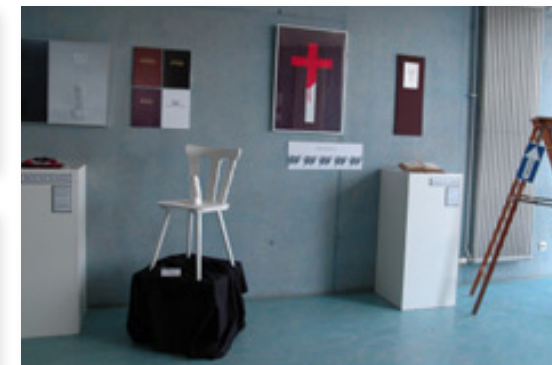
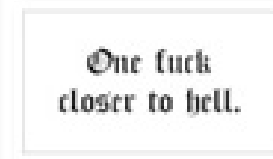
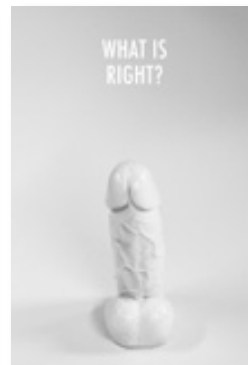
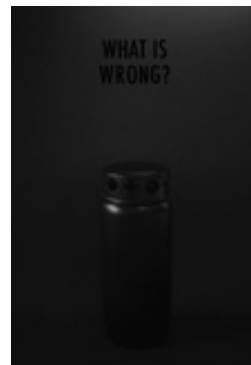
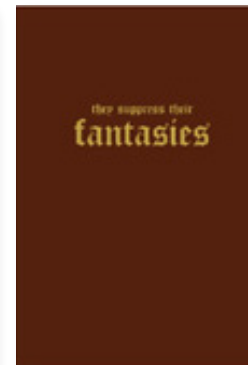
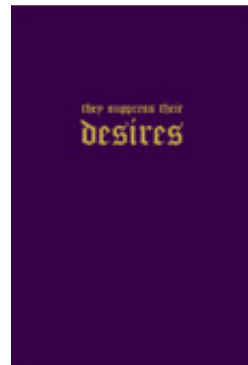
Vita

Kontakt

Caen-Workshop 2010, Thema: Verbindung „Realigion – Die Verbindung zwischen Religion und Realität“

Fotografien, Installationen, Bildbearbeitungen, Interpretationen zum Thema in Form einer hochschulinternen Ausstellung

Laura Setzer, Anne Jaquinot, Mathieu Leprince, Juliette Hoefler, Gina Schöler





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

|

Vita

Kontakt

Original und nachgestellt





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

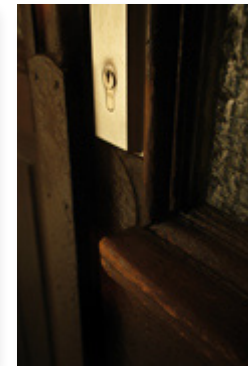
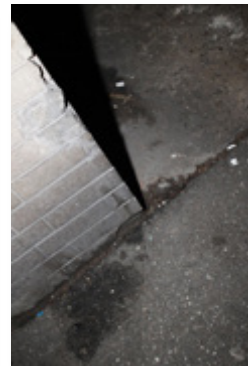
Illustration

|

Vita

Kontakt

Bildergeschichte zum Thema Mannheim „Heimweg“





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

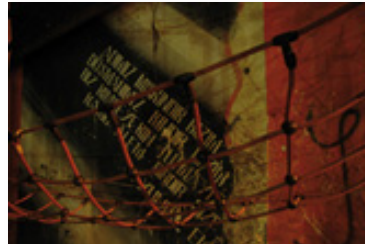
Illustration

|

Vita

Kontakt

Nachtaufnahmen, Mannheim



”

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Typografische Visualisierung eines Ohrwurms in Form eines Musikvideos
„Hurz“ von Hape Kerkeling, Juliane Gutschmidt und Gina Schöler

[online anschauen]



„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

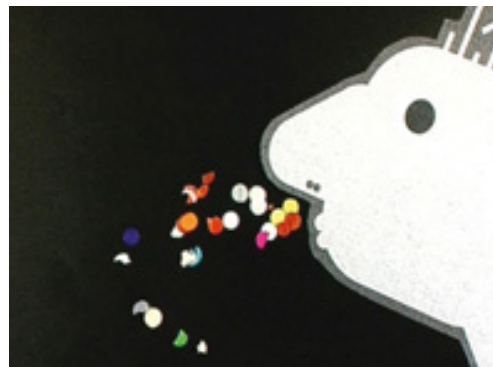
Illustration

Vita

Kontakt

Verfilmung des Gedichts „Weltende“ von Jakob van Hoddis
Ashima Whitton, Laura Satzer, Juliane Gutschmidt, Denise Gahn, Gina Schöler

[online anschauen]



”

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

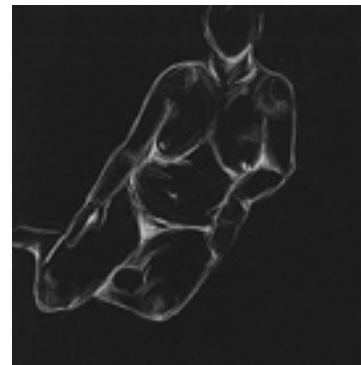
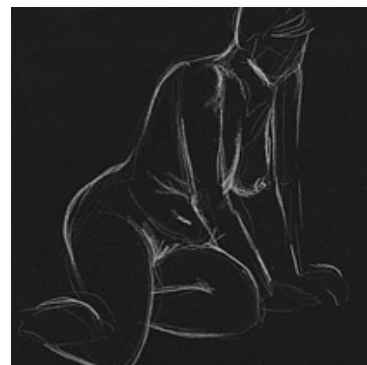
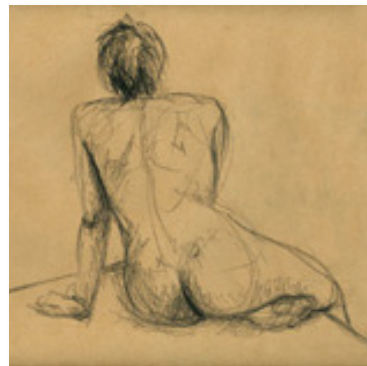
Film

Illustration

Vita

Kontakt

Aktzeichnungen
Bleistift, Kohle, Buntstift





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

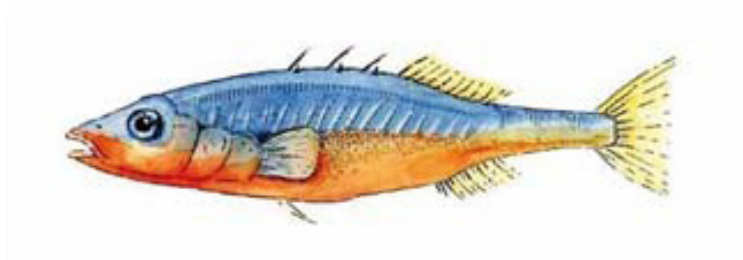
Film

Illustration

Vita

Kontakt

Illustration von Frosch, Spinne und Fisch
Aquarell, Fineliner



„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Stilleben Zwiebel
Bleistift





Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Illustration von Oliven, Zitronen und Lavendel
Buntstift, Fineliner



„

Gina Schöler

Projekte

Typografie

Corporate Design

Fotografie

Film

Illustration

Vita

Kontakt

Wettbewerb Ku(h)nstprojekt: Gestaltung einer Kuh
Thema Fleisch





Gina Schöler

Projekte

|

Vita

Kontakt

Gina Schöler

24.09.1986 in Mannheim geboren

2012–2013

Master-Studium an der Hochschule Mannheim
Kommunikationsdesign, Master of Arts, vsl. 07.2013
Schwerpunkte: Transmediales Design, Markenbildung

2008–2011

Bachelor-Studium an der Hochschule Mannheim
Kommunikationsdesign, Bachelor of Arts 2011
Schwerpunkte: Typografie, Editorial Design, Corporate Design

2004–2007

Akademie für Kommunikation, Mannheim
Fachabitur und Ausbildung zur staatlich geprüften Grafik-Designerin

Praktika

09.2010 – 02.2011 Muntaniola Comunicació, Barcelona [Praktikumsbericht]
12.2007 – 02.2008 2Plus Agentur, Viernheim
10.2007 – 11.2007 Holthaus & Kaiser, Weinheim
07.2006 – 08.2006 Kain & Schäfer, Weinheim

Qualifikationen

Adobe Suite 5.0
Spanisch A2
English for Commerce

Sprachen

Deutsch, Muttersprache
Englisch, fließend
Spanisch, gute Kenntnisse
Französisch, Grundkenntnisse
Latein, kleines Latinum



Gina Schöler

Projekte

|

Vita

Kontakt

Praktikumsbericht
Muntañola Comunicació, Barcelona

[online anschauen: [agencia](#) | [proyectos](#) | [vida](#)]





Gina Schöler

Projekte

|

Vita

Kontakt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Gina Schöler

Kommunikationsdesign B.A.

Augartenstraße 15 68165 Mannheim

M 0172 73 40 454 T 0621 97 6996 97

mail@ginaschoeler.de www.ginaschoeler.de