



*Fortsetzung von Seite 1 >*

## Achte denk.werkstatt zum Thema „ethik.com“

Anlass für die Themenwahl bot Resopal-Geschäftsführer Donald Schaefer, der dem menschlichen Miteinander größte Bedeutung beimisst. Dabei will Schaefer keineswegs Moralapostel mit erhobenem Zeigefinger spielen. Das Ziel sei vielmehr zu beweisen, dass ein Unternehmen heute ohne ethische Verhaltensgrundsätze nicht erfolgreich sein kann.

„ethik.com“ stellt bewusst provokativ einen traditionellen, menschlich geprägten Begriff einer von der schnelllebigen, grenzüberschreitenden Internettechnologie beeinflussten Wortkombination gegenüber. Das Anhängsel „.com“ weist dabei auf einen aktuellen, der Zeit angemessenen Kontext und auf das Veränderungspotenzial, das im Nachdenken über Ethik steckt. Das Spiel mit den Zeichen und Buchstaben wirft weitere

interessante Fragestellungen auf und weitet den Horizont für die Vortragsthemen.

So beschäftigt sich Professor Dr. Kari Juhani Jormakka mit der Ethik im Kontext von Architektur. Der "Äst.ethik" widmet sich der Kommunikationswissenschaftler Professor Dr. Thomas Friedrich. Einen Vortrag zum Thema „Virtual Reality“ hält der Technologieentwickler Professor Dr. Bernd Fröhlich. Mit einem "ethik.Kabarett" bereitet David Kadel aus Wiesbaden das Thema am Freitag Abend humoristisch auf.

Der Medienwissenschaftler Professor Dr. Wilfried Mödinger eröffnet die denk.werkstatt am Samstagmorgen. Anschließend greift Nicole Bartel als Tanz- und Ausdruckstherapeutin ethische Aspekte im Heilungsprozess kranker Menschen auf.

Ethik im Zusammenhang mit Design thematisiert der CI-Berater, Markentrainer und Designmanagement-Coach Ralph Habich. Der Schweizer Theologe Thomas Gröbly wird die traditionell mit der Theologie verhaftete Ethik zum praktischen Managementprogramm für moderne Unternehmen erheben. Die mit hochkarätigen Referenten besetzte Veranstaltung bewertet die Hessische Architektenkammer mit acht Fortbildungspunkten.

Erstmals wird auch BDA-Präsident Michael Frielinghaus auf der denk.werkstatt zu Gast sein und ein Grußwort an die Teilnehmer richten. Darüber hinaus hat Resopal das Programm mit überraschenden Aktionsideen aufgewertet.

[Zurück zu Seite 1 >](#)

*Fortsetzung von Seite 1 >*

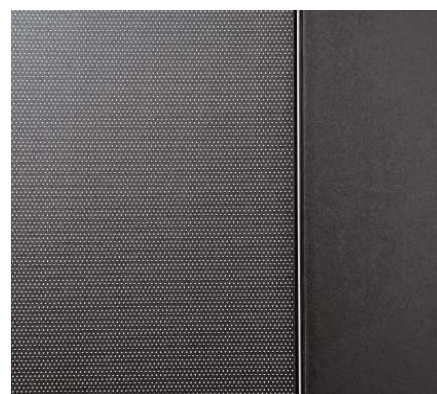
## Raumgestaltung für perfekten Hörgenuss RESOPAL<sup>®</sup>-A<sub>2</sub>coustic im Panasonic Mediacenter, Wiesbaden



Die markeneigene Corporate Identity stand im Fokus beim Umbau einer Lagerhalle zu einem im Elektronikunternehmen Panasonic bislang einzigartigen Mediacenter. Es dient dem Unternehmen als multifunktionaler Raum: in der Funktion als Black Box ermöglicht er Vergleichstests der neuesten digitalen Großprojektoren. Auf der anderen Seite finden hier Schulungen, Ausstellungen und andere Veranstaltungen statt. Foto: Resopal

Das neue Mediacenter der Panasonic Marketing Europe GmbH in Wiesbaden dient dem Unternehmen als multifunktionaler Raum: in der Funktion als Black Box ermöglicht er Vergleichstests der neuesten digitalen Großprojektoren. Auf der anderen Seite finden hier Schulungen, Ausstellungen und andere

Veranstaltungen statt. Aus der vielfältigen Nutzung ergeben sich die unterschiedlichsten akustischen Anforderungen, die sich zwischen gedämpfter Kinoatmosphäre und sattem Raumklang bewegen. Die Bandbreite der akustischen Ereignisse im Panasonic Mediacenter ermöglicht ein 2,60 Meter



Die Bandbreite der akustischen Ereignisse im Panasonic Mediacenter ermöglicht ein umlaufender Sockel, auf dem sich schallabsorbierende RESOPAL<sup>®</sup>-A<sub>2</sub>coustic-Paneele und schallreflektierende RESOPAL<sup>®</sup>-Platten abwechseln. Die Oberfläche der A<sub>2</sub>coustic-Platte ist mit einer Mikroperforation versehen, die wie ein Weichzeichner wirkt und schon auf mittlerer Entfernung nicht mehr als Lochung wahrnehmbar ist. Foto: Resopal

hoher, umlaufender Sockel, auf dem sich schwarze, schallabsorbierende RESOPAL<sup>®</sup>-A<sub>2</sub>coustic-Paneele und schallreflektierende RESOPAL<sup>®</sup>-Platten abwechseln. Das Ergebnis: eine ausgewogene Akustik ohne Überdämpfung. Das gesprochene Wort steht klar und kraftvoll im Raum; im Projektionsbetrieb dagegen überzeugt der volle Dolby-Surround-Klang.

[> Weiter auf Seite 3](#)

Fortsetzung von Seite 2 >



Der Haupteingang von Panasonic in Wiesbaden.  
Foto: Resopal

Aufgrund einer hervorragenden Schallabsorption von 70 Prozent im Frequenzmittel optimieren die RESOPAL®-A<sub>2</sub>coustic-Platten die Raumakustik so, dass der Klang nicht zu dumpf oder schrill wird. RESOPAL®-A<sub>2</sub>coustic dämpft den Lärm, verbessert die Hörsamkeit und sorgt gleichzeitig für einen angenehmen Sound.

Seine schalldämmende Wirkung verdankt RESOPAL®-A<sub>2</sub>coustic dem Trägermaterial aus aufgeblähtem Glas-Recycling-Granulat. Das Blähglas ist extrem leicht und nicht brennbar (A2), und es macht die Platte höchst dimensionsstabil. Die RESOPAL®-Oberfläche sorgt für jene Robustheit, die man von den Wänden eines vielfach genutzten Veranstaltungssaals erwartet.



Große Hängeleuchten markieren den Lobby- und Cateringbereich im Panasonic Mediacenter. Vor dem Hintergrund der schwarz-grauen RESOPAL®-Paneele verbreiten sie eine harmonische gastfreundliche Stimmung. Foto: Resopal



Die Wandleuchten folgen dem umlaufenden Sockel aus schallabsorbierenden und schallreflektierenden RESOPAL®-Platten. In der Ausstellungssituation ermöglichen sie die punktuelle Produktbeleuchtung, bei der Projektion sorgt ihr dimmbares Licht für die angemessene Kinoatmosphäre. Foto: Resopal

Trotzdem ist RESOPAL®-A<sub>2</sub>coustic genauso einfach wie Holzwerkstoff zu verarbeiten.

Für RESOPAL®-A<sub>2</sub>coustic steht nahezu die gesamte Farb- und Materialvielfalt der Basiskollektion „RESOPAL® >2013“ zur Verfügung, was die Platte zu einem universellen Raumgestaltungselement macht. Dem Panasonic Mediacenter verleihen Farbkomposition und Materialästhetik eine edel anmutende schwarz-graue Optik mit silberfarbenen Facetten. Dies verkörpert einerseits die High-Tech-Identität der Marke und gleichzeitig den Grundsatz des Unternehmens nach asketischer Zurückhaltung; andererseits stellt die schwarz-graue Auskleidung die streulichtarme Kulisse während der Projektion.

„Dem Architektenteam Adolph + Seibel gelang mit dem Mediacenter die architektonische Umsetzung unserer Unternehmens- und Markenidentität“, zeigt sich Bernd Buttler, Head of Facility-Management bei Panasonic, zufrieden. Das Material RESOPAL®-A<sub>2</sub>coustic spielte dabei eine wesentliche Rolle: „Seine funktionellen Eigenschaften repräsentieren die hörbare Qualität unserer hochwertigen



Dieser Waschtisch ist ein Eigenentwurf des Architektenteams Adolph + Seibel. Was alufarben schimmert, sind die Oberflächen „Metal on RESOPAL®“. Sie sollen auch im Sanitärbereich den High-Tech-Charakter der Panasonicprodukte widerspiegeln. Foto: Resopal

Produkte; seine Vielfalt bei der Raumgestaltung schafft ein flexibles szenisches und unternehmenstypisches Umfeld.“ [Zurück zu Seite 1 >](#)