

Alexandra Little

2026 Portfolio

Schreiben kann jeder.
Gelesen werden ist die Kunst .

Profil

Ich entwickle Texte und Konzepte, die Menschen erreichen und komplexe Inhalte verständlich machen. Meine Erfahrung reicht von Unternehmenskommunikation, Redaktion und Positionierung bis zu Bildung, Projektentwicklung und Wissenschaft.

Als Texterin, Lehrkraft und Projektverantwortliche arbeite ich an der Schnittstelle von Inhalt, Mensch und Wirkung. Dabei verbinde ich analytisches Denken mit sprachlicher Präzision und entwickle Kommunikationslösungen für unterschiedliche Zielgruppen, Themen und Formate.

Schwerpunkte

- Unternehmenskommunikation & Corporate Content
 - Redaktion & Recherche
 - Positionierung & Konzeption
- Bildungs- und Wissenskommunikation

01 CPI Books / Clausen & Bosse

Imagebroschüre · Corporate Communication · Mehrsprachig

02 Intermar Ostseehotel Glücksburg

Imagebroschüre · Tourismuskommunikation · Markenprofil

03 Seiten-Wechsel Werbewerkstatt

Positionierung · Konzeption · Webcontent

04 Das Beste genießen – Edle Tischkultur

Magazin · Redaktion · Recherche · Longform Content



AGENTUR

GlaubeLiebeHoffnung, Flensburg

LEISTUNG

Texterstellung für eine mehrsprachige Unternehmensbroschüre auf Basis eines bestehenden Kommunikationskonzepts.

PROJEKT

Für die Unternehmensdarstellung eines international tätigen Druckdienstleisters entwickelte ich die deutschsprachigen Texte auf Grundlage der von der Agentur konzipierten Leitidee. Die Broschüre erschien in deutscher, englischer und dänischer Sprache.

SCHWERPUNKT

Corporate Communication · Storytelling · Unternehmenskommunikation

Hinter dem Deich, aber nicht hinter dem Mond

Schleswig-Holstein – ein Landstrich, der mit seiner poetischen Stille und dem vielschichtigen Erbe der Völker, die hier gelebt haben, nicht nur ein Geheimnis zu haben scheint. Dort stehen wir, Clausen & Bosse, am Ende einer langen Tradition und in direkter Linie der Eigenschaften, die dieses Land und seine Leute so besonders machen. Fortschrittlich neue Wege suchen, Bewährtes sinnvoll integrieren und dabei immer den Blick auf das beste Ergebnis gerichtet, so würden wir unsere Philosophie auch im Sinne unserer Vorfahren auf den Punkt bringen.

Dazu gehört für uns als eine der größten Druckereien in Europa auch, dass wir mit unseren Partnern eng zusammenarbeiten, Synergien bilden und gemeinsame Kompetenzen nutzen. Jeder Zoll ein ganzer Friese – im besten Sinne.

Qualität kontinuierlich und auf hohem Niveau zu erhalten und weiter zu entwickeln, das schaffen wir, indem wir uns auf ganz traditionelle Werte besinnen. Dazu gehört auch, ebenfalls sehr traditionell, das norddeutsche „schnacken“. Und so suchen wir neugierig das Gespräch mit Ihnen, um gemeinsam Lösungen zu finden und Herausforderungen partnerschaftlich anzunehmen. Denn am Ende eines langen Tages weht der Wind in alle Richtungen, die Wolken ziehen in die Ferne und wir sehen beruhigt den Schafen beim Grasens auf dem Deich zu.



AGENTUR
bo-Werbung, Flensburg
LEISTUNG

Konzeption und Texterstellung für die Imagebroschüre.
PROJEKT

Nach einem Briefinggespräch mit der Hotelleitung entwickelte ich die sprachliche Tonalität der Broschüre und strukturierte die Inhalte entlang der Gästelerfahrung – vom Aufenthalt über Serviceangebote bis zur Lage des Hauses an der Flensburger Förde.

SCHWERPUNKT
Tourismuskommunikation · Markenprofil ·
Zielgruppenansprache

Zimmer mit Meerblick

Typisch für alte Seebäder und die traditionelle Reisekultur sind großzügig bemessene Räume mit einer exklusiven Ausstattung, wie sie auch in unserem Haus zu finden sind. Auf luxuriösen 32m² bietet jedes unserer Zimmer Ihnen den perfekten Rückzugsort, an dem Sie zur Ruhe kommen können.

Treten Sie hinaus auf den Balkon und begrüßen Sie den Morgen von einem unserer Südzimmer aus und würzig-kühle Waldluft lädt zu einem erfrischenden Spaziergang ein. Von der Seeseite genießen Sie den Blick über die Flensburger Förde bis zur dänischen Küste und beobachten das Treiben in der nahe gelegenen „Marina“ und die vorbeiziehenden Segelschiffe.

Einen Logenplatz bieten Ihnen unsere Suiten beim Sonnenuntergang, wenn eine sanfte Sommerbrise zum Tagesausklang das Urlaubsgefühl abrundet und die in die Abenddämmerung getauchten „Ochseninseln“ zum Träumen einladen.

Was ich kann

Als Full-Service-Werbeagentur bietet Ihnen die Seiten-Wechsel | Werbewerkstatt vom Corporate Design über Internet-Hosting bis zum Web-Shop eine professionelle Umsetzung Ihrer Werbebotschaft. In enger Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern aus den Bereichen Print, PR, Text, Ton- und Filmproduktion, plane ich Ihre Werbewünsche punktgenau und individuell.

Ich konzipiere und entwerfe für Sie verkaufstarke Werbung, egal ob exotisch oder traditionell. Und ich berate Sie kompetent, aber auch ehrlich. Damit Sie am Ende sicher sein können, den für Sie perfekten Werbeaufttritt zu einem fairen Preis zu bekommen.

Was ich mache

Zuhören. Hinsehen. Nachfragen. Damit beginnt für mich die Entwicklung Ihres Designs. Denn um Ihren Ideen, Wünschen oder auch Marketingstrategien ein bedarfsgerechtes und unverwechselbares Gesicht geben zu können, möchte ich Sie zuerst kennenlernen. Ganz persönlich, sachlich und informativ. Je besser wir gemeinsam definieren, was Sie als Kunde wollen, ich für Sie realisieren soll und wir dann am Ende zusammen in der Hand haben wollen, desto klarer können Werbestrategien entwickelt und Abläufe optimiert werden. So behalten Sie den Überblick und ich den Durchblick, um Ihre Werbeaussage auf den Punkt zu bringen.

Wie ich arbeite

Daniela Müller (Jahrgang 1980), Grafikerin, Webdesignerin und Web-Entwicklerin aus Flensburg. Seit 2002 in verschiedenen Web- und Werbeagenturen tätig. Als Kreative arbeite ich mit dem Anspruch, perfektes Design funktional umzusetzen. Dabei bin ich mir selbst mein schärfster Kritiker. Das bedeutet, dass ich mir Zeit nehme. Für Sie, Ihre Bedürfnisse und Ihre Vorstellungen. Als Designerin, aber auch als Werberin möchte ich mit Ihnen über Ihre Ziele sprechen, Ihre Zielgruppe, Ihre Märkte. Darauf aufbauend ist eine intensive, umfassende Beratung und Betreuung Basis, auf der eine langfristige, erfolgreiche und auch persönlich bereichernde Zusammenarbeit stattfindet.

ZUHÖREN,
HINSEHEN,
NACHFRAGEN

Damit Sie mit Seiten-Wechsel ein neues Kapitel in Ihrer Erfolgsgeschichte aufschlagen können!

LEISTUNG

Positionierung, Strukturentwicklung und Texterstellung für den Unternehmensauftritt.

PROJEKT

Im Dialog mit der Auftraggeberin entstand eine klare sprachliche Positionierung ihrer Leistungen und Arbeitsweise. Ziel war eine verständliche und authentische Außendarstellung für Website und Unternehmenskommunikation.

SCHWERPUNKT

Positionierung · Konzeption · Webcontent

Was ich kann.

Als Full-Service Agentur bietet Ihnen die Seiten-Wechsel | Werbewerkstatt vom Corporate Design über Internet-Hosting bis zum Web-Shop eine professionelle Umsetzung Ihrer Werbebotschaft. Ich konzipiere und entwerfe für Sie verkaufstarke Werbung, egal ob exotisch oder traditionell. Und ich berate Sie kompetent, aber auch ehrlich.

Was ich mache.

Zuhören. Hinsehen. Nachfragen. Damit beginnt für mich die Entwicklung Ihres Designs. Je besser wir gemeinsam definieren, was Sie als Kunde wollen, ich für Sie realisieren soll und wir dann am Ende zusammen in der Hand haben wollen, desto klarer können Strategien entwickelt und Abläufe optimiert werden.

Wie ich arbeite.

Als Kreative arbeite ich mit dem Anspruch, perfektes Design funktional umzusetzen. Das bedeutet, dass ich mir Zeit nehme. Für Sie, Ihre Bedürfnisse und Ihre Vorstellungen – auf dieser Grundlage entsteht eine langfristige, erfolgreiche Zusammenarbeit.

Edle Tischkultur

oder "Fines de Claires" an Butterstulle



Historische Aumen kann man vom Pappsteler essen, doch nicht ist das möglich. Aber ob der Genuss dann noch derselbe wäre? Hingegen selbst das profane Butterbrot ließe sich durch einen edlen Feller in den Adelsstand erheben. Na, gut, vielleicht braucht es auch noch etwas mehr dazu. ...aber was wäre das köstlichste Gericht ohne den passenden Rahmen, gebildet durch schöne Tischwäsche, edles Porzellan und feines Besteck.

Die Tischkultur ist seit jeher Ausdruck einer Philosophie, die weit über die Nahrungsaufnahme hinausgeht. Ob es um den besonderen Moment zu zweit geht, den Respekt gegenüber dem Gast bei einer feierlichen Einladung oder die Krönung mit Hingabe zubereiteter Köstlichkeiten ganz generell: das Erlebnis als Ritual, gespeist von Traditionen, die Kultur und auch modernen Einflüssen versinnbildlicht den Anspruch an Schöngestigkeit.

Essen befriedigt den Magen, zu speisen den Geist.

Werden wir also einen Blick auf das, was das Herz erheitert und sinnliche Momente besetzt, ohne dass der Bauch zu kurz käme und tauschen den Pappsteler gegen „Indisch-Blau“.

Die Ursprünge des Porzellans lassen sich bis zur chinesischen Hochkultur 1122 – 770 v. Ch. zurückverfolgen. Durch Kaufleute und Reisende gelangte es zunächst auch nach Europa, wo das Geheimnis seiner Herstellung unter der Leitung von Johann Friedrich Böttger mühsam entschlüsselt und weiterentwickelt wurde. Seine Besonderheit liegt in der seit jeher streng gehaltenen Rezeptur aus Kaolin, Quarz und Feldspat, dessen Kristalle nach dem Sintern im Gegensatz zu anderen Steingutarten verglassen und so dem Porzellan seinen besonderen Charakter verleihen.

Beeindruckt von den Erfolgen Böttgers und seiner Kollegen beauftragte August der Starke 1710 den Alchemisten und Apotheker mit der Gründung der ersten europäischen Porzellanmanufaktur auf der Albrechtsburg bei Dresden, die noch heute als „Meißener Porzellan“ mit dem seit damals bestehenden gekrönten Säbel als Symbol für feines Porzellanhandwerk einen internationalen Ruf genießt.

Das „weiße Gold“ durchläuft klassisch zwei Brennvorstufen und ist nach dem ersten Schrittbrenn bei ca. 900° - 1000°C noch ein empfindliches, poröses Scherben, auf dem dann die Glasur aufgetragen und im Glattbrand bei etwa 850°C mit dem Scherben verbunden wird. In der Herstellung unterscheidet man Hartporzellan, zu dem Meissen zählt und sich durch einen hohen Kalkanteil bedingt, durch sehr hohe Brenntemperaturen bis 1460 °C auszeichnet und Weichporzellan, dessen Brennwerte deutlich darunter liegen. Eine Besonderheit stellt das von Thomas Frye 1748 in England entwickelte „Bone China“ dar, welches durch seine Anteile von feiner Rinderknochenasche eine fast durchscheinende Transparenz erhält und das feigere Erscheinungsbild befördert, eines der edelsten und wertvollsten Porzellane der Welt.

Hatte Meissen in seinen Anfängen noch das Monopol in Deutschland, gab es im 19. Jh. einen erneuten Aufschwung in der Porzellanindustrie, der durch Industriekommen in der Gegend um Franken zu Neugründungen von Firmen führte. Unternehmen wie „Arzberg“, „Selmann Weiden“ oder auch „Willy & Bach“, gehören heute neben der „Königlichen Porzellan Manufaktur“ in Berlin, der Friedrich der Große im Jahr 1763 Namen und Zeichen gab, zu den namhaftesten Traditionsunternehmen und stehen für elegante Porzellankunst.

Ebenfalls königliche Porzellan findet sich bei der 1775 gegründeten Manufaktur „Royal Copenhagen“, die ihre Rohstoffe aus Frankreich bezog. Das Zeichen mit den drei Wellen symbolisiert die drei beherrschenden Meeresarme von Dänemark, den Kleinen und großen Belt und den Sund vor Kopenhagen. Aber auch in England hatte man schon früh einen Sinn und ein Händchen für kostbare Tablettkunst, wie es die 1759 gegründete englische Manufaktur „Wedgwood“ beweist, die auf Nachfrage von Theodor Roosevelt sogar das „Weiße Haus“ belieferte. Es hat sich also, auch mal einen Blick über Deutschland hinaus zu werfen.

Eine Verbindung der besonderen Art geht das Oberkärntener Unternehmen „Rosenthal“ ein, in dem sie mit Gianni Versace außergewöhnliches Design mit perfekter Handwerkskunst zu überraschenden und begeisterten Kooperationen verbindet. Versace führt an italienische Fresken erinnernde leuchtende Farben und barocke ornamentale Formen zu zeitlosen Kompositionen zusammen, die Kunst und Kultur verbindet. Ein Anspruch, dem sich das Haus

„Rosenthal“ von Beginn an verpflichtet fühlte und bereits 1903 mit seinem Jugendstil-Service „Botticelli“ innovative Akzente gesetzt hatte.

Aber auch aktuelle Stilelemente werden von den klassischen Traditionsunternehmen gerne aufgegriffen, die dann behutsam in ihre Kollektionen einfließen und eine Synthese aus Tradition und Moderne bilden.

Gleiches gilt für die Silbermanufakturen, die in ihren Bereichen sowohl den kulturhistorischen Wandel, als auch den modernen Anspruch an Qualität und Funktionalität vereinen und dokumentieren. Ob nun mehr „blaurot“ oder „Art Deco“, die passende Wahl des Bestecks rundet nicht nur ein stimmiges Tablett ab, sondern zuzug auch von einem sicheren Gespräch für Still, mit dem Sie als Gastgeber Ihren Gästen eine besondere Ehre zuteil werden lassen.

Historisch betrachtet ist die westliche Tischkultur noch sehr jung und der stillvoll gedeckten und durch passendes Esstisch engliche Tisch etablierte sich erst im 19. Jahrhundert. Weltweit greifen immer weltweit mehr Menschen mit Stöckchen und der große Teil mit den Händen, wobei es auch dort eine Esskultur und Regeln gibt.

Das älteste Esstischbesteck ist sicherlich der Löffel, der der schöpfenden Hand nachempfunden ist und sich schon in steinzeitlichen Funden nachweisen lässt. In der Renaissance entstand die Löffelmacherei als Zweig der begrenzenden, Metall verarbeitenden Industrie. So entstand die einfache und aus einem Stück geschmiedete Löffel, der im späten Barock von Kunsthandwerkern stilisiert, nun aus edlen Metallen hergestellt und aufwendig mit Edelsteinen verziert und mit Sinnspielen und persönlichen Daten graviert wurde. Diese Kunstwerke wurden traditionell als Geschenke und kostbare Erbstücke aufbewahrt und dienten weniger dem täglichen Gebrauch. Der Ausspruch „den Löffel abgeben“ findet hier seinen ebenso makaberem wie schlicht pragmatischen Ursprung.

Das Messer ist genau so alt wie der Löffel, diente aber neben dem mundgerechten Zerkleinern der Speisen auch anderen Aufgaben und wurde mit dem Löffel im so genannten „Beistech“ am Gürtel getragen. Zuerst aus Stein, wurde es schließlich aus Metall geschmiedet und aus der Waffe wurde eine zahme Tischvariante mit abgerundelter Spitze und verschönernden Ringen mit mehr oder weniger ausgeprägten Sätzen.



12

11

MEDIUM
Magazin „Das Beste genießen“
Schiffner Media
LEISTUNG

Recherche, Konzeption und Texterstellung.

PROJEKT

Auf Grundlage einer Themenvorgabe entstand ein redaktioneller Beitrag zur Geschichte und Bedeutung von Tischkultur. Recherche, Aufbau und Ausarbeitung

erfolgten eigenständig.

SCHWERPUNKT

Redaktion · Recherche · Longform Content

Edle Tischkultur oder „Fines de Claires“ an Butterstulle

Bretonische Austern kann man vom Pappteller essen, technisch ist das möglich. Aber ob der Genuss dann noch derselbe wäre? Hingegen selbst das profanste Butterbrot ließe sich durch einen edlen Teller in den Adelstand erheben. Na, gut, vielleicht braucht es auch noch etwas mehr dazu...

...aber was wäre das köstlichste Gericht ohne den passenden Rahmen, gebildet durch schöne Tischwäsche, edles Porzellan und feines Besteck.

Die Tischkultur ist seit jeher Ausdruck einer Philosophie, die weit über die Nahrungsaufnahme hinausgeht. Ob es um den besonderen Moment zu zweit geht, den Respekt gegenüber dem Gast bei einer feierlichen Einladung oder die Krönung mit Hingabe zubereiteter Köstlichkeiten ganz generell: das Erlebnis als Ritual, gespeist von Traditionen, der Kultur und auch modernen Einflüssen versinnbildlicht den Anspruch an Schöngeistigkeit.

Essen befriedigt den Magen, zu speisen den Geist.

Werfen wir also einen Blick auf das, was das Herz erfreut und sinnliche Momente beschert, ohne dass der Bauch zu kurz käme und tauschen den Pappteller gegen „Indisch-Blau“.

[...]

Erlaubt ist, was gefällt. Trotzdem sollte man ein paar einfache Regeln beachten, die auch den Gast vor unangenehmen Situationen bewahren. So liegt das Messer immer mit der Schneide zum Teller rechts davon, daneben der Löffel. Gabeln werden links platziert und Dessertbesteck oberhalb des Tellers. Der Griff einer Dessertgabel zeigt nach links, der Dessertlöffel hingegen liegt darüber mit dem Griff nach rechts. Das Besteck wird in umgekehrter Menüreihenfolge eingedeckt, daraus ergibt sich die einfache Reihenfolge: „Von außen nach innen“. Es sollten allerdings nie mehr als 3 Besteckteile links und vier rechts vom Teller gedeckt werden.

Bei der Getränkewahl hilft ebenfalls eine einfache Regel: „Von rechts nach links“. Dem leichten Weißwein folgt ein kräftigerer Rotwein zum Hauptgang und ein Sekt oder Champagner zum Dessert. Dabei wird das Rotweinglas als Richtglas oberhalb des Messers ausgerichtet, an dem sich alle weiteren Gläser orientieren.

Wer es etwas unkomplizierter mag, dem sei ein höfischer Etikette durchaus gerecht werdendes Picknick empfohlen. Kleine Leckereien und Spezialitäten dürfen mit den Fingern gekostet werden und neben den appetitlich duftenden Köstlichkeiten ist sicherlich noch Platz für ein paar stilgerechte Teller und fein geschliffene Gläser. Und ob Sie nun Ihre Austern geräuschvoll schlürfen oder in lautloser Verzückung vernaschen, überlasse ich ganz Ihnen und verweise gerne auf Goethes Worte:

„Aber kein Genuss ist vorübergehend,
denn der Eindruck, den er hinterlässt, ist bleibend.“ — Johann Wolfgang von Goethe

['lɪtl ɛdɪ'tʃiɔ:n]

Alexandra Little · writer

AGENTUR- UND UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

- Thiele Tee (ECCO! Werbeagentur)
- SØR Herrenausstatter (Stiehl/Otte Werbeagentur)
- Torsten Krüger Marketing & Sales
- Karolus Konzept

REDAKTION UND CONTENT

- Jovel News (Moskito Promotion)
- Vitalhotel Alter Meierhof

POSITIONIERUNG UND WEB

- Lothar Heide Direct Coaching
- Telamon Living Interior Design
- Andrea Wulff Shopping Guide
- Julia Wöhlert Fotografie

Wissenschaft, Kultur und Essayistik

- Essays und Vorträge auf little-edition.de

Kontakt

Alexandra Little

ADRESSE

Munkenholt 19
24944 Flensburg

E-MAIL

alexandra.little@little-edition.de

TELEFON

0461-79502552

WEBSITE

www.little-edition.de