

SMALL STORIES

• *more is different.*

Mehr ist anders

ist der Titel einer wissenschaftlichen Abhandlung, mit der der Festkörperphysiker P.W. Anderson 1972 das Weltbild der Physik revolutioniert hat.

„Mehr ist anders“ steht für das Phänomen der Emergenz. Demzufolge lassen sich komplexe Systeme nicht durch die Reduktion auf die Eigenschaften der einzelnen Teile erklären. Miteinander in Interaktion tretende Elemente sind vielmehr in der Lage, spontan und unvorhergesehen etwas Neues zu schaffen. Etwas Neues mit einer neuen Art von Qualität.

Mehr ist anders. Das ist auch die Philosophie von Small Stories - ein emergentes System, bestehend aus zwölf Individuen, zu Hause in sechs Städten. Jeder Einzelne geprägt von unterschiedlichen soziokulturellen Einflüssen und seinem persönlichen Background im Bereich Film, Text, Fotografie und Design. Jeder Einzelne mit seiner ganz eigenen Art, zu sehen, zu fühlen und zu denken.

Mit Small Stories wollen wir über unseren Horizont hinauswachsen. Und in einem Netzwerk zusammenarbeiten, das in seiner schöpferischen Komplexität über die klassischen Teamkonstellationen weit hinausgeht.

Angetrieben von unersättlicher Neugier, werden wir Kreativität in einem Prozess erleben, in dem die einzelnen Elemente und Disziplinen auf das Spannendste miteinander verschmelzen. Die Weltsicht des Post Industrial Designers verbinden mit typografischer Exzellenz, konzeptionellem Realismus und der visionären Kraft von bewegten und bewegenden Bildern.

Wir werden uns gegenseitig beflügeln, quälen, provozieren und begeistern.

All das, um genau eines zu schaffen. Kommunikation, an die man sich erinnert. Wie an eine gute Geschichte.

SMALL STORIES gibt es ab sofort in Hamburg, London, Mailand, München, Wien und Zürich. Buchen können Sie Small Stories für Editorial Design, Corporate Design, Geschäftsberichte, Film, Ausstellungsdesign, Broadcast Design, Plakate, Fotografie, Messestände, Vorträge, Screen Design, klassische Kampagnen und Konzepte. Also fast alles. Ausser für Schnellschüsse. Denn Qualität braucht einfach Zeit.

SMALL STORIES

› *Kontributoren*

ADRIANA EYSLER

1980 in München geboren, freie Designerin und Theoretikerin. Lebt und arbeitet in London. BA in Graphic and Media Design am London College of Communication, MA in Design Futures am Goldsmiths College. Seit 2005 Dozentin für Design, Design Management und Theorie am London College of Communication und am Institut HyperWerk Hochschule für Gestaltung und Kunst in Basel. Darüber hinaus Gastautorin für Eye und limitedlanguage.org sowie Mitglied mehrerer Design/Kunst Research Initiativen.

ANJA GERSCHER

1971 in Sinsheim geboren, Grafik-Designerin und Art Director. Lebt und arbeitet in München. Studiengang Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Mainz, Diplom. 2001 Master of Art am Royal College of Art in London. Tätigkeit für zahlreiche Auftraggeber; u.a. für Screenworks, Wiesbaden; Kerr/Noble, London; DaimlerChrysler Services, Berlin. Bis 2006 Senior Designerin bei KMS-Team GmbH, München. Seit März 2006 Mutter einer Tochter und freischaffende Designerin für diverse Kunden und Agenturen.

MICHAEL GOLLONG

1980 in München geboren, Grafik-Designer und Art Director. Lebt und arbeitet in Zürich. Studium an der Akademie U5 in München. Nach Abschluss On-Air-Designer bei SevenSenses/Prosieben München, gefolgt von 18 Monaten Tätigkeit in der klassischen Werbung bei Serviceplan München. Seit Anfang 2005 Art Director für den Boll Verlag, Zürich (Wohnrevue, Modulør). Parallel dazu seit Mitte 2006 freie Art Direction für den Konradin Verlag, Stuttgart (db deutsche bauzeitung) sowie freischaffende Tätigkeit für diverse Projekte. Gastdozent an internationalen Designschulen und Symposien.

TILMAN GOSSNER

1982 in Dachau bei München geboren, Grafik Designer und Junior Art-Director. Lebt und arbeitet in Hamburg. Nach einem Semester Medientechnik an der FH Deggendorf Wechsel an die Akademie U5 in München. Freischaffende Tätigkeit für verschiedene Auftraggeber. Seit 2007 bei Jung von Matt/Alster in Hamburg.

BENNY JABERG

1981 in Baden bei Zürich geboren, Filmemacher. Lebt und arbeitet in Zürich. 2002/03 gestalterischer Vorkurs mit Schwerpunkt „Bewegtes Bild“ an der Hochschule für Kunst und Gestaltung Zürich. 2003 Praktikum bei dem Dokumentarfilmregisseur Franz Reichle und Mitarbeit an der Post-produktion von „Monte Grande“ von Franz Reichle und T&C Film Zürich. 2005 Praktikum beim Schweizer Fernsehen (tpc, sfdrs, 3sat). 2003 bis 2005 Filmstudium an der hgkz. Seit 2006 Masterstudium Regie an der hgkz.

SIBYLLE MAIER

1965 in München geboren, Konzeptionstexterin. Lebt und arbeitet in München. Magister in Kommunikationswissenschaften an der Universität München. 1990 bis 2000 Texttraineee, Texter, Senior Texter und Creative Supervisor bei Grey Düsseldorf. Im Anschluss 12 Monate bei BBDO Interone, München. 2001 bis 2005 Konzeptionstexterin bei Serviceplan München, u.a. für ZDF, Rolf Benz, Allianz, Thüga, Neugeschäfte. Seit Juni 2005 Mutter einer Tochter und selbstständige Konzeptionerin.

Kontributoren

RETO RECHSTEINER

1970 in Zürich geboren, On-Air-Designer. Lebt und arbeitet in Zürich. 1990 bis 1993 Einstieg in die Unterhaltungsindustrie bei Condor Films, Schweiz. Im Anschluss sechs Jahre Training-on-the-Job beim Mitaufbau eines Regionalsenders in Zürich und eines Programmfensters von RTL und Prosieben für die Schweiz. 1993 und 1996 Workshops in On-Air Design und Non-Linear Editing am American Film Institute in Los Angeles. 2000 bis 2003 Gestaltung von Sendungsdesign und Kampagnen bei SevenSenses/Prosieben München. Seit 2003 selbstständiger Designer und Post-Produzent von Industriefilmen und On-Air Design für den deutschsprachigen Fernsehmarkt.

JOHANNES RODACH

1971 in Lindau geboren, Fotograf. Lebt und arbeitet in München und dem Rest der Welt. Assistenzen bei Herlinde Kölbl, Hubertus Hamm, Kristian Wagner. 1999 Sprung nach NYC und in die Selbstständigkeit. Publikationen in der Deutsch (D), Booklet (D), Glamour (UK,France), Hint (USA), SZ-Magazin (D), Spex (UK), GQ (D), musikexpress (D), Vogue (D). Kampagnen für Art Deco, Asti Cinzano, Casio, Campari, Northsails, ZDF.

JEAN-PAUL SAIJA

1975 in Zürich geboren, Networker und Visionär. Lebt und arbeitet in Zürich und Mailand. 1997 als CEO der Firma Saija AG hauptsächlich für die Expansion in die USA, nach Australien und Skandinavien verantwortlich. Seit 2006 geschäftsführender Partner der Start-up-Firma Giveawine.

RENATO SOLDENHOFF

1979 in Zürich geboren, Interaktionsleiter. Lebt und arbeitet in Zürich. Nach einer Ausbildung zum Kaufmann Quereinstieg bei einer Internetagentur mit Fokus auf Screen Design und Animation. 2004 bis 2006 Fachhochschulstudium am HyperWerk in Basel zum Interaktionsleiter. Seit 2006 freiberufliche Tätigkeit für eine Kommunikationsagentur und diverse Projekte.

MORITZ ULRICH

1981 in Brugg geboren, Grafik-Designer und Art Director. Lebt und arbeitet in Zürich. Ausbildung zum Grafik-Designer bei Ringier Schweiz sowie an der Grafischen Fachschule Aarau und der Bms Lenzburg mit Fachbereich Grafik und Gestaltung. Danach ein Jahr Editorial-Designer bei Ringier Schweiz für diverse Publikationen, anschliessend Auslandsjahr in Neuseeland. Seit 2005 Grafik-Designer für die Wohnrevue und Art Director für das Swissmade Magazin bei der Boll Verlags AG in Zürich. Weitere freischaffende Tätigkeit für diverse Projekte.

MARTIN WUNDERER

1981 in München geboren, Grafik-Designer und Künstler. Lebt und arbeitet in Wien. Seit 2004 Studium in Grafik Design an der Universität für angewandte Kunst in Wien. Davor 12 Monate in der klassischen Werbung bei Serviceplan München. Er nimmt regelmäßig an Ausstellungen teil und ist seit 2006 als freier Mitarbeiter für die Agentur Rock und Partner tätig.

SMALL STORIES

Corporate Design



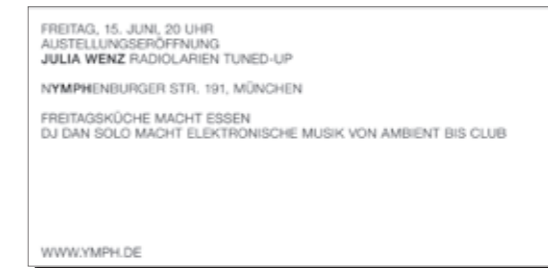
Corporate Design YMPH

ympH ist ein Glaskasten im öffentlichen Raum, der als Plattform für nationale und internationale Künstlerinnen und Künstler genutzt wird - 3,6 m³ Raum für aktuelle Kunst im Münchner Stadtteil Nymphenburg.

Der Name ympH - ein Teil des Wortes „Nymphenburg“ - macht neugierig und lässt zugleich alles offen. Der Name lädt ein zur freien Assoziation.

Das Logo baut auf die Architektur des Glaskastens auf. Es wird plakativ eingesetzt und gewährt Einblicke in das Innere des Glaskastens. Diese Einblicke/Durchblicke setzen sich im gesamten Erscheinungsbild fort.

Art Direction / Kuration: Anja Gerscher



ympH

Anja Gerscher
Sokolovstr. 38
80335 München
+49(0)79 3106173
anja@ympH.de
www.ympH.de

SMALL STORIES

Plakatserie



Plakatserie THE ESSENCE 2006/2007

Plakat für die Jahresausstellung der Universität für angewandte Kunst, Wien. Experimentierfreude und Freiheit liegen nah beieinander. Freiheit ist sogar eine wesentliche Bedingung der Experimentierfreude. Das Plakat „THE ESSENCE 2006“ reflektiert den Frei- und Spielraum, der die Studierenden zu diesem Gestaltungsentwurf führte, unmittelbar. Aus Olivenöl, Cola, Haargel und Spülmittel entstand ein Cocktail, in dem die einzelnen Stoffe entweder zu interessanten Schlieren miteinander verschmolzen oder sich als nicht aufgelöste Tropfen innerhalb der Flüssigkeiten bewegten. Das finale Motiv wurde auf dem Untergrund einer blau getönten Plexiglasscheibe entwickelt, die anschließend geschnitten wurde. Das Plakat wurde 2006 mit dem red dot: best of the best award ausgezeichnet.

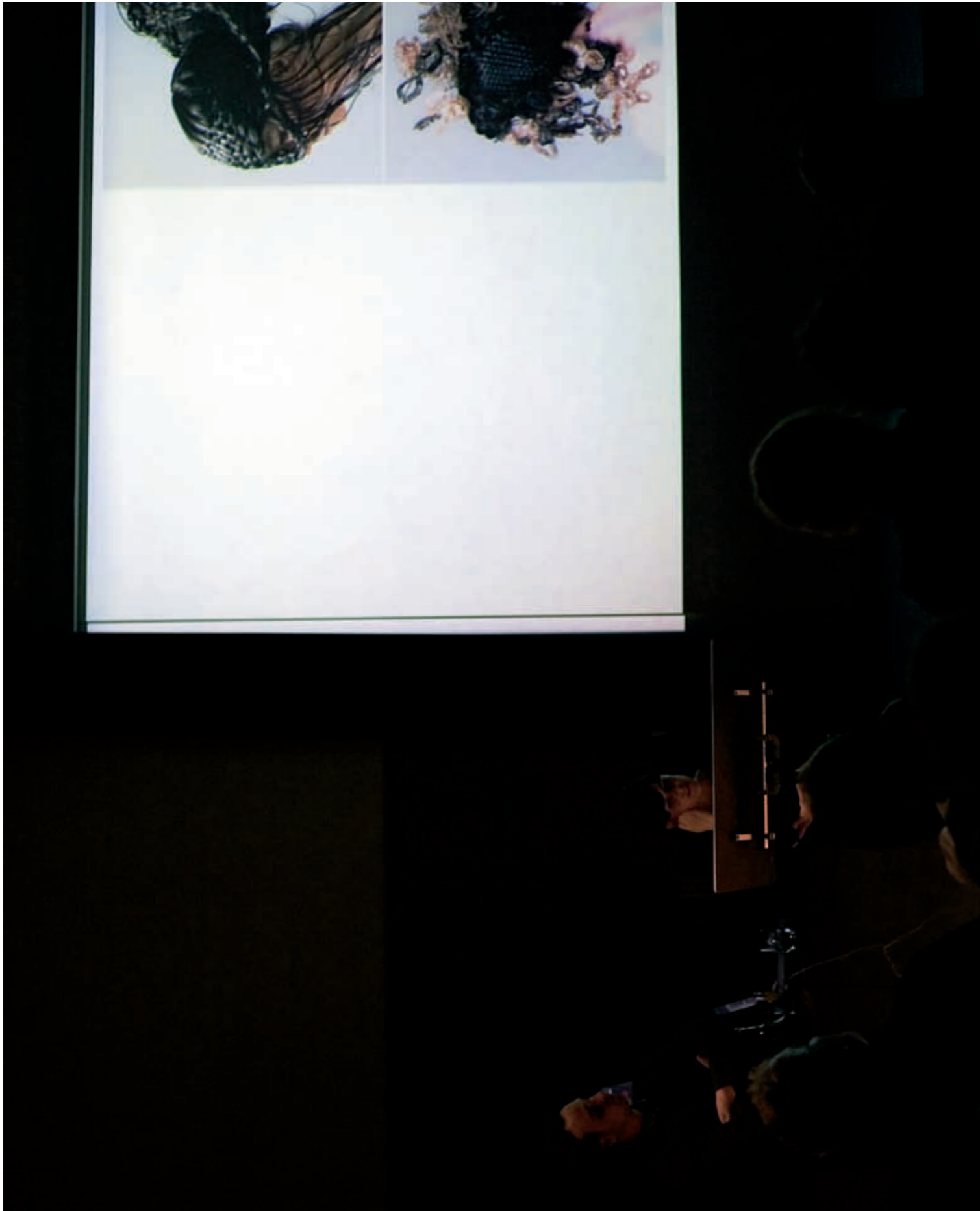
Ausgangspunkt für das Plakat „THE ESSENCE 2007“ war das Sichtbarmachen von für das menschliche Auge verborgenen Dingen mit Hilfe von wissenschaftlichen Abbildungsverfahren. Nach diversen getesteten Aufnahmeverfahren, u. a. Raster-elektronenmikroskopie, Lichtmikroskopie und hochauflösenden Scans, wurde das Motiv auf der Basis eines Geldscheins anhand der UV-Polarisationsmikroskopie erstellt.

Konzept/Art Direction: Martin Wunderer (in Zusammenarbeit mit Agnes Steiner und Christof Nardin)



SMALL STORIES

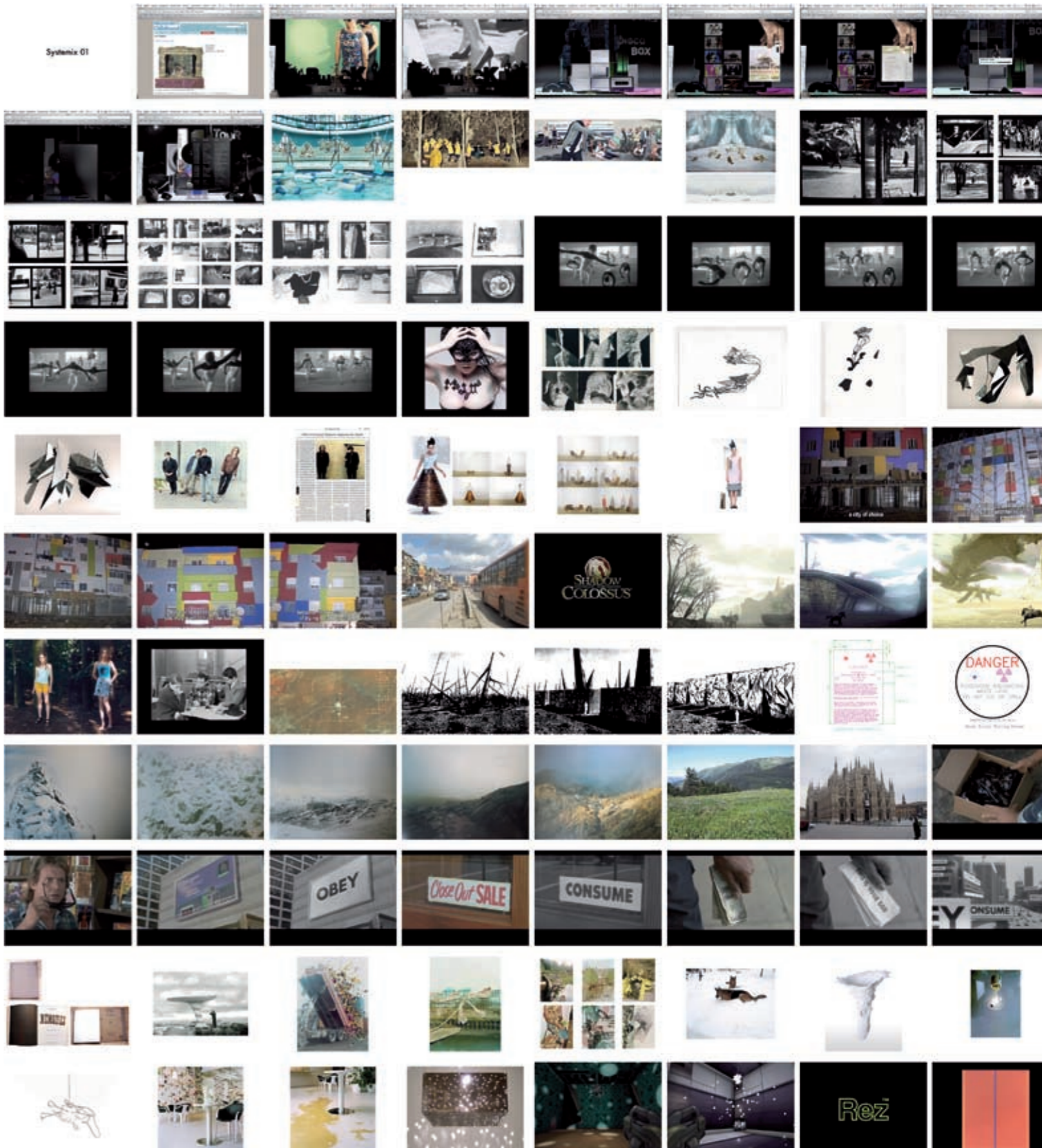
• Vortrag



Vortrag SYSTEMIX 01

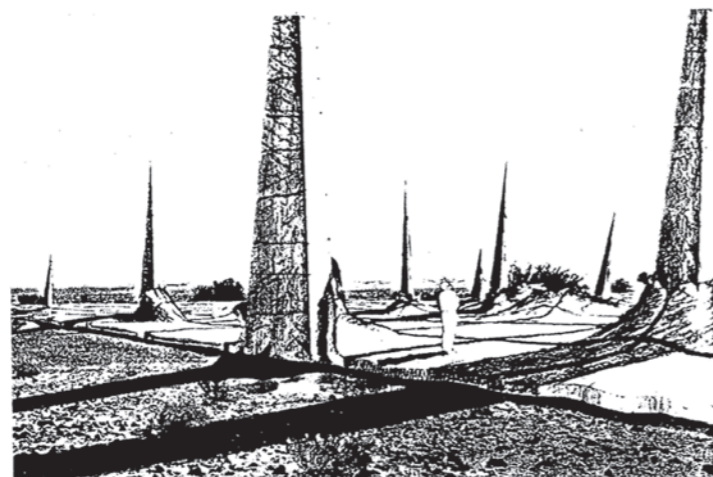
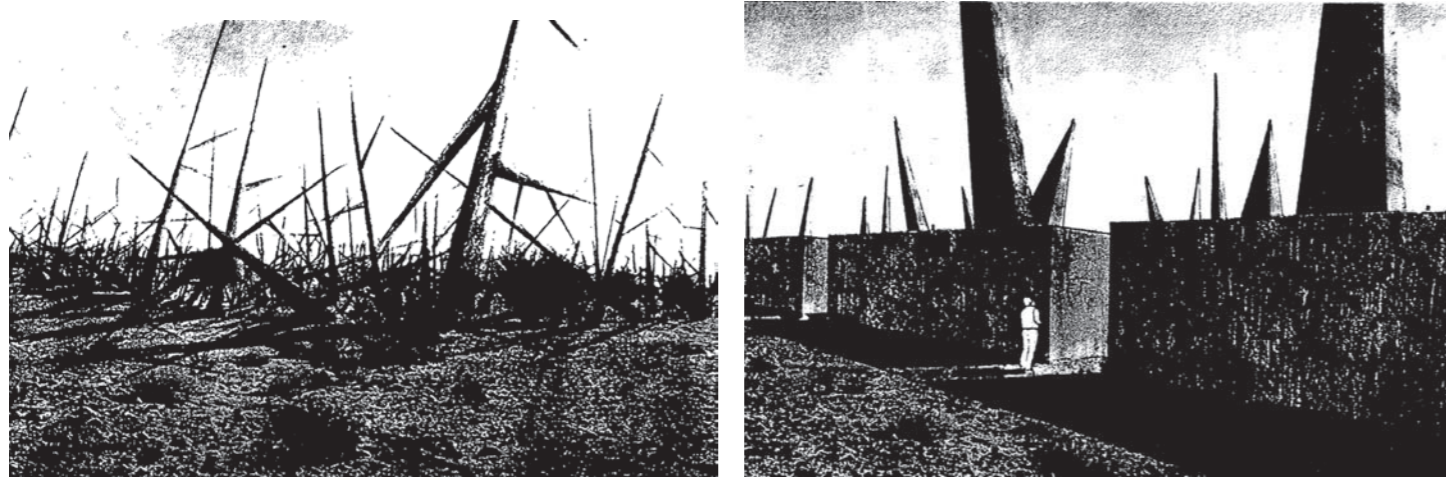
Erster Vortrag der Vortragsreihe Systemix: Der Designer als Dirigent und Weichensteller. Anhand von interdisziplinärem, kontextuellem und adaptivem Arbeiten sowie ausgeprägtem Forschungsdrang neue, außergewöhnliche Lösungsansätze finden und erleben. In einem assoziativen Strang werden Arbeiten aus den Bereichen Kunst und Musik über Soziales bis hin zu Architektur und Game-Design gezeigt. Der Vortrag wurde an mehreren internationalen Designschulen, Symposien und Agenturen gehalten.

Konzept / Editing: Adriana Eysler und Michael Gollong



Artikel über ein Markierungssystem für die weltweit erste permanente, unterirdische Müllhalde für nuklearen Abfall. Der Text wurde in EYE International Review of Graphic Design, Issue 62 veröffentlicht.

Text / Konzept: Adriana Eysler



MONITOR HERE BE MONSTERS

The signage design for Carlsbad, New Mexico, an underground site to be sealed until the year 12,000 AD, is a genuine matter of life and death.

By Adriana Eysler.

In 1999 the US Department of Energy commissioned a remarkable project: a signage system for the nuclear waste underground storage facility site in Carlsbad, New Mexico. The message: Keep out and don't dig for the next 10,000 years. The Waste Isolation Pilot Plant (WIPP) site will be filled and sealed by 2035, and that seal must not be opened until the year 12,000 AD. Three hundred generations will have lived on Earth by that time.

What these future human beings look like, how they live, what language – if any – they speak, we cannot even begin to imagine. Yet however much we might like to be able to ignore the potential catastrophe we have bequeathed them – the Department of Energy initially considered leaving the area unmarked – we cannot in conscience do so. If our warning loses its significance and clarity, future treasure-hunters will be digging for their own downfall and possibly that of the whole human race.

For the interdisciplinary team given the brief, this meant rethinking communication; understanding how it evolves in relation to social and cultural changes; and envisioning some of the changes that might take place in the near and not-so-near future. If all technology were to be destroyed, for example – a scenario that Albert Einstein famously predicted, saying 'I know not with what weapons World War III will be fought, but World War IV will be fought with sticks and stones' – what would visual communication look like? Would our writing systems and their typographic shapes still prevail? Would systems such as runes, hieroglyphs or arranging objects in space resurface? Or alternatives as yet beyond our imagining? For future inhabitants of Earth, Western writing might be an ancient script, belonging to a culture they can hardly imagine and cannot, literally, understand – although Carlsbad, as an archeological site, would provide perhaps the most quintessential clues to our times: the way we use technology, the planet and design.

Even if typographic symbols were still in use, or at least physically legible, their meaning might not be apparent to future generations. Language is a social current that twists and turns; words, grammar and structure can be overwritten or replaced. After ten millennia, even the most carefully formulated message could be misread – and this is one message that has to get through. The same holds true for the signification of symbols, which relies on acquired knowledge. Take the skull and crossbones symbol universally used on bottles containing poison. This has had to be reconsidered, because children were misinterpreting it as something to do with pirates, and hence exciting. And although 'Mr Yuk', an alternative designed by the Children's Hospital of Pittsburgh in 1971, does



Memorial to the Murdered Jews of Europe, Berlin, 2003-05. Architect: Peter Eisenman

naturally repel many children, it has had to be backed up with a song, underlining the limitations of visual communication in conveying life-and-death messages.

Beyond typography

The team has thus had to venture into more esoteric fields of communication. Could they devise a signage system that extends beyond typographic symbols? Something more fluid, that might engage the human need for storytelling and tradition, like a complex myth that could be woven into the common knowledge and folklore of a culture, backed up by rituals inseparable from the place? Or perhaps even a whole way of life – in this case, breaking with traditional uses of land and making digging taboo? But such approaches would still be vulnerable to social revolutions or ecological changes, and to an inevitable distortion over time.

The alternative was to look at an even lower common denominator, the primal levels of sense and instinct. This is knowledge so deep we do not have to acquire it, and which is beyond temporal contexts. What if the team were to exploit the physical limits of human beings? We could create surfaces so hot that we cannot walk or settle on them; spaces that induce so violent a reaction that we can go no further; a landscape rendered unbearable by the sound of the wind blowing through it. Such proposals take the space provided by the WIPP and use it in a sculptural way to create experiences, rather than content/meaning. This would be closer to Peter Eisenman's *Memorial to the Murdered Jews of Europe* in Berlin than to the Rosetta stone. By not attempting the impossible task of bridging the gap between one communication system and an unknown other, might they be able to ensure that the signs function over an extremely long period?

Such speculative forms of communication seem to be too experimental for the US Department of Energy. The project is currently testing a combination of two strategies planned to incorporate the entire space of the landfill, both horizontally, across sixteen square miles, and vertically to a depth of 2150ft, by using layers of signs/messages of increasing degrees of complexity, from outside in. Thus, the strata of the cave-like structure housing the nuclear waste will

contain detailed explanations, in various languages, of what is buried there, how it got there and what its dangers are. An archive and information centre, so to speak. The layer above will consist of small buried markers, and, above that again, huge monolithic structures placed regular distances apart, each engraved with symbols inspired by Edvard Munch's *The Scream* and the skull and crossbones, in the hope that these depictions of humans in pain will express the physical menace embedded in the ground. On the surface and around the site's borders will be more traditional information signs. All must be difficult to remove, resistant to vandalism, unattractive to thieves, and able to endure as long as it takes for the nuclear waste to lose its toxicity.

The 'passive institutional controls' developed by the project will become the basis for a universal signage system that identifies all future nuclear waste burial sites. Soon these marks will pop up on our maps, marking the ultimate non-places.

Yet the fact that not one single communication designer was appointed to the consulting team (which consisted of an archeologist, an astronomer, an anthropologist, a linguist, a material scientist and an environmental designer) says something about wider perceptions of our profession. We graphic designers consider ourselves experts in the transformation of immaterial messages into visual form and back again, yet no one invited us to help solve the biggest communication problem in human history. If what we do really is so important and relevant, and if we really are as good at it as we keep assuring ourselves, we should be engaging with projects of this importance and scale. We need to rethink the whole concept of signage, information design and communication. What roles do writing and materiality play? Should we embrace more tacit forms of knowing/communicating? Should the Carlsbad signage simply communicate the facts, or should it also offer something of human character – an apology, for example?

In the meantime, nothing has been decided in Carlsbad and most likely will not until 2035 when the burial site will be sealed. So, graphic designers, illustrators, typographers – you still have a good quarter-century to submit your proposals.



SMALL
STORIES

, Editorial Design

Swiss

Mag

MAGAZIN

Editorial Design SWISS-MADE-MAGAZIN

„Die Schweiz als Lebensentwurf und Wohnform, als Kunstraum und Wirtschaftsstandort sowie im Spannungsfeld von alpin und urban“, so lautete der Anspruch des im Frühjahr 2007 lancierten Magazins. Keine Schweiz gezeigt als Schönwetterbildband. Sondern stattdessen ein Magazin, das die Schweiz so wiedergibt, wie sie ist und funktioniert. Diese Philosophie sollte sich auch in der grafischen Gestaltung widerspiegeln: geordnet und übersichtlich, aber doch mit vielen versteckten Schönheiten, die es zu entdecken gilt.

Art-Direction: Moritz Ulrich



SMALL STORIES

Freie Arbeit

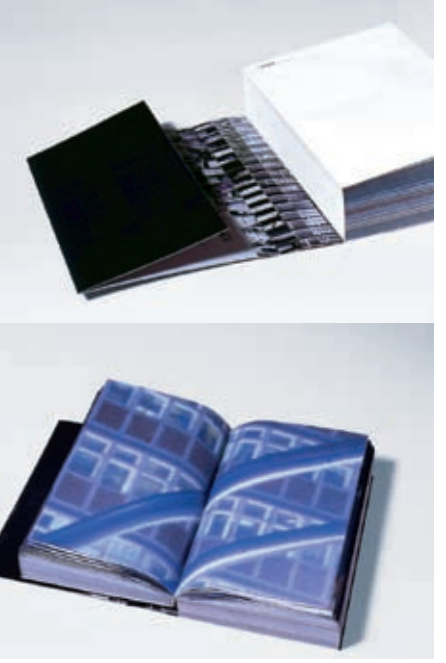
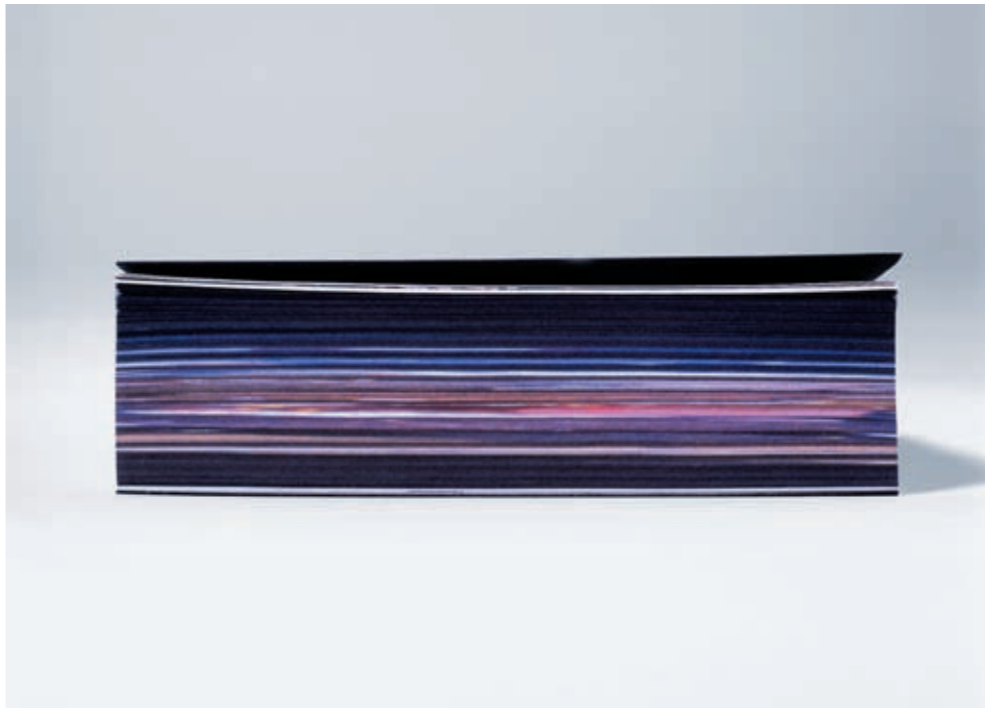


Freie Arbeit A PROJECT ABOUT TIME-BASED IMAGERY

Diese Arbeit setzt sich mit formalen Bedingungen und Wechselwirkungen von Fotografie und Film auseinander. Grundlage ist eine Fotografie, die horizontal und vertikal in Frames aufgeteilt und für die Dauer der Belichtungszeit in einer Filmsequenz neu zusammengesetzt wurde. Durch diese Zerstückelung und Neuordnung des Abbildes der Realität entstand eine neue fragmentarische Bildfrequenz. Im weiteren Prozeß wurden die Frames aus der Filmstruktur in die lineare Ordnung eines Buches gebracht. Das Medium Buch ersetzt hier das Medium Film und dokumentiert Frame by Frame den gesamten Durchlauf des ursprünglichen Bildes.

Diese Arbeit wurde bei der Final Year Show am Royal College of Art in London ausgestellt.

Design / Konzept: Anja Gerscher



SMALL STORIES

Werbung



harri puupponen

fs actionpainting – modern art museum helsinki
pic: julius jansson

sykum pro:
harri puupponen
devoti stathis

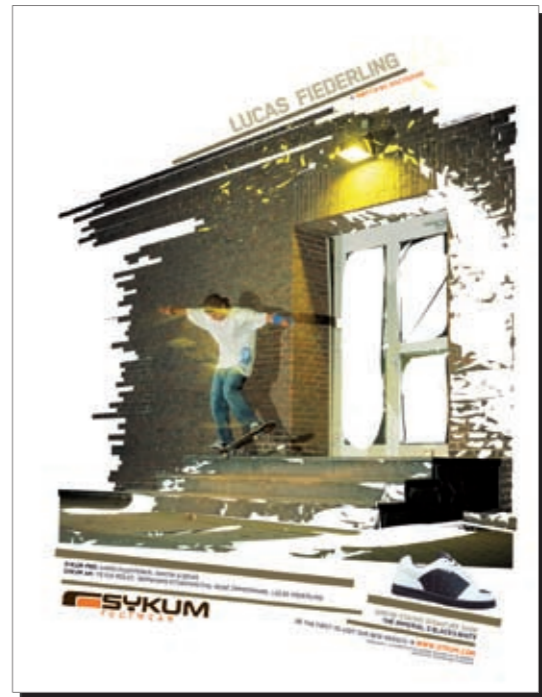
sykum am:
peter molac
bernhard kilvarametha
lucas fiederling
rene zimmermann



Werbung SYKUM FOOTWEAR

Sykum ist der erste europäische Hersteller von Skateboardschuhen. Alle Mitarbeiter der Firma sind seit langem aktiver Teil der Szene. Die Anzeigen leben von dem Kontrast zwischen der großzügigen Weißraumgestaltung und dem opulenten Umgang mit dem Bildmaterial. Das gewohnte Bild- und Seitenformat wird dadurch gebrochen und ein neuer Raum mit einer neuen Dynamik erzeugt. Durch diese neuartige und eigene Optik heben sich die Anzeigen von den redaktionellen Beiträgen und den übrigen Inseraten in den Szene-Magazinen deutlich ab. Der hohe Wiedererkennungswert der Anzeigen hatte zur Folge, dass inzwischen die gesamte Gestaltungsweise zum Corporate Design ausgebaut wurde.

Konzept / Art Direction: Martin Wunderer



SMALL STORIES

Freie Arbeit



Freie Arbeit UNWRAPPED - AKTIVIERUNG STÄDTISCHER OBJEKTE

Die Diplomarbeit „unwrapped“ befasst sich mit der Erweiterbarkeit und Kombinationsmöglichkeit von städtischen Objekten wie Hydranten, Kanaldeckeln oder Pflastersteinen. Durch das Aufdecken und Erkennen von verborgenen Schichten wurden themenspezifische Kommunikations- und Interaktionskanäle geschaffen: Urban Interfaces. Um das Thema breit und individuell zu bearbeiten, wurden an drei internationalen Institutionen (UdK Berlin, FH Joanneum Graz und HGK Zürich) Seminare organisiert. Die Präsentation der Ergebnisse erfolgte in Form einer Werkschau und eines inszenierten Stadtrundgangs im August 2006 in Zürich.

Konzept: Renato Soldenhoff



SMALL STORIES

• Broadcast Design



Broadcast Design PREMIERE-SERIENKANAL

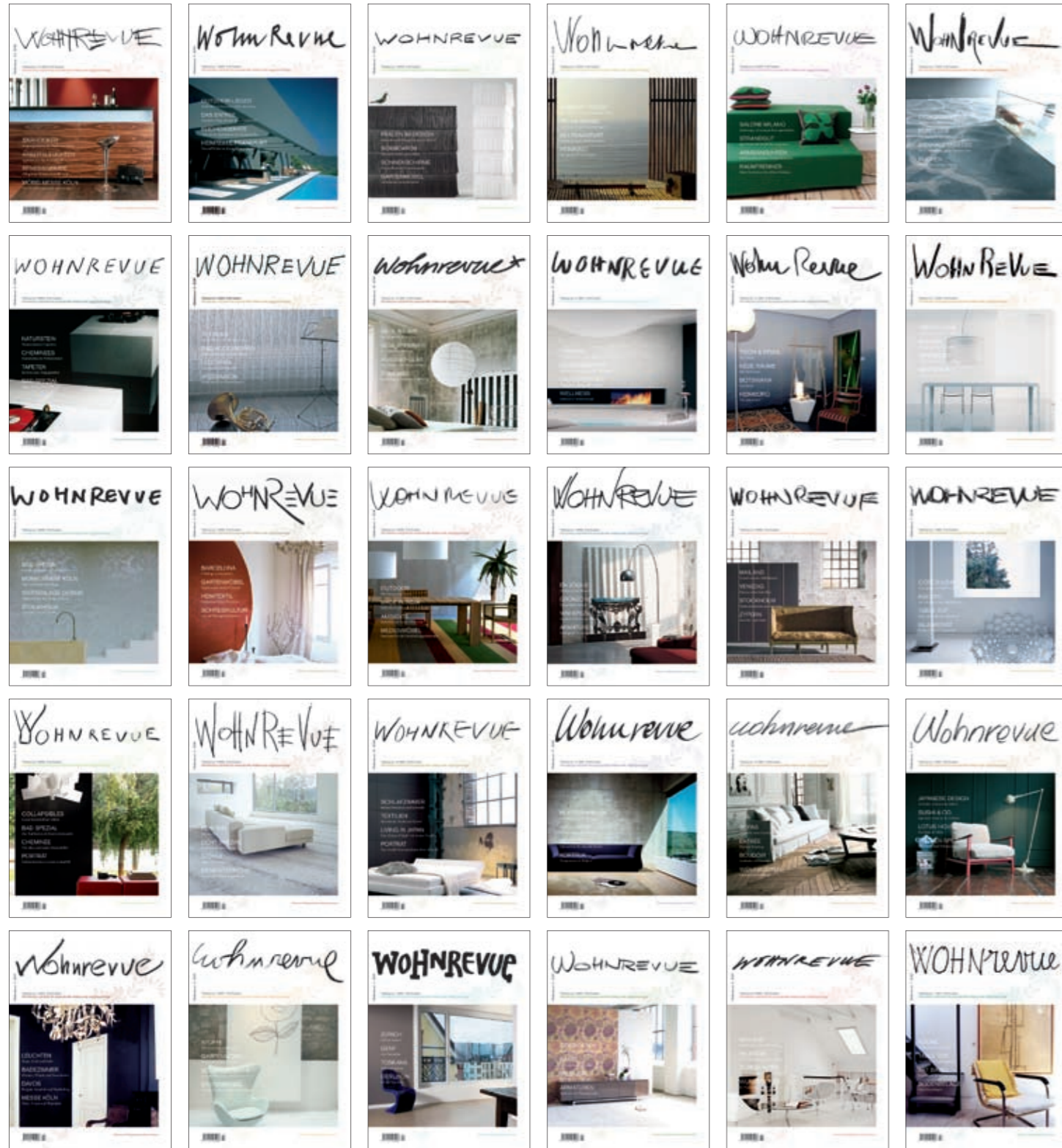
Aufgabe war es, den Serienkanal der Premiere Pay Plattform neu zu gestalten. Da sich in der Serienwelt alles dreht und niemals endet, wurde der Kreis zu einem zentralen Element. Die Farbigkeit sollte dem vorwiegend weiblichen Publikum gerecht werden. Ausgehend von dem ursprünglich angedachten, flächigeren 3D-Design mit Geschichten innerhalb eines Kreises, galt es, dem neuen Auftritt für den Serienkanal zusätzlich Hochwertigkeit zu verleihen. So entstand das fotorealistische 3D mit real gedrehten Menschen. Dazu wurden die Props mit Punkten beklebt und den Darstellern gepunktete Kostüme geschneidert. Gedreht wurde in einer großen Green-Box.

Konzept / Art Direction: Reto Rechsteiner Agentur: Creation Club, München



SMALL STORIES

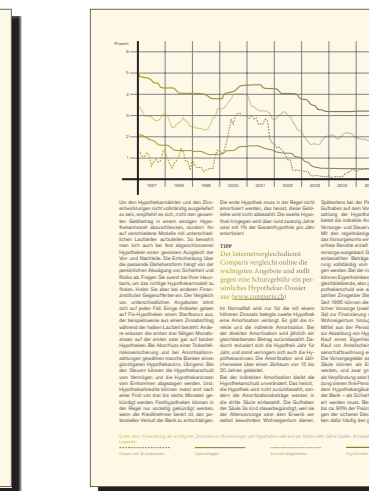
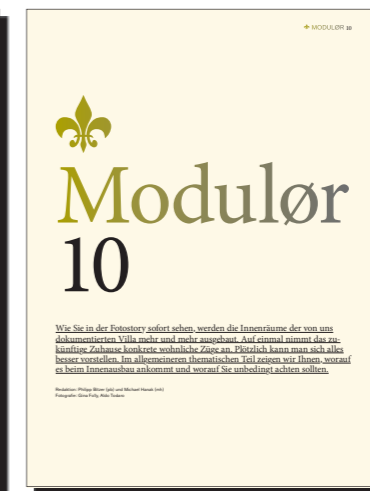
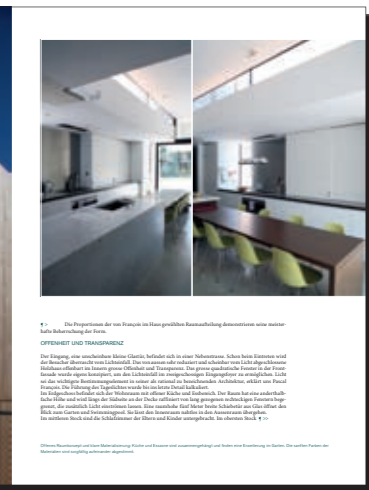
• Editorial Design



Editorial Design WOHNREVUE

Relaunch, Redesign und Produktion der Schweizer Interiordesign-Zeitschrift „Wohnrevue“. Aufgrund der erarbeiteten Maxime „Wohnen ist Leben - Und Leben ist nicht statisch“ entstand ein Titelkonzept, das mit vorherrschenden Normen vorsätzlich bricht: Anstelle eines statischen Logos wird für jede Ausgabe der Name „Wohnrevue“ von einer internationalen Designgröße per Hand neu geschrieben und als Titelschriftzug eingesetzt. Durch den außergewöhnlichen, seriellen Charakter und die ansonsten sehr klare Gestaltung ist eine hohe Wiedererkennbarkeit und Akzeptanz erreicht worden.

Konzept / Art Direction: Michael Gollong



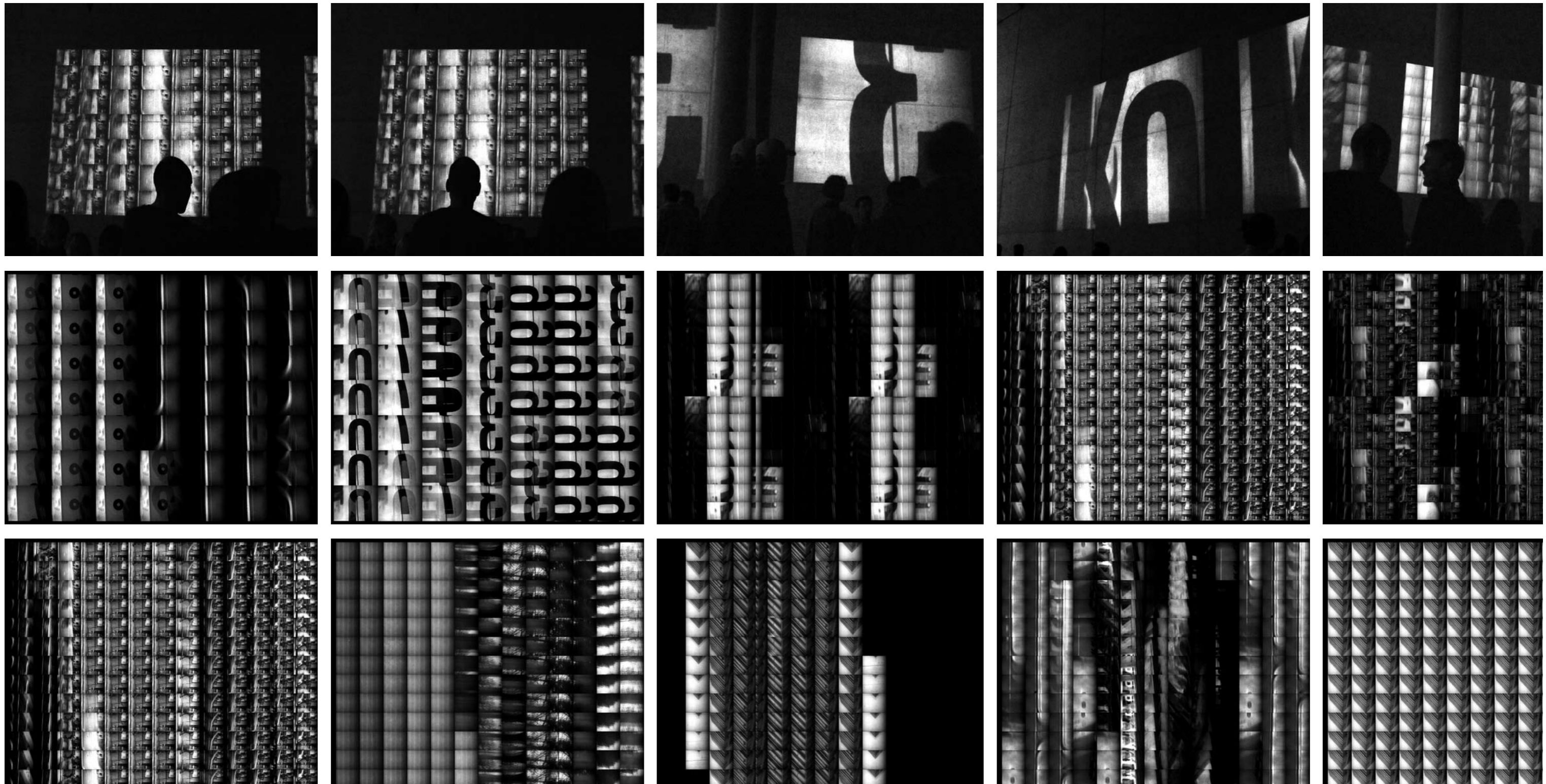
SMALL STORIES

Freie Arbeit

Freie Arbeit UNFOLDED FILMSTRIP – EIN EXPERIMENT

Ausgangsmaterial für die Arbeit war ein abstrakter 16-Millimeter-Film (schwarzweiß), basierend auf urbanen Szenen. Der Film wurde nachträglich manuell mit Letrasetbuchstaben bearbeitet und in verschiedenen Geschwindigkeiten während der Projektion erneut aufgezeichnet und digitalisiert. Bei der digitalen Manipulation fand eine Duplikation und vertikale Neuordnung der Filmsequenz statt. Unter Beibehaltung der linearen Struktur des Filmstreifens wurde jedes einzelne Frame als „Projektionsfläche“ genutzt und über seine ursprüngliche Bedeutung mit Bewegung in sich erweitert. Das zeitlich versetzte Abspielen suggeriert zusammen mit dem fragmentarischen Charakter der Letrasetbuchstaben den Eindruck von bewegten Filmstreifen. Gezeigt wurde der Film als Loop im Rahmen des Medienkunstprogramms „Musterraum“ anlässlich der Eröffnung der Pinakothek der Moderne in München.

Konzept: Anja Gerscher



SMALL STORIES

Editorial Design

Editorial Design db DEUTSCHE BAUZEITUNG

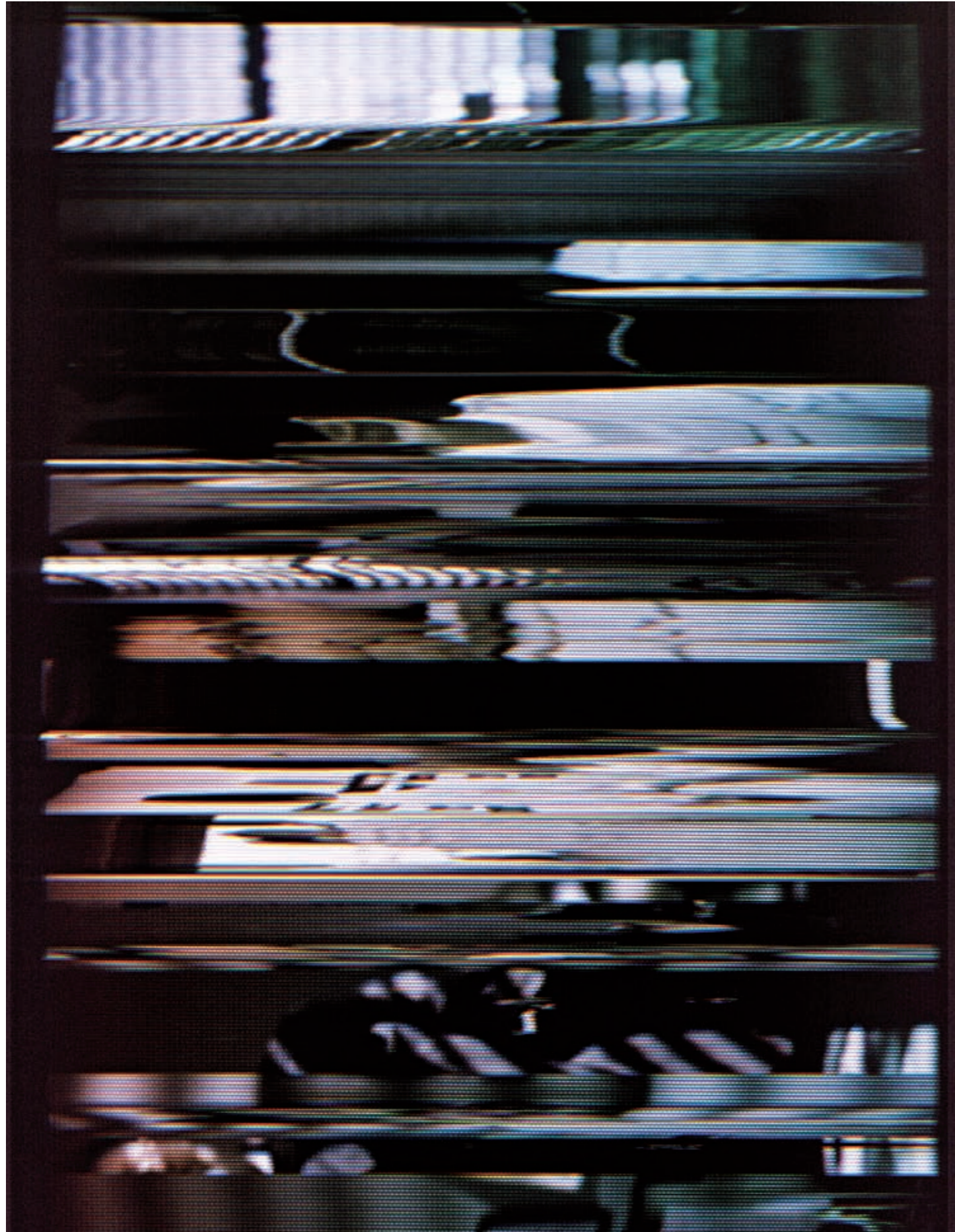
Relaunch, Redesign und Produktion des führenden deutschen Architektur-Fachmagazins db deutsche bauzeitung. Das Spiel von Offenheit und Geschlossenheit, Licht und Schatten sowie Ordnung und Unordnung in der Welt der Architektur bildete die eine, der Gedanke an den rein kreativen Entstehungsprozess die andere Seite der konzeptionellen Grundlage der Neugestaltung: keine geschönten Architektur-Fotos auf dem Titel, sondern Zeichnungen, Renderings und Modelle, die den Schaffensprozess in der Architektur aufgreifen. Der Einsatz einer ungewöhnlichen Schriftenzusammenstellung und eines plakativen sowie freien Layouts korrelieren mit dem redaktionellen Anspruch auf ein eigenständiges Medium mit Ecken und Kanten.

Konzept / Art Direction: Michael Gollong (in Zusammenarbeit mit Peter Gollong)



SMALL STORIES

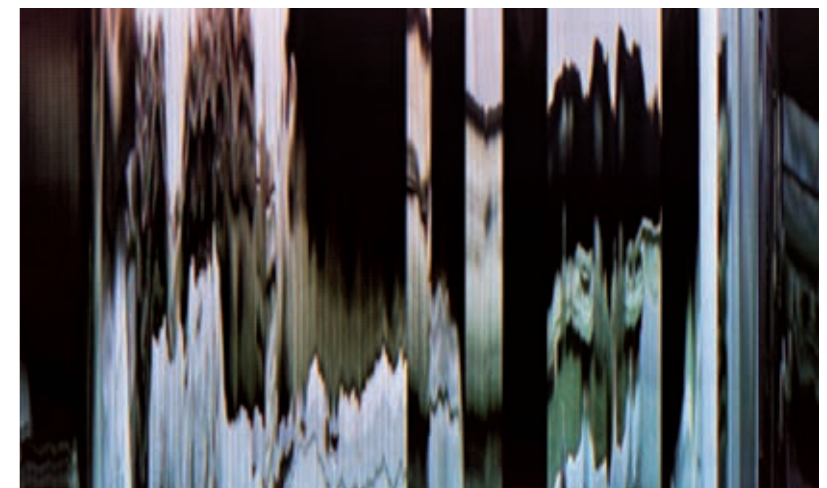
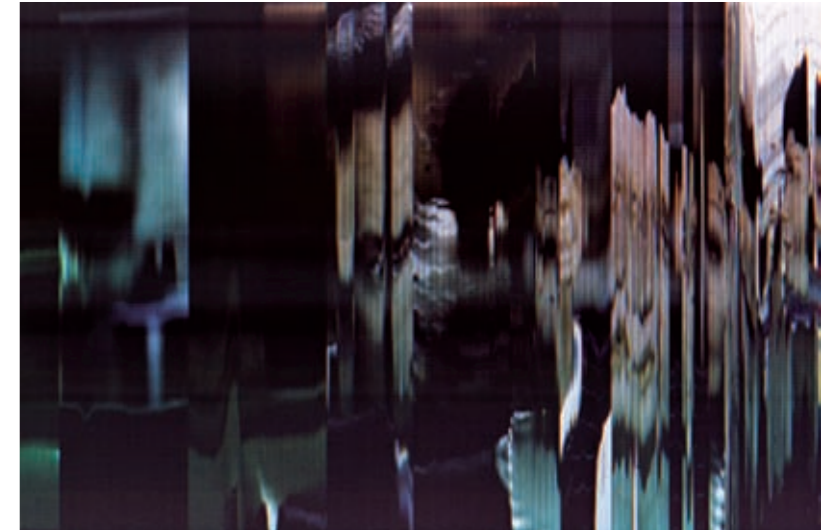
• *Freie Arbeit*



Freie Arbeit CHINATOWN – THE POLYPHONIC SCENES

Für eine freie Publikation von Canon sollte man die handelsüblichen Geräte zweckentfremden und dadurch neue und außergewöhnliche Ergebnisse generieren. In diesem Fall war die Idee, den Scanner als Augen zu benutzen und damit bewegte Bilder von einem Fernseher zu erfassen. Gescannt wurden die vier Schlüsselszenen aus Roman Polanskis „Chinatown“. Durch das Scannen der laufenden Szenen entstanden Bilder, die Zeitabläufe visualisieren und durch die uns die Polyphonie unserer Realität auf fantastische Art und Weise aufgezeigt wird.

Konzept / Art Direction: Michael Gollong



SMALL STORIES

• Fotografie



Fotografie ELFEN AUS REYKJAVIK

„Fairies wear boots and you gotta believe me...“ (Black Sabbath) - wie sollte es auch anders sein bei frostigen 8° C und stürmisch-regennassem Wetter im Sommermonat August. So war das Wetter auf Island, als die mystische Elfen-Strecke für die Dezemberausgabe des MUSIKEXPRESS fotografiert wurde.

Konzept / Fotografie: Johannes Rodach



SMALL STORIES

• *Fotografie*



Fotografie BOOGIE NIGHTS

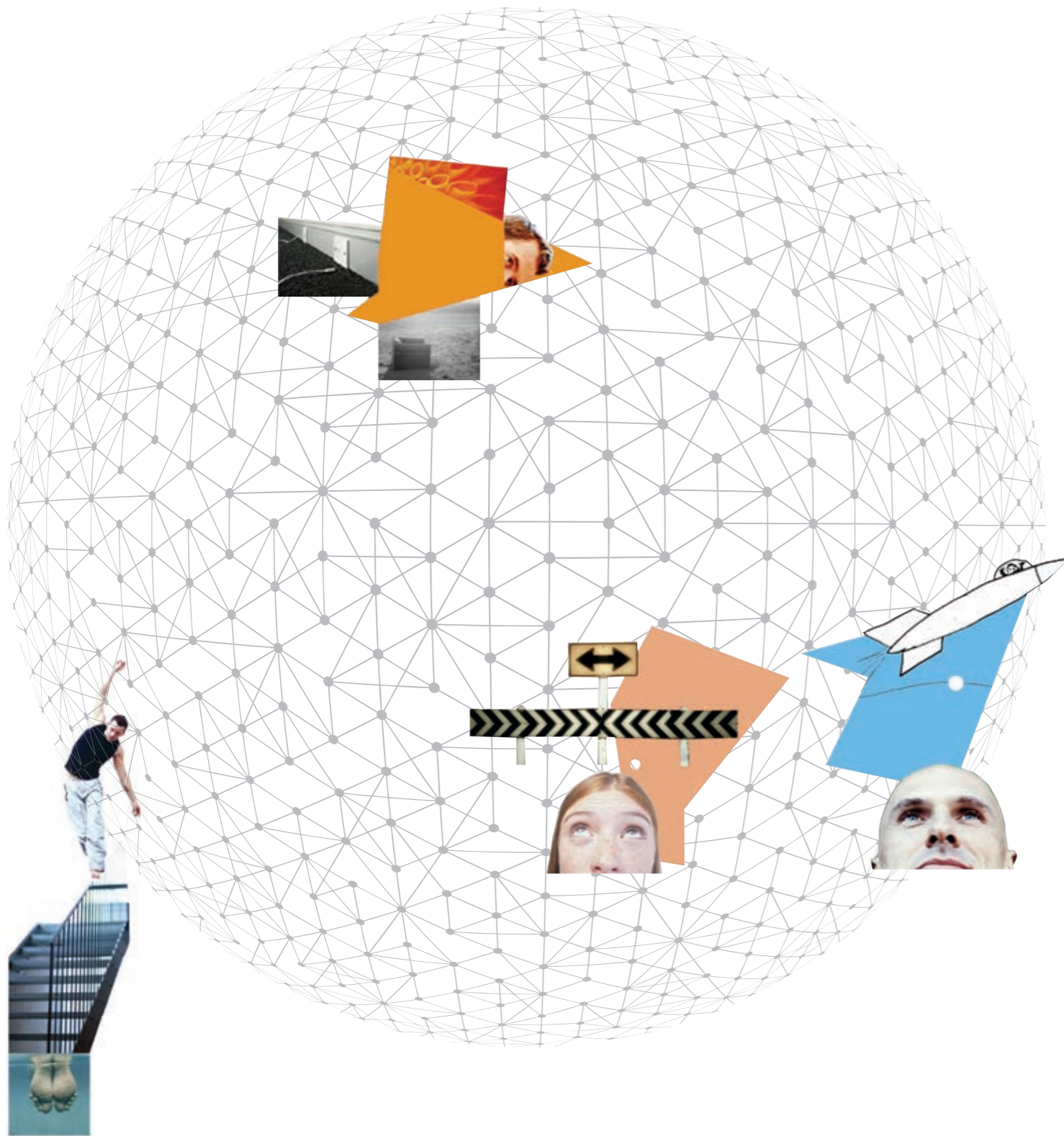
Die Fashionstrecke entstand als Hommage an den gleichnamigen Film aus dem Jahr 1997 und das Rollergirl Heather Graham. Produziert wurde auf Madeira im Mai 2007 für Burdamoden.

Konzept / *Fotografie*: Johannes Rodach



SMALL STORIES

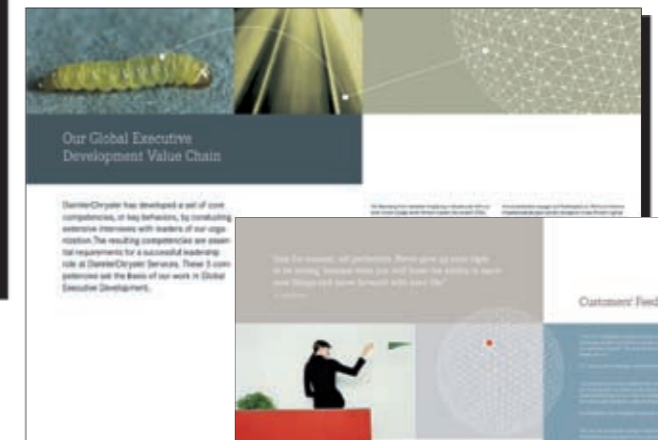
Corporate Design



Corporate Design DAIMLER CRYSLER SERVICES

Für das Human Resources Department von Daimler Chrysler Services wurde ein Erscheinungsbild gestaltet, welches weltweit zum Einsatz kam. Das zentrale Element ist eine kugelförmige Netzwerkstruktur, die auf den Grundgedanken des von R. Buckminster Fuller entwickelten „Geodesic Dome“ basiert. Mit zunehmender Größe gewinnt man proportional Leichtigkeit und Stabilität und symbolisiert für das Human Resources Department darin das komplexe Beziehungssystem zwischen einer Vielzahl von Mitarbeitern. Die „Area-Logos“ zeigen mögliche Verbindungen innerhalb des Netzwerkes und visualisieren den jeweiligen Bereich: skills, talents und eLife. Um das Erscheinungsbildes in seiner emotionalen Wirkung zu unterstützen, wurden Illustrationen in Collage-Technik eingesetzt.

Art Direction: Anja Gerscher Agentur: fsg3, München



SMALL STORIES

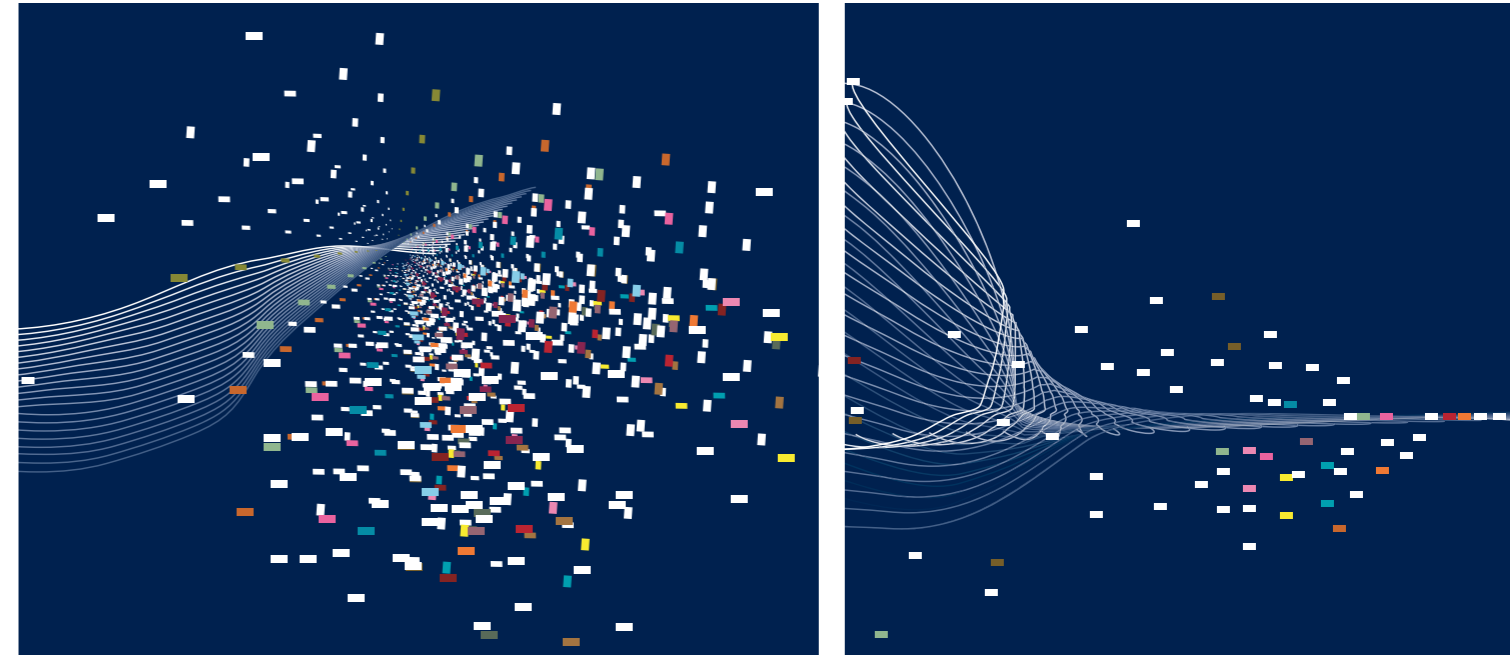
• Messekommunikation



Messekommunikation THÜGA AG / HANNOVER MESSE 2005

Thüga ist die größte kommunale Energiegruppe in Deutschland. Sie hat den Vorteil, dass jedes einzelne der beteiligten Energieunternehmen trotz Größen- und Synergievorteile seine Eigenständigkeit bewahrt, und steht für eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Thüga als das Netzwerk voller Energie. Diese Philosophie galt es für den Auftritt auf der Hannovermesse 2005 neu zu inszenieren. Zielgruppe waren Industriekunden. Ausgehend von dem Motto „Gemeinsam mehr bewegen“ wurde ein zentrales Key Visual entwickelt, das sich nicht nur auf den Einladungskarten und Messebroschüren wiederfand, sondern ebenfalls die Grundlage für die themenspezifischen Animationen und die Navigation an den Infoterminals bildete.

Konzept: Sibylle Maier und Michael Gollong Art Direction: Michael Gollong
Agentur: Serviceplan, München / Messestand: Atelier Seitz, München



SMALL STORIES

• *Film*



Film WINTERSONG – A FILM ON DAKOTA SUITE

Ein grauer Himmel, ein leeres Stadion, erloschene Scheinwerfer, eine hingehauchte Melodie. Chris Hooson streift durch verwaiste Zuschauerränge. In harten Zeiten hat er dem FC Everton eine sanfte Hymne gewidmet. Wir begleiten Hooson und seine Band Dakota Suite vom Fußballstadion über die karge Nordwestküste Englands bis hin ins Wohnzimmer des Songwriters. Seine Vergangenheit lässt ihn immer wieder zur Gitarre greifen, und was dann entsteht, ist so zerbrechlich wie das Leben selbst. Wintersong ist ein lyrisch-kausiger Musikdokumentarfilm, der dem Zuschauer einen Einblick in die Inspirationswelt des ungewöhnlichen Musikers gibt. Der Film erhielt eine lobende Erwähnung auf dem *visions du réel 2006*, festival international de cinéma, Nyon.

Drehbuch / Regie / Produktion: Benny Jaberg (in Zusammenarbeit mit Pascal Hofmann)



SMALL STORIES

• Werbung / Promotion

Werbung / Promotion JVM MERCEDES / ADC

Gesucht wurde eine aufmerksamkeitsstarke Aktion, die während des ADC-Events die besten Kreativen für Mercedes rekrutiert. Dazu fuhr ein völlig von Matsch bedeckter Mercedes M an den verschiedenen Locations wie Ausstellung und Parties vor. Im Matsch waren kunstvolle Gemälde zu sehen. Die Headline verriet: „Jung von Matt sucht Kreative, die etwas Schönes auf Mercedes machen.“ Eine Woche nach der Aktion hatte sich die Zahl der Online-Bewerbungen verdoppelt.

Konzept / Art Direction: Tilman Gossner

